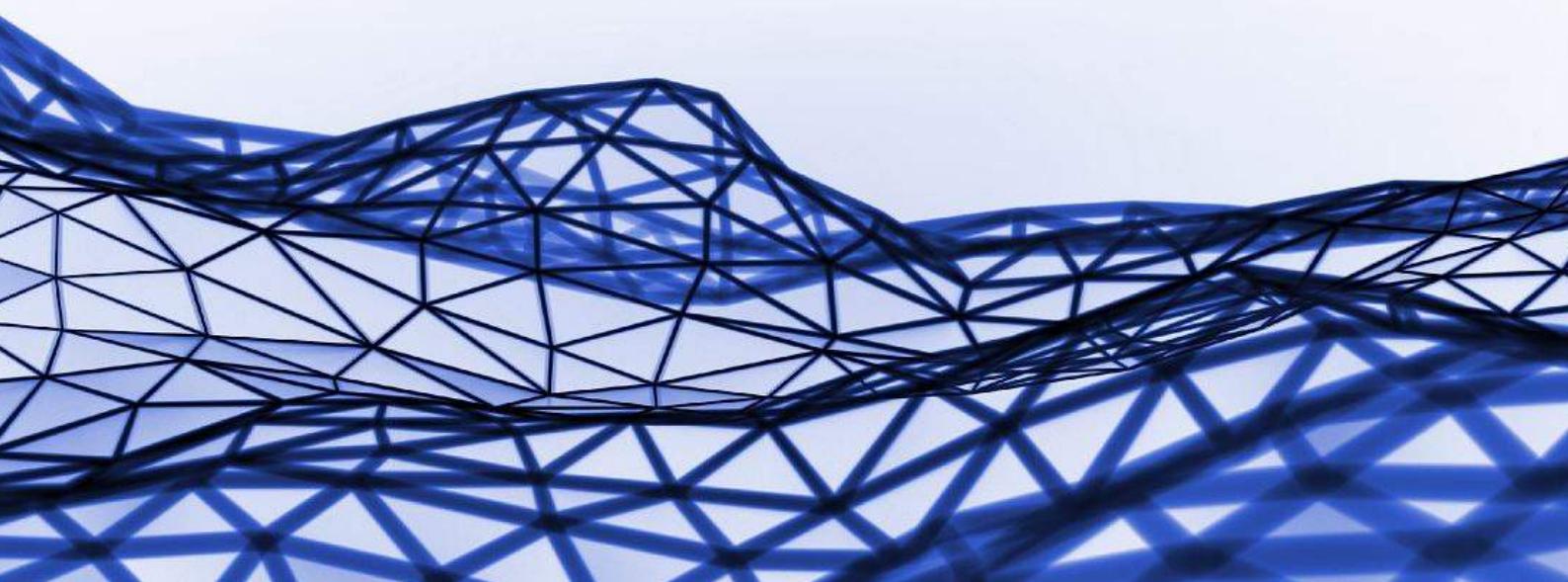


ELYCOIN

区块链上建立的去中心化电子商务平台

elycoin.io

版本 1.0.6



目 录

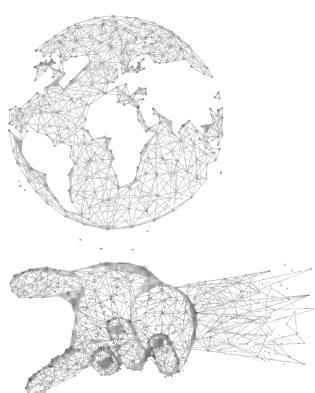
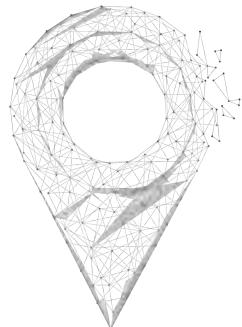


摘要.....	03
电子商务营销.....	04
电子商务平台经济学.....	06
加密数字货币的崛起.....	07
安全性-平台	09
安全性-解决方案.....	10
用户体验-难点.....	13
用户体验-解决方案.....	14
ELYSIAN平台.....	16
代币系统.....	17
增长池.....	18
总结.....	20
时间线与统计.....	21
众筹.....	22
代币分配.....	23
资金分配.....	24
发展历程.....	25
团队.....	29
参考文献.....	31
社交媒体.....	32

摘要

Elysian是一个创新的分散式平台，将使用以太坊区块链来保护客户数据，促进电子商务交易，并彻底改变用户体验。智能合约和区块链技术的整合将最终为电子商务领域提供更高级别的安全性。该平台的互操作性将成为未来可扩展性和可持续增长的基础。

对竞争业务的广泛分析凸显出了缺乏前所未有的用户体验。随着技术进步变得越来越普遍，当前的现状并不健康的可持续发展。



将人工智能和虚拟现实应用到电子商务行业将提供高效的网站导航，革命性的产品可视化和无与伦比的消费者便利。如果公司能够适应必要的市场转型，那么外推的电子商务将会有一个利润丰厚的未来。

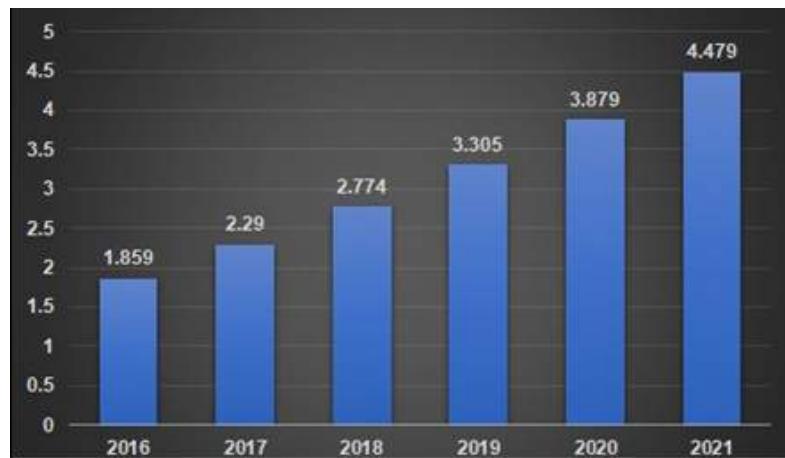
将Elysian代币集成到平台中作为一种访问交易的方法，可以访问我们的生态系统。我们鼓励消费者融入到Elysian社区，并在公司的成长中扮演重要的角色。

电子商务营销

企业对消费者（B2C）电子商务是一个巨大的全球市场，在2017年已经超过预计销售额达2万亿美元，预计年均增长率为9.9%。¹²的确，最新的估计是到2021年全球电子商务销售额将超过4万亿美元³

电子商务销售的持续增长受到以下几个因素的支持：

全球零售电子商务销售额（百万美元）和电子商务零售总额份额⁴



关键要点：

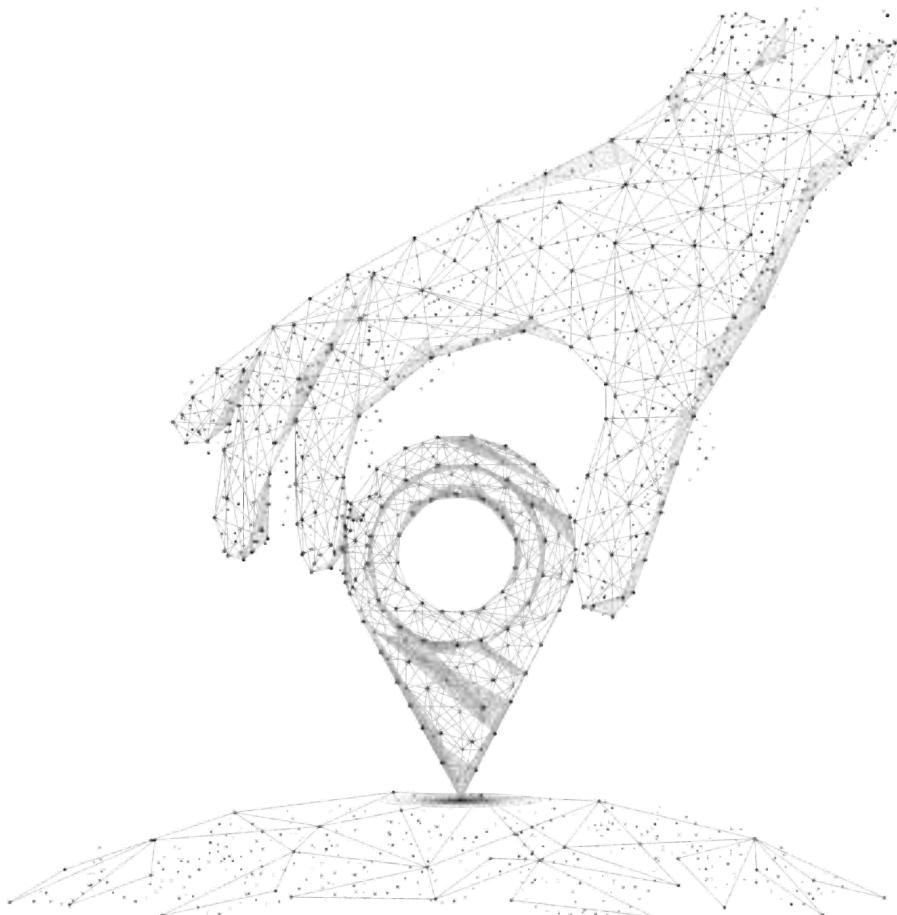
- 到2021年，全球数字购买者的数量预计将超过20亿⁵
- 在未来四年内，电子商务将占全球零售市场总量的15%以上。⁶
- 中国将继续保持其最重要的电子商务市场第一的位置，其中包括83%的在线购物渗透率和15.9%的全球零售销售额⁸





鉴于中国人口众多，他们在电子商务领域的优势并不令人意外。但并不是所有中国消费者都从零售商那里购买：包括中国受访者在内的全球消费者中有56%接受了PWC调查，他们透露他们的购买渠道是亚马逊。⁹ 这种现象并不仅限于中国，因为在每个国际地区（例如拉丁美洲，北美，欧洲，非洲和东亚），57%的消费者从非国内零售商采购产品。

尽管手机使用量稳步上升，但大多数消费者仍然倾向于通过个人电脑或笔记本。¹⁰ 中国消费者利用移动电子商务系统的比例高于全球同行业；这是由于移动第三方支付系统更广泛的被接纳，它保证了在线和现场支付可用性的灵活性。



电子商务平台经济

随着市场持续稳定增长，统计数据显示Shopify和Woocommerce等平台正在蓬勃发展。

- Shopify的收入从2016年第四季度的13083.3万美元增长到2005年的每个月2017年第四季度为22281.4万美元。¹¹这一比例相当可观归因于移动商务的兴起。逐渐地，越来越多的企业正在转向使用Shopify等平台，因为它们简单和方便。
- Woocommerce尽管对这个行业还算是相当新颖的事物，但很快成为主导力量，为超过380,000家在线商店提供支持。¹²尽管它与Shopify不同，但它的简单设置，灵活性和定制对客户来说都是有利可图的。



亚洲电子商务的迅速普及可以归功于该行业的大幅增长。亚洲电子商务收入和平台采用率的逐步提高速度高于世界其他任何地区。进一步的推断表明，亚洲将继续作为电子商务市场收入方面的主要大陆茁壮成长，体现了在公司初始阶段瞄准这个市场的重要性。适当的亚洲市场渗透促进增长，从而造成雪球效应；世界其他地区也将相应地效仿。

目前的现状足以让这些企业在没有受到竞争威胁的情况下生存下去，但这只是暂时的。这些平台公司在诸如客户数量，易用性，信誉和可扩展性等因素方面在市场上处于优势地位，但有几个方面可以改进。上述公司都没有在区块链上运作，尽管其效果不错，但用户体验并不令人印象深刻。此外，可扩展性还有增长空间，并且没有前所未有的技术实现。由于这些原因，再加上在加密货币市场中很少有这样的公司这一事实，那么向未来的发展来看就凸显出了缺陷。

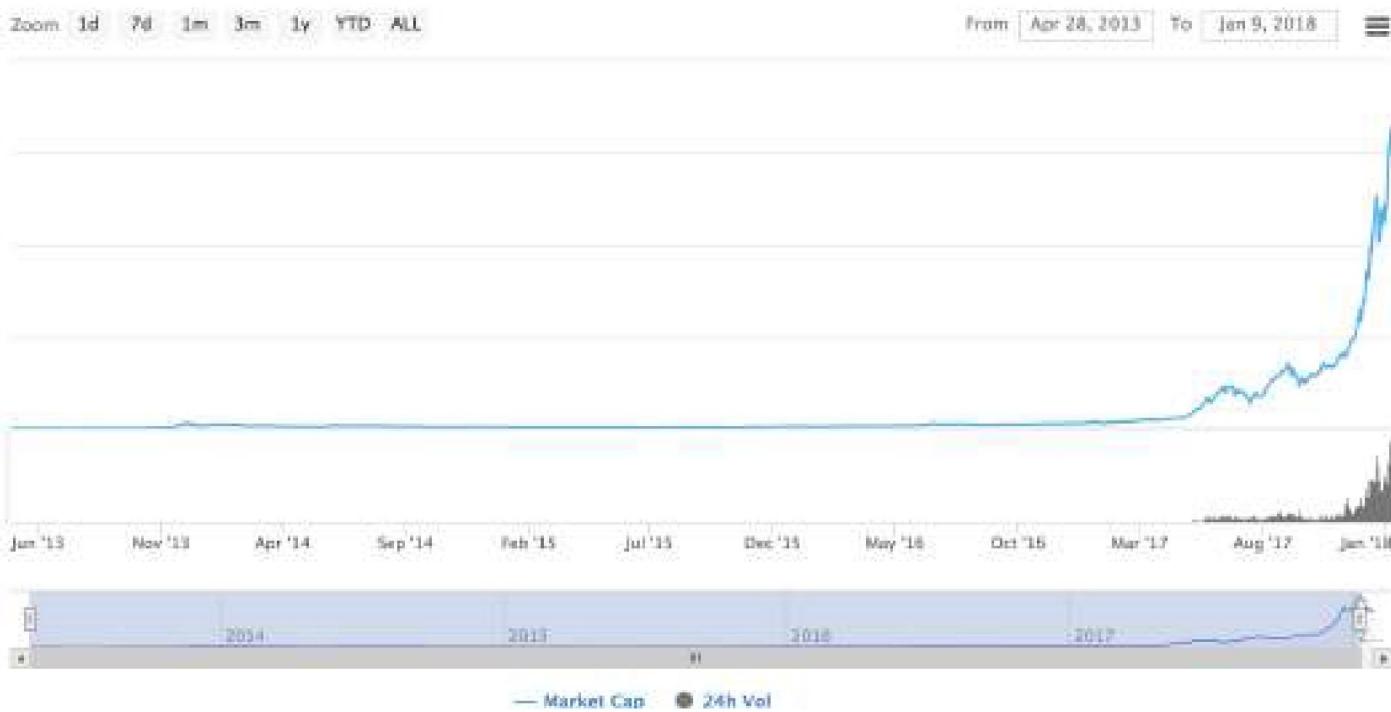
加密数字货币的崛起

虽然加密货币市场正在投机交易的世界中建立起来，但它还没有被广泛接受为商品和服务的可行交易方式。毫无疑问，初学者最常问的一个问题是，“除了在交易所交易外，我怎样才能使用我的加密货币？”到目前为止，包括主要电子商务巨头在内的零售商和分销商都很少提供实用的解决方案。其结果是，加密货币市场内的消费者陷入了无法解决的困境，除非他们想通过支付额外的费用将加密货币转换为法定货币。这就是为什么需要Elysian电子商务平台，为消费者提供以任何他们选择的方式使用他们的加密货币的自由。

全球加密货币市值轨迹¹³

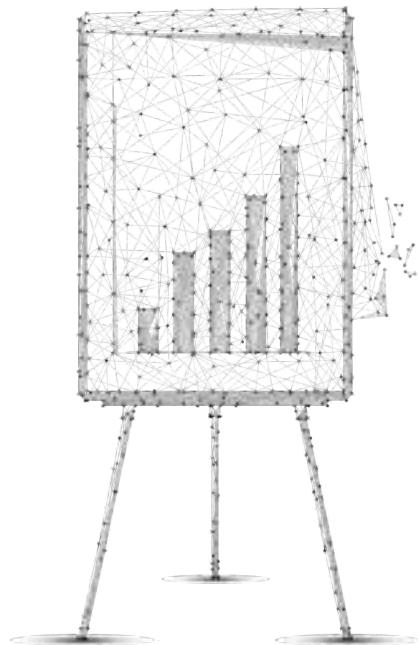
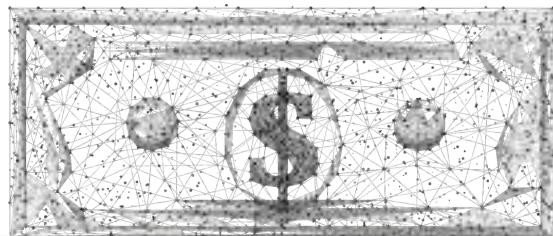
全球情况表格

全球市场资本总额





就目前而言，在没有接受加密货币换取产品和服务的电子商务公司的情况下，人们仍然需要使用法定货币进行交易。比特币加密货币的原始设计是绕过集中货币系统并实现真正的点对点交易。在Satoshi的里程碑式的白皮书中没有任何地方表明比特币是纯粹的投机投资；然而，它恰好就成为这样了。



虽然波动对投机投资者来说是一个利好消息，但它也引起了消费者更多的犹豫，以此作为可靠的法定货币替代品。不幸的是，加密货币狂潮吸引了太多的ICO初创公司，其意图仅仅是关注他们的估值被投机者推到顶峰。通常，除了他们的加密货币外，没有其他用途仅仅是为了丰富他们的银行账户。

安全性 - 难点

电子商务行业最迫切需要解决的问题之一是缺乏可靠的网络安全，主要表现为身份盗用。窃贼可以使用他们获取的信息以欺诈手段在其名下执行任务，例如申报税款，以您的名义购买物品和信用申请。此外，身份盗窃的受害者在被告知财务后果前通常都是不知情的。

为了让市场继续保持可持续增长，消费者与企业之间的信任水平必须提高，而这始于安全。2017年，Equifax的数据泄露使得1.43亿美国消费者的个人信息被黑客利用。

事发从5月中旬持续到7月。黑客访问了用户的姓名，社会安全号码，出生日期，地址以及在某些情况下的驾驶执照号码。

由于几年前Equifax和Target的数据泄露，消费者对其个人信息的安全性产生怀疑。

毫不奇怪，网络安全中的违规行为极大地损害了企业的可信度。一般来说，黑客会根据某些弱点攻击公司，首先是那些最容易受到攻击的公司，另一种是最不可能与网络攻击作斗争的客户群。这些攻击最终导致短期内网站流量和收入下降，直到问题解决。因此，我们可以总结出以下论点：

网络安全水平与消费者信任水平相关。

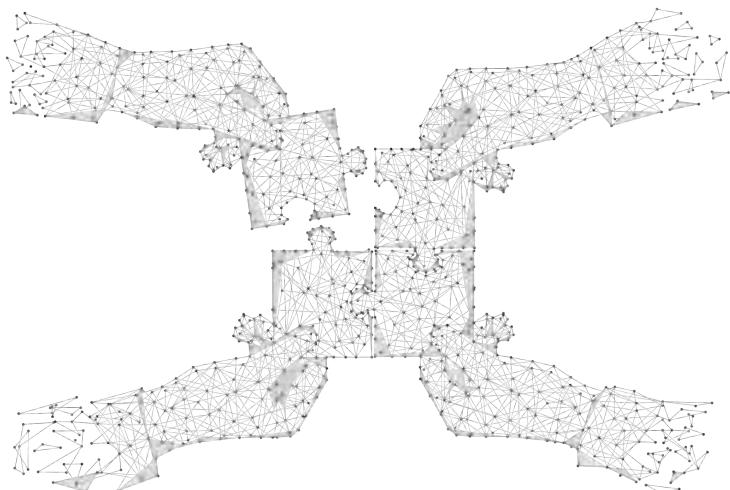
尽管电子商务行业持续扩张，但由于这些问题，部分增长受阻。这是一个安全的假设，随着时间的推移，更多的消费者将依赖技术来购买商品并存储个人信息。开发更安全的空间，加上消费者与企业之间更高的信任度，将使该行业在我们进一步迈向未来时以一种可能变得双曲线的速度蓬勃发展。

安全性 - 解决方案

区块链技术的出现正开始革新互联网。然而，区块链本身仍处于起步阶段。因此，电子商务行业的许多企业仍然不知道区块链技术，或者满足网络安全方面的现状。数据泄露的数量惊人。将客户数据存储在区块链中的能力提供了过去几年不存在的革命性的新安全级别。

这是以最纯粹的形式创建区块链旨在用于实际应用的一个主要例子。这个不可变的分类账作为交易和存储不能被篡改的数据的基础。分散管理可防止数据在单个服务器上，被黑客入侵。这对整体数据安全性有直接影响。

智能合约的使用也为消费者提供了另一个信任要素。由开发人员编写的合同将存储交易的各个方面，以确保流程顺利进行。智能合同将被审计以保证正确的编码。审计进一步加强了智能合约的安全性和合法性。其原则是提供一个不仅更安全的合同，而且还被设置为防止操纵并保证交易以适当方式处理。





区块链技术

为何不采用工作证明？

基于工作证明的加密货币（例如公共以太坊区块链）最大的单一缺陷之一就是具有51%或更多的采矿散列率的攻击者将控制网络。

虽然区块链是不可改变的，并且其记录的区块不能更改，但此攻击者可能会发生其他损害，例如拒绝服务攻击。

验证工作共识的另一大缺陷是功耗问题。例如，今天比特币每月使用与许多小国相同数量的电力。为了解决这个问题，以太坊和其他许多项目正在转向使用证明共识算法，该算法解决了权力问题，但更多地针对公共网络。

对于专用网络来说，工作量证明毫无意义。

为何不采用股权证明？

以太坊将很快过渡到证明 - 利益共识。除了硬件“挖掘”之外，想要成为验证者的人只需将一些以太币存入智能合约中即可获得一段时间的奖励。相反，如果一个验证器被认为是恶意的，网络就会将这个以太网锁定。

由于这种共识不需要求解复杂的数学方程，所以经常发行新硬币的动机较小，因此验证者将从交易费用中获得大部分以太奖励。这解决了过度的用电问题，并防止51%的攻击；但它仍然不能提供El ysi an所要求的控制和安全级别，因为链上的任何人都可以通过在验证合同中填充足够的以太成为验证者。

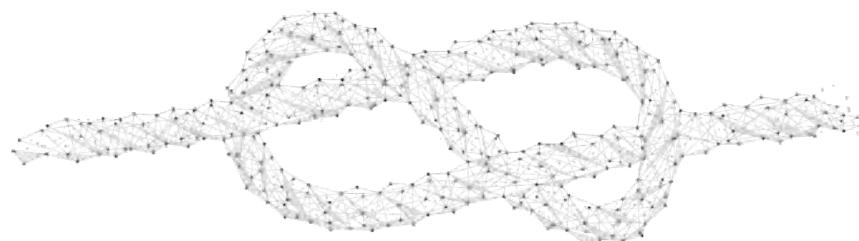


为何采用权威证明？

权威证明是区块链空间中的一个新概念，类似于证明权证，但是有一些预先认可的权威节点，称为“密封程序”，您可以将其视为挖掘节点。任何希望被添加的新节点都必须由当前批准的权威节点组表决，使得Elysi an可以完全控制哪些节点可以密封网络中的块。

最终，权威证明达成共识将为Elysi an生态系统提供一个私有区块链，以便在分布式网络上安全地存储加密的信用卡信息和其他用户数据。所有用户数据将被加密到其个人用户的私钥，然后分布在私有网络中，为恶意行为者提供任何单点访问或失败。Elysi an平台上推出的所有商店都将提供此级别的安全性。

Elysi an将在公共以太坊区块链上将其众筹作为ERC-20代币进行托管。完成TGE后，所有代币将以1: 1的比例转换为私有以太坊侧链，并由独立验证人达成，并获得权威证明。私人连锁将会比公共连锁更具优势，比如更便宜的交易，更低的延迟和更多的控制。



用户体验 - 难点

对于在整个网络中频繁出现多个网站的消费者而言，通常会遇到各种用户体验（UX）示例。尽管随着互联网越来越流行，用户体验也在不断发展，但该部门的消费者仍然缺乏革命性的，改变游戏规则的设计。这是一种帮助消费者参与的非常有效的方法，因此，满意度会提高，收入也会增加



参与度通常直接关系到网站的普及程度。这可以在几个部门中体现出来：

- 星巴克 - 使用个性化存储用户订单模式和偏好的数据。这主要是在移动应用程序中。
- 优步 - 用户友好的界面设计，快速的交易速度，方便司机给他们的工作功能自由按照自己的时间表工作。
- 苹果 - 所有产品的简化导航和实用设计，将自定义Apple应用程序集成到其产品中最终的客户满意度。

一般来说，人们宁愿不走出他们的舒适区。用户体验使消费者对他们的决策感到满意和自信。这正是为什么用户体验对电子商务行业成功至关重要的原因。目前，随着公司在这个市场上的迅速发展，这是一个从竞争中脱颖而出的重要方面。

尽管左侧的公司在各自的目标市场上处于良好的位置，但用户体验还是有改进的空间，特别是通过整合新型技术来提升在线网站导航体验并提高效率，同时产生生动的图形，给人美观的体验。

用户体验 - 解决方案

当我们进一步深入技术进步时代的中心时，我们在电子商务行业看到了很少的证据。主流采用未来技术也许并不遥远，但我们仍处于底层。由于这些原因，在其他市场能够适当调整之前将这些例子合并到合法企业中是非常有利的。



• 人工智能

除了一些偏离的电子商务网站和特斯拉的工厂之外，人工智能迫切需要协助这个市场的发展。我们不仅会看到人力劳动过时的一天，我们也会习惯于让人工智能帮助我们绕过我们的首选网站。Elysi an将实施AI来提供终极的用户体验 - 便利，简单的网站导航，对先前观看过的物品的回忆，重新感受人际互动以及产品定制。

人工智能将帮助用户有效地导航网站，将他们引导至他们想要访问的特定区域。此外，在这种特殊情况下，AI主要用于重新访问网站本身或网站特定部分的用户。许多消费者倾向于忘记他们以前访问的电子商务网站的哪些区域。尽管消费者能够在某些网站上检查购物车以恢复他们上次购物的事实，但AI以稍微不同但同样有效的方式实现了这一点。人工智能将通过口头沟通和生动的图形，特别指引消费者浏览其最后一页或查看的项目，以提供简单但令人印象深刻的用户参与度。因此，更多项目将被出售，而在Elysi an平台上运营的电子商务业务将带来更多收入。

人工智能的功能与目前主流的家喻户晓的名字相似，例如：

- Alexa (亚马逊)
- Siri (苹果)
- Cortana (微软)

但是，上述名称与Elysi an解决方案之间存在一些明显差异。 Elysi an AI将通过对用户问题提供更准确，深入的回应来更有效地处理常规任务和信息。 该部门目前的现状通常会提供相对模糊的回应或预编程的回应，其中一些回应强迫用户查找信息。 另外，之前提到的AI被编程为检索您的数据并最终销售它。 Elysi an以简单，公平的方式专注于具体的答案和方向，而不需要获取用户数据。 有见地的反应和透明度使Elysi an解决方案成为电子商务企业和用户的有利选择。



- 虚拟现实

目前，从舒适的起居室获得店内体验和参与度是一项艰巨的任务。 将虚拟现实整合到电子商务领域的目标是提供这一点。 消费者并不总是有空闲时间去实体店购物。 相反，家里总是有时间。 Elysi an平台上丰富的图形和对项目的详细描述将使我们的业务能够将这两种元素连接成一种体验，从而难以区分现实和虚拟现实。

除了升级的可视化图形外，Elysi an平台还将为用户提供创建自己的虚拟现实的选项，从而实现最终的乌托邦电子商务体验。 这将带来前所未有的用户参与度和体验水平，因为环境将仅由用户创建。 因此，每个虚拟现实环境对于每个相应的用户而言将是唯一的。 此功能可让消费者完全控制自己的体验，并根据自己的喜好进行定制。 控制这些方面的能力有助于将Elysi an平台与区块链上下的其他平台区分开来。



通过在Elysi an生态系统中实施这些创新，我们能够超越人类感知的界限。 能够为简单，舒适的消费者满意度做出贡献，并大幅提高效率和增强图形，将为电子商务行业的发展提供革命性的用户体验。



ELYSIAN 平台



El ysi an平台的主要功能是通过改善安全性并创建新的独特的用户体验，彻底改变整个电子商务行业。 El ysi an将成为首个结合行业发展所必需的两个重要方面的电子商务平台 - 整合区块链，安全地存储所有客户数据，并利用人工智能和虚拟现实等技术进步，帮助区分El ysi an和竞争对手用户体验。

El ysi an生态系统将成为通过区块链提供更高效的未来的门户。只有当前的现状得到改善，才能实现持续的可持续增长。当前的安全和用户体验行业标准将逐渐过时。

这个过程已经开始。消费者和企业将适应技术的进步，以至于现在允许该行业蓬勃发展的陈旧技术将实际上已经灭亡。

El ysi an定位完美，是即将到来的技术革命底层市场上的第一个。先行者的优势在任何市场上的任何业务的成功中起着至关重要的作用。为特定服务设定行业标准的能力使公司能够接触到大量人群并获得显着的竞争优势。

该平台以适应未来必要将可扩展。

客户将有能力将El ysi an平台用于自己的业务，提供更高级别的功能。该平台将成为进入该领域的其他未来电子商务业务的基础。从本质上讲，它将充当我们的客户与其目标消费者群体之间的中介。

El ysi an还将赋予第三方机构在El ysi an平台之上构建的能力，以便在我们的平台上托管当前客户的平台。这将最终加强El ysi an生态系统，并立即访问其他电子商务平台的客户群，从而激励他们转向El ysi an生态系统。

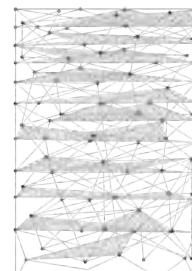
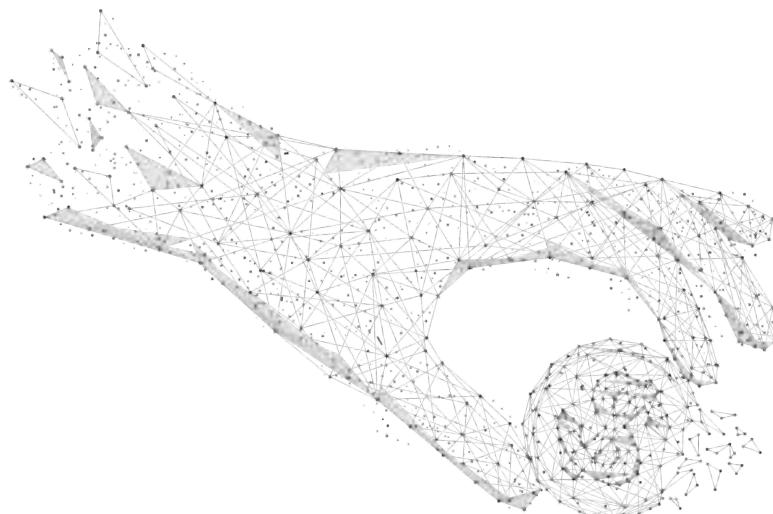


代币系统

允许以太坊网络创建ERC20代币来替代其他中间商。 在El ysi an系统中，ELYCOIN (ELY) 将成为El ysi an平台的代币。 代币将作为首选交易方式成为生态系统不可分割的一部分。

由于我们的代币将采用标准化的ERC20格式。 该代码将透明的提供给公众。 通过以太坊区块链，所有交易和转账都是自主执行的，具有卓越的透明度和完全分权。 代币创建的主要目标是让El ysi an愿景的支持者能够为El ysi an生态系统做出贡献。

我们正在推出代币生成事件，以使我们能够为该平台添加更多功能，通过有针对性的数字营销和影响力营销构建以下内容，与知名零售商和制造商的独家合作关系，有计划扩大团队。



增长池

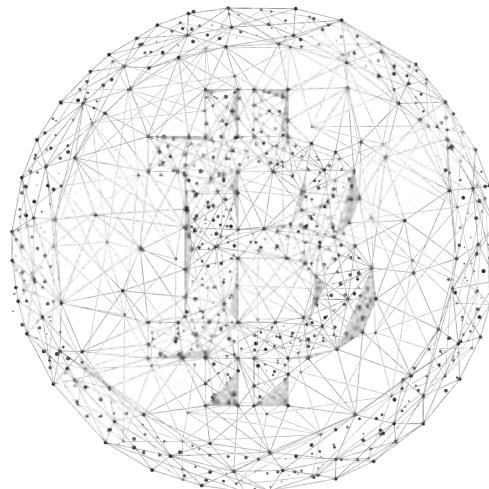
增长池旨在促进Elysian团队和社区之间的互动和互动。生成社区增长是加密领域许多公司不太重视的一个方面。因此，有几个项目的社交媒体基础很差，这使得难以实现健康，可持续的增长。Elysian通过增长池为社区扩张开发了一个新模式，以优先考虑团队与支持者之间的关系。



Elysian论坛

与BitcoinTalk类似，论坛的发展是改善人际关系的最初基础。该论坛也被用作潜在合作伙伴的沟通方式，未来的公司扩张想法和代币使用。

代币的集成 - 提出有关如何改进Elysian，介绍合作关系或其他相关任务的社区成员可以使用自己的代币为项目的增长做出贡献，或者从项目中获得代币。Elysian增长池将被分配用于完成特定的任务。这将使得以更简单的方式为任务提供资金成为可能，并促进社区成员对各种想法的创造性投入，以改善极地生态系统。





决定哪些项目或合作伙伴资助将由社区投票决定。

投票权 - 论坛上列出的项目申请由社区成员投票。如果项目获得至少51%的“是”票，并通过了负责任的投票要求，该项目将获得资助。资金可以由El ysi an，社区成员或两者共同提供。社区成员为未获批准的项目贡献的所有代币都将退还。

*如果投票过程不是由社区负责任地完成的，包括但不限于垃圾邮件，创建多个账户或操纵社区成员，El ysi an保留拒绝项目的权利。

在论坛上列出项目或想法以申请潜在的团队或社区资金将收取申请费。

申请费的目的是防止欺诈，大规模活动和垃圾邮件。从申请费中募集的资金主要用于聘请全职支持，扩大论坛和发展。在我们的论坛中拥有最高地位的社区成员将有能力免费列出项目。

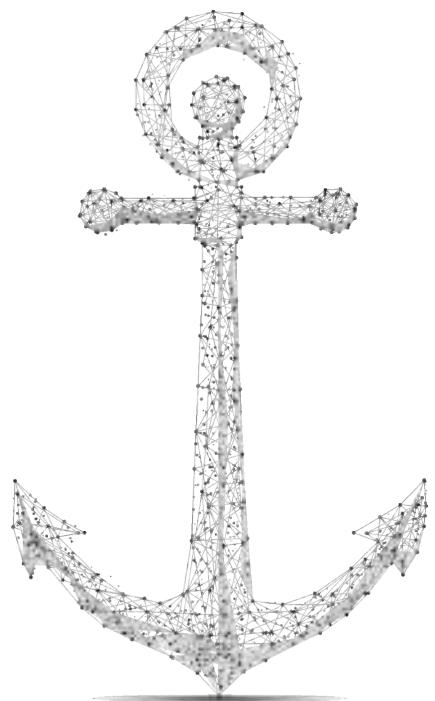
成长池是社区整合的稳定方法。此外，这使得支持者可以提供各种筹资活动。因此，最强大的项目最终将被成功投票，并将对公司和社区都有利。实施社区投入可以提供更大范围的广告系列，这为寻找改进El ysi an的最佳创意提供了更好的机会，同时利用支持者与团队成员之间的协作来建立双方之间的强大关系。



总结

Elysian将提高电子商务交易的安全性和效率，首先在Elysian电子商务平台上进行第一次成功的测试，并使用Elysian在线商店及其初始合作伙伴公司。区块链技术与智能合约的整合将提供更高级别的安全性和安全数据存储，以增加对企业对消费者（B2C）关系的信任。

企业将通过Elysian平台和生态系统获得高度消费市场。除了增强的前所未有的用户体验之外，人工智能和虚拟现实等有益方面的增加将为当前电子商务平台提供更广泛的消费者互操作性和访问能力。



长期的商业模式提出了一个强大的行动计划，以在一个预计在一段时间内持续增长的市场蓬勃发展。Elysian生态系统是电子商务未来的门户，其中随着技术进步的实施，扩张潜力如此之高，以至于增长可能变成双曲线。

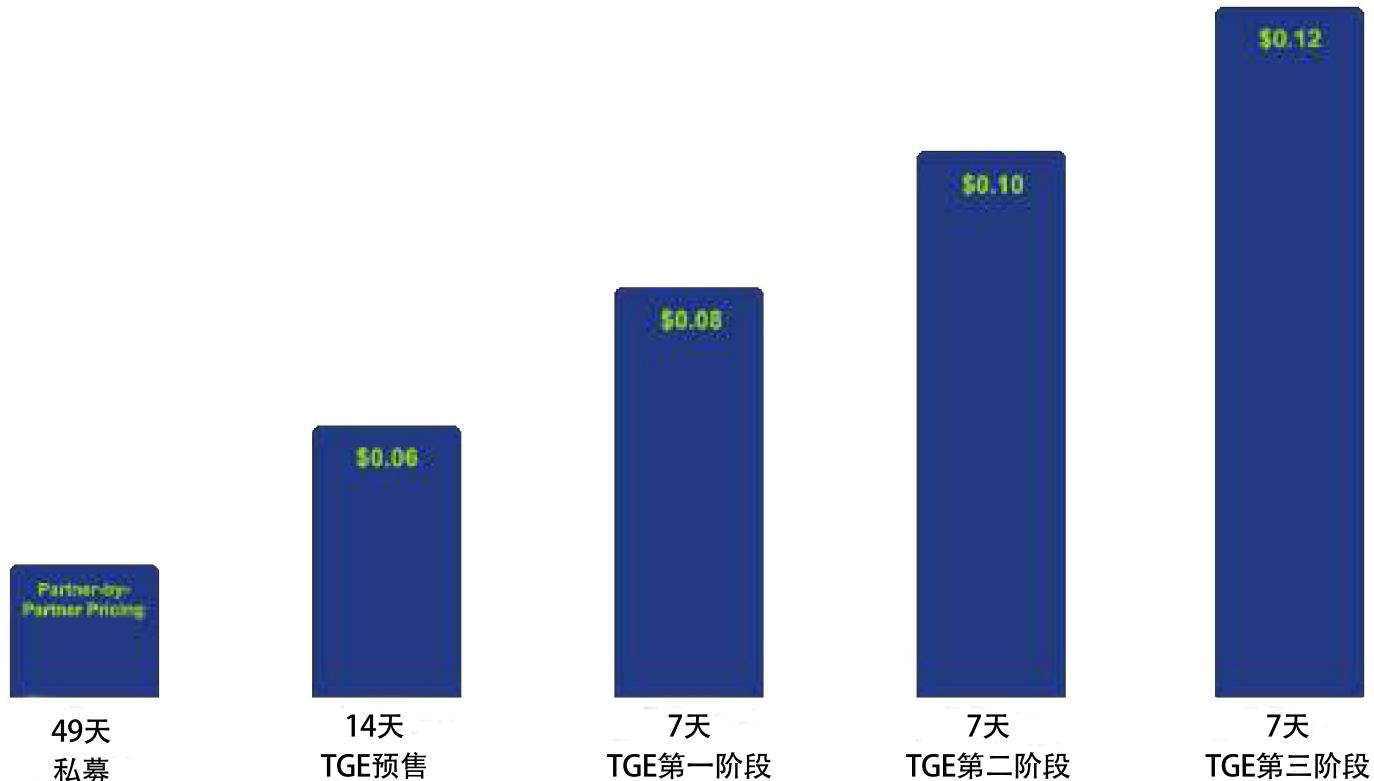
因此，在技术革命初期将Elysian平台整合到电子商务行业中，可作为种子提供控制未来大部分行业的能力。

TIMELINES AND STATISTICS

时间线与统计

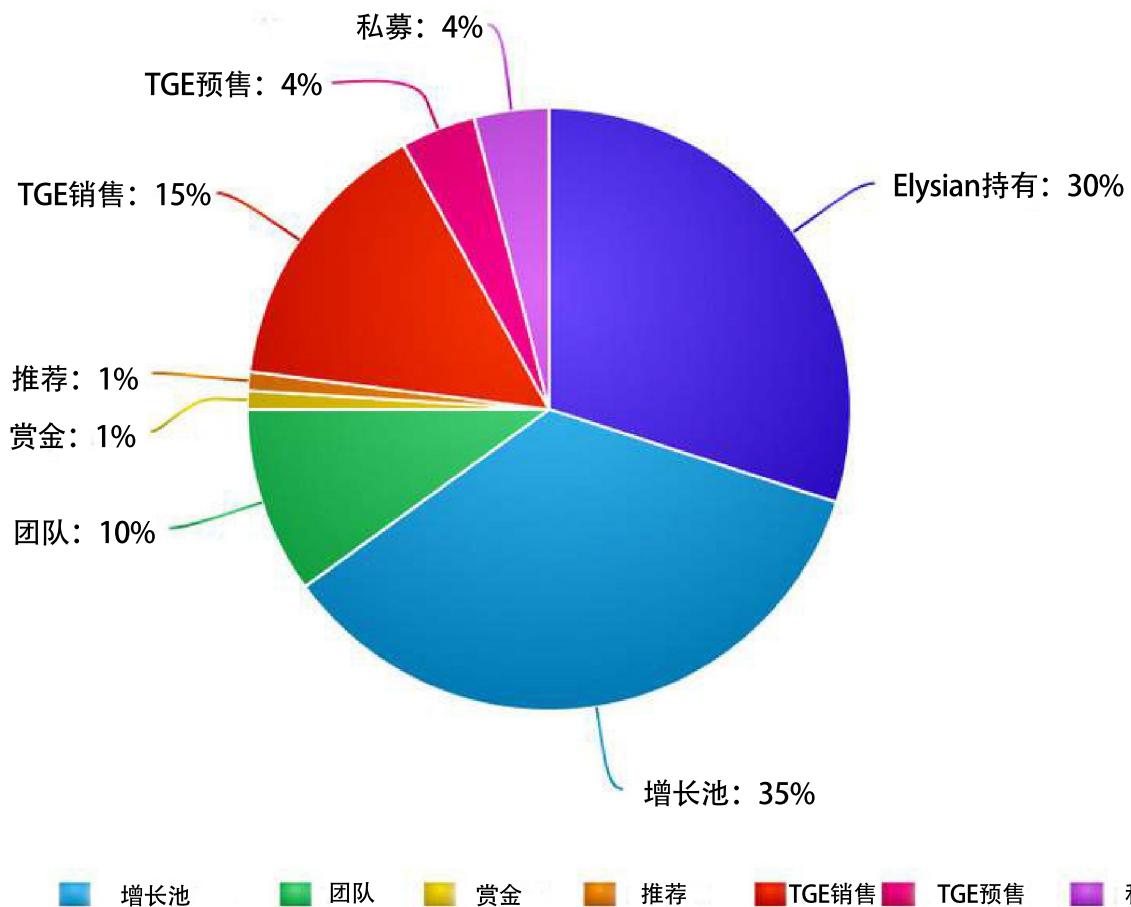
众筹

活动事件	持续时间	价格
私募	4月16日-6月3日	合伙人对合伙人
TGE预售	6月4日-6月17日	\$0.06
TGED第一阶段	6月18日-6月24日	\$0.08
TGED第二阶段	6月25日-7月1日	\$0.10
TGED第三阶段	7月2日-7月8日	\$0.12
TGE完毕		



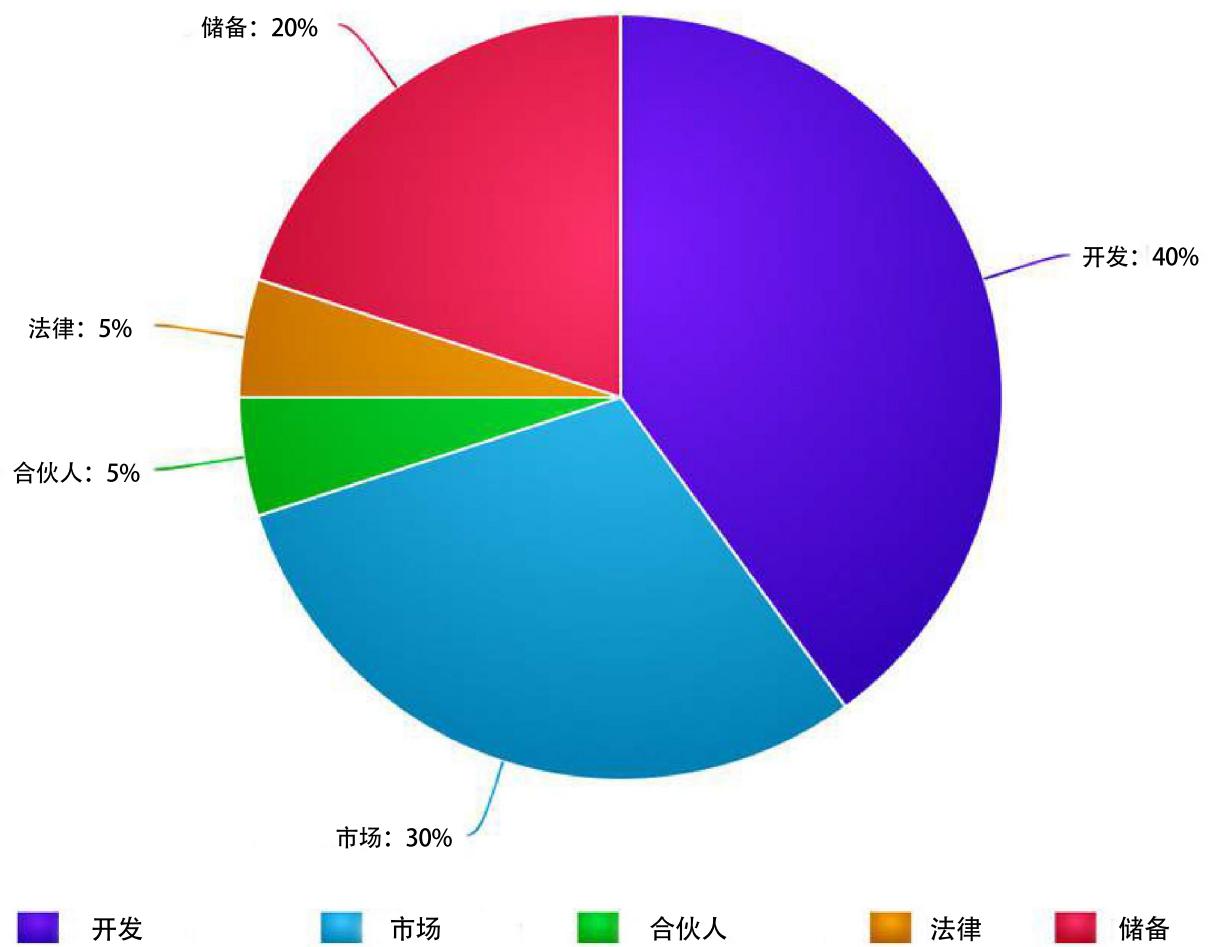
代币分配

Elysian公司将总计10亿个代币，在TGE完成后将启动循环供应2.5亿美元；根据每年发行的增长池代币的数量，这个数字将来可能会发生变化。TGE的硬顶是1900万美元。最大代币供应的总分类如下所示：



资金分配

下图概述了我们在TGE募集资金的分配情况。硬顶是1900万美元

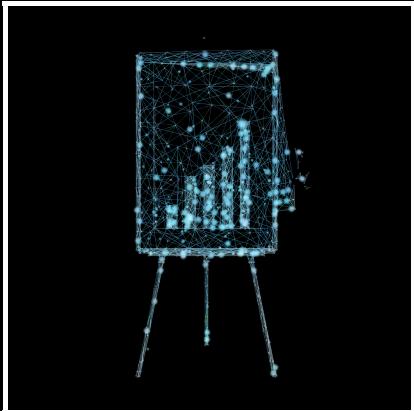


发展历程

2017 + 2018

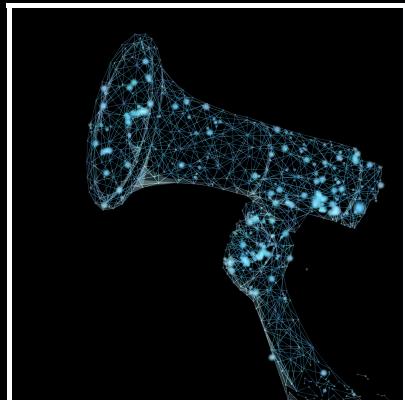
第二季度

- Elysian构思



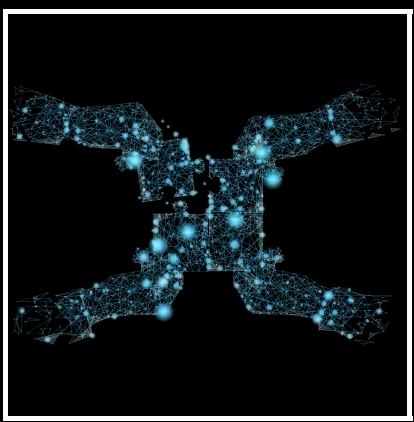
2017第三季度 - 2018第一季度

- Elysian立项



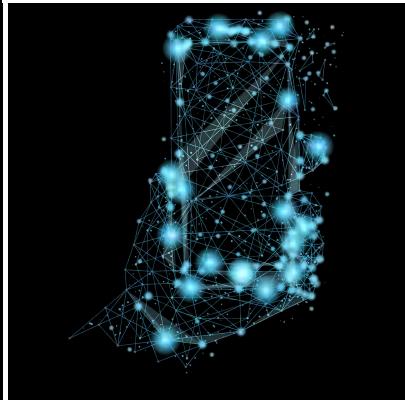
第二季度

- Elysian启动私募，随后开始众筹



第三季度

- 团队扩张
- 正式推出桌面电子钱包（Windows, Linux和Mac）



第四季度

- 正式推出手机钱包（iOS和Android）

2019

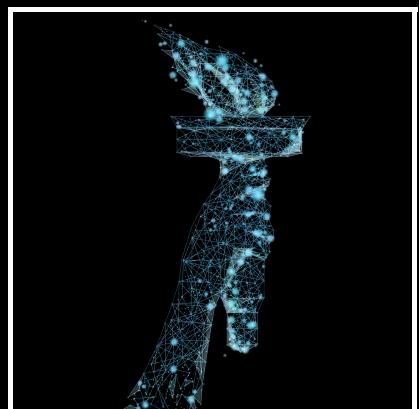


第一季度

- 启用用于数据存储的私有区块链

第二季度

- 正式启动 Elysian官方招商计划

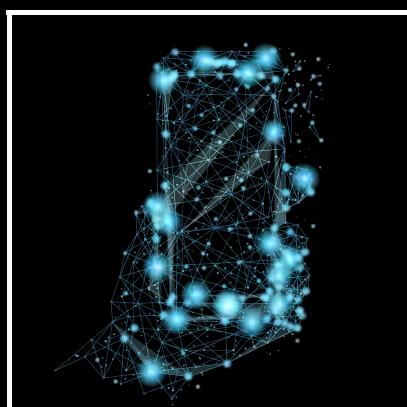


第三季度

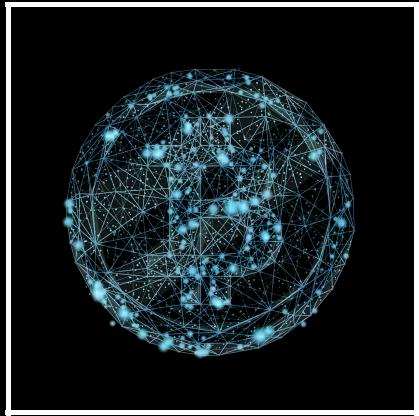
- 正式推出Elysian官方平台

第四季度

- 原子交换集成到Elysian电子商务平台



2020

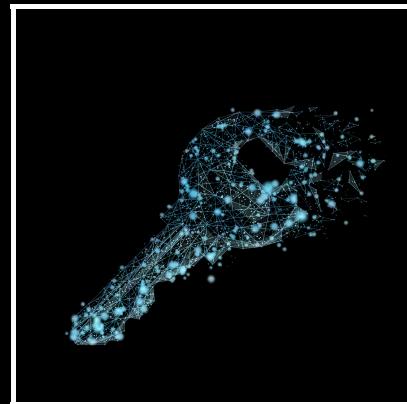


第一季度

- 扩大在Elysian平台上接受山寨币的范围

第二季度

- 在荷兰阿姆斯特丹开设战略办事处



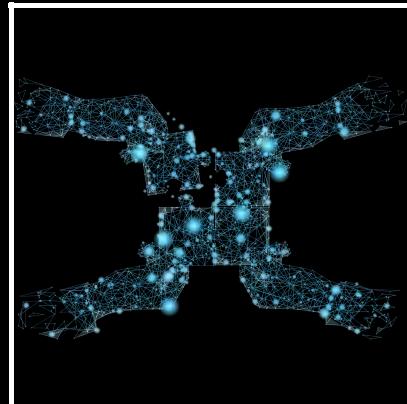
第三季度

- 在欧洲和亚洲开设战略办事处

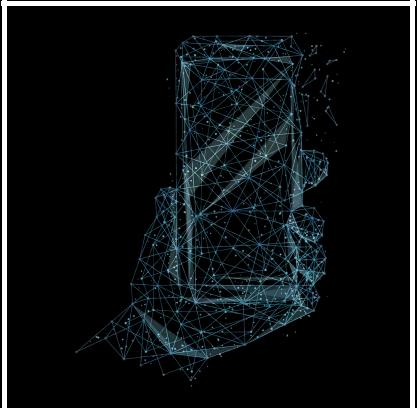


第四季度

- AI融入Elysian电子商务平台



2021

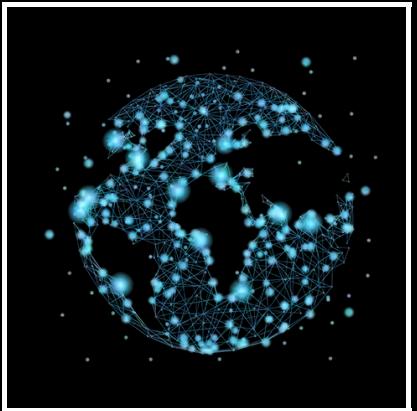


第三季度

.....

- VR融入Elysian电子商务平台

2024



-
- 全球1%的电子商务网站开始使用Elysian平台

ELYSIAN 团队

我们的领导团队



Leo Ameri
CEO兼创始人



Jesse Brandenburg
CFO



Ioan Hategan
CMO



Levon Tikoyan
CTO



KJ Magill
CBDO



Roelof Gootjes
战略伙伴关系主管



Thor Pidruchny
区块链工程师



Nadine Dominik
公司秘书



Tyler Sanford
社区经理



Tammy Saint-Wynters
设计师



David Blumsack
社区经理



Lucy Vardanyan
高级UI / UX设计师



顾问



Stuart Farmer
技术顾问



Geoffrey McCabe
商业顾问



Graham Doggart
金融技术顾问



Anders Larsson
通信顾问



Daniel Santos
财务顾问



Scott Douglas
商业战略顾问



Timothy Lee
战略顾问



Troy Linforth
安全顾问



Saddie Hutton
TGE顾问

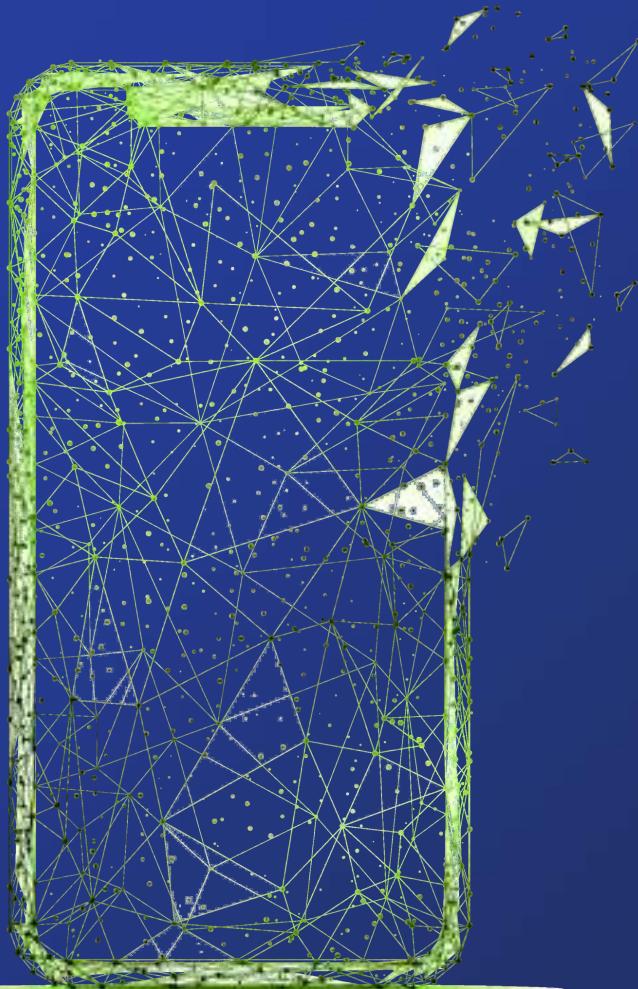


Jonathan Lane
战略顾问

参考文献

01. Statista . (2018). eCommerce.
02. eMarketer. (2016). Worldwide Retail Ecommerce Sales Will Reach \$1.915 Trillion This Year.
03. Statista. (2018). Global Retail E-commerce Sales Worldwide from 2014 to 2021.
04. Ibid.
05. Statista. (2018). Number of digital buyers worldwide from 2014 to 2021 (in billions).
06. Statista. (2018). E-commerce share of total global retail sales from 2015 to 2021.
07. Statista. (2018). Global markets with the highest online shopping penetration rate as of 2nd quarter 2017.
08. Edquid, R. (2017). 10 of the Largest Ecommerce Markets in the World by Country.
09. PWC. (2017). Total Retail Survey 2017.
10. KPMG. (2017). The truth about online consumers: A Global Online 2017 Report.
11. The Motley Fool. (2018). Shopify Delivers 73% Revenue Growth in 2017.
12. Pagely. (2018). The Top eCommerce Platforms for 2018 Compared.
13. Coinmarketcap.com. (2018). Global Charts: Total Market Capitalization.
14. Gressin, Seena. (2017). The Equifax Data Breach: What to Do.

社交媒体



ELYSIANS

请关注我们:





ELYRIAN

support@elycoin.io

elycoin.io

