

RCS

构建后互联网时代 场景化私域流量

RCS

To build private traffic according to different scenarios in post-Internet era

纵观人类互联网发展的35年

PC + 资讯

- 内容互联网 -

Mob + 服务

- 产业互联网 -

生成资讯 (1990-2000年) 网络初联，有路无车

让内容丰富起来 看什么内容，去什么网站

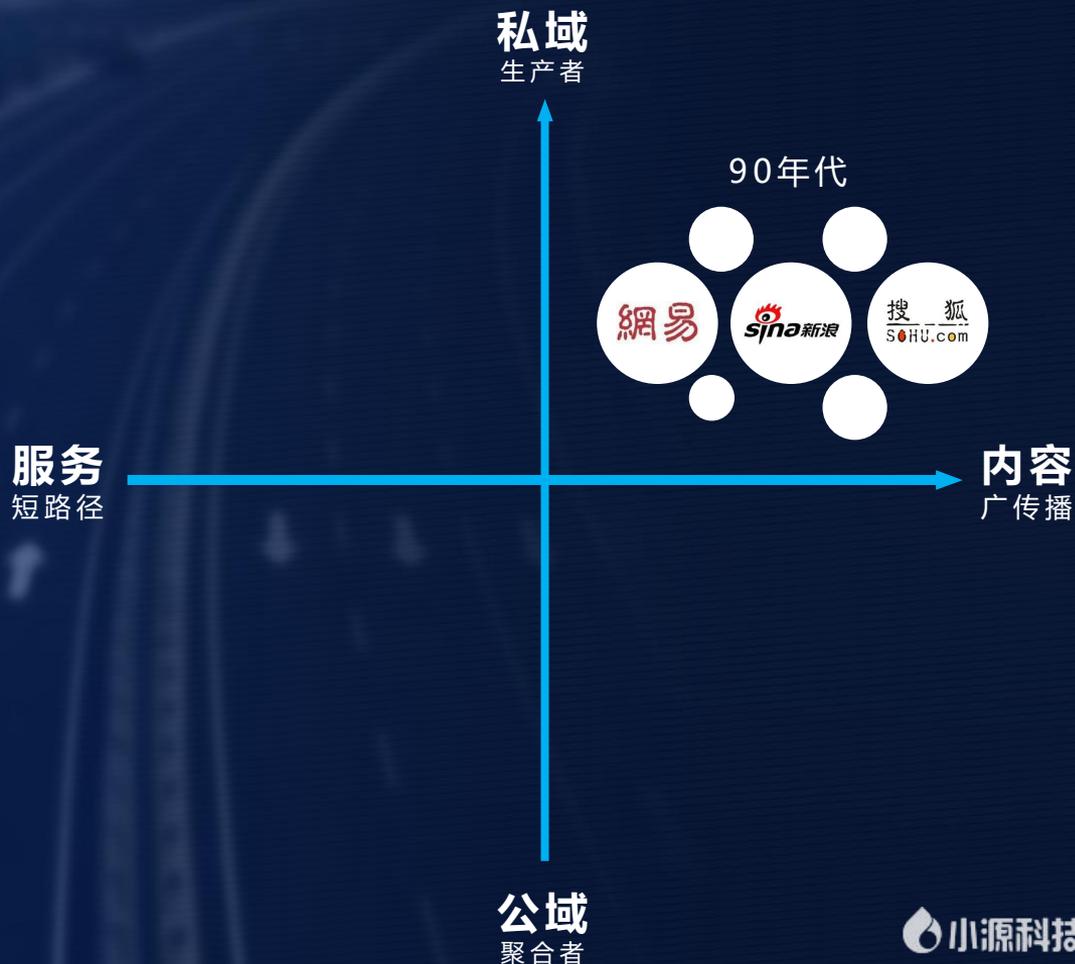
模式：门户，流量，广告

数据：网站和网页数量急剧膨胀

追求：用户来了不走

流量：私域流量，单向阅读

内容卖方市场
Content seller market



获取资讯 (2000-2010年) 资讯爆炸，无从下手

我要你给

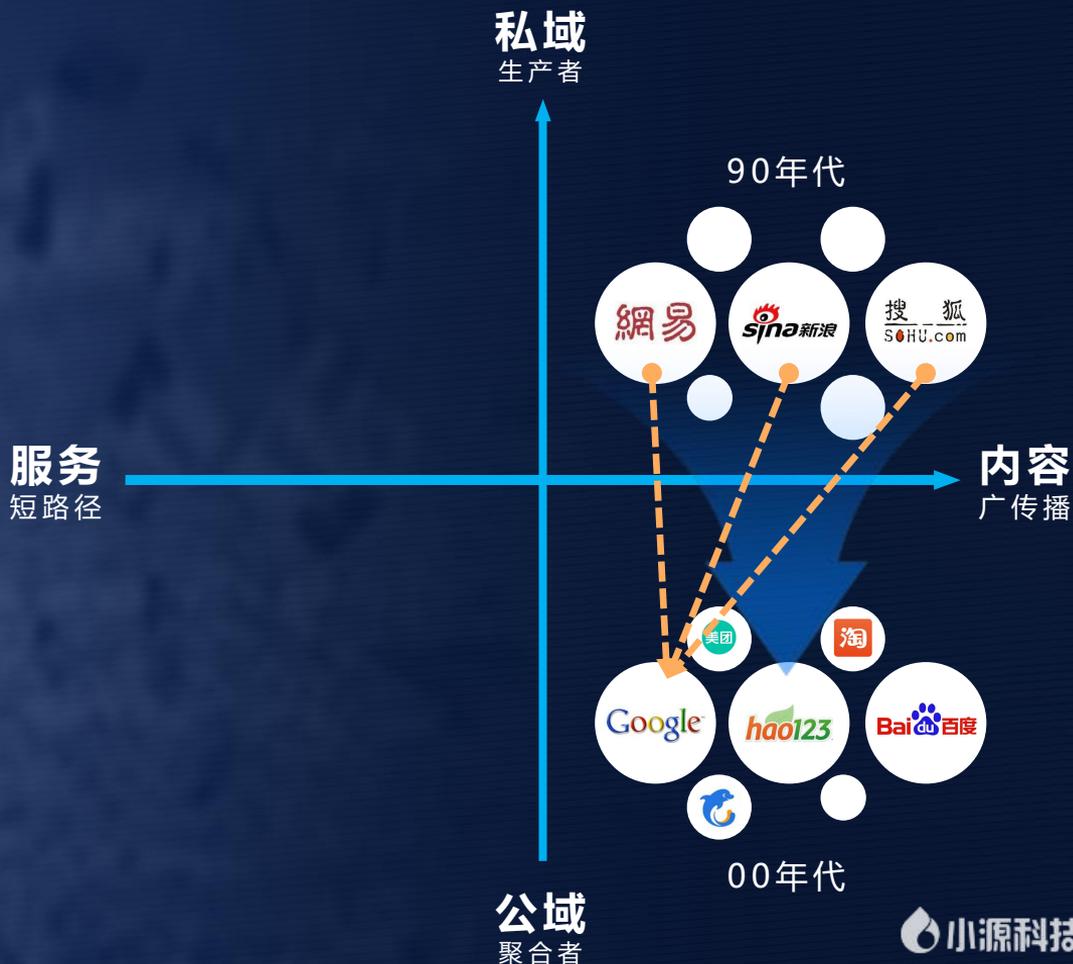
模式：搜索，流量，广告

数据：通过搜索引擎到达网站的
比例越来越高

追求：搜完就走

流量：公域流量，单向阅读

内容买方市场
Content buyer market



创造服务 (2010-2020年) 智能终端, 强大服务

让移动服务丰富起来 用什么服务, 装什么软件

模式: APP, 服务, 增值

数据: APP总量和手机APP数量

均急剧膨胀

追求: 用户用了不走

流量: 共域流量, 双向互动

服务卖方市场
Service seller market



享用服务 (2020-2030年) 服务爆炸, 智慧服务

想什么, 有什么

模式: 场景, 服务, 增值

数据: 人均APP数量的快速下降

追求: 找到最合适的场景给用户
提供最智慧的服务

流量: 私域流量, 双向互动

服务买方市场
Service buyer market



RCS让服务运营主体，通过场景连接用户

- 新时代的大机遇 -

内容一旦产生，便可脱离创造主体
服务从始至终，只能依附运营主体

私域
生产者

20年代



90年代

便捷性

消费者推动力

内容
广传播

场景是最便捷的服务入口
未来的服务再也不是买一送十

服务
短路径

10年代



00年代

公域
聚合者

私域
生产者

20年代



服务
短路径



10年代

公域
聚合者

90年代

费效比

生产者推动力

流量成本急剧上升，服务分发越来越重

直连是最经济的服务成本

最短的连接路径 = 最优的性价比



产品展示

Product Demo

RCS

核心优势



富媒体：表现力（视频，位置）



场景化：应用场景，服务触点（红包，机票）



包容性：更广阔的服务外延空间（MaaP）



开放性：基于通信的私域流量模式，注定不是山头主义



用户标示：跨行业，中立性，可信赖

让企业服务形散实聚



独立APP



场景化服务



智慧连接服务

场景的编织者

电信互联网时代 是波澜壮阔的产业互联网大时代

趋势一：以用户为重心的场景碎片化

趋势二：让通讯在上个时代被压制的能力充分释放



THANKS

www.bizport.cn