

BigBigAds

游戏广告买量周报

2021.01.23 - 2021.01.29

本周看点

头部广告主何以偏爱明星背书?



Date: 2021/02/01

Source: BigBigAds

领先的头条广告监测平台

快速掌握行业及竞品投放情报



素材数量：84,365K 应用APP：334K

电商品牌：1,208K 游戏APP：125K

**现在注册，价值99美金
PRO特权版免费获取**

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。



1月第4周游戏榜单TOP10

#	游戏名称	创意组数	投放渠道	投放设备	投放持续天数	排名变化
TOP 1	三国志-战略版	5906			69	31↑
TOP 2	忍者必须死3	5590			3	--
TOP 3	忍者必须死3	5583			3	--
No.4	疯狂娱乐城	2921			33	2↓
No.5	我的农场	2684			33	4↓
No.6	最强蜗牛	1444			10	--
No.7	成语闯天下	1054			45	4↓
No.8	捕鱼大作战	883			36	48↑
No.9	成语三国	865			58	2↓
No.10	串串火锅	841			21	4↑

据BigBigAds监测的买量榜单数据显示，在近7天的榜单中，TOP10的游戏分为策略、养成、休闲三大类，TOP3的手游分别是：《三国志-战略版》、《忍者必须死3》ios版、《忍者必须死3》-Android版。从整体榜单中不难发现，简单、易玩的休闲类依旧是游戏厂商角逐的重头戏，占据了半壁江山。

排名变化最大的是《捕鱼大作战》和《三国志-战略版》，分别上升了48名与31名，在投的创意组数分别达到了883组与5906组，背靠三国大IP策略类手游《三国志-战略版》买量剧增。值得注意的是，头条系渠道依旧是竞争激烈的广告媒体平台，热门前三渠道分别是穿山甲联盟、皮皮虾、西瓜视频。



1月第4周热推新品游戏TOP10

#	游戏名称	创意组数
TOP 1 	 骏游斗地主	53
TOP 2 	 开心消方块3D	33
TOP 3 	 神将三国-霸业三国策略手游	31
No.4	 夷陵魔祖: 陈情若梦	20
No.5	 火车大亨	4
No.6	 战机: 代号666	3
No.7	 小小庄园	3
No.8	 翻滚吧筋斗云	2
No.9	 猎水部落	2
No.10	 原力指指	2

从BigBigAds监测到的新品买量数据显示，前三的手游分别为棋牌类《骏游斗地主》、消除类《开心消方块3D》、策略类《神将三国-霸业三国策略手游》。从投放的创意数看，量级都不大，应该是处于创意测试阶段。

不难发现，策略类依旧是热投类型，并且呈现紧追《三国志-战略版》的势头，但是没有大力买量，避其锋芒不失为明智之举。



1月第4周热门广告文案TOP10

广告文案	创意组数
“《忍者必须死3》新服”	1.1万
“吴宇森监制，真东方战争游戏！”	5691
“超人气放置手游最强蜗牛”	1439
“答对1个成语≈0.3元，满0.3元就能提现，每天轻松到账几十次！”	508
“每天玩玩游戏就能赚钱，每天都能提现，不信来试试！”	339
“100金币≈1元，0.3元提现，每天进账几十次！”	329
“1元体现，玩一关≈1元，每天都能到账几十次！秒到账！”	299
“1个成语5毛钱，猜得多赚得多，每天5分钟，早饭钱就有了！”	292
“每天玩游戏，轻松赚零花钱，不信来试试！”	273
“刷爆朋友圈的存钱游戏，竟然还能赚钱，0.3元秒体现！”	261

1月第4周策略类手游TOP榜

#	游戏名称	创意组数	投放渠道	投放设备	投放持续天数	排名变化
TOP 1	 三国志-战略版	5949			70	33↑
TOP 2	 我的农场	3104			21	1↓
TOP 3	 神兽农场	400			76	17↑
No.4	 使命召唤手游	370			35	35↑
No.5	 我要养明星	284			23	31↑
No.6	 万国觉醒 - RoK	261			79	13↑
No.7	 全民大丰收	188			16	9↑
No.8	 鸿图之下	139			62	48↑
No.9	 这不是三国	103			67	45↑
No.10	 骰子战争	98			22	71↑

根据BigBigAds监测到的策略类手游榜单数据显示，经典策略类手游《鸿图之下》排名提升最高达48名，并且三国策略类手游《三国志-战略版》和《这不是三国》的排名提升也非常明显，可见策略类在本周竞争激烈。

另外，模拟类在本周也表现非常可观，排名TOP2的是《我的农场》，是一款休闲益智的模拟经营类手游，投放仅仅21天，创意组数达到3104。排名TOP3的是《神兽农场》，它是一款模拟养成类手游，投放76天，排名上升了17，创意组数达到了400。

从TOP的手游来看，头条系媒体渠道依旧是热门渠道，尤其是穿山甲联盟。



1月第4周策略类手游广告文案TOP10

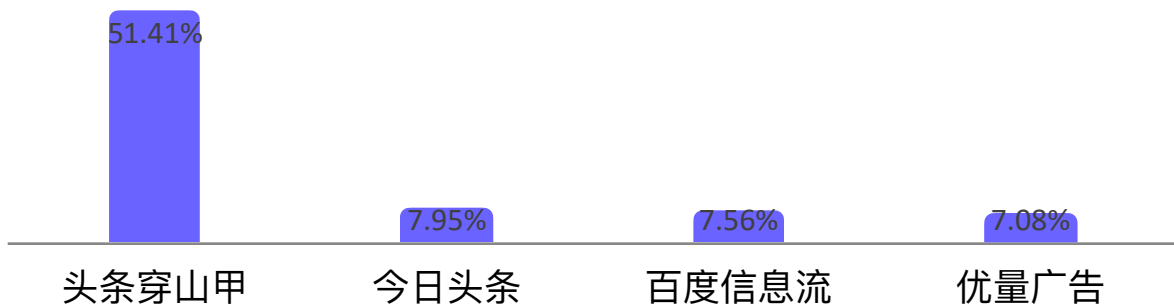
#	文案	创意组数	对应素材数	所有文案类型
1	吴宇森监制，真东方战争游戏！ 吴宇森监制，真东方战争游戏！	5692	1	感叹
2	首富特烦恼 开局一个小老板，你会如何选择秘书，打造财富帝国？！	616	117	疑问、感叹、数字
3	《万国觉醒》今日公测中！福利兑换码记住了！RoK0923RoK	579	244	感叹、数字
4	2020全新SLG大作，即时战略，30V30超大规模战场，千人同...	426	182	数字
5	别人玩游戏花钱,我玩游戏赚钱!老铁,快上幸福餐厅开启赚钱之... 别人玩游戏花钱,我玩游戏赚钱!老铁,快上幸福餐厅开启赚钱之...	386	132	感叹
6	万国战场由你执掌!G.E.M.邓紫棋鼎力推荐!2020年度SLG大作!	371	159	感叹、数字
7	首富特烦恼 开局就是小老板，运用商业思维，搞投资，选秘书，成为亿万...	357	58	感叹
8	开局一颗蛋，孵化出什么全看脸 开局一颗蛋，孵化出什么全看脸	295	6	数字
9	宅家躺床领红包，动动手指，全额提现，到账快！ 宅家躺床领红包，动动手指，全额提现，到账快！	272	107	感叹、免费
10	每天种菜等成熟，10秒成熟即可兑换现金红包，秒到账！ 每天种菜等成熟，10秒成熟即可兑换现金红包，秒到账！	252	99	感叹、数字、免费

根据BigBigAds监测到的爆款文案数据显示，本周策略类手游TOP10文案主要是感叹+数据的主基调为主，另外“免费”也是一大特色玩法。其中出现的高频词是“开具...”、“公测”、“体现到账”、“赚钱”，这些核心词更能迎合用户的心理，体现到账快是广告主百试不爽的买量秘诀。



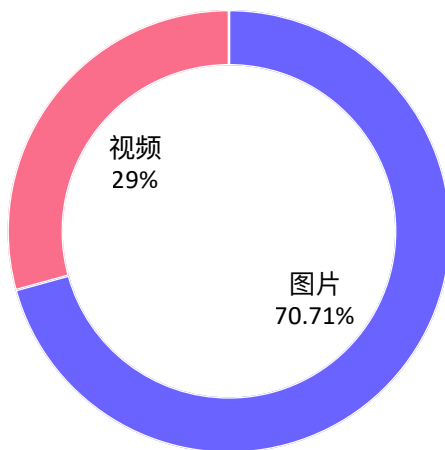
热门游戏投放分析 HOT GAME ANALYSIS

1月第4周投放渠道TOP4



根据BigBigAds监测的数据渠道数据显示，本周投放渠道TOP4分别为头条穿山甲、今日头条、百度信息流以及优量广告。其中，头条穿山甲在所有投放渠道中占比超过50%。

1月第4周投放素材创意类型占比



根据BigBigAds监测的广告素材数据显示，图片类型创意素材为主要买量类型，占比约70.71%，视频类素材创意占比约29%。



热门策略类手游广告分析 HOT SLG AD ANALYSIS

1月第4周热门广告素材案例分析



曝光量:11.3M

创意指数: 999

尺寸: 1280 x 720

投放渠道: 百度信息流、全民小视频

[查看原广告素材](#)

创意点: 高晓松为《三国志-战略版》背书, 对于“三国迷”而言, 名嘴点评给产品带来了曝光和口碑上的传播。



曝光量: 0.5M

创意指数 :382

尺寸 :1280 x 720

投放渠道: 抖音视频、今日头条

[查看原广告素材](#)

创意点: 陈赫为《万国觉醒》背书, 通过访谈对话方式展现手游产品的特点和趣味, 凭借陈赫在抖音上的巨量粉丝, 给产品带来巨大的曝光量。



1月第4周爆款广告文案案例分析

“无当飞军？白马义从？三国特种部队你想要哪个？”

问句方式带用户进入思考，引发用户的兴趣，迎合了玩家的喜好，问句是常用的文案方式，直接戳中用户的心理。

[查看原广告素材](#)

“三国还得国人做！光荣社长折服，国人团队打造7年《三国志》新作”

直接针对国内三国迷而设置，意在告知三国迷玩家，国粹文化版的三国游戏出来了，并且产品也经过了不断的打磨已经非常的完善。

[查看原广告素材](#)

“《万国觉醒》今日公测中！福利兑换码记住了！RoK0923RoK”

常见的广告文案套路，直接通知方式告知游戏处于公测中，潜在意思是告诉用户名额有限，并且直接给出福利兑换码，促使用户下载领取。

[查看原广告素材](#)

THANKS FOR WATCHING

BigBigAds 头条广告情报监测平台



Date: 2021/02/01

Source: BigBigAds