

【找对战场 重燃梦想】360x坦克世界全球赛事破圈增长

- ◆ 品牌名称：坦克世界
- ◆ 所属行业：游戏
- ◆ 执行时间：2024.10.01-2025.02.28
- ◆ 参选类别：场景营销类





背景&目标



坦克世界——15年深耕于军武载具射击游戏



《坦克世界》(World of Tanks) 是一款由Wargaming公司研发、发行的集竞技、策略、养成等于一体的第三人称多人射击网游，游戏背景设定在二战时期，玩家会操纵历史高度还原的11个系别5种类型、涵盖1930到1960年代的战车进行对战，强调战略与团队合作。游戏有标准模式、赛季模式等多种战斗模式供玩家选择，在标准模式中，摧毁所有敌方坦克或占领敌方基地即为胜利。





背景&目标





2024的PC游戏市场 是机会也是巨大挑战

2024 PC 游戏市场概况

The market size of PC games

679.81亿

2024中国端游收入

20.87%

2024中国端游收入占比

1416个

2024下发新游戏版号数

1282个

2024移动端获批版号数量

在全球游戏市场停滞不前的背景下，PC端游面临着激烈的竞争。2024年国内下发新游戏版号1416个，比2023年增加32%，达到五年来最高水平。与此同时，2024年国内游戏销售额同比增长7.53%，而游戏用户规模的增长仅为0.94%。以手机游戏为主力的大量新作爆发式涌入市场，争抢已趋饱和的用户群体。《坦克世界》作为PC端游“常青树”，需要留存现有用户并吸引新玩家，面临着巨大挑战。

游戏用户增长放缓

移动端游戏大量涌入

手游占市场大半江山

端游面临巨大冲击

2024中国游戏市场收入

3257.83亿



来源：伽马数据





背景&目标

营销目标



拉新

为坦克世界注入
新鲜玩家血液



促活

挽回老玩家
提升战斗活跃



坦克世界



在游戏市场内卷下 坦克世界玩家增长放缓 面临拉新和促活双重挑战

特点:

对二战、冷战坦克历史有浓厚兴趣，追求真实还原（如装甲厚度、火炮数据）

偏好:

偏好收藏稀有坦克（如“鼠式”“E-100”），参与历史战役复刻活动。



WORD OF TANKS

军迷/历史爱好者

约40%-50%的活跃用户，付费意愿强，**人群有限**

拉新难度 ★★★★★

特点:

注重团队协作、地图控制、装甲机制等深度策略，追求高胜率/排行榜。

偏好:

活跃于公会战(CW)、天梯赛，是电竞赛事(WCI)的主要参与者。



WORD OF TANKS

硬核战术玩家

约20%-30%，粘性极高但**数量增长有限**

拉新难度 ★★★★☆

特点:

习惯PC端载具竞技游戏，反感手游的“快餐化”，偏好《坦克世界》的慢节奏战术。

偏好:

多为30岁以上男性，在线时间长，但对画质/引擎升级需求强烈。



WORD OF TANKS

怀旧端游玩家

约10%-20%的活跃用户，**活跃于同类端游**

拉新难度 ★★★☆☆





站稳国内端游市场，坦克世界的“世界大战”VS“破圈之捷”



S

- **IP深度**：老品牌战争竞技游戏，超过600辆历史坦克，军迷用户粘性极高。
- **平衡性**：付费模型以皮肤/金币车为主，Pay-to-Win争议小于部分竞品
- **社区生态**：成熟的公会、语音协作体系，社交属性保障玩家粘性
- **操控体验**：二战+真实坦克高精还原，组队作战体验更佳。



W

- **新手学习成本高**：不同国家、不同类型的坦克特点差异较大，玩家需要了解每辆坦克的性能、优缺点、适用战术等。
- **游戏节奏较慢**：对于一些喜欢快节奏游戏、时间碎片化的新玩家来说难以适应
- **版更速度有限**：为保证游戏平衡，会在版本更新里调整坦克性能参数，这种调整节奏或许较慢，因为要全面考量各种坦克在不同战局的表现以及对玩家游戏体验的影响。



O

- **体验精良**：《坦克世界》不会像一些游戏为了追求热度频繁更新，导致玩家又要适应新变化；每次更新都是一次精准的体验还原。
- **拉新机会**：找准端游用户聚集平台，精准宣传直达目标圈层
- **赛事借势**：一年一度WCI国际赛事吸引大量端游玩家关注，可借势拉新
- **下载优化**：大型游戏下载占用用户大量时间，找准平台优化合作体验



T

- **市场竞争**：2024年游戏数量比2023年增加32%，收入同比增长7.53%，用户增长放缓0.94%，这意味着更多的竞争从各端袭来，抢占着限量的高价值用户
- **玩家习惯变化**：部分用户开始尝试新游戏，向移动端转移，坦克世界作为一款经典情怀IP，人群相对垂直，新用户挖掘难度高于其他端游

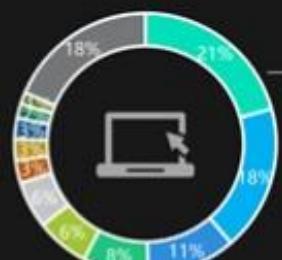






360稳居PC第一媒体，黄金8小时全场景覆盖PC用户

互联网公司PC端软件产品-日均总有效浏览时间比例(%)



21%
360产品占比

99%

市场渗透率

4.7亿

PC端月活



数据来源: 360智慧商业, 2025-04

360用户群体：坦克世界的精准受众 渴望主宰自己的战场



社会中坚力量



同时肩负
职场、家庭双重压力



• 找回遗失的掌控感

没有KPI的驱赶，可尽情选择出战坦克、规划行进路线，到决定何时开炮攻击，每一个操作都紧握在自己手中

• 久违的社交归属感

没有推杯换盏，只有兄弟间的共同作战目标
协同作战、战术分享、队友鼓励、逆转战局
队友间一句简单的“兄弟，干得漂亮”，就能让他们在虚拟世界中找到温暖的归属感

• 久别的好奇探索欲

男人至死是少年，多种二战类型坦克，多种作战地形，
沙漠广袤，丛林幽深，城市废墟交错，充满未知挑战。
一场场奇妙冒险，暂时忘却现实生活的单调乏味，沉浸在充满惊喜与刺激的游戏世界里。



大数据+AI海量标签精准甄选坦克世界目标人群

360全链营销大数据,多端多维海量、20年积累、日均百亿量级

安全过滤 (脱敏、加密、保护)



PC



Mo^b



IoT

搜索数据

基本特征数据

消费能力数据

购物兴趣数据

网站兴趣数据

行业兴趣数据

品牌偏好数据

LBS足迹数据

地 域 数据

广告行为数据

设备类型数据

网络环境数据

多维家庭数据

人生阶段数据

用户洞察

需求挖掘

用户画像

精准定向

智能展现

智能优化





数据标签精准甄选 层层积累坦克世界人群资产

端游泛人群

- 军事爱好者
- 竞技类玩家
-

- 策略游戏玩家
- 射击类玩家

潜在人群

- 竞品关注人群
- WCI关注人群
-

- 军事关注人群
- 官方访问人群

核心人群

- 坦克新玩家
- 坦克氪金玩家
-

- 久未登录老玩家
- 组队活跃玩家



硬核战术玩家

军迷/历史爱好者

新生代战争玩家

坦克世界
玩家资产沉淀





360软件管家打造PC第一分发生态 为坦克世界提供亿级流量池分发

30亿

2025年分发量将达

应用客户端
游戏
小程序
页游
小游戏
权益类
微课
H5
移动应用

全品类分发



开发者
广告主

联运 CPT CPA CPS

平台级输出

服务输出 变现能力 大模型算法

二环360产品矩阵

三环联盟矩阵





360软件管家聚集大量活跃氪金玩家

端游活跃度高

在端游用户中，近半数玩家几乎每天都玩端游



端游付费意愿高

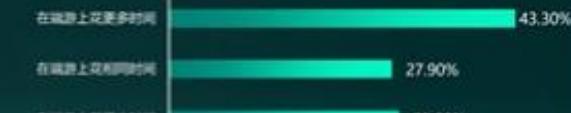
超80%的360端游玩家会产生付费行为



端游在线时长高

超40%的360端内玩家端游时长持续增加

端游调研时长占比



玩游戏的时候，是否会关闭安全防护软件



玩家对游戏安全的需求较为强烈





洞察&创意

360智慧商业 WARGAMING.NET

赛事热度+精准场景 PC第一流量入口点燃玩家战魂

打造国家级竞技盛宴 燃爆端游竞技热潮

坦克世界最高级别国际赛事
吸引全球450+战队，3500+选手参赛
覆盖美洲、欧洲、亚太和中国大陆地区玩家



PRIZE FUND
1.000.000 ¥



燃



燃

紧跟赛事热度黄金周期 PC场景玩家入局计划

锚定端游用户第一沟通场景



锁定忠诚玩家

破圈潜在玩家

PC搜索场景
360搜索

PC下载场景——360软件管家

PC场景
360画报



投放&执行



360画报：目标玩家定向展现 震撼战场还原 直达巅峰战场

360画报
直达三亿PC用户
>>>>>>>>>>

老玩家战场唤醒

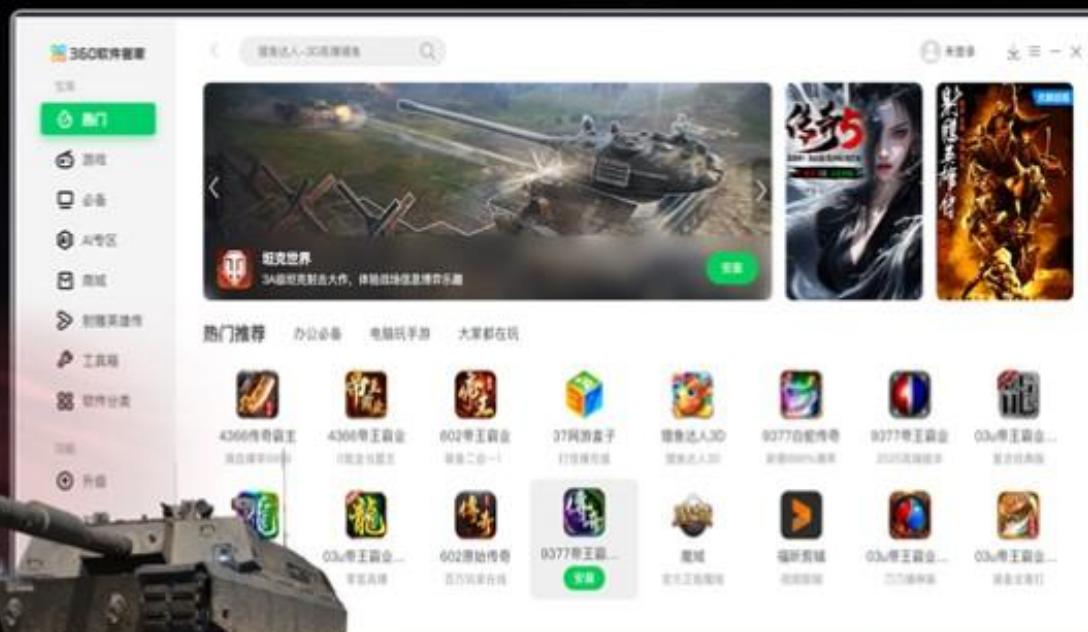
新玩家邀请入局

大屏展现恢弘战场

多重福利所见即所得



软件管家：热门游戏首屏推荐 直接引导新玩家新选择



软件管家

热门应用首页大图

核心下载流量地带

大屏吸引玩家关注

刺激战场精彩呈现

一键安装即开即玩

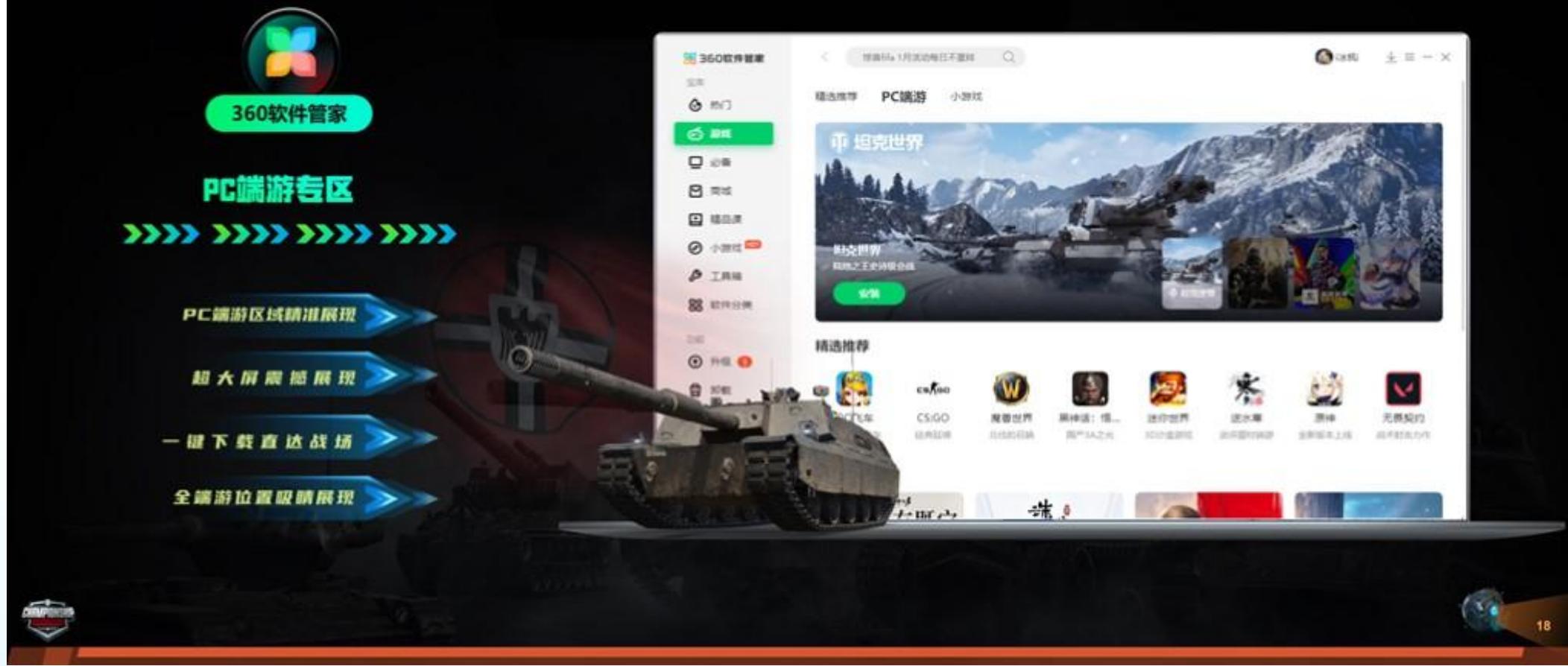
17



投放&执行



软件管家：游戏频道端游专区 大屏展现 直接影响端游玩家



软件管家：坦克世界品牌专题 斯坦森明星硬核IP推动新老玩家回归作战





投放&执行





效果&反馈



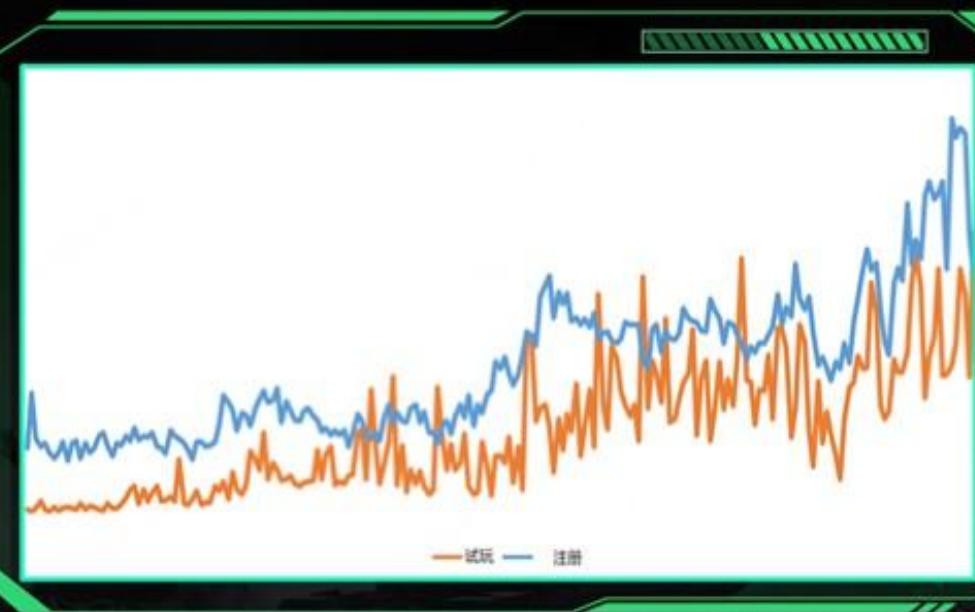
全场景营销布局下 坦克世界WCI活动月数据大幅提升

+15%

月检索量同比

+50%

月新增战斗人数





效果&反馈



WCI线下赛事热度+线上热力助推 全周期数据大幅增长

58%



软件管家CPA战斗
新增环比增幅

1500w



多场景大屏联动
CPT展现曝光千万级

20000+



紧随WCI赛事热度
活动期间新增注册用户



效果&反馈

案例亮点

“线下 + 线上” 全域造热

打造“线下赛事引爆 + 线上流量承接”的全域热度循环，通过多场景触点沟通，活动期间吸引大量新老玩家加入战斗，有效承接WCI赛事热度，达到超预期营销效果。

多端布局 全链路精准沟通

通过搜索场景承接赛事搜索流量，一键唤醒老玩家回归；利用软件管家第一下载场景，布局热门应用首页、端游专区，连接一键下载入口，直接引导新玩家选择；画报场景大屏展现游戏恢弘战场与福利信息。多场景联动覆盖用户“搜索 - 了解 - 下载 - 体验”全链路，精准触达目标受众。

硬核营销 明星IP联动破圈

深度结合《坦克世界》硬核游戏属性，借助国际巨星杰森·斯坦森影响力，在软件管家打造专属品牌专题，明星影响力加持下打破垂直圈层壁垒，将明星IP与游戏福利（独特奖励、新手礼包）结合，实现“硬核内容 + 大众IP”的破圈传播，有效推动新增战斗指数。

大屏联动 打造年度品牌盛事

甄选360多场景大屏资源，在搜索品牌专区、软件管家首屏、画报等核心位置打造统一视觉形象，以震撼画面展现游戏战场、赛事亮点与福利信息，形成“多场景大屏联动”的震撼冲击，达成千万级展现曝光，带动《坦克世界》品牌声量与用户活跃度显著提升，强化其PC端游“常青树”的品牌地位。



效果&反馈

