



每日签到闯关，答对拿红包，越玩越活跃

互联网平台 · 促活

创意主线

互联网平台的核心诉求是促活而非拉新，答题闯关类玩法天然契合——每日一题的节奏能培养固定打开习惯，配合红包即时反馈，比纯签到更有内容黏性；

行业内已有音频平台用同类玩法验证过量级。

玩法组合

最强大脑

问答

答题闯关直接绑定促活目标，每日更新题目给用户固定回访理由，同类互联网平台已验证可跑出量级

<https://www.24haowan.com/games/337-zuiqiangdana>
o

大转盘抽奖

抽奖

大转盘作为签到/答题后的抽奖出口，用户完成动作后有明确反馈与领取环节，适合日常常驻的促活场景

<https://www.24haowan.com/games/336-dazhuanpan-choujiang>

幸运刮刮乐

抽奖

刮刮乐轻量、单次耗时短，适合作为每日登录奖励的即时反馈，降低参与门槛

<https://www.24haowan.com/games/333-xingyun-guaguale>

活动机制

参与路径

每日首次打开活动页即可答题/签到，完成后获得 1 次抽奖机会；

连续登录可累加机会

传播裂变

答对全部题目或连续签到可生成成绩/战绩海报，分享给好友可额外获得 1 次抽奖机会（设单人分享加成上限，防止刷分享）

防刷与风控

要求关注公众号或平台账号登录后参与；

设每日参与次数上限与单人分享加成上限；

高价值红包档位开启防刷严格档位

奖池结构

大奖（红包/积分大额档，极少库存，指定中奖或后置投放）+ 主力奖（小额红包/积分，承担日常大部分发放）+ 安慰奖（保底积分，避免空手）

预算算法

按预计日活人次估算单次期望成本 = $\Sigma(\text{概率} \times \text{奖品单价})$ ，总预算 = 单次期望成本 $\times$ 预计参与人次；

平台无金额数据，具体单价与预算需结合自有积分体系核算，不给出具体数字结论

兑奖方式

红包/积分类走线上直达，无需核销，适合纯活跃场景；

如需承接私域可加公众号兑奖引导

执行排期

阶段	时间	动作
预热	上线前 3-5 天	预告文案铺渠道，活动页提前上线做入口预约
引爆	活动期（建议参照周期基准约 7-8 天为一轮，可循环开轮）	每日更新题目，分享加成机制持续开放，可设周中/周末翻倍时段
收口	每轮结束后 1-2 天	导出参与与中奖数据，复盘留存与分享转化，筹备下一轮题库

取自 24好玩 线上活动的真实中位数

平台基准

指标	中位数	样本量
抽奖活动的总中奖率	86.3% (P25—P75 30—100)	n=34
活动周期（天，含首尾）	8 (P25—P75 4—9)	n=45

同行参考

花生FM · 粤闯越勇

internet

同为互联网平台，答题闯关模板跑出查看16万+、参与2.5万+的量级，可作为促活玩法可行性参考

<https://www.24haowan.com/cases/huashengfm>

上线前检查清单

- 确认题库每日更新排期，避免重复题目
- 确认防刷等级已开启，分享加成设上限
- 确认奖品库存已开启抽完自动补充/替换
- 确认红包/积分档位概率之和 $\leq 100\%$
- 确认参与需关注公众号/登录门槛已生效
- 确认分享海报文案与素材已生成并测试

出处与说明

- 在线版: <https://www.24haowan.com/plans/internet-engagement>
- 改一版: <https://www.24haowan.com/planner>
- 方案来源: 24好玩 方案库 · internet-engagement
- 方案输入: 互联网平台 / 促活
- 生成日期: 2026-08-23

本内容由 AI 生成 生成模型: Claude (Anthropic) 本方案的生成能力由 Claude (Anthropic) 提供, 备案信息待补。