



# 涂游 Seven ecology 七大生态

涂游易享 易游天下





01

商城

Shopping Mall



**每一个涂豆都是价值的传递，  
数据的应用，在整个商业领域起到至  
关重要的价值，同时也是整个平台以  
及公司创造价值的源泉。**

涂游易享是创新的数据互换平台，为实体产业带来了革命性的颠覆，从而打破现有的零创行业，商城涂豆可以跨领域、跨行业、跨系统的互通互联互享，依托于行业先进的互赠系统，结合独创的涂豆“自由互换”的互赠信任机制模型，打造了一个全球领先的公平、公正、公开、依法合规的平台，实现用户增长，赋能积分产业链，推动实体企业完成数字化转型和业务提升。





## 第一生态体系：免费的刚需

时代下的创新，商业下的变革，各行业在疫情下发展举步艰难，迫于大环境影响，实体产业必须寻求新型运营管理模式，同时也是一次商业的改革，更是实体产业的一次大洗牌，顺应时代趋势发展，涂游易享顺势而为，此时，涂豆在商城中就起到了至关重要的作用。商家实行涂豆应用流通，同时解决实体店铺获客难的问题，用户在商城中可以通过观看视频来获取涂豆，可以利用涂豆在商城兑换刚需类产品。

比如：充值话费、机票火车票，水电气、油卡、娱乐直播，在线学习都可以使用手中的涂豆！线下实体商家可以达到引发用户关注并实现流量共用，资源共享，共同富裕的目的，让越来越多的用户转化成为消费者，涂豆的存在让人感受到真正的实用价值，而不只是一种虚拟的存在，不等同于虚拟数字货币



## 第一生态体系：免费的产品

赋能刚需，全国五十万家酒店使用涂豆订购，线下入驻。全国上万家旅游景区，线上预约门票，包括发快递，点外卖，都可以使用涂豆。

**商城：**赋能实体产业发展，推动实体产业前进，疫情下的实体举步艰难，甚至部分实体产业面临拓客难的问题，导致停业，比如杭州的衣服，厂家一件衣服几元，市场售价高达百元的优质产品，却因为疫情原因，万物在于流通，流通产生价值，当这些优质的产品入驻涂游易享，能够快速解决企业库存，同时增加企业现金流，盘活实体企业发展！



# 价值作用



## 吸引用户

刺激新用户，每天完成任务留住新用户，让涂豆产生源源不断的价值，同而推动市场。



## 达人用户

达人用户，享受每天转赠手续费加权分红，享受更多优惠政策福利。



## 提升复购率

提升复购率，流通产生价值，价值缔造市值



02

直播

Live broadcast



## 第二大生态体系：直播

火力全开的数字经济在促进社会经济发展的同时，也在逐渐改变我们的生活。尤其是作为数字经济典型代表的直播电商，虽然发展年限并不太长，却以蓬勃的姿态迅速改变着人们的购物形态和消费习惯，并且在这一过程当中，还衍生出了许多新兴的行业，这些行业的出现大大增强了经济发展的活力，增加了社会的就业岗位。不仅传统电商转型升级直播带货，还有不少传统企业直接借用直播技术开始“电商化”的运作，让我们看到了数字经济在新时期对社会稳定的重要意义，同时也让我们看到了数字经济未来更加广阔的发展空间。

突如其来的新冠疫情，给我国旅游及社会各个行业几乎都按下了暂停键，只有一个行业例外，那就是网络直播。疫情之下的旅游业，必须要实现自救，直播云旅游，顺应时代趋势，强大数据载体，应运而生。旅游业在当下遭遇危机时，通过涂游直播，新的生产和营收方式，从而实现行业发展的新机会促进整个旅游行业的升级和转型。实现内容传播、品牌宣传、商业营收的三重利好的结合。





03

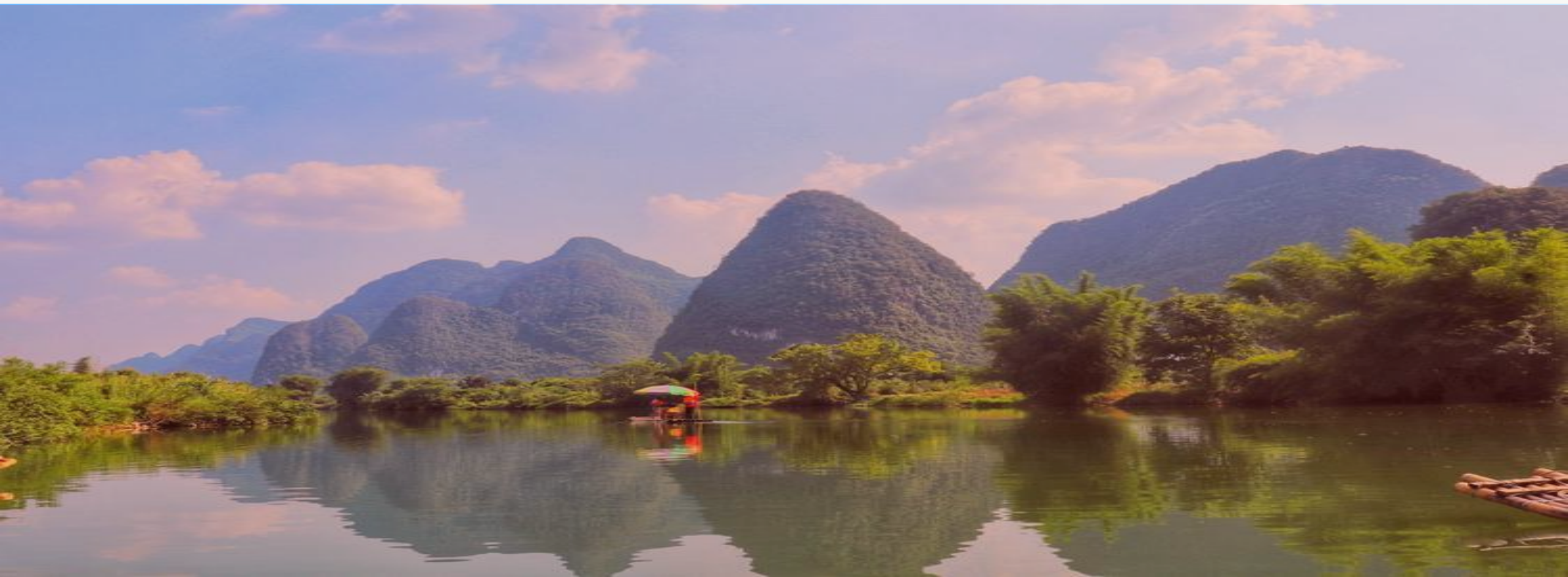
旅游

Travel



# 第三大生态体系：旅游

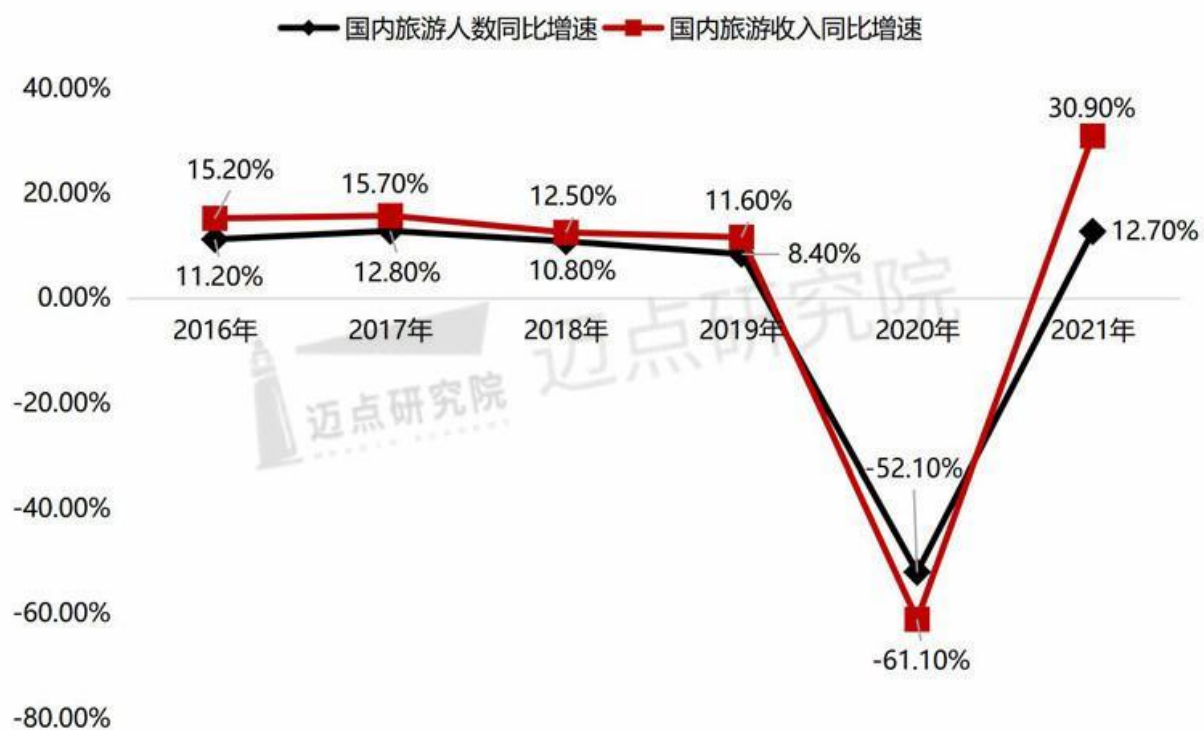
疫情后的旅游如春笋般的破土





旅游业是国民经济的重要组成部分，对一个国家或地区经济增长有着重要的贡献作用，自2016年以来中国旅游业总收入占GDP的比例逐年攀升，2019年中国旅游业总收入占GDP的6.72%，较2018年增长了0.23%，2020年受新冠肺炎疫情影响，下滑明显，2020年中国旅游业总收入占GDP的2.19%，较2019年减少了4.53%，2021年中国旅游业总收入占GDP的2.55%，较2020年增长0.36%，国内进一步巩固疫情防控和经济复苏成果，伴随疫苗普及，整体呈现有效控制态势，旅游市场稳企复苏。

### 2016-2021年国内旅游人数及收入同比增速



资料来源：国家统计局&迈点研究院整理

迈点研究院 @迈点



# 旅游优势

01

## 赚取广告费

庞大的用户群体可以很好的为景区引入流量，带动景区内的其他消费，从而使景区能够收取更高的商户租金，为景区带来更好的收益。

02

## 赚取补贴

现在全国上下都在打造全域旅游城市，‘城是一道景，景是一座城’其目的还是带动当地的消费，带动当地的经济提高整体GDP的增长。

03

## 资源置换

【涂游易享】为了更好的服务广大游客群体，涂游与全国的旅游相关产品的源头厂商洽谈合作，以旅游产品换取【涂游易享】个广告资源；



04

游戏

Game

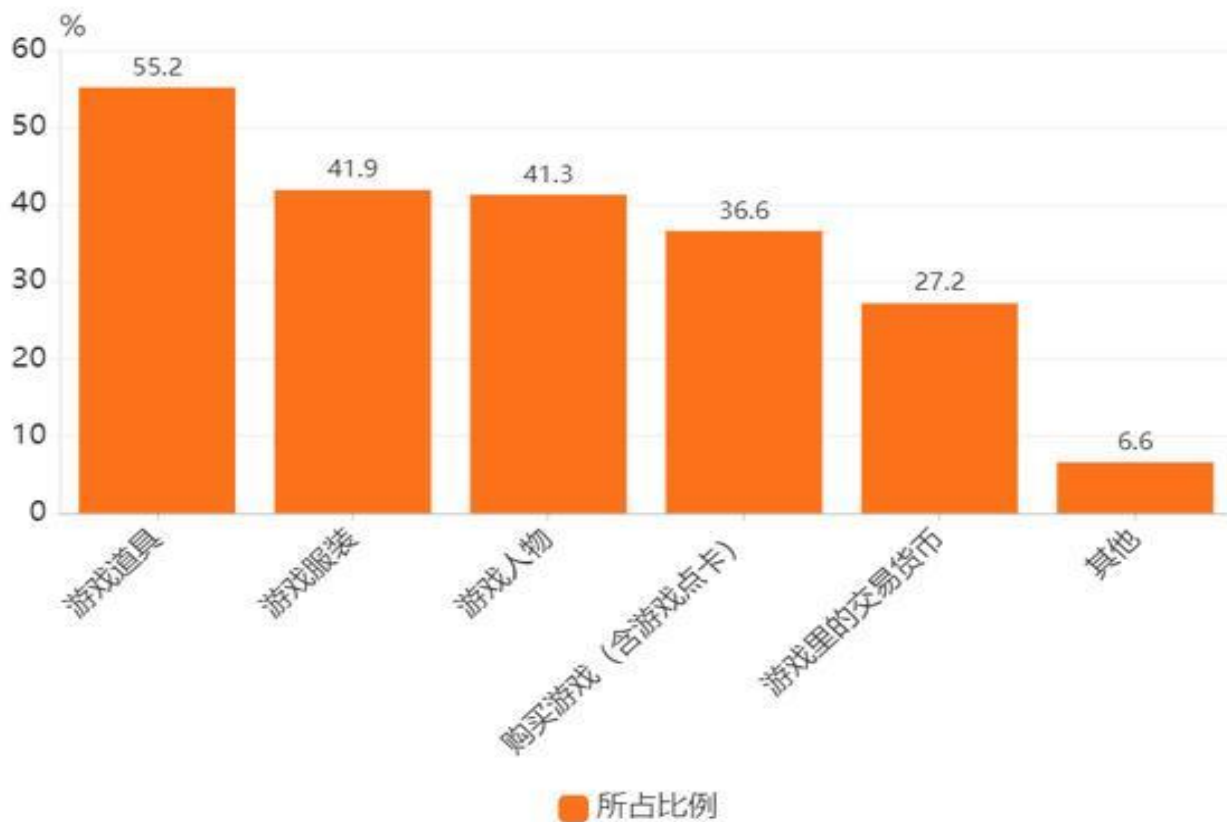


随着人们消费水平和消费能力的提升，进而为游戏付费意愿也随之提高，一些游戏玩家为了更好地拥有游戏体验，会为自己的游戏道具、人物、服装等进行升级。

根据2021年艾媒咨询对中国网民在游戏上消费的维度调查显示；

**55.2%**用户在游戏道具上消费最多其次是游戏服装或者游戏人物，占比分别为**41.9%**和**41.3%**。还有用户表示会购买游戏（含游戏卡）或者游戏里的交易货币，占比分别为**36.6%**和**27.2%**。

## 2021年中国网民在游戏上消费的维度





截止到2019年6月，中国网络游戏用户规模达到4.94亿，较2018年底增长972万，占网民整体的**57.8%**。

随着我国经济实力的持续增长和文娱活动的不断丰富，我国游戏市场的规模在2019年占据世界总体市场规模的**25.08%**，仅次于美国，为全球第二大市场。



网络游戏用户规模及使用率



# 游戏

---

## 娱乐

涂游易享为了增加用户的粘度，也支持好友社交，比如好友之间互动等促进好友之间的情感。

游戏产生的部分利润平台将用于公益活动。

涂游易享·易游天下





残疾人是社会大家庭的成员，也是特殊群体、弱势群体  
关爱残疾人是全社会的责任。

通过链接资源，信息对接，为残疾人寻找合适的岗位，涂游易享提供“量体裁衣”式的个性化服务，精准确定帮扶对象，为残疾贫困劳动力搭建就业平台，提供就业机会，帮助残疾人重新走上工作岗位，从而提高残疾人的就业积极性。



# 践行社会责任、开展慈善公益

在高质量发展中促进共同富裕，也是涂游易享努力的一大方向。党的十九届六中全会强调，立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局、推动高质量发展，全面深化改革开放，促进共同富裕。

基于此，公益事业也承担起新的使命。涂游易享为助力共同富裕，汇聚资源开展公益慈善行动，聚焦乡村振兴，基于自身优势扶困助农和改善民生。



05

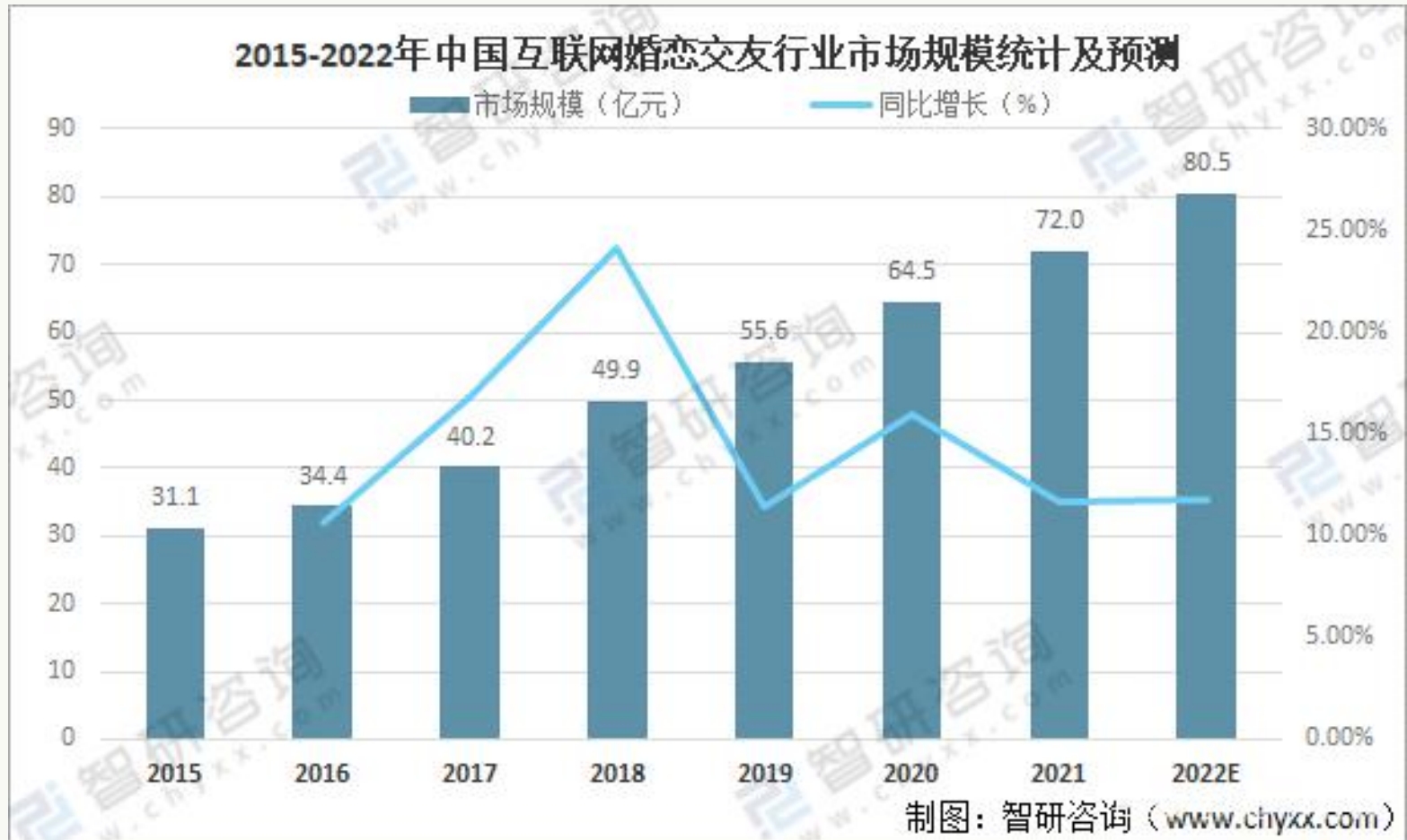
相亲

Blind date



## 互联网婚恋交友行业

过去，除自由恋爱之外，人们主要通过熟人介绍或者媒婆撮合形成婚恋关系。随着互联网技术的兴起及普及，婚恋这个看起来传统而古老的行业，驶入加速发展、变革颠覆的快车道，与此同时，还催生了新业态、新服务。我国互联网婚恋交友市场规模由2015年的31.1亿元快速增长至2021年的72亿元，期间年均复合增长率为15%，预计到2022年将有望突破80亿元。





## 互联网婚恋用户规模

随着中国互联网婚恋交友市场的高速发展，用户规模不断增长，2021年12月中国互联网婚恋交友用户规模达**3012.3**万人，较2021年1月的2597.4万人增加了**414.9**万人。

2021年1月12月中国互联网婚恋交友用户规模统计（万人）



制图：智研咨询 (www.chyxx.com)



# 相亲

## 旅游联姻、资源匹配

如今的年轻人们，思维方式和生活方式都已经跟以前有着很大的不同了，当旅游配上相亲，旅游途中放开自己，更能增进彼此的认识两种本来不想干的事物搭配在一起，也会撞出意想不到的火花。

涂游易享·易游天下



## 新型社交

平台中的用户可以根据社群或运营中心的友谊联赛可不定期举行线下相亲，可以做过旅游相亲，直播相亲，通过涂豆机制增加的信任基础，提升会员的互动性，同时大大的增加了平台的粘性度，共识度。

涂游易享·易游天下





06

# 千城万店

Qiancheng WanDian





# 千城万店

## 涂豆实体消费

涂游易享全国连锁，品牌直营店+加盟店，线上+线下同时运行，利用互联网+传统店铺的思维和模式，助推农村经济发展。为农村农民，创业、购物、售物、增收、致富提供服务平台。



# 真正实现了商户 用户两者间的互赢

商家通过流量联盟，提供更多积分服务，吸引更多用户兑换  
有效刺激用户积分兑换行为，提高用户获取积分的频率。

对于用户而言，不仅提升了积分的使用效率，带来经济价值；对于商家而言，提升了积分的消耗频率，盘活沉睡用户，同时有助于用户忠诚度的培养。

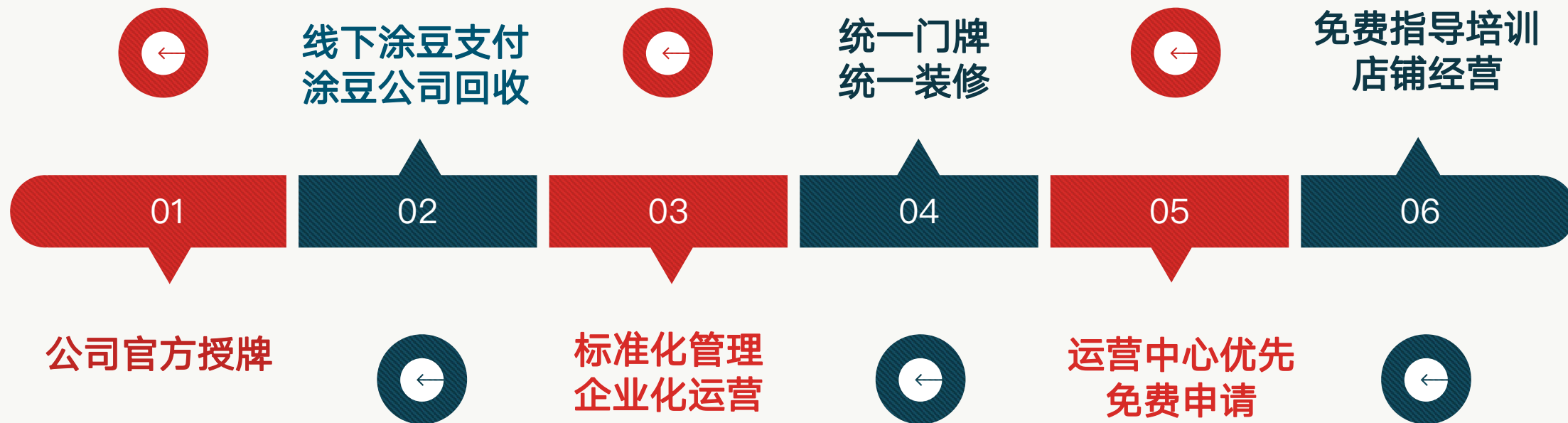


千城万店





# 入驻优势





## 涂游连锁商超

通过全国市场资源的整合，每个地区选择一款具有当地特色产品，进行品牌化，正规化，孵化中小型实体企业，将产品贴牌生产，定量加工，输送全国各地涂游商超进行售卖。

预计9月初全国打造**100家**，2023年10月初打造**1000家**，2024年12月达**3000家以上**。





07

影视

Movies



# 影视

## ① 拍摄

导演，是创作影视作品的组织者和领导者，是借助演员表达自己思想的艺术家的总负责人。而恰好我们有这样专业的团队，将带领我们进军影视行业。

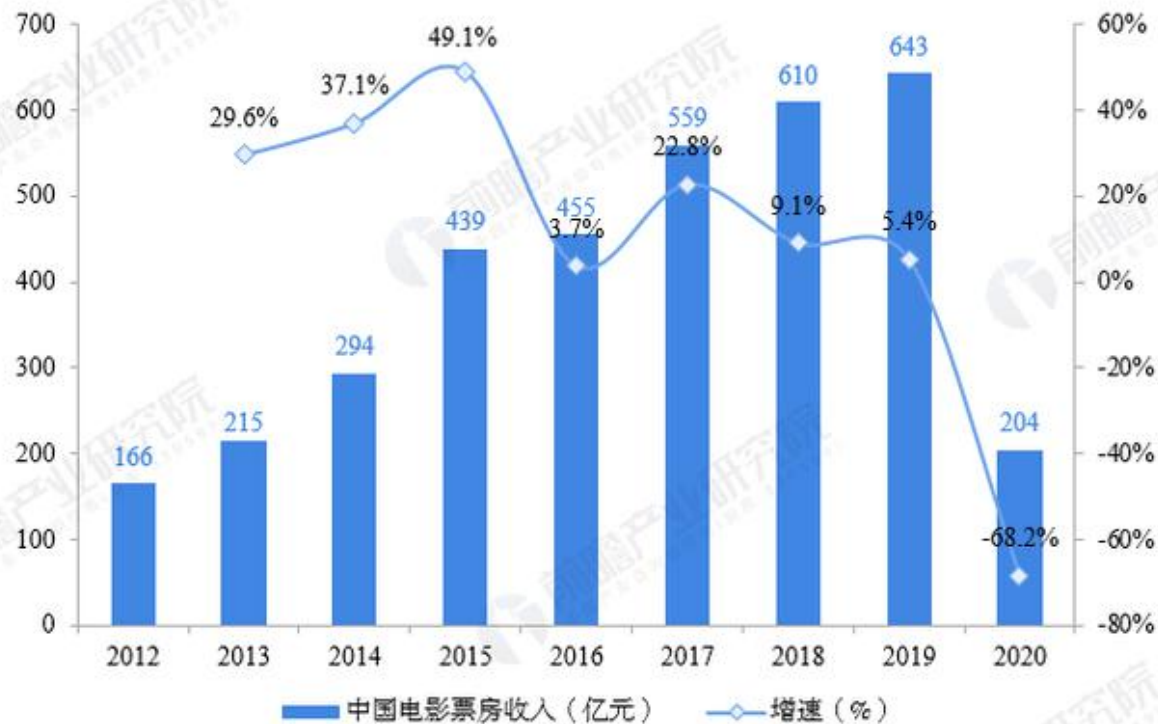
## ② 影视投资

近几年来，随着金融机构的转型与创新，也促使越来越多的资本涌入影视投资领域，市场规模和观影群体的不断扩大为影视行业带来了巨大的票房量，这都说明了影视投资的投资空间与不俗的发展前景。



从电影票房收入来看，2012-2019年，中国电影票房收入持续增长，并成功突破600亿大关。2019年，我国票房收入实现643亿元，较2018年增长**5.4%**。2020年，我国电影票房收入仅为204亿元，不到2019年票房收入的4成。

图表3：2012-2020年中国电影票房收入及增速(单位：亿元，%)



资料来源：国家电影局 前瞻产业研究院整理

@前瞻经济学人APP

2012-2020年中国电影票房收入及增速



# 中国电影产业发展阶段分析

01

## 1922-1945年:

在资本、人才、技术等因素日渐成熟的支持下，1924-1926年达到第一次高峰，中国电影公司迅速增长。全民抗战爆发后，第一个产业发展阶段结束。

02

## 1945-1976年:

抗战胜利后，电影产业开始复苏，国营电影制片厂和各地私营影片经理公司两翼并进，各电影公司参照苏联模式全力实施电影产业体制建设。中国电影逐步发展壮大，形成了家底较为殷实的大产业。

03

## 改革开放至今:

市场化方向确定后，民营资本和境外资金纷纷涌入内地电影产业，多元投资趋势在制、发、放各个环节出现。2020年新冠疫情爆发，中国电影产业遭到巨大打击，同时也加速了影视行业的互联网化变革。





# 涂游 Seven ecology 七大生态

涂游易享 易游天下

