大学生游戏平台app 产品构思

# 问题描述

1. 现如今的游戏都有聊天交友功能板块，但聊天需要进入游戏界面，很不方便，如果只是要聊天，一个公共的游戏平台足以；而且游戏平台的功能并不局限于聊天。在游戏平台可以聊天交友不用进入游戏，也浏览各种游戏资讯，不再只是一种游戏资讯，用户也可以购买自己喜欢的游戏进行下载，氪金拥有更好的用户体验。
   1. 不再是单一游戏的助手平台；譬如，王者荣耀助手，英雄联盟助手之类。
   2. 兼具资讯、聊天、游戏、论坛功能；平台内好友，游戏中不再设置好友功能。
   3. 支持众多游戏购买、下载、一个平台对应众多游戏，从平台开启，一键直达。

# 产品愿景和商业机会

**定位：**为国内数千万游戏玩家构建一个综合性游戏平台，支持用户购买、下载、讨论、评价、平台内聊天、一键开启游戏等功能。

**商业机会：**

* + 用户群主要定位于国内，特别众多高校的大学生，学习之余玩游戏成为了他们的主要课余娱乐方式；
  + 由于很多游戏在游戏内设置聊天功能，没法像qq，微信一样单手持聊天，很不方便，需要进入游戏才能和好友聊天；
  + 大多数学生并不只玩一种游戏，每个游戏中都有很多好友，但不玩游戏，就没法同游戏好友约玩，游戏卸载即友尽；
  + 我们针对广大大学生开展游戏平台讨论吧，等众多专区，众多游戏好友可在游戏平台聊天，讨论游戏。

**商业模式**

* 广告费；
* 游戏资讯推广费、游戏下载购买提成费；

# 用户分析

本游戏平台app主要服务大学生等一系列游戏爱好者：

* 在校大学生（学生）
  + 愿望：简易好友聊天，随时约朋友一起玩；
  + 消费观念：为了好玩的游戏，出点小钱没问题；
  + 经济能力：有生活费额度限制，但消费需求和冲动消费潜力大，尤其是价格不多的小游戏；
  + 计算机能力：熟练上网和网购，笔记本电脑和宿舍上网的普及度也相当高；
  + 其它：有较多的购物特性，例如：游戏皮肤、游戏氪金。
* 发布游戏的个人和企业（简称游戏运营商）。
  + 痛处：开始推广的力度如果不大，很多人会不知道，需要周期性的推广，回本的时间也跟此有关；
  + 优势：会站在消费者角度设计与之匹配的可供消费者使用的游戏，更有论坛、社区、用户留言评论等专区，可以切合用户需求，更近距离完善产品。

# 技术分析

采用的技术架构

以基于互联网的WEB应用+android方式提供服务。前端技术主要采用android，后端技术采用spring+hibernate企业级框架体系，可免费快速完成开发；

平台

初步计划采用阿里云服务平台支撑应用软件，早期可以使用一年的免费体验，业务成熟后转向收费（价格不贵）；

软硬件、网络支持

由于所选支撑平台均是强大的服务商，能满足早期的需求，无需额外的支持；

技术难点

无开发技术难点；产品设计上重点考虑如何符合学生群体特征提供快速商品定位，同时支持灵活的商品推荐，比如节日、重要事件等；

# 资源需求估计

人员

产品经理：依据本产品的商业背景和定位，吸取已有其他国外游戏平台的成熟经验比如steam，结合地方特点和用户特征，设计符合某市大学生网购模式的游戏产品。

IT技术专家：快速架构和实现产品，同时确保对未来快速增长交易量及灵活变化的游戏展示的支持。

学生代表：有较多购买游戏经历的学生代表，帮助分析学生群体的购物和消费特征；

商家代表：主要经营小游戏，大型手游等商家，帮助分析商家需求、期望等；

资金

产品验证阶段前暂无需要。完成产品验证后，需要资金集中快速完成商家扩充和宣传推广；

设备

一台本地PC服务器；

设施

10平米以内的固定工作场地；

# 风险分析

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **事件描述** | **根本原因** | **类型** |
| R1 | 学生认可度不高 | 没有足够区别于已有单一游戏平台的吸引力 | 商业风险 |
| R2 | 企业参与度不高 | 商家对国内游戏界资源的了解不够、信心不足，及需要做一定的配合缺乏意愿 | 用户风险 |
| R3 | 无法统一游戏中好友与平台好友 | 很多游戏中内置的游戏好友聊天功能与平台好友聊天功能重叠，显得累赘，但平台操作类似qq微信等简单易操作，游戏中单手打字较为困难 | 流程风险 |
| R4 | 人员不能及时到位 | 无法快速组建技术团队 | 人员风险 |
| R5 | 无法获得足够的推广费用 | 产品快速推广时，需要大量的资金，目前团队不具备，需要寻找投资 | 资金风险 |

# 收益分析

财务分析的估算结果如下，几项重要参数说明：

1. 折现率假设为10%，这是比较通用的一个值；
2. 项目长周期设为5年；
3. 首年成本为上面资源分析中的成本加10万元推广成本，以后四年假设升级维护费和推广为每年20万；
4. 收益假设第一年为10万，第2年为30万，第3年为60万，第4年为100万，第5年为150万；

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 折现率 | 10% |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 汇总 |
| 成本 | 396000 | 200000 | 200000 | 200000 | 200000 |  |
| 折现因子 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 | 0.62 |  |
| 折现成本 | 360360 | 166000 | 150000 | 136000 | 124000 | 936360 |
| 累计成本 | 360360 | 526360 | 676360 | 812360 | 936360 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 收益 | 100000 | 300000 | 600000 | 1000000 | 1500000 |  |
| 折现因子 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 | 0.62 |  |
| 折现收益 | 91000 | 249000 | 450000 | 680000 | 930000 | 2400000 |
| 累计收益 | 91000 | 340000 | 790000 | 1470000 | 2400000 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 折现收益-折现成本 | -269360 | 83000 | 300000 | 544000 | 806000 | 1463640 |
| 累计收益-累计成本 | -269360 | -186360 | 113640 | 657640 | 1463640 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 净现值 | 1463640 |  |  |  |  |  |
| 投资收益率 | 156% |  |  |  |  |  |
| 投资回收期 | 第3年 |  |  |  |  |  |