**MRD (Market Requirements Document) - 市场需求文档**

**1. 市场分析**

目标市场：中国互联网ACG垂直视频社区市场。目标用户规模：核心ACG爱好者约数千万，泛二次元用户规模数亿，且不断增长。市场增长驱动因素：Z世代成为消费主力，乐意为兴趣付费。ACG文化从小众走向主流，国创（国产动画）崛起。视频制作工具（如智能手机、剪辑软件）平民化。

**2. 用户画像**

**2.1画像一：**

**核心创作者"Up主-小A"**身份：大学生/刚工作的年轻人。特征：深度ACG爱好者，有强烈的表达欲和分享欲，具备一定的视频制作能力（或愿意学习）。需求：寻找展示才华的平台；获得关注和认同；与粉丝互动；可能的变现渠道。痛点：在其他平台发布内容无人问津；缺乏同好交流；创作得不到正向反馈。

**2.2画像二：**

**深度消费者"粉丝-小B"**身份：中学生/大学生。特征：热衷追新番、看游戏直播，是多个ACG圈层的参与者。需求：第一时间获取优质内容；发现同好，进行深度讨论；获得归属感和共鸣（通过弹幕）。痛点：内容分散，寻找困难；评论區互动无趣，缺乏"梗"文化；感觉自己是孤立的个体。

**2.3画像三：**

**轻度用户"路人-小C"**身份：年轻白领/泛娱乐用户。特征：对ACG有一定兴趣，但不是核心粉丝。主要通过社交网络寻找娱乐内容。需求：轻松娱乐，打发时间；发现有趣、热门的梗和视频。痛点：难以理解硬核社区文化；希望有简单易懂的内容推荐。

**3. 竞品分析**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **竞品类型** | **代表产品** | **优势** | **劣势** | **我们的机会** |
| 综合长视频 | 优酷、爱奇艺 | 资金雄厚，版权内容多，用户基数大 | 不专注ACG，社区弱，互动形式传统 | 做深垂直领域，用强社区和创新互动体验差异化 |
| 短视频 | 抖音、快手 | 流量巨大，算法推荐强，创作门槛低 | 内容碎片化，不利于深度内容和文化沉淀 | 聚焦中长视频，培育深度内容和IP |
| 传统社区 | 贴吧、论坛 | 用户粘性高，讨论深度强 | 形式陈旧，以图文为主，表现力弱 | 用视频化、弹幕化升级社区体验 |
| 直接竞品 | NicoNico | 模式成熟，弹幕鼻祖 | （在国内）访问不便，无本地化运营 | 全面汉化，深耕中国ACG文化，提供更稳定的服务 |

**4. 产品定位**

对于用户：这是一个专属于你的ACG乐园，你可以在这里看最新番剧、发现无数宝藏作品、用弹幕吐槽找到同伴，甚至成为一名创作者，用视频表达你的热爱。对于市场：我们是国内领先的、以弹幕为特色的ACG文化视频社区，是连接创作者与粉丝的核心枢纽。一句话定位：弹幕互动的ACG爱好者社区。

**5. 需求优先级**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **需求描述** | **需求类型** | **优先级** | **说明** |
| 核心视频播放与弹幕功能 | 功能需求 | P0 | 必须实现，产品的立身之本，包括流畅的播放、弹幕发送、加载、防屏蔽等 |
| 视频上传与管理后台 | 功能需求 | P0 | 支持创作者上传视频，管理自己的作品，查看基础数据 |
| 内容分区与浏览 | 功能需求 | P0 | 首页、分区页，帮助用户发现内容 |
| 用户系统与会员答题 | 功能需求 | P1 | 建立用户账户，并通过答题机制筛选核心用户，维护社区文化 |
| "一键三连"互动功能 | 功能需求 | P1 | 简化并强化正向反馈循环，激励创作者 |
| 评论區与关注系统 | 功能需求 | P1 | 补充互动形式，构建社交关系链 |
| 个性化推荐feed流 | 功能需求 | P2 | 提升内容分发效率，增加用户粘性（初期可依赖人工编辑） |
| Up主激励计划 | 商业需求 | P2 | 吸引和留住优质创作者，需在有一定用户基础后推出 |
| 直播功能 | 功能需求 | P3 | 丰富内容形态，拓展未来盈利渠道 |
| 大会员增值服务 | 商业需求 | P3 | 商业化探索，必须在用户充分认可产品价值后推出 |