

活趣

普通用户阶段

功能设计

目录

总述	11
1. 章节总述	11
1.1 信息	11
1.2 趣搜	11
1.3 趣友	11
1.4 趣聊	11
1.5 趣币	11
1.6 趣饰	11
1.7 趣礼	11
1.8 活动权限	11
1.9 活动框架	12
1.10 时间规则	12
1.11 验证机制	12
1.12 评价机制	12
1.13 举报机制	12
1.14 活动发现	12
2. 产品功能图	13
信息	14
1. 用户信息	14
1.1 基本用户信息	14
1.2 特殊用户信息	14
1.3 用户信息原则	15
2. 趣分	16
2.1 趣分的定义	16
2.2 趣分的原则	18
2.3 趣分的功能	18
2.4 趣分调整的引导方向	18

2.5 趣分的调整规则	19
2.6 趣分的调整公式	19
2.7 趣分规则的修正策略	23
2.8 趣分的展示	23
3. 趣能	24
3.1 活动类型的描述方式	24
3.2 趣能的定义	25
3.3 趣能的功能	26
3.4 经验值和能级的定义	26
3.5 能级的功能	27
3.6 经验值的调整规则	28
3.7 经验值的调整公式	28
3.8 趣能槽	31
3.9 趣能的展示	33
趣搜	34
1. 定义	34
1.1 趣搜的定义	34
1.2 趣搜的数据基础	34
1.3 基于地理位置的用户网络	34
1.4 基于用户信息的用户网络	34
2. 规格	35
2.1 用户规模	35
2.2 请求规模	35
2.3 请求响应时间	36
3. 功能	36
3.1 线下活动的用户搜索	36
3.2 线上活动的用户搜索	37
趣友	39
1. 定义	39
2. 意义	39
2.1 当前阶段的意义	39

2.2 可发展的意义	39
3. 功能	39
2.1 添加趣友	39
2.2 趣友申请管理	39
2.3 趣友录	40
2.4 趣聊列表	40
趣聊	41
1. 定义	41
2. 功能	41
2.1 通讯方式	41
2.2 趣友趣聊	41
2.3 活动趣聊组	42
2.4 活动临时趣聊	43
趣币	44
1. 定义	44
1.1 虚拟货币	44
1.2 交换契约	44
1.3 最小单位	44
2. 定价	44
3.1 人民币兑换	44
3. 功能	44
2.1 度量资源价值	44
2.2 提供交换媒介	45
2.3 提供保存媒介	45
2.4 发展盈利模式	45
趣饰	46
1. 定义	46
2. 功能	46
2.1 个性化表达	46
2.2 虚拟资源	46

2.3 盈利模式	46
3. 规则	46
3.1 获得趣饰	46
3.2 出售趣饰	46
4. 趣饰之“景饰”	47
4.1 定义	47
4.2 意义	47
4.3 原则	48
4.4 分级	48
4.5 制作	49
4.6 获取	49
趣礼	50
1. 定义	50
2. 功能	50
2.1 用户打赏	50
2.2 虚拟资源	50
2.3 盈利模式	50
3. 原则	50
3.1 非获利原则	50
3.1 低价原则	50
3.2 限额原则	50
3.3 非动因原则	51
4. 规则	51
4.1 分级限额	51
4.2 随取随赠	51
4.3 折价出售	51
4.4 活动内打赏	52
5. 品类	52
5.1 一级品类	52
5.2 二级品类	53
5.3 三级品类	53

5.4 四级品类	53
5.5 五级品类	53
活动权限	55
1. 定义	55
2. 功能	55
2.1 发起/参与活动	55
2.2 衡量活动频度	55
2.3 预支活动权限	55
2.4 限制用户行为	55
2.5 作为虚拟资源	55
3. 规则	56
3.1 日权数	56
3.2 日权周期点	56
3.3 活动权限消耗	56
3.4 付费购买	57
4. 展示	58
4.1 展示方式	58
4.2 展示位置	58
活动框架	59
1. 定义	59
2. 功能	59
2.1 简明活动形式	59
2.2 发起参与活动	59
2.3 活动数据单元	59
3. 可变属性	59
3.1 活动类型	60
3.2 活动简述	60
3.3 开始时间	61
3.4 持续时间	61
3.5 活动地点	61
3.6 活动人数	61

3.7 邀请趣友	61
3.8 人均费用	61
3.9 性别要求	62
3.10 年龄要求	62
3.11 搜索地点	62
3.12 搜索范围	63
3.13 能级	63
3.14 基本可变属性表	63
3.15 可变属性原则	64
4. 固有属性	64
4.1 发起者信息	64
4.2 参与者信息	65
4.3 当前平均趣分	65
4.4 当前平均能级	65
5. 用户角色	65
5.1 发起者	65
5.2 被邀者	66
5.3 发现者	66
5.4 响应者	67
5.5 参与者	67
6. 陌生活动	69
6.1 定义	69
6.2 规则	69
6.3 陌生活动状态图	70
7. 趣友活动	71
7.1 定义	71
7.2 规则	71
7.3 趣友活动状态图	72
8. 混合活动	73
8.1 定义	73
8.2 规则	73

8.3 混合活动状态图	74
9. 发起者状态图	75
10. 被邀者状态图	76
11. 发现者状态图	77
12. 趣礼打赏	78
12.1 打赏可用的活动阶段	78
12.2 进行阶段状态图	78
12.3 评价阶段状态图	79
13. 活动扩充	80
13.1 定义	80
13.2 意义	80
13.3 扩充流程	80
14. 活动继承	80
14.1 定义	80
14.2 意义	81
14.3 活动继承流程	81
时间规则	82
1. 持续时间限制	82
1.1 定义	82
1.2 意义	82
1.3 取值	82
1.4 实施	82
2. 活动时间串行	82
2.1 定义	82
2.2 意义	82
2.3 实施	83
验证机制	84
1. 参与验证机制	84
1.1 定义	84
1.2 意义	84
1.3 验证时间	84

1.3 坐标验证	84
1.4 线上验证	85
1.5 参与验证	85
1.6 线下活动的参与验证机制	85
1.7 线下活动的参与验证异常	86
1.8 线上活动的参与验证机制	87
1.9 线上活动的参与验证异常	88
2. 结束验证机制	90
2.1 定义	90
2.2 意义	90
2.3 结束验证	90
3. 取消验证机制	91
3.1 定义	91
3.2 意义	91
3.3 取消验证	91
4. 退出验证机制	92
4.1 定义	92
4.2 意义	92
4.3 退出验证	92
评价机制	94
1. 定义	94
2. 意义	94
2.1 活动体验反馈	94
2.2 趣分计算参数	94
3. 规则	94
4. 评价系数	95
5. 评价界面	96
5.1 待评价列表区	96
5.2 用户信息区	96
5.3 十星评价区	96
5.4 评价确定区	96

举报机制	97
1. 定义	97
2. 意义	97
2.1 不良信息识别	97
2.2 恶劣行为识别	97
2.3 用户参与度	97
2.4 用户惩罚监督	97
3. 规则	98
3.1 举报级别	98
3.2 活动信息举报	98
3.3 活动行为举报	99
3.4 分级规则组织	99
3.5 举报生效和分级处罚	101
3.6 举报权限	102
3.7 举报奖励	102
活动发现	103
1. 定义	103
2. 意义	103
2.1 参与者补偿	103
2.2 活动补偿	103
3. 形式	103
3.1 活动发现的组成	103
3.2 筛选器选项	103
3.3 筛选默认值	104
3.3 活动列表	105

总述

1. 章节总述

1.1 信息

用户个人信息、活趣定制用户信息、活趣用户价值体系下的用户价值信息和发展规则

1.2 趣搜

用户搜索引擎模块的功能、规则、规格

1.3 趣友

好友模块的功能和规则

1.4 趣聊

即时通讯模块的功能

1.5 趣币

应用内货币系统的定义和功能

1.6 趣饰

个性装扮模块的功能

1.7 趣礼

礼物打赏模块的功能

1.8 活动权限

活动框架的规则之一，阐述发起活动和参与活动的用户权限的设定和规则

1.9 活动框架

活趣产品的核心功能模块，阐述活动如何发生

1.10 时间规则

活动框架的规则之一，阐述活动的时间要求设定和规则

1.11 验证机制

活动框架的规则之一，阐述保证活动正常进行的几种验证机制，包括参与验证机制、结束验证机制、取消验证机制、退出验证机制

1.12 评价机制

活动框架的规则之一，阐述活动结束后的用户评价的功能和规则

1.13 举报机制

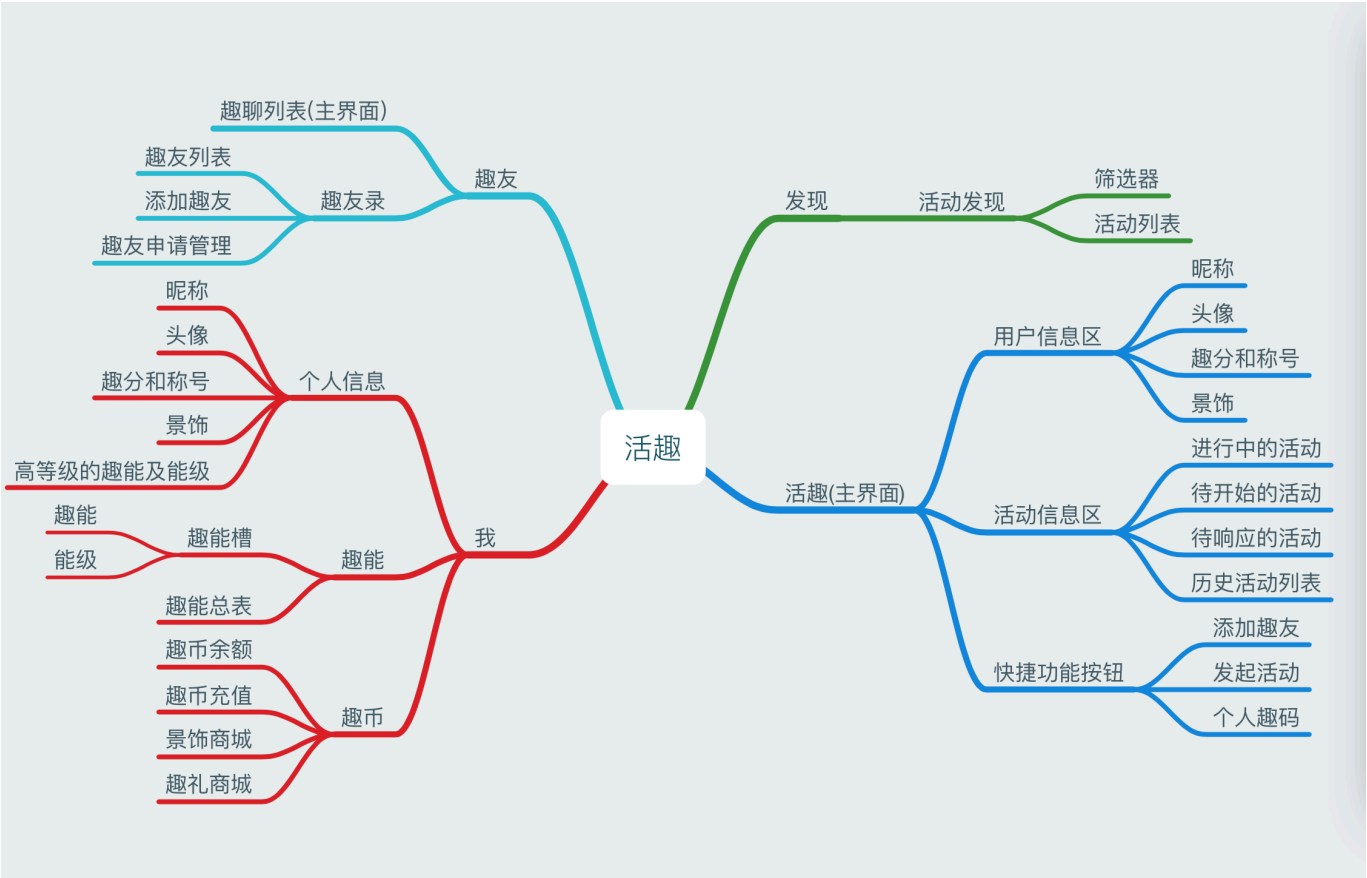
活动框架的规则之一，阐述用户监督的平台净化方式的功能和规则

1.14 活动发现

活动发现模块，阐述活动和用户间的主动浏览的连接方式

2. 产品功能图

活趣普通用户阶段产品的功能页面拆分图如下



信息

1. 用户信息

1.1 基本用户信息

1.1.1 必选的基本用户信息

- 昵称
- 性别
- 年龄

1.1.2 可选的基本用户信息

- 头像
- 趣称(活动中便于参与者识别的称呼)
- 个性签名

1.1.3 系统提供的基本用户信息

- 趣号：用户在产品中的唯一不重复身份标识、可由用户设置、不可修改
- 趣码：活趣为用户生成的个人二维码

1.1.3 他人不可见的基本用户信息

- 年龄

1.2 特殊用户信息

1.2.1 实时地理位置

- 获取方式：客户端后台获取

- 可见范围：仅自己可见
- 用途：“趣搜”的实时网络、发起活动的默认位置、“发现”中附近活动的默认位置
- 无法获取：无法加入“趣搜”的实时网络、发起活动和附近活动没有默认位置

1.2.2 活跃地理位置

- 获取方式：用户手动设置
- 可见范围：仅自己可见
- 可能用途：“趣搜”的活跃网络
- 没有设置：无法加入“趣搜”的活跃网络

1.3 用户信息原则

1.3.1 尽可能少地收集用户基本信息

- 为了简单 - 越少基本信息，用户的心理负担和操作负担越小
- 为了公平 - 越少基本信息，基本信息导致的用户价值差异越小
- 为了真实 - 越少基本信息，用户信息的整体真实度越高
- 为了安全 - 越少基本信息，用户信息越安全
- 价值引导 - 越少基本信息，产品定义的用户价值信息越突出

1.3.2 收集和使用用户信息必须得到用户同意

1.3.3 必须保障用户信息安全

2. 趣分

2.1 趣分的定义

- “趣分”是反映用户在活趣平台上的行为表现好坏的综合量化值。
- 用户的趣分高低体现了用户整体形象的好坏。
- 趣分以百分制表示(产品实际会使用2位小数，但用户不可见)

- 趣分值及其称号

完美 - 100

卓越 - 90 ~ 99

优秀 - 80 ~ 89

良好 - 70 ~ 79

普通 - 60 ~ 69

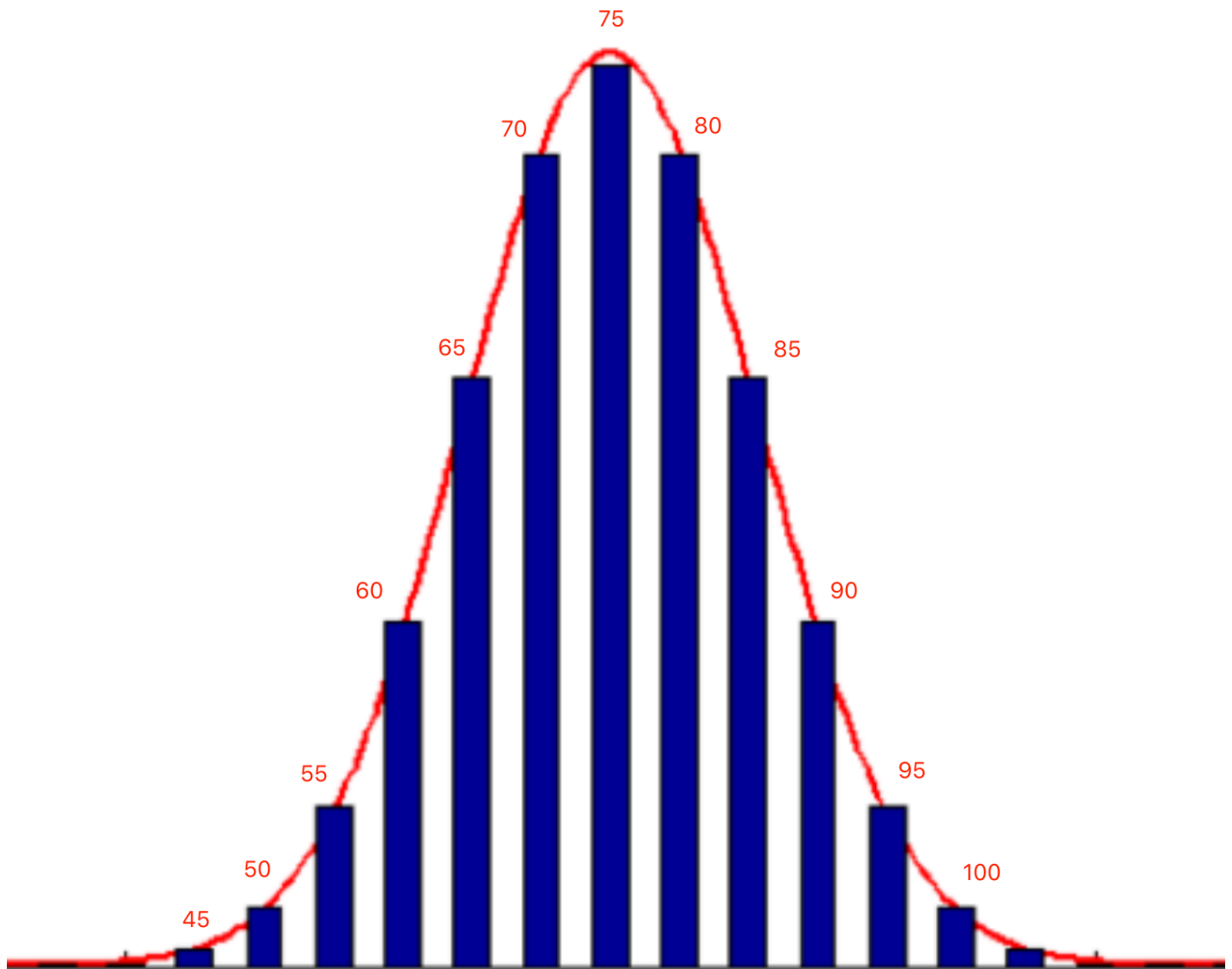
消极 - 50 ~ 59

低劣 - 40 ~ 49

封禁 - 40以下

- 所有用户的初始趣分相同，初始趣分为70分，即良好
- 所有用户的趣分分布应该符合现实的用户形象好坏的整体分布
- 当前假设所有用户的现实趣分分布符合正态分布，均值为75分

- 当前活趣的用户趣分分布设置



2.2 趣分的原则

- 非获利目的：活趣绝不以获取经济利益为目的调整趣分的规则
- 坚守公平：趣分的规则对所有用户相同
- 保证差异：活动表现和整体形象更好的用户的趣分更高

2.3 趣分的功能

2.3.1 自我价值识别

- 了解自己在活趣平台上的综合表现好坏
- 了解他人对自己的整体形象评价

2.3.2 他人价值识别

- 了解他人在活趣平台上的综合表现好坏
- 了解他人的整体形象
- 为活动的参与者选择提供依据

2.3.3 行为规范工具

- 激励用户在活动中积极良好表现
- 惩戒在活动中恶劣表现的用户

2.3.4 趣分的未来可能性

- 一个社会公允可信的信用评分
- 基于可信的信用评分的更多功能衍生

2.4 趣分调整的引导方向

- 引导用户更多地与陌生人进行活动
- 引导用户更多地参与线下活动
- 引导用户参与互动内容更丰富的活动
- 引导低分用户更积极地提高趣分
- 引导高分用户接纳低分用户参与活动
- 引导用户在活动中积极良好表现
- 惩戒在活动中消极表现的用户

2.5 趣分的调整规则

- 趣分调整的符号定义：远多于 >>> 、多于 >> 、略多于 >
- 线下活动 >>> 线上活动
- 陌生人活动 >>> 混合活动
- 陌生人活动 >>> 趣友活动
- 用户获得其他参与者的评价高 >>> 用户获得其他参与者的评价低
- 活动内容互动性强 >> 活动内容互动性弱
- 用户的趣分低 >> 用户的趣分高
- 混合活动 > 趣友活动
- 活动人数提高活动互动性 > 活动人数降低活动互动性
- 活动参与者的平均趣分高 > 活动参与者的平均趣分低
- 用户的趣分高于参与者平均趣分 > 用户的趣分低于参与者平均趣分
- 用户获得负面评价时降低趣分

2.6 趣分的调整公式

2.6.1 基础分 - α

- 基础分与活动的发生方式(即活动的形式趣能)相关
- 活动内容的互动性越强，基础分越高
- 四级：1.0分~2.0分
- 三级：0.6分~1.0分
- 二级：0.2分~0.5分
- 一级：0.1分
- 线下活动基础分级别范围：三~四
- 线上活动基础分级别范围：一~二
- 基础分的具体值由趣能设定

2.6.2 陌生度系数 - s

- 陌生人活动 $s = 1.0$
- 趣友活动 $s = 0.5$
- 混合活动的趣友数量 N_f ,混合活动的总人数 N
- 混合活动 $s = ((N - N_f) / N) * 0.5 + 0.5$

2.6.3 活动加分 - β

- 活动加分与活动的价值相关
- 活动加分的取值范围 - $[0.1, 0.5]$
- 活动加分的基础加分 S_b 由趣能设定
- 活动的基础人数 N_b 和互动性方向 $D(+/-1)$ 由趣能确定
- 活动参与人数 N_r 使得活动的互动性更高，活动加分越高
- 活动参与者的平均趣分 A_s 越高，活动加分越高
- 加分 $\beta = (S_b/2 * (((N_r - N_b)/(N_r + N_b)) * D)) + (S_b/2 * (A_s/100))$

2.6.4 趣分系数 - γ

- 用户的趣分 U_s 越高，趣分系数就越低，提高趣分的难度越大
- 趣分系数的取值范围 - $[0.1, 1.0]$
- 60分以下的趣分系数为1.0
- 90分以上的趣分系数为0.1
- 60分至90分的趣分系数 $\gamma = 1.0 - ((U_s - 60) / 30)$

2.6.5 趣分差系数 - ϵ

- 用户的趣分 U_s 比参与者平均趣分 A_s 高越多，趣分差系数越高
- 趣分差系数的取值范围 - $[1.0, 2.0]$
- 用户的趣分低于平均趣分时，趣分差系数为1.0
- 用户的趣分高于平均趣分15分时，趣分差系数为2.0
- $\epsilon = 1.0 + (U_s - A_s) / 15$

2.6.6 评价系数 - δ

- 评价系数与用户获得的其他参与者的评价相关
- 评价系数的取值范围 - $[-2.0, 2.0]$
- 获得普通评价时，评价系数为1.0
- 评价系数的计算见“评价机制”一章

2.6.7 调整值公式

- $\Delta s = ((\alpha * s) + \beta) * \gamma * \epsilon * \delta$

2.6.8 趣分计算

- $S = S + \Delta s$

2.6.9 趣分参数和计算举例

- 线下10人足球赛活动,平均趣分为70、A [S = 75.00, 评价 = 良好]、B [S = 60.00, 评价 = 一般]、C [S = 80, 评价 = 优秀]、D[S = 60, 评价 = 消极], E [S = 80, 评价 = 一般]
- 计算参数 : $\alpha^*s = 0.8$, $\beta = 0.3$, A[$\gamma = 0.5, \varepsilon = 1.33, \delta = 1.2$], B[$\gamma = 1.0, \varepsilon = 1.0, \delta = 1.0$], C[$\gamma = 0.33, \varepsilon = 1.66, \delta = 1.5$], D[$\gamma = 1.0, \varepsilon = 1.0, \delta = -0.5$], E[$\gamma = 0.33, \varepsilon = 1.66, \delta = 1.0$]
- $\Delta A.S = (0.8 + 0.3) * 0.5 * 1.33 * 1.2 = 0.88$, A.S = A.S + $\Delta A.S = 75.88$
- $\Delta B.S = (0.8 + 0.3) * 1.0 * 1.0 * 1.0 = 1.10$, B.S = B.S + $\Delta B.S = 61.10$
- $\Delta C.S = (0.8 + 0.3) * 0.33 * 1.66 * 1.5 = 0.90$, C.S = C.S + $\Delta C.S = 80.9$
- $\Delta D.S = (0.8 + 0.3) * 1.0 * 1.0 * -0.5 = -0.55$, D.S = D.S + $\Delta D.S = 59.45$
- $\Delta E.S = (0.8 + 0.3) * 0.33 * 1.66 * 1 = 0.60$, D.S = D.S + $\Delta D.S = 80.60$
- 线上4人绝地求生游戏活动,平均趣分为68.75、A [S = 75.00, 评价 = 良好]、B [S = 60.00, 评价 = 一般]、C [S = 80, 评价 = 优秀]、D[S = 60, 评价 = 消极]
- 计算参数 : $\alpha^*s = 0.2$, $\beta = 0.1$, A[$\gamma = 0.5, \varepsilon = 1.42, \delta = 1.2$], B[$\gamma = 1.0, \varepsilon = 1.0, \delta = 1.0$], C[$\gamma = 0.33, \varepsilon = 1.75, \delta = 1.5$], D[$\gamma = 1.0, \varepsilon = 1.0, \delta = -0.5$]
- $\Delta A.S = (0.2 + 0.1) * 0.5 * 1.42 * 1.2 = 0.26$, A.S = A.S + $\Delta A.S = 75.26$
- $\Delta B.S = (0.2 + 0.1) * 1.0 * 1.0 * 1.0 = 0.30$, B.S = B.S + $\Delta B.S = 60.30$
- $\Delta C.S = (0.2 + 0.1) * 0.33 * 1.75 * 1.5 = 0.26$, C.S = C.S + $\Delta C.S = 80.26$
- $\Delta D.S = (0.2 + 0.1) * 1.0 * 1.0 * -0.5 = -0.15$, D.S = D.S + $\Delta D.S = 59.85$
- 线下2人看电影活动,平均趣分为75、A [s = 70.00, 评价 = 良好]、B [s = 80.00, 评价 = 良好]
- 计算参数 : $\alpha^*s = 0.6$, $\beta = 0.1$, A[$\gamma = 0.66, \varepsilon = 1.0, \delta = 1.2$], B[$\gamma = 0.33, \varepsilon = 1.33, \delta = 1.2$]
- $\Delta A.S = (0.6 + 0.1) * 0.66 * 1.0 * 1.2 = 0.54$, A.S = A.S + $\Delta A.S = 70.54$
- $\Delta B.S = (0.6 + 0.1) * 0.33 * 1.33 * 1.2 = 0.37$, B.S = B.S + $\Delta B.S = 80.3$

2.7 趣分规则的修正策略

- 修正的目的：使趣分的分布符合现实的用户表现形象好坏的分布
- 修正依赖的用户条件：积累了足够的历史活动数据的用户群体
- 修正的基础数据：满足用户条件的用户群体的活动数据和趣分
- 修正的目标：使满足用户条件的用户群在修正的调整规则下用户趣分分布满足现实的用户表现形象好坏的分布
- 十步修正法：
 - 第一步：在当前规则下积累满足条件的用户数据
 - 第二步：计算获得当前的用户趣分分布
 - 第三步：修改趣分调整规则
 - 第四步：以修改后的调整规则和用户活动数据计算用户趣分
 - 第五步：计算新规则下的用户趣分分布
 - 第六步：满足目标则进行第七步，不满足则退回第三步
 - 第七步：删除可能不必要的规则
 - 第八步：以删除后的调整规则和用户活动数据计算用户趣分
 - 第九步：计算新规则下的用户趣分分布
 - 第十步：满足目标则修正完成，不满足则回退删除的规则，并退回第六步
- 持续观察趣分分布，分布发生偏离时，执行十步修正法

2.8 趣分的展示

2.8.1 趣分的展示位置

- 产品主页的关键突出位置
- 用户信息页的关键突出位置
- 活动框架中的用户简要信息区

2.8.2 趣分的展示方式

- 主页和用户信息页中采用趣分称号+趣分值共同展示的方式
- 活动框架的用户简要信息采用趣分值展示

3. 趣能

3.1 活动类型的描述方式

3.1.1 活动类型描述的三个维度

- 高维：形式维度
- 中维：内容维度
- 低维：关联维度

3.1.2 高维描述 - 形式维度

- 形式维度描述一个活动的发生形式
- 形式维度的元素必选且唯一

3.1.3 中维描述 - 内容维度

- 内容维度描述一个活动在确定的发生形式下的具体活动内容
- 内容维度的元素可选且唯一

3.1.4 低维描述 - 关联维度

- 关联维度描述一个确定了形式和内容的活动的关联要求
- 这种关联要求可以用来帮助细化活动的内容
- 这种关联要求可以用来帮助细化对参与者的能力要求
- 关联维度的元素可选且不唯一

3.1.5 活动类型的描述方式

- 推荐方式：形式维度+内容维度
- 最简方式：形式维度
- 最细方式：形式维度+内容维度+关联维度
- 多内容方式：形式维度+关联维度

3.2 趣能的定义

- “趣能”是用户拥有的参与某种类型活动的能力。
- 趣能分为形式趣能和内容趣能。
- 形式趣能分为线上形式趣能和线下形式趣能
- 形式趣能是在活动的形式维度描述活动的描述元素。
- 内容趣能是在活动的内容维度和关联维度描述活动的描述元素。
- 趣能定义的细分度要求：能够表达活动具体形式或者内容的最粗细分度
- 趣能定义的聚合度要求：任意两个形式趣能不能表达同一个活动的具体形式，任意两个内容趣能不能表达同一个活动的具体内容
- 趣能的定义方法：细分 -> 聚合细分 -> 聚合
 - 细分：先细分某种类型的活动来获得能表达活动具体形式或者内容的趣能
 - 聚合细分：尝试将类型相近的趣能进行聚合，获得重合部分内容和非重合部分内容，将重合部分内容合并为一个趣能，非重合部分拆分为新的趣能
 - 聚合：尝试将聚合细分后的趣能进行聚合，重复聚合细分过程，直到任意两个趣能之间都不能聚合。
- 趣能可以通过用户添加的主动方式和参与活动的自动方式来获得
- “趣能表”详见《活趣 - 普通用户阶段 - 趣能表》

3.3 趣能的功能

3.3.1 设置活动的信息

- 通过设置活动的“形式趣能”来指定活动的发生形式
- 通过设置活动的“内容趣能”来指定活动的具体内容
- 通过设置活动的“关联趣能”来细化活动描述
- 通过设置趣能来设定活动参与者的能力要求

3.3.2 设置趣分调整的形式趣能参数

- 基础分
- 基础人数
- 人数互动性方向

3.3.3 设置趣能能级调整的趣能参数

- 基础经验值
- 形式趣能频度值 - 普通用户一个星期时间内的参加次数的倒数

3.3.4 能力类型识别

- 通过趣能来了解用户自己拥有的能力类型
- 通过趣能来了解其他用户拥有的能力类型

3.3.5 用户搜索的能力类型数据

- 为“趣搜”提供用户搜索的用户能力类型数据

3.4 经验值和能级的定义

- “经验值”是用户在某个趣能上积累的经验的量化值
- 经验值以正整数表示

- “能级”是反映用户在某个趣能上的经验高低的概念值
- 能级以[称号+星级]和对应的图标表示
- 连续的不同的经验值区间对应连续的不同的能级
- 用户可见能级和能级升级百分比，不可见经验值
- 能级称号和对应的经验区间

大师： +8000 一星、 +10000 二星、 +12000 三星

领袖： +3250 一星、 +4250 二星, +5250 三星

精英： +1350 一星、 +1750 二星, +2250 三星

高手： +600 一星、 +800 二星, +1050 三星

门徒： +250 一星、 +350 二星, +450 三星

新手： +50 一星、 +100 二星, +150 三星

初学： 0

- 用户添加的主动方式获得的趣能的经验值为0
- 参与活动的自动方式获得的趣能的经验值为本次活动的经验值

3.5 能级的功能

3.4.1 设置活动的信息

- 通过可选设置活动的趣能的最低能级来指定活动参与者的趣能能级要求

3.4.2 能力水平识别

- 通过能级来识别自己的某个趣能的能力水平
- 通过能级来识别他人的某个趣能的能力水平

3.4.3 作为活动经验值的参数

- 参与者的经验值会作为计算活动经验值的参数

3.4.3 用户搜索的能力水平数据

- 为“趣搜”提供用户搜索的用户能力水平数据

3.6 经验值的调整规则

- 远多于 >>> 、多于 >> 、略多于 >
- 陌生人活动 >>> 混合活动
- 陌生人活动 >>> 趣友活动
- 用户获得其他参与者的评价高 >>> 用户获得其他参与者的评价低
- 内容趣能 >> 形式趣能
- 同类型的高频趣能 >>> 同类型的低频趣能
- 用户的经验值低于参与者平均经验值 >> 用户的经验值高于参与者平均经验值
- 混合活动 > 趣友活动

3.7 经验值的调整公式

3.7.1 基础经验值 - Ae

- 基础经验值与趣能的具体形式内容类型相关
- 同形式内容的趣能的基础经验值相近
- 基础经验值与趣能的频度无关
- 五级：100~500
- 四级：60~100
- 三级：31~60

- 二级：11~30
- 一级：1~10
- 线下形式趣能基础经验值级别范围：三级
- 线上形式趣能基础经验值级别范围：一级~二级
- 内容趣能地基础经验值级别范围：四级~五级
- 基础经验值的具体值详见《活趣 - 普通用户阶段 - 趣能表》

3.7.2 陌生度系数 - s

- 陌生人活动 $s = 1.0$
- 趣友活动 $s = 0.5$
- 混合活动的趣友数量 N_f ,混合活动的总人数 N
- 混合活动 $s = ((N - N_f) / N) * 0.5 + 0.5$

3.7.3 形式趣能的频度系数 - β

- 形式趣能的频度越高，形式趣能的频度系数越低
- 频度系数 $\beta = A_f$

3.7.4 内容趣能的形式系数 - γ

- 形式系数与活动的形式趣能的基础经验值 A_e 相关
- 形式系数与活动的形式趣能的频度值 A_f 相关
- 形式系数 $\gamma = (A_e/60) * A_f$

3.7.5 经验差系数 - ϵ

- 用户的趣能经验值 U_a 比参与者平均趣能经验值 A_a 高越多，经验差系数越低
- 经验差系数的取值范围 - [1.0, 1.5]

- 用户的趣能经验值的低于平均趣能经验值时，经验差系数为1.5
- 用户的趣能经验值高于平均趣能经验值一半时，经验差系数为1.0
- $\varepsilon = 1.5 - (U_a - A_a) / (A_a/2) * 0.5$

3.7.6 评价系数 - δ

- 评价系数与用户获得的其他参与者的评价相关
- 评价系数的取值范围 - [1.0, 2.0]
- 没有获得评价时，评价系数为1.0
- 评价系数的计算见【“活动”之评价规则】

3.7.7 经验增加值公式

- 形式趣能经验增加值公式 $\Delta e = A_e * s * \beta * \varepsilon * \delta$
- 内容趣能经验增加值公式 $\Delta e = A_e * s * \gamma * \varepsilon * \delta$
- 关联维度的内容趣能不获得经验值增加

3.7.8 经验值计算

- $e = e + \Delta e$

3.7.9 经验值参数和计算举例

- 线下10人足球赛活动,平均经验值为500、A [e = 700, 评价 = 良好]、B [e = 300, 评价 = 一般]、C [e = 1200, 评价 = 优秀]、D[e = 300, 评价 = 消极], E [e = 1200, 评价 = 一般]
- 计算参数： $A_e * s = 50$, $\beta = 1.0$, A [$\varepsilon = 1.10$, $\delta = 1.2$], B [$\varepsilon = 1.50$, $\delta = 1.0$], C [$\varepsilon = 1.0$, $\delta = 2.0$], D [$\varepsilon = 1.50$, $\delta = 1.0$], E [$\varepsilon = 1.0$, $\delta = 1.0$]
- $\Delta A.e = 50 * 1.00 * 1.10 * 1.2 = 66$, $A.s = A.e + \Delta A.e = 766$
- $\Delta B.e = 50 * 1.00 * 1.50 * 1.0 = 75$, $B.e = B.e + \Delta B.e = 375$
- $\Delta C.e = 50 * 1.00 * 1.00 * 2.0 = 100$, $C.e = C.e + \Delta C.e = 1300$
- $\Delta D.e = 50 * 1.00 * 1.50 * 1.0 = 75$, $D.e = D.e + \Delta D.e = 375$
- $\Delta E.e = 50 * 1.00 * 1.00 * 1.0 = 50$, $E.e = E.e + \Delta E.e = 1250$
- 线上4人绝地求生大逃杀游戏活动,形式趣能m为线上组队，内容趣能c为绝地求生大逃杀，m的平均经验值Ame为500、C的评价经验值为

500, A [me = 600, ce = 400, 评价 = 良好]、 B [me = 400, ce = 600 评价 = 一般]、 C [me = 700, ce = 700, 评价 = 优秀]、 D[me = 300, ce = 300, 评价 = 消极]

- 计算参数： $mAe^*s = 10$, $\beta = 0.33$, $A[\epsilon = 1.30, \delta = 1.2]$, $B[\epsilon = 1.50, \delta = 1.0]$, $C[\epsilon = 1.10, \delta = 2.0]$, $D[\epsilon = 1.50, \delta = 1.0]$
 - $\Delta A.me = 10 * 0.33 * 1.30 * 1.2 = 5.14$, $A.me = A.me + \Delta A.me = 605.14$
 - $\Delta B.me = 10 * 0.33 * 1.50 * 1.0 = 4.95$, $B.me = B.me + \Delta B.me = 404.95$
 - $\Delta C.me = 10 * 0.33 * 1.10 * 2.0 = 7.26$, $C.me = C.me + \Delta C.me = 707.26$
 - $\Delta D.me = 10 * 0.33 * 1.50 * 1.0 = 4.95$, $D.me = D.me + \Delta D.me = 304.95$
- 计算参数： $cAe^*s = 80$, $\gamma = 10/60 * 0.33 = 0.055$, $A[\epsilon = 1.50, \delta = 1.2]$, $B[\epsilon = 1.30, \delta = 1.0]$, $C[\epsilon = 1.10, \delta = 2.0]$, $D[\epsilon = 1.50, \delta = 1.0]$
 - $\Delta A.ce = 80 * 0.055 * 1.50 * 1.2 = 7.92$, $A.ce = A.ce + \Delta A.ce = 407.92$
 - $\Delta B.ce = 80 * 0.055 * 1.30 * 1.0 = 5.72$, $B.ce = B.ce + \Delta B.ce = 605.72$
 - $\Delta C.ce = 80 * 0.055 * 1.10 * 2.0 = 9.68$, $C.ce = C.ce + \Delta C.ce = 709.68$
 - $\Delta D.ce = 80 * 0.055 * 1.50 * 1.0 = 6.60$, $D.ce = D.ce + \Delta D.ce = 306.60$
- 线下2人看电影活动,形式趣能m为看电影, 内容趣能c为漫威电影、 A [me = 600.00, ce = 600, 评价 = 良好]、 B [me = 400, ce = 400, 评价 = 良好]
- 计算参数： $mAe^*s = 50$, $\beta = 4$, $A[\epsilon = 1.3, \delta = 1.5]$, $B[\epsilon = 1.5, \delta = 1.5]$
 - $\Delta A.me = 50 * 4 * 1.3 * 1.5 = 390$, $A.s = A.s + \Delta A.s = 990$
 - $\Delta B.me = 50 * 4 * 1.5 * 1.5 = 450$, $B.s = B.s + \Delta B.s = 850$
- 计算参数： $cAe^*s = 90$, $\gamma = 50/60 * 4 = 3.33$, $A[\epsilon = 1.3, \delta = 1.5]$, $B[\epsilon = 1.5, \delta = 1.5]$
 - $\Delta A.ce = 90 * 3.33 * 1.3 * 1.5 = 585$, $A.ce = A.ce + \Delta A.ce = 1185$
 - $\Delta B.ce = 90 * 3.33 * 1.5 * 1.5 = 675$, $B.ce = B.ce + \Delta B.ce = 1075$

3.8 趣能槽

3.8.1 定义

- “趣能槽”是用户拥有趣能的权限, 一个趣能槽可以放置一个趣能
- 用户的趣能槽是有限的、可扩展的
- 用户的趣能槽是高价值的

3.8.2 分类

- 形式趣能槽：可以放置形式趣能
- 内容趣能槽：可以放置内容趣能

3.8.3 意义

- 趣能槽是一种虚构的能力载体，通过能力载体的方式将能力的概念固化，更易于理解，增加用户对能力概念的接受度
- 有限的趣能槽数量为用户提供了一种明确的限制，减少用户思考
- 有限的趣能槽数量限制了用户滥用趣能来增加个人价值从而降低价值真实度和可信度
- 有限的趣能槽数量限制了用户的趣能数量从而减轻了“趣搜”的数据压力
- 趣能槽数量的扩展作为用户价值提高的奖励方式和产品的一个付费功能点

3.8.4 规则

- 用户趣分 ≤ 70 分时免费拥有3个形式趣能槽
- 用户趣分 ≤ 70 分时免费拥有8个内容趣能槽
- 用户趣分 ≥ 90 分时免费拥有8个形式趣能槽
- 用户趣分 ≥ 90 分时免费拥有18个内容趣能槽
- 形式趣能槽最大个数为12个
- 内容趣能槽最大个数为32个
- 70分~90分：免费形式趣能槽每4分增加一个
- 70分~90分：免费内容趣能槽每2分增加一个

3.8.5 开关功能

- 趣能槽有2种状态：开/关

- 默认状态为开
- 在特定操作下趣能槽关闭
- 开关状态以趣能槽的边框颜色显示
- 关闭了趣能槽后，用户不会收到对应的趣能的活动通知

3.9 趣能的展示

3.9.1 趣能的展示位置

- 用户信息页的重要位置
- 活动框架的用户简要信息中

3.9.2 趣能的展示方式

- 趣能使用趣能图标和隐藏的趣能具体信息来表示
- 用户信息页中展示趣能图标和能级图标
- 活动框架的简要信息中只展示对应的能级图标

3.9.3 趣能的隐私展示

- 在用户信息页，用户可以选择隐藏不想展示的趣能
- 隐藏趣能只影响用户信息页的趣能展示，不影响趣能功能

趣搜

1. 定义

1.1 趣搜的定义

“趣搜”是基于活趣用户信息数据的用户搜索引擎。

1.2 趣搜的数据基础

- 基本用户信息 - 性别、年龄
- 特殊用户信息 - 实时地理位置、常用地理位置
- 活趣用户信息 - 趣能、趣分

1.3 基于地理位置的用户网络

1.3.1 实时网络

- 基于用户实时地理位置的用户网络
- 用户信息：实时地理位置、性别、年龄、趣分、趣能

1.3.2 活跃网络

- 基于用户常用地理位置的用户网络
- 用户信息：常用地理位置、性别、年龄、趣分、趣能

1.4 基于用户信息的用户网络

1.4.1 趣能网络

- 基于用户趣能的用户网络
- 用户信息：趣能、性别、年龄、趣分

2. 规格

2.1 用户规模

2.1.1 阶段用户规模

- 在普通用户阶段，产品进行社区级试点
- 趣搜要承载的用户规模为1万

2.1.2 扩展用户规模

- 在群组用户阶段，产品进行城市级试点
- 趣搜要承载的用户规模为100万

2.2 请求规模

2.2.1 QPS

- QPS, Quest Per Second, 即每秒请求数
- QPS max, 理论最大QPS
- QPS min, 悲观QPS
- 阶段请求规模需要满足承载QPS max

2.2.1 阶段请求规模

- 理论最大QPS模型：1万用户、每个用户24小时内有3个活动权限、用户权限全部用来发起非趣友活动、用户活动集中发生在1个小时之内
- $10000 \text{ 用户} * 3 \text{ 个权限} / (1 \text{ 小时} * 60 \text{ 分} * 60 \text{ 秒}) = 8.33333 \text{ 个请求/秒}$
- 悲观QPS模型：1000用户、每个用户24小时内有3个活动权限、用户权限的3分之1用来发起非趣友活动、用户活动分布在6个小时之内
- $1000 \text{ 用户} * 1 \text{ 个权限} / (6 \text{ 个小时} * 60 \text{ 分} * 60 \text{ 秒}) = 0.046 \text{ 个请求/秒}$

- 实时网络 - QPS max = 10、QPS min = 0.1
- 活跃网络 - QPS max = 10、QPS min = 0.1
- 趣能网络 - QPS max = 20、QPS min = 0.1

2.2.2 扩展请求规模

- 理论最大QPS模型：100万用户、每个用户24小时内有3个活动权限、用户权限的2分之1用来发起非趣友活动、用户活动集中发生在6个小时之内
 - $1000000 \text{ 用户} \times 3 \text{ 个权限} / 2 / (6 \text{ 小时} \times 60 \text{ 分} \times 60 \text{ 秒}) = 69.44444 \text{ 个请求/秒}$
- 悲观QPS模型：1万用户、每个用户24小时内有3个活动权限、用户权限的6分之1用来发起非趣友活动、用户活动分布在12个小时之内
 - $10000 \text{ 用户} \times 3 \text{ 个权限} / 6 / (12 \text{ 个小时} \times 60 \text{ 分} \times 60 \text{ 秒}) = 0.0115740 \text{ 个请求/秒}$
- 实时网络 - QPS max = 100、QPS min = 1
- 活跃网络 - QPS max = 100、QPS min = 1
- 趣能网络 - QPS max = 200、QPS min = 2

2.3 请求响应时间

- <10s

3. 功能

3.1 线下活动的用户搜索

3.1.1 功能场景

- 用户发起的活动的形式趣能类型为线下形式趣能
- 用户发起的活动为陌生人活动或者混合活动

3.1.2 功能描述

- 根据用户发起的活动的信息，趣搜为活动搜索合适的用户，并根据匹配优先顺序向这些合适的用户发送活动推荐信息。

3.1.3 匹配优先顺序(降序)

- 内容趣能匹配度
- 形式趣能匹配度
- 实时位置距离
- 活跃位置距离
- 形式趣能能级
- 内容趣能能级

3.2 线上活动的用户搜索

3.2.1 功能场景

- 用户发起的活动的形式趣能类型为线上形式趣能
- 用户发起的活动为陌生人活动或者混合活动

3.1.2 功能描述

- 根据用户发起的活动的信息，趣搜为活动搜索合适的用户，并根据匹配优先顺序向这些合适的用户发送活动推荐信息。

3.1.3 匹配优先顺序(降序)

- 内容趣能匹配度
- 形式趣能匹配度
- 形式趣能能级
- 内容趣能能级

- 实时位置距离
- 活跃位置距离

趣友

1. 定义

- “趣友”是活趣的好友关系和好友内容系统

2. 意义

2.1 当前阶段的意义

- 趣友关系能够方便用户与朋友进行互动社交
- 构建以短时互动社交活动为基础的用户社交强关系网络

2.2 可发展的意义

- 基于短时互动社交活动的高真实度和丰富度的UGC平台
- 基于用户社交强关系网络的内容分享平台

3. 功能

2.1 添加趣友

2.1.1 通过搜索用户的“趣号”来查找和添加趣友

2.1.2 通过扫描用户的“趣码”来添加趣友

2.1.3 通过活动框架进入参与者的用户信息页来添加趣友

2.2 趣友申请管理

2.2.1 接受/拒绝/删除其他用户的趣友申请

2.3 趣友录

2.3.1 定义

- 趣友录是用户已有的趣友的带索引列表

2.3.2 管理趣友

- 查看已有趣友
- 解除趣友关系

2.3.3 发起趣友间的趣聊

- 详细功能见“趣聊”一章

2.3.4 发起趣友活动时选择要邀请的趣友

- 详细功能见“活动框架”一章

2.4 趣聊列表

2.4.1 定义

- 趣聊列表是用户与趣友的历史对话列表

2.4.2 查看历史对话

2.4.3 快速发起趣聊

趣聊

1. 定义

- “趣聊”是活趣的用户即时通讯系统

2. 功能

2.1 通讯方式

2.1.1 图文

- 文字
- 图片
- 表情

2.1.2 音频

- 短音频信息
- 音频转文字

2.1.3 通话

2.1.4 视频

2.2 趣友趣聊

2.2.1 发起方式

- 用户以趣友关系为基础发起

2.2.2 入口位置

- “趣友”模块的趣聊列表
- “趣友”模块的趣友录

2.2.3 通讯功能权限

- 所有功能

2.2.4 生命周期

- 随时发起、始终存在

2.2.5 数据保存

- 始终保存、用户主动删除

2.3 活动趣聊组

2.3.1 发起方式

- 系统为每个活动自动默认发起趣聊组

2.2.2 入口位置

- 一个活动的活动框架中

2.2.3 通讯功能权限

- 图文、音频

2.2.4 生命周期

- 活动发起时产生、活动结束后销毁

2.2.5 数据保存

- 不保存、系统自动删除

2.4 活动临时趣聊

2.3.1 发起方式

- 活动的参与者以活动关系向另一个参与者发起

2.2.2 入口位置

- 一个活动的活动框架的参与者列表中

2.2.3 通讯功能权限

- 图文、音频、通话

2.2.4 生命周期

- 活动发起时后由参与者主动发起而产生、活动结束后系统自动销毁

2.2.5 数据保存

- 不保存、系统自动删除

趣币

1. 定义

1.1 虚拟货币

- “趣币”是活趣产品使用的虚拟货币

1.2 交换契约

- “趣币”是活趣产品和活趣用户间关于虚拟资源的交换契约

1.3 最小单位

- 趣币的最小单位为一个趣币

2. 定价

3.1 人民币兑换

- 1 人民币CYN = 1 趣币

3. 功能

2.1 度量资源价值

- 活趣产品中的虚拟资源通过趣币定价来度量价值
- 度量每个“趣饰”物品的价值
- 度量每个“趣礼”物品的价值
- 度量每个“活动权限”的价值

2.2 提供交换媒介

- 为产品和用户提供虚拟资源的交换媒介
- 用户使用现实货币与产品交换获得趣币
- 用户使用产品的虚拟资源与产品交换获得趣币
- 用户使用趣币与产品交换获得产品提供的虚拟资源
- 用户不能使用趣币与产品交换获得现实货币

2.3 提供保存媒介

- 为用户提供在产品中拥有的虚拟资源财富的保存媒介
- 用户所有通过现实货币交换的产品虚拟资源都可以和产品交换为趣币来统一保存

2.4 发展盈利模式

- 活趣以趣币为产品经济的基础设施来发展产品的盈利模式

趣饰

1. 定义

- “趣饰”是用户进行个性化装扮的虚拟饰品资源

2. 功能

2.1 个性化表达

- 在用户价值体系的公平原则基础上，为用户提供在产品中的个性化表达的途径

2.2 虚拟资源

- 为活趣的盈利模式提供一种有价值的虚拟资源

2.3 盈利模式

- 为产品提供一个收费盈利的方式

3. 规则

3.1 获得趣饰

- 用户只能通过使用趣币向产品购买的方式获得非免费趣饰。

3.2 出售趣饰

- 用户可以将拥有的趣饰向产品出售
- 出售趣饰后，用户失去趣饰的拥有权
- 用户出售趣饰的价格为当前用户购买该趣饰的价格的50%
- 出售价格舍去小数

4. 趣饰之“景饰”

4.1 定义

- “景饰”是指活趣提供的装饰背景的图片
- “景饰”会作为产品主页的用户信息区的背景图片
- “景饰”会作为用户主页的用户信息区的背景图片
- “景饰”会作为用户发起的活动的活动框架背景图片
- “景饰”会作为用户的趣友聊天对话页面的用户背景
- A用户与B趣友聊天的对话页面背景是B趣友的景饰

4.2 意义

4.2.1 个性化方式

- 景饰为用户的产品主页提供了个性化方式
- 景饰为用户的用户主页提供了个性化方式

4.2.2 简单的方式

- 景饰为用户提供了简单的、有限的、个性化的背景选择
- 景饰减少了用户在背景个性化表达内容上的精力消耗

4.2.3 趣分的关联表达

- 景饰作为一种高趣分的关联价值体现方式和激励方式

4.2.4 游戏方式

- 景饰作为一种饰品游戏方式

4.2.5 UGC探索方式

- 景饰作为一种用户生产，用户和产品共享作品利益的UGC方式

4.3 原则

4.3.1 不干扰原则

- 景饰不能影响用户信息区的信息展示
- 景饰不能影响活动框架的信息展示

4.3.2 低价原则

- 景饰定价必须为低价，避免造成个性化表达变性为价值表达

4.3.3 原创原则

- 景饰资源必须为活趣平台原创

4.3.4 合法原则

- 景饰严禁出现违法违规的内容或暗示性表达

4.4 分级

4.4.1 景饰分级单位

- 景饰类级以5分趣分为分级单位

4.4.2 景饰类级规则

- 用户只能使用不高于用户的趣分所在的景饰类级的景饰
- 当用户的趣分提高至更高的景饰类级区间时可以使用原有低分级景饰
- 当用户的趣分降低至更低的景饰类级区间时原有高分级景饰会原价退回

4.5 制作

4.5.1 UGC制作方式

- 用户制作景饰并向活趣提交采用申请，对于被活趣产品采纳、归类、定价并投放的景饰，用户获得50%实际货币收入

4.5.2 活趣制作方式

- 活趣产品制作并提供景饰

4.6 获取

4.6.1 免费

- 活趣产品为每个景饰类级提供少量的免费景饰

4.6.2 付费购买

- 活趣产品为每个景饰类级提供适量的付费购买景饰
- 付费购买景饰的价格最低为2个趣币，最高为10个趣币

4.6.3 景饰盒子

- “景盒”是一种概率获取较稀有景饰的形式
- 每个景盒包含10个获取概率不同的景饰
- 景盒的定价为1个趣币
- 景盒中的景饰统一定价为2个趣币
- 景盒提供批量开盒功能
- 景盒中的景饰会重复获得
- 景盒提供自动出售重复景饰的功能

趣礼

1. 定义

“趣礼”是在活动框架中为用户提供的用于打赏其他用户的虚拟礼品资源

2. 功能

2.1 用户打赏

- 在用户价值体系的公平原则基础上，为用户提供在活动框架中赞赏其他参与者表现的表达方式

2.2 虚拟资源

- 为活趣的盈利模式提供一种有价值的虚拟资源

2.3 盈利模式

- 为产品提供一个收费盈利的方式

3. 原则

3.1 非获利原则

- 趣礼以丰富互动社交形式为目的，用于用户表达对其他活动参与者的赞赏之情。杜绝用户以提供利益或者获取利益为目的使用趣礼从而破坏平台的社交公平性。

3.1 低价原则

- 为了保障非获利原则，趣礼的定价必须较低。

3.2 限额原则

- 为了保障非获利原则，在一次活动中，用户向另一个参与者赠送的趣礼的总价值为有限额。

3.3 非动因原则

- 趣礼不能作为推动活动发生的工具，杜绝用户使用趣礼来吸引其他用户参加活动。趣礼只能在活动实际发生后的活动框架中使用。
- 在活动信息中不能包含任何趣礼信息

4. 规则

4.1 分级限额

- 用户的趣礼限额由趣分分级
- 用户向一个参与者赠送的趣礼的总额不能超过他的限额
- 趣分区间[0,60]，限额为0个趣币
- 趣分区间[61,70]，限额为10个趣币
- 趣分区间[71,80]，限额为20个趣币
- 趣分区间[81,90]，限额为50个趣币
- 趣分区间[91,100]，限额为200个趣币

4.2 随取随赠

- 用户在想要打赏趣礼时，直接在活动框架的趣礼入口根据限额选择趣礼进行打赏
- 产品自动根据趣礼价值从用户趣币余额中扣除

4.3 折价出售

- 用户在活动中收到打赏的趣礼会自动折价出售给产品，获得趣币。
- 出售价格 = 趣礼价格 * 折价，去小数取整

- 折价具体值由趣礼品类确定

4.4 活动内打赏

4.4.1 打赏的可见范围

- 用户可以选择打赏的可见范围为所有参与者或者仅为被打赏者
- 默认为所有参与者

4.4.2 活动中打赏

- 用户可以在活动中向其他用户打赏趣礼
- 活动中打赏会以消息形式在活动中通知可见范围内的活动成员
- 活动中打赏会展示在可见范围内的活动成员的活动信息界面上
- 活动中打赏会展示在可见范围内的活动成员的活动结束界面上

4.4.3 活动后打赏

- 用户可以在活动结束后的评价阶段向其他用户打赏趣礼
- 活动后打赏会展示在可见范围内的活动成员的活动结束界面上

5. 品类

5.1 一级品类

5.1.1 定价

- 2个趣币、4个趣币

5.1.2 折价

- 50%

5.2 二级品类

5.2.1 定价

- 10个趣币

5.2.2 折价

- 70%

5.3 三级品类

5.3.1 定价

- 20个趣币

5.3.2 折价

- 80%

5.4 四级品类

5.4.1 定价

- 30个趣币、40个趣币、50个趣币

5.4.2 折价

- 85%

5.5 五级品类

5.5.1 定价

- 100个趣币、150个趣币、200个趣币

5.5.2 折价

- 90%

活动权限

1. 定义

“活动权限”是用户用于发起活动或者参与活动的可入权限。“活动权限”是为活动框架服务的规则，是活动框架的一个组成部分。

2. 功能

2.1 发起/参与活动

- 发起活动或者参与活动都会消耗用户在活动当天拥有的活动权限。

2.2 衡量活动频度

- 每个用户每天自动免费获得的活动权限数量称为“日权数”。日权数衡量了在活趣平台上用户平均的日均活动频度。
- 日权数会根据平台的活动数据进行调整
- 日权数的设定要保证占总用户数90%的用户每天都能免费参加活动。

2.3 预支活动权限

- 用户可以为未来要参加的活动预支活动当天的活动权限。

2.4 限制用户行为

- 有限的活动权限避免用户恶意使用活动进行价值刷分。
- 有限的活动权限引导用户珍惜每一次活动的机会。

2.5 作为虚拟资源

- 活动权限可以付费购买
- 作为产品的一种虚拟资源

- 作为盈利模式中的一种用户付费方式

3. 规则

3.1 日权数

- 普通用户阶段，日权数设定为3。

3.2 日权周期点

- “日权周期点”是指产品每天自动补满用户日权数的时间点
- “日权周期点”是指产品每天自动清零付费购买活动权限数量的时间点
- 普通用户阶段，日权周期点为当地时间6:00

3.3 活动权限消耗

3.1.1 发起活动

- 发起活动并正常完成活动消耗1个活动权限
- 活动权限在发起活动后立即消耗
- 在活动确定之后，活动验证之前，取消活动且获得所有参与者同意的，立即额外消耗一个当前日权周期内的活动权限，下一次发起或者参与活动，消耗2个活动权限
- 在活动确定之后，活动验证之前，取消活动且未获得所有参与者同意的，立即额外消耗所有当前日权周期内的活动权限，趣分扣2分，下三次发起或者参与活动，消耗2个活动权限
- 退还发起者活动权限的情况：
 - 陌生活动：
 - 趣搜没找到大于等于需求响应者数量的2倍的陌生响应者，且活动取消
 - 混合活动：

- 趣搜没找到大于等于需求陌生响应者数量的2倍的陌生响应者，且活动取消
- 存在被邀请但是没有响应活动的趣友，且活动取消
- 趣友活动：
 - 存在被邀请但是没有响应活动的趣友，且活动取消
- 在一个日权周期内，发起活动异常而退还的活动权限最多3个

3.1.2 参与活动

- 参与活动并正常完成活动消耗1个活动权限
- 活动权限在响应活动后立即消耗
- 在活动确定之后，活动验证之前，退出活动且获得发起者同意的，立即额外消耗一个当前日权周期内的活动权限，下一次发起或者参与活动，消耗2个活动权限
- 在活动确定之后，活动验证之前，退出活动且未获得发起者同意的，立即额外消耗所有当前日权周期内的活动权限，趣分扣1分，下三次发起或者参与活动，消耗2个活动权限
- 退还参与者活动权限的情况：
 - 作为陌生响应者：
 - 响应活动之后，活动验证之前，发起者取消了活动
 - 响应活动之后，未被发起者选择作为参与者(直接被拒绝或者活动已经确定)
 - 作为趣友响应者：
 - 响应活动之后，活动验证之前，发起者取消了活动
- 在一个日权周期内，参与活动因异常而退还的活动权限数量没有限制

3.4 付费购买

3.4.1 定价

- 付费活动权限的基础价为3个趣币
- 第一个付费活动权限的价格为基础价
- 更多的付费活动权限的价格为前一个权限价格的2倍

3.4.2 分级付费权限限额

- 在一个日权周期里，可付费获得的活动权限数量根据趣分分级
- 趣分区间[0,60]，限额为1个权限
- 趣分区间[61,70]，限额为2个权限
- 趣分区间[71,80]，限额为3个权限
- 趣分区间[81,90]，限额为4个权限
- 趣分区间[91,100]，限额为5个权限

3.4.3 付费和限额的意义

- 避免用户恶意刷分的情况
- 引导用户珍惜每一次活动机会，增长活动时间，提高活动互动体验

4. 展示

4.1 展示方式

- 活动权限使用心形图标来表示，一个活动权限为一个心形图标

4.2 展示位置

- 活动权限量图展示在用户主页的用户信息区和活动信息区之间

活动框架

1. 定义

- “活动框架”是为用户提供的一套简单可靠的组织或者参与活动的流程及其规则的总称
- 活动框架的规则包括“活动权限机制”、“时间规则”、“验证机制”、“评价机制”，“举报机制”
- 本章只涉及活动框架的流程及其异常处理，不涉及活动框架的规则

2. 功能

2.1 简明活动形式

- 活动框架将用户日常生活中参与短时互动活动的场景、过程、要素以简单确定的组织形式固化起来，形成通用的活动流程，统一用户的活动理解和管理。

2.2 发起参与活动

- 用户可以通过活动框架快速地发起或者参与一个短时互动活动。

2.3 活动数据单元

- 活动框架将用户参与的每一次短时互动活动组织为一个活动数据单元
- 通过活动数据单元，用户可以记录，查看，分享他的历史活动信息。
- 通过分析活动数据单元构成的平台活动数据，产品可以改进功能以及发展和提供更符合用户需求的功能。

3. 可变属性

可变信息是指在活动框架中，用户可以主动设置的活动信息

3.1 活动类型

3.1.1 获得方式

- 必选
- 用户设置

3.1.2 活动类型的描述方式

- 推荐方式：形式维度+内容维度
- 最简方式：形式维度
- 最细方式：形式维度+内容维度+关联维度
- 多内容方式：形式维度+关联维度

3.1.3 活动维度的趣能设置

- 形式维度为1个形式趣能
- 内容维度为1个内容趣能
- 关联维度为0-2个内容趣能

3.2 活动简述

3.2.1 获得方式

- 可选
- 用户设置

3.2.2 简述规则

- 简述用来补充活动的具体信息
- 简述的字数限制在10个字以内
- 简述进行关键词屏蔽，避免涉及非法内容 and 经济利益

3.3 开始时间

- 必选
- 用户设置

3.4 持续时间

- 必选
- 用户设置

3.5 活动地点

- 线下活动必选
- 用户设置

3.6 活动人数

- 即活动总人数
- 陌生活动/混合活动必选、趣友活动无此项
- 在混合活动/趣友活动的活动框架下，陌生人的数量根据活动模式不同和邀请的趣友数量自动计算
- 用户设置

3.7 邀请趣友

- 仅出现在混合活动/趣友活动的活动框架中
- 用户设置

3.8 人均费用

- 产品只支持人均费用，不提供其他费用方式，引导用户平等社交
- 参与者对于活动付费方式和费用多少不满意的，通过举报机制来严惩活动发起者。

- 线上活动隐藏、线下活动不隐藏
- 可选
- 用户设置

3.9 性别要求

- 隐藏项
- 可选
- 用户设置

3.10 年龄要求

- 隐藏项
- 可选
- 用户设置

3.11 搜索地点

3.11.1 获得方式

- 隐藏项
- 可选
- 用户设置

3.11.2 默认值

- 线下形式趣能的默认搜索地点为活动发起位置和活动地点位置
- 线上形式趣能的默认搜索地点为无地点

3.11.3 最大数量

- 用户最多设置三个搜索地点

3.12 搜索范围

3.12.1 获得方式

- 隐藏项
- 可选
- 用户设置

3.12.2 默认值

- 线下形式趣能的默认搜索范围为5KM
- 线上形式趣能的默认搜索范围为10KM

3.12.3 最大范围

- 最大搜索范围为20KM

3.13 能级

3.13.1 获得方式

- 隐藏项
- 可选
- 用户设置

3.13.3 可设置维度

- 可以设置形式维度和内容维度的趣能的最低趣能等级

3.14 基本可变属性表

- 未列入活动人数和邀请趣友
- *代表有属性默认值
- “必”为必选，“可”为可选，“无”代表不涉及此属性

- “隐”代表默认隐藏，默认隐藏项都为可选

	类型	简述	始时	续时	地点	费用	性别	年龄	*搜地	*范围	能级
线下	必	可	必	隐	必	隐	隐	隐	隐	隐	隐
线上	必	可	必	隐	无	无	隐	隐	隐	隐	隐

3.15 可变属性原则

3.13.1 最少必要属性

- 活动只需要最少的必要属性能够减轻用户的活动属性压力，突出活动重点属性，提高活动识别速度

3.13.2 完备属性

- 完备的可选信息保证用户需要更加精确地描述和组织活动时有足够的属性可选项，保证用户对活动的控制感

3.13.3 隐藏属性

- 隐藏细节属性使得活动界面简单清爽、突出重点。
- 隐藏细节属性的同时要做到隐藏入口明显方便，在用户需要时能快速打开隐藏属性

4. 固有属性

固有信息是指在活动框架中，产品始终自动填写的活动信息。

4.1 发起者信息

- 昵称

- 头像
- 景饰
- 趣分
- 能级

4.2 参与者信息

- 默认隐藏
- 昵称
- 头像
- 景饰
- 趣分
- 能级

4.3 当前平均趣分

- 当前参与者的平均趣分

4.4 当前平均能级

- 当前参与者的每项活动趣能的平均经验对应的能级

5. 用户角色

5.1 发起者

5.1.1 角色定义

- “发起者”是发起活动的用户

5.1.2 生命周期

- 整个活动生命周期

5.1.3 角色特性

- “发起者”需要为活动的实际正常发生和完成负责
- “发起者”会获得更高的活动用户价值提升
- “发起者”的行为受参与者监督
- “发起者”的不良行为会被严惩，例如无故取消活动，活动费用不合理，活动内容不合理等

5.2 被邀者

5.2.1 角色定义

- “被邀者”是根据活动信息被趣搜找到并通知了的陌生用户
- “被邀者”是被发起者邀请并且被产品通知了的趣友用户

5.2.2 生命周期

- 发起活动之后 - 响应活动之前

5.2.3 扩充被邀者

- 扩充被邀者是在活动扩充流程中的被邀者

5.3 发现者

5.3.1 角色定义

- “发现者”是在“活动发现”中浏览活动信息的用户

5.3.2 生命周期

- 发起活动之后 - 响应活动之前

5.3.3 扩充发现者

- 扩充被邀者是在活动扩充流程中的发现者

5.4 响应者

5.4.1 角色定义

- “响应活动”是指主动接受了活动邀约并进入活动响应者列表。
- “响应者”是响应活动的“被邀者”

5.4.2 生命周期

- 响应活动之后 - 活动确定之前

5.4.3 扩充响应者

- 扩充响应者是在活动扩充流程中的响应者

5.5 参与者

5.5.1 角色定义

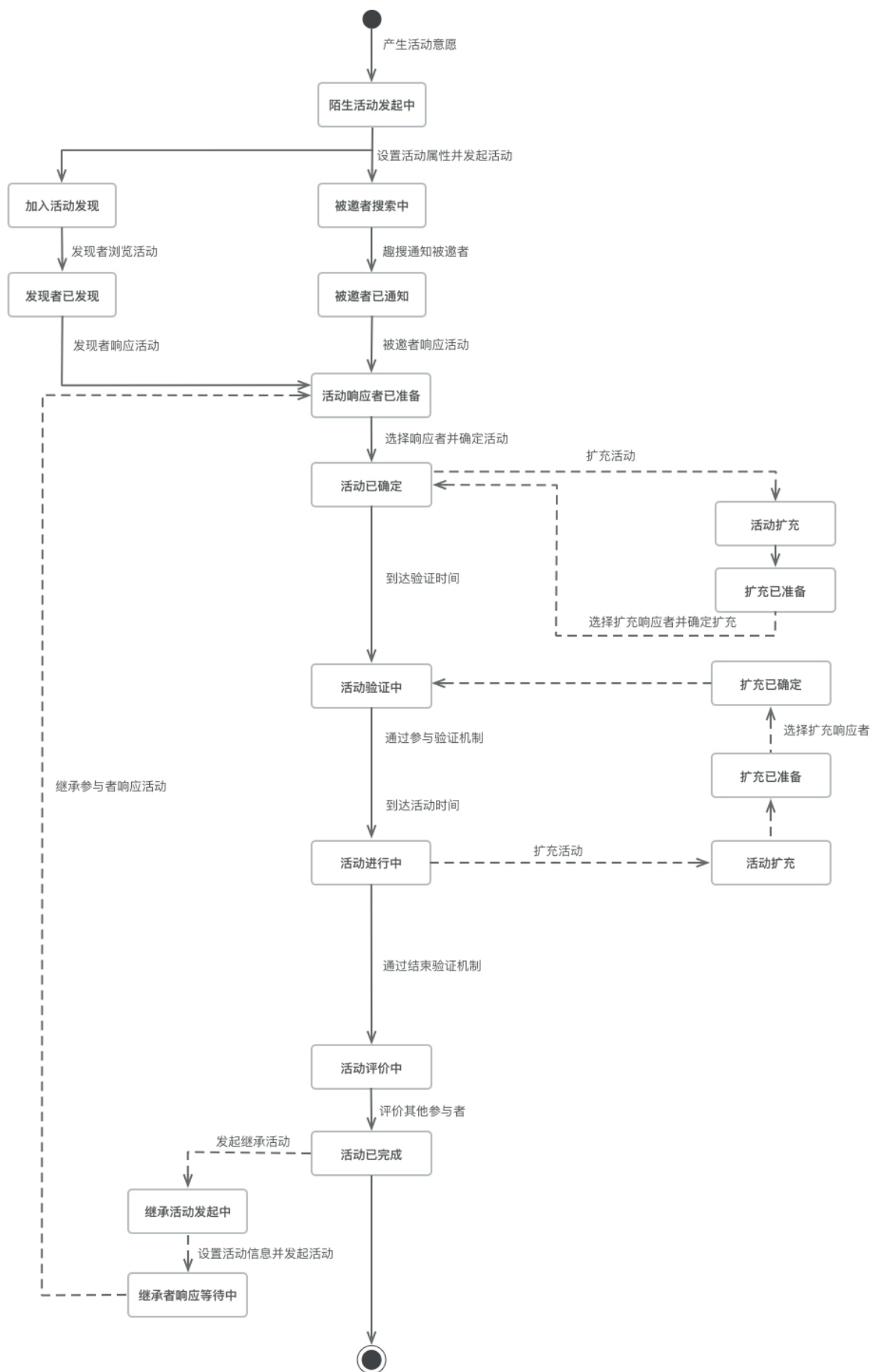
- “参与者”是指被发起者选择并加入活动的“响应者”。

5.5.2 生命周期

- 活动确定之后 - 活动结束之前

5.5.3 扩充参与者

- 扩充被邀者是在活动扩充流程中新增的活动参与者



6. 陌生活动

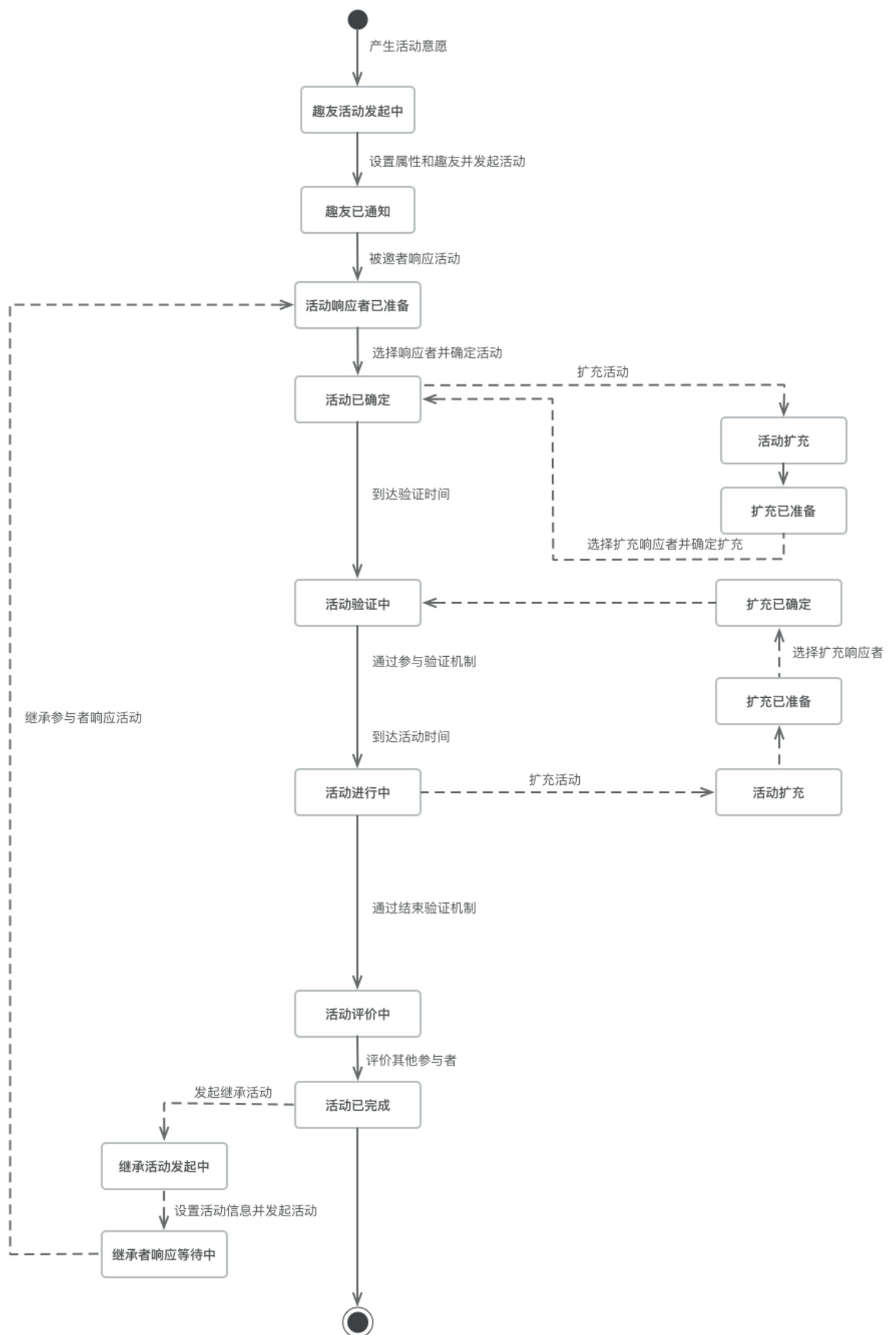
6.1 定义

“陌生活动”是指发起者通过“趣搜”或者“活动发现”的方式来组织发起一个所有参与者和发起者都是陌生人关系的活动。

6.2 规则

- 陌生活动默认加入“活动发现”
- 发起者可以设置发起的陌生活动不加入“活动发现”
- 在“陌生活动”的被邀者搜索通知过程中，趣搜不会通知发起者的趣友
- 在“活动评价”时最终参与者与发起者之间的趣友关系决定活动的最终分类是陌生/混合/趣友活动

6.3 陌生活动状态图



7. 趣友活动

7.1 定义

“趣友活动”是指发起者指定邀请的趣友的方式来组织发起一个所有参与者和发起者都是趣友关系的活动。

7.2 规则

- 趣友活动不加入“活动发现”
- 在“活动评价”时最终参与者与发起者之间的趣友关系决定活动的最终分类是陌生/混合/趣友活动

7.3 趣友活动状态图

8. 混合活动

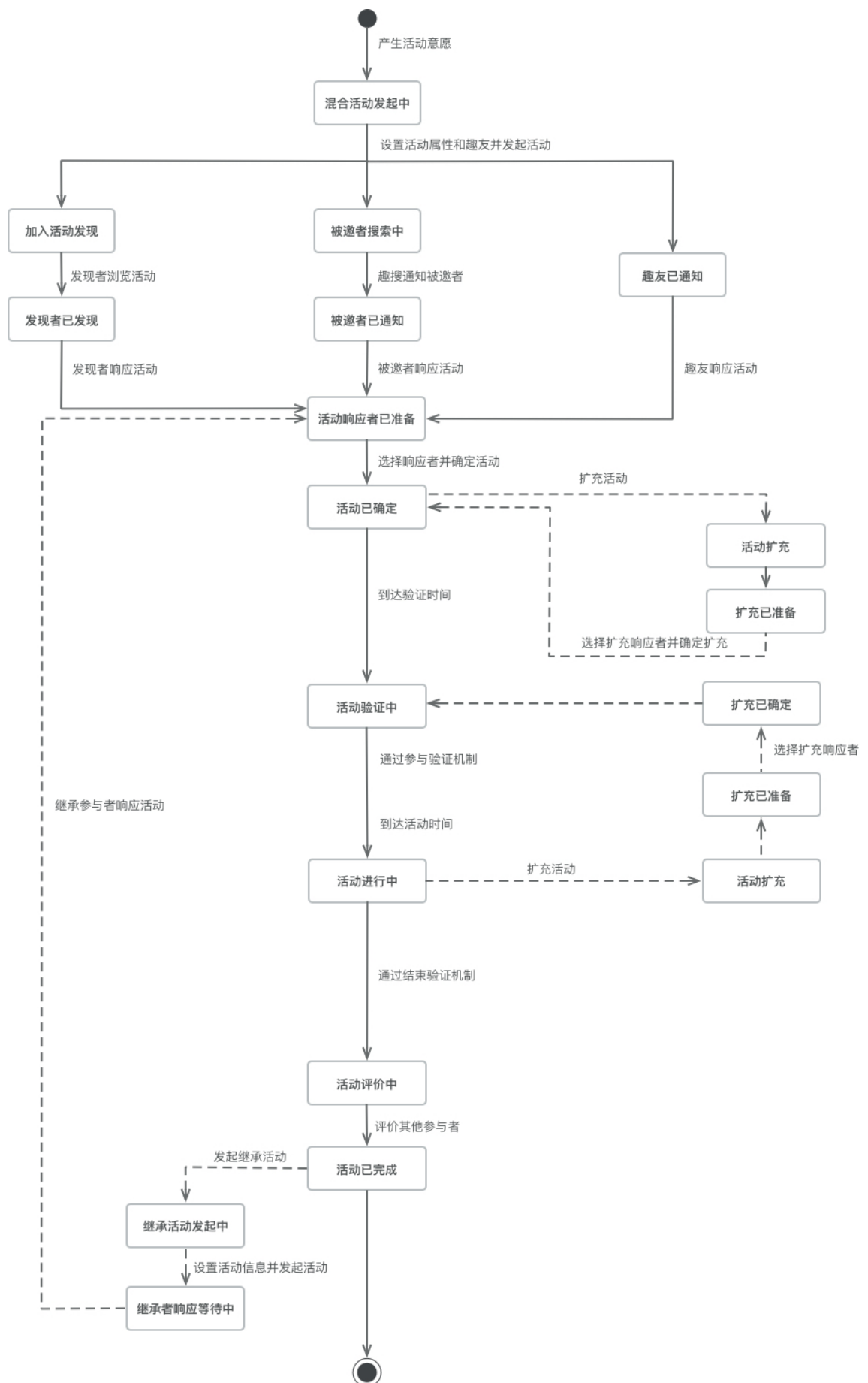
8.1 定义

“混合活动”是指发起者同时以“趣搜”搜索陌生人和指定邀请的趣友这两种方式来组织发起一个参与者和发起者都是既有趣友关系又有陌生人关系的活动。

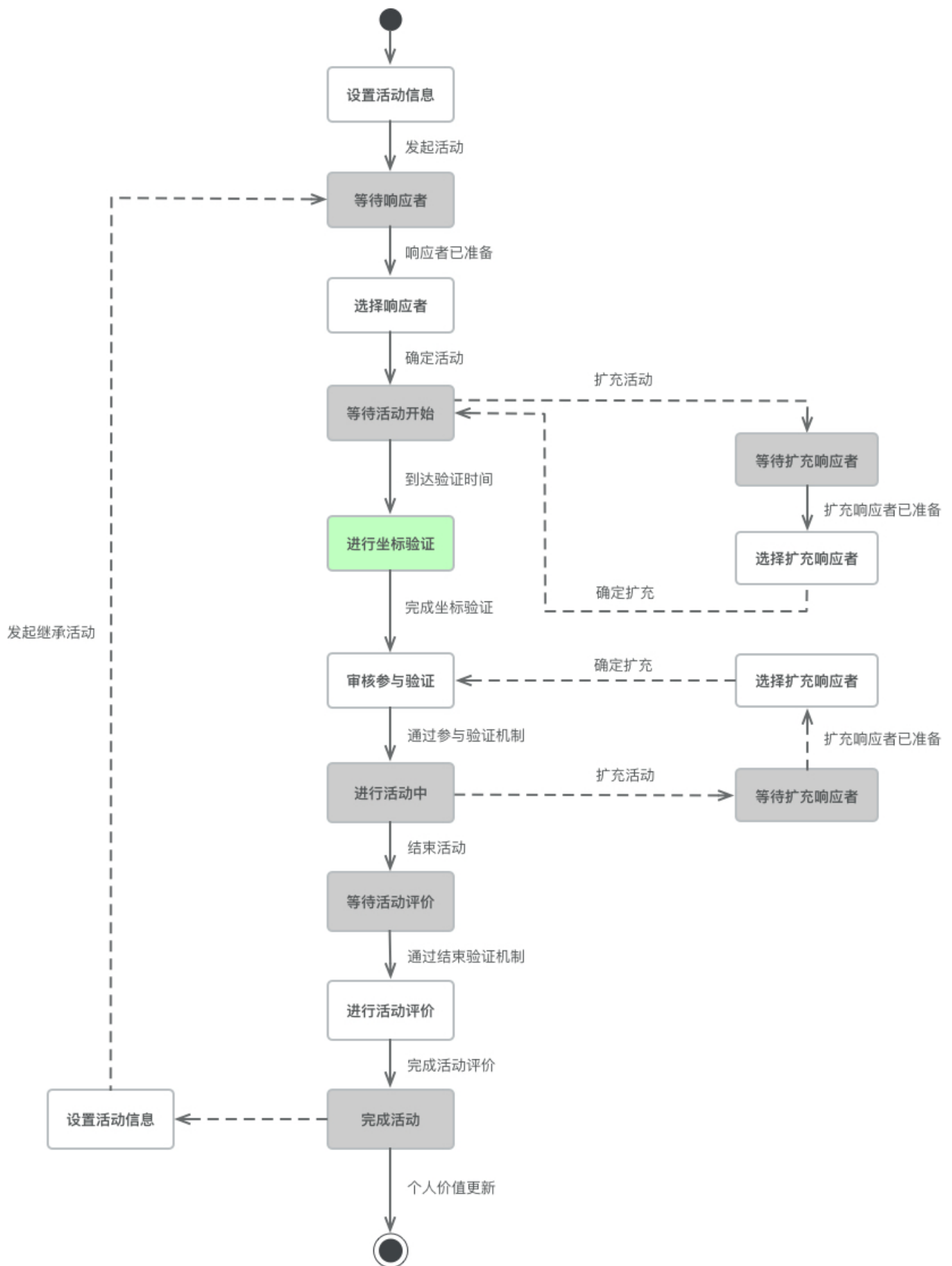
8.2 规则

- 混合活动默认加入“活动发现”
- 发起者可以设置发起的混合活动不加入“活动发现”
- 在“活动评价”时最终参与者与发起者之间的趣友关系决定活动的最终分类是陌生/混合/趣友活动

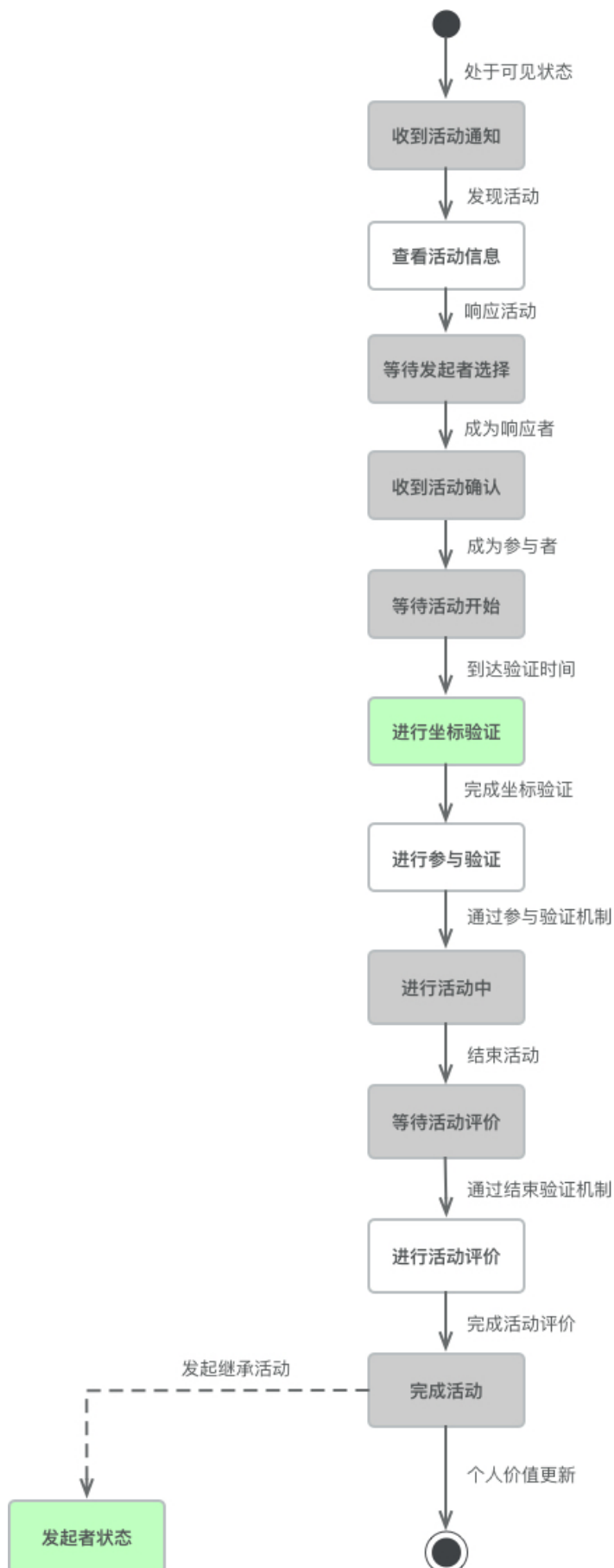
8.3 混合活动状态图



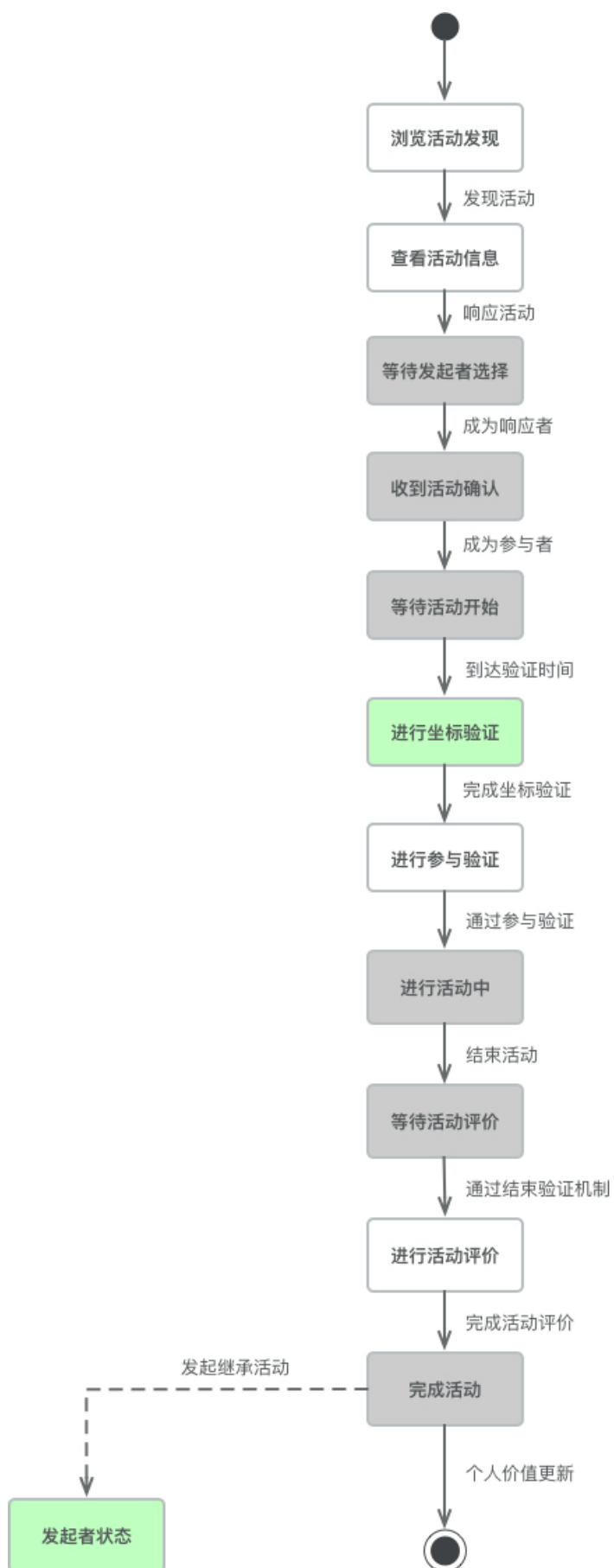
9. 发起者状态图



10. 被邀者状态图



11. 发现者状态图



12. 趣礼打赏

12.1 打赏可用的活动阶段

12.1.1 进行阶段

- [“活动确定”, “活动评价”]

12.1.2 评价阶段

- [“活动评价”, “活动评价”]

12.2 进行阶段状态图

12.2.1 进行阶段打赏者状态图



12.2.2 进行阶段参与者状态图



12.3 评价阶段状态图

12.3.1 评价阶段打赏者状态图



13. 活动扩充

13.1 定义

“活动扩充”是指在活动人数不满足活动需求时，发起者可以使用的一种扩充活动人数的方式。

仅活动的发起者有权限发起“活动扩充”。

“活动扩充”不会消耗活动权限。

“活动陌生扩充”默认加入活动发现。

“活动趣友扩充”默认不加入活动发现。

“活动混合扩充”默认加入活动发现。

13.2 意义

13.2.1 变化活动人数的需求

- 活动扩充为活动提供了灵活应对活动人数变化情况的工具

13.2.2 活动异常的补偿方式

- 活动扩充避免了活动因为部分参与者的提前或者过程中退出导致活动无法进行的问题

13.3 扩充流程

- 活动扩充可以在[活动确定，活动验证中)区间使用
- 活动扩充也可以在[活动进行中，活动评价中)区间使用
- 活动扩充的具体流程已经在陌生/趣友/混合活动的状态图中标明

14. 活动继承

14.1 定义

“活动继承”是指某个活动的所有参与者都可以通过“活动继承”的方式来发起一个继承本次活动所有参与者的新的活动。

活动的所有参议者都有权限发起“活动继承”。

“活动继承”消耗活动权限，数量与“发起活动”相同。

“活动继承”默认不加入活动发现。

14.2 意义

14.2.1 连续短时活动的需求

- 活动继承为同一个活动群体的多个短时活动之间提供了连续组织和进行的工具

14.2.2 重复活动体验的需求

- 活动继承为某次活动的参与者提供了重复这次活动体验的实现方式

14.2.3 懒惰活动组织的需求

- 活动继承为组织懒惰活动，即组织完全相同的活动内容和活动参与者提供了一种最简便的方式。

14.3 活动继承流程

- 活动继承可以在活动结束后立刻使用
- 活动继承可以在活动结束后的任何时候使用
- 活动继承的具体流程已经在陌生/趣友/混合活动的状态图中标明

时间规则

1. 持续时间限制

1.1 定义

“持续时间限制”指一个活动的持续时间属性有最小值和最大值

1.2 意义

- 最小持续时间引导用户珍惜活动机会，促进活动互动，惩罚不良用户
- 最大持续时间控制活动规模，避免长时活动压力

1.3 取值

- 最小持续时间：30分钟
- 最大持续时间：6个小时

1.4 实施

- 最大持续时间通过形式趣能的合理规划和活动的持续时间属性的最大值来实施
- 最小持续时间通过验证机制来实施，详见“验证机制”一章

2. 活动时间串行

2.1 定义

- “活动时间串行”是指同一个用户参与的多个不同活动在时间上不能有重合。

2.2 意义

- “活动时间串行”机制使得发起者可以通过设置活动的“持续时间”属性来保证活动参与者在活动同时不会参与其他活动，从而保证了活动的正常发生。
- “活动时间串行”避免用户在某一时间同时参与多个活动，影响活动的正常发生和活动质量。

2.3 实施

- “活动时间串行”通过用户引导和产品自动识别智能提示的方式来实施

验证机制

1. 参与验证机制

1.1 定义

“参与验证机制”是通过地理位置坐标验证和发起者审核的方式来监督和验证活动的参与者实际参加了活动的机制。

1.2 意义

- 为发起者提供“参与管理”的能力，保证参与者实际参与活动
- 避免用户进行虚假活动刷分
- 确保活动正常完整地发生

1.3 验证时间

1.3.1 坐标验证时间

- 活动开始前30分钟至活动开始时间

1.3.2 线上验证时间

- 活动开始前30分钟至活动开始时间

1.3.3 参与验证时间

- 活动开始前30分钟至活动开始后10分钟

1.3 坐标验证

- “坐标验证”是指在坐标验证时间内，参与者需要验证自己的地理位置坐标在活动地点坐标的1km范围之内。

1.4 线上验证

- “线上验证”是指在线上验证时间内，参与者需要验证自己的线上角色状态和组队状态符合活动信息。
- “线上验证”需要通过线上内容厂商的数据接口或者数据合作的方式进行。
- 由于当前阶段的“线上验证”可行度太低，暂时不实行“线上验证”

1.5 参与验证

- “参与验证”是指在参与验证时间内，活动的参与者向活动的发起者提交验证审核申请，验证自己已经实际参加了活动。

1.6 线下活动的参与验证机制

1.6.1 发起者

- 发起者必须在坐标验证时间内进行坐标验证
- 发起者通过坐标验证后获得参与验证审核权力
- 发起者在参与验证时间内审核参与验证申请
- 通过坐标验证后，发起者就完成了参与验证机制

1.6.2 参与者

- 参与者者必须在坐标验证时间内进行坐标验证
- 参与者通过坐标验证后自动提交参与验证申请
- 通过发起者的参与验证审核后，参与者就完成了参与验证机制

1.6.3 活动

- 活动的参与数下限为 $0.5 * \text{活动总人数}$ ，小数向上取整
- 活动的参与数基准为 $0.8 * \text{活动总人数}$ ，小数向上取整

- 活动的参与验证机制：
 - 活动参与下限：通过参与验证机制的发起者和参与者总人数大于等于参与数下限
 - 活动参与基准：通过参与验证机制的发起者和参与者总人数大于等于参与数基准
 - 坐标验证时间内，通过坐标验证的数量至少达到活动的参与数下限
 - 参与验证时间内，活动至少达到活动参与下限
 - 活动时间的一半之前，活动至少达到活动参与基准
- 坐标验证时间内，活动达到活动参与基准，可以提前开始活动
- 到达活动时间后，活动达到活动参与基准，自动开始活动

1.7 线下活动的参与验证异常

1.7.1 发起者未完成坐标验证时间内坐标验证

- 坐标验证时间内，通过坐标验证的参与者数量已达到活动的参与数下限，则原发起者下降为参与者，通过坐标验证的参与者中的优先级最高用户成为活动的发起者，获得参与审核权力。原发起者趣分扣3分，立即额外消耗所有当前日权周期内的活动权限，下三次活动发起或参与都消耗2个活动权限。
- 坐标验证时间内，通过坐标验证的参与者数量未达到活动的参与数下限，则活动取消。发起者趣分扣3分，立即额外消耗所有当前日权周期内的活动权限，下三次活动发起或参与都消耗2个活动权限。已经完成坐标验证的参与者补满当日的活动权限。未完成坐标验证的参与者趣分扣2分，立即额外消耗所有当前日权周期内的活动权限，下三次活动发起或参与都消耗2个活动权限。

1.7.2 参与者未完成验证时间内坐标验证

- 如果活动因为坐标验证时间内未达到活动的参与数下限而强制取消的未完成坐标验证时间内坐标验证的参与者趣分扣2分，立即额外消耗所

有当前日权周期内的活动权限，下三次活动发起或参与都消耗2个活动权限。

- 如果活动在坐标验证时间内达到了活动的参与数下限，未完成验证时间内坐标验证的参与者趣分扣1分。如果该参与者在活动时间一半之前未通过参与验证机制，则趣分扣2分，立即额外消耗所有当前日权周期内的活动权限，下三次活动发起或参与都消耗2个活动权限。

1.7.3 参与者未完成参与验证时间内参与验证

- 如果活动因为参与验证时间内未达到活动参与下限而强制取消的，已经完成参与验证机制的参与者补满当日的活动权限。未完成参与验证时间内参与验证的参与者趣分扣2分，立即额外消耗所有当前日权周期内的活动权限，下三次活动发起或参与都消耗2个活动权限。
- 如果活动在参与验证时间内达到了活动参与下限，未完成参与验证时间内参与验证的参与者趣分扣1分。如果该参与者在活动时间一半之前未通过参与验证机制，则趣分扣2分，立即额外消耗所有当前日权周期内的活动权限，下三次活动发起或参与都消耗2个活动权限。

1.7.4 活动在坐标验证时间内的坐标验证数量未达到活动的参与数下限

- 活动强制取消
- 补偿和处罚详见发起者和参与者的验证异常

1.7.4 活动在参与验证时间内未达到活动参与下限

- 活动强制取消
- 补偿和处罚详见发起者和参与者的验证异常

1.8 线上活动的参与验证机制

1.8.1 发起者

- 参与验证时间内，发起者默认通过了参与验证

- 发起者拥有参与审核权利

1.8.2 参与者

- 参与者者必须在线上验证时间内提交参与验证
- 通过发起者的参与验证审核后，参与者就完成了参与验证机制

1.8.3 活动

- 活动的参与数下限为 $0.3 * \text{活动总人数}$ ，小数向上取整
- 活动的参与数基准为 $0.8 * \text{活动总人数}$ ，小数向上取整
- 活动的参与验证机制：
 - 活动参与下限：通过参与验证机制的发起者和参与者总人数大于等于参与数下限
 - 活动参与基准：通过参与验证机制的发起者和参与者总人数大于等于参与数基准
 - 线上验证时间内，提交参与验证的数量至少达到活动的参与数下限
 - 参与验证时间内，活动至少达到活动参与下限
 - 活动时间的一半之前，活动至少达到活动参与基准
- 线上验证时间内，活动达到活动参与基准，可以提前开始活动
- 到达活动时间后，活动达到活动参与基准，自动开始活动

1.9 线上活动的参与验证异常

1.9.1 发起者未审核任何参与验证时间内参与验证

- 线上验证时间内，提交参与验证的参与者数量已达到活动的参与数下限，则原发起者下降为参与者，提交了参与验证的参与者中的优先级最高用户成为活动的发起者，获得参与审核权力。原发起者趣分扣2分，扣除当日所有活动权限，下三次活动发起或参与都消耗2个活动权限。

- 线上验证时间内，提交参与验证的参与者数量未达到活动的参与数下限，则活动取消。原发起者趣分扣2分，扣除当日所有活动权限，下三次活动发起或参与都消耗2个活动权限。已经完成参与验证的参与者补满当日的活动权限。未完成参与验证的参与者趣分扣1分，扣除当日所有活动权限，下三次活动发起或参与都消耗2个活动权限。

1.9.2 参与者未在线上验证时间内提交参与验证

- 如果活动因为线上验证时间内未达到活动的参与数下限而强制取消的，未完成坐标验证时间内坐标验证的参与者趣分扣1分，扣除当日所有活动权限，下三次活动发起或参与都消耗2个活动权限。
- 如果活动在坐标验证时间内达到了活动的参与数下限，未完成验证时间内坐标验证的参与者趣分扣1分。如果该参与者在活动时间一半之前未通过参与验证机制，则趣分扣2分，扣除当日所有活动权限，下三次活动发起或参与都消耗2个活动权限。

1.9.3 参与者未完成参与验证时间内参与验证

- 如果活动因为参与验证时间内未达到活动参与下限而强制取消的，已经完成参与验证机制的参与者补满当日的活动权限。未完成参与验证时间内参与验证的参与者趣分扣2分，扣除当日所有活动权限，下三次活动发起或参与都消耗2个活动权限。
- 如果活动在参与验证时间内达到了活动参与下限，未完成参与验证时间内参与验证的参与者趣分扣1分。如果该参与者在活动时间一半之前未通过参与验证机制，则趣分扣2分，扣除当日所有活动权限，下三次活动发起或参与都消耗2个活动权限。

1.9.4 活动在线上验证时间内的提交参与验证的数量未达到活动的参与数下限

- 活动强制取消
- 补偿和处罚详见发起者和参与者的验证异常

1.9.5 活动在参与验证时间内未达到活动参与下限

- 活动强制取消
- 补偿和处罚详见发起者和参与者的验证异常

2. 结束验证机制

2.1 定义

“结束验证机制”是通过已经结束活动的参与者的数量来决定活动是否结束并进入评价阶段的验证机制。

2.2 意义

- 确定活动结束时间
- 确定活动时间串行
- 避免参与者通过不结束活动来增加活动时间

2.3 结束验证

2.3.1 参与结束验证

- 参与者在自己结束参与当前活动时提交参与结束验证
- 提交参与结束验证后，参与者就退出了当前活动，可以参与其他活动

2.3.2 活动结束验证

- 活动结束下限为活动历史参与人数*0.5，小数向上取整
- 当提交参与结束验证的参与者的数量达到活动结束下限时，活动结束验证完成，当前活动结束，进入活动评价阶段。未提交参与结束验证的参与者强制结束活动。

- 当时间到达活动开始时间加活动持续时间，活动强制结束。未提交参与结束验证的参与者强制结束活动。

3. 取消验证机制

3.1 定义

“取消验证机制”是指在活动确认后，在活动验证时间之前，发起者可以通过提交活动取消验证来获得参与者的同意从而取消活动。

3.2 意义

- 取消活动的场景是活动没有发起者就不能正常进行且发起者不想被举报机制严惩
- 为发起者提供一种在活动确定后验证前能够取消活动的方式
- 避免发起者随意取消活动
- 为参与者提供一种保障自身活动权益的方式

3.3 取消验证

3.3.1 取消验证的可用时间

- 活动确定之后，活动验证时间到达之前

3.3.2 取消验证过程

- 发起者发起取消验证，并可以附带一条30字以内的取消备注
- 所有参与者都会收到活动取消通知
- 参与者可以酌情同意取消活动，或者拒绝取消活动

- 如果所有参与者都同意取消活动，则活动取消，发起者立即额外消耗一个当前日权周期内的活动权限，下一次发起或者参与活动，消耗2个活动权限；退还参与者的活动权限
- 如果存在拒绝取消活动的参与者，则产品会将匿名拒绝数量反馈给发起者。发起者选择不取消活动，活动正常进行
- 发起者选择强行取消活动，则活动取消，发起者立即额外消耗所有当前日权周期内的活动权限，趣分扣2分，发起者下三次发起或者参与活动，消耗2个活动权限。

4. 退出验证机制

4.1 定义

“退出验证机制”是指在活动确认后，在活动验证时间之前，发起者和参与者可以通过提交退出活动验证来获得同意从而退出活动。

4.2 意义

- 退出活动的场景是退出者退出活动后活动仍然可以继续
- 退出活动后，活动参与人数只有1人时，活动自动取消，退还剩余参与者的活动权限
- 为发起者和参与者提供一种在活动确定后验证前能够退出活动的方式
- 避免发起者和参与者随意退出活动
- 为参与者提供一种保障自身活动权益的方式

4.3 退出验证

4.3.1 退出验证的可用时间

- 活动确定之后，活动验证时间到达之前

4.3.2 退出验证过程

- 发起者可以发起退出验证，并可以附带一条30字以内的退出备注
- 活动参与者中优先级最高的用户立即成为活动发起者，原发起者成为参与者
- 参与者可以发起退出验证，并可以附带一条30字以内的退出备注
- 发起者可以酌情同意参与者退出活动，或者拒绝参与者退出活动
- 如果发起者同意参与者退出活动，则参与者退出活动，立即额外消耗一个当前日权周期内的活动权限，参与者下一次发起或者参与活动，消耗2个活动权限；
- 如果发起者拒绝参与者退出活动，则参与者会收到拒绝反馈通知，参与者可以选择继续参与活动，或者强制退出活动。
- 参与者强制退出活动，则参与者退出活动，立即额外消耗所有当前日权周期内的活动权限，趣分扣1分，参与者下一次发起或者参与活动，消耗2个活动权限；

评价机制

1. 定义

“评价机制”是指一套引导用户在活动结束后对其他参与者进行评价的机制。

2. 意义

2.1 活动体验反馈

- 用户可以通过评价机制来反馈其他活动参与者的表现好坏

2.2 趣分计算参数

- 通过评价机制获得活动参与者对这个用户的活动评价来调整用户趣分

3. 规则

3.1 评价不可见

- 用户对其他参与者的评价是所有参与者都不可见的

3.2 评价星池

- 在一个活动评价中，进行评价的用户和所有趣友组成一个评价星池
- 在一个活动评价中，进行评价的用户和所有陌生人组成一个评价星池

3.3 十星评价制

- 一个评价星池应用一个十星评价制
- 进行评价的用户激活一个待评价用户的十星评价区即增加一个已评价人数
- 星池总星数随着已评价人数增多而提高

- 最高评价为十星，普通评价为五星，最低评价为一星
- 星池总星数 = $6 * \text{已评价人数} + 6 / \text{星池总人数}$ ，小数点向上取整
- 最小总星数 = $1 * \text{已评价人数}$
- 最小总星数 < 星池总星数 ≤ 最大总星数
- 所有未评价者使用五星作为默认评价
- 评价时间内未评价，则采用默认评价

3.4 评价生效规则

- 获得总评价 = 评价获得的星数总和
- 普通总评价 = $5 * \text{被评价人数}$
- 最低总评价 = $1 * \text{被评价人数}$
- 最高总评价 = $9 * \text{被评价人数}$
- “获得总评价 < 普通总评价”，评价始终生效
- “获得总评价 > 普通总评价”，至少完成半数参与者评价才生效，否则生效“获得总评价 = 普通总评价”

4. 评价系数

4.1 评价系数 δ 计算

- S：获得总评价
- Savg：普通总评价
- Smax：最高总评价
- Smin：最低总评价
- $S = S_{\min} : \delta = -2.0$
- $S \geq S_{\max} : \delta = 2.0$
- $S = S_{\text{avg}} : \delta = 1.0$

- $S > S_{min} \ \&\& \ S < S_{avg} : \delta = -2.0 + (3 * ((S - S_{min}) / (S_{avg} - S_{min})))$
- $S < S_{max} \ \&\& \ S > S_{avg} : \delta = 2.0 - ((S_{max} - S) / (S_{max} - S_{avg}))$

5. 评价界面

5.1 待评价列表区

- 顶部长窄区域为待评价的参与者的头像缩略图列表
- 待评价的参与者过多时可左右拖动浏览

5.2 用户信息区

- 中部方大区域为用户信息区：昵称、趣称、头像
- 通过左滑右滑用户信息区来快速切换正在评价的用户

5.3 十星评价区

- 用户区域下部长窄区域为十星评价区
- 十星评价区以背景动态标识是否激活
- 十星评价区以拖动星条的方式进行十星制评价

5.4 评价确定区

- 十星评价区下部为评价确定区
- 提供确定按钮来确定评价完成

举报机制

1. 定义

“举报机制”是一套借助用户的力量来识别和发现平台中存在的不良信息和恶劣行为的机制。

2. 意义

2.1 不良信息识别

- 通过举报机制来识别活动信息中的不良信息和禁止信息

2.2 恶劣行为识别

- 通过举报机制来识别活动过程中参与者的恶劣行为

2.3 用户参与度

- 通过举报机制为用户提供不良信息和行为的反馈渠道
- 通过举报机制为用户提供一种共同参与净化平台环境，共享平台净化利益的用户体验

2.4 用户惩罚监督

- 通过举报机制的严厉惩罚来禁止用户发布不良和禁止信息，禁止用户做出恶劣活动行为
- 通过举报机制的严厉惩罚来督促被惩罚的用户不再犯错，快速改进

3. 规则

3.1 举报级别

- 三级举报级别
- 三级 - AAA：最高举报级别，严禁，严惩
- 二级 - AA：禁止，惩罚
- 一级 - A：避免，处罚

3.2 活动信息举报

3.2.1 活动信息

- 涉及或者暗示下列信息
- AAA - 非法信息：色情，暴力，毒品，政治等
- AA - 刷分活动：活动重复出现，信息完全相同，可能存在刷分行为
- AA - 发起者承诺为活动的参与者提供经济利益(包括趣礼)
- AA - 发起者要求参与者提供经济利益(包括趣礼)
- AA - 活动费用不为人均费用方式，如女士买单，参与者买单等
- AA - 发起者承诺为参与者提供高评价
- AA - 发起者要求参与者提供高评价
- AAA - 危险活动：活动可能导致犯罪，可能导致参与者受到重大人身伤害

3.2.2 活动时间

- A - 活动时间不可能进行活动信息所述的活动

3.2.3 活动地点

- A - 活动地点为公众禁入区域
- A - 活动地点不可能进行活动信息所述的活动

3.3 活动行为举报

3.3.1 暴力行为

- AA - 语言暴力：满口脏话、语言人身攻击
- AA - 心理暴力：单人或组织小圈子恶意冷落他人、排斥他人
- AAA - 肢体暴力：破坏物品、攻击他人

3.3.2 侵犯行为

- AAA - 性侵犯：语言性侵犯，肢体性侵犯
- AA - 原则侵犯：在被明确告知原则的情况下依然侵犯他人的原则底线

3.3.4 失信行为

- AA - 费用失信：活动实际费用的金额大小或者付费方式与活动信息费用不符
- AA - 内容失信：活动实际内容与活动信息内容不符
- AA - 时间失信：活动实际的开始时间或者持续时间与活动信息不符
- AA - 地点失信：活动实际发生的地点和活动信息不符

3.4 分级规则组织

- 活动信息举报规则简称“信息规则”
- 活动行为举报规则简称“行为规则”

3.4.1 AAA级信息规则

- 非法信息：色情，暴力，毒品，政治等
- 危险活动：活动可能导致犯罪，可能导致重大人身伤害

3.4.2 AAA级行为规则

- 肢体暴力：破坏物品、攻击他人
- 性侵犯：语言性侵犯，肢体性侵犯

3.4.3 AA级信息规则

- 刷分活动：活动重复出现，信息完全相同，可能存在刷分行为
- 发起者承诺为活动的参与者提供经济利益(包括趣礼)
- 发起者要求参与者提供经济利益(包括趣礼)
- 活动费用不为人均费用方式，如女士买单，参与者买单等
- 发起者承诺为参与者提供高评价
- 发起者要求参与者提供高评价

3.4.4 AA级行为规则

- 语言暴力：满口脏话、语言人身攻击
- 心理暴力：单人或组织小圈子恶意冷落他人、排斥他人
- 原则侵犯：在被明确告知原则的情况下依然侵犯他人的原则底线
- 费用失信：活动实际费用的金额大小或者付费方式与活动信息费用不符
- 内容失信：活动实际内容与活动信息内容不符

3.4.5 A级信息规则

- 活动时间不可能进行活动信息所述的活动
- 活动地点为公众禁入区域

- 活动地点不可能进行活动信息所述的活动

3.4.6 A级行为规则

- 时间失信：活动实际的开始时间或者持续时间与活动信息不符
- 地点失信：活动实际发生的地点和活动信息不符

3.5 举报生效和分级处罚

3.5.1 举报规则

- 所有用户拥有信息规则举报权限
- 仅活动的参与者拥有对其他参与者的行为规则举报权限

3.5.2 信息规则生效

- 用户因同规则被举报5次

3.5.3 行为规则生效

- 用户因同规则被举报3次

3.5.4 AAA级信息规则处罚

- 举报生效起30个日权周期内剥夺免费活动权限，趣分扣5分

3.5.5 AA级信息规则处罚

- 举报生效起14个日权周期内剥夺免费活动权限，趣分扣3分

3.5.6 A级信息规则处罚

- 举报生效起7个日权周期内剥夺免费活动权限，趣分扣1分

3.5.7 AAA级行为规则处罚

- 举报生效起14个日权周期内禁止参加活动，30个日权周期内剥夺免费活动权限，趣分扣10分

3.5.8 AA级行为规则处罚

- 举报生效起7个日权周期内禁止参加活动，14个日权周期内剥夺免费活动权限，趣分扣6分

3.5.9 A级行为规则处罚

- 举报生效起3个日权周期内禁止参加活动，7个日权周期内剥夺免费活动权限，趣分扣3分

3.6 举报权限

- 举报权限周期为七个日权周期
- 举报权限周期刷新举报权限数量
- 举报权限周期起始举报权限数量为3个

3.7 举报奖励

3.7.1 举报权限数量刷新

- 举报生效后，所有举报该用户该规则的举报者的当前举报周期内的举报权限刷新补满

3.7.2 趣币奖励

- 举报生效后，所有举报该用户该规则的举报者获得1趣币奖励

活动发现

1. 定义

“活动发现”是一套组织和展示符合默认条件或者用户搜索条件的活动列表的机制。“活动发现”实质上是活动信息的用户订阅。

2. 意义

2.1 参与者补偿

- 为活动提供除了“趣搜”、“趣友”之外的一种有效的获得参与者的方式

2.2 活动补偿

- 为用户提供除了“趣搜”、“趣友”之外的一种有效的发现活动参与活动的方式

3. 形式

3.1 活动发现的组成

- 筛选器
- 筛选默认值
- 活动列表

3.2 筛选器选项

3.2.1 活动类型

- 形式趣能+能级
- 内容趣能+能级
- 关联趣能

3.2.2 开始时间范围

3.2.3 地理位置

- 活动地点位置
- 搜索范围

3.2.4 人数范围

3.2.5 费用范围

3.2.6 年龄范围

3.2.7 性别范围

3.3 筛选默认值

3.2.1 活动类型

- 用户的非关闭状态的趣能槽的趣能相关的活动类型

3.2.2 开始时间范围

- 七天之内，当天优先，其次周末，剩余从近到远

3.2.3 地理位置

- 用户当前位置
- 用户常用位置
- 范围5KM

3.2.4 人数范围

- 无限制

3.2.5 费用范围

- 无限制

3.2.6 年龄范围

- 无限制

3.2.7 性别范围

- 无限制

3.3 活动列表

3.3.1 列表最大展示活动数量

- 4个

3.3.2 活动展示信息项

- 活动类型
- 开始时间
- 活动地点
- 发起者头像
- 发起者昵称
- 发起者性别
- 当前参与者数量