



Top
Mobile
Awards

地铁跑酷十周年-山城重庆 叛逆列车

- ◆ **品牌名称:** 地铁跑酷
- ◆ **所属行业:** 游戏行业
- ◆ **执行时间:** 2023.07
- ◆ **参选类别:** 移动创意作品类-短视频

- 地铁跑酷映射了怎样的人群精神？“一身反骨”的叛逆青年精准对应；
- 由此，传播基调自然指向叛逆、自由、打破常规、无拘无束；同步的，街头涂鸦艺术、街头跑酷、说唱则成为叙事载体的理想选择；
- 水到渠成，时趣将想象力投射至说唱之都——重庆，现身穿越大楼、穿越山城的轻轨2号线。

- 观察发现，言简意赅的大字报、高精度的场景还原，能快速形成极具反差的视觉震撼和品牌记忆，因此成为此次地铁营销的核心策略。
- 调性、载体、场景、视觉元素一一确定，6列展示简单粗暴反骨文案、布满多巴胺风格涂鸦元素的十周年车厢应运而生，宛如一条在城市上空跑酷的巨龙呼啸穿梭于人流中，以极具冲击力的视觉体验，瞬时成为乘客的谈话中心。
- 在涂鸦列车内录制完成的Rapper单曲《我是杰克 我在涂鸦列车》通过短视频线上发布，迅速成为抖音、快手、小红书平台UGC话题的牵引素材，自发形成优质裂变

视频链接：<https://v.qq.com/x/page/i352890k6im.html>

总曝光量：一亿+！！
12292.3W (kpi: 8000w)

快手曝光量：7732.6W

抖音曝光量：4448.5W

微博曝光量：111.2w



- 1.kol走质，koc走量，kol+koc质量并行的模式，有效提升话题热度，制造舆论热点，产出爆款内容；
- 2.借势全宇宙偶像奥特曼ip流量加持，有效扩大曝光量；
- 3.核心物料：反骨文案、涂鸦车厢、说唱单曲，紧扣游戏ip“叛逆”内核，出圈的同时奠定ip调性，并通过微信稿件拔高升华，为整次活动定性，提升玩家对ip的认知与喜爱，让经典ip重回大众视野。