

# “羊了个羊”两日连登热搜，通过率0.01，一夜爆红背后的商业模式，微三云钟小霞

产品名称	“羊了个羊”两日连登热搜，通过率0.01，一夜爆红背后的商业模式，微三云钟小霞
公司名称	东莞市莞带大数据科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋402室
联系电话	13143659518 13143659518

## 产品详情

\*近大家听到\*多的一句话就是：你羊了个羊过第二关没？

羊了个羊——这款小游戏在短短几天连登热搜，服务器崩了3次，引发了微博网友后直冲热搜\*\*。“羊了个羊”就这样一夜爆红。并且简介上标榜“通关率不到0.1%”，这款号称通关率不到0.1%的小游戏，更是让不少网友发声求“通关秘籍”。为什么《羊了个羊》这么难？还可以这么火？

微三云钟小霞从商业的本质为大家分析背后的套路以及商业模式

### 一、羊了个羊的游戏逻辑

《羊了个羊》是一款以卡通人物为背景、消除闯关的小游戏

游戏以消除为玩法原型。下方框框一共有7个空位，从上方点击3个同样图案的方块后即可消除，消除完所有方块即胜利通关，而7个空位一旦没有被填满则通关失败。而游戏的难点在于，方块之间相互交叠

，只有将上方的方块点入槽位中后，下方的方块才会被激活。随着方块数量和交叠层数的增加，游/戏的难度便会呈指数级上升。

（图中所示就是第二关，让人头疼、血压飙升的第二关）

截至目前

超100万人玩过了这款游/戏

《羊了个羊》服务器连续三次崩溃

大家对它为何如此“上头”？

分析发现，游/戏的背后利用了

这些营销套路

二、羊了个羊的背后营销套路

套路一：划分区域，排名榜引玩家“炫耀”好胜心

点开游/戏界面，我们会发现首页就是以省为单位的排名区，捉住了玩家为自己省“争光”的好胜心理，在个人虚荣心的驱使下，再加上游/戏通关的难度，有一种不上排名不加队伍非不罢休的决心。

套路二：三款协助道具，利用社交圈形成雪球效应

这套游/戏，没有任何的提示或者帮助，仅有的三个协助工具，也只有一次机会。从游/戏心理上看，始终无法过关会带来强烈的胜负欲，为了获得更多游/戏机会和道具，玩家普遍都会使用工具，通过分享给社群或者好友，这个游/戏也达到了一个宣传推广的作用，让羊了个羊的名声愈来愈大，形成滚雪球效应。

套路三：各路博主网红的宣传营销，游/戏bug引言论推送热搜

打开某音，可以看到很多博主都在推荐这款游/戏，或是录屏分享、或者直播推广，不少玩家在第二关处卡关，有的表示“\*\*关的难度相当于幼儿园，而第二关的难度相当于考研。”有的甚至怀疑“游/戏压根没有第三关”。更是还有的在\*后消除过程中发现了“bug”，表示玩到\*后发现存在无法与之匹配消除的方块。（附图）“羊了个羊”在一片叫难声和喊骂声中上了热搜。

套路四：关键套路之植入广告。数据流量变现

据相关数据显示，《羊了个羊》目前收入主要依靠广告变现。因为游/戏难度高以及bug问题，玩家在闯关中通过率只有0.1，会频频失败，加上上述说的套路会持续参与。在消除过程中可以通过使用工具获得机会，得到工具的途径就是分享小程序或者观看广告。通过观看广告获得道具。游/戏难度极高意味着玩家会频繁失败，观看广告次数也会直线上升，广告次数和点击率就和变现结算的数据相关。（附图）

还有的玩家戏称“  
它明明可以直接让你看广告赚钱，却还是让你玩了个游/戏”

有玩家估算，按一局使用3个道具估算，玩100盘游/戏大概要看150分钟的广告。

拥有流量者为王。开发者对接了广告模式，通过游/戏来吸引用户、分享链接来形成雪球效应，扩大宣传为爆红制造了条件。再让玩家使用道具的来增加广告点击率。每次广告播放之后提供给玩家的帮助对游/戏过程而言都有很大的帮助，这在一定程度上消解了玩家观看广告的反感。有些玩家可能也会点击广告中的小游/戏进行参与，也为广告主提供了机会。“羊了个羊”每关有三个辅助工具以及一次复活机会，

都需要观看相关广告来操作。这个简单的小游/戏带着不简单的bug植入广告，把玩家们当成了羊群来割。

上述说的是羊了个羊背后的商业营销逻辑，不得不承认，羊了个羊的营销做得很成功，市面上小程序游/戏多的数不胜数，可以成功上热搜，并且连续几次服务器崩塌的，羊了个羊的实力以及市场吸引力显而易见。那么？通过这套游/戏的模式看我们商业的实质，企业应该如何借鉴羊了个羊的商业模式打造自己的“羊群效应”呢？接下来微三云钟小霞给大家重磅分享广告电商，如何在自己的商城平台植入广告，消费者引流，在流量变现，也许，下一个商业圈的“羊了个羊”就是你！

## 一、什么是广告电商

广告是互联网\*大的商业模式，并且已经逐步形成一個巨大的行业，整个互联网广告也在持续增长中。随着互联网广告形式的多样化，“看广告赚钱”的网络平台涌现出来，其商业模式也在不断地演化。从各种平台极速版看视频广告得奖励币，奖励币在变现等等，这种平台的不足之点就是，变现速度慢，提现太多条件约束，让消费者逐渐失去耐心。而【广告电商】就是利用消费者想赚钱，让日常购物可以变现。消费者消费得积分，积分再通过看广告变现。实现广告主、平台、消费者三方共赢！

### 1、三种场景（商家可以根据自己的产品情况自定义选择）

#### 场景1

消费累计、返佣递减

流程：消费者在平台任意消费即可获得积分，通过观看广告任务，平台根据消费者剩余积分按比例返佣为零钱，零钱可提现、可消费。

## 场景2

### 新增消费、阶梯返佣

流程：消费者在平台任意消费即可获得积分，达到积分门槛后可通过观看广告任务，平台按比例将积分返佣为零钱，零钱可提现、可消费。

## 场景3

### 推广消费、阶梯返佣

流程：消费者在平台任意消费即可获得积分，推荐用户消费，可提升积分返佣额度，通过观看广告任务，平台按比例将积分返佣为零钱，且返佣总额不超过相应的积分数额，零钱可提现、可消费。

### 方案A：存量递减

平台默认给到您【200】的广告返佣额度，当您在平台消费了100，第二天返佣 $100*1\%=1$ ；次日返佣： $(100-1)*1\%=0.99$ ，依此类推。若后续您又消费399元，但还未到【400】广告返佣额度，则按 $200*1\%=2$ 元开始返广告佣金；

### 方案B：固定比例

平台默认给到您【200】的广告返佣额度，当您在平台消费了100元，每天可返佣： $200*1\%=2$ ；(后续如果不消费，则\*多可返100；若消费超出200元，则\*多可返200元。)

## 2、商城前端展示：

### 3.数据收益参考

“羊了个羊”的成功离不开成功的营销套路，同理，企业老板做平台卖货也离不开一套好的商业模式，好的商业模式可以帮助产品迅速打开市场，做到引流沉淀，做模式不仅仅只是为了一时的流量，更是为了长期做大项目的支撑，广告电商的商业模式，会员引流，引流数据变现。所以啊，任何做的成功的项目，其中的商业思维企业老板可以学习借鉴。