

# AWS Summit

AWS 技术峰会 · 北京 2014

亚马逊应用商店和开发者平台

**Terry Zhao Peng**

General Manager, Amazon Appstore, China Region  
December 12, 2014



# 亚马逊 + 游戏 = ?



速度



收益变现



到达用户



# 应用内购买的使用呈现上升趋势：

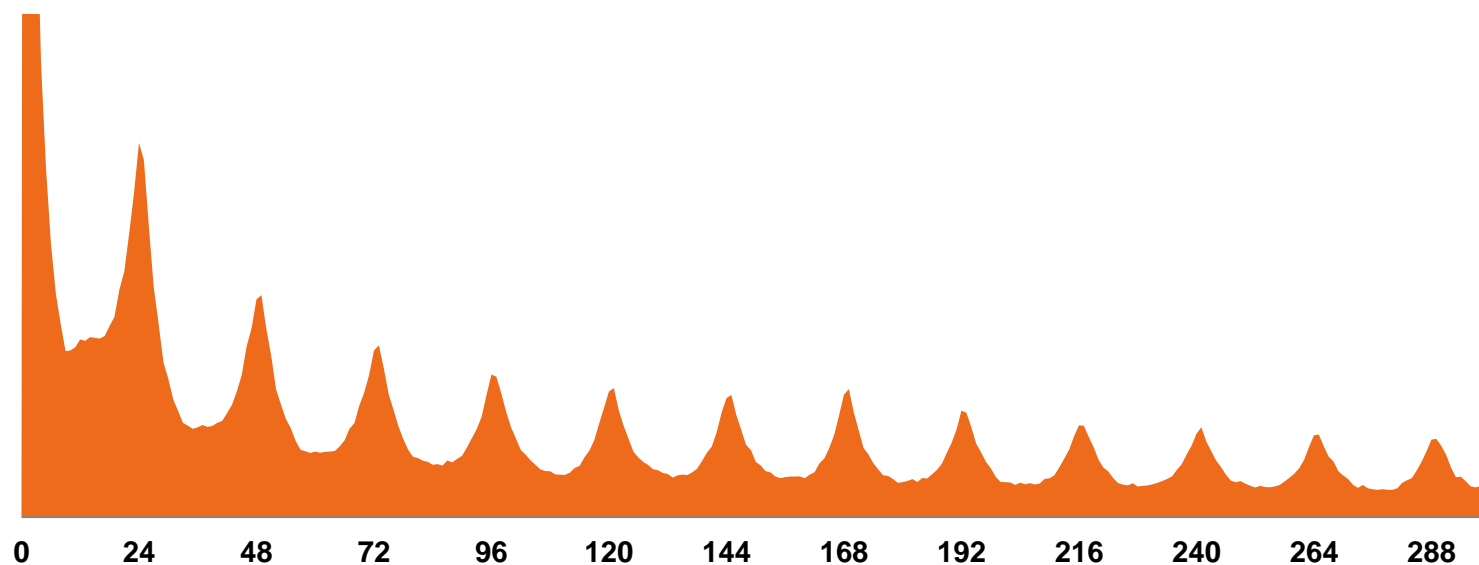
全球最具权威的IT咨询公司Gartner  
预测，

截至2017年，

94.5%  
的应用下载将是免费应用

来源: Gartner – <http://www.gartner.com/newsroom/id/2648515>

# 每小时的 application 内购买



数据来源：亚马逊应用商店，2014

**时间 = 收入**  
**时机 = 更多收入**

# 时机 = 更多收入

尽早与  
客户互  
动



37% 的用户会在第一天就购买

保持  
客户



48% 的用户会在一小时后重复购买

给客户  
回来的  
理由



64% 的利润来自第三次或者以后的购买

74% 的利润会发生在最开始的七天

56% 的利润会发生在30天之后

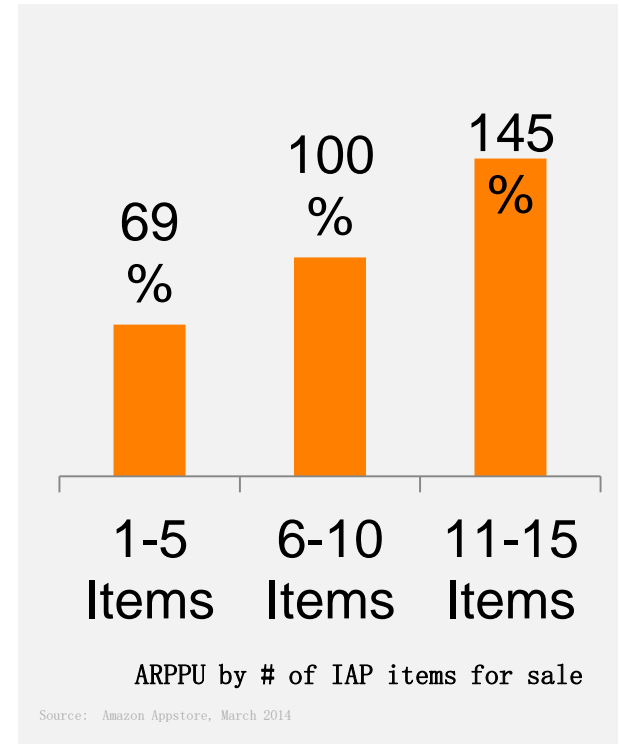
数据来源：亚马逊应用商店，2014

# 更多选择可以获得更多的重复订单

有更多选择的游戏  
会获得单个用户更多的订单

定期添加新选项的开发者可以重新和  
付费客户进行互动。

~2%的客户将产生30%的销售。





# 让您的应用内购买更加容易：



+75%

每用户平均收入

PlayFirst公司的应用 Diner Dash

数据来源：亚马逊应用商店，2014

# 演示给用户怎么“消费”

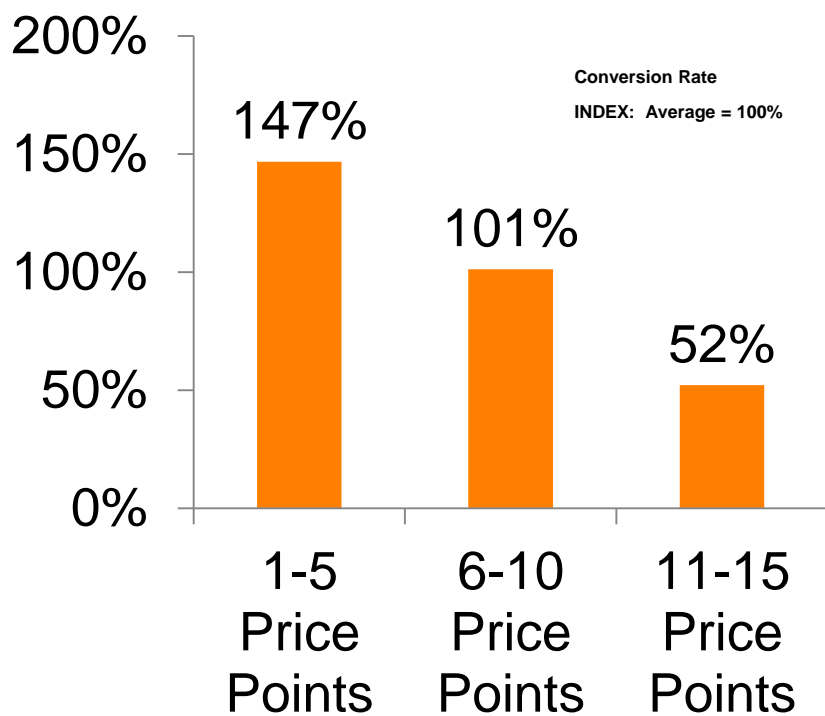


Source: Amazon Appstore, March 2014

应用演示给用户怎样“消费”  
会获得更多的重复订单

提供了教程的游戏将会产生多于市场平均值**65%**  
的重复购买。

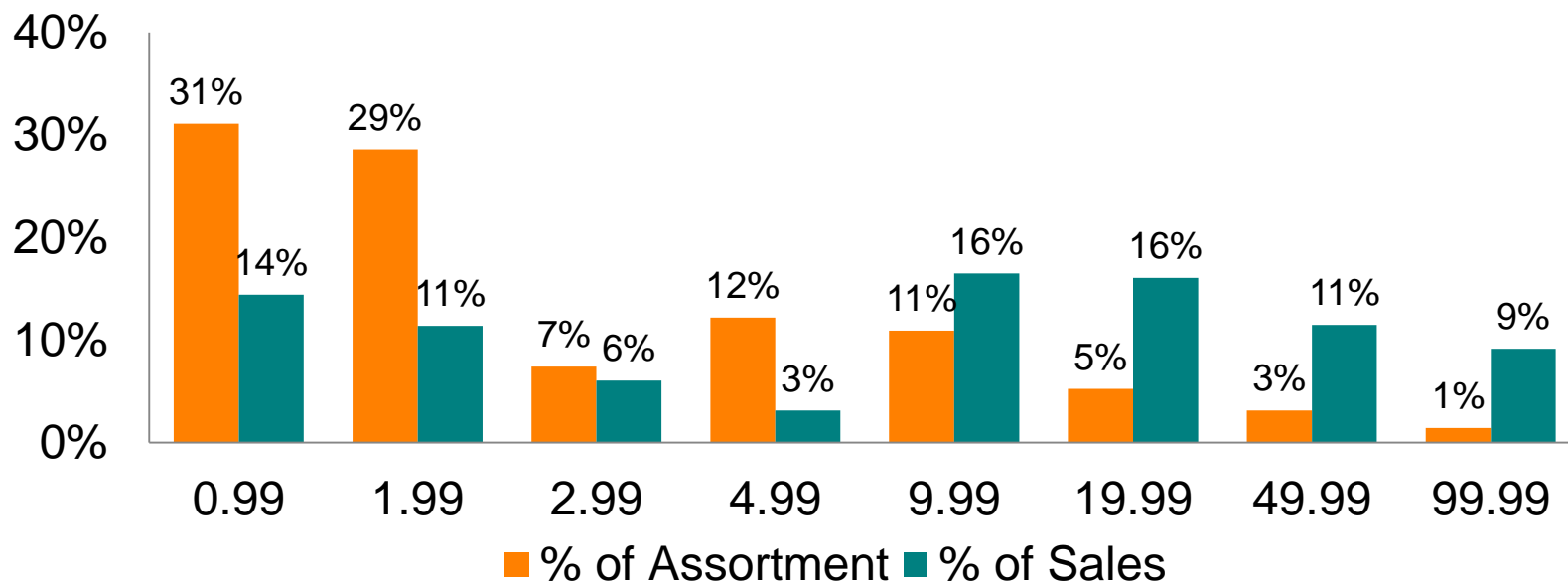
# 提供价格多样性，但不要过多



数据来源：亚马逊应用商店，2014

# 定价集中在低价格

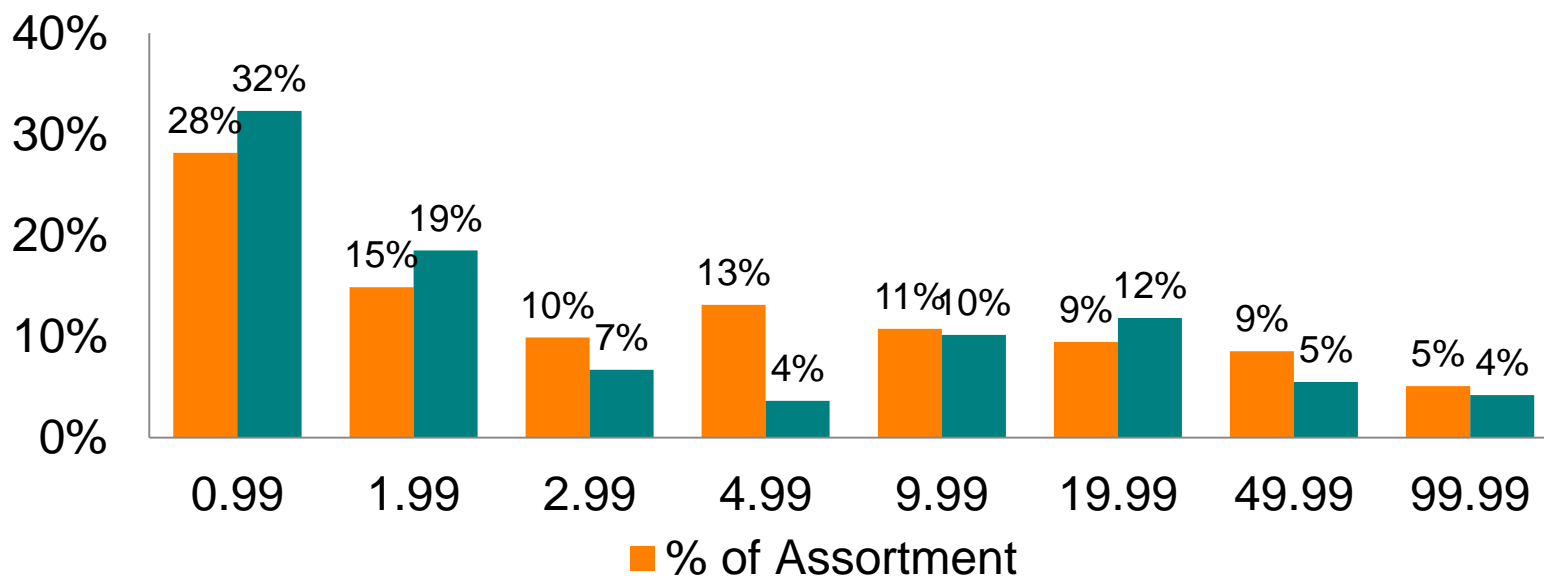
以价格点来分类



数据来源：亚马逊应用商店，2014

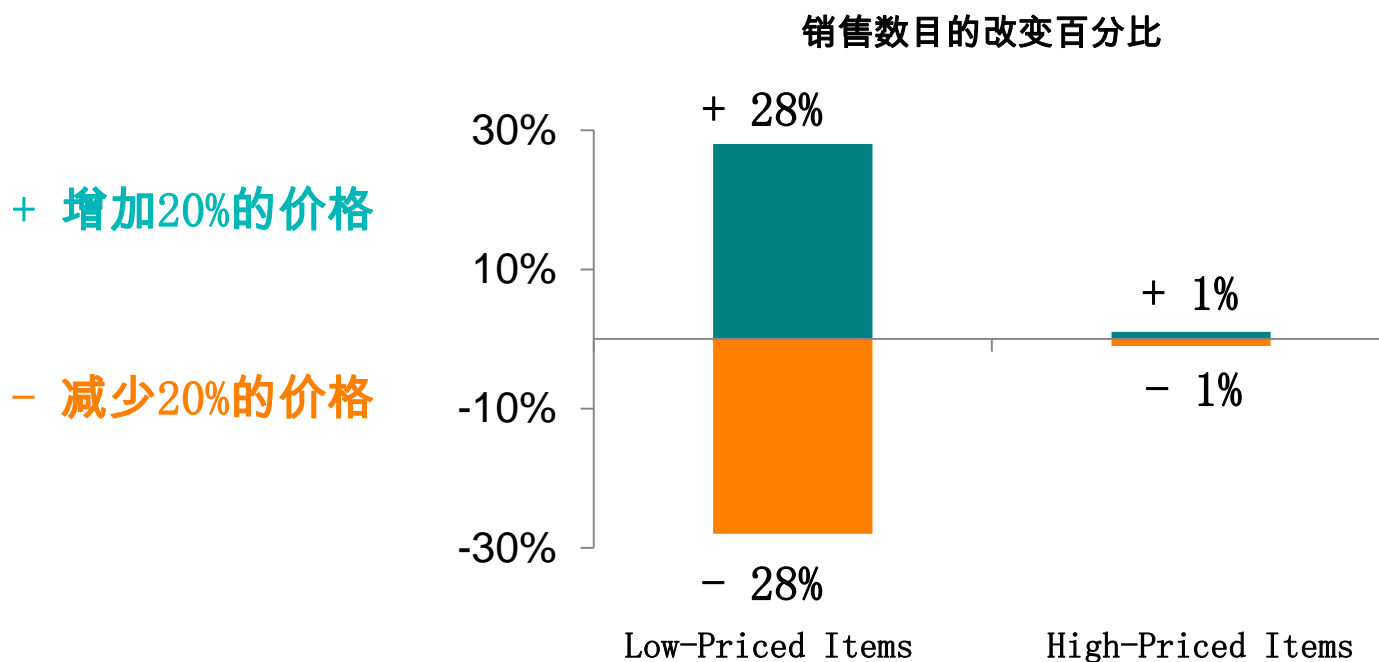
# 排名前的游戏会在中高价位更平衡

前50的应用：以价格点来分类



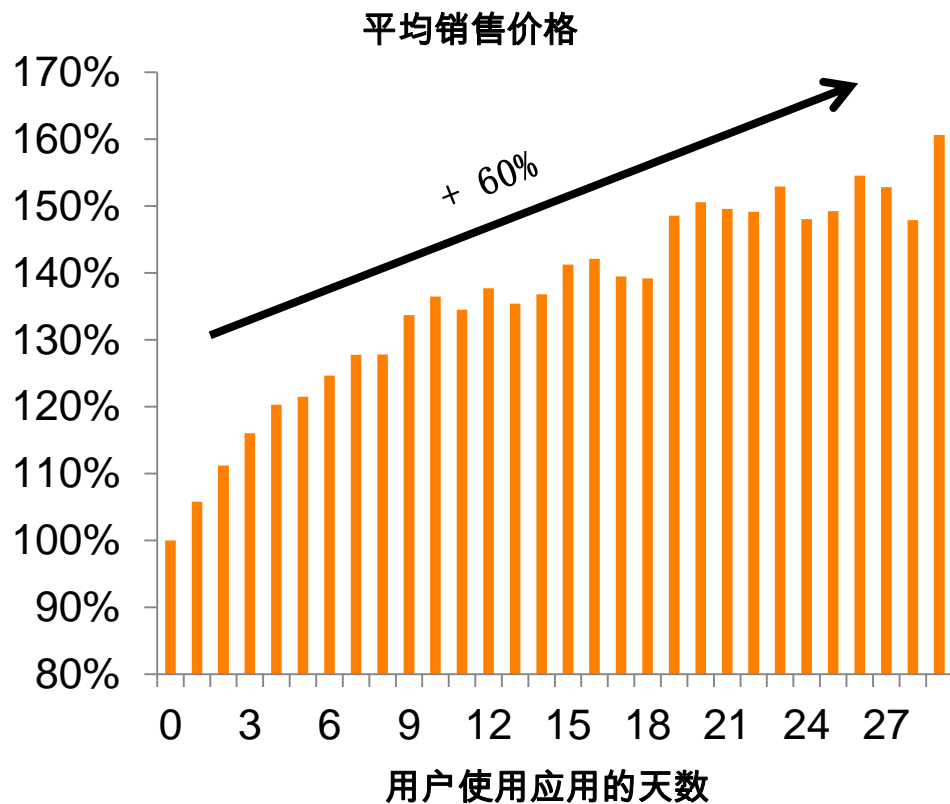
数据来源：亚马逊应用商店，2014

# 价格敏感性分析



数据来源：亚马逊应用商店，2014

# 应用生命周期中的敏感度分析



数据来源：亚马逊应用商店，2014

# 亚马逊应用商店

- 基于安卓操作系统
- 预装在所有亚马逊硬件设备 Kindle Fire 平板电脑, Fire Phone 智能手机, Fire TV 智能电视
- 支持所有安卓设备
- 覆盖全球240多个国家和地区包括美国, 中国, 加拿大, 欧洲, 日本, 巴西, 台湾, 香港和东南亚.



## 亚马逊全球生态系统中的统计数字：

- » 排名前三的全球应用商店
- » 全球 2.44亿活跃用户<sup>1</sup>
- » 0.98亿月平均独立访问者 (UV)<sup>2</sup>
- » 24万应用数



# 亚马逊开发者平台助力应用全球发布

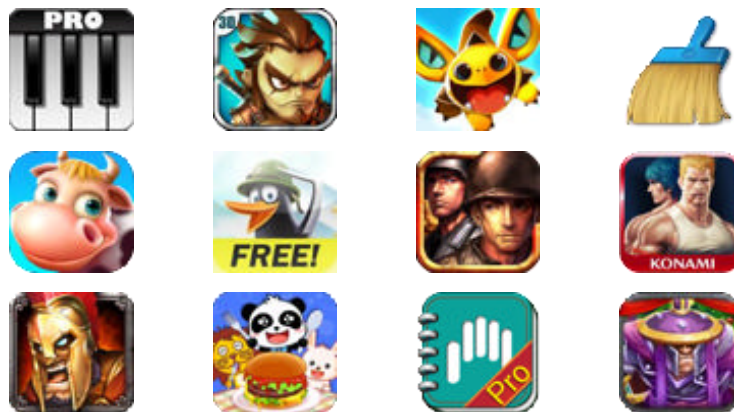
亚马逊开发者服务平台

<https://developer.amazon.com/appsandservices/zh>

- 面向全球市场发布应用
- 与开发者三七分成
- 开发者获得7成收益
- 多样的海外推广机会

## 海外发行成功案例

- 2014年成功帮助254名优选中国开发者发行上千款应用到全球市场
- 优质应用海外月收益高达百万美元
- 亚马逊优质客户保证高于其他商店的ARPU



# 服务体系

- 开发支持 : 提供各种开发SDK, 降低开发难度
- 运营支持 : 提供分析工具, 帮助运营管理
- 设备支持 : Kindle Fire, Fire Phone, Fire TV, 所有安卓设备
- 市场推广 : 开发者优选计划, 亚马逊货币

到达目标客户



增加客户参与度



Game Circle



Device Messaging



Login with Amazon

收益变现



In-App Purchasing



Mobile Ads



Mobile Associates

测试管理



A/B Testing



Analytics



Mobile Device Management

# 助力拓展海外市场

- 一站式服务面向全球市场发布应用
- 本地商务合作和技术支持快速响应
- 海外创收统一支付
- 多样的海外推广机会 - 开发者优选计划, FAD, Amazon Conins, Mobile Ads.
- 高回报率的应用市场

# 趣加游戏(Fun+)

- 总部设在北京，分支机构遍布全球
- Facebook前6名游戏开发商
- 全球6百万日活跃用户
- 运维团队仅需6人
- 亚马逊应用商店助力送达全球客户
- 亚马逊AWS实现高效低成本运营



“亚马逊应用商店对多数开发者来讲都是一块未开发的宝藏，我很庆幸我们及时的与亚马逊商店建立了紧密的合作，结果出乎预料！”  
- 陈琦 COO Fun+

# Libii Game

- 成立于2010年
- 2012年开始在亚马逊发行游戏
- 下载量和收益增长迅速
- 收益下载比远超其他平台
- 付费游戏Nail Salon 在亚马逊商店排行第七名
- 多款产品排行前列



“早期Libii 在Amazon 的下载量并不高，伴随着 Amazon 平台的成熟 以及Libii 在Amazon上的 产品越来越丰富， 用户也获得了快速增长.亚马逊应用商店让我们在安卓平台上的应用开发投资很快的获得了回收。” - 凌云 Libii Game



[developer.amazon.com](https://developer.amazon.com)

# AWS Summit

AWS 技术峰会 · 北京 2014

