



“游戏化创意滤镜” 新世代的营销利器

网易游戏 品牌中心创意总监 彭耀华



游戏化创意滤镜让品牌内容变成 年轻世代的生活娱乐方式之一 实现品牌生长与市场增长

产品周期
破局命题

用户参与
品牌内容养成

社交话题
跨圈裂变

「游戏化创意滤镜」
**9种模式
一键优化**

好物收集化

品牌角色化

文化数字化

社交玩法
地图化

影游互动化

体验剧情化

精神符号化

偶像养成化

内容应援化



「游戏化创意滤镜」核心

用游戏力和玩法机制 加持营销创意内容



品牌角色化

建立品牌身份ID，用故事、关系纽带、社会使命丰满角色

《我的世界》游戏以创造者的角色出发 从一个方块开始创造美好世界

01 亲情

-创造美好的亲情关系-

母亲节品牌片

02 梦想

-创造行业的追梦自豪感-

开发者品牌片

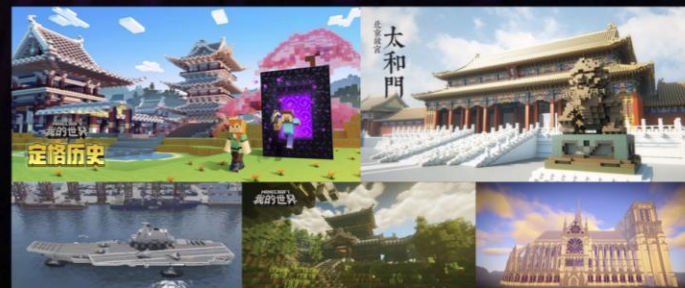
03 科教

-创造社会价值、功能意义-

游戏内容联动

从一个方块开始，放大“创造无限可能”的不同社会位面积积极影响

从亲情、梦想、科教三个不同位面，分别触达父母家长、玩家与开发者、社会监管层3层沟通对象，为品牌收获流量和声量



文化数字化

高冷的传统文化进化为互动性体验内容，形成品牌文化力

《梦幻西游》数字国风新载体 IP破圈与传统文化复兴

《指尖上的梦幻》微纪录片

总播放量突破**4500万**，微博同名话题阅读量突破**2亿**

《梦幻西游》x陕西历史博物馆

开启了以“**国宝守护**”和“**壁画修复**”为主题的合作

《梦幻西游》电脑版科举玩法

最早将**传统文化**融入游戏玩法的设计

《梦幻西游》电脑版“非遗守护”计划

邀请非遗传承人吴元新大师，联合创作“**飞天入梦**”蓝印花布

《墨舞梦幻》

国风艺术、现代舞蹈等三大领域元素交流，打破游戏与传统艺术壁垒



影游互动化

创造互动内容、持续设置任务，让观众成为故事发展的决定性推动者

《梦幻西游》X沈月X流星花园影游联动 青春偶像「5部曲」解锁应援力

以年轻人的社交习惯为切入点，融合剧集、代言人、
游戏三者的青春气质，创造共通的情感体验
从剧粉到偶像粉到游戏粉，内外兼顾，相互导流，现实IP增值



1 抢占先机 代言三重奏

代言官宣和剧集
宣发捆绑



2 围绕剧集 剧内外发力

影游联动，掀起青
春追忆的话题



3 幻乐之城 借力借势

做足功课，项目
期内刷尽代言人
每一次曝光



4 剧集大结局 粉丝应援

将偶像粉丝转化
为品牌粉丝



5 游戏新门派首曝 点燃期待

边看边玩，粉丝转玩家

推广成果

5亿+

总曝光量

4000万+

视频播放量

18.37%

游戏日均新增提升

沈月微博**总阅读量1000万，互动量60万**
粉丝UGC产出**超4000个**沈月X梦幻魔性表情包

沈月TVC三部曲全站视频播放量**破4000万**
沈月《幻乐之城》免费口播，**播放量7270万**

#沈月梦幻西游品牌大使#
#沈月流星花园#相关微博话题阅读量**超5亿**

内容应援化

一站式可粉可追可互动内容
赋予特定圈层仪式感与身份信仰感

《阴阳师》音乐剧再造IP感官饕餮
14城市50多场营造最有仪式感的2.5次元看剧体验

大众认可的故事 + 适合舞台的文本节奏 + 符合文本特征的表演方式 + 追求极致的制作细节

[内容强输出]

把故事讲好”是第一顺位的成功要素
不照搬改编游戏剧本，而是演绎原著中的‘番外’故事

[硬实力阵容]

邀请日本剧作家进行剧本创作，采用日本舞台剧演员作为主创
顶尖动漫作品的作曲家佐桥俊彦担纲音乐剧主题曲作曲高质量舞美、服装、道具、化妆

[追星式宣发]

“预告悬念——预售众筹——官宣素材——公演拉票——
作品特辑” 打造一体化的圈层看戏仪式



精神符号化

为精神聚合力打造超级符号，成长型奖励机制共创内容生态

《阴阳师》大触觉醒同人创作大赛 超级符号的引力聚拢IP生态资源

放大“绳结”超级符号荣誉归属感，连接一切圈层同人创造力
开放符号创作，号召更多玩家和内容创作者加入创作大赛
相互激励成长

大触觉醒创作大赛 共收集数万的作品



手作大赛



式神皮肤设计



cosplay大赛

大触觉醒

创作大赛



音乐创作



周边设计



式神传记插画

偶像养成化

从快速消费到自主养成
由粉丝共同决定偶像命运的新娱乐机制

《阴阳师》虚拟偶像企划

大天狗BML出道 花路未来可期

个性定位—头部资源引入—技术实力傍身—粉丝饭圈文化
打造共成长的偶像之路

优势：【模式成熟、输出稳定、兼具“吸粉”和“不掉粉”能力的高人气偶像】



大天狗登陆BML舞台出道



大天狗、茨木童子代言丰田汽车



偶像事务所手游预备中，概念图首曝



体验剧情化

与现实世界通感的游戏剧情化体验
打通虚拟现实结界的任意门

- 《明日之后》一人一狗
- 《第五人格》杰克公主抱
- 《荒野行动》UGC发酵、《一梦江湖》个人电台



《第五人格》杰克公主抱
求生者的浪漫逃亡



《明日之后》一人一狗 末日同行忠实旅伴



《荒野行动》雪地地图cosplay补漏车剧情UGC发酵
学生cosplay短片当日占据热搜，Twitter短短几日转发量突破**12w+**



《一梦江湖》个人电台 声临奇境一秒入戏
视频推广期取曝光近1亿次
游戏从App Store畅销榜第12名冲到**第3名**

社交玩法地图化

IP线下实景娱乐业态
空间故事+社交场景激发地图探索打卡

线下场景内容化：制造新奇空间故事 立风格化美学气质 制造沉浸气氛

线下体验社交化：互动体验 种草分享 破圈层人气

线下业态多元化：IP魅力x流行文化 商业与艺术的交融



阴阳师咖啡店



阴阳师 x KFC



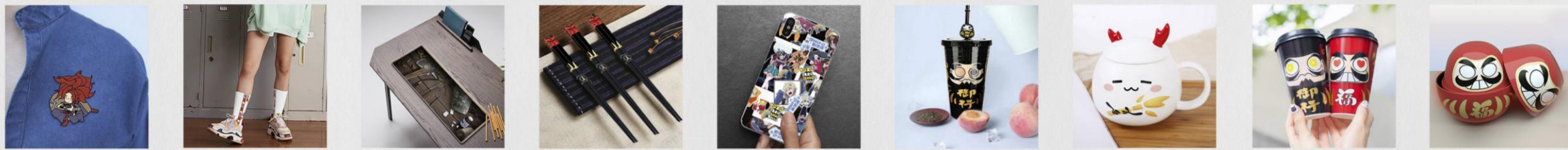
阴阳师 x 屈臣氏



第五人格合作主题房



阴阳师 x oppo



好物收集化

收集欲望碰撞随机玄学
游戏式消费玩法共创恋物同好交流阵地

互动文娱时代人人都是头号玩家

在营销创意中 **发现·连接游戏力**

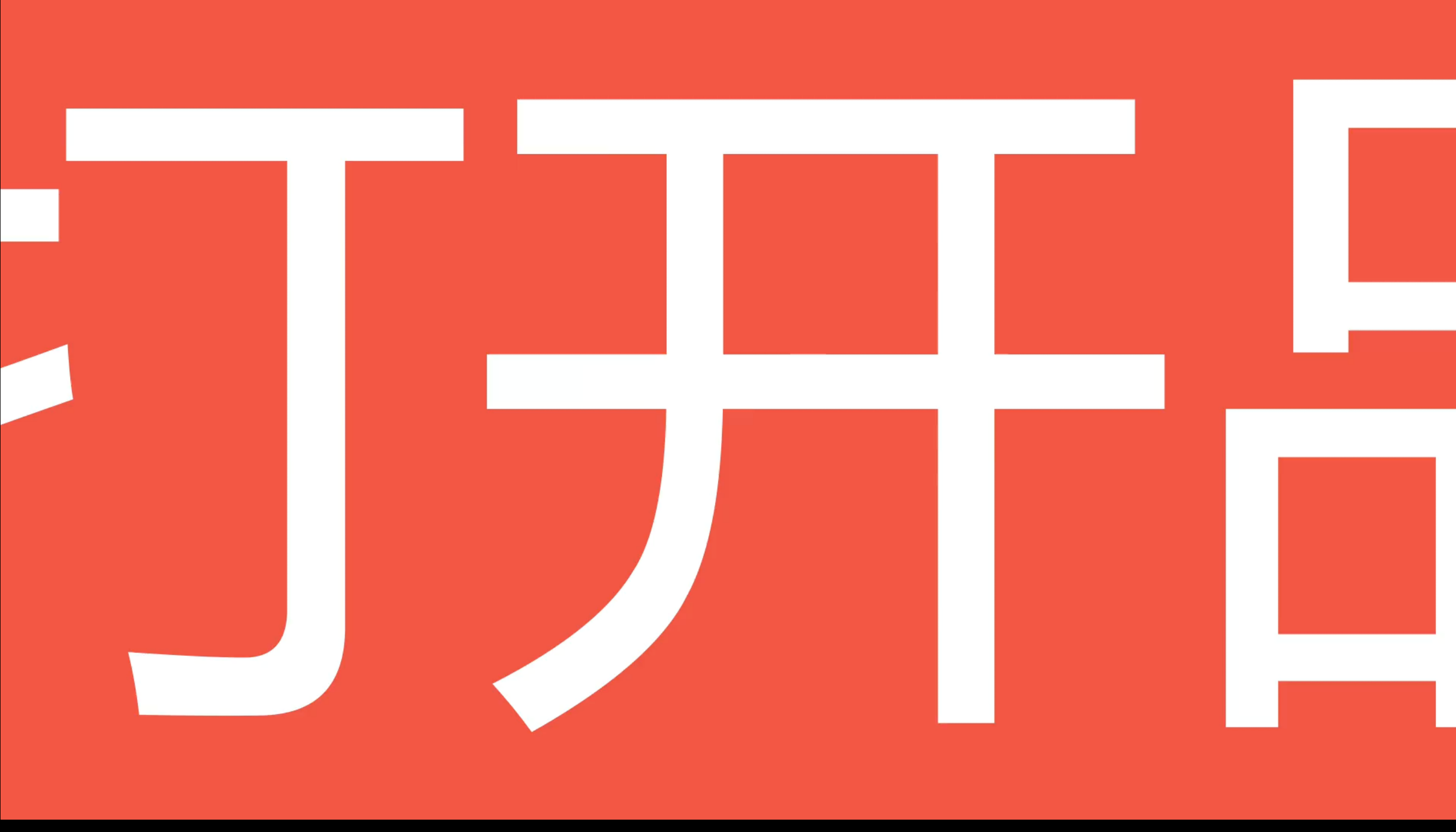




话题营销到商业合作 游戏跨界的下一站







快闪性的
话题营销



可持续的
商业合作

¥

阴阳师

阴阳师—中国二次元游戏破壁之作



丰富玩法

养成收集

下载

全球近4亿下载
(2019.08.08)

活跃

上线三年，依旧月活
千万+的扛鼎之作

式神

共144名
(至2019.09)

单价 **1299** 元

限量 **10000** 件

10 小时售罄

5000 件

紧急加推

4 小时内

再次售罄

近 **2000万** 元

单日流水

延续精品化，掘金粉丝经济



玉藻前手办—胧月狐影



与知名设计师、知名品牌
携手打造更多精品周边



阴阳师 × 周生生定制联名系列金饰产品 首个季度销售额破千万，成为年度爆款



深度参与，共同孵化线下空间 首家阴阳师IP主题店成功打样

排队2小时才能进店，多款热门商品抢购一空 | 开业首月，营业额近200万元



和风庭院美景



值班式神店长&店铺限定周边



Q萌美食&趣味店内互动

泛娱乐内容不断衍生，助力IP出圈 为商业合作打造更多二次创作空间



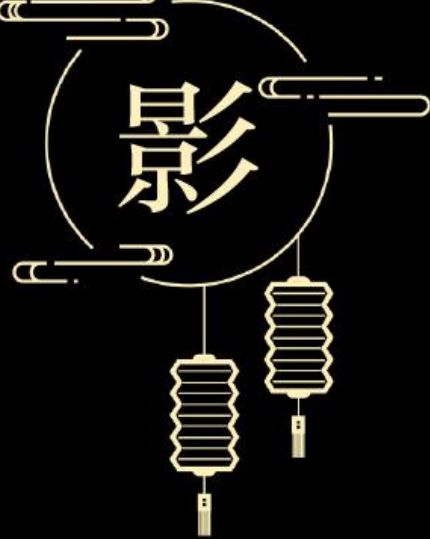
阴阳师音乐剧【大江山之章】

◆ 入座率高达90%以上

◆ 单场票房近70万元

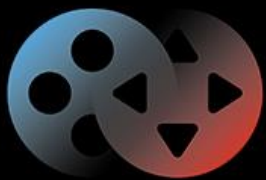
◆ 单场衍生品销售额10万元以上





《阴阳师》大电影明年亮相

陈坤、周迅携手主演，阵容强大



NETEASE PICTURES
网易影业



CKF PICTURES



H.BROTHERS
華誼兄弟電影

全新阴阳师IP手游 收集式策略卡牌游戏
敬请期待

阴阳师
百鬼牌



阴阳师 | 百鬼牌



温泉庭院商店街 纯正和风试听体验



化身为妖，百鬼同游，前所未闻的妖怪见闻



策略卡牌战斗玩法 原创新套路CGG



料理制作



弹珠休闲



庭院经营



《荒野行动》出海，数个“火爆全球”人气动漫加持 长期霸榜日本App Store，蝉联国产出海手游收入榜榜首

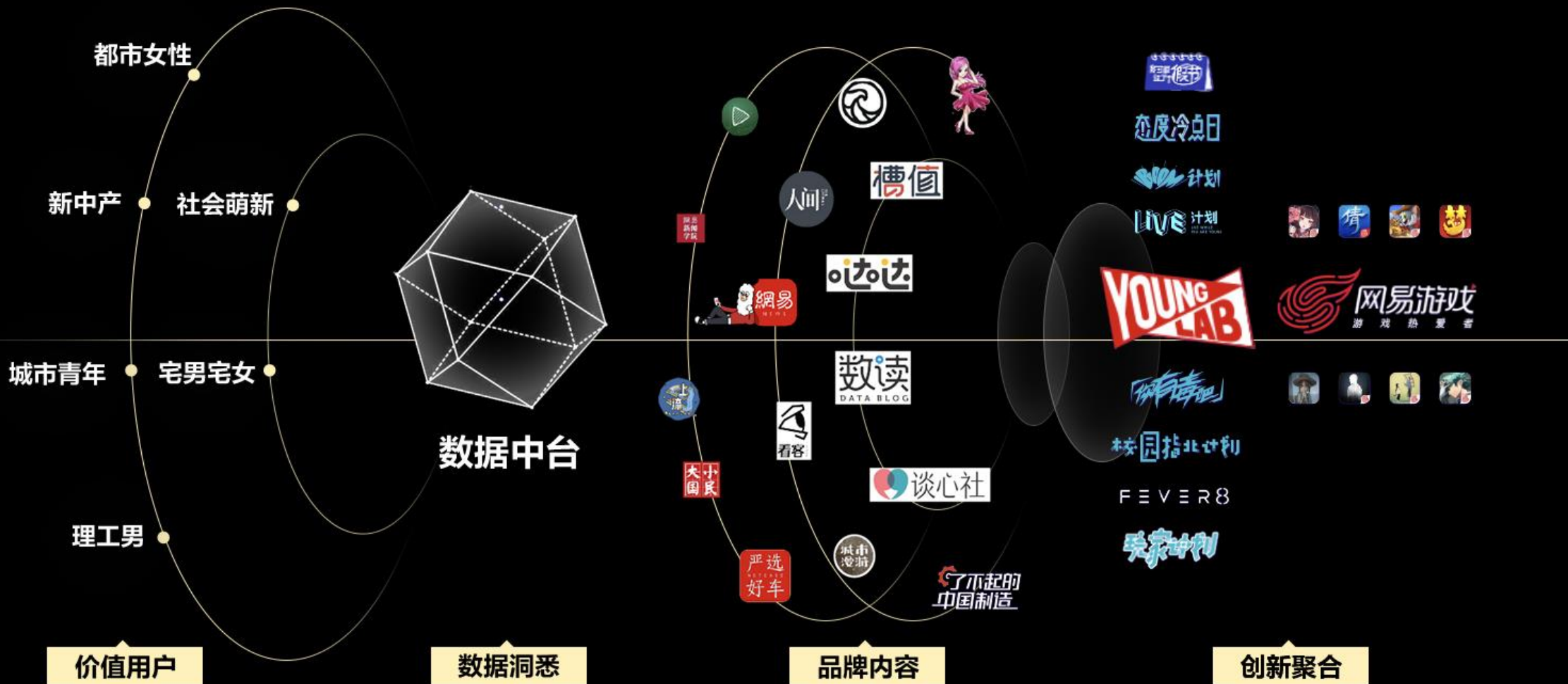




《第五人格》日本首届精英挑战赛盛大开幕 上线首日登顶App Store免费版，斩获多个奖项



21年数据积累 9亿用户数据





不做单纯IP买卖

共建IP商业合作生态圈

