

竖屏创意助力《江南百景图》快速获客

- ◆ **品牌名称:** 江南百景图
- ◆ **所属行业:** 游戏
- ◆ **执行时间:** 2020.02.01-03.19
- ◆ **参选类别:** 创意类

• 项目介绍

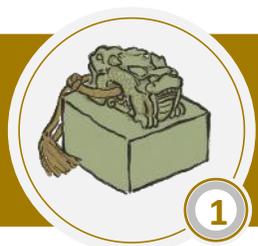
椰岛游戏的“江南百景图”是一款古风模拟经营手游，以中国传统山水画风和明朝趣味百态吸引受众下载。

• 推广市场

港澳台



[项目目标]



1



上线前期冲击榜单
Top 10



2



维持港澳台地区每日
5000+ 新增

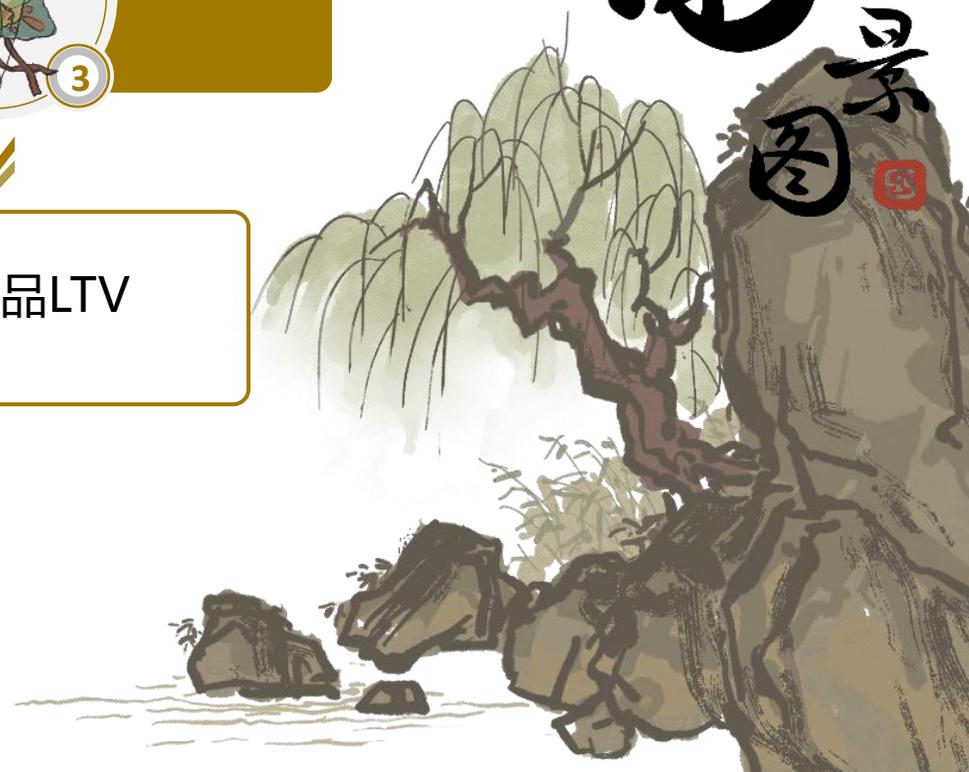


3



提升产品LTV

江南百景图



项目难点:

- 港澳台年轻人在西方教育背景下成长，与中国传统文化有距离感；
- 港澳台中西文化交融，媒体环境复杂，选择多样化；
- 古风模拟题材的游戏缺少同类产品，创意难度大。



创意策略分析

- 目标市场：港澳台

- 目标受众：18-45岁女性用户

- 推广时间：2个月

ANALYSIS 01

市场渗透率

- 2019年，香港共有超过597万人拥有智能手机，渗透率达**91.5%**。（来源：香港政府统计处）
- 台湾智能手机用户占总人口的**73.4%**。（数据来源：eMarketer, 2016）

市场机遇

港澳台智能手机普及率高，手游市场成熟，市场机会大；人们接收信息的平均时间不断减少，**手机文化快餐**势不可挡。

ANALYSIS 02

用户触媒习惯

- 港澳台用户短视频使用率高达**56.3%**，碎片化娱乐成主流；
- TikTok排名香港地区最爱App Top **3**，女性用户占**76%**；台湾地区最爱App Top **5**，女性用户占**75%**，且月活达**300万**，月均视频播放量**31亿**。（数据来源：飞书iCenter数据平台）

媒体选择

港澳台地区**TikTok**大受欢迎，用户基数大，且主要为女性，完美契合“江南百景图”**18-45岁女性目标用户**。

ANALYSIS 03

广告形式及效果

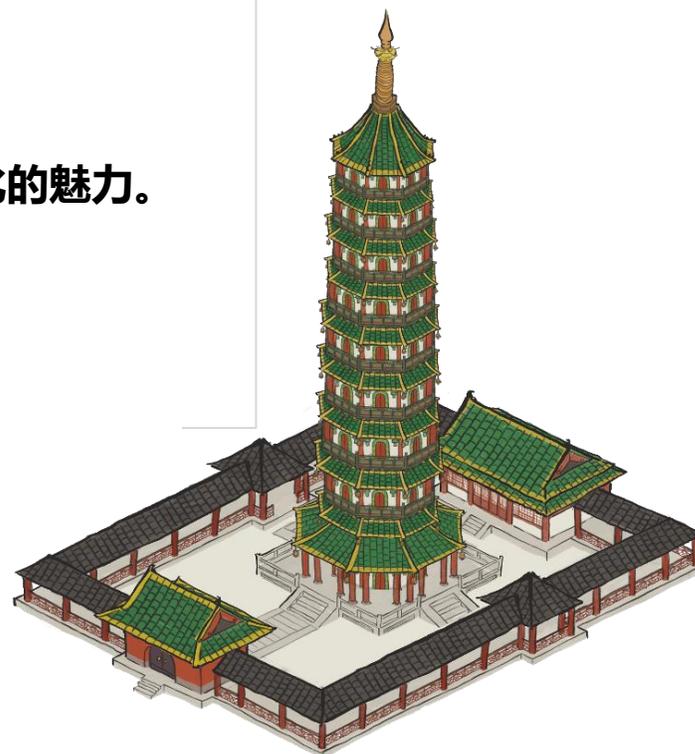
- 抖音官方数据显示，竖版广告印象度是横版广告的**2.5倍**，完播率是横版广告的**2倍**。

竖屏创意

TikTok的竖屏观看模式更符合现代人快速获取视频信息的喜好，更利于“江南百景图”的游戏展示，给玩家带来**沉浸式体验**。

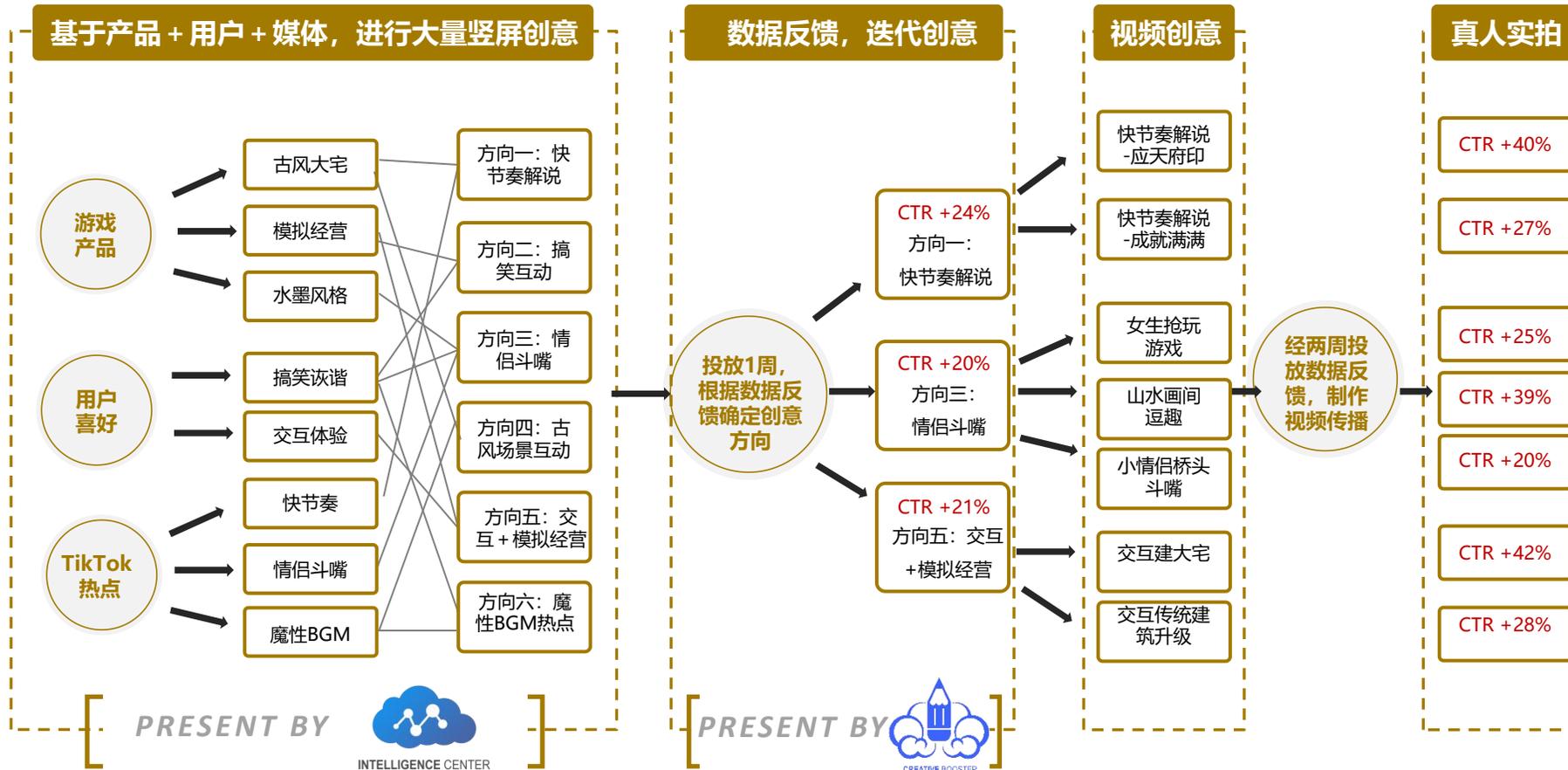
创意策略结论

**TikTok+竖屏创意形成合力，
用前沿的、数字的方式输出中华传统文化的魅力。**



创意优化策略

基于产品、用户和媒体，结合数字化创意方法论，根据数据反馈，不断优化投放素材，迭代创意



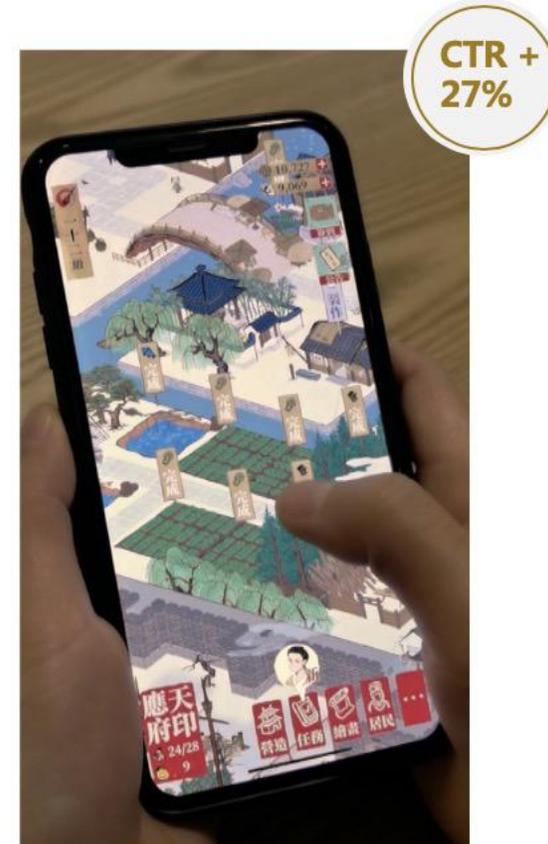
注：以上数据均来自飞书iCenter数据平台

创意执行方向一：中国元素和传统音乐的快节奏解说

- 将游戏中的中国元素、古风音乐与TikTok上热门的快节奏解说方式相结合，短时间内捕捉用户注意力。
- 其中，“快节奏解说-应天府印”、“快节奏解说-成就满满”取得了最佳投放效果。
- 快节奏解说-应天府印：
<https://v.qq.com/x/page/s314834hhfj.html>
- 快节奏解说-成就满满：
<https://v.qq.com/x/page/z3148yz5t4u.html>



快节奏解说-应天府印



快节奏解说-成就满满

创意执行方向二：传统文化内容+“情侣斗嘴”创意

- 针对香港地区TikTok榜单最热门内容，结合“江南百景图”制作了符合用户习惯的“情侣斗嘴”系列创意。
- 其中，投放效果最佳的是“山水间逗趣”、“女生抢玩游戏”、“小情侣桥头斗嘴”。
- 女生抢玩游戏：
<https://v.qq.com/x/page/q31481tbxiu.html>
- 小情侣桥头斗嘴：
<https://v.qq.com/x/page/t3148tqifvl.html>



女生抢玩游戏



山水画间逗趣



小情侣桥头斗嘴

创意执行方向三：基于中国风的交互+模拟经营创意

- 基于智能手机人屏交互的特点，同时考虑到TikTok用户的喜好，制作了交互与模拟经营相结合的创意，增强玩家沉浸式体验，促进互动点击。
- 其中投放效果最佳的是“交互建大宅”、“交互+传统建筑升级”。
- 交互建大宅：
<https://v.qq.com/x/page/p31480dcogr.html>
- 交互+传统建筑升级：
<https://v.qq.com/x/page/z3148c6e3qq.html>



交互建大宅

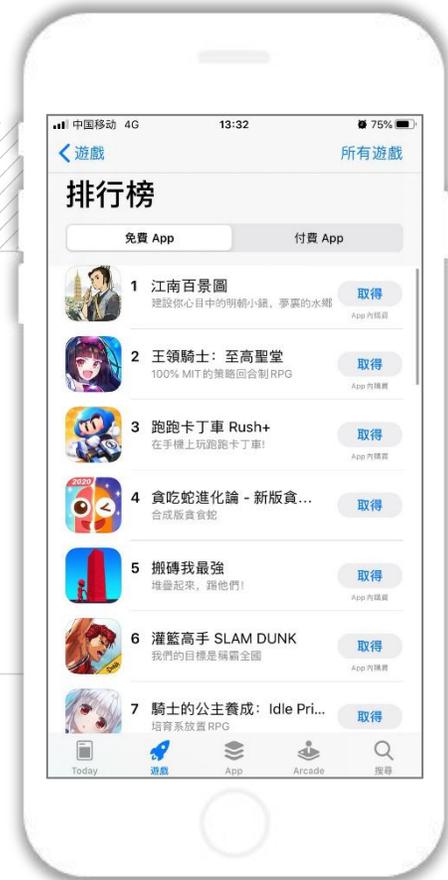


交互+传统建筑升级

上线初期即获强烈反响，深受玩家喜爱

- 每日新增最高达**16000+**安装，超预期**3倍**以上，CPI降低**35%**;
- 游戏留存**高于50%**,超过同期模拟经营游戏**13%**;
- 上线首周获取**10w+**用户,共计获取核心受众**15w+**;
- 上线首周台湾游戏榜单**Top 10**,3月22日登顶台湾模拟游戏榜单**Top 1**。

注：以上榜单数据来源于App Annie，其余数据均来源于飞书深诺iCenter数据平台



[创 意 方 法 论]



Step 1

创意策略

立足于产品卖点，分析用户，选择TikTok渠道，研究媒体热点和用户偏好



Step 2

创意实现

基于产品 + 用户 + 媒体，在移动场景下，延展“江南百景图”竖屏创意，全屏展示提升受众的沉浸式体验



Step 3

创意迭代

经由数据驱动，不断完善更迭创意，用前沿的、数字的方式输出广告素材，使得ROI最大化



Step 4

效果升级

创意趋势 + 数据驱动，系统化的创意方法论，历经大量广告长久验证，是飞书深诺多年来的实践成果与经验总结