

网络小游戏抖音直播推广问题及对策^{*}

文◆广东白云学院 王丽芳 张以纯

引言

网络小游戏行业快速发展，市场规模不断扩大，用户持续增长。《2024 年中国游戏产业报告》显示网络小游戏销售收入达 398.4 亿元，同比增长 99.2%。2024 年 1 月—10 月，微信小游戏平台投放小游戏 1.84 万款，同比增长 113.23%。三七互娱、点点互动、4399、贪玩游戏等众多头部厂商纷纷布局小游戏赛道，市场规模不断扩大，竞争日益激烈。

抖音拥有庞大的用户基础和高度活跃的社区，成为网络小游戏直播推广的重要平台。抖音直播具有传播速度快、互动性强、覆盖范围广等优势，网络小游戏通过抖音直播推广能更好地触达目标用户，提升游戏知名度和用户黏性^[1]。抖音庞大的用户基础为网络小游戏推广提供了巨大的流量池，可有效提升游戏的曝光率和用户触达率^[2]。精准的推荐机制能够有效提高流量人群的精准度，降低推广成本。抖音的互动功能也为游戏用户参与提供便利，能有效提升直播间的互动率和用户黏性。然而，当前网络小游戏抖音平台推广普遍存在流量精准度不足、新用户转化率较低和玩家留存不足等问题，亟须通过优化账号垂直度、提升互动设计等策略提升推广效果。

1 网络小游戏抖音直播推广模式

网络小游戏抖音直播推广主要采用两种模式，即商单模式和自然流模式，以满足不同游戏厂商的需求和预算。

1.1 商单模式

预算充足且追求快速曝光的游戏厂商通常采用商单模式。游戏厂商通过抖音星图下单，主播直播时直播间弹出游戏手柄，用户直接点击下载游戏。通过推流技术增加直播间的曝光和进房人数，确保游戏能精准触达目标用户。由于直播间会持续推送给目标用户，对主播的综合素养要求较高，需要其具备持续输出优质内容的能力、高昂的情绪状态以及短期内实现较高下载和付费数据转化的能力。商单模式前期成本较高且风险较大，但其推广效果显著，能够快速提升网络小游戏的用户规模和流水数据。

1.2 自然流模式

自然流模式是一种成本较低、风险相对较小的推广方式，主要面向预算有限或希望长期积累用户的游戏厂商。该模式直播间同样会展示游戏手柄，用户可直接下载游戏，但公司不进行推流操作，主要依靠主播的粉丝基础和自然流量吸引用户。由于缺乏推流支持，主播的转化数据较慢且不确定，但一旦吸引到潜力玩家，即可带来可观的流水数据。自然流模式对主播的依赖度较高，适合粉丝基础扎实、内容创作能力强的中腰部主播。

2 当前网络小游戏抖音直播推广存在问题

2.1 直播账号垂直度低

垂直度是指抖音账号内容在特定领域或主题的专注程度与一致性，是抖音平台算法判断账号属性、匹配目标用户的核心指标。高垂直度的账号围绕单一核心主题持续输出内容，用户群体精准且黏性较高；反之，低垂直度账号内容混杂，用户画像模糊，导致平台推送流量分散，难以触达目标受众。

^{*}【基金项目】广东省教育科学规划课题（高等教育专项 2023GXJK570）“职普融通背景下广东高校专升本学生学习适应性研究”；广东白云学院 2022 年度校级本科教学质量与教学改革工程立项建设项目，《市场调查》课程教学团队（BYTD202201）

【作者简介】王丽芳（1973—），女，重庆人，硕士研究生，讲师，研究方向：新媒体营销。

抖音算法会根据账号发布的内容类型和用户互动行为来判断其属性，并据此推送相关人群^[3]。如果账号发布的内容未能始终围绕游戏主题，平台算法将无法精准识别账号属性，从而导致推送的人群分布杂乱。如果游戏直播账号在某段时间发布大量游戏相关内容，但在另一段时间内又发布与游戏无关的内容（如生活日常、娱乐等），或一段时间内无任何内容更新，导致平台算法误判账号属性，进而推送非游戏兴趣用户。这种内容定位的不稳定性直接影响了网络小游戏流量人群的精准度，降低直播推广效果。

2.2 新用户转化率低

新用户转化为玩家的转化率是网络小游戏抖音直播推广面临的核心问题。尽管网络小游戏直播间曝光量较高，实时进房人数也不低，但新增粉丝量和评论数量却相对较低，表明新用户从进入直播间到转化为粉丝或参与互动的效率不足。

导致新用户转化率低的主要原因是直播内容和粉丝互动。直播内容单一且缺乏吸引力，未能充分展示游戏的核心亮点与独特魅力，新用户难以快速理解游戏的价值。直播节奏单调，缺乏创新性，难以持续吸引新用户注意力。互动环节的设计严重欠缺，直播中缺乏抽奖、问答、福利活动等互动环节，新用户参与评论的积极性较低，动力不足。主播在直播中未明确传达关注主播可获得的福利或优势，未能突出对游戏的深刻理解，导致新用户缺乏成为粉丝的动力。

2.3 玩家留存率低

网络小游戏市场竞争白热化，大量厂商涌入买量市场。网络小

游戏行业持续进化，新游戏在画面品质、玩法创新以及用户体验等方面不断突破，早期游戏逐渐失去竞争力。新游戏通过大规模推广活动和丰厚的福利政策吸引用户，进一步加剧了老游戏玩家流失问题。

此外，小游戏后期活动设计影响玩家留存率。高门槛的付费设计使许多玩家产生不满甚至退出游戏。有的付费点设计过于激进，未能充分考虑玩家的消费能力和心理承受范围。小游戏在后期的社交互动和社区建设方面存在不足，难以持续激发玩家的长期参与热情。玩家在进游后会冲击游戏榜单但在达到一定名次后，因缺乏更具挑战性的目标而感到动力不足，当玩家发现该小游戏无法满足其需求或提供足够的价值时，会选择将时间和精力投入其他小游戏，进而影响小游戏的长期留存和活跃度。

3 提升网络小游戏抖音直播推广效果的措施

3.1 优化账号垂直度

抖音直播间可通过每日发布游戏相关视频、主动与同类型内容互动、监控并调整推流策略、优化直播内容与标签设计等方式，有效提高游戏账号的垂直度，吸引更多精准用户，实现更好的推广效果（见图1）。

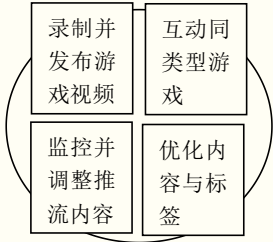


图1 优化账号垂直度

通过每日录制并发布小游戏攻略、开播提醒等视频，可以有效提升账号的垂直度^[4]。视频内容应紧密围绕小游戏主题，如游戏玩法教学、技巧分享、更新预告等，以此吸引对小游戏感兴趣的用戶。发布视频时需带上相关标签，如“游戏攻略”“游戏直播”等，便于平台算法精准识别账号属性并推送相关人群。通过持续输出垂直内容，强化账号的专业性和辨识度，进而提高游戏流量人群的精准度。

主动搜索并互动同类型游戏的视频和直播间，能够进一步提升账号垂直度。组织运营团队或主播在抖音平台搜索与主播所玩游戏类似的内容，长时间停留观看、点赞、评论和分享。这些互动行为不仅能增加账号在游戏类目下的活跃度，还能向平台算法传递明确的兴趣信号，从而吸引更多对游戏感兴趣的用戶关注账号。

持续监控并调整推流内容，确保抖音直播内容始终围绕小游戏主题，避免偏离核心用户兴趣。主播在直播时应重点讲解游戏玩法、技巧和亮点，避免涉及与游戏无关的话题。

直播标题、封面和标签的设计也需要优化，使用“游戏直播”“新手攻略”等关键词，以提高账号在小游戏类目下的权重。

3.2 提升新用户转化率

网络小游戏前期的核心卖点之一是消费者福利，这能够显著吸引大量新用户。游戏内的职业攻略、冲榜攻略和玩法攻略也是吸引新用户的

重要内容，通过实机演示和详细讲解，能帮助玩家快速上手游戏并了解其深度玩法。抖音主播在直播中提供兑换码福利，并结合福袋发放增加互动环节。可修改福袋领取规则，要求玩家在评论区发送与游戏福利或玩法相关的指定口令，从而引导新用户积极参与互动。

通过培训提升主播的语言表达能力、情绪感染力和互动技巧。主播借助情绪渲染和互动技巧，营造热烈的直播氛围。同时，主播还需实时关注用户评论和提问，并及时回应，营造活跃的直播氛围，为新用户提供充足的情绪价值。

及时关注引导也是提升用户转化率的关键环节。主播需在直播中多次使用关注引导话术，并结合具体场景提醒用户关注。例如，在展示小游戏亮点时，多次强调“关注主播解锁更多游戏福利”；在发放福利时，提醒用户“关注主播领取独家兑换码”。通过将关注引导与具体场景相结合，能够有效提升新用户的关注意愿和转化率。

3.3 提升玩家游戏留存率

小游戏新活动推出时，抖音主播需立即深入了解活动玩法，并在直播过程中观察玩家对活动的反馈，通过实时评论、互动问答等方式收集玩家对活动的看法，总结归纳活动的受欢迎程度及其对玩家的影响。主播需及时将这些信息反馈给游戏厂商，并提出优化建议，如降低预算门槛、调整技能强度或增加活动奖励等。通过实时反馈机制，游戏设计厂商能快速了解玩家需求，并在下次策划活动时做出相应调整，进而提升玩家参与度与满意度。

主播在直播过程中需积极引导玩家参与活动，通过情绪渲染和互动技巧增强玩家的参与感，在讲解活动玩法时，结合自身经验和玩家反馈，提供实用的攻略和技巧，帮助玩家更好地提升战力^[5]。通过设计互动环节，如“评论抽奖”“答题赢福利”等，激发玩家参与活动的热情。通过这种深度参与和互动，玩家不仅能够更好地理解活动内容，还能在活动中获得成就感和归属感，增强对游戏的黏性。

网络小游戏的不断更新迭代是行业常态，游戏公司需督促主播积极配合厂商的直播计划，在直播过程中实时反馈玩家对游戏玩法的评价和看法。玩家普遍反映游戏后期玩法单调或付费点设计不合理，及时将玩家反馈信息传递给厂商，并提出优化建议，如引入新玩法、调整付费规则或增加社交互动功能。通过这种持续反馈和优化机制，厂商不断改进游戏内容，延长游戏寿命提升玩家留存率。

提升玩家留存率需要主播与厂商的紧密合作，建立实时反馈和优化机制。通过深入了解活动玩法、收集玩家反馈、引导玩家参与活动以及持续优化游戏内容，公司可以有效提升玩家留存率，实现小游戏的长期可持续发展。

结语

当前网络小游戏抖音直播推广普遍存在账号垂直度低、新用户转化率不佳、玩家留存率低等问题，严重影响了游戏推广效果和市场竞争

力。通过优化账号垂直度，激发用户参与意愿提升用户转化率，积极反馈用户行为提升游戏厂商改进游戏内容等措施，能够增加玩家对游戏的黏性，提升玩家留存率，增强游戏直播推广效果，进而提升网络小游戏市场竞争力。^[6]

引用

[1] 申一萌.抖音平台企业账号引流如何开拓新蓝海[J].中国商界,2024(2):16-18.

[2] 李文璿.网络小游戏市场推广机会调查[J].环渤海经济瞭望,2022(3):107-109.

[3] 姬德强,蒋效妹,朱泓宇. “直播间”里的传播研究[J].新闻与写作,2024(9):113.

[4] 李修丽,袁丰雪.抖音直播间信息流广告对消费者点击意愿的影响因素[J].新闻前哨,2025(6):65-68.

[5] 王梅杰,霍振涛.抖音直播的拟剧化营销模式研究——以“大圆哥”账号为例[J].传媒论坛,2025(12):66-68.

