

WELCOME TO

明日方舟



22计广 季子越 – 微博

CHAPTER 1 广告主及其广告目标

CHAPTER 2 内容与创意分析

CHAPTER 3 消费者分析

SELECTION CONCEPTS

CHAPTER 4 媒介传播分析

CHAPTER 5 技术原理分析

CHAPTER 6 意见建议

CHAPTER 1

SELECTING FILES

广告主及其广告目标

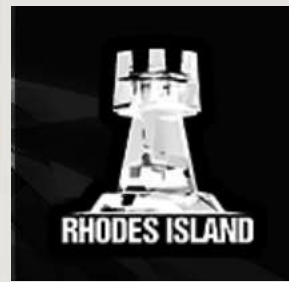
广告主介绍
产品分析
广告目标

■ 广告主:鹰角网络

目前只有一款成品游戏：**明日方舟**

正在开发的游戏由延续明日方舟ip的明日方舟终末地，和买断制游戏来自星辰，近些年新兴的游戏厂商。在二次元游戏用户群体中**知名度较高**，自身带有较多流量。**‘鹰角网络’本身成为了一个吸引用户的标签。**

公司风格明显，集合科技感和未来感的公司形象和游戏ui设计。和明日方舟游戏内风格统一。



关于我们 ABOUT US

鹰角网络 (HYPERGRYPH) 于2017年在上海成立，是一家年轻的公司。

我们希望将自己的才智与热情倾注到充满希望的逻辑艺术事业中，致力于构建独一无二的世界。

产品分析

内在优势 (!)

A风格特色:
剧情内容
美术风格

b玩法特色

c用户基础

d氪金机制

内在劣势

a游戏玩法: 游戏日常单一, 关卡更新慢, 活动频率低

b天然用户市场小: 人群定位和市场导向更多偏向于二次元群体和核心塔防用户这一市场。

外在机遇

a玩家参与共创: 游戏面向的二次元青少年网络上比较活跃, 会对游戏进行自发宣传。

b总市场基础: 游戏在整个市场中的影响力大, 四年沉淀导致明日方舟易于吸引玩家。

外在劣势

如今市场上二次元RPG类游戏过多。
同质化严重, 游戏间竞争激烈。

内在优势

《明日方舟》创作初衷——延续现代主义设计一个“现代版本的幻想世界”

风格特色 (!)

剧情内容上：我们可以从《明日方舟》**独特的工业风设计语言**窥得对工业文明缩影的再现尝试，也能从拒绝宏大叙事瞄准小人物刻画而出发的主体性原则，同样还能几乎每一段剧情中看到鹰角保持批判的精神气质。

美术风格上：人物设计美观有深度，可以很好的增加玩家的黏度。页面ui有特色，有记忆点，符合游戏主题。对先锋性的主张和钟情。



b玩法特色：关卡设计比较有趣，通关后可以让玩家获得成就感。

c用户基础：《明日方舟》自身还算不错的游戏品质，版号审批刚恢复，让它吃到了2019第一口游戏品类新蛋糕。
为其奠定了用户基础。

d氪金机制：游戏抽卡的概率递增保底机制和回复体力的设定是游戏内部的核心因素，

广告目标

19年明日方舟在二次元手游市场异军突起，而近些年由于**二次元游戏竞争加剧**，明日方舟在二次元手游市场的地位变得不稳。仅靠一款游戏支撑的鹰角需要稳固明日方舟在二次元游戏市场的地位，并想办法开辟新的市场，扩大自己的用户受众类型。

侧重点放在**吸引用户游玩**，而不是增加流水氪金。当玩家参与度提高后，运用游戏内活动或者举行联名活动或者售卖周边的方式获取利润。



吸引
新玩家

召回
老玩家

留住
现存用户

- 1.吸引新玩家：向目标玩家市场投放广告以争夺市场、吸引**非二次元游戏传统受众群体**。
- 2.召回老玩家：激发退游/淡游玩家的游戏热情，
- 3.留住现存用户：提高正在游玩的玩家的
游戏活跃度。提高对游戏内容的兴趣。

CHAPTER 2

SELECTING FILES

内容与创意分析

广告形态
内容
传递信息
创意

广告形态、内容、传递信息



广告形态：信息流广告，视频形式。

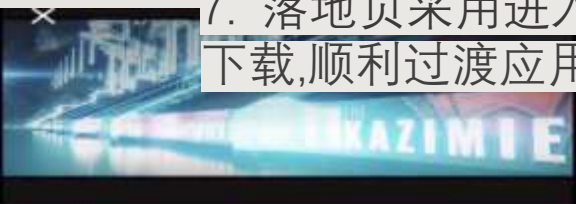
内容：精致的角色搭配有二次元风味的配音，用激昂符合游戏特色的音乐做bgm，展现游戏玩法。

传递信息：独特的美术风格，优秀的音乐，烧脑有挑战的游戏玩法，生动的配音，二次元游戏，有特色的人物形象可以满足玩家的心理需求。

广告创意

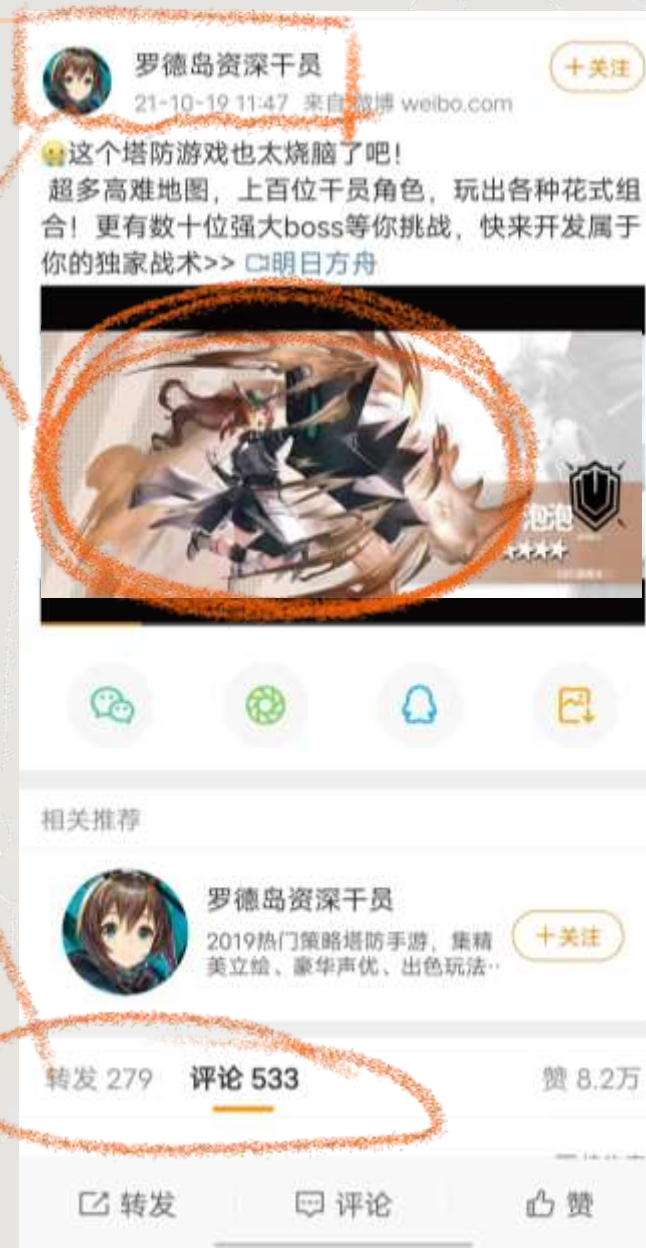
创意：

1. 贴合二次元游戏用户的心理，展出游戏立绘，用其美貌吸引玩家。
2. 视频风格符合游戏特色，特色鲜明，更好的吸引爱好这个风格的用户。
3. 音乐激昂风格化明显，让观看者肾上腺素升高，达到一种“好燃，我要玩这个游戏”的心理暗示。
4. 广告为融入微博平台，创建了一个微博账号，其名字头像等均符合游戏世界观，提高观看者代入感。在提升广告娱乐性的同时向用户传达了游戏的信息。
5. 广告开放评论区，增加广告互动性，趣味性，利用二次元游戏与玩家距离近的特点，用鲜活的游戏社区氛围吸引用户。
6. 落地页采用边看边下 H5 样式，让用户在下载游戏的同时不感觉单调乏味。
7. 落地页采用进入边看边下模式，避免单一视频曝光，用户仅观看而不下载，顺利过渡应用商店打开时间，最大程度降低下载流失率



明日方舟
明日方舟
版本号: 1.9.91
应用大小: 1.34G
开发者: 鹰角网络

↓ 下载



CHAPTER 3

SELECTING FILES

消费者分析

目标消费者
我为什么收到这条广告

目标消费者

目标消费者:主要为二次元亚文化相关人群。

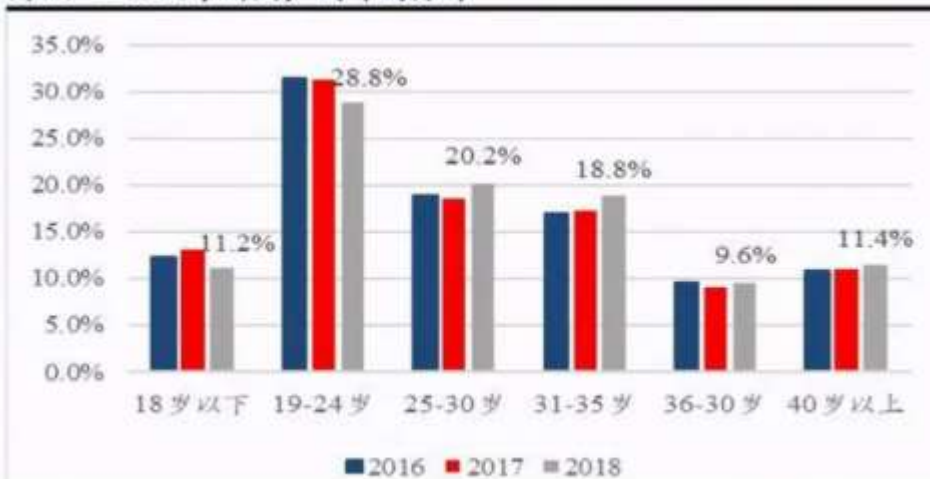
分为两类

一类为二次元游戏玩家:

根据年龄结构来看,二次元手游是属于年轻人的文化,且男性比例较高,根据Quest Mobile的数据提供显示,2018年二次元手游用户约60%为30岁以下。再通过人均游戏市场和人均消费可以总结出其特点:总体年轻化 付费意愿高 游戏忠诚度强。并具有从众心理、好奇心理、表现心理、共情心理等。

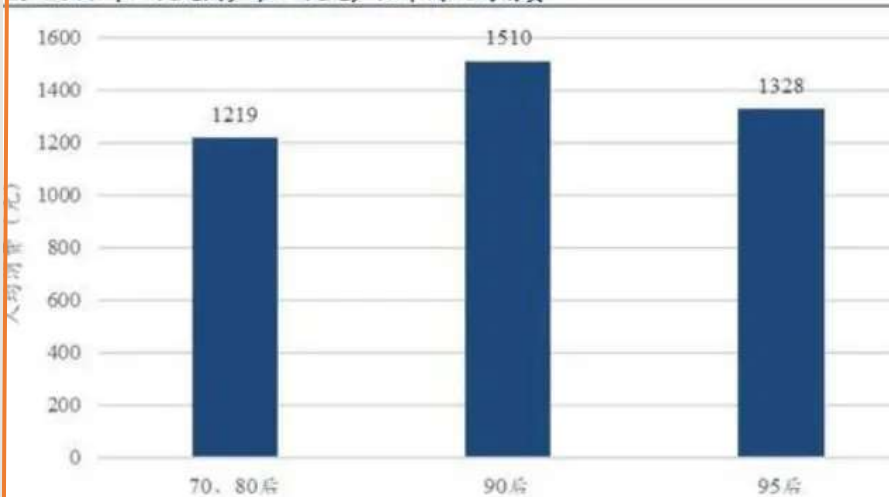
第二类为对塔防战略策划等感兴趣的**游戏人群**,但这部分人群与第一类人群重合度较高。

图 7: 二次元手游用户的年龄分布



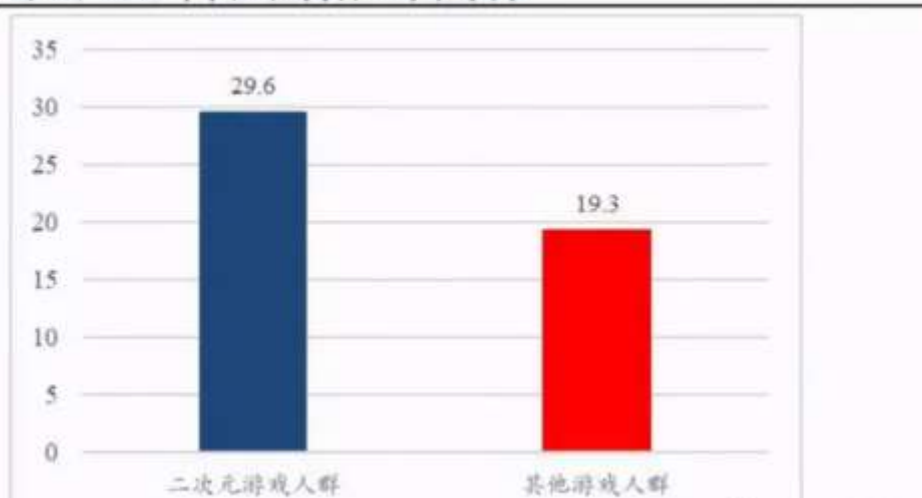
资料来源: Quest Mobile, 信达证券研发中心

图 8: 2019 年二次元用户在二次元产品中的人均消费



来源: Quest Mobile, 信达证券研发中心

图 10: 2018 年手机游戏每月人均游戏时长



资料来源: Quest Mobile, 信达证券研发中心

2016-2023年中国泛二次元用户规模及增长率



图例: 二次元内容市场 (亿元) 二次元周边衍生市场 (亿元) 总体增长率 (%)

我为什么收到这条广告

推荐 关注的人 超话 话题 经常访问

你可能感兴趣

- 1. SooYoung小朋友
粉丝数 4185 搞笑幽默博主
"希望带给你更多快乐!"
- 2. 明日方舟超话
129.5万 帖子 169.1万 刀客塔
你最近搜过
- 2. 战双帕弥什
粉丝数 38.2万 游戏领域 阅读量飙升
刚刚发布了1条微博, 获得881互动
- 1. 六出_6
粉丝数 1.1万 摄影博主
简介: 氛围感女摄 | 常驻川渝 | 全国旅拍 | 商务、约拍: liu666ch3 "立志成为全重庆最会拍氛围感的摄影师。"
- 2. 恋与深空超话
9.3万 帖子 36.7万 深空猎人
你最近搜过
- 2. 崩坏3
粉丝数 172.9万 游戏领域 涨粉飙升
你关注的@原神 也关注了她
- 2. 铃芽之旅超话
12万 帖子 9.7万 小绿草

你可能感兴趣

- 2. 诡秘之主超话
2.7万 帖子 8.6万 卷毛猫猫
@诡秘之主官方微博 的专属超话社区
- 2. 写手吐槽bot_
粉丝数 19.1万
你关注的@鱼苗l 也关注了她
- 3. 电影峰爆超话
2.2万 帖子 5万 工友
@电影峰爆官博 的专属超话社区
- 2. 饼饼唔饼
粉丝数 12.6万 动漫领域 涨粉飙升 动漫博主
你关注的@重工组长于彦舒 也关注了他
- 2. 时光代理人超话
5万 帖子 542.3万 代理人
@时光代理人官方 的专属超话社区
- 3. 甜包叨叨Vitamin
粉丝数 2.1万 娱乐博主
"日更养居, 2g养老画画人"
- 2. 卿云云这个名字总不能重...
粉丝数 6.9万 动漫领域 涨粉飙升
你关注的@-RENZ- 也关注了她

→ 1. 三次元 2. 二次元 3. 娱乐
1 = 5 : 1

常用超话 管理

- 3. 金玟庭
等级 LV.8
#金玟庭[超话]# #宝宝美哭我
- 2. 崩坏星穹铁道
等级 LV.2
#崩坏星穹铁道[超话]# #你还在为...
- 3. 朱一龙
等级 LV.8
#朱一龙嘉纳拍照站C位# 国外影...
- 2. 原神
等级 LV.6
#原神[超话]# #有没有兄弟姐妹能...
- 1. 未定事件簿
等级 LV.5
#未定事件簿[超话]# #到了
- 2. 原神散兵
等级 LV.6
#原神散兵[超话]# #流羽逐风愿#...

符合产品目标用户特点:
关注二次元, 对二次元
游戏关注较高。此前关
注了明日方舟官方微博,
并且关注了较多同类型
二次元手游官博, 浏览
过相关视频, 词条, 热
搜, 话题, 微博超话等。

从微博给我推荐的“可
能感兴趣的人”可以看
出他对我的定位和人群
划分

CHAPTER 4

SELECTING FILES

媒介传播分析

选择此平台的原因
为什么选择这个位置

选择此平台的原因

《2020微博用户发展报告》报告显示，微博用户群体继续呈现年轻化趋势，其中90后和00后的占比接近80%，女性用户规模高于男性用户（差距不高）。在生活消费、兴趣关注上，不同年龄段微博用户呈现出明显的代际特征。

- 1. 吸引目标用户**，随着媒介传播形式的增加，二次元相关用户不再仅仅集中在b站，acg社区等传统平台，越来越多的二次元群体会扩大自己的消息来源选择更为广阔的平台，如微博。
- 2. 扩大玩家范围**，丰富用户群体种类：微博平台的用户很多与明日方舟的现有用户并不重合，在微博投送广告可以拓宽游戏玩家范围、丰富玩家属性种类。
- 3. 微博用户群体广泛，日活高，在此平台投放广告效率高。**且微博具有优秀的广告推送机制，能更好的帮助广告主达到广告目的。
(详情见part5：技术原理分析)



为什么选择这个位置

此位置位于**热搜排行下**，符合微博用户使用软件的习惯，到达该页面的**步骤简单**（仅需两步）。且该页面具有较高浏览量，并且夹在内容之中，**信息流的形式**并不突兀，不易引起用户反感，具有较好的广告效果。



①

②

CHAPTER 5

SELECTING FILES

技术原理分析

广告出价算法
广告推送
落地页建设
数据管理

技术原理分析

oCPX

出价
算法

超级粉丝通

程序化广告交
易平台
WAX

广告
推送

超级粉丝通

灵动建站
边X边X系列

落地页
建设

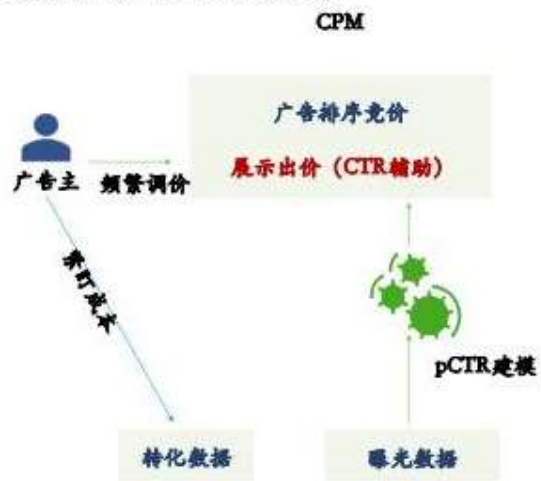
广告数据
管理平台
(DMP)

数据
管理

出价算法 oCPX

✓ CPM、oCPX对比

- CPM按展示出价
- oCPX优化转化智能出价，缓解广告主出价难题
- 提升系统与广告主之间的信任度



一阶段按照cpm投放积累数据
二阶段按照转化收费优化转化



✓ 扣费模式



如：
APP激活
咨询
电话
表单

✓ 优化方式



oCPX 模型,

X 的意思是既可以是 C 也可以是 M 或者是 A, 广告主给出期望的转化成本, 平台通过系统的优化保障转化成本, 广告主此时关注的是在保证转化成本的同时跑量速度如何, 带来多少转化, 广告主无需频繁的去调价, 平台可以保证广告主 ROI。

微博oCPX搭载于超级粉丝通系统, 以优化转化成本为目标, 按照广告主实际投放效果和转化成本进行系统智能流量优选和出价, 从而解决广告主投放效果不稳定的痛点, 有效提高运营效率。

广告推送

程序化广告交易平台WAX

程序化广告交易平台WAX

微博WAX：是Weibo AdeXchange的简称，微博提供给各类需求方（广告主/DSP 平台）的程序化广告交易平台。由于WAX能提供更多**定制化的服务**，因此能满足广告主（特别是大型广告主）更**个性化、定制化的需求**。

资源优质、数据精准、交易透明，助力广告主实现实时个性化深度营销

1.广告追踪能力

1.支持广告主与DSP平台直接进行技术对接
实现实时上报广告投放数据，实时回传激活数据等

2.支持多个第三方监测平台对接
支持国内外主流第三方监测平台

2. DMP数据能力

详见下一p



操作高效

广告素材豁免审核。千人千面一瞬触达。



一轮多投

购买一轮开机资源，不同用户看到不同素材。



高度定制

针对每次流量特征定制素材，加持广告效果。



程序化组装

针对流量灵活替换元素。程序化组装个性创意。



交易模式

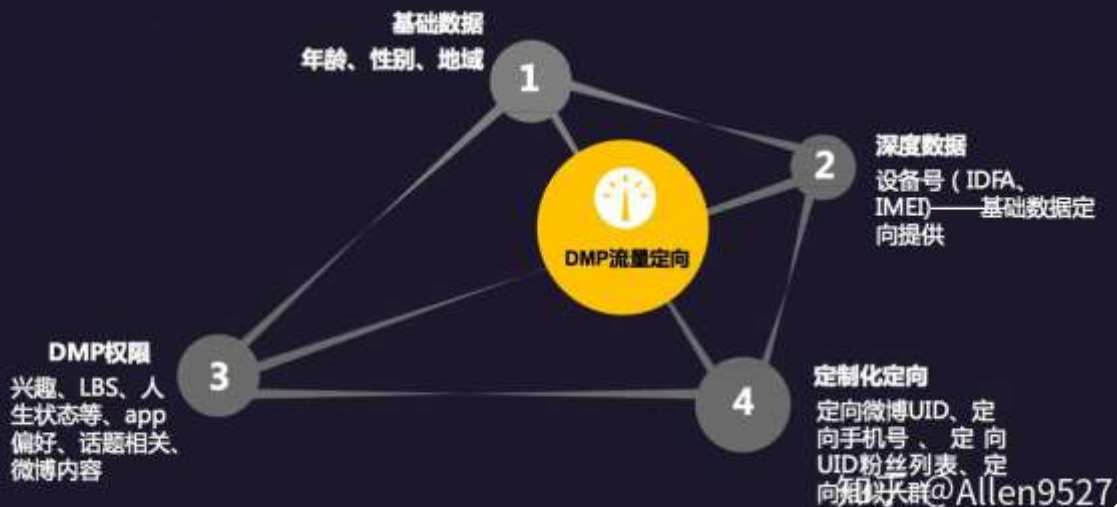
支持多种交易模式，环境优质，过程透明。

数据管理平台，助力精准投放

微博DMP

微博DMP是提供给广告主，使用自有，微博，三方数据的工具平台，具备人群上传，组合运算，智能拓展等功能，可以帮助广告主实现人群自定义投放，精准锁定目标受众，最终达到优质广告投放效果。

WAX广告效果利器—DMP



DMP数据能力：

多方数据融合：广告主可以将自有消费者数据加密后上传后进行ID- mapping，和微博DMP、第三方DSP平台的DMP进行交叉分析，得出用户行为洞察，制定出更佳的投放策略。

积累数据资产：广告主可以存储每一次投放的曝光、点击等数据。举例：如第一次覆盖1000万人，数据表现良好，下一次投放可重新触达第一次覆盖的人群；

数据挖掘：支持使用lookalike功能，针对种子用户进行定制化建模，拓展类似精准人群，拓展出更多类似人群

自定义人群管理

人群拓展助力投放找寻相似人群，实现投放拓量；人群运算实现多种数据包交并集精细运算，助力广告主实现多种投放需求。

自定义投放策略

依据广告主需求，通过人群定向和排除策略，提取目标用户，实现投放精准化精细化覆盖。

超级粉丝通

超级粉丝通平台依据用户属性、社交关系及内容关联，助力广告主营销内容高效触达目标受众，全方位影响用户心智，助力企业社交内容营销。

推送

它基于微博海量用户，把广告主信息有效传递给粉丝和潜在粉丝的营销产品，根据用户属性和社交关系等将信息精准地投放给目标人群，帮助广告主高效达成营销目标。

落地页建设

边X边X系列

强化普通博文(视频、图片)导流转化功能，内容浏览与推广页面结合呈现，实现广告博文与自然流量完美融合，缩短转化路径，提升转化效率。

灵动建站2.0

灵动建站2.0，快速操作上手，素材支持丰富，行业覆盖全面，编辑无限制，提升页面转化效果，完善建站体验。



CHAPTER 6

SELECTING FILES

意见建议

意见建议

1.优化投送精准度，细化广告推送分类

对不同类型的受众人群应该推送不同类型的广告，如微博的二次元用户和非二次元用户关注的内容不同，不该为其推送同一条广告。对已经成为游戏玩家的用户和非游戏玩家的用户投放的广告内容也应该不同。



例：微博同类型的星穹铁道广告

2.应优化广告内容,突出游戏特色

目前广告视频的内容较简单，无法吸引目标用户目光，无法引起群众讨论度。

对比其他二次元游戏的广告，都展现了自己的剧情内容，贴合受众群体的兴趣。应优化广告内容，融合剧情，提高视频中的信息量和表现力。突出游戏特点。

但明日方舟的技术受限，无法像星穹铁道这种有建模的游戏一样在剧情方面有较强的表现力，**所以增加剧情信息量的责任可以交给落地页**。在微博推出的“边看边下”页面中加入更多的内容，。

意见建议

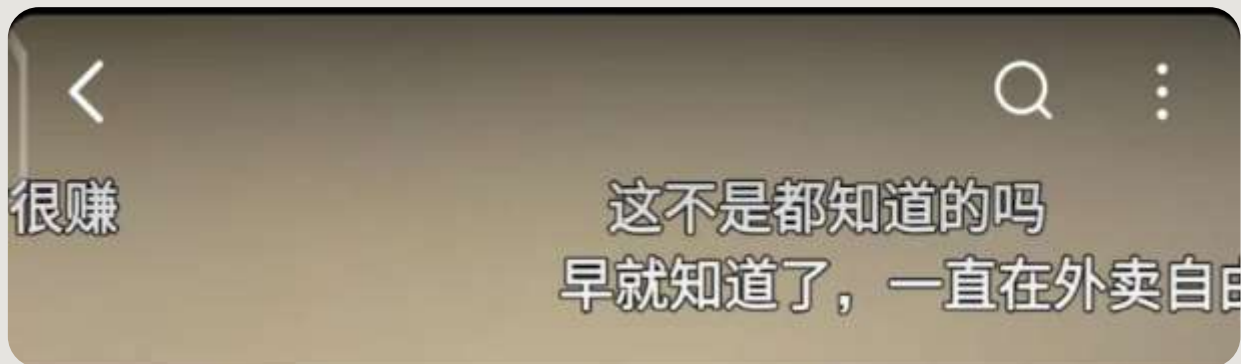
3.广告落地页优化

现落地页交简单，趣味性互动性低无法进一步吸引目标用户兴趣。应优化其页面ui及美术风格与游戏内统一，**增加互动小游戏**或者**加入更多的游戏信息**，进一步吸引用户关注游戏。

4.优化评论内容，利用平台特色

微博平台的特色使评论区成为实现广告效果的一个重要因素。**应该在评论区或文案引导舆论导向，增加其讨论度。**
且评论内容应自然、符合微博生态。

例子：B站视频流中的信息流广告，弹幕和评论都是广告的一部分。



SEARCHING

恳请老师批评指正

COMPONENTS CONTROL SECTION