

掇蛋在线游戏平台 - 产品需求分析书 (PRD)

Table of Contents

- 执行摘要
- 一、市场分析
- 二、盈利模式分析
- 三、产品功能规划
- 四、用户体验与产品设计
- 五、技术架构概述
- 六、上市路线图
- 七、风险分析与应对
- 八、成功指标 (KPI)
- 九、组织与投融资
- 十、附录

版本: 1.0

日期: 2025年12月

作者: 产品团队

执行摘要

项目概述

掇蛋在线游戏平台旨在将传统地方棋牌游戏**掇蛋**数字化，创建一个全国性的在线竞技与社交平台。通过真实的游戏体验、完善的社区机制、赛事生态和多元化盈利模式，目标成为中国领先的掇蛋在线竞技平台。

市场机遇

- **玩家基数庞大**：全国掇蛋爱好者已达1.4亿人，江苏、安徽两省超2000万常活跃玩家
- **市场认可度高**：已获国家体育总局官方认可（2017年编制《掇蛋国家竞赛规则》）
- **破圈成功**：从地方游戏升级为全国现象，进入金融圈、商务圈、校园
- **商业空间广阔**：500+相关企业已注册，平台入口价值明显
- **社交属性强**：与德州扑克类似的圈层社交工具，但更符合国情

核心价值主张

- 竞技体验**：国家级规则认证，真实对战环境，积分排名系统
- 社交连接**：俱乐部、好友系统，满足熟人社交和陌生人配对
- 赛事生态**：从日常比赛到全国大赛，提供完整的竞技阶梯
- 商业赋能**：为商务人士、投资圈层提供高端社交场景

一、市场分析

1.1 行业现状

掇蛋的发展历程

时期	特征	事件
地方时代（2000-2016年）	江苏、安徽地方游戏	民间传播，规则多样
规则统一（2017-2022年）	官方规则发布	国家体育总局确立竞赛规则
破圈元年（2023年）	全民热潮	金融圈、商务圈、校园引爆
制度化阶段（2024-至今）	体育竞技化	协会建立、赛事规范、教材编制

玩家市场规模

- 总体规模**：全国1.4亿掇蛋爱好者
- 核心区域**：江苏、安徽2000万+常活跃玩家
- 新兴区域**：上海、浙江、河南、山东、湖北等地扩展
- 人口特征**：
 - 核心人群：35-60岁商务人士、中老年居民
 - 扩展人群：20-35岁年轻投资人、白领圈层
 - 新兴人群：学生群体（校园试点教学）

1.2 市场机遇

社交属性与商业价值

为何掇蛋替代德州扑克成为金融圈新宠：

- 地理经济因素**：长三角LP活跃，掇蛋是打入群体的低成本方式
- 文化适配性**：团队协作强于个人竞争，符合商业决策模式
- 国民基础**：已有1.4亿玩家基础，社交网络天然存在
- 政策背书**：官方竞赛规则、体育认证，提升品牌可信度

商业场景拓展

场景	玩家群体	盈利潜力
商务社交	投资人、创业者、企业高管	高（付费意愿强）
社区娱乐	中老年群体、棋牌爱好者	中（对价格敏感）
校园教育	学生群体、素质教育机构	中（潜在市场大）
赛事竞技	竞技玩家、职业选手	中高（赞助价值）
内容直播	泛游戏观众	中（广告、赞助）

1.3 竞争格局

现有竞争者

竞品	形态	优势	劣势
线下俱乐部	实体+轻App	社交体验强	地域限制，规模难以扩展
综合棋牌平台	斗地主、麻将等	用户基数大	攒蛋规则支持差，社交弱
传统体育平台	竞技+赛事	赛事运营经验	对攒蛋特性理解不足
玩家自建小程序	微信群+App	轻量级	功能不完整，难以商业化

竞争优势

1. **专业性**：垂直攒蛋、国家规则认证、竞技生态完整
2. **社交性**：专为攒蛋设计的熟人+陌生人配对系统
3. **商业赋能**：企业团建、商务社交、赛事IP
4. **内容生态**：教学、直播、社区、排行榜

1.4 市场规模预测

保守场景

- **注册用户**：500万（占1.4亿的3.6%）
- **月活用户**：100万（20%留存）
- **付费率**：10%（50万付费用户）
- **ARPU**：50元/月
- **年收入**：3亿元

积极场景

- 注册用户：2000万（占1.4亿的14.3%）
- 月活用户：400万（20%留存）
- 付费率：15%（60万付费用户）
- ARPU：100元/月
- 年收入：7.2亿元

二、盈利模式分析

2.1 核心盈利路径

1. 会员订阅制（40%收入）

产品设计：

- **免费层**：基础游戏、社交、有限赛事参赛
- **黄金会员**：99元/月或888元/年
 - 无广告体验
 - 每月50局免费参赛
 - 积分加成（+20%）
 - 专属房间创建权
 - 优先排队匹配
- **白金会员**：298元/月或2588元/年
 - 黄金所有权益
 - 每月无限赛事参赛
 - 积分加成（+50%）
 - 专属俱乐部管理工具
 - 直播权、评论置顶
 - VIP客服支持

收益预测（保守）：

- 付费用户50万，会员转化率30% = 15万
- 其中黄金会员占70%，白金会员占30%
- 月收入 = $10.5\text{万} \times 99 + 4.5\text{万} \times 298 = 2300\text{万元/月}$

2. 赛事报名费与奖池（25%收入）

赛事体系：

赛事类型	报名费	奖池规模	平台分佣	频次
日常联赛	9.9元	10倍报名费	20%	每日4场
周末杯	29.9元	50倍报名费	25%	每周2场
月度锦标赛	99元	100倍报名费	30%	每月1次
全国大赛	299元	500倍报名费	40%	每年2次
企业团建赛	1000+元	定制	50%	按需

商业模式特点：

- 参赛人数越多，奖池越大，平台佣金越高
- 鼓励玩家参赛，平台通过规模效应获利
- 企业团建赛事为高价值增长点

收益预测（保守）：

- 日均赛事参赛人数3万人次
- 平均报名费30元
- 平均分佣比例28%
- 月收入 = $3\text{万} \times 30 \times 28\% \times 30 = 7560\text{万元}$

3. 虚拟道具与美化商品（15%收入）

虚拟商品：

- 头像框、徽章：3.9元-29.9元
- 专属昵称彩色：9.9元/月
- 房间主题皮肤：19.9元-49.9元
- 动画表情包：4.9元-19.9元
- 荣誉勋章：29.9元-99.9元（永久显示排名高分）

赛季通行证（季卡）：

- 价格：68元/季
- 内容：日常任务、周任务、月度挑战
- 奖励：积分、头像框、勋章、皮肤等

收益预计：月活用户400万，转化率3% = 12万用户，平均客单15元 = 180万元/月 = 2160万元/年

4. 赞助与品牌合作（12%收入）

合作对象：

- **酒类品牌**（白酒、葡萄酒）：赛事冠名、社区品牌展位
- **房产开发商**：企业团建赛事合作、社区广告
- **保险公司**：品牌赛事、用户转化
- **金融服务**：理财产品推荐、高端会员整合营销
- **扑克牌制造商**：官方周边、限量版牌

合作价值：

合作类型	价格	数量/年	年收入
赛事冠名	200-500万元	6-8场	1500万元
社区广告位	10-50万元/月	12个月	360万元
品牌整合	100-300万元	4-6个	1200万元

5. 直播打赏与内容消费（8%收入）

直播生态：

- **职业选手直播间**：用户打赏、礼物收益（平台分成40%）
- **教学内容**：付费课程、大师班（平台20%分成）
- **评论区置顶**：5元/条、精选评论推荐
- **官方赛事直播**：流量变现、广告插入

内容创作激励：

- 优质内容创作者月度补贴10-50万元
- 与头部主播签约分成协议
- UGC内容激励（热门视频奖励）

2.2 盈利模式汇总

年收入构成预测（保守场景）：

收入来源	比例	年收入
会员订阅	40%	1.2亿元
赛事报名费	25%	7500万元
虚拟商品	15%	4500万元
赞助合作	12%	3600万元
直播与内容	8%	2400万元

收入来源	比例	年收入
总计	100%	3亿元

三、产品功能规划

3.1 核心功能模块

1. 游戏引擎

基本功能：

- 真实的掇蛋规则实现（含国家规则所有变种）
- 实时对战引擎，延迟<200ms
- AI陪练对手（3个难度等级）
- 回放系统（支持每局完整重放）

高级功能：

- 胡牌提示与最优解建议
- 统计分析（胜率、主要对手、牌型偏好）
- 牌局导出与分享
- 离线模式支持

2. 匹配与组队系统

快速匹配：

- 一键开局，自动匹配同级别玩家
- 基于积分、胜率、在线时间的智能匹配
- 防止恶意掉线（3次弃局自动禁玩24小时）
- 可选：规则变种选择（如升级倍数、级牌变化等）

俱乐部与好友：

- 创建俱乐部（免费），邀请好友
- 俱乐部内部积分排行、战队战斗
- 好友组队快速配对
- 好友观战机制

3. 竞技与排名系统

积分系统：

- 初始积分：1500
- 胜局+50-200分（基于对手等级）
- 负局-50-200分
- 黄金会员+20%加成
- 白金会员+50%加成

排行榜：

- 全国排行（可按地区筛选）
- 周排行、月排行、赛季排行
- 俱乐部内部排行
- 特殊排行（胜率、连胜、总局数等）

段位系统：

段位	积分范围	特权
青铜	0-1000	-
白银	1001-2000	月度勋章
黄金	2001-3000	专属头像框
铂金	3001-4500	赛事报名费-10%
钻石	4501+	赛事报名费-20%、邀请赛资格

4. 赛事管理系统

赛事创建：

- 日常联赛（每日自动生成）
- 周末杯（周五-周日）
- 月度锦标赛（月度1次）
- 全国大赛（年度2次）
- 企业团建赛事（定制）

赛事运营：

- 报名管理（截止时间、人数限制）
- 自动配对、分组、对阵表生成
- 实时比分显示、直播支持
- 自动结算、奖励发放

赛事数据：

- 完整赛事统计与分析
- 参赛者战绩导出
- 赛事分享页面与社交传播

5. 社区与社交

用户社区：

- 用户主页（战绩、排名、成就、统计）
- 动态发布（分享战绩、感悟、视频）
- 评论与互动
- 用户关注

俱乐部社区：

- 俱乐部首页、公告、成员管理
- 俱乐部内部排行、战队战斗
- 讨论板块、文件共享
- 活动发布（组织内部赛事）

官方社区：

- 攒蛋攻略、教学视频
- 比赛解读、高手访谈
- 规则讨论、意见反馈
- 活动公告

6. 直播与内容

直播功能：

- 用户可开启直播间
- 支持正在进行的对战实时直播
- 观众打赏系统、评论互动
- 录播与VOD支持

内容库：

- 官方教学视频库
- 职业选手示范对局
- 规则解读与策略分析
- 赛事精彩回放集锦

内容激励：

- 创作者收入分成

- 每月最佳内容作者奖励
- UGC激励计划

7. 数据与分析

个人数据分析：

- 总胜率、按对手等级统计胜率
- 常用牌型、最强角色（上游/二游/三游/末游）
- 对手分析、胜率最高/最低对手
- 时间段分析（何时状态最佳）
- 导出个人战绩报告

赛事数据分析：

- 参赛人数、平均段位分析
- 奖池规模、参赛热度趋势
- 地区玩家分布

3.2 高级功能模块（2期+）

1. AI教练与决策支持

- 牌局AI分析与最优解推荐
- 薄弱环节识别与训练计划
- 对手风格分析

2. 内容创作工具

- 官方配套的攒蛋视频编辑工具
- 自动生成配音与字幕
- 剪辑模板

3. 企业解决方案

- 企业团建赛事平台
- 员工积分排行与激励
- 定制化品牌方案

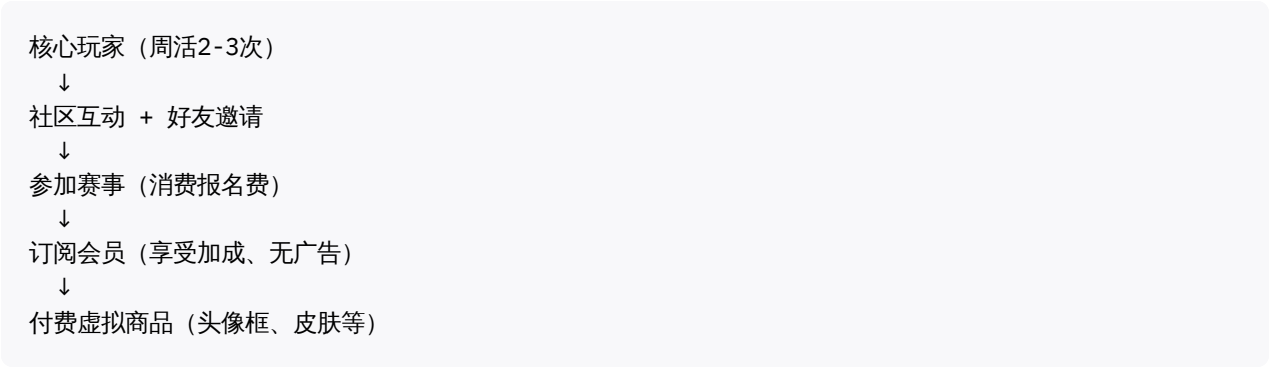
四、用户体验与产品设计

4.1 用户旅程

新用户流程



留存与变现路径



4.2 UI/UX设计原则

1. 清晰的信息架构

- 首页：快速开局、排行榜、赛事入口
- 社区：动态、俱乐部、排行榜
- 我的：个人主页、设置、钱包

2. 沉浸式游戏体验

- 卡牌设计精美，手感良好
- 动画流畅，音效反馈清晰
- 防沉迷提示（游戏时长提醒）

3. 可访问性

- 支持多语言（中文为主，后续扩展英文等）

- 字体大小可调
- 高对比度主题

五、技术架构概述

详见《技术架构设计书》

核心技术栈

- 后端：Python/Java 微服务架构，AWS部署
- 游戏引擎：自研或Unity/Unreal实时同步
- 前端：React Native (iOS/Android)、Web (React)
- 实时通信：WebSocket、gRPC
- 数据库：PostgreSQL (结构化)、MongoDB (日志)
- 消息队列：Kafka
- 直播：RTMP/WebRTC

六、上市路线图

Phase 1: MVP阶段 (3个月)

目标：核心游戏体验 + 基础社交

交付物：

- iOS/Android App (基础版)
- Web版
- 核心游戏引擎
- 快速匹配系统
- 基础排行榜

指标：

- DAU：1万
- 日均局数：5万局
- 留存率：D1 40%，D7 15%

Phase 2: 运营阶段 (3个月)

目标：用户增长 + 赛事体系建立

新增功能：

- 日常赛事系统

- 俱乐部功能完整
- 社区系统上线
- 会员系统

指标：

- DAU：10万
- 付费率：3%
- 赛事参赛人次：日均5000

Phase 3: 商业化阶段（3-6个月）

目标：多元盈利 + 生态建设

新增功能：

- 直播系统上线
- 企业团建解决方案
- 内容创作激励
- 高端会员特权

指标：

- DAU：50万
- 付费率：8-10%
- 月收入：1000万元+

Phase 4: 全国布局（6-12个月）

目标：全国市场渗透 + 品牌建设

策略：

- 地区赛事联动
- 线上线下融合
- 明星选手签约
- 媒体与赞助合作

指标：

- DAU：200万+
- 付费用户：100万+
- 月收入：3000万元+

七、风险分析与应对

7.1 市场风险

风险	影响	应对策略
政策风险	棋牌游戏监管	确保合规、获得运营牌照、建立合规审查团队
市场饱和	新进入者众多	差异化（社交、赛事、商业赋能）
用户获取成本高	CAC上升	社交裂变、俱乐部联动、品牌合作

7.2 产品风险

风险	影响	应对策略
规则争议	玩家流失	采用官方国家规则，建立社区反馈机制
掉线作弊	游戏体验差	反作弊系统、失败检测与补偿
技术故障	用户投诉	冗余架构、监控告警、快速恢复

7.3 运营风险

风险	影响	应对策略
社区毒性	口碑下降	内容审核、举报机制、禁言处罚
赛事舞弊	信任危机	实名认证、防作弊检测、公证机制
付费纠纷	法律风险	透明的规则、投诉渠道、退款政策

八、成功指标（KPI）

用户增长指标

指标	3个月	6个月	12个月
DAU	1万	10万	50万
MAU	5万	50万	200万
新增用户	5万	60万	200万

商业指标

指标	3个月	6个月	12个月
付费用户	300人	2万	15万
付费率	1%	5%	10%
ARPU	50元	80元	100元

指标	3个月	6个月	12个月
月收入	15万	800万	1.5亿

运营指标

指标	目标
D1留存率	>40%
D7留存率	>15%
D30留存率	>5%
赛事参赛率	DAU的20%+
社区活跃度	MAU的30%+

九、组织与投融资

9.1 核心团队需求

岗位	需求	关键背景
产品负责人	1名	游戏/竞技产品经验
后端工程师	3-5名	实时多人对战、微服务
客户端工程师	3-4名	iOS/Android/Web
游戏设计师	2名	棋牌游戏逻辑、平衡
运营/社区	2-3名	社区建设、赛事运营

9.2 融资规划

阶段	融资额	用途	时间
种子轮	500万	MVP开发、初期运营	立即启动
A轮	3000万	市场推广、运营扩张	12个月后
B轮	1亿+	全国布局、并购整合	24个月后

十、附录

掇蛋游戏规则速记

基本信息：

- 参与人数：4人（2队对阵）
- 所用牌张：两副扑克牌（108张）

- 升级：从2升到A，以赢家数量决定升级级数

主要牌型（从强到弱）：

1. 四王（四张王牌，万能炸）
2. 炸弹（8张同数值、7张、6张、5张等）
3. 顺子（连续的单牌或对子）
4. 三带二 / 三带一
5. 对子、单牌

升级规则：

- 头游 + 二游 双下对手 → 升3级
- 头游 + 三游 只下对手一家 → 升2级
- 头游 + 末游 对手双游 → 升1级

进贡规则：

- 末游向赢家进贡最大的一张牌
- 赢家还牌不超过10点
- 红桃级牌可抗贡

特殊规则：

- 红桃主牌（如红桃5为主时，对红桃不能进贡）
- A级必打规则
- 对家接风规则

[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]

✻

1. https://www.sohu.com/a/734820946_121124690
2. <https://zh.wikipedia.org/zh-hans/掼蛋>
3. https://clm.njau.edu.cn/_local/C/9E/B4/E70F9DFD7FE8E14CD554B36C15A_561861DC_8C00.doc?e=.doc
4. <https://www.jiemian.com/article/10975883.html>
5. https://gh.nuist.edu.cn/_upload/article/files/e2/4e/9a5343d0450a9580fd4c1f46fc0b/290d8299-e923-4966-a485-b0269c7e11fd.pdf
6. <https://post.smzdm.com/p/al8gnee0>
7. <https://www.stcn.com/article/detail/1108333.html>
8. <https://www2.abc.edu.cn/gonghui/upload/2014-12/14121116147906.doc>
9. <https://www.gameabc.com/news/201904/5261.html>
10. https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_26338080