

逆水寒端游 六周年视频内容营销

- 品牌名称：逆水寒端游
- 所属行业：游戏行业
- 执行时间：2024.07
- 参选类别：视频内容营销类

江湖宿命
所有相遇
都是相逢



【马刀刻森】



【老李船长】



【榴莲阿呀】

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

https://pan.baidu.com/s/1od6n5kvl7pp_NYPr4PgiGA

提取码: khdg



项目背景

逆水寒端游于24年6月开启周年庆活动，端内也将围绕庆典活动进行一系列重磅更新——**新流派【沧澜】首曝，全新团本以及PVX玩法更新。**

六周年的逆水寒端游，从玩法到故事，从流派技能到全新副本，每一处细节都体现出游戏历经六年依旧旺盛的创造力，希望通过这些内容不负每一位同门的期待。



传播目标

产品侧

提炼周年庆更丰富自由的新玩法内容
促进用户回流、刺激潜在群体拉新

品牌侧

强化逆水寒是国内最头部的MMO
走过六年依然保持国产武侠游戏顶尖水平
还在持续给玩家带来惊喜，为行业引领创新

IP侧

提升逆水寒整体IP热度，强调逆水寒开放世界的更好玩和更多元

策略思考

逆水寒六周年如何强化 品牌印象标签？

如何让受众对“会呼吸的江湖”、
“好玩不花钱”更有感知？

挑战点

从魔兽国服退出国内游戏市场后，
逆水寒逐步稳居国内MMO头把交椅的位置，
武侠类游戏品质参差不齐，
但在一定程度上会影响大盘用户的短期选择。

如何延续产品统治地位，不断培养玩家的新鲜感和忠诚度？

机会点

游戏已经积累了一定的忠实玩家群体和成熟社区，逆水寒手游的
火热，带动了潜在IP转换人群增长；大量逆水寒流失用户并没有更
好的同类MMO产品选择——

如何找到这群潜在用户或者是形成二次召回？

逆水寒六周年 不止于“6”

我们针对国内MMO游戏市场逐渐式微的现状，总结出本次传播核心主题“**逆势上扬，不至于6**”，围绕6周年，新流派沧澜成为爽文男主等营销点，通过游戏及多圈层达人的情境化演绎，持续释放游戏依旧是国产武侠游戏巅峰的信号，玩法内容高品质不“断档”，有效促进用户回流并拉新。



策略分析

《逆水寒》端游希望基于周年庆重磅内容更新，梳理出爆款营销切入点，

在核心平台打造流行头部内容，制造破圈话题，抢占平台头部产品内容投放比，不断强化玩家头部产品认知，阻断竞品对目标用户的分流。



强调逆水寒一直在迭代玩法，推陈出新



标签化版本沧澜流派，突出核心亮点



通过深耕宋式美学与传统文化，拉动玩家再“回家”看看



多维度完善内容生态（二创、攻略、整活），增加玩家黏性和好感

沧澜登场 新流派比6更6

周年庆期间，最让玩家期待的是游戏内重磅更新的新流派沧澜。
这是《逆水寒》端游的第十二个流派，门派主张征服“海洋”，
以“摧山断浪”之势，破除眼前一切障碍，
直面巨涛与风浪。
无论是流派故事和人设，都十分带感。

➤ 策略提炼

新流派沧澜，逆水寒唯一指定霸总



沧澜 · 逆水寒唯一指定霸总

造型有型

征服欲强

家里有矿

能抗能打

安全感十足

在强化逆水寒“会呼吸的江湖”核心主题同时

后续的所有创意都将围绕这一标签展开

➤ 新流派沧澜，逆水寒唯一指定霸总 ◀

策略端 思路提炼

梳理新流派特色卖点
总结具有大众感知的标签梗点

密集铺设爽文大男主关键词
营造人设效应信息茧房

差异化输出周年庆氛围感
强势撬动正向口碑扩散

执行端 思路提炼

围绕印象点进行素材向扩散
素材上注重贩卖“爽感”

精准覆盖核心圈层
实机展示串联更多卖点切入玩家体验

宋式美学价值氛围营造
进一步拉高周年庆玩家期待值

链接平台中头部达人，输出精品化内容，花式打造沧澜流派玩法特点，
从核心内容到玩法更新，进一步稳打稳扎实现破圈，
从而提升逆水寒这一IP的价值和热度。

策略执行1 ➔ 围绕印象点进行素材向扩散，素材上注重贩卖“爽感”

动画手书

【马刀刻森】



视频播放量**475万**，登上B站全站热门，
动画区排行榜**第10位**，全站排行榜**40位**

游戏综合

【锤子GAME】



抽象整活

【伤心欲茄、羊村你喜哥】



剧情演绎

【榴莲阿呀】



结合“爽文大男主”这一自带流量和热度的认知标签，
围绕《逆水寒》端游新流派沧澜自身“大男主”属性，
以丰富视角切入不断强调“强与爽”。

策略执行2 ➔ 精准覆盖核心圈层，实机展示串联更多卖点切入玩家体验

游戏试玩

【好运的鱼】



游戏杂谈

【CCheny6】



生活科普

【老李船长】



链接游戏区中头部达人，
全方位解读此次逆水寒端游的重磅更新亮点。

针对逆水寒IP的核心玩家圈层，围绕沧澜流派中的具体玩法、战斗表现，游戏区达人全方位展示此次周年庆版本，从新流派到新玩法。

视频播放量**237万**，生活区排行榜**第59位**，

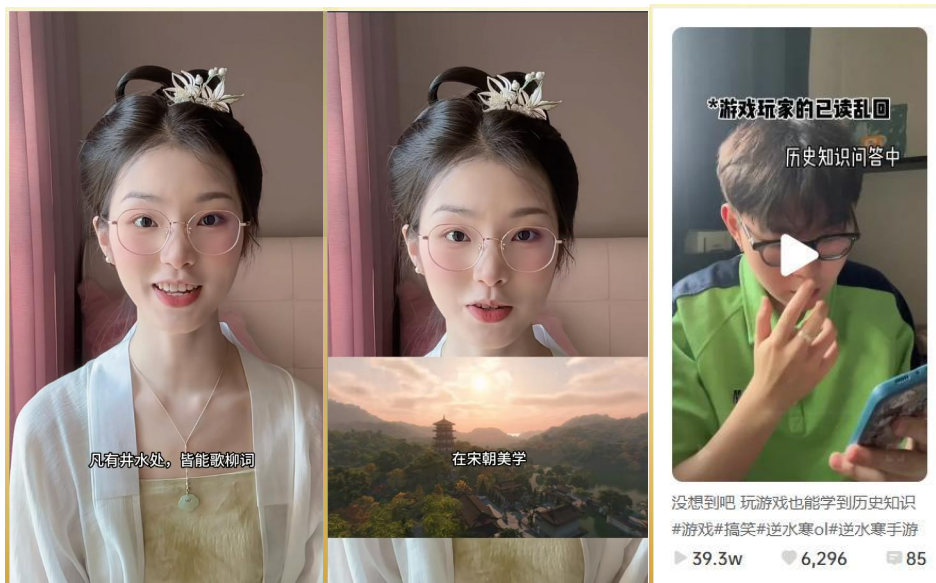
生活区达人从武器入手，从中世纪冷兵器的“弱”到沧澜派武器的“强”进行自然过渡，让玩家大呼过瘾。

策略执行3 ➔ 宋式美学价值氛围营造，进一步拉高周年庆玩家期待值

文化综合

【77不爱读书】

【周正直】



基于此次6周年，我们邀请文化类达人，针对逆水寒的国风美学与传统文化传承，进行积极的展示与深度结合。排面与价值感拉满，给予玩家源源不断的惊喜感。

玩家kol

【八亿少女梦】



让宋式美学基因深入游戏脉络，让传统文化以不同新姿展现给年轻玩家。

项目背景

逆水寒端游于24年6月开启周年庆活动，作为一款运营6年的头部MMO游戏。在挑战与机会并存的临界点之下，游戏希望基于周年庆重磅内容更新、梳理出爆款营销切入点，在核心平台打造流行头部内容，不断强化玩家头部产品认知，阻断竞品对目标用户的分流。强化品牌“会呼吸的江湖”标签，提升逆水寒整体IP热度。

营销洞察

周年庆期间，最让玩家期待的是游戏内重磅更新的新流派沧澜。门派主张征服“海洋”，破除眼前一切障碍，直面巨涛与风浪。无论是流派故事和人设，都十分带感。我们总结出了更利于外围受众感知的，“逆水寒唯一指定霸总”这一标签，诠释沧澜“造型有型、征服欲强、家里有矿、能抗能打安全十足”等流派特点，在强化逆水寒“会呼吸的江湖”“核心主题同时，后续的所有创意都将围绕这一标签展开。

传播策略

通过自带梗点的标签，辐射到更多用户圈层，链接平台中头部达人，输出精品化内容，花式打造沧澜流派玩法特点，从核心内容到玩法更新，进一步稳打稳扎实现破圈，从而提升逆水寒这一IP的价值和热度。
策略执行1：围绕印象点进行素材向扩散，素材上注重贩卖“爽感”
策略执行2：精准覆盖核心圈层，实机展示串联更多卖点切入玩家体验
策略执行3：宋式美学价值氛围营造，进一步拉高周年庆玩家期待值。

效果总结

针对《逆水寒》端游的定制化创意内容，配合官方内容迭新、优秀的运营维护及玩家服务，成功应对挑战，有效带动游戏在全网声量增长，并极大巩固游戏在国内MMO领域的统治者地位。



关键数据

达人内容总播放量

3908 万+

互动量总计

236 万+（转评赞弹幕）

B站爆款

6 个热门视频

全站排行最高 第40/第59/第70