

The logo for App Growing, featuring the text "App Growing" in a sans-serif font. The letter "G" is stylized with a blue and purple gradient and a circular arrow-like shape around it. The background of the entire page is white with abstract, overlapping curved bands in shades of purple and teal, and a large blue arrow pointing upwards and to the right.

# 全球移动广告 市场营销策略白皮书 2025 H1

# 数据说明及版权说明

## 数据说明

本报告的移动广告相关数据来源于专业的全球移动广告策略分析平台 AppGrowing 国际版 (appgrowing.net) 所追踪移动广告情报, 统计时间为 2025 年 1 月 1 日至 6 月 30 日, 数据覆盖全球主流流量媒体、涉及 50+ 个国家及地区, 具体数据指标参考各页标注。

本报告中的投放排行榜均以移动广告投放数作为排名的依据, 不涉及 SEM 广告, 广告投放数来自于 AppGrowing 全球实时采集, 仅供参考。

## 版权声明

本报告由有米云旗下 AppGrowing 出品, 报告中所有的文字、数据、图表均受有关商标和著作权的法律保护。部分数据、文字或图片素材采集于公开信息, 仅为说明问题之引用, 所有权为原作者所有。

未经允许, 不得以任何形式或手段复制、抄袭、影印、翻译本报告的任何部分。凡转载、摘编或利用其它方式使用本报告文字、数据、观点的, 应注明“来源: AppGrowing”, 同时不能删减或改写内容。

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。

## 关键要点：大盘总览

### 手游投放稳中有增，新兴市场与混合变现成破局关键

- ◆ 2025 年上半年，海外在投手游整体呈现稳定增长的态势，新投放游戏表现尤为活跃，第二季度超 2.2w 款手游为首次投放，反映出游戏厂商面对广告市场仍保持积极的投放态度。
- ◆ 欧美市场依旧是流量争夺的焦点，但随着市场竞争的加剧，存量产品和新品为了获取新的增量，开始将目光投向拉美、东南亚和中东等高速增长的新兴市场，从而推动全球流量竞争进一步升温。
- ◆ 头部流量市场被轻中度产品把持，其中休闲类和益智解谜类是投放主力，中重度产品则由 SLG 领跑。中国厂商在中重度品类、尤其是策略类表现较为出色，产品几乎主导了策略类头部流量市场的竞争。
- ◆ 混合变现已经成为主流商业模式。在存量竞争时代，除了寻找新的增量，从商业模式上拓展产品的变现能力，也是打破僵局的思路之一。

### 非游应用投放趋向稳定，AIGC 持续火热

- ◆ 2025 年上半年，在投应用数量和新投放应用数量的季度变化均不明显，海外非游应用广告市场整体保持平稳的发展趋势。
- ◆ 从广告体量看，中东、东南亚、拉美三个地区已经达到北美、西欧等 T1 国家市场的水准。加大对新兴市场的广告投入，同样成为非游应用解决流量焦虑的选择。
- ◆ 短剧类、小说类应用主导了 2025 年上半年海外头部流量市场的竞争，且多款产品出自中国厂商之手。AIGC 依旧是互联网热点，而聊天机器人和内容生成则是当下 AI 技术落地和实现商业化的主流探索方向。

# 目录

- 1 海外手游市场现状与发展趋势**
- 2 海外手游重点类别赛道竞争洞察**
- 3 移动广告策略分析体系新升级**
- 4 海外手游厂商及产品营销案例研究**
- 5 海外应用市场现状与发展趋势**
- 6 海外应用重点类别赛道竞争洞察**
- 7 海外应用产品营销案例研究**

1

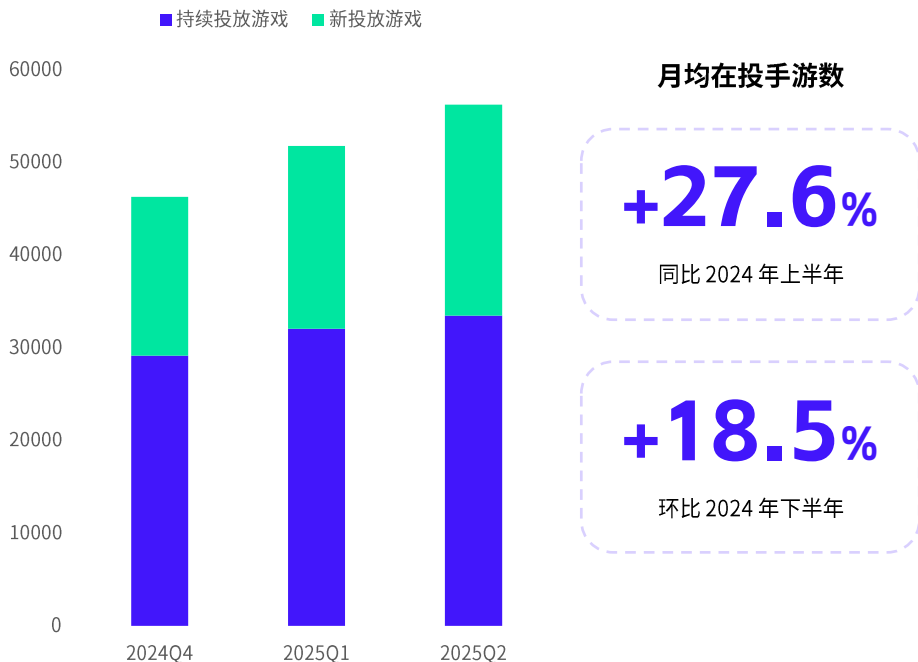
# 海外手游市场 现状与发展趋势

# 海外手游广告投放趋势

在投手游数保持稳定增长，月均在投数同比增长27.6%

- ▶ 2025年上半年，海外手游市场保持稳定增长的势头。根据 AppGrowing 数据监测，一季度在投手游数量达5.1w，到了二季度这一数据增长至5.6w。
- ▶ 新投放游戏数同样呈现增长趋势，二季度有超过 2.2w 款手游为首次投放，相较一季度环比增长15%，反映出游戏厂商面对广告市场仍保持积极的投放态度。在“买量”成为常规获量手段的趋势下，能否在持续投放中找到更高的转化效率和用户留存，将成为制胜关键。

## 海外市场在投手游数量趋势

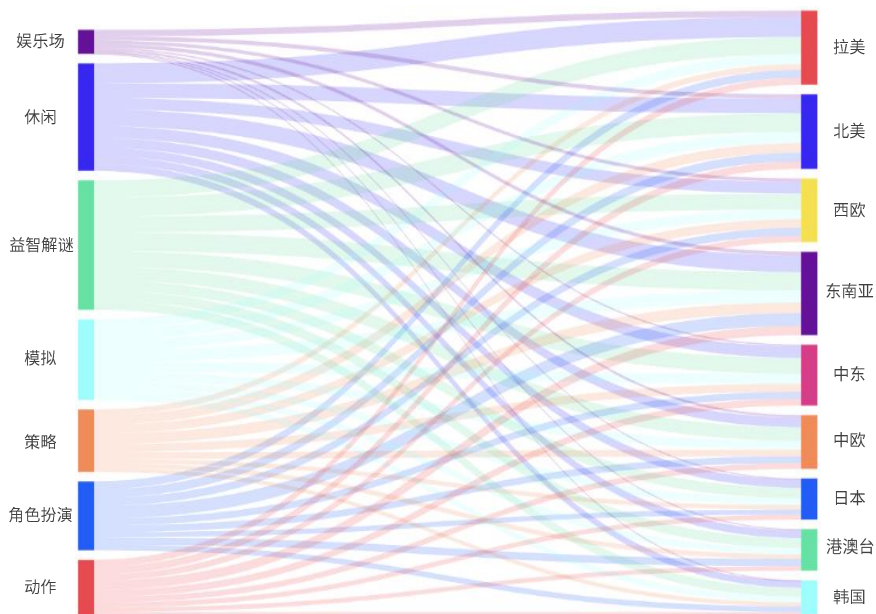


# 海外手游广告主要流向
















## 新兴市场成为休闲品类新的流量掘金地
















- 从 7 个主要手游类别的海外广告流向统计来看，拉美市场成为休闲类买量最主要的市场，上半年广告量已超过北美市场；而益智解谜类在聚焦欧美市场的同时，加大了对拉美、中东和东南亚等新兴市场的流量争夺力度。
- 拉美、东南亚的总广告量已经超越西欧、日韩和港澳台地区，进一步反映出手游产业对新兴市场的重视。随着全球化进一步发展，欧美日韩等高价值主流市场的竞争白热化，新兴市场成为手游厂商寻求市场增量的主要目标，未来这些市场的流量竞争将越来越激烈，更加考验厂商的投放和变现能力。

## 主要手游类别海外市场广告流向



# 2025 上半年海外手游推广榜

图标	游戏名称 & 开发者
01	 <b>Braindom</b> Matchingham Games
02	 <b>Brain Who? Tricky Riddle Tests</b> Teos Oyun
03	 <b>Evony</b> TOP GAMES INC.
04	 <b>One Line: Drawing Puzzle Game</b> Kidding Box Studio
05	 <b>Vita Mahjong</b> Vita Studio.
06	 <b>Jigsawscapes® - Jigsaw Puzzles</b> Oakever Games
07	 <b>Gardenscapes</b> Playrix
08	 <b>Fishing Clash: Sport Simulator</b> Ten Square Games S.A.
09	 <b>The Grand Mafia</b> Phantix Games
10	 <b>Paint by Number Coloring Game</b> Oakever Games
11	 <b>Lords Mobile</b> IGG SINGAPORE PTE. LTD.
12	 <b>My Puppy Daycare Salon</b> Lion Roar
13	 <b>PUBG MOBILE</b> Level Infinite
14	 <b>Qblock</b> Oakever Games
15	 <b>Daughter Jini Babysitter care</b> Lion Roar

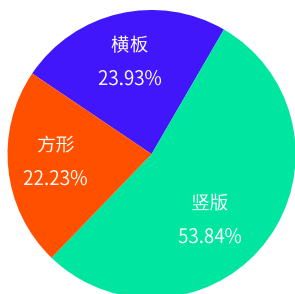
图标	游戏名称 & 开发者
16	 <b>Tile Explorer: Tiles Clear!</b> Oakever Games
17	 <b>Township</b> Playrix
18	 <b>MONOPOLY GO!</b> Scopely, Inc.
19	 <b>Block Blast!</b> HungryStudio
20	 <b>Zen Color - Color By Number</b> Oakever Games
21	 <b>Viking Rise</b> ABIGAMES PTE. LTD
22	 <b>Riddle Test: Brain Teaser Game</b> Kidding Box Studio
23	 <b>My Cruise</b> EYEWIND LIMITED
24	 <b>Homescapes</b> Playrix
25	 <b>Fishdom</b> Playrix
26	 <b>Whiteout Survival</b> Century Games Pte. Ltd.
27	 <b>Zen Word® - Relax Puzzle Game</b> Oakever Games
28	 <b>Bingo, Real Money Games: MPL</b> RummyGoldStar
29	 <b>princess phone game</b> Lion Roar
30	 <b>Hero Wars: Alliance Fantasy</b> Nexters Global LTD

# 海外手游广告素材特征

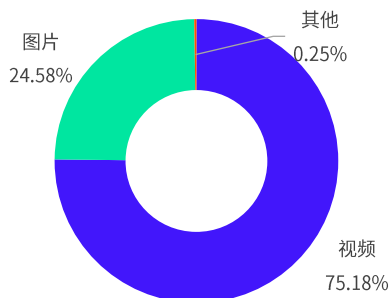
## 竖版视频为最主要的素材类型，混合变现已是主流

- 毫无疑问，竖版视频已成为最主要的广告素材类型。AppGrowing 数据显示，竖版规格的素材占比达 53.84%，而视频素材的占比达 75.18%。而在用户娱乐时间碎片化趋势以及短视频影响下，16~30s 的视频时长成为主流。
- 从广告受众属性角度来看，海外手游市场的广告受众仍以男性为主，不过女性(>50%)的广告素材数量紧随其后，整体而言手游广告的广告受众面向并不绝对。广告变现方式方面，混合变现已是主流，广告占比远超其他两个类型。

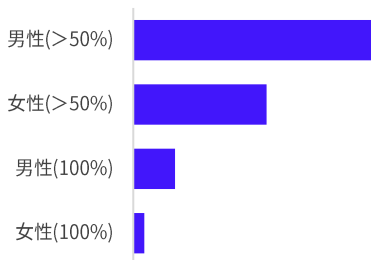
### 海外手游广告素材比例



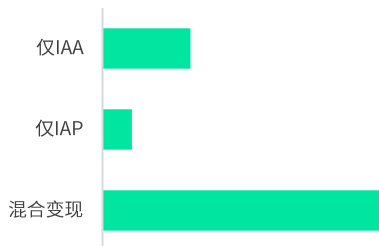
### 海外手游广告素材类型



### 海外手游广告受众性别分布



### 海外手游广告变现方式分布



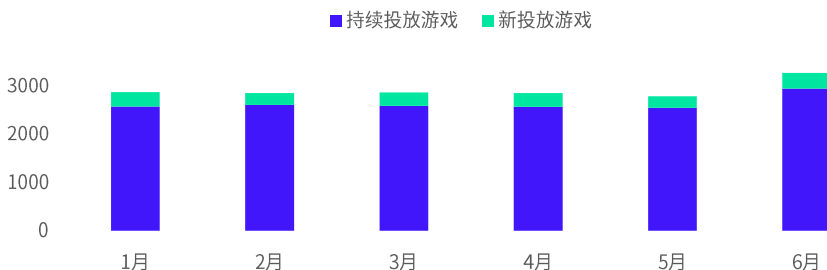
# 2 海外手游重点类别 赛道竞争洞察

# 角色扮演 | 手游广告趋势洞察

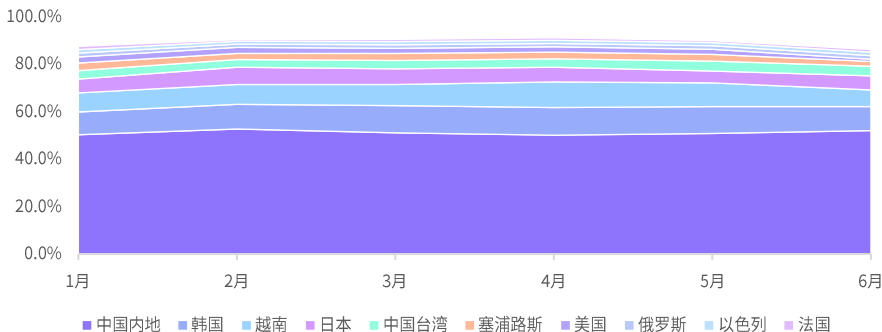
## 新品上线节奏平缓，中国开发者为流量竞争主力

- 作为海外手游市场主流重度品类之一，角色扮演类向来都是国内游戏出海的重点关注对象。2025 上半年，海外每月在投角色扮演手游数量保持在 2700 款以上，且持续投放的产品占比在 90% 以上，反映出买量仍是角色扮演类的常规获客手段。
- 从发行商来源地区的角度看，中国内地厂商对该赛道依旧展现出极大的热情，每月广告量 Top500 角色扮演类手游发行商当中，中国内地厂商的占比均超过 50%，显示出极强的赛道统治力。在这之外，韩国、越南是中国厂商在角色扮演类市场最主要的竞争对手。
















### 海外角色扮演类手游在投产品与新投产品数量趋势


















### 海外角色扮演类手游广告量 Top 500 手游发行商来源地区前十



# 角色扮演 | 海外手游推广榜

图标	游戏名称 & 开发者
01	 My Puppy Daycare Salon Lion Roar
02	 princess phone game Lion Roar
03	 My Toy Set Mobile Game AuraEffects
04	 Puppy pet care salon game Pinky Pig Game
05	 Hero Wars: Alliance Fantasy Nexters Global LTD
06	 Sword Master Story SuperPlanet
07	 Ragnarok M: Classic Gravity Interactive, Inc.
08	 Ragnarok Idle Adventure Plus Gravity Game Hub PTE. LTD.
09	 Cute Cat Care and Babyshower Lion Roar
10	 Cute Girl Daycare & Dress up BlackAtom Games
11	 MythWars & Puzzles Karmagame HK Limited
12	 Top War: Battle Game RiverGame
13	 Newborn puppy babyshower AuraEffects
14	 Endless Grades: Pixel Saga Lightcore Games Limited
15	 Animal Rescue Care AuraEffects

图标	游戏名称 & 开发者
16	 Lineage2M NCV GAMES PTE. LTD.
17	 Top Heroes: Kingdom Saga RiverGame
18	 AFK Journey FARLIGHT
19	 Capybara Go! Habby
20	 CookieRun: Kingdom Devsisters
21	 第七天災 SPGFun
22	 I9: 인페르노 나인 - 만국 총력전 Leniu Technology Co., Limited
23	 Ever Legion WESTLAKE TECHNOLOGIES CO., PTE. LTD.
24	 Baby Phone: Fun Games for Kids UVTechnoLab
25	 神諭：魅影冰姬 Sky Entertainment Network Limited
26	 Princess house cleaning Repair Gravity Game Studio
27	 幻獸傳說M SP-Game
28	 Ragnarok X: Next Generation Gravity Game Hub PTE. LTD.
29	 Tower of God: NEW WORLD Netmarble Corporation
30	 MU Immortal Kingnet Technology Limited

# 角色扮演 | 手游广告创意洞察

## 深受流行短视频趋势影响，主流市场用户偏好鲜明

- 角色扮演类是海外手游市场的主要重度品类，并持续表现出高价值和足够的市场潜力。不过，RPG 品类有着较为鲜明的区域性，这也影响到广告素材创意的输出。相对而言，欧美用户偏好暗黑类、冒险类的题材和艺术风格，且本土英雄 IP 有着较大的号召力；港台以及日韩市场的广告创意则更多使用流行短视频热点来吸引观众，整体呈现更加快节奏、轻度化、碎片化。

### 北美市场

IP 情怀

+

真人主播推介



#### 创意内容：

游戏本身为漫威 IP 衍生作，这一 IP 在欧美市场具备较高的号召力，因此广告素材内容围绕 IP 人气角色输出。

Twitch 等平台在欧美市场的流行，游戏玩家乐于观看游戏直播，因此使用真人主播推介的形式，可以进一步增加信服度与吸引力。

### 港台市场

短视频模板

+

游戏内容展示



#### 创意内容：

与内地市场接近，TikTok、小红书等内容平台在港台市场十分流行，因此这些平台流行的内容形式同样能够迅速抓住用户注意力。

该广告素材使用了当下常见的新闻短视频形式，将游戏卖点与玩法展示融入，达到原生广告的效果。

### 日韩市场

现实情境前 3 秒

+

休闲副玩法



#### 创意内容：

日韩市场同样深受短视频流行影响，一些引人注目的短视频片段多被用于广告开头，以快速吸引观众注意力。

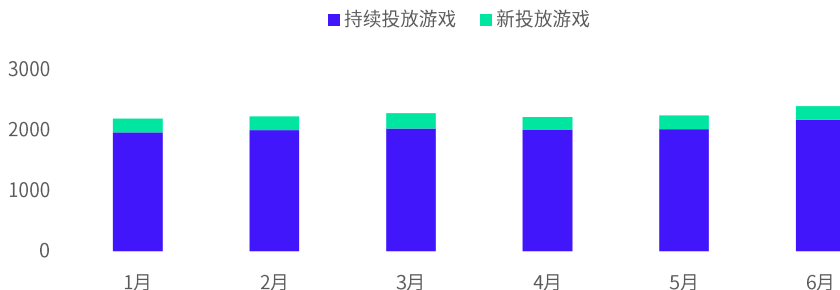
这则广告素材不仅使用短视频片段作为片头前三秒，且该内容与后面衔接的休闲副玩法元素相关，由“现实情境中的砍竹子”转向“游戏内使用竹子战斗”。

# 策略 | 手游广告趋势洞察

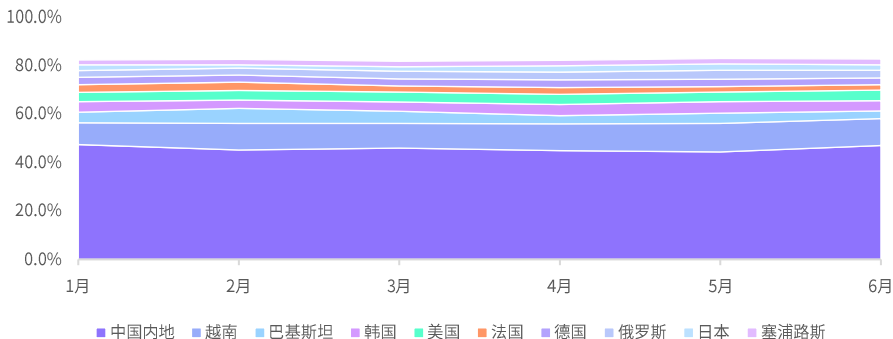
## 产品竞争格局稳定，头部开发者拿下大部分市场份额

- 策略类一直是海外营收主力。与角色扮演类相似，海外策略类手游广告市场整体较为稳定，每月在投产品数保持在 2200 款左右，且持续投放的产品占比同样在 90% 以上，头部市场固化明显。
- 策略类也是中国厂商出海的主要吸金品类，且有着极大的市场优势。2025 年上半年，广告量 Top500 策略类手游发行商来源统计中，中国内地厂商的占比保持在 40% 以上。
















### 海外策略类手游在投产品与新投产品数量趋势


















### 海外策略类手游广告量 Top 500 手游发行商来源地区前十



# 策略 | 海外手游推广榜

图标	游戏名称 & 开发者
01	 <b>Evony</b> TOP GAMES INC.
02	 <b>The Grand Mafia</b> Phantix Games
03	 <b>Lords Mobile</b> IGG SINGAPORE PTE. LTD.
04	 <b>Viking Rise</b> IGG SINGAPORE PTE. LTD.
05	 <b>Whiteout Survival</b> Century Games Pte. Ltd.
06	 <b>Mafia City</b> Phantix Games
07	 <b>Lands of Jail</b> SINGAPORE JUST GAME TECHNOLOGY PTE. LTD.
08	 <b>Doomsday: Last Survivors</b> IGG SINGAPORE PTE. LTD.
09	 <b>DC: Dark Legion™</b> FunPlus International AG
10	 <b>Kingshot</b> Century Games Pte. Ltd.
11	 <b>Last War: Survival</b> FUNFLY PTE. LTD.
12	 <b>Magic Chess: Go Go</b> VIZTA PTE. LTD.
13	 <b>Idle Heroes</b> DHGAMES
14	 <b>Excavator Crane Driving Sim</b> Ketchup Sports Games
15	 <b>Top War: Battle Game</b> RiverGame

图标	游戏名称 & 开发者
16	 <b>Dark War: Survival</b> Florere Game Limited
17	 <b>Legends Reborn: Last Battle</b> ACE GAME INTERNATIONAL LIMITED
18	 <b>Magic War Legends</b> TINYSOFT
19	 <b>Underdark: Defense</b> LiberalDust
20	 <b>NINETY THOUSAND ACRES</b> DH-Publisher
21	 <b>Dice vs Monsters: Roguelike TD</b> Homa
22	 <b>Game of Kings</b> KOOFEI LIMITED
23	 <b>AFK Arena</b> Lilith Games
24	 <b>Mecha Fire</b> LeyiGames
25	 <b>Rise of Kingdoms</b> Lilith Games
26	 <b>Savage Survival: Jurassic Isle</b> YOTTA GAMES
27	 <b>Apex Girl</b> A3 GAMES PTE. LTD.
28	 <b>Arknights</b> YOSTAR LIMITED
29	 <b>Warpath: Ace Shooter</b> Lilith Games
30	 <b>Last Z: Survival Shooter</b> Florere Game Limited

# 策略 | 手游广告创意洞察

## 题材差异化仍是营销重点，强调减负迎合碎片化趋势

- 策略类因长线吸金能力强、全球化适应性好等优势，竞争一直十分激烈。近年来，题材差异化和玩法轻度化成为主流突围打法，随着休闲副玩法等买量策略的流行、《寒霜启示录》等成功产品的出现，SLG 轻度化趋势更为明显。另外，与角色扮演类相似，策略类产品虽则属于“全球通吃”、文化壁垒较低的重度类型，但具体到广告创意上，还是呈现出一定的区域差异性。

### 北美市场

猎奇动画

+

模拟经营玩法



#### 创意内容：

该产品为监狱题材，本身具有较高的题材差异性。因此结合模拟经营玩法，将狱警和囚犯的对立包装成各种小游戏，可以更好地吸引轻度游戏用户。

该素材还在片头加入猎奇动画快速抓住用户注意力，随后进入帮助囚犯越狱的小游戏，最后以挑战失败收尾，激发玩家的挑战欲。

### 港台市场

美女吸睛

+

游戏攻略解说



#### 创意内容：

真人素材向来对港台玩家有着较高的吸引力，美女又是常见的吸睛点。

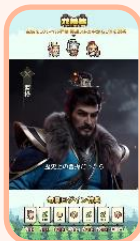
这则素材片头 5 秒以美女发问切入，再转入到常见的游戏攻略解说视频内容，并突出合理策略带来的战斗爽感，吸引用户上手尝试。

### 日韩市场

知名历史文化

+

3D 动画演绎



#### 创意内容：

三国题材在日韩市场具备大规模的用户基础，而这类题材与策略类游戏玩法也天然适配。

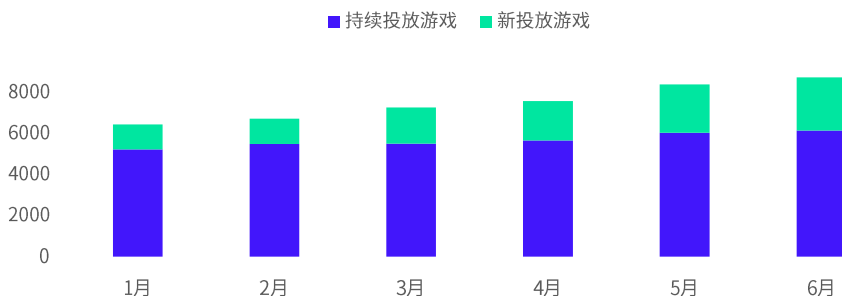
该游戏为像素 Q 版风格的轻度 SLG 游戏，但是使用了精美的 3D 动画来展示和演绎三国风云人物与知名事件，以高效吸引三国题材受众并转化为游戏目标受众。

# 休闲 | 手游广告趋势洞察

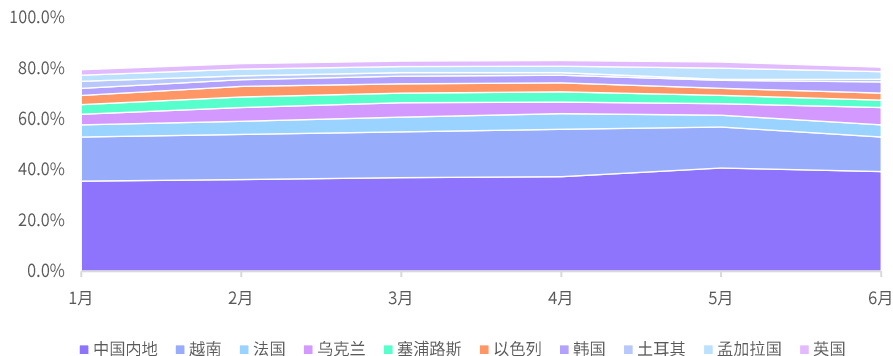
在投手游数量稳定增长，且产品上新活跃

- 休闲类一直是海外手游市场主要的轻度游戏品类之一，并且也是手游广告市场的买量主力。2025 年上半年，海外休闲类手游市场的月度在投产品数保持稳定增长的趋势，到了 5 月和 6 月，在投产品数已突破 8000 款；同时新投放游戏数也在稳步提升，6 月有超过 2500 款产品为首次投放。
- 从数据看，对比角色扮演类和策略类情况，中国内地厂商虽然以 30% 左右的占比保持领先，但领先幅度不再明显，可见其在这一赛道的整体竞争力还有着较大的进步空间。
















## 海外休闲类手游在投产品与新投产品数量趋势


















## 海外休闲类手游广告量 Top 500 手游发行商来源地区前十



# 休闲 | 海外手游推广榜

图标	游戏名称 & 开发者
01	 Gardenscapes Playrix
02	 Daughter Jini Babysitter care Lion Roar
03	 Township Playrix
04	 My Cruise EYEWIND LIMITED
05	 Bingo, Real Money Games: MPL RummyGoldStar
06	 Color Dream - Paint & Coloring The Office Tool Mobie
07	 Labrador Puppy Daycare Salon AuraEffects
08	 Matching Story VERTEX GAMES PTE. LTD.
09	 Crazy Fox - Big Win ASTAK TECH
10	 Sonic Forces: Run Battle Game SEGA
11	 Hunting Sniper Sparks Info
12	 Project Makeover Magic Tavern, Inc.
13	 Tik Tap Challenge XGame Global
14	 Candy Crush Saga King
15	 Candy Crush Soda Saga King

图标	游戏名称 & 开发者
16	 Makeup Stylist: Antistress ASMR Happy Go Game
17	 Wittle Defender Habby
18	 英雄刷刷刷 Megoo Games
19	 Fashion Makeover Happy Go Game
20	 Screw Away: 3D Pin Puzzle WONDER GROUP
21	 Epic War K3GAMES
22	 Truck Star Century Games
23	 Hollywood Crush YOTTA GAMES
24	 DuoBeat: Horror Beat Maker SWAVE GAMES
25	 Marble Match Origin LeisureLab Studios
26	 Smithing Master DHGames Limited
27	 Resortopia DH-Publisher
28	 Tile Explorer: Tiles Clear! Oakever Games
29	 Cat Mayhem: Gran's Angry Amobear Studio
30	 Snow Race 3D: Ice Bridge Run YoZo Global

# 休闲 | 手游广告创意洞察

## 注重片头 3 秒吸睛，广告创意紧跟短视频热点

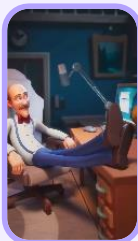
- 相对而言，欧美市场的用户偏爱三消、合成、模拟经营等类型，美术风格多为卡通风格。日韩用户则偏好搞怪魔性风格的休闲游戏，玩法则追求轻松简单。东南亚休闲品类市场头部则出现较多捕鱼类玩法的本土产品。不过广告素材创意输出上，则没有呈现出较为明显的区域性，更多是使用共通的热点或创意玩法吸引用户。

### 北美市场

萌宠元素

+

3D 动画



#### 创意内容：

萌宠是 TikTok 等主流社交/内容平台的经典类型，运用到广告素材上能够有效吸引轻度用户甚至非游戏用户。

这则广告素材前 14 秒为 3D 动画，以游戏角色与猫咪的日常互动引发观众共鸣，随后展示三消玩法，且通关奖励为猫咪摆件，最后又回归到开头的动画剧情中，进一步引发用户兴趣。

### 东南亚市场

现实情境

+

游戏高奖励



#### 创意内容：

现实情景用于广告片头，能够快速拉近用户距离，而且真人素材、现实情境素材对东南亚用户有着较高吸引力。

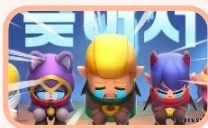
这则素材开头以现实场景中的捕鱼街机游戏切入，多人激烈对战快速抓住用户注意力；随后再转入游戏内容展示，并以结算界面的大量金币奖励放大爽感，推动用户下载体验。

### 日韩市场

常见内容框架

+

本地化旁白



#### 创意内容：

一些中重度游戏常用的广告框架也可以应用在休闲游戏产品上，以吸引中重度游戏玩家。

这则休闲塔防游戏的素材，就使用了常见的“给玩家道歉+送福利”的内容框架，并使用游戏自身的卡通美术风格来做包装。

# 3

## 移动广告策略 分析体系新升级

# AppGrowing 助力出海企业提升营销竞争力

- AppGrowing 是有米云旗下全球移动广告策略分析平台，致力于为全球移动应用广告主提供精细化的广告创意分析和全方位的市场策略分析，助力出海投放企业实现本地化营销。
- 通过平台功能赋能，帮助客户洞悉趋势背后的深层原因，掌握制胜之道，在全球移动浪潮中崭露头角，实现科学而高效的增长。

## AppGrowing 三大产品价值

### 一、营销策略全方位分析

厂商 → 开发者账号 → 产品 → 单条创意，层层穿透  
揭示发行商营销布局，拆解竞品投放策略

### 二、创意精细化分析

多维创意分析体系  
高频片段快速拆解  
轻松挖掘 / 制作优质创意

建立灵感库  
定帧讨论/提升团队协同

### 三、营销本地化策略

预注册营销  
节奏与内容  
制胜营销前置化

出海营销日历  
掌握全球节点  
打破文化壁垒

本地化分析策略  
提升本地化效率

# 游戏出海广告营销趋势新变化

## 玩家

### 短视频、短剧等进一步争夺用户注意力

- ▶ 游戏以外，短视频、短剧等其他泛娱乐内容的崛起，用户注意力被分散。
- ▶ 除了与竞品的流量竞争，游戏厂商如今还要面临与其他移动App的用户注意力竞争。

## 素材创意

### 热点趋势迭代加速，进一步考验创意追踪能力

- ▶ 短视频内容的快速迭代，推动素材创意热点迭代加速。
- ▶ 这进一步考验游戏厂商的创意追踪能力，广告团队必须保持敏锐的市场洞察力，及时捕捉和响应流行趋势。
- ▶ Web to Apk、Web to App 等广告形式的兴起，带来新的流量增量，同时也对厂商的投放能力乃至素材创作提出更高的要求。

## 团队能力

### AI 的高速发展对营销 workflow 产生深刻影响

- ▶ 随着市场趋势的复杂性增加，单纯依赖广告设计师的个人创意能力已经无法满足广告营销的需求，一个高效、协同的团队运作模式成为了应对市场挑战的关键。
- ▶ 如今，人工智能技术正在为广告行业带来更多的变革和创新。从创意元素快速测试、素材制作到广告投放，AI 技术都能为其提升效率、降低成本。熟练驾驭 AI 技术，将是提升团队营销 workflow 效率的关键。

# 提升移动广告策略分析能力

## 洞悉头部成功产品的营销策略共通点，提炼制胜之道

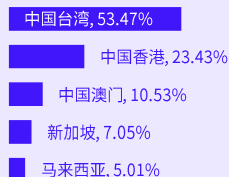
- 通过深入分析和横向对比多款竞争对手产品，包括地区分布、媒体渠道分布、素材类型，以及高曝光广告和素材，广告团队能够清楚地识别竞争对手的投放策略和素材创意思路，了解同类型成功产品的营销策略共通点，从而为自身广告策略的调整提供决策依据，还能为挖掘游戏细分市场机会提供参考。
- 通过 AppGrowing “App 投放策略对比” 看板，横向对比分析当下小游戏赛道头部产品（繁中服）的广告数据，我们可以清晰地观察到头部小游戏目前在繁中市场的投放策略布局和广告创意方针；并通过剖析头部竞争对手投放策略的共通点，挖掘预测小游戏赛道的下一个风向。

## 案例：头部小游戏 App 3-5 月海外市场投放策略对比



**英雄没有闪**  
三七互娱

### 主投地区 Top 5

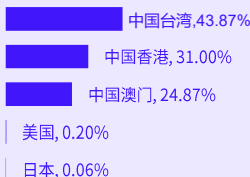


### 高曝光广告 Top1



**侠客传说：小小英雄**  
4399

### 主投地区 Top 5

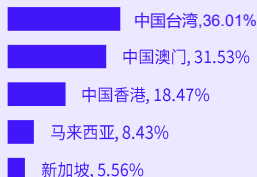


### 高曝光广告 Top1



**香蕉缺个芭乐**  
大梦龙途

### 主投地区 Top 5



### 高曝光广告 Top1



# 提升移动广告策略分析能力

## 智能拆解广告创意元素，洞悉下一个爆款风向

- 在海量的广告素材中，如何精准找到最具吸引力、最能打动用户的创意片段，成为广告主面临的一大挑战。通过系统性的素材拆解和高频片段定位，广告主能够深入且清晰地了解爆款素材中究竟是哪些片段被高频使用、这些片段处于视频中哪个位置表现最好，从而为广告创意分析与迭代提供更有力的科学支持。
- 借助 AI 技术快速进行素材拆片，批量提炼核心卖点，可以有效提升广告团队分析爆款创意的效率；拆片数据反哺创意策略，为投放决策与素材生产提供科学有效的参考。

### 案例：《Whiteout Survival》高频片段揭示副玩法趋势



#### 高频片段案例

关联广告数 **18**  
 片段时长 **15s**  
 位于片头占比 **100%**

该高频片段内容为休闲副玩法，融合了“数值比拼”与“回合制下棋”。每个士兵的战力以头顶的数字显示，通过放置士兵的先后顺序比拼战力，既有“选择门射击”同样的直观策略感，又区别于当下千篇一律的射击玩法。

结合相关投放数据，推测为《Whiteout Survival》在3月份开始试水的新的休闲副玩法。

### AI 画面解析：快速分析素材创意，批量提炼核心卖点

#### 视频整体分析

##### Hook

仿照常见的解压短视频格式，骰子落下营造爽感，第三次落到游戏界面，展现玩法

##### 情绪触发

**解压感：**骰子滚动落到严丝合缝的洞口  
**爽快感：**投掷骰子持续获得额外大奖



#### 场景一 (0:00~0:07) 关键创意元素

##### 画面元素拆解：

3D 画面，镜头聚焦滚动下落的骰子，搭配轻松愉悦的无人声 BGM

##### 目标人群：

喜欢观看解压视频的年轻人群 & 传统大富翁桌游玩家

# 4

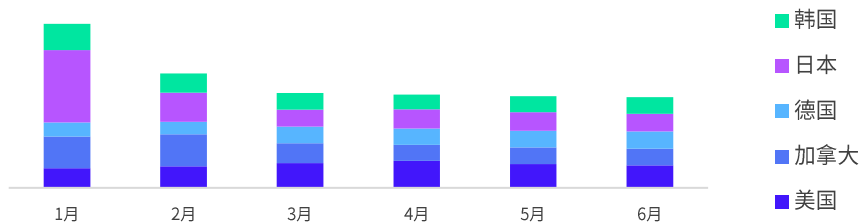
## 海外手游厂商及产品 营销案例研究

# 点点互动 | 产品发行布局

## 点点互动 | 产品发行概览



## 点点互动 | 全球广告分布 & 广告量 Top 5 地区



## 点点互动 | 旗下发行游戏风格分布



# Kingshot | 广告投放策略



## Kingshot

点点互动

策略

战术与策略

塔防

广告总数: **37940**

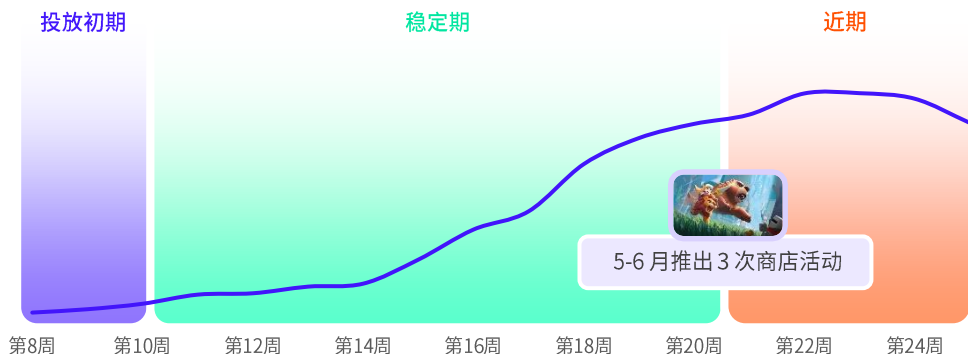
下载数: **1.5M**

(近30日)

**9.1M**

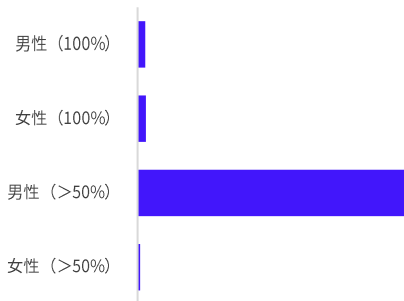
(总数)

## 《Kingshot》营销时间线

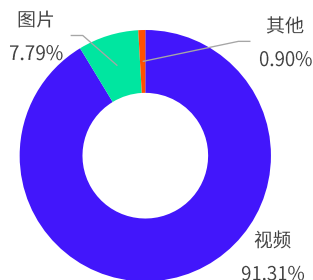


## 《Kingshot》广告属性分布

### 海外广告受众分布



### 海外广告素材类型



# Kingshot | 创意策略拆解

## 整体分析：休闲玩法切入、强反馈内容刺激用户爽点

### Hook

休闲塔防玩法切入，利用简单明了的玩法快速吸引用户目光，中后期通过反馈更强的割草体验和城镇养成，放大“塔防+模拟经营”玩法的爽点，完成对目标用户的吸引。

### 情绪触发

**爽快感：**快速击杀大量敌人带来最简单高效的刺激  
**成就感：**城镇和防御建筑不断升级满足用户追求变强的心理  
**挑战欲：**失败结局或高难关卡激发用户挑战欲

### 画面元素

**欢快明亮的 3D 美术：**强调休闲感，弱化塔防玩法的硬核度  
**夸张的击杀特效：**敌人被击杀时爆出大量金币，放大刺激  
**建筑升级画面：**直观展现变强的过程，强化养成的获得感

### 目标人群

喜欢塔防，割草体验和模拟经营类游戏的玩家

## AI 拆解热门广告素材：展示强反馈玩法突出内容爽点

### 结构主线

### 片头吸睛

### 发展起伏

### 行动号召

### 视频截图



### 创意解析

开局展示塔防玩法，让玩家感受不断变强和收割敌人的快感，释放内容爽点吸引用户。

展示发展壮大之后的领地，突出强调养成的获得感与满足感。

展示不同关卡的卡牌，暗示还有更多挑战等着玩家，从而促使他们下载尝试。

# 柠檬微趣 | 产品发行布局

## 柠檬微趣 | 产品发行概览

### 冲刺期



Flambé:  
Merge and Cook

### 持续期



Gossip Harbor®:  
Merge & Story



Seaside Escape®:  
Merge & Story

### 稳定期



Merge Tales



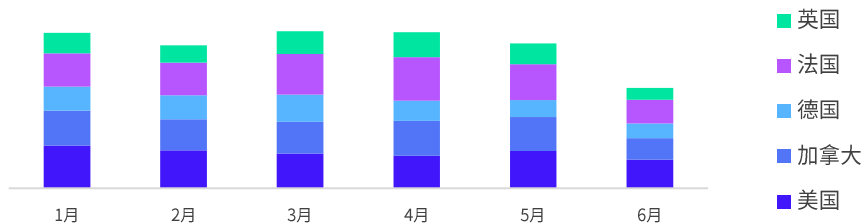
Merge County



Merge Fables

...

## 柠檬微趣 | 全球广告分布 & 广告量 Top 5 地区



## 柠檬微趣 | 旗下发行游戏风格分布



# Gossip Harbor<sup>®</sup> | 广告投放策略



Gossip Harbor<sup>®</sup>

🇨🇳 柠檬微趣

合成

益智解谜

风格化

广告总数: **28679**

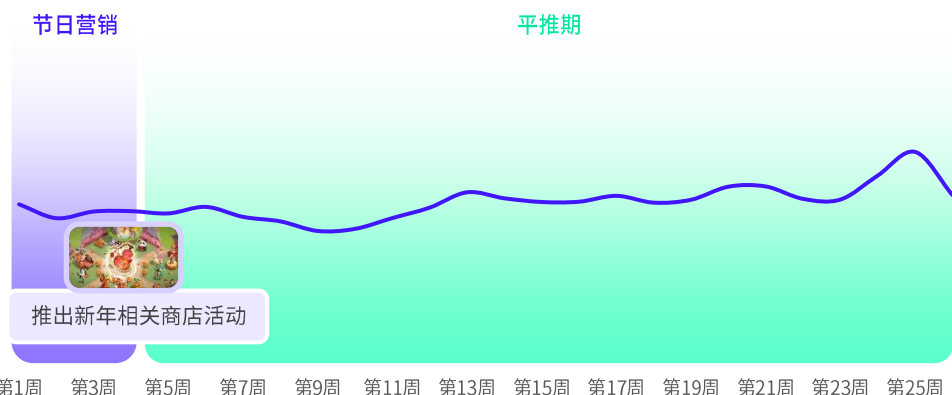
下载数: **1.4M**

(近30日)

**31.1M**

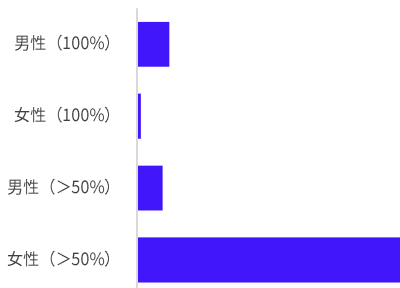
(总数)

## 《Gossip Harbor<sup>®</sup>》营销时间线

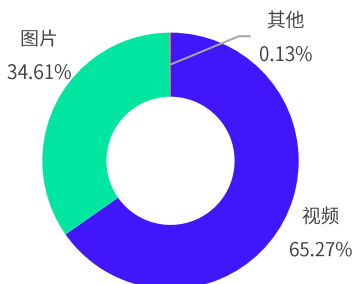


## 《Gossip Harbor<sup>®</sup>》广告属性分布

### 海外广告受众分布



### 海外广告素材类型



# Gossip Harbor<sup>®</sup> | 创意策略拆解

## ▼ 高频片段解析：冲击性画面吸引注意力，玩法激发挑战欲

常见位置	头部 (1%~30%)	中部 (31%~70%)	尾部 (31%~70%)
高频片段			
创意解析	衣着单薄的小女孩在大雪天为客人擦鞋，客人高高在上扔下一枚硬币，悲惨的情景激起玩家同情心。	展示玩法，利用合成的物品帮助身处困境的角色改善生存条件。	展示多种挑战关卡，同时用显眼的文字和按钮引导用户下载挑战。

## ▼ AI 拆解热门广告素材：借用萌宠提升对轻度用户的吸引力

结构主线	片头吸睛	发展起伏	行动号召
视频截图			
创意解析	开局是一只被抛弃的小狗，可怜巴巴的模样瞬间勾起用户同情心，放大广告对他们的吸引力。	随后转入玩法演示，通过合成解锁更多小狗，进一步提升对目标用户的吸引力。	最后弹出产品 LOGO 和下载按钮，画面中心则是一只吐着舌头的小狗，强化情绪引导，增强玩家下载欲望。

# 5

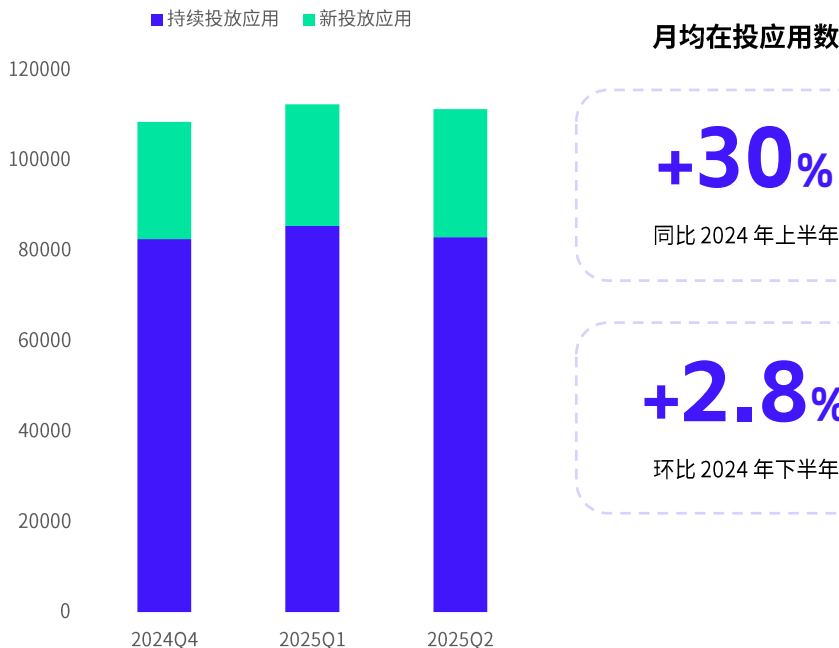
## 海外应用市场 现状与发展趋势

# 海外应用广告投放趋势

广告投放市场平稳发展，月均在投产品数同比增长30%

- 2025 年上半年，海外非游应用广告市场保持平稳的发展趋势。按照季度在投应用数来看，从去年 Q4 到今年 Q2，在投应用数均保持在 10w 款以上。新投放应用数则呈现出逐步增长的趋势，到今年 Q2，新投放应用数增长至 2.8w 款。
- 从月均在投应用数据来看，今年以来的海外非游应用市场则呈现出更活跃的广告投放态势。2025 年上半年月均在投应用数同比 2024 年上半年增长 30%，环比 2024 年下半年也有着 2.8% 的小幅度增长。

## 海外市场在投应用数量趋势

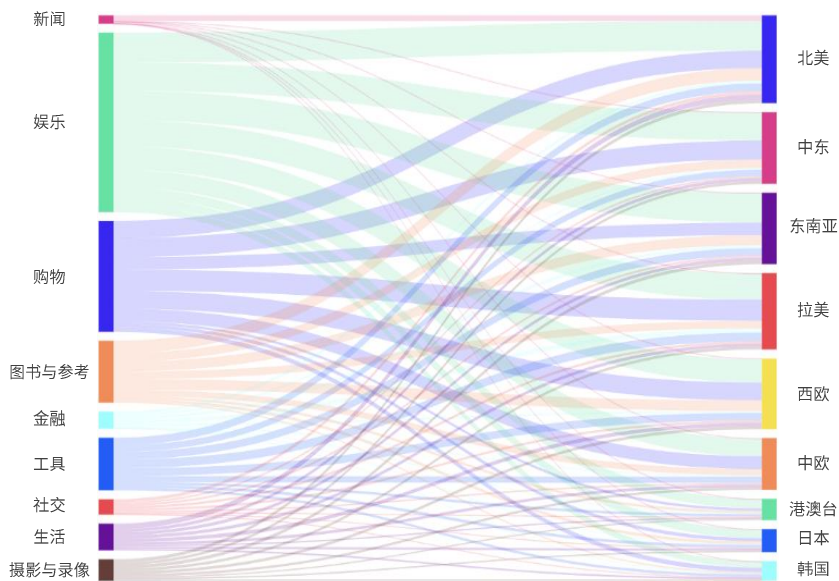


# 海外应用广告主要流向
















## 头部品类涌向新兴市场，地区流量竞争进一步升温
















- 从 9 个主要应用类别的海外广告流向统计来看，北美用户依旧是新闻类、娱乐类和图书与参考类应用的主要目标群体。
- 购物类应用的广告流向则呈现出明显的“全球通投”趋势，流量大头集中在北美、拉美、中东、西欧等市场。
- 从广告体量看，中东、东南亚、拉美三个地区已经达到北美、西欧等 T1 市场的水准。随着更多渴求增量的产品涌入，新兴市场的流量竞争将进一步升温。

## 主要应用类别海外市场广告流向



# 2025 上半年海外应用推广榜

图标	应用名称 & 开发者
01	 <b>Temu</b> Temu
02	 <b>MoboReels</b> MOBOREADER TECHNOLOGY USA CO LTD
03	 <b>DramaBox</b> STORYMATRIX
04	 <b>MoboReader</b> MOBOREADER TECHNOLOGY USA CO LTD
05	 <b>NetShort - Popular Dramas &amp; TV</b> NETSTORY PTE. LTD.
06	 <b>ReelShort - Stream Drama &amp; TV</b> NewLeaf Publishing
07	 <b>DramaWave - Dramas &amp; Reels</b> SKYWORK AI PTE.LTD.
08	 <b>NewsBreak: Local News &amp; Alerts</b> Particle Media Inc.
09	 <b>GoodNovel - Booktok,Stories</b> GoodNovel
10	 <b>Fever: Events &amp; Tickets</b> Fever Labs, Inc.
11	 <b>Kalos TV-Short Dramas &amp; Reels</b> Kalos_ShortTV
12	 <b>GoodShort - Movies &amp; Dramas</b> GoodNovel
13	 <b>ShortMax</b> SHORTMAX LIMITED
14	 <b>Shopee</b> SHOPEE INTERNATIONAL INDONESIA, PT
15	 <b>TikTok</b> TikTokLtd.

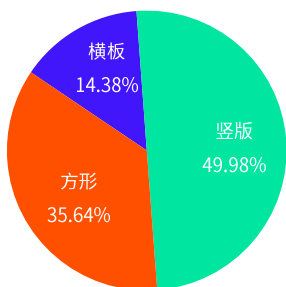
图标	应用名称 & 开发者
16	 <b>StardustTV</b> StardustTV
17	 <b>Carrefour France</b> Carrefour Groupe
18	 <b>My Passion: Novels reading app</b> HW FANTASY LIMITED
19	 <b>Joyread-Fantasy Novel</b> Joyread
20	 <b>SHEIN - Shopping Online</b> ROADGET BUSINESS PTE. LTD.
21	 <b>FlickReels - Short Drama &amp; TV</b> FARSUNPTE.LTD.
22	 <b>Dreame - Read Best Romance</b> STARY PTE. LTD.
23	 <b>CASETiFY Colab</b> Casetagram
24	 <b>Readink : Good Storie &amp; Novels</b> Hong Kong Begin Wealth Limited
25	 <b>Manobook</b> MOBOREADER TECHNOLOGY USA CO LTD
26	 <b>My Drama: Watch shorts movies</b> Holy Water Limited
27	 <b>JoyReels - Enjoy Short Dramas</b> JoyDream Limited
28	 <b>Ticketmaster—Buy, Sell Tickets</b> Ticketmaster
29	 <b>Mercado Libre: Compras Online</b> MercadoLibre
30	 <b>MadMuscles: Workouts &amp; Diet</b> Amaapps Limited

## 海外应用广告素材特征

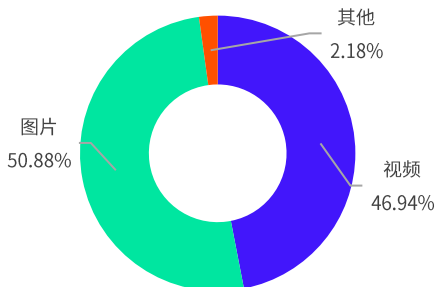
### 图片素材占比最高，广告属性更偏向女性受众

- 比起以视频类型占绝对优势的手游广告市场，非游应用广告市场的图片素材与视频素材的占比差距较小。2025年上半年海外应用图片广告素材占比为50.88%，而视频素材占比为46.94%。这一趋势差异，可能在于购物类、工具类等品类更倾向于用图片素材短时间大规模铺量。
- 从广告受众属性角度来看，海外非游应用市场的广告受众以女性为主，完全以女性受众为目标用户的广告数量甚至超过以男性为主(>50%)的广告数量。近年来，短剧、网文小说等细分类型的兴起，这类泛娱乐产品大多以女性为目标用户，因此也影响到广告投放层面。
- 广告变现方式方面，混合变现已是主流；不过仅IAA变现与混合变现的广告量差距并不大，可见纯广告变现仍是海外很多非游应用的商业化模式。

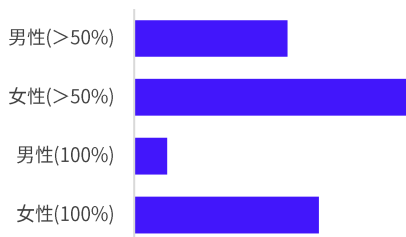
#### 海外应用广告素材比例



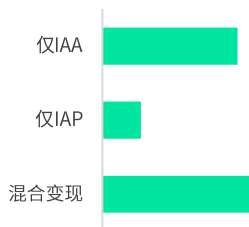
#### 海外应用广告素材类型



#### 海外应用广告受众性别分布



#### 海外应用广告变现方式分布



# 6

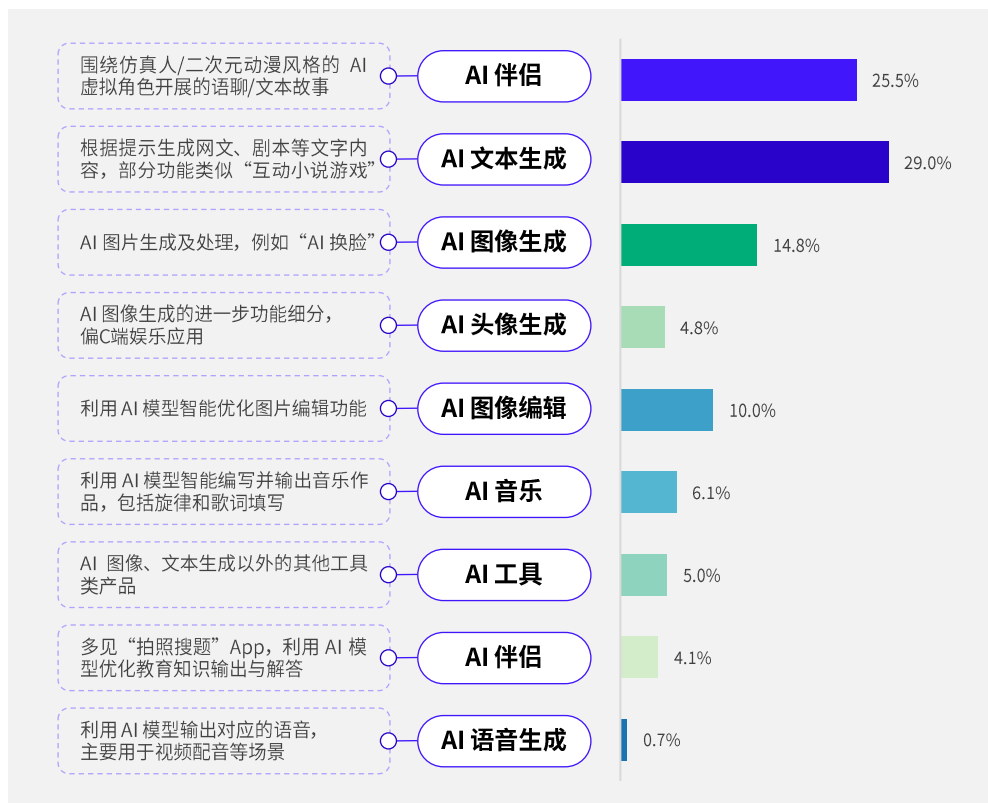
## 海外应用重点类别 赛道竞争洞察

# 海外 AI 应用广告市场投放趋势

## AI 文本生成竞争最激烈，AI 伴侣依旧是热门赛道

- 2025 年上半年，AIGC 仍是互联网的一大热点。具体来看目前海外主要的 AI 细分类型发展情况，在投产品数占比最高的仍是 AI 文本生成，达 29%。在这以外，占比超过 20% 的细分类型仅有 AI 伴侣类，可见“AI 情感陪伴”仍是用户热门需求。另外 AI 图像生成产品数位列第三，占比为 14.8%。
- AI 音乐、AI 教育等类型虽然在投产品占比较低，但这些“小众类型”属于潜力赛道，且均有头部大厂入局，未来的发展仍值得观察。

## AI 类别各细分类型投放产品数占比



# 主要 AI 细分类型产品投放榜

## AI 伴侣

图标	应用名称 & 开发者
01 	Talkie: Creative AI Community SUBSUP
02 	Dialogue: AI Friend Chat Bot Pheon
03 	ChaChat: Fantasy AI Roleplay Overdub, Inc.
04 	Omni Chat KT Tech
05 	PolyBuzz: Chat with AI Friends CLOUD WHALE INTERACTIVE TECHNOLOGY LLC.
06 	LinkyAI: Chat, Play, Connect SkyworkAI Pte. Ltd.

## AI 教育

图标	应用名称 & 开发者
01 	AI Tutor - Math Homework Help Trusted Android App
02 	Easy Math: Math & Essay App GAM Mobile App
03 	Gauth: AI Study Companion GauthTech Pte. Ltd.
04 	Supernova AI Spoken English 24/7 Personal AI Tutor
05 	Easy Math: AI Homework Helper TrustedOffice
06 	Solvely - AI Study Companion Aignite Inc.

## AI 图像生成

图标	应用名称 & 开发者
01 	MyMoodAI: AI Photo Generator AI Thumbnail Maker
02 	Creati: Gen AI Content Creator IMGCreator Limited
03 	Genius: AI Photo Generator Apero Vision Lab
04 	PicErase: AI Art Generator METATAP CO., LTD
05 	AI Photo Generator - Fotorama APPNATION AS
06 	Metart: AI Photo Generator Terasofts

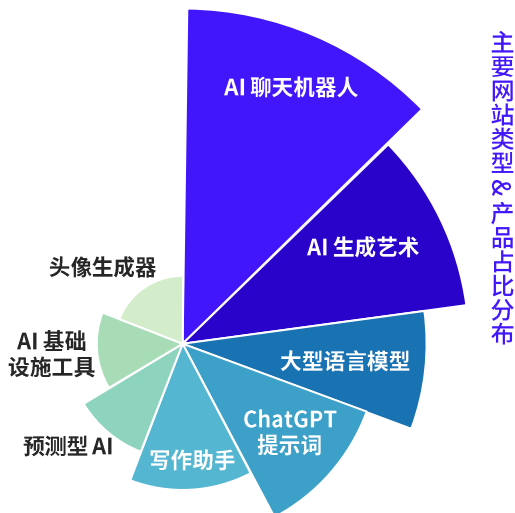
## AI 音乐

图标	应用名称 & 开发者
01 	MusicLab Happy Bees Limited
02 	MyTunes : AI Music Generator HubX
03 	Suno - AI Songs & Music Maker Suno, Inc.
04 	VivaVideo - Video Cut & Editor HangzhouXiaoying Innovation Technology Co., Ltd.
05 	Donna AI Song & Music Maker MOBIVERSITE YAZILIM BILISIM REKLAM VE DANISMANLIK
06 	Moises: The Musician's App Moises Systems








# 海外 AI 网站发展趋势洞察

聊天机器人和内容生成是 AI 技术落地的主流探索方向

- 以 ChatGPT 为代表的 AI 聊天机器人是目前竞争最为激烈的品类。从主要网站类型和产品占比分布看，AI 聊天机器人与其它品类拉开较为明显的差距。近两年，AI 伴侣类应用的崛起，为这个品类的商业化带来了新的可能性，也吸引了更多厂商加入竞争。
- AI 生成艺术降低了内容创作的门槛，在全民自媒体的时代，具备较为广阔的应用场景，也是 AI 技术落地的主要探索方向之一。
- AI 对商业运营的渗透日益深入，典型代表为《Mailchimp》《HubSpot》等营销自动化平台，均使用集成 AI 技术以提升平台能力。



## 2025 年上半年全球 AI 网站 Top5

排名	产品名称	标签	网页以外产品形式	全球站点排名
01	 ChatGPT by OpenAI openai.com	AI 聊天机器人		195
02	 Mailchimp mailchi.mp	营销自动化平台	-	212
03	 Shutterstock AI Image Generator shutterstock.com	AI 生成艺术、平面设计工具、设计与创意	-	233
04	 Notion AI notion.so	知识库软件、工作与生产力	-	307
05	 HubSpot hubspot.com	营销自动化平台		309

# 主要细分类型广告创意洞察



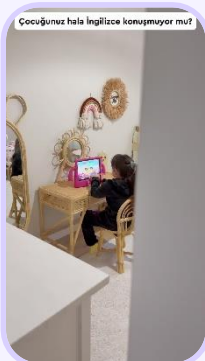
## AI 伴侣

现实失恋背景+AI伴侣带来正向反馈



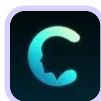
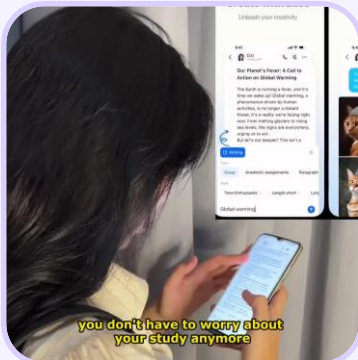
## AI 教育

第二视角展示真实用户体验情景



## AI 文本生成

真人演绎+多情景使用App展示



## AI 图像生成

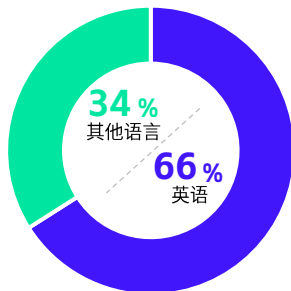
真人口播讲解+多个案例展示



# 海外小说应用广告市场投放趋势

英语市场仍为主要投放市场，作品题材风格以女频类型为主

- ▼ 当下海外小说应用广告的投放语种依旧以英语为主，占比超过三分之二，反映出以美国、加拿大、英国等英语国家为代表的成熟市场依旧是小说类产品的主力获客阵地。
- ▼ 除英语外，葡萄牙语（3.9%）、泰语（3.7%）、西班牙语（2.9%）等语言在投放中占有一定比重，显示出开发者正逐步拓展拉美、东南亚等新兴市场。
- ▼ 具体到热投小说，投放前三产品带有狼人、霸总和逆袭等经典要素，说明狗血、情感强烈的言情故事依旧具有广泛吸引力。



海外小说作品语言种类分布

海外小说作品其他语言占比

葡萄牙语	3.9%
泰语	3.7%
西班牙语	2.9%
印尼语	2.7%
中文（繁体）	2.4%
法语	2.3%
日语	2.1%
韩语	1.6%
中文（简体）	1.6%

## 2025年上半年海外热投小说

### Top1

The Almighty Alpha Wins Back His Rejected Mate



主投产品

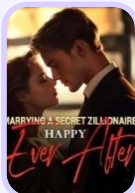


广告总数

40w+

### Top2

T Marrying A Secret Zillionaire: Happy Ever After



主投产品



广告总数

35w+

### Top3

The Phantom Heiress: Rising From The Shadows


















主投产品


















广告总数

32w+

# 海外小说应用推广榜

图标	应用名称 & 开发者
01	 <b>MoboReader</b> MOBOREADER TECHNOLOGY USA CO LTD
02	 <b>GoodNovel - Booktok,Stories</b> GoodNovel
03	 <b>My Passion: Novels reading app</b> HW FANTASY LIMITED
04	 <b>Joyread-Fantasy Novel</b> Joyread
05	 <b>Dreame - Read Best Romance</b> STARY PTE. LTD.
06	 <b>Readink: Good Storie &amp; Novels</b> Hong Kong Begin Wealth Limited
07	 <b>Manobook</b> MOBOREADER TECHNOLOGY USA CO LTD
08	 <b>BueNovela - leer novela libro</b> GoodNovel
09	 <b>Webfic-Make Reading Fantastic</b> DIANZHONG TECHNOLOGY SINGAPORE PTE. LTD.
10	 <b>ReadNow</b> 成都凤鸣轩网络科技有限公司
11	 <b>Tapon - Stories &amp; Novels</b> Spoton Limited
12	 <b>Novellair</b> Q-VOR PTE. LTD.
13	 <b>Lera: Best eBooks &amp; Webnovels</b> MOBOREADER TECHNOLOGY USA CO LTD
14	 <b>NovelOasis</b> NovelOasis
15	 <b>Literie</b> LITERIE

图标	应用名称 & 开发者
16	 <b>Kifflire: Webnovel Reading App</b> MOBOREADER TECHNOLOGY USA CO LTD
17	 <b>Litrad - читать книги онлайн</b> MOBOREADER TECHNOLOGY USA CO LTD
18	 <b>NovelBar</b> Q-VOR PTE. LTD.
19	 <b>NovelShort - Novels &amp; Fiction</b> BlackGemStone
20	 <b>Novelmates</b> HK IReader Technology Limited
21	 <b>MetroNovel - Let Stories Shine</b> LITERIE
22	 <b>NovRead</b> CANTREE
23	 <b>Longread - Long for Reading</b> CANWEN TECH
24	 <b>MegaNovel - fiction &amp; webtoon</b> GoodNovel
25	 <b>Pratilipi Novel</b> Pratilipi
26	 <b>暢讀書城</b> MOBOREADER TECHNOLOGY USA CO LTD
27	 <b>Novella: Story eBooks Historia</b> Moboreader Technology USA Co Ltd
28	 <b>LeReader</b> Q-VON TECHNOLOGY
29	 <b>Domestika - Online courses</b> Domestika, Inc.
30	 <b>WebNovel</b> Cloudary Holdings Limited

# 主要细分类型广告创意洞察



## MoboReader

解压短视频+AI 朗读小说片段



## Novellair

电视剧片段剪辑引发悬念



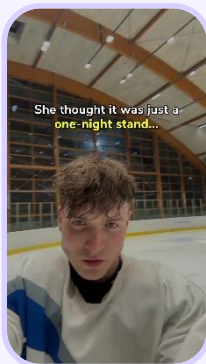
## Dreame

AI 生成插图+画面左右对比强调情绪



## My Passion

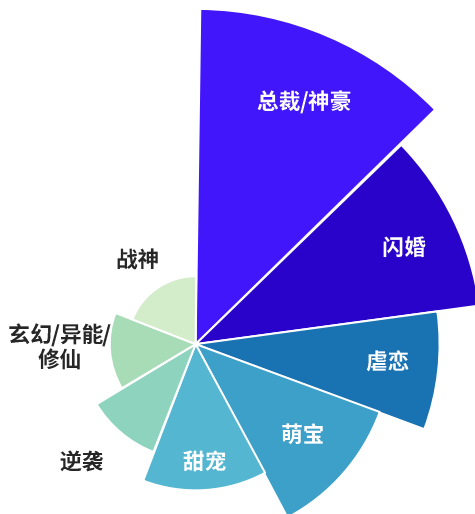
仿素人情感倾诉贴引发观众共鸣



# 海外短剧应用广告市场投放趋势

女频作品仍是主力，打破同质化将成为下一阶段竞争关键

- 从作品题材标签分布来看，总裁/神豪、闪婚、虐恋这三类仍旧是海外短剧作品主流题材。另外，萌宝题材广告量占比稳居第四，且呈现出增长趋势。整体而言，女性用户依旧是海外短剧作品的主要受众。
- 具体到上半年海外热投短剧，《A Billionaire'S Double Life》登顶投放榜，该作是畅读科技旗下短剧应用《MoboReels》主推短剧之一。
- 随着大量相似题材的涌入，短剧市场也面临同质化压力，如何用创新叙事打破同质化、将会是下一阶段竞争的重点。



海外短剧作品题材标签分布

## 2025年上半年海外热投短剧

### Top1

A Billionaire'S Double Life



主投产品



### Top2

In The Heat Of Betrayal



主投产品



### Top3
















Hate The Way I Love You


















主投产品



## 海外短剧应用推广榜

图标	应用名称 & 开发者
01	 <b>MoboReels</b> MOBOREADER TECHNOLOGY USA CO LTD
02	 <b>DramaBox</b> STORYMATRIX
03	 <b>NetShort - Popular Dramas &amp; TV</b> NETSTORY PTE. LTD.
04	 <b>ReelShort - Stream Drama &amp; TV</b> NewLeaf Publishing
05	 <b>DramaWave - Dramas &amp; Reels</b> SKYWORK AI PTE.LTD.
06	 <b>Kalos TV-Short Dramas &amp; Reels</b> Kalos_ShortTV
07	 <b>GoodShort - Movies &amp; Dramas</b> GoodNovel
08	 <b>ShortMax</b> SHORTMAX LIMITED
09	 <b>StardustTV</b> StardustTV
10	 <b>FlickReels - Short Drama &amp; TV</b> FARSUNPTE.LTD.
11	 <b>My Drama: Watch shorts movies</b> Holy Water Limited
12	 <b>JoyReels - Enjoy Short Dramas</b> JoyDream Limited
13	 <b>MiniShorts</b> NOVENTURE PTE. LTD.
14	 <b>iDrama: Stream Movies &amp; TV</b> HK Good Drama Technology Limited
15	 <b>ShortsWave</b> HALOFUN PTE. LTD.

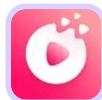
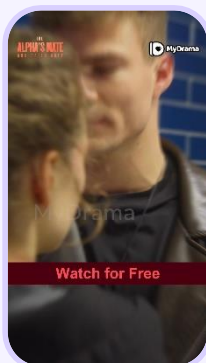
图标	应用名称 & 开发者
16	 <b>BestReels</b> Moboreader TECHNOLOGY USA CO LTD
17	 <b>Sereal+ Short Drama, TV Series</b> Sereal
18	 <b>Playlet</b> MICROSHOWTIME
19	 <b>OneShort - Watch Short Dramas</b> FutureMakerLTD
20	 <b>HappyShort - Dramas &amp; Movies</b> Dramas & Shorts
21	 <b>FlexTV - Short Dramas &amp; Reels</b> YUDER PTE.LTD.
22	 <b>SnackShort</b> PopCulture Studio
23	 <b>CafeDrama</b> Shanghai Shaozhen Technology Co., Ltd.
24	 <b>HoneyReels</b> HK YAWEN INFORMATION TECHNOLOGY LIMITED
25	 <b>Tallflix: Short Dramas &amp; Films</b> Star Radiance Limited
26	 <b>TouchShort-TV</b> Touch tv
27	 <b>ShotShort-Dramas&amp;Shorts</b> SUNSHINING NETWORK LIMITED
28	 <b>BestShort</b> TIKSHOW LIMITED
29	 <b>DreameShort - Drama TV</b> CRATER PTE. LTD.
30	 <b>ZeroShort - Dramas&amp;TV</b> MeiYingMedia Co.,Limited

# 主要细分类型广告创意洞察



## My Drama

高能片段剪辑+固定 Banner 强调免费



## OneShort

重生前后经历对比，激发用户爽感



## Kalos TV

儿童角色视角+苦难刻画，唤起观众同情



## ReelShort

圣诞节日元素吸睛



# 7

## 海外应用产品 营销案例研究

# Creati | 广告投放策略



**Creati**

 IMGCreator Limited

小说

图书与参考

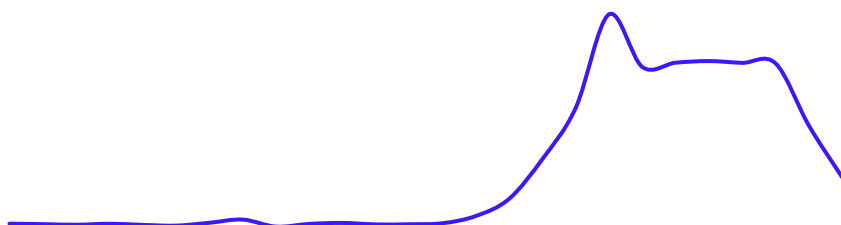
阅读

广告总数: **70214**

下载数:  **300.4K**  
(近30日)

 **7.3M**  
(总数)

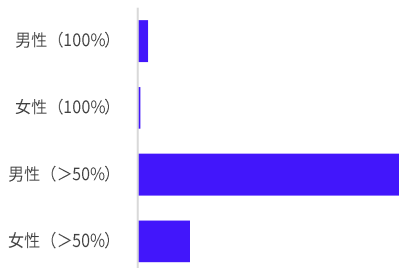
## 《Creati》营销时间线



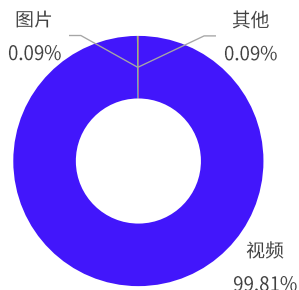
第1周 第3周 第5周 第7周 第9周 第11周 第13周 第15周 第17周 第19周 第21周 第23周 第25周

## 《Creati》广告属性分布

### 海外广告受众分布



### 海外广告素材类型



# Creati | 创意策略拆解

## ▼ 高频片段解析：功能性展示为主，搭配真人出镜强化可信度

常见位置	头部 (1%~30%)	中部 (31%~70%)	尾部 (31%~70%)
高频片段			
创意解析	利用 AI 生成多个儿童对话的场景，抓住大多数用户喜欢可爱事物的心理，快速吸引用户注意。	同一画面展示利用 AI 生成的不同场景、人物的视频切片，强调产品的强大功能性。	真人出镜，对产品卖点进行总结，同时号召用户下载尝试。

## ▼ AI 拆解热门广告素材：开局融入 IP 元素强化吸引力

结构主线	片头吸睛	发展起伏	行动号召
视频截图			
创意策略	视频开头先展示一段由 AI 生成的超级英雄变身场景，利用知名 IP 的影响力吸引用户注意，随后转入产品功能演示环节，说明只要简单几步操作即可生成开头的视频，强调创作的低门槛，最后弹出产品 LOGO 和商店下载按钮，引导用户下载。		

# DramaWave | 广告投放策略



## DramaWave

昆仑万维

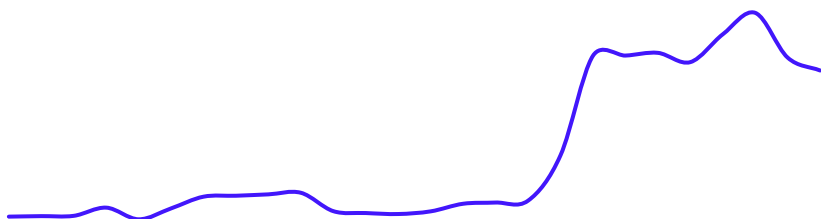
短剧

娱乐

广告总数: **2186325**

下载数: **1.3K** | **32.2M**  
(近30日) | (总数)

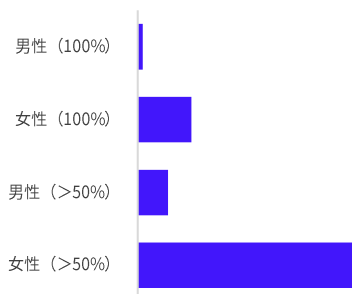
## 《DramaWave》营销时间线



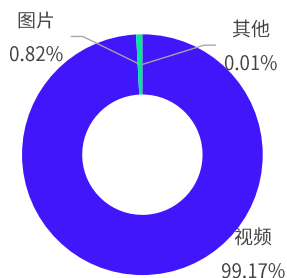
第1周 第3周 第5周 第7周 第9周 第11周 第13周 第15周 第17周 第19周 第21周 第23周 第25周

## 《DramaWave》广告属性分布

### 海外广告受众分布

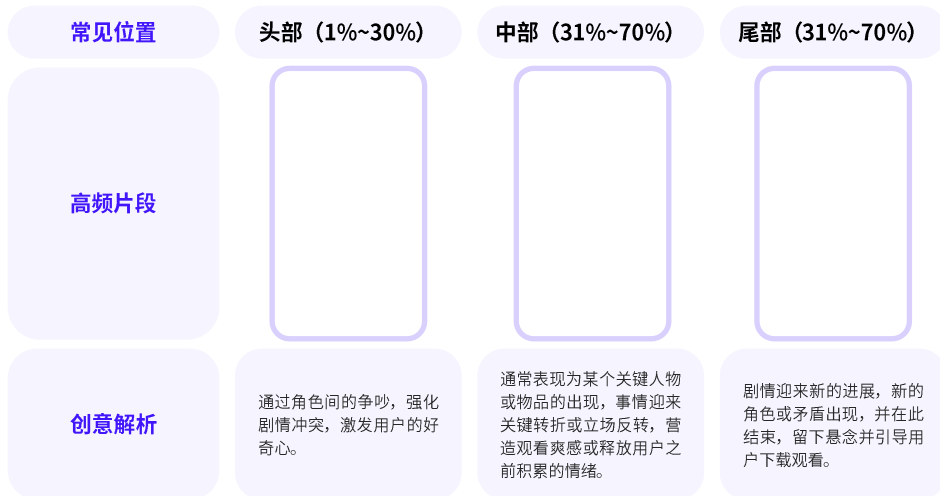


### 海外广告素材类型

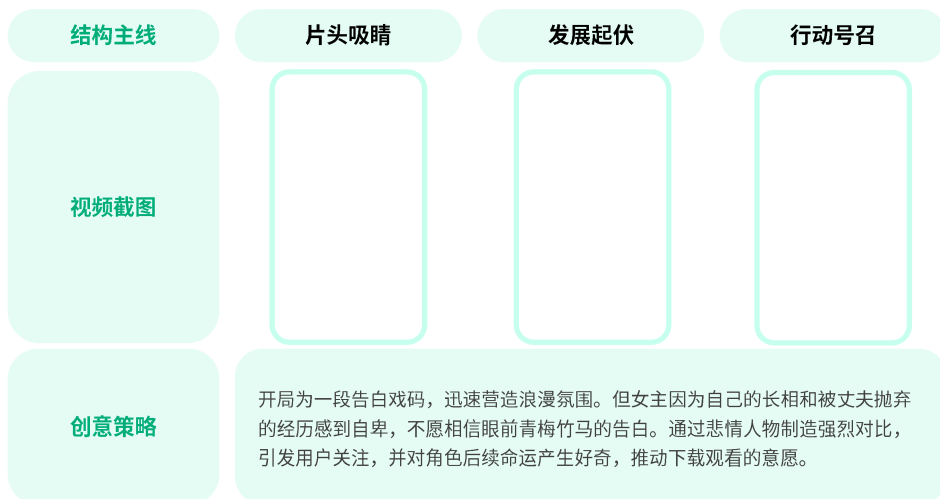


# DramaWave | 创意策略拆解

## ▼ 高频片段解析：利用强剧情冲突和反转传达爽点



## ▼ AI 拆解热门广告素材：浪漫场景与悲情角色营造强烈对比





# 关于 AppGrowing<sup>®</sup>

AppGrowing 是有米云旗下[全球移动广告策略分析平台](#)，致力于为全球移动应用广告主提供精细化的广告创意分析和全方位的市场策略洞察，帮助营销人员制定有效的本地化策略，助力企业在全全球移动浪潮中脱颖而出。

AppGrowing 监测能力覆盖全球 51 个主流国家和地区，涵盖全球 100+ 广告媒体，累积收录来自 70 万+ App 的 16 亿+ 广告营销数据，B 端累计注册用户超 40 万，与全球超过 3000+ 知名客户进行深度合作。



全球游戏市场竞争白热化，中国厂商海外征程乘风破浪。2025 年上半年，市场呈现高速增长与深度分化并存的格局：出海整体收入持续攀升，第一季度海外收入更是同比激增 17.92%。新游表现亮眼，黑马频现，彰显中国游戏强劲活力。然而，激烈竞争也加速了行业分化，“二八效应”日益凸显。

我们的研究显示，在 40 家上市游戏公司 2024 年海外收入中，51% 出现缩水，反映中小厂商出海遇阻，而头部阵营则凭借长青产品矩阵与爆款新作高歌猛进。其通过 AI 匹配系统、跨端技术（如《原神》40% 跨端用户占比）不断构建技术壁垒；中小厂商则需聚焦差异化创新，在细分赛道寻求突破。

小游戏赛道成为最大变量。凭借“短平快”特性，实丰文化、星邦互娱等新锐厂商实现扭亏为盈或谋

求上市，但赛道正经历残酷洗牌。世纪华通《无尽冬日》、三七互娱《寻道大千》等大厂产品长期霸榜，新游突围空间被急剧压缩。这片曾经的“低门槛、高周转”蓝海，已转向精品化生存竞赛。

伴随游戏出海风潮，泡泡玛特掀起的“Made in China”潮玩风席卷东南亚，中国 IP 衍生品在东南亚市场强势“出圈”。《恋与深空》《黑神话：悟空》《光与夜之恋》《仙剑奇侠传》等数十个知名游戏 IP 成功实现海外授权合作，推动中国游戏文化在东南亚的渗透进一步深化。

值得注意的是，海外破浪前行的同时，合规风险不容忽视。欧盟 GDPR 致运营成本激增 15%，越南、德国等地的支付限制与诉讼风险加剧，区域文化差异也对企业本地化运营的敏捷性提出更高要求。

——游戏陀螺团队



2025 上半年，游戏出海赛道持续进化。

一方面，SLG+、消除合成品类持续流行。作为代表，点点互动的《无尽冬日》和柠檬微趣的《浪漫餐厅》收入持续增长，并跻身 Sensor Tower 5 月全球手游收入榜第二名和第十名，印证了此类玩法的长线吸金能力。

另一方面，Steam 出海趋势明显。随着《黑神话：悟空》的成功，越来越多国内厂商，开始将登陆 Steam 作为全球化的重要一环，包括腾讯《三角洲行动》、网易《漫威争锋》《界外狂潮》《七日世界》、西山居《解限机》、库洛《鸣潮》等作品。可以预见，未来国内厂商在 Steam 上的竞争或许还

将更加激烈。

在营销方面，达人内容或将成为新变量。

该类营销模式，凭借原生内容、创意多样、操作简便等优势，正深刻改变着游戏营销的格局。过去的一些传统营销团队，也在加速拥抱达人内容的策略。

比如米哈游，《原神》《崩坏：星穹铁道》几乎有 99% 以上的买量素材来自星广联投，素材内容为达人原生和玩家二创；再比如近期爆款新游诗悦《永远的蔚蓝星球》，其买量素材中达人内容的占比已接近一半——能否快速适应并运用以达人内容为核心的新模式，将成为赢得市场的关键能力点。

—— 游戏葡萄团队



## 独立出海联合体

相较于 2024 年，2025 年中国游戏在海外市场的趋势在于更加集中化。这种集中化主要体现在两点：

第一是市场的集中化，美、日、韩、中国港澳台严格的成为了出海的首选市场。这种情况的出现并不奇怪，各家厂商均在追求更高的利润率。因此是一种正常的市场决策，可以预见的是这种情况仍将持续下去。而其它新兴市场仍然只能扮演陪太子读书的角色。

第二是大厂集中化。纵观榜单头部位置，已经很难见到所谓的“黑马企业”。排名前列的厂商仍是腾讯、网易、米哈游为代表的大厂与几年前奠定了一定优势的出海传统势力。类似于几年前那种一家名不见经传的厂商异军凸起出海的情况更为难寻。

这种情况的出现代表着时至今日，游戏出海已经成为了彻底的血海市

场。产品的回本周期、买量成本的飙升与利润率的降低均决定了这已经逐渐褪变成了一场大厂的游戏。

相较于中小厂来说，大厂手中的资源、资金等优势决定了他们在产品海外发行的过程中更加游刃有余，同时也在整体的战略定力上也更有持久性。而这是中小厂特别是小厂所不具备的优势，但在今天的游戏出海市场中，持续的战略定力也渐渐成为了一种标配。类似于以往依托于一款 B 级产品，挂在海外市场的腰部依托于人口红利获取丰厚利润的做法渐渐行不通了。

正是因为这样的原因，我们诚挚的向您推荐这本 AppGrowing 的白皮书。有道是知己知彼——知彼方能更好知己，并在海外市场今日的血海中做出更富有针对性的打法。让我们共同的打开这份报告，以一种虔诚的心态学习并纵览今日的海外市场。

—— 独立出海联合体 于翔



去年开始，新兴市场成为出海手游核心增长极，中重度游戏 ARPU 值逆势增长。

35 家中国厂商跻身全球发行商收入 TOP100，收入贡献达 Top100 中三成以上，但中国厂商出海市场份

额更多受到受到本土政策的监管。

消除类，策略类，混合休闲类成为高潜力品类，AI在买量素材和本地化中台方面爆发出惊人的制作效率。

当《无尽冬日》以冰雪生存题材通吃 150 国、《黑神话：悟空》以东方叙事斩获 TGA 年度最佳时，中国手游出海已进入「文明价值输出」新纪元。

---

**武汉虎澈科技有限公司创始人  
& CEO、胡扯游戏撰稿人 曾嵘**

# 特别鸣谢



游戏陀螺  
YOUXITUOLUO.COM



游戏葡萄  
有判断 有前瞻



独立出海联合体



胡扯游戏



AppGrowing<sup>®</sup>

**感谢观看！**

THANKS!