



消費チェーン CDC 技術報告書

消費データブロックチェーンを用いた
グローバル広告市場の再構築

official@cdf.io

<http://www.cdf.io>

Version: 2.0

目次

概要	1
1. 背景と需要の出発点	2
1.1 従来のデータ取引の欠点	3
1.2 ブロックチェーン技術の中核的特徴	4
1.3 主流パブリックチェーンの直面する挑戦とCDCアプリケーション下の欠点	4
1.4 消費チェーンCDCとは	5
2. 目標および強み	7
2.1 脱中心化公共データ資産取引ネットワーク	7
2.2 なぜCDCなのか	7
3. ビジネスモデルおよびトークンエコノミー	8
3.1 ビジネスモデル	8
3.1.1 CDC ネットワークユーザー	8
3.1.2 CDC ネットワーク販売業者	9
3.1.3 CDC ネットワーク広告代理店	10
3.1.4 CDC ネットワークマイナー	11
3.2 CDC トークンエコノミー	11
3.2.1 CDC トークンの定義	11
3.2.2 CDC トークンの発行と役割	11
3.2.3 CDC トークンの流通	11
4. コミュニティ共同自治	13
5. 業務モデルおよび開発目標	15
5.1 消費データアップロード	15
5.2 消費データ保管	16
5.3 データ分析と採掘	16

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

5.4	広告のオーディエンススクリーニング	17
5.5	広告チャンネル	18
5.6	広告コンテンツ	20
5.7	広告価格設定戦略	20
5.8	広告効果トラッキングおよび報償システム	20
5.9	不正検知と罰責	22
6.	システムフレームとモジュール設計	24
6.1	CDCメインチェーン	25
6.1.1	DPoS 合意メカニズム	25
6.1.2	スマートコントラクト仮想マシン (VM)	26
6.1.3	マルチサイドチェーンとブリッジングの伝達	26
6.1.4	階層ノード	26
6.1.5	多種マイナーロール	27
6.1.6	DMP	27
6.1.7	統一のアイデンティティ	28
6.1.8	多種通貨	28
6.2	CDC ウォレット	28
6.3	ブロックチェーンブラウザー	29
6.4	P2P ストレージネットワーク	29
6.5	API および SDK	31
6.6	CDC DApp	32
6.7	CDCブラウザーとブラウザープラグイン	32
6.8	店舗PC端末	33
6.9	Wechatミニプログラム	34

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

6.10	OTC場外取引	34
6.11	その他補助ツール	34
7.	プライバシー保護措置	35
8.	研究計画	37
8.1	実行プラン（第1期）	37
9.	研究指導原則	41
9.1	組織形成	41
9.2	モジュール化の技術フレーム	41
9.3	技術参考と多重化原則	41
9.4	安定性、拡大性、安全性および有用性	42
10.	研究リスクの提示	43
10.1	政策リスク	43
10.2	チームリスク	43
10.3	統括リスク	43
10.4	技術リスク	44
10.5	安全リスク	44
11.	チームメンバー	45
12.	出資者	50
13.	出資機構	51
14.	戦略的パートナーシップ	52
15.	ファンドシェア分布	54
16.	関連リソース	56
16.1	CDCファンド公式サイト	56
16.2	CDCコードホスティングURL	56
16.3	CDCコミュニティアドレス	56
17.	免責事項	57

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

概要

消費チェーンCDCは世界で初めてブロックチェーン技術の中核技術としたグローバル消費データアセット取引の脱集約性公共ネットワークプラットフォームである。

消費チェーンCDCはブロックチェーン技術の脱集約性、遡及可能性、改ざん防止等の特徴を利用し、ネットワーク内のユーザーが提示した各種オフライン、オンラインの消費関連データを安全、信頼的にネットワーク内へストレージすることを可能とする。また同時に、広告主の各種需要にも対応し、脱集約性ネットワークにてシステム内のリソースと役割を調整、消費データに対し信頼性の高い分析とユーザートラッキングを行い、最終的に各種チャンネルを通して、ユーザーに対する確かな広告をリーチさせることを可能とする。広告のフローにおいて、CDCはトークンとスマートコントラクトを基に、各参加者の公開、公正、遡及可能な需要の提示、払出の完了と利益獲得を保障する。CDCは広告主、データマイニング (DM) 側とターゲットユーザー間での直接的、効率的で公平な利益分配と伝達を実現し、そこから新たな広告生産関係を構築する。

本報告書作成の目的は技術面から消費チェーンCDCのフレームを説明し、また対応する需要の出発点、技術路線、計画設計、実行可能性の検討、プロジェクト管理モデルとイノベーション理念等の内容を含んでいる。消費チェーンCDCに関する詳しい内容はウェブサイト<http://www.cdcf.io>にて消費チェーンCDCの全体報告書および関連ファイルを参照。

消費チェーンCDCプロジェクトはブロックチェーンの脱集約性と公開性の理念を中心に、完全なオープンソース、透明で民主的なDAO形式、創設チームを中核の推進力として、コミュニティのリソースを基に、高速、効率的に消費チェーンネットワークを構築する。

本報告書の内容は消費チェーンCDCの技術発展ルートの指導要領として、CDC基金によって今後のCDCプログラムにおける研究と構築作業に使用されることとなる。本報告書は消費チェーンCDCの創設理念および現在の関連技術発展の現状と今後の動向についてフォーカスし、本文の各計画デザインは強制的ではなく、CDCネットワークアプリケーションの開発力がプロジェクト開発をする過程での実需と技術発展の状況に基づいて合理的な改善を行うことは可能である。

CDCプロジェクトの各連絡先: <http://www.cdcf.io/contactUs.html> ,
コードホスティングURL : <https://github.com/cdcchain>.

私たちは消費チェーンCDC理念、本報告書の技術開発プランへの賛同、CDCコミュニティへの参加、消費チェーンCDCの更なる進歩と発展の共同推進を歓迎致します。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

1. 背景と需要の出発点

社会において経済活動の中心は生産と消費である。工業化の時代が物的生産の需要を解決し、インターネット時代においては物的消費を大きく促進し、簡便化することを可能とした。貨幣の発展、クレジットカードおよびオンライン決済などの急速な普及により、消費の中で最も中心的なデータアセットー「消費明細」の数量と日々日に爆発的な増加と累積をもたらした。

人々の経済活動の基本は「消費の記帳」であり、これは永遠に無くなることのない行為である。世界のどこにおいても、人々が毎回消費行為を行う際に何らかの形でアナログ或いはデジタルの形式で記録、ストレージされる。もしそれら数十億人全ての消費データを毎秒毎分収集し、「保管+集約+連結」を行い、リアルタイムの動向をオンラインで集計するネットワークを作ることが可能ならば、我々は全世界の社会全体の消費マップを掌握したのと同じである

そのため、我々は全世界のユーザーに対してブロックチェーン技術を基にした消費データアセット取引のプラットフォームー消費チェーンCDC (COMMERCE DATA CONNECTION) を送り出す。

消費チェーンCDCは世界で初めてブロックチェーン技術を中核技術としたグローバル消費データアセット取引の脱中心化公共ネットワークプラットフォームである。消費チェーンCDCはブロックチェーン技術の脱中心化、遡及可能性、改ざん防止等の特徴を利用し、ネットワーク内のユーザーが提示した各種オフライン、オンラインの消費関連データを安全、信頼的にネットワーク内へストレージすることを可能とする。また同時に、広告主の各種需要にも対応し、脱中心化ネットワークにてシステム内のリソースと役割を調整、消費データに対し信頼性の高い分析とユーザートラッキングを行い、最終的に各種チャンネルを通して、ユーザーに対する確かな広告をリーチさせることを可能とする。広告のフローにおいて、CDCはトークンとスマートコントラクトを基に、各参加者の公開、公正、遡及可能な需要の提示、払出の完了と利益獲得を保障する。

CDCは広告主、データ採掘 (DM) 側とターゲットユーザー間での直接的、効率的で公平な利益分配と伝達を実現し、そこから新たな広告生産関係を構築する。CDCのプラットフォーム上にて、現在各ビッグデータプラットフォームに対して無償で消費データを貢献している多くのユーザーが自身の消費データがもたらす価値を享受することを可能にし、各広告主はより効率的でコストパフォーマンスの高い広告のフローチャンネルを獲得することが可能となる。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

各広告技術サプライヤーは自らの技術開発と発展、サービスを提供することに注力し、サービスを通じた利益を獲得することが可能となる。現在各「中心化」プラットフォームにおいてのユーザーデータの独占による不合理な消費データ利益分配関係は消費チェーンCDCにより解決することとなり、また最も完結で確実なサービスフロープロセスにより、広告フロー全体の効率と効果を拡大し、サービスコストを削減することを可能とする。

1.1 従来のデータ取引の欠点

全世界数十億人の毎日様々なシチュエーションで溜まっていく自身の「台帳」——個人消費のデータアセット、自分の消費マップを形成する。しかしこれらの消費データは全て各サービスプロバイダーの「中心化独占的データサーバー」に分散しており、これらの「台帳」を実際に作り出し、個人の最も現実的なデータアセットを作り出すユーザーはそれらサーバーにアクセスすることを阻まれている。全ての消費データの集約は売り手から第三者プラットフォームのデータ販売業者まで流通し、消費者の取引の過程を全てこれら中心的プラットフォームに分布させ、プラットフォームは例外なしに10%-50%のマージンを取っている。これらの「集約化」されたプラットフォームのビジネスでは、売り手は商品のサービスだけに注力するわけにはいかず、高額な広告費を捻出し、さらには「リストのブラッシュアップ」と「セルフフラッシング」、「データ作成」などのマーケティングを行わなければターゲットのユーザーに接触することはできない。

従来のデータストレージとトレーディングのネットワークが避けることのできない欠点：

(1) 中心化消費データストレージの問題の深刻性

- a. 大型プラットフォームのデータ量に対する独占とコントロール、データ分散が消費データのガラバゴス化を招き、プラットフォームを超えたデータの取引ができず、消費データの偏りを招く
- b. データの正確度と整合性に欠ける。
- c. 全面的なデータマップの作成ができない。

(2) プライバシー保護が不十分

- a. 信用法律制度においてプライバシー保護は重大な問題であり、未だに認識の統一には至っていない。
- b. 各「中心化」プラットフォームにおいてはプライバシー保護の原動力が欠けており、収益の為に積極的にユーザーのプライバシーを侵害していることもある。

(3) 消費データ取引市場の混乱

データ生産者、使用者の権利を侵害し、各ステイクホルダーにとって価値のある個人消費データアセットの形成を不可能にしている。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

そのため、我々はブロックチェーン技術の中核として有効的に上記の問題を解決することが可能なデータ取引の新モデル、新たなプラットフォームを構築することが可能だと考えた。

1.2 ブロックチェーン技術の中心の特徴

ビットコインの誕生とコミュニティでの日々の発展に伴って、基底層技術—ブロックチェーン (Blockchain) が次第に大衆の注目を集めることとなった。この独自の「脱中心化」な価値転送ネットワークはP2P (peer-to-peer) ネットワークとデジタル暗号化技術を結合し、自治的合意メカニズム (PoW) を構築しており、中核機関の保証なしに完全に安全、匿名、確実に記帳可能な分散式台帳、すなわち「機械信用」を実現させた。PoW合意メカニズムは性能、スループット率、エネルギー消費の面で今後改善が見込まれ、同時に理論上では51%攻撃を回避できない問題があるが、近年ではイーサリアム、EOS、IOTAなど新規パブリックチェーンの出現により、Pos、DPoS等の新たな合意メカニズムが引き入れられ、各スマートコントラクトの誕生により、ブロックチェーン技術は性能、スループット率、安全性、拡張性、有用性の面で大きな進歩と発展を遂げており、各アプリケーション分野での造成と開拓発展のために心強いインフラ技術を提供することの支えとなっている。

脱中心化ネットワークの「機械信用」が大きく信用形成とその伝達に必要なコストを低下させ、新しい社会合意システムを引き入れることを通して、ポイントツーポイントの価値交換を実現し、従来の「中心化」技術システムの情報の非対称性が作り出した「ピラミッド構造」を打ち破り、情報の透明度と価値伝達の効率を大きく上げた。

このような技術の背景の中、ブロックチェーン技術の早期参加者とその発展の証人として、CDCの創設チームはブロックチェーン技術が構築する脱中心化個人データアセット管理と取引ネットワークは将来関連業界に対して大きな影響を及ぼすことを確信している。

1.3 主流パブリックチェーンの直面する挑戦およびCDCアプリケーション下の欠点

ブロックチェーン技術は急速の発展しており、すでに現実に使用されている段階にあるが、現在主流のパブリックチェーンは未だにいくつかの難題と技術的挑戦に直面している：

- 1.いくつかの使用状況下において、データ量の爆増がストレージに大きな負担をかけることとなり、有限のブロックストレージはいかにより多くのデータ保管の需要に対応できるのか。そして、いかにチェーンの長さに伴って無限に増加するストレージに対しての需要或いは徐々に収斂させる、性能を低下させない条件の下で合理的にストレージを拡大する計画をコントロールするのか。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

official@cdcf.io
<http://www.cdcf.io>

- 2.スマートコントラクトの安全検査：いかに効果的にバグを発見するか
- 3.チェーンアプリケーションの多様化に伴って、様々なパブリックチェーンが大量に出現することが見込まれるが、クロスコネク通信と提携の需要の拡大、現在の主流パブリックチェーンのクロスコネク通信に対する価値の伝達は未だに近い将来に実現するであろうブロックチェーンネットワークの爆発的普及を支持するには不十分である。
- 4.いかにオンチェーンとオフチェーンの業務を結びつけるには、これからの大量の探求と実践が必要である。
- 5.いかにはっきりとブロックチェーン技術のパッケージングを実現させ、業界全体の技術の敷居を低くし、上層のアプリケーションの拡大に便利な入り口を提供できるのか。
- 6.安全性と脱中心化を失わない前提で、いかにより効果的に合意メカニズムを発展させ、ブロックチェーンの採掘（マイニング）のコストとリソースの消費を減らし、そこからブロックチェーン全体の性能とスループット率を高めることができるのかということは業界が面している重要な研究課題である。

具体的な消費チェーンCDCの使用状況下では、分析を通して、我々は現在主流のパブリックチェーン技術には上記の技術上の挑戦だけでなく、以下のいくつかの核心的な欠陥があると考え：

- 1, 世界の消費データは一人一人の量は微小であるが、数量が膨大（毎日百億件）であるため、全体量は巨大となり、通常のパブリックチェーンではこの巨大なデータストレージに対応できない。
- 2, 消費ユーザーに対しての広告の種類は多種多様であり、需要も複雑であるため、消費データの複雑なビッグデータに対する分析が必須であり、通常のパブリックチェーンでは処理能力に欠ける。
- 3, 消費チェーンCDCの広告ネットワーク内において、広告主とユーザーだけでなく、他にも各種広告技術プロバイダーが存在し、これらのプロバイダーは脱臭役的方法でCDCネットワークに参加し、各種サービスを提供する必要があり、利益分配のために新しいトークン経済システムをデザインする必要、すなわち多くの採掘方式を提供する費用がある。

これらのことから、我々は消費チェーンCDCは現在の各主流パブリックチェーンの最新技術を吸収し、自らの状況と需要の特徴に応じて結びつけ、さらに多くのイノベーション技術を取り入れ、確実に効果的にCDC業務に対応できる新たなパブリックチェーンを構築し、その上にまとまったCDCアプリケーションネットワークを構築する必要があると考える。

1.4 消費チェーンCDCとは

CDC (COMMERCE DATA CONNECTION) 消費チェーンとはブロックチェーン技術に基づいた全世界の消費データ資産取引のネットワークである。全ての都市、道路、店舗、人に対して、CDCは便利な消費「台帳」の獲得とアップロードを提供し、これらの本来ならば消費が終わるごとに死んでいた台帳に、新たな命を吹き込み、データの鉱山に変えることを可能とする。

技術手段を通して、高速でユーザーの従来のオフラインまたはオンラインの消費台帳を撮影、アップロードし、AI技術でその中の情報を自動認識する、そして対応する技術によって消費データの分類と保管を行う。CDCはデータ保管と取引の安全性を確保し、全く新しい脱中心化の消費データ取引システムを作り出した。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

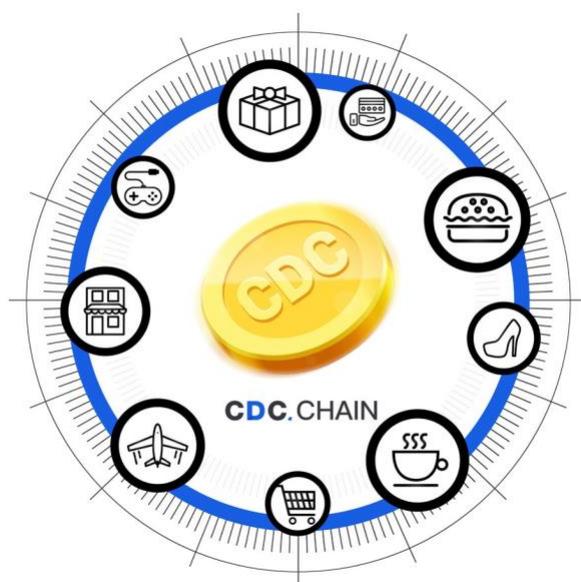
Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

それは現在の中心化のデータシステムよりも融通性があり、低コストでもあり、より多くの人々が自主的に消費データを貢献し、消費データアセットの「全世界共有」を実現し、データのガラパゴス化を減らすことができる。

消費チェーンCDCは消費データの創造者、使用者とユーザー間のデータの獲得、データ分析と分散、マーケティングと分配、決算の従来の伝統的なモデルを変えるであろう。これらの消費データアセット分散システムは現在の中心的な内容分散体系よりも融通性があり、便利、効果的、低コスト、さらに多くの優良な消費データアセットの実現価値を有している。



CDC 消費データシステム

CDCファンドは消費チェーンCDCの技術研究開発および製品のキャリアとして、CDCトークンネットワークを囲み運営する典型的DAO組織の一つである。CDCファンドはCDCのインフラ建設を責任し、一つ目のDAppアプリケーションを打ち出すことでネットワークの将来の参加者に模範を示している。

そのため、CDCファンドはCDC研究開発チームの募集と管理業務、そして技術報告書の方式でCDCプロジェクトの理念、需要、技術路線と発展計画の責任を負っている。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

official@cdcf.io
<http://www.cdcf.io>

■ 2.目標および強み

2.1脱中心化公共データ資産取引ネットワーク

消費チェーンCDCは脱中心化のグローバル消費データアセット取引の公共ブロックチェーンネットワークプラットフォームを構築することに注力しており、消費者と売り手の消費データの価値動向評価、取引、使用、価値伝達および広告マーケティング普及などの問題の解決に使用される。消費チェーンCDCは完全な消費データの作成、個人データアセットの形成、ブロックチェーンを通じた双方向匿名の規則に従って、取引の双方のプライバシーの保護、リアルタイムのデータシンクロを行う。全ての消費データを繋げ、グローバルな広告マーケティング業界の業界形態と価値分配システムを再定義する。

CDCトークンはこの消費データ価値ネットワークの基本的な資産であり、ある種の仮想的な流通している保証された価値証明であり、完全にオープンソースでもある。それと同時に、CDCが現在開発しているスマートコントラクトプラットフォームは世界で一つ目のブロックチェーンを基礎とした脱中心化データ分析と広告フローのビジネスマーケティングプラットフォームである。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

2.2 なぜCDCなのか

消費データ分野のビジネスマーケティングの需要及び従来の中心化業態に存在する問題点と欠点に対して消費チェーンCDCは以下の製品と技術の強みを有している。

1, App、SDK、APIインターフェースなどの方式を通してユーザーの消費データのデジタルストレージを実現し、ブロックチェーン技術を通して完全な消費チェーンを構築、個人データアセットの形成、ユーザーデータアセットの所有権を明確にする。

2, ユーザーのデータ更新頻度と完成度を元にユーザーデータクレジットポイントの検索と使用された回数を記録し、ユーザーアセットのクレジットメカニズムを実現する。

3, ブローカーのいないデータアセットP2P取引、脱中心化を実現、売り手と個人間の直接的取引関係を作り、ネットワークの今後の発展が見込まれる。

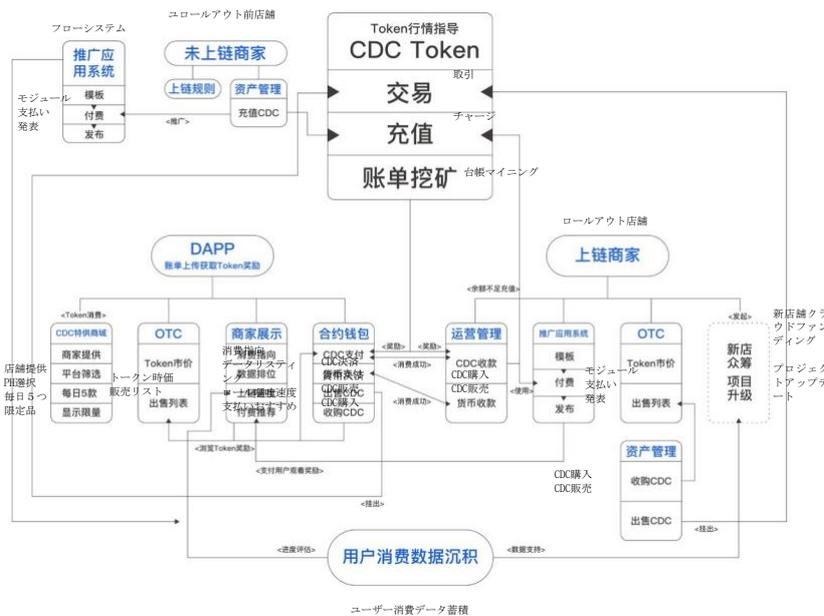
4, 全てのデータ取引に参加したメンバーに対してブロックチェーン上にて完全に双方匿名の記帳を実現し、徹底的に取引での相互のプライバシーを保護する。

5, アップデートしたブロックチェーン技術を通して、リアルタイムでデータをシンクロし、データの完全正確性を確保する。

6, 各種売り手とビジネス企業は消費チェーンCDCのネットワークのノードとなり、脱中心化の共通の方法によってデータアセット管理と使用を統一して行う。

3. ビジネスモデルおよびトークンエコノミー

3.1 ビジネスモデル



消費チェーンCDCビジネスネットワークモデル

CDCビジネスネットワーク内には各種主要な役割があり、ユーザー（消費者）、売り手、広告代理店、マイナーなどであり、同一の自然人と組織は同時に多くの役割を果たしている。

3.1.1 CDCネットワークユーザー

CDCネットワーク内の一般ユーザーすなわち消費者は、各種オンライン、オフラインの方法と通じて店舗にて消費を行い、その消費データは従来のもしくはデジタル台帳の形式でCDCプラットフォームにアップロードされる。ユーザー個人が貢献したデータが本人の消費の履歴としてユーザーの消費行動モデル分析の拠り所となる。ユーザーは消費データをアップロードすることで相応のCDCトークンを獲得でき、同時にユーザーは広告を見ることで広告を出した売り手から提供されたCDCトークンを報償として獲得できる。CDCネットワーク内に置いて各種ビジネスアクティビティに参加することで、ユーザーは自らの商業信用を確立し、良好な商業信用を基により多くの経済的利益を獲得できる。そのため、CDCビジネスネットワークはユーザーに対して以下のいくつかの面でモチベーションを有している：

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

official@cdcf.io
<http://www.cdcf.io>

- 1, ユーザは消費データのアップロードが多ければ多いほどトークン報酬がより多く手に入る。
- 2, ユーザーの提供する消費データが完全であればあるほど、広告のリーチ目標に選ばれることが多くなり、より多くの広告を見ることでより多くのトークンが手に入る。
- 3, ユーザーの消費データアップロード率が上がると、広告を見る機会が増え、ユーザー信用度が上がるとともに、ネットワーク内でより良い権力の行使とトークンの獲得が可能となる。

3.1.2 CDC CDCネットワーク販売業者

CDCネットワーク内では各種販売業者があり、実際の店舗でサービスを提供しているものからオンライン上でのデジタルビジネスを行なっている二つが存在している。

売り手（販売業者）の基本的ニーズ：

- 1, マーケティングを行い顧客を獲得する
- 2, 顧客に対して商品もしくはサービスを販売し利益を得る
- 3, 顧客として他の販売業者から商品を購入する

これらのニーズはCDCネットワーク内において全て支持され満足を得ることが可能である。

販売業者の営業ニーズに対して、CDCネットワークはビジネスアプリケーションすなわちユーザーがアップロードした消費データに対して科学的に有効な分析を行い、販売業者は自身のニーズに沿って最も的確なユーザーにターゲットを絞ることができ、効果的でスピードの早い業務を助けることになる。これらのユーザーの過去の消費履歴からターゲットを絞るマーケティングはブロックチェーン技術がユーザーの消費データ分析に対して効果的であることを示している。

販売業者はCDCネットワーク内において様々な営業活動を展開することが可能となる。例えば広告のフロー、クーポンの配布、人気商品のキャンペーン、期間限定の割引商品などである。CDCプラットフォームは売り手に対して対応するインフラとサービスインターフェースのサポートを提供する。

ユーザーは店舗にて消費をする際に、CDCが提供する公式のDAppもしくは他の第三者DAppを使って決済ができ、決済方法は多種に渡り：CDCトークン、デジタルクーポン、WechatPay、Alipayなど、このようにCDCトークンはビジネス取引の中で流通しやすくなっている。同時にこのような取引形式のデジタル消費データは自動的にCDCプラットフォームへとアップロードされる。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

もし販売者側が認証された販売業者としてCDCネットワークに参加するならば、ユーザーと販売者間の消費データがCDCプラットフォームにアップロードされ、売り手もCDCトークンを報酬として獲得できる。その他、CDCネットワーク内での各種ビジネス活動の展開及びユーザーの評価を受けると、販売業者も自身の商業信用を確立でき、さらなる経済利益を獲得することが可能となる。

CDCネットワークは定期的に組織活動とリソースの投入を行い、各販売業者のCDCネットワーク内における健康的な発展をサポートしていく、ユーザーとの良好なビジネスインタラクティブを通してさらなるビジネス価値を獲得していく考えである。

3.1.3 CDCネットワーク広告代理店

CDCネットワーク内において、販売業者はユーザーに対して広告という形で営業を行う。CDCネットワークの中心価値はユーザーの豊富なアップロード、現実的な個人消費データ、販売業者の具体的な営業ニーズに正確なデータ分析と採掘方式で最も適切な営業広告をユーザーにリーチさせるという基礎の上に成り立っている。そのため、CDCネットワーク内では各種広告代理店を引き入れ、データ分析とユーザーのターゲティングを行う。例えば、ユーザーの消費データの分析予想を行い、ユーザー像を組み立て、販売業者のニーズにあったターゲットユーザーを選び出す、すなわちDMPタイプの広告代理店（以下詳細）である。

各種広告代理店はCDCプラットフォーム上でサインアップし販売業者にサービスを提供し、完了したサービスの数量と質にしたがってCDCトークンの形で報酬を支給され、そのサービス履歴と評価はCDCブロックチェーン内に記録される。

販売業者と広告代理店間のビジネス協力はCDCパブリックチェーンのスマートコントラクトの下に、CDCトークンの形式でサービス費用が支払われる。

3.1.4 CDCネットワークマイナー

CDCネットワーク内には多種多様なマイナーを有しており、各自ネットワークに特定の採掘データを提供している。そして完了した作業量と効率性に基づいて一定のCDCトークンを報酬として与えられる。主な業務内容：取引記帳、スマートコントラクトの実施、データアップロード、保管及び分析等である。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

3.2 CDCトークンエコノミー

3.2.1 CDCトークンの定義

CDCトークンは消費チェーンCDCネットワーク内に構築された仮想通貨である。消費チェーンCDCネットワーク内において消費データがCDCプラットフォームに保管された後、すなわち効果的に権利の承認と資産化の後、CDCトークンはこれら消費データの価値流通の手段として使用される。

ネットワーク内のユーザーは生産、消費、伝達にかかわらず全てCDCトークンがシステム内唯一の流通している仮想通貨である。同時にCDCシステムのインフラ建設と維持の関連技術開発発展、運営普及は全てCDCトークンを報酬とする。

3.2.2 CDCトークンの発行と役割

CDC自身のパブリックチェーンの建設が完成するまではCDCトークンはイーサリアムのERC20協定スマートコントラクトに基づいて100億発行され、発行後の増加はない。その期間CDCトークンの流通はイーサリアムにて行われる。

CDCのパブリックチェーン研究開発と部署の準備が完了するまでは、CDCファンドが適当な時間に窓口となり、ネットワーク内のユーザー及び関連取引所の調整を行い、イーサリアムのCDCトークンがCDCのパブリックチェーン上に反映されるようにする。その後、全てのCDCトークンの流通がCDCパブリックチェーン上にて行われることとなる。CDCパブリックチェーンは高性能と低消費（以下詳細）の特徴を生かし、CDCパブリックチェーン上で流通するCDCトークンはさらに簡易で低コストとなる。同時にCDCパブリックチェーンは強大なスマートコントラクトシステムをサポートし、そこからCDCトークン関連の様々な複雑な業務モデルとビジネスモデルを構築する。

3.2.3 CDCトークンの流通

CDCネットワーク内において、ユーザーと販売業者は共に消費データの提供者として消費データをアップロードすることで一定のCDCトークンを獲得できる。

販売業者はCDCトークンを使用することで特定のユーザーに対して広告をフローさせることができ、ユーザーは広告を見ることで販売業者から提供される広告報酬であるCDCトークンを獲得することができる。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

ユーザーはCDCトークンを使用することで販売者の提供するビジネスサービスを受けることができる。各種代理店とマイナーはユーザー、販売業者またはプラットフォームにサービスを提供することでCDCトークンを獲得できる。

ネットワーク内全ての参加者はOTC場外取引の方法で簡単にCDCトークンの所有権を取引できる。

以上を基に、CDCネットワーク内のCDCトークンの流れは以下の図の通りである：

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

official@cdcf.io
<http://www.cdcf.io>

生産
1. <DApp>による台帳データの自動取得、ユーザーはトークンを獲得
2. ロールアウト店舗はユーザーにトークンを報酬として支給
3. ユーザー端末で広告フローとトークン支給

CDCトークンの価値流通システム

消耗
1. トークンの直接消費 <ロールアウト店舗>
2. CDC 供給製品の購入 <毎日5つまで>
3. 店舗運営サポート
4. 店舗クラウドファンディング

OTC
1. 店舗チャージ <ERC20, imtoken, 第三者...>
2. 場外取引 <店舗, 個人>
3. 契約ウォレット

④ 商戸众筹<上链/升级>

CDCトークンの価値流通システム

4. コミュニティ共同自治

ブロックチェーンのオープンソース性及び開放性の特徴は、過去の企業の運営タイプの組織的構造設計にもはやふさわしくなく、より効率的に世界的コミュニティネットワークを建設するにはより多くのアクターと人材、組織を引き入れなければならないと考えた。我々は全く新しいプロジェクト運営方式に注力し、一般の企業の運営管理チームとは異なる消費チェーン経済ネットワークの中の主力として、協働と共同自治を通して運営を維持するという方式をとっている。開放的な参加、幅広いチェーン、報償システムなどを推し進め、徐々に全く新しい組織モデルを作り、公平で効果的なプロジェクトマネジメントを行う。

このようなシステム下において、我々はチーム全体がヒューマンリソース及び組織管理の上でPOT—Proof of Time (従来の時間制雇用) からPOW—Proof of Work (オープンソースな貢献制度) の組織形態に進化することを期待している。これはよりブロックチェーンプロジェクトの開発とコミュニティ協働組織への進化モデルに適している。我々はチーム内部で完成する生産関係の先駆け的革命こそ、ネットワーク全体の生産関係の進化を推し進め、CDC消費チェーンの経済システム生産力を正しい方向に導き、世界範囲で優秀な人材と様々なアクターを構築上のパートナーとして引き寄せることができると考えている。

我々の理想のネットワーク体系は、各アクターが協働と自己組織主義の下ネットワーク全体の進化と発展を推し進めることである。このような発展路線のチーム業務方式は目標に対してより良い結果を残し、チームメンバーもより強い集団意識を持ち、ネットワークが貢献度に基づいて支給する報償制度がネットワーク自身の段階的な発展がより広いリソースの融合につなげることが可能である。CDCチームは内部と外部の協働を通して、プロジェクトの開発計画とネットワークユーザーのコミュニティ運営を緊密に繋げ、正真正銘の脱中心下、全てのアクターが開発とネットワーク建設に参加できる。確かにプロジェクトの発展段階に伴って中心化会社式のプロジェクト管理に類似している方式を採用しているが、我々は他の企業がパートナーになってネットワークに参加することを歓迎しており、プロジェクトの利益最大化のために一部を中心化管理方式にすることは我々が提唱する共同ネットワーク建設の目標には矛盾していないと考える。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

我々のファンはトークンの発行と共同自治的コミュニティ運営チームの建設を通して、プロジェクトに「絶対的主導権」ではなく「第一の推進力」をもたらす。我々の目標はグローバルコミュニティの共同自治、ネットワークとユーザーの良好な関係の維持、ネットワークの多元化（パブリックチェーンインターフェース）主体の育成、コミュニティの自治性の強化、参加性と公共性、同時に持続可能性な生命力を実現することである。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

5. サービスモデルおよび開発目標

上記の消費チェーンビジネスモデルに基づいて、我々はCDCネットワーク内の各主要業務モジュールの運営モデルと研究開発目標を以下の通りに設定した：

official@cdcf.io
<http://www.cdcf.io>

5.1 消費データアップロード

消費データのアップロードは主に二種類に分かれる：

1 オフライン消費データ

獲得方法：

a ユーザーはCDCのWechatミニプログラムもしくは公式アプリDApp（以下DApp）を通して撮影アップロードをし、有効な提出量に応じてCDCトークンを支給する。

b ユーザーはCDC DAppを決済方法として売り手に支払い取引を完了する、同時に取引情報を自動でアップロードし、有効な提出量に応じてCDCトークンを支給する。

データ構造：
ユーザーID、時間、位置、場所、決済方法、消費リスト（ブランド、型番、数量、金額...）

2 オンライン消費データ

獲得方法：

ユーザーはCDCブラウザー及びブラウザープラグインを使用し、アプリケーションはユーザー設定に従って自動で消費データを収集、提出、有効な提出量に応じてCDCトークンを支給する。

データ構造：

ユーザーID、時間、IPアドレス、場所、決済方法、消費リスト（ブランド、型番、数量、金額...）

強調すべきなのは、アップロードされた消費データはユーザーIDとリンクしており、IDはユーザーの個人情報と対応していないため、効果的にユーザープライバシーを保護できる。同時にユーザーはアップロードアプリケーションの設定を行い、アップロードするデータの種類とキーワードを選別することができ、ユーザーのプライバシーに関する問題を回避し、ユーザーのCDCに対する信用を増加させることができる。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

5.2消費データ保管

全てのユーザー消費データはCDCプラットフォーム内の統一P2Pストレージネットワークに提出され、分類とパッキングを経てData Chunkへと保管される。CDCプラットフォームは各Data ChunkのHash ID (Merkle Tree構造採用可能) を計算し、各Data ChunkのHash IDと保管場所をCDCブロックチェーン上のデータ認証モジュール内にマッピングし、効果的にデータの改ざんを防ぎ、データの信用度を確保する。

CDCブロックチェーンはData ChunkのHash IDに対してAppendとInvalid操作のみをマッピングし、一部データのCDCプラットフォームからの削除が必要場合には、データの属するData ChunkのHash IDのマッピングをInvalidにし、Data Chunkをプラットフォーム内から物理的に削除、同時にChunk内の残すべきデータは新しいChunkとしてプラットフォーム内に保存される。

ストレージ構造上、異なった種類のデータ探掘モデルに対して同時に多種多様な内部保管構造を使用し、転置インデックス技術 (Lucene等)、分解保管テクノロジー (Apache Parquet等) を結びつけることでデータ処理能力を加速している。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

5.3データ分析と探掘

ユーザーがアップロードした消費データはCDCネットワークに保存された後、プラットフォームはデータに対して脱中心化の分散型データ処理を行い、ユーザーの元消費データに基づいて、特徴を増加抽出し、ユーザーに対して全方位の的確なユーザー像と信用度の分析を行う。これを今後の広告フローの二種類のモデルのうちの一つの基礎データとする。

CDCファンドはコミュニティのリソースを使いデータ分析と探掘モジュールの模範を示す。処理能力とリソース消耗の面ではデータ分析とデータストレージに大きく関係している。データ分析と保管はネットワーク上での位置が近ければ近いほど、遅延が少なく、性能が高い、そのためデータ分析と探掘モジュールはより多くのホットスポットデータをローカルストレージシステムにキャッシュし、業務の進行状況に合わせてキャッシュを調整し、コールドデータを出しホットデータを入れる転換を可能にする。

同時にデータ採掘の性能は基層のインフラと直接的に関連しており、ビッグデータ分散方式と処理分野の典型的技術であるHadoop/HBase/HiveそしてSpark Streamingフロー式計算等の複雑な技術プランを採用し、分散式コンピュータークラスターの基層に組み合わせる必要がある。

コミュニティ内の他の第三者はモデルモジュールを通してより良いまたさらに的を射たデータ分析と採掘の実例とサービスを構築できる。

5.4 広告のオーディエンススクリーニング

広告ターゲットユーザーの二種類の選択方法：

1. 正確なトラッキング

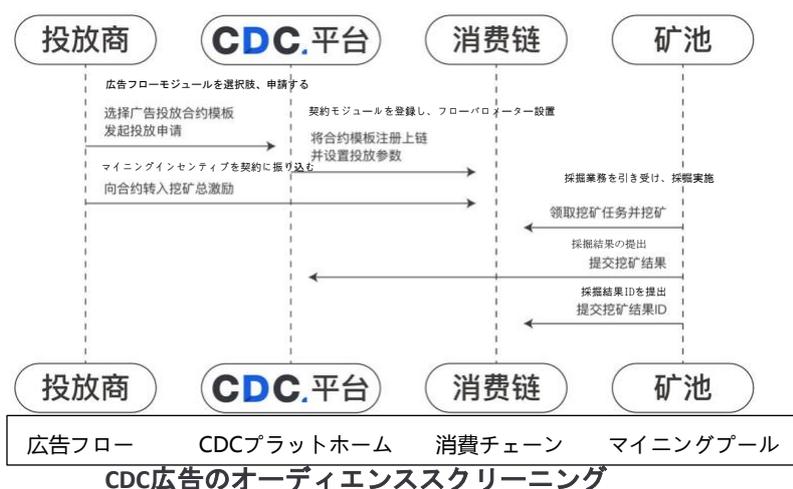
広告主は的確なキーワードと条件を採用し、ユーザーの消費データの選別を基にターゲットユーザーへの採掘（インデックス技術を通じた迅速な検索）を行い、選択したユーザーに対して広告のフローを行う。

例：「過去三ヶ月の某店舗における消費額が100元を超えるユーザー」

広告主が提示したユーザートラッキングのニーズをスマートコントラクトと特殊な採掘メカニズムを組み合わせることで完了し、CDCトークンをトラッキングサービス費用として支払う。CDCシステムは脱中心化の合意メカニズムを通してトラッキング作業の結果の信用可能性を保証する。データマニングサービスを提供し、有効時間内に正確なデータ採掘結果をウィンドウに提出したマイナーにサービス費を支給する。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

official@cdcf.io
<http://www.cdcf.io>



2. 集団マッチング

広告主はユーザー像、ユーザー特徴（例：年齢、性別、趣味、活動分野等）を基本に各種条件を組み合わせて選別を行い、選び出した集団に対して集団広告フローを行う。

広告主はCDCプラットフォーム上の豊富な情報（サービス履歴および評価情報）を通して適切なユーザー像サービスプロバイダーを選択し、スマートコントラクトの具体的なニーズ、サービスプロバイダーの料金基準に従ってCDCトークンにてサービス費を支払う。

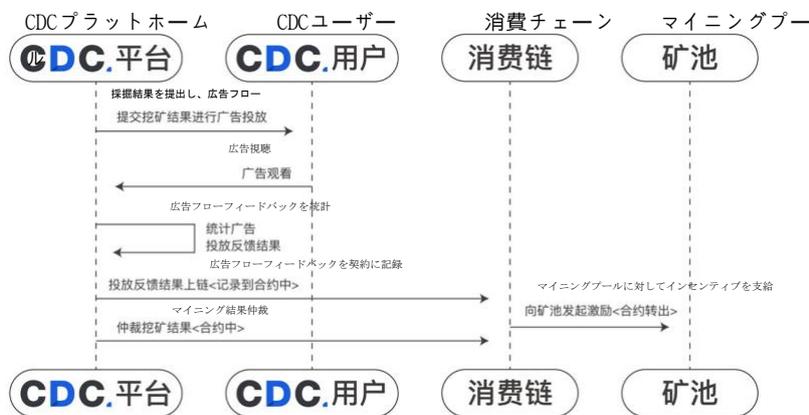
広告主は以上二種類の選択方法を組み合わせ、理想的な広告フローターゲットユーザーを獲得し、広告フローの効果を上げることが可能である。

5.5 広告チャンネル

広告主のニーズに従ってフロー対象ユーザーをカスタムした後、広告コンテンツ、フロー及び報償規則をスマートコントラクト方式でCDCブロックチェーンに提出する。

広告主は具体的なフロー及び報償規則（例：CPM、CDC、CDP、CPA等）及び広告の報償単価と総予算を指定し、CDCトークンで支払う。この規則はスマートコントラクトを通して記録、実現、透明性と公正性を保証する。

広告主の広告フロー時系列は以下の図で示す：



CDC 広告フローシステム

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

official@cdcf.io
<http://www.cdcf.io>

CDCがサポートする二大広告フロー経路：

1、ユーザーはCDC DAppをインストールした後、二種類の方法で広告を受け取る：

- a 広告pushを受け取り、DAppをクリックオープンし広告を見る
- b CDC DAppの使用中にDApp画面上のトレンド部分に広告が表示され、ユーザーはクリックし見る
- c CDC DAppはユーザーの広告閲覧とクリックの記録とフィードバックを担う

2、ユーザーはCDCが提供するブラウザーあるいはブラウザープラグインを使いインターネットを使用する際、プラグインもしくはブラウザーのトレンドから広告のフローを行い、ユーザーの広告閲覧とクリックを記録、フィードバックを行う。

従来のオンライン広告業界のネットワーク上では、メディアが異なる広告位、時間帯に応じて価格を設定し、広告位上のデータ量を販売することで広告収益を得ており、本質的には閲覧量を販売方式としている。一方で、広告主は広告をフローしマーケティング費用を支払う、通常は実際のフロー効果に応じて支払うが、CPMの購入方法の下でのみ二つの条件が一致する。そして他の購入方法（例：CPC、CPA、CPS）の下では、様々な広告プラットフォームが広告の転化率を保証する責任を持ち、データを通して正確なフローを行う一方でデータ量の無駄を削減し、大きく広告フローのコストを削減した。同時に、端末のユーザー体験を最適化し、受け取る広告が対応しているため、これ以上スパム広告に悩まされる心配がなくなる。また、広告プラットフォーム自体もユーザーデータの最適化を行いフローの精度を向上させ、データ量価格と効果価格間の差額を獲得すると同時に赤字リスクを軽減し、自身の価値を実現する。

CDCネットワーク内において、メディアはもう中心的メカニズムではなく、自身の運営コストもないため、データ量を販売することで広告費用を稼ぐ。一方で、広告主が最終的に広告フロー効果のみに基づいて広告費用を支払いデータ量自身のコストを負担しない場合、フローの制度と広告転化率に注力せず、大量フローの方式を採用する。ここでの問題は、有限のデータ量は無限の広告フローニーズに応えることができず、大量のスパム広告が端末にてユーザーの目に触れ、ユーザーは頻繁に悩まされることになる。

上記の問題を解決するために、CDCシステムはCDCトークンの形式で広告主から一定量の「データ量コスト」を徴収しデータ量に貢献した端末ユーザーに支払う、すなわちユーザーは広告を受け取るだけで以降には何もする必要がなく、広告主の一定量（少量）の広告予算を消費するだけである。そうであったとしても、コストは従来のオンライン広告業界のCPM価格よりも大きく低く、広告フローのガスとして捉えることができ、制度の高いユーザートラッキングと広告転化率の上昇、スパム広告の削減の面で広告主をサポートできる。このような広告ネットワーク上では仲介の広告フローが保証されていないため従来の広告業界の固定ROI購入方式はいずれ消えていくだろう。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

5.6 広告コンテンツ

CDCは各種メディアの文字、写真、MP3等の広告フローコンテンツをサポートし、その他店舗または商品クーポン等の各種複雑な販促広告に対応している。

5.7 広告価格設定戦略

CDCネットワークの下で広告位の価格設定メカニズムは基本価格+市場の浮動価格を採用している。CDCコミュニティは各広告位の位置、サイズ、形式等に基づいて、従来のオンライン広告の価格を参考に全ての広告位に一つの基本価格を設定する。その他、高品質なデータ量の市場調整メカニズムを形成するため、CDCシステムは自身の戦略を制定し、市場の受給に従ってリアルタイムで広告の価格を調整し、受給関係が不浮動するようにしている。

このような相対的に自然な広告取引の下では、従来の広告業界のデータ量競争 (RTB) メカニズムを設定する必要はなく、簡単なプログラム化を通じて購入を行い、広告主が事前に設定する広告位、フロー期間、購入方法 (CPM/CPC/CPA/CPS等)、ターゲットと総予算などを含む広告活動のスマートコントラクトに基づいて広告フローを行い、データ量は有限であるため先着順にて行う。システムの広告価格に対するリアルタイムの調整は以前に設定した取引価格には影響しない。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

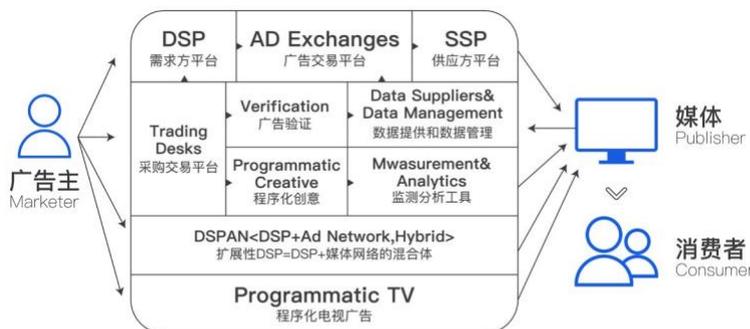
official@cdcf.io
<http://www.cdcf.io>

5.8 広告効果トラッキングおよび報償システム

ユーザーはCDC DApp、ブラウザープラグインまたはブラウザー上にて広告を閲覧、クリックすることで、これらの行為は広告の閲覧データとしてCDCネットワークにアップロードされる。CDCスマートコントラクトは専門のマイナーと協力し、ユーザーの広告閲覧履歴に従って広告主が契約 (コントラクト) の中で設定したフローと報償の規定に対して判断を下す。該当の広告を受け取ることで手に入る基本のCDCトークンだけではなく、もしユーザーが広告の設定と規則に満足し、有効なフローとした場合にはユーザーに対して一定数のCDCトークンを報償として支給する。同時にCDCはビッグデータ技術を通してユーザーの閲覧とクリックに対して分析を行い、ユーザー信用度を随時更新し、悪意のある詐欺行為などを発見した際には相応の処理を行う。

広告のフローチャンネルは全てCDCネットワーク内の製品（DApp、CDCブラウザ及びブラウザプラグイン等）であるため、ユーザーの広告行為は全てCDCシステム内にて行われ、ウェブの広告フロー効果トラッキングと監視については全てCDCシステム内でリアルタイムのトラッキングと効果データのリアルタイムチェックを実現する。いくつかの複雑なタイプの広告（アプリケーションのダウンロードとインストール、アクティベートが必要なCPAタイプの広告）に対しては、CDCプラットフォームはSDKを第三者アプリ開発者に提供し、それを第3のソフトウェアに埋め込み、ユーザーの広告行為の完全な監視を実現する。

現在のインターネット広告業界はとても複雑であり、主にメディア（Publisher）、インターネットプロトコル（ADnetwork）、アドエクスチェンジ（ADexchange）、データ量供給側プラットフォーム（SSP）、データ量要求側プラットフォーム（DSP）、データ管理プラットフォーム（DMP）に分かれており、これらの階層の役割は各職責で利益を分け合っている。先進的に見えるが、実際はプロセスが多く、資源の浪費、全体の非効率となっている。



当前流程复杂的互联网广告行业

現在のプロセスが複雑なインターネット広告業界

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

official@cdcf.io
http://www.cdcf.io

現在の従来型広告業態と比べ、CDC広告ネットワークは二つの優位性を有する：

- 1 ユーザーデータは全て統一のIDメカニズム（ウォレットアドレス或いはニーモニックに基づく）を通して透明で統一して保管され、データのネットワーク効果が十分に発揮されるようにする。
- 2 広告の表示は全てCDC DApp、ブラウザーもしくは他のAppへのプラグインを通して行い、データサプライヤーが集中するため一つのPublisherとなる。そのため、ADnetwork、ADexchange、SSP、DSPこれらの仲介で利益を分け合う必要はなくなり、DMPのみの広告主をサポートするユーザーターゲットが可能となる。

このCDCが信用可能な個人情報とデータを採用することで得られた優位性であり、仲介の減少は広告マーケティング全体のコストを削減し、広告主の利益を増やすと同時に末端のユーザーも広告行為を通して報償を獲得でき、十分に消費データと広告行為から収益を上げることができる。

5.9 不正検知と罰責

CDCの広告取引モデルにおいて、悪意的な不正行為は以下が挙げられる：

1 末端ユーザーが高額の広告収益のために広告閲覧、クリック等の行為の偽造、特定の技能を有するユーザーがDAppとブラウザーのプラグインを開発し、自動で閲覧量を調整、もしくは直接偽の行動記録をアップロードする行為。技能を有さないユーザーも人為的な広告をクリックすることを通して閲覧量の調整を行う可能性もある。

2 DMPユーザーがサプライヤーと広告主に対して大量の不正確もしくは偽のユーザーをフロー対象として提出し、技術或いはビジネス手段としてこれらの不正確もしくは偽のユーザを使い広告の閲覧量を調整すること。または故意に自分の利益関係者を広告のターゲットとして選出し、利益関係者が広告をクリックすることで報償を獲得しようとする、広告報償詐欺。

これらの不正行為は現在の広告業の現状と類似しており、そのため現在の広告ネットワーク内には第三者監視メカニズムが存在し、各自独自の技術で広告フローの最中と事後の行為と効果を分析し、広告主に参考として提供している。

ブロックチェーンにおいて、広告と貨幣取引の最大の相違点：

1 広告業務はブロックチェーン上にて終わらず、広告がユーザーに接触した後の行為はチェーン外の行為であるため、オンチェーン/オフチェーンのデータドッキングが必要である。

2 多数の広告は実際のビジネスと対応しており、ネットワーク全体のビジネス効率を追求する必要がある。もし、ネットワーク全体の効率が低い（例：合意形成のために大量のリソースを消費）ならば、広告のフローのコストは高くなり、広告主もフローに対する意欲をなくす。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

この二点から簡単なチェーン上だけのメカニズムでは広告ネットワーク内の問題を解決できないと言える。そのため、CDCシステムは特定の状況下におちえ現在の広告業の業務モデルを参考にし、チェーン外のリソースを取り入れ、ネットワーク内に商業的なゲームと協力のメカニズムを設計した。消費データのChunk Hash ID、広告フローのスマートコントラクト、ユーザーと広告主の信用と全員のトークンの利益をくくりつけ、チェーン上にて公証、取引を行うことを通して、広告業の中核利益の脱中心化と公証を実現する。それによって、マイナーとして専門業務に引き入れた第三者効果監視メカニズムは将来のCDC広告ネットワーク内の一つの構成要素となっている。ユーザー及びDMPの不正行為はビッグデータの分析技術メカニズムによって発見され、チェーン上に提出されスマートコントラクトを通じて罰則が施される：

- 1 不正を行ったユーザーに対しての懲罰は以下を含める（これに止まらない）：信用度を下げる、アップロード禁止、広告閲覧禁止
- 2 DMPに一定のデポジットを要求し、もし詐欺行為が見つかった場合はデポジットを没収し、信用度を下げる

またCDCは詐欺行為の発見者と検証者（マイナー）に報償を支給する。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

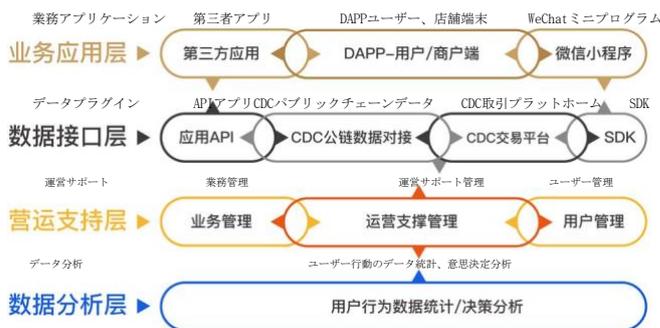
official@cdcf.io
<http://www.cdcf.io>

6. システムフレームとモジュール設計

上記のCDC業務モデルを完成させるために、効率的で信頼できるブロックチェーンを中核技術としたインフラとネットワーク環境を構築する必要がある。

消費チェーンCDCの複雑で精巧な業務モデルにより、現在各主要な成熟したパブリックチェーン技術はCDCのアプリケーション状況下において比較的大きな技術的欠陥と機能の欠落が存在し、他のいくつかの革新的なメインチェーンは十分に成熟していないため、CDC業務にうまく対応できない。そのため、CDCは的確なパブリックチェーンインフラとその他のネットワーク環境を構築する必要があり、さらにCDCの膨大なユーザー及び市場規模、強大なアプリケーションパワーは強大で効果的な脱中心化のコミュニティを構築することができ、コミュニティリソースを調整しインフラ全体の建設と業務の遂行により持続可能なアプリケーションネットワークを作り出すことができる。

消費チェーンCDCネットワークのシステムフレームは以下の図の通りである：



消費チェーンCDCシステム構造

6.1 CDCメインチェーン

現在のパブリックチェーンは最もシンプルな一次元チェーン構造を採用しているだけでなく、他にもDAG (Directed Acyclic Graph) 等の革新的なチェーン構造を採用している。これらの革新的構造は高性能という優位性を有しているが、構造が複雑で本質上合意形成の敷居を低くしており、全体の安全性を犠牲にしている。このことから、CDCメインチェーンは標準的な一次元チェーン構造を採用し、現在最新の技術 (例：マルチサイドチェーン、分散型チェーン等) を使って合意形成の条件下できるだけ高性能で消費チェーンCDCのビジネス化アプリケーションのニーズを支えられるようにした。

CDCメインチェーンは現在フレームデザインが完成しており、C++言語を使ってプログラミングを行い、STLとBoostを基層開発庫に使用している。LinuxとWindowsプラットフォームを支持しており、SHA 256抽出アルゴリズムとECC暗号化アルゴリズムを採用している。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

脱中心化の方法でコアデータを保管し、スマートコントラクトを実行し、ブロックチェーンの技術を用いてデータの総合保証と契約の履行の信頼性を保証している。CDCメインチェーンは以下の数種類の特徴を採用し、これからのブロックチェーン技術の発展に伴って新しい技術を導入していく。

6.1.1 DPoS合意メカニズム

ビットコイン、イーサリアムを代表とするPoW合意メカニズムは脱中心化を保証しブロックチェーンシステムの安全性を保証しており、51%攻撃の攻撃者は大きな代償を払わなくてはならない。しかしPoWメカニズムにおいては、Hash計算によるエネルギー消費があまりにも膨大であり、特にネットワークの巨大なパブリックチェーンでは環境保全の理念に反し、業務運営コストも増加している。

いくつかの新しいパブリックチェーンはPoSの合意メカニズムをPoWのメカニズムに代えることを提案して、本質的にマイナーが持っている貨幣価値で採掘の難易度を決定し、貨幣価値の高いマイナーの採掘は難易度が低く、合意達成の時間を短縮し、性能を向上、エネルギー浪費の削減を可能とする。イーサリアムCasperの提案の中の合意の結果に対して使用するPOS合意メカニズムが例として挙げられる。CDCメインチェーンは現在最新のDPoS合意メカニズムを採用しており、これは一種のPoSメカニズムから発展したより効果的なソリューションであり、それは代表大会の様な投票メカニズムを採用しており、周期的にN個の代理記帳ノードを選出し、これらのノードは、後続の新しいブロックを生成し、合意形成するノードの数が大幅に減少しているため、合意形成の時間が大幅に短縮され、システム全体の性能が大幅に向上し、消耗する演算エネルギーも大幅に減少した。代理記帳ノード投票のメカニズムはバグのノードを入れ替わることを保証している。また、DPoSメカニズムはPoWとPoSメカニズムに相対しており、大型採掘場の合意に対する挑戦に抵抗することができる。DPoS合意メカニズムは現在すでに一部のパブリックチェーンでの比較的長時間の検証により信頼性があり、効果的であることが実証されている。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

DPoSメカニズムを採用し、消費チェーンCDCのモノチェーンの性能は1000TPSを突破でき、サイドチェーン技術によって全体の性能を拡充することができる。また、DPoSの低資源消費の特徴は消費チェーンCDCがユーザー間で行うトークン振替取引の際に比較的低いgasを受け取り、ユーザーの使用の敷居を下げ、業務の活発化を図る。

6.1.2 スマートコントラクト仮想マシン (VM)

ブロックチェーンの重要なモジュールとして、スマートコントラクトは消費チェーンCDCネットワークの中で重要な役割を果たしている。ユーザーはスマートコントラクトを通して各種デジタル資産を発行することができ、複雑な業務ロジックを実現できる。

現在最も流通しているイーサリアムスマートコントラクト仮想マシンには多くの設計上の欠陥と性能上のモンディアがあり、CDCの業務に対応できない。そのため、CDCメインチェーンは新しいスマートコントラクト仮想マシンを採用し、C#言語とAPI拡張子をサポートし、スマートコントラクトのアップグレードとサインオフをサポートしている。

6.1.3 マルチサイドチェーンとブリッジングの伝達

消費チェーンCDCの将来の膨大な業務量が基層ブロックチェーンシステムの性能に及ぼす挑戦に対し、CDCブロックチェーンはマルチサイドチェーン協同技術を採用し、ユーザーID、信用評価、特徴点等の中核機能を専門のサイドチェーンに設置し、メインチェーンの基本データ、スマートコントラクトと基本トークン取引への対応を確保し、複雑なアプリケーション処理を各サイドチェーンに分散させることで、システム全体の性能を向上させる。

また、CDCは適切なブリッジング協同メカニズムを採用し、内部の各パラレルチェーン間を有効に保証し、その他のパブリックチェーンとの間における合意と価値の有効性と信頼性を保証する。

6.1.4 階層ノード

CDCネットワーク内において、各参加ノードは自身のリソース、目的、選択に従って異なるレベルのノードとなり、全データを保管するノードであっても、メモリ部分データの軽ノードである。ノードは自身の有するリソースと所在するメインサイドチェーンに基づいて行う採掘作業を選択する。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

6.1.5 多種マイナーロール

CDCネットワーク内において、多くの採掘のニーズがあり、全て誠実な採掘を通して報償を受け取ることができる。初期は基本取引記帳、スマートコントラクトの実行、消費データアップロード、消費データ保管、消費データマイニング等が含まれ、今度のネットワークの発展に伴ってさらなるマイナーロールが増加する。

CDCは多種の脱中心化メカニズムを採用し、採掘の結果検証と合意形成を保証している。全ての採掘メカニズムは完成済具体的な作業、採用している合意メカニズムに差異があり、そのため異なる採掘と合意は異なるサイドチェーンが対応しており、具体的な作業の要求に従ってカスタムされる。例：原始的なデータの分析の採掘に対してDApp形式でアクセスし、データ分析業界における垂直分野の細分化を助け、異なるタイプの広告ユーザーに適したアルゴリズムのDApp群を形成する。

6.1.6 DMP

上記の様に、CDCシステムのユーザー像分析と選別作業は完全にスマートコントラクトを通して行われるわけではなく、DMPのオンチェーンとオフチェーンの結合によって完成され、その入力データはブロックチェーン上のデータ或いは認証済みのオフチェーンデータから提供され、アウトプットデータは取引を通じてブロックチェーンに提出される。後続の広告フローはこの結果を入力としてチェーン上のスマートコントラクトに従って業務規則を完成させ、フローチャンネルはCDC DApp、ブラウザーもしくはブラウザープラグインであり、広告効果はスマートコントラクトへとフィードバックされる。

各DMP間は競争関係であり、全てのDAppは異なるアルゴリズムを採用しており、異なる広告フローのニーズに最適化している。全てのDMPサービス履歴、顧客評価はチェーン上にて顧客が閲覧できるようになっている。広告主は自らのニーズ、DMPの特徴、オファー、過去の評価に合わせてDMPサービスを選択する。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

official@cdcf.io
<http://www.cdcf.io>

サービス条項はスマートコントラクトで契約する。スマートコントラクトは、必要に応じて様々な複雑な業務を実現することができ、例えば広告主から一定のデポジットを受け取って、最終的なフロー効果の結果から支払いを継続するか、デポジットを返却するかどうかを決定することができる。CDCコミュニティは、各種リソースを通じて優秀な将来が見込めるDMPをサポートしており、DMP間の弱肉強食を促進している。

6.1.7 統一のアイデンティティ

CDCシステムは、全体的に統一されたブロックチェーンに基づいた脱中心化の個人情報IDを提供し、脱中心化したヘルプサポートし、ユーザーの匿名性を保証、一定の利便性を提供する。

6.1.8 多種通貨

CDCトークンをCDCネットワーク内の基本トークンに設定する以外にもCDCネットワークでは販売者が自分のトークンの発行することが可能であり、CDCトークンと交換をすることができる。店舗トークンとCDCトークンの交換方法はスマートコントラクトもしくはOTC等の方法で実行される。販売者は自分のトークンを発行することで、自らのスモールネットワークを形成することができる。販売者のフローする広告もユーザーに対して自社トークンを報償として支給することができる。

6.2 CDCウォレット

CDCメインチェーンに対応しているウォレットアプリケーションはチェーン上でのあくんと及び資産の管理に使用され、第三者にAPI及びドキュメントを公開する。

- 1 windows、Linux、Macバージョンのグラフィック化ウォレットプログラムを提供
- 2 windowsとLinuxバージョンのサーバ版ウォレットプログラムを提供
- 3 複数のチェーン上の資産、および複数のアカウントをサポート
- 4 振替、入金、残高照会、口座インポート/エクスポートなどの基本的な機能
- 5 バックグラウンドのコマンドツール機能、チェーンとウォレットのパラメータの修正
- 6 使用しやすいAPIおよびドキュメント、便利なアプリケーション開発
- 7 暗号化ウォレットの秘密鍵の提供
- 8 取引履歴検索およびアカウント管理機能
- 9 アドレスのコピーアンドペースト、アドレスのQRコードの提供
- 10 多資産の作成、発行、廃棄機能、グラフィックインターフェースの資産発行の提供、資産の分配状況の照会

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

CDCウォレットは設計を完了しており、C++を採用して、QTライブラリをインターフェースに使用、JSON RPCプラグインと基層ブロックチェーンを交互にし、ファイルシステムを使いユーザーウォレットの管理、DESの暗号化アルゴリズムを使ってユーザーの秘密鍵を保存する。

6.3 ブロックチェーンブラウザ

CDCは、CDCのメインチェーンと協働するブロックチェーンブラウザを構築し、さまざまなブロックチェーン情報の検索と使用を提供する。主要な機能は以下の通り：

- 1取引総量、取引総額、総手数料などの情報
- 2.ブロック、取引の概要と詳細な情報を含むブロック情報の提示
- 3ブロックの高さ、ブロックhash、取引hash、アドレスに基づく照会機能
- 4新しい通貨の高速アクセスをサポート

CDCブロックチェーンブラウザのサーバーの設計は完了しており、spring + springmvc + mybatis技術フレームを使用して、高速反復とメンテナンスをサポートしている。マルチスレッドの同期データベースをサポートして、データの同期を速くし、プレロード技術を採用し、データの事前のメモリへのロード、ページの読み込みを加速する。通貨アダプター設計を増やし、新しい通貨の高速アクセスをサポートする。

6.4 P2Pストレージネットワーク

CDCはブロックチェーンのほか、完全に脱中心化したP2Pストレージネットワークを建設し、利用者の消費データを支える分散式の保管をサポートする。このP2Pネットワークは、ユーザーデータの採掘分析の重要なインフラであり、CDCブロックチェーンの基層は技術プラグインを通した方式で作動する。

P2Pストレージネットワークは、さまざまな安価、遊離しているメモリリソースを統合し、「中心化」ストレージの性能、信頼性の問題を解消する。

各ユーザーとノードは、CDCのP2Pネットワークに加入して自身のリソースを貢献することで、トークンを報酬として獲得する。

CDCのP2Pストレージネットワーク構造は、現在の比較的成熟したP2Pストレージ分野の技術を参考にして、一定の冗長度でデータ信頼性を保証することを前提に、CDCの業務モデルと結合し、データの取得と分析の処理性能を向上させる。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

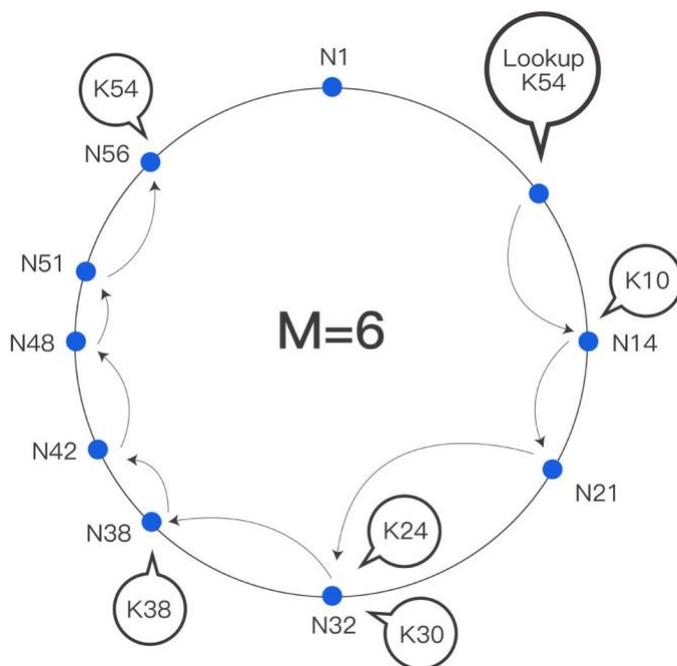
CDCのP 2 ストレージネットワークは構造化ネットワーク (Sectured Network) でデータとインデックスを特定の位相的構造にすることで、ネットワーク中の資源を効率的に検索することができる。DHT (Distributed Hash Table) 技術を採用し、データインデックスの保存とメンテナンスを行い、Key (スペース内のファイル経路のハッシュ値) 及びValue (ファイルの属するノードIP) が構成するインデックスを分散して各小さいノード上に分散し、一致性ハッシュを採用して位相構造変化による影響を最小化する。下の図を参照 :

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

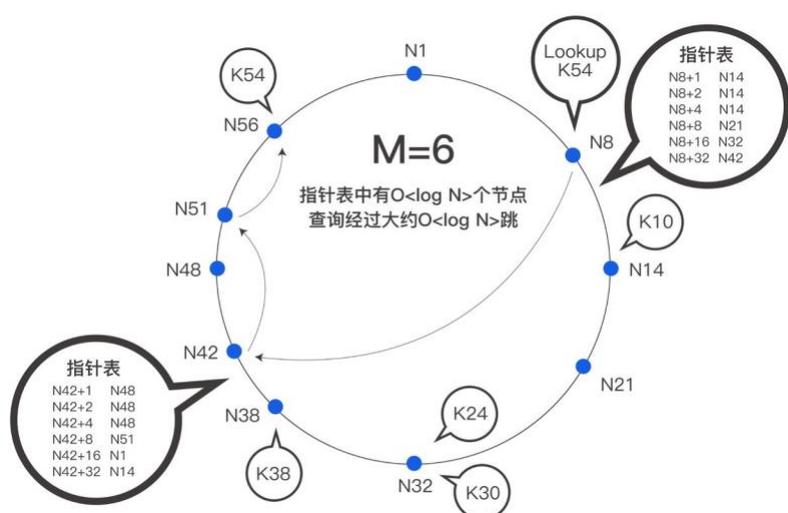
official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>



消費チェーンCDC-P2Pデータストレージネットワーク-1

まずノードとKeyを同一の線形アドレス空間にマッピングし、それを一つのリングとする。それぞれのノードは、アドレス空間の一部のデータ (すなわち、本ノードから次のノードまでのKey) を担当し、それぞれのノードの情報は他のノードに冗長性を残す。そのため、検索プロセスは、Keyがマッピングする値に基づいて、対応するValueのノードを発見し保存する、Valueを通してデータファイルの所在するノードIPを発見し、データファイルを取得する :



消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

official@cdcf.io
<http://www.cdcf.io>

消費チェーンCDC-P2Pデータストレージネットワーク-2

CDCプラットフォームはユーザーの消費データをData Chunkに分割し、その後上述のP2Pストレージネットワーク構造の中に保管する。CDCプラットフォームは各Data ChunkのHash IDを計算し、Data ChunkのHash IDとP2Pネットワーク保管場所（すなわちKey）をCDCブロックチェーン上のデータ認証モジュール内にマッピングし記録する。そのため効果的にデータの改ざんを防ぎ、データの信用度を確保できる。

6.5 APIおよびSDK

CDCシステムは、CDCインフラに基づく各種DAppおよびネットワーク内の他のコンポーネントを第三者が開発するために完全なAPIとSDKを提供する。およびその他の分野のアプリケーションとCDCネットワークのデータ及び機能接合を実現する。

主要なオープンプラグイン：

- 1 個人情報ID
- 2 トークン管理及び取引
- 3 消費データアップロード
- 4 広告フロー及び監視
- 5 その他業務プラグイン

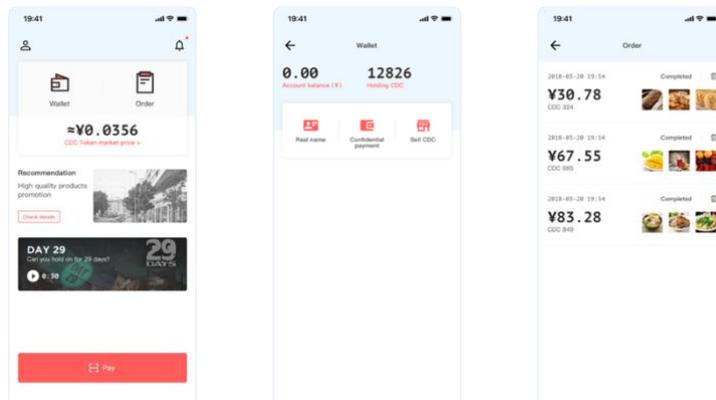
6.6 CDC DApp

CDCファンドはCDCのインフラストラクチャを構築し、一つ目のDAppアプリケーションを構築しネットワークの未来の参加者に模範として示すことを担っている。公式DAppの主要機能：

- 1 個人情報ID管理
- 2 トークンの管理、取引及び決済
- 3 構造化台帳情報の自動アップロード及び報償
- 4 広告の受信と閲覧
- 5 広告行為検出
- 6 イベント、ソーシャルメディアなどの機能活動、社交等功能。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

official@cdcf.io
<http://www.cdcf.io>



6.7 CDCブラウザとブラウザプラグイン

CDCはユーザーIDとリンクさせるために主流のブラウザをサポートするプラグインを提供し、ユーザーのデジタルリソースを管理、ユーザーがネットワークサービスを訪問する際にユーザーのオンラインデータを収集し、広告をフローするルートの一つとする。

単純にブラウザのプラグインを提供するならば、初期には高速にロールアウトを進めることができるが、利益競争によって、ブラウザメーカーに技術的な手段で阻止されやすいため、CDCは適切な段階で、機能万全な各プラットフォームにまたがるブラウザを送り出し、中心化プラットフォームや機構による制限を受けない。

6.8 店舗PC端末

CDCは、BSアーキテクチャに基づくPC端末インターフェースを店舗（メーカー/販売者）に提供する。主要機能は以下の通り：

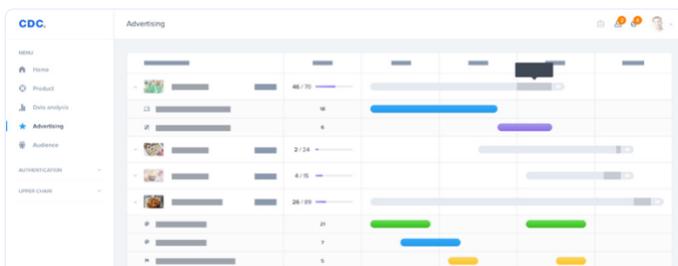
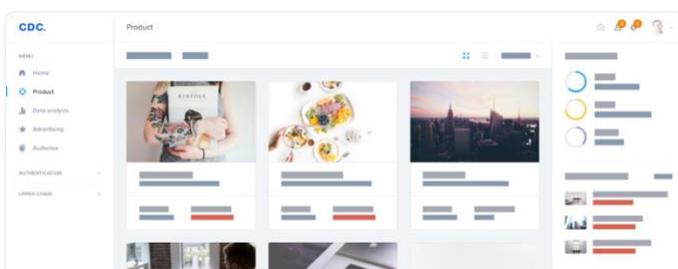
- 1 個人情報ID管理
- 2 トークン管理、取引
- 3 商品管理
- 4 広告管理
- 5 決済管理
- 6 イベント、ソーシャルメディア等の機能

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

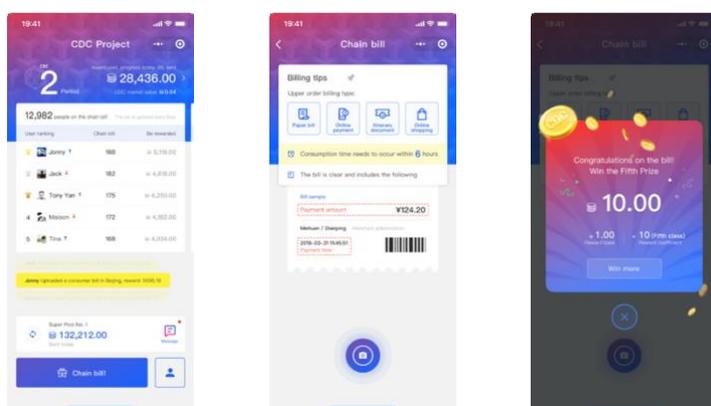
official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>



6.9 Wechatミニプログラム

CDCはすでに公式Wechatミニプログラムを開発し送り出している。主要な機能は、写真による消費データのアップロードでの報償の取得、ユーザー同士の招待による普及と公式な宣伝マーケティング等。



消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

official@cdcf.io
<http://www.cdcf.io>

6.10 OTC場外取引

CDCトークンのCDCネットワーク内におけるユーザー、販売者間の流通を促進するため、我々は適切な段階でCDCのOTC場外取引メカニズムを建設し、ネットワーク内の各方面からのCDCトークンの譲渡と流通を簡易化し、CDCトークンの消費業務の閉ループを形成する。

OTC場外取引はトークンツートークンの取引である (Token to Token)。

6.11 その他補助ツール

我々はまた一つの補助的なツールを建設して、ユーザー、コミュニティとチームをサポートし、ネットワーク全体の健康的な持続的発展を保証する。

7. プライバシー保護措置

CDCプラットフォームは、量、全面的、リアルなユーザーの消費データと他のタイプのデータ（広告閲覧データ、信用データなど）を記録し、透明な方式でネットワーク内の各方面に使用され、ユーザーのプライバシーはCDCプラットフォームが重点を置いて保護するコンテンツである。このため、CDCプラットフォームは構造設計の際に、狙いを定めた配慮を行い、対応するルールや政策を制定した。

まず、CDCプラットフォームにおいて、ユーザーの個人情報はCDCパブリックチェーンのアドレス（またはメモ）をIDとして表示し、すべてのデータ、資産、トークンはすべてIDとリンクして、暗号化技術によって安全性と匿名性を保証する。すべての人は、CDCファンドを含めて、ユーザーのIDを通じてユーザーの個人情報アクセスすることはできず、それにより効果的にユーザーのプライバシーを保護する。

また、ユーザーは消費データのアップロードに対して事前配置の選択権と機会がある。オフラインの台帳について、ユーザーは適切な台帳を選択してCDCプラットフォームにアップロードする。オンラインでの消費データについては、ユーザーが自分でデータをアップロードするほか、アップロードツールによってアップロードするデータカテゴリ（ウェブサイト、类目など）を設定することができ、自動アップロードが便利なのと同時に自分のプライバシーを守ることができる。また、CDCプラットフォームも様々な技術を通じて、ユーザーのプライバシーにかかわる特定の消費データを自動的に認識し、ユーザーに提示することもできる。これらの措置を総合的に利用し、ユーザーのプライバシーの暴露に対する懸念を避け、ユーザーのCDCへの信頼を強化する。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

データがCDCプラットフォームにアップロードされた後に、データはハッシュアルゴリズムを介してHash IDを生成し、ブロックチェーンのデータ認証モジュールに記録する。ブロックチェーンデータの改ざんできない特徴によりHash IDが変更されないことを保証する。このメカニズムを通じて、いかなる人も、CDCファンドやデータストレージ側も含めて、ユーザーのオリジナルデータを改ざんできない。ユーザーのオリジナルデータを変更すると、それに対応するHash IDは必然的に変化し、それによりブロックチェーンで認証されたHash IDと一致しないため、偽造データとしてマークされ採用されない。

最後に、CDCプラットフォームにアップロードされたデータについては、ユーザーや第三者期間も、現地法規に合致することを前提に、特定のデータの削除を要求することができる。CDCプラットフォームのP2Pストレージシステム及びブロックチェーンデータ認証モジュールは設計時にこのニーズを考慮した。CDCパブリックチェーンのデータ認証モジュールは、データData ChunkのHash IDに対してInvalid操作を提供しており、一部のデータをCDCプラットフォームから削除する必要がある場合には、データが属するData ChunkのHash IDマッピングをInvalidとし、ストレージ側に通知することで該当のData Chunkをプラットフォーム上から物理的に削除、同時にChunk内の必要なデータを新しいChunkの形式でプラットフォームに保存する。

消費チェーンCDCは上記のメカニズムと措置を組み合わせ、効果的にユーザープライバシーを保護することが可能となる。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

official@cdcf.io
<http://www.cdcf.io>

8. 研究計画

CDCプロジェクトの研究開発はDAO方式で行われ、現在では創業チームを含む中核の研究開発力を有しており、継続的に拡充している。初期の研究開発力はまだ弱く、ネットワーク内でも店舗数とユーザー数が増加している過程であることを考慮して、MVP (Minimum Viable Product、最小化可能製品) を早期に建設するために、早急にCDCインフラとアプリケーションネットワークを最適化し、持続的に強いCDCコミュニティを形成し、CDCの研究開発チームは段階的な研究開発の方法をとる。初期において、チームの主な研究開発力はCDCパブリックチェーンの基層インフラに焦点を当て、CDCの上層アプリケーションネットワークはブロックチェーン中核技術の基礎に加え、半脱中心化の方式で構築と運営を行う。そしてコミュニティネットワーク力の発展と強化に従って、徐々に自己反復を完全な脱中心化へと進化させる。開発プロセスの公開、透明性を達成するために、研究開発チームはプロジェクトコード信託Github上で週刊レポートの方式で研究開発の仕事に関連する様々な進捗状況を継続的に更新し、コミュニティのメンバーに迅速に情報を伝達することができる。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

8.1 実行プラン (第1期)

2018年01月

コアタスク：消費チェーンCDC構築初期化

- 消費チェーンCDCの出発点、目標、強み及び最終的な定義
- CDCビジネスモデル、業務モデル、トークン経済の討論とデザイン
- 創業研究開発チームの組織 (パブリックチェーン研究開発チーム、ネットワークアプリケーション研究開発チーム)

CDCアプリケーションニーズの検討、システム構造設計、ネットワークアプリケーションモジュールの分散、建設計画及び分業、各モジュール間のデータまたはアプリケーションプラグインを協議し定義する。

イーサリアムスマートコントラクト（通貨発行）のプログラミング、CDCトークンのzb.comへの登録

2018年02月

**コアタスク：CDCパブリックチェーン基層
枠組みの準備と建設**

パブリックチェーン研究開発環境の配置（IDE、メーリングリスト、Github等）
C++言語を採用しプログラミング、基層パブリックチェーンのインフラの研究開発作業
CDCの上層ネットワークの一つ目のテストアプリケーション（Wechatミニプログラム台帳マイニング：帳目掘宝）の計画完成
Wechatミニプログラムが台帳データから自動で集めた基層構造とアプリケーションを交互に設計し、研究開発を行う。

2018年03月

**コアタスク：ユーザーの行動検証とネットワーク
アプリケーションシステムの添削**

3月5日、Wechatミニプログラムの研究開発完了、運営テストに入る（100人の有望なユーザー）
3月9日、Wechatミニプログラム（台帳マイニング）正式にロールアウト。
CDCネットワークのアプリケーションシステムの確定（トークンアプリ、OTC、ロール、ロール行動等の定義を含める）

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

2018年04月

コアタスク：CDCネットワークアプリケーションMVPの設計と研究開発

Wechatミニプログラム、第一期台帳マイニング活動終了（アクティブユーザー31万、台帳アップロード165万枚）

Wechatミニプログラム第二期反復アプリケーション設計とプログラム研究会春、当月のロールアウトを実現

CDCネットワーク（DApp、店舗PC端末、管理端末等を含める）のMVPアプリケーション設計と研究開発

ユーザー消費データ保管処理と情報の構造化出力（パブリックチェーンAPIデータ転送）の実行計画

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

2018年05月

コアタスク：CDC価値サポートシステムのテストと配置

CDCネットワークアプリケーションはMVPデモ版によるアプリケーションデータテスト段階

CDCパブリックチェーンのデモ版によるノード配置のテスト段階

2018年06月-07月

コアタスク：CDCパブリックチェーンの世界的展開を開始

CDCパブリックチェーンのテストが完了し、安定しているバージョンを発表しダウンロードを開始、コミュニティユーザーに全世界でのノード配置を奨励

CDCネットワークアプリケーションのMVP後続機能の継続的開発研究

2018年07月底

コアタスク：CDCネットワークアプリケーションの第一段階MVP建設完了

- CDCネットワークアプリケーションはMVP正式版を発表し、第一段階のネットワークアプリケーション建設の準備、オンラインでのデモ運営を行う
- MVPは、CDC DApp、店舗PC端末、管理端末、消費データストレージ、情報構造化出力及び各種必要な補助ツールを含める。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

2018年07月-08月

コアタスク：イーサリアムCDCトークンパブリックチェーンマッピング

- イーサリアムからCDCパブリックチェーンのCDCトークンへのマッピングを実行し、ユーザーが所持しているCDCトークンをCDC所有のパブリックチェーンにマッピングし、ユーザー間のCDCトークンの流通をCDCパブリックチェーン上にて行う。
- 事前に十分なコミュニティユーザーへの宣伝と教育を施し、そして各関連取引所と協力し、統一した窓口期間内で実行、具体的な実行時間は実際の状況を見て確定し、時間のノード上の遅延の可能性がある。
- CDCネットワークの後続アプリケーション建設の反復建設

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

2018年09月

コアタスク：持続可能な消費チェーンCDCシステム建設

- CDCパブリックチェーンは継続して建設と最適化調整を行い、各種ブロックチェーン技術の進化に対応する
- CDCネットワークアプリケーションシステムの連続化、最適化と改善、ネットワークに必要な各サポート機能を持続的に増加し、CDCネットワーク建設および運営の業務をサポートする。

9. 研究指導原則

9.1 組織形成

消費チェーンCDCのインフラと公式DAppの構築作業は、CDCのコミュニティメンバーがCDCファンドと協調してDAO形式で協力して進める。

CDCファンドは、コミュニティ資源とCDCトークンの協調と使用を担当し、研究開発チームまたは個人に「労働分配」形式のインセンティブや報酬を提供し、社会資源の持続的にCDCコミュニティに参加する新たな開発力を募集する。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

9.2 モジュール化の技術フレーム

CDCのインフラとDAppを構築する過程で、中心となる1つの原則は全てのインフラのモジュール化とコンポーネント化構造を保証することである。

モジュール化の構造は、コミュニティの共同開発に基づいてより科学的な分業と協力を保証することができ、分散式の脱中心化した開発、および各モジュールの独立した進化、新しい技術の成果を最大限利用することである。

コンポーネント化の構造は、各モジュールが柔軟な動きと入れ替えをすることを保証し、差異化を完了するアプリケーションのニーズにより、CDC公式コンポーネントに基づき、第三者のプラグインを奨励し、ネットワークの多様化を図ることができる。例えば、消費データ採掘タスクに対して標準的なプラグインの定義をし、コンポーネント化された構造を通じて、マイナーが自身のリソース条件を結び付けて、異なる採掘ハードウェア（単機、分散式クラスターなど）とソフトウェアアルゴリズムを採用することを可能にし、ネットワーク全体の資源の効率的な配置と、ネットワーク内のコンポーネント取引市場の形成を可能にする。

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

9.3 技術参考と多重化原則

CDCは、他のパブリックチェーンの様々な技術理念を科学的に評価、参考にし、知的財産権、性能、機能、安全性、信頼性などの面で十分な業務発展指標を達成することを前提として、できるだけ成熟した技術成果を反復利用し、研究開発の業務量を低減し、開発推進速度を速める。

9.4 安定性、拡大性、安全性および有用性

安定性はシステムの持続的な運転の基礎であり、すべての上層アプリケーションの持続可能な発展のために必要な前提でもあるが、スマートコントラクトの導入はブロックチェーンシステム全体の安定性に大きな潜在的な不確実性をもたらした。CDCシステムは、システムに発信されているすべてのスマートコントラクトに対して、まず砂箱 (Sandbox) の実行テストを行い、正常に完了と終了するかどうかを検出する。検出されたスマートコントラクトをメインチェーンに独立している仮想マシン (CDCVM) の上で実行することを通して、契約間の独立実行、相互干渉、契約コードのロジックエラーは自身に影響を及ぼすのみで、メインチェーンが麻痺したり、その他の契約に影響を及ぼすことはない。

ブロックチェーンの本質は一つの分散式台帳であるため、記帳ツールとして、その安全性に人々は注目している。ビットコインシステムはPoWの合意メカニズムに頼り、その記帳の安全性を保障するが、これによって巨大な演算の出費とエネルギー消費をもたらし、同時に51%攻撃の理論上の問題が存在する。これに比べて、PoS合意メカニズムの導入は性能を向上させ、エネルギー消費を低減したが、しかし同様にマイナー数が一定規模に達した場合に安全な記帳が実現できるが、大量のネット通信を同時にもたらし。CDCは、DPoS合意メカニズムを採用し、合理的な投票選挙を通じて、限られた数の分散記帳ノードを形成し、潜在的な悪質ノードを次々と置き換えている。比較すると、さらに性能とスループット率を向上させ、エネルギー消費を低減すると同時に、大規模な鉱山の合意メカニズムに対する挑戦に対応し、記帳の安全を確保する。

CDCシステムの性能上の挑戦に対応し、同時に将来の様々な業務形態の互換性も考慮し、CDCはサイドチェーン協力技術を採用し、多貨幣種、様々なマイナーメカニズムを組み合わせた技術的な構造をサポートし、システムに十分な拡張性を与えた。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

最後に、CDCは、簡単で使いやすいウォレット、ブラウザ、プラグイン及び機能豊富なDAppを通じて、ユーザーに美しい可視化インターフェースと便利な使用体験を提供し、消費データのアップロード、スマートコントラクト発表、自主建設チェーン、広告フロー、効果追跡などの技術の敷居を大幅に低くした。

10. 研究リスクの提示

CDCプロジェクトのアプリケーションと研究開発計画については、研究開発の過程で、いくつかのリスク要因を強調し、重視する必要がある。それによってより速く、より良い建設目標に達することができる。CDCチームは、最も重要ないくつかの開発に関するリスクを以下の通りに示し、コミュニティの各方面に注目を促し、実際に実行する過程での防止を心がける。

10.1 政策リスク

現在一部の国は、ブロックチェーンの規制政策については明らかにしていないが、政策の原因によって研究開発者が損失を被る可能性がある。

10.2 チームリスク

現在ブロックのチェーンの革新分野は急速に発展しており、プロジェクトは多いが、研究開発の人材は非常に希少であるため、各プロジェクトの人材に対する競争が非常に激しい。CDCプロジェクトが多くの優秀なプロジェクトの中で軍を抜くことができるかどうかは創設チーム自身の能力やビジョン計画などとも関係し、研究開発者の認可とも関わる。また、市場においても多くの競争者から影響を受けて、悪性競争に陥る可能性がある。CDCの創設チームは、長年の業界において蓄積した人脈に基づいて、活力と実力を兼ね備えた人材チームを集め、ブロックチェーンの分野のベテランスタッフ、豊富な経験を持つ技術開発者などを集めている。チーム内部の安定性、凝集力はCDCの全体的な発展にとってとても重要である。今後の発展において、中心的スタッフが離れること、チーム内で衝突してCDC全体がマイナスの影響を受ける可能性は否定できない。その他、現在の研究開発チームの規模は、CDCのプロジェクトの全体的な建設目標を達成するのに十分ではなく、今後継続してコミュニティDAOの形式で人材を導入し、チームを拡充する。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

10.3 統括リスク

CDCの創設チームは、本報告書における発展目標を全力で実現し、プロジェクトの成長空間を拡大する。現在、CDCチームはすでに比較的成熟したビジネスの蓄積があるが、業界全体の発展傾向の予測不能な要素を鑑み、本報告書はプロジェクトの詳細の更新に従って調整する。もしプロジェクト更新後の詳細を研究開発者が直ちに取得または受け入れられない場合、プロジェクトの後続発展に大きな影響を及ぼす。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

10.4 技術リスク

本プロジェクトは、暗号学のアルゴリズムに基づいて構築されており、暗号学の迅速な発展は潜在的に解読されるリスクをもたらす。次に、現在既存のブロックチェーンの脱中心化、自由に改ざんできないなどの技術が中心業務を支えており、CDCチームが技術を十分に応用できているかは完全には保証できない。また、プロジェクトの更新調整プロセスには、抜け穴があることが発見される可能性があるが、それに対しパッチをリリースすることで補足するが、抜け穴による影響の程度は保証できない。

official@cdcf.io
<http://www.cdcf.io>

10.5 安全リスク

安全面については、CDCの巨大なネットワーク、経済利益が大きい点、関連部門が多いこともプロジェクトに対する安全保障の高い要求の背景にある。電子仮想通貨は匿名性、遡りにくいなどの特徴があり、犯罪者に利用されたり、ハッカーに攻撃されたりする。研究開発チームは様々な未知のハッカーに攻撃されるリスクに対応する必要がある。

11. チームメンバー



総幹事

杨宁

楽博資本創設パートナー
 アメリカスタンフォード大学院修士、
 電子工学系ネットワーク専攻の修士号
 中国青年天使会創設会長、中国ウェブ
 サイトChinaRen.comの首席技術官を
 務め、空中網を創設し、総裁兼首席技
 術官を務め、NASDAQに上場。
 スマートハードウェア、ビッグデータ
 および人工知能、映画や文化ベンチャ
 ー産業に注力投資。
 搜狐（NASDAQ：SOHU）の首席技術
 官を務めた。



副総幹事

赫畅

黄太吉創始者、闘店創始者
 かつて、Baidu、去哪儿、Google製品
 開発やユーザー体験の管理業務を担当
 し、4Aデジタルマーケティング会社
 M&C SAATCHI-i中国地区の責任者を
 務める。
 著名なインターネット飲食企業黄太吉
 を創設、設計サービスプラットフォームと闘店APPを創設。
 十数年に及ぶインターネット
 運営、ブランドマーケティング、投融
 資管理及び大型プロジェクト運営の深
 い経験を持つ。

消費データブロックチェ
 ーンネットワークの構築
 とグローバル広告市場ネ
 ットワークの再構築
Version: 2.0

official@cdcf.io
<http://www.cdcf.io>



副総幹事

张严

広証梧桐基金創始者、取締役
 泰岳梧桐ゲーム産業と教育産業基金創
 始者、豊富な大規模国際投資管理と運
 営経験をもつ。



運営幹事

Iñaki Olano Eraso

Desingune Consultancy創設者
 数々の国でインターネットプロジェ
 クト下の技術開発と製品の市場普及プ
 ロジェクトを指導し、豊富な国際的
 プロジェクトの運営経験をもち、各
 国のブロックチェーン技術分野のコ
 ミュニティ運営の仕事を知。



マーケティング幹事

Mikako Hara

TEAMZ副総裁

世界的な範囲で協力展開し、アジアとアメリカ市場にブランドの普及計画を提供、Saiyo貿易会社にてサプライチェーンビジネスを担当。



開発幹事

朱进

アメリカミシガン大学電子工学科卒業。15年にわたって、甲骨文Oracleデータベース、クラウド計算、モーション安全などの面で技術開発指導職を経験。アメリカ連邦政府に就職し、大手機関のデータ情報システムの開発を担当。深いデータプラットフォームの研究開発経験をもつエキスパート。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>



経済幹事

Olumidé Gbenro

Appicsアメリカ大使、現在アメリカにてこのブロックチェーンに基づくソーシャルメディアアプリケーションのための人材募集とコミュニティ建設を担当。かつてTEAMZ国際孵化器の世界最高経営責任者を務める。長期的に国際的プロジェクトを運営、グローバルエリアのブロックチェーン業界と政府間協力の面で幅広いリソースを持つ。長年の国際ビジネス普及経験、ブロックチェーンとソーシャルメディアアプリケーションのエキスパート。



チーフプラットフォームアーキテクト

张本宇

Google、Facebook、マイクロソフトに勤務し、Googleで広告システムのAdSenseを中心開発を担当。18年の研究開発経験、その内6年をマイクロソフトアジア研究院にてハイレベルの技術開発と検索エンジン等の開発に従事、豊富な国際的先端技術能力と開発管理経験をもつ。



データ決済及び日本市場総幹事

董路

日本美食Japan Foodie創始者
 スタンフォード大学院MBA、ゴールドマン・サックス、GGV、Monitor Capitalにてインターネットと科学技術投資管理を担当。La miu及びBeyongtailorsブランドの創設、日本のグルメと決済プラットフォームを創出して、20年近くの豊富な国際インターネット投資と運営の管理経験をもつ。



常務顧問

李竹

英諾天使基金創設パートナー
 中国青年天使会会長、清華校友TMT協会名誉会長、国内で最も早くマルチメディアデータベースソフトウェアの開発に携わる。



チーフ顧問

李明远

Baidu前任上級副総裁
 子犬ロボット共同創設者



業界技術顧問

王峰

火星財經創始者
 「王峰十問」主催者、藍港互动グループの理事議長兼CEO、20年以上のインターネット業界の経験。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>



アプリケーション業界顧問

冯文杰

晨鑫科技（株式コード：00247）代表取締役
北京千尺無限ソフトウェア技術有限
会社を創立、後に壕鑫ネットテク
ロジー有限会社を創立。



アプリケーション業界顧問

冯浩

快道グループの創始者、代表取締役
快道グループは、中国の加盟チェーン
業界で最も影響力のある運営サービス
プラットフォームであり、代理業者、
オリジナルIPなどを通じてオフライン
で数万件のチェーン店を展開し、同時
に供給チェーン管理、スマートキャッ
シャーシステムなどの面で全面的なソ
リューションを提供している。

消費データブロックチェ
ーンネットワークの構築
とグローバル広告市場ネ
ットワークの再構築

Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>



業界技術顧問

沈陶磊

雷盈科技創始者 &CEO



アプリケーション業界顧問

王宁

POPMART創始者



業界技術顧問

崔晓波

TalkingData CEO



アプリケーション業界顧問

张晋源

同道大叔代表取締役

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>



アプリケーション業界顧問

曾良

投資家、IDC 国際デジタルアセットチャリティー基金主席、清華大学工学修士、アメリカジョージア工科大学MBA。デジタルマーケティング、モバイルインターネット、AI、ブロックチェーン等の分野で研究と投資。かつて金蝶グループの副社長を務め、マイクロソフト大中華圏副総裁、Baiduの副総裁とBaidu糯米のCEOを兼任。現在は多数のインターネット企業の取締役と戦略顧問を務める。



アプリケーション業界顧問

舒義

中国が牽引するモバイルマーケティングソリューションー力美科学技術の創始者。中国最大のコミュニティメディアグループ新潮メディア共同創始者。中国国内にて10数年のマーケティング業界経験、多数のマーケティング業界内の有名企業の創設に携わる。

12.出資者



投資家

張敏

合力投資創設パートナー
中国青年天使会副会長、中国における100人のアクティブエンジェル投資家の1人。エンジェル投資をVC段階のTMTのベンチャー企業をメインに行う。朝興資本 (Morning Side) 創設チームメンバー、中国で最も早いVCを創立。



投資家

李竹

英諾天使基金創設パートナー
中国青年天使会会長、清華校友TMT協会名誉会長、国内で最も早くマルチメディアデータベースソフトウェアの開発に携わる。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>



投資家

徐樂

Game.comとGTCトークン創始者
豊富なブロックチェーン技術開発及び業界運営経験をもつ。



投資家

馮浩

快道グループの創始者、代表取締役
快道グループは、中国の加盟チェーン業界で最も影響力のある運営サービスプラットフォームであり、代理業者、オリジナルIPなどを通じてオフラインで数万件のチェーン店を展開し、同時に供給チェーン管理、スマートキャッシャーシステムなどの面で全面的なソリューションを提供している。

13. 出資機構



消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>



14. 戦略的パートナーシップ



消費データブロックチェーンネットワークの構築
とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

official@cdcf.io
<http://www.cdcf.io>





消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>



15. ファンドシェア分布

CDCトークン発行計画

CDCトークンの総量は100億個。

プロジェクトの製品開発、技術路線、人材導入、コミュニティ建設等の多方面の進捗状況とニーズに合わせ、より良いCDCコミュニティネットワークの建設のために再分配された最新のCDCトークンの配置計画は本報告書で提示している

1. シェア分配

① プロジェクト執行チーム30%、合計30億トークン。

ロック承諾：CDCファンド及びチームは、この部分のシェアを2020年1月31日までロックします。

② グローバルネットワーク協力建設基金25%、合計25億トークン。

ロック承諾：CDCファンド及びチームは、この部分のシェアを2020年1月31日或いはCDCパブリックチェーンのロールアウト完了までロックします。

③ 指向投資家10%、合計10億トークン。

ロック承諾：30%を2018年2月5日に解除、20%を2018年5月5日に解除、20%を2018年6月5日に解除、30%を2018年7月5日に解除。

④ プロジェクト運営開発基金15%、合計15億トークン。

シェア用途：2018年から2023年までのプロジェクト開発の進展に必要な早期協力パートナー、ハイエンド人材導入、市場普及、日常運営部分の通貨型仮想通貨支出及びCDCトークン報償。

⑤ 5市場流通20%、合計20億トークン。

流通説明：プロジェクト前期に取引所で貨幣の発行、戦略的協力パートナーインセンティブ、マーケティング活動、仮想通貨競争イベント投票の報償で発生した流通のシェア。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>



消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

official@cdcf.io
<http://www.cdcf.io>

2. 取引所状況:

CDCトークンは2018年4月18日付で、すでに以下の取引所で開通している:



ZB 取引所
www.zb.com



HADAX 取引所
www.hadax.com



LBANK 取引所
www.lbank.io

3. 特別声明:

1. 本報告書はプロジェクトの最新配置及びロック計画のために公開された。
2. 本報告書のシェア調整の計画は、本報告書発表後の15日以内に配置の調整が完了する。
3. 本報告書に基づく関連シェア分配の調整計画が完了した際、参考のためにすぐにコミュニティに関連ロックシェアとアドレス及びリンクを公開する。

4. 検索アドレス:

CDC Token: <https://etherscan.io/token/0x87026f792d09960232ca406e80c89bd35bafe566>

16. 関連リソース

16.1 CDCファンド公式サイト

<http://www.cdcf.io>

16.2 CDCコードホスティングURL

<https://github.com/cdcchain>

16.3 CDCコミュニティアドレス

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

official@cdf.io

<http://www.cdcf.io>



CDC 社群 -BeeChat



CDC 社群 - 币用

17. 免責事項

本文書は情報を伝達する用途として利用され、文書の内容は参考であり、CDC及び関連会社の中で株式や証券を販売するなどのいかなる投資取引の提案、教唆、招待ではない。このような招待は、機密備忘録の形式で行わなければならない、関連する証券取引法や他の法律を遵守しなければならない。本文書の内容は、強制参加を強要するものではない。本報告書のコピーの取得、他人へのシェアを含める本報告書に関連するいかなる行為も参加行為とはみなさない。参加者はすでに年齢基準に達し、完全な民事行為能力を備えているとみなし、CDCとの契約を実効性を持っている。すべての参加者は、自発的に契約を締結し、契約を締結する前にCDCに対して明確に必要な理解を行う必要がある。CDCチームは常に合理的な試みを行い、本報告書における情報を確実にする。開発の過程で、プラットフォームのメカニズム、仮想通貨およびそのメカニズム、仮想通貨分配を含めるプラットフォームは更新される可能性がある。文書の一部の内容は、プロジェクトの進展に従って新版報告書にて調整を行う可能性があり、チームはウェブサイト上での公告や新版報告書などを発表し、更新内容を公表する。参加者は必ず最新の報告書を取得し、更新内容に応じて、直ちに自分の意思決定を調整する必要がある。CDCは、参加者が (i) 本文書の内容、(ii) 本文の情報の不正確部分、および (iii) 本文によるいかなる行為による損失も負担しない。チームは、文書で述べた目標達成を目指す、不可抗力が存在するため、チームは完全な確約ができない。CDCはプラットフォーム機能の重要なツールであり、投資商品ではない。CDCは、その所有者に対し、CDCプラットフォームの所有権、制御権、決定権を与えるわけではない。CDCは、1つのデジタル暗号化通貨として、以下のカテゴリ：(a) いかなる種類の通貨、(b) 証券、(c) 法律実体の株式、(d) 株式、債券、手形、分株権、証明書またはその他いかなる権利の文書。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築

Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>

CDCの増値は市場の法則及びアプリケーションの開始後の需要に応じて決まるわけではなく、いかなる価値も持たない可能性があり、チームがその増値に対して約束をする訳ではなく、価値の増減が及ぼすいかなる結果にも責任を持たない。法律を適用する最大の範囲内で、相互交換による損害及びリスクに対して、直接または間接的な個人の損害、商業利益の喪失、商業情報の喪失またはその他の経済損失に対してチームは責任を負わない。CDCプラットフォームは、業界の健康的な発展を達成するための規制条例及び業界の自己規定などを遵守する。参加者の参加は、このような検査を完全に受け入れ遵守することを意味する。また、参加者は、このような検査を完了するためすべての情報を完全に正確にする必要がある。CDCプラットフォームは、参加者に可能性のあるリスクを明確に伝え、参加者が取引に参加すると、各条項の説明を理解して認め、このプラットフォームの潜在的なリスクを受け入れることを意味し、自己責任とする。

消費データブロックチェーンネットワークの構築とグローバル広告市場ネットワークの再構築
Version: 2.0

official@cdcf.io

<http://www.cdcf.io>