



胡虹

Now直播产品负责人

2012



加入欢聚时代



YY伴侣

2013



加入腾讯



齐齐互动视频

2014



QQ群 群视频  
QUN.QQ.COM

2015



花样直播

2016



NOW直播

2017

## 类似的相亲帖你应该在哪见过....



### 受友之托

女, 24岁, 未婚, 身高167cm, 体重48KG, 杭州人。

目前在阿里巴巴工作, 负责支付宝相关业务, 工号: 585194706

漂亮大方, 爱好读书、健身、游泳、吃鸡。

杭州有房一套, 有车。父母退休, 家庭不拜金

要求不高, 只要对她真心好就行。

发动亲戚朋友想请大家给介绍一个

**复制工号到支付宝搜索查看照片**

## 红包的扩张——“农村包围城市”



## 曾经只在鄙视的亲戚群中泛滥



## 后来被同事拉进一个神奇的群



## 宝贵的上班時間，你們也開始...

## 红包蕴藏着商业机会



近日，北京一小区门口  
惊现不要钱红包菜摊

手机扫描红包码



# 今年春节，红包大战的海洋



# 红包玩到极致也可以上市



· 让阅读更具价值 ·

2016.6

- 创立

2017

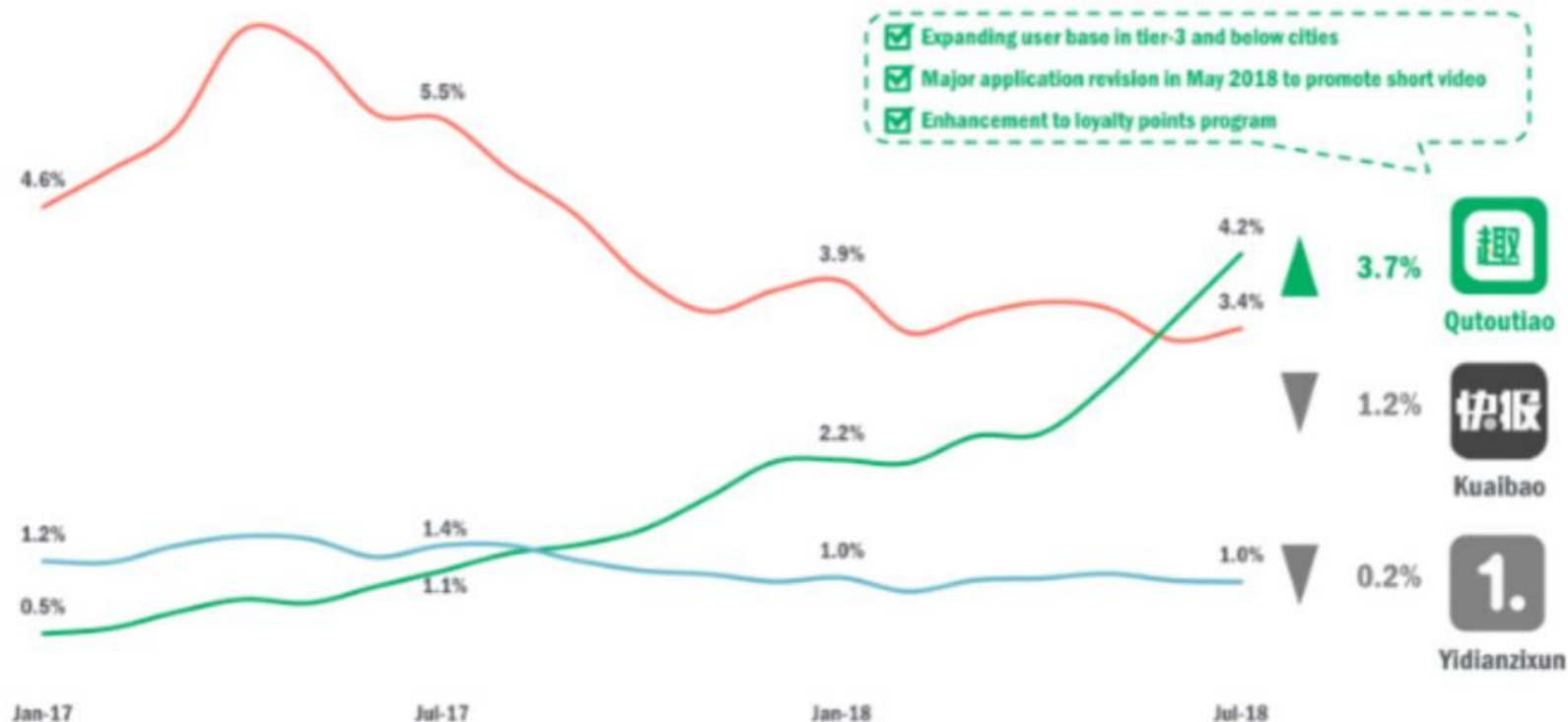
- 日均PV **10亿**  
用户登录比例 **92%**

2018.8

- APP装机量 **1.81亿**  
季均DAU **2130万**

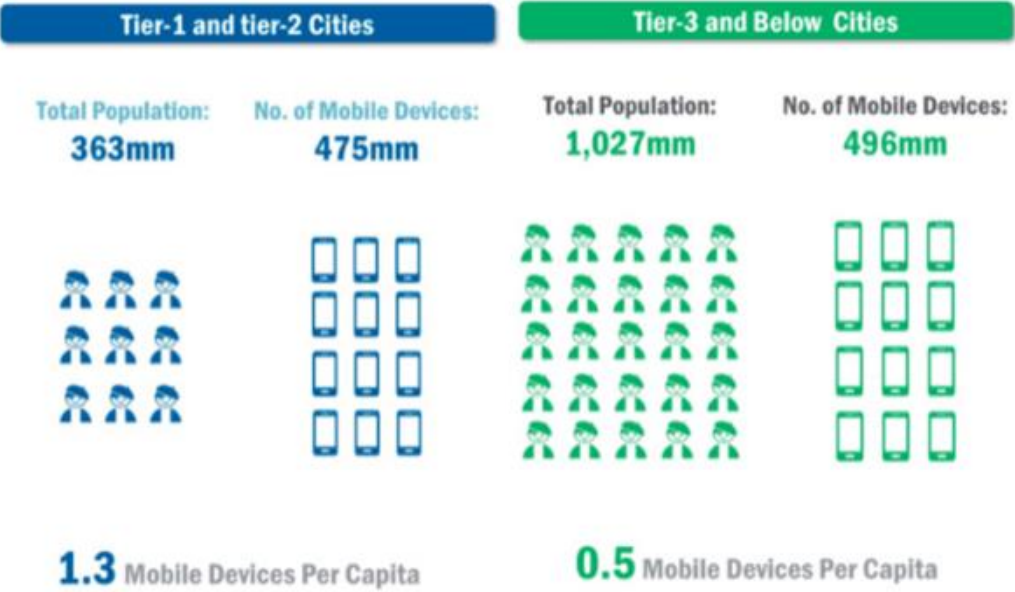
2018.Q3

- 日均时长 **55.9分钟**  
营收 **9.773亿元**



# 红包玩到极致也可以上市

## 最爱红包的人群



下沉市场的“三个火枪手”  
收割三线城市的移动互联网红利

## 最极致的红包策略



邀请好友获得现金  
社交裂变拉新



完成任务获得金币  
现金刺激促转化

# 互联网公司都在发红包

## 巨头

扫码领红包

用支付宝天天可领 敢扫敢领

打开支付宝【扫一扫】

活动规则

活动期间每人每天可领1个红包，红包金额由支付宝随机发放，红包金额在0.01-100元之间。

更多活动请上支付宝

微信支付 摇一摇

用微信支付

摇年终大礼

·摇万元礼包，摇千万元免单·

微信支付

微信支付，安全便捷，随时随地都能支付。微信支付红包，红包金额由微信支付随机发放，红包金额在0.01-100元之间。

微信支付，安全便捷，随时随地都能支付。微信支付红包，红包金额由微信支付随机发放，红包金额在0.01-100元之间。

## 互联网金融

云闪付春节红包来啦！  
最高2019！

天天能领，人人有份，快来和我一起领红包~

云闪付UnionPay

新年有礼，小招壕送~100%  
中奖哦！

深圳分行客户专享，受邀客户登录即可抽奖哦！

招商银行

12.30-12.31，超大福袋必出  
10元现金，速抢！

京东金融送消费金，现金福袋不限量

## 电商平台

拜托帮我点一下好吗？马上就要结束了，很着急

我正在参加拼多多官方活动，红包可提现，点击助...

398元开通小米有品推手会员  
立享专属会员特权+超值大...

【小米有品推手】爱自己的你，总是光彩照人

小米有品推手

## 文化娱乐

腾讯视频VIP6周年庆

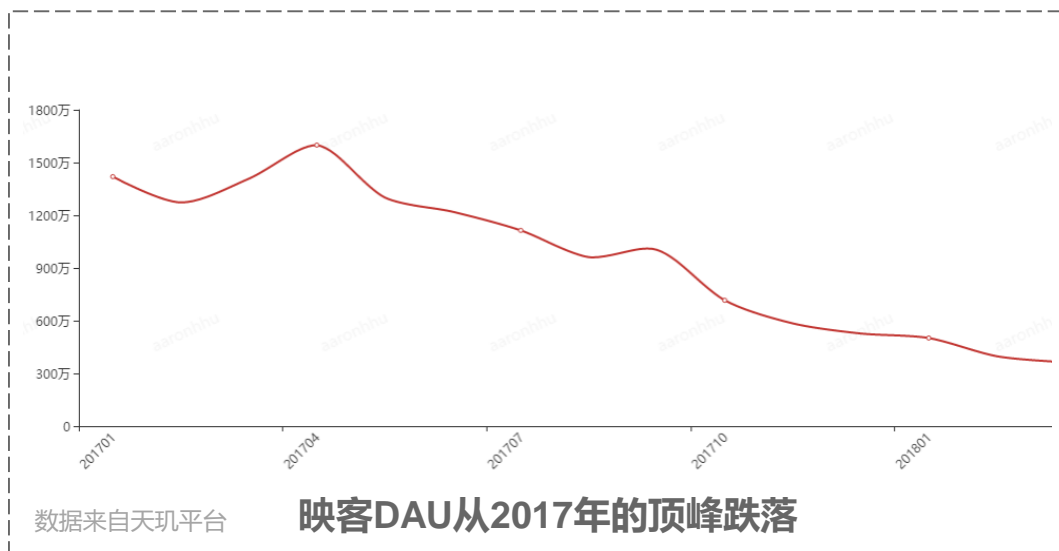
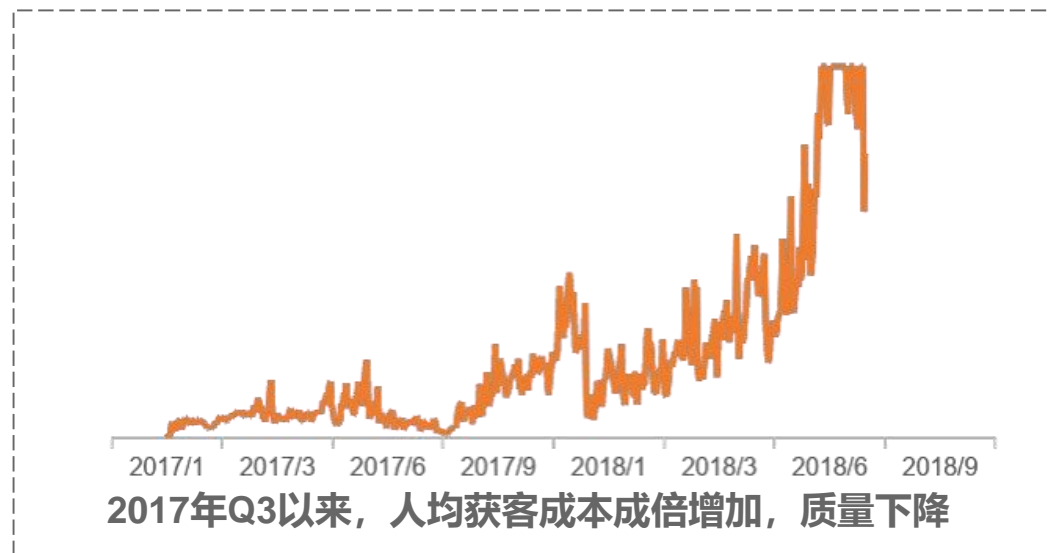
【限时疯抢】12月21日-23日，腾讯视频VIP6周年全场5折，仅限3天！

全民K歌现金大发送

下载全民K歌即领现金，可提现到微信钱包



# 为什么做——流量获取成本提升

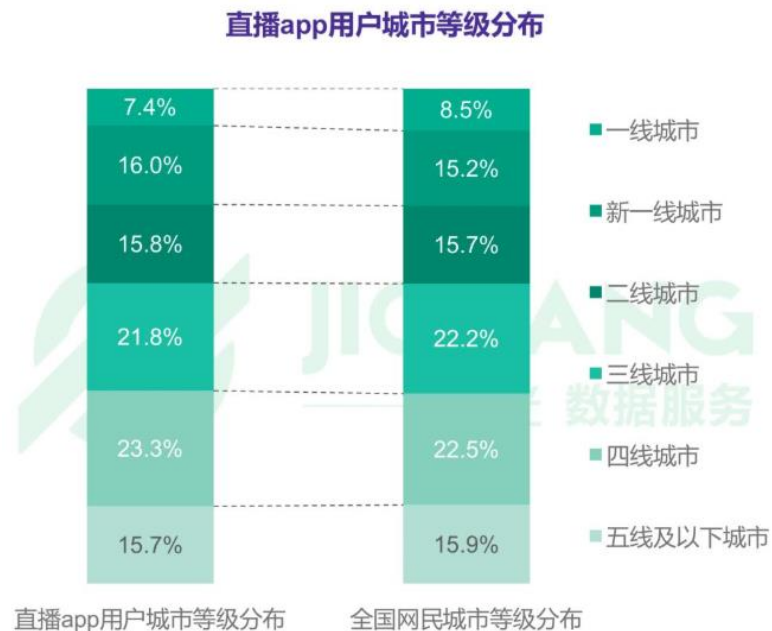


传统流量获取方式难以保持盈利...

# 怎么办？发红包！

## 用户群和红包气质契合

核心用户来自下沉市场，低收入



## 复用趣头条红包策略



### ❖ 钱很多:

- 瓜分一亿现金

### ❖ 拉新增:

- 拉一个注册, 双方获得15个大红包

### ❖ 拉回流:

- 拉一个回流, 双方各获得大红包

### ❖ 持续登录:

- 每天邀请登录, 双方各获得小红包

# 红包活动需要注意什么？

---

## 成本

- 红包发放策略
- 提现策略
- 防黑产策略

## 传播

- 裂变效率
- 传播效果

## 收益

- 用户转化
- 商业模式

# 红包定价——定价的依据？



1

## 选择参照：和其他渠道的成本进行对比

- 新用户红包总金额低于外渠平均拉新成本
- 活跃用户的日领取金额低于签到活动
- 回流用户的成本介于新增和活跃用户之间

2

## 预算拆分：将预算成维系现有用户部分和增量部分

- 需要控制花在现有活跃用户的费用
- 确保一定比例的成本用于增量——拉新用户大红包

3

## 策略细分：切分不同的群体，差异化定价

- 首次参加活动的用户，可以提升红包金额进行刺激
- 标记疑似恶意用户并降级处理

4

## 可灵活调整：定价需要根据活动进展灵活调整

- 单个用户累计金额和各个类型红包日发放总额预留降级策略
- 每日回溯数据，调整定价策略



# 提现门槛——0,1,10,20?

## Q：应不应该有提现门槛？

### 0门槛

- 新增用户数量多
- 新增用户成本低
- 用户留存极低

### 1元提现包

- 成本明显增加
- 用户数小幅上升
- 其他数据无明显变化

### 10元提现

- 一个新用户10元成本可接受

### 20元提现

- 核心用户成本大幅增加
- 边缘用户参与度低

- 1 提现门槛有助于用户**持续**参与
  - 2 提现门槛过高，成本和效果**平衡**难度大
- + 多做灵活的尝试寻找最优解

# 开源节流降成本

## 用户在意的不只是现金

### 数据分析

#### 数据统计发现：

- 50%的红包用户是直播老用户
- 其中大部分红包用户不付费

### 应对方案

#### 上线无门槛礼物兑换：

- 效果一般

##### 红包商城兑换

礼物兑换次数取消限制，兑换后可在包裹中查看哦~



### 策略优化

#### 专属礼物：无分成，强特效

- 效果不变
- 成本下降到 **1/5**

# 和黑产斗智斗勇

## 上线前的预防措施

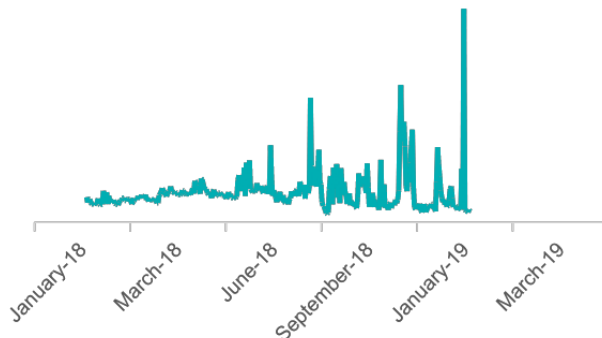
### 产品端：

- 提现财付通实名认证
- 每人每天上限领取9个

### 技术端：

- 领取红包接口加密
- 疑似恶意出验证码
- 恶意账号1分钱

## 上线后依然防不胜防



- 蚂蚁搬家，聚沙成塔
- 银行卡认证的漏洞

## RMB堆出的一些经验

### 1 多观察：建立完善的数据监控

- 数据波动及时查原因
- 不定期下钻分析异常数据

### 2 找帮手：各类反作弊平台

- 灯塔反作弊

### 3 出狠招：该封的得及时封

# 绞尽脑汁拉转化

方案A

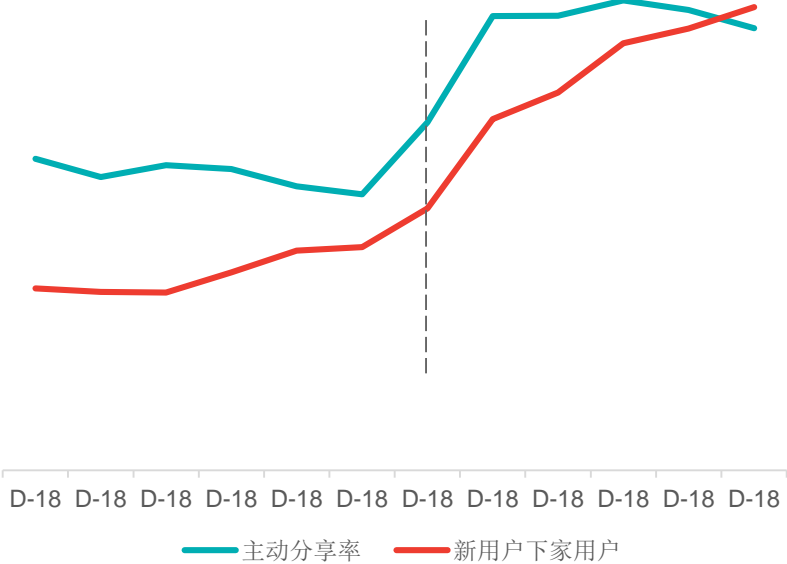


方案B



- 增强按钮的质感
- 文案明确用户的分享目标

修改后的数据效果



- 分享率提升10个百分点
- 新用户下家



# 绞尽脑汁拉转化

## 分享页的优化



## 彩蛋红包



## 好友唤醒提示



查看数据

找出问题

优化方案

验证效果

# 创造模式增收益

红包本身有没有商业化的可能?

平台需要转  
公会需要流  
活动需要创收

Duang!

红包进房资源包对公会售卖

直播红包 浪子成功邀请1人入队，战队活跃人数4人

2997人在抢红包 1008人在抢红包 1271人在抢红包 656人在抢红包 30

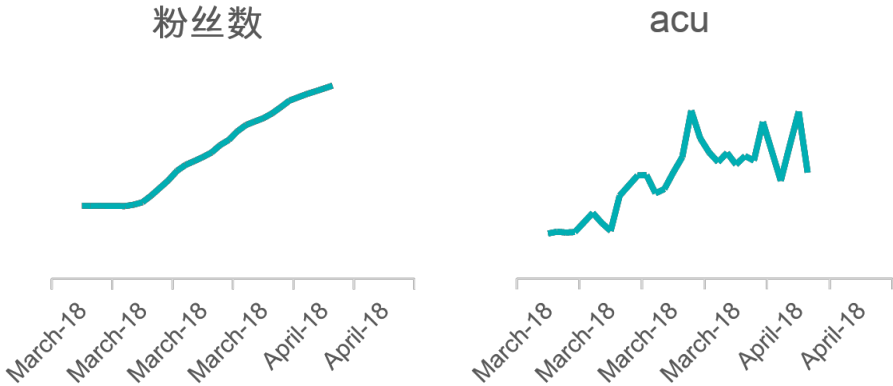
组队抢红包 邀好友解锁红包

邀请任一好友加入，即可去直播间瓜分奖金

去直播间组队领红包

战队活跃规模	所有战队共同瓜分奖金
2-10人	10万元
11-50人	30万元
51-300人	50万元
301-1000人	80万元
1000人以上	100万元

活动期间，粉丝数日均增长**20,000+**，平均在线用户数较活动前增长**150%+**



上半年累计招商收入 > 活动成本

# 怎样成为趣头条？



1

解决的是传播人群中的普适需求

90%的用户不接受娱乐直播

2

产品可以利用社交关系链快速传播

你会分享直播给亲朋好友吗

3

需要同时搭配渠道推广或人工运营

拼多多，网易均有大量的资源运营推手

4

足够的ROI，或者足够的钱

战略ROI PK 战术ROI

**感谢大家的聆听**

**Q&A**