

《秦时明月》跨年市场方案

01

PART ONE

概述

《秦时明月》 动漫历程与前景

秦时明月之百步飞剑 (2007) 26集TV版动画

导演: 马荣坤 / 黄伟明 / 沈乐静 地区: 大陆 类型: 冒险 / 历史 / 剧情

天下乱生, 乱世争鸣。天下第一剑客盖聂的护卫——墨家传人项少羽——荆天明, 为躲避秦朝的血腥追杀, 踏上了荆棘丛生的旅程。此刻, 年少的主角对自己的命运迷茫。 [查看详情>>](#)

评分: **8.8** 播放: **4692.3万**

2009 主选片 内地及港澳台年度最佳人气动画
2009 主选片 最佳系列动画

秦时明月之夜尽天明 (2008) 18集TV版动画

导演: 马荣坤 / 黄伟明 / 沈乐静 地区: 大陆 类型: 历史 / 剧情 / 冒险

《夜尽天明》开篇便是大泽山与陆纵的激战, 之后便是高渐离与雪女联手战胜了转轮, 而此刻, 卫庄的手下黑麒麟已经化身为大泽山手下墨家副族长天诛。黑麒麟攻打大泽山得胜, 天诛内部。 [查看详情>>](#)

评分: **9.3** 播放: **5164万**

秦时明月之诸子百家 (2010) 34集TV版动画

导演: 马荣坤 / 黄伟明 / 沈乐静 地区: 大陆 类型: 历史 / 剧情 / 冒险

公元前222年, 秦军兵六十万攻楚, 楚军节节败退。乱军之中, 白告的名将之星墨城 (墨武之子) 与未来的百步剑王少羽第一次在战场上相遇。楚军军心不战, 伤亡惨重万分。少年霸王与。 [查看详情>>](#)

评分: **9.4** 播放: **9440.3万**

秦时明月之万里长城 (2012) 37集TV版动画

导演: 马荣坤 / 沈乐静 / 沈乐静 地区: 大陆 类型: 历史 / 剧情 / 冒险

自从机关城崩塌, 墨家势力几乎被全部清除, 秦朝国又思虑天下霸道的过程中。一时间中的局势一边向天射劳工建造万里长城, 一边进行着一些更为精密的计划。 [查看详情>>](#)

评分: **9.4** 播放: **27829.7万**

- 07年第一部——**4692万**播放量
- 08年第二部——**5824万**播放量
- 10年第三部——**9440万**播放量
- 12年第四部——**27829万**播放量

.....

- 14年第五部——**预计整部3亿**播放量
分集**1000万**播放量

《秦时明月》手游市场前景

- 由《秦五》上映的动漫热潮，带来的潜在用户约1000万
- 为保证转化量，我们将做到以下五个方面：

1

同步秦5剧情，加入大量贴合剧情的更新内容

版本上

2

紧靠动漫，三件大事推波助澜，保持游戏高热度

营销上

3

与独播视频媒体合作，独揽动漫独播权

媒体上

4

与滴滴打车、易道用车,进行千万级合作，全国铺设

品牌上

5

与秦迷意见领袖、大量秦迷大号、动漫大号长期合作

社交上



市场营销三件大事

在适合的时间点，做三件大事，以囊括**版本、营销、媒体、品牌、社交**五个方面

- 1.与优酷土豆动漫联手独播
- 2.广告投放深入合作
- 3.配合营销炒作，拉动氛围

12月动漫首播

- 1.动漫8周年+手游1周年
- 2.秦时首发实体版宣布
- 3.全新番外正式曝光
- 4.滴滴、易到全国范围合作

1月手游动漫双周年

- 1.贺岁番外+手游广告曝光
- 2.高曝光+软营销结合
- 3.实体版首发，首发资源

2月贺岁动漫番外篇

版本配合拉收：新版本+新活动+新弟子

02

PART TWO

君临天下动漫

概述

1. 联手优酷土豆动漫，独播《秦时明月5》——我方是独播**唯一**合作手游方
2. 与秦时明月粉丝进行联动，通过系列活动帮《秦时明月》手游获得**好感度**
3. 游戏内同步秦五动漫、声优配音手游新手教程、拉新活动

重点： “《秦时明月之君临天下》唯一合作手游”，原汁原味《秦时明月》手游

土豆合作

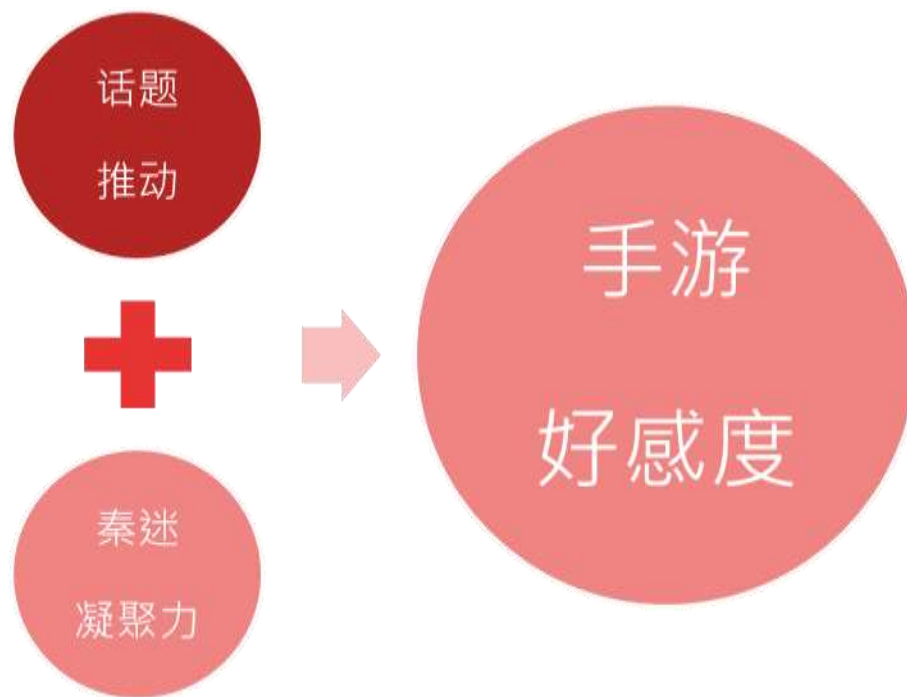


合作专区



优酷土豆作为动漫唯一播放视频网站，**唯一**建立《秦时明月》土豆动漫专区的手游，在动漫播放期间**贴片、插屏**以及**暂停播放广告**都将露出手游。向秦时明月粉丝传递一个概念——“**《秦时明月之君临天下》唯一合作手游**”

帮助秦五动漫首播破500万



借助广大秦迷的力量，在微博上推动一个话题，#帮助秦五动漫首播破500万#。调动秦迷的积极性，赢取秦迷们对于《秦时明月》手游的**好感度**。进一步灌输我们是“**《秦时明月之君临天下》唯一合作手游**”

帮助秦五动漫首播破500万



借助广大秦迷的力量，在社交媒体上推动一个话题，#帮助秦五动漫首播破500万#。调动秦迷的积极性，赢取秦迷们对于《秦时明月》手游的好感度。进一步灌输我们是 “《秦时明月之君临天下》唯一合作手游”

游戏版本同步



打造原汁原味《秦时明月》手游

同步动漫剧情

同步动漫角色

同步动漫音乐

完美还原动漫



高月带你玩秦时



官方声优



请高月的配音演员——黄怡晴，为新进入的游戏玩家，贴心准备视频教程

打造原汁原味《秦时明月》手游

03

PART four

秦时手游8+1双年庆

8+1 双年庆

一、8+1双年庆 “忆动漫辉煌8年路，贺手游成长1年情”

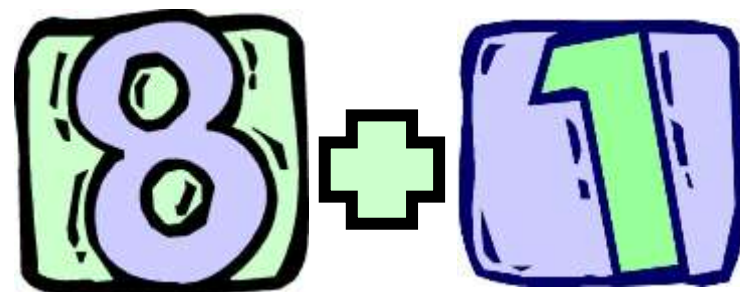
说明：联手玄机，为动漫加手游的双旦庆生，通过系列活动造势，增加曝光和传播

活动：实体版回馈、滴滴与易到线下合作、游戏周年版本+周年福利

二、玄机联手手游，在双年庆期间推出**新番外预告片**

说明：为庆贺秦时明月品牌发展，玄机精心打造番外篇以犒劳玩家的陪伴

活动：手游玩家抢鲜看



“首”发实体版



第一个手游实体版
第一个秦时明月实体版



限量生产、重点合作
噱头炒作、首发资源

寒冬福利发放

游戏内发放高额“易到用车”、“滴滴打车”打车券，全国铺设合作、品牌曝光。

合作发放代金券，吸引玩家关注转化下载



“寒冬送温暖，易到陪伴秦迷回家”



易到用车

04

PART Three

手游贺岁番外

番外篇

一、动漫番外篇+手游宣传广告

说明：番外篇包括剧情+手游广告，给玩家营造一个“玩手游、看动漫、过新年”的意识



评分: ★★★★★ 9.6

豆瓣: 暂无

别名: 秦时明月 特别篇

上映: 2014-05-09

地区: 大陆

配音: 谢添天

导演: 沈乐平

优酷上映: 2014-05-16

类型: 冒险 / 历史 / 剧情

适用年龄: 13到15岁

编剧: 沈乐平

总播放: 21,824,775

今日新增播放: 47,356

指数: 📈 33,026

评论: 28,161 / 收藏: 25,181

集均播放: 7,109,693

共3集 [收藏](#)

[播放正片](#) 🎬

配合活动

二、配合活动

- ①新春游戏版本，快速更新秦5内容，动漫播放空档期用游戏填补上
- ②情“结”包装：番外篇情侣角色的故事、动漫&手游之间的紧密结合、秦迷对秦时的支持陪伴



05

PART Three

特色合作策略

高曝光+差异化营销的合作策略

合作策略：高曝光+差异化营销，在保证覆盖到目标受众基础上，通过联动合作营销打动受众

【高曝光】方案中介绍的资源都可协商联合曝光，以下为举例：

YOUKU 优酷
世界都在看

土豆网
tudou.com

与播放媒体合作，在播放页给予形象等形式曝光。



在番外篇等相关视频中，展示合作方信息。



与实体版结合亮相。



易到用车

提供与秦时结合的合作。

高曝光+差异化营销的合作策略

【差异化营销】单独策划与秦迷及玩家紧密结合的差异化营销内容

以下仅举例：



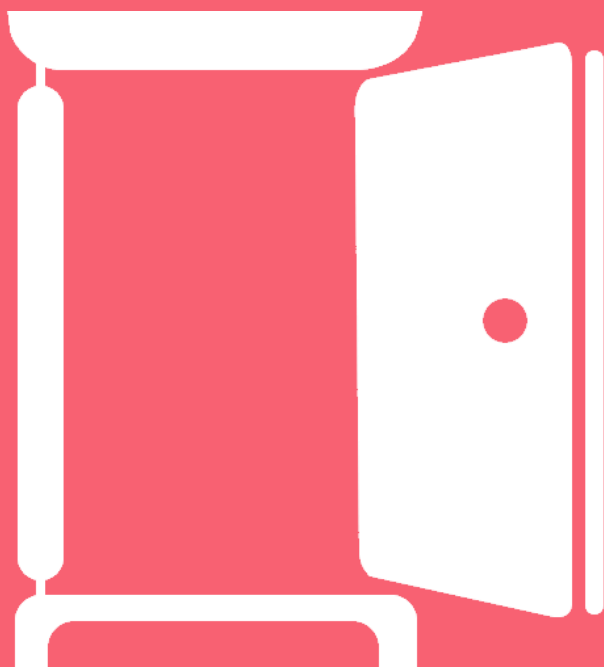
秦5动漫期间，自挂条幅庆热播



专属道具、服装等特色产品内容合作。



THANKS!



营销任意门

www.yxrym.com

你的营销军火库



营销任意门——海量高质量营销策划方案、行业报告、营销案例、行业资讯!

最新4A方案 | 培训资料 | 网课资料 | 行业报告 | 资源对接
每年超100G资料分享, **每天持续更新.....**

品牌策略 / 定位方案 / 媒介策略 / 社会化传播 / 数字营销 / 直播 / 年会 /
整合营销 / 创意方案 / 事件炒作 / 公关活动 / 招商方案 / 发布会.....

快消、汽车、金融、地产、美妆、旅游、互联网、电商、服饰、
游戏、家装、3C、母婴、体育、餐饮、医疗.....



掌门人个人微信



网站

便捷搜索

在线查看

随意下载

上汽×阿里·互联网汽车
品牌战略及上市整合营销方案

一汽-大众华中区2018春节返乡人群网络传播

2018美的扫地机器人新品推广
整合营销推广方案

金锣无淀粉品牌比稿方案

正荣集团20周年年度传播方案

billboard®
· 登陆中国 - 电音派对巡演及音乐节活动方案

成为营销任意门

福福...
整合传播方案

MIA电音节-SHANGHAI站招商方案

钻石会员

天猫超市
CHAOSHI.TMALL.COM

“年终盛惠”活动传播方案

安踏跑步18PF全年推广方案

每年超100G资料

让我们用创意触摸年轻

康佳Kmini洗衣机2017-2018年度品牌传播策略方案
KONKA Kmini washing machine brand promotion strategy scheme in 2017-2018

持续更新1000+方案

媒·说 你听见了吗？

2018体育内容大年下的赛事营销

KFC 6大经典国漫IP合作
暑假儿童餐推广计划

致力打造营销策划人便捷使用的网站

东风雪铁龙
抖音全年运营方案



掌门个人微信



网站

100年润发电商策略提案

VOLVO第三极暨K516上市传播互动战役

花瑶花 · 品牌定位思考