

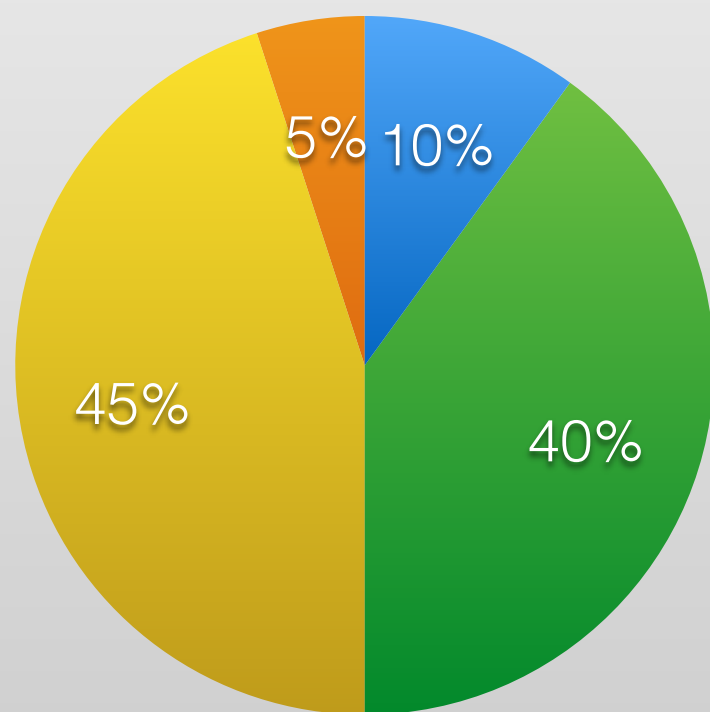
VR街机运营报告

(FPS类游戏)

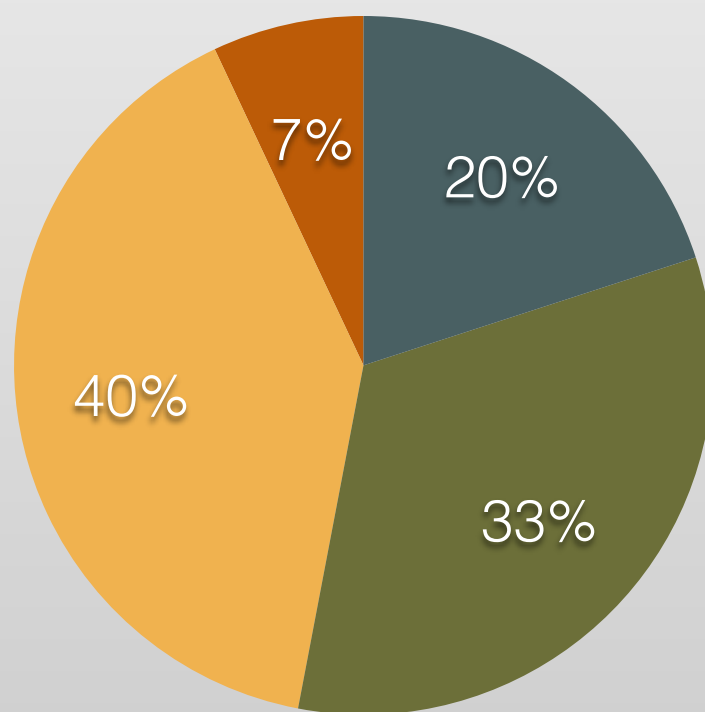
用户画像

VR街机用户人群开口较大，主要年龄分布在6-40岁，主力消费群体在16-35岁，男性比例居多，此类群体娱乐消费属性明显

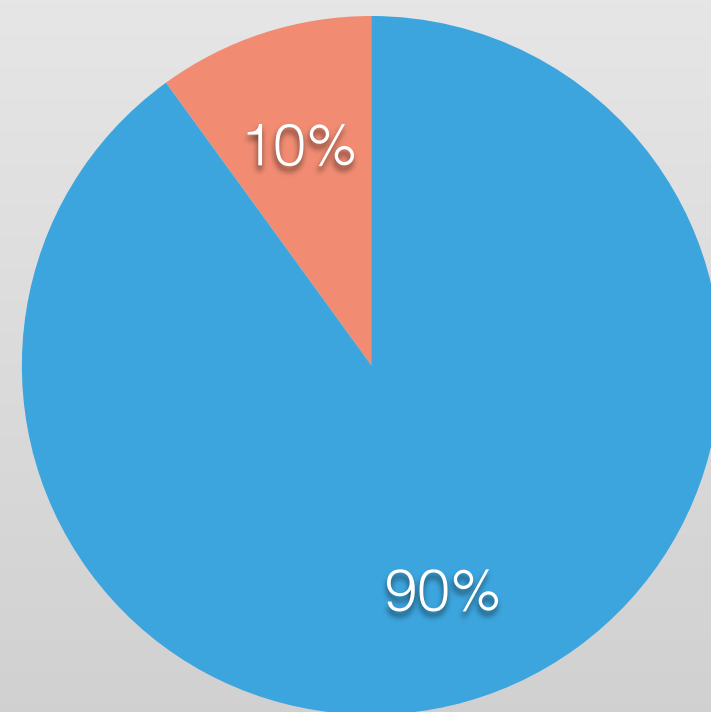
用户年龄分布



用户行为偏好



用户性别



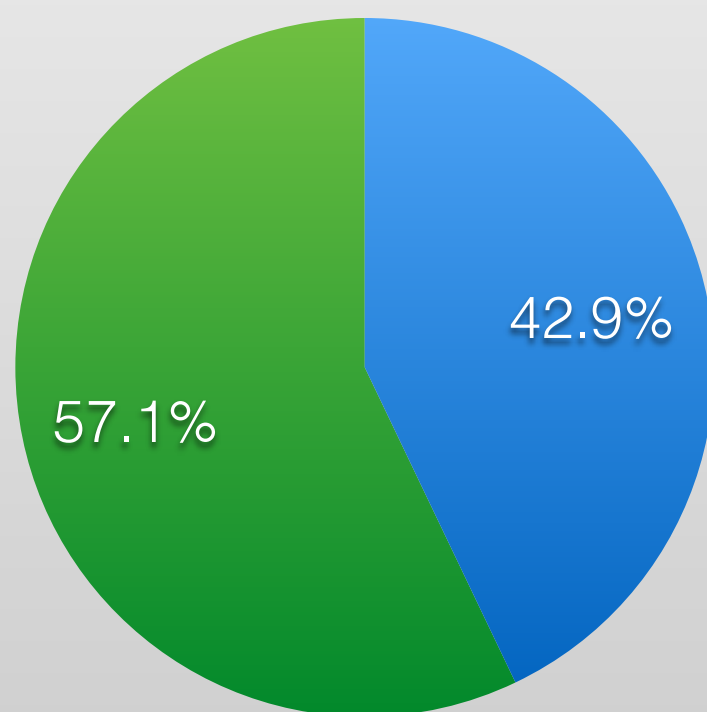
● 6-15岁 ● 16-25岁
● 26-35岁 ● 36岁以上

● 游戏 ● 吃货
● 娃娃机 ● 唱K

● 男性 ● 女性

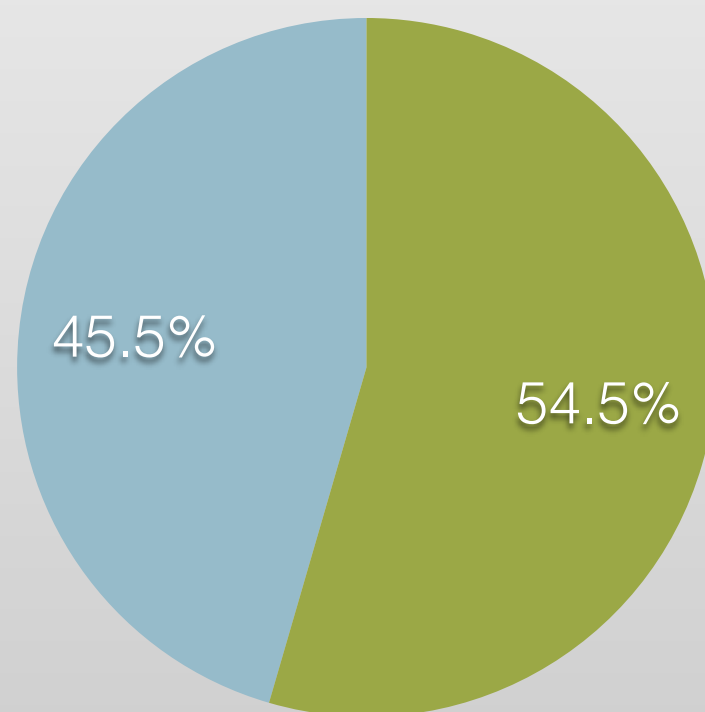
VR街机游戏用户对价格前期表现敏感，进入游戏的用户对于速射竞技场
景更为倾向，带有SNS属性的速射竞技场复购率更高

行为偏好



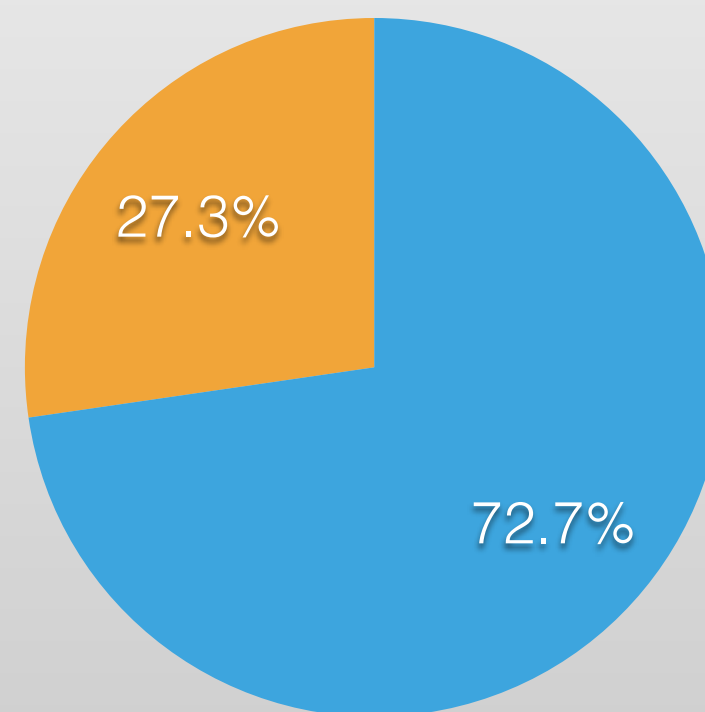
● 完成付费
● 登陆未付费

模式偏好



● 靶场速射
● 生存闯关

复购率占比

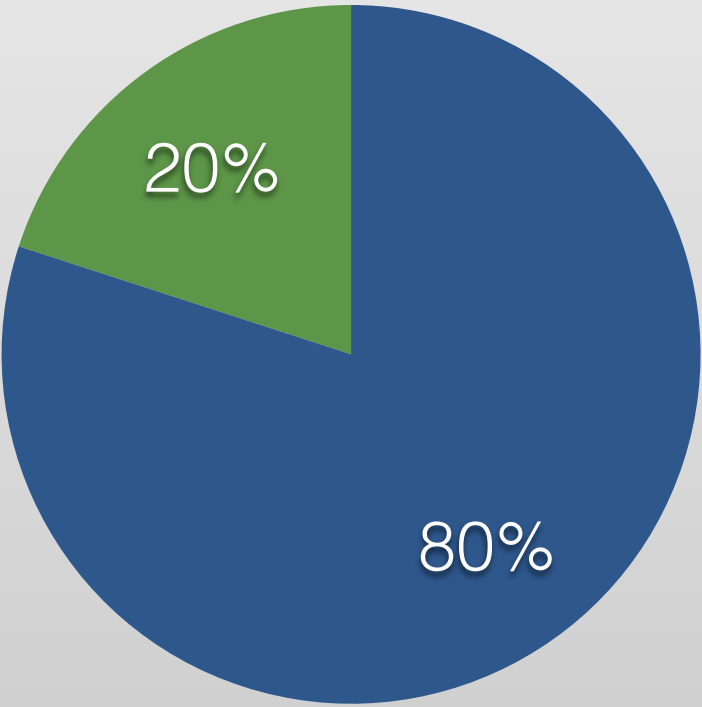


● 靶场速射
● 生存闯关

流量转化

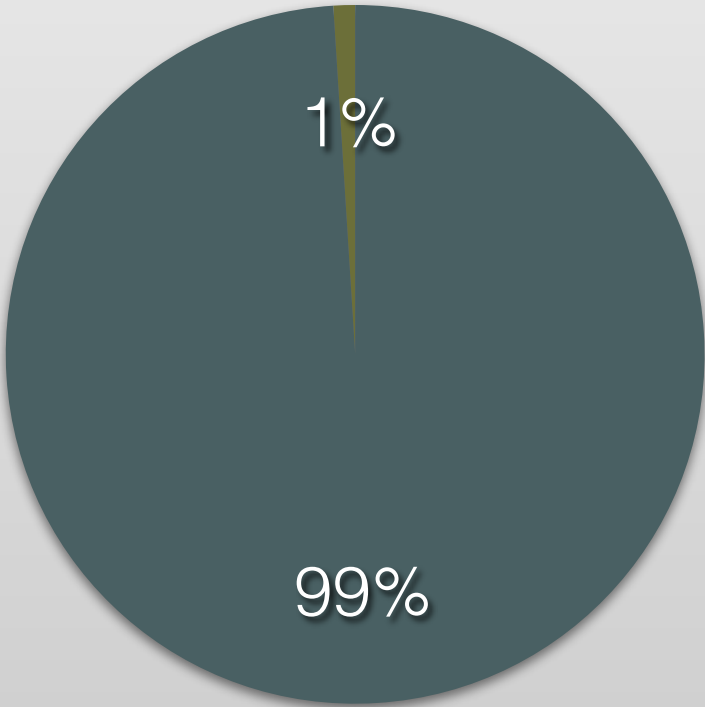
商场的客流转化率比预期高，本楼层客流转化率高于整个商场，周边娱乐项目人群和VR街机游戏人群有重叠，转化率较高

本楼层转化率



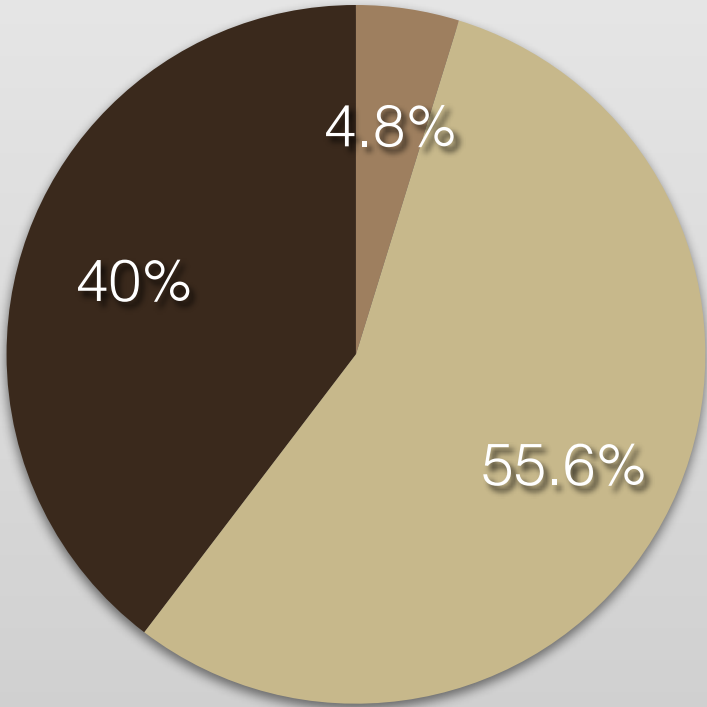
● 未进行游戏
● 进行游戏

商场客流转化率



● 未进行游戏
● 进行游戏

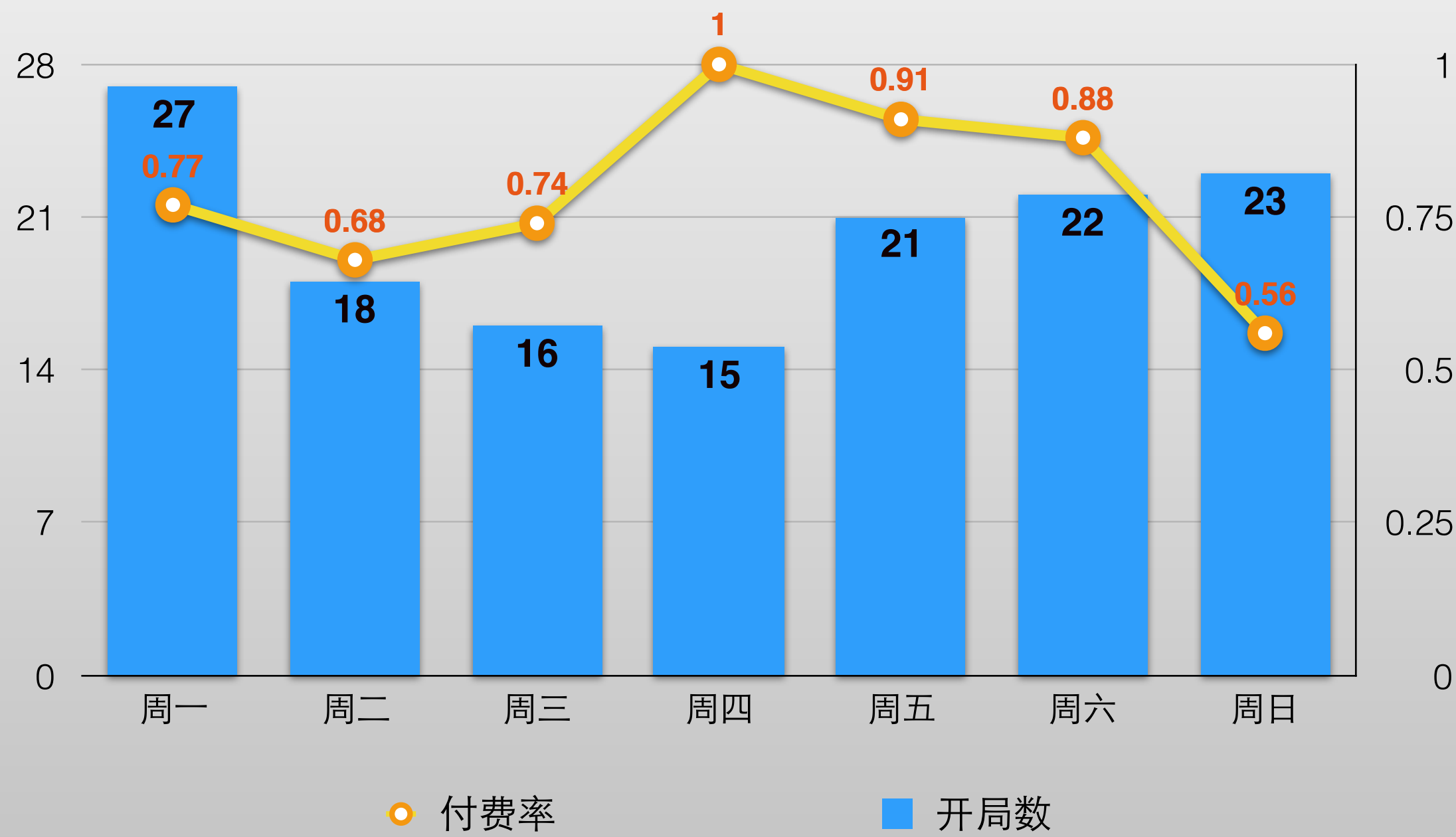
其他项目转化率



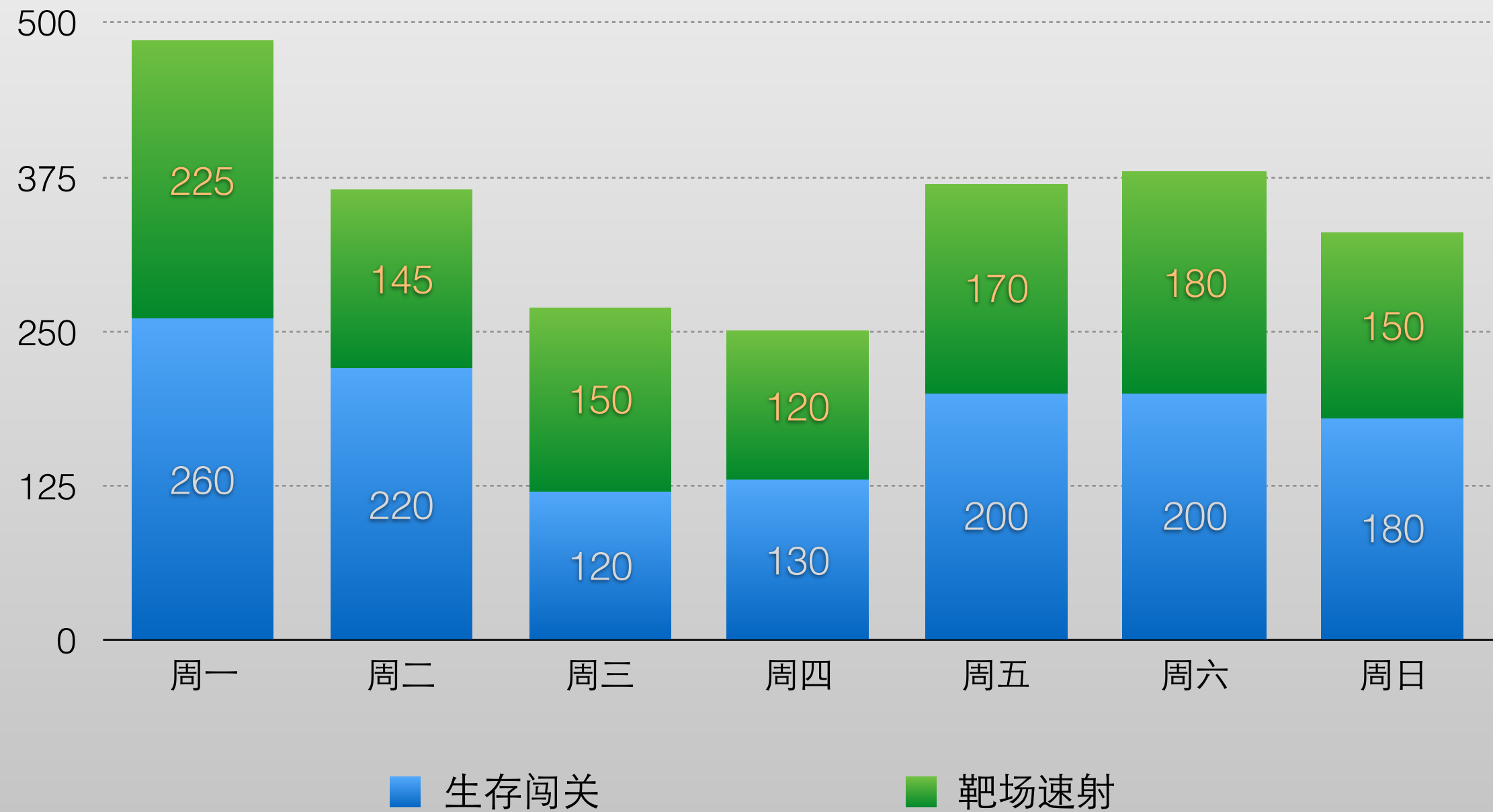
● 吃货 ● 娃娃机 ● 唱K

用户洞察

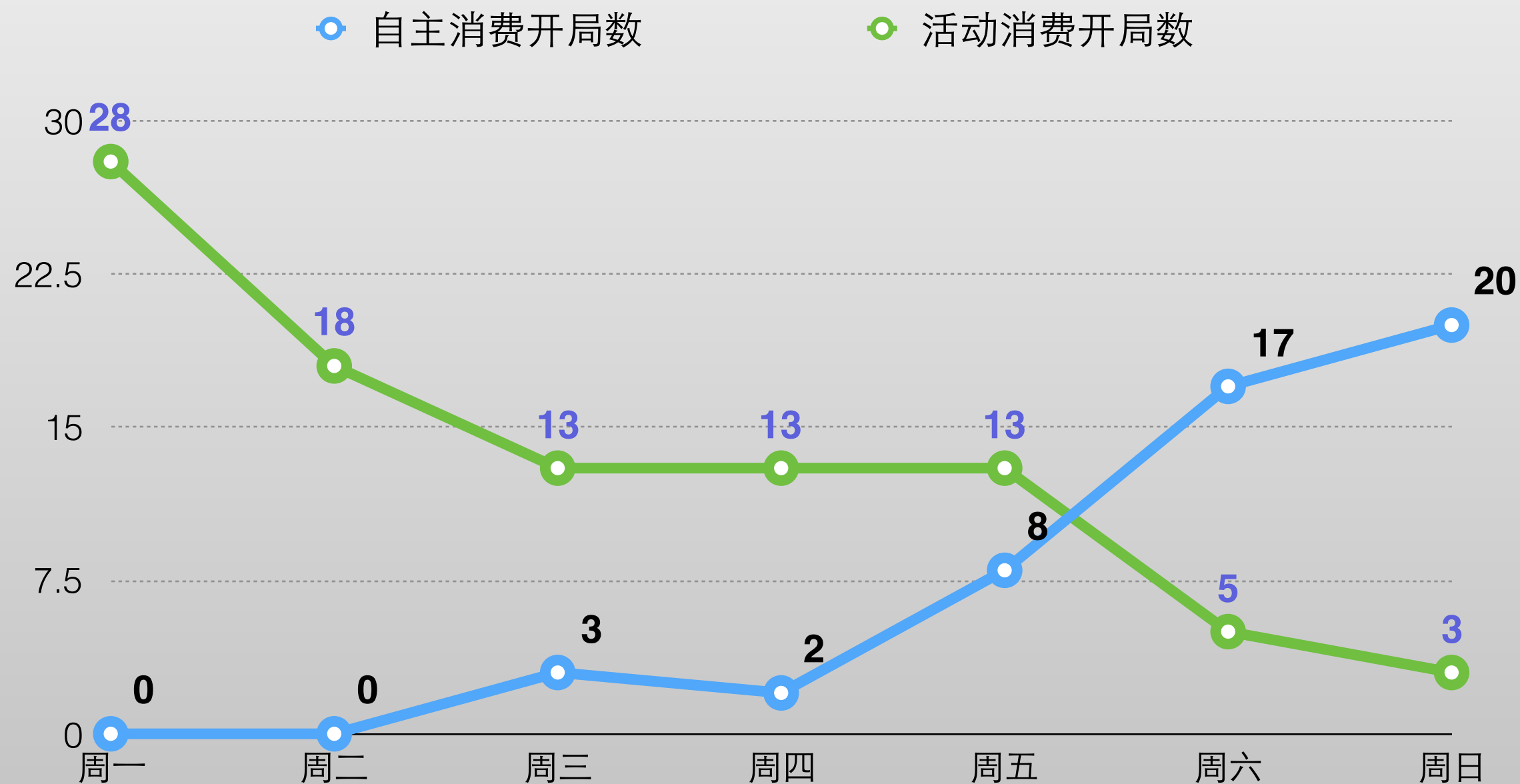
用户对于价格体系的适应，随着开局数的稳步增加，付费率稳步提高



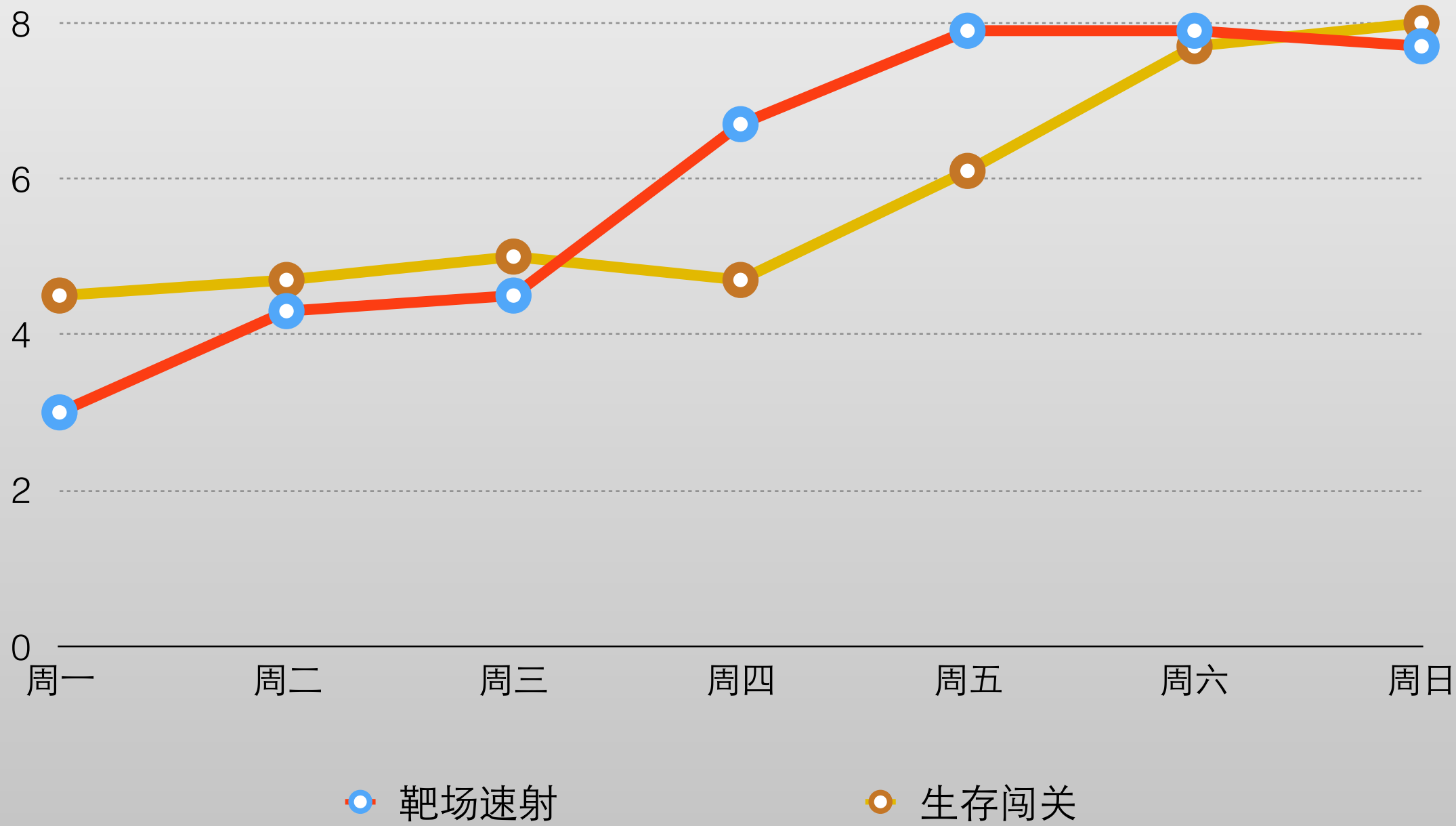
靶场速射和生存闯关两种游戏模式的消费意愿，基本持平



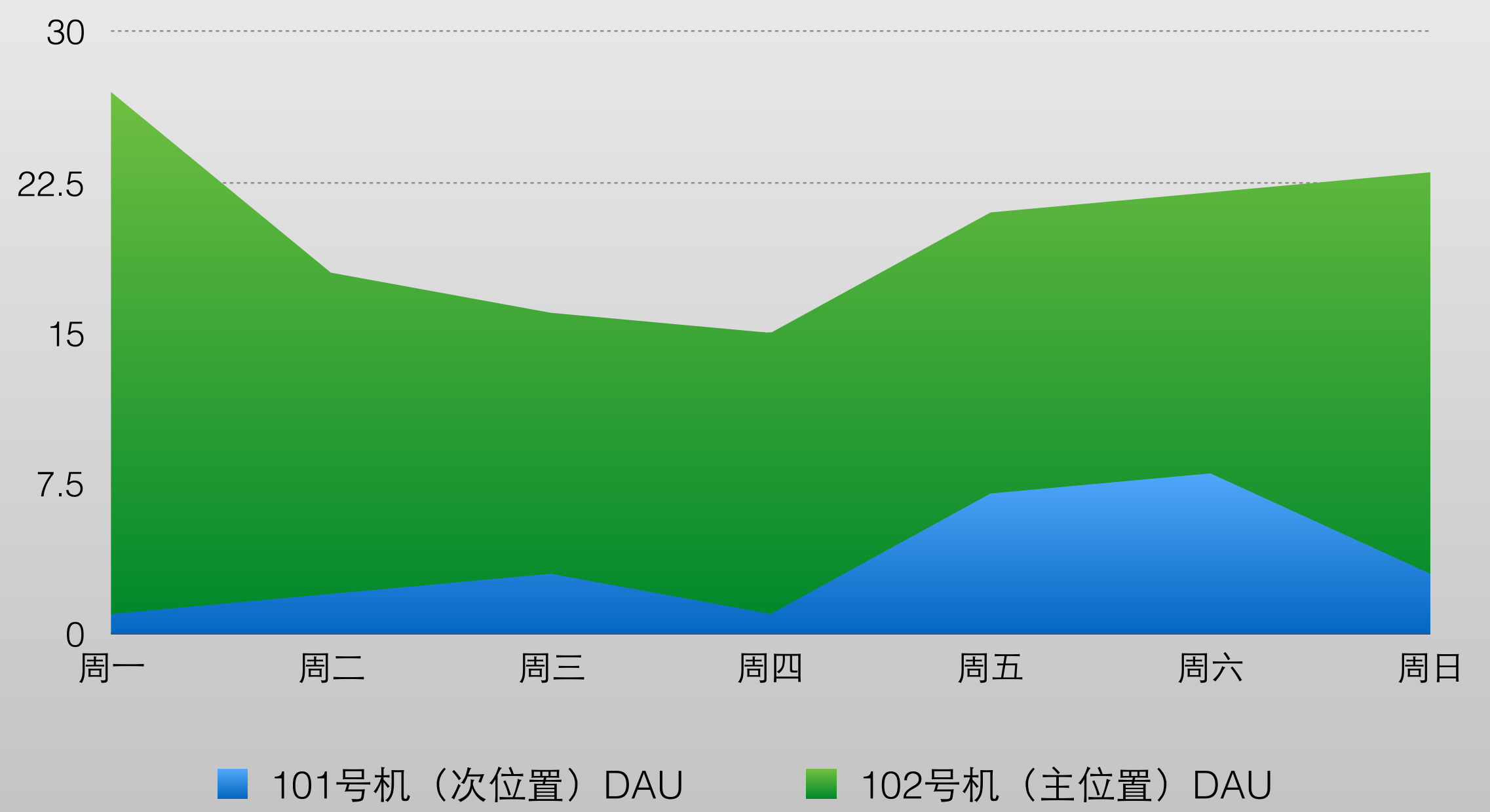
通过前期活动培育，用户逐步习惯不依赖于活动，习惯正常的价格体系



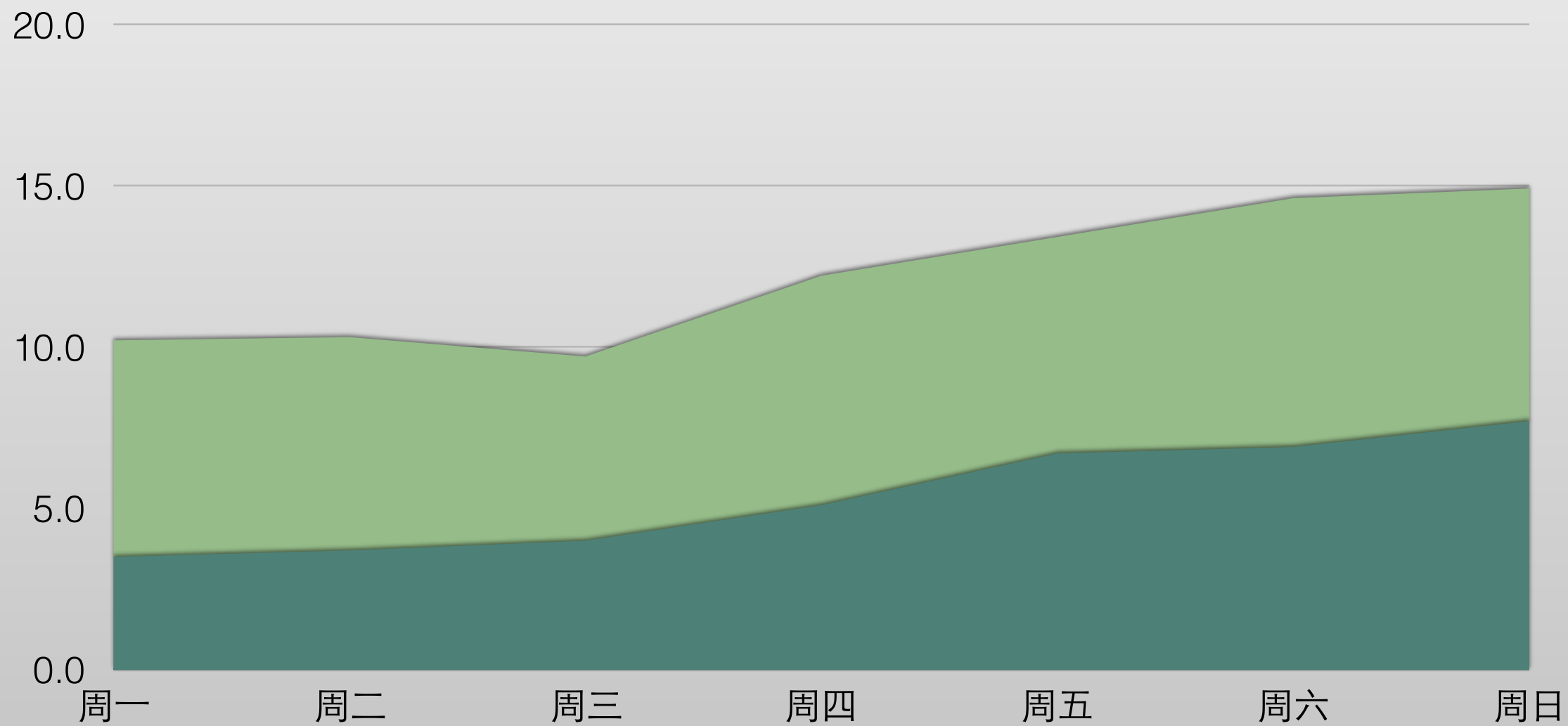
对于VR街机游戏的场景熟悉程度的提高，游戏方式的熟练度提高，用户的游戏时长随之提高



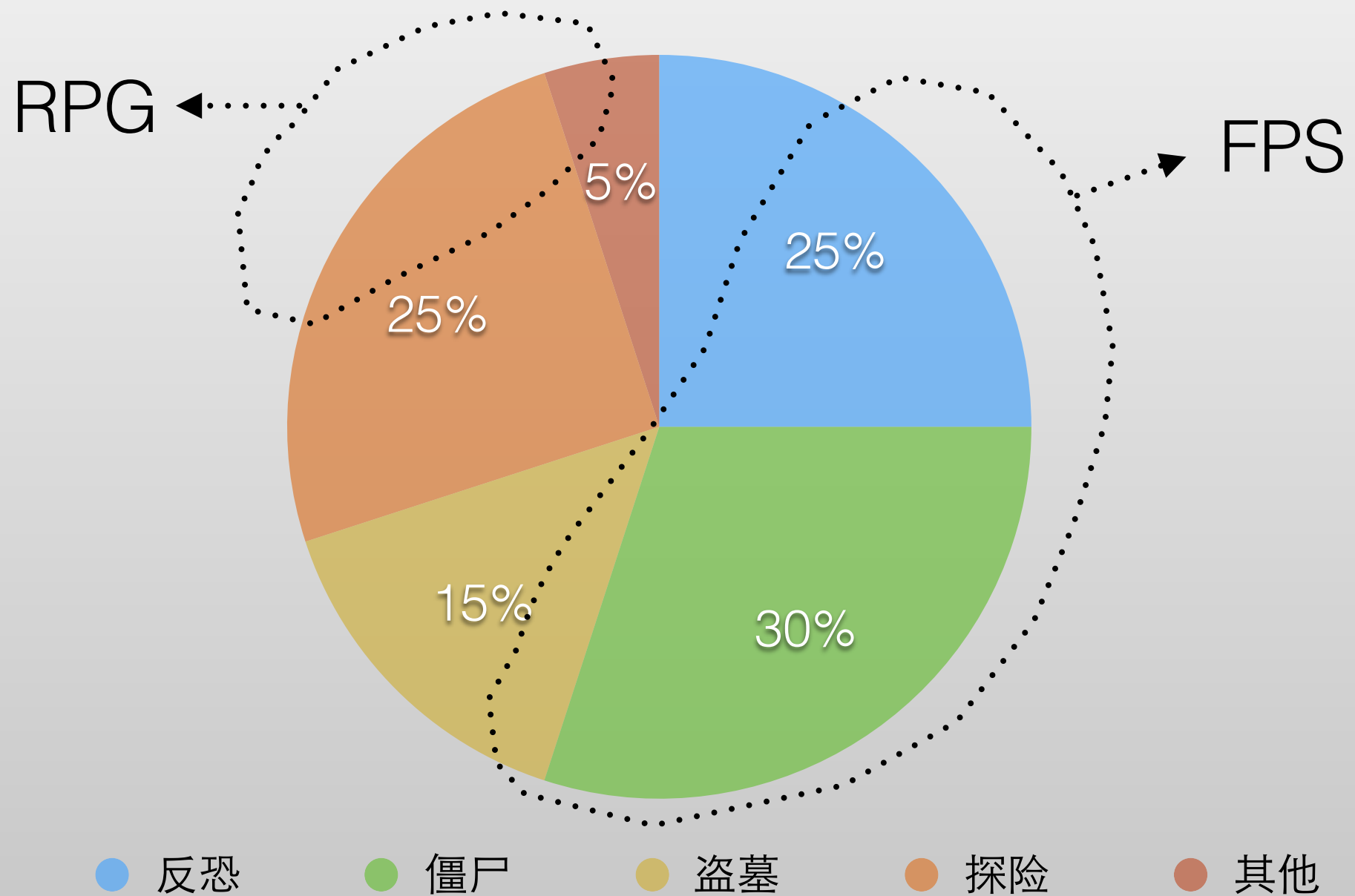
VR游戏街机的位置摆放对用DAU有明显的影响因素，通过摆放位置的调整可以大幅提高客流转化率和DAU



随着用户对于VR游戏模式和关卡的熟悉程度提升，用户的平均游戏时长也随之提高，用户满意度逐步提升



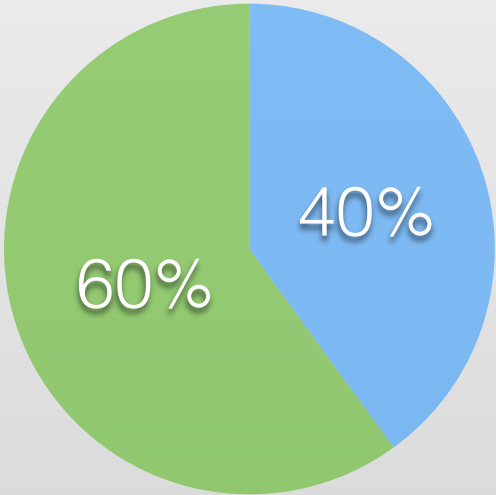
用户对于VR街机游戏的游戏类型偏好以FPS为主，细分场景以反恐题材，僵尸题材，盗墓题材为主，探险闯关题材为补充



财务模型趋势

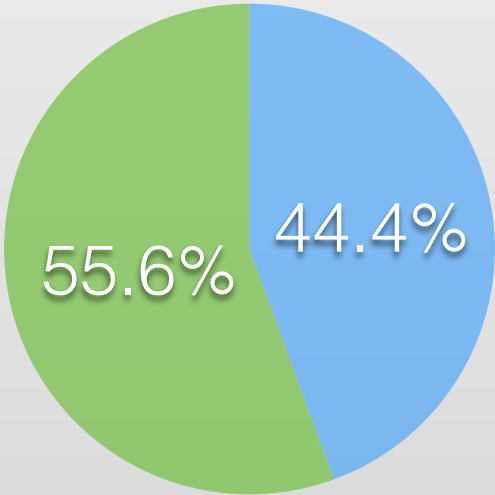
城市定位，人口和GDP不同对于收入的变化趋势影响和投入产出比趋势影响

一线城市



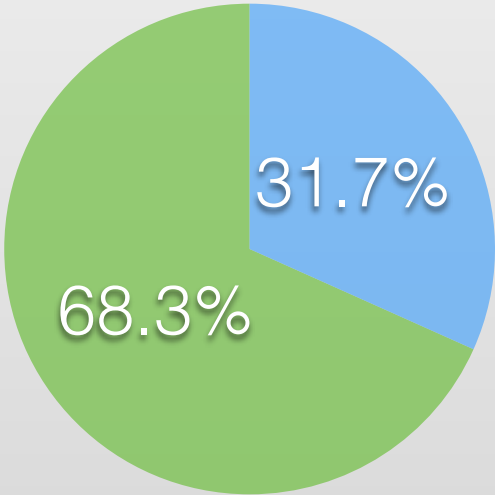
● 成本权重
● 利润权重

二线城市



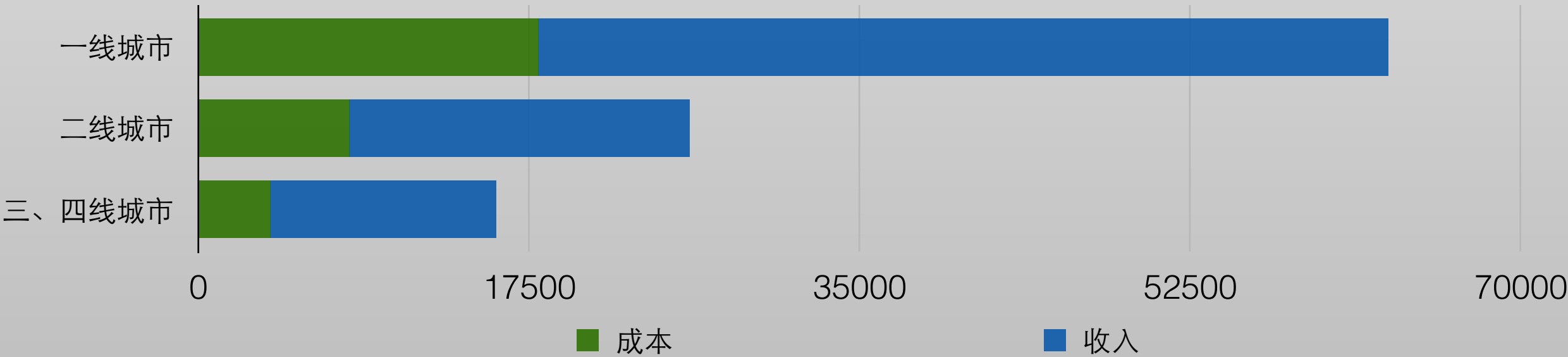
● 成本权重
● 利润权重

三、四线城市



● 成本权重
● 利润权重

投入产出比



Thank You !