



POILINK

应用变现 × 积分活动平台

Poilink

最快1周，为您的应用加入积分活动功能与积分墙。

任务 × 电子货币兑换 × 积分墙，同时提升收益、留存与获客

Poilink株式会社 服务介绍资料



CONFIDENTIAL

三句话概括

本资料想传达的内容



积分活动 三管齐下

变现、持续使用、获客效率，
一个功能同时兼顾三者。



自研门槛 非常高

开发成本、法务梳理、专利、
安全。需要跨越的项目很多。



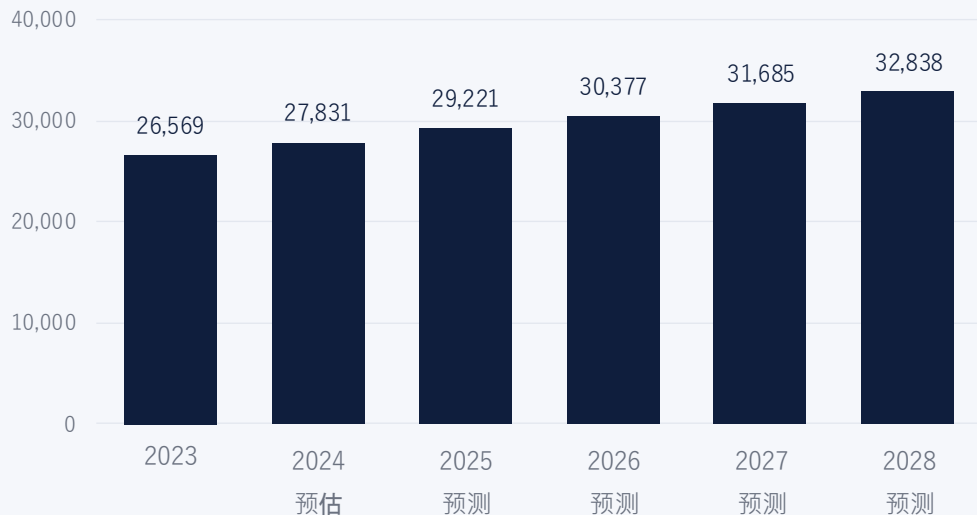
使用Poilink 即刻开始

初始费用0元、月固定费0元、
运营成本0元。最快1周即可上
线。

积分活动市场仍在增长

日本国内积分服务市场预计2028财年达3.3万亿日元（游戏市场2024年约2.4万亿日元）

日本国内积分服务市场规模(亿日元)



市场扩大的背景

- 无现金支付普及，积分更易积攒、更易使用
- 零工、转售等低门槛副业需求上升
- 只要有智能手机，随时随地都能做

来源：矢野经济研究所《日本国内积分服务市场规模预测》（https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3605） / 游戏市场：《Fami通游戏白皮书2025》新闻稿

导入积分活动后会发生什么

对收益、留存、获客三方面都有效



实现变现

只需设置积分墙，广告收益就成为应用的新收入来源。



增加使用理由

通过任务，可以设计用户打开应用的理由，也有助于提升留存率。



成为广告投放的卖点

积分活动可作为广告卖点，提高广告获客效率。

Unity Ads数据 | 平均IPM

1.8倍

积分活动应用 6.91 vs 非积分活动应用

3.91

(按投放花费加权平均)

实绩：《出荷ぶた》发生了什么

2015年上线的游戏，导入积分活动后销售额增至10倍、进入排行榜TOP10

10倍

月销售额

2025年6月 约1,100万日元 → 2026年
1月 约1.1亿日元

1.5倍

每用户180日LTV

2025年8月 → 2026年1月

第7名

Google Play 免费游戏排行榜

2026年1月（模拟类第1名 2025年8月
）

总收益推移（2025年6月～2026年1月）



导入后收益逐步攀升，2026年1月月收益达到约1.1亿日元。



免费游戏 第7名

来源：GFS演讲资料《上线10年的游戏应用〈出荷ぶた〉实现销售额10倍、进入排行榜TOP10》（株式会社EAGLE × adjoe）

获客效果：《出荷ぶた》的获客实绩

能够以积分活动作为卖点时，同样的视频广告获客数大幅改变

视频广告安装数

导入前 2025年6月

6,110

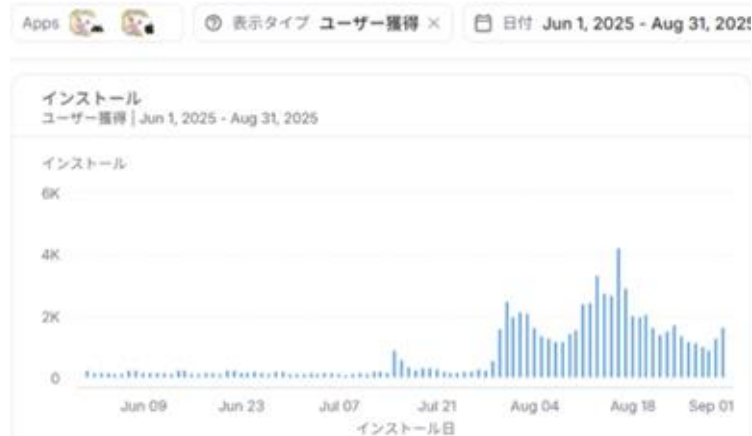
导入后 2025年8月

58,123 约9.5倍

CPI 196.84日元 / ROAS (LTV) 182.33%

不仅获客数增加，所获用户的收益性（ROAS）也持续高于广告费用。

每日安装数 (2025年6月~8月)



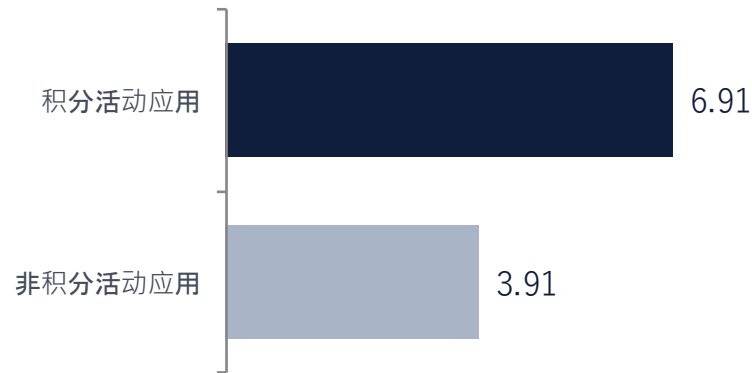
8月开始投放以积分活动为卖点的视频广告后，安装数随即攀升。

积分活动能让获客效率改变多少

以IPM（每1,000次广告展示的安装数）比较，积分活动应用约为1.8倍

什么是IPM

Installs Per Mille = 广告每展示1,000次带来多少安装。它衡量广告的“命中率”，数值越高，同样的展示次数（=同样的广告费）能获得越多用户。



Unity Ads数据 · 平均IPM（按花费加权）

1

同样的广告费

获客数约1.8倍

每100万次展示: 3,910 → 6,910次安装。

2

同样的获客数

所需广告费约减少4成

获得同样数量的用户，只需约57%的展示次数 ($3.91 \div 6.91$)。



结果

CPI下降，在获客竞争中占据优势

获客竞争越激烈的品类，这一差距就越直接转化为竞争力差距。

※ 数值为基于Unity Ads提供的平均值的试算。实际获客效率因素材、出价、品类而异。

Poilink 服务介绍 | Poilink株式会社

CONFIDENTIAL

如果不导入，会发生什么

越是放置，差距越大的3个论点

1

收益机会损失

本可获得的积分墙收益，一直停留在零。

2

使用理由减少

AI普及使应用数量持续增加、供过于求。
。需要被选择的理由。

3

获客竞争落后

1.8倍的效率差，直接成为广告获客市场上的竞争力差距。



自研会遇到4道墙

自研积分活动功能，比想象中更重



开发成本

积分墙对接、电子货币兑换、UI/UX构建、积分设计，全部需要自行开发。



法务梳理

需要梳理的论点很多，会成为上线前的额外工时。



专利



游戏 × 任务 × 电子货币兑换已由本公司取得专利，游戏无法以自研方式推出。



安全

电子货币兑换实质上是在处理“钱”。必须防范积分作弊、冒用等风险。

什么是Poilink

一个能让应用轻松导入积分活动功能与积分墙的平台。

任务达成

根据应用内行为发放积分



电子货币兑换

将积攒的积分兑换为电子货币



积分墙

用户完成任务即产生收益



积分墙的机制

用户达成任务条件即产生营收，并以积分作为奖励的广告形式

1 应用内入口



2 选择任务



3 发放积分



第三大收益支柱

继视频广告、内购之后的收入来源，陈列多个高单价任务。



不损害用户体验

不是自动弹出，而是由用户自己点击横幅打开。



由用户主动选择

由于用户自行选择任务，一次可以赚取大量积分。

参考：通用积分服务“Ponta”相关应用中，积分活动×积分墙在3个月内贡献了10倍营收（PR TIMES：<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000003.000150604.html>）

Poilink的4大特点

无需自研、上线快、不破坏世界观



初始费用0元 · 最快1周

初始费用免费。仅需一个SDK，最快约1周即可完成应用导入。



几乎全部在后台完成

可在管理后台中配置任务。
※仅需在成果达成时点发送数据



不破坏世界观的UI/UX

字体颜色、按钮图片乃至按钮音效都可自定义。



固定费 · 运营成本0元

无初始费用、无月固定费。服务器等运营成本也由本公司承担。

不破坏世界观，运营在后台一站完成

UI可由应用运营方自定义，收益与任务成果可在同一画面管理



UI自定义

- 主题色
- 字体
- 积分图标
- 横幅图片
- 按钮图片・音效
- 积分单位 (50P→50EP)

管理后台



收益分析、用户记录查看、任务批量登记 / 更新、每月确定收益与付款通知书确认

费用

开始不需要任何费用

初始费用

0 日元

月固定费

0 日元

运营成本

0 日元

不收取初始费用和月固定费。服务器等运营成本也由本公司承担，导入时不会产生任何前置费用。

※ 用户实际兑换的积分（及兑换服务的手续费）作为积分本金由应用运营方承担。也可将兑换手续费计入用户侧的兑换比率。

路线图

导入后，可用范围也会不断扩大

进行中

Web支持

不仅是应用，Web服务也能导入积分活动。

下一步

与现有应用积分的联动

可与您已有的积分体系连接使用。

更远

海外支持

拓展至韩国、北美等地区。韩语版准备中，英语版、中文版也计划支持。

CONTACT

初始费用0元。
先从聊一聊开始。

如有任何疑问，请联系负责人。



Poilink株式会社

日本东京都丰岛区东池袋2丁目62番8号 BIG Office Plaza池袋11F
<https://poilink.com>

联系人: 八须 龙马 ryuma_hachisu@poilink.com

