

Uzone

全球首家基于区块链的颜值经济社区

摘 要

“爱美之心人皆有之”，对于颜值的追求与欣赏并非新需求，从古至今早已有之，只是不同时代有不同的表现形式。随着移动互联网的普及，以颜值为主题的数字内容得到了广泛传播，颜值经济、粉丝经济开始风靡全球。但是在风靡的同时，也面临着内容难确权、颜值难以价值化、与数字内容分发平台方难以建立信任等诸多问题。

为此，我们创立了全球首家基于区块链的颜值经济社区 Uzone，希望运用区块链技术基于智能合约来解决这些问题，释放颜值内容的社会生产力，通过打造内容、社交、游戏等一系列社区生态产品，制定民主开放的社区治理机制，连接起来自全球各地的颜值方及用户，打造出一个透明公正的全球化颜值经济社区。

目 录

一、项目概要.....	4
1.背景.....	4
2.市场痛点.....	8
3.解决方案.....	10
4.Uzone 愿 景	11
二、Uzone 社区介绍.....	12
1.Uzone 社区概要	12
2.业务逻辑.....	12
3.Uzone公链发展规划.....	13
4.U Z T	16
5.技术实现.....	16
6.Uzone 生 态	17
7.首家战略合作伙伴- 尤果.....	30
三、基金会介绍.....	31
1.基金会的主要职能.....	31
2.基金会的发展目标.....	31
3.基金会的运营方式.....	31
四、代币发行细则.....	32
五、商业拓展及收益预估.....	33
六、发展路线图.....	34
七、团队及顾问.....	35
1.核心团队.....	35
2.顾问代表.....	37
3.颜值代表.....	37
八、风险提示及免责申明.....	40

一、项目概要

1. 背景

1) 颜值经济

颜值经济是一个多年来已被多次验证真实存在需求的一个市场，其中甚至诞生了很多家喻户晓的品牌。

花花公子创始于1953年，第一本《花花公子》以玛丽莲·梦露的性感照片做为封面登场，当期总销售量达53,991本，从此一炮而红。1972年11月版的《花花公子》甚至创下销售超过七百万册的纪录。拥有这么一个受人追捧的杂志，花花公子集团于70年代就发展成为了在美国纽约股票交易所上市的媒体集团企业。

同样成功的还有维密，维多利亚的秘密时尚秀是由美国女性内衣与睡衣品牌“维多利亚的秘密”主办的年度时装表演。每年，维多利亚的秘密自四十位中挑选出二十位时尚模特，为时尚秀进行演出，维密模特以极佳的身材、超高的颜值充分展示女性的美。1995年，维密举行了首场时装展，被全球媒体报导为“世纪内衣盛事”。1999年，经过在超级橄榄球赛期间广告宣传，维密公司创下广播纪录，时装展现场直播的同时在时代广场转播，吸引了15亿观众。这带来的商业效果也是相当惊人的，通过维密秀带来的影响，维密占据了美国内衣行业35%的市场份额。

此外以选美为例，国际小姐、世界小姐、环球小姐和地球小姐四大选美赛事在全球各地影响力巨大，吸引亿万观众的同时也带来了巨额的经济收益，可以说是颜值经济的又一典型代表。其国际小姐首届比赛早在1960年在美国加州长滩就已举行，世界小姐于1951年由爱瑞克·莫里在英国南岸创立，而且分地区竞赛，有北欧地区、南欧地区、亚太地区、加勒比地区、美洲区和非洲地区。环球小姐于1952年的美国加州太平洋米尔斯服装公司创立，现在已经到过超过20个国家举行。推出较晚的地球小姐除了满足人们对颜值欣赏的需求，还旨在提升人们的环保意识。

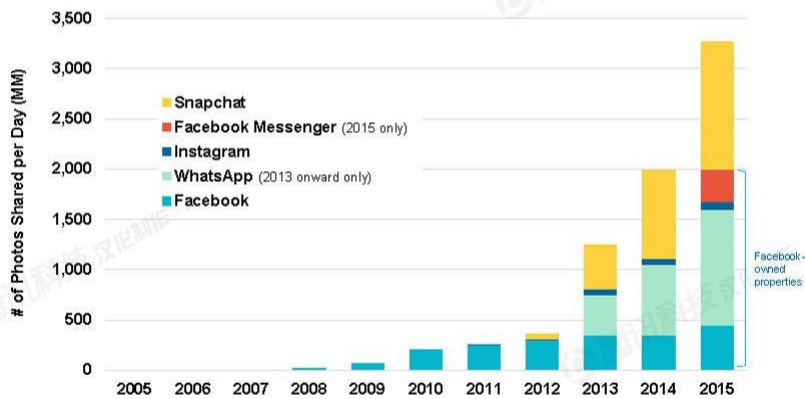
2) 移动互联网普及

移动互联网普及让大部分人进入了信息社会，同时让颜值可以作为一种数字内容在互联网上进行传播，照片、视频成为了颜值最好的传播载体。

“互联网女皇” 玛丽·米克尔在其发布的《2016互联网趋势报告》中曾指出，全球每天有 30 亿张照片被分享到网络上，五年前，这一数字仅为5000万张左右。

图像的使用仍保持强劲增长势头

2005~2015年社交平台上的日图片共享数量

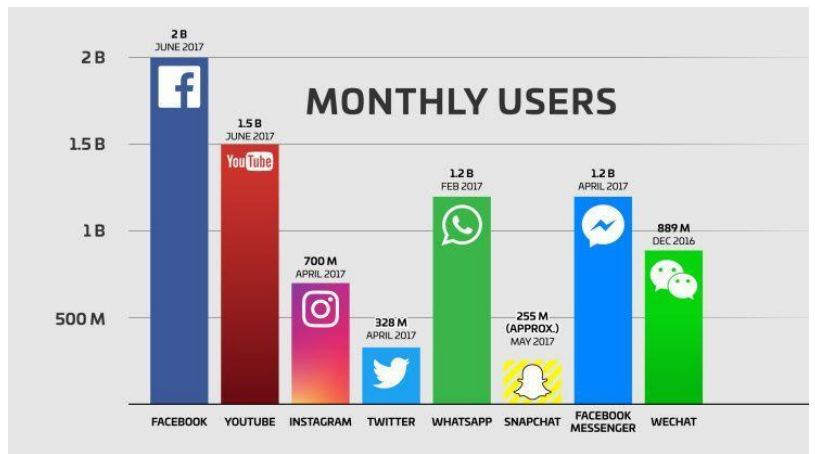
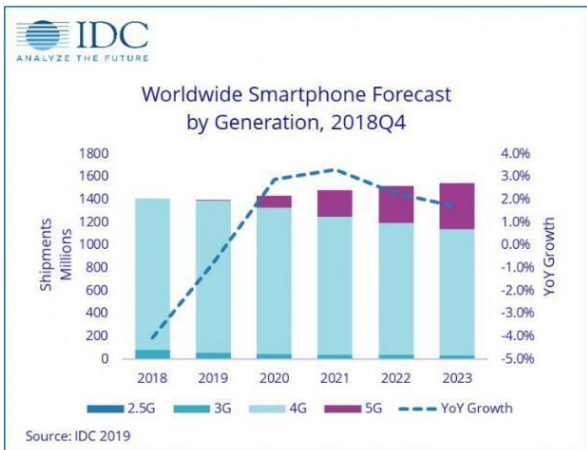


@KPCB

Source: Statista, Company disclosed information, IHS & eMarketer
 Note: Snapchat data includes images and video. Snapchat data are snapshots of images and video. WhatsApp data is limited based on average original photo shared (around 1.15 and 0.1-1.5).
 Instagram data is from Instagram photo release. Instagram data is Facebook photo per month. Facebook photo is 2B photo per day across Facebook, Instagram, Messenger, and WhatsApp (2015).

KPCB INTERNET TRENDS 2016 | PAGE 90

智能硬件及技术的普及在大量改变人的生活及消费方式。调研公司 IHS Markit 2017年曾发布数据报告，2016年全球智能手机保有量为40 亿部，预计2020年将达到60亿部。人们每天都在用智能手机拍照和自拍，每天产生数十亿张照片，并通过Facebook、Instagram、twitter、微信、微博等社交软件上传播。



人们拍摄的照片除了用于免费的社交传播，也有一部分直接形成商业化运作，以美国成立最早的商业图片商shutterstock为例，其成立于2003年，并首先尝试图片的订阅付费模式。通过收购，shutterstock树立了在微利图片市场的领先地位，并于上市后进入编辑类图片，形成完整图片产品线。根据彭博报道，2016年1-7月，公司股价累计上涨74%。2016年7月12日，shutterstock与谷歌广告平台达成合作。同时，2016年期间，公司与软件与互联网公司（微软、谷歌）、垂直的B端服务公司（adobe、Sprinklr、Optimizely）均达成API合作。

图：公司2017年图片\视频库数量



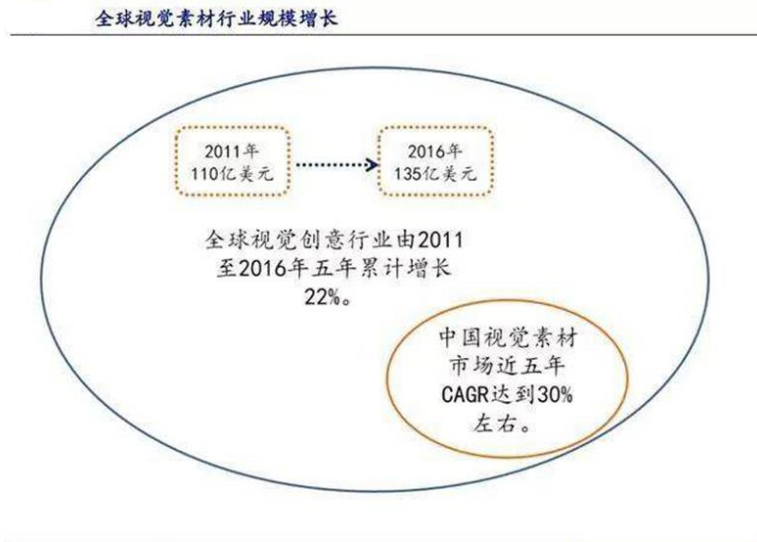
数据来源：Shutterstock年报，广发证券发展研究中心

图：2013-2017年公司收入及其增速



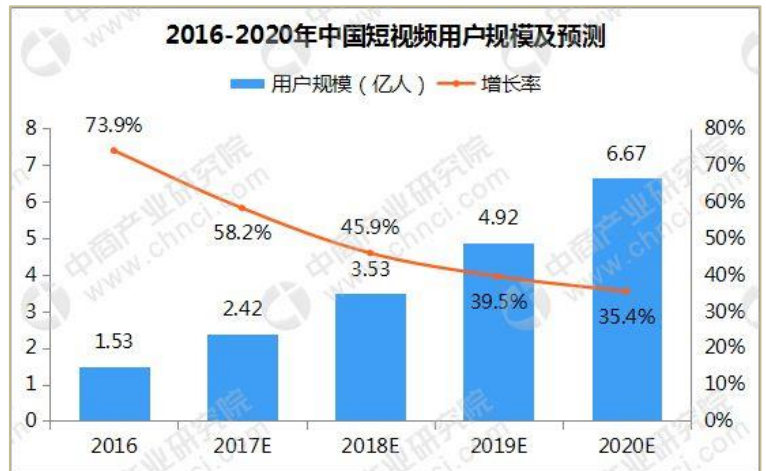
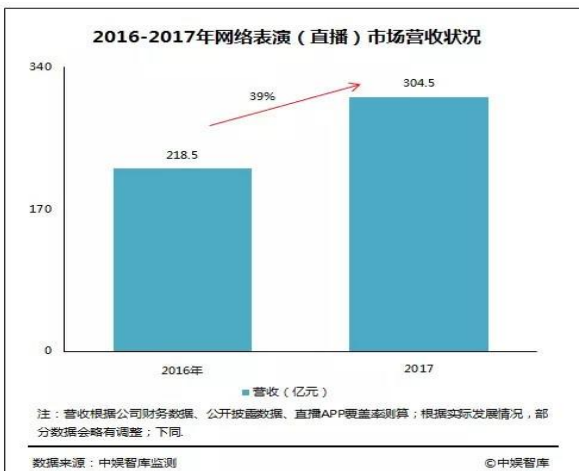
数据来源：Shutterstock年报，广发证券发展研究中心

根据美国L.E.K公司的一项调查报告表明，全球视觉创意行业在2011年的市场规模约为110亿美元，到2016年达到135亿美元，5年累计增长22%。在中国，2017年我国摄影行业市场行业总收入3168.7亿元，同比增长17.1%。行业经营单位41.6万家，同比增长3%，从业人员602万人。



资料来源: L.E.K, 新时代证券研究所

2017年我国直播市场营收达到304.5亿元，相比2016年的218.5亿元，同比增长39%。直播逐渐成为了人们发现美的一个渠道。2019年2月，中国互联网络信息中心发布了第43次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2018年12月，中国短视频用户规模达6.48亿，用户使用率为78.7%。短视频和直播已经成为当今颜值内容产生的重要渠道。



3) 区块链兴起

诞生于 2008 年全球经济危机之后的比特币，从 2017 年开始再次强势回到公众眼中，而比特币背后的“区块链”技术也成为标志着人类开始构建真正可信任的互联网。今年是中本聪发布《Bitcoin: A Peer to Peer Electronic Cash System》的第 10 年，区块链技术在不断的突破，譬如灵完备的智能合约、闪电网络对链下交易渠道的完善，都彰显了下一个十年区块链带给传统互联网的更多机会和挑战。

一切革命的开端，往往都是技术先行。区块链是目前最有潜力触发颠覆式科技革命浪潮的核心技术。基于区块链技术建立的信任体系，智能合约、价值确权对商业模式和生产关系的革新，对各个行业都将带来新一轮颠覆式的创新。

2. 市场痛点

1) 优质颜值内容生产力不足

颜值作为一种新型的有价值商品，基本上以图片、视频、游戏等数字载体为主，虽然在移动互联网普及之后，数字内容开始爆炸性增长，但是在今天，优质的颜值内容产品依然是稀缺的，优质的颜值内容生产力依然是匮乏的。

导致这个问题出现的原因主要有两点：

一是数字内容在当前互联网商业的形态下，一直存在着被大量盗版侵权等问题。由于数字内容复制几乎零成本，导致数字内容的确权缺乏便利途径，侵权成本低而维权成本高，这就使得侵权行为越发泛滥。在这种情况下，优质颜值内容生产方的利益得不到很好的保障，使得生产方的积极性受到极大影响和限制。

二是颜值内容经济缺乏系统化体系化的发展路径和平台，使得颜值内容生产方没有很明晰的成长和发展路径，这造成颜值内容的生产始终是一个小圈子爱好者在做的事情。

2) 内容生产端，社会化生产质低量高、中心化生产质高量低的矛盾。颜值方和内容制作方作为颜值内容的生产方本身就是社会化的群体，每一个人都有可能作为颜值方输出自己的颜值作为素材，每一个摄影师也都有可能拍出惊艳的作品。

但是在当前的互联网商业模式下，在内容生产端，如果采用社会化（可以理解为UGC）的方式产出内容，则有可能会面临内容水化质量降低的问题。如果采用中心化（可以理解为PGC）雇佣专业摄影师合作专业模特的方式产出内容，质量标准容易控制，但是同时又会遇到内容产量不高、作品风格缺乏多样性的问题。

这是在当前的商业环境下，一个很难解决的典型矛盾问题。如何用社会化的方式激活生产力，并且能设立明确透明的规则保证产出质量，同时还不会因为审核标准的黑箱化而打击生产方的生产积极性。

3) 消费数据不透明，颜值方、内容制作方、平台方三方难以建立充分信任。颜值内容的生产方（即颜值方与内容制作方）由于无法直接触达所有对该内容感兴趣的用戶，所以内容的分发基本上必须依靠平台来完成。但是，由于数字内容不同于实体商品，其不存在物理商品的流转，同时由于前文提到的数字内容复制成本低、确权难的问题，在现有互联网商业模式下，数字内容的生产方是无法保证平台方提供的用戶消费数据是真实准确的。

举例来说，摄影师和高颜值模特共同创作了一个作品放到平台上，该作品真实的付费数据是1万，但是有可能平台方呈现给内容生产方的消费数据仅仅只是100。因为内容生产方和用戶没法直接接触，数字内容的复制又毫无成本，所有数据都掌握在平台方手里，在这样的情况下，内容生产方只能被动接受平台方提供的数据。

因此，在这样的模型下，平台方和内容生产方难以建立真正的信任。同样，颜值方和内容制作方作为内容生产的两方，也很难基于信任，并且按利益分成的方式去建立合作，这本质上是由数字内容易流通难确权同时消费数据不透明所造成的。

4) 跨国界支付流通麻烦

对颜值的欣赏是天然跨国界的，但是商业行为却是有国界的，每个国家和地区都会有不同的货币以及税收等政策，哪怕是对于以纯数字内容作为载体的商品，也依然会遇到不同国家使用不同货币，不同国家的用户使用不同的支付手段不同的支付中介等问题，难以快速做到统一的商品定价及清算结算，而区块链正是解决这一问题最根本且行之有效的方式。

5) 用户与内容生产方难有深度互动

用户作为颜值内容的消费方，与内容生产方关系和互动过于单一。作为整个商业链的末端，用户往往只能被动接受和选择内容生产方和平台为其提供的内容，很难在内容生产的前期就选择自己感兴趣的素材和内容，在整个内容生产和流通的环节，用户很难有机会参与其中。

这一方面使得用户的个性化需求难以被满足，用户的参与度有限，另一方面也对颜值方发展个人粉丝、与粉丝互动，从颜值经济进化到粉丝经济受到一定限制。

3. 解决方案

随着区块链技术的高速发展，以上问题将得到有效的改观，经过团队的深度研究与探索，全球首家基于区块链的颜值经济社区：Uzone 应运而生，核心成员在区块链开发及颜值经济领域具有非常丰富的经验。

数字内容行业存在大量盗版侵权问题，而区块链技术具有不可篡改、公开透明和可追溯的特性，能够对于需要数据存证和跨主体信任协作的领域产生强大的改造效果，这在数字内容领域具有天然的优势。版权确权的问题得到很好解决之后，颜值内容生产方的价值也就可以得到更好的保护，

相信这会极大提升颜值内容生产方的生产积极性。同时，Uzone 社区对颜值方的长远发展也做出了体系化的设计和规划，在 Uzone 社区中颜值方可以将自己的颜值从内容应用到社交以及应用到游戏，从颜值经济逐渐发展成粉丝经济。

同时，交易信息的数据上链和智能合约的实现，能够让交易数据真实可信，利益分成可以按智能合约自动执行。代码即信任的方式能够重塑多方的信任，在此基础上可搭建更健康完善的商业模式。

区块链上的 Token 经济天然支持跨国界的商业行为，直接解决货币和支付工具地方化多样化等问题。

在区块链的基础上，Uzone 将打造一个真实可信并且多方深入互动的颜值经济社区。

4.Uzone 愿景

Uzone 作为全球首家基于区块链技术的颜值经济社区，希望通过开放民主的社区治理机制，公平公正的社区合作氛围，让颜值生产方之间能打造出坚实的合作信任基础，重塑颜值内容生产的生产关系，彻底释放社会的颜值内容生产力。

Uzone 的努力方向是高效有价值地连接全球各地的用户和颜值内容生产方，力争早日实现过亿社区用户，发展成为覆盖全球七大洲规模最大的颜值经济社区。

通过 Uzone 社区生态产品和用户的发展，未来合适的时机启动实施 Uzone 公链计划，打造全球颜值经济生态，成为颜值经济底层信任基础。

二、Uzone 社区介绍

1.Uzone 社区概要

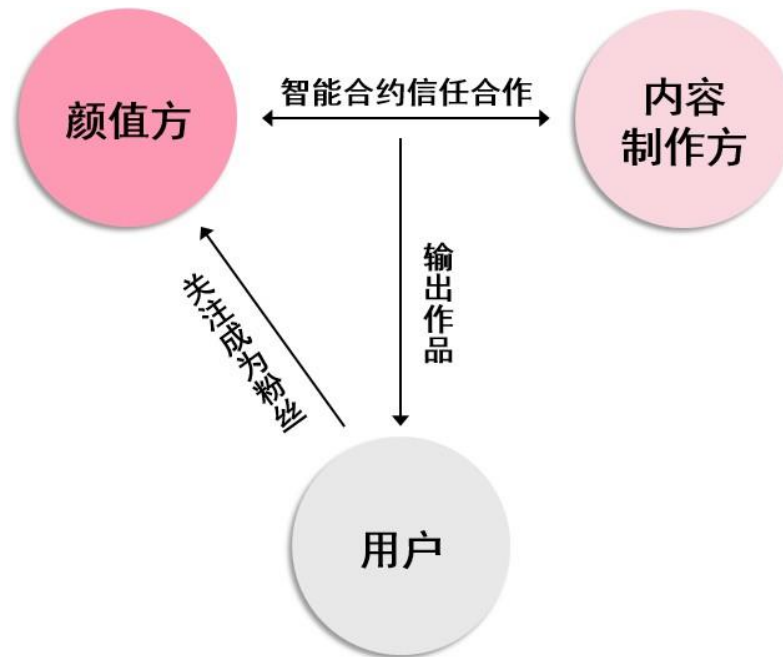
Uzone 是全球第一个建立在区块链技术上基于 Token 设计的颜值经济社区，旨在为颜值内容生产方和用户提供一个真实透明互动深入的线上社区。

Uzone 的愿景是让优秀的颜值内容作品获得应有的价值认可，让颜值作品作为可量化的数字资产可以在线上实现自由地跨域流通，同时让颜值方、内容制作方以及用户等参与内容创作的所有角色，都可以获得约定的权益回报。

Uzone 将发行自有 Token UZT，并以 UZT 为媒介，应用区块链技术，基于智能合约，实现 Uzone 社区的公平透明以及价值公允。

2.业务逻辑

Uzone 社区主要分为三类角色，即颜值方、内容制作方和用户，通过 Uzone 社区有机结合在一起，满足各方的多种需求及实现价值及权益的公平转移。



颜值方

任何人都有机会成为颜值方，通过提供自己的颜值作为数字内容创作的素材。颜值方的主要诉求是能以自己为素材生产出优质的数字内容，同时能通过线上广泛传播，让自己得到更多人的欣赏认可以及关注，并且在这个过程中得到一定的回报。通俗地说，即“记录自己的美，传播自己的美，价值化自己的美”。

在Uzone，颜值方可以通过和内容制作方合作，推出自己的作品，作品标准得到Uzone 审核认可后，Uzone 会推送给用户，用户使用Uzone 的Token UZT 支付即可获得颜值内容的观赏等权利，其中一部分 UZT 会按智能合约 的约定直接转至颜值方。

在 Uzone，优秀的颜值方还可以根据自己的作品吸引及发展自己的粉丝，通过直播及一对一视频等多种方式与自己的粉丝互动，在这个过程中也可以获得用户支付的 UZT。

内容制作方

摄影师、摄像师等等都是内容的制作方，他们通过自己的创作能力以颜值方作为素材，敏锐地捕捉和记录美好瞬间。内容制作方的主要诉求一是能有多样化的素材能排出更多更好的作品，二是自己的创作能得到应有的价值回报，并且能让自己依靠作品积累出行业名声，靠作品价值化自己的创作能力。

内容制作方同颜值方一样，以颜值方为素材创作的作品，得到用户的消费后，会按照智能合约的约定获得相应的 UZT。

用户

用户主要作为颜值内容产品的消费者，在 Uzone 可以获得来自全球的高品质颜值内容产品，通过支付 UZT 可以查看自己喜欢的各种颜值内容，并且有机会和自己欣赏的颜值方视频互动等。

用户作为Uzone 社区的核心用户，可以通过壮大社区维护社区活跃等多种对社区有益的贡献方式获得 UZT 激励。

同时，Uzone 为所有用户搭建了一个公开透明的社区，其中部分资深用户还有机会申请成为Uzone 社区的超级鉴赏家，超级鉴赏家可以共同参与决策 Uzone 社区的诸多重要事项。

3. Uzone公链发展规划

a.构建基石

鉴于当前去中心化的颜值经济应用在整个行业内都处于空白阶段，为了尽快搭建生态，同时服务更多的合作方，为用户带来高质量的内容生产。在项目初期，我们决定将先基于现有区块链基础设施平台初步构建Uzone社区项目。

以太坊（Ethereum）作为世界上第一个，也是当前最成熟、接受程度最高的区块链基础设施平台，从诞生以来就一直受人瞩目，到目前为止已经成功运行了几千个去中心化项目。无论从生态运行、稳定程度都高于其他项目。故经过多方调研选型，我们选择基于以太坊的基础设施平台搭建去中心化社区Uzone，并发行基于ERC20标准的Uzone社区代币UZT，作为Uzone生态体系的通用流转通证。

同时连接更多的颜值方，内容制作方，形成初具规模的颜值内容生产体系，积累用户。为Uzone社区下一阶段的凝结蜕变积累雄厚基础。

b.凝结蜕变

经过基石阶段的积累沉淀后，无论是从技术、生态以及行业资源上，我们都有了一定的基础。这就构成了我们凝结成长的资本，助力Uzone继续向前飞行。

生态上，在该阶段我们会延续基石阶段积累的资源，继续拓展Uzone体系。随着生态的不断扩大，用户以及内容的不断增多。尚未启用扩容方案的以太坊性能有限（理论上交易峰值12TPS），势必不能满足此阶段下Uzone社区的需求。

为了给Uzone生态及用户提供更好的服务，Uzone经济体系需要一个更强大的技术平台。为此，我们将会从以太坊中选择蜕变，建立真正属于Uzone的高性能主网。

在主网上线之后，原有以太坊上的用户数据将会迁移至新的主网。同时在全社区启动Uzone“蜕变日”计划，将基于以太坊上的UZT（Uzone Token）全部置换成新的主网数字货币UZC（Uzone Coin），为Uzone的经济体系换以新鲜的血液。UZT回收完毕之后，将不再有基于Uzone的价值基础，会全部予以销毁。

c.绽放升华

Uzone主网上线之后，在初期，主网的定位是为Uzone社区的运转提供强大动力的技术平台。但同时为了使Uzone社区和颜值经济能够继续蓬勃发展，Uzone不仅要作为颜值内容经济体系的组织者，更要作为优秀颜值内容项目的发掘者和培养者，使得Uzone以作为颜值经济的促进方向改革方进行升华。

为完成Uzone使命的升华，Uzone主网的定位将不单单是提供颜值经济动力的技术平台，更是实现新的Uzone社区的基础设施，为项目方提供其所需的通证发行、智能合约、用户管理、安全机制等一揽子服务。而此时Uzone社区运营者的目标则是挖掘优秀的衍生颜值项目方，使其能够基于Uzone主网的基础设施，建立自己的项目子链，发行自身项目Token或使用UZC作为自身子体系的流转通证（货币），生产更多优质内容，服务更多的用户。

当越来越多的颜值项目选择使用Uzone的基础设施进行颜值内容生产，届时，Uzone作为整个颜值经济体系之土壤，其上将会绽放越来越多的项目之花，内容生产工具将极大丰富，颜值经济也会空前繁荣，也是我们Uzone社区的终极目标之所在。

4.UZT

Uzone 将按 ETH 标准发行 Uzone Token 简称 UZT，它将会成为 Uzone 各种应用场景中的通用代币。

UZT 由 Uzone 一次性统一生成，总量恒定，永不新增，其分配逻辑遵循市场经济“市场-政府-道德”的三次分配逻辑。

第一次分配：UZT 会向基金会、团队、募资、社区生态建设等按照比例进行分配。

第二次分配：UZT 在 Uzone 流通过程中，Uzone 按照智能合约约定比例获得的UZT 分成，一部分会用于基金会运营，一部分会再次分配到社区生态建设，还有一部分会冻结作为风险储备金。

第三次分配：UZT 在社区用户之间可以互相捐赠。

5.技术实现

Uzone 社区是建立在区块链底层技术上，底层为 ETH 公链系统，包含代币和智能合约等应用，并且通过区块链技术实现分布式数据存储。

第二层是 Uzone 的 dapp 生态及社区规则层，其中包含内容系统、社交系统等主要应用系统，同时也包含用户激励系统，Token 经济系统及社区的治理机制。

表现层为Uzone 社区的呈现形式，具体包含web，IOS 以及Android 等。

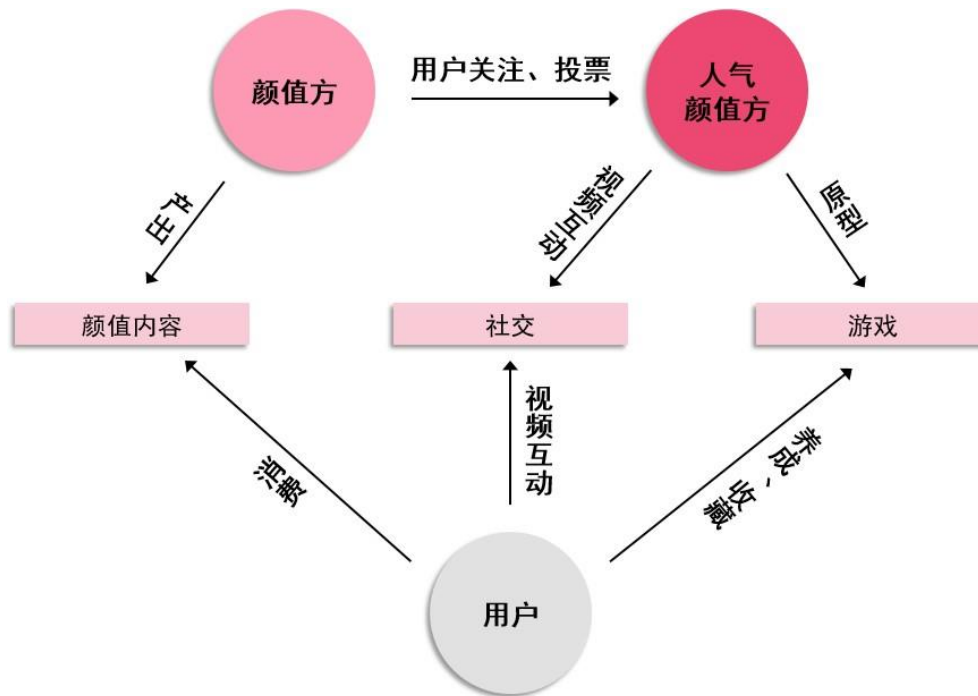


6.Uzone 生态

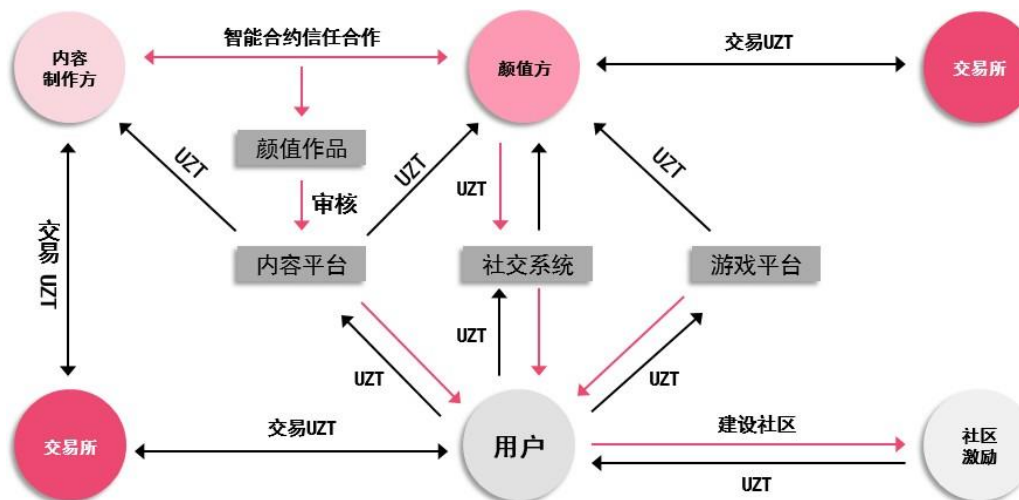
Uzone 社区通过打造内容、榜单、社交、游戏等一系列的社区生态，希望让社区用户与颜值方可以通过社区内的这些生态产品，完成从仰慕到相知、相熟，甚至于相交的过程。

高效有价值的连接用户和颜值方一直是 Uzone社区为之努力的方向，为此，Uzone搭建了一系列的生态产品，以及制定了相应的开放的社区治理机制。

下图是用户和颜值方在 Uzone 社区内通过各种生态产品的互动关系图。颜值方从最初通过输出内容产品让用户观赏消费，得到用户的认可和关注，逐渐发展成为 Uzone 社区内的人气颜值方，通过社区投票等审核机制后，可以拥有社交互动的功能，在社交系统中可以与社区用户进行视频社交等互动行为，同时也可以拥有在游戏中按自己作为原型生成游戏对象的权利，可以在游戏的虚拟世界里与用户 7*24 小时更深度个性化的互动。

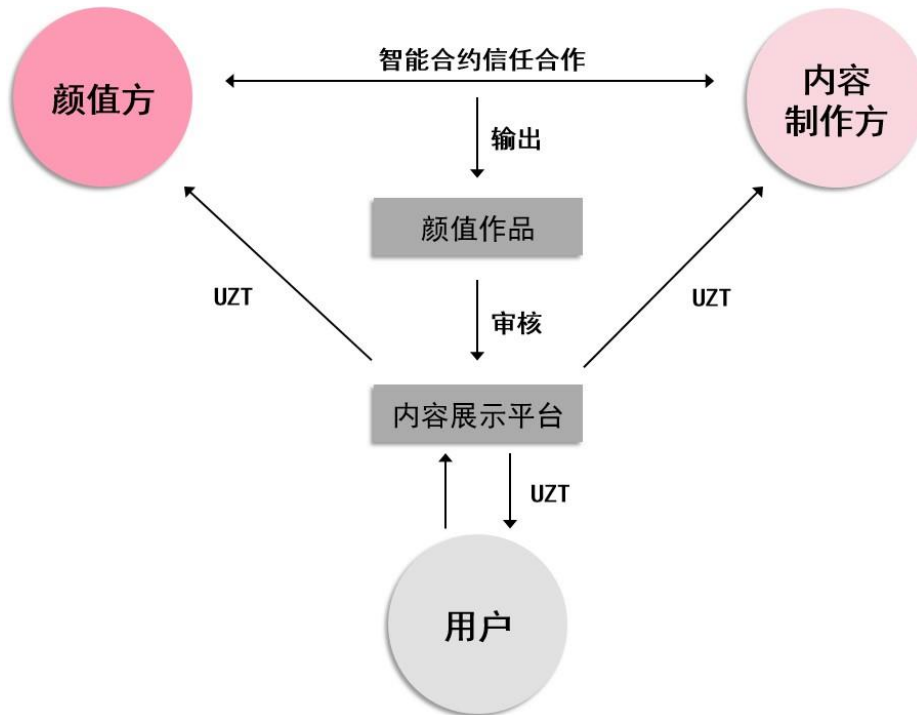


Uzone 生态以UZT作为重要纽带，连接社区内用户、颜值方、内容制作方等多方人员，同时贯穿于Uzone生态的各个产品线中，使得各方在Uzone社区内各个生态中的付出和贡献都能得到价值量化和回报，同时UZT健康的流通和分配模型，也是Uzone社区长久发展壮大的基础。



1) 内容社区

内容社区是Uzone的基础核心功能，其中涵盖颜值方、内容制作方以及用户这三个角色。



a. 内容生产

内容的生产主要涉及到颜值方和内容制作方两个角色，在 Uzone 社区中会包含颜值方社区和内容制作方社区两个独立社区，在内容生产阶段会由双方自由匹配。

拿模特和摄影师来举例说，模特可以在摄影师社区中看到所有摄影师按热门度的排名，擅长风格分类等等，以及所有摄影师之前的作品，然后模特可以邀约自己认可的摄影师一起合作生产内容，如果摄影师同意后，双方在 Uzone 社区内定好收益分成比例，该比例会被约束到智能合约中，未来两人合作的该作品的收益均会按智能合约的约定自动划转到双方的钱包地址。

同样的道理，摄影师也可以在模特社区中寻找自己满意的颜值方作为素材，主动邀约，颜值方同意之后，同样约定好收益比例后开始共同生产内容。

这样的方式既能保障模特和摄影师双方的利益，同时又能调动双方的积极性，扩大内容的生产力。

同时社区也欢迎独立作品制作者进行上传，即颜值方与内容制作方可以为一用一人。

b. 内容审核

为保证 Uzone 社区内容的高标准质量，以及规避违法违规等内容，所有的内容均需通过审核后才能发布到 Uzone 社区内，Uzone 会公开公示具体的内容审核标准，前期内容的审核会有 Uzone 基金会的工作人员来负责审核，后期会逐步开放到由社区用户、超级鉴赏家、基金会一起共同审核。

这样既能保证社区内容的高水准，同时也能保证审核过程的透明公正，以免审核操作黑箱化，一方面滋生腐败，另一方面也可能打击内容生产方的积极性。

c. 内容展示及交易平台

通过审核的内容会展示到 Uzone 社区内，用户可以通过支付 UZI 的方式查看各种内容作品。其中一部分 UZI 会作为交易平台费划转到 Uzone 钱包地址，剩余的部分会按照颜值方和内容生产方在智能合约中约定的比例按比例转到他们相应的钱包地址中。



2) 社交系统

社交系统是 Uzone 的 VIP 功能，社交系统中主要包含颜值方和用户两个角色。

其中，并不是 Uzone 社区内所有的颜值方都能使用社交系统，颜值方需要通过 Uzone 包含基本素质、粉丝影响力等多维度的审核标准后才能入驻社交系统内。

社交系统主要会包含一对一视频社交和直播两大功能。

a. 一对一视频社交

由于 Uzone 社区是覆盖全球的国际化社区，用户和颜值方在使用 Uzone 社区的社交功能前，彼此往往都是陌生的。陌生人社交有两个最大的问题，一是两个陌生人之间如何完成破冰，二是两个陌生人之间如何建立信任。

一对一视频社交即是在 Uzone 社区内容生态的基础上，为了满足用户和颜值方的社交需求而诞生的产品。

用户在欣赏了颜值方的颜值内容成为其粉丝后，会有想从静态观赏到动态互动的需求，想有机会与颜值方交流互动成为朋友，也会有从欣赏作品到想瞻仰真人的诉求。

由于 Uzone 全球化的发展定位，颜值方和用户有可能都来自于全球的任何国家任何地方，在地理位置上可能相隔万里，但是通过一对一视频社交，可以瞬间拉近两方的距离，体验到几乎零距离的交流。

因为有内容生态作为基础，用户在与颜值方视频社交之前，往往已经看过颜值方的内容作品，这可以作为双方初次互动时破冰话题的一个切入点，解决了陌生人社交难破冰的问题。

同时由于 Uzone 是建立在区块链基础上的开放式民主社区，所有颜值方都是由超级鉴赏家及用户投票选出，颜值方能保证自身的真实性，同样用户在社区内的消费数据、持币数据等都是在区块链上可查询的数据，在这些真实可查的数据的基础上，奠定了双方社交互动开始的信任基础。

通过 Uzone 的一对一视频社交，用户坐在家，就可以前一秒与日本乖巧的颜值方视频交流，下一秒就切换和乌克兰唯美的颜值方谈心打趣，可以早上与英国的颜值方共进早餐，晚上与巴西的颜值方共话足球。

在这里，用户可以与全球任何地方的颜值方实时对话，谈心交流，可以在这里交到来自全球任何国家任何种族任何语言的颜值方做朋友。

在这个过程中，用户会按视频交流时间而消耗自己的 UZT，颜值方会通过用户的交流而收到除去交易平台费外的所有剩余 UZT。

为了保证视频社交中颜值方的质量和影响力，所有的颜值方在有权利开启一对一视频社交之前，均需要通过 Uzone 的基本审核。



b.直播

为了让某些有潜力的颜值方有机会得到更多用户的关注，也为了让某些很受欢迎的颜值方可以更好地与粉丝互动。Uzone 会以每周固定的周期选择一部分颜值方在 Uzone 社区内做推荐直播。

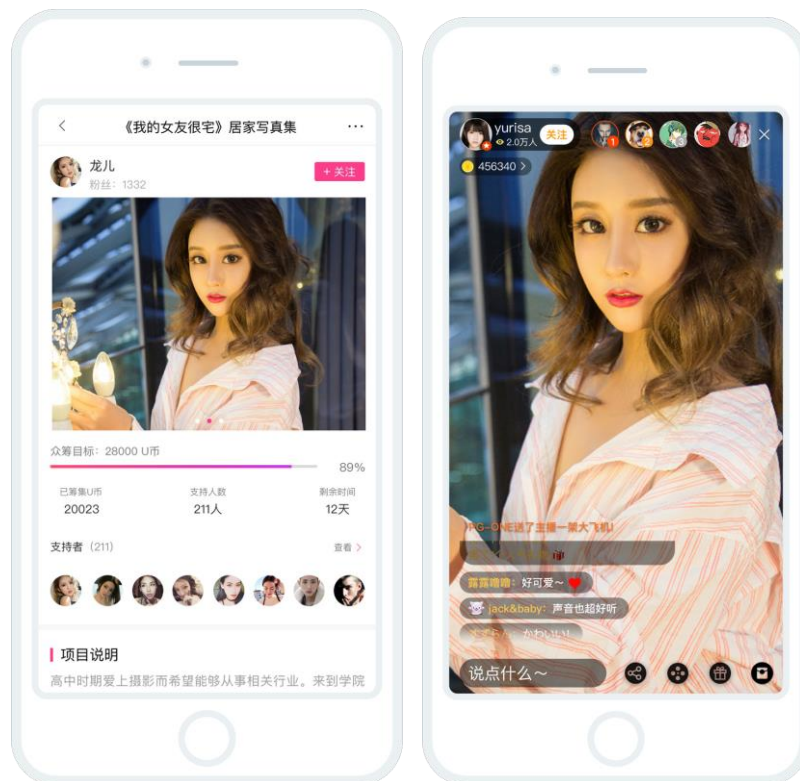
根据需求的不同，直播会大致分为两种，一种是新人上直播，一种是人气颜值方的主题直播。

新人上直播是指在 Uzone 社区中资历尚新的颜值方，希望可以通过在社区中上直播的方式让社区中更多的用户认识自己并且关注自己。Uzone 每一期会选择1~2位新人上直播，直播新人作品的创作过程等。Uzone会将每一期最终哪位新人能上直播的选择权交给社区用户，在每一期直播之前，会在社区内进行投票选择，每个用户都可以给自己欣赏的新人投票，每1票消耗1UZT，最终当期得票数最高的新人即可获得上直播的机会。

人气颜值方和新人上直播不同，人气颜值方是根据自身内容创作的需要，可以申请发起主题众筹，直播是对众筹参与用户的一种回馈。比如某

人气颜值方希望到普吉岛选择风景优美的地方做一组颜值内容创作，可以在Uzone社区内发起该次创作的主题众筹，其粉丝等用户可以通过捐赠UZT的方式参与众筹支持其创作。众筹成功后，颜值方将会全程直播其整个创作的过程，以此作为对捐赠粉丝的馈赠。

用直播的方式，能更好地拉近用户与颜值方的距离，让双方可以有机会真实互动。



3) 游戏

喜欢游戏是人的本性，游戏能在虚拟世界满足人在现实世界中很多无法得到满足的需求。Uzone 计划会开发两类游戏：

a. 虚拟现实养成游戏

对某些影响力比较大的颜值方，可能希望能与其互动的用户会比较多，一对一视频无法让所有用户都有机会与其互动。

针对这样的情况，Uzone 计划以颜值方为原型开发养成类游戏。所有的用户都可以在游戏中选择以自己欣赏的颜值方为原型开发的角色，在游戏中可以体验与颜值方邂逅、交朋友、约会、甚至谈恋爱。

在游戏中，会有很多基于 ETH 标准的游戏道具，例如服装、礼物等等，这些道具都是独一无二并且数据记录在链上，用户可以通过购买、赚取等方式获得这些道具，通过赠送这些道具给颜值方，以获得游戏中颜值方的好感提升。

在设计的游戏场景中，也会随机出现百宝箱，百宝箱里的礼物和中奖概率都是写在智能合约当中的，保证用户中奖的真实性及公平性。

最重要的一点，因为游戏中的原型都是平台上真实存在的颜值方，所以，当游戏中颜值方对用户的好感值提升到约定的一个数值时，用户即可拥有换取与真实颜值方互动的机会。

例如，当用户对游戏中自己养成的游戏颜值方积累的好感值达到一个数值时，或者在游戏中使用了某些独有道具时，可以兑现让现实中的颜值方连续一周每天固定时间电话叫自己起床等现实生活中的服务。

让游戏能够和现实相结合，这Uzone社区游戏最大的设计思路和特色之一。

b.收藏游戏

Cryptokitties以太猫作为以太坊上第一个风靡的游戏，一度让以太坊网络交易拥堵。我们计划开发的收藏游戏的玩法与以太猫会比较像，只是我们游戏中的每一个对象都真实对应的是 Uzone 社区里的一个颜值方，同时我们还为收藏者映射了一些实际的权利。

在我们的收藏游戏中，我们也会以 Uzone 社区里人气比较高的颜值方为原型，生成一个相对应的游戏形象，但是和上面说的养成游戏不同，在收藏游戏中，每个游戏形象都是基于 ETH 标准发行的一个Token，所以，它具有独一无二的特性，全网只有一个，被你拥有了别人就无法再获得，不可复制，并且由于是链上数据，其所有权也不可篡改或窃取。这和现实社会更能对应理解，用户在游戏中拥有了颜值方对应的游戏形象，这个游戏形

象就属于该用户了，和现实生活中双方结婚是一个道理，所有权会被记录在区块链上。

和以太坊不同的地方在于，我们的收藏游戏赋予了收藏者现实权利。拥有颜值方对应游戏形象的所有者，每个月拥有一次与颜值方真实互动的机会，并且，随着游戏的不断迭代，还会给收藏者映射更多的权益。

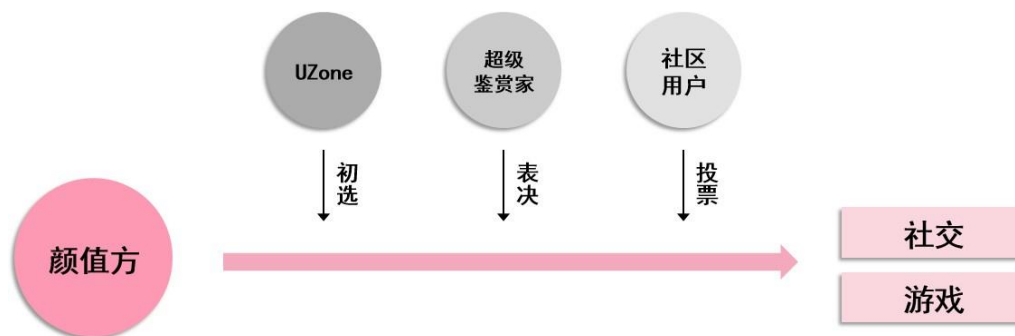
每个颜值方的游戏形象生成时，会在游戏中公开用 UZT 竞拍，出价最高者可以获得该游戏形象的所有权。

同时在游戏中会有交易所，游戏形象的持有者可以在交易所中给自己拥有的游戏形象进行定价出售。

所以，在收藏游戏中，用户可以像买卖古玩字画等传统收藏品一样买卖自己喜欢的颜值方，通过游戏还能赚取投资收益。

4) 超级鉴赏家

在社区的治理机制上，Uzone 希望保持社区的民主性及开放性，所以引入了超级鉴赏家和社区投票的机制。



Uzone 会在分布于全球各地的用户中公开选出 101 位的用户作为 Uzone 社区的超级鉴赏家，超级鉴赏家将作为 Uzone 社区中的重量级权威人物与 Uzone 基金会一起管理和维护 Uzone 社区的良性发展。

超级鉴赏家将会作为评委团对颜值方是否能上线一对一视频社交、是否能作为游戏对象原型等进行投票筛选，只有通过超级鉴赏家半数同意的颜值方，才有机会进入用户投票等下一轮评选环节，如果超级鉴赏家全数

同意，则颜值方无需通过用户投票即可直接拥有进入一对一视频社交和生成游戏对象的权利。

超级鉴赏家是 Uzone 社区中的重要参与者，为了保证超级鉴赏家的权威性及对社区的支持度，Uzone 社区会对超级鉴赏家有一些具体的要求，例如：

A.Uzone 账户必须持有并冻结一定数量以上 UZT

B.具有一定行业经验

C.在 Uzone 社区进行过颜值内容消费或者投票等行为

具体细则会由平台上线时公布。

超级鉴赏家机制的产生，本质上也是反映 Uzone 公开透明社区自治的思想，希望与用户一起打造一个纯粹的公正的社区，希望始终维护社区的高品质运行。

5) 投票机制

所有入驻一对一视频社交以及能生成游戏中以自己为原型生成游戏对象的颜值方，都需要通过基本素质审核和粉丝影响力审核，投票即是对颜值方粉丝影响力的一种反映，同时，用户投票选举也是 Uzone 民主开放的社区氛围的一种表现。

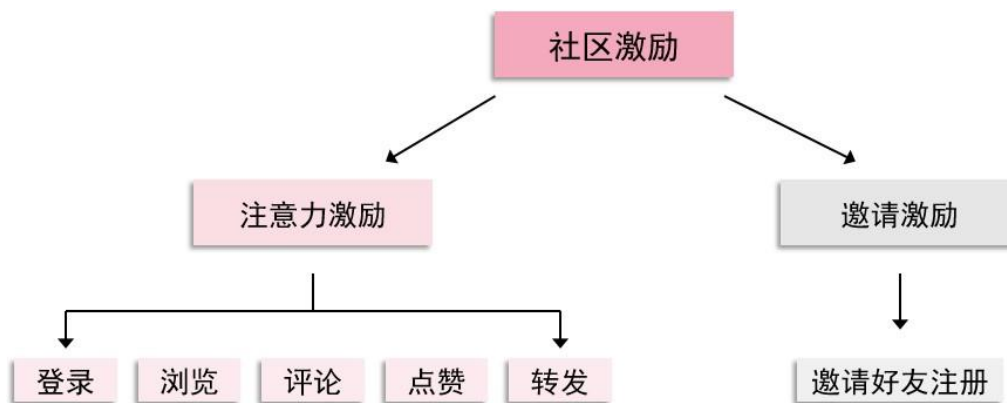
用户可以通过使用 UZT 对欣赏的颜值方进行投票，每投一票会消耗 1UZT，每期会优先得票数最高的颜值方入驻一对一视频。

通过使用 UZT 来投票的方式，让用户对自己的选择做出价值认可，这样更能反映用户的真实选择。

新人上直播也一样是通过社区用户投票的方式公平选出的。

6) 激励系统

UZT 在最初的分配比例中，预留出了一部分作为社区生态建设，该部分 UZT 即是计划用于 Uzone 的社区激励。



a. 注意力经济

在以往中心化的互联网公司的商业模式下，用户作为在应用中获取及消费资源的一方，基本上只能在应用中消耗时间和消费金钱。

与之不同的是，Uzone 作为建立在区块链技术上基于 Token 设计的颜值经济社区，我们始终秉持着一个理念——“社区的价值来源于社区所有用户的参与及贡献”，所有对社区做出贡献的人都应该得到相应的价值肯定及 Token 回报。

时间对于每一个人都是有限的有价值的数字资产，用户选择将时间将注意力花在了 Uzone 社区，就是对 Uzone 的认可，Uzone 会对这部分付出给予 UZT 激励。

用户在社区内的点赞、评论、转发等行为，也促进了社区的活跃，对于这部分贡献用户也会获得相应的 UZT 激励。

简单地说，用户在 Uzone 社区内的登录、浏览时长、点赞、评论、转发等行为，都会被记录及统计，我们将这些行为统称为用户的注意力，我们通过用户行为捕捉等技术记录下这些行为，同时通过算法归一化处理，将用户的注意力行为量化，同时按用户注意力的量化数据在总体注意力数据的占比按比例每日分享 Uzone 社区的 UZT 激励。

b. 邀请激励

每一个社区都有扩大影响力的需求，Uzone 也不例外。用户可以通过邀请新人入驻的方式，帮助Uzone 社区发展壮大，同时用户也可以通过邀请新人而获得一定量的 UZT 作为邀请激励。

7) 回馈活动激励

为了保持社区活力，激励更多社区成员加入到Uzone生态的建设中来，我们将通过多种方式对社区进行回馈。

a.UZT回购销毁

Uzone会定期以固定的比例对市场上流通的UZT进行回购。最终我们会将30%的利润用于回购UZT，并进行销毁，直至达到5亿UZT。通过回购和销毁机制，实现UZT自身的通缩性，有效降低UZT的流通速度和流通量，提升市场信心，为UZT价格带来上升空间。另外，相较于回购锁仓，对UZT的销毁更能体现Uzone的诚意，更能提振社区的信心。

b.VIP充值费减免

为了增加UZT在Uzone生态中的流通性，使UZT的实际价值得到充分反映，我们将鼓励用户在更多的维度使用UZT，让UZT真正成为Uzone世界中的硬通货，为此将实施UZT充值VIP获得减免的优惠政策。即用户在获取VIP资格时，如果用UZT充值则无需支付原价，即可以优惠价格获得VIP。

c.保证金抵扣

为了配合前面提到的内容合规及社区审核，以使整个Uzone生态形成可持续发展及社区可控的模式，无论是认证颜值方还是颜值制作方都需要提供保证金，以便在其作出违反社区规定或相关法律法规的内容或行为时，可以对其保证金扣除，以示惩罚。在缴纳保证金时，如果使用UZT，则可以抵扣一定比例的现金保证金。

d.不定期空投

随着Uzone生态的发展，将会有越来越多的生态合作伙伴、合作商、赞助商加入，包括区块链、数字货币行业及传统的摄影、摄像、美妆、服饰等与颜值经济相关的行业。Uzone将与众多合作伙伴联手进行不定期的空投，所有持有UZT的用户，将可得到诸如合作项目新币、项目周边礼品、颜值经济资源及独家颜值服务等。

7.首家战略合作伙伴-尤果

经过长时间的评估和了解，Uzone 选择尤果网（Ugirl）作为首家战略合作伙伴，尤果是目前中国大陆地区最大的围绕颜值为主题的内容+社交+IP 孵化的公司。

尤果在人像摄影界独占鳌头，是现在大陆地区最大的一家公司性质的内容提供商。优质的内容让尤果在摄影行业内备受关注，并且在网红圈知名度极高。不断在素人中挖掘美女的特质，并通过不断的培养使其具备网红艺人的条件。尤果通过自身强大的体系优势，不断积累，已拥有上万名网红、模特，同时又拥有功能强大且立体的平台。

尤果拥有超过 1500 万激活用户以及大量的付费用用户，拥有大量有版权的内容和海量美女及摄影师资源，是中国最大的合规颜值内容生产公司。

三、基金会介绍

Uzone 基金会是 2018 正式在开曼成立的非营利性法律实体，该基金会由具备受托资格人组成的受托董事会或管理委员会独立管理运营。基金会致力于 Uzone 平台的开发，发展，建设，倡导透明治理，让基金会真正归属于全体 Uzone 社区成员，基金会旨在为加入 Uzone 的所有用户，提供一个独立、非营利、民主的治理机构，并促进开源生态社会的安全与和谐发展。

1. 基金会的主要职能

基金会将对社区资源进行开放式管理（包括市场推广、社区服务体系搭建等），大力支持和推进与社区相关的产品开发，运营落地，维系 Uzone 的社区机制，以及丰富升级整个社区生态。

2. 基金会的发展目标

推动技术积累及产品开发进展，对所有社区成员早日实现友好的产品使用体验，使更广泛的用户加入到社区生态中，提升社区的影响力及服务质量。

基金会坚持打造“人人为我，我为人人”的理念，在社区中的所有付出和贡献都将得到相应的回报，将 Uzone 社区打造为一个透明公平合作共赢的社区。

3. 基金会的运营方式

Uzone 基金会财务管理的原则：统筹安排，综合管理；勤俭节约，讲求实效；精打细算，量入为出。

Uzone 基金会资产管理纳入全面预算管理，根据实际运营情况，编制财务收支预算。在 Uzone 官网每个季度会披露详细运营数据报告。

数字资产使用权限：

单笔支出超出 50 个比特币，需要首席执行官同意；

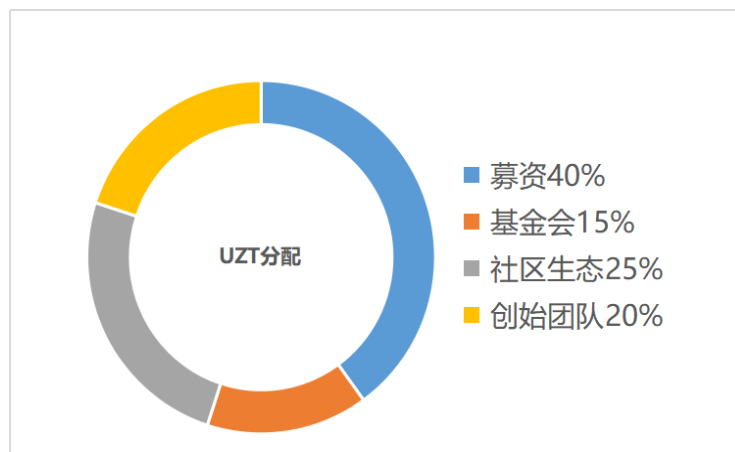
单笔支出超出 100 个比特币，需要首席执行官同意并及时公示社区成员。

Uzone基金会将引入第三方审计，监督项目的财务运作，进行资金审计和提供审计报告，审计报告将在年度信息披露中公告。

四、代币发行细则

UZT作为 Uzone 生态建设中的重要的价值传输媒介，它将会成为平台各种应用中的通用代币，同时也是基金会的权益币。

UZT将在 ETH上发行，总量为 10亿枚，永不增发，其中40%用于募资（私募 15%、公募 25%），25%用于社区生态建设，20%用于创始团队，15% 基金会预留。基金会及团队所持有代币将分三年按照433线性释放完。



基金会通过私募和公募所得的 ETH将计划用于以下 5 个方面：

1. 团队：20%，这笔预算将用于建立一个强悍的产品及开发团队，以支持 Uzone 社区生态的快速落地；
2. 设备采购：10%，这笔预算将用于采购部分服务器及流量，以支援 Uzone 的业务发展；
3. 内部管理：10%，这笔预算将用于 Uzone 相关的法律、安全、会计、人事等运营管理方面的一系列开支；
4. 市场及运营推广：35%，这笔预算将用于 Uzone 全球各地运营中心的落地建设以及市场营销推广；
5. 其他偶然性开支：5%预算。这笔预算将用于基金会用于不可预见的偶然性开支。

五、商业拓展及收益预估

欣赏高颜值是人类的本能，从经济学与社会学上讲其对绝大多数人是一种强烈的刚性需求，并由此引发高粘性、高忠诚度的特点，同时极易转化为付费行为。Uzone与战略合作方“尤果”就是为满足全球用户对高颜值欣赏需求而诞生。

目前尤果已经签约数量可观的高颜值、高人气的颜值方和专业的颜值输出方，他们产出了大量优质的高颜值内容，已经吸引大量注册用户及VIP用户。结合粉丝效应，这些用户将对UZT产生强烈的购买需求，从而激活庞大的UZT买方市场，促进UZT在流通市场中的稀缺性，最终提升UZT的市场价值。

高阶位颜值输出者（高人气、高颜值）			
一线颜值方		一线颜值输出方	
已签约	1000+	已签约	200+
洽谈中	3000+	洽谈中	500+
表达明确合作意向	600+	表达明确合作意向	300+
预计2019年底签约	800+	预计2019年底签约	600+
预计2020年底签约	2000+	预计2020年底签约	1500+
已拍摄高颜值照片	10000+	已输出高颜值照片	5000+
预计2020年拍摄	15000+	预计2020年底输出	15000+
粉丝效应裂变为颜值需求用户			
VIP用户	50000+	已累计浏览量	8000000+
已累计充值额	¥600000+	预计2019年底参与交易的颜值需求用户	100000+
预计2020年底参与交易的颜值需求用户	300000+	预计2021年底参与交易的颜值需求用户	2000000+
未来UZT需求量预估 (以“尤果”颜值需求方¥888/年的平均充值水平预估)			
预计2019年底	¥88800000+	预计2020年底	¥266400000+
预计2021年底	¥1776000000+		

六、发展路线图

Uzone的发展规划主要涉及到产品的开发计划以及全球运营中心的落地推进。

具体里程碑规划如下：

时间	规划里程碑
2018年 Q4	中国区运营中心落地，项目启动
2019年 Q1	内容社区产品上线，同时开始启动超级鉴赏家机制
2019年 Q2	开启东南亚超级节点合伙人招募计划，建立多运营节点
2019年 Q3	社交系统及钱包上线
2019年 Q4	开启东欧地区超级节点合伙人招募计划，建立运营节点
2020年 Q1	游戏项目开发测试上线

七、团队、顾问及投资机构

1. 核心团队



赵亮 创始人兼 CEO

原尤果网联合创始人、36Kr 股权众筹事业部全国 BD 总监、discuz!(腾讯全资收购)等知名公司数十年大型互联网企业高管经验。对互联网产品及市场有敏锐的触觉，曾打造出千万级用户的产品，在内容社交、网红 IP 打造等方面有着深厚的经验和独到的见解。现创立全球首家基于区块链的颜值经济社区 Uzone，负责产品和战略相关。



周祥 联合创始人兼 COO

原 QbaoNetwork 运营负责人、91 牛人创始合伙人，曾在人人聚财等知名互金公司负责运营事务。拥有近十年的互联网产品运营的经验。在互联网媒体、社区、内容运营相关方面有丰富经验。现加入全球首家基于区块链颜值经济社区 Uzone，负责市场和运营相关。



闫海峰 CTO

曾任空中网、盛大、时尚传媒技术总监、架构师。十余年的互联网工作经验，经历了从初创公司到成熟公司的发展历程，在系统开发和架构方面有着丰富的经验。



刘翻 产品负责人

资深区块链从业者，前区块链项目 LoMoStar 产品经理，高级运营经理；XSTAR 市场负责人。全程参与了解且深度参与区块链项目的整体流程，对产品、运营、风控等方面有丰富的实战经验，在业内有着良好的资源。



张金彪 首席摄影师

著名时尚摄影师、视觉艺术家，师从知名人像摄影师肖全（肖全被誉为“中国最好的人像摄影师”，享有“拍谁就是谁一生中最美的照片”的美誉）。为中国第一本公开的纯男性杂志《男人装》服务多年，拍摄了众多性感而不俗套，充满视觉诱惑的封面女郎，并为黄圣依、曾黎、赵薇、孟广美等知名女星拍摄过性感写真；他的作品突破尺度又不低于流俗，极具现实主义张力。现负责 Uzone 内容相关。



Mia Xu 中国区市场负责人

毕业于复旦大学，金融学专业。毕业后就职于 Fedex、DHL 及 Cintas 等多家世界 500 强企业，有着 10 余年市场工作经验。

2. 顾问团队



张岩

原国内知名游戏媒体创始人，确立了“以场景分发框架”为核心技术的游戏和应用的分发模式，是最具实力的游戏行业整合营销解决方案提供商之一，服务的客户包括：暴雪、Supercell、腾讯、网易、完美、搜狐畅游等。后创立了中国大陆地区美女影像第一门户网站——尤果网，致力于构建以粉丝用户为核心，内容IP为基础的“社交+”生态系统；以原创人像视觉内容为媒介走向世界，不断为世界观众创造“触动人心”的力量。

老墨

同济大学国际MBA，先后在腾讯网世博中心和产经咨询部负责报道。曾获腾讯重大业务突破奖。后任众安保险运营主管。2017年出版VR专著《沉浸感》。拥有十余年媒体经验和广泛的人脉资源。链英传媒创始人，旗下拥有新媒体惊蛰焦点与咨询服务。

Lola

区块链研究和从业者，先后担任Fourier PR首席社区官，RaiStone联合创始人。创立InWeCrypto，囊括了资讯和钱包功能，负责Trinity这一基于NEO的状态通道。拥有广泛的圈内资源。链英传媒联合创始人，旗下拥有新媒体惊蛰焦点与咨询服务。

3. 颜值顾问代表



松果儿

毕业于沈阳音乐学院，知名时尚百万粉丝博主，超人气平面模特。美空、美丽说、YOKA 等多个平台合作模特，欧莱雅、雅诗兰黛、兰蔻等多个化妆品品牌合作模特。浙江卫视《开心大买卖》、江苏卫视《非常了得》、旅游卫视《海誓山盟》等特邀嘉宾。



子鱼，平面模特



Shirley，模特



朱赢，平面模特



Abby金金，学生



周妍希，模特



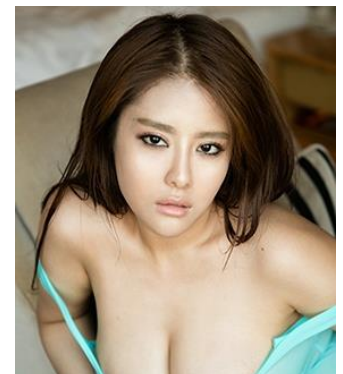
球球，模特



萌琪琪，学生



陈梓涵，平面模特



王莹，模特&艺人

颜值作品



八、风险提示及免责声明

本风险因素及免责声明（“本声明”）是针对颜值经济社“Uzone”所作出。购买、使用、交易或持有 Uzone 所使用的加密代币“UZT”的人士均 应仔细阅读、理解并接受本声明。

（1）在针对 Uzone 或 UZT 采取任何行动之前，您应该仔细阅读并理解 Uzone 的官方网站上发布的所有信息（会不时更新）；以及Uzone 的白皮书。

（2）本质上 UZT 的用途仅限于让持有者能够使用 Uzone 系统内的特定某些功能。

（3）对于下述所列事项，Uzone 基金会在此明确否认其将承担责任，并且在任何情况下均不对任何人负责：

（a）任何人购买或持有 UZT 时违反了任何地区内所施加的反洗钱、反恐怖主义融资或其他监管要求；

（b）任何人在购买 UZT 时违反了其与相关出售方之间的合同所规定的任何陈述、保证、义务、承诺或其他要求，以及由此导致的无法付款或无法认领已买的 UZT；

（c）任何购买者泄露、丢失或损毁了数字加密货币或代币的钱包私钥，

（4）尤其是其存放 UZT 的钱包的私钥；截止到本声明之日，Uzone 仍在开发阶段，其哲学理念、算法、代码和其他技术细节和参数可能经常且不断地更新和变化。尽管Uzone 的白皮书包含了 Uzone 最新的关键信息，其并不绝对完整，且仍会被 Uzone 基金会为了特定目的而不时进行调整和更新。Uzone 基金会无能力且无义务随时告知购买者Uzone 开发中的每个细节（包括其进度和预期里程碑，无论是否推迟），因此并不必然会让购买者及时且充分地获悉 Uzone 开发中不时产生的信息。信息披露的不充分是不可避免且合乎情理的。

(5) 加密代币正在被或可能会被各个不同国家的主管机关所监管。

Uzone 基金会可能会不时收到来自于一个或多个主管机关的询问、通知、警告、命令或裁定，甚至可能被勒令暂停或终止任何关于 Uzone 售卖计划、Uzone 开发或 UZT 的行动。Uzone 的开发、营销、宣传或其他方面以及 Uzone 售卖计划均因此可能受到严重影响、阻碍或被终结。由于监管政策随时可能变化，任何国家之中现有的对于 Uzone 或其售卖计划的监管许可或容忍可能只是暂时的。在各个不同国家，UZT 可能随时被定义为虚拟商品、数字资产或甚至是证券或货币，因此在某些国家之中按当地监管要求，UZT 可能被禁止交易或持有。

(6) UZT 的价值很大程度上取决于 Uzone 平台的普及度。Uzone 并不预期在发行后的很短时间内就广受欢迎、盛行或被普遍使用。在最坏情况下，Uzone 甚至可能被长期边缘化，仅吸引很小一批使用者。相比之下，很大一部 UZT 需求可能具有投机性质。缺乏用户可能导致 UZT 市场价格波动增大从而影响 Uzone 的长期发展。出现这种价格波动时，Uzone 基金会不会（也没有责任）稳定或影响 UZT 的市场价格。