

小红书

游戏新大陆 种草新灵感

小红书游戏2024年营销手册



2024

XIAOHONGSHU
ALL RIGHTS RESERVED.

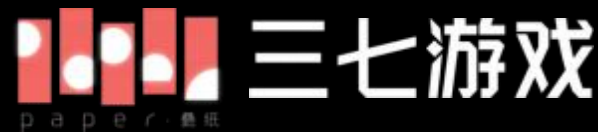


COTeNS

小红书

1. 小红书游戏新大陆
2. 小红书游戏营销能力
3. 小红书游戏解决方案

小红书成为游戏厂商必占位新大陆



「多赛道腰部厂商覆盖」

种草游戏无限新灵感

叠纸等多家精品内容游戏投入小红书



「头部厂商100%入驻」

精品游戏百花齐放，国民游戏占据头部

精品/国民游戏占小红书游戏流量88%

「萌芽新生」

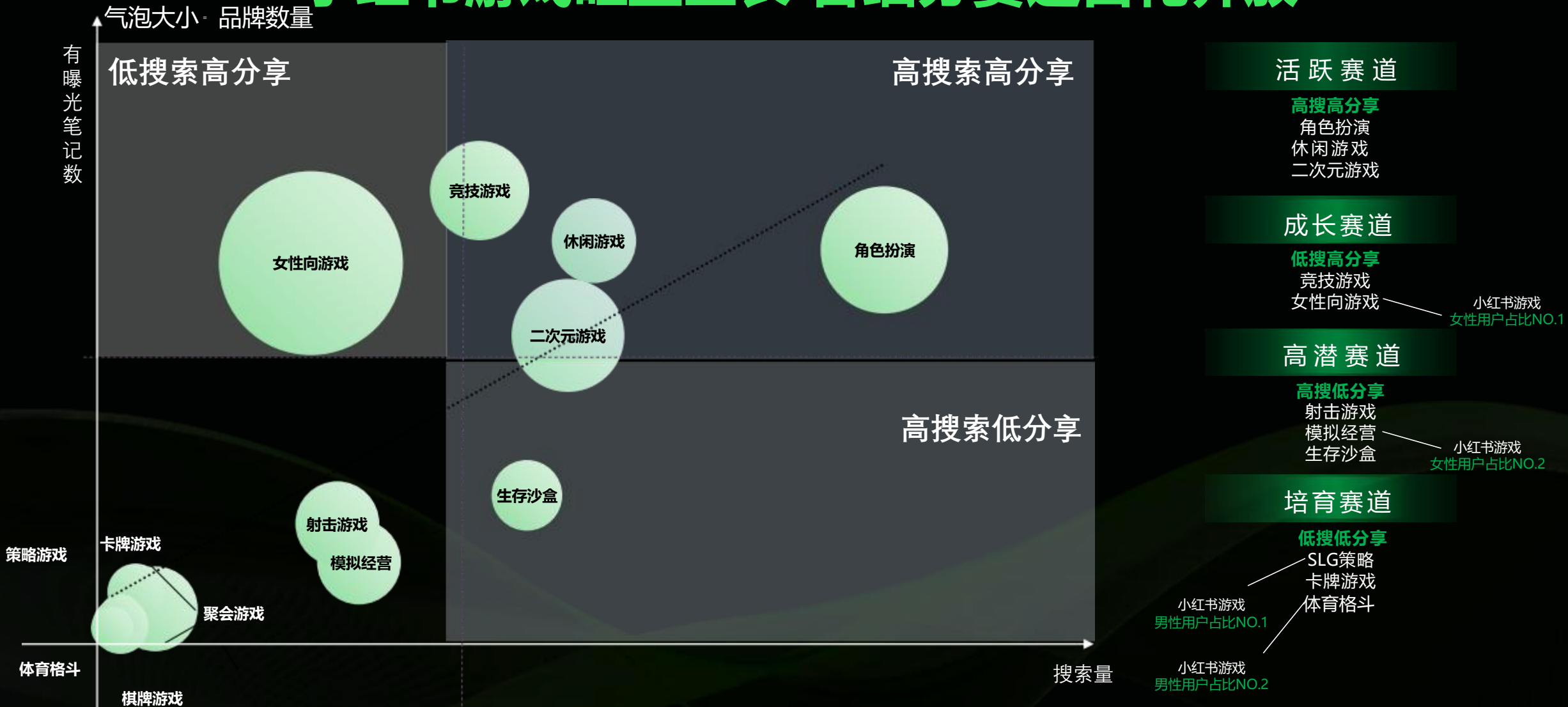
动物森友会在小红书爆火

动森相关笔记投稿增速2700%

动森话题讨论曝光12.7亿



小红书游戏旺盛生长 各细分赛道百花齐放



1.1亿游戏玩家汇聚在此！TA们是游戏大生活家

小红书「游戏玩家」人群画像

游戏X生活持续激发内容新灵感

男女比例
3:7

19-30岁占比
近60%

一二线城市占比
近55%

丰富的兴趣标签

- #生活记录
- #美食
- #时尚
- #兴趣爱好
- #娱乐
- #家居家装
- #情感
- #影视
- #职场
- #教育

小红书游戏玩家兴趣偏好TOP10



游戏场景原画再现

游戏coser

游戏生活角

游戏探店/旅游/穿搭

线下面基交友

线上快乐开黑

186%

游戏圈层笔记投稿增长

80+

游戏笔记二级类目覆盖

15300%

游戏搭子相关搜索增长

「圈层分享」 「游戏日常」

「游戏社交」

高浓度女性玩家！激活游戏“她经济”浪潮

她们友好包容，爱找乐子

19-30岁占比
66%

一二线城市占比
53%



她是想carry全场的游戏新人



她们是游戏周边/联名的狂热粉丝



#游戏周边爱好者

游戏联名搜索热度TOP1

小红书游戏玩家兴趣偏好TOP3

时尚

影视娱乐

职场

生活给了他们玩游戏的另一种视角



游戏X生活投稿增长1803%

高增长男性玩家！ 拥抱生活的科技党

他们在小红书穿梭虚拟与现实

他们是生活里的家装达人



#我的游戏角落

游戏家装笔记36万篇

他们是生活里的手工艺人



#游戏手工日记

游戏手工笔记71万篇

他们也是游戏里发明创造家



#游戏工业革命

游戏装修相关笔记增长 1776 %

19-25岁占比
41%

一二线城市占比
58%



汽车

数码科技

城市出行

小红书游戏玩家兴趣偏好TOP3



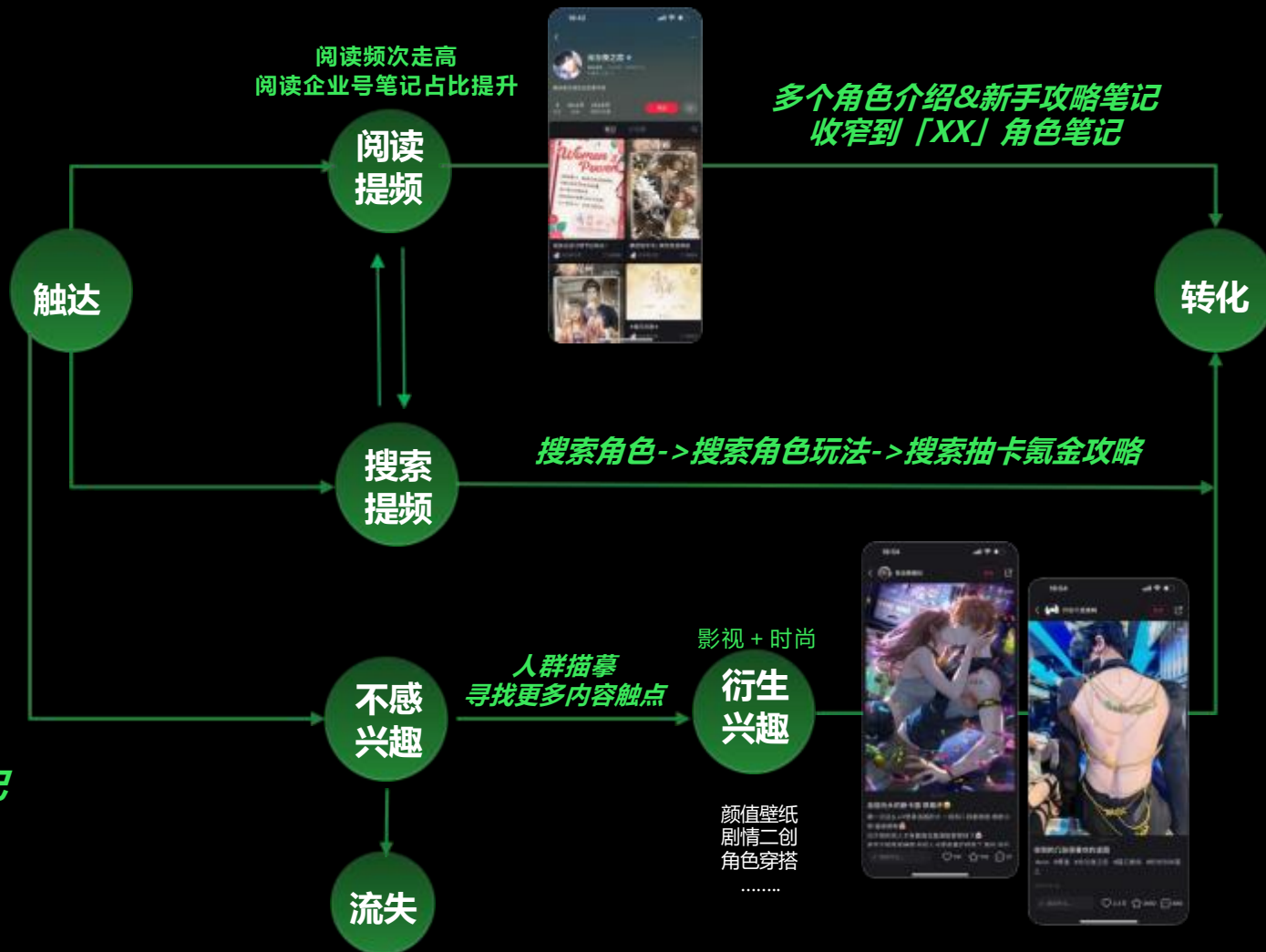
百科创建
新闻发稿
SEO优化
小红书种草探店
网站搭建
扫码联系我们

一个玩家在小红书的典型种草路径

浏览-搜索 双场域循环 深度种草决策



首次搜索场/feeds
阅读多为UGC笔记





COTeNS

小红书

1. 小红书游戏新大陆
2. 小红书游戏营销能力
3. 小红书游戏解决方案

小红书看-种-玩营销能力图谱

看:游戏内容生产

游戏卖点转译三重视角合维立体传播

专业号建设

官方内容-可信

生产可信的内容,指引核心玩家



蒲公英合作

达人内容-好看

生产好看的内容,制造内容爆点
多圈层多场景达人矩阵布局

匹配合适达人 | 匹配合适内容 | 触达核心人群

用户内容-真实

生产真实的内容,营造好口碑高能声量



游戏投稿激励

种:游戏内容传播

好流量X好内容传播提效玩家分层触达

好内容*竞价流量

K

KOL/KOB

F

FEEDS

S

SEARCH

UGC*薯条

用户内容原生加热

玩:游戏互动体验

强化互动体验玩家高效促活

IP专项合作



365天游戏品牌空间: 游戏玩家声量集合高地

营销目标

实现路径

度量指标

产品能力

内容指标
内容排行|稿件增长|创作者增长|阅读量

人群指标
CTR|CPC|CPE|人群渗透|搜索渗透|内容渗透

互动指标
投稿量|内容互动量|回搜率|搜索量|付费ROI

数据产品能力支撑
DMP能力、监测能力支撑 | Marketing API | 灵犀AIPS数据洞察、经营资产沉淀 | 游戏榜单外显

三重口碑力，深入用户逛->搜种草转化路径

官方内容-可信

生产可信的内容，指引核心玩家



游戏PV/OV等



官方活动信息



游戏玩法解析

.....

达人内容-好看

生产好看的内容，制造内容爆点
多圈层多场景达人矩阵布局

匹配合适达人

匹配合适内容

触达核心人群

.....

用户内容-真实

生产真实的内容，营造好口碑高能声量



角色二创



皮肤分享



游戏社交分享



周边购买分享



线下活动扩散



保姆级攻略



世界观科普

.....

优质内容盘活用户自发口碑

激发被动

逛

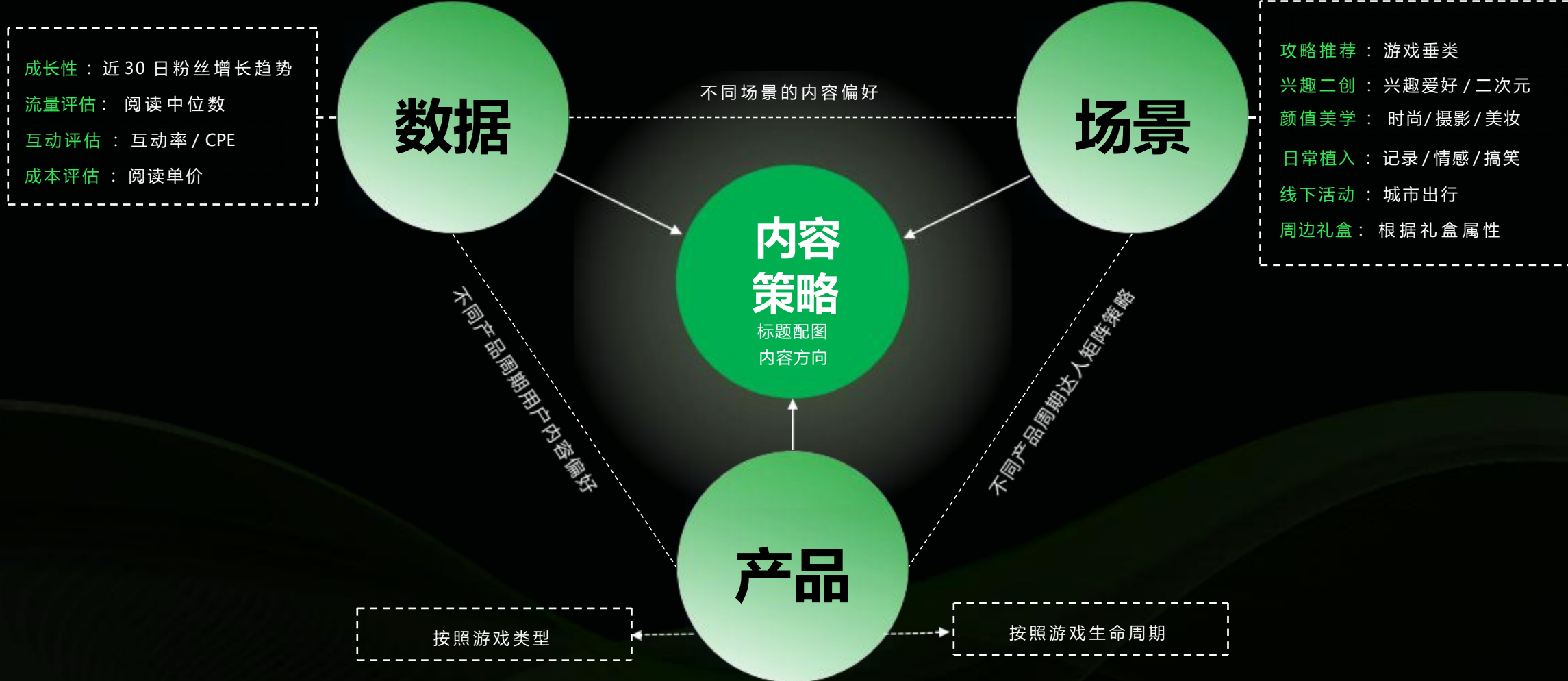
扩大被动覆盖
激活主动扩容

搜

承接主动

积累口碑资产，建设生态护城河

三维法则，选对K生产好的游戏内容



游戏创作者激励，持续促产UGC

激励活动推广



激励活动玩法



好内容促产



开屏



火焰话题



搜索品专



信息流



官号笔记



商业话题



KOL笔记

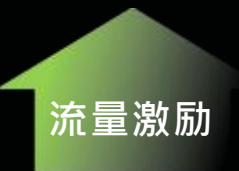


奖品激励

STEP1 品牌发起

STEP2 创作者参与

STEP3 平台激励



流量激励



高质内容产出

搜索品牌 → 提升声量

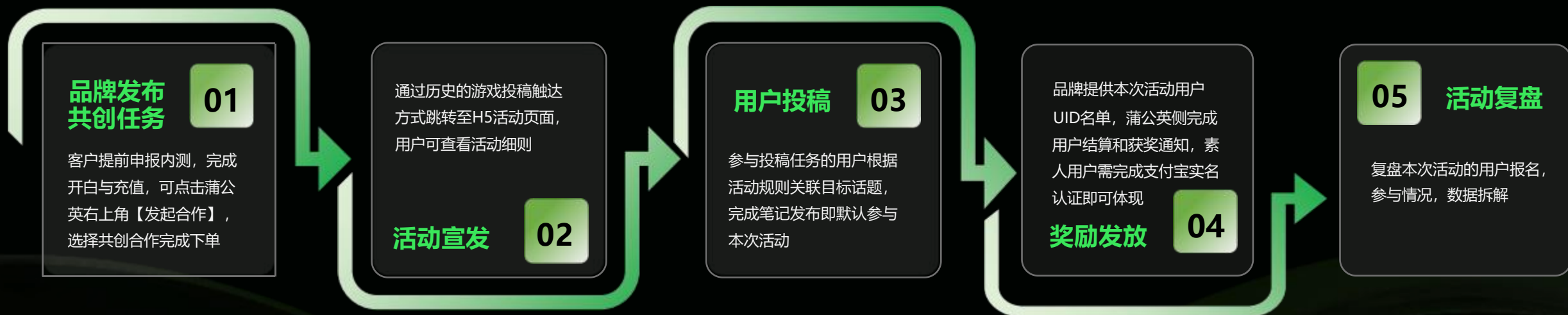
浏览品牌 → 积累粉丝

浏览笔记 → 产品种草

流量运营 → 沉淀内容

达人复投 → 高性价比

游戏投稿产品化，快速覆盖更多厂商



口碑通UGC加热，强塑游戏口碑力

口碑通

小红书小红书平台自助式笔记加热工具

投放优势

1.5VS2.7

原生素材VS广告素材赞藏成本

投放效能事半功倍

50%

某客户投放图文笔记自然互动撬动率

互动高增长撬动自然流量



投放步骤

STEP1: 筛笔记

建议标准：赞藏比高潜、内容正向合规

STEP2: 明目标

投放目标：笔记赞藏积累 👍👍

STEP3: 持优化

复盘方向：互动成本+新用户触达比例

案例：某游戏口碑种草always-on，实现玩家老带新

项目背景：某二次元游戏将小红书视为生态必占位，通过放大玩家的口碑，最终实现新玩家的入驻和可持续的游戏口碑经营

投放策略

通过口碑通实现从角色SPU到玩法到游戏品牌三层口碑里的塑造



运营路径

筛选好内容->原生流量加热->价值验证策略优化

筛选

粉丝数小于5000
加热日期前7天内
阅读量2000内，点赞量大于100，笔记等级大于1

加热

版更期重推角色->日常重推玩法->人群资产沉淀找机会人群
->内容策略补充
针对单篇优质稿件，以赞藏为目标，提升游戏声量

后验

效率指标：CPV, CPM
效果指标：赞藏成本，加粉成本
品牌指标：投放前后游戏品牌整体内容声量上涨趋势
长效价值：投放前后游戏品牌（话题维度）笔记发布数、笔记发布人数

传播效果

口碑发酵实现创作者，内容消费规模，内容新客三重增长

x7%

某游戏笔记互动新客占比

x01%

稿件阅读11月VS1月

x54%

稿件发布11月VS1月

KFS组合拳好内容协同好流量，实现游戏玩家破圈



KOL/KOB

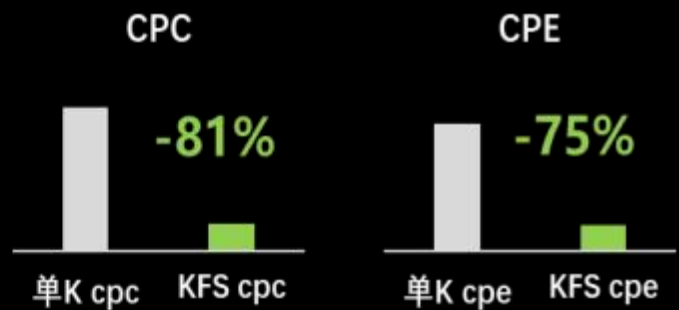
FEEDS

SEARCH

延长笔记生命周期



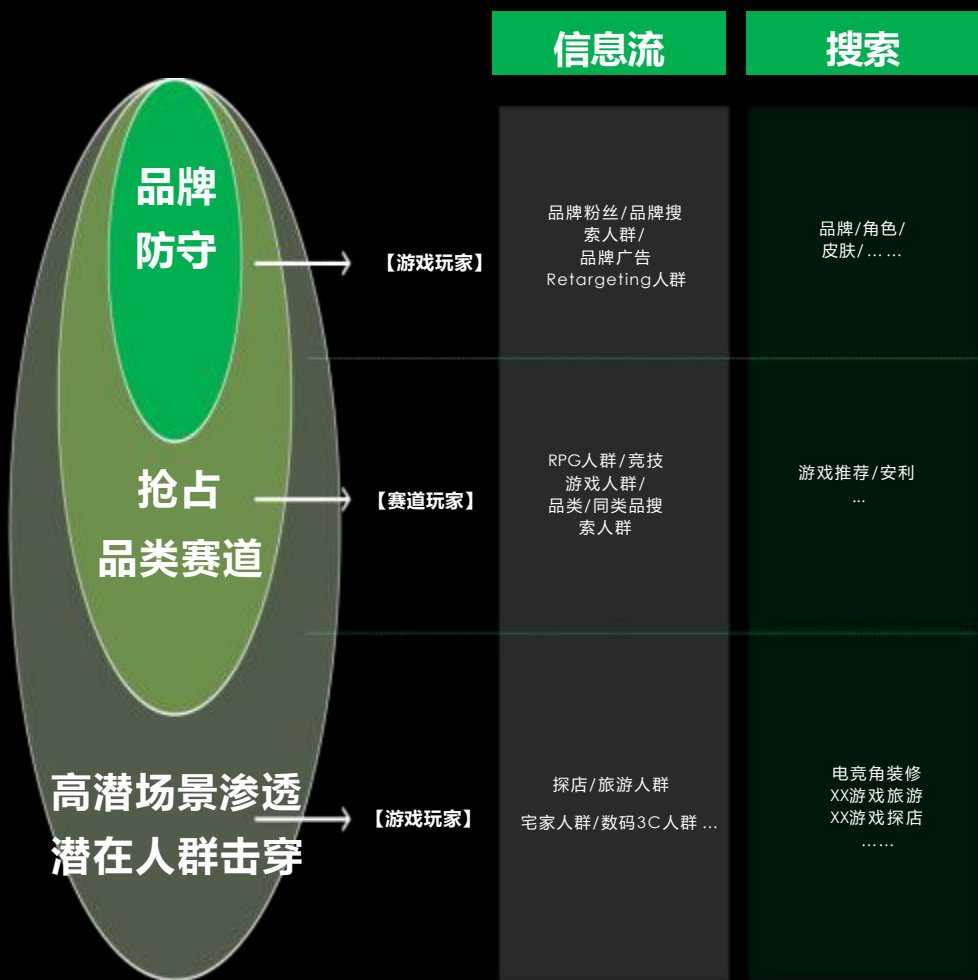
降低内容分发成本



人群N + reach再触达

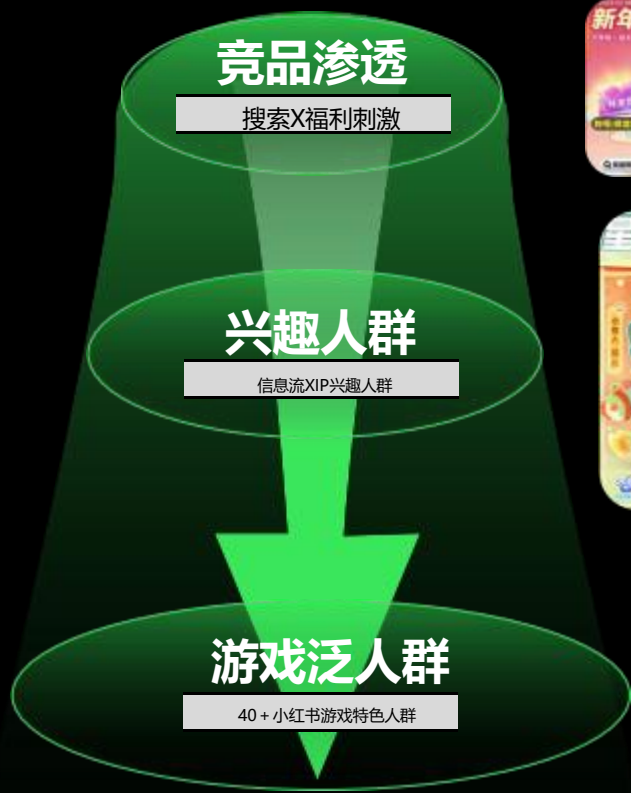
品类人群精准渗透

场景人群多维拓展



某休闲游戏：春节用户争夺战！游戏种草实现高价值人群拉新

某休闲游戏在春节期间推出多款皮肤联名抢夺派对市场，在小红书通过40+ 特色游戏人群精细化投放运维，实现高LTV用户高效种草拉新



游戏福利
种草竞品人群

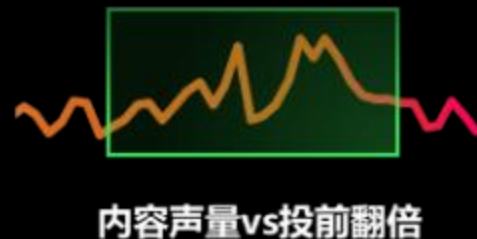
投放策略 K: FS=1:9

竞品渗透率 **30%**

*数据来源：小红书灵犀后台品推投放广告在核心竞品的人群渗透



IP联动皮肤
种草兴趣人群



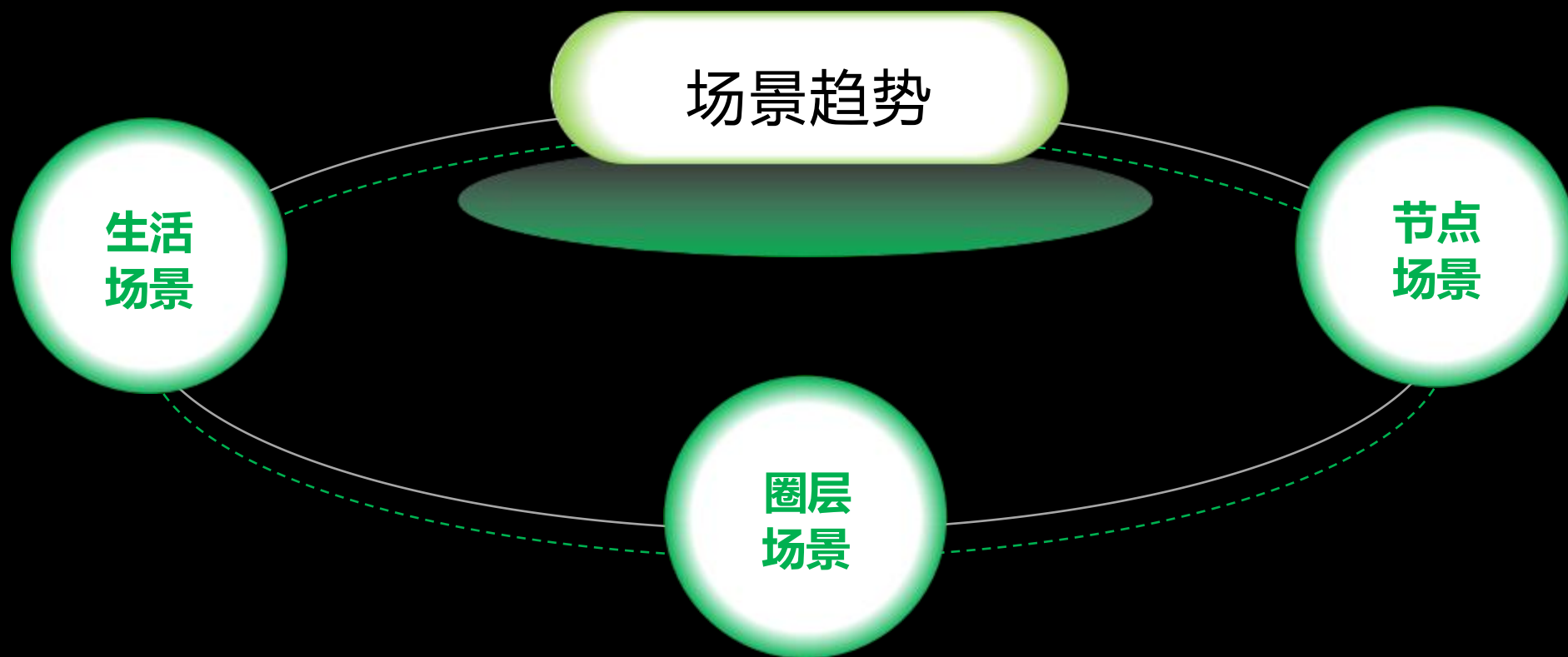
小红书
游戏排名 **10位**



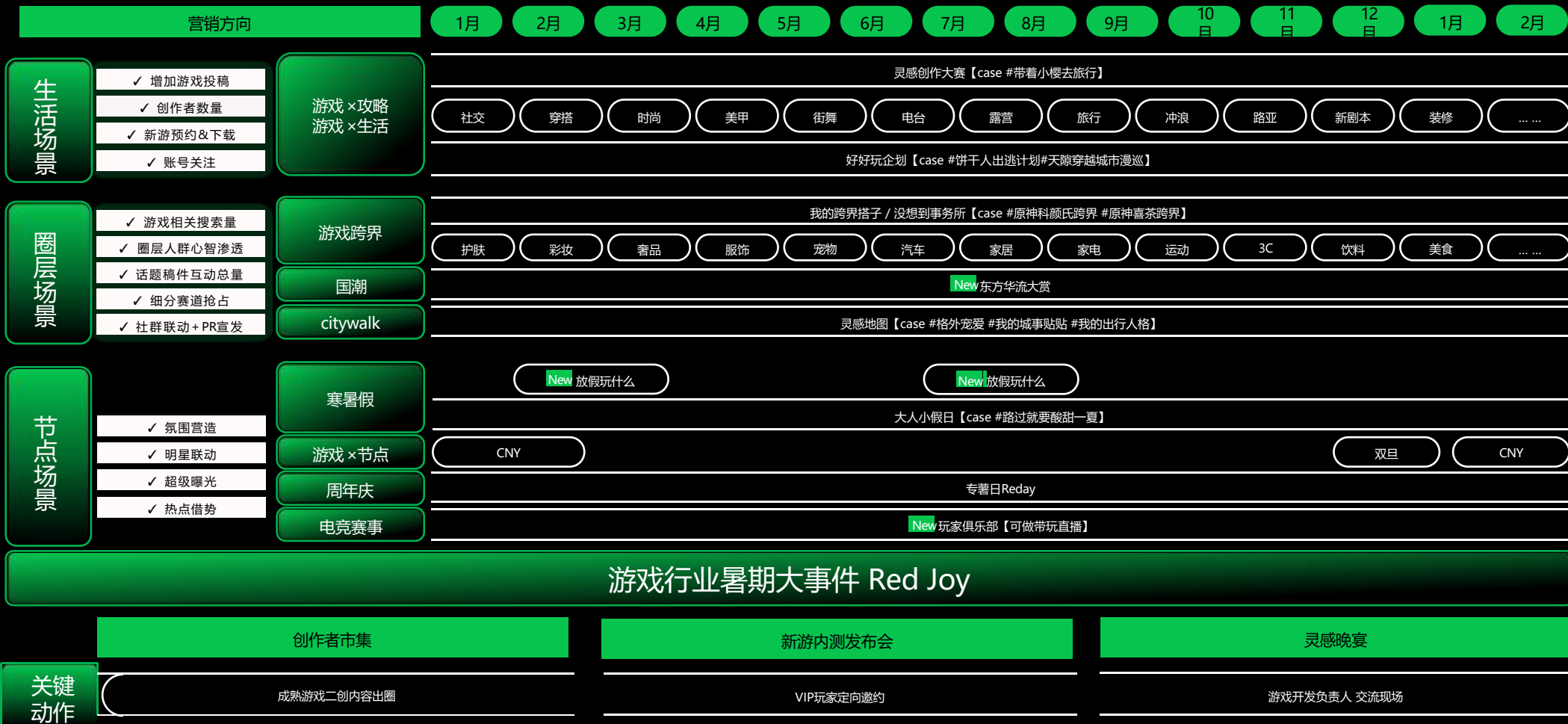
节点热点内容
种草泛人群

CTR	5.7%	CPM	¥23.9	CPC	¥0.41
-----	------	-----	-------	-----	-------

游戏X生活玩转新灵感，打造游戏互动新体验



小红书游戏全年IP营销地图



某RPG游戏：线上线下联动席卷圣诞流量，引爆新游上线

洞察小红书节日流量密码，游戏全网公测之际联动平台密谋了一场圣诞惊喜。承包愚园路席卷圣诞流量，为饼干人出逃全网造势

线下：扫码领“显眼包”预约游戏

线下人流量 100w+

1大快闪装置

10家门店合作

共创游戏显眼包周边



线上打卡

11600%

活动前后游戏搜索增长

免费总榜第一

助游戏 Appstore 下载

反哺线下

线上：发酵事件热度引导下载

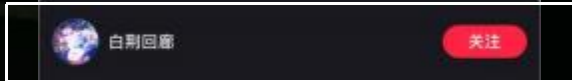
活动曝光近 1亿+

开屏CTR超均值 139%

用户打卡投稿 7000 +



365天品牌阵地建设，玩家搜索心智养成



预约
下载

游戏
种草

游戏
关注

满足游戏不同生命周期推广需求

游戏预约



新游上线



角色推广



版本更新



品牌事件



400%
游戏品牌空间
平均CTR超大盘

更多创新链路期待共同探索-游戏边种边玩

KFS科学种草，高效引流

多入口导流站内小程序

主播/官方游戏直播

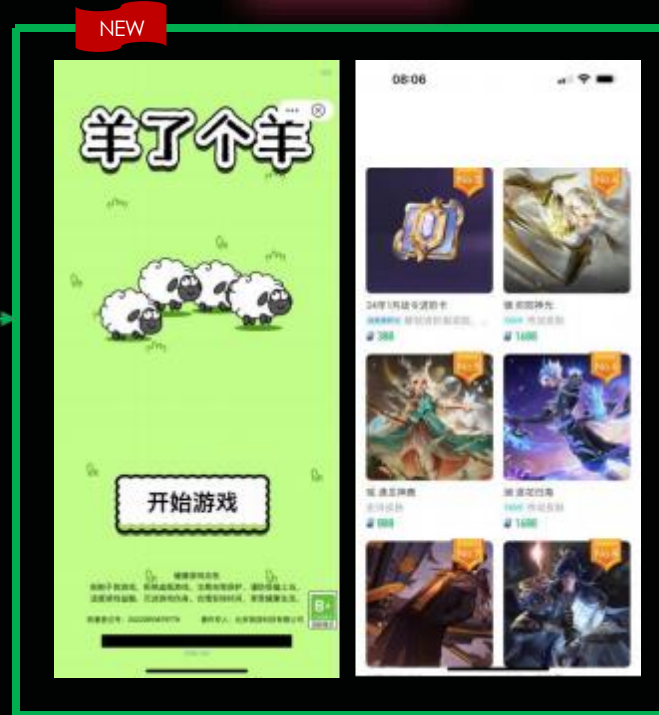
信息流激发兴趣

主动搜索拦截

品专搜索引导

体验转化

直播导流



如何考核小红书游戏种草效果

某二次元头部游戏

某休闲头部游戏

某乙女类头部游戏

内容新增

内容渗透

品类渗透

小红书游戏营销评估体系

效果效率指标

CTR、CPM、CPC
大盘整体benchmark
游戏行业分赛道benchmark

CPE、CPA、回搜率
投后整体的互动表现、成本表现
用户回搜效果表现

心智指标

搜索趋势、内容趋势
游戏品牌在小红书的站内声量

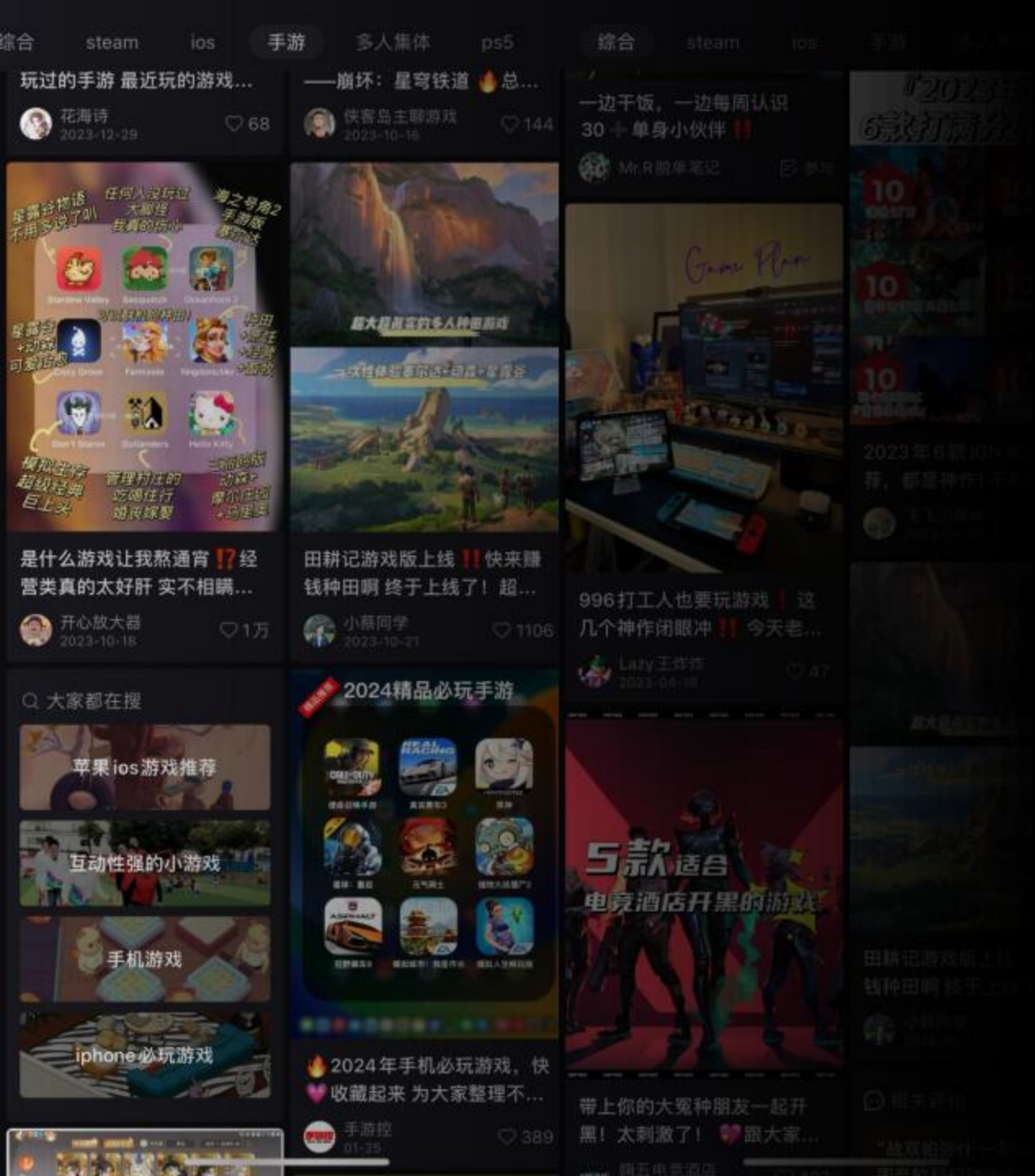
人群渗透、搜索渗透
在小红书投前投后的渗透指标表现

热搜词、上下游词、品牌词云
在小红书投前投后的心智指标表现

排行指标

TOP笔记内容 (by天/周/月)
离线更新, 未来线上化

站内游戏排名 (by月)
离线更新, 未来线上化



COTeNS

1. 小红书游戏新大陆
2. 小红书游戏营销能力
3. 小红书游戏解决方案

小红书游戏营销解法

游戏公测上新

游戏节点爆发

游戏长期经营

核心目标：占赛道，大声量，强心智

核心玩家占领->非标组合营造上新氛围

兴趣玩家占领->IP + KFS打造上新热点

泛玩家占领->用户看种玩路径全覆盖

过程指标：CPM,CPC,CPE

心智指标：站内搜索量、内容趋势

排行指标：赛道排行

曝光指标：曝光量/内容总互动量

核心目标：人群破圈，促活拉新

角色/皮肤热点制造->IPXKFSX创新非标

人群拓圈->IPXKFS场景营销

事件热点->线上线下整合联动

过程指标：CPM,CPC,CPE

心智指标：站内搜索量、内容趋势、

上下游搜索词、品牌词云

排行指标：TOP内容排行，游戏排行

场景指标：内容品类覆盖

核心目标：长线人群渗透，阵地养成

内容阵地养成->激励计划 + 薯条

搜索阵地养成->最美品专 + SKF

体验阵地养成->小程序

过程指标：CPM,CPC,CPE

心智指标：站内搜索量、内容趋势、

上下游搜索词、品牌词云

人群指标：竞品渗透率，品类渗透率

小红书

小红书 游戏

让好游戏产品长出来



XIAOHONGSHU
ALL RIGHTS RESERVED.

2024

XIAOHONGSHU
ALL RIGHTS RESERVED.