8月投放复盘与10月规划

一、7月整体投放复盘

7月整体投放消耗呈现非常明显的头部集中特征，核心素材消耗数据统计如下：

排名	素材/系列	汇总消耗	观察结论
1	高空岩浆 + 韩语版本	228,305.73	绝对主力，消耗显著领先其他素材
2	高空岩浆常规版本	67,607.19	同题材仍具备较强的扩量能力
3	三个美女洗澡	41,029.73	女性角色+强视觉情境效果突出
4	三个美女关卡	34,458.06	女性角色题材形成第二大消耗品类
5	高空岩浆 + 辛普森	6,827.20	高空危险感与IP组合具备题材延展性
6	WIFI、长颈鹿、辛普森等（6-8名）	单条约3,000-6,600	构成可持续测试的稳定题材池

核心结论

- **“高空岩浆”是本月最确定的爆款方向**。仅韩语版本与常规版本两个核心素材累计消耗约29.59万，消耗规模远高于其他所有素材，其核心本质是“高空危险感 + 即时危机 + 明确操作目标”的强首屏钩子，能够快速抓住用户注意力。
- **韩语版本值得单独验证效果**。加韩语版本的消耗远高于常规版本，说明语种本地化调整可能带来投放效果增益；但目前仍需排除上线时间、预算倾斜、投放地区、账户策略及扩量策略差异等干扰因素，不能仅凭消耗数据直接认定“韩语版本效果一定更好”。
- 女性角色题材构成第二增长曲线。“三个美女洗澡”“三个美女关卡”累计消耗约7.55万，同时女上司、美少女、护士、肌肉女等女性角色题材也多次获得稳定消耗，说明“强角色识别 + 反差/互动情境”具备持续测试价值。

- **辛普森、WIFI、长颈鹿属于高频可复用元素**。这些元素广泛出现在不同作者创作的不同版本素材中，更适合与高空、逃生、解谜等核心机制组合使用，不建议孤立地重复换皮投放。
- **素材长尾效应明显，资源分配需调整**。大量素材消耗处于较低区间，说明当前选题覆盖范围较广，但部分小量测试的素材未获得有效扩量。8月需要更快地将投放资源从长尾探索环节，集中到已经验证过的成熟方向。

二、个人7月素材复盘

本月共识别到12个不同个人素材、14条投放记录，其中两条高空巫女素材存在重复记录，已合并计算，个人素材累计总消耗约为2,395.53，各素材消耗数据如下：

排名	个人素材	汇总消耗
1	高空巫女关卡260722	1,319.76
2	高空巫女关卡260720	635.06
3	开锁越狱	124.22
4	WIFI	82.92
5	城堡辛普森	55.06
6	GTA 汽车	41.33
7	农场长颈鹿	40.09
8	农场辛普森	31.73

个人投放的高空巫女系列两条素材合计消耗约1,954.82，占个人总消耗的比例约为81.6%，这说明有效投放方向已经非常清晰，并非泛化的“女性题材”，而是**高空危险感 + 女性角色视觉锚点 + 明确关卡危机**的组合。该组合与全局头部“高空岩浆”的核心设计逻辑一致，但通过“巫女”完成了差异化的角色包装，是8月最应该深入放大的投放主线。

个人优势与存在问题

- 优势：高空巫女同时验证了“高空题材”和“女性角色”的叠加效果，且两个相近版本均获得稳定消耗，并非单点偶然效果。
- 优势：针对欧洲市场投放的开锁越狱、WIFI素材也获得一定消耗，说明个人在“解谜/逃生”方向具备补充测试基础。
- 问题：除高空巫女外，其他题材普遍没有进入更高消耗段，说明目前选题跨度较大，但对成功因子的拆解和连续迭代不足，未能放大有效方向的效果。
- 问题：GTA、农场、城堡等方向更多是单纯更换题材，缺少对首屏冲突、角色关系、失败结局和操作反馈的系统化测试，难以复制成功经验。

- 机会：与其平均分配产能测试多个新题材，8月更应将创作产能集中在“高空巫女”及其可解释的变体上，先建立个人可复制的素材创作方法论。

三、8月投放规划

建议8月投放采用“爆款迭代、潜力验证、探索试错”三层结构，避免所有素材同权投入资源，具体分层安排如下：

层级	核心目标	建议产能占比	执行方式
1	爆款迭代，放大已验证方向	50%	围绕高空巫女连续做多版本迭代测试
2	潜力验证，测试可组合题材	30%	将高空/逃生机制与WIFI、解谜、辛普森式反差元素组合测试
3	探索试错，保持新题材输入	20%	每周测试少量新机制，不超过1-2个新主题

1. 个人主线：高空巫女系列化迭代

8月优先至少产出6-8个高空巫女变体，每轮测试只改变一个关键变量，避免无法归因效果来源，重点围绕以下维度迭代：

- 首屏钩子：坠落临界、断桥、岩浆逼近、高空悬挂、救援倒计时
- 角色外观：巫女、修女、女战士、学生制服、暗黑/怪诞风格
- 关卡机制：剪绳、移除障碍、解锁、搭桥、救援路径、机关二选一
- 结局表达：成功救援、失败坠落、角色变形/反差、奖励强化
- 本地化：美洲、欧洲、韩语版本分组测试；不要将不同地区和语种数据混在一起评估
- 素材节奏：前1秒先展示危险结果或危机画面，随后再暴露操作问题，减少无效铺垫

建议建立最小测试矩阵，明确变量差异，具体如下：

变量维度	A组	B组
首屏设计	巫女高空悬挂	巫女岩浆逼近
关卡机制	剪绳救援	解锁逃生
结局设计	成功脱险	失败坠落
语种设置	英文/无文字	韩语小字

同一批测试中尽量只修改一个变量，才能明确确认到底是“巫女角色”“高空场景”“关卡机制”还是“语种”驱动了投放效果。

2. 次主线：高空危险感的组合创新

不建议直接复制高空岩浆素材，建议沿用其底层逻辑，结合个人优势做差异化组合：

- 高空巫女 + WIFI 解谜：网络/机关失效导致坠落危机，需要玩家修复或连接WIFI完成逃生
- 高空巫女 + 越狱逃生：结合锁链、牢笼、断桥和倒计时救援设计关卡
- 高空巫女 + 辛普森式反差：保留强反差戏剧效果，但不依赖单纯换皮操作
- 高空巫女 + 救援叙事：玩家通过剪绳、开锁、移障完成明确的营救目标
- 高空吊桥方向可保留，但必须强化首屏危机设计，当前9.23的消耗不足以证明吊桥题材成立，需要进一步测试验证

3. 每周执行节奏安排

- 第1周：完成高空巫女成功因素拆解，产出2-3条首屏/机制变体并采用小预算测试
- 第2周：保留第一周表现最好的1-2个方向，扩展角色、结局、语种版本；同步测试高空 + 解谜/越狱组合素材
- 第3周：对胜出方向做地区与语种拆分，美洲、欧洲、韩语组独立观察数据；淘汰无起色的素材，释放预算
- 第4周：将当月最优结构复制为3-5个可规模化投放的版本，并沉淀素材模板、镜头节奏、交互方式和命名标签，形成可复制的方法论

4. 建立素材复盘看板

每条素材至少记录以下维度信息：主题、首屏钩子、关卡机制、角色/IP感、地区、语种、上线日期、消耗、CTR、CVR、安装成本、ROAS、是否扩量、复盘结论。其中“高空巫女”系列要单独标记每个版本的差异，避免后续只知道该系列有效，却无法解释究竟哪个环节带来了效果提升。

本月最重要的核心结论：8月的核心目标不应是继续扩大题材数量，而是把高空巫女这个已验证方向做成可持续迭代的素材系列，并用独立地区、语种和单变量测试把成功原因拆解清楚，形成个人可复制的投放方法论。