

FanSTime

白皮書

“未來，會有圈層，每個人活在自己的圈層裏面，這在娛樂行業應該非常明顯……明星製造路徑……首先是在社交媒體裏實現精準粉絲的聚集……再反向引爆於大眾媒體。在這一生態中，明星與粉絲達成了直接的溝通關係……”

——吳曉波

“新聞的定義發生了改變，它從一種機構特權轉變為一個資訊傳播生態系統的一部分，各種正式的組織、非正式的集體和眾多個人都存在於這個生態系統當中。”

——克萊·舍基

目錄

第一部分 設計理念	4
1.1 價值觀	4
1.2 願景	4
1.3 使命	4
第二部分 行業問題和解決方案	5
2.1 行業問題	5
2.2 解決方案: <i>FanTime</i> -基於區塊鏈的粉絲經濟新生態	7
第三部分 <i>FANSTIME</i> 實現邏輯	11
3.1 個人IP價值體系	11
3.2 全球娛樂內容分發與版權鑒定系統	14
3.3 全球個人IP眾籌平台	16
3.4 個人IP全球會員積分系統	17
3.5 各類主體參與 <i>Fanstime</i> 的生態建設	19
第四部分 個人IP價值體系應用詳解	20
4.1 應用: 時間交易所(<i>Time Exchange</i>)	20
4.2 應用: 粉絲權益商城 (<i>Fans Rights Mall</i>)	21
4.3 應用: 專屬Token交易所 (<i>Token Exchange</i>)	22
第五部分 <i>FANSTIME</i> 實施路線圖	23
5.1 個人IP價值體系搭建及基礎設施完善	23

5.2 全球娛樂內容分發與版權鑒定系統	24
5.3 全球個人IP眾籌平台搭建	25
5.4 個人IP全球會員積分系統搭建	25
5.5 生態自治演進	25
第六部分 FANSTIME治理結構	26
6.1 FansTime基金會概況	26
6.2 FansTime基金會管理結構	27
第七部分 FANSTIME社區搭建、維護	31
7.1 社區建立	31
7.2 社區建設與擴展	31
7.3 社區維護	32
第八部分 FTI發行及其分配	33
8.1 支持計畫交換數量	33
8.2 支持計畫交換方式	34
8.3 特別說明	34
第九部分 管理團隊	35
第十部分 顧問團隊	37
第十一部分 戰略合作&投資機構	38
第十二部分 聯繫方式	51
附錄一：FANSTIME產品與技術迭代摘要	52

前言

從伏爾加河上的繃夫，到富士康工廠裏的機器人；從拉著木制軛轆的四輪馬車，到車內聯網的無人駕駛電動汽車；從茹毛飲血鑽木取火的原始生產，到恒溫恒濕的人工培育；從蹴鞠對弈騎射唱作，到AI寫詩AlphaGo Zero的秒殺……人們一邊享受著工業化、科技化帶來的便捷體驗，一邊困惑於自我價值的迷失。

從貧瘠到豐富，從粗劣到精緻，歷次工業革命帶來了商品經濟和服務消費的極大繁榮；流程標準化、分工精細化成為現代商品社會的大勢所趨。在這個過程中，互聯網和科技進步帶來的驚奇一閃即逝，隨即是對資訊壟斷的深刻憂慮，對千篇一律的產品的麻木無感。

我們發明出越來越高級的工具，高級至取代人的體力、智力；我們開發出足夠便捷的網路，便捷至可以生殺予奪一個人的存在；我們堆積著足夠龐大的數據，龐大到被剝奪表達自我、為自己選擇的權力。

無所不能的我們似乎製造了一切、擁有了一切，卻悄然忘卻了本源——“人”，才是我們的世界裏最寶貴的資產。

與此同時，社會潮流顯現出另一種趨勢。

多元

從藝術類別到大眾娛樂，人們的精神消費需求趨於多元。曾經的超級明星萬人空巷，如今的明星紅人層出不窮，陽剛的、陰柔的、性感的、純情的……皆有所愛。但是話語權仍在流量平臺和資源權貴的手中，行業寡頭壟斷市場。

對抗

主流文化對亞文化的輕視和打擊，文化分支的圈層化，不同文化人群之間的隔離，成為一種新的社會現象。人與人的接觸媒介在增加，但是文化傳播的媒介仍然有主次之分；話語權和主流媒體是中心化的，分支文化是受壓制的；分支文化的衍生價值和經濟價值都只能在圈層內克制地釋放。

粉絲效應

傳統的明星需要重資產的投入，才能具備變現能力。歌手需要詞、曲、包裝行銷、唱片策劃、演唱會製作等流程，才可以面向觀眾，依靠作品和表演變現。演員需要製片、導演、編劇、燈光、舞美、道具、服裝、化妝、行銷、發行等諸多環節合力，才能有精美的作品呈現，通過版權銷售和商業植入變現。明星再通過代言、商業活動、幫助商品進行品牌塑造，才能獲得商業回報。由於資金和資源依賴，明星的通道掌握在“公司”和“平臺”手中，中間環節層層盤剝。如今，明星工作室化、個人品牌化成為一種趨勢，試圖跳過中介環節，直接通過粉絲變現。在意識和產業層面已經具備土壤，但是缺乏現實落地的通用解決方案。

區塊鏈技術的誕生，讓我們看到了解放個體價值的希望

互聯網時代，電子商務顛覆了傳統生產和銷售模式，催生出阿裏巴巴等一批以提供標準化產品的高效流轉為價值的商品經濟巨頭；區塊鏈時代，我們相信它對產品流轉方式的重構，將幫助我們創造出具備個體IP標籤的個性化產品和消費集群。

傳統媒體形態，話語權被壟斷，資訊的流轉受制於主流思想，即便互聯網也未能改變——明星是少數人包裝出來的明星，名牌是少數人定義出的名牌，潮流

是少數人引領出的潮流；區塊鏈時代，我們重構人與人的連接，人與資訊的連接，每個人可選擇獨特的生活方式，每個人可以直接鏈接自己的粉絲。

在新的藍圖裏，每一個個體平等、自由，資訊透明、智能流轉，每一種個性有它的追隨者，每一種熱愛有它的空間釋放。每個人都是一種IP，可以自由對話粉絲，享有暢通的價值實現通道。

第一部分 設計理念

1.1 價值觀

FansTime相信“人”的價值實現是驅動人類文明發展的重要力量，我們堅持開放、自由、進取的基本價值觀。世界更加美好的前提是每個人的潛力都能得到釋放。

1.2 願景

FansTime希望“人”的才華和潛力被珍視，個體IP得到個性化發展，在自主自治的良性生態體系中，可持續性地演進、迭代、升級；我們希望“人”的表達權被珍視，亞文化與主流文化、流行文化與傳統文化、大眾文化與精英文化都彼此尊重；最終我們希望“每個人”都能得到珍視，不被技術、資本、權力等人為“中介”所壓迫。

1.3 使命

FansTime致力於搭建一個人人皆明星，人人皆粉絲的新型去中心化社區，充分發掘、挖掘、培育、回饋個體IP價值。

第二部分 行業問題和解決方案

2017年全球泛娛樂產業的總產值超過3000億美金，其中電影票房市場超過400億美金（中國和美國占半數份額）；演出市場TOP100演出超過100億美金；電視劇市場規模超過300億美金；市場規模達25萬億美金的全球電商市場中，由網紅帶動的經濟效益超過150億美金，這些經濟數字的產生都離不開各類“粉絲”消費者的帶動作用。

廣義上，我們將這種由“粉絲”消費帶動的，隸屬於泛娛樂產業的經濟新型態，稱為“粉絲經濟”，它涉及出版、電影、動漫、遊戲、音樂、演藝、體育七大行業中與個人IP（individual IP）相關的所有細分領域。

2.1 行業問題

2.1.1 價值中心化

傳統市場結構中，馬太效應帶來的強者恒強的局面難以逆轉，大平臺、大企業壟斷優質資源，決定公眾的注意力，相應的價值和收益也集中在他們手中。寡頭間的議價博弈決定了產業格局；個人IP的知名度、流量、銷量、以及出現在公眾面前的機會，取決於推手的眼光、資源和於渠道的利益綁定。

具備雄厚資金實力的出品方可以調集行業最佳的演出班底、制作班底、宣傳資源，和渠道談判較大的曝光和用戶獲取，較大概率獲得更高收益。渠道可以精準了解每一個曝光位的數據效果，根據平臺評級偏好和收益關係決定這些資源的分配，給哪部作品、哪個人、哪個品牌，甚至可以定制符合數據指向的內容、人

設、品牌，從而獲得最大化收益。目前在產品供應方和流量供應方的博弈裏，流量渠道已經獲取了50–90%的收益，真正的價值創造者和流量供應者成為被收割的對象。

2.1.2 虛假氾濫

在當今的互聯網大背景下，信息傳播的速度和數量倍速增長，帶來營銷上的浮躁風氣，激進手段日甚，濫用明星名人肖像作為營銷媒介的現象屢見不鮮，代表明星名人名義勾兌賺取個人利益的騙子層出不窮。例如，某P2P平臺謊稱某著名明星為其代言人，大肆推廣其業務。而後平臺遭遇資金危機，創始人跑路，平臺用戶轉而向“代言人”索取賠償，而該明星表示從未接受平臺任何代言費，實為其肖像遭到了濫用，同為受害者。明星名譽和肖像權屢屢遭遇濫用，既無法確權又難以追溯。像這樣的虛假信息充斥著整個互聯網，損害了明星與粉絲的利益，也極大的制約了粉絲經濟的健康發展。

2.1.3 中介盤剝

現今，有大量資源掮客，成為人與人之間的連接節點，依靠製造信息不對稱攫取利益而非創造真正的價值。他們以背靠背協議收取較高的中介費用，甚至成為其中的最大受益者。大數據和AI成為主流平臺的標配，但中心化平臺始終以平臺方的商業利益最大化，中介流量變現為主要訴求。傳統明星、紅人缺少可為自己控制的媒介，只能依賴於這些平臺和掮客，實現價值變現。在中介的層層盤剝下，明星與粉絲的利益均受到了侵害。

2.1.4 變現通道受限

傳統產業和傳統互聯網的世界都是中心化的，大多數細分市場由少數幾個寡頭分割而據。

對於明星來說，需要中間人或平臺提供資金、產品設計、作品機會去接觸粉絲，為粉絲提供價值，和粉絲交換價值。對於粉絲，聽偶像的歌，需要跨越幾個APP去搜索；追偶像的劇，需要輾轉多個網站，去適應不同的會員體系；和偶像有關的商品分別在不同平臺上架，需要分別註冊賬號去查詢比價。

單個明星的個體力量薄弱，營銷成本高昂，缺乏啟動資金，依賴於團隊的包裝、公司的資源、平臺的流量。明星出道的過程潛規則叢生，爆紅後報復性收割，娛樂行業內明星走紅後翻臉解約、得罪大佬被雪藏……作為演藝行業核心產品的“明星”本身實際在行業裏處於被動位置。在這種被動位置下，“明星”會逐漸喪失生產優秀IP的動力，粉絲無法得到優秀的體驗，並最終造成多輸的局面。

2.2 解決方案：FansTime—基於區塊鏈的粉絲經濟新生態

FansTime項目的開創並非偶然，其創始團隊的大部分核心成員，均為多年的粉絲經濟從業者，深刻了解在當前的市場環境中，粉絲經濟中的各種問題。這些問題時時刻刻都在傷害著明星與粉絲群體，也在傷害著粉絲經濟本身。作為從業者，FansTime創始團隊一直致力於提升行業的整體水準，並進行過多種嘗試。同時，近年來區塊鏈技術的不斷成熟，應用場景不斷的增加，FansTime團隊發現其非常適合用於解決部分核心行業問題，並願意為此投入更多的人力物力進行相關開發和維護。FansTime體系目前包含以下幾個部分：

2.2.1 打造全球去中心化基礎設施

藉助成熟的區塊鏈技術，FansTime著力于打造全球娛樂產業與粉絲經濟的基礎設施，包括：公眾人物信息登記系統、版權登記系統、信息分布式存儲與傳播體系，建立去中心化的數據存儲、信息查詢、支付結算，以及LBS服務、社區廣播等社區基礎設施。

藉助FansTime的智能合約系統，生態系統內的節點可以高效的達成共識。同時FansTime會提取每個節點的行為數據、消費數據、定位數據等，形成每個用戶的匿名畫像，形成統計性結果，並以可視化查詢接口和技術API提供給社區節點調用。

FansTime生態系統內形成的支付信息，根據智能合約自動化結算；同時通過使用基於公私鑰的簽名和加密體系，第三方安全應用、生物信息識別等技術，支付的安全性可以得到極大的保證。

FansTime生態會積極拓展基於地理位置、生物信息輸入、物聯網芯片應用等相關接口，為社區節點間的需求匹配和安全溯源提供便利。

在去中心化的生態中，系統本身可以有效隔離資本和權利對個體價值的認定。將價值的評價完全交由市場和終端用戶。生態中的節點可以借助嵌入AI系統的智能合約，通過算法對內容評判，從而得到客觀公允的結論。

FansTime將組織資源落地與基礎設施的開發，並將聯動其他社區的資源，以區塊鏈通用基礎設施提供給FansTime社區用戶更好的體驗。

2.2.2 基於密碼學的鑒別機制重構信譽體系

密碼學是FansTime區塊鏈系統的基礎邏輯。在FansTime生態內，每個個人IP（如明星），都擁有唯一的身份私鑰，並以此對其發出的任何信息進行簽名。與此同時，FansTime會維護並公開明星的公鑰池，任何組織或個人均可以通過其中的公鑰來驗證明星的簽名是否真實。

為了簡化信息真實性鑒定流程，遏制平臺內虛假信息的擴散，FansTime還會開發一系列易用的信息驗證產品。如上線明星簽名驗證平臺，並提供相關API以方便開發者的二次開發。

2.2.3 智能合約重新定義價值分配

由於節點與節點間，時間和空間維度存在天然的物理隔離，所以信息的不對稱是普遍存在且無法避免的自然現象。但是在傳統的經濟形態內，由於缺乏對信息傳播中間節點的鼓勵機制，導致這些節點會通過製造信息的不對稱來賺取收益。

藉助FansTime區塊鏈上運行的智能合約，給價值分配創造了更多可能性，從而有效的解決了粉絲經濟中介盤剝的問題。

在Fanstime生態系統個人IP的傳播過程中，每個節點被賦予了提供產品、消費產品、推薦產品三種價值。提供產品和推薦產品的節點在交易中直接獲得Token作為收益，消費產品的節點支付Token換取產品體驗，這與傳統交易的價值傳遞是一致的。差別在於，參與推薦產品的節點，可以向其他節點進行廣播，其余節點只要接收了這些信息，並完成消費，推薦產品的節點就可以按照智能合

約中的約定參與信息推廣的分成。在這種機制下，信息傳播的中間節點可以作為產品的推薦者獲取應有的收益，從而最終消除其製造信息不對稱的動機。

2.2.4 明星個人IP的通證化

處於起步階段的個人IP，可以在社區內實現原始粉絲積累，並在社區內完成初步的作品呈現和價值實現。對於有一定粉絲基礎的明星，可以對標其IP價值發行自有通證（Token），開放一部分給早期粉絲認購，粉絲持有後可以賣給其他粉絲獲得明星身價增值的收益，也可以使用Token兌換明星IP的產品，例如一張演唱會門票、一頓私享午餐、一件限量的帽衫。

作為公眾人物，明星的動態、聲譽將直接影響其身價，美譽度高的明星可以將這種IP價值傳遞給具體商品，具有特色風格的明星可以將IP價值輻射到一定的生活方式，這些IP價值延伸都可以給明星帶來可延展的收益，綜合收益本身又將反哺到Token價值中。明星還可以像上市公司那樣，通過回購、派息（POS）或增加流通份額來調節市場。

第三部分 FansTime 實現邏輯

FansTime——基於區塊鏈技術的粉絲經濟新生態，包括以下四個重要組成部分：



3.1 個人IP價值體系

個人IP價值體系，是生態發展的起始點，個人IP的價值藉助改體系獲得區別于法幣的定價物，從而展開一系列價值演繹。

如果貨幣不再代表單位時間的勞動量，那麼誰才能真正衡量個人IP的價值呢？FansTime認為只有粉絲可以。

社區共建者所共享的Token將成為個人IP的唯一定價物，用以解決市場定價、直接融資、衍生開發、資產化等問題，從而逐步搭建起一個去中心化的多邊市場，

最大可能地釋放個人IP價值。價值體系的構建參與方能夠深度參與個人IP價值的打造過程并從中獲益。

FansTime將為社區引入高價值個人IP和細分市場的需求方，完善市場生態，持續不斷地擴大Token的流通範圍。

粉絲鏈 (FansTime Chain)

FansTime Chain是FansTime團隊基於區塊鏈2.0技術開發的，支持多種智能合約的全新區塊鏈系統。FansTime Chain是FansTime的底層邏輯。在FansTime上線初期，為了降低維護成本，提升迭代效率，FansTime Chain以聯盟鏈的形式存在。在FansTime的社區規模擴大、區塊鏈技術成熟后，FansTime Chain的記賬權會擇機開放，成為公有鏈。

粉絲幣 (FTI)

FTI是FansTime生態系統中，基於FansTime Chain發行的Token，是官方通用加密數字權益證明。FTI可用於生態內任何交易，支撐整個生態的經濟系統。未來，FansTime社區將上線社區激勵系統，所有社區參與者均有公平的機會獲取FTI。

超級個人IP (Super Individual IP) 有權借助FansTime Chain的智能合約，發行自己的專屬Token (Exclusive Token) 并以此錨定自己的IP價值、構建自己的價值體系、並在FansTime系統內與FTI進行匯兌。

	各國法定貨幣	FTI	專屬Token
獲取途徑	中央銀行發行	數字貨幣交易所	FansTime
交易方式	紙幣/電子支付	網絡節點的廣播	網絡節點的廣播
交易總賬	無/中心化銀行	區塊鏈	區塊鏈

流通性	國家內部	全球流通	全球流通
-----	------	------	------

各國法定貨幣, FTI, 與明星專屬Token區別詳解

為建立這樣一個全新的價值體系, FansTime將開發一系列應用, 包括但不限於時間交易所 (Time Exchange)、粉絲權益商城 (Fans Rights Mall)、專屬Token交易所 (Token Exchange) 等。具體應用見第四部分。

假想場景–Token支持明星養成: 2018年, A藝人出道, 演過一部偶像劇后, 獲得了少量粉絲。他此時可以選擇在粉絲權益商城上線他的簽名照、直播節目、見面會門票等商品, FTI的持有者可進行購買。

2020年, A藝人的知名度持續提升, 粉絲數量持續增加, 自己的粉絲社區和粉絲文化逐步形成, 多樣化的商業化渠道成為可能。此時的藝人A決定在FansTime發行自己的時間和商品, FTI的持有者從FansTime的時間交易所兌換到A藝人的時間, 與A藝人線上線下持續互動, 對A藝人的喜愛也持續升溫, A藝人的時間變得更加有價值。

2022年, A藝人成長為明星, 自己的粉絲社區和粉絲文化已經形成規模和認知壁壘, 粉絲對A藝人的價值有了自主認知和穩定認可。此時, A藝人發行自己的專屬Token, FTI的持有者認購該藝人的專屬Token, 隨著藝人A的人氣上升, 專屬Token的需求者增多, 價值提升, A藝人和早期持有者 (大概率為粉絲) 獲得可觀回報。

3.2 全球娛樂內容分發與版權鑒定系統

全球化娛樂內容分發系統

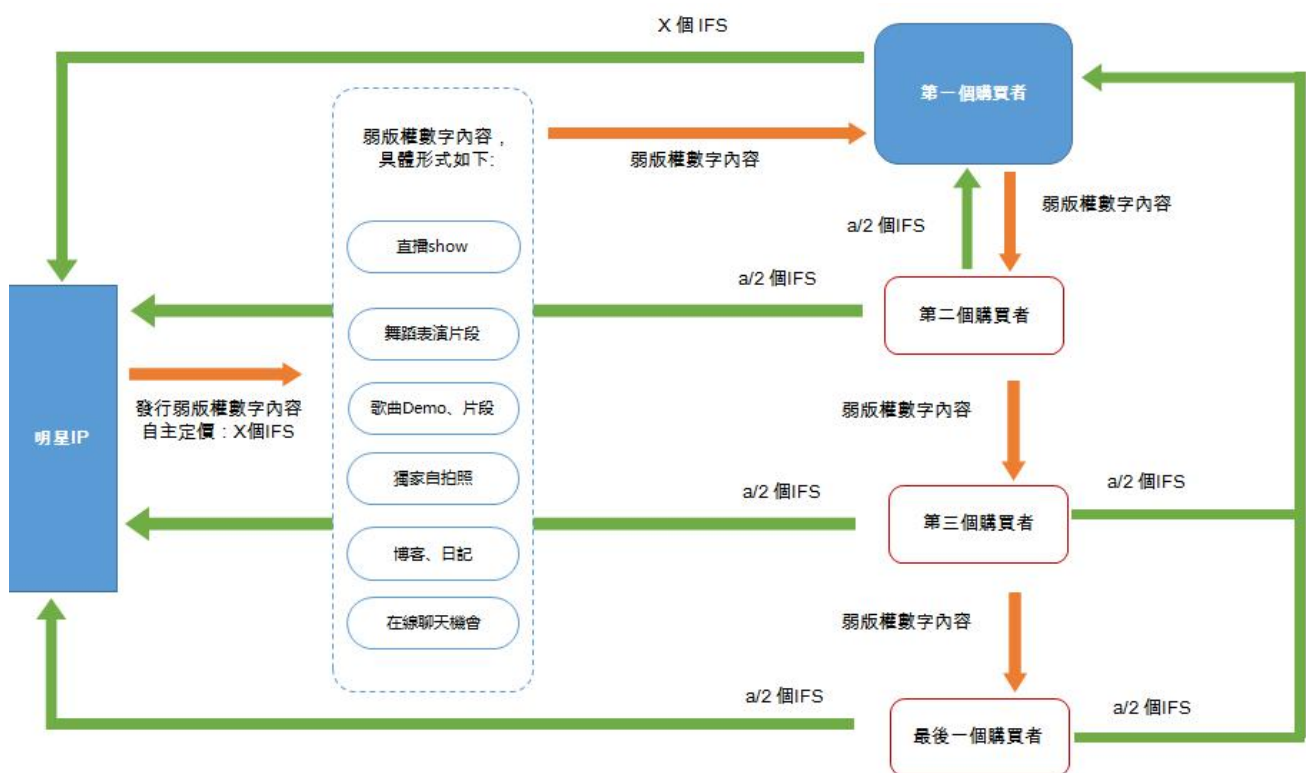
各類IP所產生的娛樂內容，是粉絲經濟的主要載體。而這些內容的傳播途徑和傳播速度，確受到現有的互聯網架構和內容分發架構的影響而非常低效。比如在現今的網絡環境下，承載了某個IP內容的服務器突然宕機，或者被出於某些商業目的的個人或組織惡意刪除，將會導致該內容不可用。這些都是中心化服務器體系下，難以避免的問題。同時也正是因為中心化的服務器結構，也導致了內容傳播需要消耗大量的資金（服務器成本，寬帶成本等），從而使得內容分發權集中在少部分人或組織手中，最終使優秀的內容可能無法有效的傳播。

藉助FansTime的區塊鏈技術與分佈式文件系統，我們可以有效的改善內容服務器中心化的問題。該分佈式技術，通過對內容的切片、同步文件切片到網絡中的臨近服務器的過程，為這些內容的安全性和可用性提供了有效的保障。同時，FansTime的分佈式技術會對切片文件進行哈希索引，並將哈希值記錄在區塊鏈中，從而保證了切片文件與源文件的一致性，並永久保存在網絡中，不可更改。在這種分佈式結構下，內容的傳播沒有了服務器與寬帶的制約，從而幫助娛樂信息的傳播。在FansTime的生態體系下，內容的傳播公平、安全、高效，極大的提升內容分發與傳播的速度與廣度。

基於該系統，我們還將開發針對弱版權數字內容的發行應用。

弱版權數字內容是指無法進行版權交易的、生產時間成本較低的內容，例如直播show、歌曲DEMO、舞蹈片段、問候語音、寫真照片、個人行程、日記Blog等。對於個人IP價值尚低的主體（例如網紅、博主、選秀選手、新出道藝人等）

來說，他們受限於當下的自身專業素養和資源整合能力，無法量產出“可進行版權交易”作品，導致個人IP增值速度受限，並進一步拉長了個人IP價值變現的時間。——“弱版權數字內容發行”力圖解決這個問題。首先，弱版權數字內容的製作成本和專業門檻低，個人主體就可以完成製作。其次，定價權和收益權直接掌握在個人IP主體自己的手中，不受任何中介和市場不良因素的干擾。最後，應用還將滿足多方接力交易、多方交易可溯源、多層獎勵回饋機制同時實現的需求。



弱數字版權發行系統邏輯

全球內容版權鑒定系統

通過FansTime的區塊鏈技術與分佈式系統，還可以為版權保護提供重要的支持。在當前的網絡環境下，由於傳統服務器的信息中心化以及可隨意修改的特性，會導致侵權案件的舉證是非常困難的（比如侵權方可以篡改其侵權內容的發佈時間，從而製造偽證，證明其侵權內容的發佈早於原創者）。而在FansTime

生態系統中，當一個內容產生時，其產生的時間與內容會記錄在區塊鏈上，并永久保存。原創內容的複製者，將內容寫入區塊鏈的時間，一定會晚於原創者的寫入時間。這使得內容的原創者，在受到侵權的情況下，可以以為證據進行舉證，從而保護作為內容原創者，也就是版權所有者的應有權益。

3.3 全球個人IP眾籌平台

傳統的眾籌平台一直存在信任問題。平台要保證和監督發起人嚴格按照眾籌前的約定給到參與者應得的利益分配，為此需要投入大量的人工審查成本。

與傳統眾籌平台相比，因為智能合約的啟動和運行不需要發起者的干預，並且不依賴單個中心化的服務器來執行，所以在收益分配環節能真正達到“代碼即法律”，而不用擔心項目眾籌的發起方或是平台從中牟取不正當的利益。

所以FansTime除了將持續不斷地為社區接入終端消費場景以擴大FTI的流通場外，還將基於區塊鏈的基礎技術，為FTI持有者和專屬Token持有者提供項目眾籌平台。個人IP可以在該平台發起與其IP強關聯的項目眾籌，社區其他用戶使用所持有的FTI或專屬Token參與眾籌，收益分配利用智能合約規定并自動執行，沒有任何中間商的參與。投資者不但可以從FTI和專屬Token的升值中獲益，還可以獲得所投資的項目收益。

假想場景：B是一個有才華的獨立製片人，他在FansTime發起了一個影視項目眾籌，用戶從頁面中得知B是一個從專業院校畢業的電影人、曾為許多知名大公司創意過故事

片、了解市場和鏡頭語言並且團結了一批優秀的年輕人，於是用戶紛紛參與眾籌，并依靠依據智能合約獲得了最後的利潤回報。

3.4 個人IP全球會員積分系統

在以前，雖然個人IP理論上可以建立全球範圍的粉絲俱樂部（會員制），但是確長期存在以下問題：

會員體系並未實現真正的全球唯一。不同國籍的會員數據儲存在不同的獨立數據庫中，由此產生的地域歧視、價格歧視一直長期存在。個人IP的支持者所尋求的歸屬感和價值認同感，因此被嚴重削弱。從長遠發展來看，這種方式不利於降低粉絲運營的管理成本，因為時刻需要思考如何“一視同仁”。

會員身份信息驗證成本高。尤其在線下活動場景中，IP運營方或活動主辦方需要驗證會員身份，以確保進場的參與者不會帶來負面風險。傳統上，一般採用居民身份證、護照來進行身份識別，但是該方法在跨國執行時會遇到一系列困難，如：

會員消費記錄容易造假。

會員系統可擴展性差。個人IP的特殊性在於其對外商業合作的變現渠道多種多樣，而且消費主力均為粉絲。傳統的中心化會員數據庫可擴展性差，導致會員的真實消費情況無法得到反饋，從而影響會員分級、維護和營銷工作的高質量開張。

針對這些問題，FansTime基於區塊鏈技術將開發一套全球會員積分系統，重點解決會員的身份驗證、消費記錄不易篡改、跨國交易的問題。

身份驗證

主要通過非對稱密碼算法來實現。這類算法包括兩種密鑰，公開密鑰與私有密鑰，用公開密鑰對數據進行加密，只有用對應的私有密鑰才能解密，反之亦然。用戶可以用自己的私鑰對身份信息進行加密，然後將加密信息和公鑰廣播出去，別的用戶可以用該用戶的公鑰進行解密，若解密成功則身份驗證通過。這樣就保證了用戶賬戶不被冒名頂替。

消費記錄不易篡改

主要利用存儲數據的分佈式數據庫、數據區塊、數字簽名(非對稱密碼算法)、時間戳等技術來實現。消費記錄被記錄在一個數據區塊中。數據區塊一般包含區塊頭和區塊體，區塊頭包含了前一個區塊地址、時間戳、隨機數和目前區塊的目標哈希值，區塊體中則包含了交易詳情。數據區塊又被存儲在分佈式數據庫中。

時間戳用於記錄當前區塊數據寫入的時間，並且每一個隨後區塊中的時間戳都會對前一個時間戳增強工作量證明，形成一個時間遞增的鏈條。時間戳可以作為存在性證明的重要參數，能夠證實特定信息必然在某特定時刻是確存在的。

數字簽名保證了消費記錄不可偽造，通過身份驗證來實現（具體見前文解釋）。

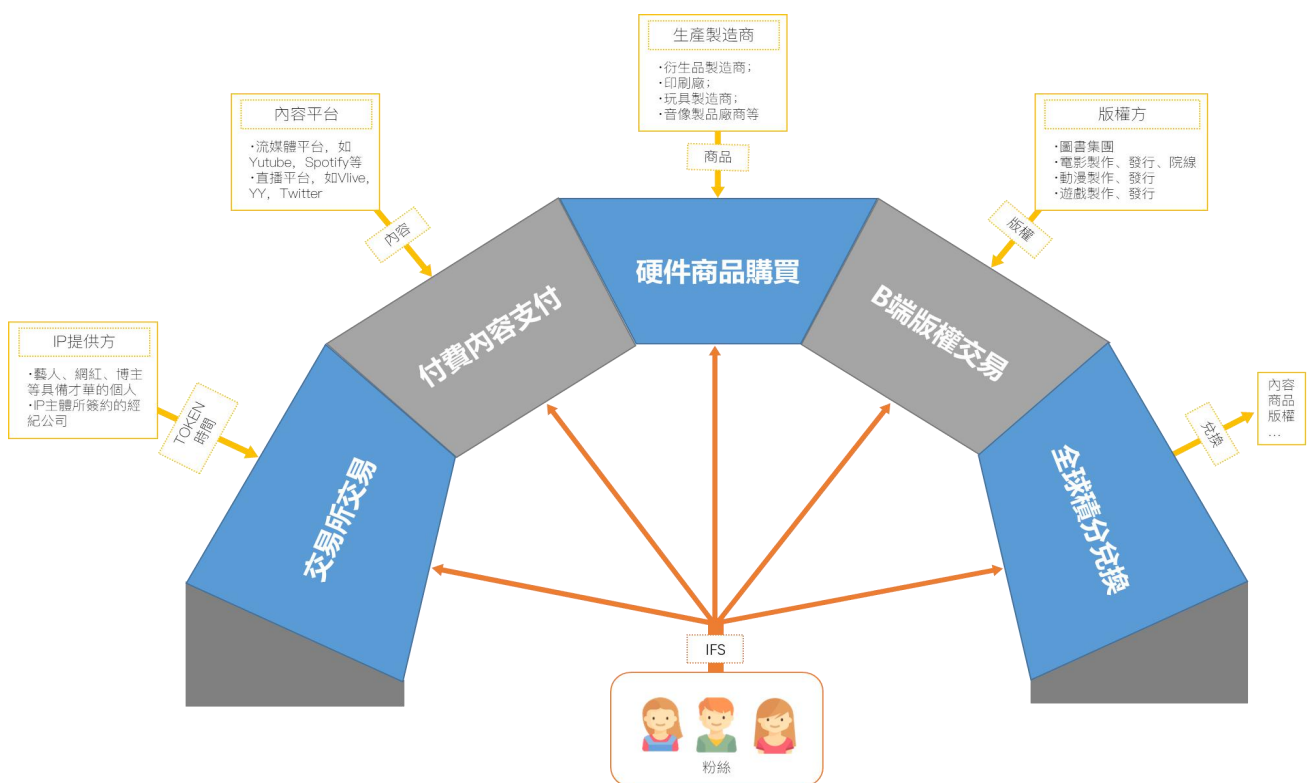
分佈式數據庫是一個去中心化的系統結構，即整個網絡不依賴一個中心化的硬件或管理機構，所有參與的節點都具有同等的權利和義務。而且，任一參與節點都可以擁有一份完整的數據庫拷貝。除非能控制系統中超過一半的算理，否則在節點上對數據庫的修改都將是無效的。

跨國交易

統一交易貨幣（FTI和專屬Token）解決了跨國交易的問題，不同的個人IP利用專屬Token構建自己的價值體系，全球粉絲使用同樣的數字貨幣獲取該個人IP的商品和服務，不受國際和地域的限制。

3.5 各類主體參與Fanstime的生態建設

在FansTime生態中，粉絲經濟中的各類主體均可以自由、便捷、公平的參與到生態系統的建設與使用中。這些主體包括：IP提供方、內容平台、生產製造商、版權方等。參與FansTime建設的主體，可以享受到生態系統內部優秀的粉絲資源紅利，以及便捷的區塊鏈與FTI交易體系，同時還能通過運用多種智能合約，建立高效的交易機制，提升主體業務效率。

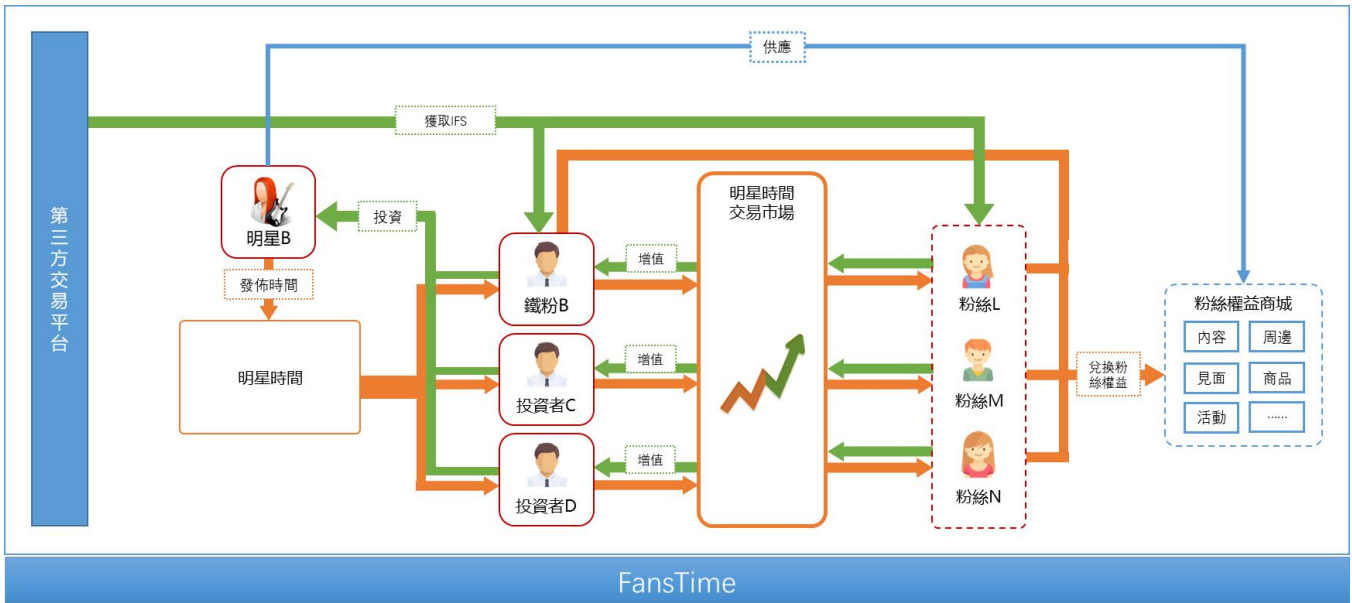


各類主體參與Fanstime的生態建設

第四部分 個人IP價值體系應用詳解

4.1 應用：時間交易所(Time Exchange)

隨著社區用戶數和用戶參與度不斷提高，市場對個人IP的數量和多元化需求也將激增，社區勢必要推出適用性更廣的個人IP等價物——時間。相比專屬Token發行的較高審核和發行成本，時間（Time）提供了較為靈活的資產化通道，能迅速吸引有潛力的個人IP參與。



FansTime時間交易所示意圖

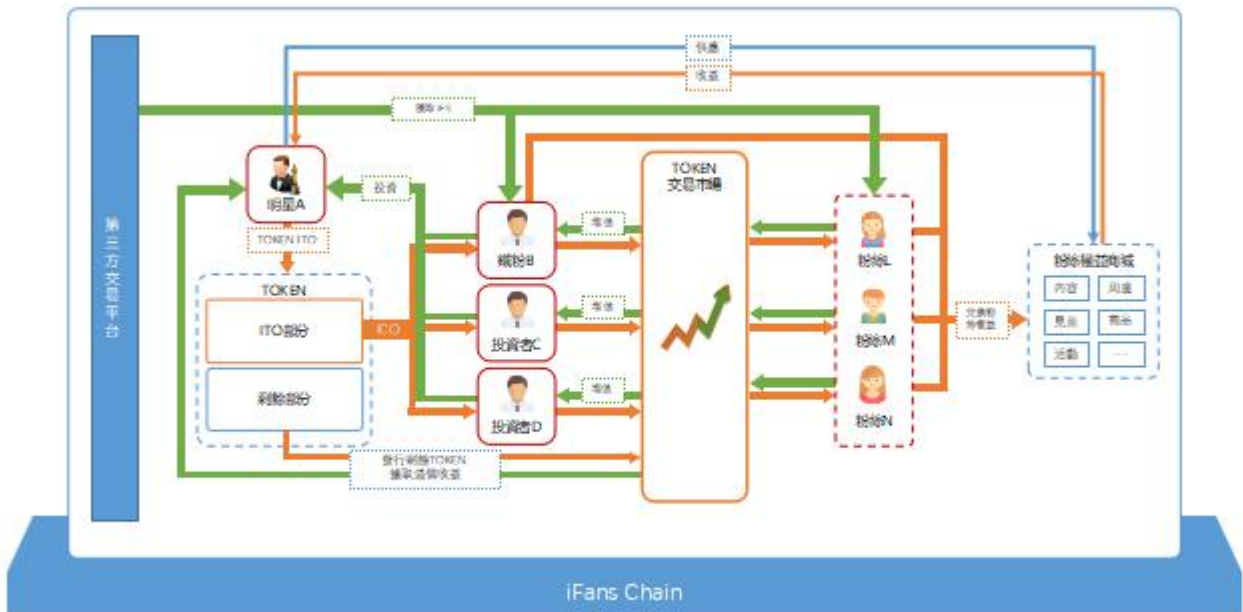
時間交易所（Time Exchange）將與專屬Token交易所（Token Exchange）並行，從而豐富整體生態的價值體系，滿足不同屬性和不同發展階段的個人IP供應方、需求方和投資方的需求。

4.2 應用：粉絲權益商城 (Fans Rights Mall)

FansTime生態系統中的終端消費應用之一。隨著社區的發展，FansTime的終端消費場景也將不斷增加。粉絲權益商城 (Fans Rights Mall) 是所有FansTime用戶消費FTI、專屬Token、時間，用以兌換商品或服務的場所。商品涵蓋了傳統版權商品、線下活動商品、弱版權數字內容和各類IP商品，根據其所歸屬的個人IP不同，可能以FTI、專屬Token、時間中的任意一種計價。

傳統版權商品，如音樂作品、影視作品、肖像畫冊等；線下活動商品，如演唱會門票、見面會名額、共進午餐的權益等；弱版權數字內容，如語音聊天、直播show、日記Blog等；各類IP商品，如明星IP周邊、IP衍生品、IP&品牌合作款商品等。

4.3 應用：專屬Token交易所 (Token Exchange)



FansTime專屬Token交易所示意圖

在FansTime的專屬Token交易所體系下，知名的明星可以發行自己的專屬Token，以供其粉絲或其他對該明星價值認可的社區用戶認購。專屬Token的持有者，可以通過FansTime搭建的專屬Token交易所進行交易，或用明星的專屬Token兌換相應的粉絲權益。

第五部分 FansTime實施路線圖

FansTime的長期發展將圍繞兩條主線交織前行，其一是基礎設施，其二是應用場景。伴隨著區塊鏈技術的成熟和底層協議的演進，我們將不斷完善對社區整體運轉的基礎服務；此外不斷開拓產業資源，將社區合約精神應用於更多場景，並在具體進展落實後在FansTime官網及時更新，具體可關注<http://fanstime.org>。此處我們僅描述戰略性關鍵時間點：

5.1 個人IP價值體系搭建及基礎設施完善

知名IP的時間發行與交易平臺（時間里程碑：2018.1~2018.3）

FansTime的創始團隊有非常豐富的傳統互聯網平臺、交易系統和區塊鏈研發積累，區域知名IP的權益資產交易和權益兌換系統將成為第一個落地應用。時間交易將為廣泛用戶提供較為靈活的資產化通道。同時，進一步完善基礎設施，提供便於明星和粉絲互動的支付、結算等更多基礎介面和功能。

粉絲權益商城（時間里程碑：2018.4~2018.9）

隨著用戶規模的繼續擴大，和合作範圍的進一步升級，更多個人IP將持續提出IP價值化的需求。社區將提煉這些需求的特徵，給與更靈活的價值變現通道和產品形態，並提供產業鏈整合的便捷方式。這一階段，粉絲權益商城上線，IP產品可以直達粉絲進行售賣。基礎設施層面，粉絲權益的線上線下對接效率進一步提高，可以提供更多本地化的選擇。

FansTime基礎設施完善（時間里程碑：2018.4~2018.9）

在個人IP價值體系搭建的同時，將同步完善基礎設施，發佈FansTime Chain主鏈，FansTime用戶可以從ERC20映射到基於升級版智能合約的FansTime Chain主鏈上。通過社區生態關聯更多社會資源，共同謀劃FansTime的藍圖。

超級IP的Token發行與交易平臺（時間里程碑：2018.10~2019.9）

在廣泛個人IP價值化落地的基礎上，針對超級IP的合作需求，以及社區粉絲用戶的使用需求，將定義超級IP的Token發行和交易流程、系統，以及提供相關權益的兌換。這一階段，超級IP可以發行專屬Token供粉絲認購，粉絲可持有專屬Token增值，或使用專屬Token兌換具體產品。同時借助區塊鏈技術的發展整合更多產業鏈資源，和通用技術介面，為身份鑒別、數據征信等通用設施打下基礎。

基於區塊鏈的多元終端消費應用接入（2018.4~持續進行）

隨著生態系統的不斷演進，FansTime會基於不同的應用場景，開發更多的基於區塊鏈的應用。同時FansTime也會積極與第三方平台或機構合作，同時開放SDK與相關接口，接入更多的優秀應用。

5.2 全球娛樂內容分發與版權鑒定系統

全球娛樂內容分發系統技術搭建與相關應用（時間里程碑：2018.10~2019.9）

全球娛樂內容版權鑒定系統（時間里程碑：2019.10~2020.3）

5.3 全球個人IP眾籌平台搭建

FansTime個人IP眾籌平台技術搭建（時間里程碑：2019.10~2020.3）

基於區塊鏈的IP類眾籌應用接入和運營（時間里程碑：2020.4~2020.9）

5.4 個人IP全球會員積分系統搭建

個人IP全球會員積分系統技術搭建（時間里程碑：2020.4~2020.9）

分行業逐步上線相關應用（時間里程碑：2020.10~2021.3）

5.5 生態自治演進

時間里程碑：2021.4~未來

整個生態基礎設施基本完備後，基金會將完善長期自治的激勵措施。

這個階段，實體產業鏈中的個人IP已經在FansTime生根發芽，社區基礎設施完善穩定運行，應用級接入實現了自動化，系統中的Token體系的流轉、回收、分發形成了穩定的自循環體系，價值流轉和資訊流轉順暢高效。團隊逐步淡出開發運營的角色，而僅作為社區的參與者，重新回歸到FansTime體系裏，和其他參與者一樣完全平等地推動FansTime自主演進。

技術方面，基礎智能合約的完善升級形成既定流程，個人IP的登記、授權、追蹤體系完善，粉絲的交易、確權、消費通道流暢。

整個生態進入自治演進階段。

第六部分 FansTime治理結構

6.1 FansTime基金會概況

FansTime創始團隊堅持以“去中心化”為目標，通過推進生態社區的不斷升級與自治，從而不斷接近所設定的共同理想。所以在FansTime專案成立伊始，就明確了它就不是小部分組織或個人追求利益的工具。

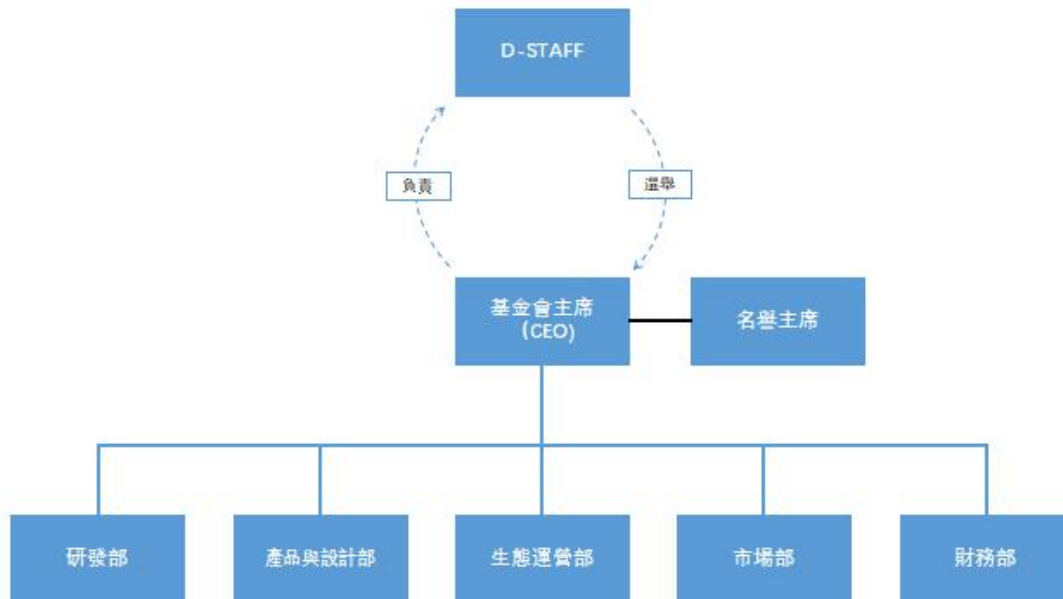
為了方便社區成員和全社會的監督，FansTime團隊將在新加坡成立FansTime Foundation（Fanstime基金會）。該非盈利性基金會的使命，是公平、客觀、透明的運營FansTime的整體生態系統，並對生態系統內的各項工作給予支持。

FansTime基金會位於新加坡境內，並受到新加坡相關法律的監管。該基金會由具備受託資格人組成的受託董事會或管理委員會獨立管理運營。同時，該委員會的運營獨立於新加坡當地的政府部門。

新加坡是知名的國際化國家，其法律法規非常嚴謹、健全，是世界上犯罪率最低的國家之一。同時，作為世界最繁忙的貿易中心，新加坡的金融環境和金融秩序均處於世界領先水準。FansTime基金會作為非營利性組織，依照新加坡的法律，該基金會不具備參與任何和商業利益有關活動的權利。基金會所獲得的“利潤”將作為盈餘，會被繼續保留作為其運營其他活動的經費，而不會在其成員或其他盈利性組織中進行分配。

6.2 FansTime基金會管理結構

為了使FansTime基金會可以公平、客觀、透明的前提下，合理利用基金會的各項資源、資金，持續推進FansTime生態的快速發展，擴展FansTime生態的應用範圍和社區規模，基金會設立了以下組織結構：



D-STAFF (Decision-making Staff)

D-STAFF即決策委員會，該委員會是FansTime基金會的最高決策機構，負責基金會所屬事務的最終決策。決策委員會由奇數個自然人成員組成，委員會中的自然人成員均享有同等的決策權。該委員會主要負責制定和審議基金會的重大事項，如戰略規劃，財務預算等。

基金會主席 (CEO)

基金會主席 (CEO) 由D-STAFF投票決策產生，並對D-STAFF負責。CEO的主要職責，是在規定時間內，逐步落實決策委員會指定的各項決議和規定，並

定期將實施進度向其彙報。CEO同時負責組建必要的職能部門，並聘用相關部門的核心人員，負責統籌各業務線的核心業務，並使基金會正確、高效的運作。

名譽主席

FansTime基金會定期會選出一位名譽主席，以嘉獎其對FansTime社區做出的傑出貢獻。名譽主席將負責進一步推廣FansTime社區與生態，提升其整體知名度和影響力。名譽主席的人員，由D-STAFF與CEO商議決定，並向CEO直接彙報

研發部

研發部負責FansTime生態中，從底層技術到上層應用的研發工作。在日常工作中，研發部需要與產品與設計部、運營部等部門保持良好的溝通，以確保需求可以得到快速的回應和落地。同時，為了保證FansTime社區的技術先進性，研發部的成員需要不斷吸納最新的前沿技術。

產品與設計部

產品與設計部主要負責FansTime生態中，產品內容與展現形式的維護和提升。同時與技術部門一起，為生態系統建立可持續的具體發展策略。產品與設計部的日常工作包括進行市場調研、對產品功能進行統籌，承擔FansTime生態中的 UI 設計、平面設計等工作。

生態運營部

生態運營部需要負責對FansTime生態中的各項事務運營過程的計畫、組織、實施和控制。生態運營部的首要工作之一，就是積極開拓外部合作夥伴，將FansTime系統、生態成員，與合作夥伴緊密地聯繫在一起，從而打造開放式、分佈式、全球性的優質體驗的生態鏈；另外，生態運營部需負責構築社區內部生態系統，使得FansTime社區形成一個良性互動、資訊自由流動且充分對稱的自治系統。生態運營部成員需要時刻瞭解社區的動態、熱點和回饋，與加密數字虛擬幣持有者積極進行溝通，並不定期地舉辦技術交流會等活動。

市場部

市場部負責將FansTime生態的理念和成果，通過各種市場手段，不斷的傳達給公眾，從而不斷提升FansTime生態的影響力，擴大FansTime社區的規模。具體業務操作中，市場部會採用的推廣工作內容包括但不限於：維護公共關係與媒體關係，利用各種公共或媒體管道進行理念宣傳；製作並進行廣告宣傳；設計互動活動等工作。同時，市場部將與生態運營部進行緊密合作，根據合作夥伴、終端用戶的要求制定最優的推廣方案。

財務部

財務部負責管理和監控FansTime基金會相關的財務事宜，包括資金管理、會計核算、成本控制和審計等方面的工作內容。數字資產專案有較高的風險，財務部還會負責風險管控業務，將配合其他部門對專案的經營與財務風險進行分析評估。

在審計方面, 鑒於數字資產的特殊性, 傳統的制度難以對其進行有效的監管。 FansTime基金會將聘請具有專業經驗的相關審計從業者, 以確保FansTime系統財務體系的穩定, 與FTI使用的公開透明。

第七部分 FansTime社區搭建、維護

7.1 社區建立

FansTime社區由FansTime創始團隊和基金會進行搭建，前期通過定向邀約的方式，邀請與FansTime有同樣理想的精英成員加入。這些成員的加入，將和FansTime基金會一起，為FansTime生態與社區的建設而付出努力。

FansTime基金會作為FansTime生態的發起者，除了首次公開發售外，不存在任何特有的方法獲得相應的加密數字虛擬幣或其他利益。FansTime基金會的成員將和社區成員一起，參與生態的建設，提供優質的資訊，從而一同獲得公平的激勵。

7.2 社區建設與擴展

FansTime基金會和精英成員會負責FansTime社區的各項基礎設施搭建和維護，包括：

技術體系：FansTime基金會承諾，在FansTime社區搭建成型後將FansTime的源代碼公佈在官方網站(<http://fanstime.org>)和GITHUB上，以供社區成員訪問，學習，監督，共同提升。

應用場景：FansTime基金會和精英成員會不斷完善FansTime的生態品質，使其可以在社會場景中，有更廣泛的應用。

運營體系：FansTime基金會向社區承諾，會成立一個專項負責生態運營的主體，主要負責FansTime生態的維護和品質提升。

隨著FansTime社區建設的逐漸完善，生態影響力的不斷提升，會吸引更多與FansTime有相同價值觀和理想的成員加入。他們可以是優質體驗的生產者、消費者，或者兩者都是。隨著更多成員加入社區，同時借助FansTime生態體系內的良好自治規則，社區的擴張速度會不斷加快。同時社區成員獲取激勵的可能性也不斷提升。

7.3 社區維護

社區投票機制：

在區塊鏈系統的完善、升級的過程中，社區成員的參與至關重要。FansTime生態採用社區投票機制。通過該機制，社區可以高效、公平的獲取成員的意見，並達成共識，從而最終作用在生態邏輯的自我升級。

為了提升投票的效率，並讓更多的社區成員能超越物理界限參與投票，FansTime生態利用區塊鏈和在智能合約基礎上，開發專用的腳本語言演算法，通過對智能合約的廣播，從而創建動態投票流程；同時在該演算法中，對帳戶的投票權做了降維收斂，從而提升了整體社區成員的音量，並有效限制了意圖通過持有大量資源，而做出惡意利己決策的行為。同時，該演算法同樣也會收斂FansTime生態基金會的投票權，從而做到更加純粹的民主。

第八部分 FTI發行及其分配

8.1 支持計畫交換數量

FTI交換數量總計100億枚，具體分佈為：

社區建設10%，用於FansTime項目初期的社區發展基礎框架構建。

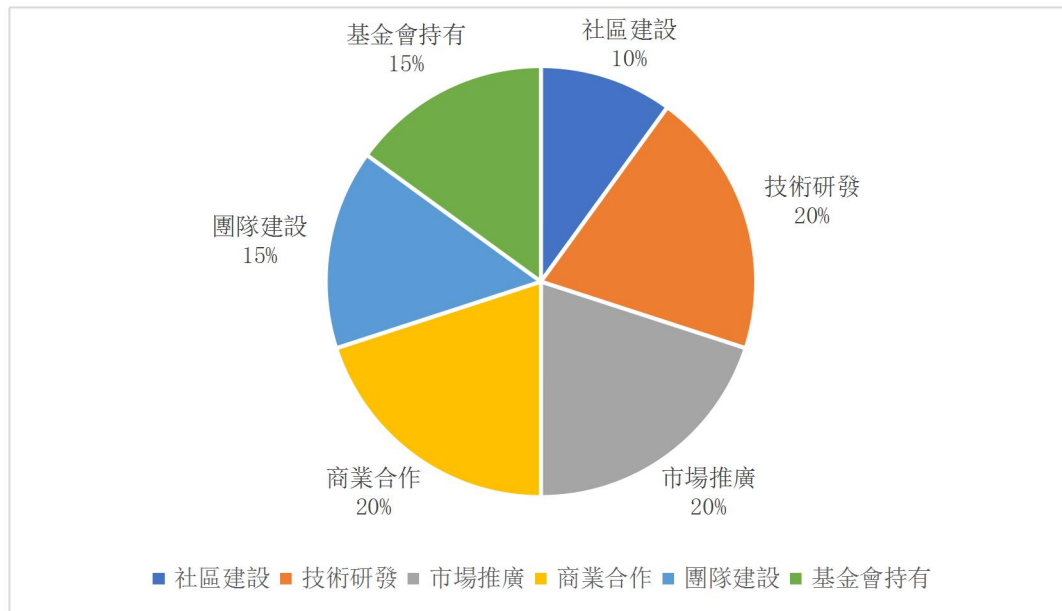
技術研發20%，FansTime產品設計與研發經費。

市場推廣20%，用於FansTime的項目推廣，擴大生態規模。

商業合作20%，用於生態商業設施的建設，以及相關項目的商業合作。

團隊建設15%，用於支付FansTime創始團隊、管理團隊的運行成本和貢獻回報，鎖定三年，每半年釋放2.5%。

基金會持有15%，基金會管理，用於FansTime的基金會搭建與相關活動，後續的社區獎勵、流動性支持、合規支持等。



前期流通：40億枚，主要用於FansTime項目的初期社區建設、市場推廣、商業合作、首期研發成本與創始團隊激勵等；長期逐步釋放：60億枚，主要用於項

目的長期技術開發、團隊建設、基金會管理、市場推廣、社區建設和商業合作等。

總體使用比例遵循上述分配構成。

8.2 支持計畫交換方式

新加坡時間2018年2月8日啟動基石招募，計畫48小時內完成。

新加坡時間2018年3月5日啟動面向機構的私募募集 計畫48小時內完成份額認領，4月份完成交換，5月份登陸主流交易所。

FTI目前接受交換的加密數字貨幣：ETH/**BTC**/HT/EOS。

8.3 特別說明

我們遵守並堅決擁護各國法律條款，現公開全球募資。（禁止中國公民、美國公民參與。若有違反，一切責任後果自負，與FansTime無關。）

第九部分 管理團隊

巴莫·雅婭殿下 基金會名譽主席

素博·巴莫親王女兒，泰國前總理蒙拉查翁·克里·巴莫的孫女。克里·巴莫在任期內領導了中泰建交，曾與毛澤東、周恩來、鄧小平等中國國家領導人進行會談。克里·巴莫主張實行民主制度，和政治制度不同的國家友好相處。家族長期作為鄰國邦交親善使者，活躍在多國經濟文化圈和娛樂圈。

Eric Jiang 基金會首任CEO

加拿大籍，多倫多大學羅特曼管理學院MBA，區塊鏈方向專家。具備12年數據挖掘與金融分析工作經驗，曾先後任職于Angus System Group、中信銀行、NeoEdge Networks，對IT和金融行業均有深入研究。

TETSUYA SHIN 研發部負責人

日本籍，日本東北大學院工學研究科應用物理學碩士，區塊鏈方向專家。曾供職于日本日立（HITACHI）高新技術有限公司、美國日立（HITACHI）高新技術有限公司，負責流程管理與軟件研發工作，具備多年的產品研發與項目管理經驗。

Ting SHE 市場部負責人

比利時籍，肄業於上海交通大學，改革開放後第一批本科公派留學生，獲得比利時魯汶大學工學博士學位。具備24年市場行銷工作經驗。曾任職於歐交所上市公司Barco及Melexis多年，擔任亞太區銷售總監職務。

Terry Wu 財務部負責人

澳大利亞籍，畢業於澳大利亞阿德萊德大學，會計學與金融學碩士。曾供職于通濟隆（Travellex）外匯交易專業機構和澳大利亞太平洋銀行（Westpac），具備豐富的風險控制與貸款審查的專業經驗和管理經驗。

第十部分 顧問團隊

陈焱 Jin Hynk, 行業顧問

韓國SBS首席導演，一手捧紅李敏鎬、李鐘碩等韓國男神，曾執導《藍色大海的傳說》、《主君的太陽》、《城市獵人》、《燦爛的遺產》等多部熱播劇，并創造出韓國電視劇收視率47.1%的記錄，至今未被打破。在韓國、中國、日本、東南亞、美國等國家均受到熱捧，獲得觀眾及專業影評人的一致好評。

黄连金, 技術顧問

著名區塊鏈專家，美國ACM Practitioner Board委員、中國電子學會區塊鏈專家委員、MBA。

前華為技術副總裁、首席區塊鏈科學家、華為資深高端專家、首席身份認證管理架構師。曾就職于加拿大CGI集團公司，創建了CGI聯邦身份管理和網絡安全能力中心，時任CGI區塊鏈實驗室負責人，CGI安全技術總監，CGI雲安全主管和首席安全架構師等職務。供職CGI時，曾為美國聯邦政府、金融機構和公用事業公司提供金融、區塊鏈、安全等方面的專家諮詢。

第十一部分 戰略合作&投資機構



信中利

信中利投資公司（信中利）佈局全球，專注于高科技和文化娛樂投資。

信中利由留美歸國投資銀行專家、前摩根士丹利公司北京代表處首席代表汪潮湧先生同瑞士投資家共同創辦。汪潮湧先生被尊稱為投資教父，是第一批進入華爾街投融資圈的中國留學生之一。



前海梧桐

前海梧桐借助前海股權交易中心強大的股東背景，專注於文化教育、互聯網、資訊化、工業自動化、大健康、環保節能、軍工轉民用七大高科技類領域投資。



迷你投MINIPO股權投資（原36氪股權投資）

國內領先的互聯網非公開股權投資平臺。36氪是中國主流、權威和影響力最大的新商業媒體，其母公司已成為中國最大的“雙創”服務平臺。



粉絲網

粉絲網是中國最專業的粉絲運營與服務平臺，Alexa 中國娛樂網站綜合排名第一。2017年B輪融資1.5 億人民幣，估值 10 億，創下國內粉絲經濟圈融資新的記錄。

在十餘年的娛樂行業從業過程中，粉絲網與眾多業內知名娛樂、經濟公司建立了良好的關係，並達成戰略合作，包括：韓國S.M.公司、韓國YS公司、天娛傳媒、英皇娛樂、黑金經濟、巨力傳媒、絲芭文化、張宇工作室、花毅音樂工作室、周傳雄工作室、稻草公司等。

作為FansTime的戰略合作方，粉絲網提供了海量的娛樂行業資源，並且致力於與FansTime一起打造基於區塊鏈技術的粉絲經濟新生態。



文交聯合

文交聯合是中國境內規模最大、最具影響力的影視文化衍生品交易平台，也是中國遼寧省唯一一家取得政府批復的文化藝術品產權交易平台。文交聯合先後攜手春秋時代、歡瑞世紀、阿里影業、華誼兄弟傳媒等頂級IP打造者，發行了50余支影視文化衍生品，2016年交易額超過500億元人民幣。



行早金融

行早金融創始發起人陳曙為溫州理財師協會發起人、溫青創投聯合創始人。行早金融在區塊鏈相關領域已完成初步佈局，涉及TMT、雲計算、大數據、人工智慧、金融科技等多個行業。

節點資本



節點資本是一家專注于區塊鏈行業的風險投資公司，是全球最早佈局區塊鏈產業生態的專業投資機構之一。節點資本旨在通過專案投資和合作的方式，連接區塊鏈產業生態上的節點，整合行業資源，構建產業生態圈，推動區塊鏈產業健康穩定的發展。



湘鏈資本 (XCF)

湖南首支區塊鏈行業母基金，由中國青年天使會創始會員成桂華及中國青年天使會常務理事王小野共同成立。已投資專案包括EGCC、Extrade、Rcash等。與各知名區塊鏈投資機構保持高度合作關係，並對整個區塊鏈行業頭部資源有高度整合能力。同時，湘鏈資本為優質區塊鏈行業專案提供一站式投融資顧問服務，助力區塊鏈基礎設施和商業應用領域的優秀專案快速成長。



YINXINCAPITAL
銀杏資本

銀杏資本

由沃爾頓鏈核心團隊聯合商界、創投界共同組建的區塊鏈技術前沿投資機構,致力於為具備深厚產業積累、區塊鏈技術理解能力和遠景力的團隊提供助力。



火訊資本

火訊財經旗下投資機構,由區塊鏈行業多位頂級專家鼎力打造。



青領資本

青領資本是全球最早鏈接孵化青年領袖新科技項目的專業投資機構,專注于區塊鏈行業風險投資。



DFUND

DFUND 由數位貨幣領域知名人士趙東於 2017 年 7 月創立，專注數位貨幣領域的投資，並為所投項目提供端到端的投行服務。通過專業化的團隊進行判斷篩選，堅持價值投資原則。前期開放的基金收益不俗：截止 2018 年 1 月，DFUND 一期項目比特幣淨收益為 620%，或美元淨收益為 2543%。主要投資項目：TNB、QASH、aelf、Cybermiles、LLT、MobileCoin、Beechat 等。

GENESIS

創世資本

創世資本

創世資本成立於 2017 年，是由朱懷陽、孫澤宇創立的專注區塊鏈行業的專業投行和風險投資機構，致力於發現最優質的區塊鏈項目，並提供長期綜合幫助。主要投資項目：深腦鏈 DBC、IOS、AELF、JEX、Game.com、ProChain、銳角雲等。



L I N K V C

連接資本(Link Capital)

連接資本（Link Capital）由資深區塊鏈投資專家林嘉鵬創立，是一家專注於區塊鏈項目、數位貨幣和網絡金融的投資機構，曾投資眾多海內外區塊鏈優質項目。在新加坡，加拿大，香港和深圳均設有辦事處。



紅燊資本
HS CAPITAL HK CO., LIMITED

紅燊資本

紅燊資本對區塊鏈行業具備敏銳的嗅覺，對項目有獨到的見解和把控力同時通過社群資源賦能所投項目。



聚資本
Ju blockchina Capital

聚資本

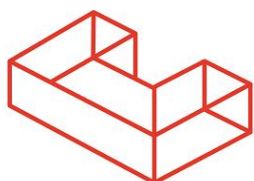
聚資本（Ju Capital）隸屬於聚幣集團，是一家專注於區塊鏈行業的風險投資公司，也是最早佈局區塊鏈行業的專業投資機構之一。聚資本旨在通過項目投資與合作，將最具潛力的區塊鏈項目帶到前沿市場。歷年來聚資本通過提供專業化團隊端到端服務，堅持專注、專業的投資原則，秉持價值投資和深度輔導的理念，在全球範圍內推動有影響力的區塊鏈項目落地。



STARS CAPITAL

星辰資本 (Stars capital)

星辰資本成立於 2017 年，由劉晶超先生發起，是一家專注於區塊鏈行業的風險投資公司，是全球最早佈局區塊鏈產業生態的專業投資機構之一，旨在通過項目投資和合作的管道，綜合行業資源，構建產業生態圈，推動區塊鏈產業健康穩定的發展。劉晶超先生同時也是幣久網和幣投資創始人，在區塊鏈行業內頗有造詣。



籌帷資本
TRUE WAY
CAPITAL

籌帷資本 (Trueway Capital)

籌帷資本是一家聚焦於區塊鏈領域的專業投資機構，專注在礦池、交易平臺、科技媒體、技術應用等方向上建立生態佈局，致力於投資和孵化區塊鏈領域的優秀創業團隊，推動區塊鏈技術革新與發展。參與投資案例：CyberMiles (CMT)、JEX、Coindom (CCC)、OneRoot (RNT)、GIFTO、Zipper OS、TopChain (TOPC)、Game.com (GTC)、RenRen、Nebulas (NAS)、BAIC、TrueChain、QUNQUN、WaykiChain、HotChain (HOTC)、TokenClub、All Sport (SOC)、ARMADA MINER (AMUT)



樂米資本

樂米資本是一家專注於全球區塊鏈領域早期以及成長期投資的風險投資公司，也是全球最早佈局區塊鏈產業生態的專業投資機構之一。樂米資本旨在通過項目投資與合作的管道，助力新技術、高價值項目快速崛起；連接區塊鏈產業生態上的節點，綜合行業資源，構建產業生態圈，更好地釋放區塊鏈科技未來的發展和應用潛力，推動區塊鏈產業健康穩定的發展。



伽马资本

GAMA CAPITAL

伽馬資本 (Gama Capital)

伽馬資本是成立於 2018 年初的區塊鏈產業基金，Gama 資本的投資組合覆蓋區塊鏈產業各種發展階段、垂直行業、地區和商業模式，囊括了基礎鏈、物聯網、供應鏈、跨境匯款、溯源、企業級應用等賽道。我們的理念是，通過對全球區塊鏈企業的佈局，連結全球區塊鏈生態圈。Gama 資本具有業內最專業的國際化投資團隊。同時，Gama 資本的眾多投資經理和行業分析師均擁有大型國際

性投資管理機構的長期從業經驗。Gama 合夥人曾經投資過的區塊鏈項目有 PNT, 量子, 唯鏈, ABT, EOS, FSN 等項目, 整體投資回報率數十倍。



三鏈資本

三鏈資本是一家集投資和投行業務於一體的綜合性數位資產投資公司。三鏈資本以資本、產業、科技為驅動, 致力於成為全球區塊鏈創業者的最佳資本合作夥伴。

雙花資本

雙花資本是一支新銳的區塊鏈行業投資基金。公司註冊於開曼群島。雙花資本定位為科技型基金, 投資範圍包含行業基礎設施、數位貨幣、智慧合約、預言機、分佈式存儲和資料庫、跨鏈科技、聯盟鏈等。

水木未名投資

水木未名是一家專業的股權和區塊鏈風險投資機構。基金由互聯網金融、移動互聯網領域的成功人士出資組建, 團隊在區塊鏈領域經驗豐富, 以行業研究為

基礎，深刻洞察區塊鏈行業發展，並為所投項目提供全方位，體系化的投後管理服務。團隊主要來自清華，北大及海歸背景的人員組成，擁有多個成功案例，並在全產業鏈有著廣泛佈局。水木未名致力於為所投項目提供專業的行業經驗，行業網絡，人才資源和資本市場資源。水木未名是一家專注於區塊鏈和金融科技的風險投資機構，致力於發掘優秀的區塊鏈項目並助力其快速發展。公司團隊由清華、北大及海歸背景的人員組成，具有豐富的區塊鏈行業經驗、專業的行業研究能力和對區塊鏈未來發展的敏銳洞察力。公司擁有豐富的行業資源、人才資源與資本市場資源，在區塊鏈行業有著廣泛佈局，可以為區塊鏈項目提供全方位、體系化的投後管理服務，現時已有多個成功案例。

水木金融科技基金

水木金融科技基金由水木清華理事會及多位校友共同出資，清華控股和中關村管委會參與支持，再配合歷屆清華校友的資源網絡，助力校友創業者。水木金融科技基金秉承創新型的運作模式：全力打造三方位一體化（校園 Campus + 基金 Capital + 孵化器 Combinator）創新型基金架構，幫助校友創業者與校友和社會資源對接，提供初始啟動資金、創業教育與輔導、配合專業的投後管理諮詢等服務，全方位助力於他們集中精力創業發展。水木金融科技基金是區塊鏈全產業鏈的控股主體，覆蓋金融科技和區塊鏈項目的風險投資。我們聯合科銀投資、泰有基金、英諾天使、洪泰基金、啟迪之星、臻雲創投、真格基金、梅花天使、星瀚資本、明勢資本、銀杏資本、飛圖創投、聯想之星等機構開展投資業務，通過全產業鏈的佈局和行業資源的綜合，構建產業的生態建設，推動行業的健康發展。

水木金融科技基金擁有高品質的投資團隊，致力於發掘行業未來的領導者，並助力其快速發展。我們與清華大學、清華校友總會、AI 大數據專委會、清華校友 TMT 協會、水木清華創業創新理事會、清華校友三創大賽組委會、中國高校創新創業教育聯盟、清華控股、清華同方等機構保持良好合作關係。此外我們與顧問，央行數位貨幣研究所也一直保持良好的溝通和長期聯系。作為一家擁有管理約 1 億美金等值的數位貨幣和法幣的基金公司，我們將通過提供資金支持、資源部署和專業的建議幫助已投公司實現更高的目標。



加密願景資本

加密願景資本是一家專業投資加密數位貨幣的基金，也是火幣的超級節點之一。成立來已投資了多個知名 ICO 項目，均獲得了超額收益。主要成員均曾就讀於海外名校，具有豐富的一、次級市場投資經驗。基金現時已獲得上市公司、傳統金融機構及多個傳統企業高管的投資，已投資案例有 EOS、IOTA、ELF、DCC、IFS、BQI 等。



了得資本

了得資本是亞洲最早專注區塊鏈領域價值投資的機構之一，依託產業的資源優勢和專業的投研團隊，先後發掘並投資了 Qtum、Vechain、EOS 等百家區塊鏈項目。團隊遍佈中國、美國、歐洲、新加坡、日本、韓國，在傳統互聯網、金融科技、區塊鏈前沿技術等領域有豐富的積累，致力於區塊鏈全球化和全產業鏈投資，重點關注區塊鏈在金融、內容出版、遊戲、物聯網等賽道的創新項目，並在交易所、媒體、次級市場、程式碼稽核等區塊鏈衍生領域廣泛佈局，努力推動全球區塊鏈生態的發展。



犇睿資本

犇睿資本是專注於區塊鏈領域的新型投行及投資機構，我們以專業的知識為區塊鏈項目提供優質的投行服務，同時不斷挖掘優質區塊鏈投資標的。



大航海基金

大航海基金是由致力於打造移動出海生態集羣的赤子城聯合互聯網垂直領域專業創投機構梅花天使，共同發起的國內第一支專注移動出海的投資基金。大航海基金的宗旨是挖掘和幫助具有戰略價值和高成長性的早期移動出海項目，不

斷壯大移動出海聯合艦隊。大航海基金為創業者提供資本注入、資源對接、導師輔導、投後管理（媒體報導、律師服務、工商社保服務、獵頭服務）、後續融資等一條龍服務。



FROM FUND
— 源起資本 —

源起資本

源起資本是一家註冊在馬紹爾群島共和國的資本管理公司，主要業務為接受投資人委託，進行區塊鏈領域以及加密數位貨幣行業的投資諮詢投資建議以及投資管理。

第十二部分 聯繫方式

官方網站：<http://fanstime.org>

官方郵箱：pr@fanstime.org

附錄一：FansTime產品與技術迭代摘要

1 產品部分：

Update Time: 2018/4/15

FansTime的時間交易所如下：

