



2023 YouTube 游戏行业网红营销报告

为品牌出海提供数据支持与前沿趋势
NoxInfluencer Market Research · 2022年5月



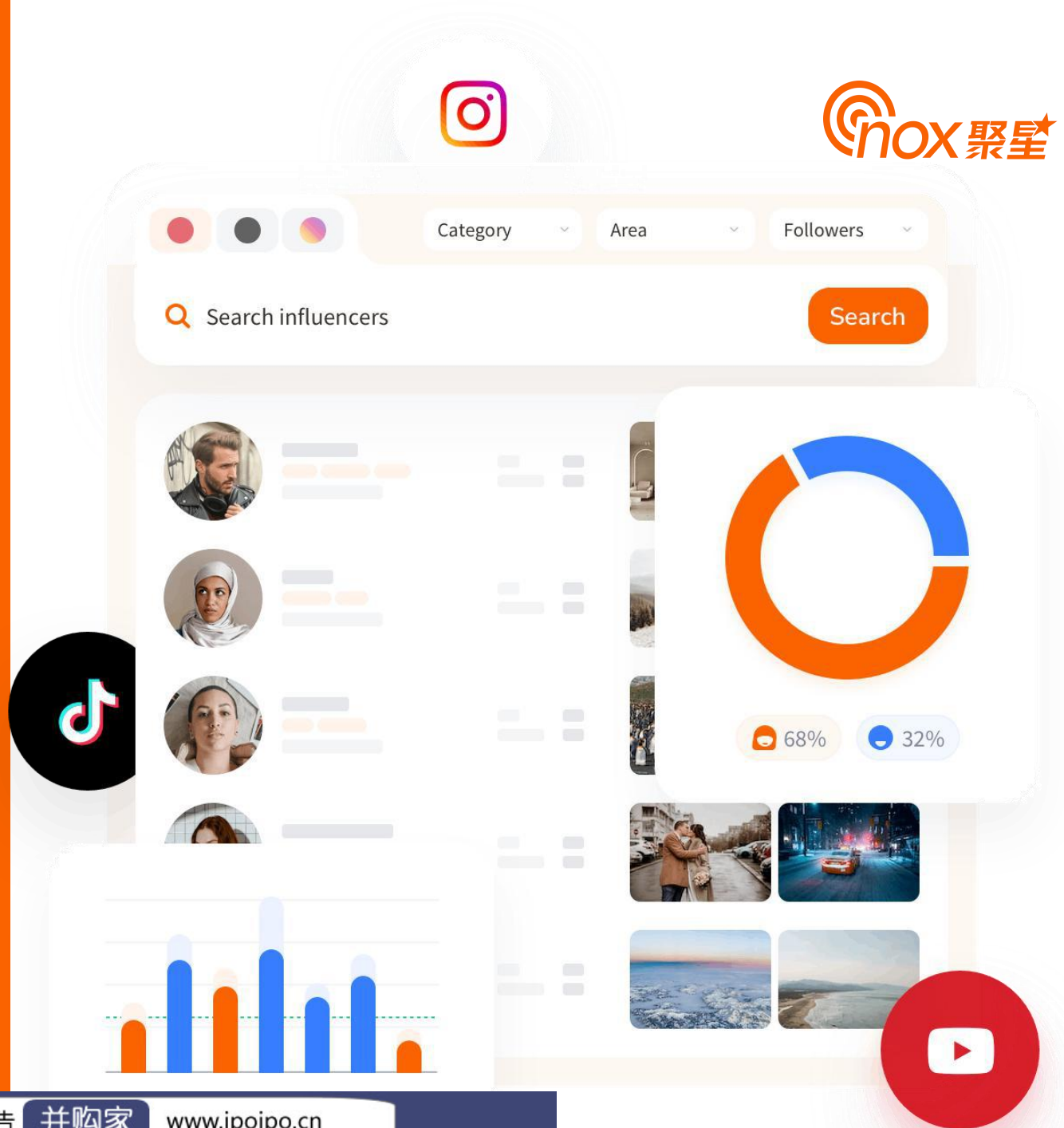
关于报告

Nox聚星基于自身1800w+YouTube网红数据库，对YouTube游戏类网红以及视频等相关数据进行分析，帮助出海游戏品牌洞察行业营销趋势，助力品牌获得更好的营销效果。

从20W+ 品牌网红营销中

获得启发

我们覆盖4大主流社媒平台4300万+网红资源与数据，全球网红合作创意已经超越1亿+，每天更新上百合作视频创意。



报告说明



1. 数据来源

基于全球领先的海外网红营销一站式服务平台，Nox聚星数据团队为您呈现2022年跨境出海行业网红营销数据透视。我们在全球范围内通过采集方式收录数据，目前已经覆盖全球150+国家和地区，3个主流平台（YouTube、Instagram、TikTok）4300万+网红资源，合作20w+广告主，每天更新的广告数据多达百条。在如此庞大的数据基础上我们可以洞察跨境出海行业的大盘趋势。

2. 数据周期

报告整体时间段：2022.01.01- 2022.12.31，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，没有经过本公司许可，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本公司所有。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大数据智能分析、桌面研究、行业访谈及其他研究方法，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Nox聚星无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

Nox聚星英文品牌名NoxInfluencer，是NOX集团倾力打造的海外网红营销云，目前是**全球访问量第一的网红引擎**。

Nox聚星基于强大的技术实力，为跨境出海品牌提供海外网红搜索、网红数据分析、营销任务管理、效果追踪以及竞品品牌投放数据监控与分析等SAAS服务。

网站月独立访问量

500万+

- ✓ 全球最受欢迎的网红数据分析平台
- ✓ 支持英、日、韩等10种语言
- ✓ 服务全球80%国家

全球优质网红资源

4300万+

- ✓ 覆盖4大主流社交平台
- ✓ 30万+头部腰部网红注册入驻
- ✓ KOL资源遍及全球

合作品牌

20万+

- ✓ 客户遍布全球
- ✓ 覆盖游戏、美妆服饰、3C各行业
- ✓ 服务众多行业大客户

Nox聚星部分合作伙伴



报告联合发布伙伴



白鲸出海是一家致力于服务中国泛互联网企业走向海外的综合服务平台，目前白鲸出海涵盖资讯（快讯、7×24h、问答和话题等）、数据（公司、产品、资本、榜单、专辑和投放等）、服务（合作、招聘、活动、投融资和众创空间等）以及社群社区等共四大模块。

自2014年7月开始运营以来，白鲸出海已成长为中国泛互联网出海媒体领域的领先品牌，在行业中家喻户晓。



广大大作为全球领先的广告营销数据分析平台，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。

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。覆盖近70个国家/地区，70多个全球广告渠道。比如Facebook, Twitter, YouTube, TikTok, Unity, 等知名广告渠道，全部广告创意已经达到13亿级别，每天更新百万以上。



SuperADS线条科技是一家成立于2017年的全链路出海营销服务商，凭借全球优质媒介资源、投放大数据应用能力、资深专家团队，为10000+企业出海提供效果化营销解决方案。

目前SuperADS线条科技已建立起海外大媒体开户充值、海外大媒体优化代投、Affiliate联盟营销、全球媒体公关解决方案、海外媒体管理智投SaaS五大业务服务板块，助力中国企业扬帆出海。

目录

CONTENTS

01

2022全球游戏市场洞察

02

2022游戏出海网红营销洞察

03

2022YouTube游戏KOL趋势

04

2022YouTube游戏重点地区趋势

05

2022YouTube游戏排行榜

01

2022全球游戏市场洞察

基于Nox聚星抽样1W+游戏商单统计总结、分析产出，
帮助游戏出海品牌快速了解海外游戏市场现状

2022全球游戏市场洞察



2022年全球游戏市场收入规模首次下滑，超休闲成为全球移动游戏热门品类，美日韩是中国游戏出海首选区域。

2022年全球游戏市场规模约为人民币11107.6亿元，同比下降6.96%，中国游戏在海外市场的实际销售收入为173.46亿美元，同比下降3.7%。超休闲、模拟、动作游戏仍然是三大热门品类，持续受宠全球，美、日、韩是中国游戏出海首选区域。

图1：2022年中国自主研发游戏海外市场实际销售收入及增长情况

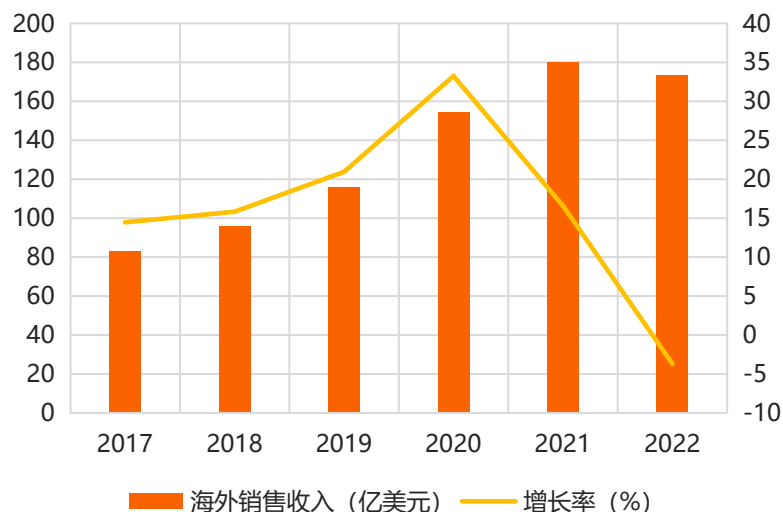


图2：2022年全球移动游戏下载量占比

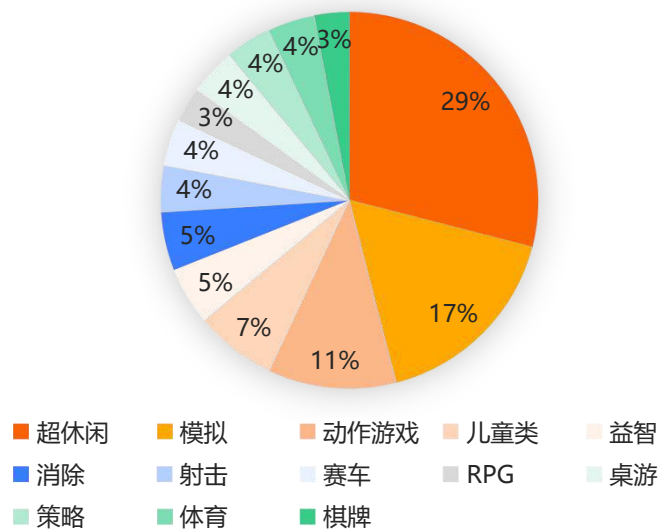
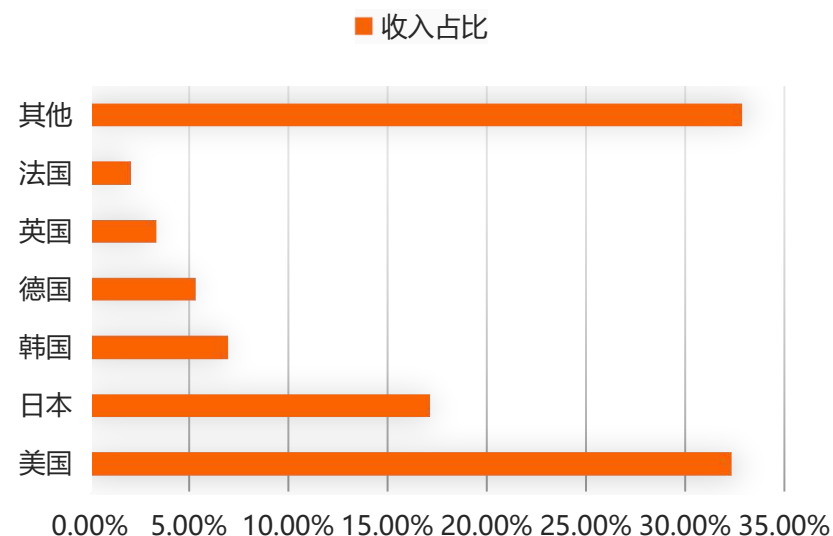


图3：中国移动游戏各地区收入占比



数据来源: (图1&图3) 中国游戏产业年会《2022年中国游戏出海情况报告》; (图2) 中华人民共和国商务部《2022年度中国游戏产业报告》;

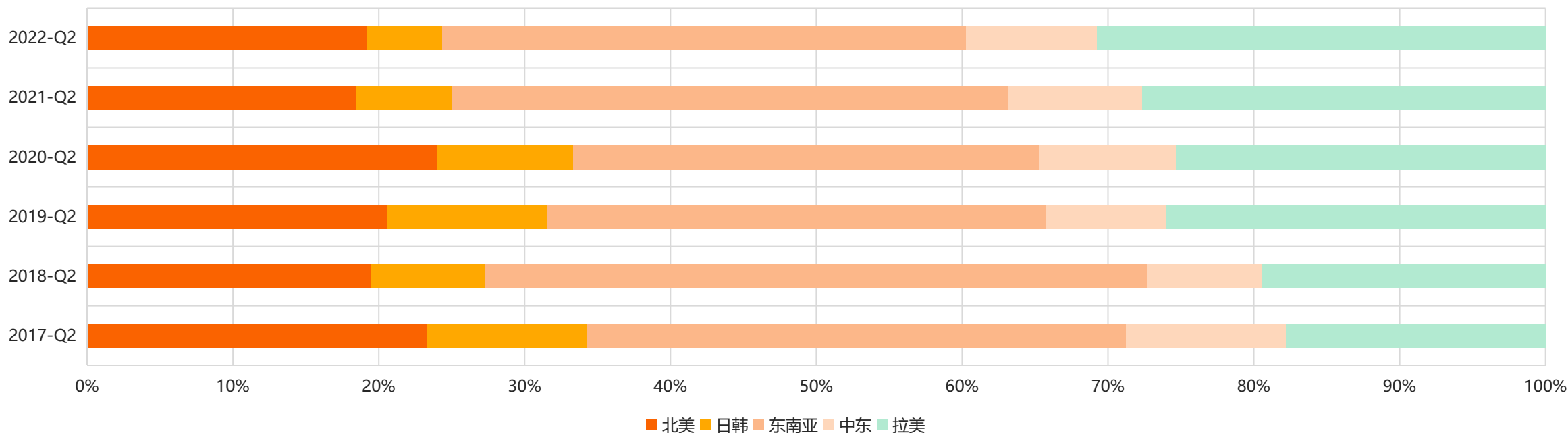
2022全球游戏市场地区概览



美、日、韩、东西欧等传统发达市场份额均出现下降，拉美市场增长强劲。

2022年美日韩等传统发达国家市场份额均出现下降，美国市场同比下降12%。与此相对拉美市场展现出巨大潜力，市场份额同比增长83%，且呈现持续增长态势。

中国移动游戏出海全球地区分布变化



数据来源: AppFlyers, 2022 中国移动游戏 App出海驱动力报告, Aug 2022

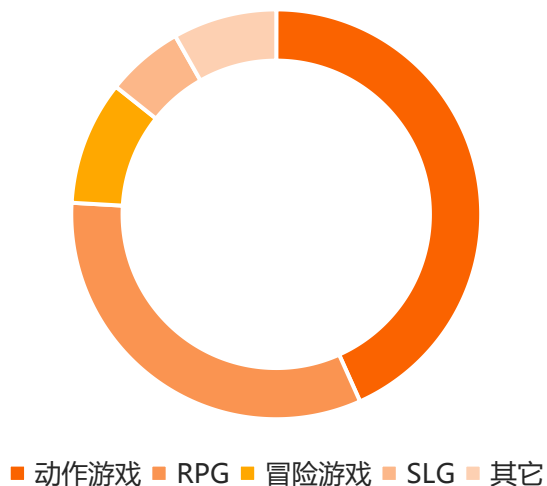
2022全球游戏出海市场—北美地区



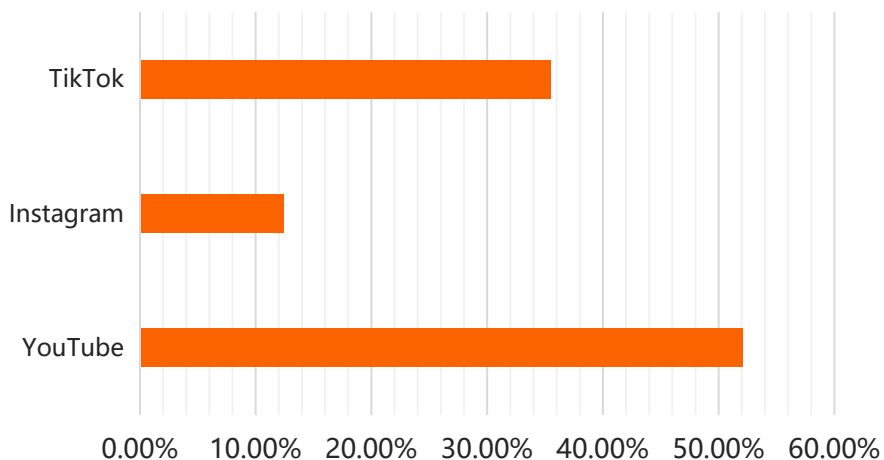
2022年美国动作游戏、RPG、冒险游戏成为网红营销热门品类、YouTube成为游戏出海网红营销首选推广平台，垂类网红最受广告主青睐。

2022年美国动作游戏、RPG、冒险游戏广告主最多，成为网红营销热门品类，YouTube远超TikTok以及Instagram成为美国地区网红营销首选平台，且由于游戏KOL垂直度较高，垂类网红最受广告主青睐。

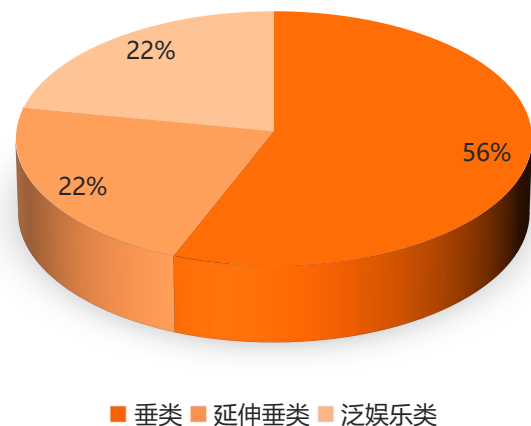
2022年美国地区各类游戏推广视频数量占比



2022年Nox聚星游戏类推广任务平台占比（美国）



2022年美国游戏广告主KOL类型选择分布



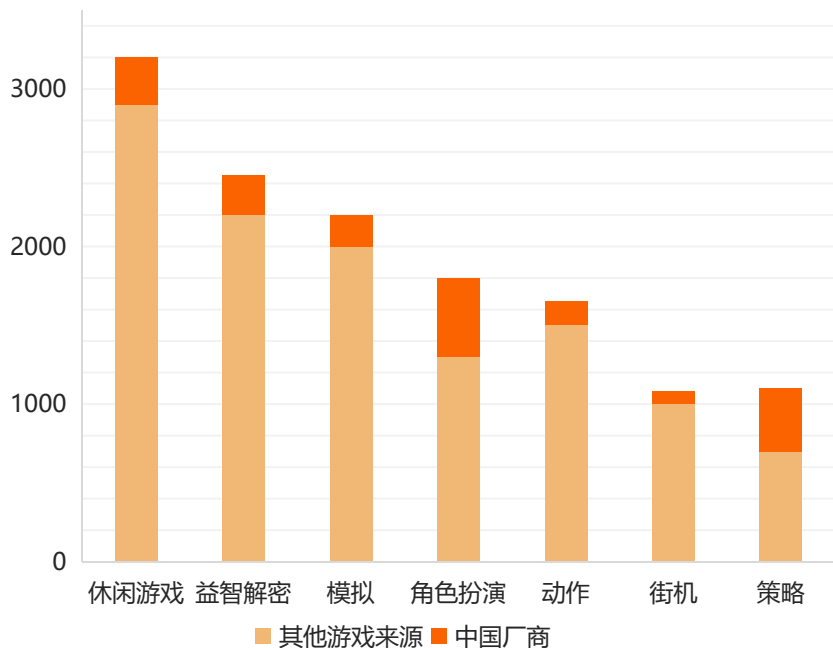
2022全球游戏出海市场—日韩地区



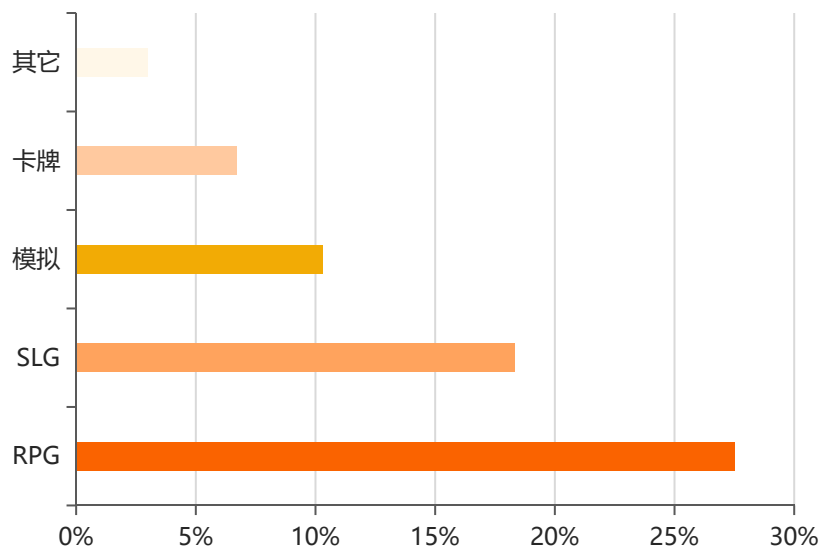
2022年RPG、SLG为日韩地区出海热门赛道，日本地区RPG类YouTube内容数量增长明显，韩国广告主偏爱中腰部网红。

作为中国移动游戏出海第四大出海市场的日韩地区吸引了大量的中国游戏厂商，中国RPG、SLG游戏数量占比都明显高出其它类别。日本地区RPG类视频数量增长明显。韩国广告主偏爱中腰部网红。

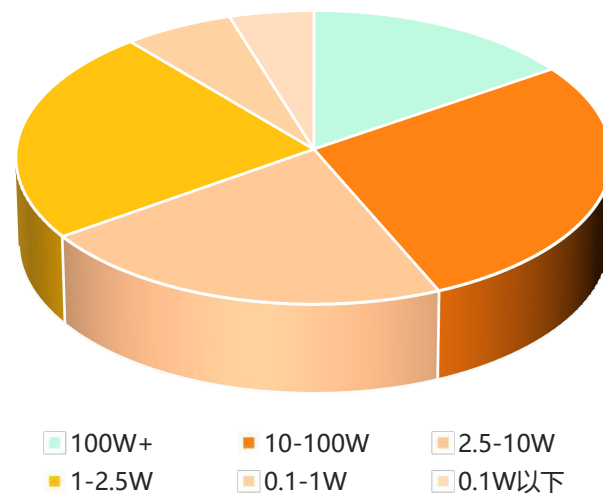
2022年日韩游戏市场游戏来源分布



2022年日本游戏推广内容数量增长分布



2022年韩国游戏KOL合作层级订单数分布



数据来源：基于Nox聚星抽样1W+游戏商单统计

Date Range: 2022年12月

更多免费行业报告

并购家

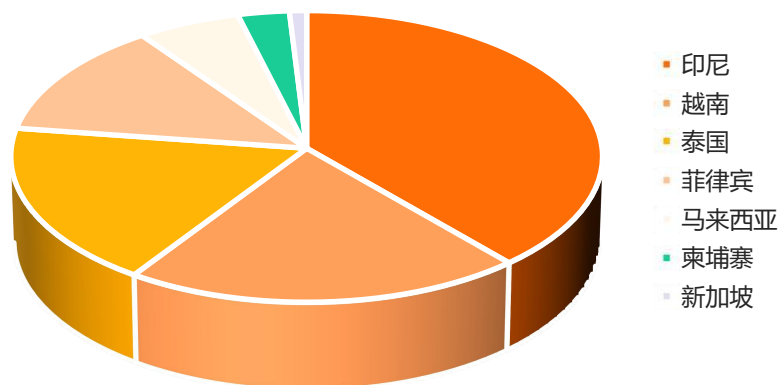
www.ipoipo.cn

2022全球游戏出海市场—东南亚地区

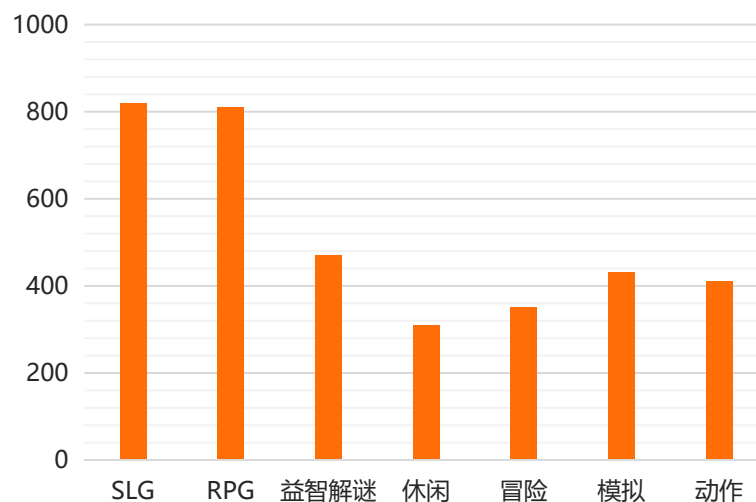
2022年东南亚地区游戏市场热度不减，印尼、越南、泰国游戏出海势头强劲。SLG、RPG成为出海主要游戏品类。游戏类TikTok网红营销增长较快。

2022东南亚游戏市场出海热度不减，印尼、越南、泰国出海势头强劲。SLG、RPG依旧名列出海游戏品列前两名。YouTube最受广告主青睐的同时，TikTok增长势头不容小觑。

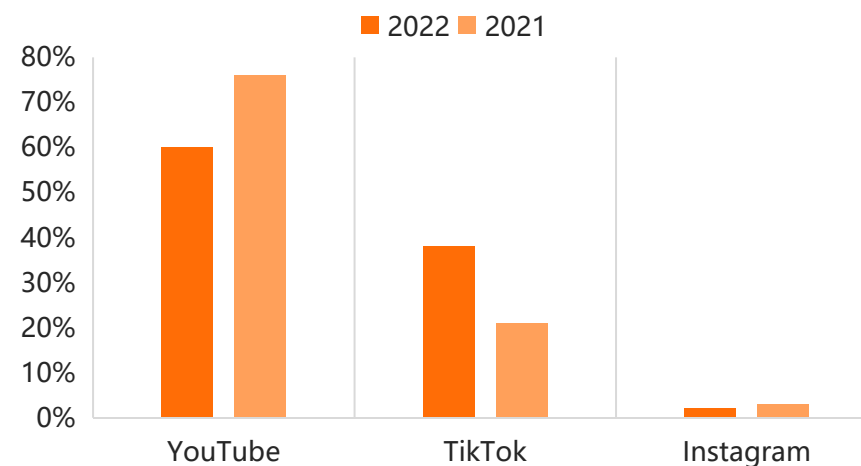
2022年Nox聚星东南亚游戏品牌推广主要区域



2022年东南亚地区各类游戏订单量



东南亚地区各平台Nox聚星游戏类订单占比



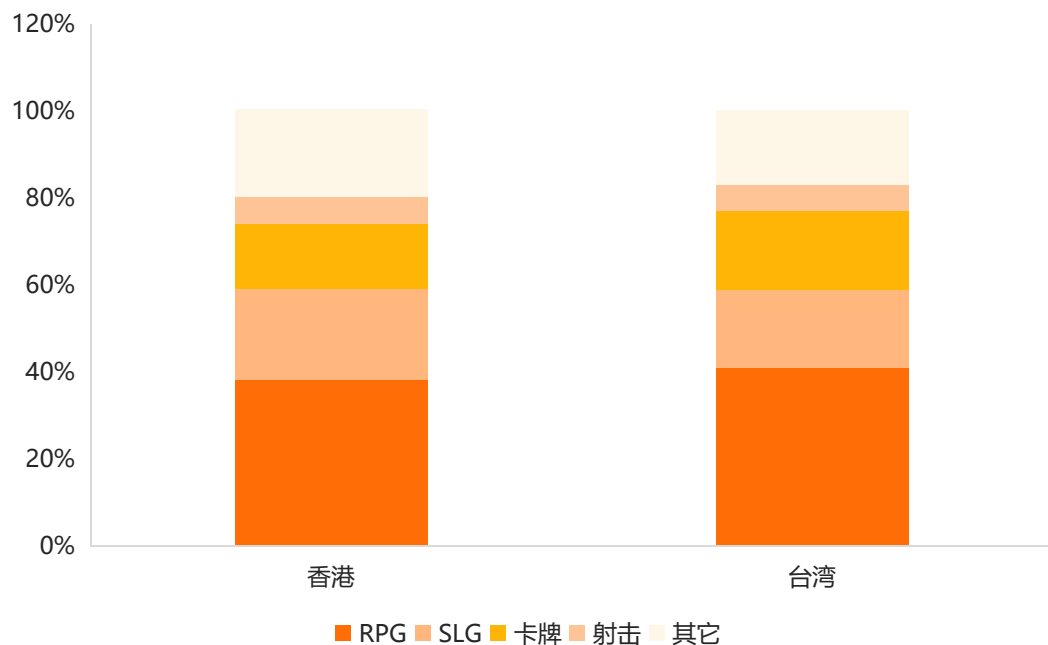
2022全球游戏出海市场—港台地区



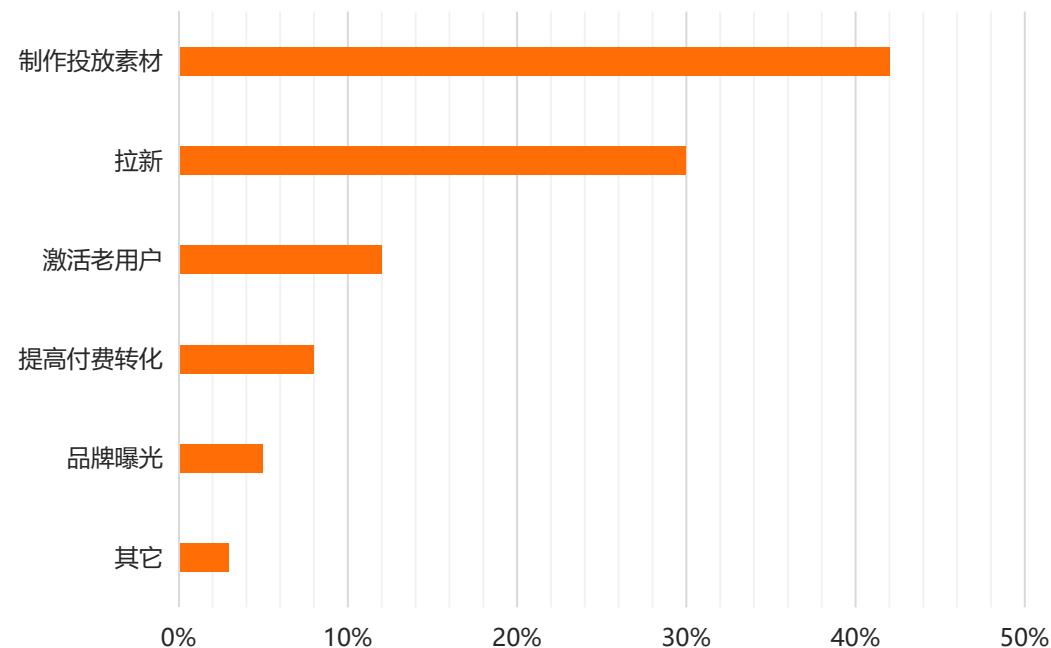
2022年RPG、SLG成为港台游戏出海最热品类，YouTube成为重要推广平台。与网红合作素材进行大面积投放成为港台出海游戏进行网红营销的主要动机。

2022年RPG、SLG成为港台出海最热游戏品类，港台出海游戏品类中RPG游戏占比接近半数。由于香港地区无法使用TikTok等客观原因，YouTube成为游戏品牌出海港台的首要平台。与网红合作素材进行大面积投放成为港台出海游戏进行网红营销的主要动机。

2022年Nox聚星港台各品类游戏推广订单占比



Nox聚星港台出海游戏广告主网红营销动机占比



数据来源：基于Nox聚星抽样1W+游戏商单统计

Date Range: 2022年12月

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

02

2022游戏网红营销洞察

基于Nox聚星一线运营人员执行经验，总结2022年游戏出海品类网红营销动向，帮助品牌更好掌握游戏网红营销具体执行策略

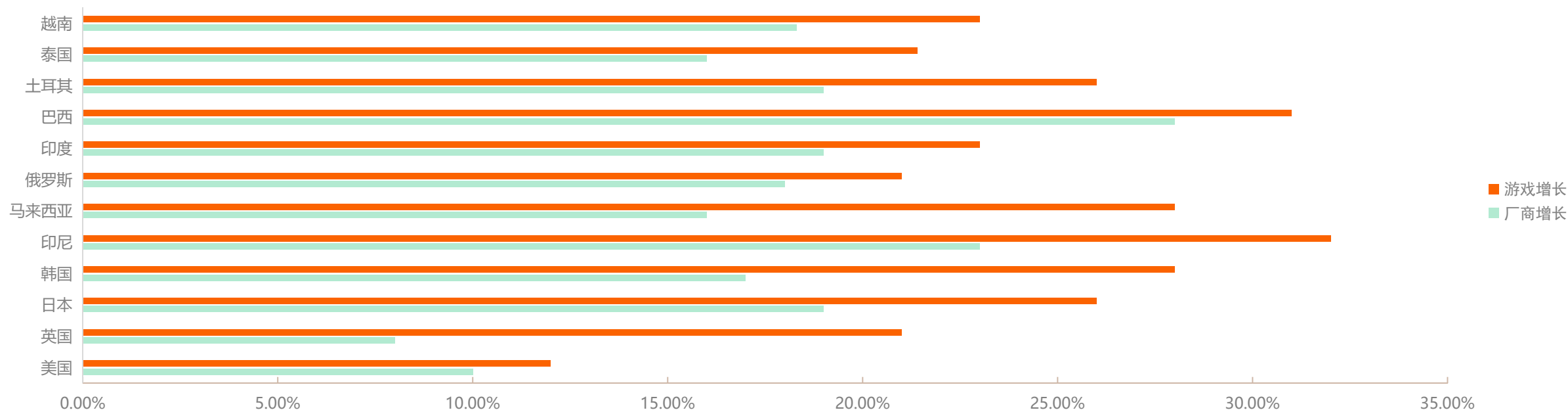
2022全球游戏出海发展趋势



欧美头部市场固化，增长缓慢。东南亚、拉美成为更多中小厂商出海试错首选，增长迅速。

受到国内版号受限等政策变革影响，游戏出海厂商及游戏数量均有不同程度增长。欧美地区用户复付费能力强，但偏好基本形成，头部市场固化，竞争压力大。东南亚基于庞大用户量，增长仍强劲。拉美、中东作为新兴市场，成熟度低、竞争小，成为更多中小厂商出海试错首选。

2022年较2021年出海游戏厂商及游戏数量增长比例



数据来源：基于Nox聚星抽样1W+游戏商单统计

Date Range: 2022年12月

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

2022全球游戏出海营销趋势



全球出海游戏买量成本持续走高，降本增效已成为主要趋势，游戏产业正快步走向精细化营销，广告主更倾向于“把鸡蛋放在多个篮子里”。

受到国内版号受限等政策变革影响，全球游戏买量成本持续走高，IOS端CPI增长近30%；在此背景下，越来越多的出海游戏厂商开始将降本增效、提高付费用户占比作为营销优化重点，广告主更倾向于“把鸡蛋放在多个篮子里”。

广告投放

投放优化，精细化买量，数据实时分析



KOL营销

锁定目标群体，垂直营销提高目标用户触达率，泛类营销易破圈



线下营销

配合节日营销、活动快闪等，增加营销渗透力



生态合作

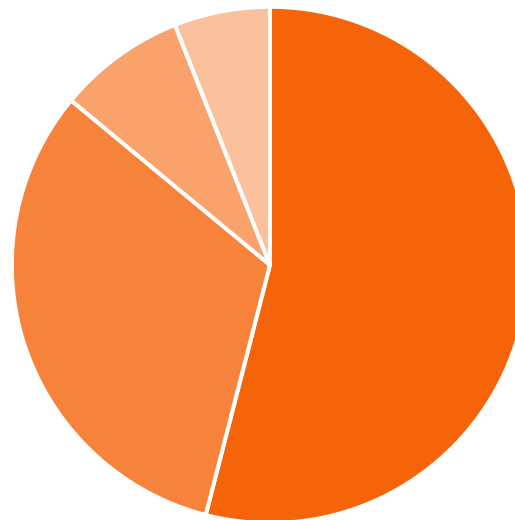
联盟营销、品牌联名、异业合作等营销方式更易破圈



精细化营销

广告主热衷选择的营销方式

■ 广告投放 ■ KOL营销 ■ 线下营销 ■ 生态合作



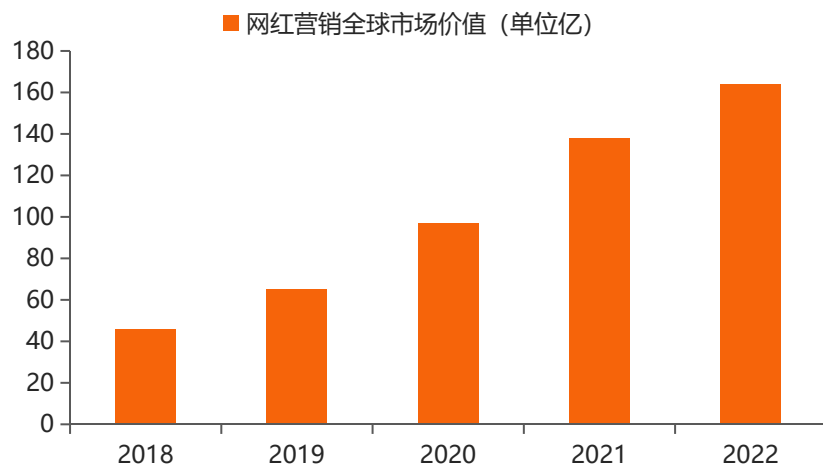
2022全球游戏出海营销趋势



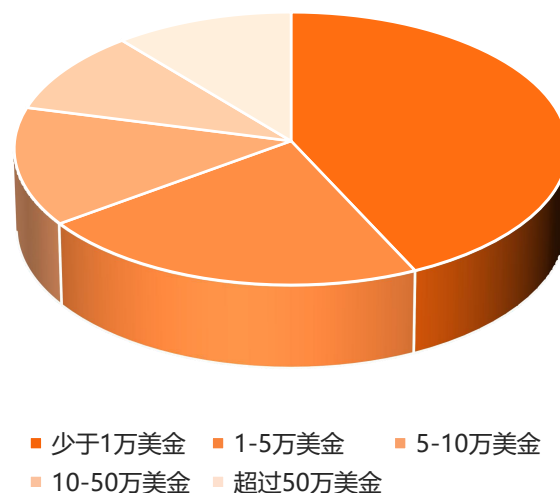
网红营销成为游戏出海标配：高效降本+精准提效=高留存、高ROI。

目前，大渠道买量成本已经远远高于网红营销成本，本地化KOL素材的投放回报率远高于普通广告投放素材；且网红营销因其高互动、高留存以及影响持久的长期流量已经逐渐成为游戏出海的必选项。

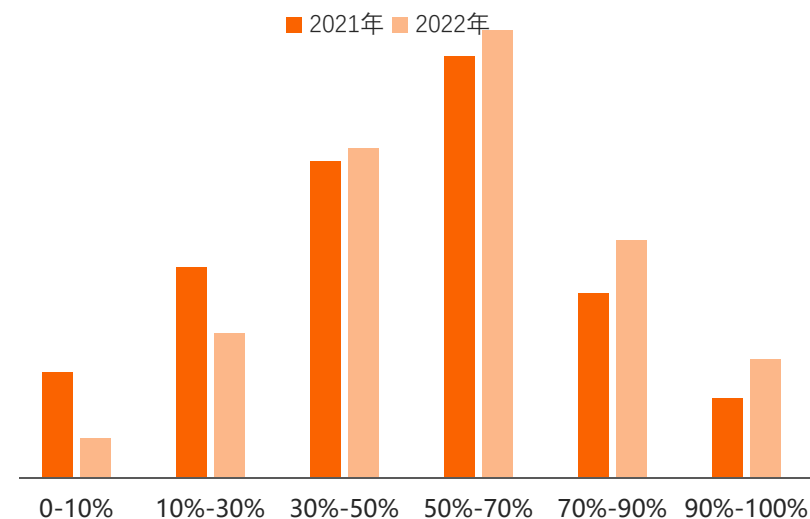
2018-2022年品牌网红营销市场价值趋势



2022年游戏产品KOL投放金额占比



2021-2022广告主网红营销投入占总营销预算比例



本地化KOL素材内容+大媒体扩量投放=倍数级放大优质内容影响力 ➡ 获得更高的ROI

数据来源：基于Nox聚星抽样1W+游戏商单统计

Date Range: 2022年12月

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

2022游戏网红营销CPM概览



$$\text{CPM} = \left(\frac{\text{预算消耗}}{\text{曝光量}} \right) \times 1000$$

(每千次展示成本)

各地区CPM概览:

日韩 > 北美西欧 > 拉美 > 中东 > 东南亚

区域特点:

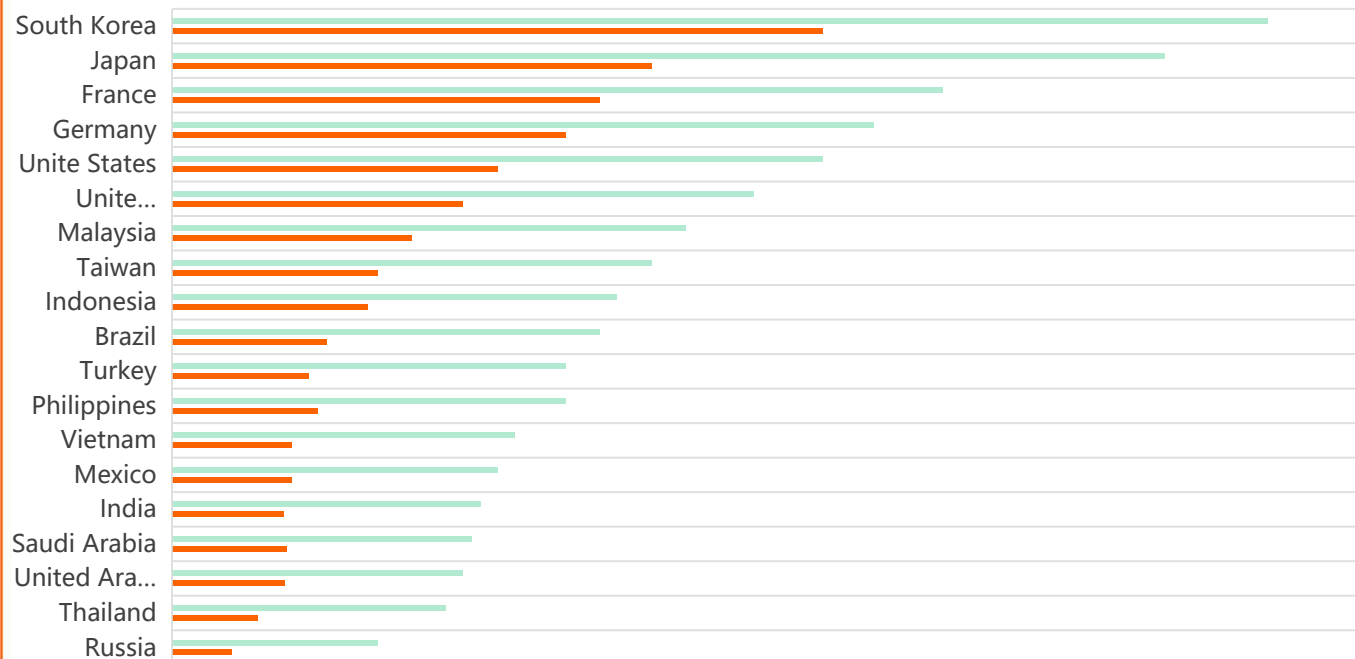
日韩: 网红市场规模化, CPM整体偏高;

马来: 华人博主占比大, CPM为东南亚地区CPM榜首;

⚠️ 不同量级网红CPM存在较大差异, 应根据推广策略搭配不同量级网红, 将整体CPM维持在高性价比水平。

主要地区游戏类网红合作CPM概览

■ 预估平均CPM最大值 ■ 预估平均CPM最小值

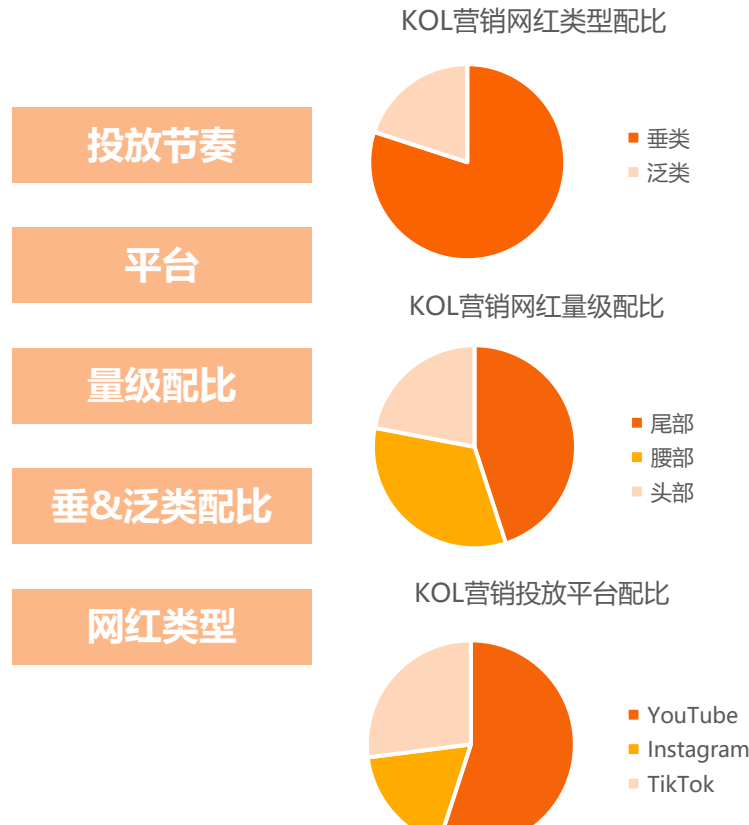


2022游戏网红营销推广策略



二分层法则成为2022年游戏广告主最常用网红推广策略，垂类投放贯穿游戏全生命周期，网红营销走向精细化。

2022年游戏类网红营销更侧重于用户定位以及阶段性推广目的，从而据此选定网红类型、平台等具体细节，垂类投放贯穿游戏全生命周期，网红营销逐渐走向精细化。



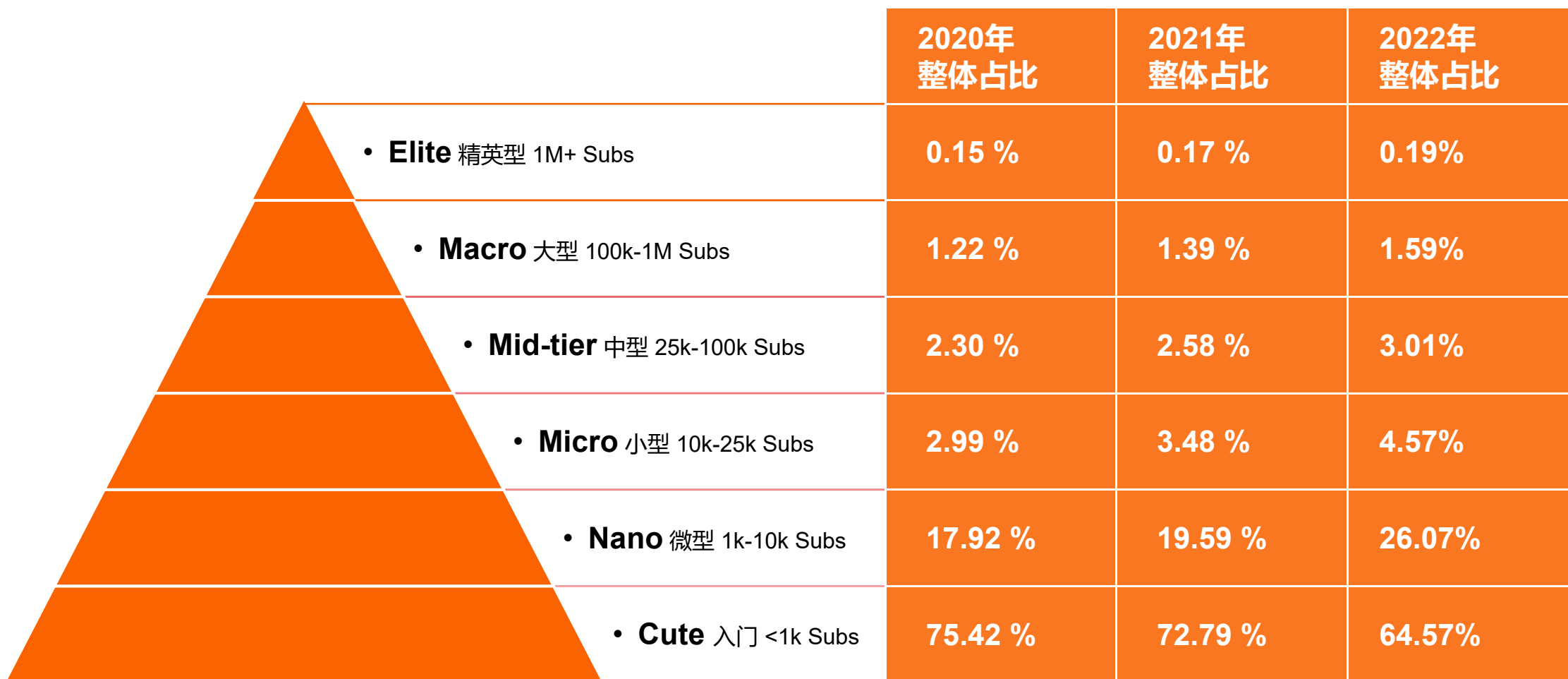
- 类似益智休闲游戏垂类等少有点对点完全重合的垂类博主的游戏类型，建议**阶段配比上逐渐聚焦垂类**。
- **垂类投放**应该贯穿游戏全生命周期，在后期长线运营中尤其重要。
- “游戏资讯类” + “泛娱乐类” 博主可以较低成本触发较大的用户群体，是扩量首选。
- 网红投放配合**游戏内运营活动**进行，回收效果更佳。

03

2022 YouTube 游戏 KOL 趋势

基于Nox聚星平台1800万YouTube网红数据进行整理，
分析总结2022年各级别游戏类网红人数增长情况

2022年游戏类网红数量整体呈现增长趋势，除入门级网红外，其他层级网红占比均有提升。



数据来源：基于Nox聚星1800w+YouTube数据统计

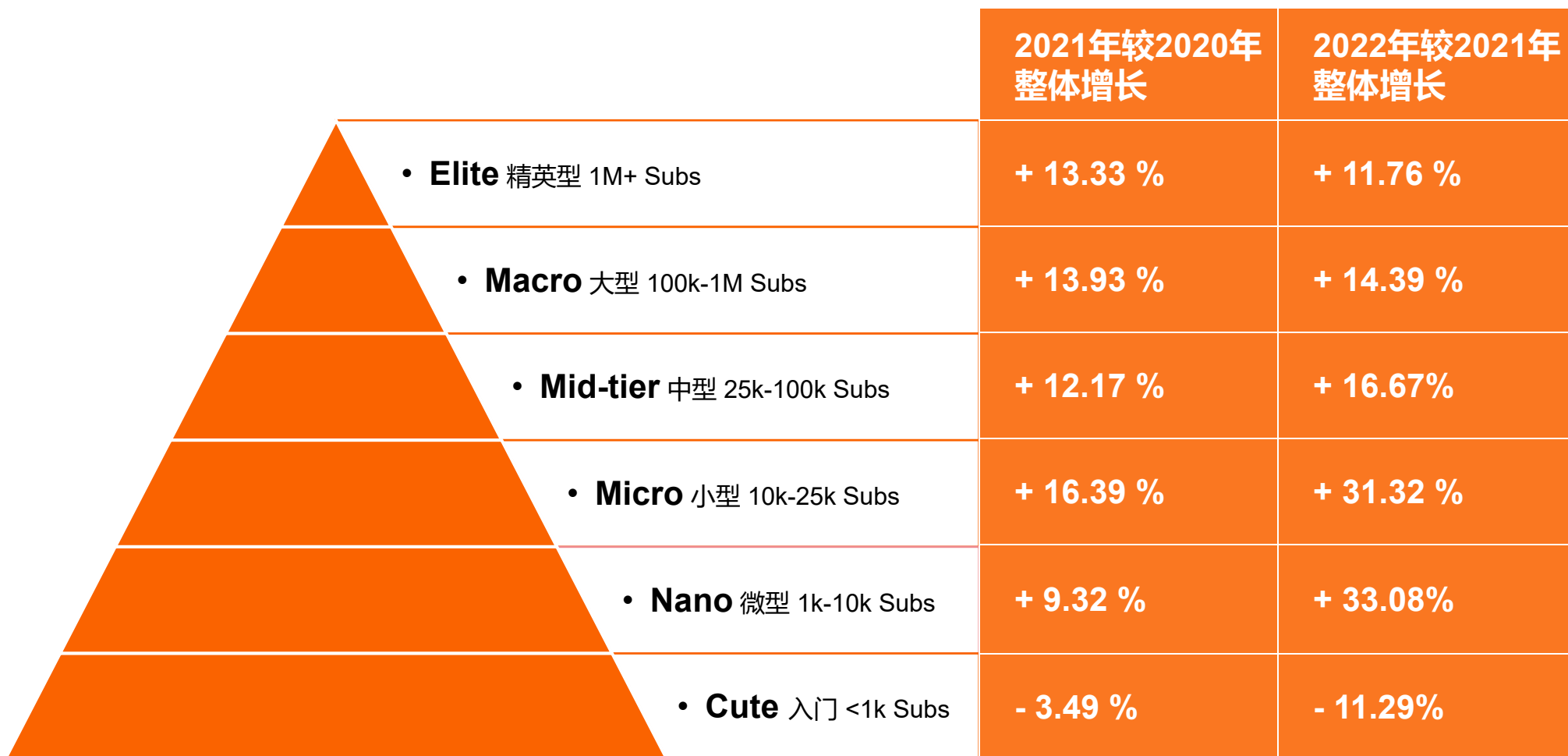
Date Range: 2022年12月

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

2022年小型、微型网红占比总体网红数量提升较快， 2021年入门级网红在2022年获得狂飙式成长



数据来源：基于Nox聚星1800w+YouTube数据统计

Date Range: 2022年12月

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

不同级别游戏网红其粉丝多样性不同，具有不同的传播特点



	粉丝多样性	粉丝覆盖地区	传播特点
• Elite 精英型 1M+ Subs	高	多	短时间内超大量曝光，快速扩大品牌影响
• Macro 大型 100k-1M Subs			专业性强，短时间内大量曝光及吸粉，品效兼顾
• Mid-tier 中型 25k-100k Subs			专业性强，快速扩量，品效兼顾
• Micro 小型 10k-25k Subs			专业性略弱，适合搭配更高级别网红扩量
• Nano 微型 1k-10k Subs			专业性弱，口碑裂变，配合扩量
• Cute 入门 <1k Subs	低	少	专业性较弱，口碑裂变，二次传播

不同级别游戏网红对应不同的营销目的

	品 - 曝光效率	效 - 转化效率
• Elite 精英型 1M+ Subs		
• Macro 大型 100k-1M Subs		
• Mid-tier 中型 25k-100k Subs		
• Micro 小型 10k-25k Subs		
• Nano 微型 1k-10k Subs		
• Cute 入门 <1k Subs		

04

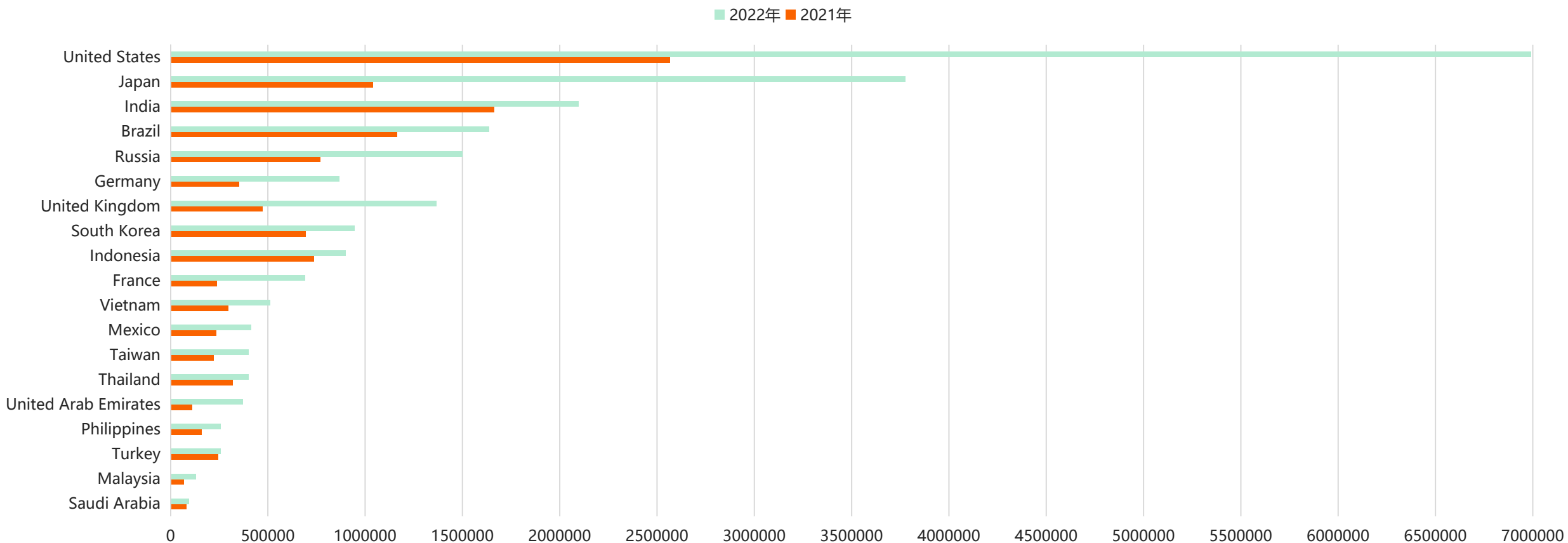
2022 YouTube 游戏重点地区趋势

基于Nox聚星平台1800万YouTube网红数据进行整理，
分析总结2022年各YouTube游戏出海重点地区趋势

美国地区继2021年高居游戏类网红视频发布数量榜首



各主要地区游戏类网红发布视频个数



数据来源：基于Nox聚星1800w+YouTube数据统计

Date Range: 2022年12月

更多免费行业报告

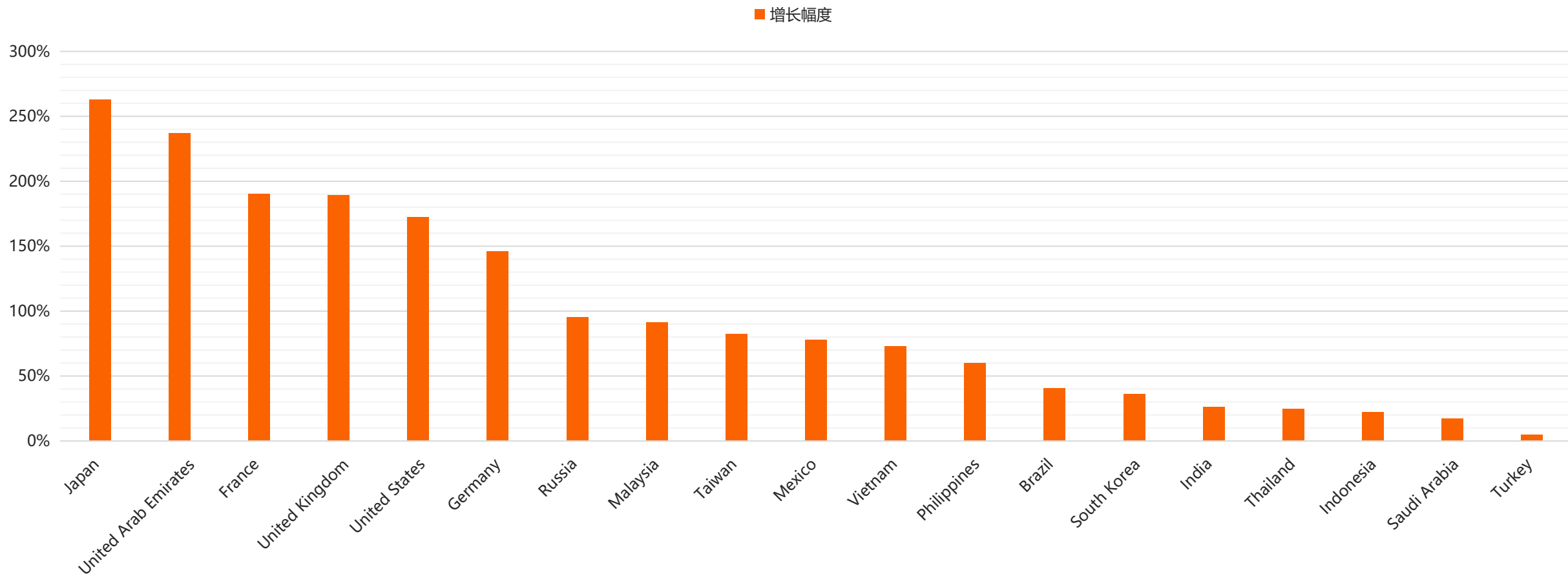
并购家

www.ipoipo.cn

2022年日本地区游戏类视频个数增长最快



各主要地区游戏类网红发布视频个数增长幅度比较



数据来源：基于Nox聚星1800w+YouTube数据统计

Date Range: 2022年12月

更多免费行业报告

并购家

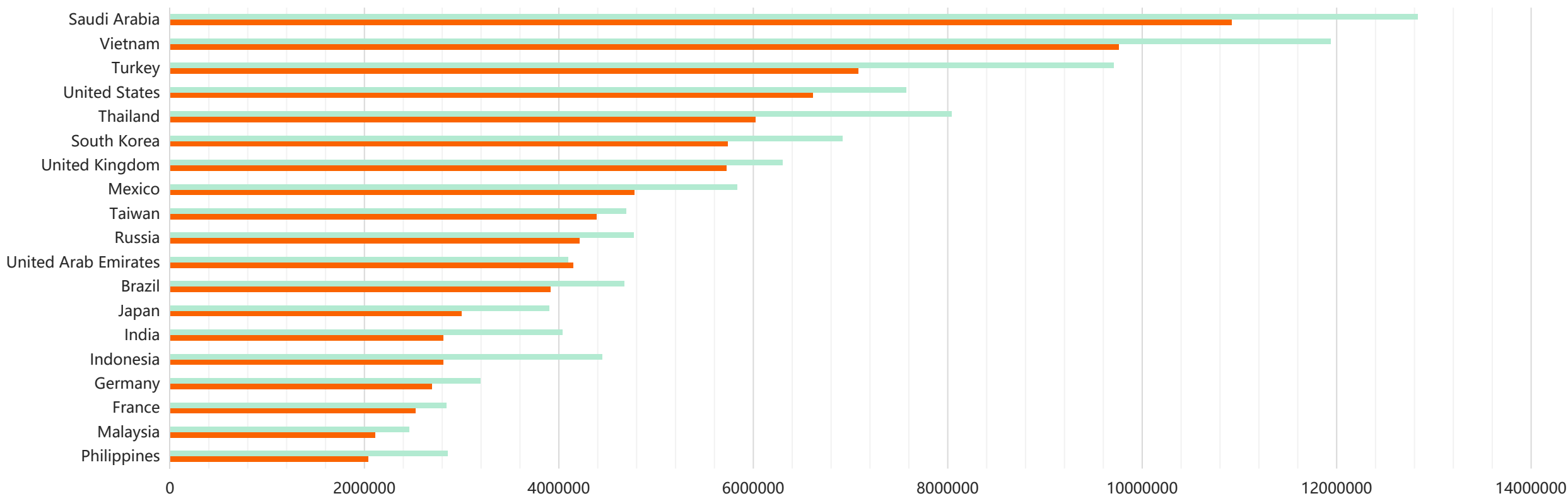
www.ipoipo.cn

2022年沙特、越南、土耳其游戏类视频平均观看量领先



各主要地区游戏类视频平均观看量比较

2022年 2021年



数据来源：基于Nox聚星1800w+YouTube数据统计

Date Range: 2022年12月

更多免费行业报告

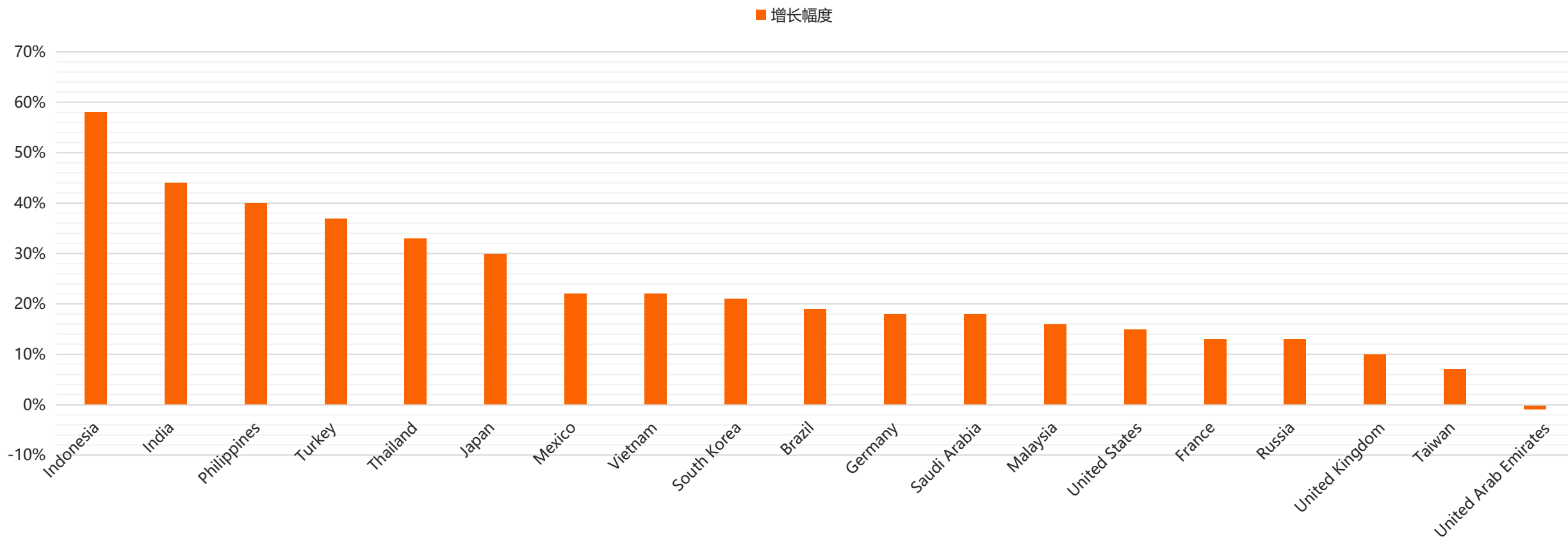
并购家

www.ipoipo.cn

2022年印尼游戏类视频平均观看量增长最快，阿联酋游戏类视频观看量呈下降趋势



各主要地区游戏类视频平均观看量增长幅度比较



数据来源：基于Nox聚星1800w+YouTube数据统计

Date Range: 2022年12月

更多免费行业报告

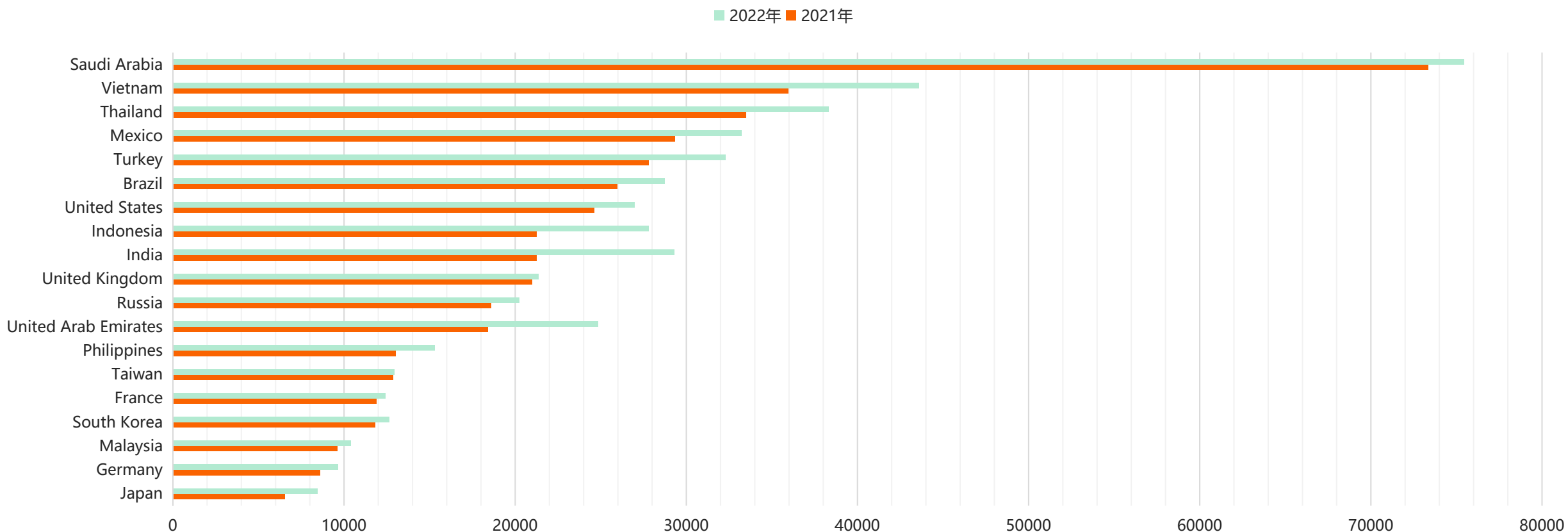
并购家

www.ipoipo.cn

2022年沙特、越南、泰国游戏类频道平均订阅数最高



各主要地区游戏类频道平均订阅数比较



数据来源：基于Nox聚星1800w+YouTube数据统计

Date Range: 2022年12月

更多免费行业报告

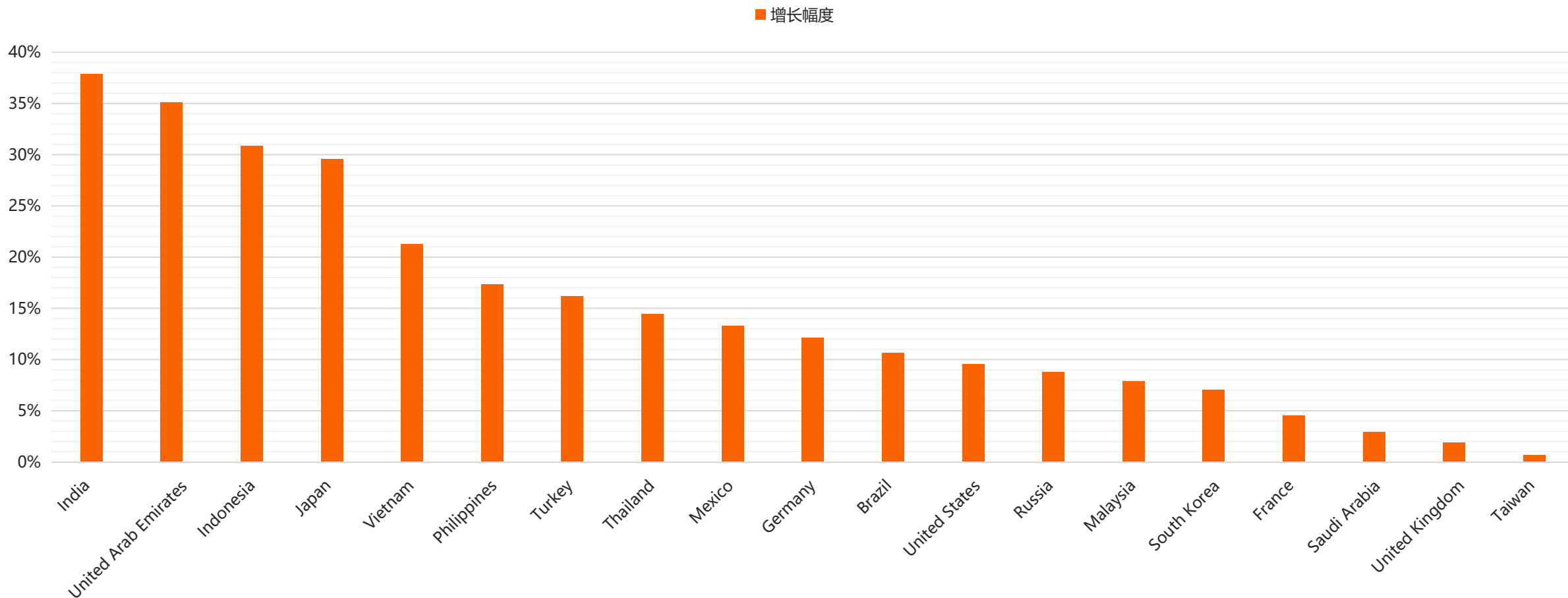
并购家

www.ipoipo.cn

2022年印度游戏类频道平均订阅数增长最快



各主要地区游戏类频道平均订阅数增长幅度比较



数据来源：基于Nox聚星1800w+YouTube数据统计

Date Range: 2022年12月

更多免费行业报告

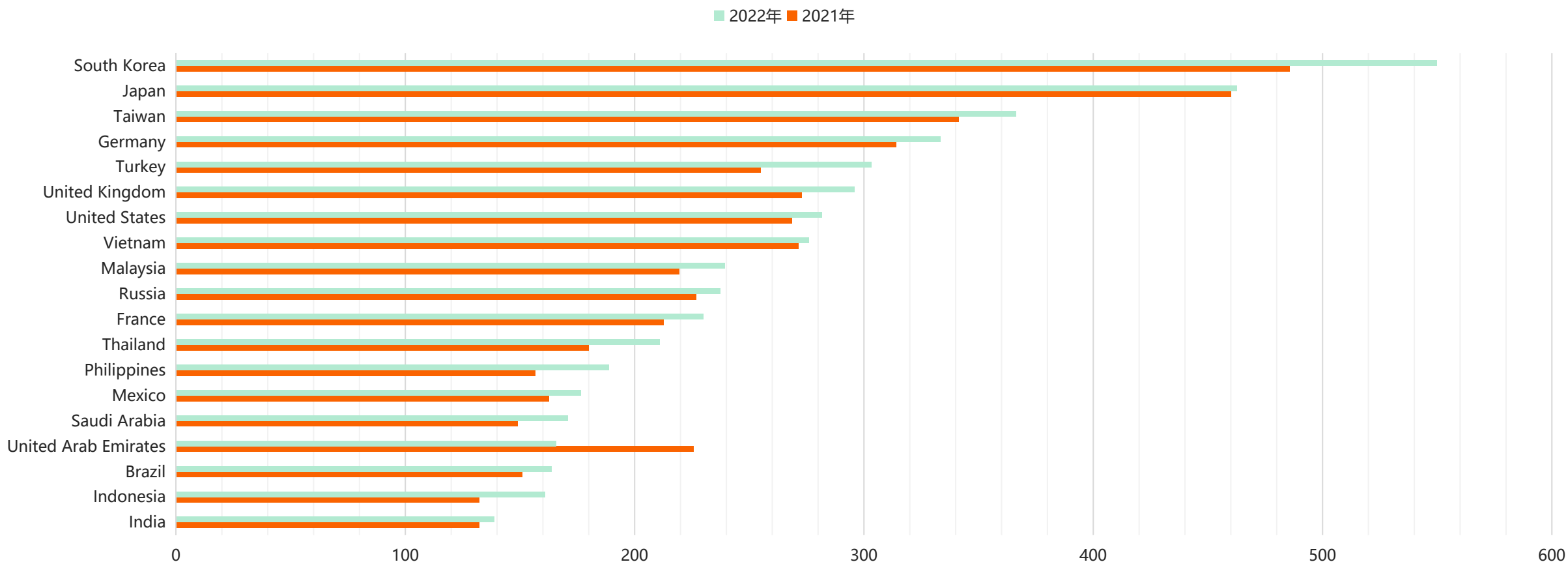
并购家

www.ipoipo.cn

2022年发达国家粉丝粘性较高，发展中国家中越南粉丝粘性表现优秀



各主要地区游戏类频道观看订阅比比较



数据来源：基于Nox聚星1800w+YouTube数据统计

Date Range: 2022年12月

*注：观看订阅比=该网红视频总观看量/该网红频道的订阅量，是衡量粉丝

更多免费行业报告

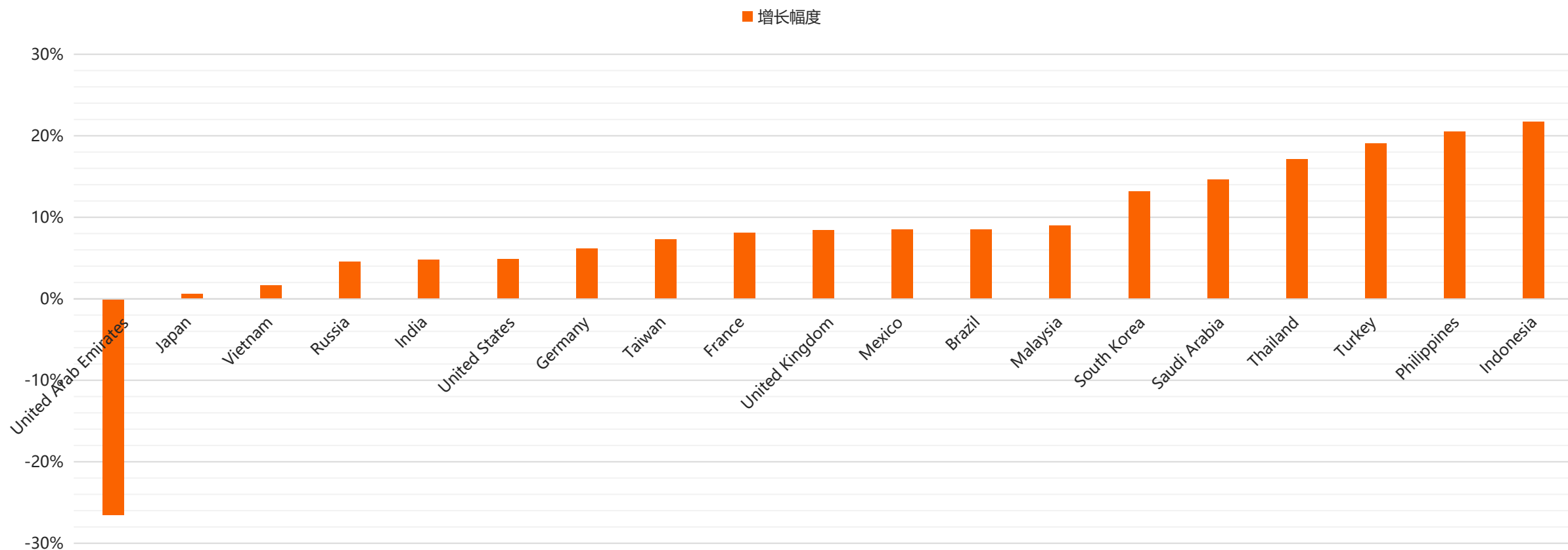
并购家

www.ipoipo.cn

2022年印尼观看订阅比增长最快，阿联酋地区连续两年呈现下降趋势



各主要地区游戏类频道观看订阅比增长幅度比较



数据来源：基于Nox聚星1800w+YouTube数据统计

Date Range: 2022年12月

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

2022年印尼各项指标表现优秀，印尼电子游戏产业正处于蓬勃发展阶段



901187

视频数量

+58.01%

平均观看量

+21.7%

观看订阅比

+30.9%

平均订阅数

数据来源：基于Nox聚星1800w+YouTube数据统计

Date Range: 2022年12月

更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn

2022年越南多项指标均比肩发达地区，越南游戏发展势头迅猛

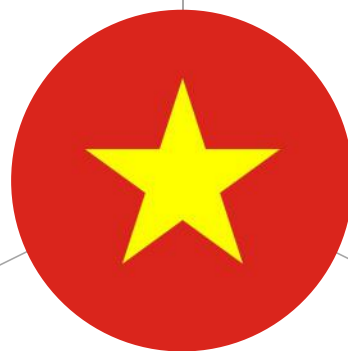


11939099

平均观看量

+21.28%

平均订阅数



275.94

观看订阅比

数据来源：基于Nox聚星1800w+YouTube数据统计

Date Range: 2022年12月

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

05

2022 YouTube 游戏 排行榜

基于Nox聚星强大数据，洞察2022年游戏品牌网红
营销动向，助力品牌取得更好营销效果

2022年YouTube主播最关注的30款游戏

Rank	Game	Video Number Published	Genre	Platform
1	 Minecraft	2.01M	Sandbox	PC, Mobile, Console
2	 Roblox	1.48B	Sandbox	PC, Mobile, Console
3	 PUBG MOBILE	0.99B	Battle Royale	Mobile
4	 Genshin Impact	0.60B	Action RPG	PC, Mobile, Console
5	 Mobile Legends: Bang Bang	0.59B	MOBA	Mobile
6	 PUBG MOBILE India	0.58B	Battle Royale	Mobile
7	 Stumble Guys	0.23B	Action Casual	PC, Mobile
8	 Free Fire MAX	0.22B	Battle Royale	Mobile
9	 Brawl Stars	0.18B	MOBA	Mobile
10	 PUBG MOBILE LITE	0.16B	Battle Royale	Mobile

2022年YouTube主播最关注的30款游戏

Rank	Game	Video Number Published	Genre	Platform
11	 Grand Theft Auto: San Andreas	0.15B	ActionAdventure	Mobile, Console
12	 ARK: Survival Evolved	0.14B	ActionAdventure	Console
13	 펜타스톰	0.13B	MOBA	Mobile Console
14	 Clash of Clans	0.12B	Real-Time Strategy	Mobile
15	 Geometry Dash	0.12B	Music Game	PC, Mobile,
16	 Clash Royale	0.11B	MOBA	Mobile
17	 Among Us	0.11B	Party, Social Deduction	PC, Mobile, Console
18	 Pokémon Go	0.11B	AR, LBG	Mobile
19	 Yu-Gi-Oh! Master Duel	0.11B	Card Game	PC, Mobile, Console
20	 Pokémon UNITE	0.10B	MOBA	Mobile, Console

2022年YouTube主播最关注的30款游戏

Rank	Game	Video Number Published	Genre	Platform
21	 Higgs Domino Island-Gaple QiuQiu Poker Game Online	0.10B	TAB	Mobile
22	 EA SPORTS™ FIFA 23 Companion	0.10B	Sport Game	Mobile
23	 Identity V	0.09B	Action RPG	PC, Mobile
24	 eFootball™ 2023	0.08B	Sport Game	PC, Mobile
25	 Standoff 2	0.08B	Action, Shooting Game	Mobile
26	 League of Legends: Wild Rift	0.07B	MOBA	Mobile, Console
27	 Five Nights at Freddy's	0.07B	Survival Horror, Point and Click	PC
28	 Subway Surfers	0.06B	Action Game	PC, Mobile
29	 Hearthstone	0.05B	SLG	PC, Mobile
30	 Candy Crush Saga	0.04B	Puzzle Game	Mobile

网红倾向于Sandbox、Action、MOBA、Battle Royale、Survival Horror等游戏类型



2022年YouTube观看量最高的30款游戏

Rank	Game	Views Number	Genre	Platform
1	 Minecraft	110.96B	Sandbox	PC, Mobile, Console
2	 Roblox	54.28B	Sandbox	PC, Mobile, Console
3	 PUBG MOBILE	10.15B	Battle Royale	Mobile
4	 Mobile Legends: Bang Bang	10.06B	MOBA	Mobile
5	 Genshin Impact	6.99B	Action RPG	PC, Mobile, Console
6	 Stumble Guys	5.42B	Action Casual	PC, Mobile
7	 Brawl Stars	5.10B	MOBA	Mobile
8	 Free Fire MAX	4.21B	Battle Royale	Mobile
9	 Among Us	4.14B	Party, Social Deduction	PC, Mobile, Console
10	 PUBG MOBILE India	3.59B	Battle Royale	PC, Mobile, Console

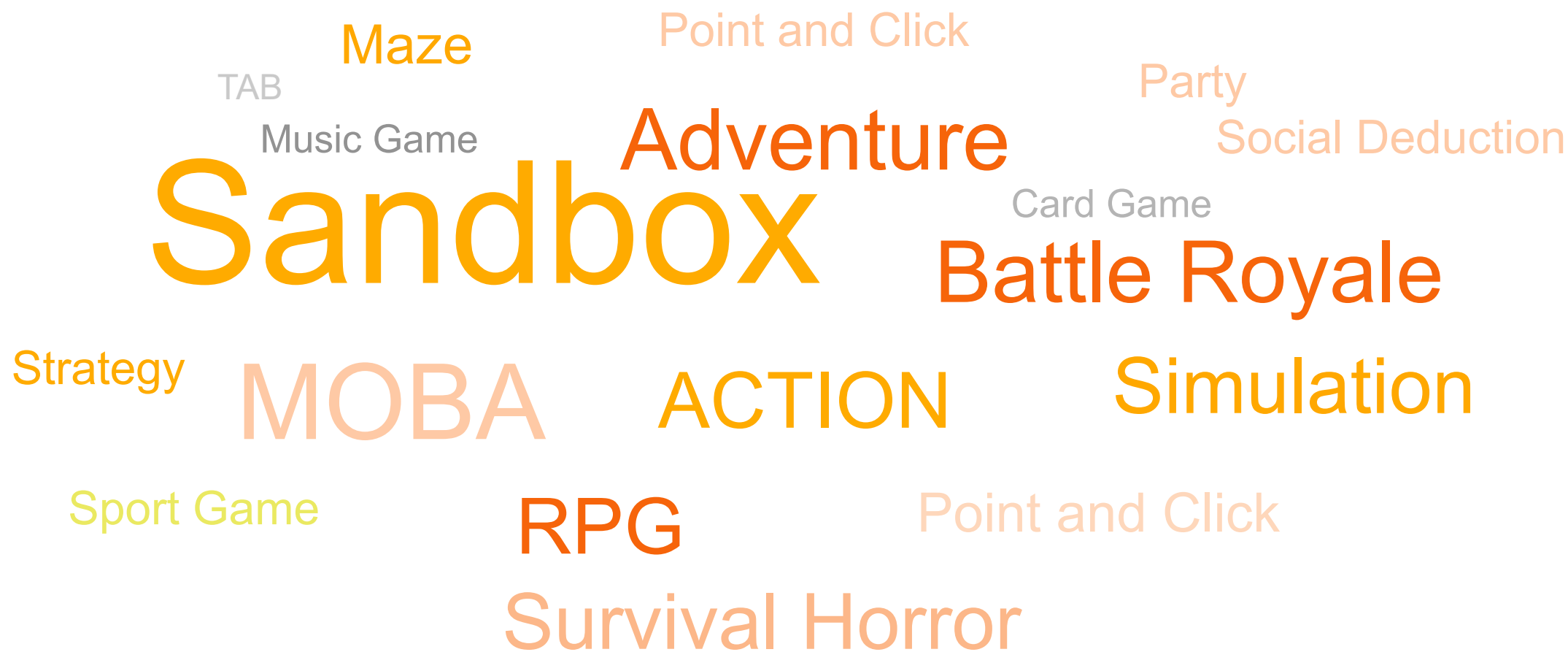
2022年YouTube观看量最高的30款游戏

Rank	Game	Views Number	Genre	Platform
11	 Clash Royale	3.57B	MOBA	Mobile
12	 펜타스톰	3.00B	MOBA	Mobile, Console
13	 SAKURA School Simulator	2.93B	Simulation Game	Mobile
14	 Scary Teacher 3D	2.80B	Adventure, Survival Horror	Mobile
15	 Toca Life World: Build a Story	2.69B	Simulation Game	Mobile
16	 Five Nights at Freddy's	2.50B	Survival Horror, Point and Click	PC
17	 Grand Theft Auto: San Andreas	1.84B	ActionAdventure	Mobile, Console
18	 Geometry Dash	1.80B	Music Game	PC, Mobile,
19	 Clash of Clans	1.56B	Real-Time Strategy	Mobile
20	 ARK: Survival Evolved	1.46B	ActionAdventure	Console

2022年YouTube观看量最高的30款游戏

Rank	Game	Views Number	Genre	Platform
21	 EA SPORTS™ FIFA 23 Companion	1.41B	Sport Game	Mobile
22	 Pac-Man	1.39B	Maze	PC, Mobile, Console
23	 Standoff 2	1.19B	Shooting Game	Mobile
24	 Pokémon Go	1.06B	AR, LBG	Mobile
25	 Higgs Domino Island-Gaple QiuQiu Poker Game Online	0.93B	TAB	Mobile
26	 Animal Revolt Battle Simulator	0.92B	Simulation, Sandbox, Action	PC, Mobile, Console
27	 eFootball™ 2023	0.89B	Sport Game	PC, Mobile
28	 Granny	0.87B	Survival Horror	PC, Console
29	 Yu-Gi-Oh! Master Duel	0.80B	Card Game	PC, Mobile, Console
30	 Subway Surfers	0.79B	Action Game	PC, Mobile

粉丝受众观看量高的游戏与网红倾向发布的游戏类型基本相同，两者互为正反馈关系



2022年YouTube曝光效率最高的30款游戏

Rank	Game	Views Number / Video Number	Genre	Platform
1	 Draw 2 Save: Stickman Puzzle	735.30K	Puzzle Game	Mobile
2	 Puzzles & Survival	652.55K	RPG	Mobile
3	 Stickman Dismounting	490.99K	Puzzle Game	Mobile
4	 Standoff 2	428.59K	Action, Shooting Game	Mobile
5	 Hero Wars – Fantasy Battles	423.06K	Action RPG	PC, Mobile
6	 ウマ娘 プリティーダービー	327.79K	SLG	Mobile
7	 モンスターストライク	275.92K	RPG, Puzzle Game	Mobile, Console
8	 Pixel Legends: Retro Survival Game	267.99K	Action, Puzzle Game	Mobile
9	 Dark Internet - Terror Extremo	264.99K	Etcetra Game	Mobile
10	 Mobile Legends: Adventure	218.62K	Action RPG	Mobile

2022年YouTube曝光效率最高的30款游戏

Rank	Game	Views Number / Video Number	Genre	Platform
11	 Age of Apes	182.98K	SLG	Mobile
12	 Supreme Duelist Stickman	172.61K	Action game	Mobile
13	 Bloodline: Heroes of Lithas	161.74K	RPG	Mobile
14	 Matreshka RP	159.34K	Simulation	PC, Mobile
15	 IMBR - Play. Earn. Belong	154.72K	Casual Game	Mobile
16	 Mario Kart Tour	150.45K	Racing Game	Mobile
17	 Massi Hacker	148.18K	Casual Game	Mobile
18	 SAKURA School Simulator	141.50K	Simulation, Casual	Mobile
19	 白猫プロジェクト	139.59K	Action RPG	Mobile
20	 Fishdom	124.01K	Puzzle Game	PC, Mobile, Console

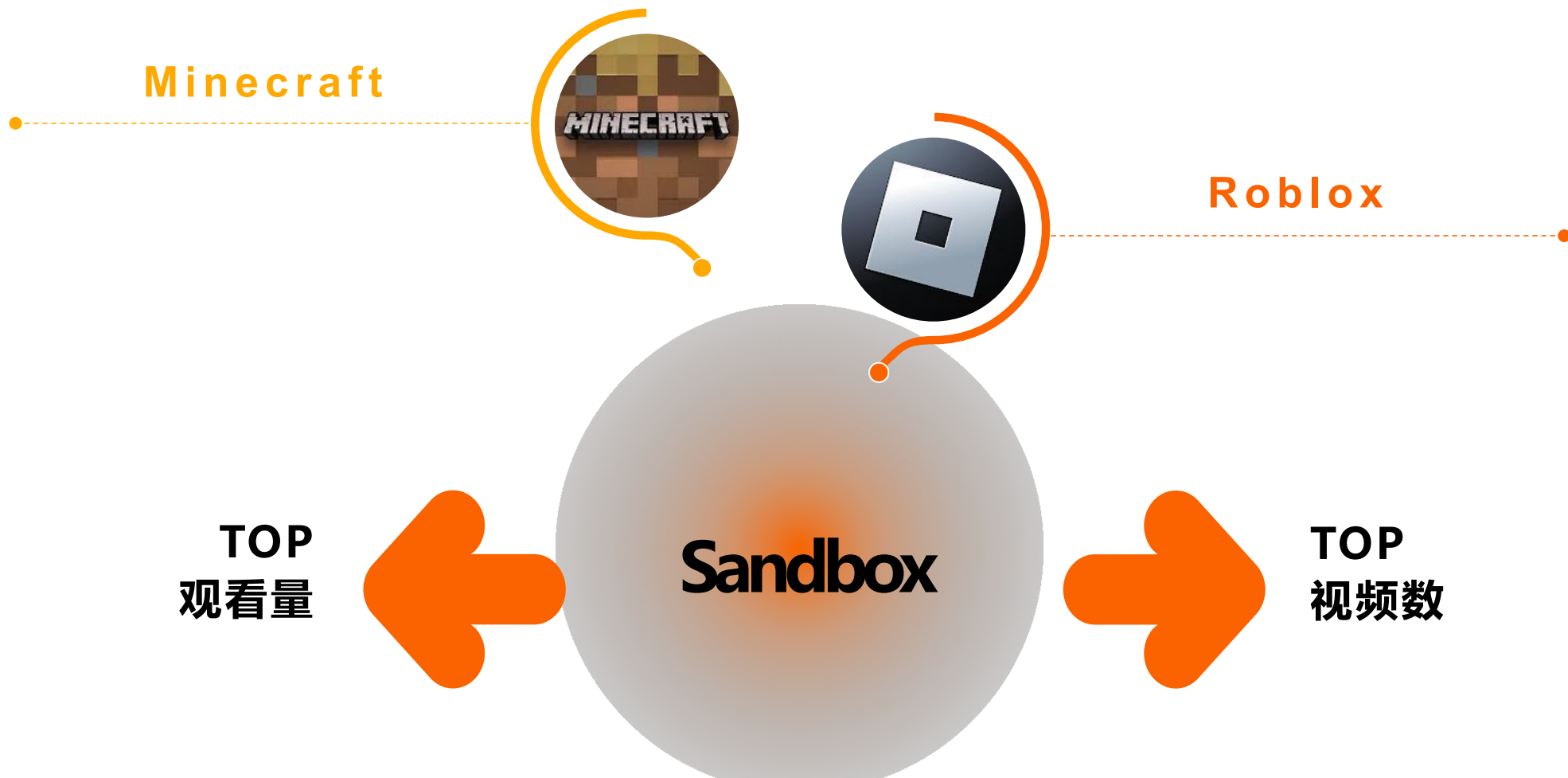
2022年YouTube曝光效率最高的30款游戏

Rank	Game	Views Number / Video Number	Genre	Platform
21	 猫咪大戦争	114.02K	RTS, Casual Game	PC, Mobile, Console
22	 Warpath: Ace Shooter	107.42K	FPS, SLG	Mobile
23	 Project Makeover	105.96K	Puzzle Game	Mobile
24	 Toca Life World: Build a Story	103.02K	Simulation	PC, Mobile
25	 Comics Bob	98.88K	Casual Game	Mobile
26	 Terraria	95.74K	Action, Adventure Game	Mobile, Console
27	 Find the Alien	87.39K	Action, Casual Game	Mobile
28	 Dislyte	83.06K	RPG	PC, Mobile, Console
29	 Ice Scream 6 Friends: Charlie	78.96K	Action, Adventure Game	Mobile
30	 Arizona Mobile	76.86K	Simulation	Mobile

Puzzle Game、Casual Game等游戏类型曝光率更高，值得关注 



Sandbox 类游戏比较受网红和其粉丝关注，主要归功于Minecraft及Roblox推动

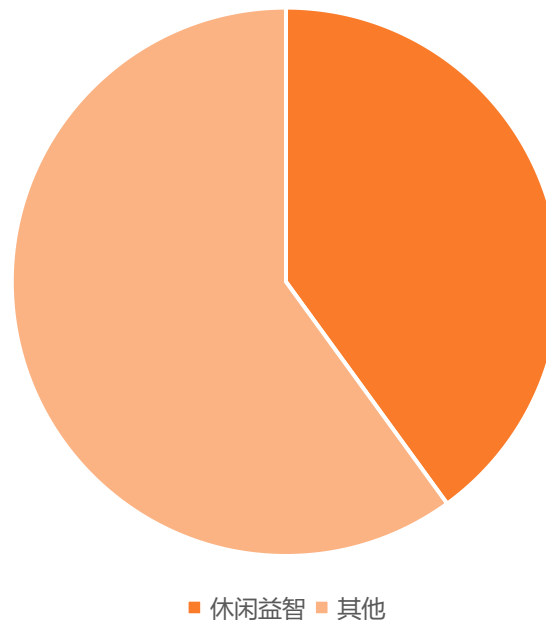


高曝光率游戏多为手游，休闲益智类游戏是手游重要组成部分



高观看量游戏覆盖平台种类统计

2022年TOP30高曝光游戏类型占比





THANKS

全球访问量第一的网红营销引擎

网红营销SAAS服务+专家服务模式



邮箱: business@noxinfluencer.com

官方网址: www.noxinfluencer.com

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn