

SPEED UP , CHASING THE FUTURE

加速奔跑 追逐未来

 全民吃瓜

目录

CONTENTS



目标



机会



产品



策略

target

First module

01 目标

○ 盈利

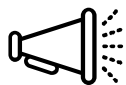
○ 路径

○ 条件

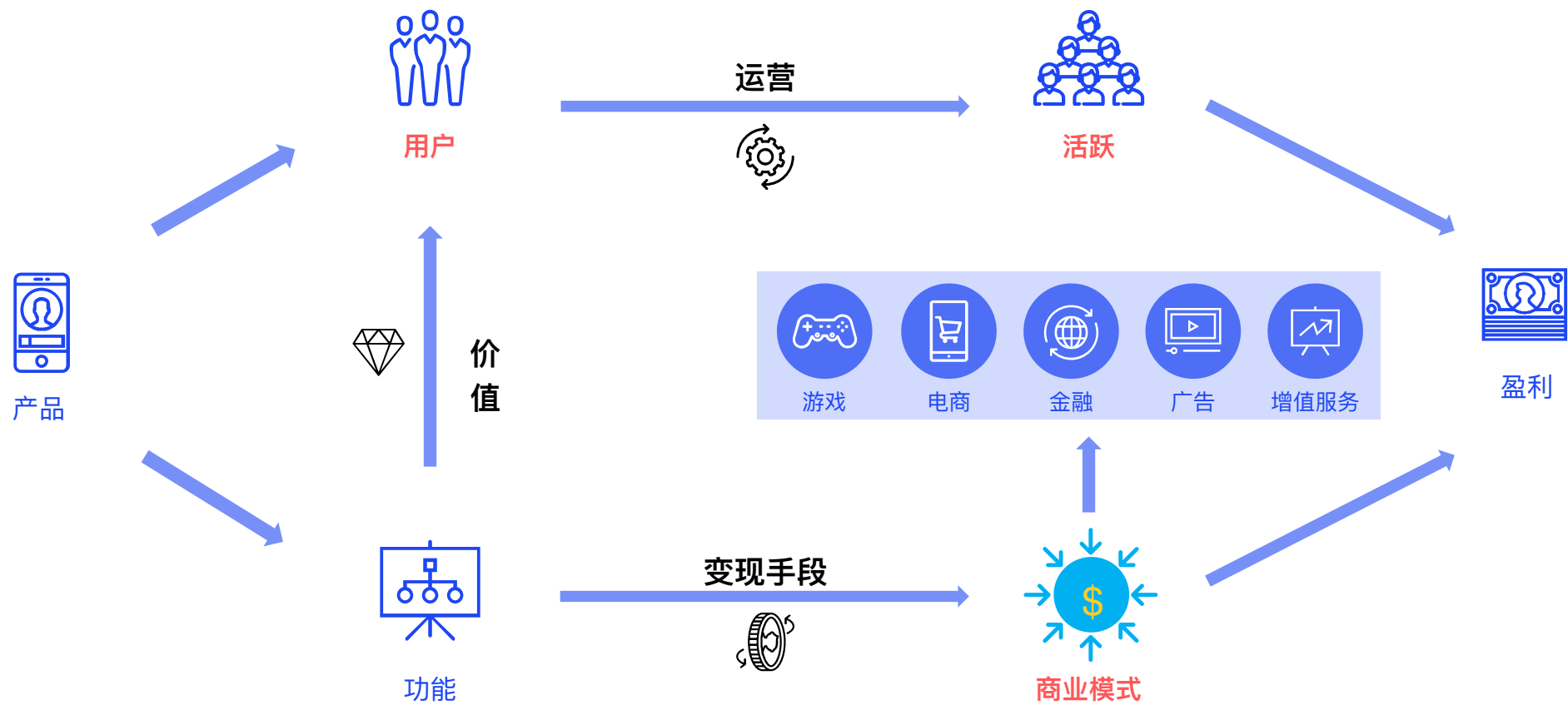
○ 做什么

公司目标

公司发展需以盈利为目标



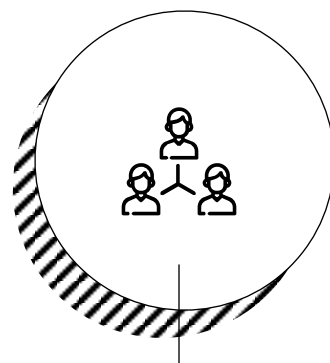
盈利的路径



盈利的 条件

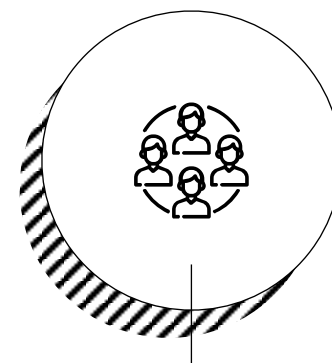
从上图可以得知，一个项目要想盈利，必须满足两个条件：

- 1、停留时间长的活跃用户
- 2、商业模式



条件1

停留时间长的活跃用户

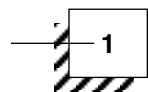


条件2

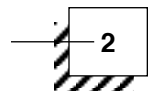
商业模式

盈利条件

停留时间长的活跃用户

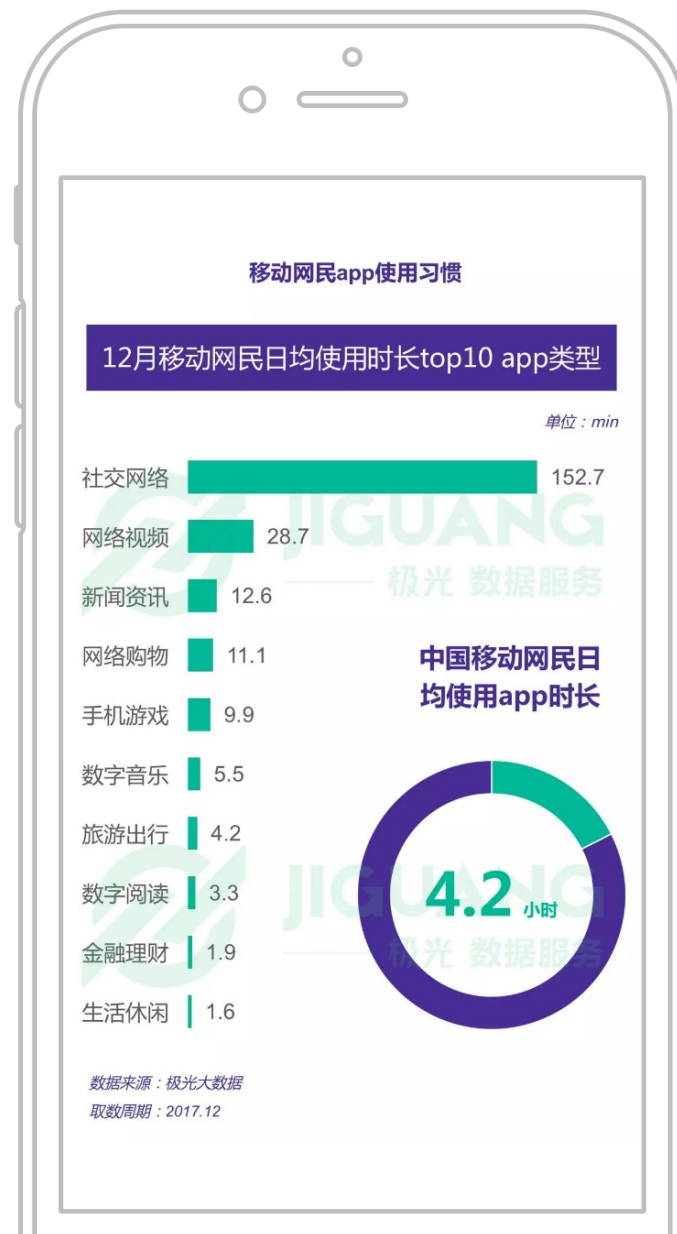


人均每天花4.2小时在手机上。



其中社交占用人均2.5小时、视频资讯信息类占了1小时

所以，如果要想产品的时长足够长，那么该做 **信息流** 和 **社交流**



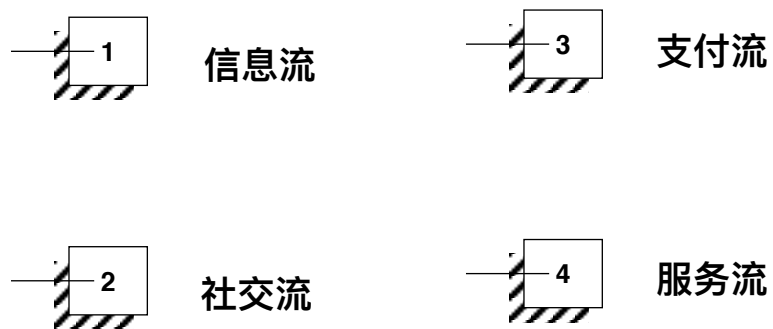
商业模式



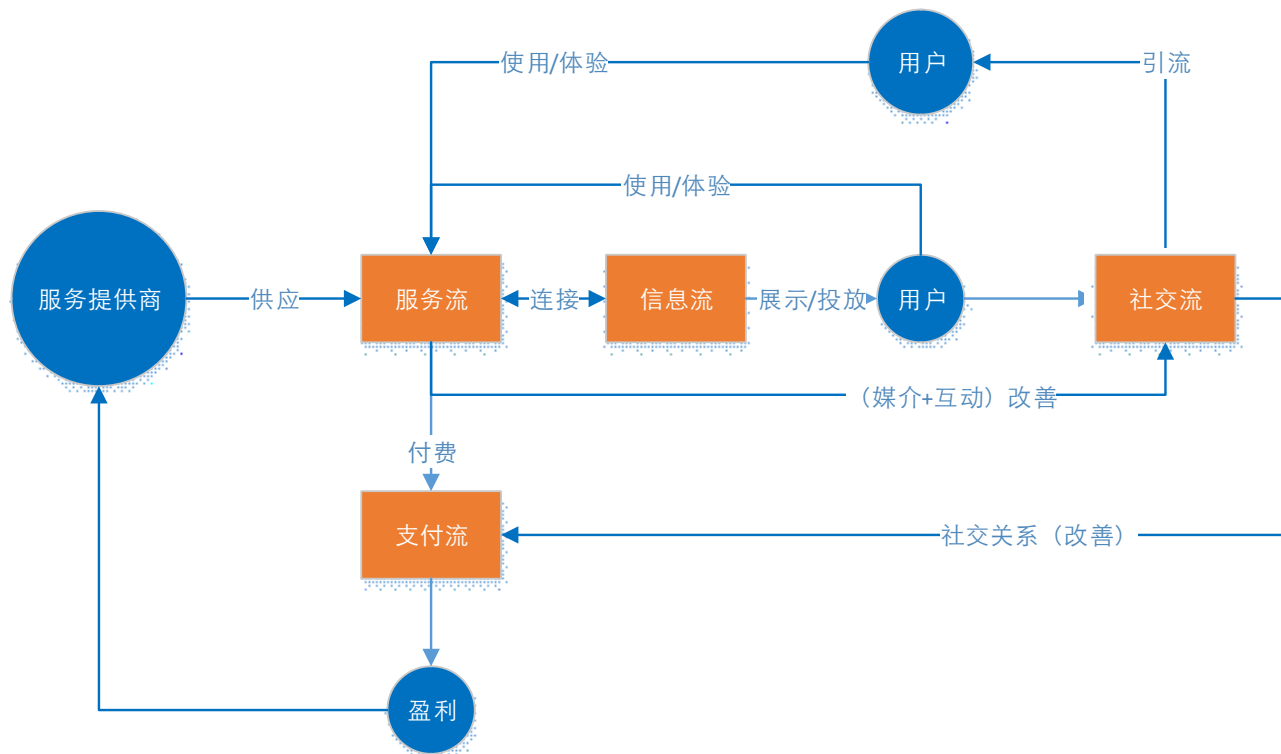
总结

这些商业模式，都必须通过服务的时候提供给用户，才能收到用户的钱。换言之，就是满足 **支付流** 和 **服务流**。

我们做什么



做一款既能满足活跃需求、又能满足盈利需求的产品，即把信息流、社交流、支付流、服务流打通的产品，换言之，必须满足社交属性



Second module

02 机会

市场

问题

方案

应用

社交能不能做？

01

好的产品

一个好的产品一定是在描述社会现象，谁的产品能够描述的社会现象多，支持的场景多，谁就牛逼

02

现有社交产品验证

我们在这个房间里是朋友，离开这个房间，就不是朋友了吗？我们在微信里是朋友，离开微信就不是朋友了？为什么我在钉钉里面就不能给微信发消息呢？

03

分析

腾讯的产品并没有百分百覆盖所有的场景，它试图建立一个小型的社会，把这个我们所生活真实社会进行割裂开来，符合它的规则的社会现象才能生存

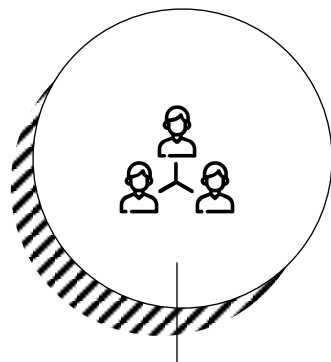
总结

社交是有机会的！！

社交的 核心

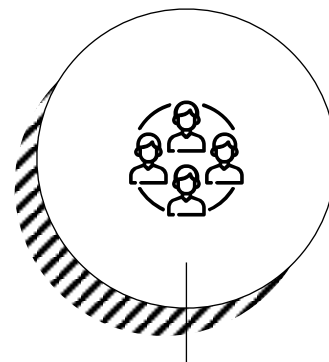
社会的分工与协作是这个社会发展的核心原理。分工是建立社会结构的建立，即建立价值，而协作是为了传递价值。在协作过程中，**传递价值越简单，越有效，越高效**，那么协作就越有价值。而社交属于协作的一个品类，社交就应该让人与人的价值传递速度加快。

社交核心



IM

通讯，建立关系



BBS

朋友圈，维护关系

BBS产品问题

01

现状

当前社交产品的BBS功能核心，我发布一段信息，你来看。你发布一段信息，我来看。交互方式：点赞和评论

02

问题

一开始我们会对别人的信息评论，慢慢的开始变成点赞，再后来点赞也变得少了，这是为什么呢？因为交互样式太少了，让我们维护关系和表达情感变得尴尬。比如，一个美女，她发的每篇朋友圈，你都评论和点赞，身边人会怎么想你？

03

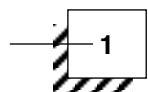
分析

交互方式是简单的，但样式太少了、太单一了，以至于没有办法让我们进行有效、高效的社交

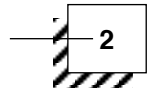
总结

所以，我们人与人交往过程中，需要多样的介质作为我们社交的媒介。

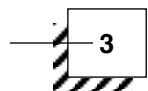
介质



我们需要组织活动，让身边的年轻人进行相互认识



我们通过聊最近看的电影，让两个人更熟识



我们通过打篮球，让大家在一起娱乐，加深情感

互动



同事A



同事B



同事C

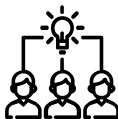
我想和同事们做朋友，我要找到更好的媒介，我可以通过玩游戏和他们做朋友，但是.....**游戏多，进度不一**



总结


找到一个好的媒介（互动）形式从而改善社交关系

BBS产品解决方案总结



人与人交往过程中，需要多样的介质作为我们社交的媒介

介质



找到一个好的媒介形式从而改善社交关系

互动



BBS产品在游戏中的应用1 — 护盾



对象

我与女同事



介质

贪吃蛇游戏



事件

同事玩贪吃蛇大作战时，我通过圈子实时看到她玩的情况。当她即将被别人围住撞到时，我花1毛钱买了一个保护罩道具，让她没有被杀死。

实时互动



BBS产品在游戏中的应用2 — 黑洞



对象

我与女同事



介质

贪吃蛇游戏



事件

同事玩贪吃蛇大作战时，我通过圈子实时看到她玩的情况。我可以通过圈子提供好友助力功能，花一毛钱开启了一个黑洞功能，让她的敌人被吸到黑洞里面。

实时互动



BBS产品在游戏中的应用3 — 雷罚



对象

我与女同事



介质

贪吃蛇游戏



事件

同事玩贪吃蛇大作战时，我可以花一毛钱买一个雷罚的道具，让她的敌人受到雷罚，不能行动了。当然，如果她的敌人躲过了攻击，将会得到一定的奖励。

实时互动



BBS产品在游戏中的应用4 — 玩一玩



玩一玩



对象

我与女同事



介质

贪吃蛇游戏



事件

同事玩贪吃蛇大作战时, 我觉得这款游戏不错, 我就可以点击玩一玩按钮, 直接启动这款游戏, 不需要下载、不需要安装

实时互动



BBS产品在游戏中的应用5 — 代玩



代玩



对象

我与女同事



介质

贪吃蛇游戏



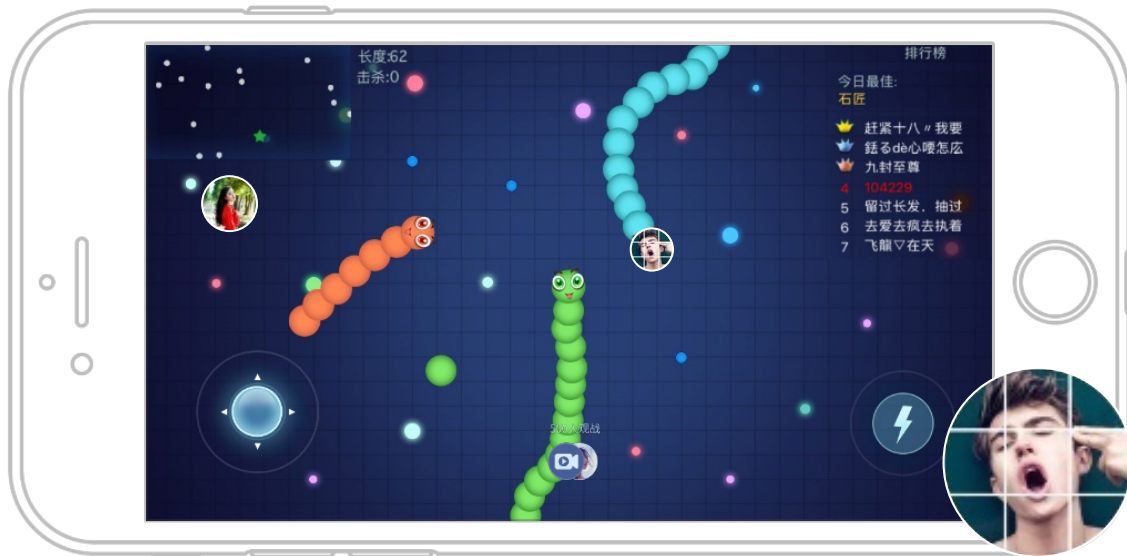
事件

同事玩贪吃蛇大作战时，我们一起玩了一会，她有些自己的事情，她需要我远程替她玩一下，这个时候，即使我手机没有安装这款游戏，我也可以通过她传递过来的游戏信息，帮助她继续玩这一把，等她回来，她继续接着玩

实时互动



BBS产品在游戏中的应用6 — 化身



已化身，成功参与战斗



对象

我与女同事



介质

贪吃蛇游戏

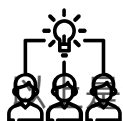


事件

同事玩贪吃蛇大作战时，如果我觉得这款游戏玩的不过瘾，我可以上传的头像，我换身成一个怪物，她在和游戏里面的角色战斗的时候，也和我换身的怪物进行PK。或者，我换身成一个英雄，和她一起去打游戏里面的角色

实时互动

BBS产品方案在游戏中应用小结



我通过她玩游戏的一段信息，连接到了这款游戏的游戏服务。在连接的过程中，她可能没买道具，但我愿意去花一毛钱、两毛钱去买道具，可以很低成本的，和她一起玩。



通过一段信息，就可以直接服务流，在连接服务的时候，产生了支付流，从而改善了人与人之间的社交流。

小结

BBS产品在游戏中的应用 — 异地恋人



牌不错，这把肯定能赢！

哎呀，又打错了，总是记不住

[系统]你的好友送你一个记牌器，快点谢谢Ta!

给你99分，多一分怕你骄傲

BBS产品在游戏中的应用 — 异乡游子



胡了，老妈真厉害

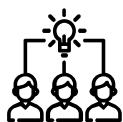
[系统]: 韦小宝对您使用了常胜将军，积分加倍!

得了，小子，你赶紧找个媳妇陪我吧!

BBS产品方案应用 — 游戏服务视频演示



BBS产品方案在游戏中应用总结



+

以上场景，都是在说，人与人之间，可以通过游戏这种介质，找到一个好的媒介形式从而改善社交关系



+

通过一段信息，就可以连接服务流，在连接服务的时候，产生了支付流，从而改善了人与人之间的社交流。

总结

BBS产品方案在视频中应用 — 发圈子



发个朋友圈给我的小伙伴都看看



对象
我



介质
视频



事件

我在优酷上看大军师之司马懿的时候，看到了第三集的，第十分钟到二十分钟的时候，我觉得这个太棒了，因为那段完全讲述了创业有那么的艰辛，这个时候，我可以把这段截取下来。然后优酷会弹窗问我，是否要分享到圈子，并且支持匿名分享还是实名分享。

BBS产品方案在视频中应用 — 免广告看全集

对象
我朋友

介质
视频



事件

我的朋友在全民的圈子里可以看到我分享的这段视频。他们看这十分钟的视频是没有广告的，而且这段信息下面会有一个“看全集”按钮，点击了这个按钮，可以直接启动优酷，不需要下载，不需要安装，启动优酷以后，直接锁定到这个电视剧的第十分钟的地方，也可以直接把进度条拉到最开始从头看。

BBS产品方案在视频中应用 — 电影搜索

对象
我朋友

场景
看视频



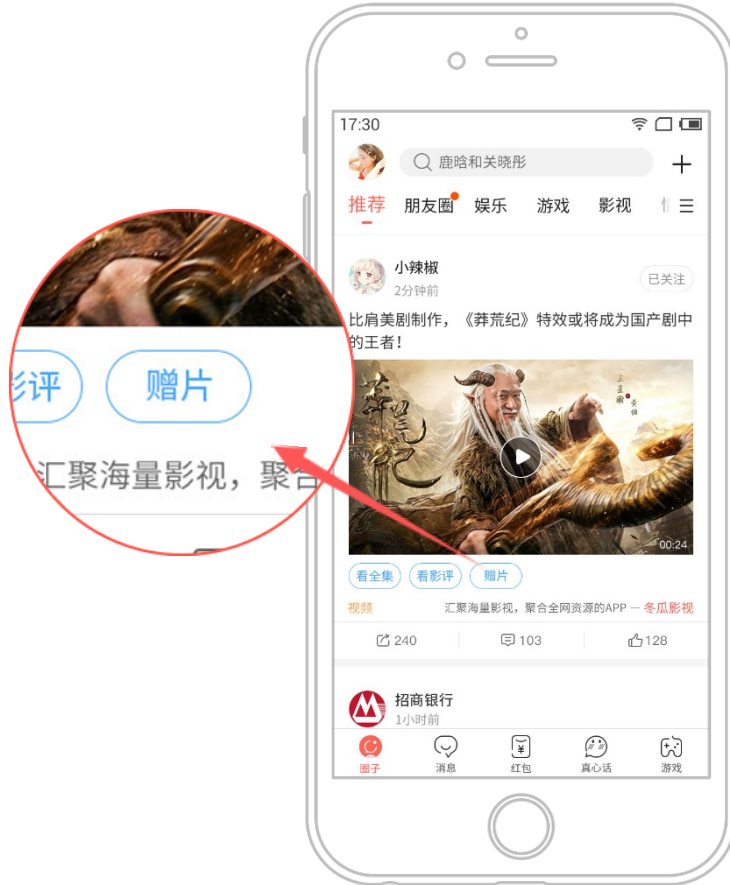
事件

如果我想看一部电影，我就可以打开全民客户端，直接搜索这部电影，而我的朋友如果分享过这部电影，我就可以直接观看了。也不用再去找他赠片。当然，他那边会显示我看过这部电影。

BBS产品方案在视频中应用 — 索要与赠片

对象
我朋友

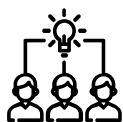
场景
看视频



事件

我有一个爱奇艺的视频会员，如果有人找我要账号和密码，给吧，我不想让他知道我看了哪些视频，不给吧，会显得我很小气。如果有这样一个平台，可以支持让我直接赠片给他。我就可以直接问他，你想看什么电影吧。他说，我想看“唐人街探案2”，我可以直接打开爱奇艺找到这部影片，然后点击赠片，他就可以直接观看该电影。

BBS产品方案在视频中应用总结



+

以上场景，都是在说，人与人之间，可以通过视频这种介质，找到一个好的媒介形式从而改善社交关系



+

通过一段信息，就可以连接服务流，在连接服务的时候，产生了支付流，从而改善了人与人之间的社交流

总结

BBS产品方案运用 — 影视服务视频演示



BBS产品方案在金融中应用 — 发圈子



发个朋友圈给我的小伙伴都看看



对象

朋友与我



场景

买理财



事件

朋友用招商银行客户端买了一百万理财产品，这时招商银行弹窗出来问他要不要匿名把他买理财产品的信息分享到圈子。如果他点击了同意，我在刷圈子的时候，就可以看到匿名购买的信息，但上面会显示是我的朋友购买的，且我们平台和招商银行联合承诺百分百是真实的朋友信息。

BBS产品方案在金融中应用

理财

我在刷圈子的时候看到一个匿名购买的信息，但上面会显示是我的朋友购买的。

下面有一个“加入收益共享”按钮，一点击就可以不用下载安装的情况下直接启动招商银行app，且直接进入到那个购买页面，需要注意的是。因为我的朋友购买了100万的理财产品，所以银行才会给他一个5%比较高的利息，这个时候，即使我买一千、一万理财，一样给我同样的利息



BBS产品方案运用 — 金融视频视频演示



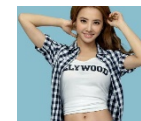
BBS产品方案在生活中应用

咖啡

如果有一天，你去星巴克买咖啡，通过我们或微信的扫一扫，扫完以后，弹出一个窗，进行询问“你的朋友彭瀛在星巴克预存了咖啡，他的朋友可以免单使用，您是否使用？”下面有两个按钮“使用，匿名通知他”“使用，实名通知他”



蔡小姐您好，周先生为您预留了一杯卡布奇洛



好的，替我留言谢谢他，我很高兴

BBS产品方案在生活中应用总结



想象一下，你是不是有很多朋友已经很久没有联系了。请朋友喝一杯咖啡，钱不多，但却可以找到一个很好的方式，去联系一个很久没有联系的朋友。这种感觉很棒



通过一段信息，就可以直接服务流，在连接服务的时候，产生了支付流，从而改善了人与人之间的社交流



总结

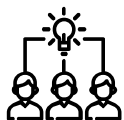
BBS产品方案在生活中应用

出行

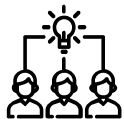
我给你发一个位置信息，让你来找我，比如XXX路XX号。我可以通过点击位置信息，直接连接到滴滴服务进行叫车，而且用车完成以后，我已经把钱支付完成，你不需要再去支付费用，这个感觉，是不是很棒



BBS产品方案总结



01、一段信息因为连接了产品服务，所以交互方式就会变得多样化，且交互方式也一样简单；



02、信息连接产品服务让每个人做事情的效率变得更高，人与人之间价值的传递会更加有效；



03、通过一段信息，可以连接服务流，在连接服务的时候，产生了支付流，从而改善了人与人之间的社交流，让维护关系更加高效

IM产品现状

01

现状

国内的IM市场，已经被腾讯给垄断掉了，连短信也都被灭掉了

02

问题

我们却发现有一个IM特例，那就是邮箱

03

原因

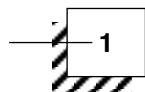
核心原因就是，它支持跨域

总结

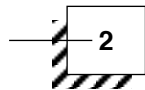
我们建立IM模块也使用同样的思路，通过IM连接产品服务，让第三方产品服务具备连接亿万用户的能力，而产品服务帮助平台建立社交关系。

IM产品案例

真心话案例



真心话通过接入IM中心进行服务设计，丰富了IM使用场景



IM能直接连接真心话服务，同时建立了在真心话服务中的社交关系



Three module

03 产品

○ 产品服务

○ 搜索式

○ 归集化社交平台

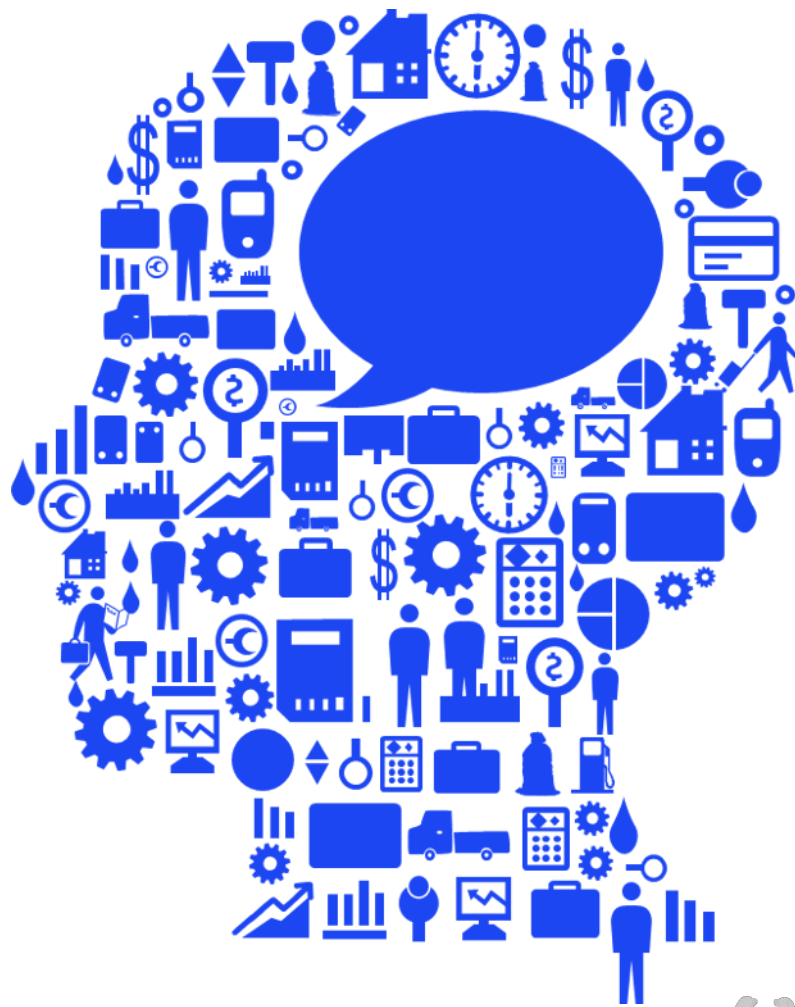
产品定义



+

搜索式产品服务社交平台

- 1、为用户提供一段信息连接产品的功能，从而改善社交关系；
- 2、为中国的四百万款移动互联网产品（app）提供归集化社交中心；
- 3、平台自身维持活跃、产生利润。



为什么 是搜索式？

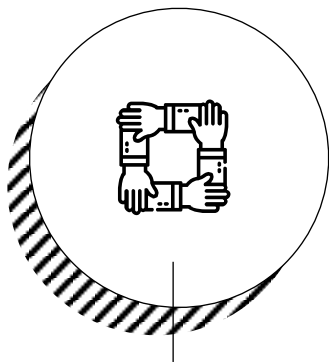
因为接下来我们会连接很多很多产品服务，而每个产品服务都会产生很多信息，如果每个app生产100万信息量，400万app，将会产生400万亿的信息量，那么就必然需要我们做精准推荐。

当然，推荐的因素会有很多，但无论我们的推荐做的如何巧妙，在特定的时候，在特定的每个人身上，我们都无法做到推荐准确，这个时候，我们就必须提供搜索入口给他。

搜索式

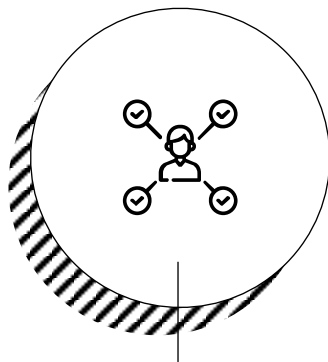


产品 — 为APP提供归集化社交中心



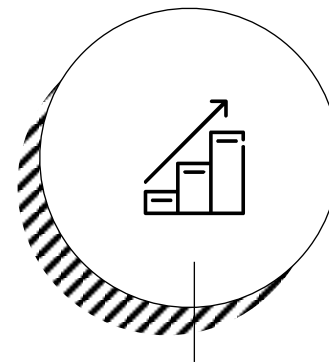
需求

任何一款APP都希望能够构建一个社交中心的，只是因为他们没有足够多的用户支撑着他们做社交



玩法变化

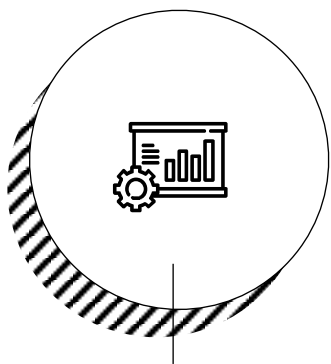
社交可以很自然的改变原APP的玩法，可以把APP生长的可能性变得多样化



总结

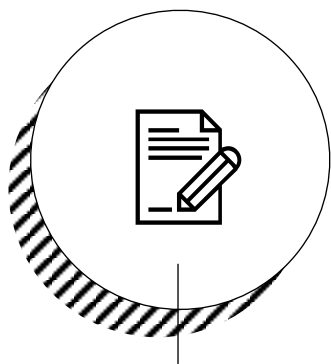
产品服务因社交而赋能，这是对产业价值的一种提升

产品 — 游戏赋能案例



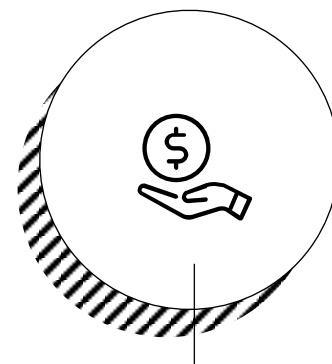
行业现状

70—80%的收入归属于腾讯、网易两家公司，剩下的都归属于大型公司游戏行业整体付费率是3-5%



问题分析

付费率只有5%，难道那95%的人没钱，不，不是，因为那些95%不付费的用户要比5%的人有钱多了

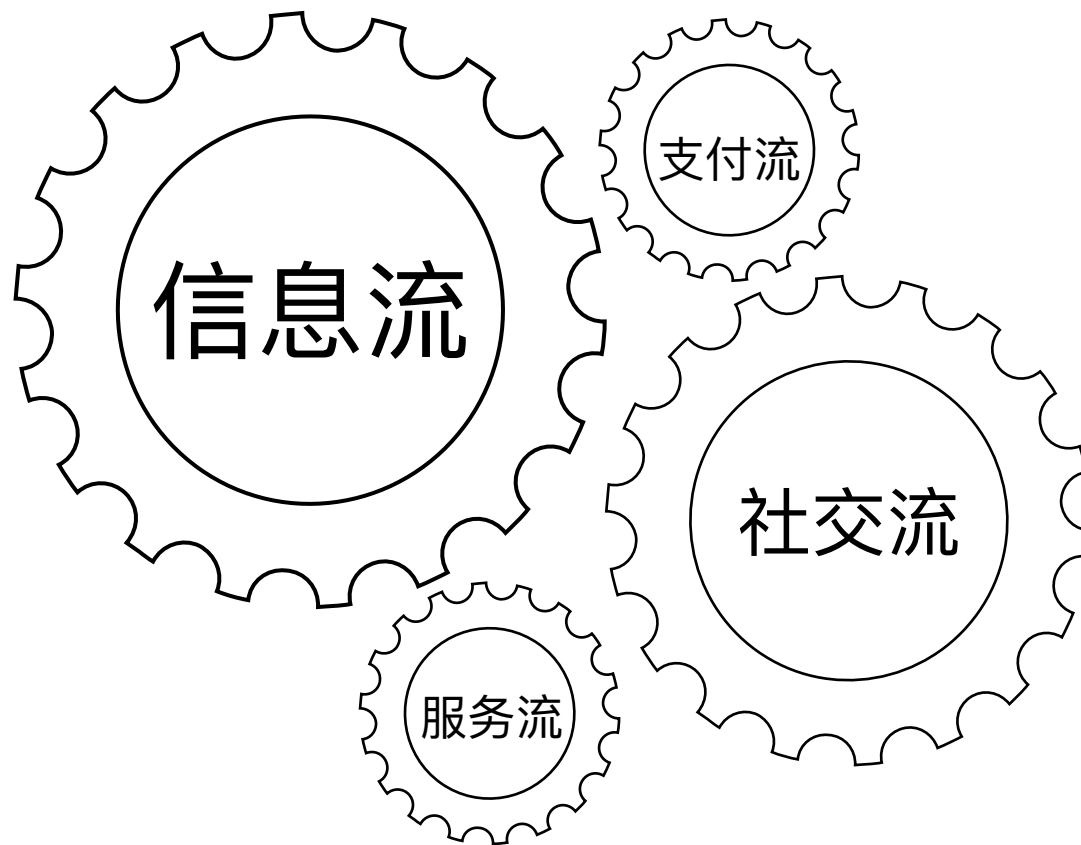


平台价值

通过好的介质进行传递社交关系，这本身就有很大的价值用户可以从朋友从不付费变得付费

平台发展

- 1 连接了信息流，自然可以做信息流广告
- 2 社交流自然可以长期维持活跃
- 3 信息流连接了服务流和支付流，自然可以源源不断的产生利润



既能解决 活跃 问题，又能解决 利润 问题

Four module

04 策略

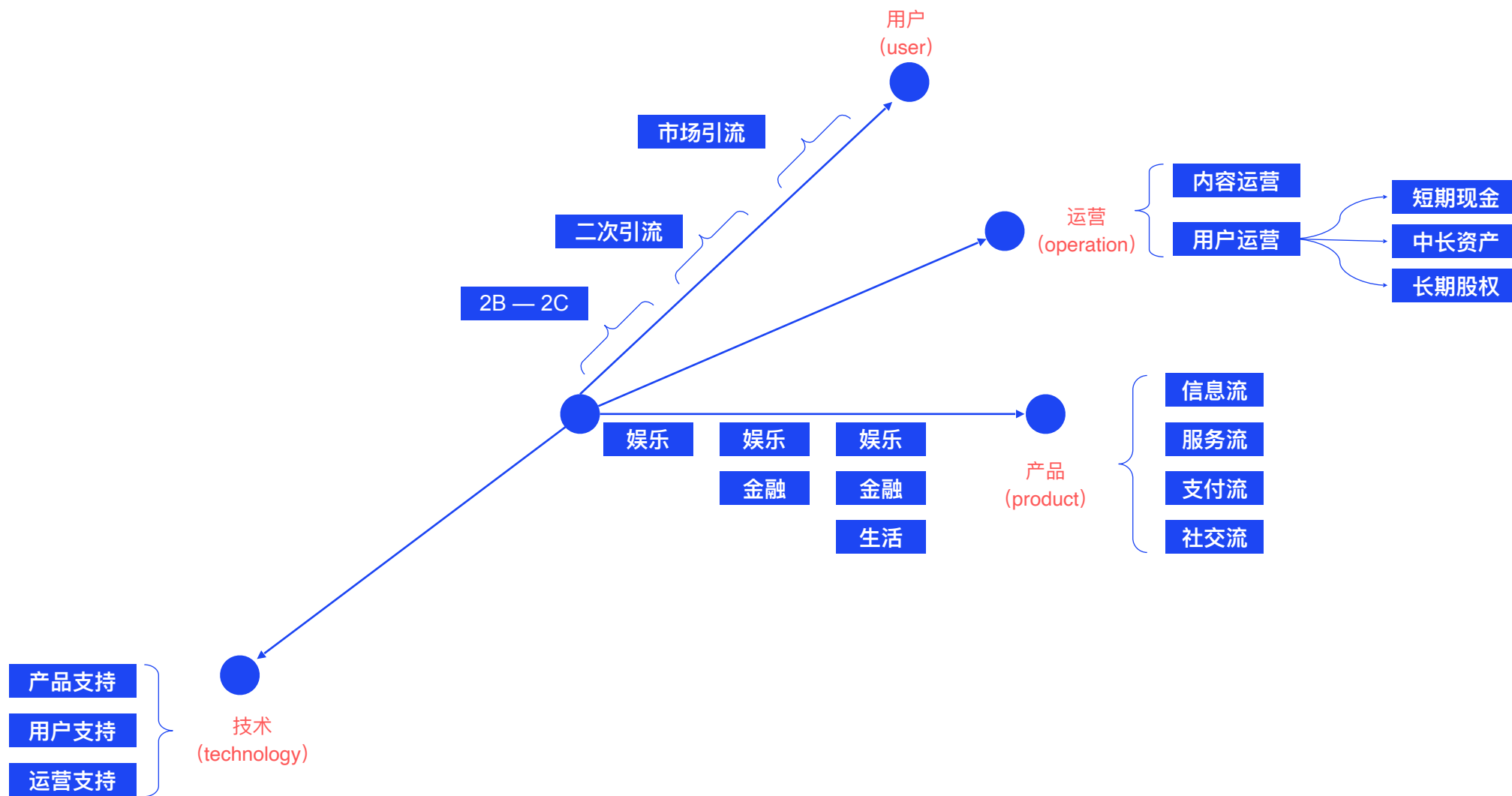
产品线

用户线

运营线

技术线

概述



产品线

01信息流

用户在使用任何一个产品服务过程中，都会产生信息，信息可以直接连接产品服务

02服务流

支持的产品服务是多样化的，品类为，资讯、朋友圈、影视、游戏，接下来要支持的是小说、出行、外卖等



03社交流

通过平台建立及维护用户关系，在用户与用户之前传递信息

04支付流

对产品服务的交互是简单的，这样可以用户维护关系起来简单有效，从而在使用服务中改善支付流，促进用户关系维护更加高效

用户关系



通讯录关系

用户A与B之间相互有手机通讯录，则默认为好友关系



平台关系

平台会提供一定的入口可以让用户之间相互加好友



业务关系

IM与其他产品是直接连接的，用户可以通过业务之间相互成为好友

产品线

用户线

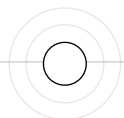
运营线

技术线

用户线



2B TO 2C



二次引流

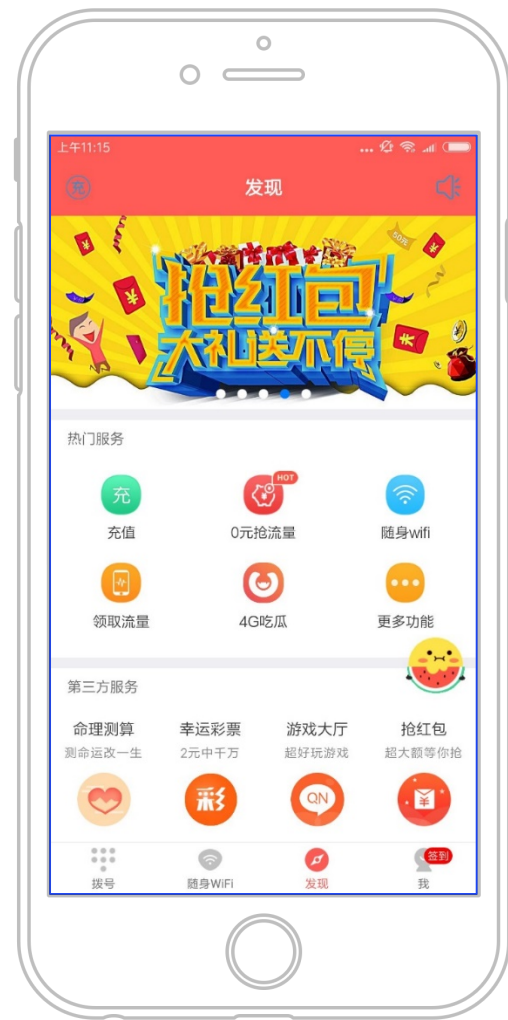


市场引流

用户线

2B TO 2C

- 1 用户还是你们的，平台产生利润的百分之五十分为你们，百分之五十分给我们；
- 2 用户使用的品牌还是属于你们的；
- 3 我们只拥有这个平台的运营权，而拥有权还是归属于你们。



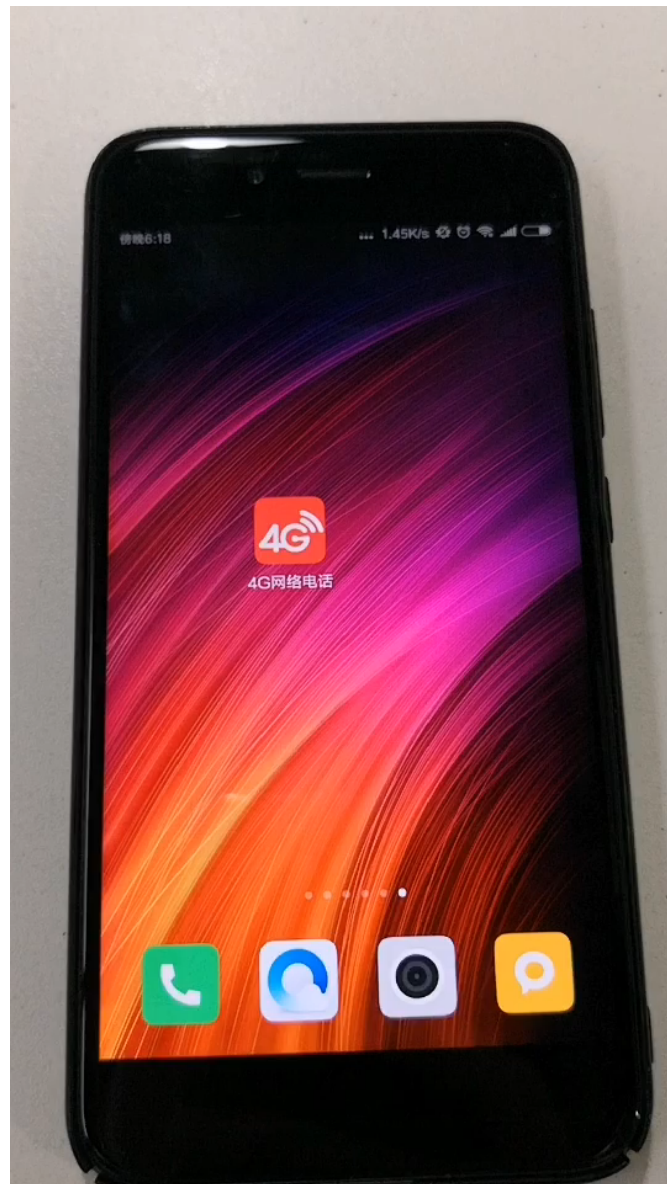
产品线

用户线

运营线

技术线

用户线— B TO C引流视频



用户线

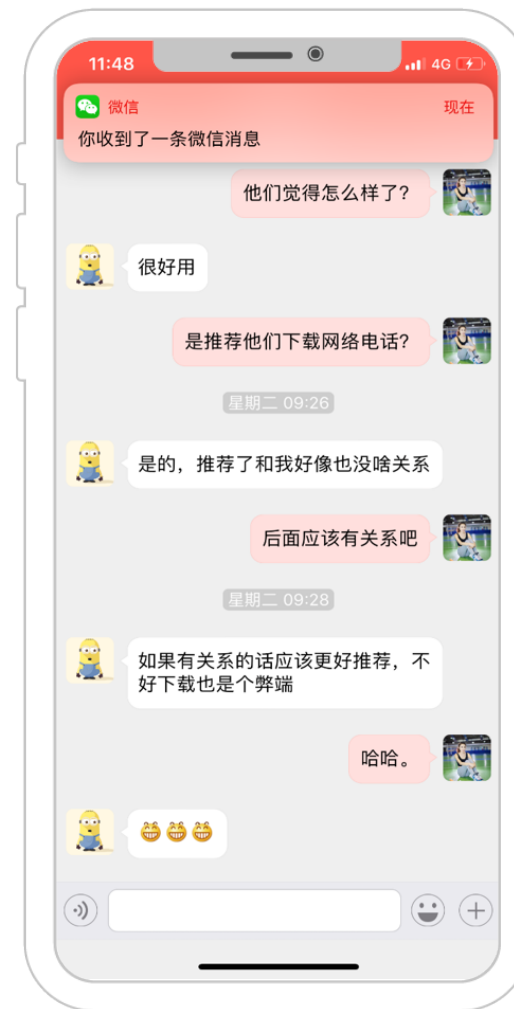
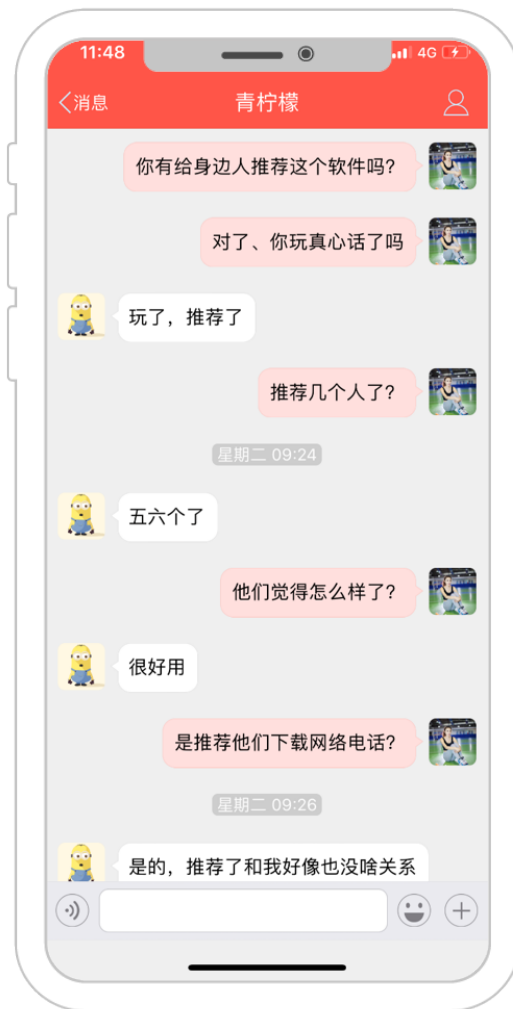
二次引流

- 1 有了这个用户基础以后，我们可以用师徒模式做运营，可以做到二次引流；
- 2 趣头条的师徒模式非常成功；
- 3 我们给今日头条做唤醒业务，用的模式也是师徒模式，也非常成功。



用户线 二次引流-用户意愿

我们的用户对二次引流有良好的口碑积累



用户线 市场引流

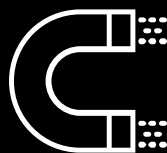
达到一定用户后，平台的知名度提升，届时将启动市场推广，快速获取用户。



运营线



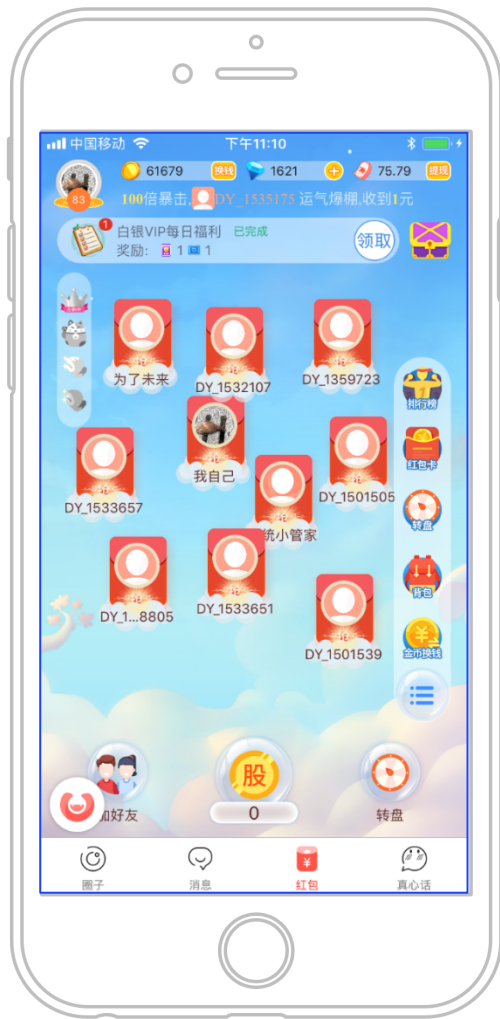
内容运营



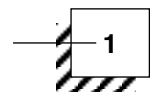
用户和产品之间永远都会有一个
弧度，这个弧度我们用
运营来弥补



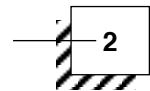
用户运营



运营线 内容运营



用户产生的信息

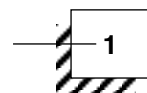


平台已经连接的产品服务

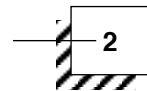
信息分类



运营线 内容运营



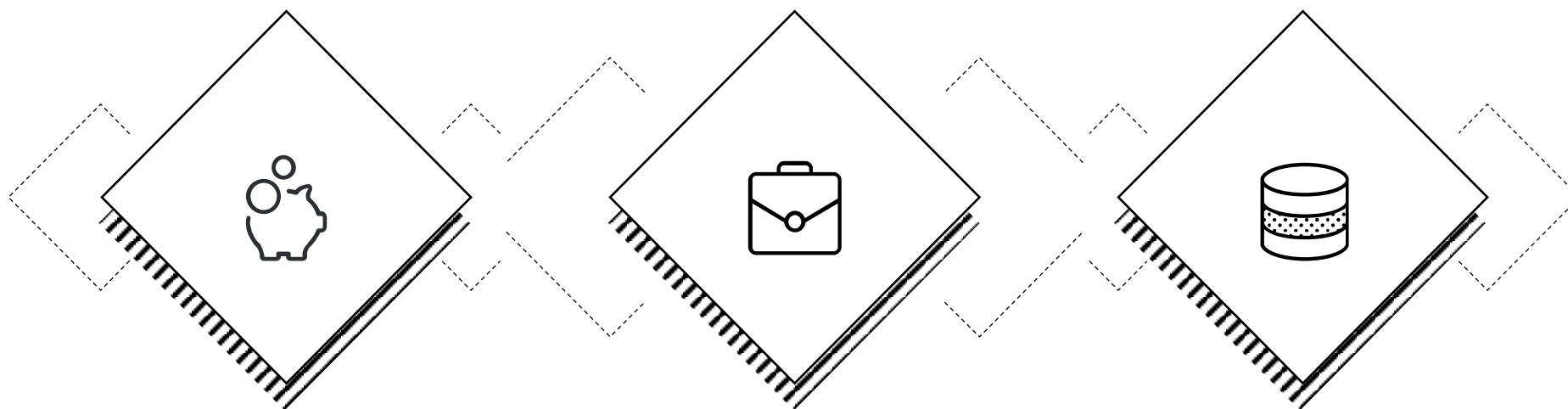
娱乐类型的信息与产品服务，如游戏、影视、小说



生活类的信息与产品服务如金融、出行、餐饮

内容发展

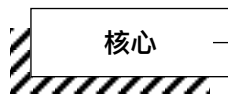
运营线（用户运营）



短：现金运营

中：业务资产

长：股权资产



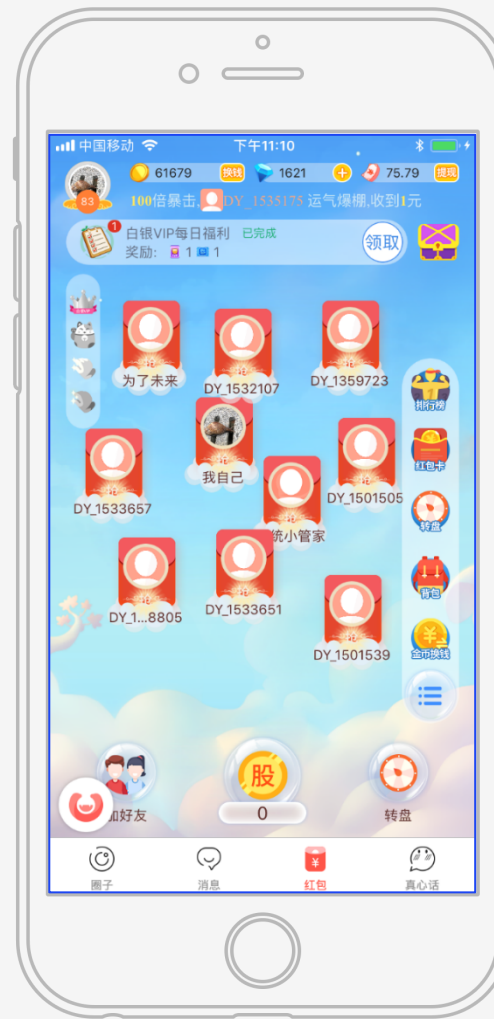
选择一个最简单有效的模式来做运营，就是奖励运营

运营线

奖励运营

- 提升用户留存活跃，并且帮助用户建立平台业务关系链
- 为平台其他业务产品进行导流
- 进行用户二次引流

短期

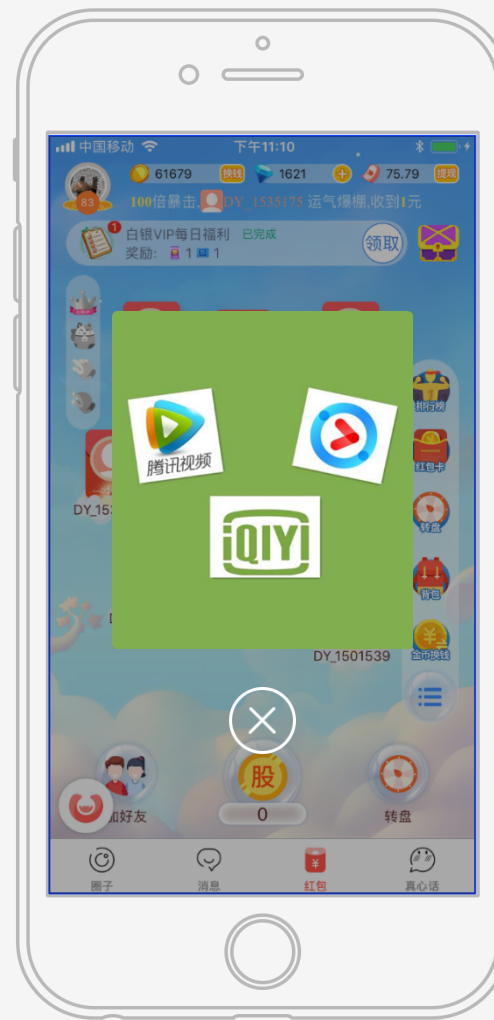


运营线

奖励运营

- 平台会引入很多类型的产品服务，而这些产品服务是需要用户支付才能得到某些特定付费服务的
- 因为我们在短期奖励中，要对用户进行现金奖励，我们是不希望用户进行提现的，所以，我们会尽可能引导用户把钱消耗在产品服务里面
- 前期在抢红包的时候，也会结算业务资产，比如，抢红包会抢到七日视频会员等等

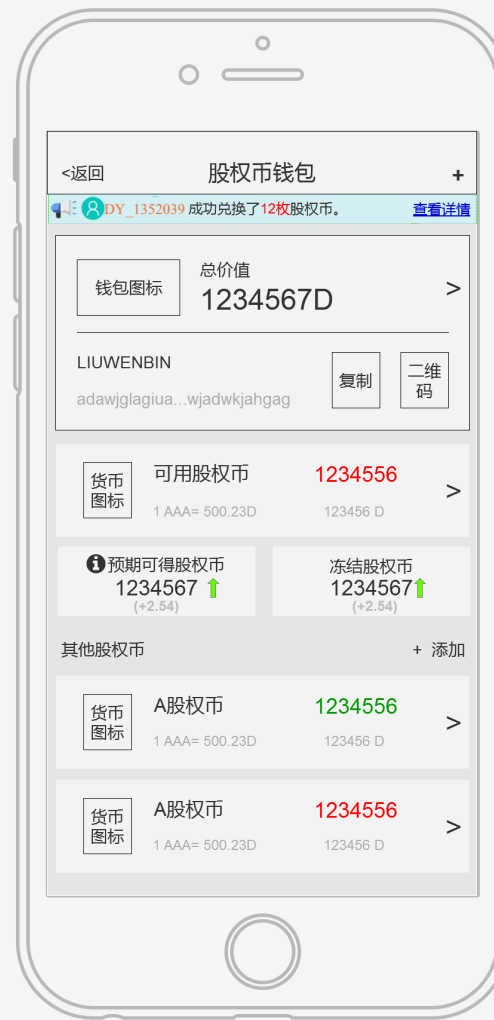
中期



运营线 奖励运营

任何一种奖励运营实质上都是不可持续的，只有一种，那就是股权资产，就是让用户变成我们的**股东**

长期



运营线

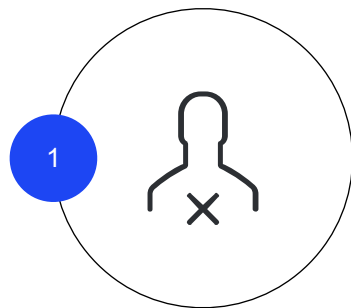
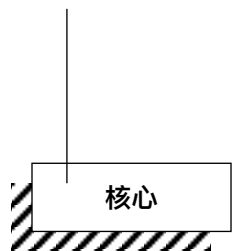
奖励运营-股权资产

任何一种奖励运营实质上都是不可持续的，只有一种，那就是股权资产，就是让用户变成我们的**股东**



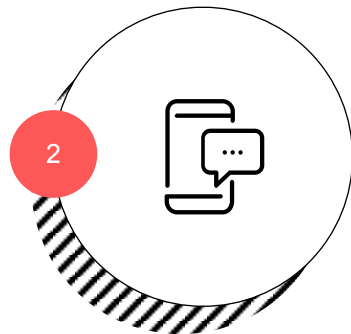
运营线 股权现状

选择一个最简单有效的模式来做运营，就是奖励运营。



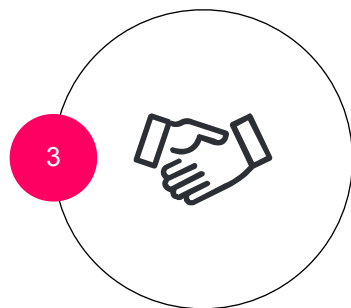
参与者价值

当前的商业模式中，服务提供方获取全部价值，参与者没有分享价值



产品未来

坚信未来是产品服务社交平台



长期

我们愿意把这个产品的股权分给用户。因为相信，消费者可以是拥有者

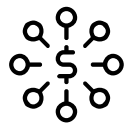
运营线 股权实施

如果公司上市了或者被并购了，
公司所得到的权益一定按照比例
分配给用户。

核心



承诺



发起



约束

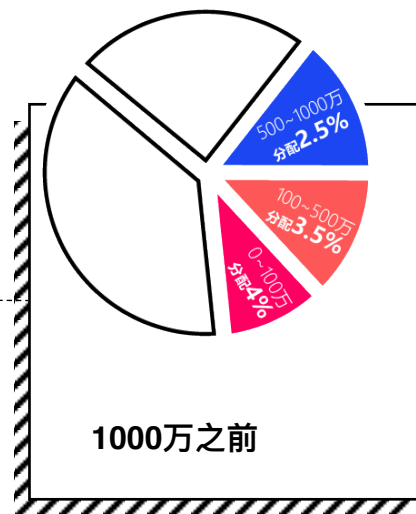
- 10亿日活用户之前，分30%股份给用户；
- 如果公司上市了或者被并购了，公司所得到的权益一定按照比例分配给用户。
- 以100万、人均停留时间超过30min以上的日活用户为目标，发起股权奖励。
- 有一定的比例是受限股，就是需要时间来解禁，还有一定比例是自由股。

运营线 股权分配

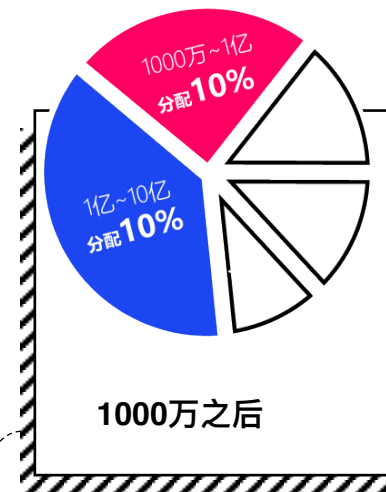
选择一个最简单有效的模式来做运营，就是奖励运营。

核心

按照公司总额**10亿股权币**来计算，也就是说，公司的股权币是固定的

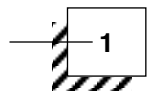


0 ~ 100万， 分配4%
 100 ~ 500万， 分配3.5%
 500 ~ 1000万， 分配2.5%

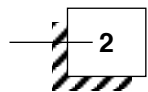


1000万~ 1亿， 分配10%
 1 亿 ~ 10亿， 分配10%

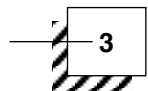
技术线



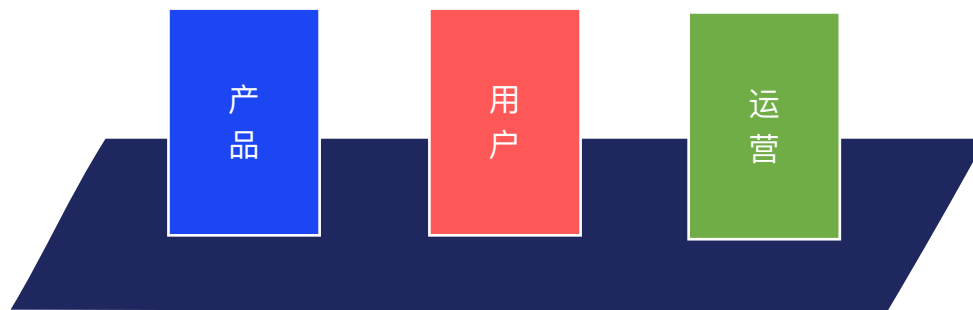
完成对产品服务信息展示与互动的支持，基础模块的支持



完成对合作伙伴高转化率引流的支持



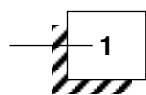
完成对多样运营手段的支持，即运营体系的支撑



技术

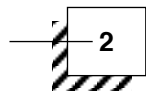
技术线

运营技术线



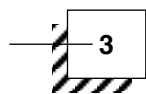
场景自定义

自定义运营场景来触发运营操作，如红包游戏点赞。



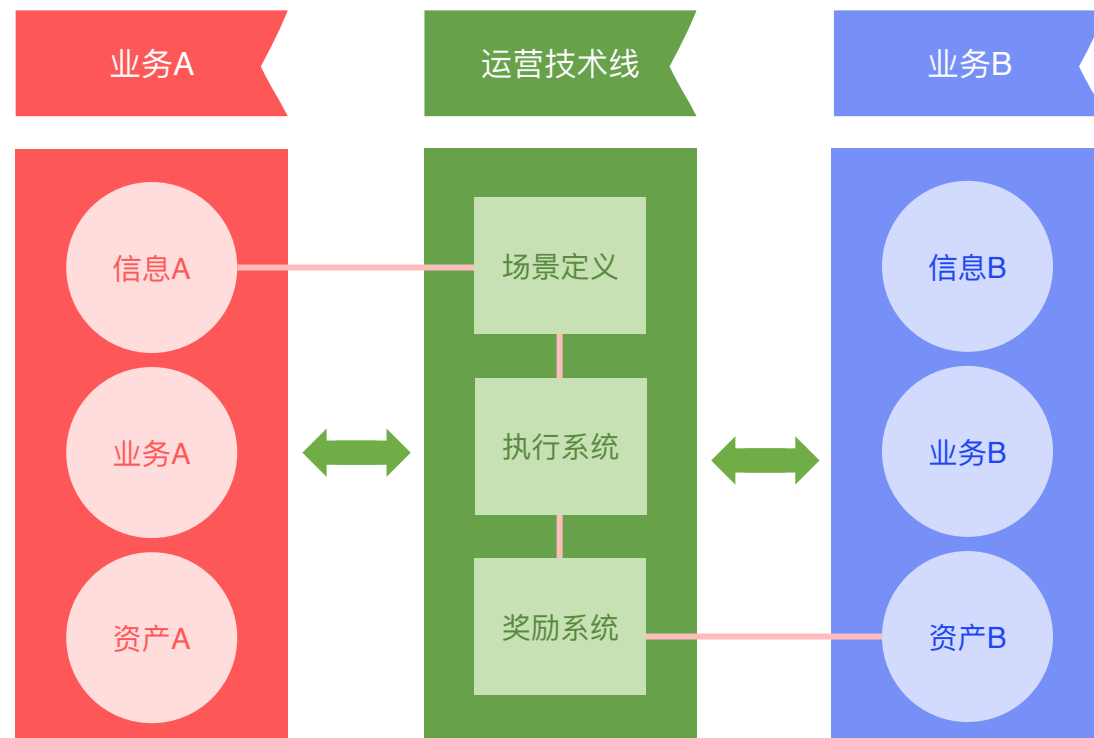
资金链接

支持对多服务资产的连接，比如发放红包游戏现金，钻石，端午节发粽子。



业务链接

能连接业务进行实施，比如红包游戏等级5级的时候，给用户发一条圈子。



A photograph of three business professionals in a meeting. A man in a blue suit is shaking hands with a man in a light grey suit. A woman with long blonde hair is seated between them, smiling. The scene is set in a bright office with a window in the background. The text '谢谢观赏' is overlaid in the center.

谢谢观赏