**QQ飞车手游新春短片《孟翔的飞车》**

**广 告 主**：QQ飞车手游

**所属行业**：游戏行业

**执行时间**：2022.01.01-01.29

**参选类别**：视频内容营销类

**营销背景**

《QQ飞车》手游稳定运营4年，玩家群体已基本沉淀。此次春节版本推出太空守卫主题机甲赛车，是重磅游戏资源，品牌主希望可以通过内容营销的形式，在年轻人群体中做一次破圈传播，拓宽受众面并对流失用户进行情感召回。

**营销目标**

在年轻人群体中焕新飞车的品牌形象，与玩家建立情感联系，并且借势全民级的流量节点，打造爆款内容，整体拉升产品MAU。

**策略与创意**

太空守卫主题机甲赛车被玩家期待的背后，是《QQ飞车》手游对于用户的精准洞察。孩童时期一辆酷炫的模型赛车，一个胸口会发光的奥特曼，一把煞有其事的光剑，是每个男孩都无法拒绝的礼物。孩子们期盼驾驶赛车，使用武器，变身英雄，去征服世界，这份童心弥足珍贵。何不让梦想中的飞车，插上想象的翅膀，化身太空守卫，去实现你曾幻想的一切不可能？为此，我们希望打造一支温情的创意短片，将孩童的梦想与春节这样天然存在共鸣的节点，做一次融合诠释。

**执行过程/媒体表现**

[【全明星贺岁】全村造车，梦幻联动！\_哔哩哔哩\_bilibili](https://www.bilibili.com/video/BV1jm4y1f7Au/?spm_id_from=333.999.0.0)



我们邀请了B站知名影视UP主，影视飓风团队，作为短片的拍摄制作团队，他们的内容视角兼具科技与人文，是这次需求的不二人选。同时邀请了知名手工作者手工耿，前国民交通节目《谭谈交通》主持人谭乔，意外走红的二仙桥大爷，出镜参演，共同拍摄了一支温馨幽默的剧情短片《孟翔的飞车》，短片以孩童天真烂漫的想象切入，呼吁大家关注留守儿童渴望与父母团聚的心愿。基于春节背景下的洞察，为孩子的想象力插上翅膀，既体现了品牌的人文温度，也在社交平台上引起了广泛共鸣——“世上没有会飞的车，但总有用心的人。”

**营销效果与市场反馈**

短片在全网收获曝光量1000w+，累计互动量达29.7W，凤凰网、vista看天下等官方媒体参与传播。短片中出现的【耳火】【蓝翔】【麻将车】等QQ飞车手游专属的内容标签已通过出圈的内容事件在玩家群体中形成了相当强的品牌感知及品牌记忆点。