

互动小游戏策划

京东生鲜

日期：2017/3/24

策划人：汪厚义

## 一、 游戏背景及目的

### 1. 集团背景

暂无

### 2. 部门背景

暂无

### 3. 游戏目的

a) 通过 H5 互动小游戏，刺激 JD 游戏用户的爱炫耀、爱分享、爱贪小便宜的需求，转发到微信以获得微信流量，形成闭环漏斗，引入生鲜新老用户，最终促进 GMV 增长

b) 酒香也怕巷子深，打造生鲜品牌，让更多人知道 JD 有生鲜

## 二、 市场调查

### 1. 近期火爆小游戏

#### a) 狼人杀

狼人杀又名狼人，是一款多人参与的、以语言描述推动的、较量口才和分析判断能力的策略类桌面游戏。通常的版本需要 8-18 人参与。狼人杀游戏的机制与杀人游戏相类似，杀人游戏更倾向于竞技，狼人杀游戏则更加欢乐，角色更丰富。游戏分为两大阵营，狼人和村民；村民方以投票为手段投死狼人获取最后胜利，狼人阵营隐匿于村民中间，靠夜晚杀人及投票消灭村民方成员为获胜手段，狼人杀属于桌面游戏，可以多人玩。

#### b) 你画我猜

安装手机客户端后，系统会提供三个备选英文单词，玩家需要从中选一个进行绘画创作，根据软件提示，画一张图片来描述某个单词，以速写的方式用手指在设备的屏幕上画出来，整个绘画过程对方都能看到，这幅图片随后会被发送给另一个玩家，后者将根据图片猜测描述的是什么单词并拼写出来。如果解答正确猜对了单词，两人都将获得金币奖励。

#### c) 八分音符

游戏的流程很简单，只需要控制小怪物跳来跳去，但玩法可就不那么容易了，因为它是依靠声音来操控游戏的。不仅需要你发声来控制人物，同时还得掌握好声音的力度。声嘶力竭大喊会让角色跳得非常高，而细细私语则只会令角色缓慢向前移动。

**结论：**该类小游戏均具有简单、互动、策略的特点，游戏的趣味性主要体现在人与人之间的交流上。

## 2. 电商 H5

### a) 遇见未来的你

JD 电脑办公，

选若干需要场景模拟 3D 打印，用户长按按钮打印出产品，点击产品进入使用场景，最后抽奖获取优惠券并引导购物页面

**关键词：**参与感，场景，利益点

### b) 世界之旅邀你同行

Hisense，

模拟环游世界中的领取机票，乘机，转机环节并通过在不同城市游玩而领略到海信的电子产品非常出众，最后一张表单来邀请用户到店体验真机

**关键词：**环游世界、视界

### c) 京东男装节

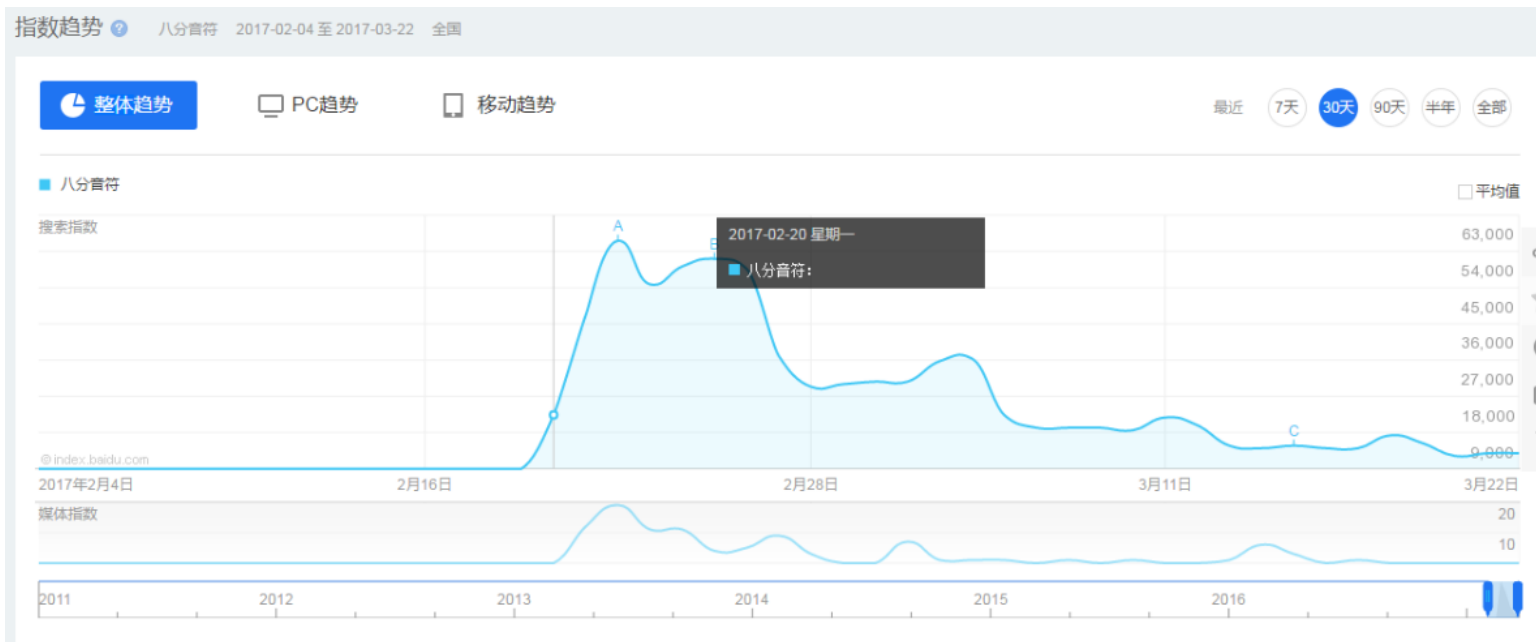
JD 服装

通过谢霆锋代言，站在 T 台穿不同款衣服并附加正能量 Slogan 来提升逼格，最后通过一张大红图标注利益点“速抢免单”来吸引用户领券消费

**关键词：**谢霆锋、免单、优惠券

## 3. 八分音符重点分析（因八分音符具备引爆的潜力，故选择该游戏）

### a) 1. 百度指数趋势



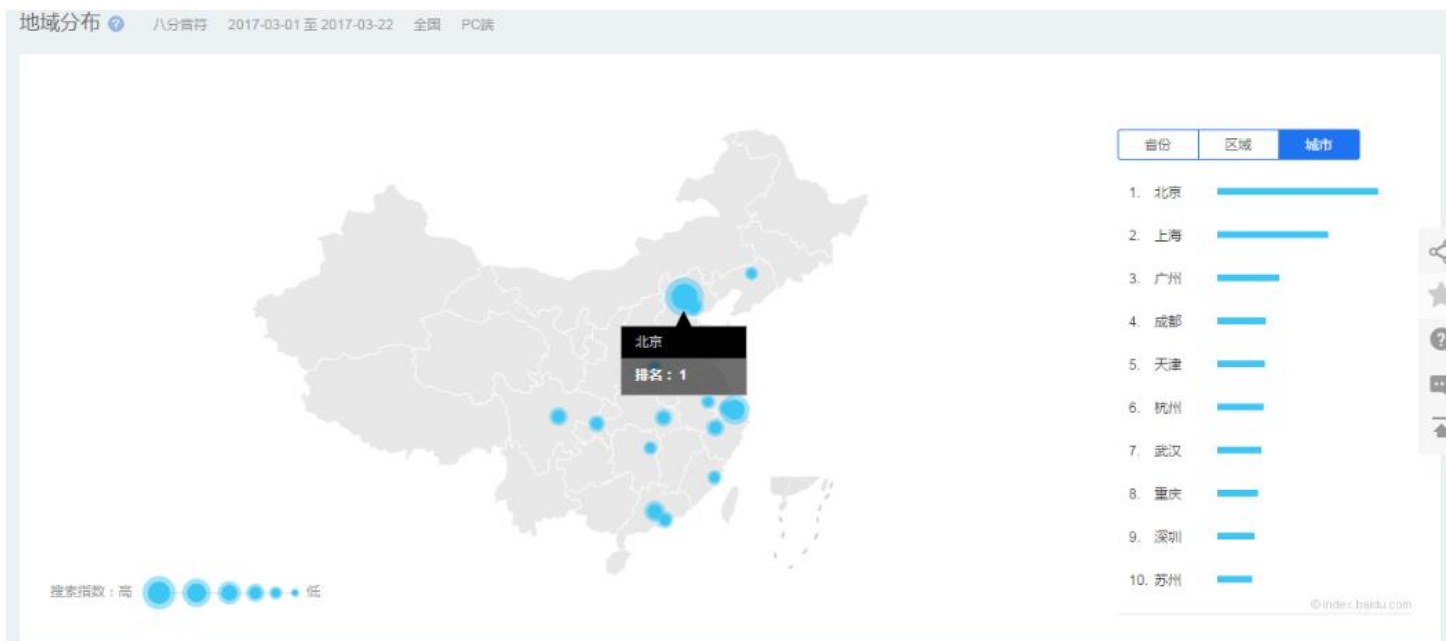
由图可看出该游戏为二月底爆发，三月底湮灭，持续约一个月。

b) 2.微信指数趋势



由图可知八分音符并不只是在 PC 端上火了一段时间，在移动端同样也是

### c) 地域分析



由图可以搜索用户基本为一二线白领居多的城市，一是他们追热点赶时髦，一个游戏在白领圈层传播快，二是他们生活压力较大，需要娱乐放松。

### d) 传播分析

八分音符作为一款语音控制的跳跃闯关小游戏，跟普通的游戏并没有什么差异化存在。而正是直播时代的到来，将这款游戏吹到了风口。

以邓紫棋玩这款游戏为案例来分析：

演唱会当天，邓紫棋在微博上发了一个短视频，内容为自己玩八分音符的小短片。如下：她说看到网上大家玩这款游戏非常爆笑，她自己也想试试，发现试过真假音之后都不理想，敲桌子倒是有奇效，还发微博表示“本以为可以用来为演唱会练嗓子，结果…”该微博发表后，转发量，点赞量和评论量均为二、三月分内较高的数据。

当然，除了邓紫棋玩这款游戏获得了极高的人气，还有超多人气主播，电视台嘉宾，视频网站 up 纷纷表示很有意思。

#### 游戏特点洞察：

1. 游戏新鲜，游戏通过语音输入来实现控制，不同于往常的键盘游戏，除了能看到游戏角色在游戏中的表现，更能看到主播为了闯关成功而表现出的“无所不用其极”的各种出糗搞笑场景。
2. 简单，游戏规则简单，点进去不用思考便可以直接开始玩
3. 社交属性，这款游戏其实一个人玩并没有意思，而直播时代的到来满足了既能玩游戏也能分享游戏体验的条件，即一台电脑，一个摄像设备和一个人。
4. 发泄，语音输入可以提供用户一个发泄的途径

### 引爆潜力：

这也是为什么这款游戏没有在移动端火起来的原因，这款游戏最大的特点是交互独特——语音控制主角跳跃与前进，但并不是传播的根本原因，传播最大的原因是：将个人愉悦的游戏体验分享给更多人，不仅满足了个人发泄、爱现、爱分享的需求，也满足了朋友在看到自己出糗影像所获得的乐趣。

八分音符同类游戏在各大安卓市场与 APPstore 均有较高下载量，但是不具备传播的根本原因，因为该类游戏并没有一款提供可以将用户的游戏体验分享给好友的功能。而这就是本次 618 互动小游戏机会所在。

因技术未知，故列出三类供分享的方案，按诱导性递减排列。

游戏体验供分享的资料：

一等：视频（玩家表情与声音）+游戏画面

二等：声音+游戏画面

三等：游戏数据（最高分贝数（用更易理解的方式表现）、过关时长、积分数等）

## 三、 用户调研

### 1. 生鲜用户与游戏用户画像

a) 生鲜用户

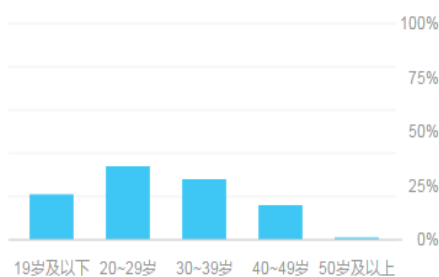
缺

b) 游戏用户

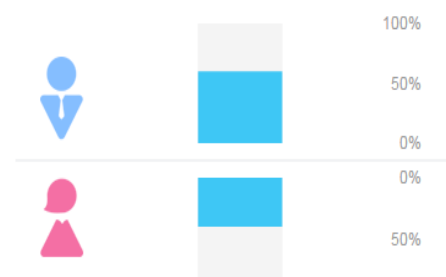
人群属性 ? 八分音符 2017-02-01 至 2017-02-28 全国

■ 八分音符

年龄分布：



性别分布：



游戏主要人群集中在青年，男女比例一样

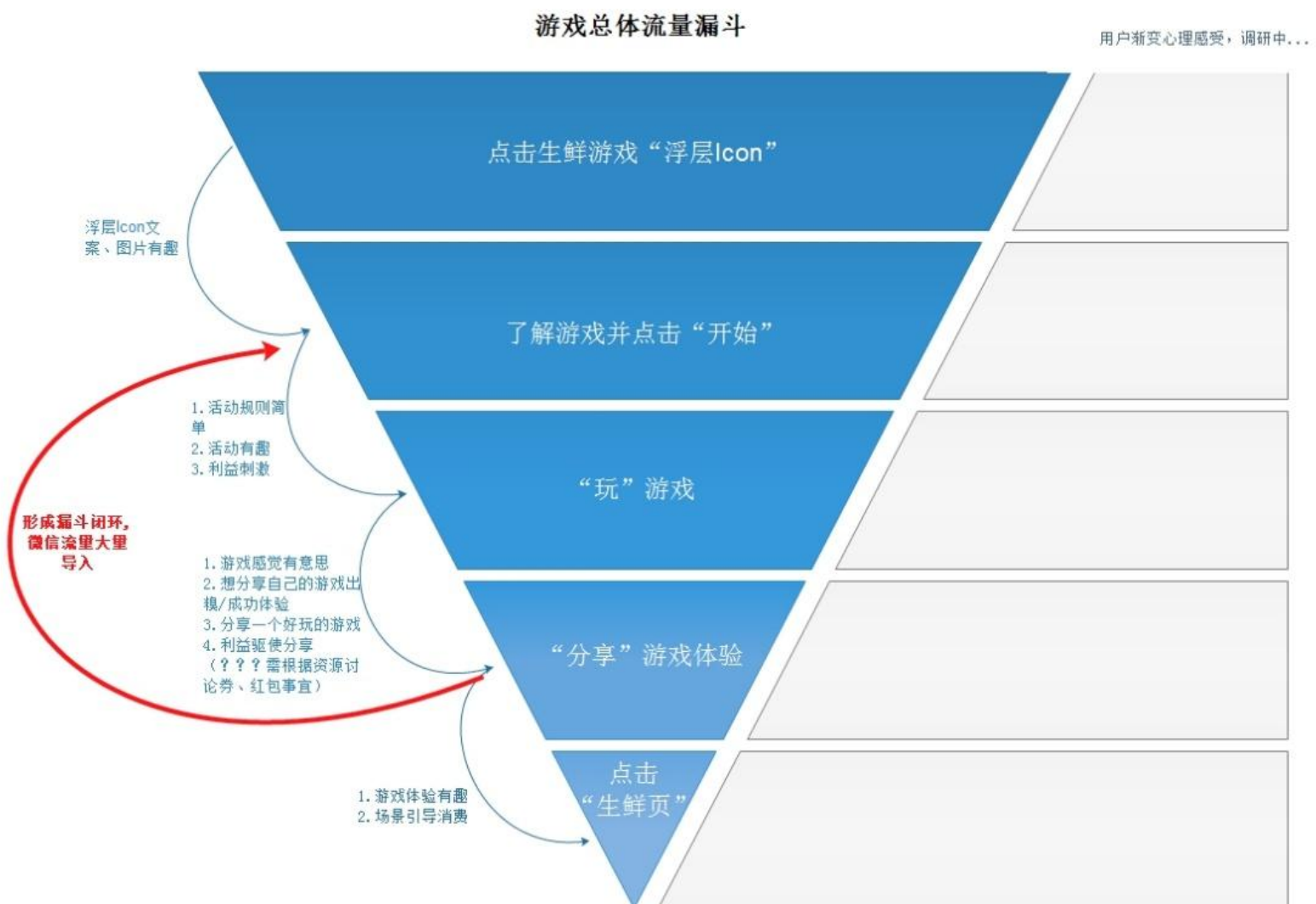
3.

4.

#### 四、 游戏策划

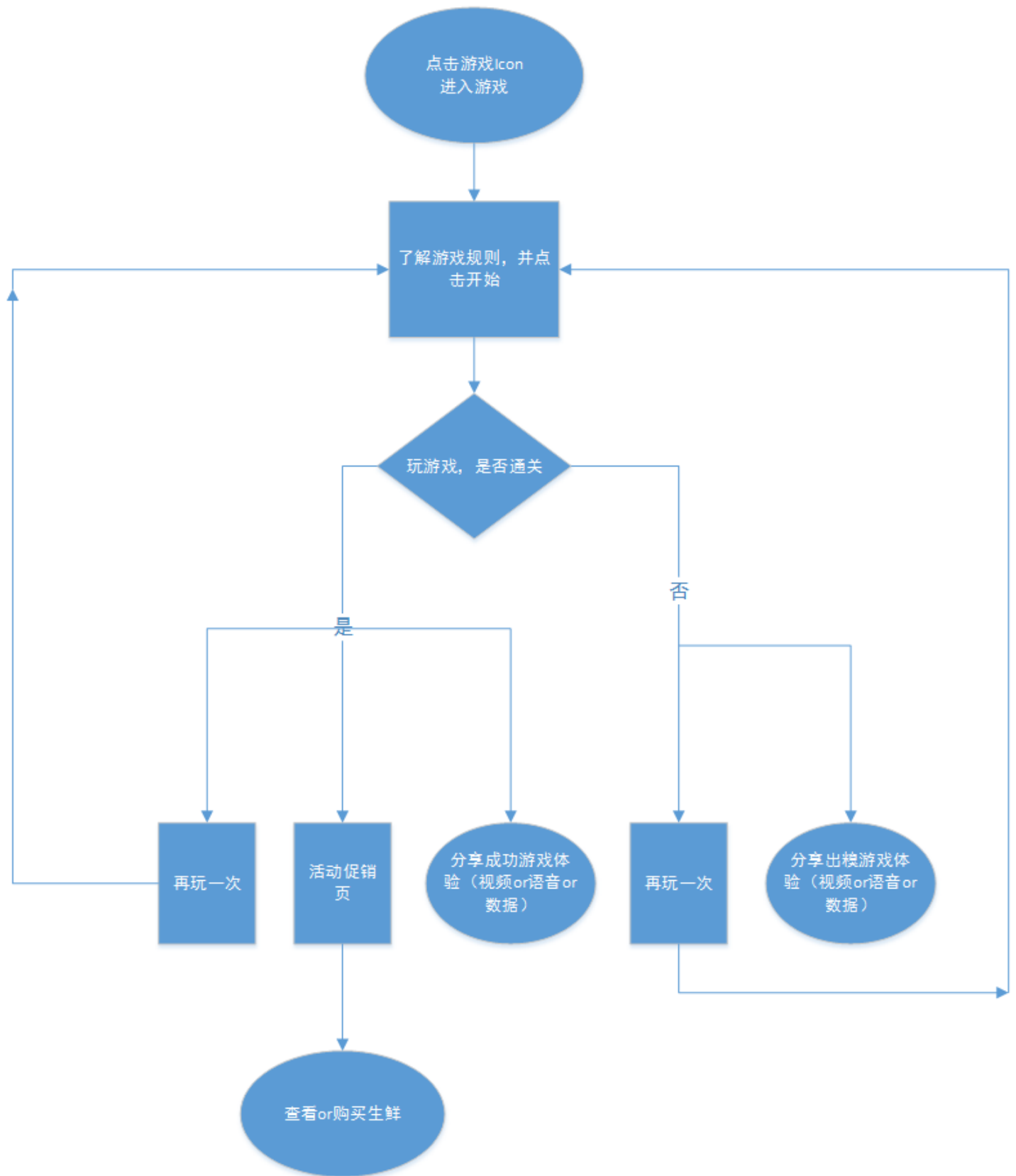
##### 1. 主题思路

##### a) 流量框架



游戏通过有趣、分享、利益点来满足用户爱炫耀、爱分享、爱贪便宜的需求，把京东内部流量引到微信，并以微信中每个人作为流量中心来传播，最终形成一个爆炸性增长，以此来提高 GMV 和“京东生鲜”的曝光量。

b) 游戏流程





2. 角色: Joy
3. 场景: 生鲜相关
4. 情节: 游戏最后送券, 并可以分享个人游戏体验 (视频 or 语音 or 数据)

## 五、 项目进度及人员分工

待定。