

《8 月手游买量报告及八大爆款素材解析》

在 2021 年的 7-8 月份，随着东京奥运会的盛势开展和落幕；818 电商节如火如荼地进行；以及未成年人被严格限制网络游戏游玩时间、各大网游加大防沉迷限制.....

在多个行业积极营销的暑期，不同流量平台的广告投放呈现哪些趋势？
App 广告主又作出了怎样的抢量布局？

App Growing 基于 2021 年 7-8 月份期间 (07.01-08.31) 的移动广告情报，分别从**平台整体广告投放概览、重点广告主排行榜、广告投放文案**等方面，解读 7-8 月份中腰部流量平台的投放趋势。

据 App Growing 追踪的数据显示，巨量引擎/千川、腾讯广告、百度信息流仍然是重点流量平台。位于中腰部的流量**平台微博粉丝通、小红书、Bilibili 必选、知乎**为本次的重点分析对象。

01 微博粉丝通广告投放观察

在微博粉丝通中，**文化娱乐**的投放占比相较于去年同期有较大增长，从18%增长至30%。微博粉丝通中主要侧重**组图式**的素材形式，而**视频、图片、竖视频式**的广告形式占比相近。



一图看懂，2021年7-8月微博粉丝通投放大盘



重点投放行业分布对比



广告投放素材形式分布



来源：App Growing广告情报追踪，2021年7-8月份（07.01-08.31）

广告投放形式仅统计广告投放数占比前五的形式，因此加合不满100%

App Growing
数据驱动产品

具体至 App 广告投放的风格占比来看，在手游 App 中，**射击、模拟、塔防、消除类**手游比重较高，其中腾讯的**和平精英、王者荣耀**位居前位。

其中分别在六月、七月上线的**摩尔庄园**及**斗罗大陆:魂师对决**也在微博上积极营销买量，成功占据微博粉丝通游戏 App 推广榜前 5 位。

而在非手游风格 App 投放占比中，大部分投放主要是来自平台电商类 App，占比高达 98.43%。推测是处于 818 电商节日火热营销阶段，广告主加码在微博的投放。



一图看懂，2021年7-8月微博粉丝通投放大盘



App 广告投放风格占比

手游App风格



非手游App风格



游戏App 推广榜TOP10

	应用名称	风格
1	和平精英	射击
2	王者荣耀	模拟
3	开心消消乐	消除
4	摩尔庄园	模拟
5	斗罗大陆:魂师对决	动漫
6	原神	动漫,日韩系
7	三国志·战略版	三国,战争
8	QQ飞车	竞速
9	鬼泣	战争
10	使命召唤手游	射击



和平精英



王者荣耀



开心消消乐

非游戏App 推广榜TOP8

	应用名称	风格
1	拼多多	平台电商
2	爱奇艺	视频
3	QQ音乐	音乐
4	一直播	直播
5	珍爱网	婚恋
6	微赞直播	直播
7	北京日报	新闻
8	Plum	平台电商



拼多多



爱奇艺



QQ音乐

来源: App Growing广告情报追踪, 2021年7-8月份 (07.01-08.31)

"其他"风格手游主要指休闲、网赚手游, 以上应用排行按广告投放数降序排列

App Growing
数据驱动广告

2021年7-8月份期间, 微博粉丝通广告文案高频词及热门文案如下:

[注册 App Growing 即享 3 天 VIP, 赶快来获取最新的广告投放情报!](#)



2021年7-8月份，微博粉丝通 广告文案高频词及热门文案盘点



广告文案高频词盘点



四大行业热门广告文案盘点

文化娱乐

- 热血青春燃爆夏季，助你成就直播新星
- 每天都点外卖，竟然不知道这个隐藏功能，我是错过了几个亿吧！
- 搵头安利姐妹们这款的去渍，不管是油污笔渍还是血渍，一喷一泡姐妹们闭眼囤啊！
- 我是#V麦客#，在微博和我连麦，一起沉浸式参与热点讨论！

护肤美容

- 香味是很高级的香水味，去屑效果真的特别好！控油效果也不错，真的爱了。
- 黄皮立变冷白皮，就是这款爆款防晒，哪用哪白，有效阻挡紫外线8小时！
- 闺蜜的头发又厚又多，后来在我的追问下，她终于告诉我用了这个
- 后悔没早知道！餐前2片，守护你的身材

服饰鞋包

- 夏日辣妹必备的绝美小众饰品，平价又有质感~有品位的小仙女谁不爱呢？
- yyds的丝绒珍珠裙！！细节满满 贼气质！
- 返校怎么穿才能吸引她呢？羡慕可以上学的孩真的很幸福！
- 天呐！我今天才知道，原来现在专柜大牌女装低至1折就能入手！那你知道如何捡漏吗~

综合电商

- 30分钟左右配送，冷饮蔬果，活鱼鲜虾，日用百货，你想要的都在XX超市
- 双厨狂喜！鲁班七号充电宝9块9抢
- 低至几十?的超可爱?少女心 #数码相机# 你见过吗? XX真是绝了，什么都有啊！
- 一共11个敏感牌纯原单款式，价格依然超级可爱，链接已经出啦，宝宝们 快去店铺新品栏看看噢

来源：App Growing广告情报追踪，2021年7-8月份（07.01-08.31），高频词以各热门词汇的词频作为统计标准



以下为 7-8 月份微博粉丝通爆款广告创意套路：

1) 恋爱经历分享，激发内心向往

单身人群一边恐惧爱情，一边又渴望爱情。微博粉丝通上社交婚恋广告通常以一对情侣的恋爱经历分享作为引子，以**照片、视频记录**形式展开叙述，通过恋爱圆满**成功的案例**来激发用户对美好爱情的向往和信心，成功引导 App 下载。



2) 礼物开箱，沉浸式种草

礼物开箱起首，引起用户好奇心，像好友一般介绍产品，真诚的语气，功能讲解详细，推广属性弱，种草属性强，用户倍感亲切，更愿意为此买单。同时还能提高用户粘性，培养忠诚粉丝群。



视频脚本

女：“当当当！我已经好久没有给你们做个开箱了，因为每一次我收到包裹，第一时间就会拿出来使用，这段时间比较忙就忘记拆了，现在我积累了一点礼物，所以就给你们做个开箱。

首先呢是我非常喜欢的Loewe香水，我今天的衣服也是穿他们家的，他们家各种东西我都很喜欢，因为不俗套，品相又好。

下一个是ysl情人节限量礼盒，里面是一瓶香水，香味甜甜的比较成熟，这两款香水都是卖得比较好的，大家如果买香水的话可以去试试~”

3) 烹饪美食系列，场景式带货

综合电商类广告大多以**烹饪美食教程**视频形式，邀请美食博主或生活区博主进行美食制作的拍摄，以色香俱全的美食，刺激用户味蕾的同时再安利超市、买菜 App，给予合理的购买动机。



02 小红书广告投放观察

在小红书中，主要面向女性的**护肤美容**具有超出一半的投放占比，高达52%。其广告素材类型主要以**视频类安利向**等内容为主。



一图看懂，2021年7-8月小红书投放大盘



重点投放行业分布对比



广告投放素材形式分布



来源：App Growing广告情报追踪，2021年7-8月份（07.01-08.31）

广告投放形式仅统计广告投放数占比前三的形式，因此加合不满100%

App Growing
数据驱动广告产品

以下为 7-8 月份小红书爆款广告创意套路：

1) 唠嗑式种草，用户互动体验佳

小红书作为一个以**真诚分享、友好互动**的内容社区，鼓励生活化内容分享，用户与博主具有“薯友”关系，联系紧密，朋友之间唠嗑自己的生活再安利产品，彼此互动，用户体验佳。



视频脚本

女：“哈喽我的宝贝们都知道的，我今年长本事了。本人的酒量从一口倒到现在能来回喝个几场，尤其是夏天，喝酒简直是真的太快乐，就越热越爱跟朋友出去玩。小酌几杯之后那烦恼是什么，但是你们都知道，**这营业时间一长，基本上到半夜就打回原形了，脱妆卡粉斑驳爆皮，反正问题一大堆。**灰姑娘呢，是靠水晶鞋保持美丽，我呢，是靠底妆续命。

今天我真心推荐给你们，这个**宝藏神器**，最近发现的**兰蔻持妆粉底液**。怎么说的，就无战不败，你熬夜流汗，也不浮粉不暗沉，底妆服服帖帖的，简直妈生皮好吗！”

2) 揭秘博主工作内容，满足好奇心

作为 UGC 内容生产社区，**用户既是观看者，也是创作者**，越来越多人都对做自媒体博主产生兴趣。以揭秘身为博主需要做的作品内容，能够满足用户对这份职业的好奇心，再适时推广产品，用户接纳程度高。



视频脚本

女：“2020年没想到快30岁的我，从此踏上了博主的道路，虽然现在还是个小透明，但是想内容、写脚本、拍视频、剪视频、跟品牌沟通、回复粉丝信息、给粉丝打包礼物，主要由我一个人完成，熬夜成了家常便饭，皮肤也会亮红灯，最明显的就是爆痘、泛红、皮肤屏障脆弱、干燥、敏感。屏幕前的都市丽人们，这些场景是不是似曾相识呢？生活压力会导致一系列肌肤问题，很多人会说护肤是关键，但我觉得卸妆才是养出好皮肤的开始，作为一个混油敏感肌，今天给大家推荐的是植村秀卸妆油新品，这一瓶是全脸卸妆的，不需要洗面奶，能够有效保护我们脆弱的皮肤屏障噢！”

3) 发出提问，寻找身份认同

博主也是普通人，也会发出“**有多少人像我这样**”的疑问，通过拥有和普通人一样的烦恼，再提供解决方案，语气接地气，用户往往很受用，会更乐意去了解视频中的推广商品。



视频脚本

女：“Hello大家好我是老张，我想采访一下，有多少人和我一样，就是早上起来眼睛特别地容易浮肿。

我来细数一下有哪些情况，一个呢是你熬夜追剧，用眼过度，第二个呢就是你睡前可能喝了很多很多的水，第三个呢就是为情所困，哭了一宿。这些情况你我都有，但很多人不把眼睛浮肿当回事，其实这会导致眼部松弛、眼部下垂。

那应该怎么做呢，首先睡前不要喝太多水，第二个可以通过外部护理，如果早上起来发现眼睛肿了，可以用这种带咖啡因的眼霜来按摩自己的眼部，这是复合咖啡因，能比普通咖啡因更温和更快速地消除眼部浮肿。”

4) 滤镜高清，展示细节效果好

小红书在图片和视频广告上大多使用**高清的滤镜**，博主为广告主带货时整体**展示效果更佳**，也能拍出更高清的细节，用户能直观清晰地了解产品，加强购买欲。



03 Bilibili 必选广告投放观察

在 Bilibili 必选平台中，**游戏、文化娱乐广告投放**所占的比重较大，这与平台用户群的基调关联较大，且游戏占比相较于去年同期增长较高，从 12%增长至 22%。广告形式多以在推荐页出现的**图片广告**为主。



一图看懂，2021年7-8月Bilibili 必选投放大盘



重点投放行业分布对比



广告投放素材形式分布



来源：App Growing广告情报追踪，2021年7-8月份（07.01-08.31）

广告投放形式仅统计广告投放数占比前三的形式，因此加合不满100%

App Growing
数据驱动广告

在具体至手游 App 中，仙侠类的游戏投放占比较高，达 34.35%，可发现注重在各大平台买量的**梦幻新诛仙**，对于 Bilibili 必选平台也十分重视。

其中**火影忍者**在 7-8 月份加大投量，成功超越与其同样为经典动漫 IP 的**航海王热血航线**。



一图看懂，2021年7-8月Bilibili必选投放大盘



App 广告投放风格占比

手游App风格



非手游App风格



游戏App 推广榜TOP10

	应用名称	风格
1	梦幻新诛仙	仙侠
2	漫威超级战争	战争
3	战双帕弥什	战争
4	忍者必须死	竞速
5	艾尔多战记	魔幻
6	火影忍者	动漫,日韩系
7	原神	动漫,日韩系
8	使命召唤手游	射击
9	超级精灵手表ol	其他
10	航海王热血航线	动漫,日韩系



梦幻新诛仙



漫威超级战争



战双帕弥什

非游戏App 推广榜TOP10

	应用名称	风格
1	拼多多	平台电商
2	常读小说	阅读
3	珍爱网	婚恋社交
4	伴伴	陌生交友
5	猎聘同道	生活服务
6	智联招聘	生活服务
7	中原消费金融	借贷
8	拉勾招聘	生活服务
9	得物	垂直电商
10	我爱我家房产	租房买房



拼多多



常读小说



珍爱网

来源：App Growing广告情报追踪，2021年7-8月份（07.01-08.31）

“其他”风格手游主要指休闲、网赚手游。以上应用排行按广告投放数降序排列

App Growing
实时追踪全网移动广告情报

2021年7-8月份期间，Bilibili必选广告文案高频词及热门文案如下：

[注册 App Growing 即享 3 天 VIP，赶快来获取最新的广告投放情报！](#)



2021年7-8月，Bilibili必选 广告文案高频词及热门文案盘点



广告文案高频词盘点



四大行业热门广告文案盘点

游戏

- 糟糕！我的心被逮捕了！这立绘也太美了！
- iOS用户期待已久的人气手游来了！
- 我的技能都满了，赢你不过分吧~
- 爽酷的打击感和电影级的战斗场景还原！
- 危！玩了这游戏之后要被女朋友拉黑了！
- 一眼误终身！只怪画面太美，剧情太赞！

综合电商

- 海淘用银联，低至五折起！
- 干饭人，干饭魂！汤达人1元12包！
- 三得利乌龙茶！好喝不胖！1元12瓶！
- 任天堂打折不废话！9块9包邮到家！
- lo娘福利，这里买一套洛丽塔才1块钱！
- 华润万家周年庆，亿元礼券等你来拿！

社交婚恋

- 可盐可甜的JK小姐姐，认识下么？
- 所以你是坚持第几秒才对我心动的？
- 我，一会想你~一会又想你~
- 想成为你的臭宝~
- 谈恋爱吗？我超暖的哟！！！！

文化娱乐

- 【配音】测一测你有没有声优的天赋？
- 你要悄悄学做音乐，成为独立音乐人
- 这个UP教着PS，突然很想说相声！
- 趁年轻学剪辑，接单剪片子养活自己！
- 来给你喜欢的动漫人物做个建模吧~
- 【非正式卧谈】老代表惊喜回归

来源：App Growing广告情报追踪，2021年7-8月份（07.01-08.31），高频词以各热门词汇的词频作为统计标准



以下为 7-8 月份哔哩哔哩必选爆款广告创意套路：

1) 热衷整活玩梗，用户接头暗号

B 站是**梗文化**的集合地之一，玩梗是 B 站的传统特色，用户能通过造梗、玩梗来寻求“同道中人”、身份认同感，在信息流广告图附上当下热门梗，是用户流量聚集的接头暗号。



2) 萌妹子当封面，点击率高

B 站社交婚恋类广告投放思路为**优选高颜值网红素材**作为封面图，视觉上取悦度高，穿衣打扮偏jk、洛丽塔的柔美可爱风格，搭配主动性的邀约口吻，满足部分 B 站用户的审美喜好，提高广告点击率。



3) 社区文化元素加持，具备亲切感

B 站作为众多文化圈层的集合地，拥有二次元、古风、鬼畜、国创、宅舞等**小众文化**，自带圈地自萌属性，广告主将推广商品与本土文化进行融合二次创作，主动贴合原生用户的文化需求，产生互动共鸣感，能够挖掘出潜在消费人群。



4) 1 元起价，低价引流

针对 B 站原生用户群体多为学生党、新锐白领，消费欲望高而消费能力较低，B 站综合电商类广告多以 **1 元报价** 作为广告卖点，放在头图正中

间显眼位置，以超低价一下子吸引住路人眼光，物美价廉，正符合年轻用户人群追求高性价比的消费观念。



04 知乎广告投放观察

在知乎平台中，**游戏和社交婚恋行业**所占比较大，分别为 26%和 21%，其中社交婚恋相比去年同期有较大下降，排至第二位。

知乎平台的广告素材类型则主要以**图片**以及**纯文案**为主，主要和知乎平台用户群的阅读习惯有所关联。

[注册 App Growing 即享 3 天 VIP，赶快来获取最新的广告投放情报！](#)

知 一图看懂，2021年7-8月知乎投放大盘



重点投放行业分布对比



广告投放素材形式分布



来源：App Growing广告情报追踪，2021年7-8月份（07.01-08.31）

广告投放形式仅统计广告投放数占比前四的形式，因此加合不满100%。

App Growing
数据驱动产品

具体至手游 App 的买量中, **三国志·战略版**等战争风格的手游占比较高, 达 33.05%。其次是**崩坏 3**、**魔力宝贝：觉醒**等动漫风格的手游。

知 一图看懂，2021年7-8月知乎投放大盘



App 广告投放风格占比

手游App风格



非手游App风格



游戏App 推广榜TOP10

	应用名称	风格
1	崩坏3	动漫,日韩系
2	三国志·战略版	三国,战争
3	魔力宝贝：觉醒	动漫
4	原神	动漫,日韩系
5	圣斗士星矢：正义传说	动漫,日韩系
6	梦幻新诛仙	仙侠
7	赛尔特大陆	模拟
8	旭日之城	其他
9	艾尔多战记	战争
10	明日方舟	动漫,日韩系



非游戏App 推广榜TOP10

	应用名称	风格
1	青桔招聘	生活服务
2	Cambly	其他
3	Canva	系统工具
4	测测星座	社区论坛
5	撕歌skr	陌生交友
6	时光序	支付记账
7	壹点灵	社区论坛
8	熊猫生活	生活服务
9	海那边	其他
10	青团社兼职	生活服务



来源：App Growing广告情报追踪，2021年7-8月份（07.01-08.31），

“其他”风格手游主要指休闲、网赚手游，以上应用排行按广告投放数降序排列

App Growing
数据驱动广告产品

2021年7-8月份期间，知乎广告文案高频词及热门文案如下：

[注册 App Growing 即享 3 天 VIP，赶快来获取最新的广告投放情报！](#)

知

2021年7-8月，知乎 广告文案高频词及热门文案盘点



广告文案高频词盘点



四大行业热门广告文案盘点

游戏

- 全新版本上线，和女武神一起并肩作战吧！
- 舰长，你准备好为世界所有美好而战了吗？
- 燃爆！经典中的经典！童年记忆再次唤醒
- 跨越尘世的探索之旅，在广阔世界里踏遍七国！
- 这款生存手游火爆了，不氪金不爆肝，靠策略取胜！

教育培训

- 不出国真的可以练就一口流利的英语吗？
- 私人外教一对一，每天30分钟，飞速提升你的英语能力
- 口语很好是一种什么体验？试试这个神器！
- 有时间刷手机，不如自学Python，0基础入门，进群免费领资料

社交婚恋

- 谈恋爱该找性格类似还是互补的？专业爱情测评告诉你答案
- 91年，182，硕士，养猫，会做饭，真心找女朋友
- 分手后复合的黄金期，你掌握了吗？专为20岁以上准备的复合秘籍！
- 长期争吵冷战，没有共同话题？对方坚决离婚？如何才能正确处理！

文化娱乐

- 你知道你的上升星座和月亮星座吗？快来认识你的星座！
- 我的血统结果：33%南方汉族+28%北方汉族族+39%少数民族
- 每个人心中都住着一只灵魂动物，你的会是什么？
- 如果穿越成为虐文的女配该怎么办？

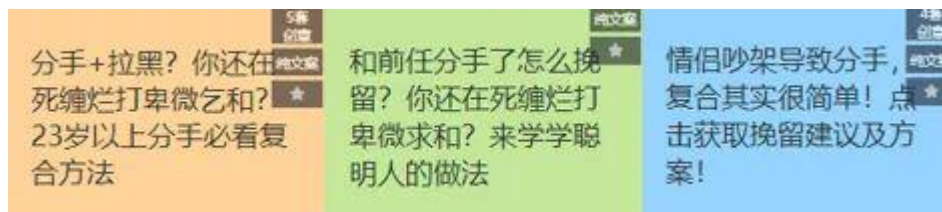
来源：App Growing广告情报追踪，2021年7-8月份（07.01-08.31），高频词以各热门词汇的词频作为统计标准

App Growing
NEW TYPE

以下为 7-8 月份知乎爆款广告创意套路：

1) 社交婚恋导向，以两性情感触动用户

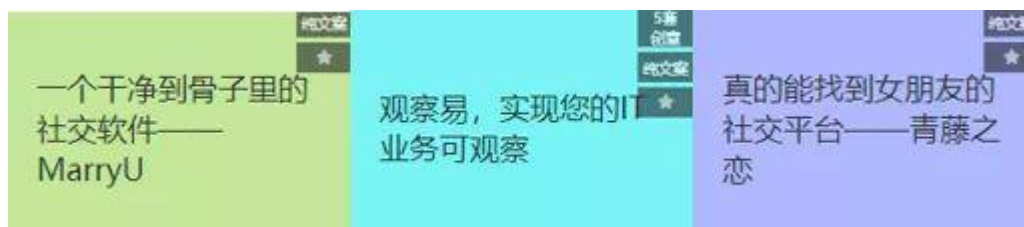
从知乎的整体人数上看，目前知乎男女比例基本是在 1:1，80% 用户是 30 岁以下的年轻群体，其次为 31~40 岁青年群体。**面向年轻人群体，社交属性强**，适合社交婚恋类 App 广告投放；情感丰沛，能被“分手、复合”的关键词所触动，转而点击下载。



2) 一句话介绍产品，短小精干，传播力强

知乎作为知识社区，本身以**知识分享**为主，太冗杂的广告会分散用户的注意力，增加阅读负担，使用简短的一句话介绍产品核心功能，直击重

点，简洁明确，能在众多信息流中给用户留下印象，传播效果佳，给用户提供舒适的浏览体验。



说明：本报告为 App Growing 制作，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，转载需注明来源。如有部分文字和数据或图片素材采集于公开信息，仅为说明问题之引用，所有权为原作者所有。报告内容仅供一般性参考，不应视为针对特定事务的意见或依据。

以上为《2021 年 7-8 月份中腰部流量平台广告投放趋势洞察》，登陆 App Growing 官网了解更多移动广告投放情报。