

从千万级产品看CP的成功之道

飞流CEO 倪县乐



GAME DEVELOPERS CONFERENCE™ CHINA

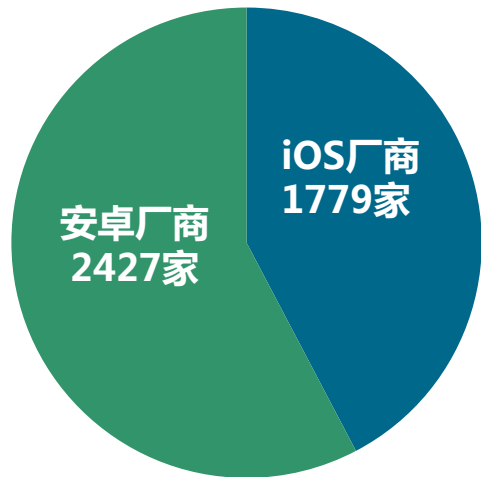
SHANGHAI INTERNATIONAL CONVENTION CENTER

SHANGHAI, CHINA · OCTOBER 19-21, 2014

中国移动游戏市场概况

2014年Q2中国移动游戏市场CP及产品数量

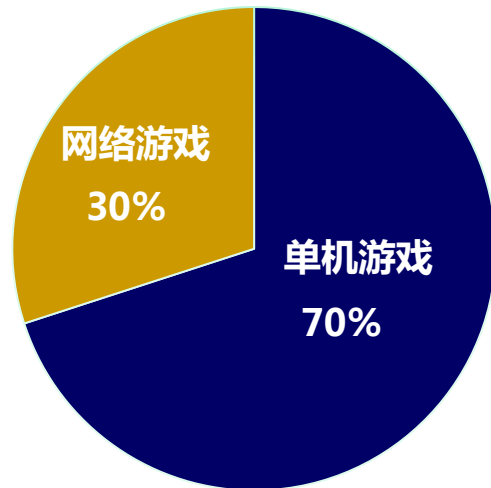
CP数量



各平台活跃游戏数量



单机、网络游戏数量



2014年千万级游戏产品



啪啪三国



攻城掠地

飞流成功发行的千万级产品



1

封测 / 2013.8

次日留存率 : 70%

7日留存率 : 20%

2

内测 / 2013.9

次日留存率 : 55%

7日留存率 : 17%

3

公测 / 2013.12

Peak Rev/mon : 1800w+ 次日留存率: 55%

免费榜 TOP8 7日留存率: 25%

畅销榜 TOP8 30日留存率: 18%

飞流成功发行的千万级产品



1

封测 / 2014.1

DAU : 1W

次日留存率 : 35%

2

内测 / 2014.2

DAU : 3W

Peak Rev/day : 50W+

次日留存 : 38%

Peak Rev/mon : 800W+

3

公测 / 2014.4

DAU : 10w

免费榜 TOP6

Peak Rev/day : 150w+

畅销榜 TOP20

Peak Rev/mon : 2000w+

次日留存率 : 40%

千万级产品的打造



**CP筛选及
产品评测**



**服务及
营销**



社区运营



**CP筛选及
产品评测**

**服务及
营销**

社区运营

CP筛选及产品评测

流程：初审—再审—终审

飞流以专业眼光，
从游戏的玩法创
新、大众认知程
度、视觉效果、
趣味性、易操控
性等多角度，对
精品游戏进行全
面的把握。

产品是否
有市场竞
争力

产品题材
产品玩法
等

CP团队实力
文化理念
等

《攻城掠地》案例

研发商：傲世堂

游戏题材：三国

游戏类型：经营+SLG

操作系统：全平台，包含iOS、越狱、Android



简介：移植自傲世堂同名页游，游戏画面、风格、玩法与页游一致，操作根据移动端进行了优化。

《攻城掠地》案例

有明显的市场竞争力

主要竞品：



《二战风云》

1

页游原版移植手游 品质得到验证

飞流曾对《攻城掠地》手机版的已有封测用户进行问卷调查
得出以下结论：

2

重策略思考型手游 针对28-40岁的玩家

93.75%的用户使用**手机**玩攻城掠地
66.67%的用户喜爱原因是**策略类**游戏
18.13%的原因是PVP对战

《攻城掠地》案例

题材大众 玩法及内容新颖

首款

实现万人国战的游戏

支持语音国战的三国策略游戏

超大战场

极品策略



《攻城掠地》案例

优秀的CP团队





CP筛选及
产品评测

**服务与
营销**

社区运营

服务与营销

1

服务

- 进行统一SDK和渠道自动化分包
- 专业化服务，提供分析和持续改进建议
- 分级专业VIP客服（五个等级、量化处理）
- 强调服务器（云服务、24h监控等）

2

营销

- 市场营销和品牌宣传
- 渠道测量（打通线上线下渠道）
- 多元化营销

《啪啪三国》

跨界娱乐营销



发布会



线下推广



《攻城掠地》

与强势品牌异业合作





CP筛选及
产品评测

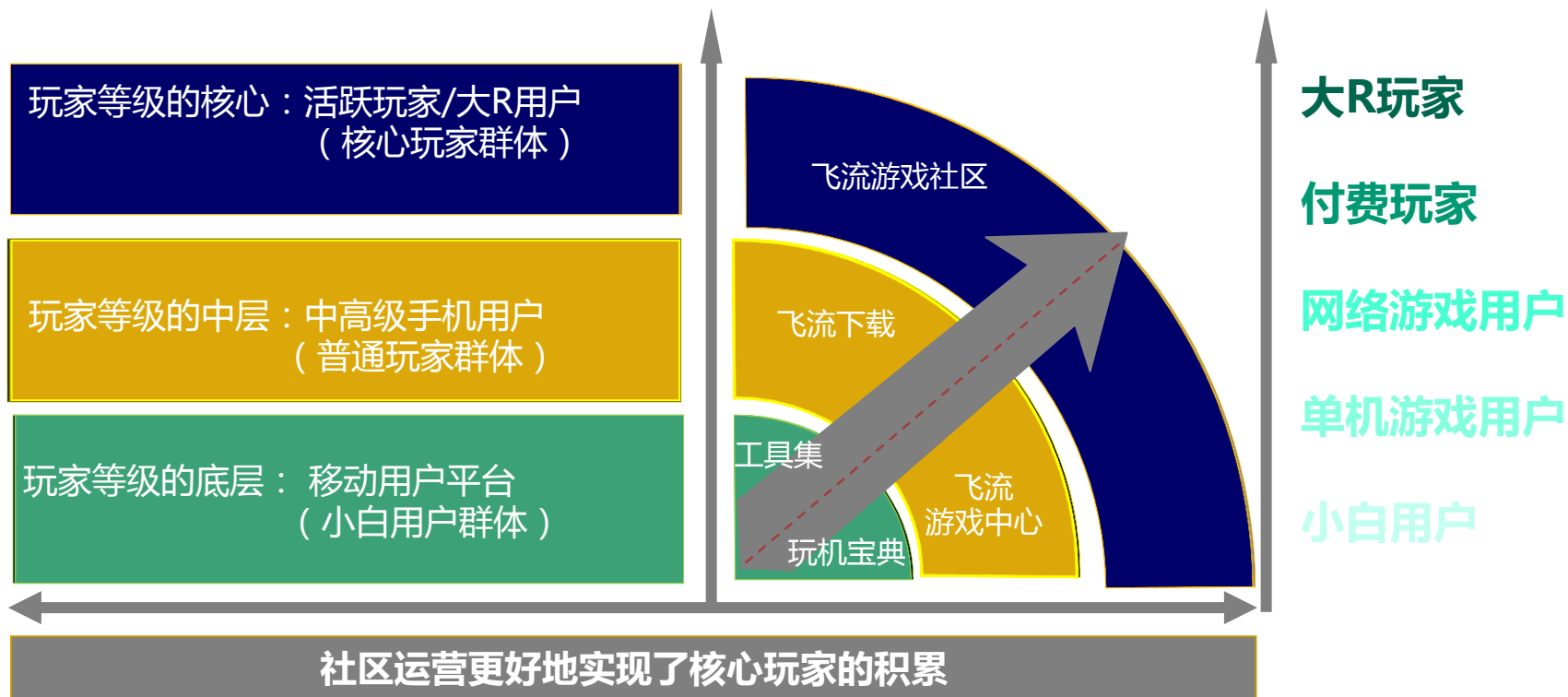
服务与
营销

社区运营

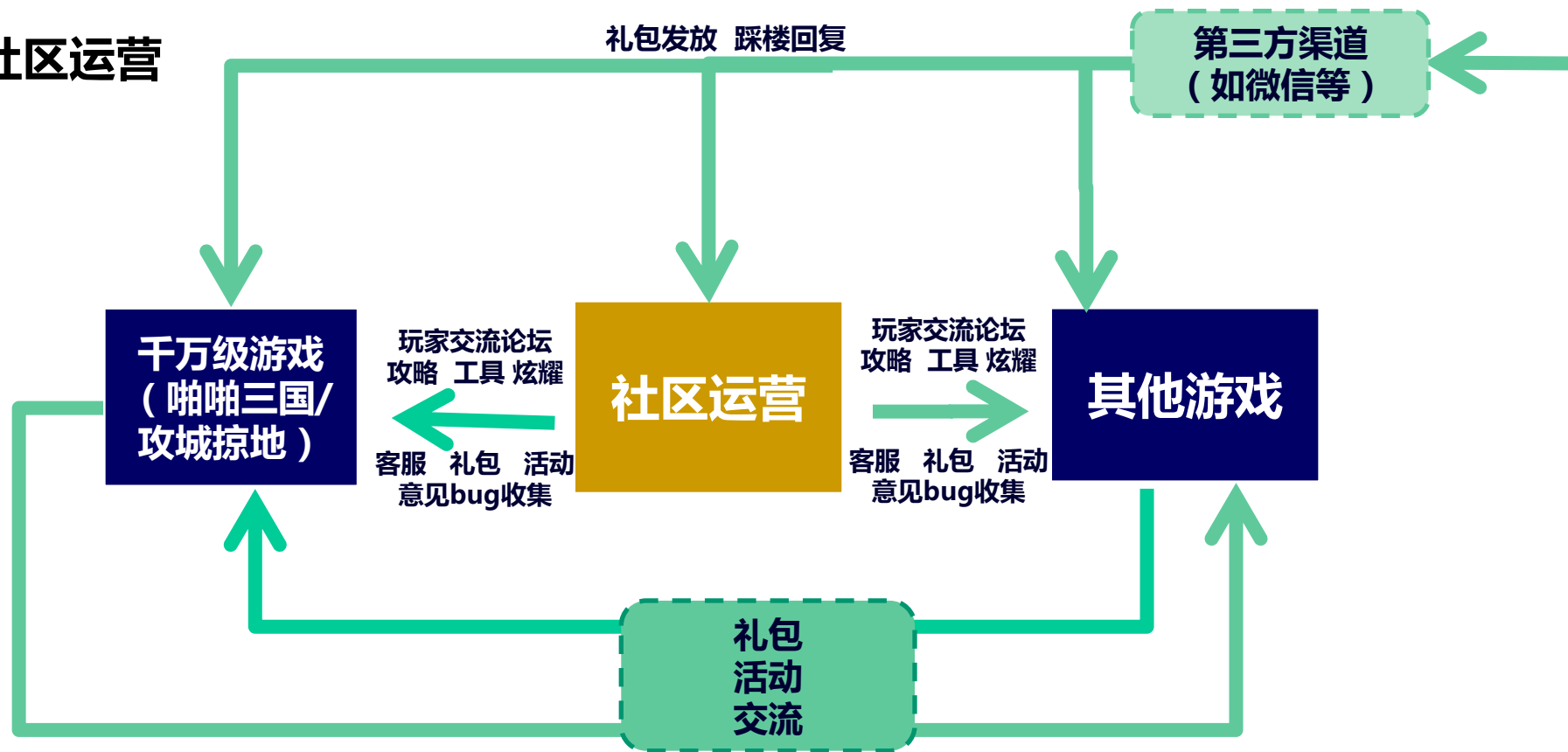
飞流玩家分级制度



社区运营



社区运营



通过飞流游戏社区运营，《啪啪三国》和《攻城掠地》大概均有10%的玩家留在了社区，增加了玩家粘合度。

CP的成功

飞流合作CP的成功



中国最大的移动游戏研发和运营商



由端游向移动游戏领域转型的最佳厂商



页游成功转型手游 总月流水破亿



实现从百万到9亿价值的增长

Thanks !



GAME DEVELOPERS CONFERENCE™ CHINA
SHANGHAI INTERNATIONAL CONVENTION CENTER
SHANGHAI, CHINA · OCTOBER 19-21, 2014