

需求

渴望小红点和火热的私聊，却等很久才回复



微信朋友圈！= 朋友圈，需要维护人设



少说话，少发朋友圈能维护人设



没有表达的安全感



替代

少表达、不表达、只窥屏

转向其他平台打发时间 / 小号 / 公共社交 / 线下社交

分析

为什么在线社交要有表达的安全感？
不担心后果，任性地表达让人愉悦

为什么要在线表达？
表达和获得反馈的成本低

为什么要表达？
基因本性传播

抓手

表达欲强、视觉动物和 身份敏感的 同性恋群体 切入
好看的皮囊需要变现
点赞和私信获得的满足，远大于生活和工作的小欢喜。

市场

微信的 **邮件化** 让出了一些市场空间

小红书 **Ins化** 正占据这些空间

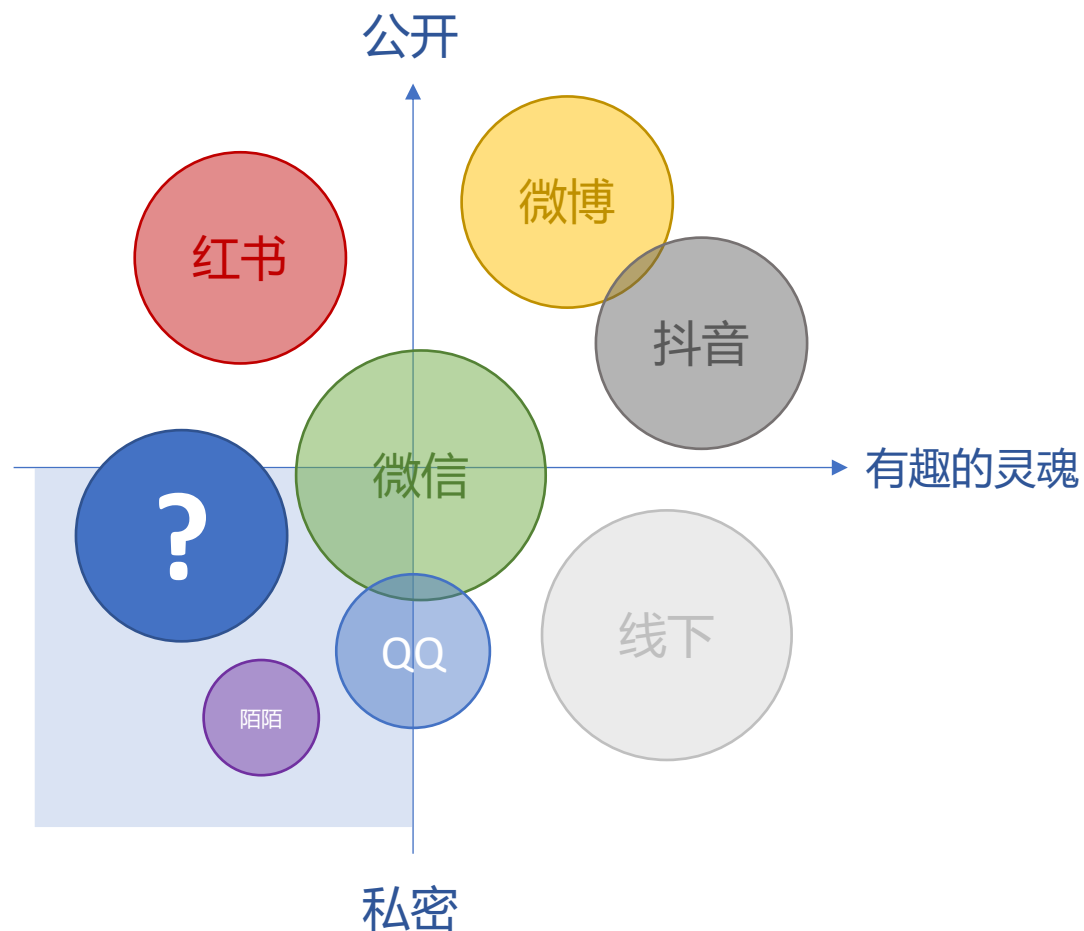
图片内容比视频内容门槛更低 -> 更高频、更大众

中小博主转移到小红书账号 -> 固定粉丝

(推荐算法过度榨干博主曝光度 -> 转向强制浏览和推荐 平衡的小红书)

抖音微博覆盖不到的用户正在被小红书渗透

好看的皮囊



抖音等以推荐算法为核心的应用专为个性设计，很难具有熟人社交的共性。

还未做详细的市场调查 但估算市场天花板 $1\text{亿用户} = \text{一二线城市Z世代数量} * \text{预估占有率} + \text{delta}$

解决方案

方案只是一些想法，需要进一步测试验证

Story(24h 消失的朋友圈)：海外社交媒体 Ins、Snap Chat 亲测好用

Space：一个人可以有多个 Space (类免切换 多个微信号) 添加不同圈子的朋友，每个 Space 有完整的功能

Profile：不想仅三天可见的朋友圈内容，展示给新朋友的首页

获取客户

远见者

拥有约30个各路粉丝超10万的朋友。

他们是天使用户引入第一批早期用户

早期用户

前一千个获得 一千个有效粉丝的博主 一千元奖励，每赛季递减。

在其他平台对目标用户私信、评论“博主有 HAY 的账号么”，提问数量增加会带来质的改变。

早期大众

???

商业计划

远景

提供像Google一样的精准且经济的广告服务。

曾花费9美元收到4个客户的电话咨询

分析

搜索和支付的信息比APP行为更直接和丰富

通用产品 -> 受众广 -> 走量 -> 直播带货；

个性产品 -> 受众小 -> 营销预算少 -> 定向推荐；

方法

支付牌照或者信用卡借壳

PDD 的推广机制收获了下沉市场，但还未有如 AMEX 的模式收获中产

关键路径

有效用户留存；支付频率

如何让用户形成消费搜索和支付习惯；如何广告-用户匹配

风险

小红书正占据市场面临正面竞争

不能跨越鸿最后变成一个小众同性恋平台

中国人 和 在美中国人 和 美国人社交特点有差异 Story 可能不 work

不能把用户资源转化为合适的盈利模式

政策风险被取缔