

《羊了个羊》冲上热搜第一 植入广告，单日广告超过400万

| | |
|------|---------------------------------|
| 产品名称 | 《羊了个羊》冲上热搜第一 植入广告，单日广告超过400万 |
| 公司名称 | 东莞市微三云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301室 |
| 联系电话 | 14776427336 14776427336 |

产品详情

9月14日，一款名为《羊了个羊》的小游戏一度冲上微博热搜第一，人气之旺导致《羊了个羊》服务器在24小时内崩溃三次。有玩家指出，《羊了个羊》游戏涉嫌诱导分享、植入广告、抄袭等问题。

1、以高难度进行反向营销

上游新闻发现，《羊了个羊》是一款卡通背景消除闯关微信小游戏，用户只需要凑够三个同样图案的卡牌即可消除，过关的前提是消除所有的卡牌。但从第二关开始就飙升的难度，让游戏一下成为社交圈热门话题。

“本来不知道是啥，看到热搜好奇点开，结果玩了一下午，第二关是故意卡人的吧？”“有人能过第二关吗？”类似的疑惑在社交平台上并不少见，不服气的网友一波又一波地点开微信小游戏，推高了相关话题的热度。

根据玩家反馈，《羊了个羊》设置了3个道具帮助通关，玩家可以通过社交分享获取。此外，看视频广告可以复活。虽然不少玩家越玩越“上头”，但也忍不住评论称：“他就是想让你看广告，你以为真想让你过关啊。”

玩家反馈游戏难度

“以往的游戏规则，难度小幅度提升，而这款游戏刺激性太强，第二关几乎只有0.1%玩家才能通过。”游戏产业分析师张书乐认为，从游戏心理上看，始终无法过关会带来强烈的胜负欲，有点类似街头象棋残局的“骗局”，本以为可以三两步轻松赢，结果却被反杀。这样的刺激之下，让人难以释怀，自然难以停止，为了获得更多游

戏机会和道具，又通过社交网络进行分享，就形成滚雪球效应。

截至目前，已有超100万人玩过了这款游

戏。而“羊了个羊”的百度指数也在一天内从0次上升至9月13日的58604次。和“羊了个羊”有关的话题则一直挂在微博热搜，阅读次数超过16.6亿次。此外，该游戏相关攻略视频播放量持续增长，仅在B站就有多个视频播放破万次。

马化腾辟谣的图，是一张微信广告助手中《羊了个羊》收入截图，该截图显示，《羊了个羊》9月14日收入486万元，9月收入2564万元。

广告，如今已经成为我们生活当中不可或缺的一部分，无论是在平时上班、吃饭、娱乐、运动等等的时候，广告就已经布满了我们的生活的每一个角落。那么我们这些中小型企业想要踏足电商就可以利用广告作为我们的跳板来进入电商行业。

广告zui开始的含义是广而告之，也就是向大众告知某件实物。商业广告则是以推销商品或者提个服务，以付费方式通过广告媒体向消费者

或用户提供商品或服务信息的手段，

在如今各种APP、网页的所用中我们不可避免的看到各式各样的广告：APP的开屏广告、视频网站的前置广告、游戏中的复活广告。在绝大部分的情况下，看广告的时间我们可以倒杯水或许一会，但如果我们把看看广告变成一个获利的行为，那么广告是不是就不那么令人厌烦了。而这就是广告电商。

“广告”“电商”是当下每个人都熟悉的两个词。现在的国内电商平台基本都被淘宝、京东这样的大厂商占领。在这样一个大型的通用电商平台里，接入平台似乎不是一个很好地对策。在这样的环境下，有人另辟蹊径开创了广告电商的新模式。

广告电商结合“社交电商”+“广告分佣”两种模式。平台对接广告商，在平台设置广告任务，让消费者在购物的同时获得一定数量的积分，积分可以通过观看平台对接的广告任务，让消费者手中的积分变现，通过这种方式实现广告主、平台和消费者三方共赢的效果。

广告电商的三大应用模式

消费累计，返佣递减

消费者在平台任意消费即可获得一定量的积分，通过观看平台发布的广告任务，平台再通过消费者剩余积分按一定比例返佣为零钱，零钱可提现、消费。

举例来说：消费者在平台消费100元 获得100个积分，平台按照2%的比例广告返佣，那么可获得2元，此时还剩下98个积分，等到第二日继续完成广告任务，可得到： $98 \times 2\% = 19.6$ 元返佣，以此类推。

新增消费，积分门槛，阶梯返佣

消费者在平台任意消费即可获得一定量的积分，达到设定积分门槛后可通过观看平台发布的广告任务，平台按比例返佣为零钱，零钱可提现、消费。

举例：当消费者在平台消费100元

由于没有达到广告返佣的积分门槛，所以无法获得返佣；

当消费者在平台继续消费200元，一共拥有300积分，此时达到了【200】的积分门槛，在完成广告任务之后，就可以按照1%的比例获得广告返佣，那么就可以获得 $200 \times 1\% = 2$ 元；

如果在这时消费者又在平台消费200元，累计积分为500个，达到【400】的积分门槛，在完成广告任务之后，就可以按照1.2%的比例获得返佣，就是 $400 \times 1.2\% = 4.8$ 元。

以此类推，消费越多，达到门槛越高，广告返佣越高。

推广消费，阶梯返佣

消费者在平台任意消费即可获得一定量的积分，通过推荐用户消费，并且达到相应的积分门槛后，可通过观看平台发布的广告任务，平台按比例返佣为零钱，且返佣总额不超过相应的积分门槛，零钱可体现、消费。

举例来说：当消费者在平台消费100元，平台默认达到【200】的积分门槛，此时完成广告任务的返佣为： $100 \times 1\% = 1$ 元；

