

欢乐谷X第五人格【破壁 “游” 乐场惊悚开张】

- ◆ 广 告 主：欢乐谷集团
- ◆ 所属行业：游乐园行业
- ◆ 执行时间：2018.09.25-2019.11.15
- ◆ 参选类别：跨界营销类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<http://v.163.com/static/1/VE7N3F5DG.html>

或者
扫一扫看视频



传播背景

娱乐休闲业老牌-**欢乐谷**
正面临着 **“内外夹攻”** 的市场挑战

内在挑战

变现模式也较为单一
缺少新的市场和营销点
对追求新鲜的年轻人群吸引力不大

外在挑战

娱乐休闲形式繁多
年轻人有较多选择性
竞争环境不利

传播目标

成为年轻人最**PICK**的娱乐休闲最佳胜地
吸引更多年轻人群**到场游玩**

唤起年轻兴趣

人群精准转化

提升入园人数

现在的年轻人，都在哪里度过消闲时光？

一部手机，就能过足瘾

年轻人手机指数调研：

八成年轻人拥有“手机依赖症”，其中在闲时用手机打发时间比例为78.86%

我国大学生每天滑手机的时间占掉一天的22%，长达5小时17分

如何让年轻人从手机中脱 **瘾** 而出？
选择在**欢乐谷**度过消闲时光 ●

人群洞察

在年轻人的手机世界中，什么样的玩乐姿势让他们为之尖叫？

《第五人格》惊悚手游

时下**当红**手游之一，年轻人的**玩乐新宠**，下载量高达**1.5亿**！

排名	App	发行商	变化*
1	 第五人格		▲
2	 绝地求生:刺激战场	腾讯	▼1
3	 绝地求生 全军出击	腾讯	▼1
4	 王者荣耀	腾讯 /Netmarble/SEA	▼1
5	 物理弹球	Bigdog Games	▲
6	 QQ飞车	腾讯	▼1

最特色的玩法，吸引喜欢尝鲜的年轻人



获得亿万年轻簇拥，甚至还自制表情包



*数据来源：《第五人格》游戏后台统计

传播载体洞察

一样的人群，一样的味道，一样的配方——
与欢乐谷高度匹配，可谓是时下最佳CP！

一样的人群
人群匹配

13-23岁人群
超七成

学生群体占比为
70.84%

目标人群的集中营

一样的味道
体验感匹配



紧张刺激的游戏氛围

一样的配方
场景匹配



内设“游乐场”地图
玩家最喜欢的热门地图之一

*数据来源：《第五人格》游戏及欢乐谷内部统计

同样惊悚刺激的节点：万圣节

年轻人对热闹氛围和神秘气息有着独特的追求，西方传统的万圣节，越来越受年轻人的关注。

万圣节“扮演精灵鬼怪”的玩法，满足年轻人的猎奇心理，在神秘热闹的氛围中，可以瞬间释放各种生活压力。在游戏心理、游戏氛围上，符合当代年轻人的习性。



传播策略出炉

借力打力，将“竞争对手”成为“神助攻好友”，在最适合的节点-万圣节，破壁合作：

破壁“游”乐场 万圣节惊悚开张

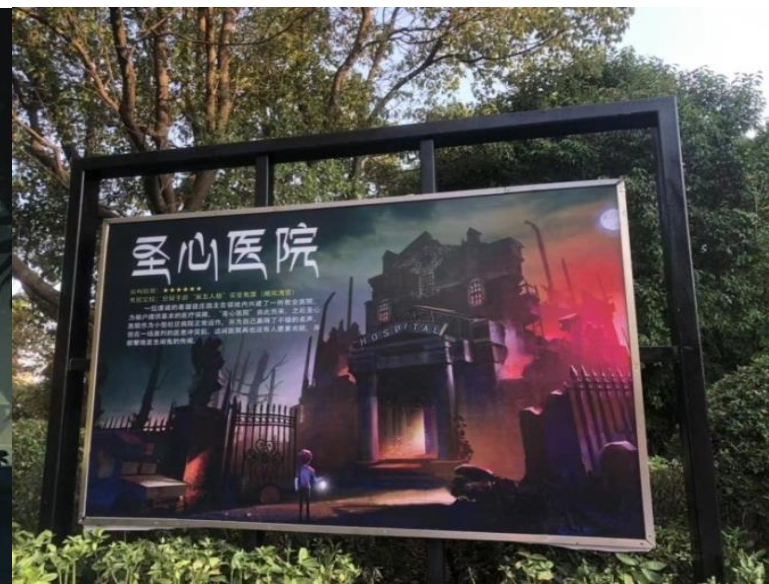
策略核心

在欢乐谷真实世界里，重现虚拟的惊悚乐园

打造沉浸式实景体验

将线上游戏快感延续到线下欢乐谷，让年轻人路转粉

全国七城欢乐谷联动打造： 万圣节第五人格同款“鬼屋”



《第五人格》IP为欢乐谷恐怖加持
打造最有年轻特色的IP营销，在众多游乐场营销中脱颖而出

最大化还原游戏体验细节 在欢乐谷充分享受《第五人格》带来的刺激感



游戏内进场场景



游戏内小丑角色

将游戏中的场景和角色变为现实

还原游戏中的互动玩法 以全新万圣节惊悚互动体验，挑战玩家心理极限

不再是俗套的南瓜cosplay
而是毛骨悚然的暗黑画风、刺激烧脑的解密环节



游戏内解密场景



在鬼屋中互动还原



线下的惊悚感更是延伸到了虚拟世界，弥漫全线——

欢乐谷全线巧妙植入，网友充分沉浸在欢乐谷营造的恐怖世界



游戏内——定制一整套的欢乐谷惊悚装
特别将欢乐谷LOGO设计成头饰



游戏外——打造线上版“第五惊魂夜”心跳体验
通过答题得出心跳指数，吸引大家到欢乐谷壮胆体验

（点击图片可播放）

收获总关注数：**750,998,570**

万圣节期间，全国七城欢乐谷入园人数合计**450万**

同比2017年万圣节入园人数增幅**60%**

主题鬼屋成功吸引玩家来到现场体验： 等候三小时已成玩家常态，玩家主动发微已成体验标配

