

2023 Q3

全球移动游戏 营销趋势洞察

MOBILE GAMES
MARKETING

—— 广大大数据研究院

并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费



广大大 (SocialPeta)

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14亿级别，每天更新百万以上。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。

官网：www.guangdada.net

510万

APP广告主

14亿

创意素材

120万

每日新增



广大大
SocialPeta 中国站



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。我们在全球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14亿条广告数据，每天小时级更新的广告数据多达百万。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：2023.7- 2023.9

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、单买、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

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



游戏魔客独家观点

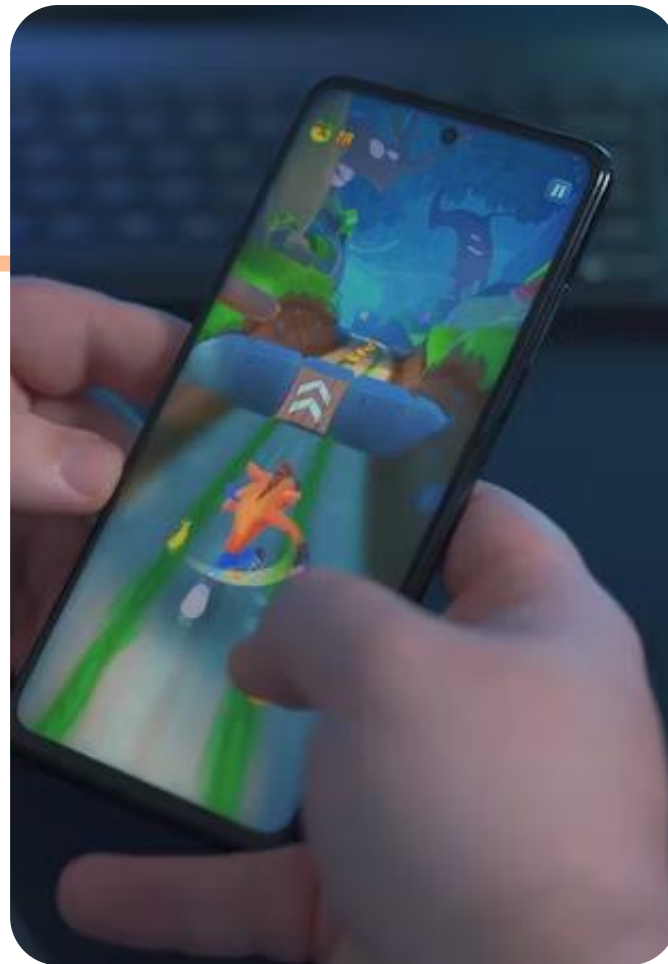
出海热潮依旧，新兴蓝海vsT1霸主

2023年已经过去了大半，站在这个时间节点上，我们纵观游戏市场，不难发现出海热潮仍在继续。一方面，海外大厂和中国厂商对手游领域的认知在产品意识上有明显的区别。

因为PC、Steam或者主机游戏是买断制游戏，主要是以内容为主，其完全靠游戏品质拉动变现能力，这也使得他们在运营各方面相对较弱。而手游则是“pay to win”模式，两者之间巨大的差别也使得海外厂商对于这部分的认知以及对于手机玩家的运营能力略显不足，而国内厂商经过多年的经验积累，在手游的运营方面则具有明显优势。

另一方面，海外市场相较于国内拥有更为广阔的市场。以及新兴地区的崛起，也让更多游戏厂商看到了潜在的机遇。从下载量、新增用户量的角度来看，以**东南亚、拉美为主的新兴市场增长较快**，而北美、日本等T1国家尽管新增用户量较小，但收入规模却十分可观。

这也意味着，不论你是想通过一款产品快速获量打开知名度还是通过精品产品实现变现，都有着更为灵活的选择和打法。





游戏魔客独家观点

SLG出海领跑，RPG紧跟其后

具体到各赛道的情况来看，无论是在游戏营收还是玩家声量方面，SLG依旧是手游出海的主力军。此外，近年来SLG**女性用户比例持续的上升**，也为一众SLG的获客与变现提供了有力支持。 除此之外，RPG、动作、模拟、休闲以及娱乐场赛道也都成为了诸多出海厂商关注和角逐的焦点赛道。

策略赛道风光依旧，其他品类游戏却面临着不小的挑战：二次元游戏虽炒得火热，但能真正算得上爆款的却寥寥无几；FPS游戏在海外市场早已发展成熟，有助于在前，玩家对于游戏质量的要求自然也更高，从而使得游戏的研发门槛和运营成本大大提升；而MMO在欧美也表现出了明显的“水土不服”。

区别于其他品类中重度手游面临的巨大挑战，体系成熟、玩法多样的RPG自然而然的成为了继SLG之后，游戏厂商进军T1市场的又一重要赛道。

同样，伴随着游戏精品的进程，单一的玩法也很难吸引到大量的玩家，玩法融合也越来越成为一种大的趋势。
“SLG+X”、“RPG+X”.....层出不穷，多样化的玩法、多元化的体验，成为了厂商们所争相追逐的内容。





游戏魔客独家观点

游戏营销内容为先，中国美走出国门

除了游戏本身研发费用不断拉高，游戏营销成本近几年也是水涨船高，而传统买量方式则因成本高、效果一般等问题也显得愈发尖锐。这时，摸清市场状况、做好本地化运营、投放合适的素材以及制定符合市场规律的策略才能更好的获量和变现。

为此，**游戏厂商们则开始寻找更加直接、有效且成本可控的线上宣传方式，来提升自家产品的声量**。例如动作竞技类游戏更加偏爱直播这一较为“年轻”的宣传方式。

线上的营销如火如荼展开的同时，**线下营销与打造游戏文化内核也正成为游戏厂商的推广首选**。不论是【原神】所传达的传统文化还是《黑神话：悟空》的东方文化表达，都足以证明，在海外市场中，“中国美”正被越来越多的游戏玩家所看见。而当游戏有了一定的体量之后，强有力的内容便可以撑起围绕游戏IP的内容矩阵，从而实现更大的价值。





目录 Content



1

全球移动游戏营销大盘趋势

2

2023Q3全球移动游戏TOP榜

3

热门手游类型营销观察

4

2023年Q3爆款手游营销盘点



01

全球移动游戏 营销大盘趋势

TRENDS IN MOBILE GAME MARKETING





2023年全球手游投放趋势

截止今年9月全球手游广告主已经超11万，同比增长72.3%。广告主月均投放169条素材，比去年下降近38%

总广告主 (截止9月)

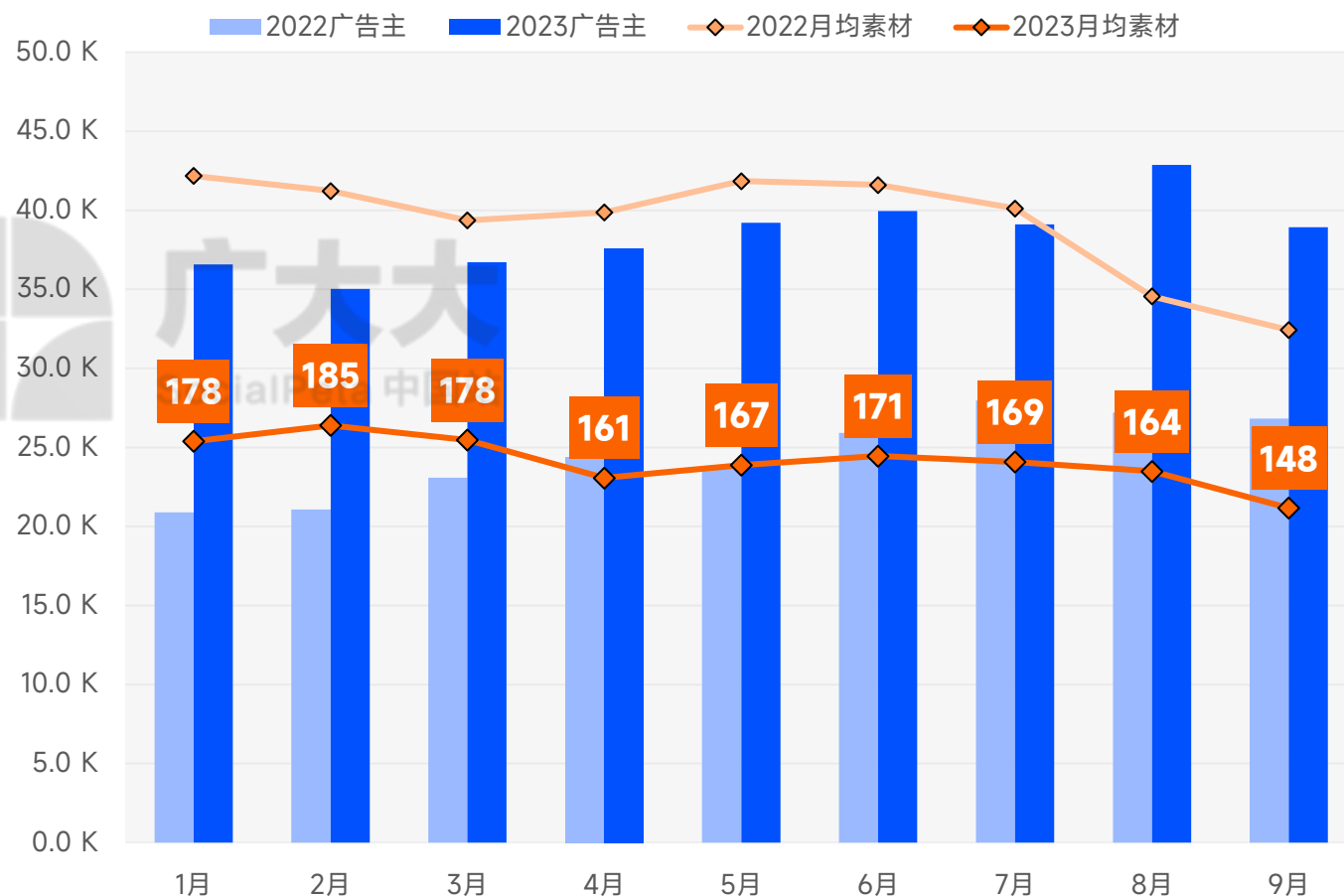
11.55万 同比**72.3%↑**

月均在投广告主

3.84万 同比**56.5%↑**

月均素材量

169条 同比**38.4%↓**





全球手游营销洞察

持续增长，投放新素材广告主数量达两年来新高峰，占比超94%

- 2023 Q3投放新素材的广告主超5.8万名，数量持续提升，占比94.10%比上季度上涨9.6%
- 2023 Q3新素材数量超1080万条，新投放素材占比由2022年的60%飞速攀升至如今的80%，而素材消耗也增长迅速



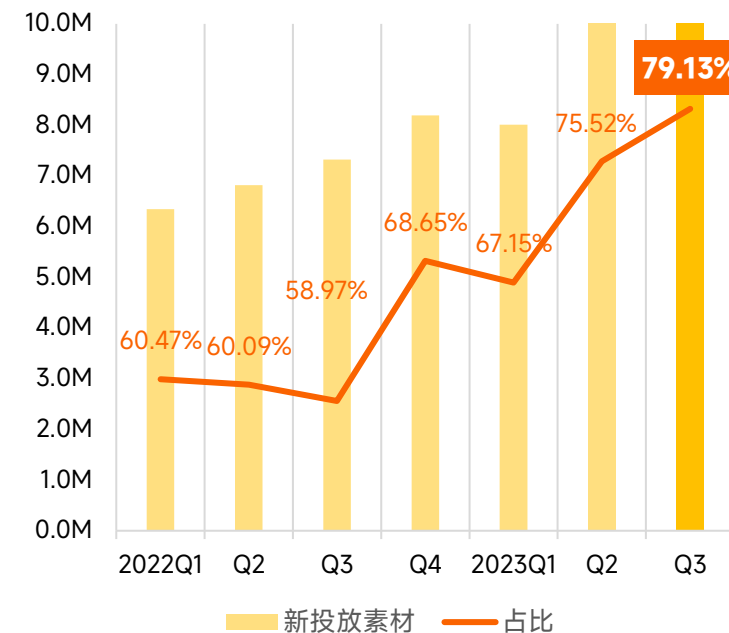
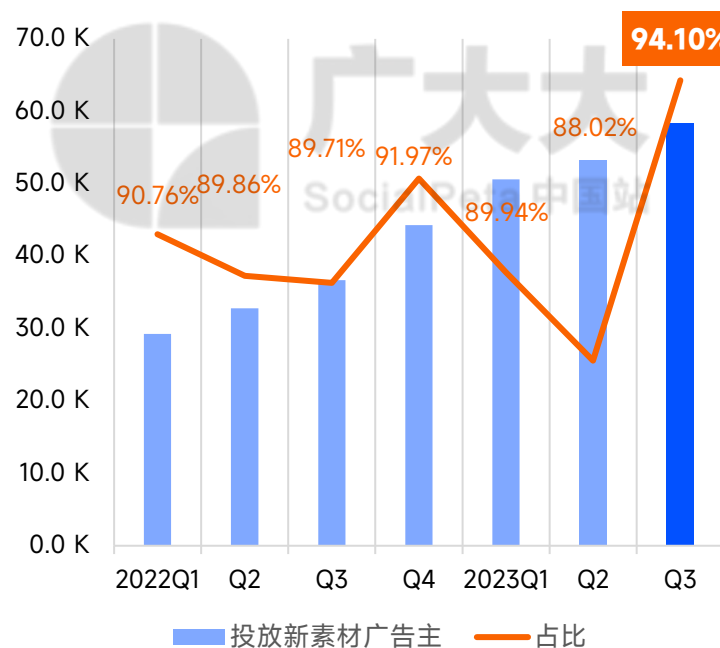
2023Q3投放新素材广告主

5.83万 94.10%



2023Q3新投放素材

1080万 79.13%





2023Q3 各地区手游市场营销洞察

中东地区月均广告主数量达1.34万，仍有较大发展空间

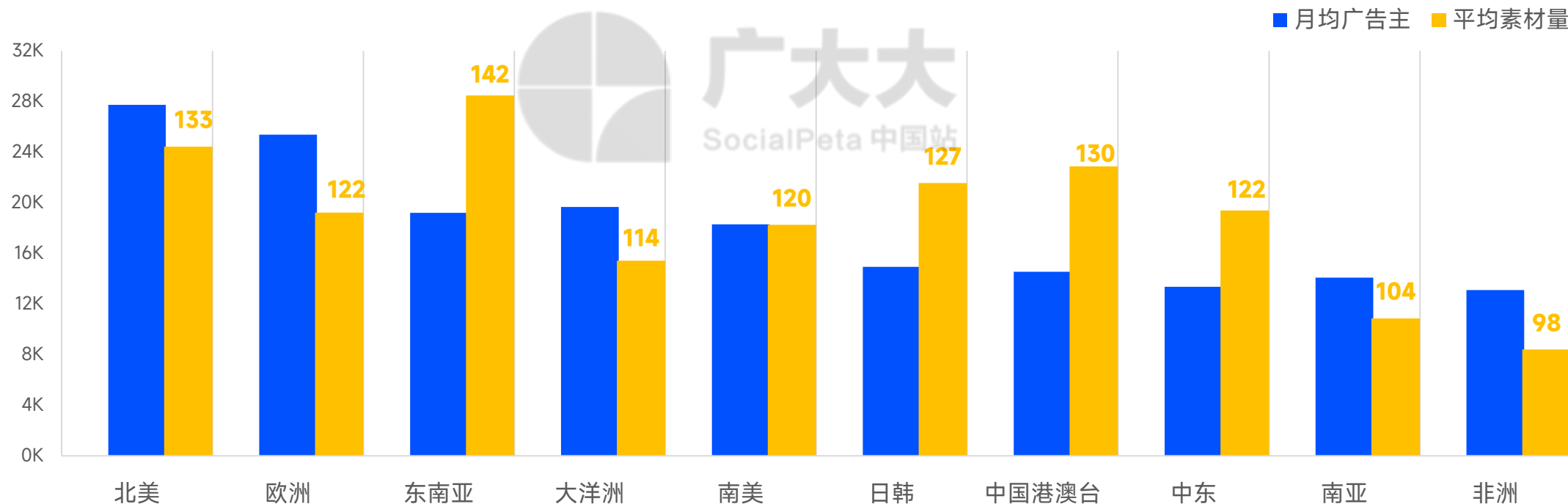
东南亚地区月均素材量142条，与北美、中国港澳台三大出海市场并列前三

欧洲月均广告主：2.54万

欧洲月均广告主数量2.5万排名第二，与北美月均广告主数量差距逐步降低。日韩广告主数量下降，与中国港澳台持平。

东南亚月均素材：142

东南亚地区2023年Q3每个广告主平均每月投放素材达142条，蝉联平均投放力度最大的出海市场。





2023Q3 各类型手游投放占比

益智解谜广告主占比环比提升0.45%，角色扮演品类投放素材占比的环比、同比均呈明显下降趋势

类别名称	广告主占比	环比变化	同比变化
休闲	30.32%	-0.82%	2.77%
益智解谜	12.08%	0.45%	-0.04%
模拟	9.39%	0.15%	-0.17%
动作	7.55%	0.09%	-0.89%
娱乐场	6.34%	-0.69%	2%
角色扮演	6.11%	0.32%	0.78%
街机	4.7%	-0.24%	-0.05%
策略	4.42%	0.31%	-0.35%
卡牌	3.99%	-0.33%	-0.40%
冒险	3.66%	-0.14%	-0.84%

类别名称	投放素材占比	环比变化	同比变化
休闲	32.19%	-0.96%	10.24%
益智解谜	11.32%	0.46%	-1.85%
角色扮演	9.96%	-0.09%	-0.99%
娱乐场	7.20%	-0.15%	1.29%
模拟	7.11%	0.49%	-1.71%
策略	6.86%	0.01%	-2.28%
动作	5.76%	0.52%	-0.85%
卡牌	5.31%	-0.20%	0.26%
街机	2.87%	-0.36%	-0.04%
冒险	2.75%	-0.10%	-1.72%



各系统手游投放观察

中重度广告主加大投放力度，iOS端平均投放素材数量稳步上升

2023Q3各系统投放广告主

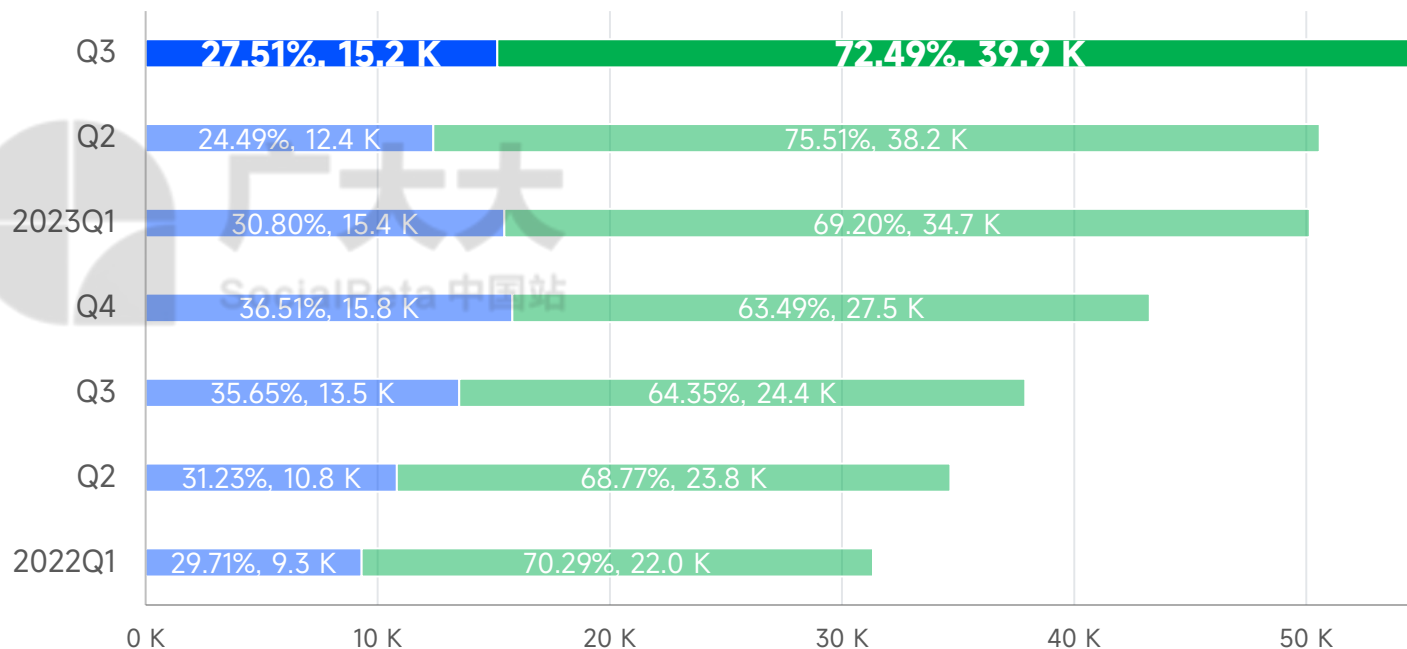
受休闲、超休闲广告主投放乏力影响，Android端无论是广告主占比还是平均素材都呈现显著下降趋势。



190 环比: 1.06% ↑
2023Q3 iOS均素材

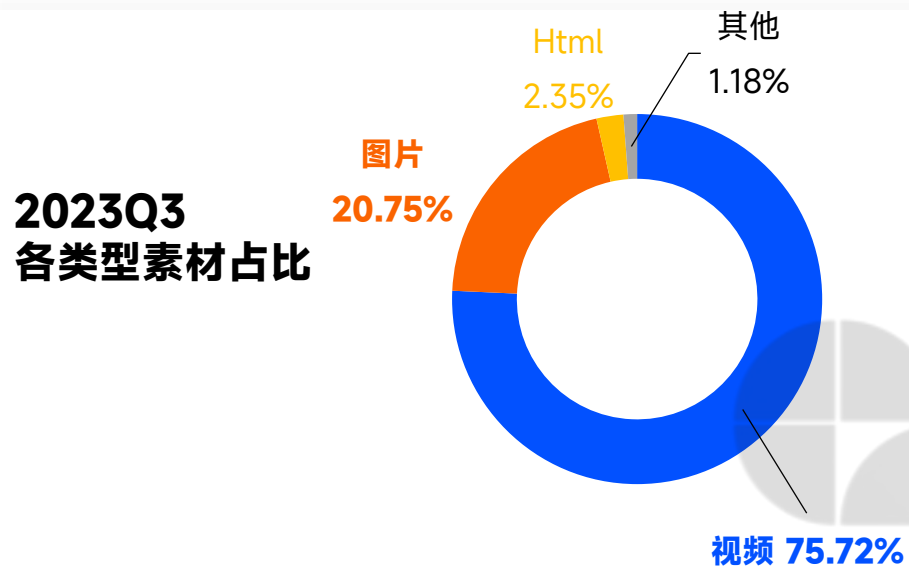


260 环比: 4.67% ↓
2023Q3 Android均素材





各类型游戏素材量占比



9.03万

环比: 22.36%↓

**2023Q3
素材平均展现估算**

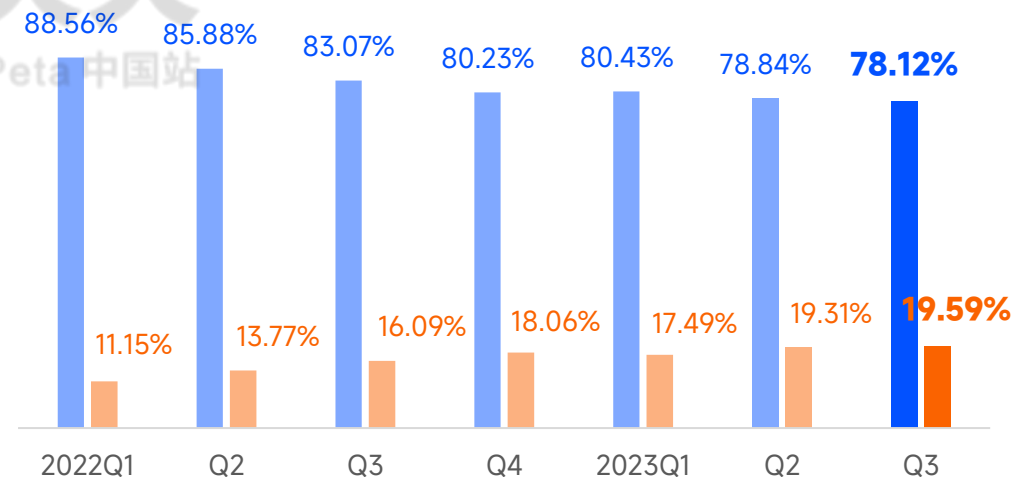
iOS单素材均展现: 12.19万

Android单素材均展现: 8.03万

均素材展现最高类型: 文字

视频&图片素材展现占比情况

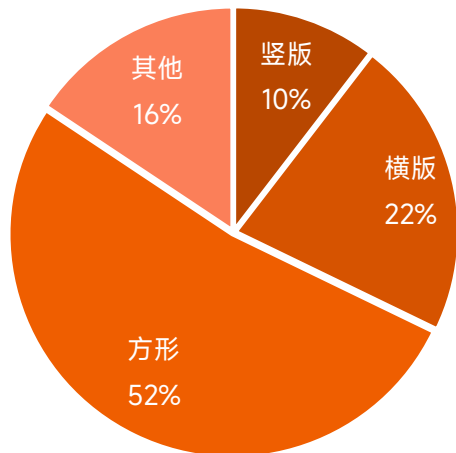
- ✓ 视频素材展现占比连续两年下滑, 占比跌破80%
- ✓ 图片素材展现占比逐步突破20%大关, AIGC成为提速利器



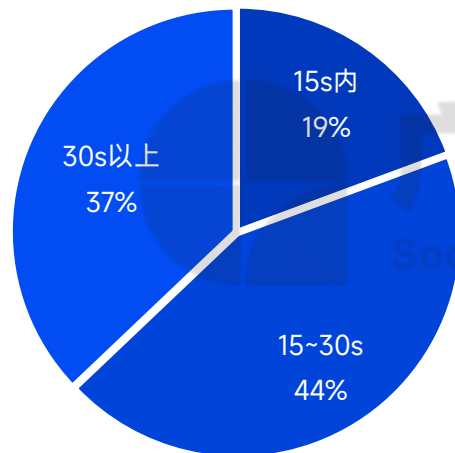


各类型游戏素材数量占比

30s以内的短视频型素材成为主流，方形图片素材使用范围更广



Q3图片素材类型分布



Q3视频时长分布

- ☒ 真人出镜素材占比可观，明显增加素材可信度
- ☒ 进入存量市场，预约冷启动期的素材投放力度加大

广告原帖

2.29%

预约创意

4.76%

真人素材

11.43%

0% 20% 40% 60% 80% 100%



02

2023Q3全球 移动游戏TOP榜

2023Q3 GLOBAL MOBILE GAME TOP LIST





iOS手游投放榜 | TOP30

1		Metal Slug: Awakening	动作	VNG&腾讯
2		天命三國志	卡牌	北海永胜
3		Mighty Party	策略	Panoramilk Games
4		月光魔盜團	RPG	露珠游戏
5		Royal Match	益智 解谜	Dream Games
6		Block Blast Adventure Master	休闲	Hungry Studio
7		森之物語	RPG	露珠游戏
8		神隱：月之城	RPG	恺英游戏
9		1945	街机	ONESOFT
10		Among Heroes	RPG	Game TimeOut
11		神魔傳說：靈山遺跡	RPG	香港天縱網絡
12		Rise of Empires:	策略	IM30
13		Call of Dragons	策略	莉莉丝游戏
14		おねがい社長!	模拟	益世界
15		MONOPOLY GO!	桌面	Scopely
16		Play Rummy Passion Cash Games	娱乐 场	Passion Gaming Private Limited
17		Parallel Realms	RPG	栖慕网络
18		Merge Fairy Tales	休闲	Chuan Ying Game
19		輪迴雙生	RPG	广州天游
20		Evony	策略	Top Games
21		Whiteout Survival	策略	点点互动
22		鈴蘭之劍：為這和平的世界	RPG	心动网络
23		Mafia City	策略	友塔网络
24		Omniheroes	RPG	梦求网络
25		Stormshot	策略	FunPlus
26		IDLE GOG VN	RPG	萌蛋互动
27		Overmortal	RPG	雷霆游戏
28		王牌銀行長	模拟	富文数位
29		Solitaire -jeu Classique	休闲	Aged Studio
30		X-HERO: Survival!	策略	冰川网络



APP Store 手游TOP榜

↓ 下载榜

💰 收入榜

1	 MONOPOLY GO! Scopely	桌面	11	 Among Us! InnerSloth	动作	1	 MONOPOLY GO! Scopely	桌面	11	 Fate/Grand Order Aniplex	RPG
2	 Royal Match Dream Games	益智 解谜	12	 Fishdom Playrix	模拟	2	 Royal Match Dream Games	益智 解谜	12	 PUBG MOBILE 腾讯	动作
3	 Roblox Roblox	冒险	13	 Candy Crush Saga King	益智 解谜	3	 Pokémon GO Niantic	RPG	13	 Clash of Clans Supercell	策略
4	 Subway Surfers Sybo Games	休闲	14	 Call of Duty®: Mobile 腾讯&动视暴雪	动作	4	 Candy Crush Saga King	益智 解谜	14	 ウマ娘 プリティーダービー Cygames	模拟
5	 My Perfect Hotel SayGames	休闲	15	 Whiteout Survival 点点互动	策略	5	 Roblox Roblox	冒险	15	 Whiteout Survival 点点互动	策略
6	 Bridge Race Supersonic	休闲	16	 Happy Hospital: ASMR Doctor 天龙互娱	模拟	6	 モンスターストライク XFLAG	动作	16	 Call of Duty®: Mobile 腾讯&动视暴雪	动作
7	 Block Blast Adventure Master Hungry Studio	休闲	17	 Free Fire Garena	动作	7	 Coin Master Moon Active	休闲	17	 Genshin Impact 米哈游	RPG
8	 8 Ball Pool™ Miniclip	体育	18	 Idle Bank Tycoon Kolibri Games GmbH	模拟	8	 Honkai: Star Rail 米哈游	RPG	18	 Age of Origins 壳木游戏	策略
9	 Bridge Race Supersonic	休闲	19	 Gardenscapes Playrix	模拟	9	 プロ野球スピリッツA KONAMI	体育	19	 eFootball™ 2024 KONAMI	体育
10	 Magic Tiles 3 Amanotes	音乐	20	 PUBG MOBILE 腾讯	动作	10	 Gardenscapes Playrix	模拟	20	 パズル&ドラゴンズ GungHo	RPG



Android手游投放榜 | TOP30

1		Epic Heroes 冰川网络	RPG	11		Lords Mobile IGG	策略	21		Mighty Party PANORAMIK GAMES	策略
2		The Grand Mafia 友塔网络	策略	12		1945 Air Force ONESOFT	街机	22		Stormshot FunPlus	策略
3		Block Blast Adventure Master Hungry Studio	休闲	13		Dragonscapes Adventure 点点互动	模拟	23		Cash Tornado™ Slots 新创娱游	娱乐场
4		Word Search Block Puzzle Game 加勒比熊猫	益智解谜	14		Last Fortress IM30	策略	24		Jackpot World™ 博乐游戏	娱乐场
5		Ludo Flying Chess shivkumar	桌面	15		Block Mania Loop Games A.S.	休闲	25		MONOPOLY GO! Scopely	桌面
6		Weapon Craft Run Rollic Games	超休闲	16		Mafia City 友塔网络	策略	26		Omniheroes 梦求游戏	RPG
7		天命三國志 北海永胜	RPG	17		おねがい社長! 益世界	模拟	27		State of Survival FunPlus	策略
8		Whiteout Survival 点点互动	策略	18		Metal Slug: Awakening VNG&腾讯	动作	28		Happy Match Cafe: ASMR KINGS FORTUNE	模拟
9		Evony Top Games	策略	19		花舞宫廷 初心网络	模拟	29		The Ants 星合互娱	策略
10		Mergeland 赤子城科技	休闲	20		月光魔盜團 露珠游戏	RPG	30		Jigsaw Puzzle 加勒比熊猫	益智解谜



Google Play 手游TOP榜

下载榜

收入榜

1	 Ludo King™ Gametion	桌面	11	 Free Fire MAX Garena	动作	1	 Coin Master Moon Active	休闲	11	 Evony Top Games	策略
2	 Subway Surfers Sybo Games	休闲	12	 Race Master 3D SayGames	休闲	2	 Candy Crush Saga King	益智 解谜	12	 PUBG MOBILE 腾讯	动作
3	 Roblox Roblox	冒险	13	 Football League 2023 MOBILE SOCCER	体育	3	 리니지W NCSOFT	RPG	13	 나이트 크로우 Wemade	RPG
4	 Candy Crush Saga King	益智 解谜	14	 Block Blast Hungry Studio	益智 解谜	4	 Royal Match Dream Games	益智 解谜	14	 Homescapes Playrix	模拟
5	 Tic Tac Toe - 2 Player XO CDT Puzzle Games	桌面	15	 My Talking Tom Friends 金科汤姆猫	模拟	5	 Roblox Roblox	冒险	15	 Fate/Grand Order Aniplex	RPG
6	 Royal Match Dream Games	益智 解谜	16	 Hill Climb Racing Fingersoft	街机	6	 MONOPOLY GO! Scopely	桌面	16	 Clash of Clans Supercell	策略
7	 Mi Talking Tom 2 金科汤姆猫	模拟	17	 Bridge Race Supersonic	休闲	7	 Pokémon GO Niantic	RPG	17	 Township Playrix	模拟
8	 Free Fire Garena	动作	18	 My Talking Angela 2 金科汤姆猫	模拟	8	 Gardenscapes Playrix	模拟	18	 Whiteout Survival 点点互动	策略
9	 Traffic Rider skgames	竞速	19	 FPS Online Strike FPS Shooter & Action Game	动作	9	 Honkai: Star Rail 米哈游	RPG	19	 Call of Duty Mobile 腾讯&动视暴雪	动作
10	 Indian Bikes Driving 3D Rohit Gaming Studio	模拟	20	 8 Ball Pool Miniclip	休闲	10	 ウマ娘 プリティーダービー Cygames	模拟	20	 Free Fire Garena	动作



全球手游投放公司TOP20

#	公司名称		去重后创意	投放产品	主投产品	#	公司名称		去重后创意	投放产品	主投产品
1	Rollic Games		7万	86		11	FunPlus		2.81万	16	
2	冰川网络		5.74万	12		12	加勒比熊猫		2.59万	13	
3	点点互动		4.37万	21		13	Sticky Hands		2.55万	1	
4	Guru Puzzle Game		3.64万	21		14	IGG		2.55万	23	
5	友塔网络		3.39万	13		15	Easybrain		2.06万	43	
6	博乐游戏		3.3万	13		16	腾讯		2.03万	30	
7	君海游戏		3.21万	21		17	Azur Interactive Games		2.02万	178	
8	Homa		3.09万	50		18	星合互娱		1.96万	13	
9	Voodoo		3.05万	174		19	SayGames		1.91万	128	
10	Aged Studio		2.93万	31		20	Playrix		1.69万	19	



03

热门手游类型营销观察

(策略、RPG、动作、模拟、休闲、娱乐场)

POPULAR MOBILE GAME TYPE MARKETING TRENDS



策略游戏：新品积极开创新的细分赛道

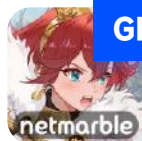
- Q3月均策略广告主2300名，其中近86%广告主投放了新素材。新素材中视频素材占比超77%，比全球均值高出1.95%。
- 新上策略产品积极开拓新的细分赛道，如动物SLG、二次元SLG、冰封SLG等。
- 中国开发者在策略品类收入超半数，其中App Store收入占比更是超70%。

2023年Q3新上热门策略游戏



Beast Lord

7月30日全球上线；星合互娱
动物题材SLG



GRAND CROSS

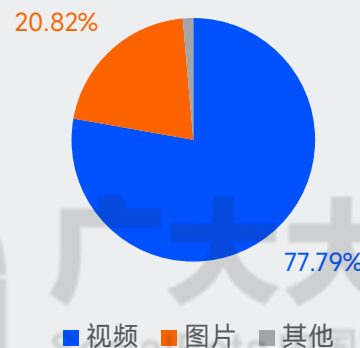
8月7日全球上线；Netmarble
二次元题材SLG



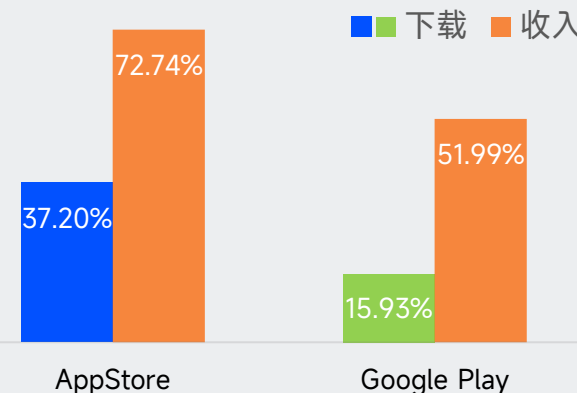
Puzzles & Chaos

9月5日全球上线；三七互娱
三消+冰霜SLG

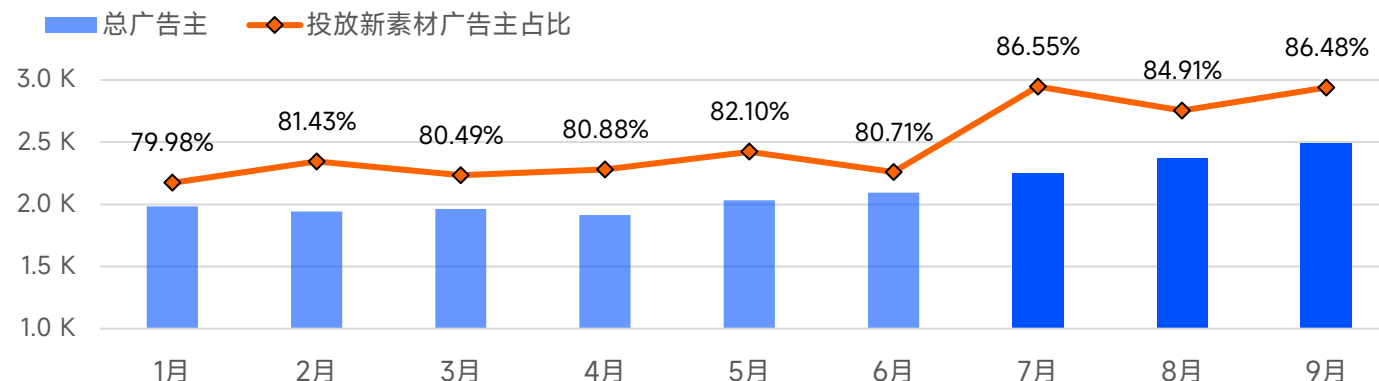
2023年Q3策略新投素材类型占比



中国开发者下载收入占比



2023年策略类广告主趋势





策略游戏 爆款素材类型

副玩法买量素材依旧是引流利器，射击+选择门、爬塔成长类使用频率最高
抓马剧情与真人短视频解压往往起到开头3s抓人眼球的重要作用



子弹射击+选择门

广告主:
Evony

投放渠道:
 YouTube

展现估算:
17.9M



抓马争端+废柴逆袭

广告主:
The Grand Mafia

投放渠道:
 YouTube

展现估算:
6.9M



短视频+Gameplay

广告主:
Whiteout Survival

投放渠道:
 AdMob

展现估算:
617.7K



点击图片播放完整素材



RPG：爆款频出，Q3最热赛道

- Q3月均RPG广告主3300名，其中86%广告主投放了新素材。相比其他类型游戏，RPG新素材中图片占比更高，近29%。
- RPG赛道新游爆款频出，MMO卷港澳台&东南亚，放置卡牌RPG冲击欧美。
- RPG品类中中国开发者在AppStore的下载收入表现更为突出，收入占比超57%。

2023年Q3新上热门RPG游戏



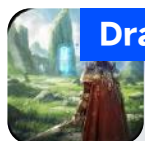
MapleStory R: Evolution

7月25日东南亚上线；星辉娱乐
横版端游IP向MMORPG



鈴蘭之劍

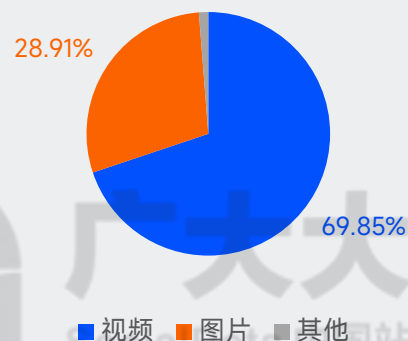
8月7日中国港澳台上线；心动游戏
像素风战棋RPG



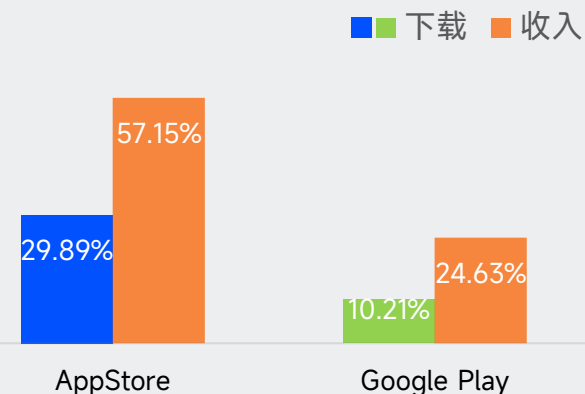
Dragonheir: Silent Gods

9月18日全球上线；朝夕光年
硬核战棋类RPG

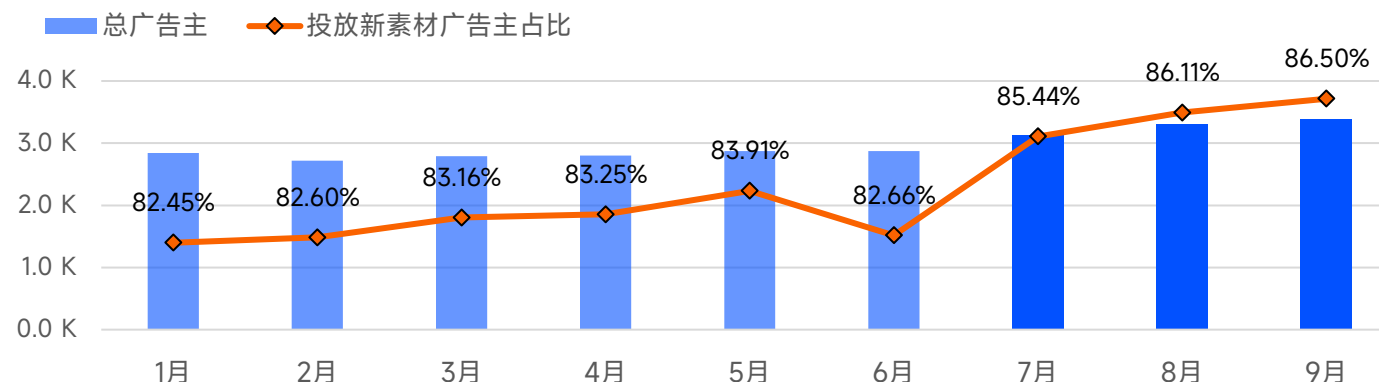
2023年Q3RPG新投素材类型占比



中国开发者下载收入占比



2023年RPG游戏广告主趋势





RPG 爆款素材类型

综合下载、收入表现来看，二次元RPG手游的流水和时长声量依旧占比可观，跳出美术内卷怪圈，玩法融合成为新战场

美术与声优成为RPG手游重要卖相，单纯的角色pv与主播抽卡展示即可吸引用户了解下载



打假式安利

广告主:
Survivor.io

投放渠道:
 YouTube

展现估算:
859.4k



真人KOL抽卡展示

广告主:
Honkai: Star Rail

投放渠道:
 YouTube

展现估算:
5.4M



ASMR突显角色魅力

广告主:
ブルーアーカイブ

投放渠道:
 YouTube

展现估算:
9.3M



点击图片播放完整素材



动作游戏：重磅新品频出，最有爆款潜力赛道

- Q3月均动作广告主超4000名，其中85%广告主投放了新素材。新投素材中视频素材占比78%。
- Q3有众多爆款潜力新品上市，包括射击、体育、端游IP等多个品类。
- 中国开发者在动作类收入占比在27%左右，AppStore下载占比明显高于GooglePlay。

2023年Q3新上热门动作游戏



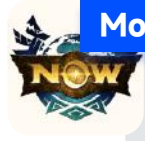
Arena Breakout

7月13日全球上线；腾讯
硬核生存射击游戏



Power Slap

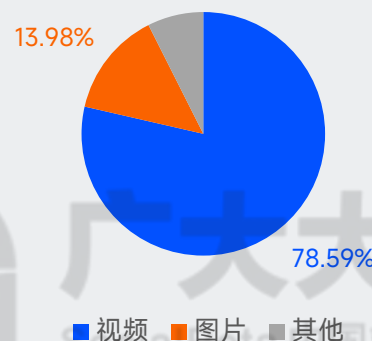
8月8日全球上线；Rollic Games
体育动作类超休



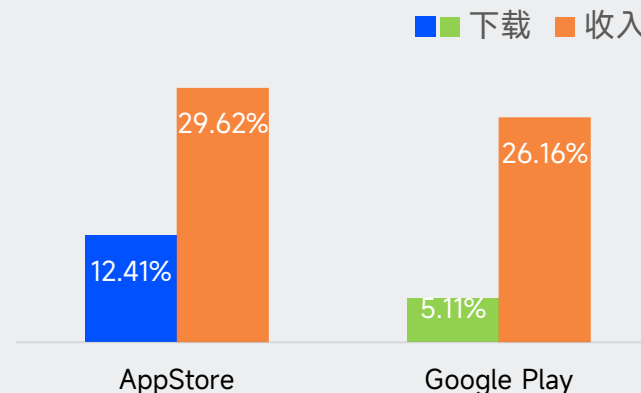
Monster Hunter Now

9月13日全球上线；Niantic
定位类IP手游

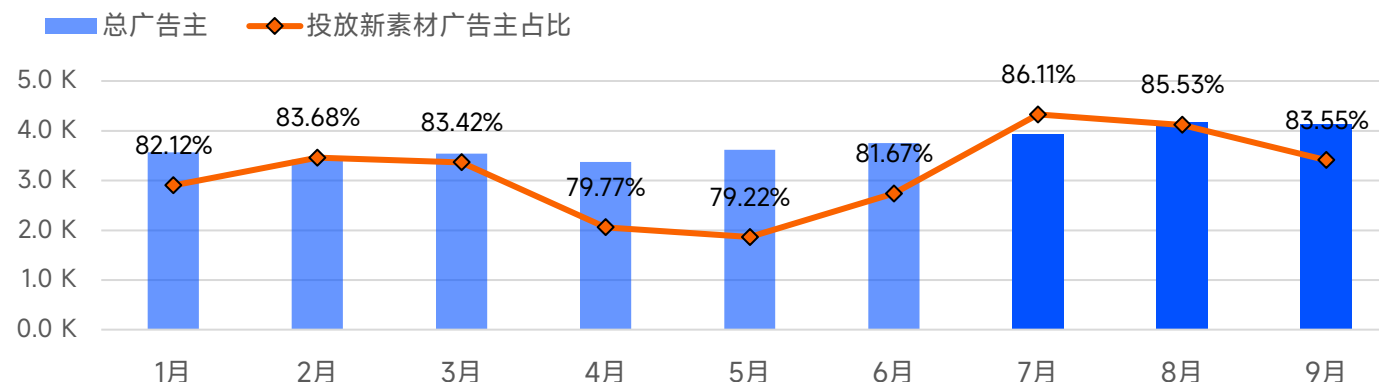
2023年Q3动作新投素材类型占比



中国开发者下载收入占比



2023年动作游戏广告主趋势





动作游戏 爆款素材类型

社交与游戏乐趣并重是动作类游戏的最大特色，MOBA类与大逃杀吃鸡类产品也因此独占动作游戏大半江山

基友互坑趣味动画既有代入感又有喜剧性，人气动漫联动则能吸引边缘玩家入坑，胜利合集搭配爽感音乐踩点合集引爆肾上腺素

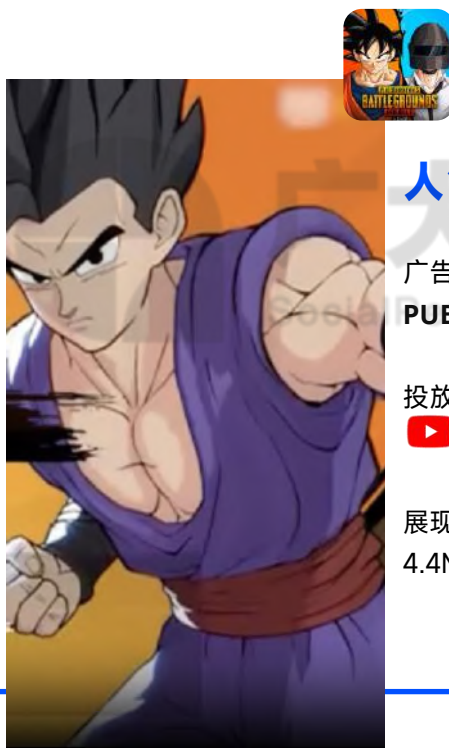


社交搞怪剧情

广告主：
Free Fire

投放渠道：
 AdMob

展现估算：
484k



人气动漫联动

广告主：
PUBG MOBILE

投放渠道：
 YouTube

展现估算：
4.4M



斩杀爽感合集

广告主：
Mobile Legends: Bang Bang

投放渠道：
 YouTube

展现估算：
551.5K



点击图片播放完整素材



模拟游戏：每季度最后一月广告主数量较高

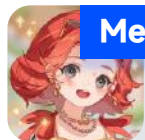
- Q3月均模拟广告主5100名，其中83%广告主投放了新素材。模拟产品每季度最后一个月广告主数量相对较高。
- Q3新产品中Merge（合成）品类表现突出。
- 中国开发者模拟产品在AppStore收入占比达36%，而Google Play仅有12%。

2023年Q3新上热门模拟游戏



공부의 신M

7月5日中国港澳台&韩国上线；wanjoy
卡通校园经营模拟游戏



Merge Bloom

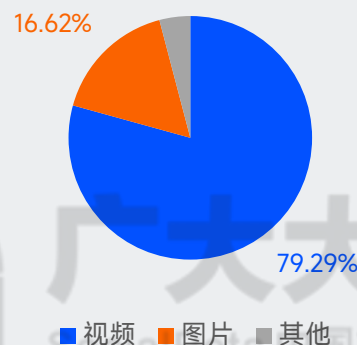
8月25日全球上线；ManyFun
合成装饰类模拟游戏



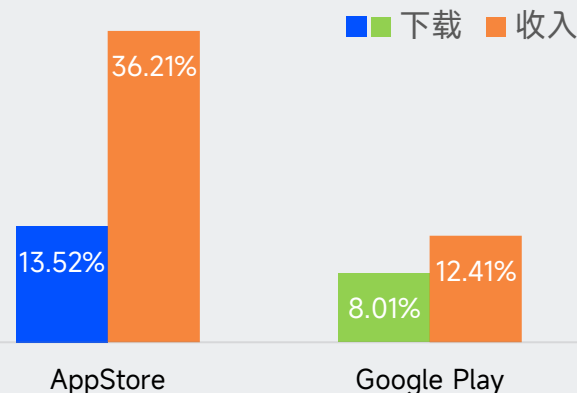
Retro Bowl College

9月18日全球上线；New Star Games
橄榄球（体育）模拟游戏

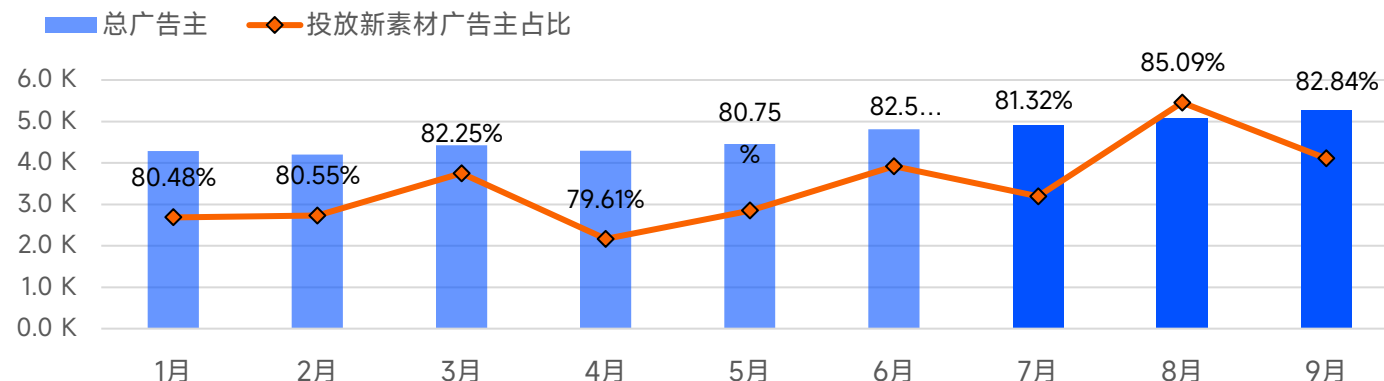
2023年Q3模拟新投素材类型占比



中国开发者下载收入占比



2023年模拟游戏广告主趋势





模拟游戏 爆款素材类型

ASMR吹响副玩法素材进攻模拟赛道号角，Gameplay与现实还原视频穿插播放突出模拟趣味性
抓马剧情、化妆题材与温馨动画等游戏素材更能吸引女性玩家



ASMR+手工+化妆

广告主：
ASMR Doctor Makeover
Salon Spa
投放渠道：
YouTube

展现估算：
4.9M



温馨动画治愈解压

广告主：
Cat Snack Bar
投放渠道：
YouTube

展现估算：
7.2M



emoji+问题解决

广告主：
Township
投放渠道：
YouTube

展现估算：
7.9M



点击图片播放完整素材



休闲游戏：广告主数量最多且稳步增长

- Q3月均休闲广告主1.67万名，是所有游戏类型中最多的，其中82%广告主投放了新素材。
- 停车场题材超休游戏Q3表现亮眼，美国和英国的网赚产品多与泡泡龙玩法融合。
- 从收入下载占比来看还是AppStore中国开发者占比成绩更优秀。

2023年Q3新上热门休闲游戏



Traffic Escape!

7月27日全球上线；Fomo
车位类益智超休闲



Bubble Arena

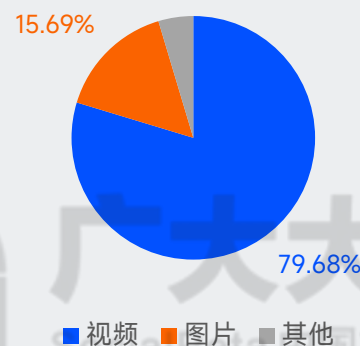
8月10日英国&美国上线；Mobile Fox
泡泡龙网赚游戏



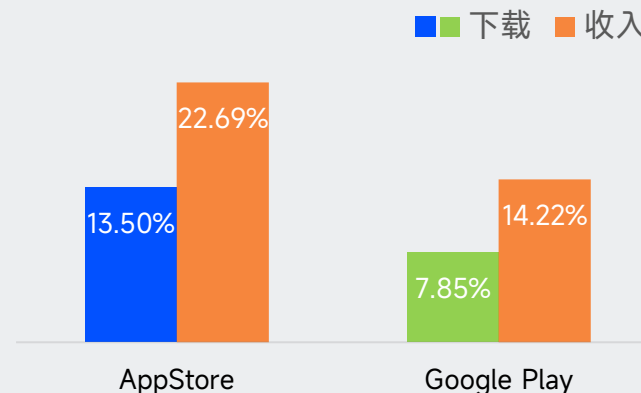
Find Out

9月11日全球上线；帅 朱
找不同益智超休闲

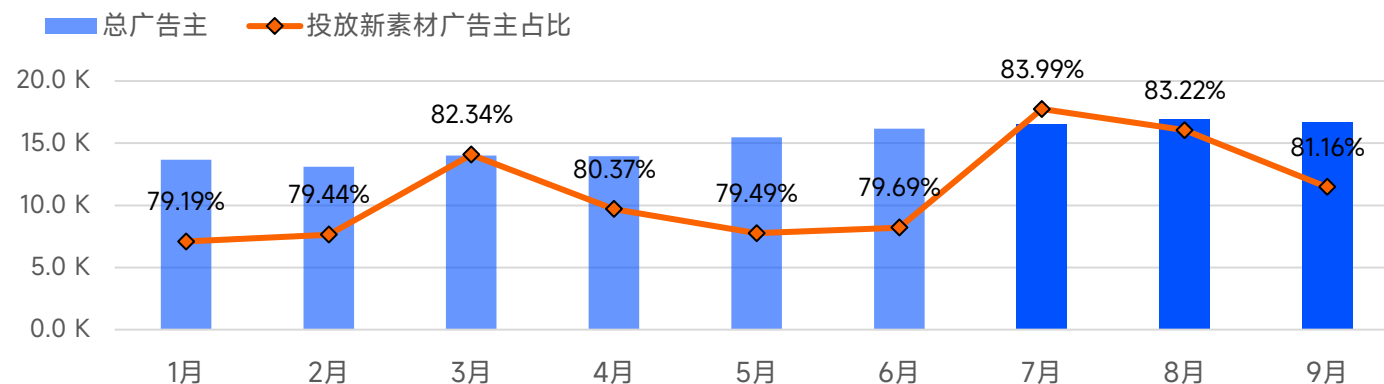
2023年Q3休闲新投素材类型占比



中国开发者下载收入占比



2023年休闲游戏广告主趋势





休闲游戏 爆款素材类型

多数休闲厂商瞄准TikTok与YouTube两大海量UGC平台成为主要灵感来源
猎奇与搞怪成为优质素材标配，富有节奏感的音乐会使Gameplay画面更有吸引力

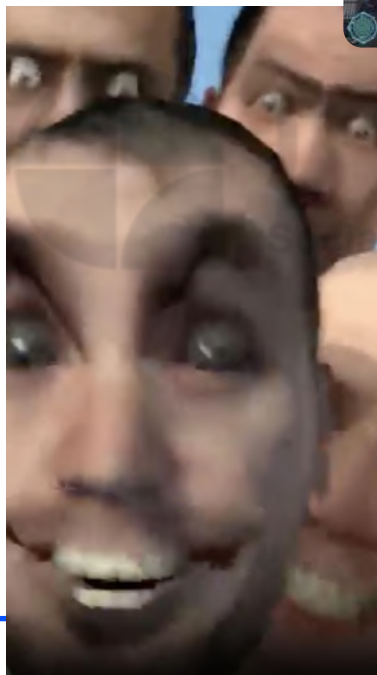


主播试玩讲解

广告主：
Soccer Super Star

投放渠道：
 TikTok

展现估算：
223.2K



人气原创动画借鉴

广告主：
Shoot Skibd Toilet
Survival.io

投放渠道：
 YouTube

展现估算：
265.2M



标语式宣传

广告主：
My Perfect Hotel

投放渠道：
 APPLOVIN

展现估算：
632.2K



点击图片播放完整素材



娱乐场游戏：老产品统治力强，超8成广告主投放新素材

- Q3月均娱乐场广告主3300名，其中83%广告主投放了新素材。新投素材中视频素材占比75%
- 娱乐场Q3新品大多表现平平，老产品更有市场统治力，每个地区热门产品类型也不同。
- 中国厂商在Google Play商店的占比相对较低，下载收入都在6%左右。

2023年Q3美日韩热门娱乐场游戏



Solitaire Cash

2019年2月上线；Papaya Gaming
纸牌接龙



777Real

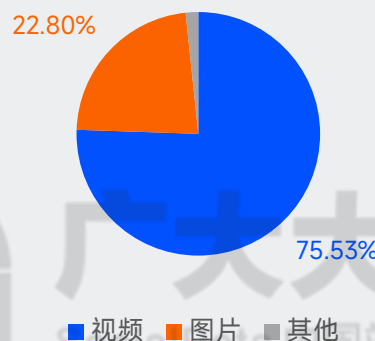
2021年1月上线；SEGA
柏青哥



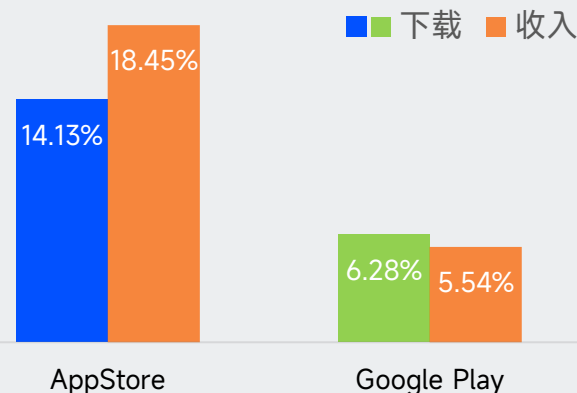
투에이스 (2ACE) 포커

2022年9月上线；2ACE
扑克合集

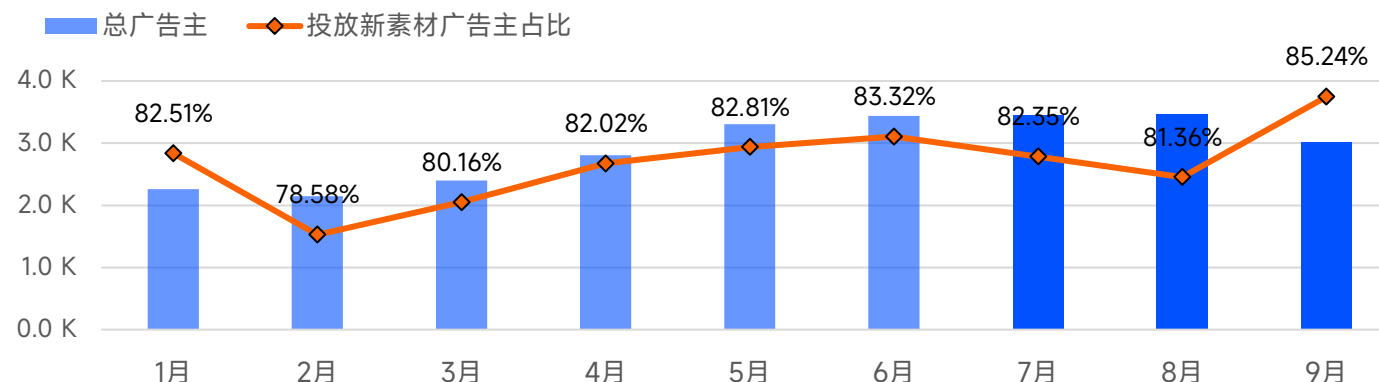
2023年Q3娱乐场新投素材类型占比



中国开发者下载收入占比



2023年休闲游戏广告主趋势





娱乐场游戏 爆款素材类型

高额现金奖励 依旧在许多真金娱乐场游戏的绝对领域，赢钱不断、胡牌不断高举爽感营销
夸张标语与真人配音或真人出境搭配演出，更能增强用户置信度



现金数钱诱惑

广告主：
Cash Club Casino

投放渠道：
TikTok

展现估算：
1.6M



胡牌停不下来

广告主：
麻將無雙

投放渠道：
facebook

展现估算：
1.4M



街头游行标语

广告主：
Jackpot Wins

投放渠道：
facebook

展现估算：
1.2M



点击图片播放完整素材



04

2023年Q3 爆款手游营销盘点

POPULAR MOBILE GAME MARKETING INVENTORY





合金彈頭：覺醒 VNG代理发行 Q3重磅新游

合金弹头旧瓶装新酒，腾讯助力VNG走出越南

合金彈頭：覺醒

IP动作RPG VNG&腾讯

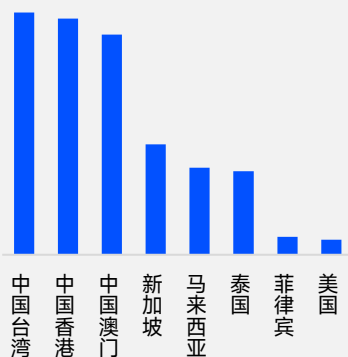
2023年Q3投放数据

双端去重后创意数：1.8万

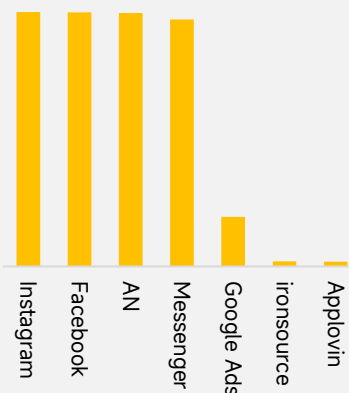
季度新素材占比：99.6%



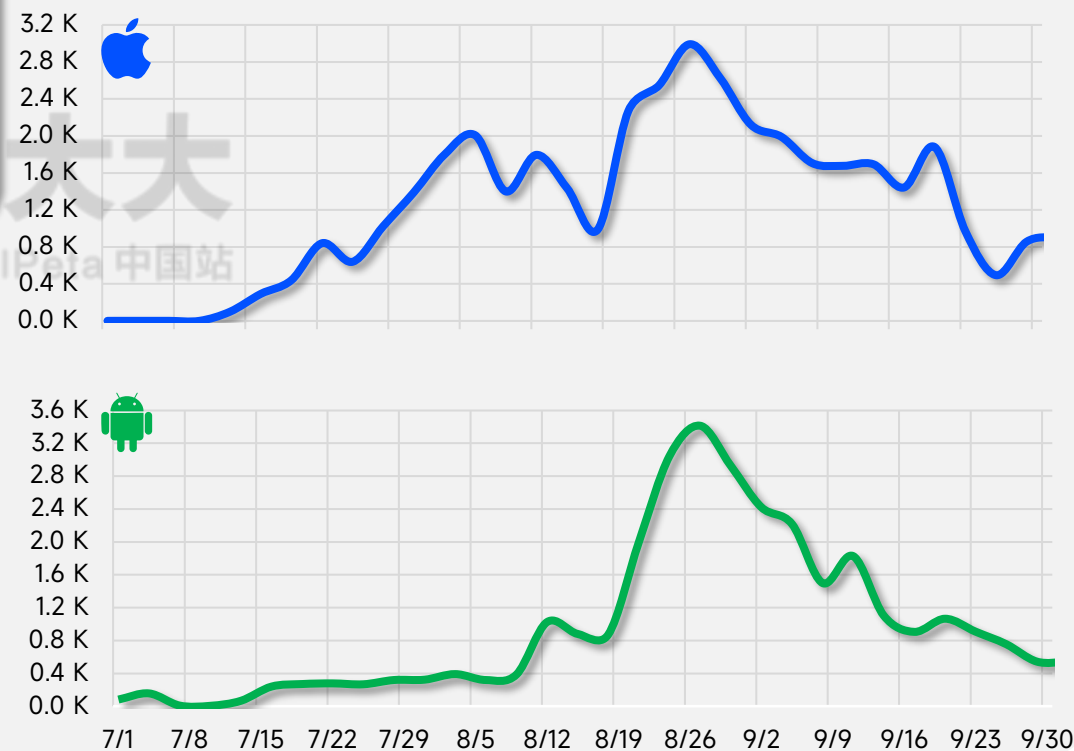
TOP投放国家/地区



热门投放渠道



2023年Q3广告主全球投放趋势





合金彈頭：覺醒 在投热门素材

投放渠道：📱 Messenger

投放国家/地区：美国、中国香港...

素材特点：

新旧画质强烈对比，2D像素唤醒情怀，3D高

清拉满期待

创作公式：主机IP手游化，原汁原味还原经典

17

投放天数

8.63万

素材展现



点击图片播放完整素材



鈴蘭之劍 本格派日系战棋RPG

心动自研自发新品，复古像素风SRPG凭高质量与强宣发登顶中国台湾畅销榜

鈴蘭之劍

中世纪架空SRPG 心动互娱

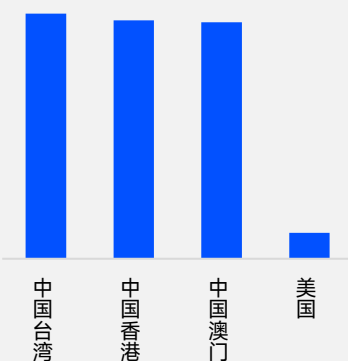
2023年Q3投放数据

双端去重后创意数: **6600**

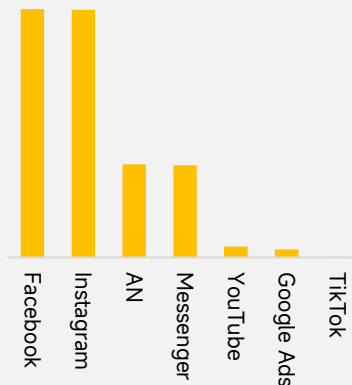
季度新素材占比: **96.2%**



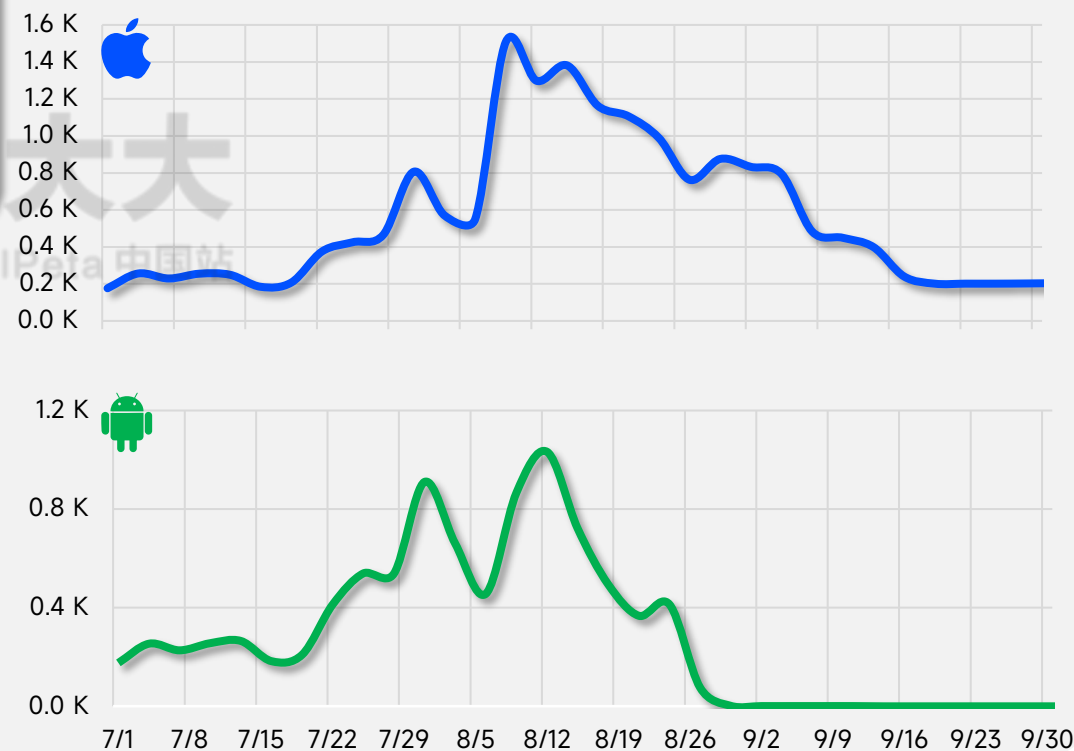
TOP投放国家/地区



热门投放渠道



2023年Q3广告主全球投放趋势





鈴蘭之劍 在投热门素材



投放渠道: **facebook**

投放国家/地区: 中国台湾、美国...

素材特点:

番剧式剧情演出,

让玩家成为重要剧情的绝对高光

创作公式: 剧情冲突+互动式引导文案+对战动画

53

投放天数

130万

素材展现



点击图片播放完整素材



Beast Lord 动物题材爆款SLG

继“蚂蚁”SLG后，星合互娱又一款重量级SLG产品，开辟动物题材SLG新赛道

Beast Lord

动物题材SLG 星合互娱

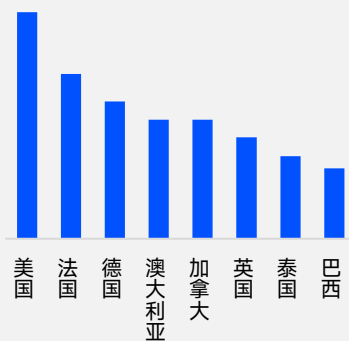
2023年Q3投放数据

双端去重后创意数: **6500**

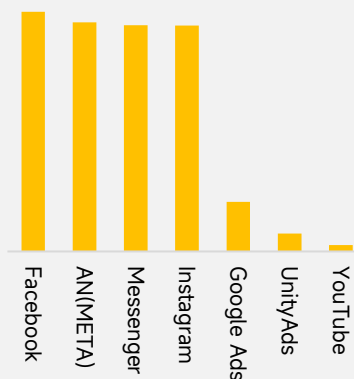
季度新素材占比: **85.21%**



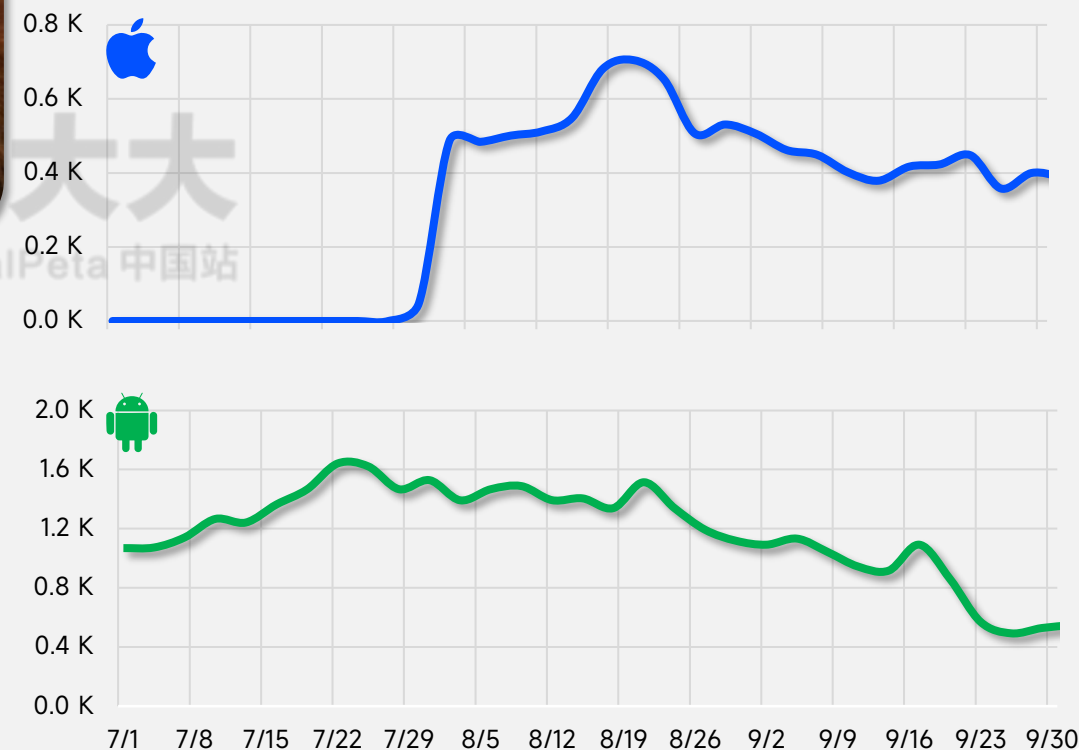
TOP投放国家/地区



热门投放渠道



2023年Q3广告主全球投放趋势





Beast Lord 在投热门素材

投放渠道: [facebook](#)

投放国家/地区: 德国

素材特点:

复用【小小蚁国】成功经验, 在素材中**注重剧情向元素**的展现

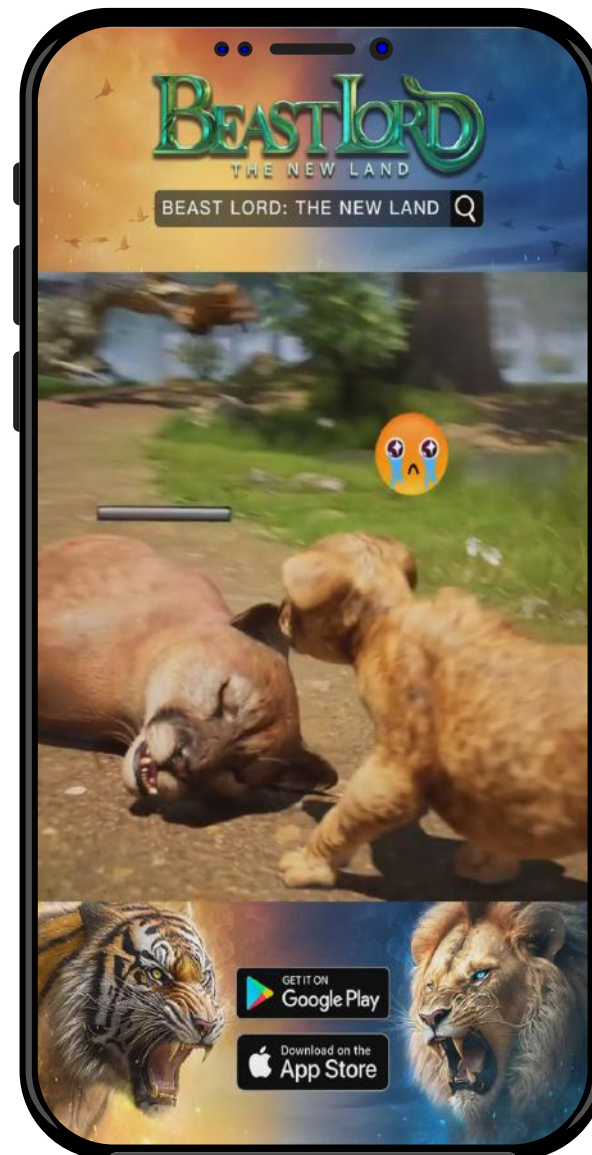
创作公式: 凄惨开头+成长经历+BOSS战斗

67

投放天数

54.04万

素材展现



点击图片播放完整素材



MapleStory R: Evolution 经典端游手游再起步

【冒险岛R进化】于7月27日正式上线，随即登顶iOS免费榜新马泰Top1、畅销榜新加坡Top1并霸榜10天

MapleStory R: Evolution

竖版像素风MMO 星辉娱乐

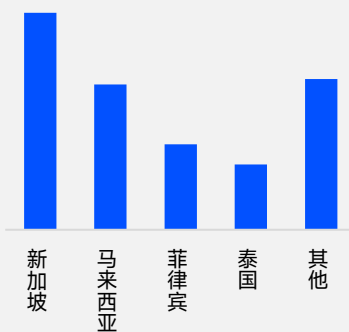


2023年Q3投放数据

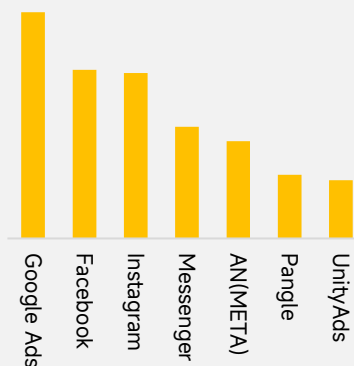
双端去重后创意数: 5100

季度新素材占比: 87.28%

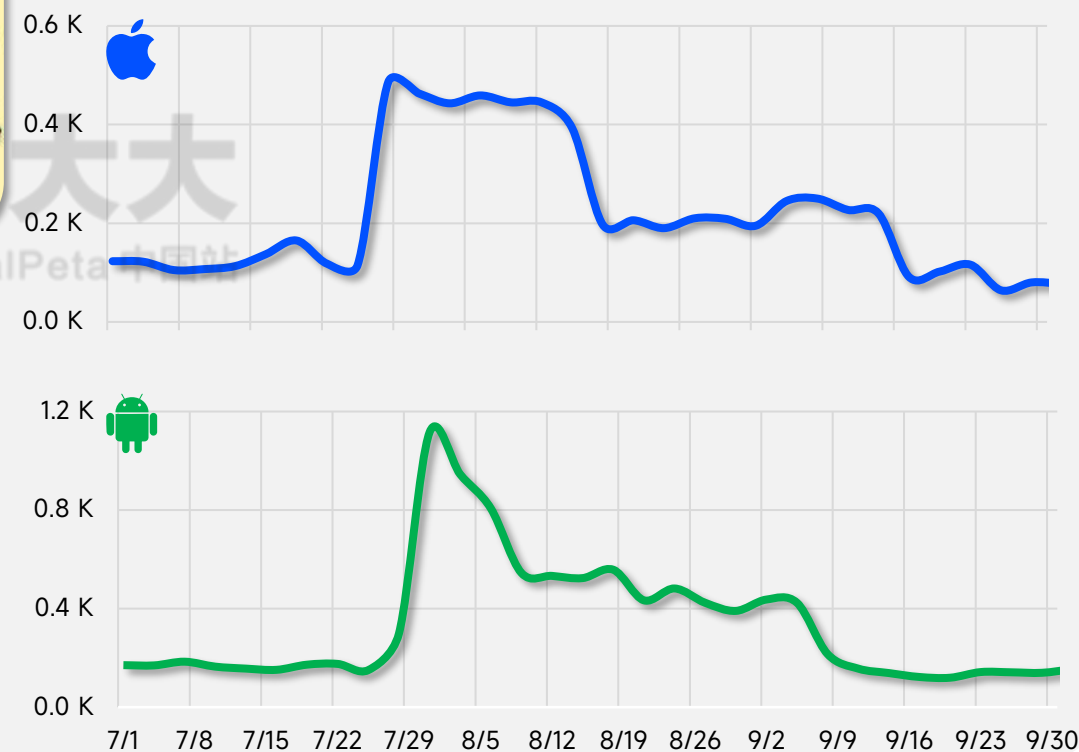
TOP投放国家/地区



热门投放渠道



2023年Q3广告主全球投放趋势





MapleStory R: Evolution 在投热门素材

投放渠道: YouTube

互动数据: 点赞1400

素材特点:

开头展示男女朋友冲突, **素材中段**第三者加入

展示游戏化解矛盾

创作公式: 真人剧情冲突+游戏展示+产品介绍口播 SocialPeta 中国站

25

投放天数

8.53万

素材展现



点击图片播放完整素材



更多全球移动营销最新资讯、研究报告，可由此获取

扫描公众号获取海量出海福利



广大大出海笔记



广小小



报告联合支持方



THANKS

2023Q3 GLOBAL MOBILE GAME MARKETING REPORT

广大大数据研究院

更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn