

Wise



- 微信公众号：唯智互动传媒
- 参选类别：年度数字营销杰出服务商





唯智互动 2025公司参赛介绍

成为全球游戏发行商的理想合作伙伴

<http://www.wisestad.com>



市场

24年有版号移动、pc游戏在投产品增加31.72%，投放素材量大涨51%。小游戏在投产品增加113.23%。

传统单买量的模式，已经完全进入内卷，各游戏纷纷开始寻找增长出路。

- 1 内容营销&公关营销等多平台、全资源联动的整合全案营销合作模式，为游戏打响品牌、降低获客成本
- 2 布局全球，中国成熟的游戏和营销模式对海外平台以形成了版本优势，海外成为重要增长点

我们

唯智互动希望走在游戏市场前沿，成为可依赖且与厂商步调一致、眼光一致、行动一致的服务伙伴共同面对市场的瞬息万变

- 1 我们有足够的策划创意能力和综合实力，来支持游戏从首曝到上线全生命周期的全案营销服务
- 2 我们有全球化的公司部署和资源服务覆盖，可支持游戏携手走向世界
- 3 我们有自研科技产品，结合AI舆情监控、数据溯源、游戏内容创作者社区等增值服务为厂商大幅节省成本，提高转化



基础

唯智互动传媒有限公司成立于2013年，总部位于上海。是一家以内容为核心的“全案整合营销”公司，依托自身优质的策划团队和生态运营能力，通过全球优质媒体矩阵、灵活social营销、精准效果投放、科技数据驱动，打造最匹配当下游戏市场和消费者需求的游戏生态。看得到的“数据+效果+资源”帮助游戏厂商走近玩家。



市场沉淀



专业团队



项目经验

发展历程



中国游戏市场进出口“口岸”

办事处遍布全球，全球海外进入中国市场，以及中国游戏出海，从线下到线上

上海

苏州

北京

天津

深圳

广州

成都

西安

香港

东京

圣保罗

迪拜

- 1 依托全球资源网络，提供定制化、可落地的灵活策略，确保显著效果。
- 2 本地化团队深度适配区域市场，打造精准内容，提升品牌传播效果。



媒体资质

深谙媒体玩法，精于执行细节，洞悉媒体前沿。



核心用户的聚集社区



ACG潜力用户聚集地



存在增长的年轻社区



端游的优秀社区

所获奖项

仅展示部分奖项



金鼠标·10周年

数字营销新锐公司



金梧奖

年度推荐MCN机构



IAI

年度最具成长性营销公司



百家号 MCN

数字营销新锐公司



天府奖

2018最佳游戏服务商



游联社

最具影响力营销企业



年度最具突破力

移动营销公司



金茶奖

年度最佳游戏服务商



U创大奖

2018年度U创大奖



自研全球游戏社区 Solo游戏

PC\移动双端互通，全球发行，内容创作者之家，记录我的游戏生活。

服务厂商

Solo游戏社区聚集了大量真实热爱游戏的玩家

在Solo社区分享游戏攻略、游戏体验感受、交友，能为厂商提供全网的舆情数据和营销策略，借助Solo算法精准匹配到创作者和内容创作Brief。

是游戏内容创作者孵化基地，依靠Solo自动审核技术，快速反馈，及时修正。

游戏玩家65w+

Solo鉴游团成员1w+

日产内容约5000+

全球发行

整合全球游戏研发资源，匹配适合的游戏发行商

众多资深热爱游戏创造的玩家为游戏研发厂商提供源源不断的灵感、素材、反馈
游戏研发团队和游戏发行商都可以在Solo商务平台寻找到需要的资源、人脉

全球游戏研发团队50+

众多发行资源



自研AI舆情监控 SaaS星爵

舆情监测，AI分析结果快速生成解决方案

核心监测

监测全网内容，通过AI分析内容情绪，发掘舆情风险点、潜力热点词

智能预警

可预设数据变化速率阈值， 阈值内日常汇总，超出阈值及时通知

高频刷新

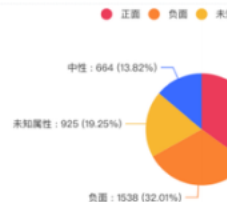
5分钟/次x24小时

多端提醒

不仅在系统内呈现提醒，同时也可通过邮件、短信方式、社媒接收汇总和通知推送，保证时效性

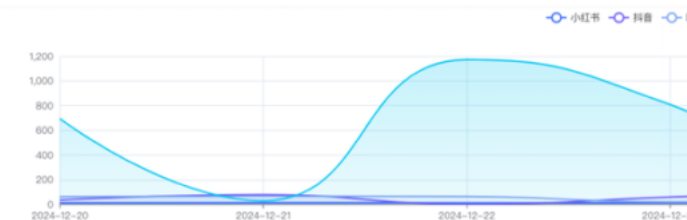
报告简述

分析时段内方案下共匹配到信息总量 (4805条)，其中正向内容 (1678条)，中性内容 (664条)，负向内容 (1538条)，未知属性 (0条)
分析时段内，主要媒体报道：小红书(85条,占比1.35%),抖音(1099条,占比22.87%),哔哩哔哩(750条,占比15.61%),微博(2704条,占比56.2%)
分析时段内，有关“方案负面舆情”1538条。

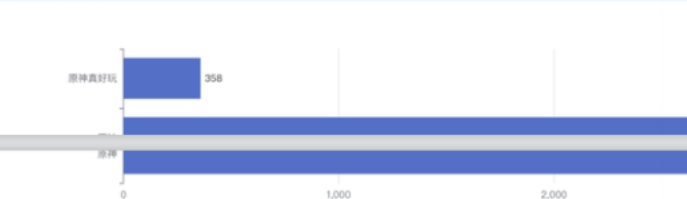


事件走势

各平台评论走势



检测词榜单



营销传播业务介绍

营销传播业务介绍

全网协同一致的“全案整合营销”

执行团队深入了解游戏，为游戏“首爆期”“上线期”“版本更新”等重要营销节点，定制针对性策略

全网协同包含

官方内容运营

达人营销

行媒稿件

全网舆情维护

异业联动

.....

主打“新题材话题”

深入玩家圈层渗透话题影响心智，再配合达人以高定制化内容营造氛围，实现营销效果

主打“高完成度及厂商形象”

传播资源配合舆情共频
营销话题的同时营造氛围
双重影响玩家心智

主打“核心物料实力”

配合资源为核心物料加热
并通过达人做话题衍生
打透兴趣圈层用户

主打“小而精的宝藏”

以资源组合拳
将用户转化路径铺设完善
并发掘腰部创作者潜力



高把控度的“达人定制营销”

Wise在多年的达人项目中，沉淀累积下全球媒体平台的优质达人，完全可实现结合营销做“深度定制内容”



除传统媒体外 还有游戏渠道达人 涉及平台更全面

合作建立达人模型画像 匹配项目更准确

与达人多次深度合作 内容定制更灵活

一手KOL资源 达人价格更优势



定制口径以引导风向达人“公关舆情维护”

从事件中找到突破点，配合三方资源将口径在玩家中传播，最终行媒定论完成风向引导

事件梳理

→

证据整理

→

口径拟定

→

三方号传播

→

行媒定论

更多互动资源可影响曝光权重，切断负面曝光：SEO、点赞、举报、楼中楼、转发等

0分钟	网络发酵	网络发酵				0分钟	网络发酵	网络发酵			
15分钟						15分钟					
30分钟						30分钟					
45分钟						45分钟					
1小时						1小时					
1时15分钟						1时15分钟					
1时30分钟						1时30分钟					
1时45分钟						1时45分钟					
20日-23日						24日-26日					

收集日期	平台	发布账号名称	粉丝数	账号属性	收集时间(分钟)	帖子属性	内容标题
9月6日	抖音	游一树 (归龙潮)	1484	玩家自发	2024/9/6	中性	归龙潮归龙潮的评论区刷到了0-7的爆料，国是新的
9月6日	贴吧	sagphire1	/	玩家自发	2024/9/6	中性	归龙潮归龙潮，归龙潮归龙潮
9月6日	贴吧	佛心	/	玩家自发	2024/9/6	中性	归龙潮归龙潮，归龙潮归龙潮
9月6日	贴吧	hu242	/	玩家自发	2024/9/6	中性	归龙潮归龙潮，归龙潮归龙潮
9月6日	贴吧	墨羽烈/周文清	/	玩家自发	2024/9/6	中性	归龙潮归龙潮，归龙潮归龙潮
9月6日	贴吧	好想喝奶茶呀	/	玩家自发	2024/9/6	中性	归龙潮归龙潮，归龙潮归龙潮
9月6日	贴吧	拉黑solidow	/	玩家自发	2024/9/6	中性	归龙潮归龙潮，归龙潮归龙潮
9月6日	微博	Sekai_waru	/	玩家自发	2024/9/6	中性	归龙潮归龙潮，归龙潮归龙潮
9月6日	微博	有得博博发发	/	玩家自发	2024/9/6	中性	归龙潮归龙潮，归龙潮归龙潮
9月6日	微博	御国路Cao	/	玩家自发	2024/9/6	中性	归龙潮归龙潮，归龙潮归龙潮
9月6日	微博	归龙潮	/	玩家自发	2024/9/6	中性	归龙潮归龙潮，归龙潮归龙潮



保证稳定与出品的“生态搭建运营”

借助Solo游戏社区长久来对优质创作者的沉淀，能快速“优化生态产出的内容质量”

《原神》与小红书联手打造“原神创作者激励计划”，通过Solo创作者丰富UGC内容，提升计划活力与热度

《冒险岛》bilibili及抖音平台中，创作者数量相对较少，UGC数据不佳，专业团队进行指导优化

《杜拉拉升职记》打造小红书内容生态，实现KOC背书的带量效果

星爵系统指导内容话题

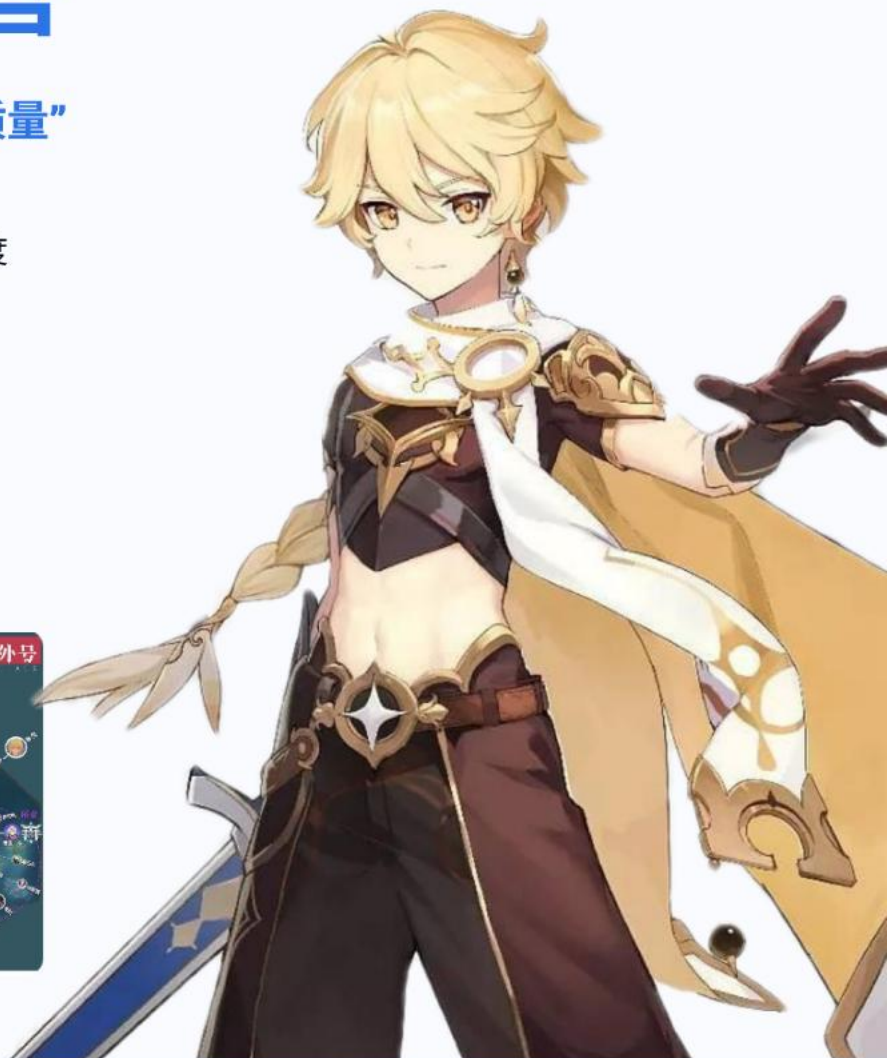
垂类KOC社群触达

Solo游戏优质创作者导入

创作者推荐活动（KOC裂变）

媒介定向1v1建联

玩家渗透激活



精品内容支持下的“矩阵账号孵化”

Wise具有成熟的内容团队，以及直播团队，保证“精品内容下的账号运营”

- a：游戏信息向内容（包含游戏卖点介绍、游戏玩法及系统介绍）
- b：游戏攻略向内容（角色、养成、组队等新手攻略）
- c：游戏活动向内容（近期活动介绍、福利盘点）

我们成熟的视频制作团队，最多曾支持8款栏目的同时产出，内容产出效能有保障，同时能支持官方账号的直播服务。



成功经验下，科学的“爆款内容打造”

对游戏核心视频物料进行内容加热，可帮助内容把握“平台大曝光资源位”

Wise的内容加热服务不止于加热资源的投放

- 1、在视频加热同时，投放互动资源（一键三连）突破投放CPC平均值
- 2、同时对内容的评论区、内容的弹幕进行运营维护，实现热度和舆情双把控

《明末：渊虚之羽》全新实机，2025年发售！

全站排行榜最高第1名

785.7万

1.2万

2024-10-18 02:34:12

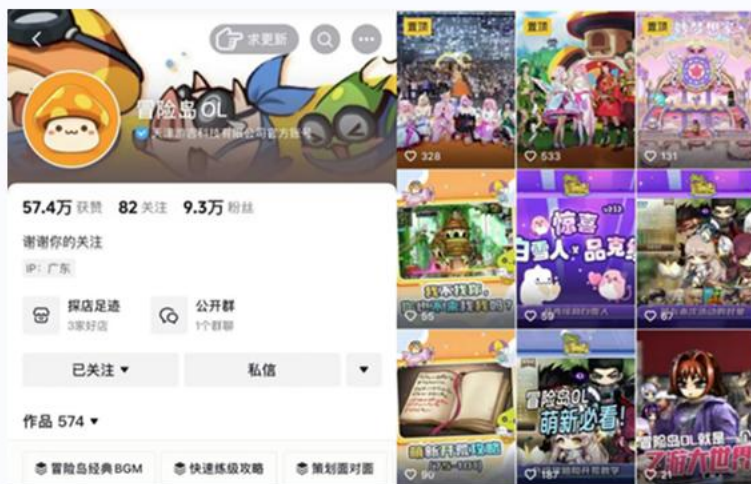


高校、商超、快闪“线下策划搭建”

线下便利店、商超、快闪店等资源：



全国高校资源：



配备本地运营团队的“全球达人营销”

专设本土洞察小组
更专业有效的市场洞察

四大维度科学筛选
更专业有效的市场洞察

红人及时沟通反馈
提升红人的把控度

定期数据分析复盘
持续做迭代优化

戏《战棋》寻找适合的KOL及社交媒体推广渠道，以提高该游戏的曝光率，吸引潜在用户，

方向：如何在最合适的地区选择最佳的传播平台结合项目节点投放最契合的传播内

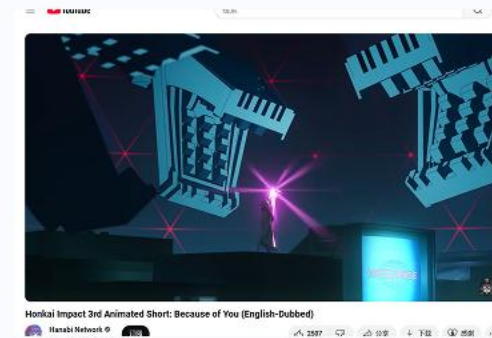
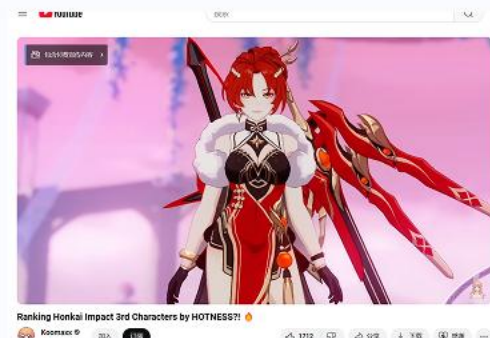
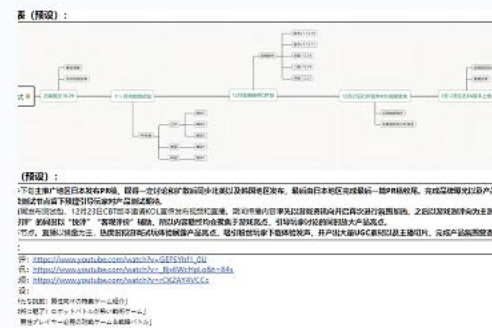
地区市场：将日本地区做为核心传播推广市场，辅以北美市场传播内容，内容辐射至韩国市

友链作品创作基础
《战棋》是一款回合制策略游戏，玩法独特，画面精美，深受玩家喜爱。在海外市场，该游戏尚未有广泛知名度，需要通过KOL和社交媒体进行推广。
北美地区分析：对科幻文化的广泛接受及成熟的消费市场和销售渠道。该地区对二次元文化接受度较高，且拥有大量核心二次元用户。日本的二次元文化影响力巨大，对海外市场有辐射作用。
韩国地区分析：独特的文
化背景，对二次元文化接受度高，且拥有大量核心二次元用户。日本的二次元文化影响力巨大，对海外市场有辐射作用。
台湾地区分析：对二次元文化接受度高，且拥有大量核心二次元用户。日本的二次元文化影响力巨大，对海外市场有辐射作用。

平台：以YouTube平台内容为主，结合Twitch平台内容传播，TikTok平台少量安排进行分发；由于将日本地区作为核心传播市场，而主要地区的日本用户习惯而言，TikTok在日本地区并非主流平台，因此以YouTube和Twitch为主，TikTok为辅。拉取前期粉丝尤为重要，短视频平台并不契合。所以YouTube以及Twitch为主要平台，TikTok为辅。

同时营造声量吸引潜在用户，KOL内容传递亮点增强玩家参与讨论，直播展示产品收获玩家产品核心亮点设置为产品直播并吸引用户关注后续测试传播期待；十二月KOL以体验测评内容发布产品亮点，一月至二月KOL安排，安排直播计划进一步展示产品亮点收获玩家热爱，吸引玩家粉丝下载体验

平台	粉丝数	获赞数	互动率	内容特点
126K	247.9K	1.37%	频道发布各类游戏，受众面广	
439K	98.5K	3.00%	频道发布各类游戏，受众面广	
625K	136.2K	2.31%	台本能力优秀，数据优异	
283K	119.1K	0.10%	频道发布各类游戏内容，受众面广	
156K	70.3K	5.18%	台本能力优秀，能以不枯燥的形式通篇介绍一款游戏	
10K	87.2K	3.26%	频道内容基本为机甲类型游戏视频，粉丝较为垂直	
43.4K	78.41K	9.16%	频道内容基本为机甲类型游戏视频，粉丝较为垂直	
663K	696.6K	5.35%	近期发布的游戏盘点数据都较为不错	
23.9K	1574	3.86%	TikTok常见的上摄像头下游戏界面	
155.6K	4683	14.58%	频道内容基本为机甲类型游戏视频，粉丝较为垂直	
401.8K	31.8K	10.05%	发布各类游戏内容，适合做游戏种草	
100.3K	10220	5.73%	机甲内容，粉丝垂直	
38.1K	4545	6.36%	发布各类游戏内容，适合做游戏种草	
65K	直播同时观看：1100		vtuber，twitch常见风格之一	
131K	直播同时观看：855		vtuber，twitch常见风格之一	



多地区全平台本地化的“全球社区矩阵”

日韩

东南亚

中东

欧美



reddit

日常内容：结合产品节点资讯、完成本地化的内容投放

日常活动：配合游戏周年开展系列活动【福利指南】【最佳福利引导者】



合作伙伴

与我们的伙伴，共同逐浪全球！

