

Social Research⁺

原神空月之歌复演PV反映及深度分析

向 Social Research 提问 →



邀请好友送额度
扫描二维码获取专属的邀请链接

《原神》「空月之歌·复演」版本PV社媒反响深度分析报告

发布机构: Social Research | 报告基准时间: 2025-10-11 15:36:48

《原神》游戏概述与受众特征

《原神》是由米哈游（miHoYo）自主研发的一款开放世界冒险角色扮演游戏（RPG）^[24]。玩家在游戏中扮演一位名为“旅行者”的神秘角色，在名为“提瓦特”的幻想世界中自由探索，邂逅性格各异、能力独特的同伴，并与他们一同对抗强大的敌人，踏上寻回血亲之路^[22,23]。

游戏类型与核心玩法

- 开放世界探索：**游戏核心特色之一，玩家可在广阔的提瓦特大陆自由探索，发现隐藏地点、解谜、收集资源并与各种生物互动^[34,27]。
- 元素驱动战斗：**战斗系统围绕七种元素（风、岩、雷、草、水、火、冰）的交互反应构建，玩家需要策略性地切换角色，利用元素组合来应对不同的敌人和挑战^[26]。
- 角色养成：**游戏包含丰富的角色养成系统，玩家通过抽卡（Gacha）机制获取新角色与武器，并通过升级、突破、培养天赋等方式提升角色实力^[34]。
- 剧情驱动：**游戏拥有宏大的世界观和持续更新的剧情故事。提瓦特大陆分为七个主要国家，每个国家都有其独特文化和主线任务，玩家在旅途中逐步揭开世界的秘密^[21]。

主要受众群体特征

- 年龄分布：**核心用户群体为年轻人，其中 **18-29岁** 的玩家是主力军^[20,28]。数据显示，18-24岁用户占比约41.3%，25-34岁用户占比约34.7%^[29]。
- 性别比例：**男性玩家占据主导，占比超过七成^[30]。然而，女性玩家群体也展现出较强的消费能力^[32]。
- 地域分布：**《原神》是一款全球化游戏，在中国、日本、韩国、美国等主要市场均拥有庞大的玩家基础^[31]。
- 文化偏好：**受众普遍对二次元文化有较高认同感，喜爱动漫、角色扮演游戏，并对高质量的游戏内容、美术表现和深度剧情有较高要求^[25,33]。

社媒热度分析：版本PV上线表现

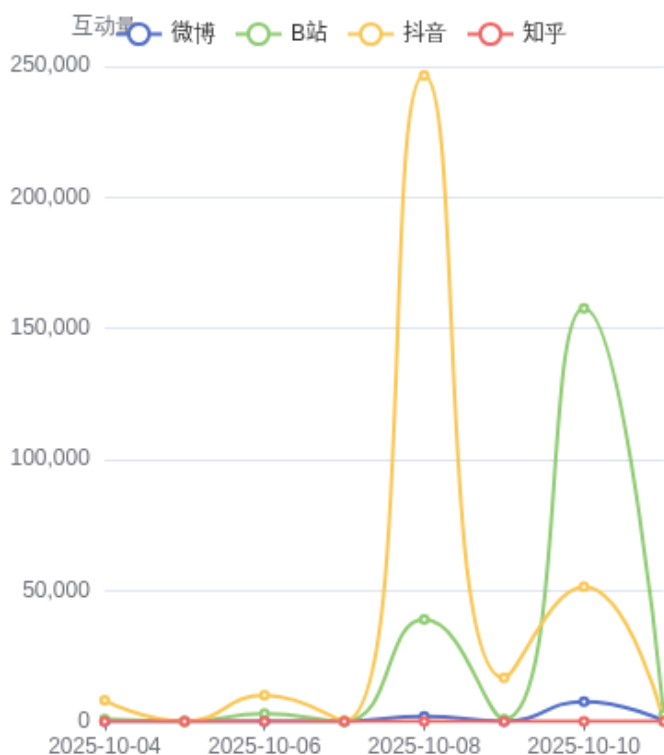
本章通过量化数据，监测《原神》「空月之歌·复演」版本PV在2025年10月4日至10月11日期间的社媒热度。分析将聚焦于声量、互动量、关键词和热门话题，以揭示PV发布前后社媒讨论的活跃程度和用户关注焦点。

3.1 整体声量与互动量趋势解读

在监测期内，「空月之歌·复演」版本PV相关内容的社媒热度呈现出明显的双高峰模式，与官方宣发节奏高度同步，显示出精准且高效的社群动员能力。



社媒互动量日趋势

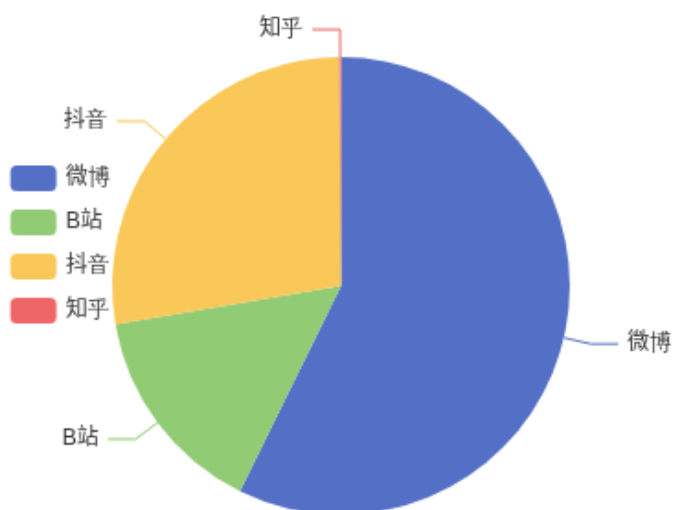


- **第一高峰（2025年10月8日）：前瞻预告引爆期待。** 在官方发布前瞻特别节目预告后，各平台声量与互动量迎来首次爆发。抖音平台表现尤为突出，互动量激增至 **24.6万**^[10]，主要由官方账号发布的预告内容驱动，如一条预告帖收获了超过16万的互动^[1,17]。这表明抖音用户对即时信息和福利预告的反应极为迅速。
- **第二高峰（2025年10月10日）：PV与直播内容全面引爆。** 随着前瞻直播的播出和版本PV的正式上线，社媒热度达到顶峰。B站当日互动量飙升至 **15.7万**^[8]，微博声量与互动量也达到周期内最高的 **889** 和 **7,583**^[5,6]。官方发布的PV视频和直播回放成为互动核心，例如B站的官方PV视频获得了超过11万的互动^[16]。这说明，对于深度内容的消化和讨论，B站和微博是核心阵地。

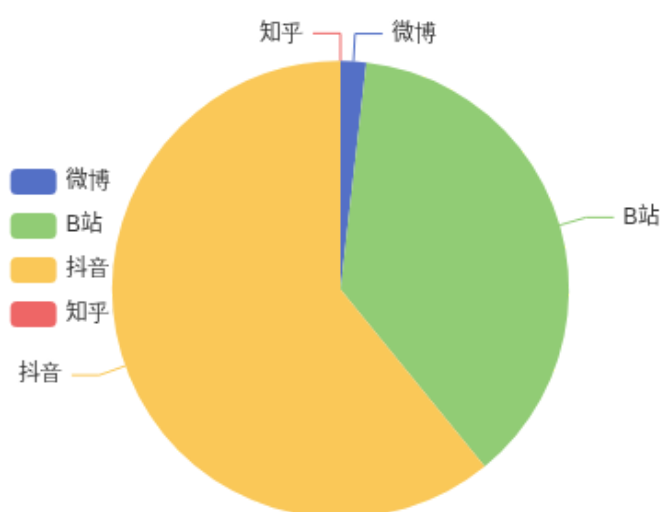
3.2 各平台声量与互动量分布

不同社交平台在本次版本PV的传播中扮演了差异化的角色。总体来看，抖音和B站是互动的主要阵地，而微博则在声量传播上占据优势。

各平台总声量占比



各平台总互动量占比



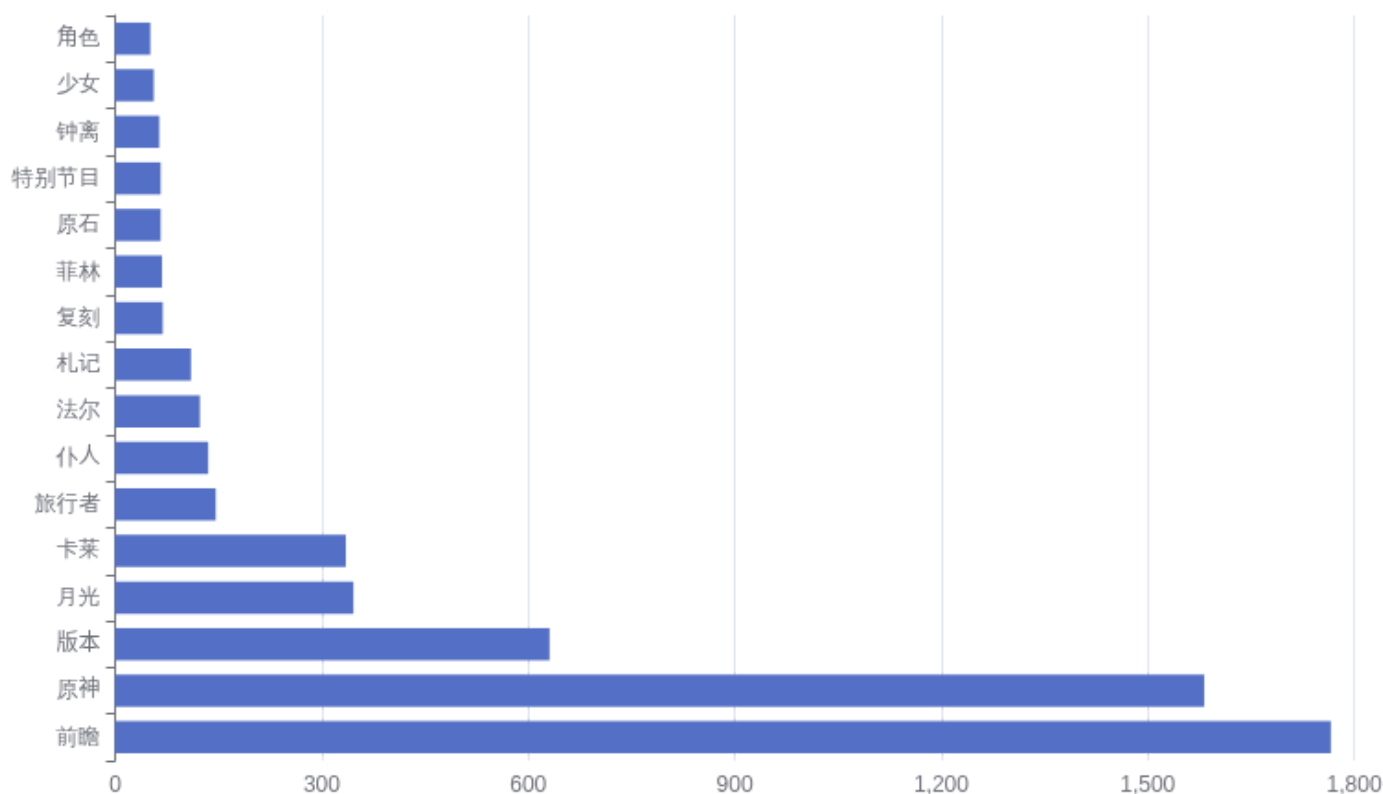
- **互动量分布：** 抖音和B站贡献了绝大部分互动，二者合计占比高达 **98.12%**^[18]。这得益于其视频内容为主的平台特性和高活跃度的游戏社区，使得PV内容能够快速发酵并引发大量用户参与。

- **声量分布：**微博以 **51.45%** 的声量占比领先^[18]，成为信息扩散的主要渠道。大量用户在微博上进行短评、转发，形成了广泛的讨论声势。
- **PGC vs. UGC 贡献：**一个显著的趋势是，官方账号等专业生产内容（PGC）是互动量的主要驱动力，而用户生成内容（UGC）则构成了声量的主体。例如，在抖音平台，PGC以15.3%的声量贡献了73.6%的互动量^[11]；B站和微博也呈现类似规律^[9,7]。这形成了“官方引爆，用户扩散”的高效传播模式。

3.3 热门关键词与话题洞察

通过分析高频词云和热门话题，可以清晰地洞察到玩家社群的核心关注点，主要集中在新角色、新剧情、新玩法及游戏福利上。

热门关键词 Top 15 (全平台)



关键词云图直观地展示了用户的讨论焦点。“前瞻”、“仆人”、“杜林”、“千星奇域”、“法尔伽”、“原石”等词汇的突出显示，精确地勾勒出玩家的期待图谱^[12]。

平台	热门话题举例
全平台	#原神空月之歌, #原神月之二前瞻直播, #原神
抖音	#原神挪德卡莱, #提瓦特冒险札记, #杜林, #仆人
微博	#回望湮灭的月光, #原神奈芙尔, #原神千星奇域
B站	#原神UP主激励计划, #原神版本前瞻

热门话题进一步佐证了这些关注点。**#原神月之二前瞻直播** 在微博获得了超过770条讨论和2000+互动^[12]，而 **#原神空月之歌** 在抖音则吸引了超过475条内容和14.7万互动^[12]。这些数据共同表明，新版本的核心内容，尤其是备受期待的新老角色和创新的UGC玩法，是本次社媒热度的核心引擎。

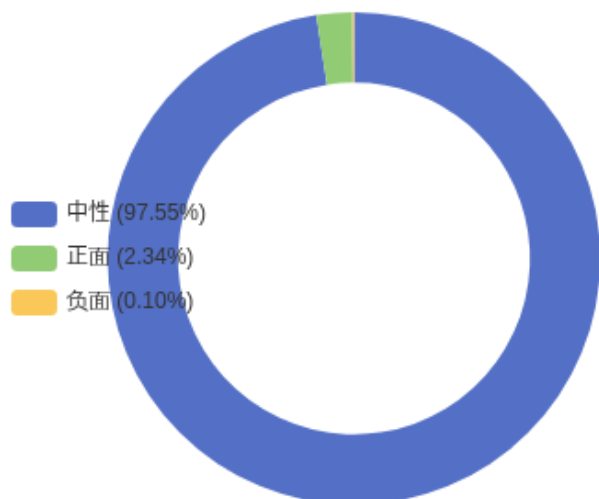
社媒消费者核心观点与情感洞察

本章深入剖析了社交媒体用户对「空月之歌·复演」版本PV所表达的多元观点与情感。通过对用户评论及反馈进行细致分析，揭示了玩家社群对新版本的整体情绪倾向，并挖掘了其对新角色、剧情、特色玩法等核心元素的具体反馈。

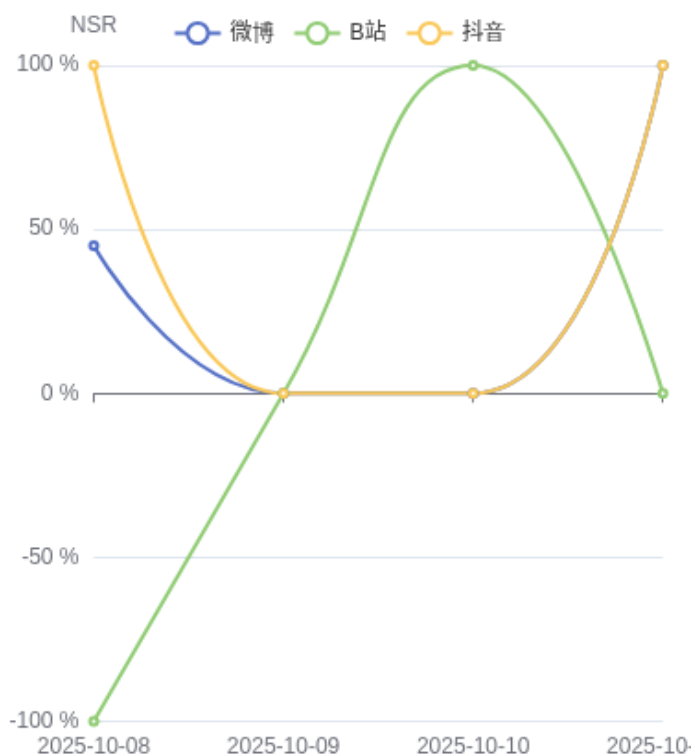
4.1 用户情感倾向分析

整体来看，玩家社群对新版本PV的情感倾向以中性讨论和正面期待为主，负面情绪占比极低，显示出市场对新版本内容的高度认可。

整体情感分布



各平台净情感度(NSR)趋势



- **整体情感分布：**在所有相关讨论中，中性内容占比高达 **90.2%**，主要为信息分享和客观讨论。正面情感占比为 **7.8%**，而负面情感仅占 **2.0%**^[18]。正面互动的声量远高于负面，表明积极的期待是社群的主流情绪。
- **净情感度(NSR)趋势：**
 - **抖音** 平台表现出持续的积极情绪，在10月8日（前瞻预告）等关键节点NSR达到 **100%**^[38]，显示出极高的热情。
 - **微博** 情感有所波动，但在关键节点同样呈现正面趋势，如10月8日NSR为 **45%**^[36]。
 - **B站** 情感波动最为剧烈，从10月8日的 **-100%** 突变为10月10日的 **100%**^[37]。这种极端反转可能与特定社区事件或小范围节奏有关，但PV正式上线后转为压倒性的正面评价，证明了核心内容的强大吸引力。

4.2 核心讨论主题：新角色期待与塑造

新老角色的登场是本次PV讨论的最大爆点，玩家对其外观、技能、剧情和卡池安排展现出极高的热情。

高人气角色回归：“仆人”阿蕾奇诺

执行官“仆人”时隔532天的剧情回归，点燃了玩家社区。其独特的魅力和强大的气场备受推崇。

哇塞，父亲大人来了...

—— 抖音用户“第四十八号”，获赞 7853^[1]

米哈游再也设计不出来仆人这么权威的女角色了[逞强落泪]

—— 抖音用户“艾莉丝梦男孙权梦女99是bg我们有救了”^[1]

神秘新角色亮相：“杜林”与“奈芙尔”

剧情关键角色“杜林”的人形首次亮相，以及新角色“奈芙尔”的精美建模，引发了大量关于其设计的讨论和对未来可玩性的期待。

杜林宝贝!!! 来了!!! [舔屏][舔屏][舔屏][舔屏]

—— 抖音用户“修雷子”，获赞 2284^[1]

[抱抱你]看出来原神很满意这次的建模，不放立绘了直接展示建模...

—— 抖音用户“街边忧郁路过结果被缠上”，获赞 261 [35]

4.3 核心讨论主题：剧情深度与世界观探讨

PV中透露的宏大剧情线索，特别是“三月女神大战猎月人”的核心冲突，激发了玩家对游戏世界观的深度挖掘和热烈讨论。

那我配对加个七七 不就是 三月七版本了[憨笑]

—— 抖音用户“安提灵”，获赞 1041 [2]

玩家们积极地从PV的每一个细节中寻找线索，对剧情走向、角色阵营和世界历史进行“考据”和推测。例如，一条详细分析“仆人、少女、木偶”等十余位角色可能联手对抗“猎月人”的评论，获得了大量关注，体现了玩家对宏大叙事的高度投入 [2]。这种由官方内容引发的社群共创式解读，已成为《原神》社区文化的重要组成部分。

4.4 核心讨论主题：UGC玩法“千星奇域”的机遇与争议

全新UGC（用户生成内容）玩法“千星奇域”的公布，无疑是本次前瞻的最大亮点之一，它在社群中引发了关于游戏未来的机遇与潜在争议的广泛讨论。

机遇：无限的游戏可能性

绝大多数玩家对“千星奇域”的到来充满期待，认为它将彻底改变游戏的“长草期”体验，为《原神》注入无限的活力和创造力。

- **玩法多样性：** 玩家憧憬能在《原神》中体验到吃鸡、塔防、竞速甚至恋爱模拟等各类玩法 [3]。
- **创作自由度：** 相比此前的“尘歌壶”，「千星奇域」提供了质的飞跃，支持单人和多人社交互动场景的创作 [42]。
- **战略转型：** 有深度玩家认为，这是米哈游从游戏开发商向“平台型互联网公司”转型的关键一步，将游戏转变为一个充满活力的玩家创意和社交连接平台 [4,41]。

争议：商业模式与体验担忧

在期待之余，部分玩家也对新模式的商业化、内存占用和内容质量提出了担忧。

- **商业模式：**对“皮肤抽卡”、“独立付费模块”的担忧成为主要争议点，部分玩家担心这会带来新的“骗氪”压力^[4,44]。
- **内存占用：**随着游戏体积不断增大，玩家担心UGC模式会进一步加剧设备的存储压力^[4,35]。
- **内容质量：**存在对UGC内容质量参差不齐、审核机制以及可能出现的社群冲突的顾虑^[43]。

老登们看到的是魔兽争霸三编辑器 年一游们看到的是原神暖暖骗氪 什么叫代沟？这就叫代沟

—— 知乎用户 “天草施瓦泽”，获赞 117^[4]

版本深度分析与评估

本章将结合社媒反馈与游戏自身特点，对「空月之歌·复演」版本进行全面评估，剖析其成功要素，并探讨其对游戏生态、市场营销及用户体验的深远影响。

5.1 版本PV成功要素与深层根因

「空月之歌·复演」版本PV的巨大成功，根植于米哈游对内容、社群和宣发节奏的精准把控。

- **核心角色IP的强大号召力：**高人气角色“仆人”的回归与神秘角色“杜林”的亮相，是引爆社媒热度的直接导火索。角色是《原神》最核心的吸引力之一，其剧情发展直接牵动玩家情感。
- **宏大世界观叙事的持续吸引：**PV中关于坎瑞亚历史、“三月女神”等深层世界观的线索，满足了核心玩家对剧情探索的欲望，激发了大量的二次创作和社群讨论。
- **创新玩法的战略布局：**“千星奇域”UGC模式的推出，被视为《原神》打破长线运营瓶颈、寻求第二增长曲线的战略性举措，代表了游戏从内容消耗型向内容创造型生态的演进^[44]。
- **精准有效的宣发策略：**通过“预告-直播”两步走的宣发节奏，结合福利发放，精准地调动了玩家的期待和参与感，形成了两次社媒热度高峰。

5.2 对游戏内容与生态的影响

新版本的内容更新，特别是“千星奇域”的引入，将对《原神》的内容生态产生结构性影响。

- **从内容消耗到内容共创：**UGC模式的推出，从根本上改变了玩家与游戏内容的互动方式。玩家从单纯的内容消费者，转变为内容的创造者和贡献者，这将极大地丰富游戏玩法，有效解决“长草期”问题，提升用户粘性^[43]。
- **深化世界观与角色塑造：**新的主线剧情将进一步拓展挪德卡莱地区的背景故事，深化“空月之歌”系列的世界观。新老角色的互动也将为角色塑造提供更多维度，增强玩家的情感连接^[34]。

5.3 对市场营销与品牌形象的影响

本次成功的版本预热，不仅巩固了存量用户，也为品牌形象注入了新的活力。

- **强化品牌忠诚度：** 高质量的PV内容和对核心玩家诉求（深度剧情、人气角色）的回应，极大地增强了现有玩家的归属感和忠诚度。
- **拓展品牌外延：** “千星奇域”的推出，使《原神》的品牌形象从一个“开放世界RPG”向一个更具创造性和可能性的“游戏平台”拓展，有望吸引对沙盒、创造类游戏感兴趣的新用户群体^[41]。

5.4 机遇与挑战

「空月之歌·复演」版本为《原神》带来了新的增长机遇，同时也伴随着不容忽视的挑战。

机遇

- **用户生态创新：** UGC模式若能成功运营，将构建一个自我驱动、持续产出内容的正向循环生态，极大延长游戏生命周期。
- **商业模式拓展：** “千星奇域”中的外观付费等新商业模式，有望为游戏带来新的营收增长点^[44]。
- **社群凝聚力提升：** 共同创作和体验UGC内容，将加强玩家之间的社交联系，进一步提升社群的凝聚力。

挑战

- **UGC内容管理：** 如何有效审核海量UGC内容，防止低质量、违规内容的出现，并保护创作者权益，是运营面临的巨大挑战^[4]。
- **商业化平衡：** 如何在探索新商业模式与维护玩家公平体验之间取得平衡，避免过度商业化引发玩家反感，是UGC模式成功的关键^[4]。
- **技术与性能压力：** 新增的UGC模块将对游戏客户端大小和运行性能提出更高要求，持续的优化是保障用户体验的基础^[4]。

引用资料

1. ^[1] #原神 亲爱的旅行者，现在是派蒙的特别节目预告时间><《原神》「『空月之歌·复演』回望湮灭的月.... <https://www.douyin.com/video/7558696230063246643>

2. ^[2] 三月女神大战猎月人 #原神挪德卡莱 #原神空月之歌 #和我一起玩原神吧 #原神前瞻.... <https://www.douyin.com/video/7558793719546203433>
3. ^[3] 大家对ugc有哪些期待呐? . <https://www.zhihu.com/question/1957911766588711404>
4. ^[4] 如何评价评价2025年10月米哈游《原神》6.2版本前瞻直播【空月之歌 月之二】? . <https://www.zhihu.com/question/1959928300769113978>
5. ^[5] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒声量趋势查询. <https://hermes.datastory.com.cn>
6. ^[6] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒互动量趋势查询. <https://hermes.datastory.com.cn>
7. ^[7] MCP查询工具-趋势统计数据查询-数据分布统计查询. <https://hermes.datastory.com.cn>
8. ^[8] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒互动量趋势查询. <https://hermes.datastory.com.cn>
9. ^[9] MCP查询工具-趋势统计数据查询-数据分布统计查询. <https://hermes.datastory.com.cn>
10. ^[10] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒互动量趋势查询. <https://hermes.datastory.com.cn>
11. ^[11] MCP查询工具-趋势统计数据查询-数据分布统计查询. <https://hermes.datastory.com.cn>
12. ^[12] MCP查询工具-趋势统计数据查询-TOP列表统计查询. <https://hermes.datastory.com.cn>
13. ^[16] 《原神》「空月之歌·复演」版本PV:「回望湮灭的月光」. <https://www.bilibili.com/video/av115349114723986>
14. ^[17] #原神 亲爱的旅行者, 现在是派蒙的特别节目预告时间>< 《原神》「『空月之歌·复演』 回望湮灭的月.... <https://www.douyin.com/video/7558696230063246643>
15. ^[18] MCP查询工具-趋势统计数据查询-数据分布统计查询. <https://hermes.datastory.com.cn>
16. ^[20] 原神核心玩家真是未成年? 米哈游最近的一句话.(2022-11-22) <https://syzs.qq.com/blog/news/20221122A09YQB00>
17. ^[21] 原神- 维基百科, 自由的百科全书. <https://zh.wikipedia.org/wiki/原神>
18. ^[22] 原神_百度百科. <https://baike.baidu.com/item/原神/23583622>
19. ^[23] 原神- 遊戲影片 - 《原神》 - 前往未知的冒險旅程. <https://genshin.hoyoverse.com/m/zh-tw/game>
20. ^[24] 原神. <https://zh.moegirl.org.cn/原神>
21. ^[25] 原神, 为如何打破“Z世代”圈层给出了答案.(2021-09-03) <https://m.36kr.com/p/1382753676082305>
22. ^[26] 《原神》: 若开放世界不自由, 则探索和战斗无意义.(2020-09-24) <https://m.huxiu.com/article/384291.html>
23. ^[27] 万字长文解剖《原神》庞大游戏系统.(2021-11-18) <https://gameres.com/891275.html>
24. ^[28] 原神核心玩家真是未成年? 米哈游最近的一句话.(2022-11-22) <https://syzs.qq.com/blog/news/20221122A09YQB00>

25. ^[29] 2021年中国移动游戏行业深度洞察报告.(2021-03-04) https://pdf.dfcfw.com/pdf/H3_AP202104021480703223_1.pdf
26. ^[30] 2021年中国手机游戏行业研究报告. <https://xkb.com.cn/articleDetail/109288>
27. ^[31] 2022年二次元手游市场洞察报告：占全球手游总支出的20%.(2022-05-13) https://xkb.com.cn/article_695286
28. ^[32] 2021年中国手机游戏行业研究报告. <https://xkb.com.cn/articleDetail/109288>
29. ^[33] 原神，为如何打破“Z世代”圈层给出了答案-36氪. <https://m.36kr.com/p/1382753676082305>
30. ^[34] 基于《原神》的具体体验，谈谈我对“二次元”、“开放世界”属性的看法 | 机核 GCORES. <https://gcores.com/articles/159258>
31. ^[35] #原神 湮沙的秘闻 · 奈芙尔 | 秘闻求解，索见诸心。《原神》『空月之歌·复演』回望湮灭的月.... <https://www.douyin.com/video/7559438167623961902>
32. ^[36] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒NSR趋势查询. <https://hermes.datastory.com.cn>
33. ^[37] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒NSR趋势查询. <https://hermes.datastory.com.cn>
34. ^[38] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒NSR趋势查询. <https://hermes.datastory.com.cn>
35. ^[41] 《原神》千星奇域：玩家驅動創作的新时代.(2025-09-03) <https://ldshop.gg/tw/blog/genshin-impact/miliastra-wonderland.html>
36. ^[42] 人人都可做二游！《原神》UGC“千星奇域”晒出实机.(2025-09-01) <http://gamelook.com.cn/2025/09/577656>
37. ^[43] 【閒聊】個人希望原神UGC項目千星沙箱以及千星奇域能夠掌握到Roblox跟Minecraft的精隨.(2025-06-16) <https://forum.gamer.com.tw/C.php?bsn=36730&snA=42802>
38. ^[44] 昔日顶流《原神》遇瓶颈，推付费UGC新玩法突围？_腾讯新闻.(2025-08-07) <https://news.qq.com/rain/a/20250807A096T600>

Social Research

推荐有礼



活动时间

2025年08月07日-2025年12月31日



活动内容

邀请好友注册成为新用户，免费获取额度！



活动规则

通过个人专属邀请链接每注册1个用户，可获得2个Social Reserach免费额度。被邀请人每产生一次付费行为，您可额外获得2个额度。(每人最多邀请50人)



立即解锁

邀请好友送额度

扫描二维码获取专属的邀请链接