

# 2021快手 “趁热上场” 全民王者特效大赛

- ◆ **品牌名称**：王者荣耀
- ◆ **所属行业**：网络平台及服务类/网络游戏
- ◆ **执行时间**：2021.08.01-08.30
- ◆ **参选类别**：短视频营销类

## 结案视频

<https://docs.qingque.cn/file/eZQD3P1FztnxrUQWoyAJHExnz?identityId=1oE2LkKoPjw>

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

## 营销背景：不变 VS 转变

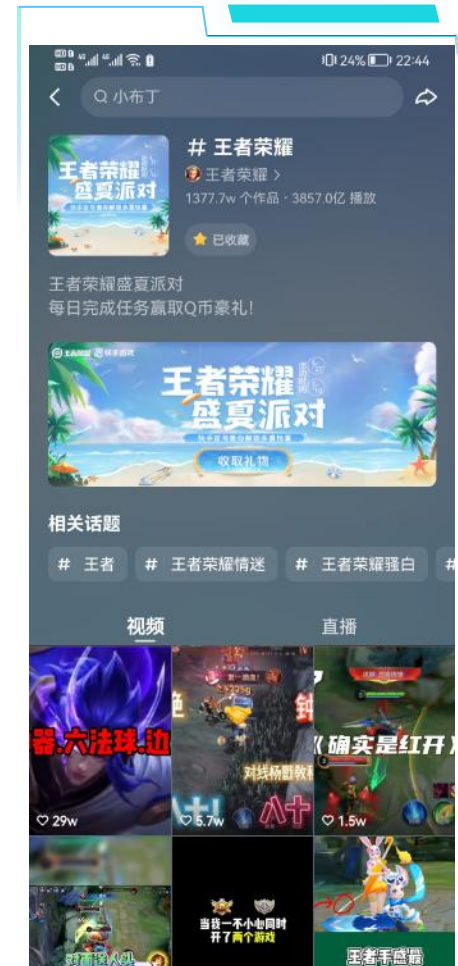


### 不变的“王者”地位

拥有1868w快手粉丝的国民级游戏《王者荣耀》  
常年稳坐MOBA（多人在线战术竞技游戏）类手游的头把交椅

### 顺势下的营销之变

传统买量不再是唯一，从买量相争到存量对抗！  
内容即广告，广告即内容，游戏厂商逐步关注产品的内容生态经营  
《王者荣耀》开始发力快手内容建设，以谋求内容所带来的新增长点



## 传播目标

借势夏日暑期黄金节点，以娱乐化营销诠释《王者荣耀》“趁热上场”夏日活动主题，持续提升游戏品牌影响力和话题热度  
**同时最大化快速沉淀用户喜闻乐见的UGC作品，强化游戏生态内容经营。**



## 挑战：打破过往固定思维，另辟蹊径，一个月实现内容井喷和裂变！

《王者荣耀》过往在优质短视频创作上有着较高的门槛，需要通过更有梗的选材创意、极强的技术指导性，或者是剪辑技术，而这就无疑拉高了玩家在短视频平台生产内容的门槛，与其它竞品手游相比，作品产出难度更大。

**品牌对短视频内容生产的过往思维和做法面临着必须破局的压力。**

选材创意要求更高

极强的技术指导性

剪辑视觉冲击力强



作品创意要求低

内容维度更宽泛

直播片断速剪

注：以《和平精英》短视频特点对比为例

## 核心洞察1：提高内容生产意愿和门槛问题

### 适配喜好，取悦用户

快手魔法表情，以其奇特趣味性和创意多元化，高参与度和低门槛的优势特点，很大程度上短时间内促进短视频作品井喷式生产和裂变传播效应。王者荣耀100+位英雄形象深入人心，为魔法表情奠定了很好的设计条件，加持多路径黄金资源及丰富激励机制，可实现UGC作品的快速增长。



作品数 23w+

播放量 19亿+



作品数 6.5w

播放量 2.5亿



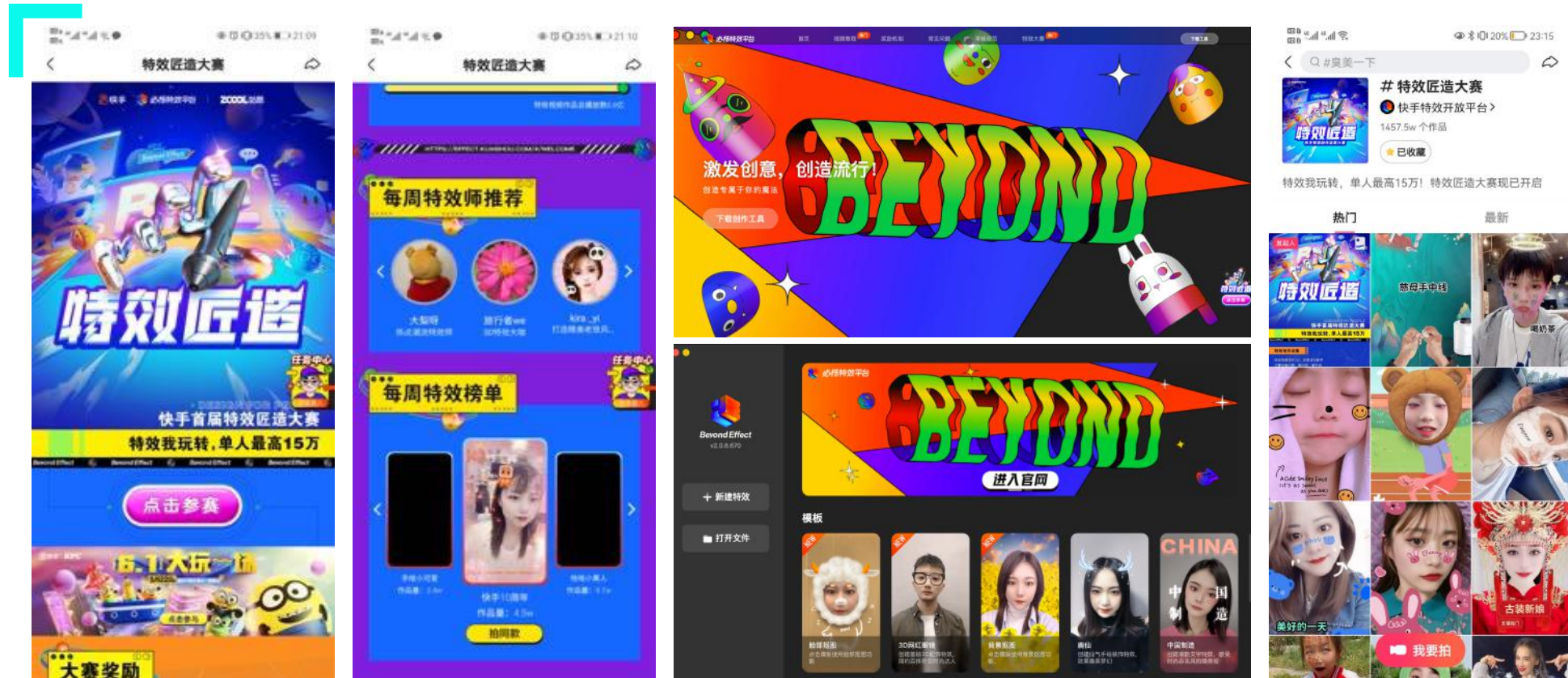
作品数 8.4w+

播放量 8.2亿+

## 核心洞察2:提高单人多次长周期参与问题

创意不断翻新，才能持续激发

- 品牌平均单次仅定制1个魔法表情，几乎没有系列性或多重主题性，新鲜感周期短，同一个用户，对同一个魔表特效多次拍摄的机率较低；
- 快手【特效匠造】特效设计师开放平台，像一个自动的魔表创意制造机，可持续为游戏中不同的英雄形象设计更多元的新鲜特效作品；



## ▶▶ 传播策略：平台产品赛事化共建

### 2021快手“趁热上场”全民王者特效大赛

以IP联合为点

快手IP级项目“特效匠造”联合《王者荣耀》IP，卷入更多玩家/用户、特效师、短视频创作者共同参与。

以赛事玩法为线

将魔法表情打造为特效赛事，吸引特效师不断设计创意模板，激发用户利用模板低门槛拍摄更多内容，实现全民内容共创。

以娱乐共创为面

以魔表特效丰富《王者荣耀》泛娱乐互动营销，快速最大化实现《王者荣耀》在快手平台的内容资产沉淀和影响力覆盖。

“稳住，我们能赢！”





## 创意实施

大赛主以征集招募/公示大推2大阶段进行，用户可通过2种身份的任一一种或两种参与  
即作为特效设计师参与特效作品设计竞赛，亦可作为用户或内容创作者参与作品的短视频使用特效作品来拍摄魔表

**阶段1 - 招募阶段**  
8月1日 - 8月20日

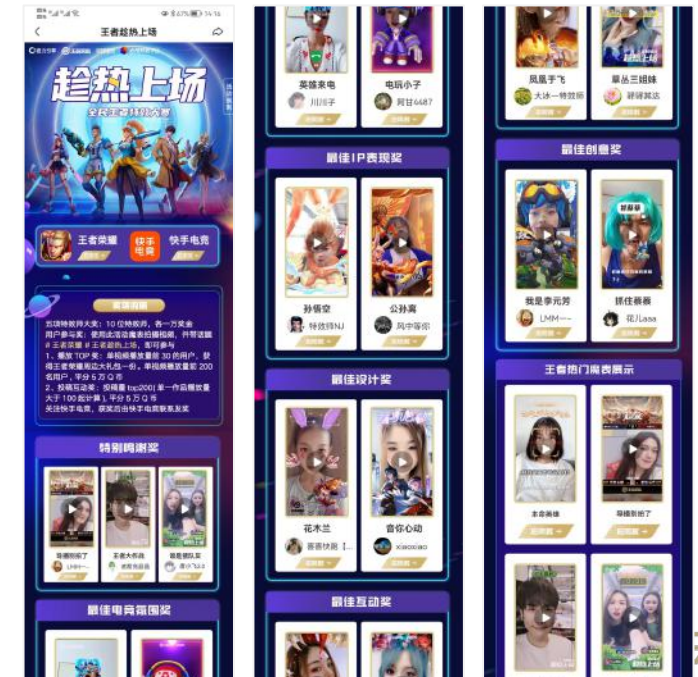
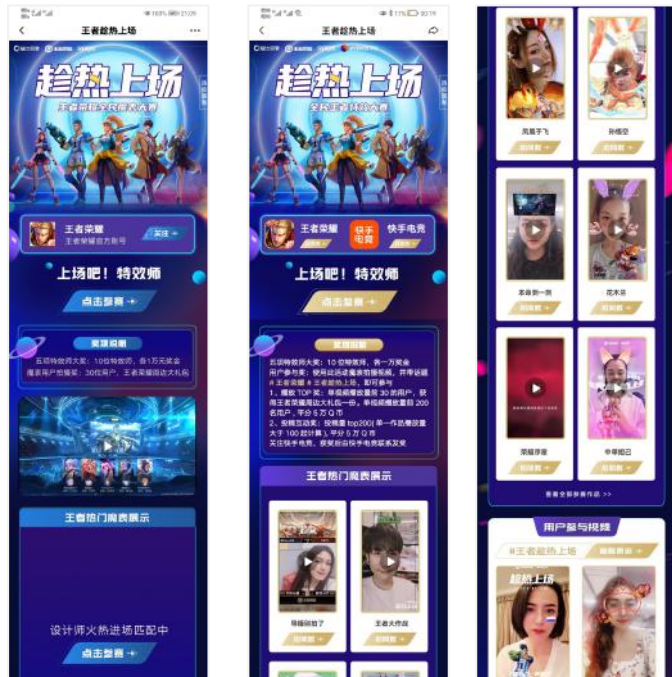
广泛征集特效师魔表作品  
特效师通过活动H5聚合页 + 专属创作平台控件  
完成设计并上传参赛

**阶段2 - 公示阶段**  
8月21日 - 8月28日

参赛魔表作品集中公示，公示结束后用户拍摄量  
top50的特效模板进入终选名单

**阶段3 - 评奖阶段**  
8月29-8月30日

官方综合考虑奖项契合度和参考评选维度  
每个奖项在终选名单中选出2名共计10名获奖者



## 项目效果



项目总曝光  
34亿+

投稿特效师  
近百位

特效师投稿量  
300+

优质魔表作品  
200+

用户作品数  
44.9w

作品播放量  
30.1亿



## 项目亮点



First blood

刷新《王者》&快手效果新纪录  
作品数超预期效果4倍、作品播放量超预期效果3倍+

Double kill

IP联合共创  
特效产品赛事化泛娱乐营销

Triple kill

3位快手签约明星特效师  
全情加入

Quadra kill

商业化+游戏社区+特效稀缺资源合力  
打造全域事件，最大化覆盖全站用户

Penta kill

不是一个人的王者，是团队的荣耀  
16个快手团队守望相助

## ▶▶ 亮点1：刷新《王者》&快手效果新纪录

预期用户作品数：10万

预期短视频播放量：8亿

**实际作品数44.9万，超预期效果的4倍！**

**实际播放量30.1亿，远超预期效果的3倍！**

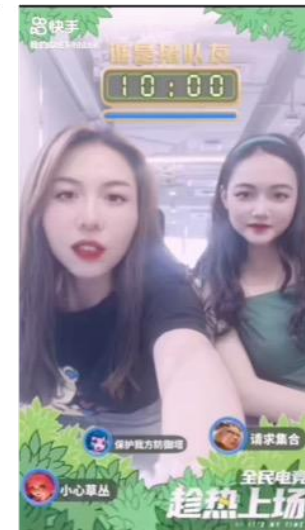
王者荣耀在线测试向

电竞现场  
人物直播

整蛊搞笑创意向

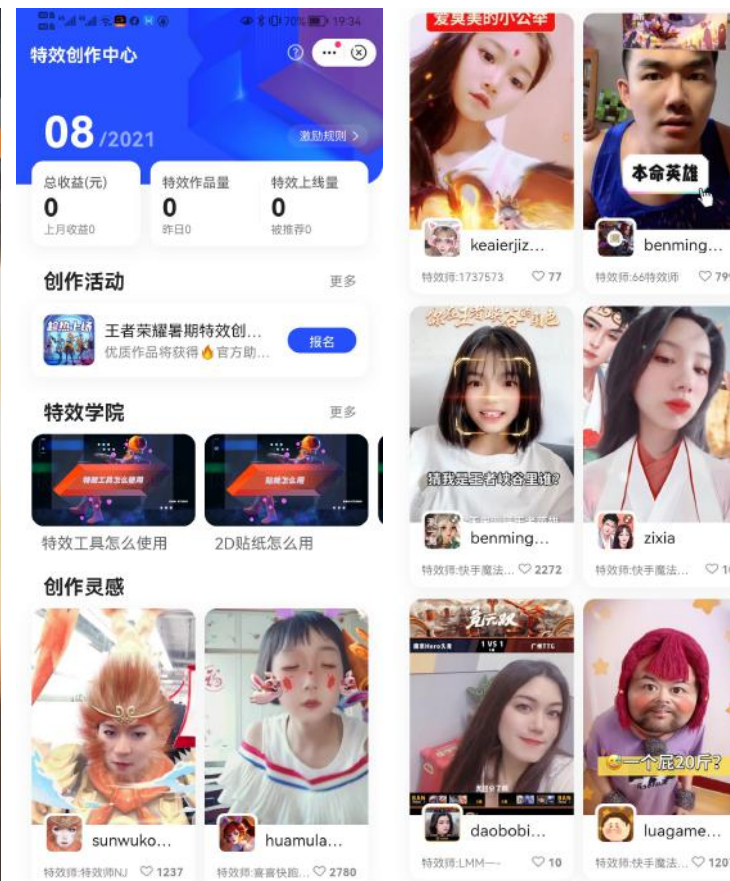
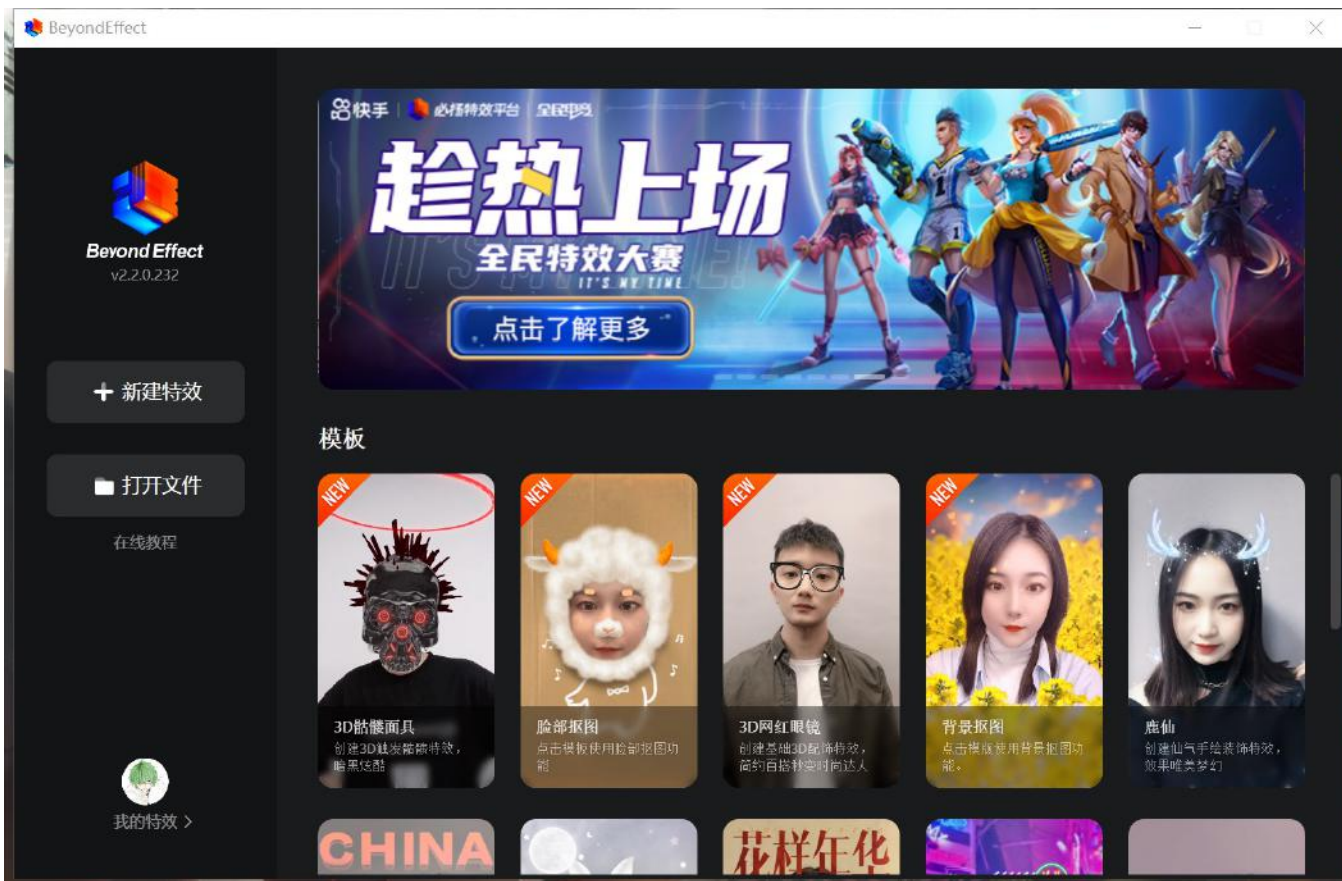
好友互动玩乐向

英雄技能向



注：部分魔表作品展示

## ▶▶ 亮点2：IP联合共创，特效产品赛事化泛娱乐营销



快手必扬特效师开放平台全程监制

## ▶▶ 亮点3：3位快手签约明星特效师全情加入

### 特别鸣谢奖



**导播别拍了**  
LMM一一

拍同款 →



**王者大作战**  
诸葛亮晶晶

拍同款 →



**谁是猪队友**  
唐小飞2.0

拍同款 →

113 粉丝 9 关注

**LMM一一**

快手特效师

作品 2    动态 30    魔法 142

- 导播别拍了 2354次使用
- 嫦娥仙子 1次使用
- 嫦娥奔月 0次使用
- 广寒宫玉兔 1次使用
- 假期等等我 3次使用
- 假期已不足 779次使用

373 粉丝 236 关注

**诸葛亮晶晶**

快手特效师

作品 0    说说 1    收藏 16    魔法 62

- 王者大作战 1.3万次使用
- 嫦娥荡秋千 2次使用
- 悠悠游戏 10.0万次使用
- 鲁班出军 5.2万次使用
- 王者大作战 1.3万次使用

23.3w 粉丝 196 关注

**唐小飞2.0**

快手特效师

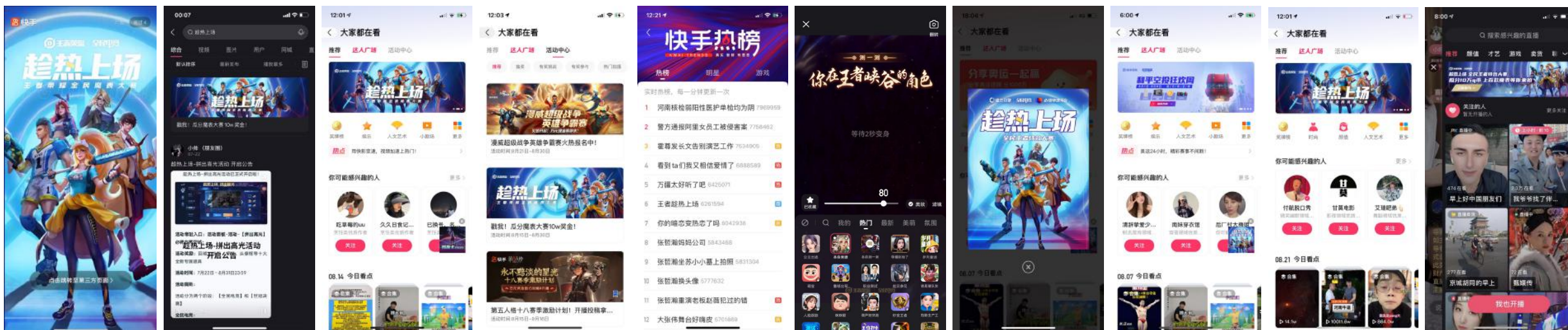
作品 89    说说 4    收藏 3    魔法 183

- 谁是猪队友 2.9万次使用
- 月圆中秋 0次使用
- 中秋节 1次使用
- 中秋佳节 1次使用

“快手首届特效匠造大赛” 签约特效师

## ▶▶ 亮点4：商业化 + 游戏社区 + 特效稀缺资源合力打造全域事件，最大化覆盖全站用户

### 1、商业化黄金资源矩阵广而告知



开屏

搜索结果页 banner

侧边栏2号位 - 精选推荐 banner

侧边栏2号位 - 热门 (精选) 活动

搜索热榜

魔法表情 推荐位

侧边栏弹窗

侧边栏挂件

侧边栏精选 banner

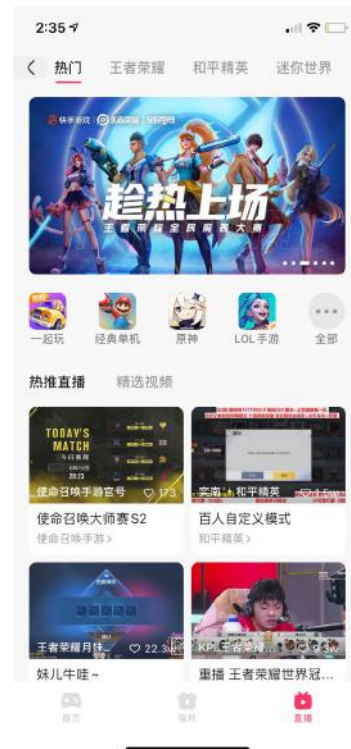
直播广场

## ▶▶ 亮点4：商业化 + 游戏社区 + 特效稀缺资源合力打造全域事件，最大化覆盖全站用户

### 2、游戏社区资源首次赋能商业化活动，精准定向游戏/王者玩家



王者荣耀专区热门焦点图



王者快手品牌号最新活动号召



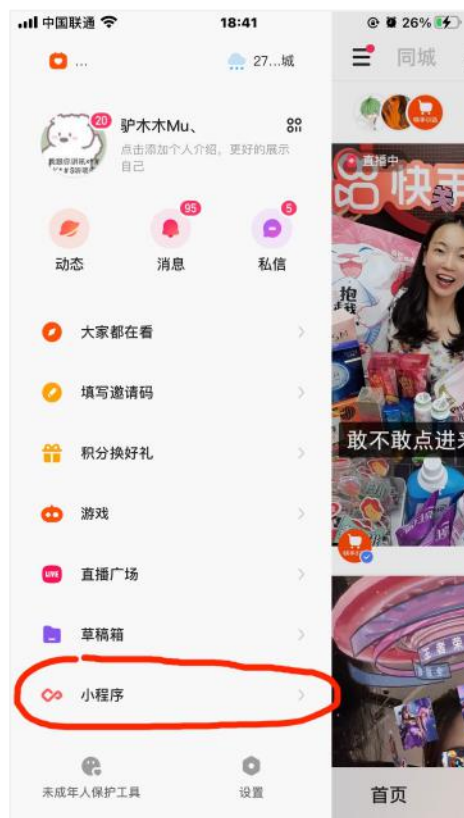
快手王者所有游戏主播直播间互动专区





## ▶▶ 亮点4：商业化 + 游戏社区 + 特效稀缺资源合力打造全域事件，最大化覆盖全站用户

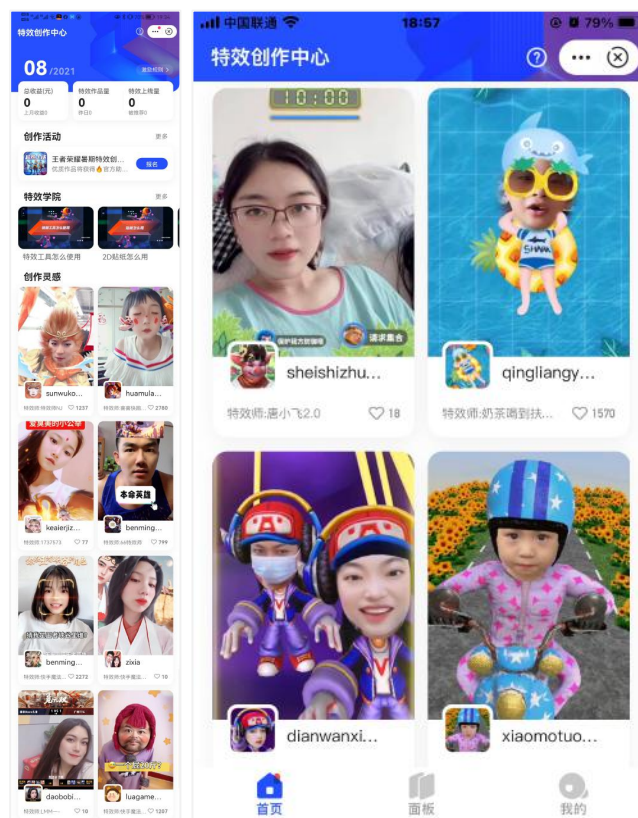
### 3、特效平台首次开发专属稀缺资源，精准定向全站特效师



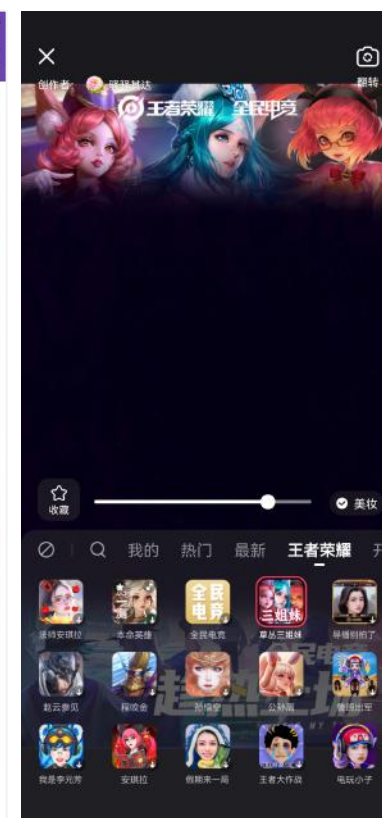
搜索特效创作平台1



搜索特效创作平台2



小程序创意灵感库  
优质demo



王者专属tab  
15款优质魔表推荐