



2019 全球热门发行商投放趋势 - Q1

数据来源：ZingFront



目录

CONTENTS

- + 方法论
- + 中国地区
- + 日本地区
- + 欧美地区
- + 韩国地区

借助于全球最大的广告情报分析工具，ZingFront 数据团队为您呈现2019年Q1季度全球热门发行商的投放趋势；

我们在全球范围内通过抽样的方式采集广告数据，目前已经积累超过 5亿条广告数据，每天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。

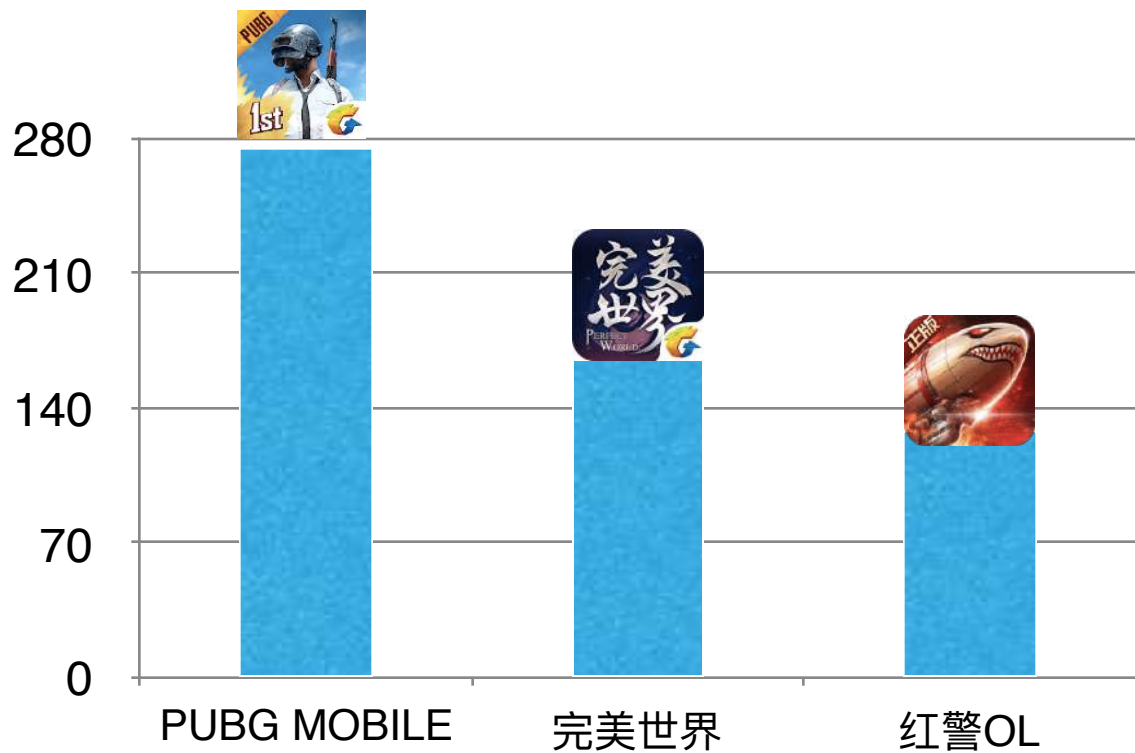
ZingFront未与任何渠道、第三方平台有数据交换合作，所有广告数据均来自采样。



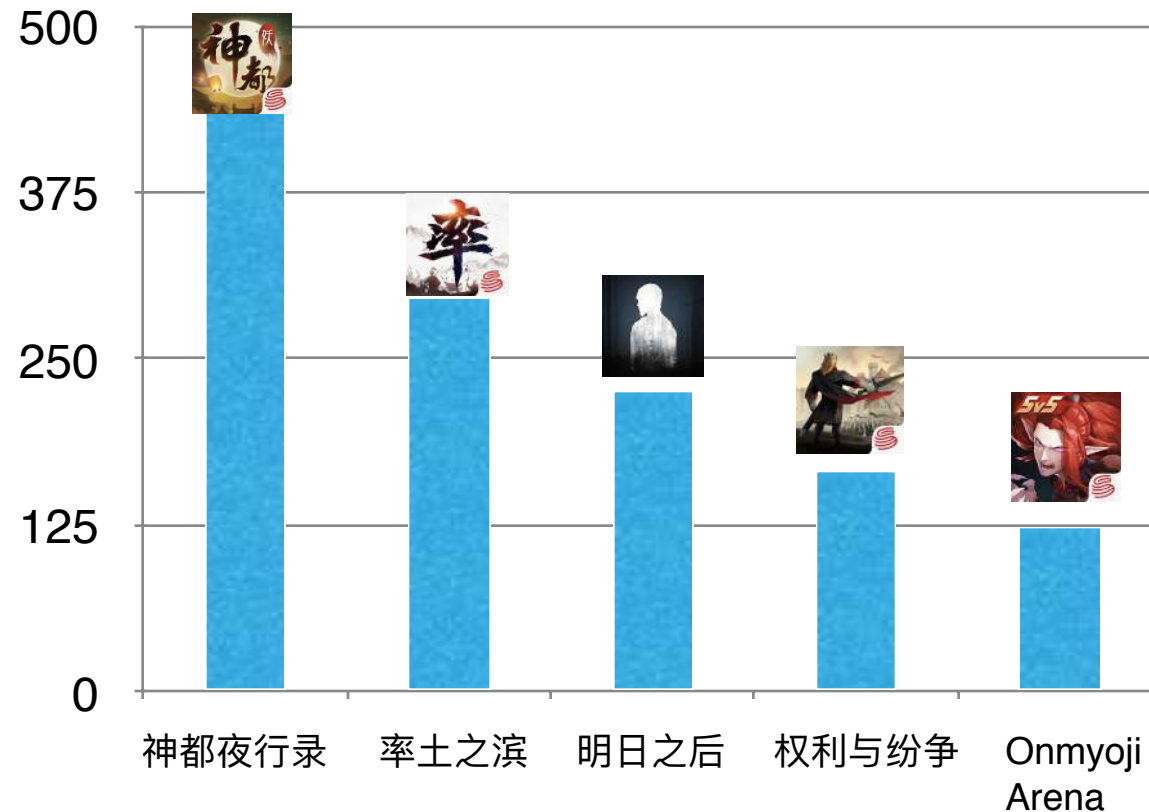
中国地区热门发行商投放分析

数据来源：ZingFront

创意素材投放趋势 - Q1整体



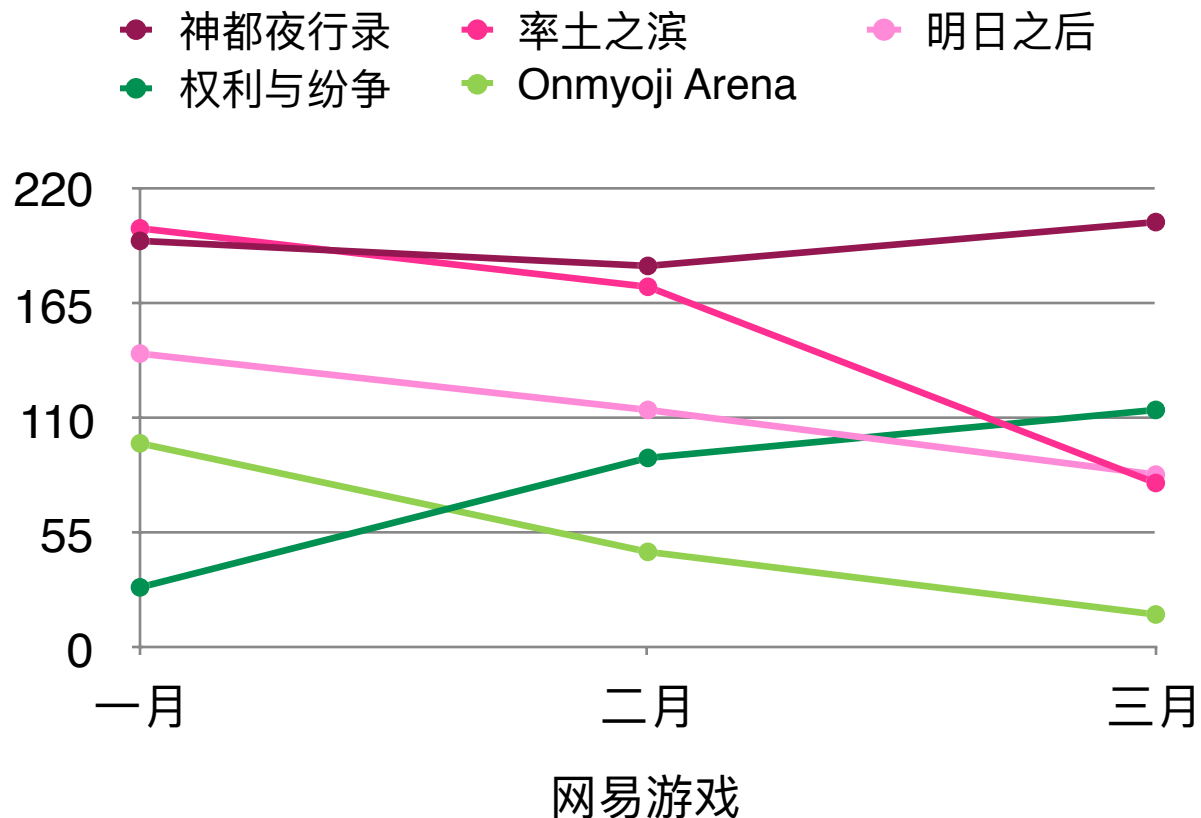
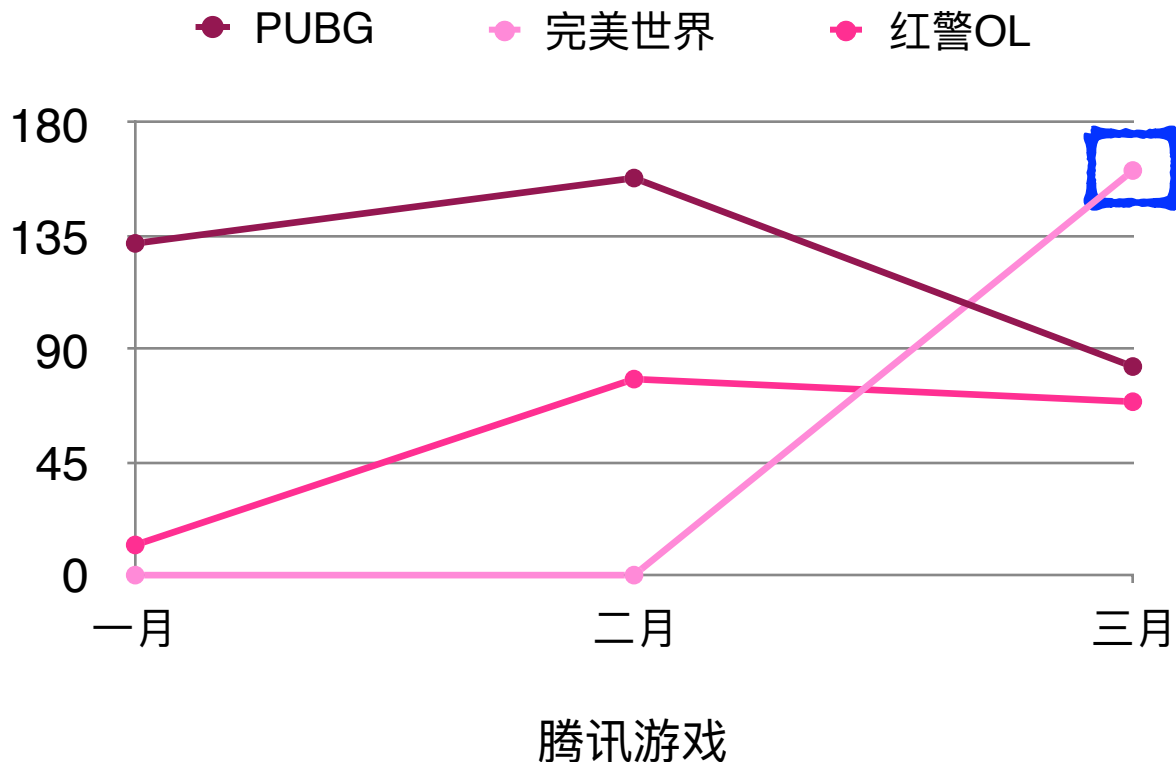
腾讯游戏



网易游戏

- 根据ZingFront给出的Q1季度**去重**后整体创意素材数据来看：
- 腾讯旗下创意数量最高的游戏仍是爆款游戏**PUBG MOBILE**；
- 网易旗下的**神都夜行录**创意素材数量最高，同时有**多款游戏**的整体创意素材数量超过100，于去年年底先后面世的明日之后和权利与纷争排名也均在前列。

创意素材投放趋势 - 逐月数据



- 根据ZingFront给出的Q1季度去重后逐月创意素材数据来看：
- 腾讯游戏与完美世界联手打造的**完美世界**在三月上架后得到了大力的推广，其当月的素材数量排名第一，去年Q4季度推出的**红警OL**在2月素材数量上升明显，3月略有回落。
- 网易旗下各款产品中有一款创意数量下滑明显，**权利与纷争**有明显上升，排名第一的神都夜行录逐月数据变化不大。



PUBG MOBILE

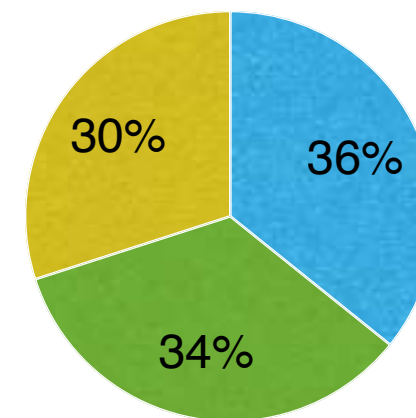
根据ZingFront给出的数据，产品整体投放天数已超过300天，整体创意总数超过1600个，总展现将近700M。Q1季度的素材主要投放在Facebook、Google Adwords以及Audience Network渠道。通过数据可以看出该游戏创意素材**类型较为平均**。

● 优质案例

- 类型：图片
- 渠道：Google Adwords
- 时长：162天
- 展现：56M
- 主要国家 & 地区：中国、北美、东南亚、英国、澳大利亚等



创意类型数量占比



● Html ● 图片 ● 视频



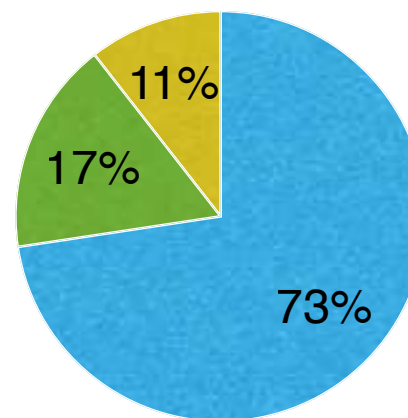
神都夜行录

根据ZingFront给出的数据，产品整体投放天数已超过170天，整体创意总数将近1000个，总展现超过100M。Q1季度的素材投放**渠道较为丰富**，包括AppLovin、UnityAds、网易、优酷、抖音以及头条等。创意素材类型以**视频**为主，且展现数量较高。

- 优质案例
- 类型：视频
- 渠道：Applovin
- 时长：146天
- 展现：5M



创意类型数量占比



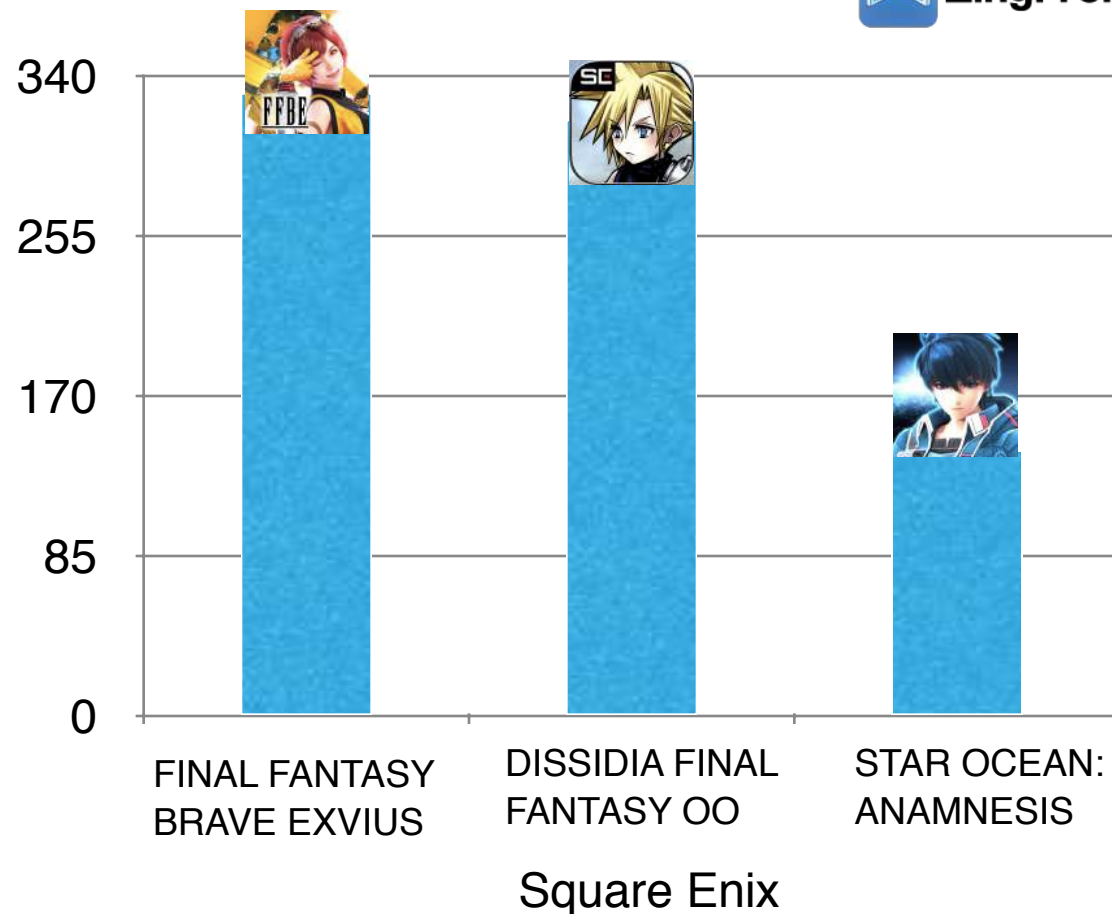
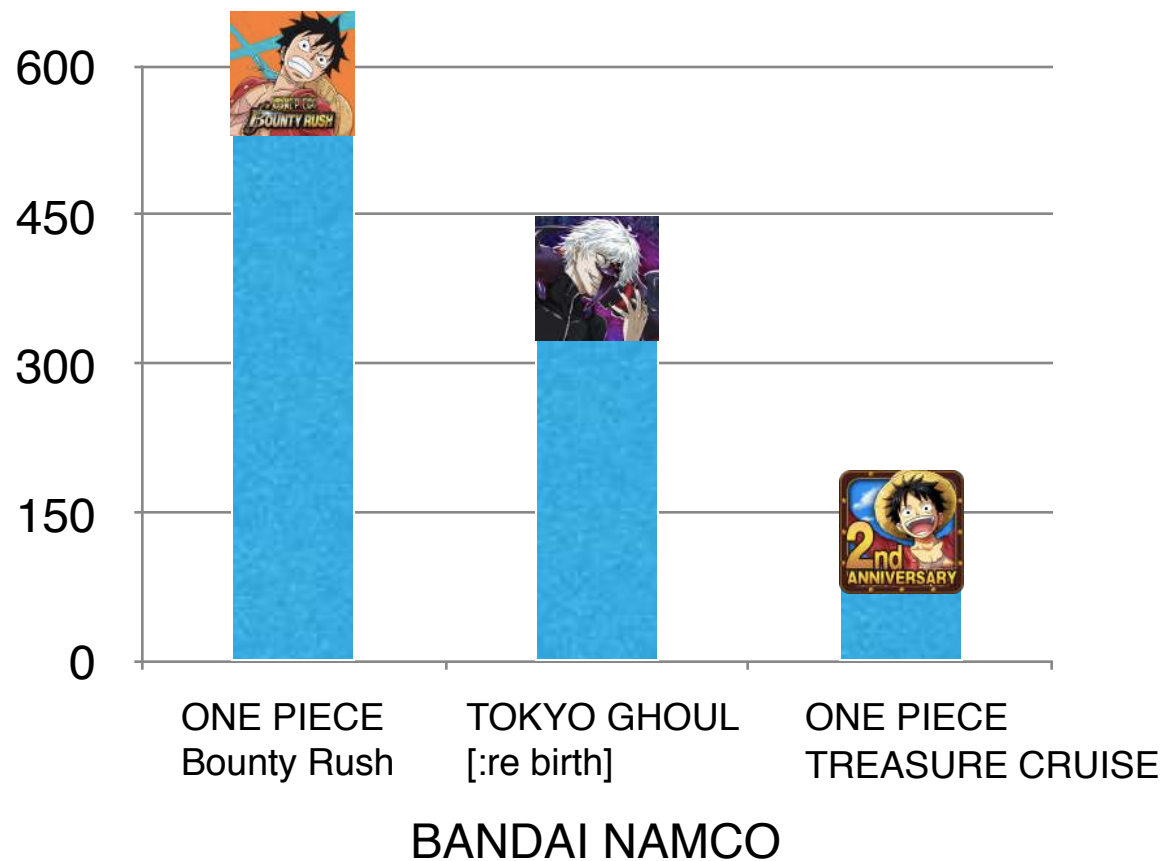
● 视频 ● Html ● 图片



日本地区热门发行商投放分析

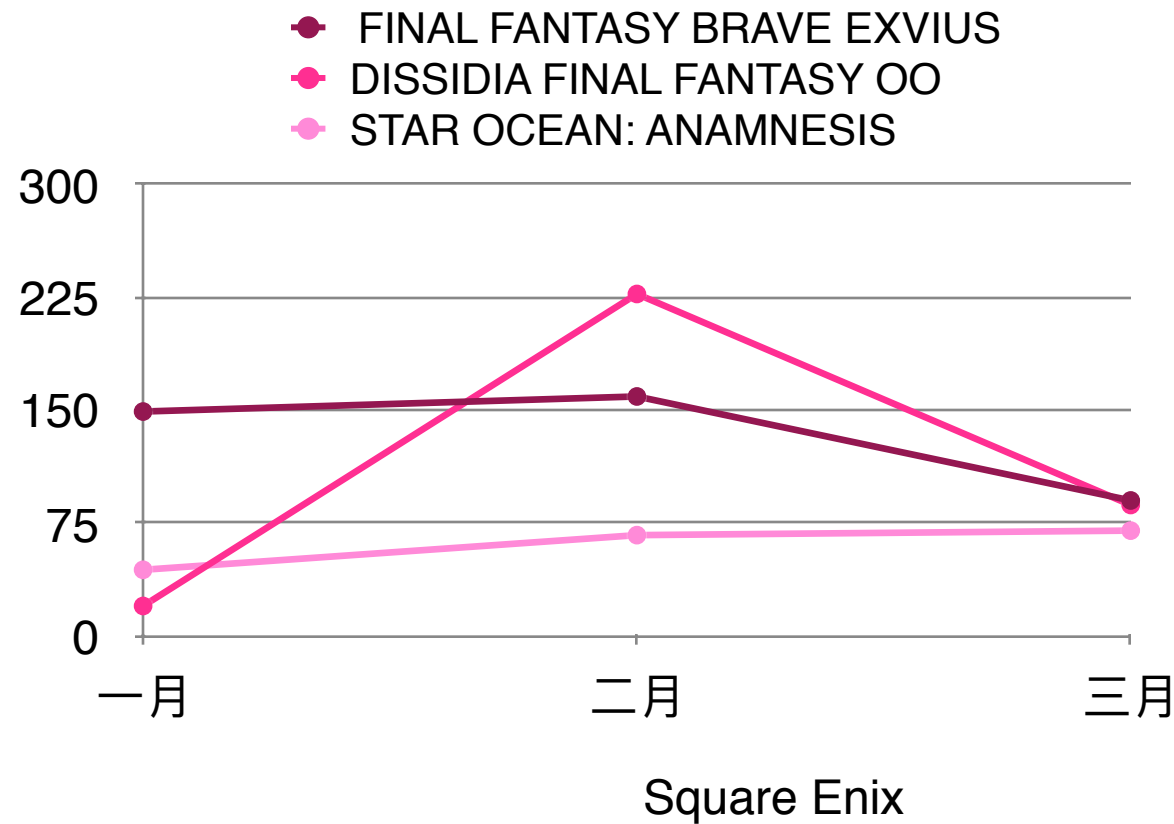
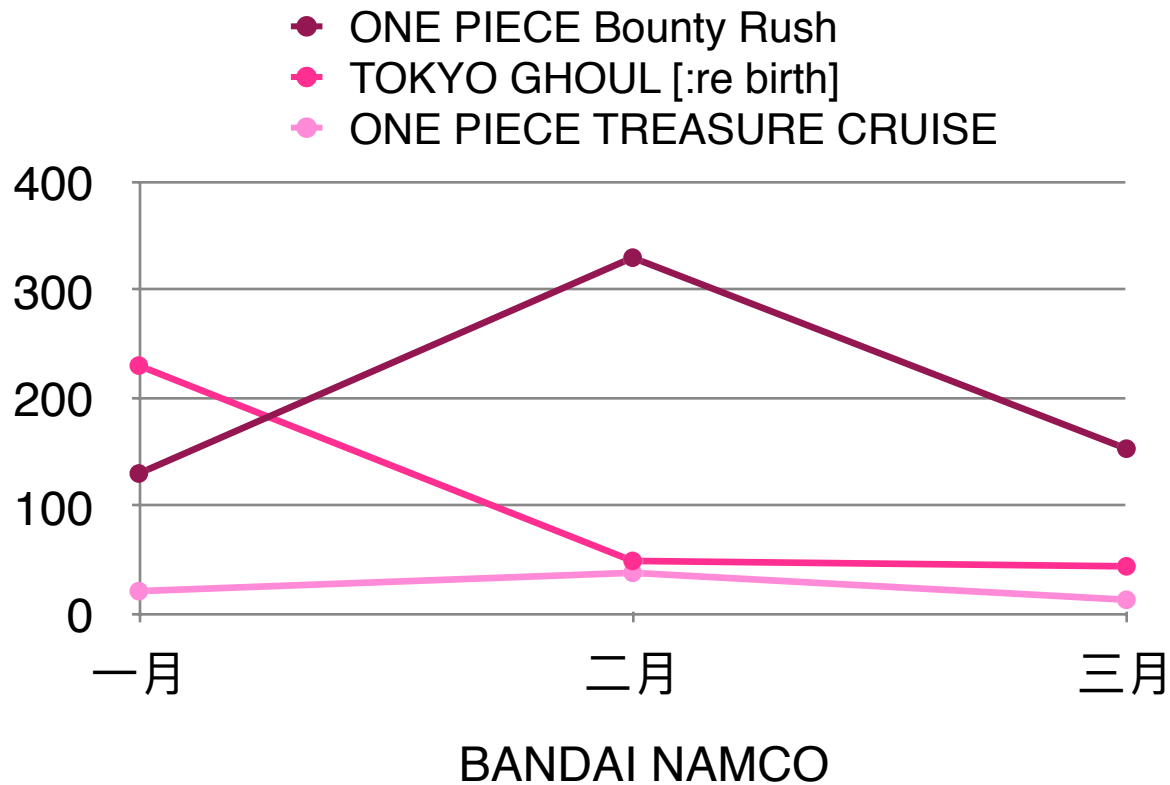
数据来源：ZingFront

创意素材投放趋势 - Q1整体



- 根据ZingFront给出的Q1季度 **去重** 后整体创意素材数据来看：
- BANDAI NAMCAO 整体创意素材量最高的广告主是 **One Piece Bounty Rush**；
- 较为擅长RPG游戏的Square Enix在Q1季度创意素材数量最高的是 **FINAL FANTASY BRAVE EXVIUS** 。

创意素材投放趋势 - 逐月数据



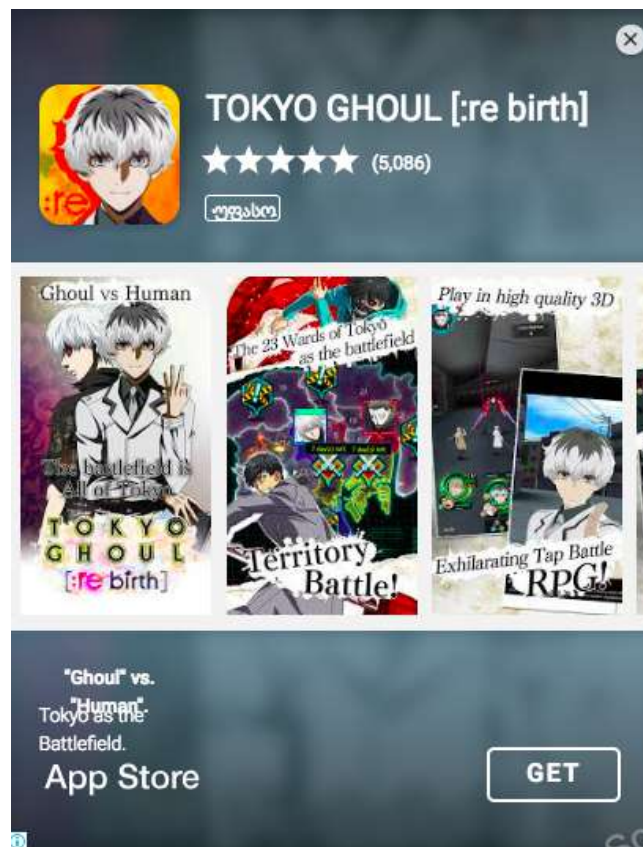
- 根据ZingFront给出的Q1季度**去重**后逐月创意素材数据来看：
- BANDAI NAMCAO旗下的One Piece Bounty Rush在二月的创意素材量**增长明显**；
- Square Enix旗下DISSIDIA FINAL FANTASY OO逐月创意素材数量**变化明显**。



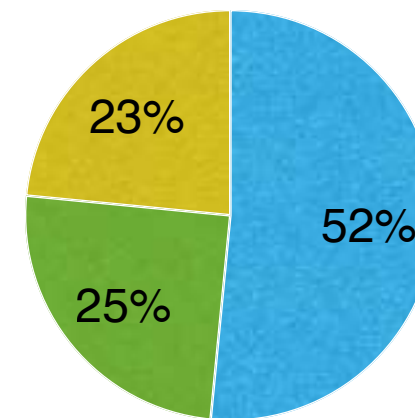
TOKYO GHOUL [:re birth]

根据ZingFront给出的数据，产品整体投放天数已超过120天，整体创意总数接近5000个，总展现超过145M。Q1季度的素材主要投放在Google Adwords以及Audience Network渠道。各种创意素材类型中**Html**类型的素材数量以及整体展现最多。

- 优质案例
- 类型：Html
- 渠道：Google Adwords
- 时长：38天
- 展现：494K
- 主要国家&地区：罗马尼亚、老挝、印度、北美等



创意类型数量占比



● Html ● 图片 ● 视频



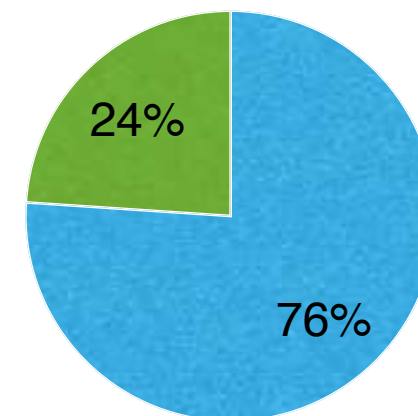
FINAL FANTASY BRAVE EXVIUS

根据ZingFront给出的数据，产品整体投放天数已超过1000天，整体创意总数超过1600个，总展现超过88M。Q1季度的素材主要投放在Facebook、Audience Network、UnityAds以及AppLovin渠道。各种创意素材类型中**视频**类型最多。

- 优质案例
- 类型：视频
- 渠道：AppLovin
- 时长：12天
- 展现：369K



创意类型数量占比



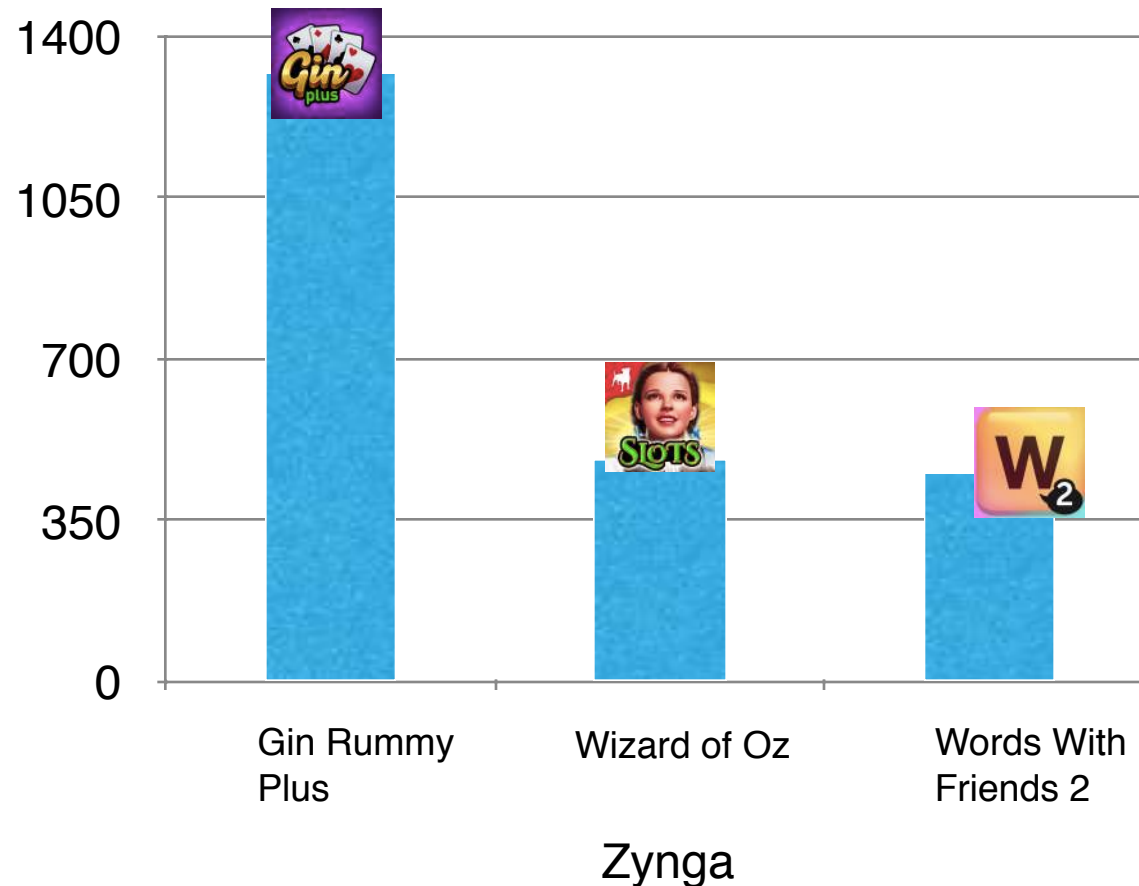
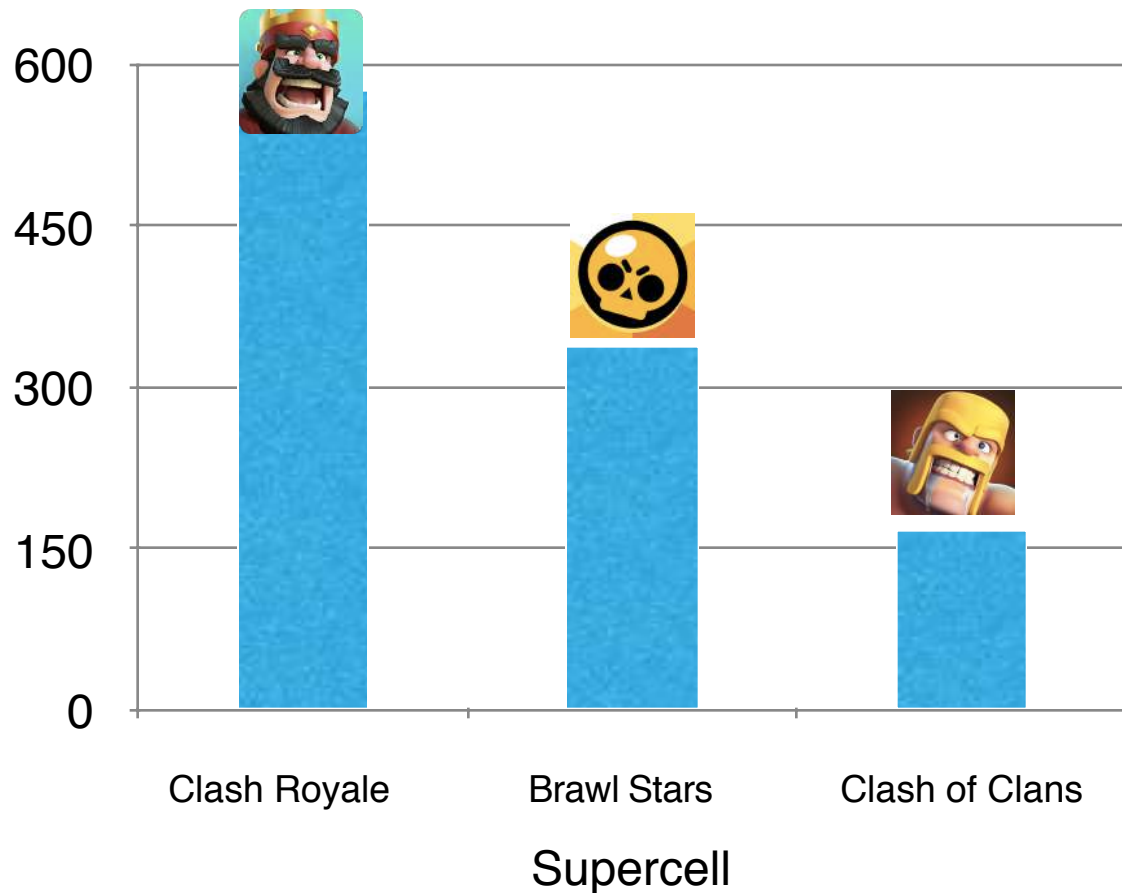
● 视频 ● 图片



欧美地区热门发行商投放分析

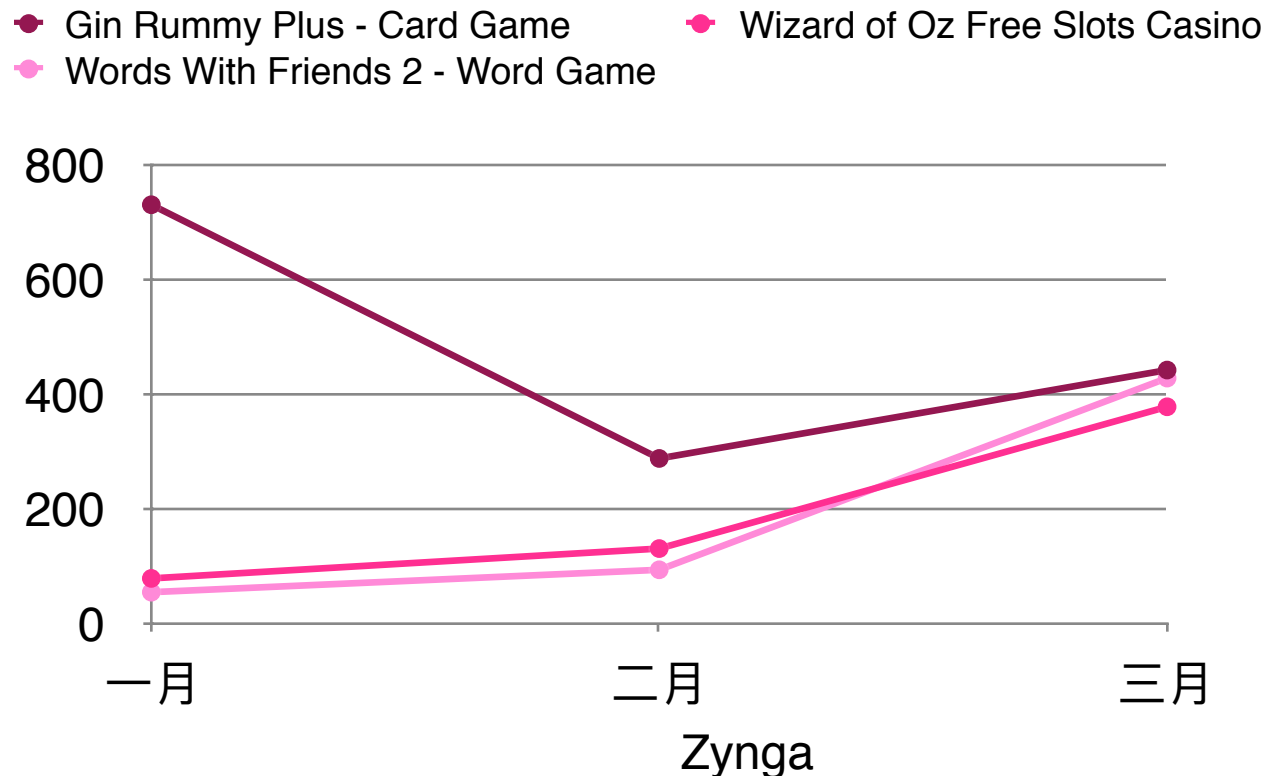
数据来源：ZingFront

创意素材投放趋势 - Q1整体



- 根据ZingFront给出的Q1季度**去重**后整体创意素材数据来看：
- 从Q1整体数据来看Supercell旗下的经典游戏**Clash Royale**在第一季度仍有上佳表现；
- Zynga作为一家社交游戏公司，其旗下产品的创意素材数量明显**高于**其他公司。

创意素材投放趋势 - 逐月数据



- 根据ZingFront给出的Q1季度去重后逐月创意素材数据来看：
- 已经面世多年的**Clash Royale**在今年Q1季度仍有上佳表现，且创意素材数量稳步提升；
- Zynga旗下的**Gin Rummy Plus**的创意素材数量虽然在2月下划明显，3月成回升趋势，其余两款产品整体成上升趋势。



Brawl Stars

产品整体投放天数已超过600天，作为一款长期投放的产品其创意数量以及整理展现量均有上乘表现。根据ZingFront给出的数据，Q1季度产品在渠道选择上更偏重Google Adwords、AppLovin以及Facebook，素材类型整体较为丰富。

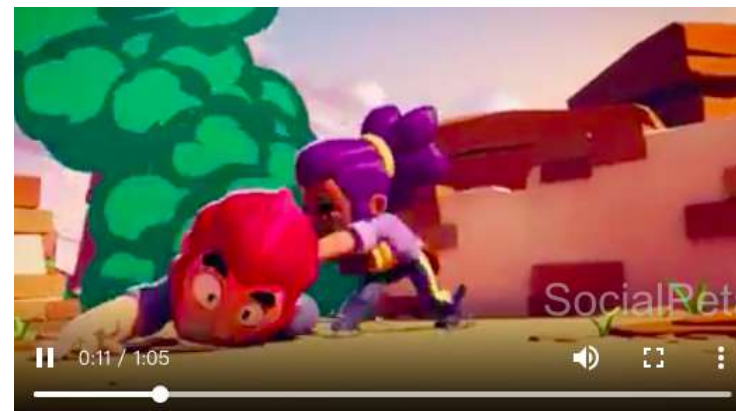
- 优质案例

- 类型：图片

- 时长：20天

- 展现：6M

- 主要国家&地区：马来西亚、英国、澳大利亚、北美等



- 优质案例

- 类型：视频

- 时长：91天

- 展现：3M

- 主要国家&地区：印度尼西亚、泰国、日本、中非、卢森堡等

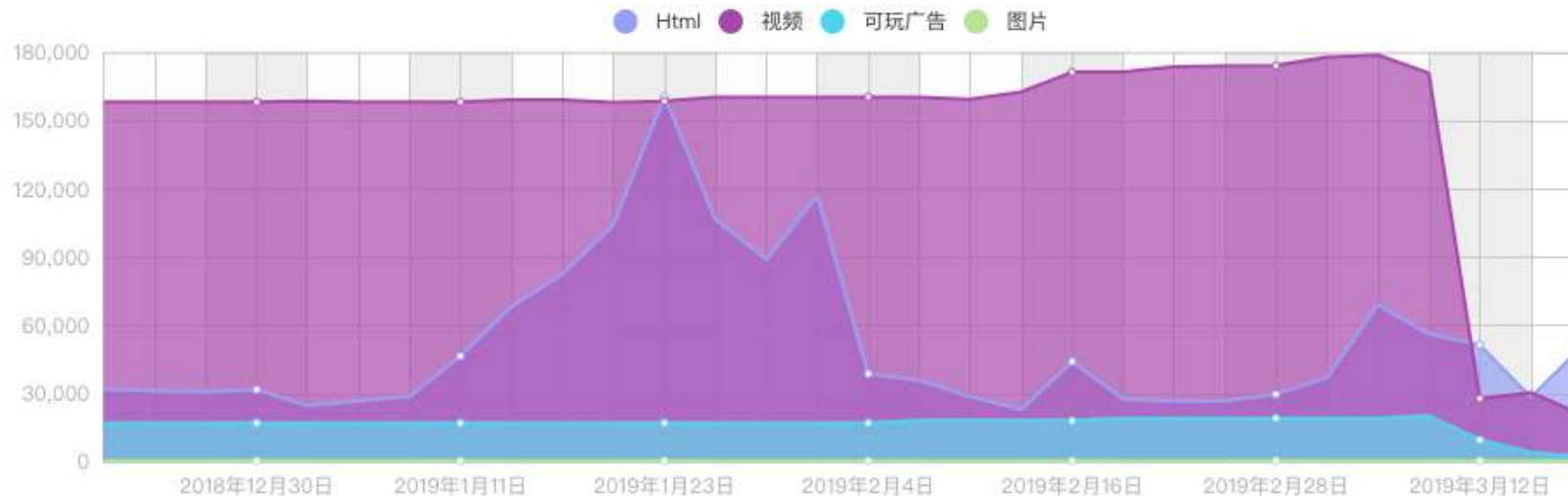


Gin Rummy Plus - Card Game



优质案例展示

产品整体投放天数已超过1000天，作为一款长期投放的产品其创意总数超过2000，总展现将近400M。根据ZingFront给出的数据，Q1季度产品在渠道选择上较为丰富，包括Facebook、Google Adwords、UnityAds、AppLovin、Vungle以及Audience Network等。Q1周期内**视频**素材的整体展现趋势**最好**，**可玩广告**的表现整体较为稳定



Q1季度创意流量趋势

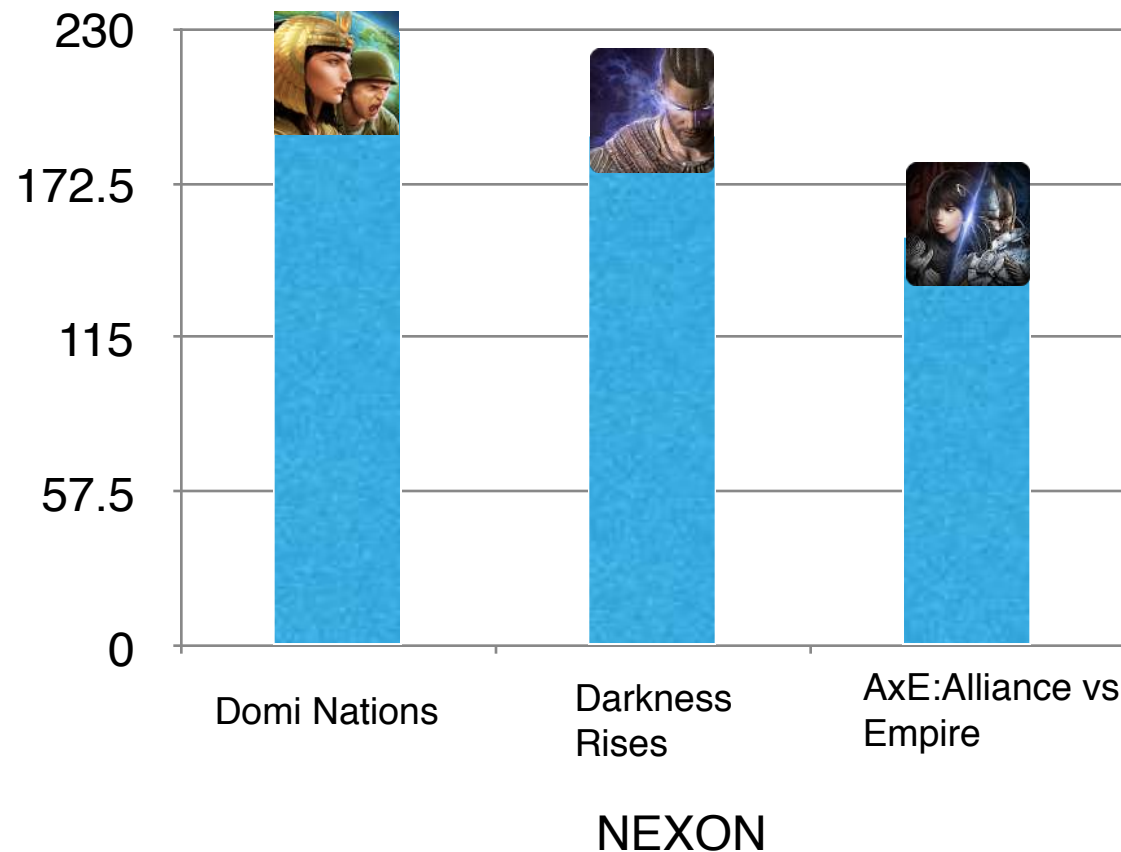
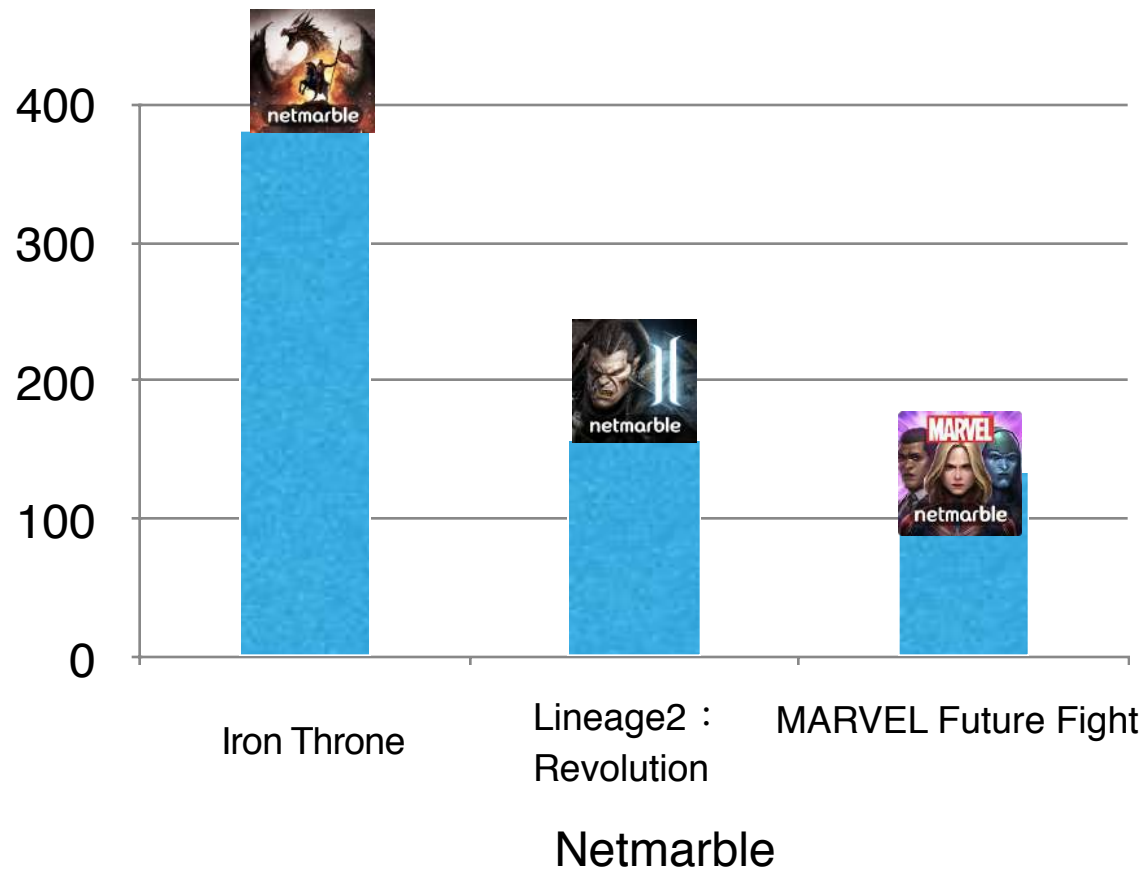
注：按照周期内素材展现量估算



韩国地区热门发行商投放分析

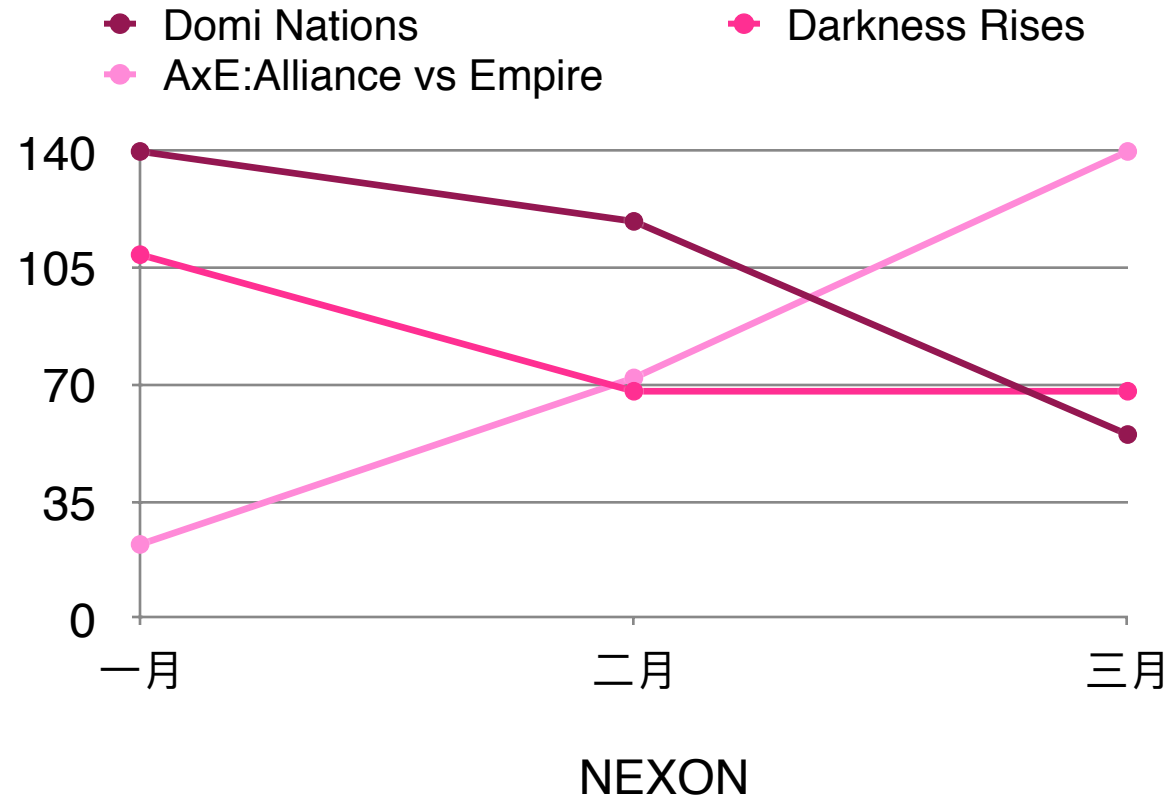
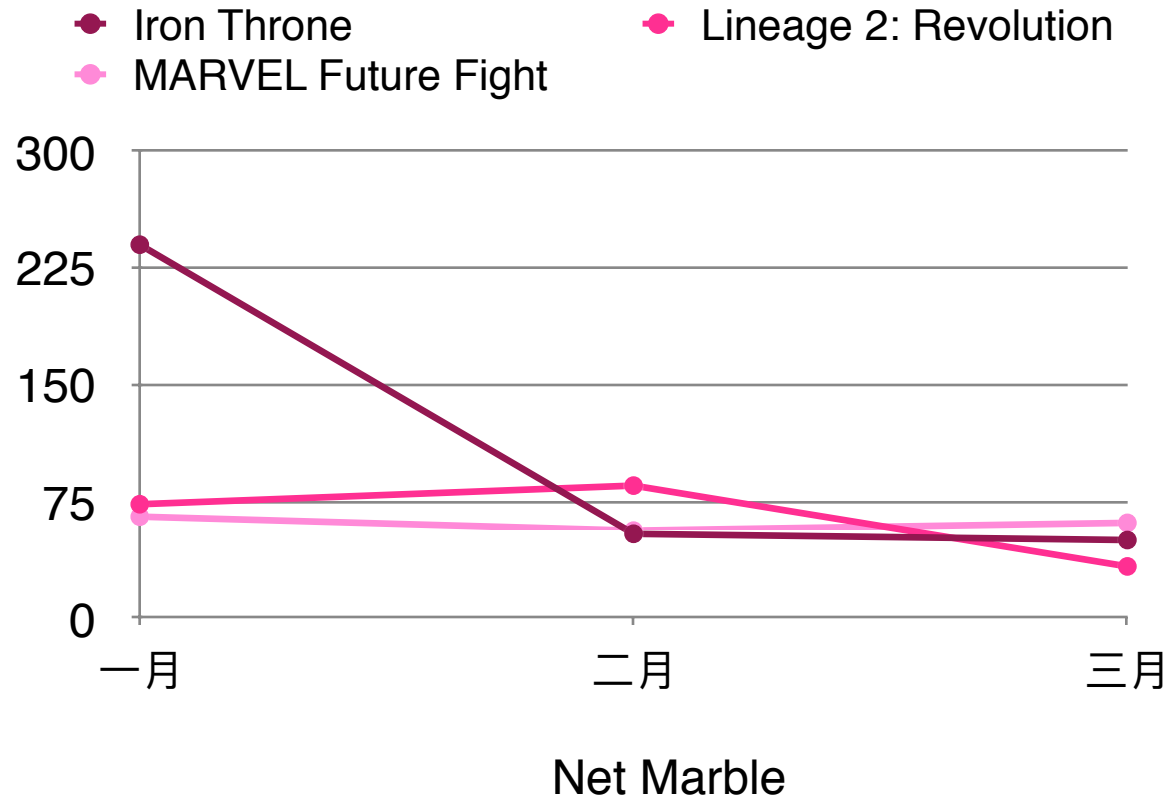
数据来源：ZingFront

创意素材投放趋势 - Q1整体



- 根据ZingFront给出的Q1季度**去重**后整体创意素材数据来看：
- 从Q1整体数据来看Netmarble去年面世的**Iron Throne**创意数量最多；
- 最近颇具话题的NEXON在Q1季度排名靠前的的几款产品整体表现**差异不大**，不知随着收购的推进是否会带来更多的市场表现变化。

创意素材投放趋势 - 逐月数据



- 根据ZingFront给出的Q1季度**去重**后逐月创意素材数据来看：
- Net Marble旗下的各款游戏的创意素材数量**下滑**明显；
- NEXON旗下AxE:Alliance vs Empire的创意素材数量**持续上升**。

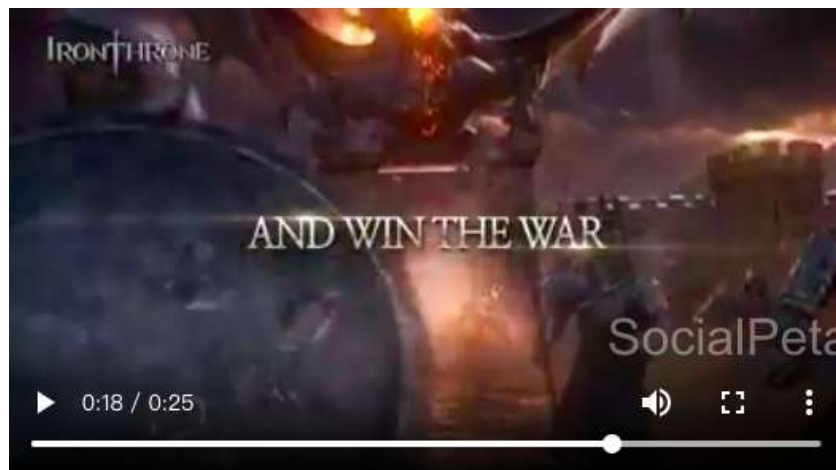


Iron Throne

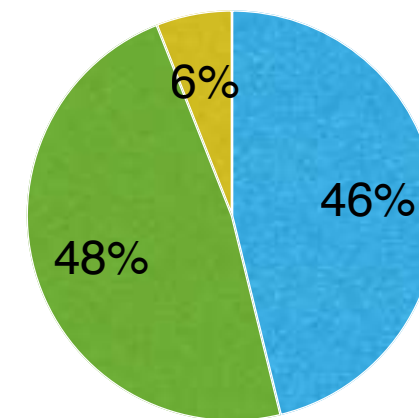
根据ZingFront给出的数据，产品整体投放天数已超过500天，整体创意总数超过750个，总展现超过33M。Q1季度的素材主要投放在Facebook、Audience Network、UnityAds、头条、腾讯社交广告等渠道。通过数据可以看出该游戏创意素材类型以**视频**跟**Html**为主。

● 优质案例

- 类型：视频
- 渠道：Audience Network
- 时长：77天
- 展现：288K
- 主要国家&地区：英国、印度、中国香港、阿联酋、印度尼西亚等



创意类型数量占比

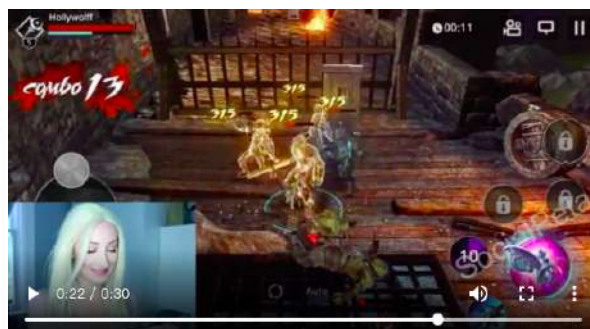


● 视频 ● Html ● 图片

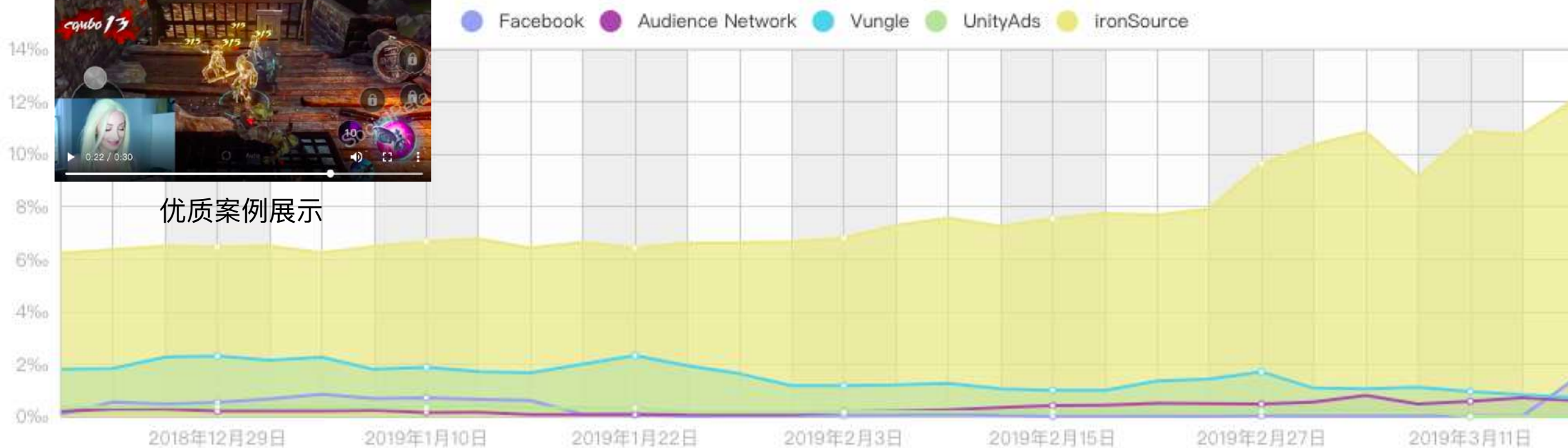


Darkness Rises

根据ZingFront给出的数据，产品整体投放天数已超过300天，整体创意总数超过1000个，总展现超过130M。Q1季度的素材主要投放在Facebook、Audience Network以及 ironSource 等渠道,创意素材类型以**视频**为主。



优质案例展示



Q1季度 广告VOS

注VOS: 广告主的广告展现占某渠道的比值的变化趋势

ZingFront全球战略合作伙伴



THANKS!



订阅报告

智线云科技(北京)有限公司

网址: <http://www.zingfront.cn>

邮箱: hello@zingfront.com

电话: 010 – 65000819