

2024年策略类(SLG)手游 全球营销数据分析与洞察

SLG MOBILE GAME GLOBAL MARKETING DATA ANALYSIS AND INSIGHTS



关注官方微信号
“广大大出海笔记”



扫码获取试用
加入出海社群



使用广大大洞察竞争对手的广告数据，可通过全球渠道、媒体、广告主的不同维度广告数据获取信息和灵感。我们覆盖超70个国家/地区，80+全球广告渠道。比如Facebook，Twitter，YouTube，TikTok，Unity等知名广告渠道，全部广告创意已经达到16亿级别，并保持小时级别更新频率。

通过**投放天数**、**展现曝光**、**热度**、**互动**4大指标，我们可以快速定位出在投优质素材，为您提供实时的市场营销参考。

广大大作为全球领先的广告营销平台，凭借庞大的数据库和服务上千家游戏客户的经验，为移动游戏从业者提供更切实可行的方法论，助力打造出更受玩家喜爱的游戏作品。

600 万

APP 广告主

16 亿

APP 创意素材

120 万

每日新增

官网：www.guangdada.net

目录 CONTENTS

CONTENTS

1

2024全球策略手游
营销大盘趋势

2

策略类手游
爆款创意形式展示

3

热门策略广告主
全球营销洞察



01

2024全球策略手游 营销大盘趋势

2024 GLOBAL STRATEGIC MOBILE GAME MARKETING TRENDS

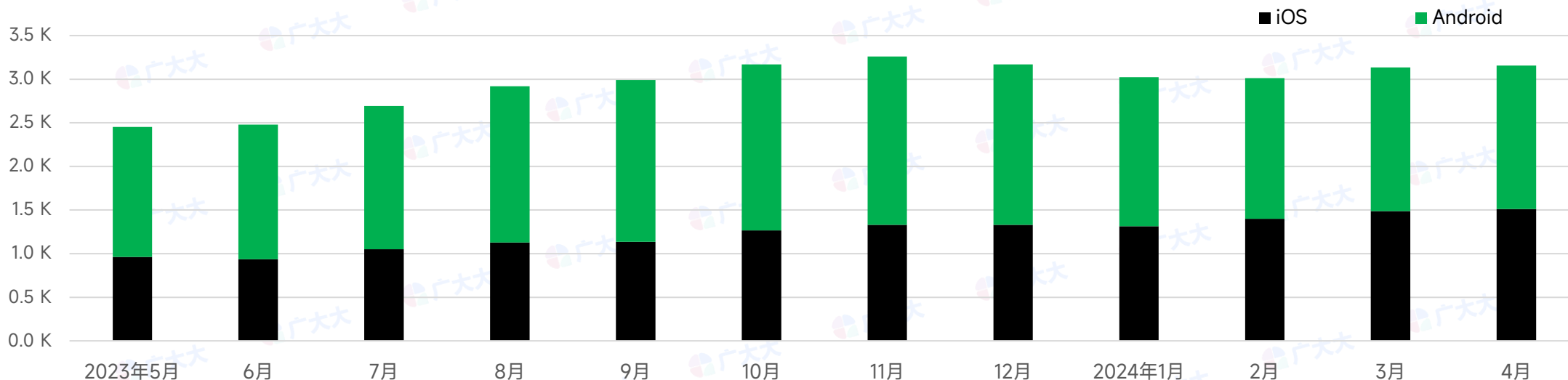


2024年策略类广告主营销观察

今年策略月均广告主超3000名，同比提升6.5%；iOS广告主占比43.9%比全球占比高出21.5%



近1年策略广告主投放观察



Source: 广大大, 根据后台抓取数据整理统计后展现
Date Range: 2023/5-2024/4



2024年策略类新素材营销观察

今年每月超2000名策略广告主投放新创意，占总计的66.5%；其中总创意中超51%为当月新投素材

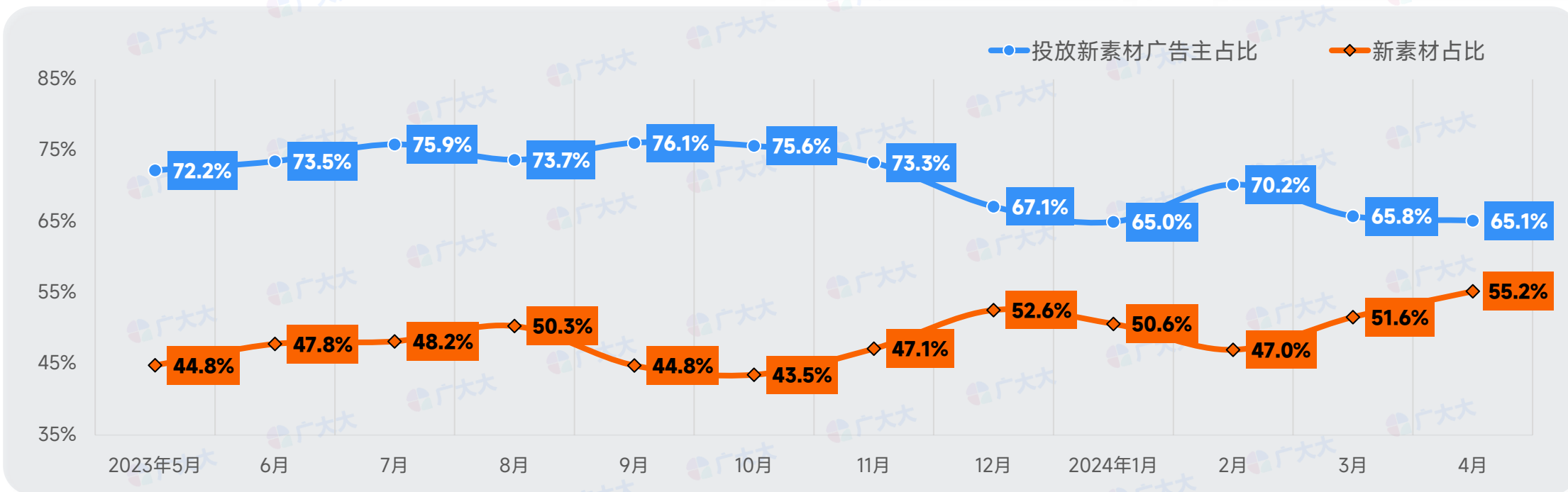
近1年各月策略手游 投放新素材广告主和新投放素材占比趋势

66.5%

2024策略类投放新素材广告主

51.5%

2024策略类月均新素材占比





2024年策略类热门国家/地区营销观察

欧洲市场是策略投放竞争最为激烈地区

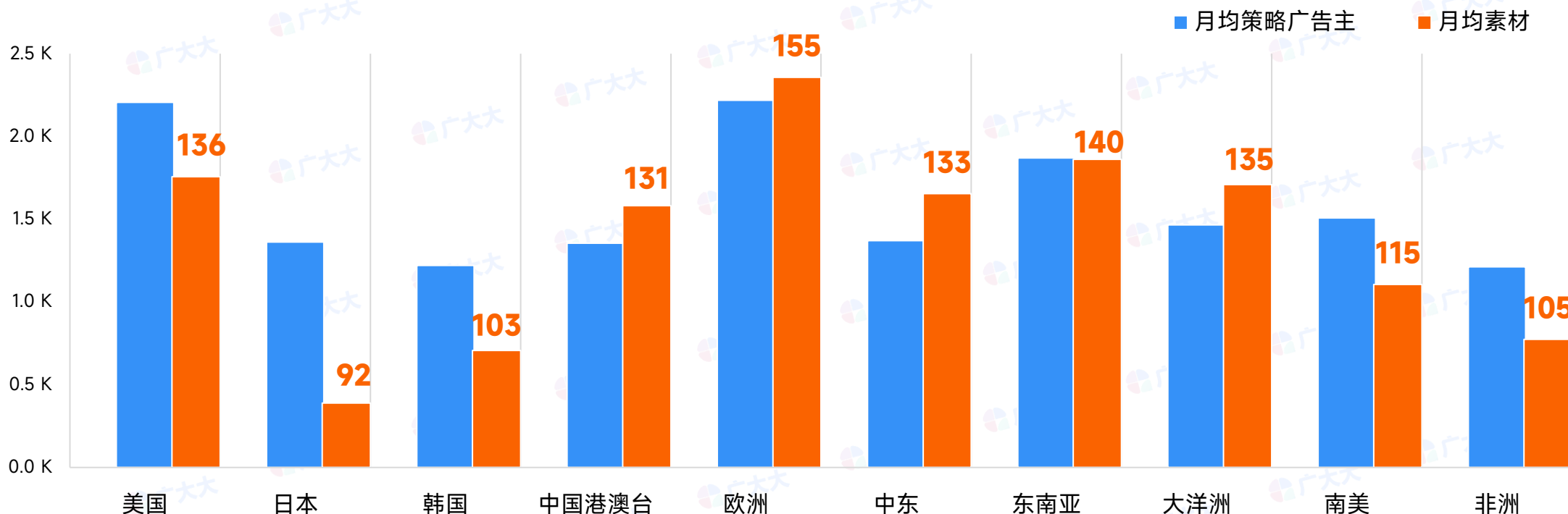
- 美国是策略投放竞争最为激烈的国家；
- 港澳台、中东、东南亚策略月均素材超130条。

月均广告主最高：欧洲 2.2K

欧洲地区着最多策略手游广告主，月均广告主数量超2.2K。此外美国市场月均广告主数量逼近欧洲。

月均素材最高：欧洲 155 条

欧洲同时也是策略产品月均投放最高地区，此外为东南亚、中东和大洋洲。美国本土月均素材为136条。

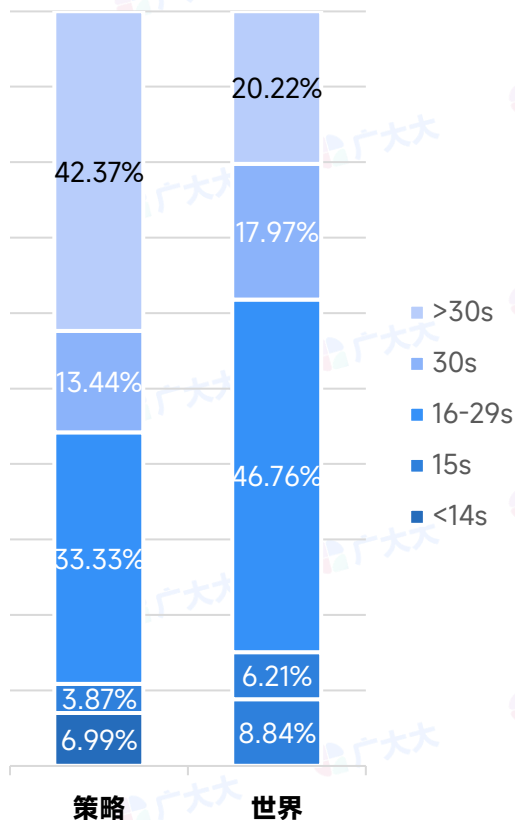




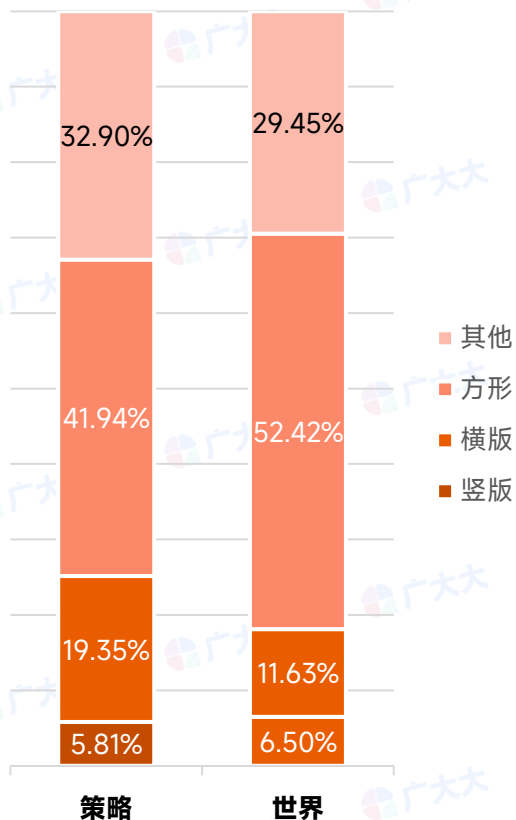
2024年各类型策略类素材观察

策略手游超30s的长视频素材占比更高；图片和视频素材板式占比最高的皆为方形创意

视频素材时长占比



图片素材板式占比



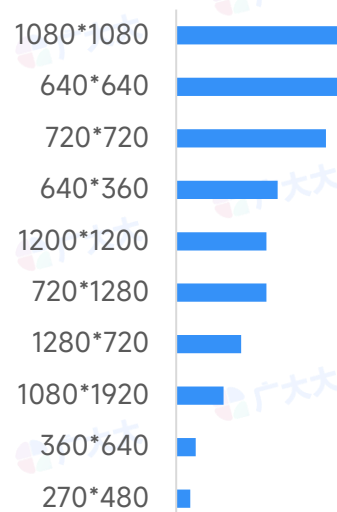
热门视频素材分辨率

1080*1080

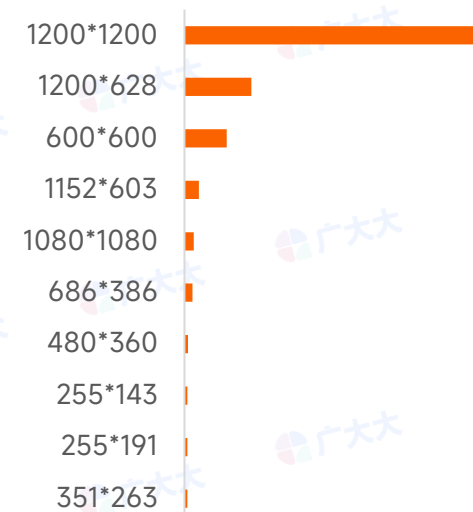
热门图片素材分辨率

1200*1200

视频素材常见分辨率



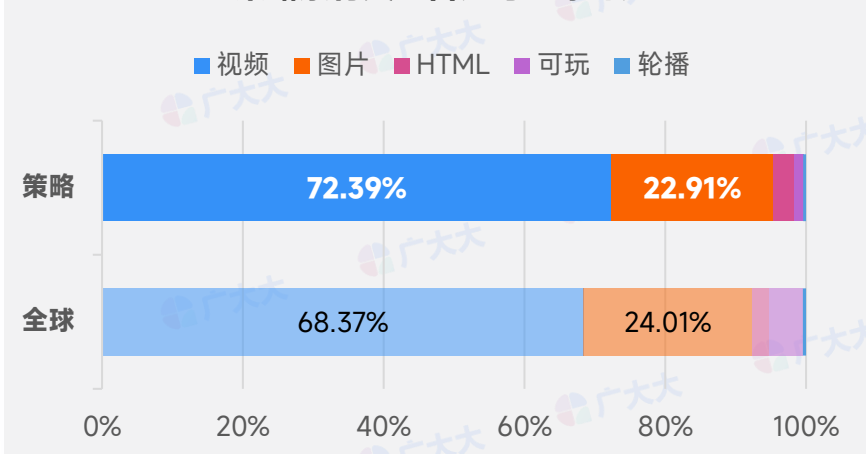
图片素材常见分辨率



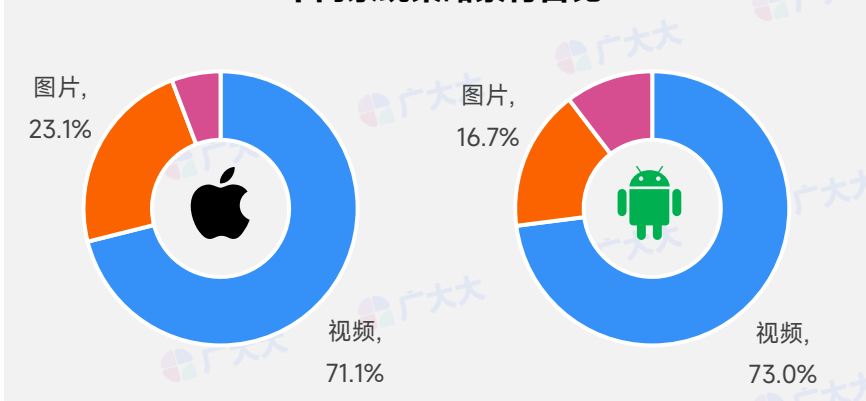


2024年策略类各类型素材营销观察

策略素材类型占比与全球对比

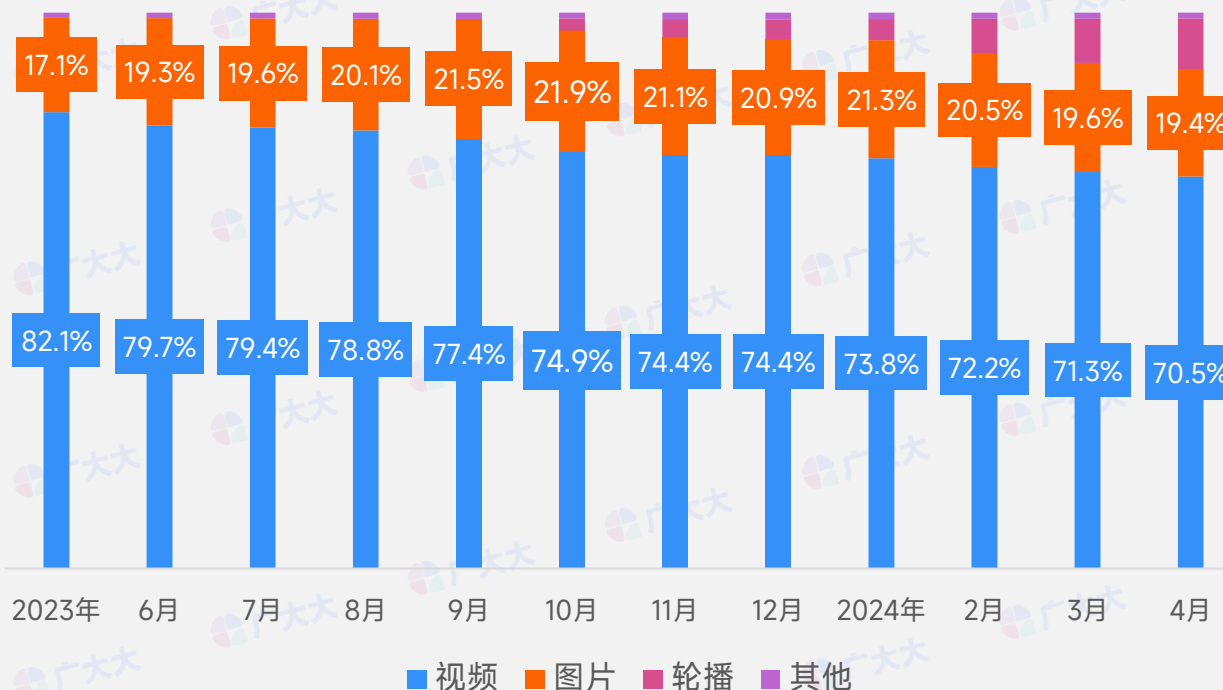


不同系统策略素材占比



- ☑ 策略类视频素材占比高于全球水平，其中Android端视频占比iOS高出1.9%
- ☑ 视频素材带来的展现持续降低，2024年4月占比已经不足71%

各类型素材带来展现占比





02

策略类手游 爆款创意形式展示

CREATIVE DISPLAY OF POPULAR STRATEGY MOBILE GAMES



2024年策略类手游投放TOP20



Apple iOS

Android

iOS		Android	
1	Last War: Survival 元趣游戏	11	Frost & Flame FunPlus
2	Whiteout Survival 点点互动	12	Mafia City 友塔网络
3	Stormshot FunPlus	13	Rise of Castles IM30
4	Age of Apes Tap4Fun	14	Misty Continent FunPlus
5	The Grand Mafia 友塔网络	15	Last Fortress: Underground IM30
6	Dragonheir: Silent Gods 朝夕光年	16	City Arena: Zombie Defense 大海怪科技
7	The Walking Dead: Survivors 智明星通	17	千年之旅:ELF 翼信科技
8	Evony Top Games	18	Top Heroes 江娱互动
9	The Ants 星合互娱	19	Puzzles & Chaos 三七互娱
10	State of Survival FunPlus	20	Beast Lord 星合互娱
		1	The Grand Mafia 友塔网络
		2	Lords Mobile IGG
		3	Mafia City 友塔网络
		4	Doomsday IGG
		5	Nexus War 友塔网络
		6	State of Survival FunPlus
		7	Viking Rise IGG
		8	Whiteout Survival 点点互动
		9	Stormshot FunPlus
		10	Build Master: Bridge Race 元趣游戏
		11	The Ants 星合互娱
		12	Top Fish: Ocean Game 星合互娱
		13	Age of Apes Tap4Fun
		14	Sea of Conquest: Pirate War FunPlus
		15	Last War: Survival 元趣游戏
		16	Age of Frostfall WARMEST GOOD
		17	Evony Top Games
		18	Mobile Legends: Bang Bang 沐瞳科技
		19	Puzzles & Survival 三七互娱
		20	Rising: War for Dominion OneGame

Source: 广大大-APP Intelligence, 广告主分析模块, 按照广告主按照时间段内去重后素材数量高低排序;
Date Range:2024/1~2024/4;



策略类爆款创意套路鉴赏

素材往往轻策略玩法重视视觉刺激：副玩法买量、抓马剧情、情色诱惑或是死亡威胁等开头元素能够快速抓住用户眼球，给予冲击

副玩法营销



从2022年全面爆发的副玩法买量热度依旧不减，跑酷、爬塔玩法仍是目前效果最好、普及度最高的买量副玩法



抓马剧情



死亡威胁+道具选择+事件解决+故意失败组成了常见的爆款素材开头公式



擦边营销



有针对性的荷尔蒙营销对特定性别用户效果拔群，除了卖弄性感外往往也会在开头添加英雄救美、美女误会等抓马剧情





策略游戏热门素材套路——真人创意

真人类创意往往能给玩家带来最强的代入感，是近期被广告主广泛使用的创意类型

点击图片播放完整素材

试玩口播解说

吸睛开头

战力比拼尬剧

高质量短剧



策略游戏热门素材套路——副玩法

经过1年多的迭代，副玩法吸睛套路已经稳定，其中以跑酷战斗的使用厂商最多，很多游戏在尝试将副玩法与游戏完美融合

点击图片播放完整素材

跑酷战斗升级

圈地战斗

冒险探索

数字迷宫



策略手游素材新趋势——AI视频素材

在2024年年中AI视频素材在策略广告主中已经十分普遍，并且现阶段素材质量也越来越高

点击图片播放完整素材

AI美女

让图片讲话

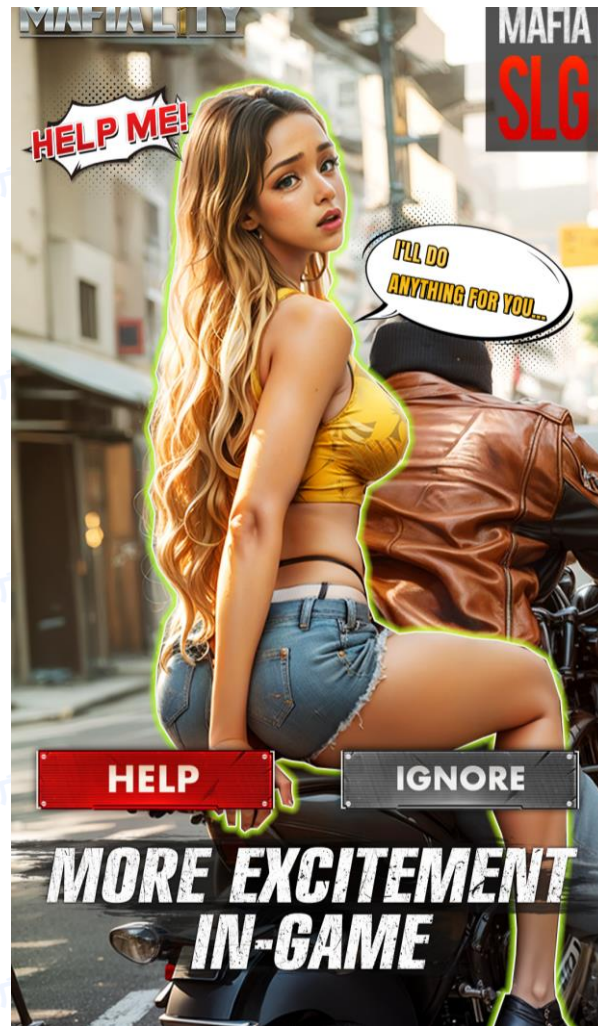
展示不同文化元素

渲染游戏世界观



策略类AIGC图片素材鉴赏

- 人物
- 道具
- 背景





03

热门策略广告主 全球营销洞察

POPULAR STRATEGY ADVERTISERS GLOBAL MARKETING INSIGHTS



2024开年SLG出海黑马

智明星通创始人再出海，将传统副玩法与游戏深度融合的最新爆款

Last War

混合轻度SLG产品 北京元趣

广告主投放数据

产品首次投放：2023年3月

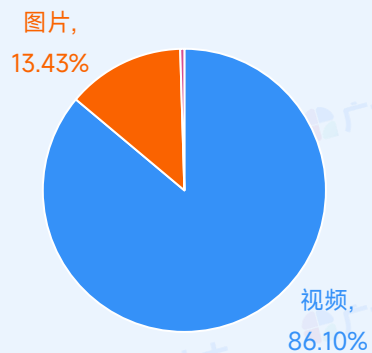
双端累计去重后创意：17.7K



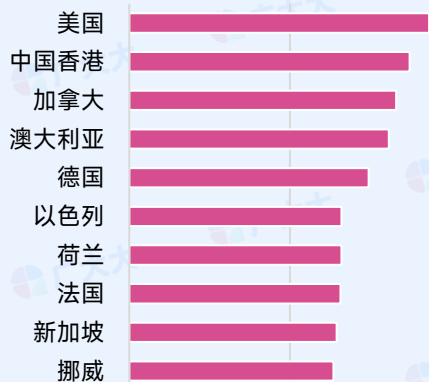
广告主双端近1年投放素材堆积图



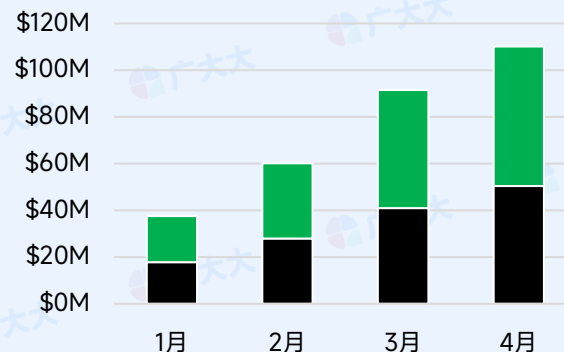
各类型素材占比



投放国家/地区TOP10



2024年应用商店收入表现



2024年应用商店下载表现





【Last War】在投优质视频创意



投放渠道:  TikTok

展现估算: 19M

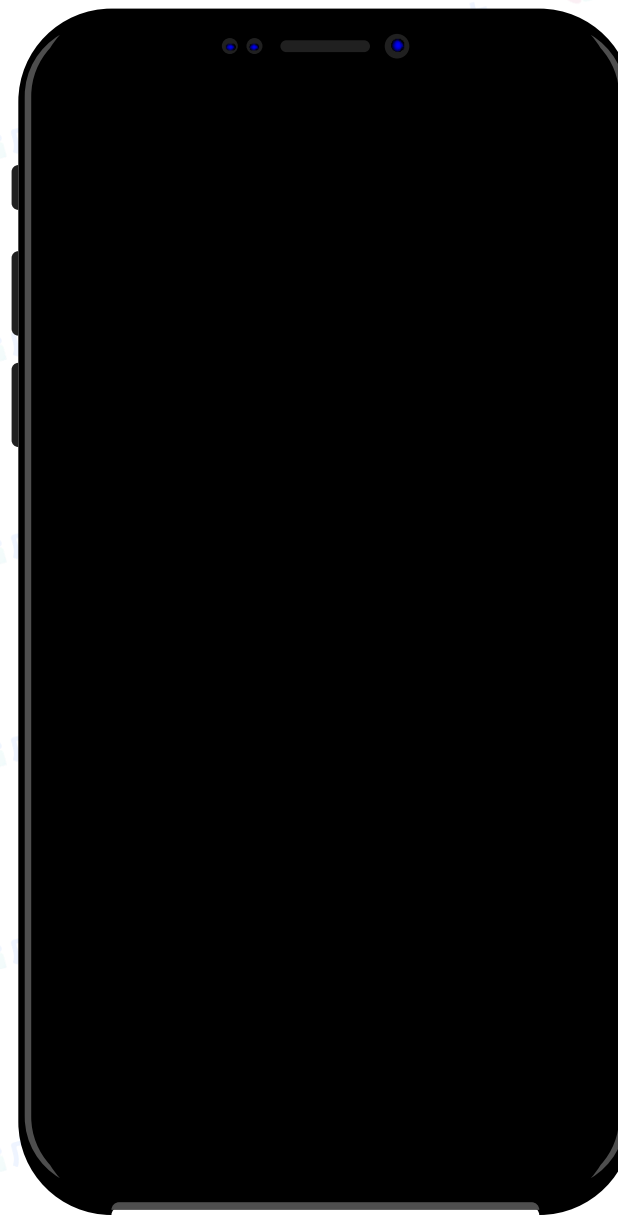
素材特点: 产品的素材清一色全部为**跑酷射击升级素材**, 但游戏产品本和买量原理就是素材 (副玩法) 和游戏高度融合。此外广告主还在素材中**加入真人元素, 让广告看起更具说服力。**

50.8K

素材点赞

9.2K

转化估算



点击图片播放完整素材



2024年SLG出海“最强王者”

刚刚运营1年多的“年轻”SLG产品，现已多次登顶出海营收TOP榜

Whiteout Survival

冰封末日SLG 点点互动

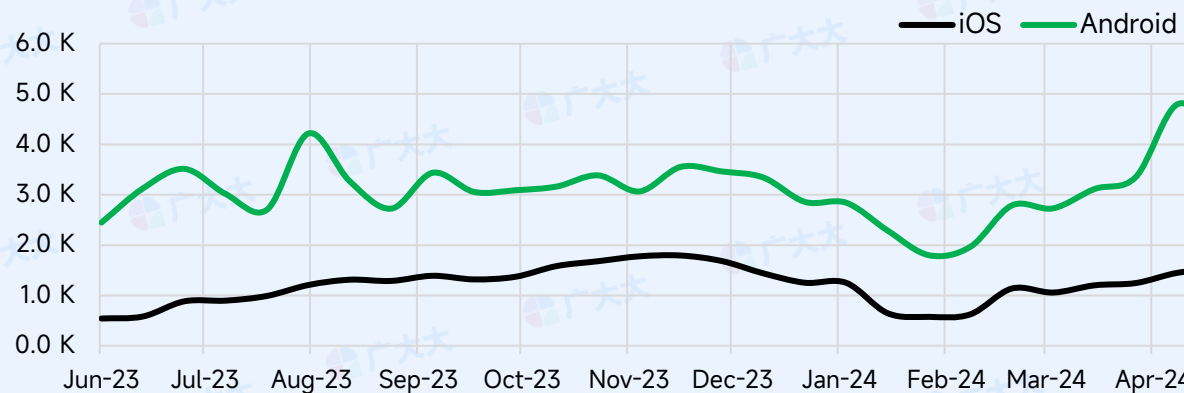
广告主投放数据

产品首次投放：2022年11月

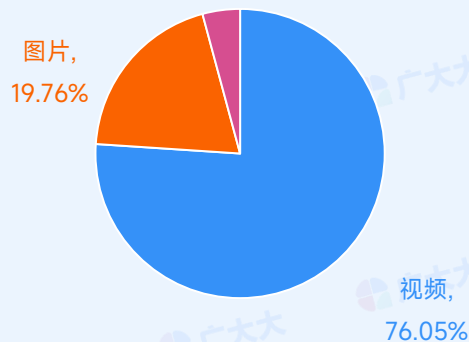
双端累计去重后创意：12.4K



广告主双端近1年投放素材堆积图



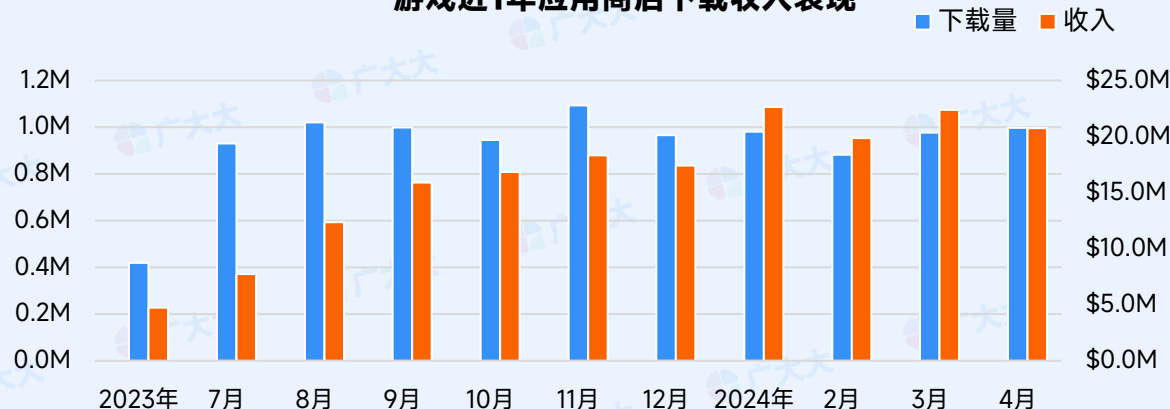
各类型素材占比



投放国家/地区TOP10



游戏近1年应用商店下载收入表现





【Whiteout Survival】在投优质视频创意



投放渠道:  **TikTok**

展现估算: 7M

素材特点: 广告主最近新投放了许多**真人+游戏演示**的综合性素材。该游戏本身的素材就很有特点, 重点展示游戏中建造和经营的元素, 融合上真人元素后让该其看起来更像是UGC创意, 更利于游戏在短视频平台的传播。

28K

素材点赞

5.2K

转化估算



点击图片播放完整素材



小游戏融合，SLG出海新趋势

游戏初期融合佣兵团Like的轻RPG玩法，后期加入SLG元素，做到了“副玩法”的自然融合

Top Heroes

佣兵团+SLG 江娱互动

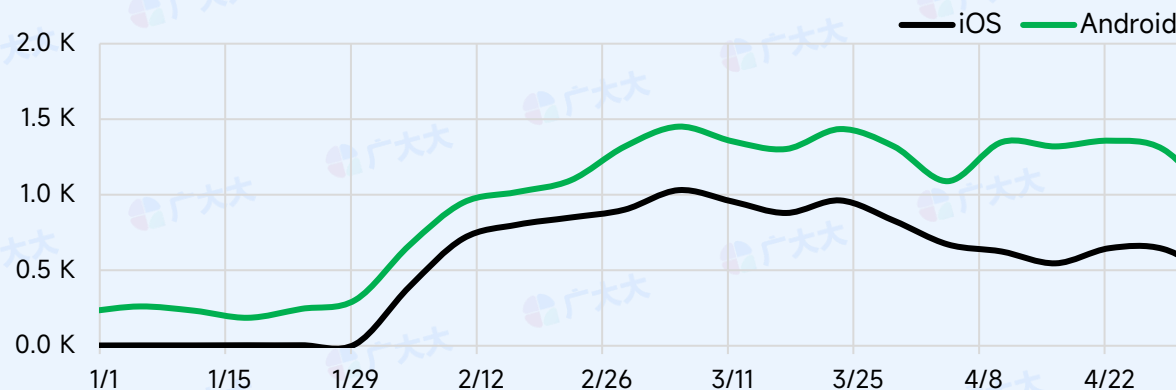
广告主投放数据

产品首次投放：2023年1月

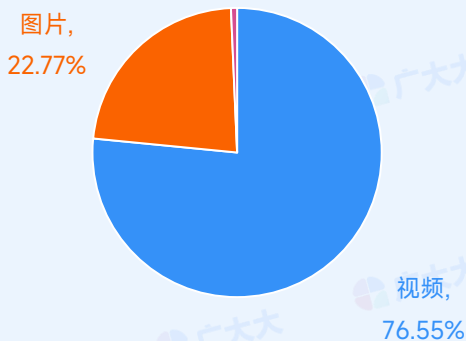
双端累计去重后创意：8.2K



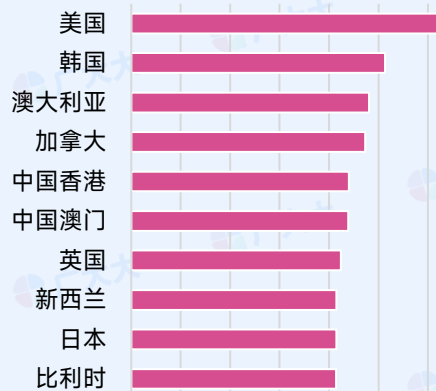
广告主双端2024年投放素材堆积图



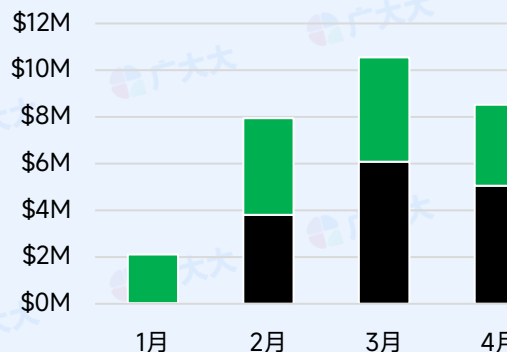
各类型素材占比



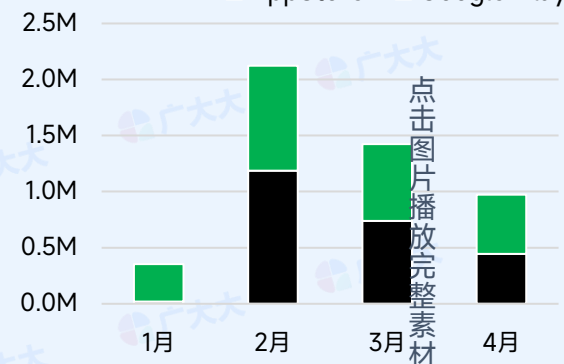
投放国家/地区TOP10



2024年应用商店收入表现



2024年应用商店下载表现





【Top Heroes】在投优质视频创意



投放渠道： YouTube

展现估算：1M

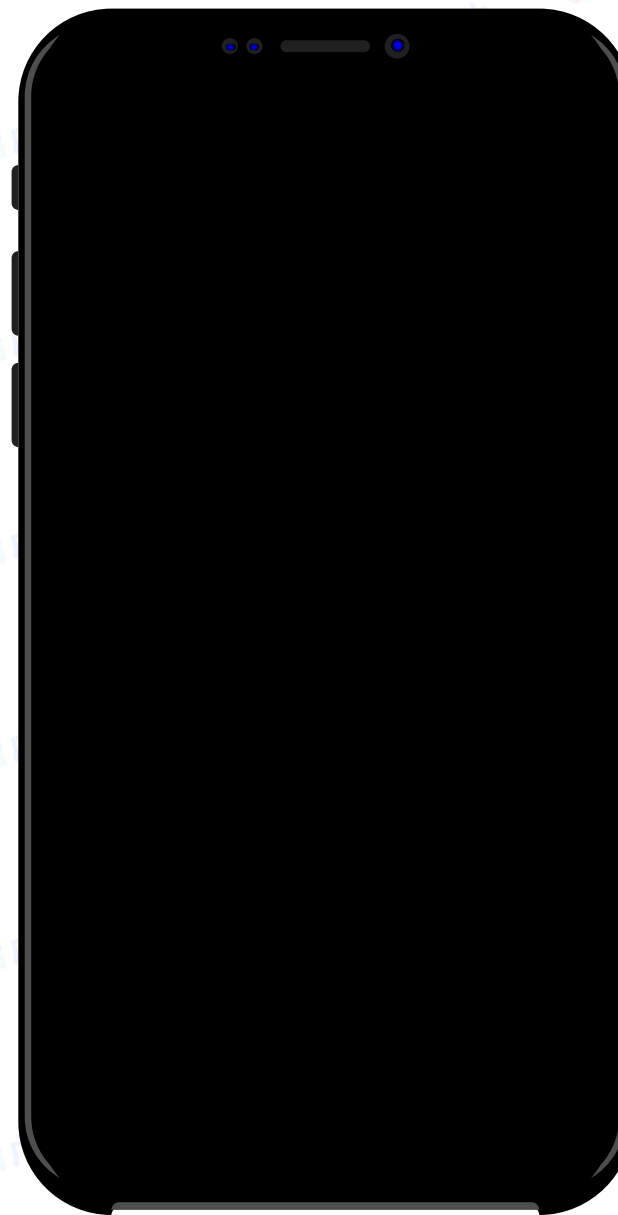
素材特点：产品在营销上围绕着“佣兵团Like”元素来制作创意，你可以在素材中发现**肉鸽**、**RPG**、**战斗**等元素。素材在表现战斗的同时还从侧面展示了基地升级等SLG的元素，从多维度吸引用户。

3.3K

素材点赞

4.6K

转化估算





报告说明

1、数据来源

借助于全球最大的广告情报分析工具，广大大数据团队为您呈现全球游戏市场移动广告数据透视。我们在全中国范围内通过抽样的方式采集广告数据，目前已经覆盖全球70多个渠道，近70个国家地区，积累超16亿条广告数据，每天小时级更新的广告数据超百万。在如此庞大的数据基础上我们可以洞察广告行业的大盘趋势。

2、数据周期及指标说明

报告整体时间段：2024.1- 2024.4

具体数据指标请参考各页标注

3、版权声明

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，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原作者所有。没有经过本公司新媒体许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递，报告中所涉及的所有素材版权均归广告主所有。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

4、免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合广大大数据团队监测产品数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与广大大无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

5. 涉及国家地区说明（按照广大大产品地区标注，并不代表实际地理分布）

北美：美国、加拿大、墨西哥、巴拿马

欧洲：土耳其、法国、德国、英国、意大利、西班牙、荷兰、挪威、波兰、葡萄牙、比利时、

瑞士、奥地利、罗马尼亚、瑞典、希腊、丹麦、卢森堡、爱尔兰、芬兰

日韩：日本、韩国

中国港澳台：中国香港、中国澳门、中国台湾

东南亚：泰国、印度尼西亚、新加坡、马来西亚、越南、菲律宾、柬埔寨

报告制作：李磊 Vincent Lee-广大大数据研究院内容负责人

大洋洲：澳大利亚、新西兰

南亚：印度、巴基斯坦

中东：巴林、卡塔尔、沙特阿拉伯、阿联酋、阿塞拜疆、黎巴嫩、科威特、以色列、阿曼、伊拉克、摩洛哥

南美：巴西、智利、阿根廷、哥伦比亚、秘鲁、委内瑞拉、巴拉圭

非洲：埃及、肯尼亚、尼日利亚、安哥拉、南非、阿尔及利亚、利比亚、塞内加尔、科特迪瓦

THANKS

PRODUCED BY SOCIALPETA RESEARCH INSTITUTE

广大大数据研究院



关注官方微信号
洞悉全球移动营销



扫码获取试用
加入出海社群