



用户中心-积分成长值体系-V1.3

项目编号：

产品经理：

版本历史

文档版本	撰写时间	变更人	属性
V1.1			新建
V1.2			完善流程图，补充页面前端展示 完善细节
V1.3			修改积分成长值模型，修改积分和成长值流水展示方式 重新设定业务线系数 明确积分规则 更改设置保级策略

目录

1. 项目背景	3
2. 项目目标	3
3. 项目评估	4
4. 项目范围	4
5. 预计上线时间	4
6. 项目风险	4
7. 需求来源,用户以及关联负责人.....	4
8. 需求详述	5
8.1 业务线、支付中心、用户中心业务流程图：	5
8.2 积分、成长值模型.....	6
8.3 积分、成长值模型推导过程	7
8.4 积分、成长值整体流程梳理	11
8.5 成长值分级与等级特权	12
8.6 成长值过期和保级策略	13
8.7 积分及成长值具体规则	14
8.8 积分、成长值在用户中心展示	16
9. 运营计划	20
附录一 需求 review 评分以及工作量评估	21
附录二 历次沟通意见汇总表	21

1. 项目背景

- 目前用户在去哪儿网的各类消费行为，没有对应的积分和成长等级，来记录和汇总用户多次消费的成果。即一个在去哪儿消费多次的老用户，并不会比消费较少的用户获得更多的优惠和服务，这对用户的持续消费没有鼓励作用。另一方面，我们目前的返现等优惠方式都是基于单个订单的。如果哪天其他竞品网站的价格或返现力度比去哪儿更大，用户极有可能会流转到其他网站消费。
- 根据订单中心统计的 2014.5~2014.6 月的订单数据，全站重复订单（即该用户之前在 qunar 有过消费数据）5 月占比为 67.67%，6 月为 68.59%。从数据可以看出，接近 70% 的订单，为老用户在去哪儿的再次消费。对这部分持续消费的老用户，应建立更完善的积分和成长体系，使用户享受消费带来的附加红利。既可以彰显用户的身份，也可积累每次消费产生的积分和等级，享受相应等级的优惠和特权。为用户提供差异化的服务，有利于提高用户粘性，刺激用户在本站持续消费。
- 携程、同程、艺龙、途牛等网站均有相应的积分体系和相应的会员策略，新注册用户会获得一定的现金券或消费券。其中携程、同程、艺龙的会员级别的判定与业务类型和成交金额有关，而途牛的会员判定只与消费金额有关；艺龙可进行不同账号的积分合并。
- 积分体系：用户可通过消费、UGC 行为和业务线定义的行为，获得相应的积分（目前线上只有酒店 UGC 产生积分），在积分商城中可将累积的积分兑换为一定价值的礼品。积分有效期为两年，每个自然年获得的积分会在次年的 12.31 日清零。
- 成长体系：用户的消费行为产生成长值（UGC 内容只产生积分，暂不产生成长值），根据累计获得的成长值，进行成长等级的判断。成长等级划分为小骆驼、铜骆驼、银骆驼、金骆驼四级。不同等级的用户，可以在下单、售前、售后，获得对应等级的优惠和特权服务。

2. 项目目标

- 本项目上线后三个月后，预计各成长级别用户将新增 250 万人（小骆驼）、80 万人（铜骆驼）、10 万人（银骆驼）、2 万人（金骆驼）。三个月后，预计将有约 3W 用户享受金骆驼特权服务。
- 本项目上线三个月后，如果所有业务线都按照建议的业务线系数进行积分发放，预计发放积分共计约 500,000,000。计算方法：2014 年 11 月各业务线订单量*各业务线系数*3。

3. 项目评估

- 对应产品价值原型
 - ✧ 基础服务-----用户信息-----用户激励
 - ✧ 产品上线三个月后可进行效果评估

4. 项目范围

- 用户中心
- 支付中心
- UGC 及各业务线

5. 预计上线时间

- 期望上线时间：2015.2.9

6. 项目风险

暂无

7. 需求来源,用户以及关联负责人

- 需求的来源：用户中心、酒店 UGC、支付中心
- 受益方：用户、去哪儿

相关业务部门	负责人	TL (总监)	备注
用户中心			

酒店 UGC			
支付中心			

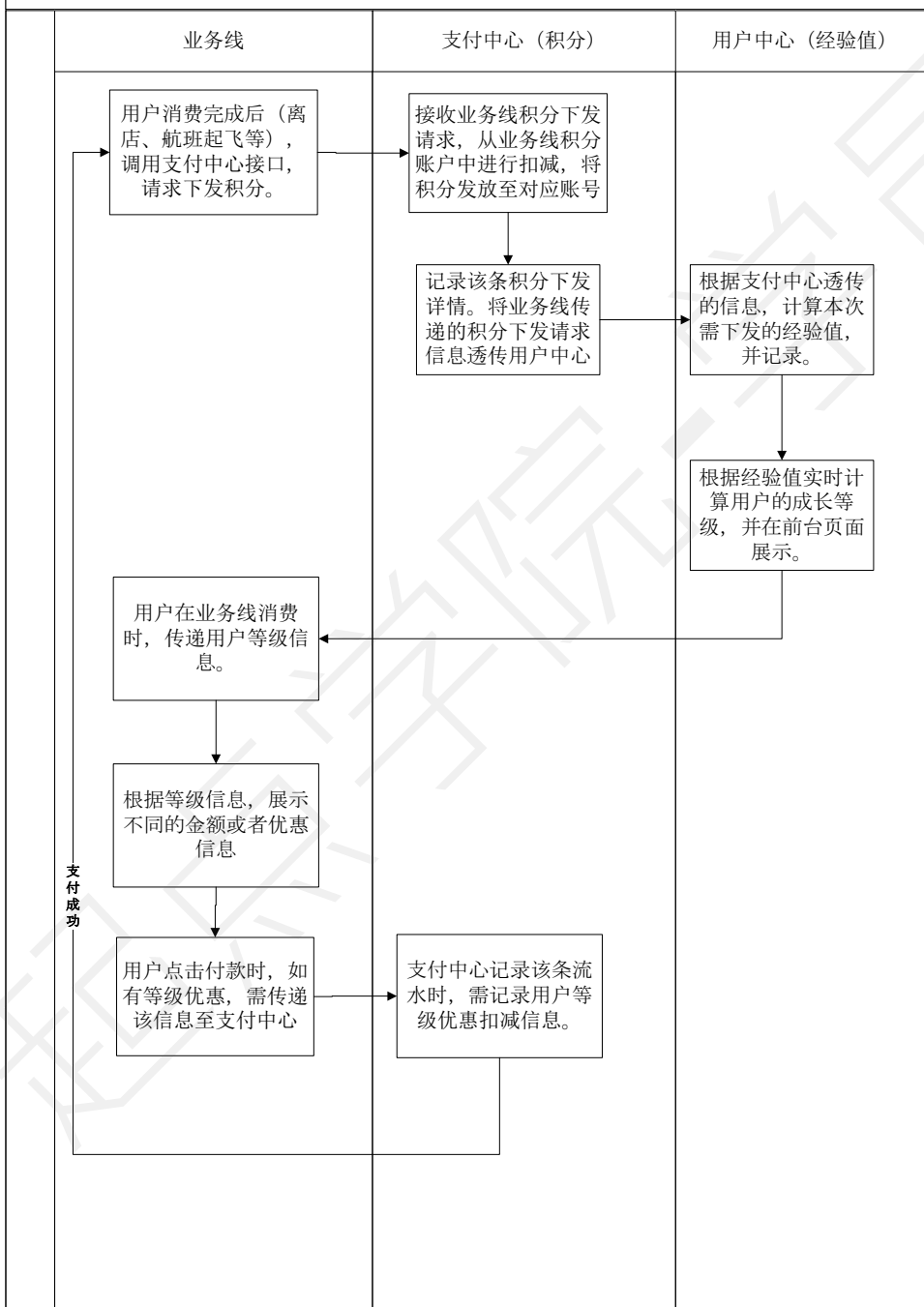
8. 需求详述

8.1 业务流程图

业务线、支付中心、用户中心之间的流程如下图所示：

5

全站积分、经验值发放取消流程



8.2 积分、成长值模型

6

1.基本定义

积分按照 1 积分=0.01 元的代价向支付中心支取,不同消费行为发放的积分数额由业务线自己决定。而成长值根据用户的消费金额和业务线系数综合确定,由用户中心发放,用来筛分不同消费行为的用户,以提供阶梯服务。

2.积分和成长值的计算公式

积分=订单支付金额*业务线系数(该业务线系数业务线可以自行定义)

成长值=订单支付金额*业务线系数(该业务线系数不可变动,需要明确各业务线的订单对应的系数值)

3. Qunar 业务线系数

经过对全站 700 多万个有消费行为账号的消费数据分析,考虑到各业务线客单价、利润率、消费频率等,参考竞品网站相关系数的设定,拟定各业务线系数如下:

酒店=100%

机票=10%

门票=火车票=用车=50%

度假=团购=保险=其它业务线=25%

用户成长值=机票消费总额 * 0.1 + 酒店消费总额 + 度假消费总额*0.25 + 门票消费总额*0.5+团购消费总额*0.25+火车票消费总额 0.5+车车消费总额*0.5+汽车消费总额*0.5

业务线系数

业务线	Qunar 业务线系数	携程	同程	途牛	艺龙	备注
酒店	100%	100%	100%	100%	100%	
国内机票	10%	25%	30%	-	25%	
度假	25%	25%		100%	0	
门票	50%	0	100%	100%	0	

火车票	50%	0	-	-	0	
团购	25%	0	0	-	0	
用车	50%	25%	-	-	0	
保险	25%	100%	-	-	-	

4.用户分级结论（有消费行为的用户）：

用户等级	用户占比	用户数量(万)	所需成长值	日均特权使用频次
无（注册用户）	100%	4000	--	--
小骆驼（有消费行为的）	35%	1440	>0	3.9w
铜骆驼	8.3%	332	560	9095
银骆驼	1%	40	4,300	1095
金骆驼	0.2%	8	16,000	219

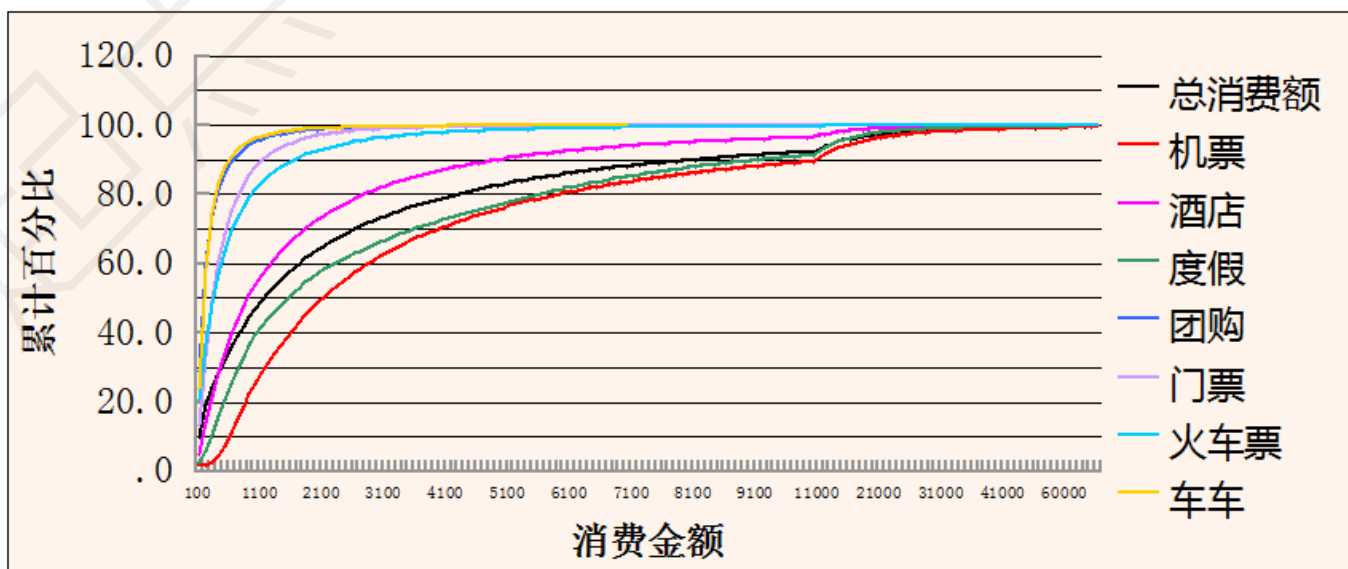
7

**注：【日均特权使用频次】，假设每个用户全年使用1次特权，日均需要提供的特权数量。

8.3 推导过程

1.用户消费数据分析

通过对全站 7,680,148 个有消费行为账号的消费数据分析，从总消费额、分业务线的维度统计了不同消费金额区间内的用户数量，得出了不同金额下用户数量的累计百分比，统计结果见下图所示：



各业务线用户消费情况分布图

（注：累计百分比在 10000 元处突变，是由于在此处横坐标的刻度由 100 变为 10000）

由上图可知，用户在机票、酒店、度假的普遍消费金额较高，一般在 1000~8000 元之间。而在团购、门票、火车票、车车等业务消费金额较低，一般总金额不超过 1000 元。详见下表：

各业务线消费金额分布（敏感数据，请勿外传）

累计占比	总额	机票消费额	酒店消费额	度假消费额	团购消费额	门票消费额	火车票消费额	车车消费额
10%	100	590	180	290	-	-	-	-
20%	210	850	290	490	-	-	100	80
30%	490	1150	420	780	100	180	-	-
40%	790	1550	610	1030	-	-	210	-
50%	1150	2020	880	1500	-	310	320	-
60%	1700	2800	1280	2250	200	390	450	200
70%	2600	3900	1780	3580	260	520	610	-
80%	4250	5880	2750	5550	380	720	940	-
90%	8000	10500	4850	9100	650	1100	1600	570
95%	13500	17000	7900	13500	950	1600	2500	830
98%	24500	29000	13800	21000	1600	2400	4100	1400
99%	37000	43000	20000	28000	2200	3100	5600	1900
99.50%	55000	65000	28000	38000	3000	4000	7400	2600

另外，统计了不同业务线有消费行为的用户数量，见下表：

不同业务线有消费行为的用户数量表

业务线	用户数	占比	修正比例
机票	4549664	59.20%	47.22%
团购	2152796	28.00%	22.34%

火车票	1289141	16.80%	13.38%
酒店	983603	12.80%	10.21%
门票	412588	5.40%	4.28%
度假	221507	2.90%	2.30%
车车	25541	0.30%	0.27%
合计	9634840	125.40%	100.00%

通过本表可看出，用户在本站消费较多的是机票、团购和火车票业务。

2.业务线分类与系数值确定

根据 90%用户的消费金额，可大致将各业务线分为以下四类：

A 类:机票（10500）、度假（9100）

B 类：酒店（4850）

C 类：门票（1100），火车票（1600）

D 类：团购（650），车车（570）

处于同一类别的业务，在客单价、利润率等方面近似，其业务线系数近似。

同时，为方便计算成长值，初步确定业务线系数为 100%，50%，25%，10%四个不同值。

3.各业务线系数的确定

酒店：参考其他竞品网站的计算方式，及酒店目前的客单价和利润情况，酒店系数拟定为 100%。

机票：本公司机票价格通常比其它竞品网站更低，利润较小；同时机票订单金额较大，因此系数适当调小，定为 10%。

度假：度假与机票的用户消费金额类似，且度假产品消费频次较低，故定为 25%。

团购：其它竞品网站团购一般不算积分或成长值，但本站有超过 1/5 的用户使用团购业务，故将系数设定为 25%。

火车票：火车票利润较低，但可用较高的系数用来鼓励用户在本站购票，以提升用户活跃度，系数定为 50%。

门票：门票与火车票消费情况大致相同，系数定为 50%。

用车：为鼓励用户使用，提高活跃度，系数暂定为 50%

4.用户分级

以 2014 年全站 700 多万个有消费行为账号的消费数据为基础 按确定的业务线系数计算全站有消费行为用户的成长值的总体分布情况，见下表所示：

累积百分比	成长值数值	分级划线（累计占比）
34.7	100	120 (35%)
52.4	200	
62.4	300	
69.0	400	
79.9	700	
89.5	1400	1400 (90%)
95.1	2700	
99.0	8000	
99.5	12000	12000 (99.5%)

注：用户成长值=机票消费总额 * 0.1 + 酒店消费总额+ 度假消费总额*0.25 + 门票消费总额*0.5+团购消费总额*0.25+火车票消费总额 0.5+车车消费总额*0.5+汽车消费总额*0.5，

考虑特权服务的使用压力，按 35%，90%,99.5%这三个比例将用户划分为 4 个等级，对应成长值分别为 120，1400，12000。可得出各个级别用户的数量和成长值、日均使用频次：

用户等级	用户占比	每年用户数量(万)	所需成长值	日均特权使用频次
小骆驼	35%	268.8+	0~120	-
铜骆驼	60%	460.8	120~1400	-

银骆驼	9.5%	729.6	1400~12 , 000	2w
金骆驼	0.5%	3.8	>12 , 000	105

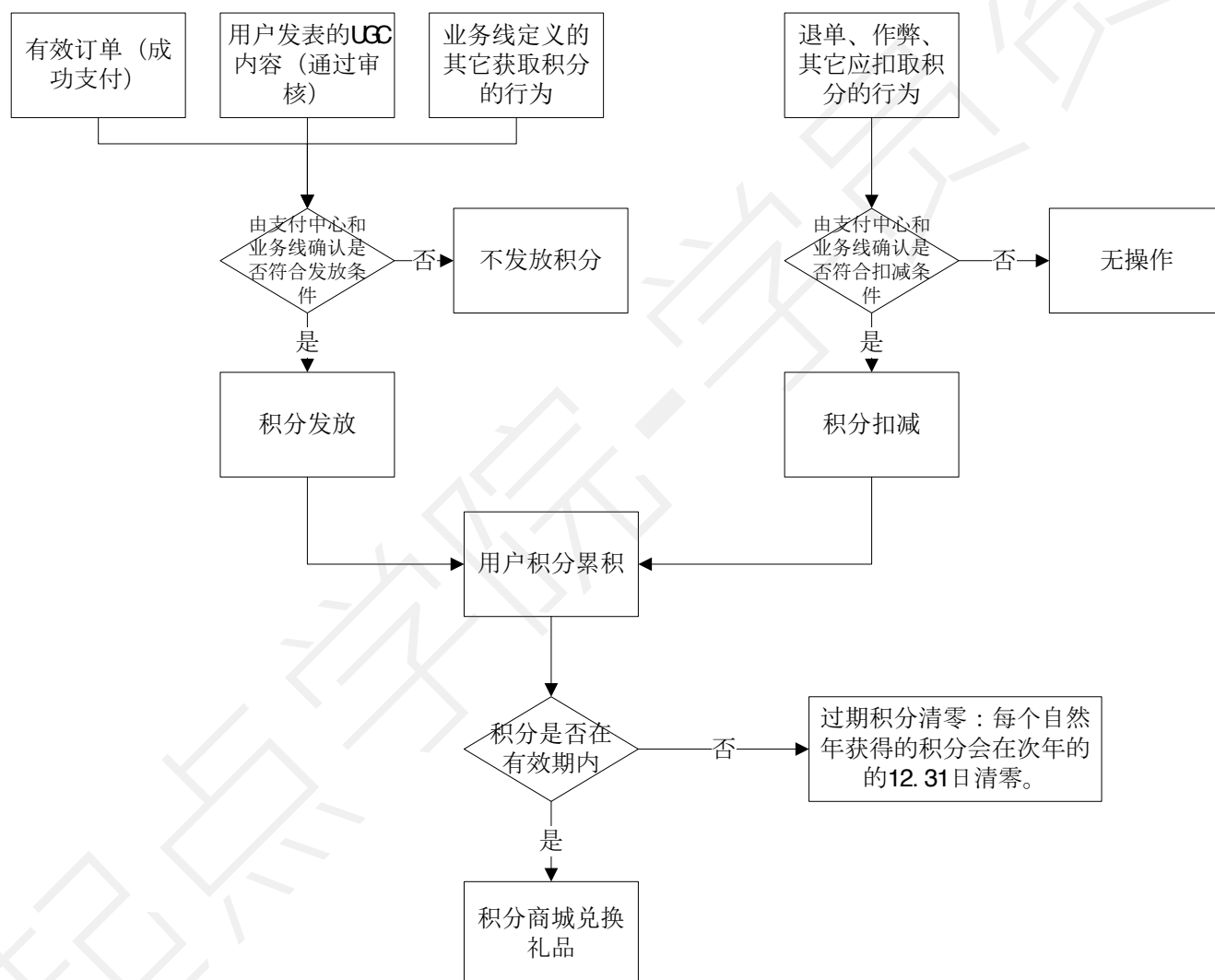
**注：无消费行为的用户等级也为小骆驼。

【日均特权使用频次】，假设每个用户全年使用 1 次特权，日均需要提供的特权数量。

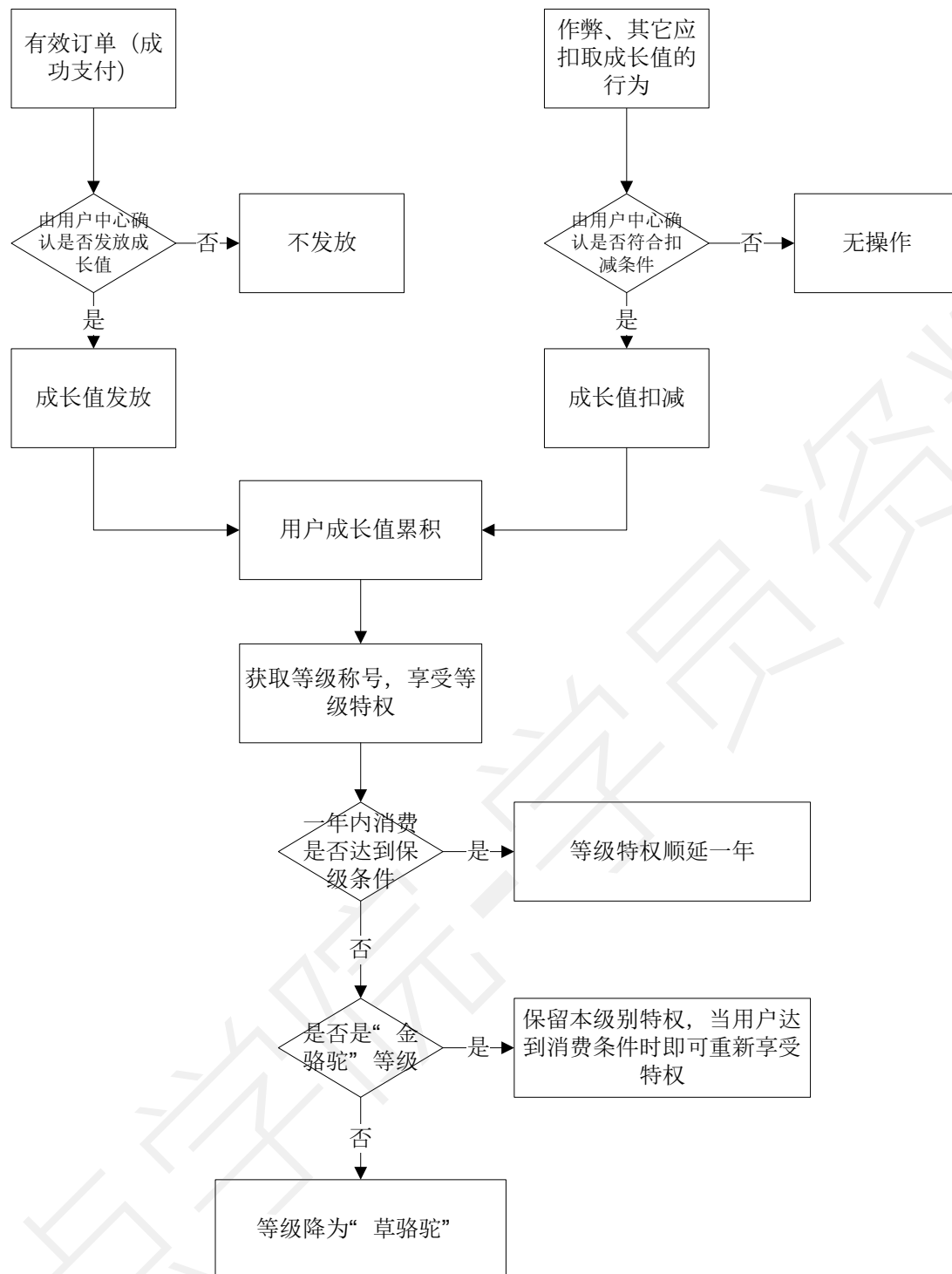
8.4 积分、成长值发放与使用流程

11

1.积分流程：



2.成长值计算流程



8.5 成长值分级与等级特权

1.根据成长值不同将用户分为会员等级特权，随着会员成长值上升会员等级也相应提高，不同等级的会员将在去哪儿的各种服务领域里享有更多的专属特权与尊贵服务。

2.用户通过消费获得成长值，随着成长值的增加依次获得小骆驼、铜骆驼、银骆驼、金骆驼的会员等级。小骆驼、铜骆驼的会员等级终身有效，银骆驼、金骆驼的等级有效期为获得等级之日起一年。一年后若用户在这一年内

成长值增加值没有达到相关条件，则扣减一定的成长值，并重新计算用户等级，用户的等级有效期从当日起重新计算。

目前预期的可提供的会员特权如下：

1) 折扣特权：不同级别用户在下单时可享受对应级别的折扣或返现，级别越高返现越多。（需与业务线沟通确认）

2) 会员专线：用户在消费过程中时遇到问题或相关建议反馈，高级别用户（银骆驼、金骆驼）可享受 QQ、微信客服、人工客服一对一优先服务。（需与 callcenter 确认）

3) 快速退款：支付中心可提供退款通道，高级别用户退款可跳过代理商审核的环节，缩短退款到帐时间。（已与支付中心确认）

4) 会员礼包：会员中心将定期推出各种惊喜礼包，用户可在活动相关的商家领取礼品，不同等级对应礼包有所不同。

5) 其它优惠及特权服务（升级奖励红包、生日月成长值加速、关怀短信等）。

8.6 成长值过期和保级策略

1) 可随时升级，一旦升级，该级别从升级之日起算，保留一年。

2) 等级到期时（一年），根据用户当年内的消费行为判断是否保级或扣减。

会员级别规则：

会员级别	成长值范围	保级条件	会员有效期
小骆驼 (35%)	0~120	-	永久有效
铜骆驼 (55%)	120~1400	-	永久有效
银骆驼 (9.5%)	1400~12,000	等级有效期年度内 成长值增加 > 500	会员有效期 1 年，1 年后扣除 1000 成长值，根据剩余成长值重新计算级别
金骆驼	>12,000	等级有效期年度内，	会员有效期 1 年，1 年后扣除 3000 成长

(0.5%)		成长值增加 > 1000	值，根据剩余成长值重新计算级别
----------	--	--------------	-----------------

举例：会员小 A 在 2014 年 2 月 1 日升级为金骆驼会员（成长值为 12000），若从 2014 年 2 月 1 日到 2015 年 1 月 31 日期间成长值增加不足 1000，此时扣除 3000 成长值，剩余成长值为 9,000，系统根据剩余成长值重新判断会员小 A 为银骆驼会员，有效期为 1 年。

8.7 积分及成长值具体规则

14

1. 生成方式：

积分：业务线通过线下方式向支付中心申请积分额度。业务线积分账户已有积分预算扣减完成后，向业务线积分帐号透支对应积分额度供业务线消耗，定期结算。

成长值：用户的消费行为产生成长值，支付中心从各业务线接收用户的消费情况，并将信息透传给用户中心。

2. 积分及成长值发放：

积分发放：业务线根据自己的利润情况，设定业务线系数，按照积分生成公式，决定需要发放的积分数量。调用支付中心接口时，需传递以下参数，进行积分操作：

成长值发放与扣减：支付中心向用户中心透传数据，用以计算用户的成长值，发放成长值时，需要如下字段信息：业务线编号、用户 ID、订单号、订单金额、积分数量、发放原因、发放时间、订单支付明细。见下表所示：

项目	发放	扣减
成长值产生类型	消费	退单或违规惩罚
业务线名称	机票、酒店、门票.....	机票、酒店、门票....
成长值来源	订单编号、活动编号	订单编号、活动编号，违规行为记录编号
支付金额	支付总额 300；银行卡支付	退款详情：银行卡退款 290；红

	290；红包支付 5；余额支付 3；立减 2。	包退款 5；余额退款 3；
订单金额	+200	-200
积分数	+50，+100..... 根据支付金额计算	-50，-100..... 根据消费金额和相应惩罚规定 计算
获得日期	YYYY-MM-DD	YYYY-MM-DD
用户 UID	40872563521	🔒40872563521

3. 积分及成长值流水记录：

- 积分的发放、扣减、消耗，清零都需要记录一条流水，用户可在前台界面进行查看。也便于业务线对账。（支付中心）
- 成长值的发放、扣减、冻结、清零同样需要记录日志，用户可在前台界面进行查看。（用户中心）

4. 计入时间

- 消费积分与成长值计入：在用户的订单实际使用确认后，如机票订单在飞机起飞后、酒店订单在用户入住后，积分和成长值才会计入用户的账户。
- UGC 积分计入：为了维护社区秩序，用户在去哪儿网提交的点评必须通过审核才可以发表在页面上。点评通过审核且成功发表后，积分和成长值才会计入用户的账户。具体所需时间长短根据不同情况确定。
- 业务线定义的积分活动：根据各业务线自行确定的时间，将积分划到用户账户。

5. 积分的有效期

- 每个自然年获得的积分会在次年的 12.31 日清零。

- 成长值永久有效，但在计算等级时需考虑用户在近一年内的消费行为是否符合保级条件。

6.积分性质及用途

积分是去哪儿网对用户发布点评行为的一种鼓励政策。积分不具有实际的市场价值，不得进行交易或转让，仅可用于去哪儿网积分商城中的礼品兑换，或用于参与去哪儿网上开展的相关促销活动。

成长值是标志着用户在去哪儿累计的消费状况，成长值越高会员等级越高，享受更多的会员服务。

7.成长值规则

- 1) 计算成长值时仅计算用户的实际支付金额，红包、代金券、消费券、个人帐户金额等不计入成长值。
- 2) 充值时发放成长值，相关订单中使用充值账户的金额不再重复累加成长值。
- 3) 机票订单的燃油费、税金、机场建设费、保险和配送费、国内机票旅行套餐等不计成长值。
- 4) 成长值小数部分不计。
- 5) 代理类会员不参加成长值活动。
- 6) 其它各业务线需要说明的规则。

8.8 积分、成长值在用户中心展示

1.积分成长值展示

去哪儿? Qunar.Com 聪明你的旅行

jsia6701 退出 | 我的订单 | 积分商城 | 消息 1 | 联系客服

官方攻略

首页 机票 酒店 团购 度假 门票 火车票 攻略 公寓 当地人 车车 骆驼书 客户端

个人中心 > 我的信息 > 个人主页

您的账号存在安全风险，建议立即进行安全设置，提高账号安全级别 [立即设置](#)

个人信息

jsia6701 **LV1** 手机 86-159****9832 解绑 | 修改 邮箱 未设置 绑定邮箱

120/560 草骆驼 可用积分 **103** [积分商城](#) [如何获得积分?](#)

我的特权 您现在的等级是LV1，升级到LV2即可享受9.5折兑换特权 [更多特权>](#)

账户余额 0.00元 [立即充值](#)

存款证明 出国游玩，小伙伴们的福音来啦！费率优惠，全程在线申请！ [立即申请](#)

我的旅行卡 剩余金额 0.00元 [查看](#) 可用张数 0 张

我的信息

个人主页

基础信息

常用旅客信息

我的消息

我的积分

我的等级

帐号绑定

安全设置

17

2.我的积分

去哪儿? Qunar.Com 聪明你的旅行

jsia6701 退出 | 我的订单 | 积分商城 | 消息 1 | 联系客服

官方攻略

首页 机票 酒店 团购 度假 门票 火车票 攻略 公寓 当地人 车车 骆驼书 客户端

个人中心 > 我的信息 > 我的积分

积分常见问题

积分明细 积分收入 积分支出 已过期积分

可用积分：359
将要过期积分：150 (2015年12月31日)

[兑换超值商品与优惠券](#)

时间	积分变化	来源/用途	备注

我的信息

个人主页

基础信息

常用旅客信息

我的消息

我的积分

我的等级

帐号绑定

安全设置

说明：积分明细代表的是积分流水，不区分方向；

积分收入展示的是所有积分增加的流水；

积分支出展示的是所有积分支出的流水，包括购买商品以及积分作废；

已过期积分展示的是每个自然年积分作废的记录。

所有记录都是支持分页的。

3.我的等级

去哪儿?
Qunar.Com
聪明 你的 旅行

首页 机票 酒店 团购 度假 门票 火车票 攻略 公寓 当地人 车车 骆驼书 客户端

jsia6701 退出 | 我的订单 | 积分商城 | 消息 1 | 联系客服

官方攻略

个人中心>我的信息>我的等级



修改头像

编辑资料 修改密码

我的信息

个人主页

基础信息

常用旅客信息

我的消息

我的积分

我的等级

帐号绑定

安全设置

我的成长

会员等级: 草骆驼

注册日期: 2014/12/18 等级获得日期: 2014/12/18 等级失效日期: 2015/12/18

您在这里 (103点)

Lv1

Lv2(560点)

Lv3(4300点)

Lv4(16,000点)

我的会员特权

亲, 升级会员, 可享受更多VIP特权 >>



特权1

描述可享受特权的详细内容, 重点内容标红



特权2

描述可享受特权的详细内容, 重点内容标红



VIP专属在线客服

青铜您当前未能享有该特权。升级后可享有在购买VIP模板时遇到问题可以独享一对一在线客服服务, 第一时间专人帮您解决问题! 立即升级为白金会员。



尊贵VIP身份

您已点亮青铜会员VIP头衔

成长记录 (最近一年)

序号	时间	经验值来源	获取经验值	累计经验值

<说明> : 对获得某经验值即升级的记录用小气泡或其它效果进行提醒)

关于Qunar.com | 投资者关系 | 酒店加盟 | 业务合作 | 职位招聘 | 我要投诉 | 安全中心 | About Us

Copyright ©2014 Qunar.com 京公网安备110108901530 京ICP备05021087号 营业执照信息 保险经纪资质 去哪儿网客服电话10101234

OV国际认证
数据已加密

ATIS
五星酒店

互联网协会
网络信用评级

经营性网站
备案信息

诚信网站

可信网站
身份验证

4.积分规则

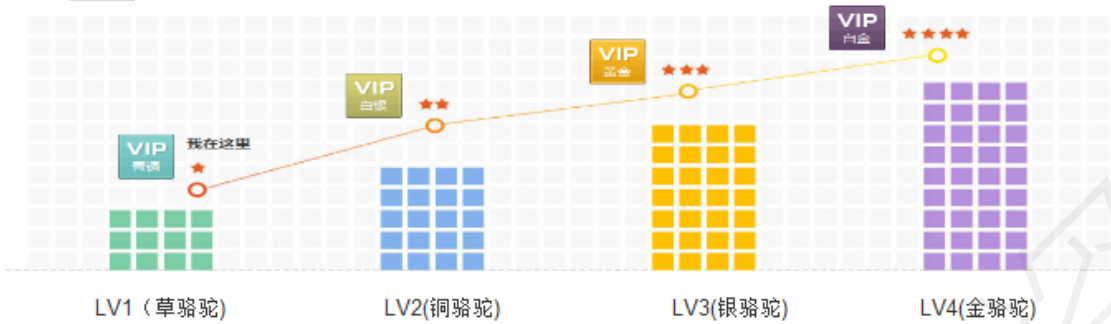
积分规则页面参考积分商城已有的相关页面。由各业务线提供相应的积分规则。

5.等级规则

等级成长体系:

会员成长特权，是专门为不同等级会员量身定制的多重尊贵特权，等级越高享有越丰富的特权。
随着会员成长值上升会员等级也相应提高，不同等级的会员将在去哪儿的各种服务领域里享有更多的专属特权与尊贵服务。

 会员成长体系



等级计算及特权:



特权名称	特权详情	草骆驼	铜骆驼	银骆驼	金骆驼
全站折扣					
退款					
专线客服					
其它特权1					
其它特权2					
其它特权3					
.....					

9. 运营计划

暂无

附录一 需求 review 评分以及工作量评估

	评估人	评分	工组量评估（人日）
产品			
Dev	颜阳、高佳伟	80	12PD
QA	李相锟	80	8PD

21

附录二 历次沟通意见汇总表

沟通讨论 ID		意见数	
意见确认人	周婷，张超兰		
<p>意见 1：积分与成长值的退回</p> <p>若用户在下单后即获得积分，则用户可在消费积分后退掉该订单，由此会造成业务线一定的损失。</p> <p>解决办法：用户的订单确认消费后才下发相应的积分的成长值。</p>			
<p>意见 2：成长值过期和保级策略</p> <p>只有顶级用户才享有保级权利，其它级别用户会清零从头开始，这种设置对用户不怎么友好，可能会影响用户积极性。</p> <p>解决办法：低等级用户会一直保留级别，只针对高级别用户扣减相应成长值。</p>			
<p>意见 3：是否需要信用等级和记录，以辅助等级和积分的计算。参考携程会员评级的信用等级，可降低用户刷积分、刷订单等恶意行为。</p> <p>解决办法：作弊扣减积分和成长值，以此来保证用户的信用行为</p>			