

全新宝马1系×王者荣耀 《荣耀跨界，启动引擎之心》游戏内容整合营销

- ◆ 广告主：宝马
- ◆ 所属行业：交通汽车
- ◆ 执行时间：2017.02.23-.07.08
- ◆ 参选类别：内容营销类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到浏览器页面里观看视频

<https://v.qq.com/x/page/a0535brqb27.html>

或打开微信
扫一扫看视频



市场背景>>>

1用户年轻化

中国每年新获得驾照的人数以12%的增长率飙升，30岁以下的消费者已经成为购车主力

2市场策略改变

2016年，中国成为宝马集团全球最大市场。宝马中国市场策略改变——将车型“引进”中国到为中国“开发”车型的变革



产品背景>>>

1专属打造

宝马集团面向中国市场的第一款豪华紧凑型三厢轿车

2年轻设计

运动型设计、主推蓝色、LED灯组、同级最大全景天窗匹配年轻人的喜好

3态度共鸣

宣扬“我型、我速”的品牌态度，希望以此触动更多目标消费者



核心目标>>> 如何通过更加创新的方式、更加年轻化的语言与年轻用户建立沟通？
从而帮助全新1系上市引起年轻群体的关注，让全新1系深深映入年轻群体的脑海？

目标用户洞察：游戏人群与其完美契合，其中MOBA类手游深受欢迎

全新1系目标受众



- 偏男性用户
- 20-35岁
- 有一定消费力
- 性格描述：独立自我、彰显个性、都市时尚

游戏用户成熟化，契合汽车消费主力群体，极具营销价值
与全新BMW1系的目标人群完美契合

81%

男性用户比例
超过8成

70%

处于21-30岁
购车主力人群段

53%

一、二线城市用户
占比更高

49.8%

近半数手游用户
每周付费一次以上

移动游戏已经成为他们的生活日常
MOBA类手游深受欢迎

中国手游用户规模达

5.23 亿人

手游市场规模达

783.2 亿元

玩家日均游戏时长约

50.7 分钟

MOBA类手游喜好度

57.6%

营销机会点梳理：全球最受欢迎的MOBA类手游——王者荣耀



《王者荣耀》MOBA手游类最受年轻用户青睐的优质游戏平台。作为一个互动娱乐媒体，已不仅仅是一种娱乐工具，也不仅是媒介渠道，它正在成长成为一种新型信息空间——在这个空间中，人们通过游戏互动，投入感情，追求意义，表达自己的价值观和世界观。

优势一：最受欢迎，用户数庞大



优势二：IP成熟，关注度高



优势三：腾讯自研，合作灵活



日活跃人数最高破

5000万

注册人数

2亿

常规赛，季后赛，总决赛总vv

2.8 亿

- 游戏植入更灵活
- 电竞赞助更深入
- IP衍生合作更创新
- 传播扩散更广泛

BIG IDEA



上演跨界荣耀, 启动引擎之心

最年轻的全新BMW 1系 x 最受欢迎的手游王者荣耀
打造一场前所未有的汽车 x 游戏内容跨界合作

核心策略

上演跨界荣耀
启动引擎之心

锁定最优质的、最受年轻人喜爱的游戏内容——王者荣耀，以创新的游戏形象赋予式合作为**点**、多角度触达游戏核心人群为**线**、扩张影响不同圈层为**面**，打造一次汽车×游戏的深度跨界合作

点

>>> 创新的游戏形象赋予式合作
帮助1系产品拟人化，让沟通更生动



- 角色捆绑-选择强力人气英雄赵云
- 形象融合-设计全新引擎之心外观
- 灵魂赋予-打造汽车人救世主背景故事

线

>>> 多角度触达游戏核心人群
通过游戏KOL和KPL赛事，让影响发酵



- 人气加持-顶级电竞KOL倾力加盟视频定制
- 场景造势-游戏及其周边资源强势出击
- 璀璨巅峰-KPL电竞大赛全程展示

面

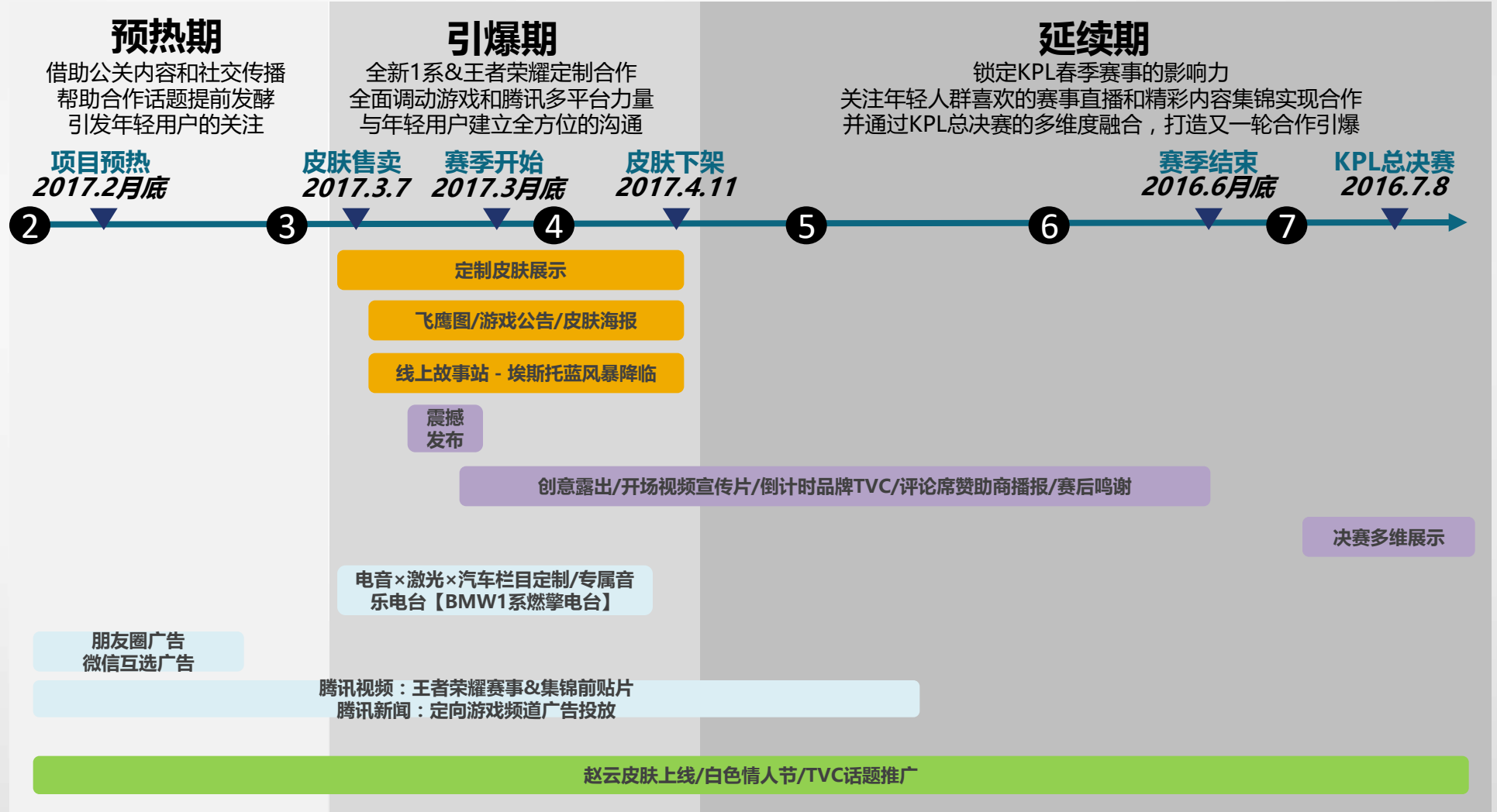
>>> 扩张覆盖不同圈层
让事件影响力延伸至更多年轻领域



- 音乐圈层-电音×激光×汽车栏目定制
- 社交圈层-时尚内容互选广告合作
- 资讯圈层--比赛&集锦视频贴片

整体推广节奏/Timeline

- 引擎之心皮肤展示
3.6 ~ 4.11
- 王者荣耀客户端传播
3.13~ 4.11
- 引擎之心背景故事
3.13~ 4.11
- KPL选手&1系TVC
3.15
- KPL赛季直播权益
3.24 ~ 6.25
- KPL决赛直播权益
7.8
- 音乐圈层配合
3.13 ~ 4.18
- 社交圈层配合
2.23 ~ 2.28
- 资讯圈层配合
2.28 ~ 5.14
- PR传播
重要节点



点：最核心内容

——全新宝马1系&王者荣耀定制皮肤“引擎之心”最高级别限定版皮肤
创新的游戏形象赋予式合作，帮助1系产品拟人化，让沟通更生动

权益1：限定发售

品牌利益点-刺激兴趣、话题性提升、体现1系的尊贵感

权益2：拥有故事站

品牌利益点-通过背景故事提升1系定制角色的理解度

权益3：角色视频

品牌利益点-展现1系变身成为人物形象的过程，提升角色的理解度

权益4：技能特效

品牌利益点-添加富有1系特色的特效，加深用户记忆度和产品关联

权益5：专属配音

品牌利益点-添加富有1系特色的台词，加深用户记忆度和产品关联

权益6：属性加成

品牌利益点-增加用户的使用体验，提升用户对1系的好感度



角色捆绑

赵云在游戏中是一名拥有强大实力和快速移动能力的人气英雄，与新1系速度与灵活的产品特性完美匹配。

形象融合

融入了引擎、涡轮等汽车工业元素和极具宝马风格技能特效的全新1系“引擎之心”华丽形象由此诞生。

灵魂赋予

为引擎之心定制了单骑救主的新故事，让他成为了有血有肉的生动形象。

线：合作内容延展 —— 多角度触达游戏核心人群，通过游戏KOL和KPL赛事，让影响发酵

① 人气加持——顶尖电竞KOL倾力加盟。

我们邀请了五位顶尖KPL电竞选手倾情出演新1系故事视频，让新1系的形象借由KOL影响力获得极速传播。

② 场景造势——配合游戏及周边资源强势出击。

游戏内我们占据了开机、活动公告等最吸引玩家眼球的位置，让引擎之心强势登场；

在玩家聚集的社交平台，我们通过赵云定制活动发布和攻略输出，充分调动了玩家的参与热情。

③ 璀璨巅峰——KPL电竞大赛内容全程展示。

在万众瞩目的KPL电竞赛事直播中，1系通过丰富形式强势呈现；在总决赛中，新1系空降现场，毫无疑问成为当天舞台最璀璨的明星。



面：圈层内容扩张 —— 扩张覆盖不同圈层，让事件影响力延伸至更多年轻领域

社交圈层-输出1系理念 2.23 ~ 2.28

- 微信-朋友圈广告定向投放
- 微信-时尚公众号互选广告合作



音乐圈层-表达1系态度 3.13 ~ 3.19

- QQ音乐-BMW1系燃擎电台定制
- QQ音乐-电音×汽车×激光原创栏目定制



资讯圈层-推广1系TVC 3.23~ 6.25

- 腾讯视频 - 王者荣耀赛事&集锦贴片
- 腾讯新闻客户端 - 要闻&游戏&汽车频道 - 视频信息流



合作亮点一览

游戏内

1 形象效果定制



机动灵活，我型我速
1系品牌理念在游戏中源远流长

2 顶级游戏资源



开机/活动/商城/排位全方位曝光
协助1系谱写峡谷引擎传奇

3 品牌回城LOGO



专属设计，巧妙呈现
强化宝马品牌尊贵合作身份

游戏外

1 背景故事H5



定制故事，丰满1系形象
提前引爆用户关注

2 KPL选手TVC



人气职业选手倾情出演品牌TVC
助力1系迅速网聚粉丝追捧

3 KPL赛事植入



锁定周赛&总决赛直播
紧密捆绑彰显1系深度合作关系

推广资源 ——引擎之心皮肤推广

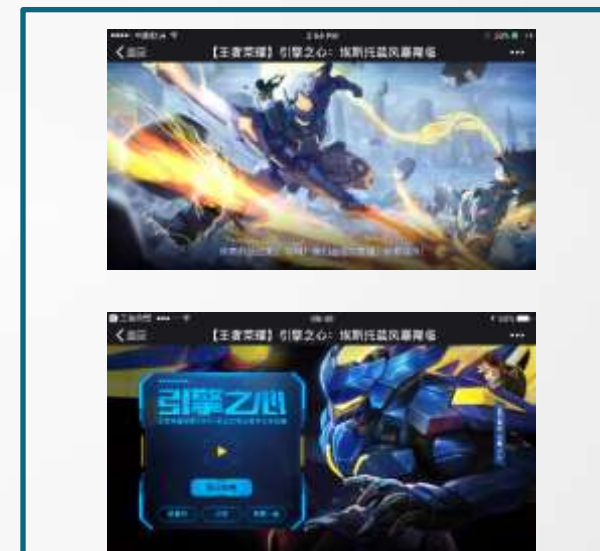
王者荣耀APP内推广



腾讯视频王者荣耀官方频道推广



王者荣耀线上故事站推广



PR传播 (线上传播KV+社交)



推广资源

——KPL赛事品牌曝光（直播平台：企鹅电竞，触手直播，斗鱼直播，虎牙直播，龙珠直播，熊猫直播，映客直播）

比赛中特定场景品牌定制banner弹出



评论席赞助商播报



颁奖环节奖品口播



客户端赛事资讯品牌露出



外场展台



PC&移动官网品牌露出



开场视频宣传片/倒计时品牌TVC



赛后鸣谢



总决赛专题页面品牌展示



公众号推文品牌露出



全赛季+决赛

决赛额外权益

合作模型回顾



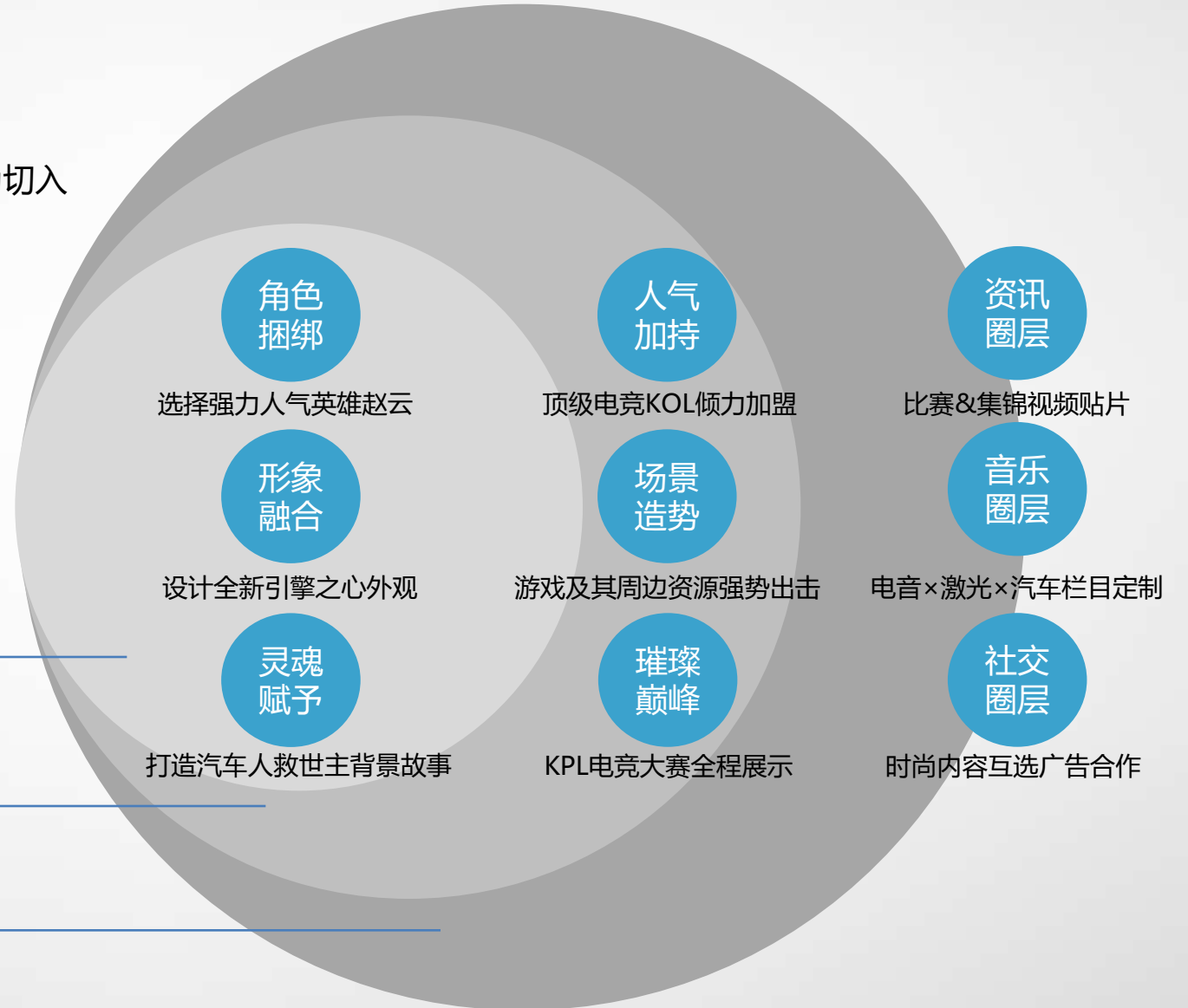
BMW1系×王者荣耀，以游戏内容合作为切入
共同打造一次前所未有的跨界合作



1 产品与游戏完美融合
塑造营销核心内容

2 对味玩家需求
引擎之心震撼登场

3 聚焦年轻用户三大圈层
创造IP广泛影响力



效果数据

短短数月，引擎之心时刻伴随着用户的战斗，成为了KPL选手和广大用户的最爱，同时也让全新1系的品牌理念和形象深入人心，圆满地达成了全新1系与年轻用户的沟通目标。

-引擎之心汽车人故事H5访问量突破**1300万**；

-皮肤展示视频访问量突破**2400万**；

-游戏客户端项目飞鹰图**日曝光高达2亿，月曝光突破20亿**；

-引擎之心成为KPL选手最爱使用的赵云皮肤，出场比赛播放量**超过5亿**。

社交话题、用户评论及客户证言



在官方微博发布的【宝马-引擎之心】话题下用户的评论基本为正向
转发总量过千，评论、点赞均过万



- 用户评论关键词：帅、炫酷、技能特效好
- 用户讨论关键词：回城特效、价格