

编辑导语：除了看春晚，年夜饭以外，每年支付宝“集五福”也成为了大家过年的一个习惯，从2016年到2021年支付宝集五福已经持续了5年。本文作者从运营、产品和用户三个方面对支付宝集五福活动展开了分析解读，一起来看看~



这三更半夜的，阿强送这个敬业福给我是么子意思？

于是，2021年，我花了30分钟集齐了五福。



排行榜

## ❖ 集齐五福，拼手气分5亿 ❖

221,408,262人已集齐，2月11日22:18开奖

[我的福气礼 >](#)

打年兽 为新年添福气

[去看看 >](#)



淘票票感恩有你

### 祝你新春大吉



# 開

五福开奖分5亿，再  
送20元新春礼

[去看看](#)

五福日合成  
2月11日22:18开奖

回忆过去支付宝的集五福活动，每一年我都积极参与了，并且还动员了兄弟姐妹、亲戚朋友一起参与了，正所谓人多力量大。而今年，关于支付宝集五福年度活动，唯独只有我的狐朋狗友阿强在耍，且还牵挂起我了来。

支付宝今年的 5 亿现金奖，在我的生活圈子里，这么的不温不火，算是失败了吗？来三个五福纪念卡（2017 年开始的，2018 年才开始留下的纪念卡）：



## 2018新春五福纪念卡

# 在一起 过福年



以此卡纪念2018新春五福活动

在一起，过福年



精彩瞬间



详情介绍





## 2019新春五福纪念卡

五福到



新年到

以此卡纪念2019年新春五福活动

精彩瞬间



我的五福称号



详情介绍





## 2020新春五福纪念卡



2020年新春五福纪念卡

以福卡纪念  
2020年新春五福纪念卡

精彩瞬间



2020关键词



详情介绍



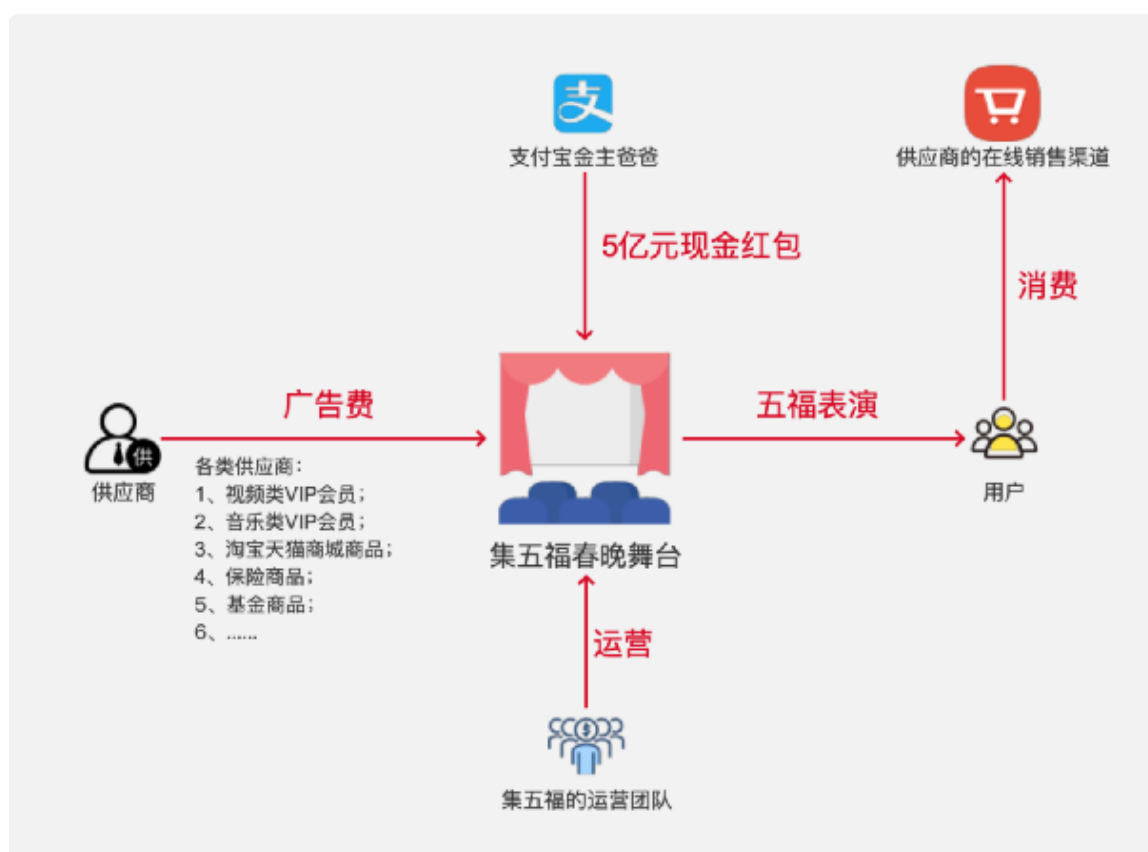
## 01 运营的诉求

老板讲，今年过年，有 5 亿的活动经费，需要把支付宝的品牌好好打一打，给个花钱的方案吧。

花钱到春晚舞台砸广告吧！能算出来花钱到春晚砸这个广告的投入产出比吗？要不自己搭建个春晚的舞台，让别人过来我们这里砸广告？

以上情节皆为虚构，如有雷同，真 tm 巧.....

于是



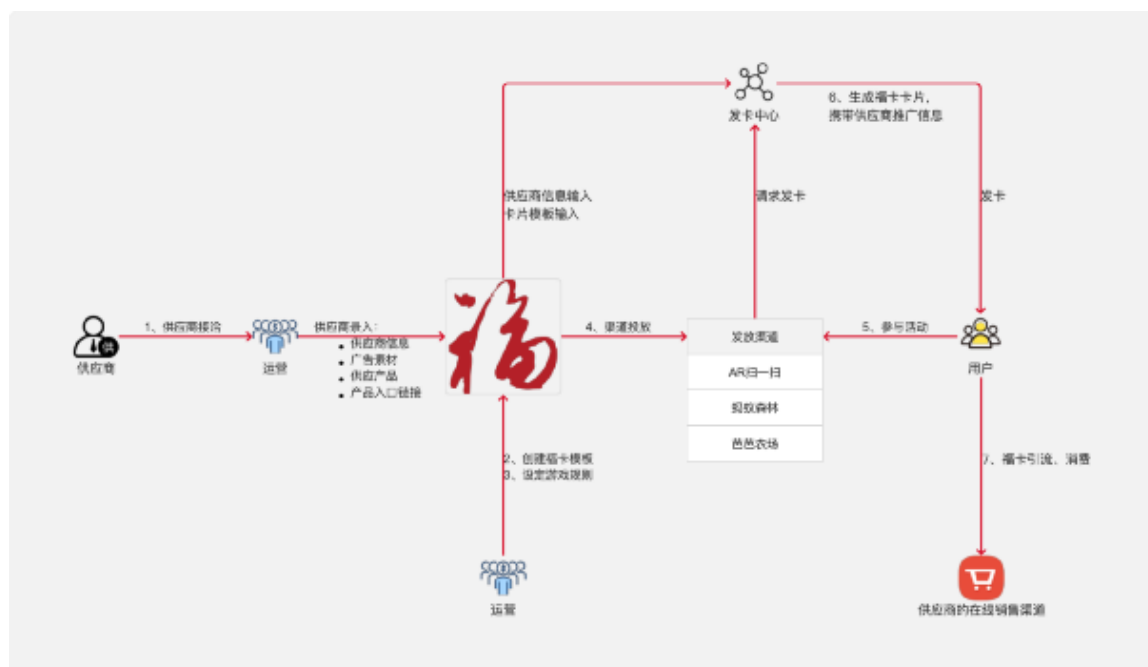
需要策划一个集卡活动，以春节祝福为主题，利用支付宝的亿级用户流量达到以下效果：

**花掉支付宝的 5 亿；用户运营的其他指标，如活跃度、品牌宣传等；接入一波赞助商，合作共赢；**

## 02 产品的思考

### 1. 业务流的设计

产品经理人，在遇到全新的业务需求时，习惯性先设计好产品的业务流程。第一方便和运营的愣子们确认思路方向，以免后续无用的返工；第二方便自己产品从 0 到 1 的设计思路，轻车上路。



运营 A 组负责与供应商接洽，引入供应商合作资源；运营 B 组负责筹备福卡事项，包括基础的福卡素材及根据活动过程的数据实时调整活动策略等；运营 C 组负责找活动的投放路径（支付宝扫一扫功能，蚂蚁森林这些玩意，不是你一个做福卡的产品经理说改就改的，内部资源协调，也是那么一回事）；设定好发卡的规则，包括用户抽取每张卡片的几率及卡片发放时关联供应商投放的广告内容；负责接洽供应商的运营小组，要保证广告投放的有效性，要求供应商尽可能提供可转化的入口连接（也就是支持支付宝在线购买的功能，顺便还可以要求供应商开发小程序才能入驻广告，推推支付宝的小程序...）

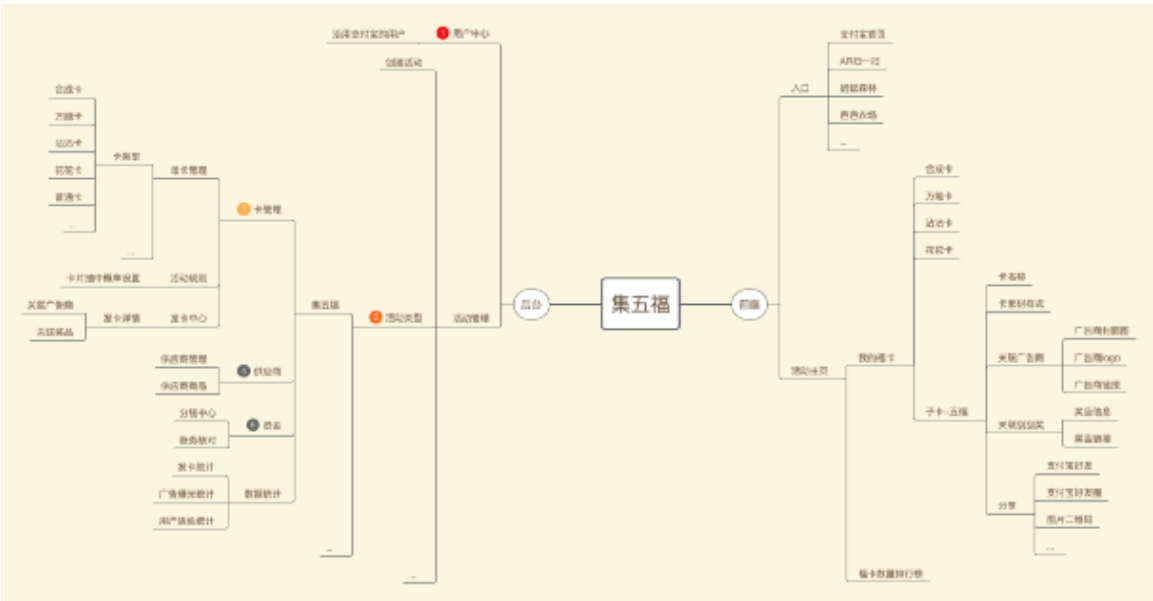
### 2. 产品架构设计

有了业务流，我觉得需要设计下产品的架构了。我需要用思维导图发散下，看下整个平台建设下来，会涉及到哪些功能点。



思维导图：

先前端，再后台。从目前所涉及到的资源，尽可能的应用到前端去，如卡、广告商、商品等，还有钱。而后根据前端发散到管理后台所需要的功能点。当前，这里的前端不仅仅指代手机页面的应用，主要还是根据用户使用需求进行定制。



用户中心沿用支付宝本身的用户；以活动的模式展开当前集五福的功能，而不是单纯的为了一个五福做一个后台，后期可将以此产品架构承接其他的活动类型；设定卡类型，每个类型的卡所拥有的功能是不一样的，所以，我们看到的五福，其实只是普通卡，用来合成合成卡使用的；通过设定活动规则、设定每个卡的发卡概率就好，合成卡与普通卡的关系，也是在活动规则里面搞；供应商的录入，包括供应商提供的商品信息、链接信息，作为活动的商品池，发卡时需要用到；资金，属于财务板块，需要找到一个发钱的账户。发钱后，记录每一笔发钱流水即可。这种东西也没有什么好对接的，系统自动核对即可。其实在发钱之前，就应该做好安全路由，保证发钱的正确性；数据实时统计，对于运营来讲，极其重要。因为活动是阶段性的持续的，数据统计对于活动过程中调整活动策略尤其重要。

产品架构：

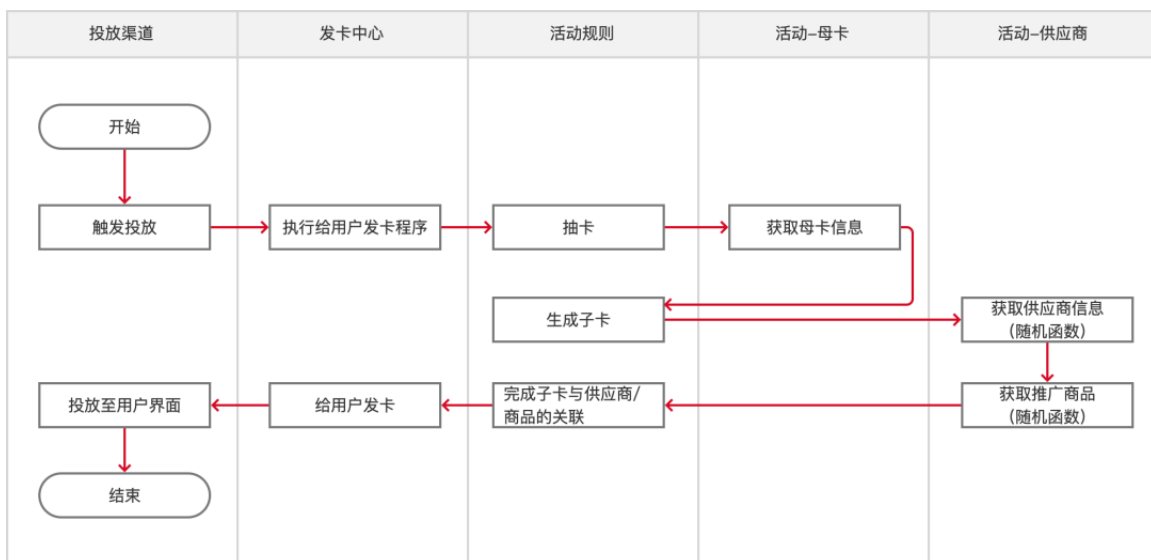
设定好集福产品架构内容，划分每层应用。



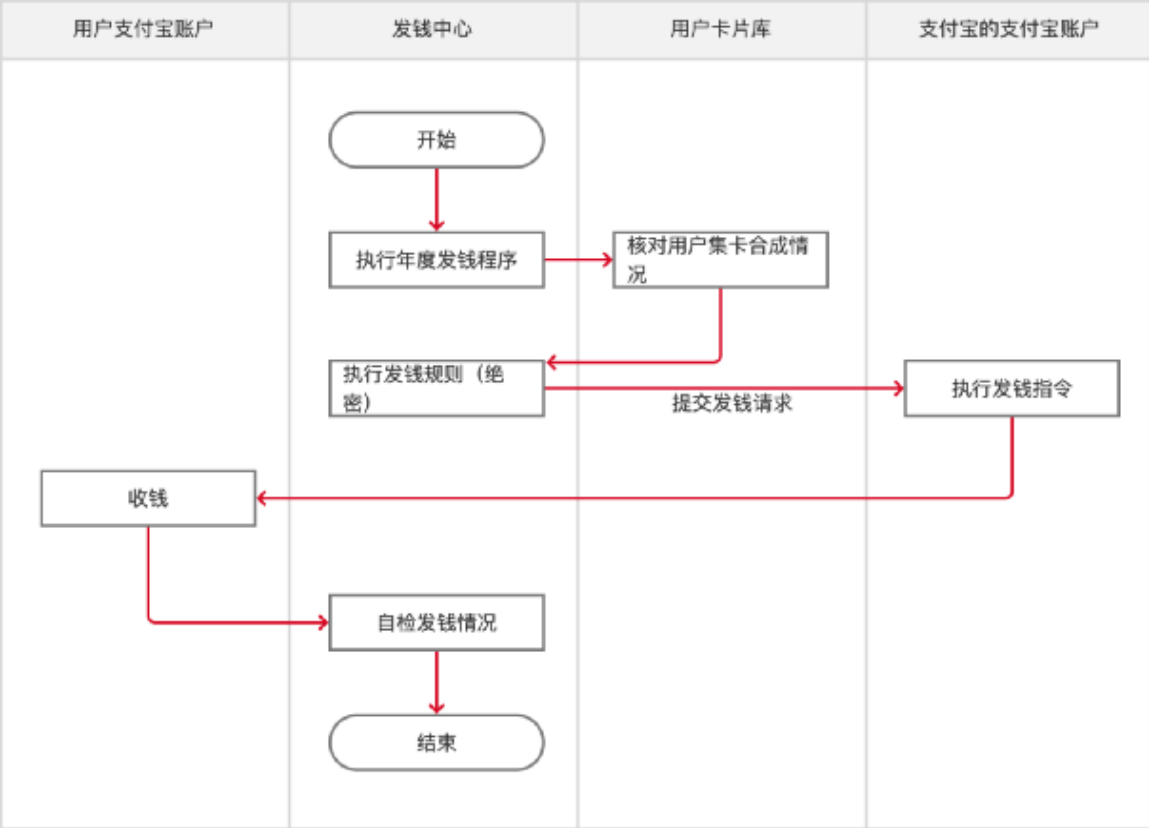
**投放：**需要通过第三方（相对五福产品本身而言，其他产品属于第三方）渠道进行投放；  
**用户**获取到福卡后，设定分享方式，增加活动社交属性；  
**前端**用户直接查看活动的的具体进展及自己的活动状态；  
**后台**供运营实时跟进运作；  
**底层**其他服务支撑本活动的运作（亿级别用户的产品，那能只是产品经理的事情）；

### 3. 系统 workflow

#### (1) 发卡 workflow



#### (2) 发钱 workflow



4. 执行落地

作为一个集卡活动的小产品，需要依赖着众多的兄弟产品来支持活动的运作面，各种沟通协调是免不了的，毕竟是一个 5 个亿的大项目。

序号	事项	描述	负责人	时间
1	产品事务	产品设计、业务评审、需求评审	-	-
2	开放接口	标准接口的快速指定，要求兄弟产品快快接上来	-	-
3	系统开发	五福产品的开发	-	-
4	蚂蚁森林对接	福卡投放，需要兄弟产品经理按我的要求改改改改	-	-
5	芭芭农场对接	福卡投放，需要兄弟产品经理按我的要求改改改改	-	-
6	扫一扫对接	福卡投放，需要兄弟产品经理按我的要求改改改改	-	-
7	支付宝钱对接	需要兄弟产品经理按我的要求改改，发钱专用	-	-
8	运营事务	活动筹划、供应商接洽等	-	-
9	其他事项	阿里系的其他支持：阿里云、数据埋点等	-	-

有一种产品是自发自行为，你所需要的资源需要利用自己的关系慢慢去协调。另外一种产品就是从上而下的产品，就是老板说你想怎么搞，请提出来，所有人都需要屁颠屁颠支持你。那么集福这个产品，就是后面这种。

## 6. 小结

从需求的提出，产品的规划、设计、评审，资源的协调、督促其进度，开发小组进度的跟进、需求开发过程的纠正，响应运营的快速调整，参与的角色众多，作为产品的总负责人，需要对产品的需求、进度、上线、运营结果负责，这正是一个产品人的基本操作。

然而，即使集五福活动背后的支付宝条件再怎么优越，也难逃出产品生命周期的金箍圈，起码今年平均 30 分钟集齐五福，个人觉得，就认定其活跃度肯定是要减弱很多了。

## 03 用户的视野

### 回忆福卡过去的 4 年

支付宝做不到微信或者抖音一样，后者两个很容易就成为了全民 APP。原本支付宝也在攻占社交市场的，结果只能失败两个字来形容了。所以支付宝，在我的印象里，就是个用户做支付的工具，把我 4 位数的财产都放进去保管，就好了。所以我敢断定，支付宝，始终还是一款偏年轻用户较多的产品。

对于年轻人来讲，集五福，就是简单的集五福的活动了，薅羊毛党另外算。

2017 年，支付宝的第一次集五福活动，2 亿现金的大项目，加上活动的创新玩法，支付宝的产品经理冠华都想不到会取得这样好的效果吧。哪一年，为了获得这个神秘莫测的“敬业福”，我基本上把公司的同事都加了支付宝好友。当时还在想：难道支付宝的社交梦从此转折了？（多想了，应该那年的支付宝聊天活跃度可以达到最大峰值吧！）

九牛二虎之力凑齐了五福，开奖的除夕夜，前一刻甚至还念想着，今年的肥年，就靠支付宝了（这个年纪了，也不指望什么压岁钱的了）。结果，我和绝大多数的亲戚朋友一样：

## < 账单详情



天安财险的红包 >

+2.68

交易成功

红包说明

收到天安财险的红包

红包来源

新春五福红包

创建时间

2017-01-27 22:43

订单号

17012749100652335672

账单分类

转账红包 >

标签和备注

添加 >

对比订单有疑问

>

## < 账单详情



支付宝五福红包 >

+1.88

交易成功

红包说明

收到支付宝五福红包

红包来源

新春五福红包

创建时间

2018-02-16 00:43

订单号

18021649101724165497

账单分类

收入 >

标签和备注

添加 >

对比订单有疑问

>

## < 账单详情



支付宝五福的红包 >

+2.08

交易成功

红包说明 收到支付宝五福的红包

红包来自 新春五福红包

创建时间 2019-02-04 23:26

订单号 19020449103906692277

账单分类 收入 >

标签和备注 添加 >

对比订单有疑问 >



## < 账单详情



支付宝五福的红包 >

+1.58

交易成功

红包说明	收到支付宝五福的红包
红包来源	新春五福红包
创建时间	2020-01-25 00:49
订单号	20012549105471900907

账单分类 收入 >

标签和备注 添加 >

对比订单有疑问 >

即使支付宝在最后红包金额上深深的伤害了我，我还为支付宝后来退出的“全年帮你还花呗”的“花花卡”疯狂最后一次。



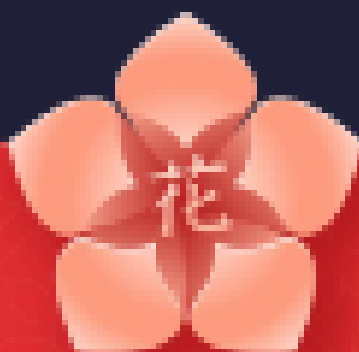
## 我的福卡

福卡榜

—♦ 集齐五福，拼手气分5亿 ♦—

158,604,529人已集齐，2月4日22:18开奖

20182117



花花卡

此卡可参与抽取

「全年帮你还花呗」

大奖共2019份，2月4日21:20开奖  
已有48186753人获得此卡

[查看能帮你还多少](#)

1/1

送给朋友

中奖规则



上天早就注定了大多数人和中奖是绝缘的。我连公司百来人年会的普通奖品都无缘，还期盼着和几亿的人竞争这种如同福利彩票一样的大奖，我真是不自量力啊！！

### 用户 A 的心理变化

5 亿元的现金大奖，让我觉得，只要我够努力，我一定会是其中的一个幸运儿。我会非常积极、甚至疯狂的参与到这个活动中去。不单是我自己，我还有分享给兄弟姐妹、亲朋好友，还有同事，我需要得到他们的支持（换卡）。

集齐五福的那一刻，我知道自己终于做了一会人上人了。

然而，过了几个小时，我被告知，已经有 2 亿人集齐福卡了。对于五福的开奖，我已经没有动力了，最后剩余了“花花卡”剩下唯一的期盼。即时我知道这个和中福利彩票的几率是一样的，但是，就算我换了 10 块钱买了福利彩票，我也很期待开奖的瞬间啊！

最后，一切如我所愿，所有大奖连和我擦肩过的近距离感都没有……

所以我知道，明年支付宝还是会继续推出集福卡的活动，但是，我相信自己不会参加了，这种被受伤过的心灵，没有千百万，是很难弥补的回来的。

### 最后

每年年终，都有各种集卡活动，又是分 20 亿、30 亿的，欠 120 亿的也有。这种持续性的活动行为，当然最容易增加平台的活跃度。不过，如果最后的红利力度不够的，最后还是沦为一堆 30 分钟的产品。

反正今年的五福，因为阿强的原因，我算是集齐了。其实就算没有阿强的敬业福，我刚刚也拿到了全民卡片——万能福。

2021，祝福大家春节快乐。

题图来自 Unsplash，基于 CC0 协议