

# 游戏广告买量月报

2021.04.15 - 2021.05.09

## 本月看点

买量成本增加&广告素材同质化?  
游戏买量的出路竟是内容?



## 编者语：

长期以来，BigBigAds一直致力于帮助用户快速掌握行业买量趋势与竞品投放情报。这也是我们推出“BigBigAds买量周报”的初衷。但最近一段时间我们发现，以“周”为时间单位进行观察，提供的视角过于微观，行业变化并不显著，内容呈现同质化趋势。

为了提供更优质的内容，我们决定对这一栏目进行升级，改为“BigBigAds买量月报”。如若这段时间的“迟到”为您带来了不便，我们感到十分抱歉。感谢您的等待和一直以来的支持，我们将持续为您提供更加优质的内容。谢谢！



2021

# 目录

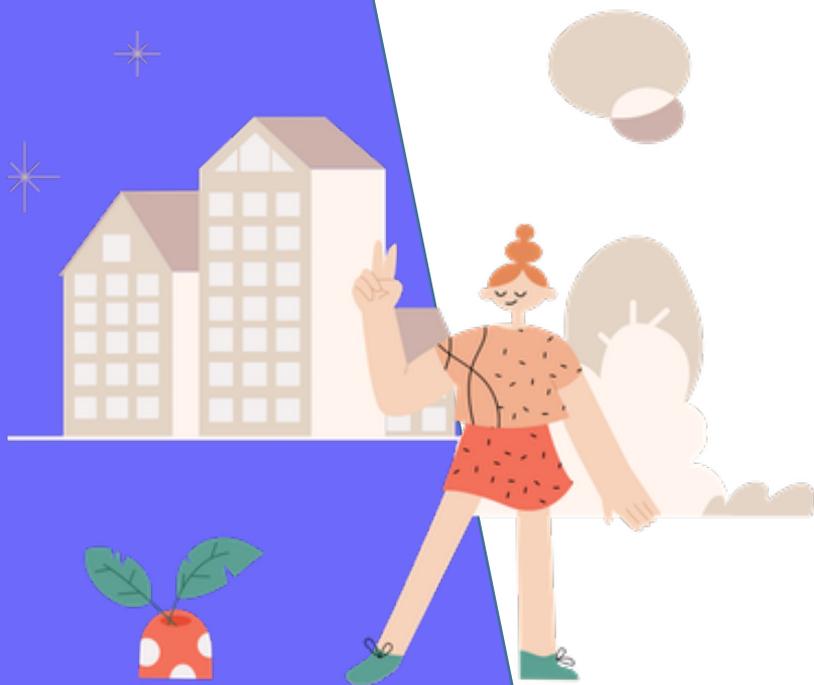
01 月度大盘趋势

02 月度榜单分析

03 爆款文案分析

04 热门素材分析

05 总结与趋势



01

月度大盘趋势

## 游戏行业概览



游戏类App占比

47.84%

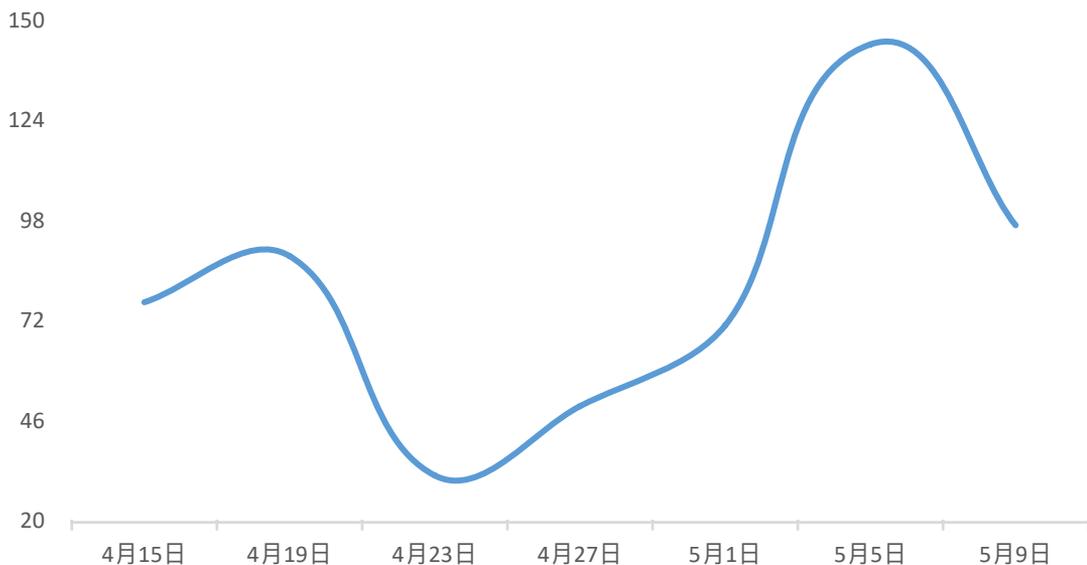


游戏类广告素材占比

14.48%

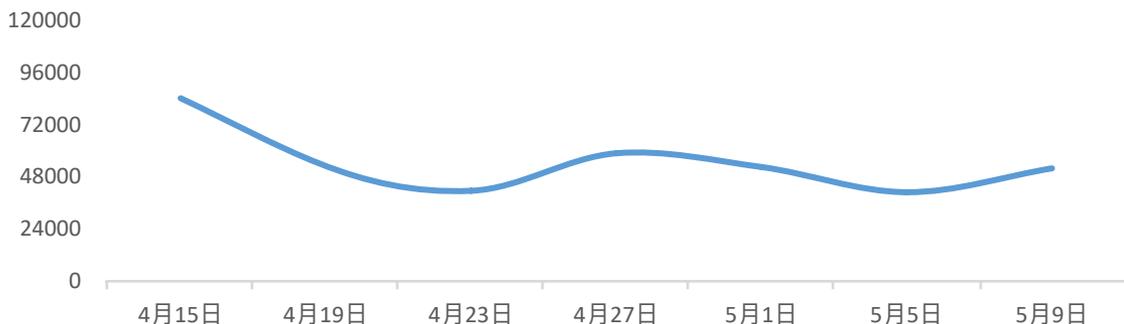
近一个月，BigBigAds监测到新增游戏App数量占新增App总量的47.84%。游戏广告主仍是买量的主力军。新增游戏类广告素材占新增素材总量的14.48%。

## 游戏行业广告投放趋势



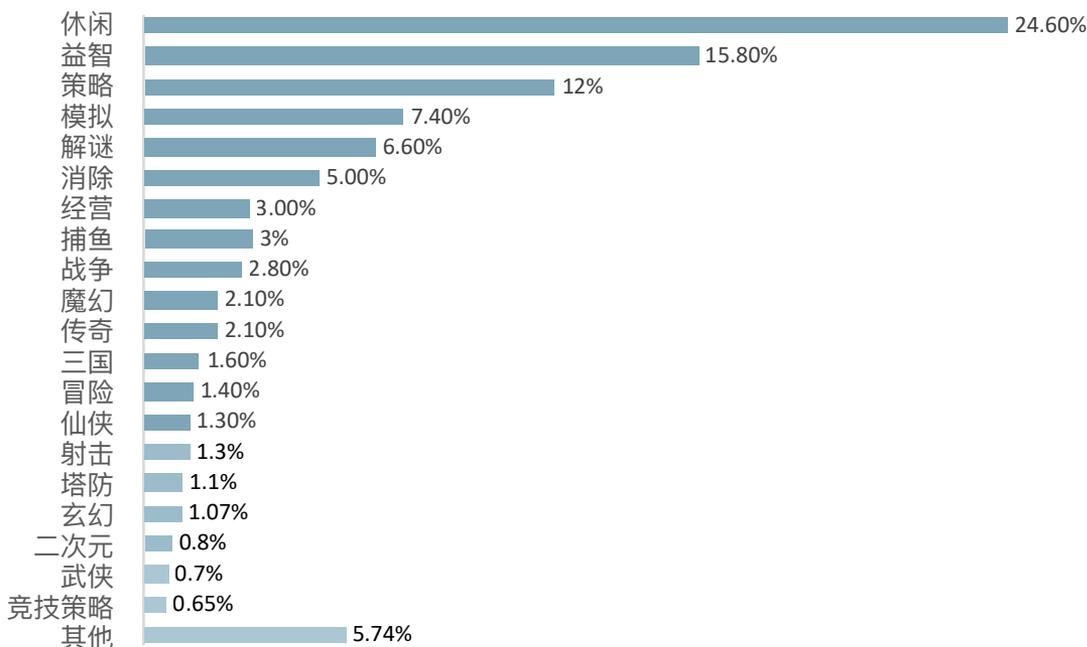
4月15日-5月9日，新增的游戏广告主数量总体呈现上升趋势。5月5日新增游戏广告主数量最高，达到144个；4月23日降到低谷，新增游戏广告主数量仅32个。

## 游戏广告新增素材投放趋势



4月15日-5月9日，游戏广告素材新增投放数量总体上呈现下降的趋势。

## 不同游戏类别投放占比



近一个月，休闲和益智类手游仍是广告投放的主力军，新增数据量占比超过新增数据总量的40%。策略与模拟类游戏次之，新增数据量占比近20%。

虽然近期几款大厂爆款都选择了整合营销策略，并不完全依靠买量，但对于小体量、资金有限的益智和休闲手游广告主来说，买量依然是最大的引流手段。



# 02

## 月度榜单分析

## 热推游戏榜单Top10

#	广告主名称	主投渠道	创意组数	素材数	总投放天数	近90天趋势
1	 兔兔 福建瑞趣创享网络科技有限公司 游戏   益智解谜		1.1万	9363	2021-04-22 ~ 2021-05-12 (21)	
2	 全民养鲸鱼 成都智亿联网网络科技有限公司 游戏   策略		1.1万	8580	2021-04-08 ~ 2021-05-12 (35)	
3	 乐乐捕鱼-官方正版 游酷盛世科技(北京)有限公司 游戏   街机、娱乐...   捕鱼、休闲		9157	838	2017-12-21 ~ 2021-05-13 (1240)	
4	 乐乐捕鱼 游酷盛世科技(北京)有限公司 游戏   娱乐场、益...   捕鱼		8378	952	2016-11-29 ~ 2021-05-13 (1627)	
5	 全民来找茬 福州来玩互娱网络科技有限公司 游戏   益智解谜		8135	5409	2021-02-07 ~ 2021-05-12 (95)	
6	 阿伟爱消消 福建瑞趣创享网络科技有限公司 游戏   益智解谜		7429	6136	2021-01-08 ~ 2021-05-12 (125)	
7	 开心餐厅 海南耀世网络科技有限公司 游戏   策略		7143	3961	2021-02-19 ~ 2021-05-12 (83)	
8	 疯狂娱乐城 Feka Game 游戏   休闲、益智...		6425	4689	2020-10-05 ~ 2021-05-12 (220)	
9	 捉妖特工队 福州来玩互娱网络科技有限公司 游戏   益智解谜		6149	4545	2021-04-22 ~ 2021-05-12 (21)	
10	 apple.com 游戏   益智解谜		5197	3245	2016-09-26 ~ 2021-05-13 (1691)	

BigBigAds买量数据显示，近30天游戏买量榜单Top10分别为《兔兔》、《全民养鲸鱼》、《乐乐捕鱼ios版》、《乐乐捕鱼android版》、《全民来找茬》、《阿伟爱消消》、《开心餐厅》、《疯狂娱乐城》、《捉妖特工队》、《阿伟弹力球》。

益智休闲、网赚类游戏依然占据榜单的半壁江山。但值得注意的是，模拟经营类游戏《开心餐厅》进入了榜单且排名第七。《开心餐厅》累计投放84天，创意组数达到1.3万，素材数6011，主投腾讯系渠道和头条系渠道，如穿山甲联盟、优量广告、抖音、西瓜视频等。模拟经营类游戏本月表现强势。

## 月度总榜平台榜单 (ios)



万国觉醒

坎公骑冠剑

三国志-战略版

新诛仙

开心餐厅



乐乐捕鱼

波克斗地主

海王捕鱼

原始传奇

三国志-战略版



全民大丰收

万国觉醒

牧场大富豪

阿伟消消乐

捕鱼大作战



魔力宝贝归来

万国觉醒

三国志-战略版

此生无白

捕鱼大世界



万国觉醒

开心餐厅

玄天九歌

魔力宝贝归来

遇见你的猫



万国觉醒

开心餐厅

魔力宝贝归来

荣耀大天使

我的饭店

BigBigAds月度渠道总榜 (iOS) 显示, 上榜最多的依然是休闲网赚类游戏。我们发现头条渠道中, 《坎公骑冠剑》上榜, 排名第二。

《坎公骑冠剑》是游戏《坎特伯雷公主与骑士唤醒冠军之剑的奇幻冒险》的简称。《坎公骑冠剑》是B站独立发行的像素风RPG (角色扮演) 游戏。作为B站游戏上半年最重磅的产品, 《坎公骑冠剑》的广告投放并未局限于二次元用户群体, 而是一开始就进行了全网买量, 在百度、头条系和腾讯渠道均有投放。

## 月度总榜平台榜单 (android)



开心餐厅

万国觉醒

我的农场

Chess

我的饭店



乐乐捕鱼

百战绝世

咪咕快游

捕鱼炸翻天

打宝神途



兔兔

全民养鲸鱼

阿伟爱消消

捉妖特工队

疯狂娱乐城



阿伟弹力球

全民来找茬

魔力宝贝归来

捕鱼大世界

开心餐厅



万国觉醒

开心餐厅

我的农场

宝箱与勇士

救救小老弟



开心餐厅

万国觉醒

Chess

救救小老弟

我的农场

结合平台榜单的ios榜和android榜,《万国觉醒》、《三国志-战略版》两款策略游戏以及模拟经营游戏《开心餐厅》表现优异。

阿里自研的《三国志-战略版》一直步履稳健,已经创造了单月流水上亿的奇迹。《万国觉醒》近期重回全球收入榜top10,同时也加大了在国内市场的广告投放。《三国志-战略版》和《万国觉醒》均进行了全渠道投放。

## 月度新品榜平台榜单 (ios)



叫我大掌柜

热血合击

魔神英雄传

圣斗士星矢

我狙打得贼准



坎公骑冠剑

捕鱼传奇

斗罗大陆-斗神再临

指尖四川麻将

闪烁之光



牧场大富豪

开心拼一拼

今晚娶老婆

我狙打得贼准

幸福饭店



坎公骑冠剑

斗罗大陆-斗神再临

冰雪三职业之龙城霸业

穿越火线：枪战王者

叫我大掌柜



魔法森林战

口袋奇兵

浮生妖绘卷：黑神话

忍者必须死3

我搭桥贼溜



幸福饭店

忍者必须死3

烈火传奇-巨龙战歌

此生无白

我是大东家

《叫我大掌柜》、《斗神大陆-斗神再临》、《此生无白》是近期新品中的黑马。今年是“斗罗大年”，IP改编手游层出不穷。《斗罗大陆-斗罗再临》在一众斗罗手游中依然表现突出。上线半个月，累计投放天数47天，素材数489个，创意组数1018组。上线前就已通过买量预热在各平台取得相当不错的话题热度。

女性向游戏也是近期投放热点，除了女性向仙侠游戏《此生无白》登上top5，女性向乙游《未定事件簿》也登上了百度联盟ios榜top10。

## 月度新品榜平台榜单 (android)



快乐餐厅

梦想花园

兔兔

捉妖特工队

牵手



三国志-战略版

爱上消消消

梦幻新诛仙

海王捕鱼

狂野尸潮-幸存



兔兔

捉妖特工队

合成牛魔王

大人冤枉啊

缤果萌萌消



阿伟爱消消

捉妖特工队

彩泥史莱姆

兔兔

穿越火线



小江湖

梦幻西游网页版

星战前夜模拟器

蓝月至尊

合成大西瓜



兔兔

捉妖特工队

仙境苍穹

快乐餐厅

梦幻花园

综合来看，模拟类游戏，尤其是模拟经营类游戏近期表现强劲。《叫我大掌柜》、《开心餐厅》、《快乐餐厅》相继上榜。《叫我大掌柜》是《江南百景图》后又一款古代国风模拟经商手游，主投头条和优量广告渠道，累计投放17天，素材数60，创意组数110组。投放量级、广告素材创意都有可取之处，但话题讨论度和口碑似乎不尽如人意。

## 热门游戏类型Top榜

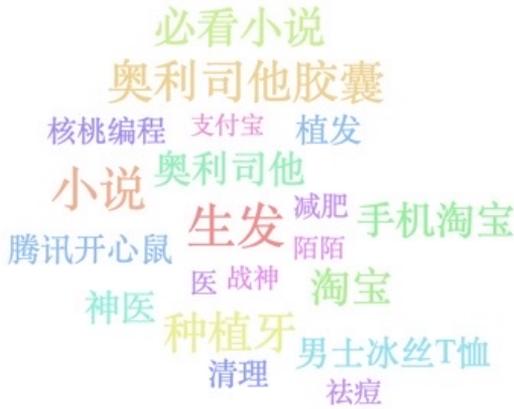
	策略	模拟	角色扮演类
1	全民养鲸鱼	三国志-战略版	魔力宝贝归来 (安卓)
2	开心餐厅	生存危机	魔力宝贝归来 (iOS)
3	三国志-战略版	传奇汽车公司	坎公骑冠剑
4	多多花园	洗浴中心大亨	万国觉醒
5	斗罗大陆：武魂觉醒	帝国战魂-再现繁荣 罗马	此生无白 (iOS)
6	全民大丰收	牧场大富豪	九阴绝学
7	万国觉醒 (iOS)	放置体育馆	百战绝世
8	阿瓦隆之王	王者之战：明日帝国	全民奇迹2
9	我的饭店	My Talking Tom 2	此生无白 (安卓)
10	万国觉醒 (安卓)	我要上厕所	斗罗大陆-斗神再临



# 03

## 爆款文案分析

## 文案高频词



BigBigAds的用户搜索行为中，生发、小说、种植牙、必看小说、淘宝等词成为了搜索高频词。游戏名称“三国志”、“三国”、“航海王热血航线”也进入了高频词排行。

## 热门文案Top10

- 新版本、新玩法
- 良心之作，等你来战
- 天天大红包，提现秒到账
- 100金币≈1元，0.3元提现，每天进账几十次！
- 微信没钱？来这里领红包，生活费不用愁，提现秒到账！
- 乐乐捕鱼游戏平台，注册就送百万金币，概率公平，信誉爆赚！
- 益智手游，解压又刺激，休闲解压，轻松解压！
- 不知道亏大了！游戏红包~人人可赚！已到账几十元了，赶紧来试试！
- 休闲不费脑，打发时间还能赚零花，你真的要错过好游戏吗？
- 开局一把小手枪，你能捉住几个妖？

## 策略类游戏文案TOP10

#	标题	文案	创意组数	所有文案类型	操作
1	新版本, 新玩法	新版本, 新玩法	420	其他	复制   对应素材
2	良心之作, 等你来战	良心之作, 等你来战	380	其他	复制   对应素材
3	天天大红包, 提现秒到账	天天大红包, 提现秒到账	271	免费	复制   对应素材
4	2021全新美食模拟经营游戏, 让你的餐厅更...	2021全新美食模拟经营游戏, 让你的餐厅更...	229	感叹、数字	复制   对应素材
5	多多花园新人注册就送5元现金红包, 直接发...	多多花园新人注册就送5元现金红包, 直接发...	207	数字、免费	复制   对应素材
6	不要再玩假的种花游戏了, 快上多多花园	不要再玩假的种花游戏了, 快上多多花园	200	其他	复制   对应素材
7	温暖得到的现金红包无需提现, 直接发到微信	温暖得到的现金红包无需提现, 直接发到微信	191	免费	复制   对应素材
8	《全民养鲸鱼》看视频赚钱, 每天领红包, 0....	《全民养鲸鱼》看视频赚钱, 每天领红包, 0....	188	数字、免费	复制   对应素材
9	微信提现秒到账!升级领红包,红包能提现,就在...	微信提现秒到账!升级领红包,红包能提现,就在...	183	感叹、免费	复制   对应素材
10	2021超火的餐厅经营小游戏, 休闲解压, 没...	2021超火的餐厅经营小游戏, 休闲解压, 没...	182	感叹、数字	复制   对应素材

## 角色扮演类游戏文案TOP10

#	标题	文案	创意组数	所有文案类型	操作
1	正版旋转大师上新公测	太刺激了! 这款旋转大师, 玩转手机, 收益...	154	感叹	复制   对应素材
2	《云上城之歌》今日公测! 30级转职, 50级...	今日限免礼包vip888	122	感叹、数字	复制   对应素材
3	云上城之歌	超燃魔幻手游, 全新职业曝光, 装备全靠爆...	118	其他	复制   对应素材
4	云上城之歌	超燃魔幻手游, 全新职业曝光, 装备全靠爆...	108	其他	复制   对应素材
5	《云上城之歌》今日公测! 30级转职, 50级...	今日限免礼包vip888	98	感叹、数字	复制   对应素材
6	《云上城之歌》今日公测! 30级转职, 50级...	礼包码vip888	89	感叹、数字	复制   对应素材
7	老婆偷偷告诉我, 这捕鱼一天能赢一亿金币...	老婆偷偷告诉我, 这捕鱼一天能赢一亿金币...	83	数字	复制   对应素材
8	云上城之歌	清明都在玩的top日韩手游, 5种职业2天3转...	82	数字	复制   对应素材
9	魔力宝贝归来, 登录送VIP!	全新回合《魔力宝贝》上线狂送技能书	74	感叹	复制   对应素材
10	梦幻西游网页版, 3秒极速下载! 上线就送全...	梦幻西游网页版, 3秒极速下载! 上线就送全...	72	感叹、数字	复制   对应素材

## 模拟类游戏文案TOP10

#	标题	文案	创意组数	所有文案类型	操作
1	开局在逃亡，生存全靠智商	不花钱只烧脑，智商135挂在49关，你能过几...	114	疑问、数字	复制   对应素材
2	开局在逃亡，生存全靠智商	不花钱只烧脑，智商135挂在49关，你能过几...	99	疑问、数字	复制   对应素材
3	开局在逃亡，生存全靠智商	不花钱只烧脑，智商135挂在49关，你能过几...	88	疑问、数字	复制   对应素材
4	开局在逃亡，生存全靠智商	不花钱只烧脑，智商135挂在49关，你能过几...	88	疑问、数字	复制   对应素材
5	开局在逃亡，生存全靠智商	不花钱只烧脑，智商135挂在49关，你能过几...	88	疑问、数字	复制   对应素材
6	闯关+逃生，试试你能过几关？	闯关+逃生，智商155卡在39关，能过66关智...	79	疑问、感叹、数...	复制   对应素材
7	逃生+闯关，你能玩第几关？	智商120以上的才能过这关，我过了30关，你...	72	疑问、感叹、数...	复制   对应素材
8	逃生+闯关，你能玩第几关？	智商120以上的才能过这关，我过了30关，你...	72	疑问、感叹、数...	复制   对应素材
9	逃生+闯关，你能玩第几关？	智商120以上的才能过这关，我过了30关，你...	72	疑问、感叹、数...	复制   对应素材
10	3500万玩家在这里玩火！真实三国火攻玩法...		71	感叹、数字	复制   对应素材

## 创意点总结

高频词：红包、赚钱、免费、正版、VIP、领、送

文案创意：

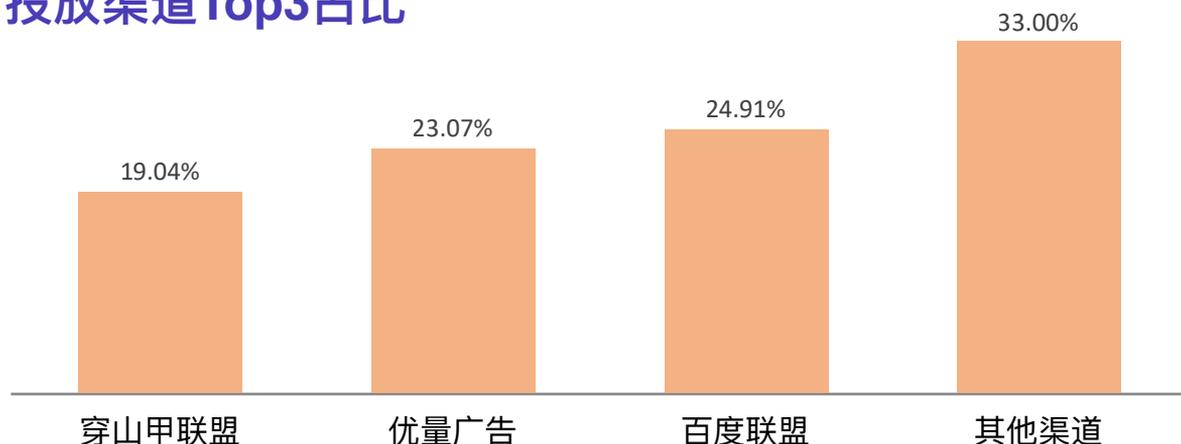
- 1、“红包诱惑”：利用疑问、感叹等语气强调红包、免费等信息，多用数字吸引眼球；
- 2、“装备赠送”：利用数字、感叹语气强调上线即送装备，或礼包码等。
- 3、“激将法”：利用疑问语气和数字激发用户好胜心，例如“智商120以上的才能过关，你能过几关？”



04

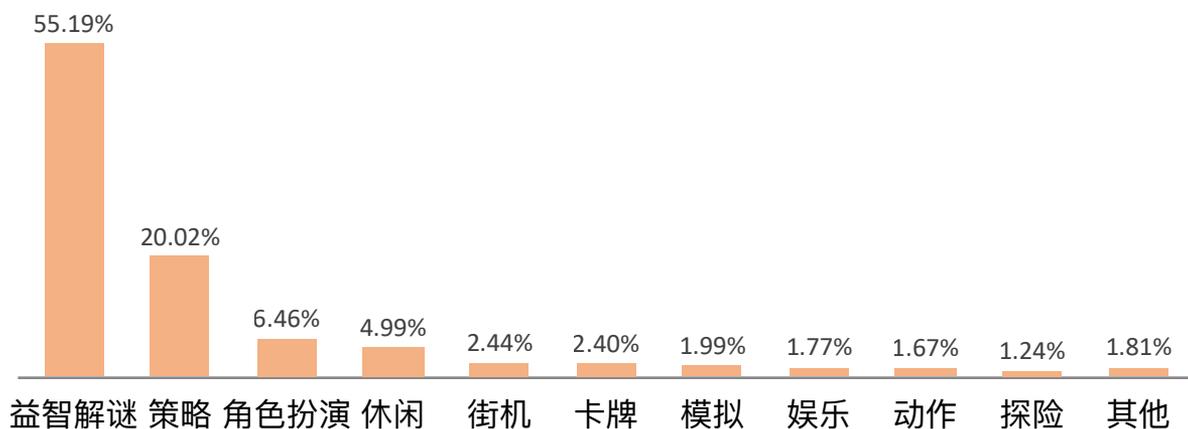
热门素材分析

## 投放渠道Top3占比



BigBigAds本月数据统计显示，投放渠道Top3分别为百度联盟、优量广告和穿山甲联盟。其中，百度联盟占比24.91%。

## 素材类型占比



BigBigAds广告素材数据显示，近一个月，新增广告素材量排名前三的游戏类型分别是益智解谜游戏、策略类游戏和角色扮演类游戏。益智解谜类游戏广告素材占55.19%，策略类游戏广告素材占20.02%，角色扮演类游戏占比6.46%。

益智解谜、休闲、街机和卡牌类游戏体量不大、资金有限，普遍依赖买量进行快速引流，因此这几类游戏的广告素材占据总体素材量的65%。

(接上页)

值得注意的是，本月策略类、角色扮演类（RPG）、模拟类游戏广告素材量增长明显。这可能与大厂进入买量市场有关。但与小体量游戏不同的是，买量并不是大厂游戏的唯一手段。以近期爆红的游戏为例，朝夕光年的《航海王热血航线》、腾讯的《小森生活》为例，买量投入虽然并不低，但与其整体营销策略来看，买量仅为辅助手段。大厂游戏们目前似乎不约而同的选择了以“优质UCG内容“为核心的全渠道营销策略，即通过全渠道营销与买量的协同作用来进行持续的、稳健的引流。



### 热门广告素材分析



三国志战略版：群雄聚集

人有多大胆，火能烧多远！爱煽风点火的列位，游戏里见！

下载

投放周期 :21.05.13 ~ 21.05.14

素材类型 :视频

素材尺寸 :1280 x 720

投放产品：三国志-战略版

创意点：郭德纲名人背书，开头以说书的方式展开，形式新颖，这也符合三国游戏基调，最后从说书画面直接进入游戏画面，十分丝滑。

[查看原广告素材](#)



浮生为卿歌

后宫明争暗斗，姐妹争宠，你能活几集？

立即下载

投放周期 :21.02.24 ~ 21.05.14

素材类型 :视频

素材尺寸 :1280 x 720

投放产品：浮生为卿歌

创意点：展现游戏画面的同时赋予素材剧情。对标宫斗电视剧和小说爱好者，第一人称的模式增加用户代入感，激发用户下载试玩的欲望。

[查看原广告素材](#)

## 热门广告素材分析



无聊不知道玩啥？下载我的饭店，和爱豆一起开餐厅，真香！

[查看落地页](#)

投放周期 :21.04.03 ~ 21.04.26

素材类型 :视频

素材尺寸 :720 x 1280

投放产品：我的饭店

创意点：开头以“UC震惊新闻体”展开，抓人眼球，以新闻的叙述方式讲述新闻主人公为何在手机失而复得后不断收到现金红包，结尾显而易见，因为安装了该游戏。这样的叙述方式十分有创意，拍摄手法都是原汁原味的“社会新闻”。故事逻辑与游戏特点完美融合，让人眼前一亮

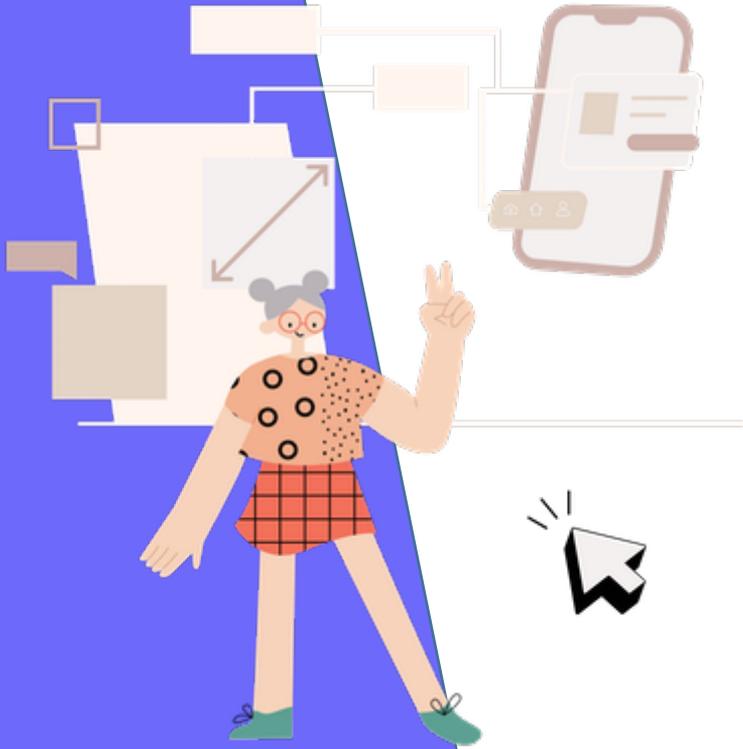
[查看原广告素材](#)

## 创意点总结

1、广告素材形式更加多元。明星/主播不再生硬念口播，而是亲自参与广告素材情景剧演绎，融合游戏画面，广告素材呈现了更加优质的试听效果，用户代入感更强。具体可以参考《三国志-战略版》广告素材。

2、高品质、剧情向游戏MV展示游戏剧情和画面，更适用于游戏自身CG和美术品质较高的游戏。

3、网赚类手游多使用真人情景剧的模式，但套路僵化、同质化严重，很容易给用户造成不好的观感，需寻求突破。



05

总结与趋势

## BigBigAds总结

### 1、买量成本增加，大厂寻求突破

买量作为游戏迅速获客的方式，成为大多数游戏厂商进行引流的第一选择。游戏广告主的不断增加，使游戏买量呈现一种僧多粥少的局面，买量成本逐渐上涨。然而，买量虽能快速获客，却无法进行持续引流。这对于寻求持续、稳健的流量的大厂来说，买量已无法满足他们的要求。

大厂们一面不断提高买量投放质量，一面需求营销策略的突破。请注意，提高质量并不等于提高投放体量。相反，许多大厂发行的手游在买量投放上都相当克制，他们在投放渠道的选择上更加精准，广告素材的制作更加精良。

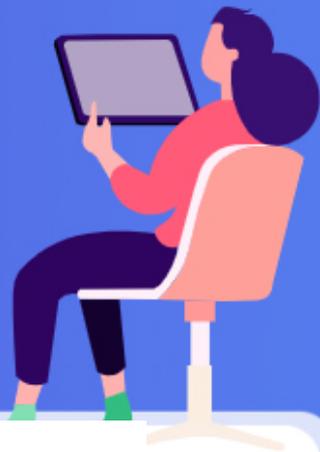
“内容营销”和“全平台的整合营销”成为大厂游戏的营销重点策略。但这种策略背后需要庞大的资源支持，小体量游戏并不适用。

### 2、细分领域成为买量热点领域

在休闲网赚类游戏之外，模拟经营游戏、角色扮演游戏、IP改编游戏、女性向游戏成为近期投放热点。以腾讯为代表的游戏大厂近期加大在二次元游戏、模拟经营游戏、女性向游戏等赛道的投入。在大厂游戏厂商的推动下，这些细分领域或许存在下一个千亿市场。

# 领先的头条广告监测平台

快速掌握行业及竞品投放情报



 BigBigAds

素材数量：84,365K 应用APP：334K

电商品牌：1,208K 游戏APP：125K

**限时福利，参与活动免费领取  
价值59美金会员套餐**

如需转载本报告，请联系BigBigAds

QQ: 273295115

<https://bigbigads.io>

**特别说明：**本报告为 BigBigAds制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护。如有部分文字和数据或图片素材采集于公开信息，所有权为原著者所有。报告内容仅供一般性参考，不应视为针对特定事务的意见或依据。

# THANKS FOR WATCHING

BigBigAds 头条广告情报监测平台

Date: 2021/05/09  
Source: BigBigAds

