

# Game for Good

## 公益行业的游戏化社会营销报告

以流浪动物救助为例



# Part 1 | 行業現狀分析



## 中国流浪动物基础数据



综合国际世卫组织以及2021年中国宠物行业白皮书等多方数据显示，2021年中国流浪猫的数量高达5300万只，流浪狗的数量约5000万只，流浪犬猫的数量超过1亿。同期，国内城镇犬猫的数量约为1亿1235万只，城镇犬猫的数量与流浪犬猫的数量甚至将要达到1:1的极端比例。而在如此庞大的基数下，仅有约2%的流浪动物会被收养。

目前可查报告生成时间：2021年



## 流浪动物出现的原因



### 01 主人抛弃

热情消退后，主人会觉得照顾小动物感到厌烦，或因宠物患了疾病，主人不愿意花费昂贵的医疗费用。此外房屋拆迁、工作场所变动、出国、毕业或城市对饲养动物的规定等，以上种种原因都会导致家养宠物成为流浪动物。

### 02 迷路宠物

遛狗时没有正确佩戴牵引绳，任由宠物在小区或大街上乱跑。或在宠物发情、有人诱导、未能正确封窗等情况下走失。此外，一些主人会在宠物丢失后放弃寻找，或因宠物没有进行登记，无法寻找。

### 03 高繁殖能力

动物有着惊人的繁殖能力。以猫为例，一只母猫一年交配两次，平均每窝产5只，小猫在生长六七个月后达到性成熟，然后就可以繁殖后代。如果任由动物自由繁衍，其数量会成倍增长，必然会超过主人的保育限度，遗弃宠物的情况不可避免。



## 流浪动物对社会的影响

### 传播疾病、扰民伤民、环境污染等

此外，流浪动物的存在也引发了人们对于动物福利和生态保护的关注。流浪猫因其捕食行为，每年可能导致大量野生动物死亡，据南京大学副教授李忠秋的研究，中国一年至少有121亿野生动物死于猫口。

数据来源：2020年12月《中国科学报》





## 动物救助行业面临的挑战

### 01 资金不足

运营和服务困难  
专业人才缺乏

### 02 救助体系不完善

依赖于民间组织和志愿者  
缺乏有效的管理和机制

### 03 法律和政策不足

缺乏宠物遗弃的相关法律  
导致问题难以根本解决

### 04 市场监管缺失

市场无需繁殖和不规范交易  
导致流浪动物数量增加

### 05 信息不对称

宠物行业信息不透明  
资源分配不均

### 06 领养难题

领养过程存在诸多问题  
“领养代替购买”不够深入人心



## 研究意义

以“**游戏+**”为核心理念，以游戏化技术和机制帮助流浪动物救助行业实现数字化转型。

### 提供创新解决方案

探索游戏化技术在社会问题中的应用，为流浪动物救助提供创新的解决方案。

### 善款筹集

利用游戏化元素吸引玩家参与，为流浪动物救助筹集资金。

### 提高公众意识

通过游戏化的方式吸引更多人关注流浪动物问题，提高公众对动物福利的认识。

### 倡导公众参与

利用游戏的互动性和趣味性，教育公众如何正确对待和帮助流浪动物。

### 正面形象塑造

展示游戏在社会公益中的积极作用，改变部分人对游戏的传统看法。

# Part 2 | 目標用戶分析



营销的思维起点是用户 



## 调研背景

该定量调研旨在了解用户对于养宠行为的认知、动机、以及对于线上/线下领养或救助动物的看法。通过此调查，我们希望揭示：

1. 用户对于饲养/领养宠物的基本认知程度
2. 愿意领养动物的人群特征
3. 部分用户不愿接受领养这一形式的核心原因
4. 对于线上领养/救助动物的应用的观点收集



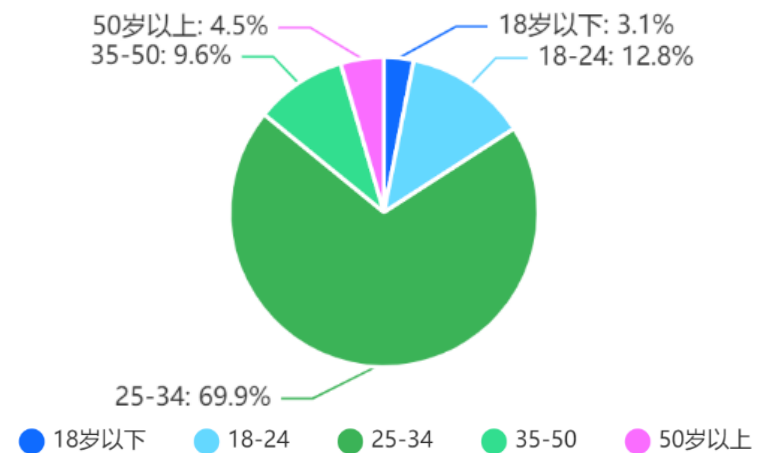
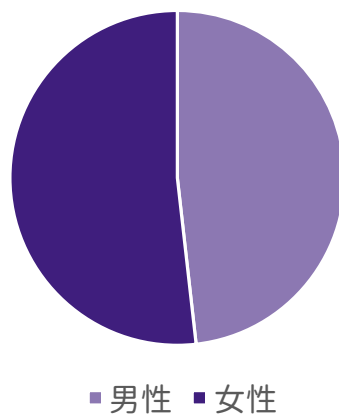
## 样本池分析

样本规模：共计3132人，其中男性占48.21%，女性51.79%

样本特征：25-34岁青年人居多，占69.9%

样本渠道：端午节期间由第三方问卷调研机构（1500份）、宠安家、项目组宣传完成

样本数据性别占比



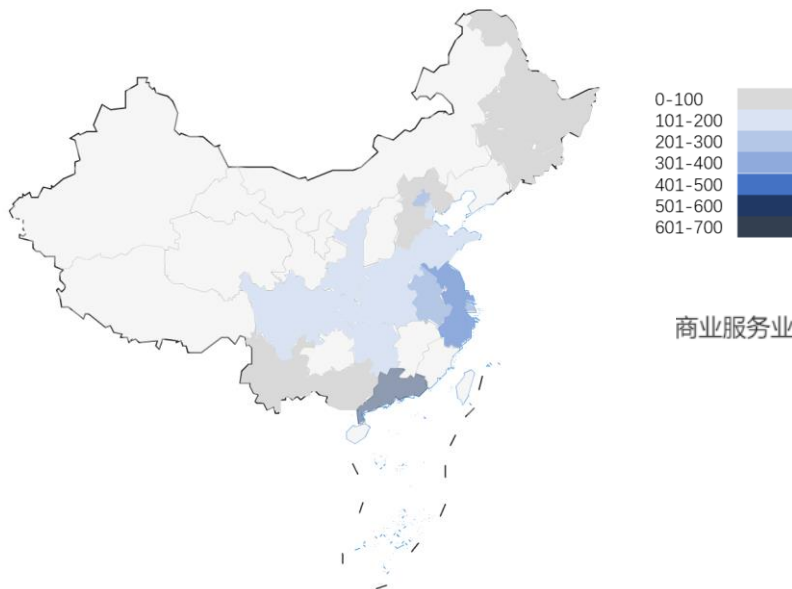


## 样本池分析

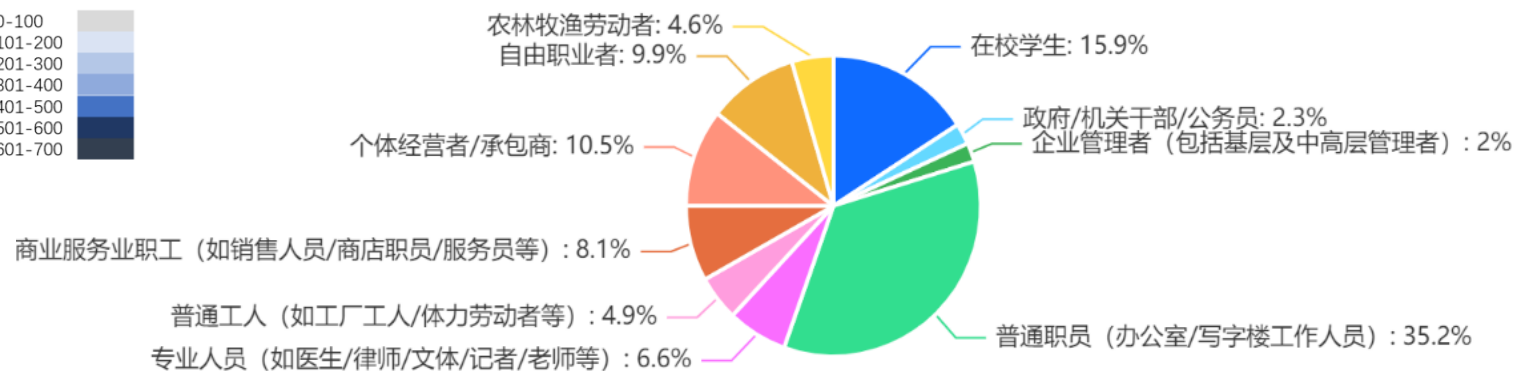
样本特征：职业以普通职员以及在校学生居多

地域涵盖了23个省/直辖市，以珠三角地区较为密集

调研用户地区分布



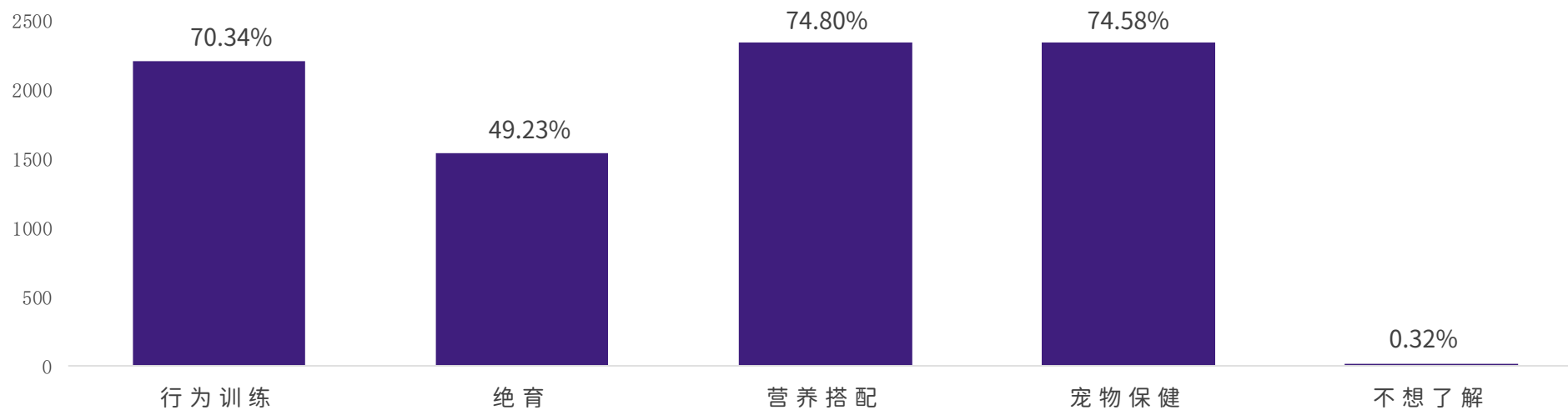
调研用户职业分布





## 养宠认知欲望

用户对养宠的相关知识有较高的了解欲望，尤其是对宠物行为训练、宠物科学喂养、健康保健、科学绝育的相关知识了解欲望迫切。仅有极少的用户不想了解相关信息。

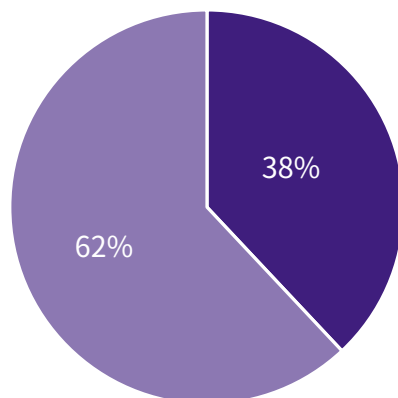




## 潜在领养人群核心特征

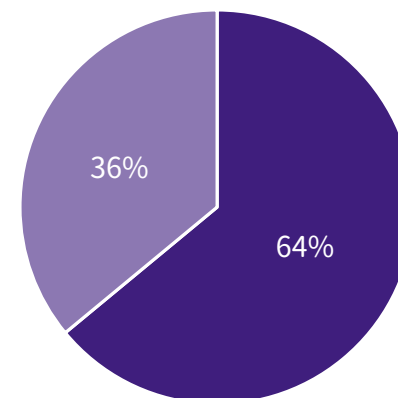
在本次全部样本3132份问卷中，曾有过领养行为的用户有 1188位。而未曾有过领养行为的用户中，愿意进行领养的有 1246位。

已领养用户占比



■ 有过领养 ■ 没领养过

愿意领养用户占比

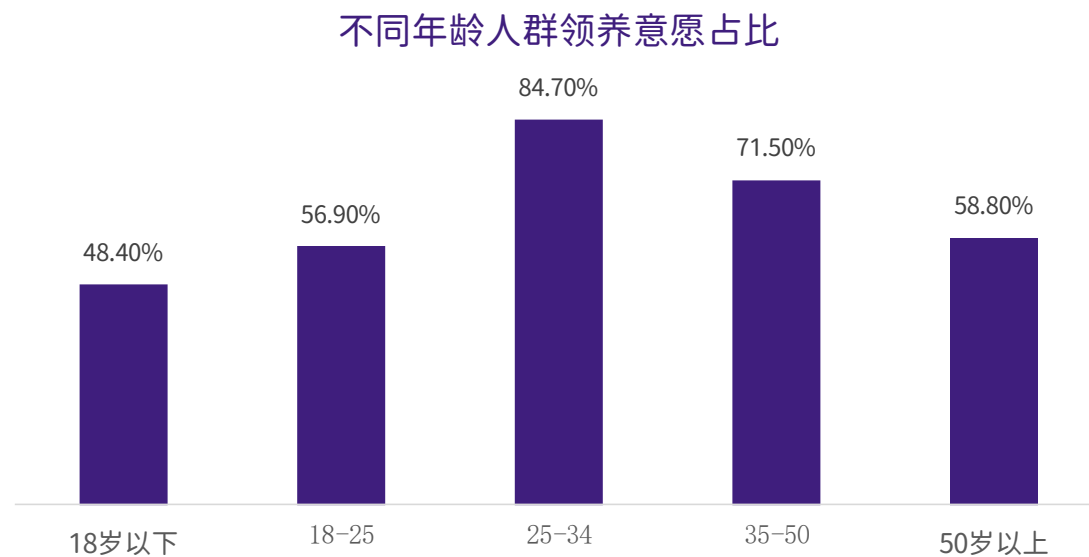


■ 愿意领养 ■ 不愿意领养



## 潜在领养人群核心特征

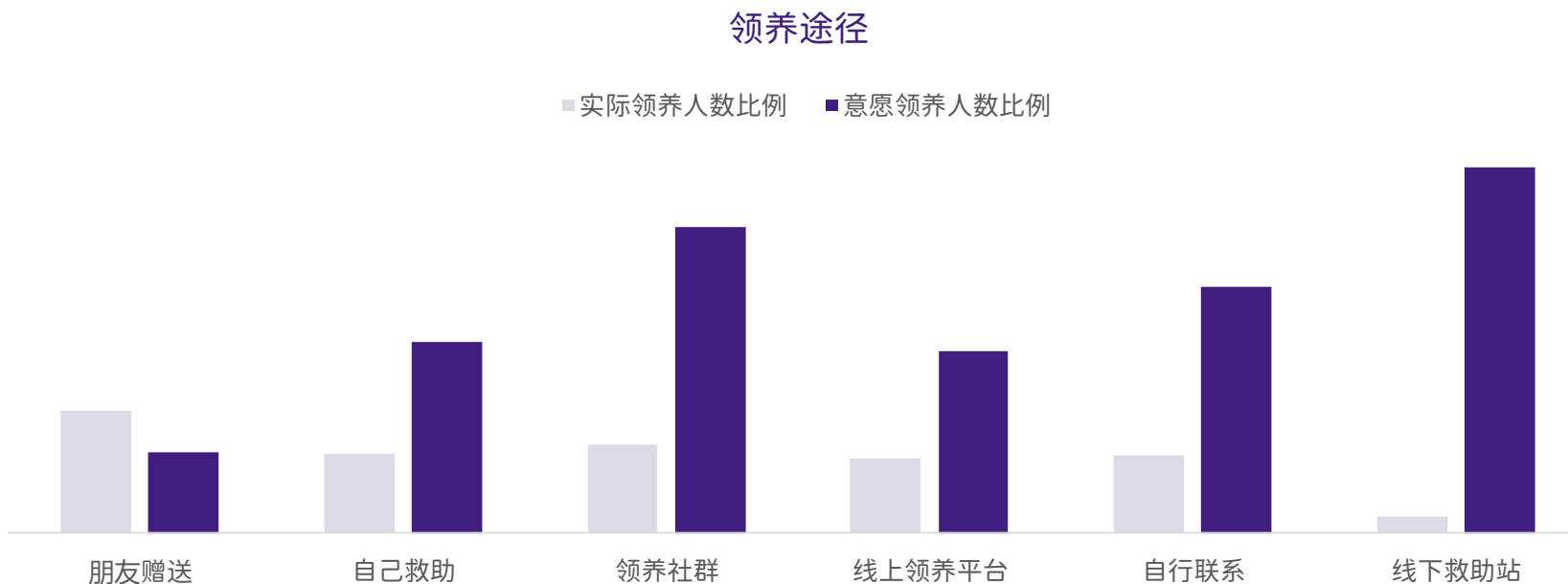
其中 25 - 34 岁的青年人愿意领养的比重为 84.7%，是所有人群中意愿度最高的，后续营销方案将主要锚定 25 - 34 岁的青年人群





## 潜在领养人群核心特征

根据问卷显示，已领养宠物的用户实际领养渠道与愿意领养人群所选择的渠道存在较大差异。可见，实际领养人和潜在领养人所表现出来的关于领养途径的认知和行为存在较大的差异。



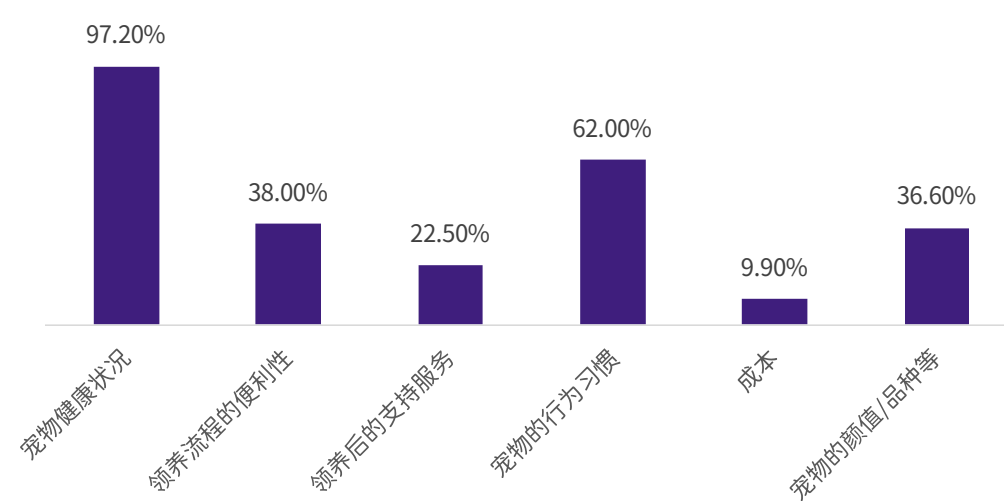




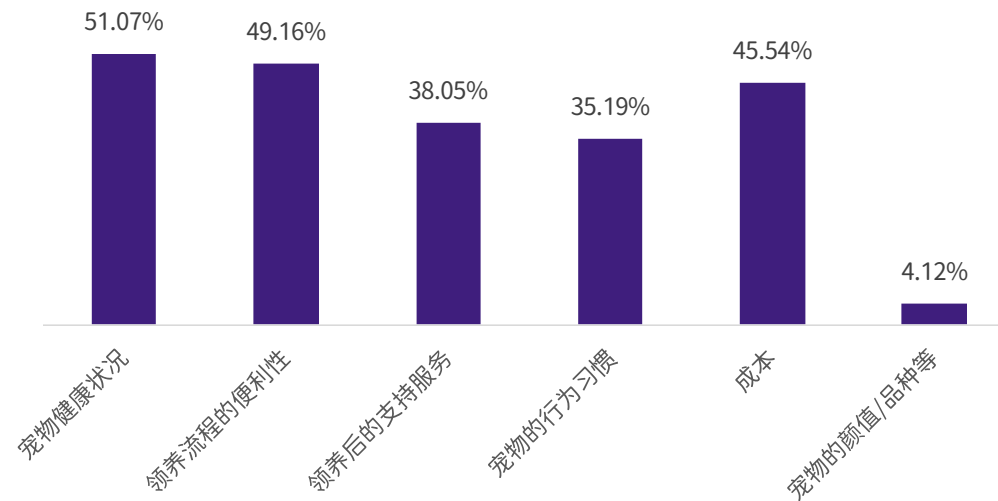
## 潜在领养人群核心特征

综合来看，不同经验的用户关注的特点也有所不同，相比之下，无经验人群对宠物健康、颜值、品种的关注度高于有经验人群，有经验人群对于领养流程便利性、养宠成本的关注度高于有经验人群。

### 无经验人群关注点



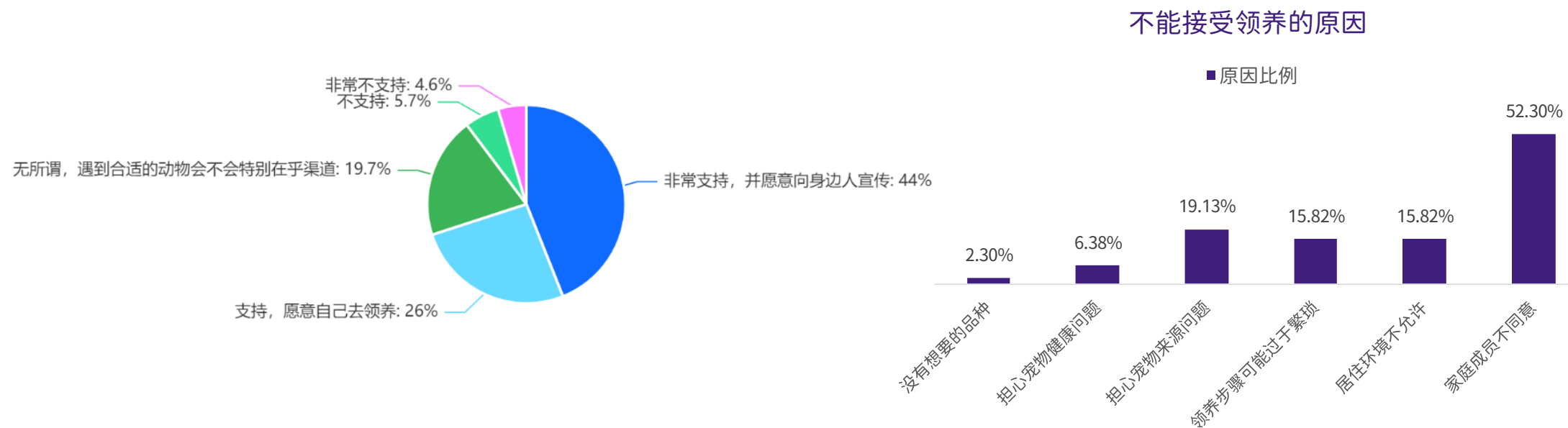
### 有经验人群关注点





## 不愿意领养动物的核心原因

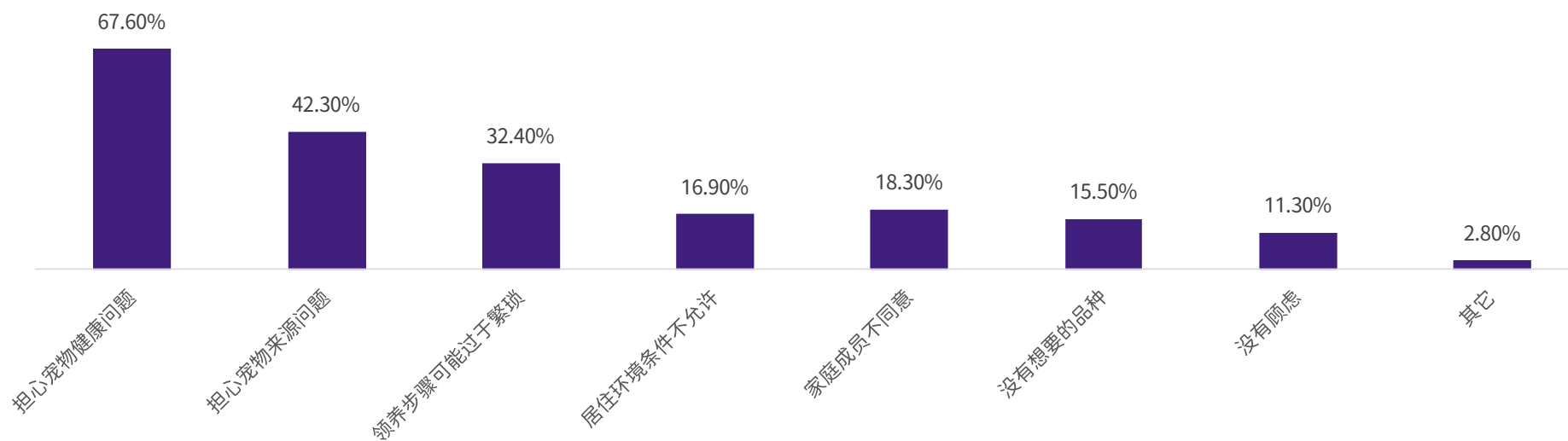
领养代替购买“这一理念有9.87%的人群表示不支持，行为上有23.93%的用户表示不能接受领养。其不能接受领养的原因包括家庭不同意，以及担心来源等问题。





## 不愿意领养动物的核心原因

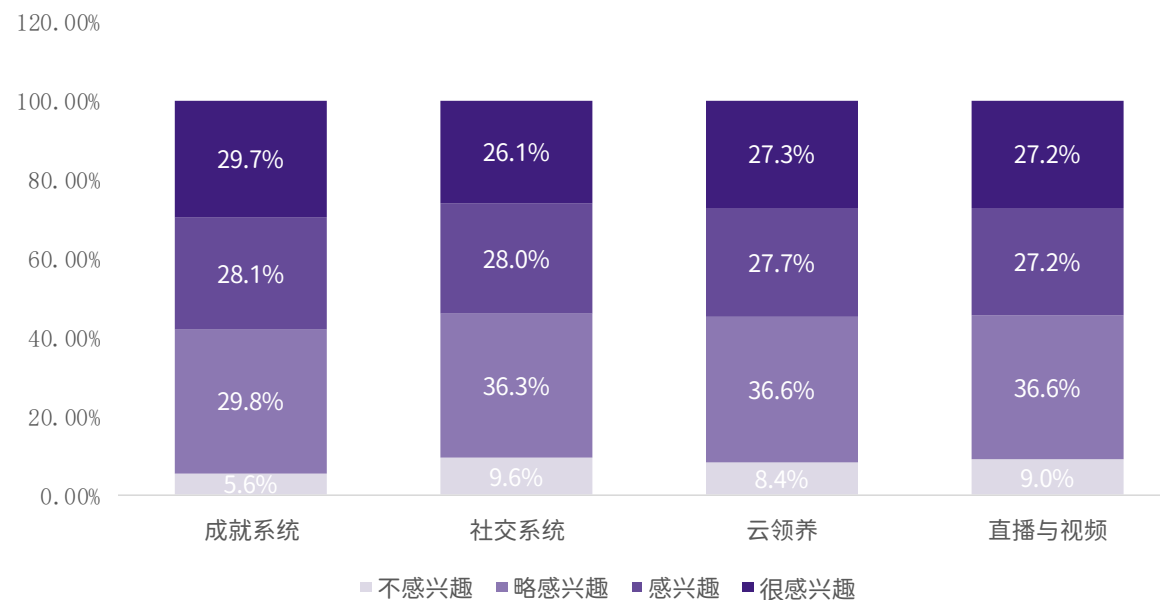
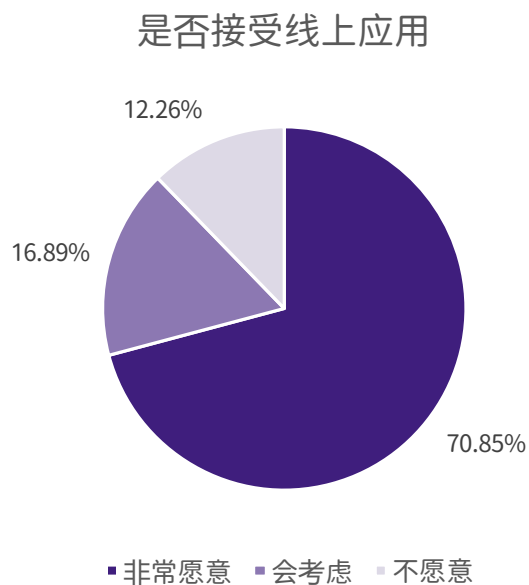
而愿意领养的用户也对领养存在一定的顾虑，主要的顾虑点聚焦在担心宠物健康、来源、以及领养步骤可能过于繁琐等问题。结合以上，可以看出“潜在用户”和“不愿意领养”的用户需通过不同的发力点来影响/促进他们对动物领养的认知和行为转变。





## 对于领养小程序的态度

对于小程序领养，3132份问卷中有12.26%的用户表示不愿意接受。对于其游戏化的升级功能，用户对成就系统、社交系统、云领养、直播与视频内容都表示出了一定的兴趣。



## 促进用户的认知和行为转变



# Part 3

## 沟通模型 认知改变策略



## 社会营销vs商业营销

	商业营销	社会营销
产品类型	产品/服务	行为改变
营销目标	财务收益	个人/社会收益
竞争对手	相似品/替代品	个体的现有行为
营销难易	困难	地狱







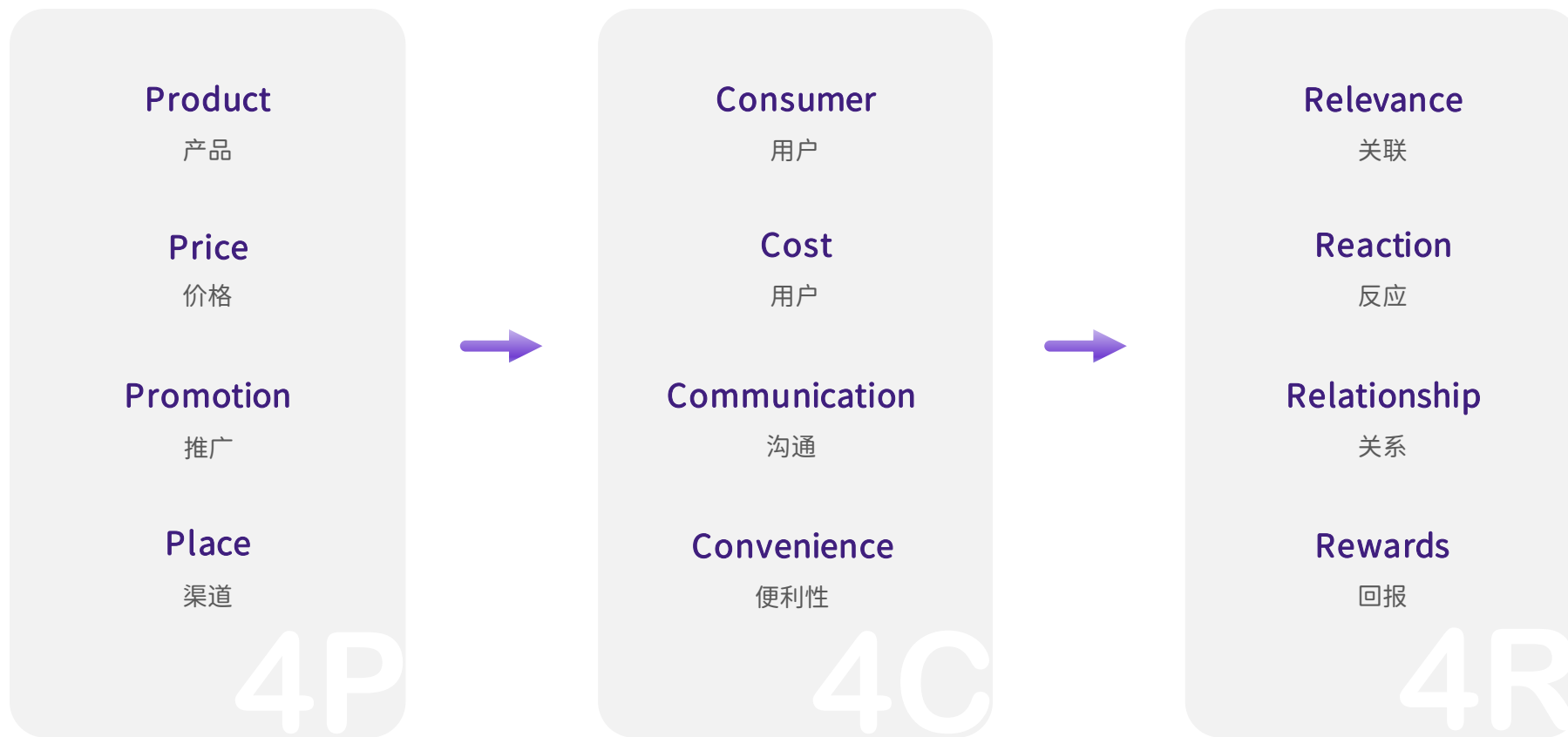
## 游戏化的社会营销用户沟通模型



# Part 4 | 具体方案策划

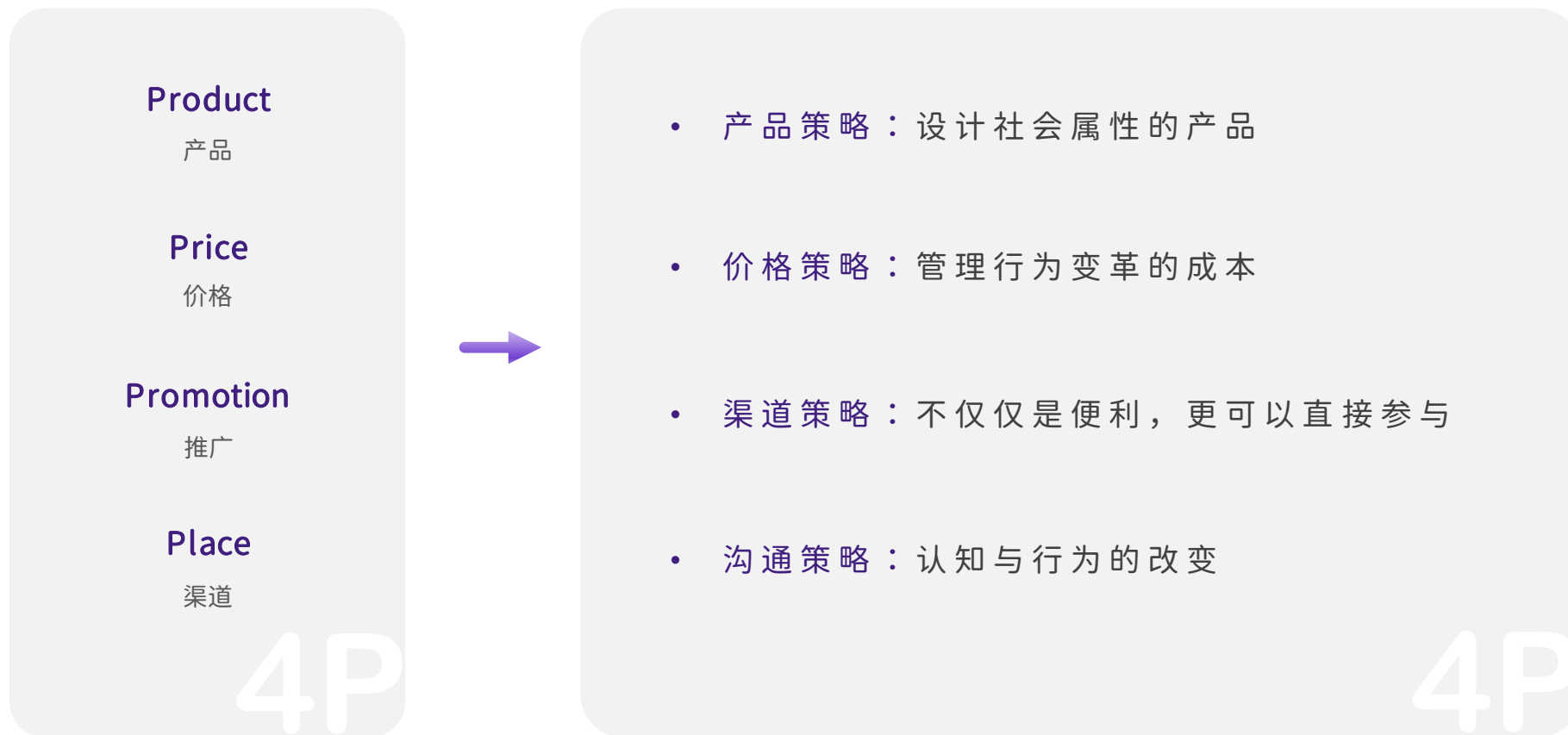


## 传统营销理论进化





## 更适用于G4G的理论模型



Adopt pets instead of buying pets instead of buying

领养代替购买





## 用户的认知改变路径

用户认知

态度改变

产生行动

长期参与

- 通过具有**游戏属性**的主题赛事和**营销事件**，向社会宣传“领养代替购买”这一理念
- 利用**易于参与的赛事活动**引起用户对领养的兴趣，并开始关注相关信息
- 帮助用户形成积极的领养态度，改变认知，认同领养是值得支持和参与的行为



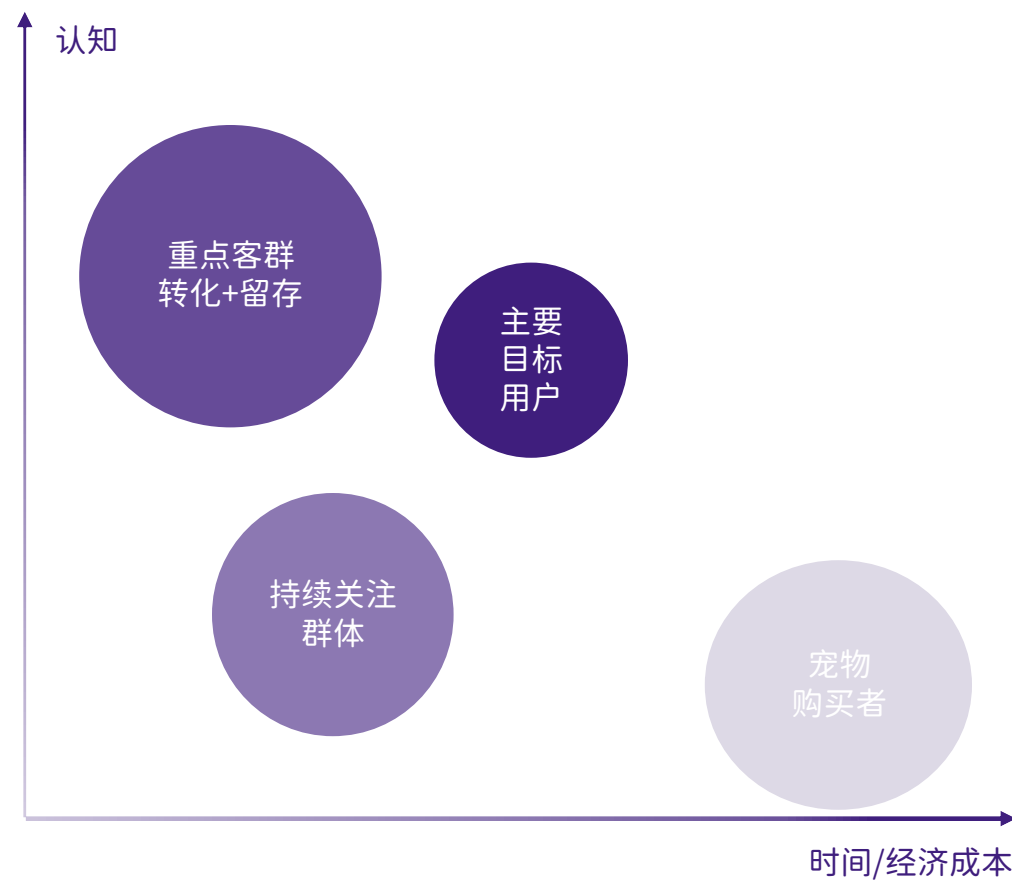
## 目标用户画像

年龄：25 - 34岁

职业：白领、自由职业者

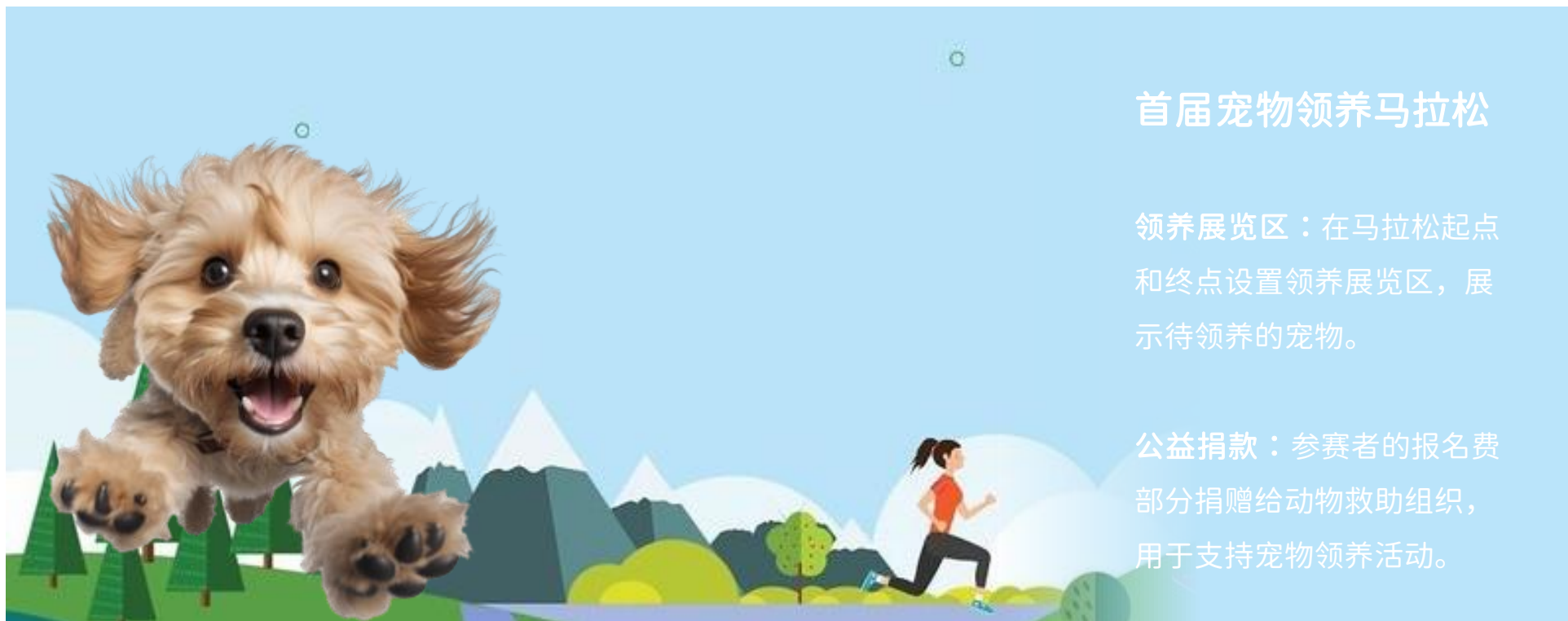
标签：关心动物福利、环保意识强、注重陪伴与情感连接

行为特征：有过宠物养育经验的人可能更倾向于再次领养宠物；活跃于社交媒体，特别是宠物相关的群组 and 论坛。





## 主题马拉松比赛



### 首届宠物领养马拉松

领养展览区：在马拉松起点和终点设置领养展览区，展示待领养的宠物。

公益捐款：参赛者的报名费部分捐赠给动物救助组织，用于支持宠物领养活动。





## IP建设与周边售卖



绿植领养

添加

第十二届绿植领养专属表情包上线啦

微博



宠物+打工人表情包





## IP运营

### 打造领养领域的超级IP



### 品牌联动 KOL配合打法

小红书 (60%)

微信 (20%)

抖音 (10%)

微博 (10%)

社交媒体全平台公益角度植入投放，扩大曝光快速引流

# Paw Paw艺术节





## 艺术节建设

提升宠物领养的认知度和兴趣，为宠物领养和救助组织筹集资金

### 现场艺术创作

通过现场创作吸引观众，增加活动的动态感和互动性  
邀请当地艺术家展示他们的宠物画作、雕塑和摄影作品

### 领养信息展示区

宣传待领养宠物的信息，推动宠物领养。  
教育孩子们如何正确对待和照顾宠物。

### 宠物健康与护理讲座

邀请兽医和宠物专家进行宠物健康、营养和护理的讲座  
募集志愿者和资金，支持宠物救助和领养活动

Online Pet Adoption Online Pet Adoption Online Pet Adoption Online Pet Adoption

# 线上宠物领养





## 用户的态度改变路径

用户认知

态度改变

产生行动

长期参与

- 通过**设置引人入胜的游戏化互动机制**，以更低的门槛让用户了解流浪动物的处境
- 通过**虚拟领养、线上认养等游戏化的形式**，吸引用户深入了解领养流程和作用
- 完成用户的身份转换，体验领养带来的情感变化和社会认同





## 目标用户画像

年龄：18 - 34岁

职业：学生、白领、自由职业者

标签：动物爱好者、科技爱好者、环保主义者、  
游戏玩家

行为特征：喜欢在社交平台上分享自己的体验和观点、对动物有较强的情感共鸣，具有同情心、责任感





## 线上云领养·认养你的TA

利用技术手段连接线上用户与线下流浪动物，通过**虚拟认养**的方式，让用户参与到动物的实际救助中。







## 线上云领养·认养你的TA

### 功能特点：

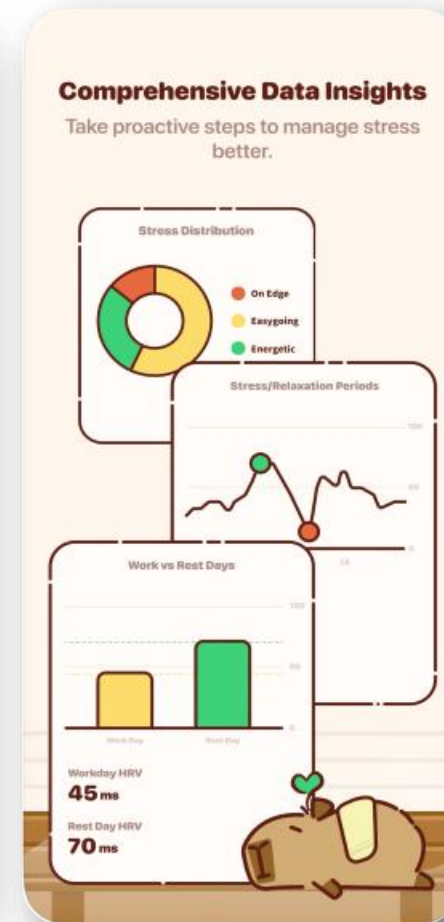
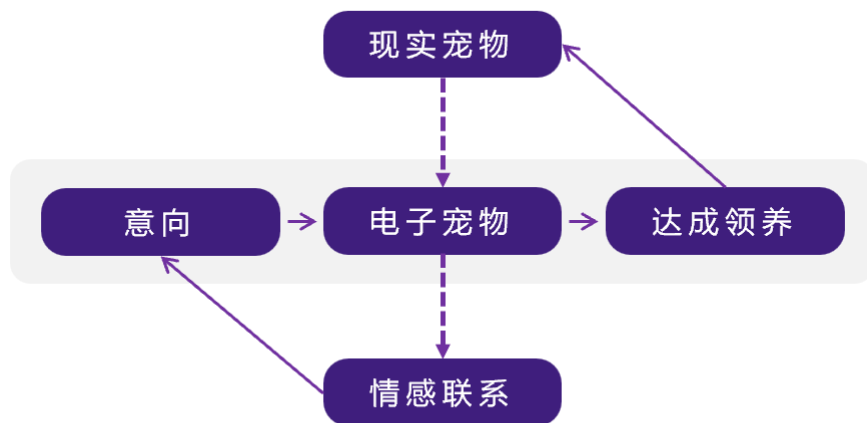
- 1.认养匹配：**用户可以在小程序中浏览待领养的流浪动物，选择一只进行虚拟认养。
- 2.捐助机制：**用户可以通过一次性捐助或定期捐助的方式，为认养的动物提供食物、医疗等救助金。
- 3.广告机制：**用户观看相关的公益广告或合作伙伴的广告，为动物赚取救助金。
- 4.打卡机制：**鼓励用户每日登录小程序，通过签到、完成任务等方式，为认养的动物积累救助金。
- 5.实时更新：**提供动物的最新动态和照片，让用户感受到他们的捐助带来的实际变化。
- 6.社交分享：**允许用户分享自己的认养故事到社交平台，吸引更多人参与。
- 7.认养证书：**为认养用户提供电子证书，增加认养的荣誉感和归属感。





## 线上云领养·领养一只电子宠物

通过游戏化的方式，让用户在轻松愉快的氛围中体验领养宠物的全流程，增加用户对领养的认识和兴趣，并在游戏中植入真实的线下领养转化入口。





## 线上云领养·领养一只电子宠物

### 功能特点：

- 1.领养流程**：模拟真实的领养流程，包括申请、审核、领养教育、日常护理等环节。
- 2.日常任务**：设计日常任务，如喂食、散步、玩耍等，让用户在游戏中体验养宠的日常。
- 3.成长系统**：宠物会随着用户的照顾而成长，展示不同的成长阶段和变化。
- 4.健康机制**：模拟宠物可能遇到的健康问题，教育用户如何应对宠物疾病。
- 5.社交互动**：允许用户与其他玩家交流领养经验，分享宠物成长的故事。
- 6.成就系统**：设置成就和奖励，鼓励用户完成特定的领养任务和挑战。
- 7.领养资格测试**：在游戏的最后阶段，用户可以选择参与领养资格测试，以确保他们了解现实领养领养的责任和要求。
- 8.捐助选项**：游戏开始前/结束后，提供选项让用户可以选择为现实中的流浪动物捐助。



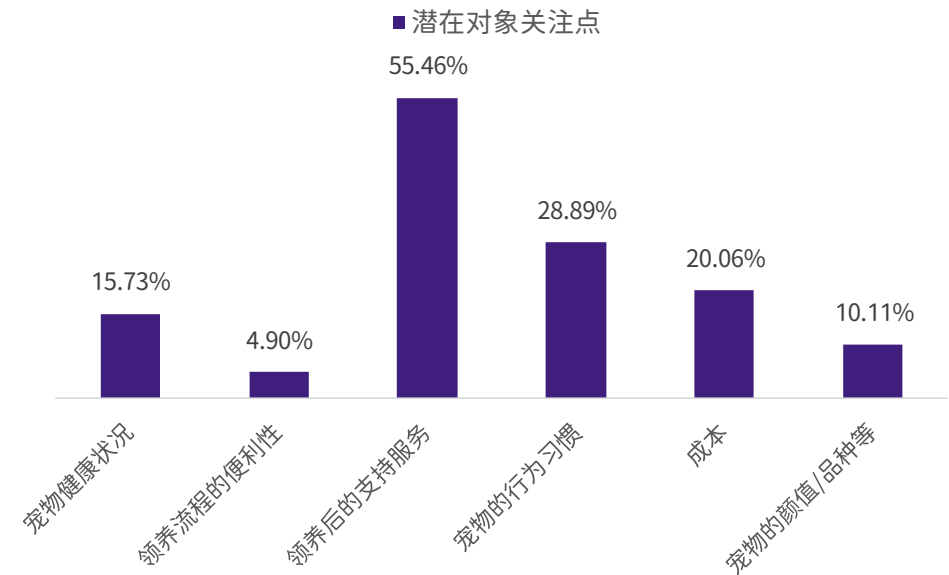


## 线上云领养·领养一只电子宠物

**知识普及与环境搭建**，在电子宠物的设计中，可以加入与宠物相关的知识普及，例如饮食、医疗、行为训练等，同时指导领养人如何搭建一个适合宠物居住的环境

**构建一体化的线上宠物领养家园**，将宠安家的支持服务、送领养服务融入进游戏设计中，增强领养人对领养的意识以及对平台的了解

潜在对象关注点

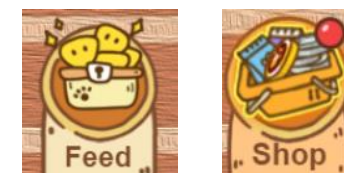
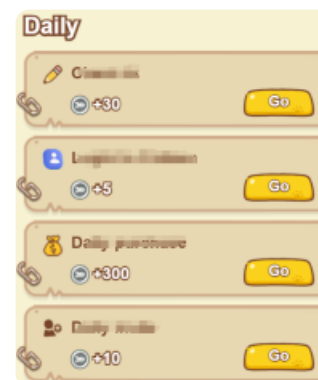




## 线上云领养·领养一只电子宠物

**宠物形象**，可以自由定制设计宠物形象，并根据现实中宠物的习性、爱好，对电子宠物设置不同的参数

**定制化的游戏内置任务**，根据电子宠物参数，用程序自动生成定制化的内置任务，从而使得每个电子宠物的日常喂养、互动会相对不同



Achievement System Motivation Achievement System Motivation

# 成就动力系统







## 用户的行为转变路径

用户认知

态度改变

产生行动

长期参与

- 利用游戏特有的**成就系统和激励机制**，培养动物救助意识，探讨如何提高用户对动物救助的关注度和参与度
- 通过**设置合理的成就目标与激励引导**，引导用户转变态度，愿意参与动物救助活动
- 为用户提供成就奖励，激发用户参与，产生行动



## 不同类型的奖励机制及其效果

### 奖励机制的类型



奖励机制是一种行为激励手段，通过给予参与者一定奖励，激发其积极参与动物救助活动

### 精神奖励



精神奖励是通过给予荣誉、成就感等形式，激励用户参与动物救助活动

### 物质奖励



物质奖励是通过给予实物的形式，激励用户参与动物救助活动，如礼品、现金等

### 混合奖励



混合奖励是将物质奖励和精神奖励相结合，以激发用户积极参与动物救助活动





## 不同类型的奖励机制及其效果

### 成就系统设计



探讨如何设定与分级成就，以激励用户参与动物救助活动

### 成就分级



评估不同等级成就的难度和吸引力，以引导用户投入动物救助活动

### 成就设定



分析成就系统的基础设定，如目标、任务和奖励

### 奖励机制设计



研究奖励系统，包括奖励种类、价值和触发条件，以提高用户参与度





## 奖励机制的研究



奖励机制在动物救助  
活动中的应用  
探讨奖励机制如何激发  
用户参与救助活动



成就系统在动物救助  
活动中的设计  
分析成就系统如何鼓励  
用户参与救助活动



方案一：领养小程序  
的奖励机制  
针对领养小程序定制的  
用户奖励机制



方案二：领养小程序  
的成就系统  
针对领养小程序定制的  
成就系统



## 领养小程序的优化方案：成就系统



01



### 入门级成就

设置简单任务，如首次登录、完成个人资料填写等，快速给予用户成就感

02



### 日常任务

鼓励用户每日登录参与，通过日常任务积累积分或经验值

03



### 教育成就

用户完成特定教育模块或相关视频观看即可积累成就，提高用户认知

04



### 互动成就

鼓励用户在小程序内进行社交互动，如评论、参与社区讨论等

05



### 排行榜

引入排行榜机制，展示领先用户，激发用户之间的良性竞争

06



### 等级系统

根据用户的经验值或积分设置登记，高等级用户可以解锁更多功能和标识



## 领养小程序的优化方案：奖励机制



01



### 里程碑奖励

设定目标，如累计登录天数、累计捐赠额度等，达到特定目标给予奖励

02



### 限时任务

定期推出限定挑战或活动，鼓励用户在短时间内集中参与，解锁奖励

03



### 救助贡献

根据用户对流浪动物救助的实际贡献设置不同级别的奖励

04



### 虚拟奖励

提供虚拟会长、宠物装扮、小程序游戏内特权等，增加趣味性

05



### 实物奖励

对于特别贡献的用户，提供实物奖励，如帆布袋、T恤、玩具、优惠券等

06



### 反馈循环

建立反馈机制，让用户参与到奖励机制和成就系统的改进中，提高满意度



Pet Rescue Community Pet Rescue Community Pet Rescue Community Pet Rescue Community

# 宠物社区



## 用户的行为转变路径

用户认知

态度改变

产生行动

长期参与

- 利用游戏天然的社交属性与社区的特性，向用户传递宠物救助的最新信息和重要性
- 利用游戏的强渗透性，在社区中开展主题讨论和意见征集，引导用户形成积极的态度
- 利用游戏的高粘性与社区的内容自循环，帮助用户长期维持领养行为，并成为领养理念的传播者







## 社区营销与社交营销的区别

### 社交网络



以个人结构展开、强调个人意志，不存在群体规范，无领袖或组织者，上手成本高、熟练成本低。重心在关系，即：人、网络关系

### 社区、社群网络



以群体结构展开、强调群体意志，强调群体的规范，有领袖或有组织者，上手成本低、熟练成本高。重心在话题，即：内容、兴趣喜好



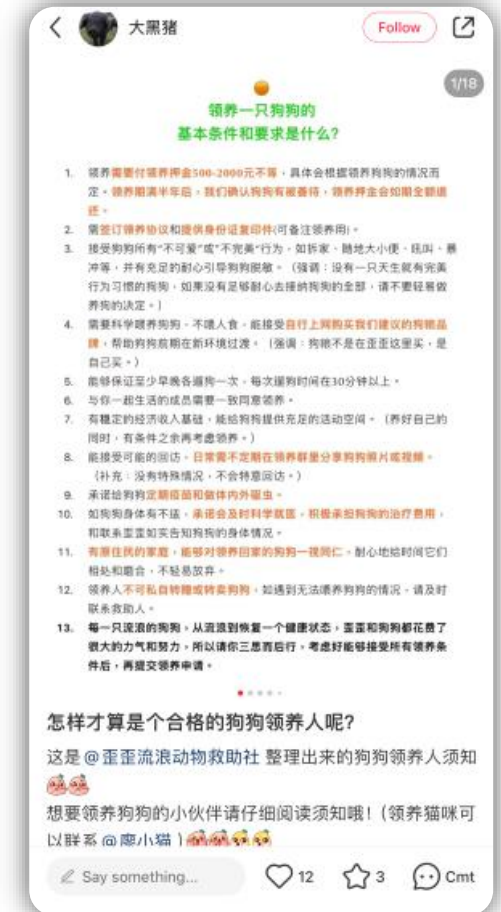


## 视频+内容社区营销

邀请B站/小红书KOL参与，以公益角度进行联名合作，通过直播或视频的形式展示UP主领养宠物的日常，如：喂食、清洁、疫苗、玩耍等。

同时对科学领养知识进行宣教，包含：领养协议、科学喂养、中转家庭、宠物脱敏知识等，吸引粉丝和用户在社区内形成讨论氛围。

进一步降低潜在用户的领养决策成本，促进用户行为转变。





## 视频合拍+打卡挑战

社群中，用户会自发形成讨论氛围，进行养宠知识、育宠好物分享等行为。

救助中心可以与KOL进行合作，使用合拍功能共同上传视频/创建内容讨论社区，并号召粉丝参与打卡挑战，盘活流量：

#宠物成长日记

#中转家庭100问

参与打卡或进行领养的用户即可获得电子奖章/合作企业赠送的领养礼品等。





## 小程序内社区建设

社区功能：

- 1.论坛/讨论板块：不同主题的讨论区，如领养经验分享、宠物护理知识、领养故事等。
- 2.实时聊天室：支持即时交流，如领养咨询、紧急救助信息发布等。
- 3.用户动态/个人空间：用户可以发布自己的领养故事、宠物日常，形成个性化展示。
- 4.活动发布区：发布线上和线下的宠物救助相关活动，如领养日、讲座、志愿者招募等。
- 5.资源分享区：用户可以分享和获取宠物护理资源、领养信息、救助知识等。
- 6.问答帮助区：用户可以提出问题，其他用户或专家可以提供帮助和解答。
- 7.用户反馈区：用户可以提供对小程序的反馈和建议，促进产品改进。
- 8.成就展示区：展示用户在小程序中获得的成就和奖励，增加荣誉感。







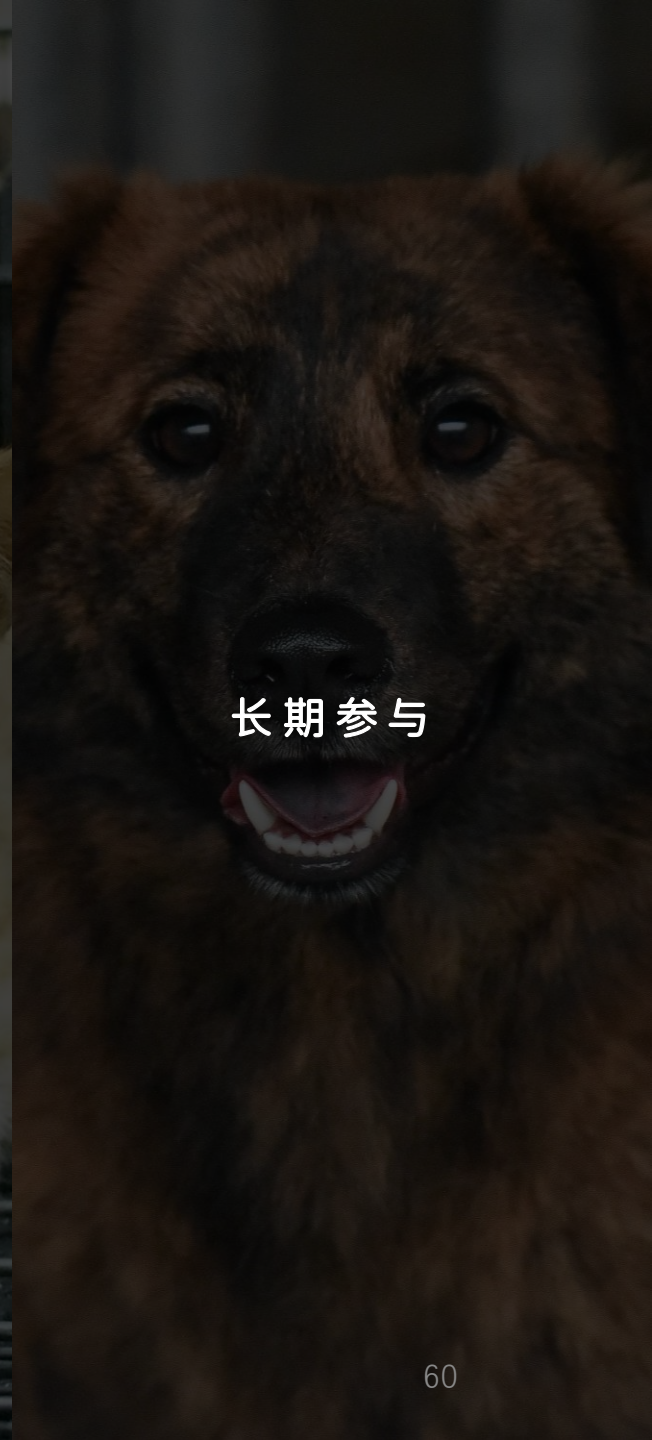
用户认知



态度改变



产生行动



长期参与





“领养代替购买”

感谢观看

