

蛇来运转拳

- **品牌名称：**腾讯
- **所属行业：**互联网
- **执行时间：**2024.12.15-2025.01.15
- **参选类别：**IP营销类



作品视频链接: https://v.qq.com/x/page/q3576ubqg1d.html?url_from=share

花絮视频链接: https://v.qq.com/x/page/z3226cn94i6.html?url_from=share

2025蛇年新春将至，作为中国传统生肖文化中象征智慧、机敏与好运的灵性图腾，蛇年承载着人们对新一年蜕旧焕新、蓄势而上的美好期许。当前，Z世代逐渐成为新春文化消费的主力军，他们既追求**年味的仪式感**，又热衷**新鲜、互动性强的内容体验**，渴望创造独特的春节记忆。



紧跟新年营销风口，腾讯希望结合自身品牌元素与当下年轻人对新一年的期许和祝福，开展一次**趣味性十足、蛇年特征明显**的新春营销，将腾讯与新春祝福进行关联，**在互联网上引起用户传播，拉近与年轻人群的心理距离。**



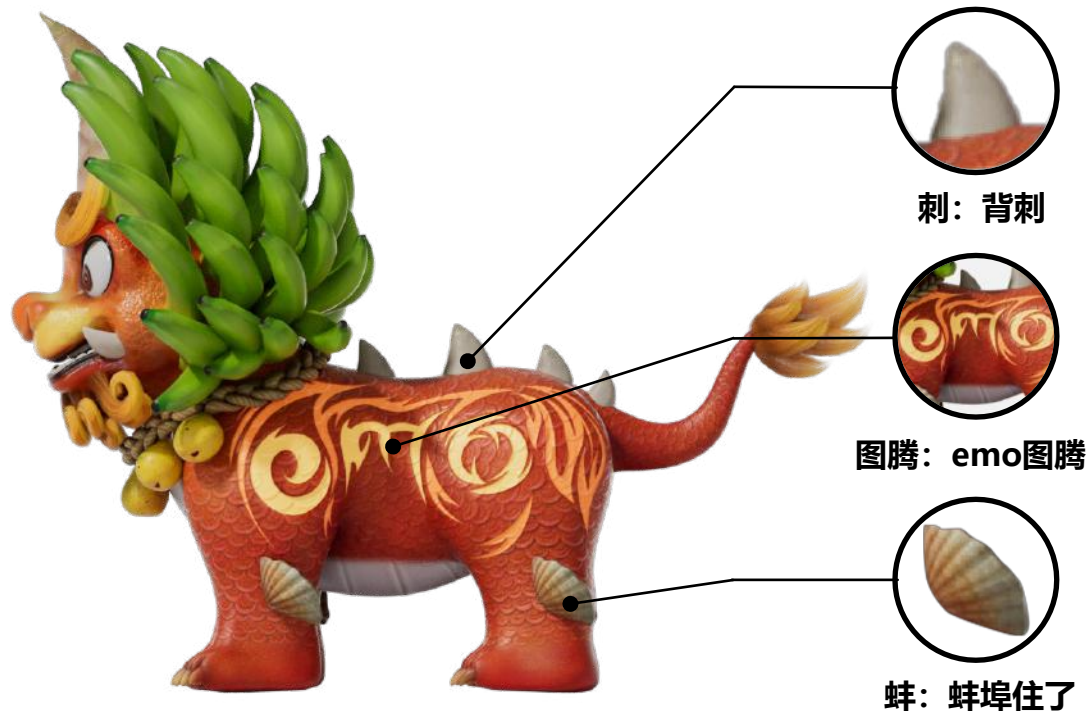
洞察发现，在2024的市场大环境里，职场不断内卷，即使年关将至，打工人仍被年终总结、年终奖等繁杂事务裹挟。一整年的忙碌和奔波让年轻人背负多重压力，各种“发疯”和“吐槽”文学兴起的背后，是切切实实困扰着他们的emo、焦虑、内耗.....等各种难以挣脱的负面情绪。

而到了新春这个一年中最长的假期和转折点，大家其实都迫切地希望，可以卸下累积了一整年的担子和压力，以更开心也更轻松的状态，迎接新的一年。



IDEA: 网络热梗和负面情绪化身年兽

因此，在辞旧迎新的新春佳节，我们挖掘年轻人对负面情绪的独特表达，以新年传统反派年兽为基础，**用内耗、蕉绿、背刺、蚌埠住了、尖酸夺笋等负面网络词汇为这头“罪恶代表”换上新皮肤**，让年轻人的坏情绪具象化为独特年兽，象征过去一年中积累的各类压力与焦虑。



IDEA: 企鹅IP化身蛇拳宗师，拳打负面情绪

同时，我们**从蛇拳切入，让企鹅IP化身蛇拳宗师**，从年轻人的「嘴替」进化成「武替」。通过蛇清气爽、蛇拿九稳等含蛇量极高的招式，击败**集负面情绪于一身的罪恶年兽**，打造一场彻底的情绪释放。

在送上搞怪新年祝福的同时，也希望通过这种轻松有趣的方式让大家在新的一年轻装上阵，事事如意，拉开架势与生活的难处较量，摆脱负能量的困扰，**以轻松愉悦的精神状态迎接全新的2025。**



EXECUTE: 《黑神话：悟空》动捕演员特邀打拳

既见天命，“蛇”我其谁，考虑到画面中的灵动动作需求，我们邀请**曾为《黑神话：悟空》天命人动捕演员殷凯**演绎企鹅IP。凭借其丰富的动捕经验，以及深厚的传统武术底蕴，企鹅能够灵活自然地做出复杂、高难度的武术动作，让每一个打斗场面都既震撼又充满美感，呈现**十足的灵性和动感**。



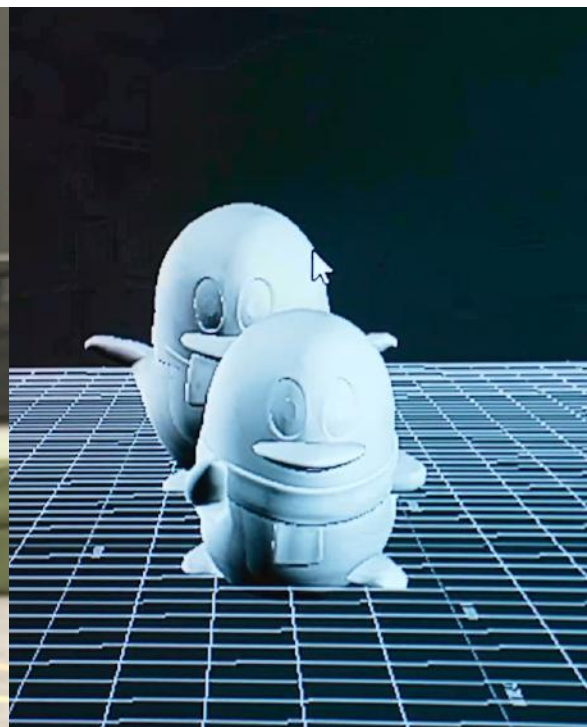
EXECUTE: 打蛇拳，我们是认真的

其次，既然要打蛇拳，当然要打**正宗**蛇拳。于是，我们让殷凯拜师**非物质文化遗产《南派佛家拳》传承人欧国雄**。从蛇拳的形神兼备到劲力贯通，大师对拳法的专业理解，让动捕演员在一招一式之间，呈现纯正的蛇拳之美，带大家深入品味非遗的当代生命力。



EXECUTE: 科技“内功”，腾讯动捕实验室加持

同时，为了让企鹅IP能打出蛇拳，我们还有科技内力加持，通过**真人动作捕捉技术**精准捕捉演员的动作数据，用新科技与栩栩如生的带入感，成功**实现“人鹅合一”**，引领观众沉浸式体验企鹅与年兽对打的欢乐时刻。



EXECUTE: 魔高一尺“鹅”高一丈，打出新花样

与此同时，我们以“网络热词”与“蛇式祝福”作为招式名称，用抽象的玩梗对招消解生活压力，贴近当代社交潮流的同时凸显萌且反差的武侠风格，在欢乐一笑中，打消年轻人的负面情绪。



起势：蛇拿九稳



身法：蛇驰电掣



合体：祝福集合



大招：新年快乐

EXECUTE: 有蛇有得，企鹅红包在线贺岁

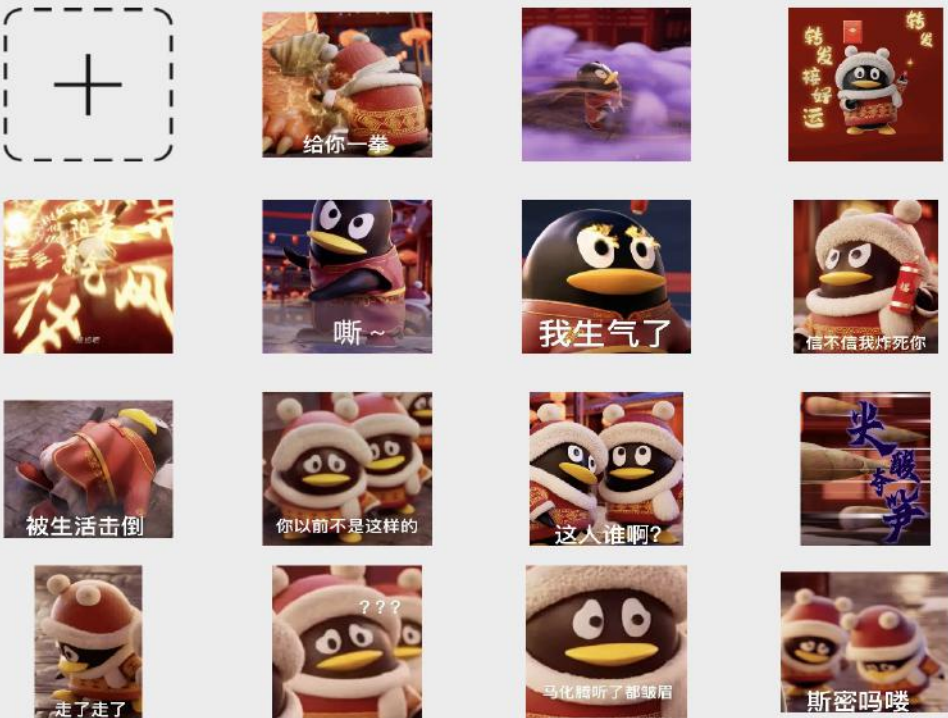
不仅如此，为了增强本次腾讯新年祝福的传播性，我们将灵动可爱的**企鹅宗师**融入**微信红包封面交互**。在用户互送红包时，随着企鹅合体，恭喜发财、大吉大利、大显身手等各类流光溢彩的祝福语漂浮满屏，呈现**吉祥喜庆的视觉效果**，同时也**祝大家在蛇年腰缠万贯**。



EXECUTE: 蛇拳后劲大，祝福“企鹅化”

企鹅IP的呆萌不仅逼真地呈现在视频画面上，而且与**海报、表情包**碰撞出新的“抽象”表达方式。一系列的物料传播，让打蛇拳送祝福的形象更加真实、自然地走进年轻人的生活里。

添加的单个表情





创意短视频于腾讯官方媒体矩阵发布后，迅速获得了大众的广泛喜爱和自发传播，用户自发制作的表情包也风靡全网，春节期间视频全网观阅量**1400万+**，红包封面领取人次超**150万**，成功加深腾讯企鹅IP有趣、搞怪心智，**让品牌口碑和社交属性得以双向提升。**

1400w+

春节期间视频全网观阅量

150w+

春节期间红包封面领取人次



Thanks

