

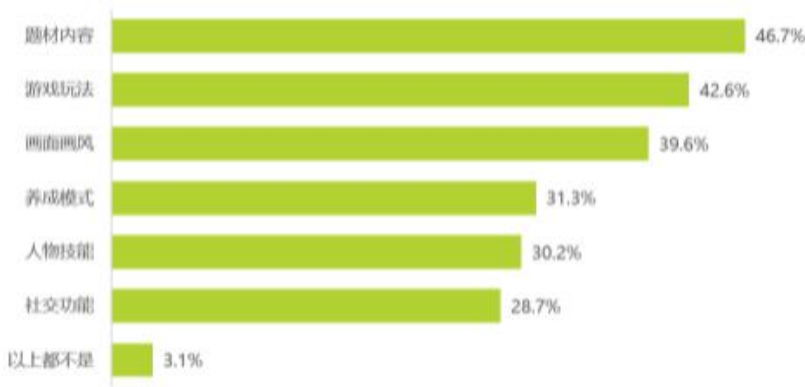
SLG 手游各题材的区域表现分析

(一) 研究介绍

一、研究背景：

SLG 手游具有 ARPU 较高、留存好的特点，但由于游戏硬核 ECPNU 同样偏高。COK-like 和率土 like 限制了大多数 SLG 的基本玩法，题材内容的选择对于用户增长变得格外重要。

广告内容对用户吸引力分布



二、研究目的：

对 SLG 新作的策划开发和运营市场的选择先行分析，做好准备工作。

(二) 各题材 DAU 统计

一、魔幻/神话题材



热门地区依次为：印度，美国，巴西，印尼，中国。

DAU 增长率：巴西，印度，中国。

领先产品：Supercell 旗下产品。

二、万国题材

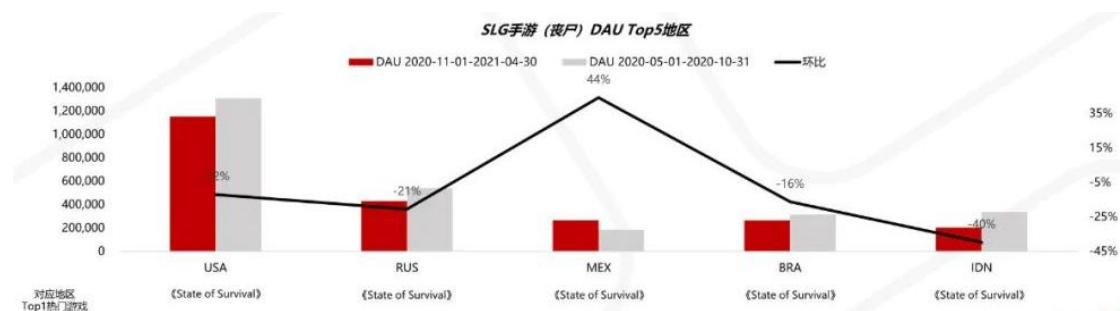


热门地区依次为：美国，越南，中国，印度，巴西。

DAU 增长率：越南，美国。

领先产品：Evony。

三、丧尸题材



热门地区依次为：美国，俄罗斯，墨西哥，巴西，印尼。

DAU 增长率：墨西哥。

领先产品：State of Survival。

四、古帝国题材



热门地区依次为：美国，印度，俄罗斯，巴西，沙特。

DAU 增长率：均不同程度下降，印度最为明显。

领先产品：Art of War: Legions。

五、科幻题材



热门地区依次为：美国，印度，印尼，巴西，德国。

DAU 增长率：均不同程度上升且幅度明显，印度（312%），德国（274%）等。

领先产品：Top War: Battle Game。

(三) 数据分析：

1. **热门地区。**头部地区为美国，热门地区包括印度、巴西等。
2. **热门题材。**头部题材为魔幻/神话题材，科幻题材 DAU 增长幅度明显。
3. **地区数据差异。**因不同地区文化、宗教以及本地化运营等差异，各类型 SLG 在不同地区的接受程度有所出入。
4. **领先产品。**同题材的标志类产品普遍在不同地区均占据领先地位，说明玩家认可度更在于游戏本身质量及运营模式。

(四) 策略：

1. 重视 SLG 热门地区，多地区运营并充分利用其丰富的玩家资源，同时也能达到降低 ECPNU 的效果。
2. 增加对于魔幻/神话题材以及科幻题材的选择，前者市场占有率高，后者增长幅度明显。
3. 磨合完善游戏本身质量突出亮点，避免对参考竞品的一味模仿。
4. 注重细节，准确无误完成本地化工作。同时也可为了吸引玩家进行 IP 联动（如堡垒之夜中的火影第七班、金克丝），或开发与当地文化相关的游戏内容（如 LOL 中的英雄：奥瑞利安索尔，皮肤：高丽风情阿狸）。