

AppGrowing' 国际版

游 海

移动广告创意与策略 白皮书

2024 Q1

目录

数据说明及版权声明

01. 主要发现与结论

关键点：大盘总览	02
关键点：案例解读	03

02. 海外手游市场现状与发展趋势

海外手游广告投放趋势	-07
海外手游广告主要流向	08
第一季度手游出海大事件	09
第一季度海外手游推广榜	11
海外头部手游广告主竞争格局	12
游戏出海广告趋势：混合休闲崛起	14
游戏出海广告趋势：副玩法买量策略	15
游戏出海广告趋势： AI 带来的创意工作流变革	17
游戏出海广告营销困境	19

03. 构建游戏出海移动广告策略分析体系

助力出海企业构建全球移动广告策略分析体系	21
厂商全球布局策略全洞察	22

目录

03. 构建游戏出海移动广告策略分析体系

全营销周期阶段分析法	-----	23
广告创意精细化分析	-	25

04. 海外手游营销案例研究

4399 《菇勇者传说(韩服)》	--	28
网易游戏《蛋仔派对(国际服)》	--	31
三七互娱《小妖问道(国际服)》		34
Wildlife Studio《Gilded Gardens》		37
Gravity 《Ragnarok Origin:ROO》		40



海外手游市场 现状与发展趋势

海外手游广告投放趋势

第一季度海外手游广告市场呈现活力与增长势头

2024年第一季度，AppGrowing 监测到约3.6万款手游 App 在海外市场投放了广告，这一数字同比2023年第一季度提升了25.8%，环比2023年第四季度增长了3.3%。

其中，约1.3万的手游为首次投放广告，环比低于2023年第四季度，但相较于2023年第一季度仍有一定的增长，

尽管第一季度可能不是大多数游戏公司选择发布新游的首选时间，但两组数据整体上仍显示出海外手游市场的活力和增长势头。手游市场的竞争日益激烈，厂商要想在市场上脱颖而出，需要更多的创新和差异化策略，包括更高效的广告投放和更创新的广告创意素材。

海外市场在投手游数量趋势



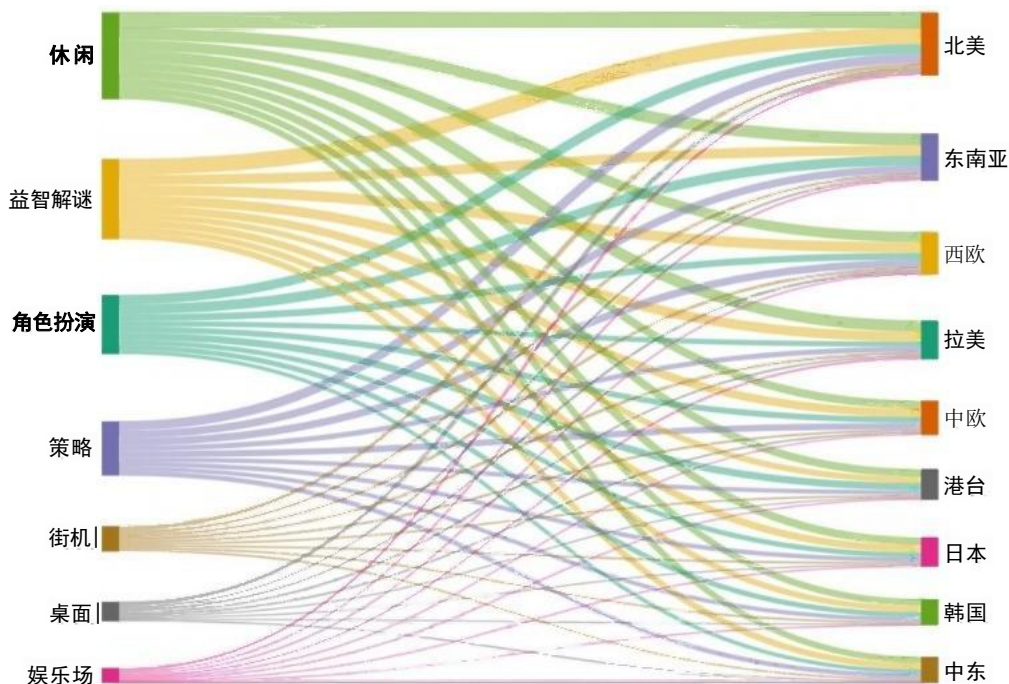
海外手游广告主要流向

休闲手游聚焦欧美，拉美成为手游广告新热点

在对7个主要手游类别的海外广告流向进行统计和分析后，我们发现，北美玩家是休闲、益智解谜和策略类手游的重要目标群体。同时，东南亚市场是角色扮演类手游广告流向最多的市场，这一趋势可能与该地区玩家对沉浸式游戏体验和丰富故事背景的偏好有关。另一方面，北美和西欧市场的数据表现出了对休闲和益智解谜类手游的热爱，尤其是在北美市场，单是休闲和益智解谜这两个类别就占到了整体广告量的近半数。

拉美市场的总广告量超过中欧、港台等市场，位列北美、东南亚、西欧之后，成为全球手游广告投放的主要目的地之一，反映出手游产业对拉美地区日益增长的重视。

主要手游类别海外市场广告流向



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/858047010014006057>