

以侠之名——一梦江湖×深圳动物园虎年公益

- ◆ **品牌名称：**一梦江湖
- ◆ **所属行业：**网络平台及服务类
- ◆ **执行时间：**2021.12.01-2022.06.01
- ◆ **参选类别：**公益营销类

结案视频

<https://b23.tv/Ew2HLFR>

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

独家认养东北虎，光荣担任《一梦江湖》野生动物宣传大使

名字：梦梦

职称：《一梦江湖》
野生动物保护公益大使

体重：400斤

星座：双子座



2022年是虎年，《一梦江湖》以全体玩家名义，在园内领养一只东北虎，取名为“梦梦”，并成为“野生动物保护公益大使”，携手深圳野生动物园发起大型野生老虎保护公益活动，用行动体现社会价值。



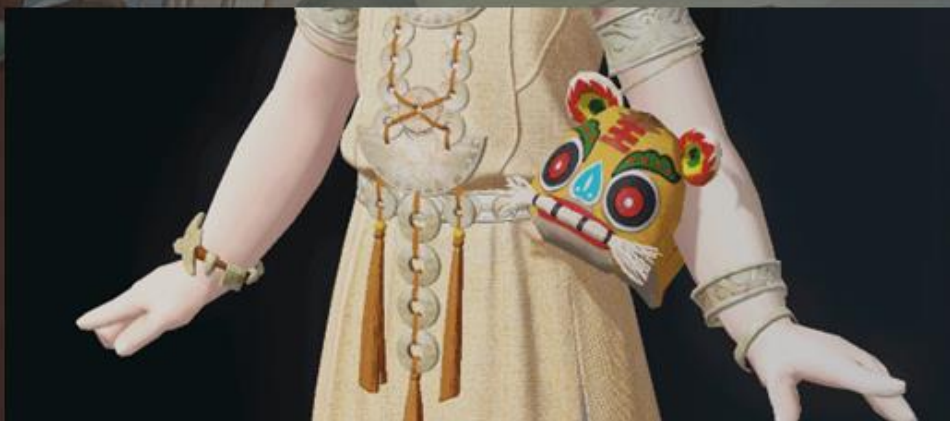
洞察

- 1、一梦江湖玩家十分喜欢有参与感、有社会意义的公益活动。参考此前植树节推出的“沙漠绿洲”公益种植活动。本次与深圳野生动物园的合作，是线上线下的双线合作，能够让玩家全面地参与其中。
- 2、2022年是虎年，以虎为噱头的商业活动不胜枚举，但若以虎年为契机，发起大型珍稀动物东北虎保护公益活动，更能引起公众的注意和重视。且一梦江湖近年来也一直致力于做公益活动、积极承担社会责任。
- 3、这是一次顺应用户喜好和完美适配新春虎年节点的借势营销。

策略

- 1、独家认养东北虎，光荣担任《一梦江湖》野生动物宣传大使
- 2、游戏植入东北虎形象，加深公益联动形象
- 3、线下园区实地宣传，转化双方品牌用户
- 4、线上线下深度联动，以双方用户容易感知的宣传形式切入，用完整的活动传播链路达成双赢局面。

游戏植入东北虎形象，加深公益联动形象



梦梦同款游戏挂件“湖湖生威”、“腰挂·虎噜噜”、“头挂·大王”上线后，因其可爱的外观和精良的制作度受到了大部分玩家的好评

线下园区实地宣传，转化双方品牌用户

- 以“梦梦”为主角前往园区拍摄东北虎科普小短片，视频发布后曝光量过万，官方为回馈玩家们的喜爱抽取10位玩家前往动物园看望“梦梦”
- 动物园还为“梦梦”在园区开设独立专区，并颁发了“守护大使”的挂牌在专区展示，借助双方优势资源进行线上推广引流到线下。不仅能提高双方品牌影响力和美誉度，也能带动用户进入游戏/去到动物园了解野生动物，带来游戏用户和园区游客的增量，达成双赢目的。



用户反响

玩家对于本次合作好评如潮，官方素材自然播放量高达35W，玩家还为此自发进行了二次创作，“梦梦”的同款游戏挂件深受玩家喜爱，产生了100+ugc内容，更有玩家专程前往动物园看望“梦梦”。

