



Engagement Token

交互代币

WHITEPAPER

白皮书

2018年1月20日

本白皮书与代币销售备忘录（“备忘录”）同时发行。本白皮书的全部内容必须参照备忘录。倘本白皮书所载资料与备忘录所载资料有任何不一致或冲突，则以备忘录所载资料为准。有意购买备忘录或代币的准购买者（在备忘录中定义和描述）应该咨询自己的财务，法律和税务顾问。此处列出的信息既不含财务，法律或税务咨询。



Engagement Token

目录

非一般的白皮书	3
简介	4
线上出版业的现状	5
解决方案	9
平台经济	15
市场与时间点	16
交互代币的由来	17
代币销售	18
交互平台优势	19
科技	20
既有广告网络	23
既有留言系统	23
团队	25
资料引用	27

非一般的白皮书

这有别于一般白皮书。交互代币已经超越大部分市面上白皮书所实现的里程碑。EGT International Corp 已经实现了市场上其他项目对未来的期许。

交互平台的现况



完善的生产系统



超过 440 万名注册用户



每月交互量超过 1,800 万次



每月高达 10 万单成交



顶尖客户名单包括：洛杉矶时报、芝加哥论坛报、巴尔的摩太阳报



风投基金及出版商注资



领导团队曾成功领导数单过亿美元并购退出



专业开发团队

简介

交互代币为所有与出版内容的交流提供奖励。交互值由网站主人透过代币奖赏形式制定。用户可以通过留言、创造内容或参与其他网上活动来赚取代币，然后利用代币购买广告、点赞或把代币出售于希望参与这些交互平台活动的第三方。

在过去四年，平台已经培育出由出版商、读者和高质量广告客户共同创造的生态系统。出版商订立针对自己用户群的奖励系统以增加参与度。同时，广告客户拥有完全的透明度，了解读者群与网站活动，以每文章付费形式放置有关产品内容的广告。

交互平台并不是空想；交互平台是现存科技，并已经拥有包括用户，出版商以及广告客户的活跃社区。



线上出版业的现状

作为新闻及其他内容网站的浏览者，你可能会注意到广告已经占据包括优质出版商网页的大部分版面。为了与数据主导的再行销广告交易所竞争，出版商必须于网站上增加广告条。这不但影响到用户体验，更有损出版商品牌，甚至影响利润。

今天，新闻出版商以及其他高质量的内容创造者因广告集团的垄断而丧失自己的社区及创作成品。最大的广告网络——以搜索引擎及社交平台为面纱——往往跟自己的广告网络客户成为竞争对手。这些聚合器打破了出版商及广告客户之间一贯的伙伴关系。

谷歌和脸书等公司所建立或采用的算法不但诱导用户到自己的所属网站，更操控了网上广告成本的流向。因此，内容或新闻创造的广告预算不断减少；更可悲的是，现时的广告网络并不会分辨多年来用超过百万预算用心经营品牌和商誉的广告商和劣质的点击诱饵网站。随着广告预算以再行销或行为行销为主导，广告商似乎安于追随读者点击率的现状。

用户自创内容的丧失

美国四大网站：谷歌、YouTube、脸书、Reddit 拥有一大共同点——它们并不会自己创作内容，而是把出版商以及用户创造的内容聚集起来。大部分用户创造的内容都是在传统出版商受聘作家的文章中点燃最初的创作火花。然而，虽然报纸和其他刊物依然出版或在互联网分享高素质的原创内容，与出版内容的交流却大部分已经转移到社交网络上，而社交网络靠着这些原创内容和交互活动，透过展示自己广告网络的广告来赚取自己的利润。

脸书与 Reddit 等网站成功地把自己的平台游戏化，改变用户习惯，在有效地向其他出版商“借用”内容的同时增加对广告收益最重要的两项因素：用户浏览时间及再浏览率。

读者产生“广告盲”

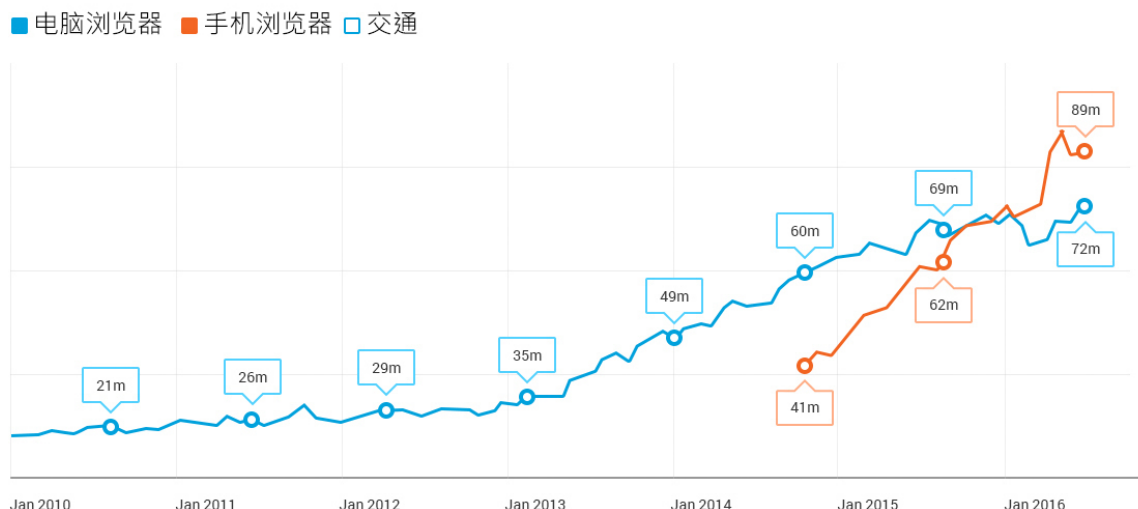
作为互联网使用者，你或许因为对所浏览的网站内容感兴趣而对页面上的广告习以为常，又或者已经对与自己无关的广告视而不见，这就是所谓的“广告盲”。你甚至可能已在浏览器上安装广告过滤器。

由于第三方广告网络非常容易被简单的广告过滤器侦查到，过百万名网络用户现在已经不会在出版商网页上看到任何广告。全球设有广告过滤器的电脑以及流动器材每年增加约 1 亿 4,200 万部，估计在 2016 年底数字将达 6 亿 1,500 万部（请参阅下图）¹。在美国，26.3% 网络用户——即每 5 人中超过 1 人——于去年曾经使用广告过滤器²。



大约三成（29%）已经安装广告过滤器的用户感觉广告阻碍他们的网上阅读。而过去六年，广告过滤器的安装量亦稳步上升。³

广告过滤器的增加



出版商收入下降

在 2016 年，只有少于一成的英语国家读者付费浏览网上新闻⁴。虽然广告依然是绝大部分内容创造者的企业模式，但出版商的广告收益每年持续下滑，单单是报纸与刊物已经在过去十年流失 65% 的收入⁵，当中以仍使用前网络时代的成本架构、每周投资过百万于印刷与人工支出的报纸与刊物情况最为严重，可能已在亏损中。

2016 的网上广告收益创新高，电子广告收入总额达 \$176 亿美元⁶，可是广告支出的集中性亦创新高：75% 的总收入只导向两大广告网络：谷歌与脸书⁷。在另一边厢，出版商收入却非常微薄（详情请看下表）⁸。若报纸与刊物希望继续生存，它们必须尽快寻找新的交互模式。

美国广告收入	2015 年第三季	2016 年第三季	成长	成长比例
谷歌	\$79 亿	\$95 亿	\$16 亿	54%
脸书	\$21 亿	\$34 亿	\$13 亿	45%
其他公司	\$46 亿	\$47 亿	\$4000 万	1%
PWC/IAB	\$147 亿	\$176 亿	\$29 亿	



恶意广告

据 2016 PageFair 问卷调查显示，三成用户因安全考量决定使用广告过滤器。⁹ 既有网上广告系统是用作散播恶意软件的目标。恶意广告包括在网上广告网络和网页上注入有恶意或者包含恶意软件的广告，让恶意软件制造者有机会把恶意袭击推向本来有防火墙或其他安全措施而看不到广告的网上用户。根据保安公司 AO Kaspersky Lab 研究，银行木马于 2016 年透过谷歌的广告网络 AdSense 传到新闻网站上¹⁰，著名的恶意广告受害公司包括纽约时报¹¹ 及雅虎¹²。

中央广告系统

广告交易所、读者分类、复杂的行为及跨设备追踪，以及通过数据管理平台的不透明跨网分享造就了中央广告系统，使利润归向搜索引擎及社交网络等点击率过十亿的网站。可是，传统出版商及其他内容创造者的网站通常只有较少的浏览量，它们需要拥有更精细的途径来制造相关性及广告交互量，而这途径必须考虑出版商的独特读者社群以交流相关内容。中央广告系统由于重量不重质，往往不能顾及这方面的考量。中央系统提供与出版商社群无关的广告，让用户体验大打折扣，甚至减低交互度、回头点击率及浏览时间。

交互流失

出版商一直以来均以发行印刷品与读者维系直接的关系。有兴趣的读者会用书信等形式进行交流，而出版商会于下一期刊物中刊登读者来信以回馈书信者。广告商受惠于把商品资讯印刷在出版商分发到对几分指定刊物感兴趣的读者的刊物上。出版商靠着这个紧密的交互系统作为商业模式以建立有利润的公司。

随着互联网的出现，所有有网络的用户都能获取即时新闻资讯。虽然大部分出版商的读者群均因网上浏览量而增加，但由于印刷量减少，出版商的印刷广告读者亦随之减少。

低效率的第三方广告网络

第三方广告网络及其广告在过去十年效率不断下降。在网络被大型营运商的收购下，它们均选择在自己的页面上把广告最优化。虽然广告商在谷歌、脸书或其他社交网站上有不少有效的工具来增加交互量，但出版商的广告方案却依然局限于粗糙的植入显示广告，这种粗燥的广告不但减低出版商网站的网速，更影响读者浏览过程，是广告网络商不会容许于自家网页出现的广告类别。



跳离率增加

跳离是指在出版商网页上的单页网络对话。在数据分析的角度来说，一次跳离的计算方法为一个只向数据服务区发出一项请求的网络对话，例如：用户点开一个网站页面，但即使离开，在过程当中没有向服务区提出更多请求。



跳离率会因为网站缓慢的网速或向浏览者显示过多（无关系的）广告而增加。出版商网站经常会因为外在的广告伺服或广告追踪脚本而使网页显示缓慢。根据 **Search Engine Journal**，用户离开网站的首要因素为网站显示缓慢。¹³

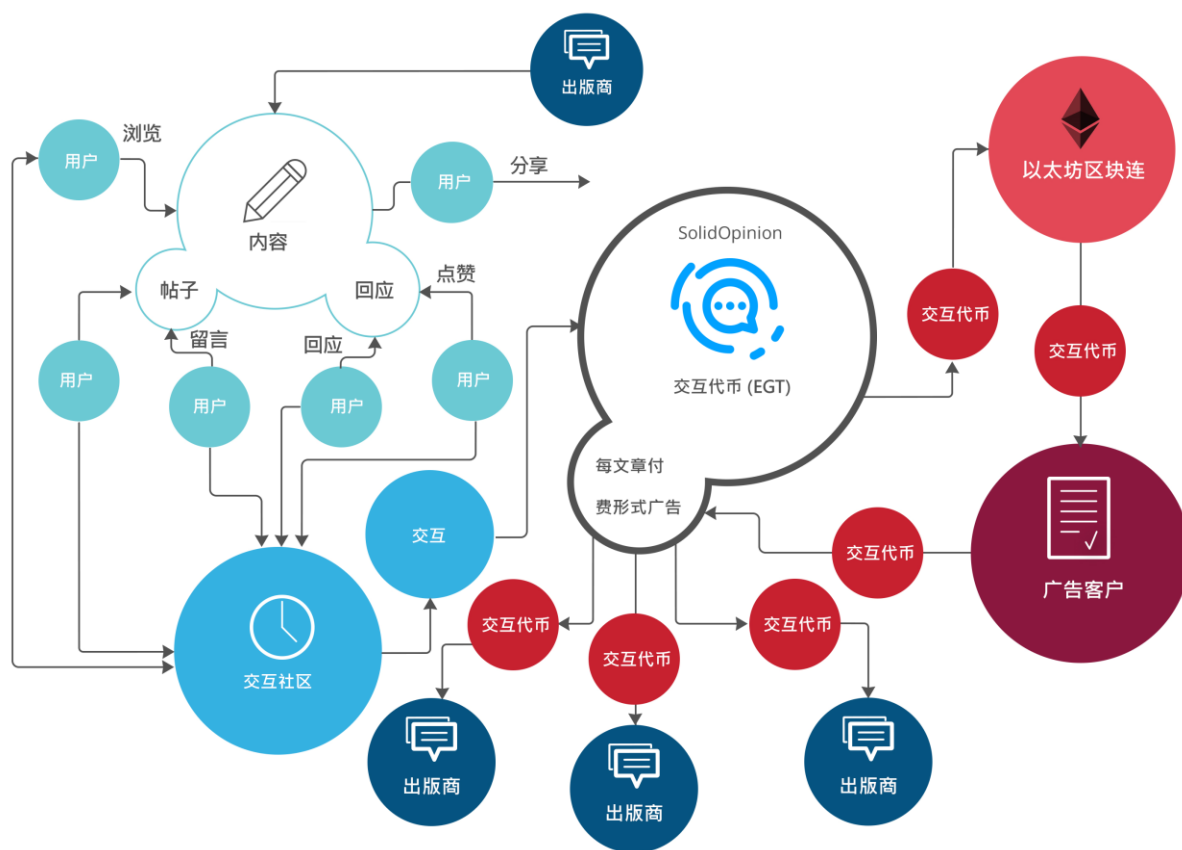
再者，既有网络可能显示与读者期待的内容无关的广告，而在视觉上压倒网站内容，更而推使读者在浏览单页后立刻离开。



解决方案

交互代币为平台上的用户交流提供奖励，容让出版商认证及量化所有用户的交流，例如：浏览页面可赚取基本交互值，但留言、点赞，或分享内容将可赚取额外交互值。

平台上每个页面的交互均可累计并用以赚取交互代币(EGT)。用户可以通过出版商的指示来赚取代币，而广告客户可以购买代币，并利用代币把广告制定成推广式留言或于与广告商民众品味最相符的文章正下方的优越位置放置头条。



交互平台

交互平台以三项构件为中心：嵌入式出版商网页的交互放大器、联系广告客户与出版商的广告客户门户（请查看：<http://www.ppacentral.com>），以及加强广告客户辨认目标的留言搜索引擎。

交互—出版商交互控制器

- 嵌入式留言平台
- 推广式标题及推广式留言成分
- 设有配置及统计数据的出版商仪表盘
- 促进工具
- 用户仪表盘

于以下网址注册成为出版商即可立刻体验这些工具：

<http://solidopinion.com/publishers/>



发现—留言 1000 与 留言雷达

留言 1000 是互联网上的交互排行系统。此列表是数以万计的网站留言区经爬虫处理后，将留言交通聚集起来制造而成。支援的留言系统包括脸书、Disqus、Viafoura 等。除了每月报告外，留言 1000 还会刊登重点标题。

留言雷达是于顶尖留言网站爬行来辨别热话及有影响力社区成员的搜索引擎。雷达扫描互联网上的每则留言，然后把留言分类并制作成简单易明的热图。广告商可以下载关键字，并于热图上追踪每个关键字的活动形势。

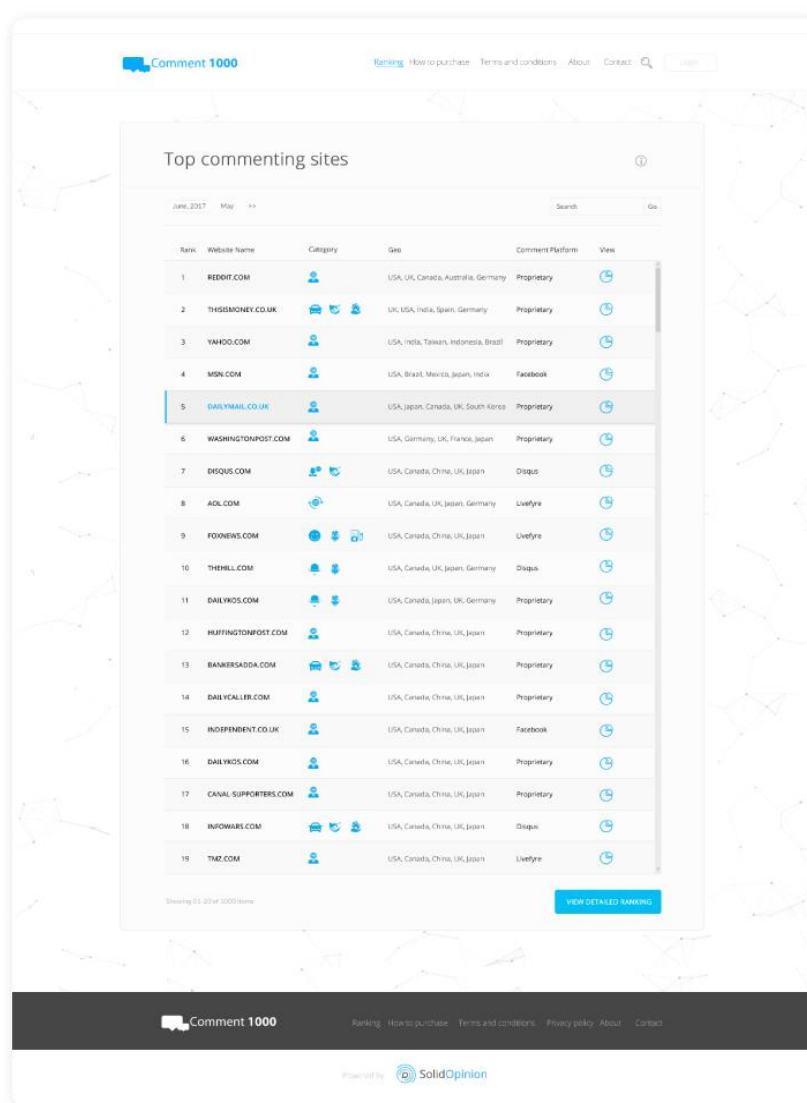
欢迎试用：<https://commentsradar.com/>

推广—PPA Central

PPA Central 是广告客户门户，网址如下：<http://ppacentral.com>（请参照下图）。

PPA 广告价格定位与谷歌的每点击付费模式一样，用荷兰式拍卖形式进行。广告版面或者留言位置的最高投标者可以享用页面顶部位置，直到有更高出价者为止。买家最初只需付最低价格，同时可制订预算上限。当有其他买家加入拍卖投标时，最初价格将会自动提高加入竞投，直至到达预算上限为止。





对内容创作者的支持

交互平台以全面针对内容创作者所面临的问题来行动支持内容创作者。

重拾出版商利润

在交互平台上，出版商将版面直接售卖于广告客户，杜绝中间人进行有利于聚合器的拍卖。广告客户可以因应交互值来于指定文章页面投放广告，增加透明度与对市场的信任。出版商重拾版面的自主权，不再受限于有利益冲突的第三方所制造的数据系统。

针对性广告



广告客户门户 **PPA Central** 容让广告商投放针对内容及读者群的广告，并以每文章付费方式进行拍卖竞投广告位置。有别于驱散射击的广告农场，广告客户可以即时获取相关内容上的交互分数及用户活动等数据，排除数据与广告位置等不确定因素。

分散广告

区块连科技证实了利用分散系统来制造有效市场的庞大力量。交互平台于 2013 年成立以来一直秉持着这理念。有如眼光独到的出版商细心精选和策划内容来吸引读者和建立品牌，广告客户同样可以透过交互平台充分于高素质的内容侧展示品牌。

杜绝恶意广告

平台上的成品，如推广式留言和主题，并不是旗帜，所以必须和用户留言一样于平台上经过促进过程。这个严谨的内容以及高素质广告筛选过程，杜绝在既有广告聚集器的广告旗帜上常遇到的恶意广告。

用户的重新交互

交互平台促使出版商重新确立与用户群的交流。出版商可以犒赏读者所创造的内容，并加强读者在交流过程中的影响力。出版商网页到访者可以凭着订阅通讯、留言、或进行其他出版商制定的活动来赚取交互代币。读者可以用这些代币为自己或其他人的留言点赞，这样更能确保用户从接收自己与内容或其他用户的交流告示过程中，维持与出版商的交流。

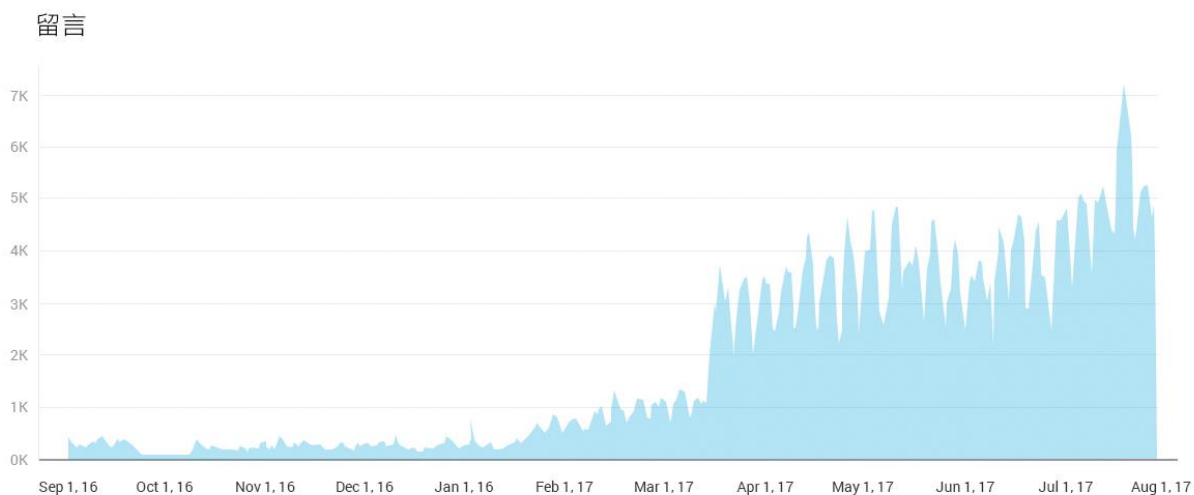
游戏化奖励制度

业界有一个鲜为人知的秘密：**Reddit.com** 等讨论区在电脑用家上获得的网站浏览时间甚至比 **YouTube** 多出五成。这高滞留率的原因，正是这些游戏化的网页上，允许出版商以积分奖励参与者。读者习惯在社交网站上透过与出版商内容的交流而获得即使奖励，而如脸书等公司深深明白网站浏览时间将直接影响出版商出售及转换其广告位置，所以这些公司已经把网站浏览时间制定为关键绩效指标。

交互平台允许出版商利用社交网站的游戏化机制。交互平台让出版商对用户的交流提供奖励，同时让广告客户把预算分配于最高转换率的相关客户，可谓结合了普通留言网站以及每点击付费广告的最优方案。

安装了交互平台的出版商一般可以于几星期内录得至少三成的交互与网站浏览时间增长。¹⁴





辨别影响力人士

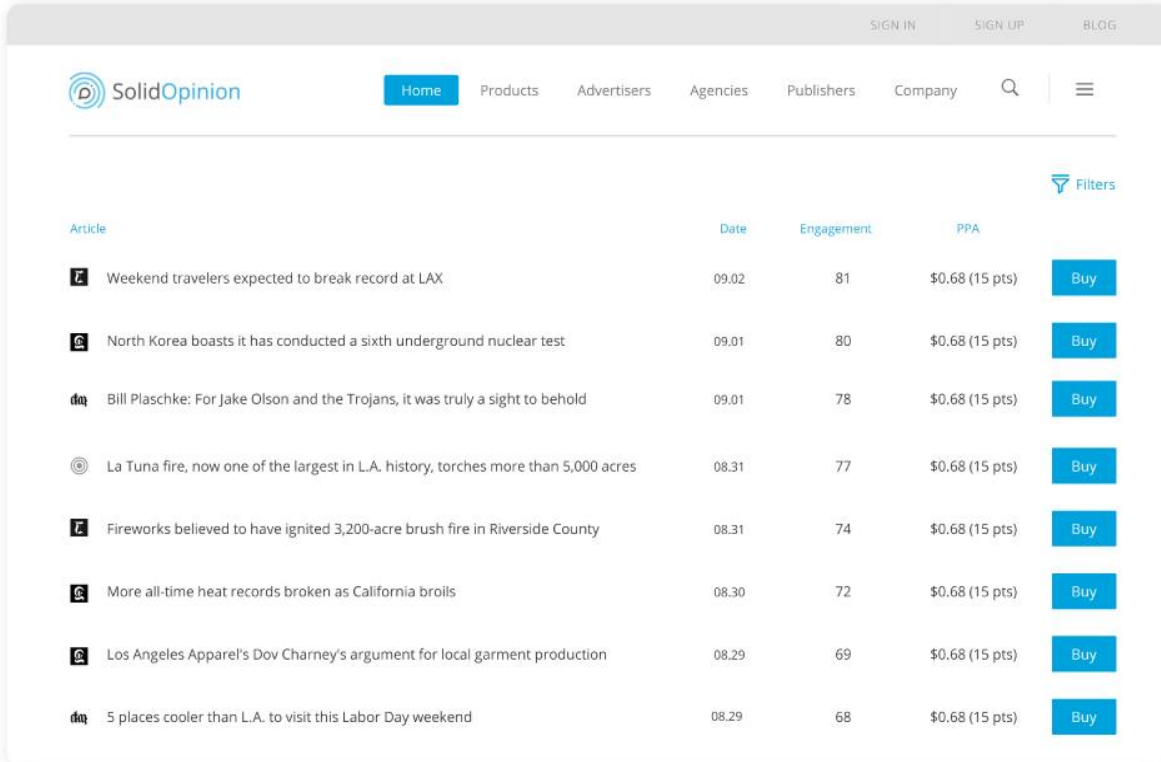
影响力营销是把注意力集中于有影响力人士身上而非目标市场的营销手法。它透过辨别对潜在买家有影响力的人而把营销活动围绕这些有影响力人士身上。交互平台让出版商容易地辨别并犒赏这群影响力人士对网上社区的贡献，进而加强出版商的顾客忠诚度和品牌形象。











平台经济

交互代币把用户、出版商与广告客户三方的利益集结于交互平台上。出版商奖励用户的同时与平台供应者及内容创造者共同分享广告收入；广告客户与用户则用透明度高的每文章付费形式购买媒体版面(请参照下文中所附的仪表板)。

PPA 广告价格定位与谷歌的每点击付费模式一样，用荷兰式拍卖形式进行。广告版面或者留言位置的最高投标者可以享用页面顶部位置，直到有更高出价者为止。买家最初只需付最低价格，同时可制订预算上限。当有其他买家加入拍卖投标时，最初价格将会自动提高加入竞投，直至到达预算上限为止。



Article	Date	Engagement	PPA	
 Weekend travelers expected to break record at LAX	09.02	81	\$0.68 (15 pts)	Buy
 North Korea boasts it has conducted a sixth underground nuclear test	09.01	80	\$0.68 (15 pts)	Buy
 Bill Plaschke: For Jake Olson and the Trojans, it was truly a sight to behold	09.01	78	\$0.68 (15 pts)	Buy
 La Tuna fire, now one of the largest in L.A. history, torches more than 5,000 acres	08.31	77	\$0.68 (15 pts)	Buy
 Fireworks believed to have ignited 3,200-acre brush fire in Riverside County	08.31	74	\$0.68 (15 pts)	Buy
 More all-time heat records broken as California broils	08.30	72	\$0.68 (15 pts)	Buy
 Los Angeles Apparel's Dov Charney's argument for local garment production	08.29	69	\$0.68 (15 pts)	Buy
 5 places cooler than L.A. to visit this Labor Day weekend	08.29	68	\$0.68 (15 pts)	Buy

互联网用户由于习惯无视与内容无关的影像而开始产生“旗帜盲目”现象，导致既有广告系统的点击率不断下降。平台的综合数据工具证明了推广性的文字留言比传统旗帜广告高出达五倍的点击率。



市场与时间点

如上文所说，现今的中央广告系统不但无视、甚至利用出版商及内容创造者的成果，同时又容易成为广告过滤器的目标。¹⁵ 根据 *eMarketer* 报告指出，这趋势将会持续下去。在 2017 年，超过 8000 万美国人将不会再看见既有广告网络的广告。

交互平台是出版商网站的一部分，并不能被任何广告过滤器封锁。再者，平台成熟的情感分析功能可以让广告客户选择合适的读者，以增强交互度。

当出版商开始意识到读者正在第三方网站与它们的文章进行交流，而这些网站正从用户创造的内容获利时，出版商必须寻找可以允许它们把用户交流转移到自己网上刊物的方案。

交互代币的由来

交互代币让出版商可以奖励参与度高的读者群，同时亦让广告买家可以于不受既定广告网络或银行科技所限制的活跃市场上购买广告版面。

在衡量几个可行方案后，EGT international Corp 决定把以太坊的 ERC20 代币及版面与交互平台合并，作为支撑交互代币制作及发行的科技。

交互平台所提供的广告架构及游戏化系统已经受到数十份传统刊物共超过四百万名用户验证，该技术亦得到了洛杉矶时报（latimes.com）、巴尔的摩太阳报（baltimoresun.com）、圣地亚哥联合论坛报（sandiegouniontribune.com）等知名网站信任。交互代币将成为所有现有或未来使用交互平台的网站的代币奖赏机制。

以太坊区块链的稳定度及可靠度可以顺利地把现有积分制度透明地转移到所有网上出版社区均能接受的代币上。ERC20 代币版面身为发行电子资产及智慧型合同的市场标准，可以让正常代币运用于以太坊生态圈。以太坊能够运用图灵完备的智慧型合同，以支持出版行业所追求的繁复电子货币发行规则、电子金融合同，以及自动奖赏制度。智慧型合同是存于以太坊区块链上的有形态应用。这些合同受加密保安处理，同时能够检验及强制执行合同条款。代币合同是以太坊区块链生态圈的标准特征。世界 100 强公司如摩根大通银行、德勤、IBM、微软等已经投资并采用以太坊。



代币销售

EGT International Corp 会透过智慧型合同系统创造共 10 亿枚交互代币，其中 4 亿枚交互代币可供发售（“代币销售”），另外共 2 亿枚交互代币将会向平台提供者及拥有者发售。顾问及早期支持者将获得共 1 亿 5000 万枚交互代币；2 亿 5000 枚交互代币将存于公司储备。

交互代币定价为 0.0002 ETH。

EGT International Corp 只供受邀人参加的私人预售将于二零一八年一月十五日格林威治标准时间中午展开，并于二零一八年二月二十八日，或所有预售代币配额售罄时结束。

公司的白名单预售于二零一八年三月一日格林威治标准时间中午展开，并于二零一八年三月三十一日，或所有首次发行代币配额售罄时结束。公司的公开发售于二零一八年六月一日格林威治标准时间中午展开，并于二零一八年六月十五日，或所有发行代币售罄时结束。

如欲认购代币，买家必须同意以下条款：

<http://engagementtoken.com/terms/>



交互平台优势

合作模式

全球最大的广告网络及留言系统现在跟合作方处于敌对关系，它们必须与出版商及内容创造者之间为用户、交互量及广告收益而竞争。广告网络一般偏好自家网站，会为自家网站的广告客户提供加强性广告工具和数据，却拒绝提供此等服务于出版商。

交互平台推广合作模式，以出版商的利益为首，为它们提供与搜索引擎及社交网站相同的优质工具。

出版商的品牌保障

现存的网上广告模式并不考虑对出版商品牌的间接影响。由于演算法并不是由出版商控制，广告网络往往把置放于知名出版商网站的广告和置放于隐蔽博客的广告设为等值。在利用每文章付费广告模式后，出版商可以与广告客户进行一对一的交流，利用品牌所创造的交互量进行拍卖定价。

有效广告

交互平台允许广告客户购买推广性留言或标题。由于这些留言或标题位置的处理和其他内容相同，它们将受惠于与指定文章的主题关联，并相比既有广告网络拥有更高的点击率。品牌与行销者喜欢把广告放置于锁定的优越位置，不透明的广告聚集器却无法提供广告及旗帜的实际位置，因此，诈骗者往往锁定程式化广告为目标以取得不劳而获的广告收益。PPA Central 方案持续检查平台上的所有广告，并高透明度地向广告客户提供即使交互数据。



平台科技

增强出版网络的最重要步骤为认清机会所在之处。留言雷达是一项能够扫描互联网并把所有留言编入索引的科技。它至今已经编入从超过 10 万个网站共超过 1 亿个留言。留言雷达是首个彻底地分析留言的搜索引擎。

留言雷达把任何用户关于不同议题的留言编入索引。平台用户可以利用这个工具制定创造最高交互量的网页。留言雷达更会评估收集到的专属数据来制定平台的未来出版合作方。

为了展示留言雷达的最高搜索，最高交互度的互联网财产会依顺序于以下网站出版及更新：

<http://Engagment1000.com>

这些交互值仓库并没有索引，所以广告社区未必能了解其内容。



交互搜索引擎

SolidOpinion 为了支援交互平台，推出了首个搜索引擎：交互 1000 (<http://engagement1000.com>)。搜索引擎把活跃网站留言及用户经爬虫处理后，将资料用交互度作排名。传销者及品牌可以透过监察有关网站的交互度来做出更有利的广告预算方案。

The screenshot displays the 'Top commenting sites' page on the Comment 1000 website. The page features a navigation bar with 'Ranking', 'How to purchase', 'Terms and conditions', 'About', 'Contact', and a search bar. The main content is a table listing the top 19 commenting sites, with columns for Rank, Website Name, Category, Geo, Comment Platform, and View. The table is filtered for June 2017. A 'VIEW DETAILED RANKING' button is located at the bottom right of the table.

Rank	Website Name	Category	Geo	Comment Platform	View
1	REDDIT.COM		USA, UK, Canada, Australia, Germany	Proprietary	
2	THISMONEY.CO.UK		UK, USA, India, Spain, Germany	Proprietary	
3	YAHOO.COM		USA, India, Taiwan, Indonesia, Brazil	Proprietary	
4	MSN.COM		USA, Brazil, Mexico, Japan, India	Facebook	
5	DAILYMAIL.CO.UK		USA, Japan, Canada, UK, South Korea	Proprietary	
6	WASHINGTONPOST.COM		USA, Germany, UK, France, Japan	Proprietary	
7	DISQUS.COM		USA, Canada, China, UK, Japan	Disqus	
8	ADL.COM		USA, Canada, UK, Japan, Germany	Livefyre	
9	FOXNEWS.COM		USA, Canada, China, UK, Japan	Livefyre	
10	THEHILL.COM		USA, Canada, UK, Japan, Germany	Disqus	
11	DAILYKOS.COM		USA, Canada, Japan, UK, Germany	Proprietary	
12	HUFFINGTONPOST.COM		USA, Canada, China, UK, Japan	Proprietary	
13	BANKERSADDA.COM		USA, Canada, China, UK, Japan	Proprietary	
14	DAILYCALLER.COM		USA, Canada, China, UK, Japan	Proprietary	
15	INDEPENDENT.CO.UK		USA, Canada, China, UK, Japan	Facebook	
16	DAILYKOS.COM		USA, Canada, China, UK, Japan	Proprietary	
17	CANAL SUPPORTERS.COM		USA, Canada, China, UK, Japan	Proprietary	
18	INFOWARS.COM		USA, Canada, China, UK, Japan	Disqus	
19	TWE.COM		USA, Canada, China, UK, Japan	Livefyre	

Showing 11-20 of 2000 items

VIEW DETAILED RANKING

Comment 1000

Ranking | How to purchase | Terms and conditions | Privacy policy | About | Contact

Powered by SolidOpinion

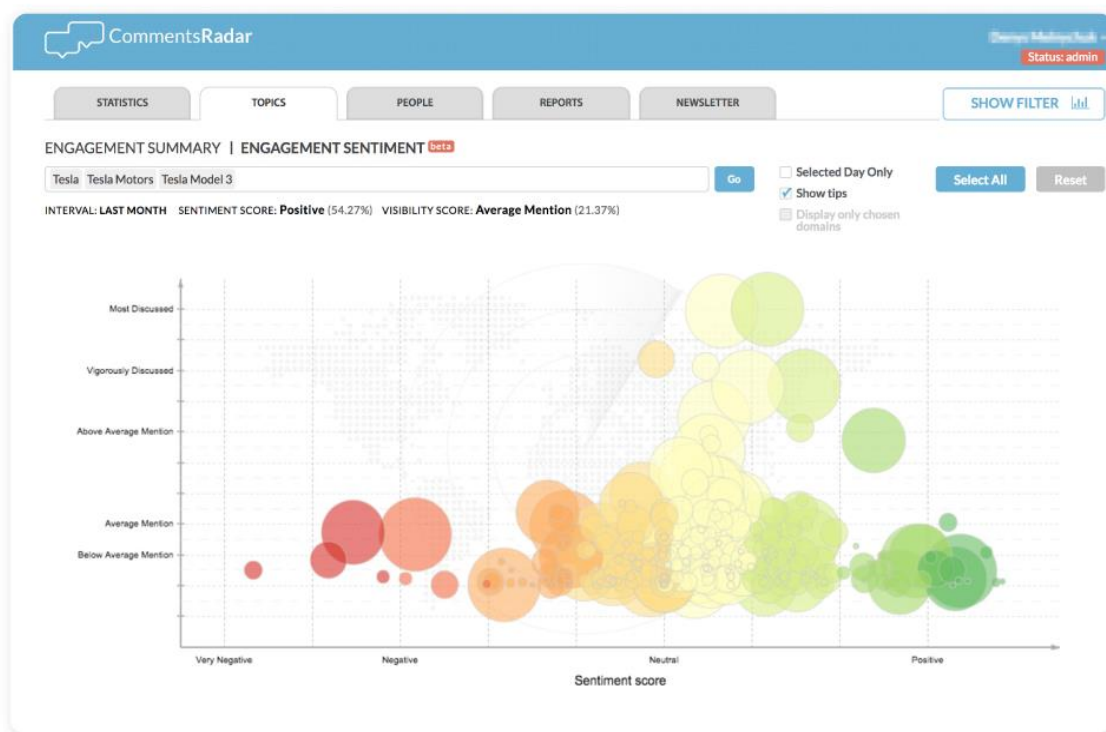


情感分析

系统依靠深层神经网络加入顶尖水准的情感分析引擎。情感分析是一项计算过程，透过把文字性的意见进行辨别及归类，来厘定书写人对指定产品或主题的态度属于正面、中立，或负面（请参考以下留言雷达仪表盘）。

情感分析的标准方法通常表现为一个循环网络，它将从预先训练的词嵌入中获得的一系列向量作为输入值，再将输入（短）文本编码设定为固定大小的特征向量，并使用最终稠密层对其进行处理情感分析。

该模型在这种基本方法的基础上进行了重大改进，其灵活性受到最新编码器 - 解码器架构的启发，该解码器架构使用可调字嵌入，具有三个循环层的深层架构，以及增加跳层连接以改善网络连接。因此，该系统使用最先进的情感分析模型，利用财产/出版情况的转变来评估用户的情感（见参考下图）。



既有广告系统

如上显示，目前广告系统高度集中，而且常无视高质量内容出版品牌价值而制造劣质的用户体验。

谷歌 AdSense

AdSense 是谷歌（Alphabet, Inc.）的广告网络，允许内容网站的出版商投放自动文字、图片、视频或互动式广告。这些广告由谷歌进行管理、分类和维护，发行商对所投放的广告几乎没有发言权。谷歌广告网络中的广告客户偏袒谷歌的自家网站及每点击付费 AdWords 产品，从而降低了谷歌 AdSense 程式投放的广告的的关注度和质量。因此，AdWords 提供的广告的点击率和广告价格稳步下降。

media.net.

与谷歌的 AdSense 网络一样，media.net 的主要焦点是服务雅虎和微软 Bing 的搜索门户。虽然它拥有部分精选出版商客户（例如：“纽约时报”），但它多被视为 AdSense 的枯燥版本，拥有比 AdSense 更低的转换广告存库。

Taboola.

Taboola 为线上内容出版商和广告客户开发和销售向网站浏览者推荐电子内容的服务。Taboola 以为网上新闻和网页底部所提供的“网络周边”和“推荐给你”框架而闻名，但推荐的内容通常被认为是低质量、新闻价值低等“点击诱饵”的典型例子。监察广告质量的网站如脸书等，已不再允许自己网页上置放这类型广告。

既有留言系统

目前的评论系统高度集中，所有领先的供应商均在争夺用户对它们自家网站的关注。这些系统包括：

Disqus.

前 1000 个出版商网站中，共有 84% 嵌入了 Disqus 评论系统。¹⁷ 过去，发布商不承认用户生成内容和嵌入第三方评论系统在自己网站上的重要性。出版商允许 Disqus 在它们的软件用户所创造和交付的内容上建立自己的目标网站，令人联想起当年雅虎没法认识到谷歌搜索功能对其门户网站的威胁。与雅虎失误不同的是，现今的出版商仍然可以把 Disqus 代码从网站中删除，以保护收入来源的系统--如交互平台—取代。。

脸书



在 1000 个最活跃的出版商网站（于留言 1000 中收录）中，只有不到一成网站选择与脸书的的评论系统联系。使用该插件的出版商往往看到自己的社群用户将与其内容的交流转移到脸书平台上，导致出版商丧失对自己广告的控制权。

Reddit Gold.

Reddit 设有了会员计划，提供额外的功能以提升用户体验。虽然 **Reddit** 是一个主要的出版商，但它的程序为其自家网站设计并仅供 **reddit.com** 使用，不设置任何容许出版商或用户以区块连代币赚取利润的机制。

未来竞争者？

潜在的未来竞争者包括 **Brave** 及其基本注意力代币。然而，**Brave** 还必须开发其实际软件，所以距离到底可行的解决方案可能还需要几年的时间。由于 **Brave** 的解决方案需要使用专门的浏览器，转换成本可能会非常高。甚至如微软这样的大型的公司花费了数百万美元的广告，却依然无法说服大量用户安装他们最新的浏览器。



公司管理层



首席执行官

Constantine Goltsev

是网上广告工业的资深工作者。他拥有超过 20 年软件和产品开发经验。Constantine 是视频广告网络始祖 AdoTube 的前行政总裁兼创办人。AdoTube 从寂寂无闻发展成为在全球拥有 13 家办公室共 200 名员工，并活跃于 23 个市场的公司。公司最后被 Exponential Interactive 收购。



企业发展副总裁

Chris Kameir

在 2000 年接受加州一所风险投资基金的首席运营官职位之前，曾经以 NIKOMA 总法律顾问的身份领导两家欧洲最初期互联网服务供应商的合并，成为今天隶属于欧洲最大的 ISP Tiscali。Chris 于 2004 年创立 Yelp 前身 Colizer，并于 2008 年出售该公司，然后加入了多家科技公司的董事会。他是 Rady 商学院（加州圣地亚哥州立大学）的客座讲师和多份技术杂志的作者。Chris 除了主修商业外，还获得了 NLP 的认证，也是明斯特法学院的毕业生。

平台支援队伍



首席科技官

Nick Urmach

是资深的工程主管，在领导高成长初创公司和发展软件开发团队方面拥有丰富的经验。在加入 SolidOpinion 之前，Nick 担任 Adotube（Exponential Interactive）工程部门的副总裁超过 6 年。Nick 拥有乌克兰 Zhitomir 国立科技大学的计算机科学文凭。他和家人现在居住于加州的奥兰治县。



首席软件工程师

Alexander Prokopyev 是公司所有技术事务创新的脑力担当，以及一个能克服团队所有障碍的手提钻。他是一位非常有才华的工程师，也是一支高效的团队领导者，一直热衷于跟上技术的最新发展，运用知识，创造力和解决问题的能力来构建强大而创新的解决方案。





营销执行副总裁

Arthur Meyerovich 为团队带来了 18 年的互联网创业经验。他曾经成立过媒体代理商、视频广告网络，以及连续数年于世界 500 强公司名单上并年收入超过八位数字美元的最大的健康出版集团之一。Arthur 的互联网公司曾经为世界 500 强客户提供技术、直接回应、品牌推广和战略方面的跨网络行销渠道服务。



营销副总裁

Lena Knysh 拥有超过 13 年的广告经验，曾服务于大品牌、代理商、网络和服务供应商。在加入 SolidOpinion 之前，她在 Adotube（线上视频广告网络）工作超过 5 年。在成功管理美国关键客户之后，她成为 Adotube 国际客户管理部门的负责人。当 Adotube 被电子广告网络市场领导者 Exponential 收购后，Lena 转型成为国际销售管理团队的关键成员，并协助公司的扩充，开发新的市场，并最终在全球开设了十几个办事处。



资料引用

1. PageFair - 2017 Global Adblock Report
2. eMarketer - US Ad Blocking to Jump by Double Digits This Year, June 21, 2016
3. PageFair - 2017 Global Adblock Report
4. Reuters Institute - Digital News Report 2016
5. Pew Research Center - State of the News Media 2106
6. PricewaterhouseCoopers -IAB Internet Advertising Revenue Report 2016
7. PricewaterhouseCoopers -IAB Internet Advertising Revenue Report 2016
8. PricewaterhouseCoopers -IAB Internet Advertising Revenue Report 2016
9. PageFair - 2017 Global Adblock Report
10. Securelist – Good morning Android, August 15th. 2016
11. <http://www.nytimes.com/2009/09/13/business/media/13note.html>
12. INFOSEC Institute -Malvertising: A growing threat, February 2014
13. Search Engine Journal - 10 Reasons for a High Bounce Rate, January 3rd 2017
14. SolidOpinion Internal Tableau B.I. Dashboard
15. PageFair - 2017 Global Adblock Report
16. eMarketer - US Ad Blocking to Jump by Double Digits This Year, June 21, 2016
17. <http://Engagement1000.com> – TopSites, September 2017