呈：行政總監

**遊戲軟件「烏托邦」推廣建議書**

**1. 前言﹕**

本公司計劃於未來兩年推出三個遊戲軟件，而第一個遊戲軟件「烏托邦」已完成製作過程。本計劃書將詳述這個遊戲軟件的推廣計劃內容，並呈交審批。。

**2. 計劃目標**﹕

推廣計劃將由二零XX年六月開始，九月結束。計劃目標為於三個月內鎖售六十萬套遊戲軟件，總營業額達一千二百萬，市場佔有率增至六成。如計劃成功，日後再推廣遊戲時，本計劃書可作參考。

**3. 遊戲簡介﹕**

第一個遊戲系列是屬於網上角色扮演類別。命名為「烏托邦」。「烏托邦」的意思是人類所不能達到的美好境地。遊戲用「烏托邦」為名寓意在真實世界所不能做得到的事情，在遊戲的虛擬世界裡都能夠做得到。

遊戲以現實世界作為背境，玩家在遊戲裡會扮演其中一個角色。這角色開始時會是一個嬰兒，玩家需要不斷努力學習增取知識，然後慢慢長大，情況與現實生活一樣。

遊戲運用了最新的網路技術及開發引擎，所以會為玩家帶來更好的視覺享受。此外，遊戲內容會不斷更新，所以虛擬世界亦會不斷進步，且其他玩家會不斷加入，扮演其他角色，並不會像以往的角色扮演般只有固定的場景及內容，所以預計將會吸引不少玩家。

**4. 市場分析﹕**

根據市場部分析數據所得，現在軟件遊戲大都採用舊有遊戲引擎開發，這類引擎的最大問題是網上傳輸資料的速度低和畫面質素差。所以隨著新引擎的開發，以舊引擎作核心的遊戲亦開始被淘太，其市場佔有率開始減少。市場上出現了一批年青的客戶，正在尋找新的遊戲軟件。故此，我們認為現在是推出遊戲的好時機。(附件一：市場部分析)

**5. 銷售對象﹕**

預計鎖售對象為十二歲至二十八歲之年輕人。

**6. 產品特色﹕**

「烏托邦」有以下幾個特色﹕

6.1 角色選擇多元化；玩家有超過二千種不同的角色選擇。而每一個角色都會有不同的遭遇及結果。

6.2 遊戲虛擬世界富真實感；由於遊戲內容和玩家會不斷增加，所以能模擬現實世界的發展。

6.3 有強大的伺服器支持運作；採用最新的伺服器，而且伺服器數量會因應需要而增加。

**7. 銷售形式﹕**

由於「烏托邦」是以線上形式住行遊戲，所以會以積分形式銷售。玩家只需購買積分咭，便能以咭上密碼登入伺服器，進行遊戲。積分咭將於各便利店代售。

**8. 宣傳策略**

本計劃的宣傳策略分為三部份，分別為遊戲推出前、遊戲推出當日及遊戲推出後

**8.1遊戲推出前**

**a)決定及邀請產品代言人**

**日期：** 二零XX年一月

**內容：** 基於遊戲的主要對象是十二致二十八歲的年輕人，所以選擇了時下青年人的偶像作為代言人。本小組認為鄧紫祺小姐是最適合的人選，她的支持者不單是青少年，在二十多歲的年輕族群間亦頗受歡迎。如她的檔期不能配合，本公司會以薛海琪小姐作侯補，如有需要，侯補人選將另再商議。

除選定產品代言人外，本小組亦會安排代言人錄製遊戲主題曲和拍攝廣告等事宜。

**負責人員**： 陳小明

**工作人員數目**： 5

**b)決定產品包裝**

**日期：** 二零XX年三月

**內容：** 與設計部商議並決定遊戲的包裝。本小組建議設計部以盒裝作包裝，盒的大小大約是遊戲光碟大小的兩倍，盒的封面以代言人為主，背景為遊戲裏的世界，並建議以加上立體或凹凸效果，突出視覺效果。具體安排，本小組會和設計部相約時間進行會議作更詳細的討論。

**負責人員**： 李大文

**工作人員數目**： 2

**c)媒體宣傳**

**i.電視電台廣告**

**日期：** 二零XX年五月

**內容：** 聘請廣告公司製作廣告，其內容主要以代言人扮演遊戲中的角色來顯示遊戲中一些精采的場面、簡略交待遊戲的玩法及發售日期，片段大約為二十秒，製成後聯絡及發放給無線電視 、Road Show 和M channel播放。

電視方面，廣告的首播日期為六月一日，在晚上黃金時段九時正播放，其後每天在電視台的早、午、晚時段內各播映一次，直至遊戲推出後兩星期才停止播放。在公共交通工具頻道則在同日首播，二十四小時不停播放。停播日期和電視台相同。

除此之外，還會安排代言人錄製宣傳聲帶，聯絡及發放給三個電台（商業電台、新城電台和香港電台）在受年輕人歡迎的節目時段播出。首擋和停播日期同電視台。

**負責人員**： 張瑪莉

**工作人員數目**： 10

**ii.網頁介紹**

**日期：** 二零XX年五月

**內容：** 和科技部合作製作網頁，內容除有遊戲的基本資料如發售日期、價格及對應系統外，更會包含遊戲的相關資料如人物性格分析、流程及操作等，一些精采動畫如遊戲的序幕，同時也會提供聊天室及討論區給網友作交流，務求令玩家在遊戲發售前對遊戲有一定的認識及興趣。

**負責人員**： 黃素絲

**工作人員數目**： 5

**iii.遊戲雜誌**

**日期：** 二零XX年六月

**內容：** 聯絡本地幾本暢銷遊戲雜誌為遊戲作介紹，資料主要以網頁裏的為主，再附加一些場景的照片，同時為每間雜誌社提供一遊戲光碟，給雜誌社的工作人員體驗遊戲的好處和壞處，以作出客觀的評論。在作遊戲介紹的同時，也收到廣告的效用。

**負責人員**： 陳小明

**工作人員數目**： 2

**iv.海報**

**日期：** 二零XX年六月

**內容：** 印製大量海報，海報的設計藍圖是將代言人裝扮成遊戲中的角色，作為賣點。海報將於各遊戲咭銷售點和交通工具（如地鐵站、火車站、巴士車身上）張貼。本小組和設計部商討海報設計事項，並聯絡印刷商。

**負責人員**： 李大文

**工作人員數目**： 10

**8.2 遊戲推出當日**

**a)展銷會**

**日期：** 二零XX年六月二十九日

**內容：** 為配合遊戲推出，本小組建議於遊戲推出當日在旺角新世紀廣場舉辦展銷會，時間為上午九時至下午九時。會場內劃分為四部份，分別為賣遊戲的攤位、講解遊戲玩法及試玩的攤位、售賣紀念品的攤位和舞台。展銷會內以賣遊戲的攤位為主，場內的遊戲以市價九折出售，講解遊戲玩法及試玩的攤位負責為來賓講解遊戲玩法及提供試玩遊戲，而售賣紀念品的攤位則售賣一些遊戲的紀念品如海報、咭牌等。本公司會安排代言人於下午三時致六時出席展銷會並作遊戲示範及舉行簽名會，同時也為遊戲的主題曲作首次公開演唱。

為令展銷會更見成效，本小組建議於活動一星期前，於各大報章（明報、東方日報、太陽報和蘋果日報）登大型廣告或發放新聞稿，吸引市民到場。

當日，本小組需要科技部派人(20人)到現場講解遊戲玩法；並需聘請臨時保安。

**負責人員**： 黃素絲和李大文

**工作人員數目**： 20

**8.3 遊戲推出後**

**a)推出遊戲模型公仔**

**日期：** 二零XX年八月

**內容：** 遊戲推出後兩個月內，預計會是銷售額的高峯期，且亦預計當其時首批被吸引的玩家所持的積分亦接近耗盡，所以計劃在遊戲推出後兩個月再舉行另一次的宣傳，以吸引更多新的玩家及令舊客戶再購買積分咭。

計劃會於兩個月後當遊戲的知名度提高了後，本小組建議推出遊戲角色手辦模型。這些模型將有五款，會以角色受歡迎程度決定製造哪五個角色的模型。每款模型只會發行一千個。顧客可在買滿一百元積分咭後，加五十元換購。模型推出後，再作分析，若果反應熱烈，便會繼續推出其他角色的模型。

**負責人員**： 李大文

**工作人員數目**： 10

**10. 人手分配**

本計劃由本小組負責統籌，由其他宣傳部同事協助，估計約有二十人。

**11. 預算**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 「烏托邦」線上遊戲推廣計劃支出預算(二零零三年三月至六月) | | | | | | |
|  |  |  |  |  | $ | $ |
| 邀請代言人(連唱片贊助) | | | |  |  | 800000 |
| 錄製遊戲主題曲 | | | |  |  | 100000 |
| 電視電台廣告費(連製作費) | | |  |  |  | 500000 |
| 印製海報 |  |  |  |  |  | 100000 |
| 於報章買廣告 | |  |  |  |  | 100000 |
| 展銷會 |  |  |  |  |  |  |
| 場地租用 |  |  |  |  | 150000 |  |
| 場地佈置 |  |  |  |  | 150000 |  |
| 搬運 |  |  |  |  | 100000 |  |
| 製作紀念品、宣傳單張、海報等 | | | |  | 100000 |  |
| 增聘臨時保安(20人) | |  |  |  | 200000 | 700000 |
| 雜項 |  |  |  |  |  | 100000 |
|  |  |  |  |  |  | 2400000 |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 註：網頁介紹(科技部製)、遊戲雜誌介紹和試玩版宣傳項目皆沒有支出 | | | | | | |

**12. 程序**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **日期** | **工作項目** | **負責人** |
| 二零XX年三月 | 決定及邀請產品代言人 | 陳小明 |
|  | 決定產品包裝 | 李大文 |
| 二零XX年五月 | 電視電台廣告 | 張瑪莉 |
|  | 於網頁推廣 | 黃素絲 |
| 二零XX年六月 | 於遊戲雜誌推廣 | 陳小明 |
|  | 張貼海報 | 李大文 |
|  | 網吧試玩 | 張瑪莉 |
| 二零XX年六月二十九日 | 展銷會 | 黃素絲和李大文 |
| 二零XX年八月 | 推出遊戲模型公仔 | 李大文 |

**13. 結語**

是次推廣計劃透過多個不同的渠道將「烏托邦」介紹給目標對象，並大大提高了公司的知名度。如是次計劃獲得通過，本小組定必全力以付，做到最好。幾項淺議，敬請 察閱批示。

「烏托邦」推廣小組 謹啟

二零XX年一月一日