

游戏行业案例汇总

目 录



行业介绍



解决方案



案例分享

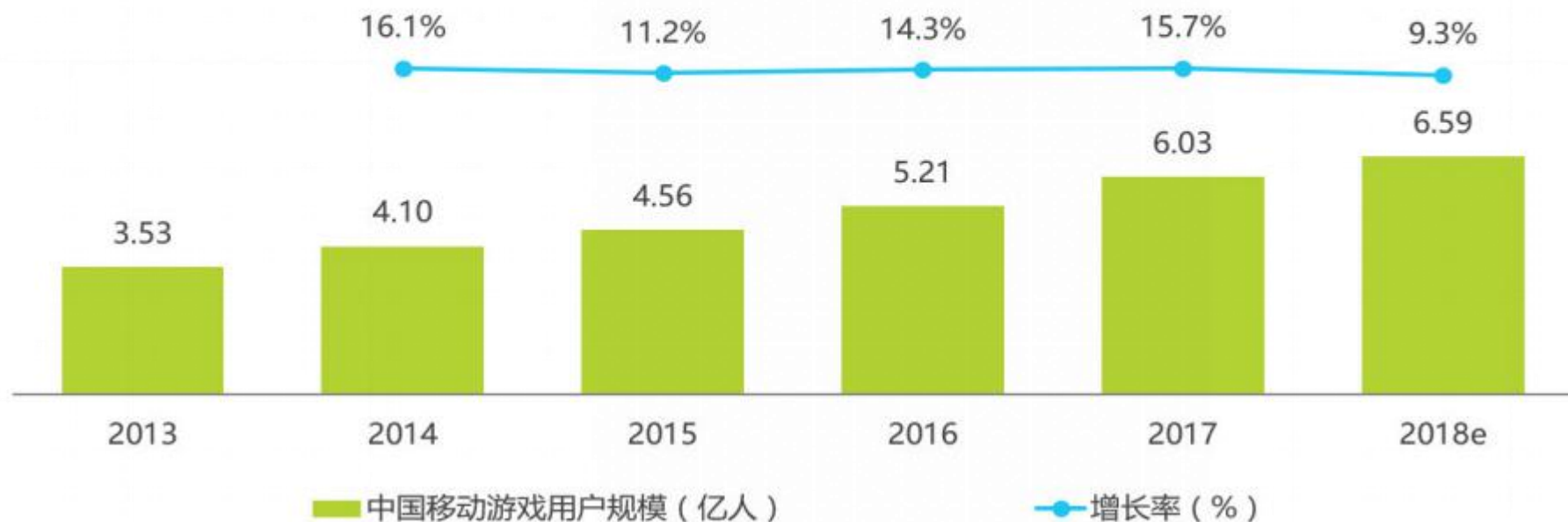


2011-2020年中国移动游戏市场规模



2017年移动游戏市场规模约1489.2亿，同比增长45.6%。虽然增长率继续下滑，但市场整体仍保持这一个良好的平稳上升态势。从2017年初开始，《王者荣耀》突然发力，不仅迅速成为一款现象级产品，而且保持了相当长的生命力，期间也转化了许多新的移动游戏用户，长期来看，这对整个移动游戏市场都有着促进作用。同时因为受“独立游戏精神”的影响，移动游戏越发趋向于高质量、精品化，而用户的付费习惯、正版意识也已经形成。只要游戏本身足够优秀，即便是强付费游戏，用户也愿意为其买单。

mUserTracker-2011-2017年中国移动游戏用户规模



2018年移动游戏用户规模约6.59亿人，在人口红利几近消耗殆尽的情况下，增长率仍高于9.3%。这主要取决于移动游戏的社交属性在2017年得到了放大，通过社交平台的传播，吸引了大量的非移动游戏用户。艾瑞分析认为，移动游戏在社交平台的辅助下，无论是优点还是缺点，都会被放大。所以认真打磨过的高品质游戏，才能在这个时代中脱颖而出。

中国游戏市场并购情况一览

	买方数量	标的数量	并购金额（亿元）	涉及移动游戏比例（%）
2013年	19	26	201.01	44.1%
2014年	26	33	218.05	87.0%
2015年	30	52	456.36	94.2%
2016年	37	30	426.6	97.9%
2017年	47	60	536.19	86.7%

移动游戏资本市场在经历了2016年的小幅下滑后，2017年逆势上涨，重新受到了资本市场的追捧。浙江金科娱乐文化在年初就完成了全年最大的一笔收购案：斥资73亿元收购英国移动游戏开发商Outfit7，旗下拥有知名游戏产品《会说话的汤姆猫》。卧龙地产于3月份拟案花费53.3亿元收购卡乐互动，虽然最终未能如愿，但也可以看出资本市场对于休闲社交类游戏的重视。

目录



行业介绍



解决方案



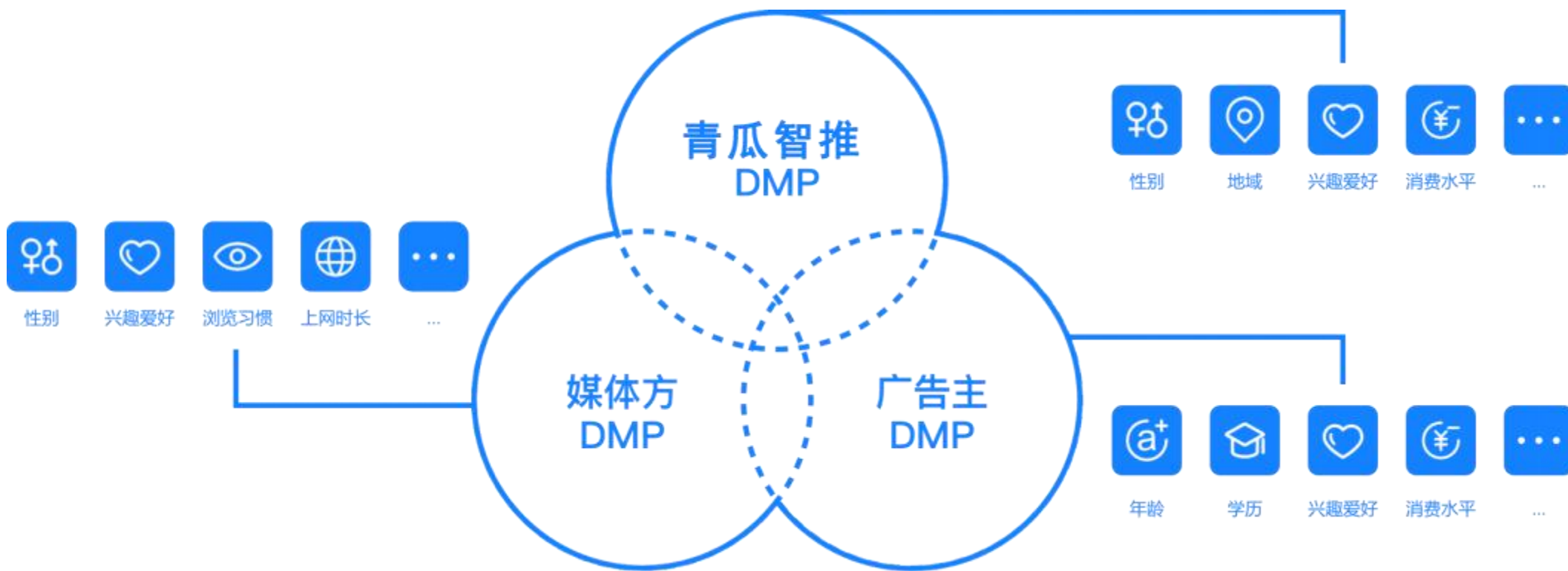
案例分享





平台独有数据能力数据

三方DMP整合 打破数据孤岛



互通互联 数据整合

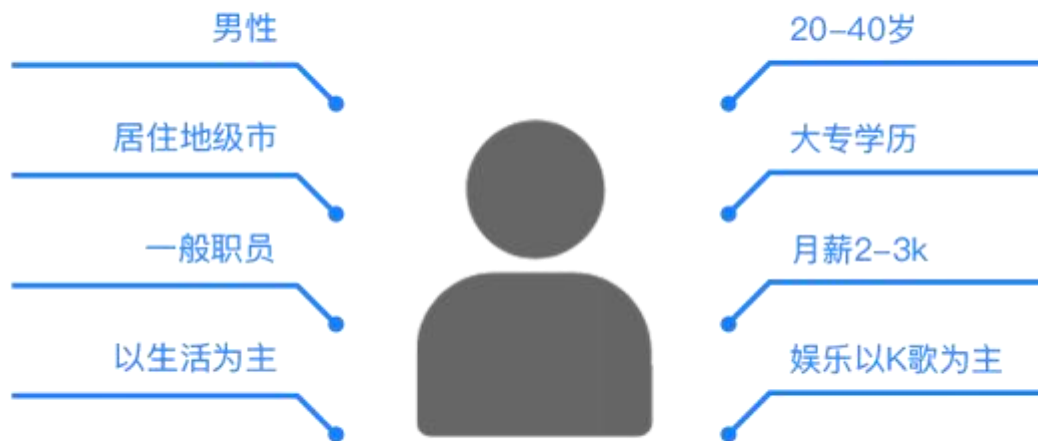
多维数据画像 用户更清晰 **50+** 维度精准触达

用户属性

性别 学历
年龄 婚否
地域

行为兴趣

图书 资讯
购物 上网
音乐 金融



时空场景

网络环境 差旅
线下购物 定位
店铺点评 用餐

社交图谱

订阅咨询 名人
粉丝互动 游戏
关注行业

数据真实可见——全面支持lookalike人群扩散算法



种子用户群



多维度分析种子用户



寻找扩展相似用户群

- 根据初期投放的种子用户，进行多维度的标签分析、特征提取，构建目标用户画像
- 根据目标用户画像进行潜在目标用户挖掘扩展

目录



行业介绍



解决方案



案例分享





产品背景：

网易推出的一款2.5D-MMORPG手游，游戏以“镇魔”为主题，打造了八部众的职业体系

营销目标：

iOS下载激活成本

Android 下载激活成本

推广效果：

点击成本：6.05-7.67

日均激活：500-600

单日激活数最多：3665

激活均价：100左右

投放策略：

以九宫格/视频的微博信息流为主，前期针对男性用户，分素材投放，定向重度游戏人群，以及指定账户粉丝。后期优化素材，采用九宫格模式，定向喜欢动漫游戏的女性用户。在到达第二阶段，开始用oCPM模式进行投放。

神兽超时代



产品背景：

《神兽超时代》梦幻铁拳是一款3D立体视觉的卡牌对战手游，这款游戏加入了全新的玩法，热血激情的大乱斗给各位玩家带来全新的游戏体验。

营销目标：

考核注册成本以及ROI

投放资源：

抖音短视频

推广效果：

注册成本达标50-60

投放策略：

分析产品特点，针对男性用户，对神奇宝贝游戏感兴趣的，年龄16-30岁，前期测试风格不视频素材，比赛类，抽卡类，角色弹窗类，对比素材成本分析，配合强引导文案，提升游戏相关度。



产品背景

传奇类游戏是典型的动作RPG，既动作操作为核心体验+丰富成长交互周边乐趣的有机结合

营销目标：

下载激活成本

推广效果：

CPC：30~50 元

互动成本：0.3~0.5 元

激活成本：70~120元

投放策略：

多尝试微博广告新资源位，例如博文下方banner、评论页card等位置选取主流大尺寸明星、情怀向素材全量覆盖。广告定向结合用户画像的特点以成年男性为主（男性-25-45岁-角色扮演、游戏动漫及付费定向如汽车房产、金融）。广告素材突出游戏感，强调画质、玩法、数值表现。



产品背景

网易游戏的第一款写实类吃鸡手游，游戏画面非常领先，独创声音显示系统，百人跳伞争霸

营销目标：

下载激活成本

推广效果：

点击成本：7~9元

激活成本：15-20元

激活率超过50%

投放策略：

初期文案重点突出这是一款真实吃鸡，手游素材主要以官方宣传视频和图片为主。充分信任IP的强悍性，以通投男性为主。后期加上品牌背书、实录素材、官方推荐以及继续对比。



产品背景

果汁四溅是一款将经营与养成进行创新结合的休闲消除手游。游戏画面精美，内容丰富，能够给每一个体验的玩家带来难忘的消除乐趣

营销目标：

KPI10块

推广效果：

点击率：0.55%

互动率：0.56%

激活成本：10元以内

投放策略：

前期按照客户要求，以大图投放为主，成本过高，后期优化素材，采用九宫格的形式，定投女性，年龄在15-45，喜欢游戏动漫、综艺娱乐，以及制定账号投放，控制成本。



产品背景

美漫全明星放置卡牌手游！科幻末世废土风格，搞怪画风，酷炫的科技技能，休闲挂机玩法，可以克隆出各种各样的历史英雄明星大腕，抗击邪恶的克隆军团

营销目标：

考核iOS激活成本

推广效果：

激活成本80-100

投放策略：

前期抓住可克隆历史英雄的亮点，通过竖版广告位置测试各类型视频素材，测出“进阶合成”素材为最优；中期通过最优素材进行主信息流扩量，定向男+18-40岁+兴趣游戏；后期通过“oCPM”的出价方式快速扩量，稳住成本。



产品背景

《加速超变》是一款热血激情的大型传奇MMORPG手游，精致复古的游戏画面，炫酷的对战场景，以及激动人心的背景音乐，仿佛回到了十六年前的热血传奇时代，经典不变的三大传奇职业，再现了经典大型多人即时PK时代

营销目标：

考核iOS激活成本

推广效果：

激活成本40左右

投放策略：

前期使用明星素材吸引玩家眼球，增加点击率和互动率，提升转化率；中后期制作拍摄真人素材进行投放，以利益为突破口，利用“工资条”体现游戏亮点，同时以解说角度切入游戏画面，激发用户兴趣度，从而达到扩量以及稳住成本的目的。

网服/电商



游戏



品牌



联系我们，获取更多成功案例



www.iqingua.com



18205969981



314073954