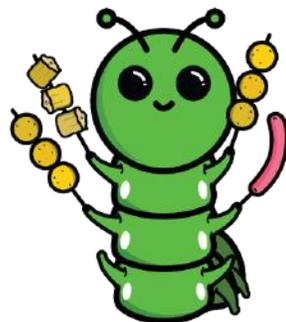


# 华盛证券 × 围威喂AR实景游戏



- ◆ 品牌名称：华盛证券
- ◆ 所属行业：金融类
- ◆ 执行时间：2021.03.19-09.01
- ◆ 参选类别：互动体验类



## 结案视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<http://hk.asiaray.com/das/2021/Where%20We%20Wow%20-%20%E5%8D%8E%E7%9B%9B%E8%AF%81%E5%88%B8>

或扫码看视频



- 华盛证券是香港证监会认可的全牌照资质券商。将香港专业的金融优势与内地的互联网研发实力结合，满足多元化优质金融资产的投资需求，让更多投资者享受到全球资产市场带来的新机遇。
- 是次广告投放主要是宣传品牌自主研发的交易平台“华盛通” - 提供全程在线化的港股、美股投资服务，为用户提供流畅、高效的投资体验。
- 客户希望透过广告投放，增加大众认知，提高开户率，年轻化品牌。





- 我们2020年中开始构思这个项目。一般传统媒体如果不是电子媒体，需要大量的设备才能与受众做出互动。在新冠疫情底下，不是很多广告客户能有足够的预算去设计互动广告。因此我们希望提供此平台，让他们有多一个选择去为品牌作互动性的推广。



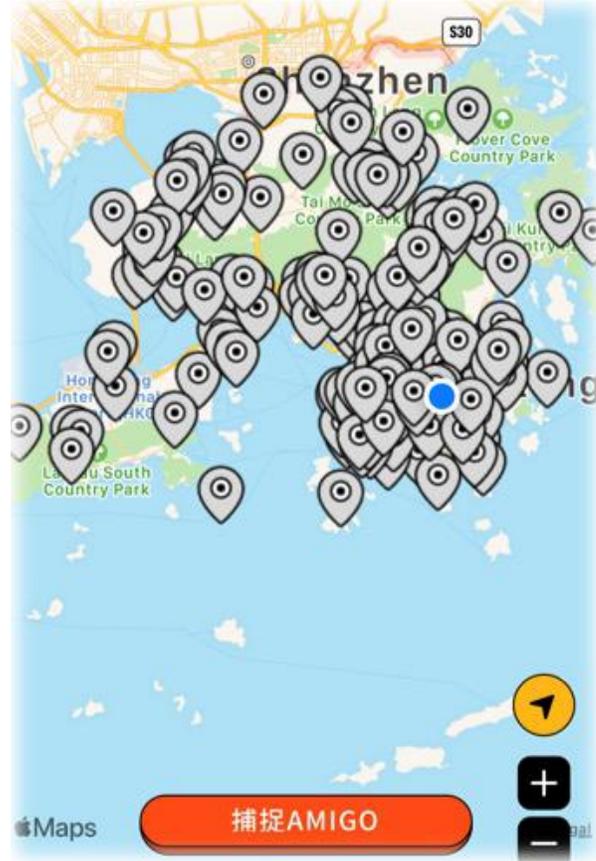
- 围威喂 (Where We Wow) AR实景游戏集: 实景游戏(Collection), 创意(Creation)及实际奖赏(Redemption) 于一身。
  - Collection 汇集 – 基于手机位置的实境游戏，在全港各区捕捉Amigo，以获取积分。
  - Creation 创造 – 玩家可发挥创意，创造他们自己的Amigo，在各区给其他玩家捕捉。
  - Redemption 换领 – 以获取的积分换取丰富、吸引、实用的礼物
- 案例的核心策略是希望利用GPS的定位技术及AR影像的技术,透过在线互动游戏,吸引玩家到线下指定区域(客户投放之媒体地区)作浏览。当AR吉祥物与品牌投放的媒体在同一地区出现时,便可增加受众对品牌的印象,在互动的情况底下更可提升品牌的形象。

- 案例的最大亮点在于利用AR实体游戏的趣味，提升实体线下广告的互动性，令一般的平面广告即使不是动态的电子媒体，也可提升趣味程度。
- 案例从在线的捕捉吉祥物，到线下领取礼品，一站式的品牌曝光率可增加受众对品牌的印象。我们可以了解哪些区域的受众较容易接受互动广告，活动推出后可让客户量化活动成效：在手机内捕捉AR图像后，APP内会显示广告横幅，我们可知道受众观看广告的次数，从而了解广告投放的投资回报率。
- 我们为品牌客户提供礼品到店换领服务，在游戏中赢取的分数可吸引受众到品牌商店换领礼物，从而刺激更多的消费。目标为令线上游戏的玩家带到线下商店消费，突出下线上线下的联动，增加广告主、受众真实的感受，APP带来了不一样的体验。



## Step1:

- 我们先利用GPS的功能在全香港的谷歌地图上规划出200个区域
- 这些区域里面均有我们自家媒体的足迹



## Step2:

- 我们设计了不同地区特色的吉祥物 (Amigos)放进相应的区域
- 玩家在打开程序后, 在相应的地区便可捕捉具地区特色的吉祥物





## Step3:

- 玩家在每一区每天有10只捕捉吉祥物的限额
- 每捕捉一只便可获得不同价值的分数,分数可用来兑换礼品
- 这样可鼓励玩家走访不同的区域去我们的媒体点



1

- 當玩家進入區域
- APP偵測玩家的位置



3

- 打開相機功能找到隱藏的 AMIGO
- 點擊AMIGO (他們會偷偷溜走!)



2

- 顯示該區域可能出現的AMIGO
- 按“捕捉AMIGO”



4

- 捕捉AMIGO後,即可獲得金幣/鑽石
- 每區域每日收集最多10隻

Step4:

- 玩家收集到不同的吉祥物后，可以到“我的收藏”去欣赏之前捕捉过的吉祥物
- 又可以与吉祥物合照上传到社交媒体



你已收集36/71隻AMIGO

显示玩家已捕捉到的吉祥物数量



- 展示捕捉到的吉祥物 → 提升玩家的满足感
- 显示还没有捕捉到的吉祥物 → 激发玩家的好奇心

- 围威喂在香港完全投入使用，对户外媒体，不论是传统或是数字媒体均可应用
- 目前我们有二百多个区域，涵盖了我们大部份的香港媒体，包括地铁站，巴士站，户外大牌，数字电子屏等
- 客户现在可在选择投放我们的户外媒体之余，同时配合为围威喂的服务，提升广告的互动率，将活动的效用相互相乘

- 华盛证券在围威喂连同地铁传统媒体一并进行广告投放，特别是当品牌有他们自己的吉祥物 - 發仔，围威喂令他们的吉祥物 - 發仔栩栩如生，深入人心，受众反应热烈，亦对品牌提供的礼品感兴趣，纷纷换领。

## 客户于香港地铁站投放了灯箱媒体



## 配合為围威喂作互動展示



## 玩家可于客户发布的灯箱媒体前, 与他们的吉祥物作互动



## 捕捉到品牌的吉祥物后，玩家可换领品牌提供的礼品



- 我们可以了解哪些区域的受众较容易接受互动广告，
- 活动推出后可让客户量化活动成效：
  - 在手机内捕捉AR图像后，APP内会显示广告横幅
  - → 我们可知道受众观看广告的次数，从而了解广告投放的投资回报率



- 原定發佈期為 25/3 – 7/4 (14天)

- **10,000**隻吉祥物於**12天**  
內全部被捕捉

- 廣告橫幅曝光次數**24,283**

## • 十大最多玩家捕捉區域

	zh_name
1.	筲箕灣
2.	沙田圍
3.	太古
4.	深水埗
5.	九龍灣
6.	旺角
7.	荔枝角
8.	將軍澳
9.	長沙灣
10.	葵芳

- 品牌所投放的鐵路網絡內, 遊戲反應最好的筲箕灣, 沙田圍區, 均是年青人口集中的區域

在社交媒体上二次宣传反应热烈

 圍威喂 Where We Wow  
Published by Agora Advertising Limited · March 25

【Where We Wow AMIGO 有新朋友啦】  
佢叫發仔，係Boss級嘅AMIGO，捉到佢有5粒鑽石嘍！  
出沒地點：全港九新界  
形態：華盛發 / 快樂發 / 知識發 / 賺錢發 / 滑板發  
大家快啲打開你哋嘅Where We Wow APP，睇吓發仔隱藏咗嘅邊度啦！  
#華盛全 #落盤揀 #實景遊戲 #實際獎賞 #一玩即賞 #去到邊玩到邊 #區區有得捉 #儲積分 #換禮物 #AR #ARgame #Collection #Creation #Redemption #AppStore #GooglePlay



 圍威喂 Where We Wow

【發仔變身「送禮發」：有好野益大家】  
發仔話初次見面，要帶啲手信俾大家！  
\*禮品 1 (兌換價 800粒鑽石)\*  
「發仔實物擺設 + 300港幣華盛通股金卡」  
- 限量50套  
- 兌換碼有效期90; 兌換後有效期90天  
\*禮品 2 (兌換價 300粒鑽石)\*  
「華盛通LV2報價卡(30日)」  
- 限量200份  
- 兌換碼有效期90; 兌換後有效期30天  
數量有限，送完即止優惠受條款及細則約束  
#華盛全年免費抽新股 #線上開戶送一股蔚來 #華盛 #華盛証券 #華盛通 #落盤揀咭伴 #華盛社區 #華盛發仔 #Amigo #WhereWeWow #圍威喂 #實景遊戲 #實際獎賞 #一玩即賞 #去到邊玩到邊 #區區有得捉 #儲積分 #換禮物 #AR #ARgame #Collection #Creation #Redemption #AppStore #GooglePlay

March 25



1,337  
People Reached

79  
Engagements

966  
People Reached

63  
Engagements