

为高校电竞“加冕”，一加手机乘胜追击

广告主：一加手机

所属行业：3C 数码

执行时间：2018.10-2019.06

参选类别：体育+数字营销类

营销背景

手机行业各大厂商近年来积极发力手机游戏性能，为用户提供更好的游戏体验的同时展现自己的硬实力以获得更多用户认可。

营销目标

针对高校重度玩家，一加手机和腾讯王者荣耀高校联赛展开定制化合作。以“第五届王者荣耀高校联赛”为结合点，凭借这一强大游戏 IP 的关注度与号召力，为一加提供与全国百所高校玩家沟通的契机，也让玩家真实体验到一加手机的杰出性能。

策略与创意

网络发展为众多产业开拓了施展空间，其中变化最为突出的莫过于电竞。随着电竞被列入亚运会表演赛，同时各大高校也陆续开设电竞专业，这一切意味着电竞游戏早已从小众的娱乐活动上升为庞大的文化产业。

凭借 DMP 数据大脑，腾讯助力一加手机准确制定市场策略，通过对一加 6 的用户画像分析，发现高校学生群体占比超过 50%，学生们喜爱二次元与游戏世界，43%的用户日均游戏时长达 3 小时以上，是游戏的重度玩家，并且付费意愿极高，观看游戏直播/比赛相关视频的兴趣浓度为均值的两倍。一加手机硬件强悍、操作流畅，正是一款符合这群用户诉求的“手游利器”。

执行过程/媒体表现

一加手机和腾讯王者荣耀高校联赛展开定制化合作，为最大化利用 IP 影响力，最大范围覆盖 TA，获得王者荣耀高校联赛授权的一加，全面打通官方网站、社交、电商平台以及拥有高人气的线上社区等渠道，与赛事紧密配合，开展赛事 IP 招募、赛事预告等大规模宣传推广，获得积极的市场反响，打造了 IP 营销合作共赢的典范，也实现了品牌声量传播的最大化。

本次合作中，一加手机将为“第五届王者荣耀高校联赛”提供即将发布的年度旗舰新机——“一加 6T”作为官方用机，成为每位高校选手备战下一轮挑战的利器。



营销效果与市场反馈

目前为止线上曝光过亿，线下覆盖 92 所高校，近 3 万来自高校的电竞赛手参与比赛，覆盖线下高校活动人数近千万。