

前不久的4月1日愚人节，中国李宁在其官方微博上晒出的一纸场馆租赁协议引来了大量网友的围观，因为这个场馆不在我们熟悉的物理世界，而是《和平精英》绿洲世界里的“未来中心”。不少网友纷纷猜测“这是要干嘛”，也有网友对租赁虚拟场馆一事会心一笑。而这场跨界合作，也在大家的期待中一点点地揭开了神秘的面纱。



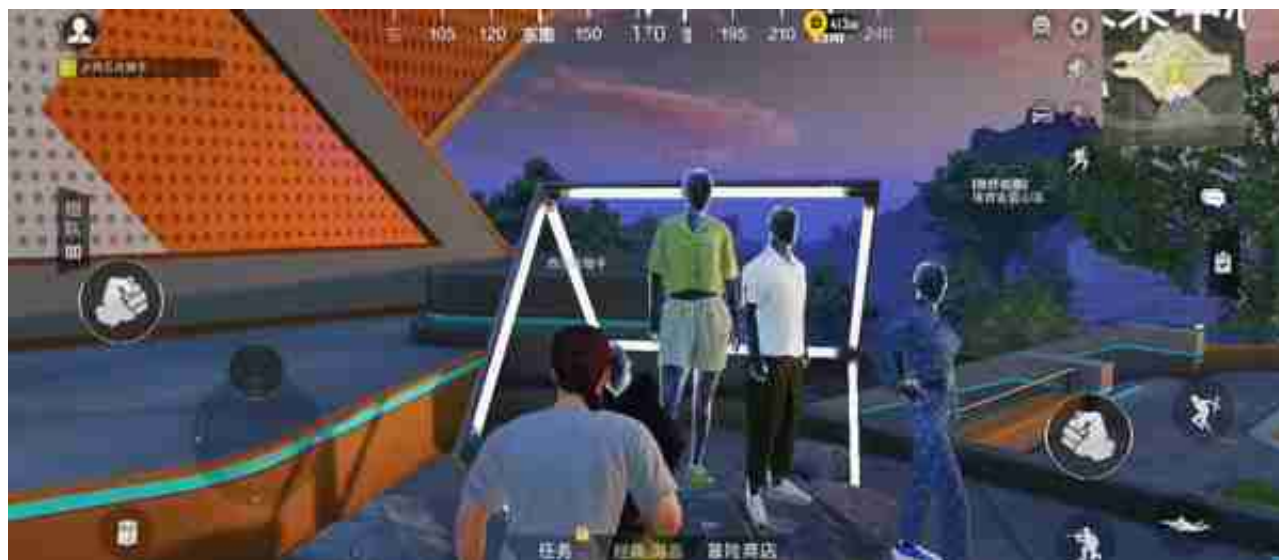
3月29日，《和平精英》共建式开放世界玩法“绿洲世界”正式上线，作为一个集数字孪生、社交互动、休闲玩法、品牌合作于一体的综合数字体验空间，“绿洲世界”的上线给《和平精英》带来了不少全新的想象。其中“不思议购物公园”的广阔的商业空间更是引人遐想。

“不思议购物公园”主要由集购物与娱乐为一体的超现实商业综合体“星海大街”以及集文化、娱乐、体育等各种热点事件聚集的多功能馆部分组成，此次与中国李宁展开跨界合作的正是备受瞩目的高科技展馆“未来中心”。



之前也有提到，作为“绿洲世界”中的高科技展馆，未来中心拥有先进的投影技术

、虚拟现实等前沿科技设备，对于数字产品的展示来说是一个绝佳的舞台。为了配合这个舞台，中国李宁精心准备了12套LOOK在每天晚上的8-9点进行展示，系统公告也会进行时间播报提醒玩家前往观看。



玩家每日可以进入场内参与跑酷玩法，根据沿途检查点的引导到达终点，完成跑酷并对场地中心的“云游C4D”进行充能，鞋子的状态显示也会随着玩家的充能状态而变化。



4月12日，《和平精英》与中国李宁公开了本次合作的TVC。TVC维持了《和平精

英》一贯的脑洞与创意，视频中吉莉由现实世界出发，在与“云游C4D”接触之后穿越到《和平精英》绿洲世界，在未来中心感受了“数字新品大赏”以及“跑酷充能行动”之后回到现实世界。

透过TVC，我们也看到了

《和平精英》与中国李宁打破虚拟与现实隔阂的跨界理念，吉莉带领观众领略了虚拟世界的精彩互动、

有趣的游戏社交、品牌打造的创意活动，

这一切都触手可得，在这里，吉莉是你，也是我。

“数字新品大赏”抖音看秀分会场的开启，则真正点燃了玩家的参与热情。4月12日，

大量玩家与KOL齐聚抖音分会场，在千人同场、全服语音这些功能的助力下，抖音分会场瞬间成为了一个社交狂欢阵地，

分享和互动充满了整个会场。各种神奇的偶遇更是将会场气氛不断推向新的高潮。

在未来中心新品大赏这个社交场内，各种各样的社交都在上演，rapper现场开麦，视频“奔现”现场破防，狗仔为抢夺大赏前排位置与保安上演现场追逐战等，各种欢乐诙谐的小剧场的上演让分会场人气高涨，欢乐的气氛也为接下来的网络传播定下了基调。



热榜 11小时前 · 完整热榜 >

李宁首次游戏虚拟新品大赏



参与话题

从社交媒体的热度来看，多时间多频次曝光巨大的声量无疑将中国李宁的热度推向了一个新的高度，众多玩家自发参与分享也将这场联动推向了更多圈层，为其集聚更多的粉丝。

在线上营销爆火的同时，中国李宁与《和平精英》的合作在线下店面也全面铺开，合作海报与TVC在店内不断轮播，让每一位进店或者路过的顾客感受到这场“元宇宙”式营销虚实相交的魅力。



《和平精英》更官宣即将和中国李宁打造一款限量礼盒套装「云游空投」，营造独特的定制化体验。

《和平精英》将三级头、平底锅、信号枪等等从空投箱里开出的精英装备，通过3D打印还原，由光子鸡将这些装备统统加入「云游空投」里！打开空投鞋盒，收获云游新装备。



从品牌价值方面来说，
“游戏+实体产业”的营销
模式有着巨大的破圈潜质。

一是现今社会电子游戏的玩家基数足够大，透过电子游戏能够触达更多的受众群体。特别是对于《和平精英》这个IP而言，易破圈是大家对它的一个重要印象。

比如此前联动广州塔、仙剑等就为微博贡献了多条热搜。这次与中国李宁的合作也不出意外在多个社交平台引发玩家共鸣与分享，为其在传统的营销渠道之外增添了全新的数字传播媒介，对于品牌宣传而言无疑是巨大的助力。

总的来看，
“游戏+实体产业”实现了真正的双向赋能，这一模式势必会成为未来品牌营销的一个重要方向。

《和平精英》看起来已经准备好了迎接以及掀起这样一场巨大的创意营销风暴，毕竟他们为此准备了一个“绿洲世界”，无论是星海大街还是未来中心，它们的故事才刚刚开始。