

游戏购物一体化：打造以游戏互动为起点的独特心智，独有的快乐购物体验，提升活跃和时长

升级以买为主线的会员成长模式，结合玩的贡献，买和玩互为因果，同时改变投资策略和动线设计，在购物链路发放游戏道具，在游戏链路发放购物权益，购物等级越高，游戏道具越多，玩的越爽；游戏等级越高，购物权益越多，买的越爽；形成双轮驱动的成长体系，打造游戏购物一体化的能力。



玩越多 买越多

让用户在玩中产生消费意愿，从而带来更多成交订单和GMV

丰富兑换

红包 / 品类券

商品兑换

人货匹配

高质货盘

算法提效

促购权益

惊喜红包

品类券

买越多 玩越爽

让买的用户获得游戏专属尊享感，能玩的更爽，进一步激励活跃



- 围绕购物行为，构建全端用户购物等级，购物等级对应额外游戏道具奖励
- 购物单单送宝箱，根据用户游戏偏好和活跃度设置奖励的道具，牵引用户的游戏深度



权益道具

小鸡饲料
地图积分
任务跳过卡

游戏道具

消消乐生命
萝卜魔法棒
小球复活卡

特权道具

翻倍卡
加速器
免单资格

游戏购物一体化：扩大游戏渗透让更多用户因为游戏而来，并优化商业设计降本提效

渗透提升

- 新增游戏向年轻化的操作类、对战类发展
- 现有游戏场景持续丰富子玩法，做深游戏性

商业设计

- 持续扩大游戏场溢出流量，变现收入增加
- 引入商家出资，共参与权益和兑换等投资

权益驱动的签到类



领红包



现金签到



拆红包

权益驱动的养成类



招财猫



养小鸡



发财鸭

趣味驱动的小游戏



合萝卜



弹球



消灭病毒

周期较长的棋牌/经营/消除类



斗地主



超级工厂



消消乐

女性游戏类型

换装类	恋爱养成
三消/跑酷	沙盘/经营
年轻女性	成熟女性-上班族
	成熟女性-妈妈

男性偏爱深度游戏

操作性	竞技	跑酷
	射击	格斗
胜负性	对战	策略
	棋牌	闯关

减少投入

- 商家直接提供红包权益，降低平台投入
- 商家通过货损方式，或者让利方式，参与游戏的权益兑换，获得确定性订单

增加收入

- 通过游戏稀缺道具等方式，增加商品联动触点，不断扩大用户到商家、商品的流量
- 购物获得的游戏奖励，鼓励根据价格发放，避免用户专买便宜
- 配合全端的顶层商业模式设计，提升商业回收效率

游戏社交一体化：社交分享突破利益驱动模式，尝试与游戏和公益结合走向趣味驱动和价值驱动，独乐乐不如众乐乐

- 1. 除了持续引入更多有社交属性的游戏外，在现有的游戏场景中，增加社交互动能力，引导用户召回亲朋好友一起玩，沉淀用户关系，提升乐趣，带来用户增量；
- 2. 打造淘特专属公益项目，与游戏和分享结合，用价值驱动用户分享，与PR传播结合，带来用户增量；



增长渠道：市场环境变化，持续精细化运营提效，寻找增量低成本渠道，高质量增长

抖快内循环电商规模变大加广告收入吃紧，
预判明年三方获客成本高，效率下降；
持续关注微信互联互通的机会，突破支付和
小程序的运营机会；



淘特与集团二方尤其是手淘有共同做大ARPU值
的机会，存在合作空间

