# P CHAIN.PRO

上周终于如期发布了万众期待的 Prabox 的安卓版本,周末期间带来了不少的用户增长。负责开发安卓版本的小哥们在本周末终于睡了一个安稳的好觉。同时,iOS 也更新了一个版本。

现在 Prabox 里引入了更加好玩的随机+暴击的机制,大家每次领取糖果的时候获得数量是在一定范围内随机的。持有 PRA 的用户会获得暴击效果,持有 PRA 越多,暴击几率越大,也就是说,可以领取到更多糖果。

之前跟大家提到过的「邀请奖励」的机制已经设计好了,目前仍然在优化当中,为了让用户在邀请好友注册下载的时候有更流畅的体验,我们会在近期合适的时候发布带有邀请奖励机制的 Prabox 正式版。

配合安卓版本和新版 iOS 上线,Prabox 于上周新增了七种糖果供大家领取。目前 PRA 还有其他正在洽谈的合作方,未来会有源源不断的糖果送给大家。目前市场上出现了一些像素级模仿 Prabox 的产品,模仿 Prabox 的功能,也模仿 Prabox 的外形,但是模仿不了 PRA 的体验。PRA 般若会在接下来的日子里持续创新,做出更好的产品给用户。

以下是 PRA 般若上周 (2018.3.26-2018.4.1)的周报。本次周报将分为技术、运营和招聘部分。

## — 技术 —

#### 1. Prabox

[产品] Android 和 iOS 版 Prabox 功能测试,以及裂变等后续版本优化需求规划

[iOS] 发布 App 更新,包含暴击功能

[iOS] 调研 EOS 与移动技术的结合

[iOS] 再次修改重新提交 App Store

[Android]修复 Android1.0 测试反馈的 bug

[Android]国际化支持的代码整理

[Android]Android 加固打包等 1.0 发布工作

[后台]调研运营活动奖励需求、接口开发

[后台]服务扩容优化, Prabox 自测、内测和上线, 修复相关 bug;

[后台]讨论 App、微信、telegram 邀请注册流程方案;

[运营]撰写关于封号打击政策和申诉通道的公告;

## 2. 广告平台

[后台]完成 ProDSP 项目的用户登录和项目创建逻辑



#### 3. 营销

[运营]裂变相关需求讨论;

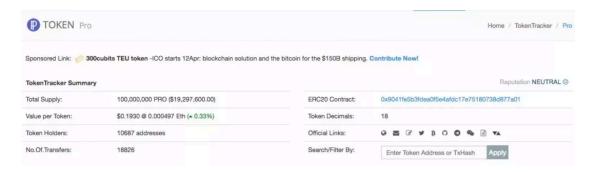
[后台]用于裂变的 telegram-robot 程序开发并调试

[应用]裂变群微信机器人和微信小程序;

# — 运营 —



本周, Coinmarketcap 上显示的 PRA 的流通盘数据可以看出,截止至 2018 年 4 月 2 日, PRA 般若全球数字货币市值排名为 412 位。



持币者的数量会反映出社区的基数人数,目前 PRA 仍然是 ERC20 token,可以很方便的查到持有 PRA token 的地址数量。目前在 Etherscan 上查询到持有 PRA 的地址数量为 10687 个,较上周增长了 0.7%。

上周,运营团队的主要工作如下:

- 1. 处理 KYC 用户的实名认证;
- 2. 菠萝蜜社区的成员筛选;
- 3. 持续在菠萝蜜社区内开展福利活动;
- 4. 在官方知识星球内更新相关内容;
- 5. 招募更多的护卫队成员等。

还没有加入 PRA 官方知识星球的可以抓紧时间了,这里是 PRA 爱好者们的交流圈。我们鼓励 PRA 爱好者们在知识星球里分享跟 PRA 相关的内容,未来也会制定相应的鼓励政策。欢迎各位 PRA 爱好者们扫码关注。

# PRA般若官方星球

微信扫一扫加入星球



つ 知识星球

扫码关注,离PRA般若更近一步。

目前 PRA 般若在社交平台上以微信官方群、微信公众号和 Telegram 为主,其他平台仍然在建设中。

- 现有运营的 PRA 般若官方社群有 74 个,持有 PRA 且愿意长期支持 PRA 的用户可以联系小客服(ID: PRA-kefu)加入般若菠萝蜜群。
- 微信公众号关注人数共15901人。
- Telegram 官方总群人数为 4700 人。
- 现有新建的 Telegram 中文官方群,地址是 https://t.me/ProChainCN
- PRA 官方知识星球人数为 441 人。

# — 招聘 —

- 前端工程师
- 区块链技术架构师
- 区块链开发工程师
- 智能合约开发工程师
- iOS/Android
- 产品/运营/前端等互联网职位也有名额

JD 详情: https://www.v2ex.com/t/429488



长按识别二维码下载

Prabox ( iOS&Android )



PRA 般若(ProChain),中国第一家区块链精准数字广告生态系统

PRA 般若从诞生的第一天起,即以传递真实广告数据,打造智慧区块链数字广告生态为己任,通过区块链独有的信任机制以及智能合约技术,解决数字广告的结算周期长、点击欺诈多、数据监测困难、数据孤岛封闭等诸多行业痛点。