

# PDATA TOKEN

## 革新个人数据经济业务

---

执行概要	3
挑战与解决方案	3
价值主张	5
我们的愿景	5
我们的使命	5
目标	5
挑战	5
解决方案	9
Opiria-今天的产品	9
Opiria 2.0——添加客观数据	15
PDATA 代币生态系统	16
生态系统概述	17
流程高级视图	18
PDATA 优势矩阵	20
市场	21
竞争格局	23
代币机制	25
代币众筹活动( <b>Crowdsale Token Launch</b> )/ICO	25
Opiria 代币众筹活动 (CTL)	26
PDATA 代币使用	27
领导	28
核心团队	28
Opiria 软件开发团队	29
董事会和顾问	30
法律顾问	32
人力资源要求	33
财务状况	34
<b>PDATA 代币如何定价</b>	34
预计销售&盈利	35
里程碑计划	37

---



## 执行概要

*“你知道吗?您的个人数据被大公司窃取并出售, 无需您知情、同意或向您任何报酬?”*

*Opiria 会改变这个情况!!*

*得益于区块链和 Opiria 生态系统, 您可以完全控制谁能获取你的个人数据, 他们能获取多少数据, 以及您为提供这些数据而获得的报酬。”*

## 挑战与解决方案

世界各地的公司迫切需要来自消费者和有关消费者的精确数据来设计新的产品和服务, 并进行有针对性的市场营销和销售活动。为了在越来越多的竞争对手的网络和国际市场上取得成功, 这种需求不断增加。这就是为什么数据经纪公司能成为每年 2500 亿美元的业务, 并且在稳步增长。

为了满足这些需求, 数据经纪人正窃取个人数据, 并将其打包并作为一种商品来卖给世界各地的公司。通过这样做, 他们违反了消费者的数据隐私, 甚至不向其支付任何补偿。

quality. 全世界的消费者现在已经开始慢慢意识到这一违规行为, 而其整体意识也在不断增强。因此, 他们开始采取行动保护自己的数据隐私。这使得数据经济越来越难以获得高质量的必要数据。

由于这些问题, 数据经纪人用来获取数据的方法变得越来越有问题。总而言之, 当前的系统是不透明且不可控的, 消费者的隐私受到侵犯, 公司没有得到足够的的数据, 也无法满足质量要求。

这已经导致了数十亿美元的投资失败。此外, 欧盟的一般数据保护法规(GDPR)从 2018 年 5 月 25 日开始生效, 这将使数据经纪人获取个人数据更加困难。

似乎我们正处在一个加速下滑的趋势中, 而且我们没有办法阻止或逆转这一趋势。

但好在现在我们有一个可以解决这个严重问题的办法!

我们需要有一个完全透明的公开市场来实现并确保以下内容:

- 消费者可以控制与谁分享哪些数据
- 消费者对所提供的数据可以获得适当的补偿
- 数据从消费者直接流向公司, 没有中间商

这正是 Opiria 所要做的。

通过 PDATA 代币和基于区块链的 Opiria 平台, 我们希望创建一个中心市场, 让企业可以直接从消费者那里购买个人数据, 而无需任何中间人。PDATA 代币为个人数据赋予了价值, 并创建了一种可以精确表示其价值的货币。

消费者可以在 Opiria 平台上创建个人资料, 来提供一些数据, 或者允许公司通过浏览器插件、智能手机应用、可穿戴设备、智能设备, 或者调查等收集数据。他们可以决定向 Opiria 数据库透露哪些数据。他们披露的信息越多, 他们的个人资料就越有价值。

企业可以通过 Opiria 平台向消费者申请访问公开的个人数据。如果消费者确认提供数据，那么消费者和公司之间就会建立一个智能的合同。在此基础上，消费者会获得用 PDATA 代币支付的报酬，而公司则会收到所请求的个人数据。

最重要的是，Opiria 和 PDATA 使公司能够从消费者那里收集到比数据经纪人处获得的更多的个人数据 (例如，从可穿戴设备追踪数据，智能手机的使用情况，以及网络上的眼球跟踪和浏览行为)。这对公司来说是一个巨大的附加值！

下图显示了基于区块链的 Opiria 生态系统的工作原理，可以访问哪些个人数据，以及如何通过 PDATA 代币为用户披露的个人数据支付酬劳。



图:Opiria 和 PDATA 生态系统的工作原理图

表: PDATA 代币使用

花费 PDATA / 购买	赚取 PDATA / 付款 (至)
<ul style="list-style-type: none"> <li>从数据库中购买消费者的个人数据</li> <li>从消费者那里请求特定的个人数据</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>提供个人数据的消费者</li> <li>向有需求的公司提供特定个人数据的消费者</li> </ul>

Opiria 和 PDATA 代币为个人数据的安全交易创造了一个生态系统，它完全保护消费者的数据隐私，让他们完全控制自己的个人数据，并对其进行补偿。

这个完全透明的公开市场将激励消费者提供数据。公司可以快速简便地获取更高质量的特定数据，并在设计新产品和服务时做出正确的决策，并更好地瞄准市场进行营销和销售活动。

与大多数只销售创意的 ICOs 相比，Opiria 已经是一款真正的产品，有许多真正的客户，例如许多财富 500 强企业。在目前的状态下，Opiria 消费者研究平台正在帮助世界各地的企业了解消费者的需求和需求。通过 Opiria 的网络应用和 Opiria 智能手机应用，公司可以直接与客户联系，并且可以及时获得他们的意见和反馈。英特尔、大众、宝马、奥迪、奔驰、货车、宝洁、通用汽车和日产等财富 500 强企业已经在使用 Opiria。

基于区块链的 Opiria 和 PDATA 代币生态系统建立在已经存在的基础之上。我们相信，这将颠覆每年 2500 亿美元的数据经纪业务，并成为企业获取消费者个人数据的黄金标准。更有可能的

是，由于 PDATA 和 Opiria 提供的个人数据更容易、更容易获得，因此我们预计整个数字经济业务将会出现井喷式增长。

## “个人数据是 21 世纪的石油”

### 价值主张

PDATA 生态系统系统提供:

消费者	公司
<ul style="list-style-type: none"><li>• 对他们提供的个人数据有完全控制权</li><li>• 保护他们的匿名性</li><li>• 保护他们的数据隐私</li><li>• 对其所提供的个人数据获得适当补偿</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 激励消费者提供个人数据</li><li>• 完全正确的个人数据</li><li>• 快速、方便地访问高质量的个人数据</li><li>• 更具体的个人数据例如:可穿戴设备的追踪数据, 智能手机的使用, 网络浏览行为</li><li>• 设计新产品和服务时更好的决策</li><li>• 更有针对性的进行市场营销和销售活动</li></ul>

### 我们的愿景

“我们的愿景是帮助企业完全了解他们的消费者。”

### 我们的使命

“我们的任务是让 Opiria 成为消费者研究的黄金标准。”

### 目标

- 通过代币众筹来筹集 3000 万美元，用于 PDATA 生态系统的开发
- 在 2019 年 2 月之前完成 PDATA 代币生态系统的开发，到 2023 年年底数据库中至少有 25 亿消费者的数据。

### 挑战

2017 年，几乎所有我们能想到的东西都能被开发出来，新产品和服务的可能性是无限的。此外，越来越多的产品和服务数字化以及外包开发和制造的可能性，使新的市场参与者克服进入市场的经济壁垒变得越来越容易。此外，市场在全球范围内日益网络化，产品和服务的可用性也非常高。

这就导致了一个问题，即几乎所有产品都可以在世界上任何地方获得。这也意味着各种商品和服务之间的竞争会日趋激烈。美国亚马逊网站上可以看到的商品数量也反映了这一事实。2013年12月，可用产品的数量为2.53亿，仅两年后就增至4.88亿。类似数据也可以在全球其他市场找到。<sup>1</sup>

正如 GfK<sup>2</sup>和哈佛大学教授 Clayton Christensen<sup>3</sup>所指出的那样这种发展趋势的问题是，70%-80%的产品创新都失败了，这导致了每年失败的投资超过120亿美元。Ken Hudson<sup>4</sup>博士说，造成这种情况的主要原因是，“新产品不会让顾客和零售商兴奋”，因为他们误解了产品需要解决的需求。

这清楚地表明，在一个几乎可以想象到的所有东西都能被开发的世界里，产品或服务成功取决于它能够满足目标客户的需求和要求的程度。

于是，为什么企业越来越多地投资于市场和消费者研究就变得可以理解了。市场研究公司的年营收从2009年的289亿美元增长到2015年的443.5亿美元，增长了55%。<sup>5</sup>

对市场和消费者研究的越来越大的投资，以更好地了解客户及其需求和要求理应导致产品创新失败的数量减少。但事实却恰恰相反！但为什么市场研究提供了错误的指导？

这两个原因：

- 人们越来越不愿意提供各种类型的个人数据
- 许多提供个人数据的人通过提供不准确或虚假的信息来保护他们的数据隐私

这可以通过几项研究和报告来证明。Giovanni P.等人<sup>6</sup>在他们的一项名为“为什么人们(不)愿意分享信息”的研究重表明，平均55%的消费者不愿意分享任何个人信息。当涉及到个人和个人数据时，这一比例将上升到97%。Till Dziallas<sup>7</sup>也发现了类似的结果。他报告说50%的人不喜欢在线调查，而且超过40%的人不参与在线调查。这清楚地表明，从消费者那里收集个人数据变得越来越复杂。而且现在情况变得更糟了！Mindi Chahal在Marketing Week的一份报告显示，60%的消费者会提供虚假信息，这主要是为了保护他们的隐私<sup>8</sup>。

潜在的原因是消费者“被感知的隐私风险”被定义为“当市场营销人员或公司试图收集、使用和发布有关消费者及其行为的数据和个人数据时消费者对风险的感知”。

---

<sup>1</sup> <https://export-x.com/2015/12/11/how-many-products-does-amazon-sell-2015/>

<sup>2</sup> [http://presse.serviceplan.de/uploads/tx\\_sppresse/301.pdf](http://presse.serviceplan.de/uploads/tx_sppresse/301.pdf)

<sup>3</sup> <https://www.bizjournals.com/bizjournals/how-to/marketing/2017/03/why-so-many-new-products-fail-and-it-s-not-the.html>

<sup>4</sup> <https://www.bizjournals.com/bizjournals/how-to/marketing/2017/03/why-so-many-new-products-fail-and-it-s-not-the.html>

<sup>5</sup> <https://www.statista.com/statistics/242477/global-revenue-of-market-research-companies/>

<sup>6</sup> <http://reports-archive.adm.cs.cmu.edu/anon/isr2015/CMU-ISR-15-106.pdf>

<sup>7</sup> <http://www.internetworld.de/onlinemarketing/zahlen-studien/beliebtsten-anreize-online-befragungen-1058795.html>

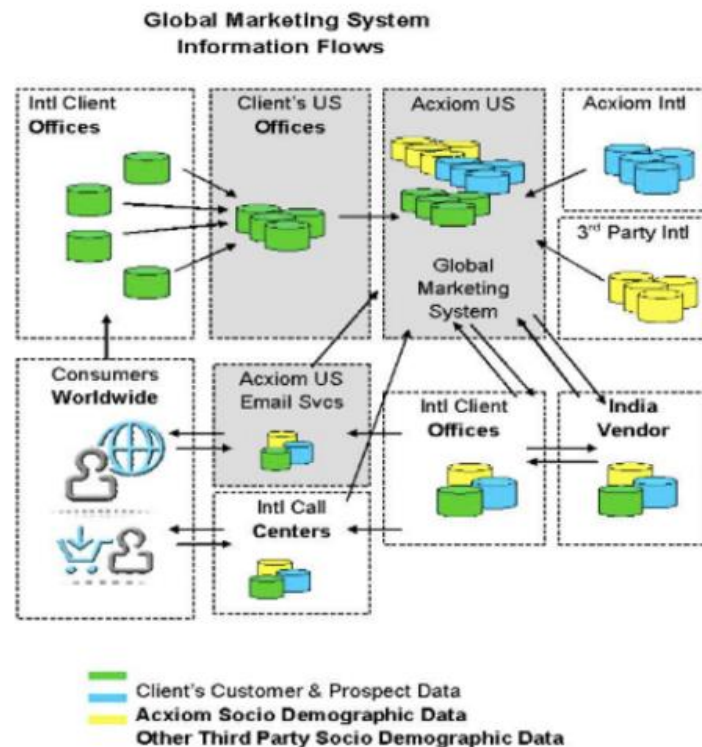
<sup>8</sup> <https://www.marketingweek.com/2015/07/08/consumers-are-dirtying-databases-with-false-details/>



比如，一项名为“在网上提供个人信息的意愿：被感知的隐私风险的作用”的研究表明，在隐私风险和提供个人数据的意愿之间存在着很强的和统计上的显著相关性<sup>9</sup>。

但是为什么消费者“被感知的隐私风险”会不断增加呢？这主要是因为世界范围内的数据经纪业务和消费者对这一业务正在做什么以及如何对其造成伤害的意识越来越高。

CBS News 的 Steve Kroft 曾在他的文章“数据经纪人：销售您的个人信息”<sup>10</sup>中表明，消费者不断增加的隐私风险的原因是，所谓的数据经纪人正在收集、分析和包装我们最敏感的个人数据，并将其作为一种商品出售给彼此，广告商，其他公司，甚至是政府。下图显示了消费者数据在美国最大的市场参与者之一 Acxiom Corporation 的全球系统中的流动情况



图：Acxiom 的全球数据流动情况（来源：Acxiom）

美国有线电视新闻网的 Jason Morris 和 Ed Lavandera 在他们的文章“为什么大公司购买、销售您的数据”<sup>11</sup>的文章中说，数据经纪行业现在是一个每年 2000 亿美元的行业，而且在不断增长。像 Acxiom、Corelogic 或 Datalogix 这样的公司几乎拥有所有美国家庭的详细信息，平均每个人都有 1500 个数据点。

Michael Gregg 在 Huffington Post 的一篇名为“数据经纪人如何威胁消费者隐私”<sup>12</sup>中更进一步，并给出了一些具体的例子来说明数据经纪行业是如何收集、交叉引用并将数据存储在大数据库中的。这对每个人都是一样的！

<sup>9</sup> <https://kar.kent.ac.uk/5145/1/Online%20Version.doc>

<sup>10</sup> <https://www.cbsnews.com/news/data-brokers-selling-personal-information-60-minutes/>

<sup>11</sup> <http://www.cnn.com/2012/08/23/tech/web/big-data-acxiom/index.html>

<sup>12</sup> [http://www.huffingtonpost.com/michael-gregg/how-data-brokers-threaten\\_b\\_9661468.html](http://www.huffingtonpost.com/michael-gregg/how-data-brokers-threaten_b_9661468.html)



下图显示了当前的“个人数据生态系统”(来源:联邦贸易委员会)和其中的几个中间上。我们可以看到,数据收集者”会从未收保护的消费者那里收集个人数据,然后数据会由“数据经纪人”分析和打包,然后最终卖给其他公司。

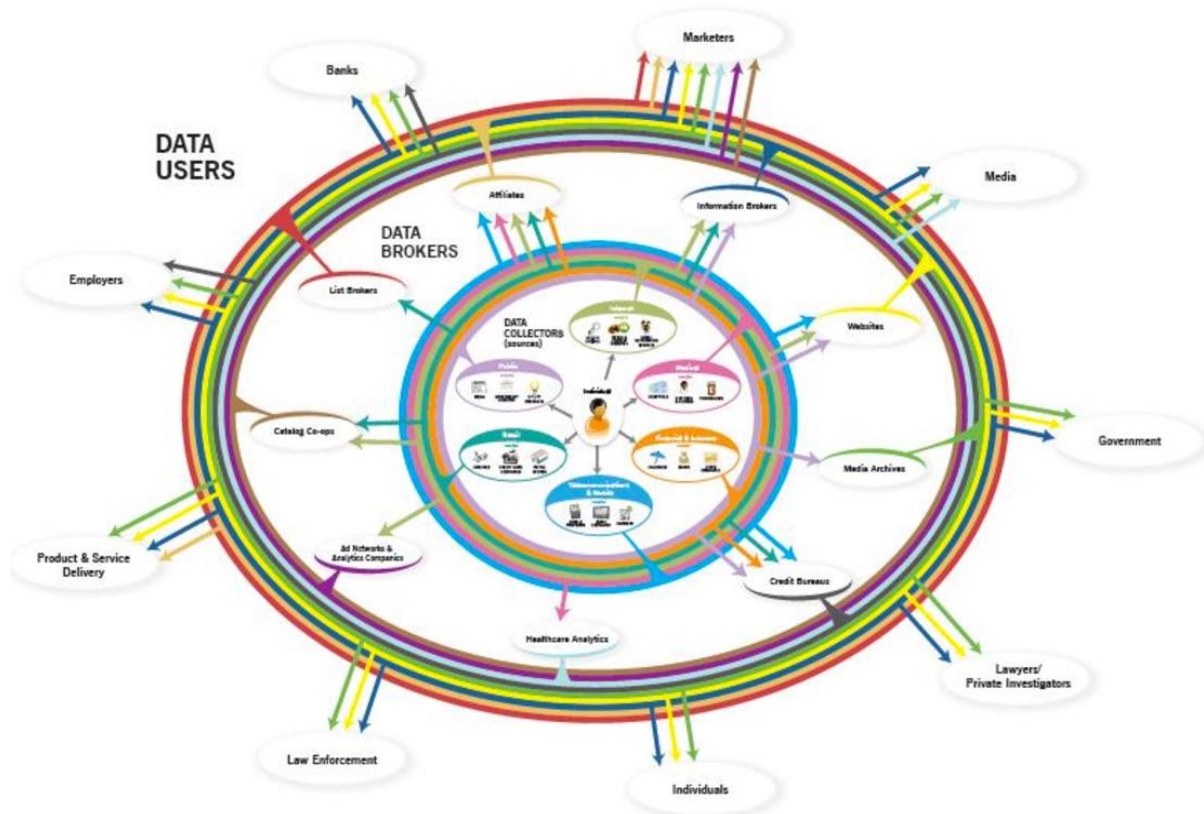


图: 个人数据生态系统。来源: FTC

考虑到收集的数据数量呈指数级增长,这种情况会变得更加糟糕。t-systems 的董事会成员 Reinhard Clemens 解释说<sup>13</sup>, 2000 年收集的数据总量现在已经在一天之内收集到了! 这一事实主要得益于数据经纪行业本身的快速增长, 该行业本身的收入从 2012 年的 1500 亿美元增长到 2015 年的每年 2000 亿美元。

而且, 联邦贸易委员会(FTC), 一个负责监管这个行业的政府机构, 也承认它甚至不知道市场上到底有多少数据经纪人, 以及如何监管他们<sup>14</sup>。但在他们的报告“数据中间商: 呼吁透明度和问责制”中, 联邦贸易委员会清楚地表明, “在这一领域, 消费者保护的必要性从未如此之大。”

总之, 我们目前面对的情况如下:

- 公司需要来自消费者的精确个人数据来开发可以在市场上取得成功的新产品和服务, 并更好地进行有针对性的营销和销售活动
- 现在, 用户会通过不提供数据或提供虚假数据来保护他们的数据隐私

<sup>13</sup><https://www.telekom.com/en/company/management-unplugged/reinhard-clemens/details/a-remedy-for-digital-angst-498118>

<sup>14</sup><https://www.ftc.gov/system/files/documents/reports/data-brokers-call-transparency-accountability-report-federal-trade-commission-may-2014/140527databrokerreport.pdf>

- 消费者担心数据隐私的原因是数据经纪人收集、分析并将敏感个人数据打包作为一种商品出售
- 没有来自消费者的精确个人数据导致了这样一个事实，即 70%-80%的产品创新都失败了，导致每年失败的投资金额超过 120 亿美元。

似乎我们正处在一个加速下滑的趋势中，且我们没有办法阻止或逆转这一趋势。

但好消息是，现在有一个解决这个严重问题的办法。我们需要有一个平台来支持和确保以下内容：

- 消费者可以完全控制他们的个人数据的收集和使用。
- 消费者可以控制与谁分享他们的个人数据
- 消费者对所提供的个人数据可以获得适当的补偿
- 个人数据直接从消费者流向公司，没有中间商

这一假设得到了专家和联邦贸易委员会的大力支持。

Giovanni p 等人在他们的研究“为什么人们(不)愿意分享信息”<sup>15</sup>中清楚地表明，“几乎所有的消费者都愿意提供个人数据，如果他们能够控制数据的收集和使用。”

美国联邦贸易委员会在他们的报告“大数据对消费者造成了经济伤害”中指出“用户低估了他们提供的个人数据”，因此“内容和数据的经济价值很大程度上是免费向大数据经纪人提供的”。联邦贸易委员会进一步指出，需要有一项服务，允许用户分享数据并获得适当的补偿。<sup>16</sup>

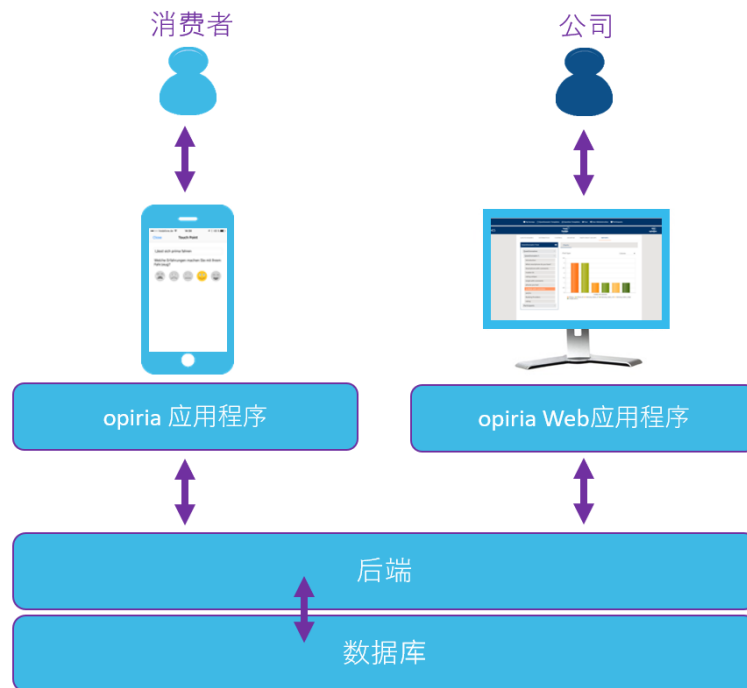
## 解决方案

### Opiria-今天的产品

Opiria是一个基于网络的市场研究平台，让企业能够实时了解消费者的想法、体验和感受，从而设计出更好的产品和服务。Opiria的创新方法是，通过利用全球 20 亿人拥有智能手机并持续在线且可访问的事实，建立公司和消费者之间的直接联系。这样就可以在任何时候从他们那里收集他们的意见和反馈。下图显示了 Opiria 体系结构及其组件的简化图。

<sup>15</sup> <http://reports-archive.adm.cs.cmu.edu/anon/isr2015/CMU-ISR-15-106.pdf>

<sup>16</sup> [https://www.ftc.gov/system/files/documents/public\\_comments/2014/08/00015-92370.pdf](https://www.ftc.gov/system/files/documents/public_comments/2014/08/00015-92370.pdf)



*Figure: simplified diagram of the Opiria architecture*

这个图表显示了消费者和企业是如何通过 Opiria 平台直接连接的。通过将 Opiria 应用下载到他们的苹果或 Android 智能手机上，消费者会成为 Opiria 平台的一部分。然后，他们通过填写一份初步调查，建立一个档案，并披露有关他们自己的具体信息(如性别、年龄、国家)。

通过登录 Opiria web 应用程序，公司可以访问 Opiria 数据库中的所有消费者。Opiria web 应用程序是允许公司创建、发送和分析调查结果的中央平台。目前，我们支持两种类型的调查：手机调查和手机日志。手机调查包含一个或几个问题，且每个调查回答一次。手机日志可以回答多次，用于追踪消费者在某一段时间内的产品或服务体验。下图显示了 Opiria web 应用程序中的手机调查。这个问题的目的是为了了解消费者喜欢哪种 iPhone 设计。

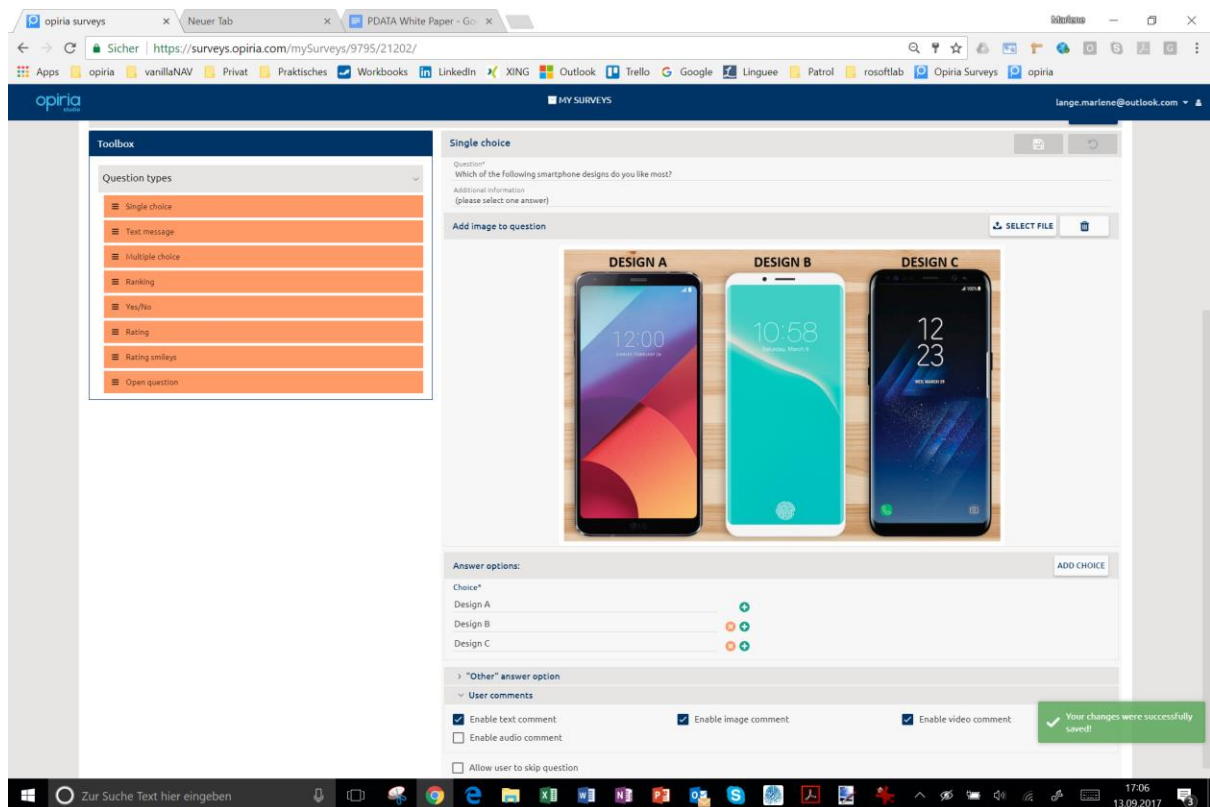


图:手机调查的例子, 以了解消费者偏好哪一款 iPhone 设计。

一旦创建调查后, 公司就会科技从 Opiria 数据库中选择合适的消费者资料(例如性别:男性, 年龄:40-50 岁, 国家:美国和中国), 并向他们发送调查。消费者可以在智能手机上实时收到调查报告以及通知。

在手机调查中, 消费者会在几分钟内回复, 所有的答案都会实时送回。在手机日志中, 当用户体验产品或服务时, 他们会立即提供即时和未过滤的反馈。他们甚至可以将多媒体元素添加到他们的反馈中, 比如文本、图片、音频和视频。每个反馈都被称为一项接触点。

下面的图显示了在 Opiria 应用程序中有关 iPhone 设计的问题是怎样的, 在右边可以看到一个手机日志中的接触点的例子。消费者正在为他的新车体验提供反馈。

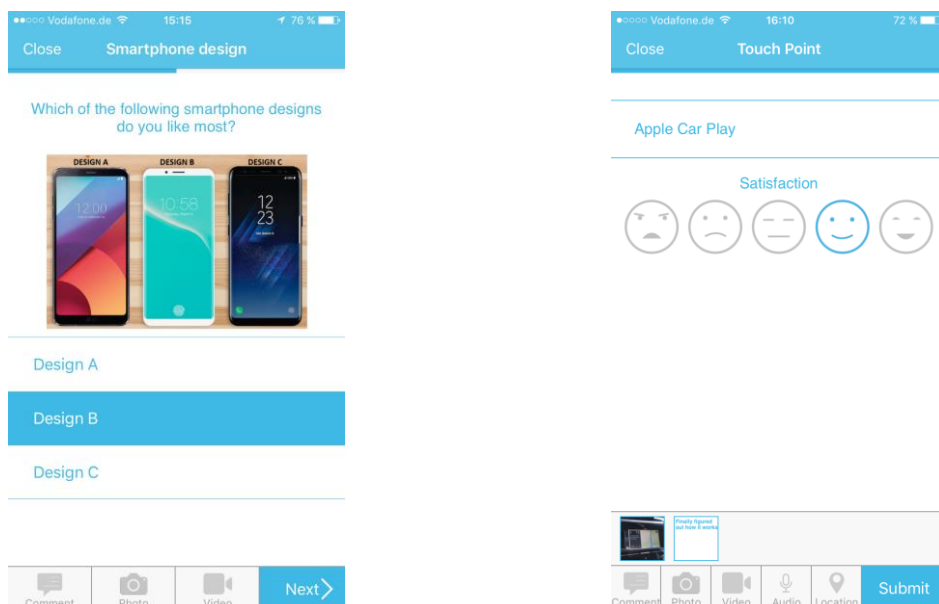


图:左侧-手机调查:回答关于智能手机设计的问题;右端-手机日志:提供关于产品体验的反馈

Opiria web 应用程序会接收所有的答案和反馈，并自动整合并进行分析。在一项手机调查中，全世界所有消费者的答案都可以在各类的图表和表格形式中进行可视化。由于 Opiria 会跟踪每个消费者的 GPS 定位，Opiria 会在世界地图上显示了每个答案的位置。这就可以理解不同地区的意见分歧。

下面的图显示了设计调查的结果。看看柱状图，你就能清楚地看到哪个设计变量更受欢迎。这张地图显示了答案的来源。人们甚至可以使用诸如性别、年龄和国家等过滤标准来过滤结果，以了解年龄组别之间的差异。

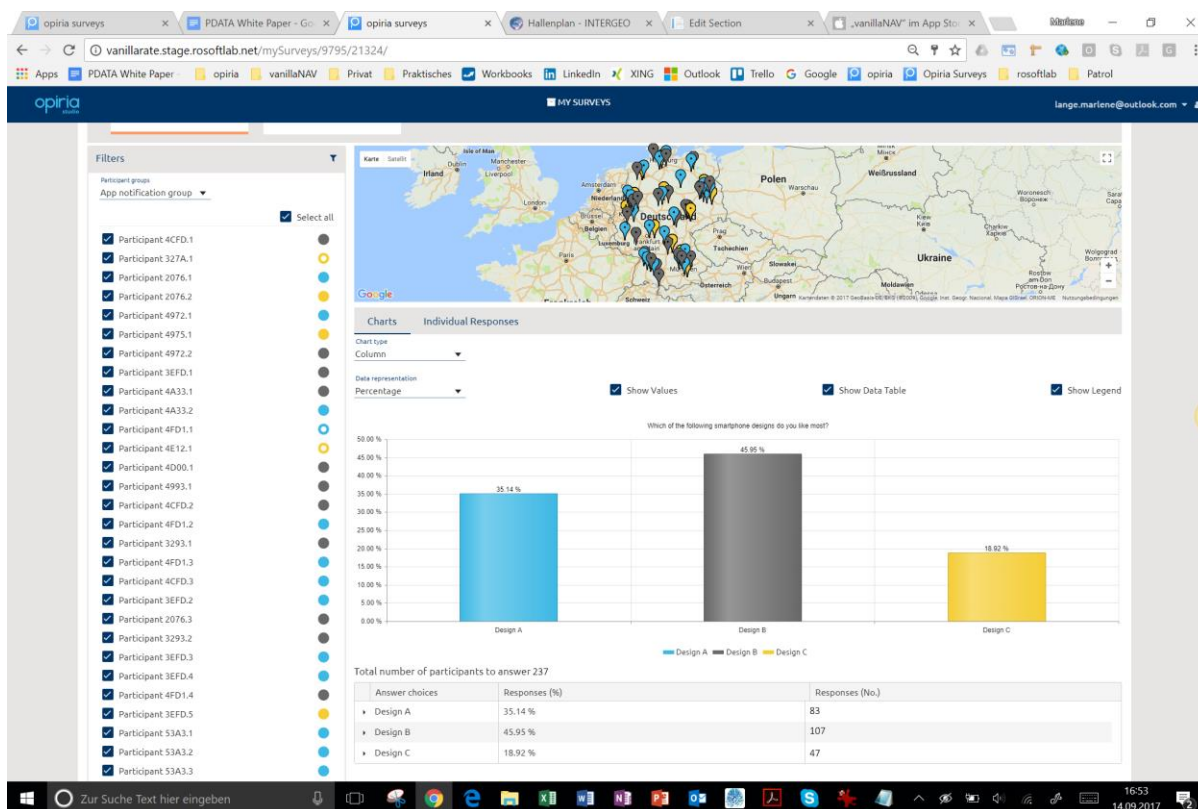


图: Iphone 设计调查的结果



在手机日志中，所有消费者的接触点都会在地图和时间轴上显示出来。地图对所谓的“客户之旅”进行了可视化，并允许我们从消费者的角度来理解某些产品或服务的体验。地图下方的时间线包含了接触点卡片，并按时间顺序对其进行了可视化。在时间轴上的垂直对其的接触点卡片代表了用户对每个接触点的满意度。接触点卡可以被扩展，公司可以看到给定的反馈，包括评论、图片、音频和视频。

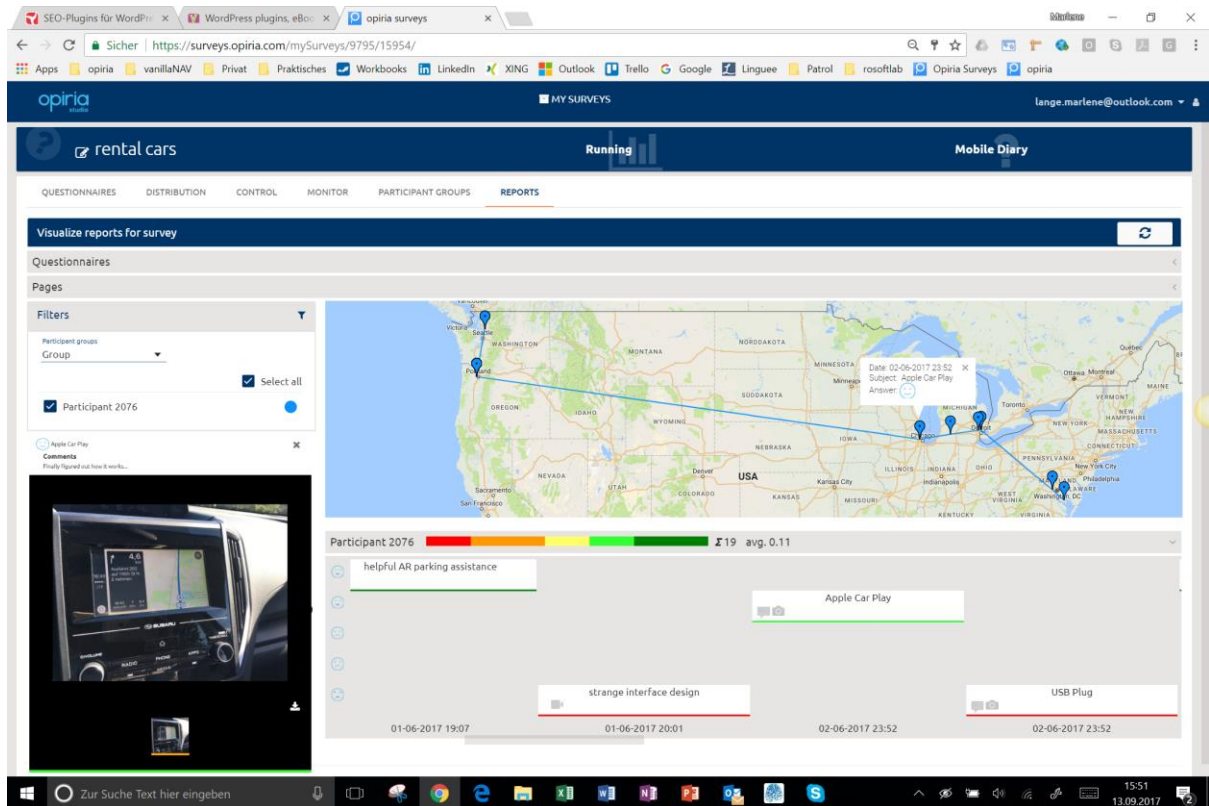


图:手机日志的结果，用于了解消费者对其新车的体验

目前，Opiria 正在改变消费者研究的方式，且解决了它的两个主要问题:时间和成本。

下面的数据展示了进行传统市场研究的方式。一家有特定市场研究问题的公司，要求其市场研究部门进行市场调研。市场研究部门将任务分包给了一个市场研究机构，其之后又将该任务再次分包给一个专家小组，以获得来自相关的消费者团体的信息。以上每个描述的步骤都需要花费时间和金钱。其结果是，平均市场研究需要 4-6 周，花费 2 万美元。

你能想象等待 6 周才能得到市场研究问题的答案，另一方面市场变化却越来越迅速，且产品开发和生命周期越来越短吗？

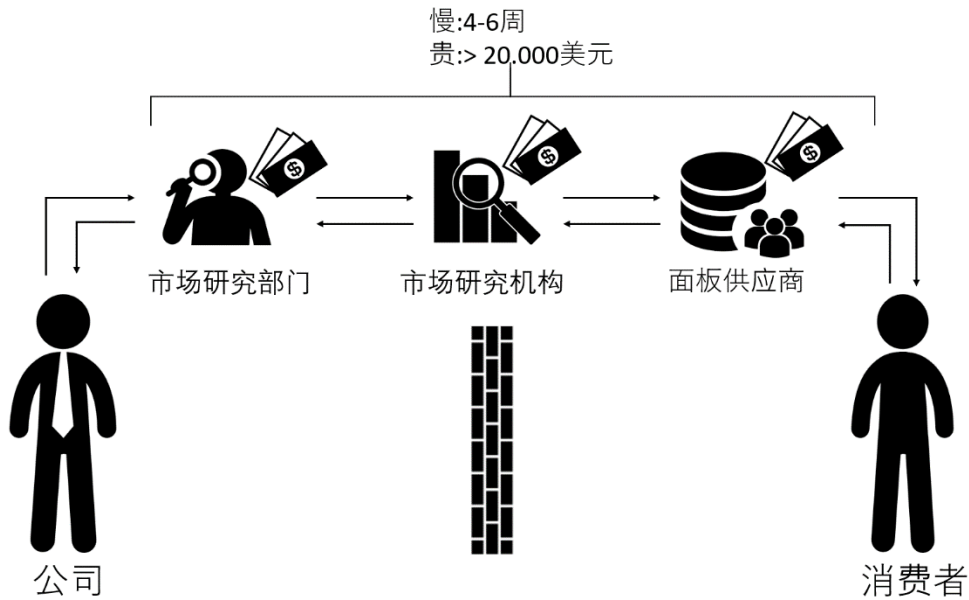


图: 传统市场研究的的过程缓慢而昂贵

与之相反, Opiria 消除了所有的中间人, 并在公司和消费者之间直接建立了连接。下面的图显示了企业如何通过 Opiria 平台直接与全世界的消费者建立联系。这样可以使公司获得更快的结果和更好的见解, 并使消费者研究的成本降低 95%。

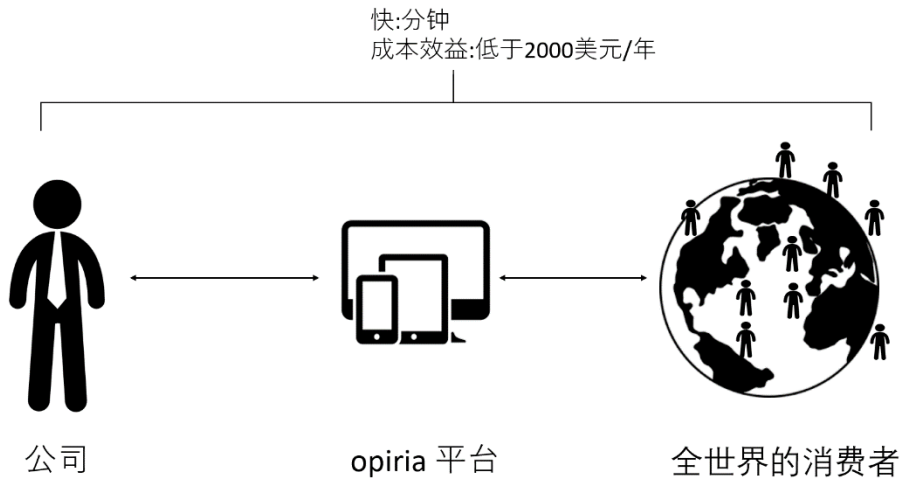


图:Opiria 消除了所有中间商, 并直接将公司和消费者联系起来。

Opiria 已经成功地在国际市场上使用, 并帮助企业更好地理解消费者的需求和要求。下面的列表显示了一些知名的 Opiria 客户:

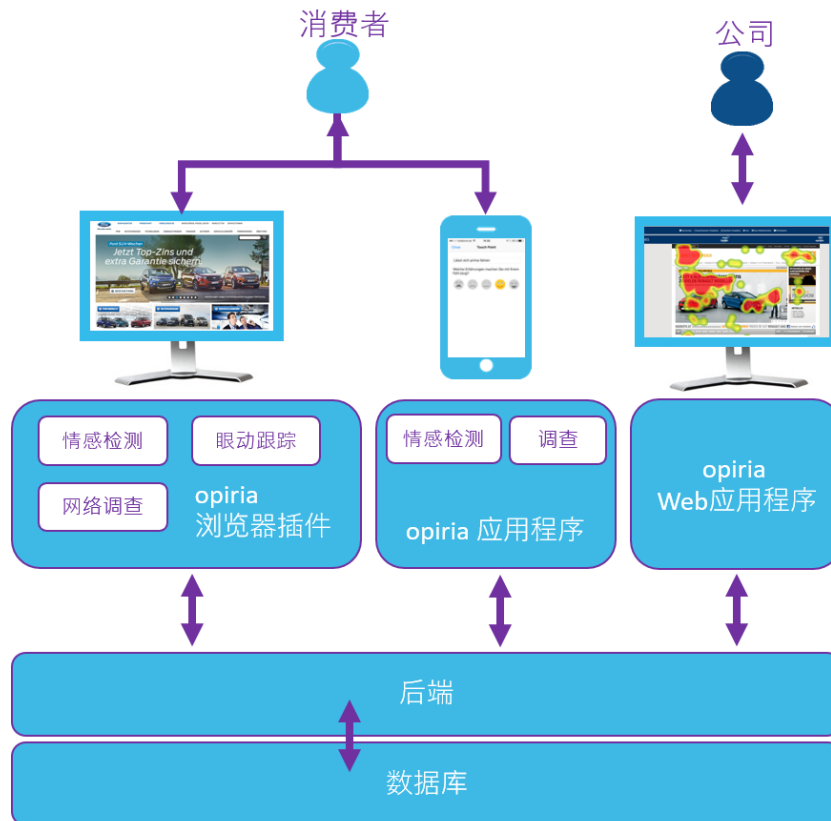
- Daimler AG
- Volkswagen
- Freightliner
- General Motors
- Nissan
- BMW
- Audi
- Intel
- Procter & Gamble



## Opiria 2.0——添加客观数据

Opiria 开发路线图的下一个重大里程碑是，在 2018 年中期之前，对目标消费者行为数据进行跟踪和分析。即将添加的客观数据通道是眼球跟踪和情感分析。

结合主观的回答和反馈，Opiria 将对消费者的行为、需求、期望和要求提供前所未有的见解。在下面的图中，我们可以看到 Opiria 2.0 体系结构的简化图，以及如何扩展现有的架构。



图：Opiria 2.0 架构简化图

在版本 2.0 中，Opiria 平台还可以运行基于 web 浏览器的调查。这使公司能够通过电子邮件发送调查，或者是在网站上直接进行调查。Opiria 的眼球跟踪浏览器插件可以用来测量调查主体在查看嵌入在调查中的刺激(例如视频或图片)，或者浏览互联网，玩游戏或者与软件进行互动时的视线。与此同时，Opiria 情绪分析浏览器插件通过观察他们的面部表情来衡量消费者的情绪。下图提供了一个关于视线和情绪的综合测量的例子。



图:通过浏览器插件进行眼睛跟踪和情绪分析

Opiria 应用程序也将被增强，并通过观察消费者的面部表情来衡量其在调查中的情绪。

Opiria web 应用程序将被扩展，以便其能够分析测量的客观数据通道。举例来说，这使公司可以重放凝视行为和情感，以了解消费者是如何与网站互动，或浏览广告，以及这是如何影响他们的情绪的。此外，我们还会在应用中添加高级数据分析方法，如热图、视线路径、基于兴趣点的视线分析和情绪指纹。在与网站或广告互动时，热图可以帮助理解视线和注意力的分布，而视线路径则可以让我们直观地看到扫视的时间顺序。基于兴趣点的分析可以揭示消费者查看特定对象或区域(例如视频中的公司标识或网站上的广告)的频率和时长。情绪指纹可以将消费者在一定时间内的情绪分布可视化，并让我们了解在一般情况下消费者是如何对网站或广告进行感知的。

## PDATA 代币生态系统

通过 PDATA 代币和基于区块链的 Opiria 平台，我们希望创建一个中心市场，让企业可以直接从消费者那里购买个人数据，而无需任何中间人。PDATA 代币为个人数据赋予了价值，并创建了一种精确表示其价值的货币。

PDATA 代币和 Opiria 平台创建的生态系统将开辟一个全新的市场，PDATA 的价值最终取决于以太坊区块链上的个人数据需求和供应。因此，当个人数据的需求增加时，PDATA 代币的价值也会上升，类似于任何其他公开市场机制。

这个生态系统将在没有任何中央权威机构或控制的情况下运行。同时，该系统还将负责处理与个人数据有关的所有阶段，从向市场提供个人数据，到公司使用个人数据。

PDATA 代币生态系统的最大优势在于，它是一个可用于个人数据安全交易的生态系统，可充分保护消费者的数据隐私。这是由于区块链的功能机制，在这种机制下，消费者只是互联网上的一个地址。除此之外，每个消费者都能看到哪个公司想要什么样的数据，而且他可以决定自己是否想要公司访问其个人数据。由于这种机制，消费者与公司之间可以建立直接的信任关系，

没有任何中间人。我们认为，鼓励消费者提供个人数据的正确机制是，当消费者给公司提供个人数据的时候，要提供给消费者充分的报酬。

出于所有这些原因，我们需要一种代币来帮助把这个经济联系在一起——我们将这个代币称为 PDATA。

## 生态系统概述

生态系统的架构是 Opiria 2.0 架构的扩展。跟踪方面的主要新元素如下：

- 在使用笔记本电脑和智能手机/平板电脑时，跟踪消费者行为(如浏览行为、在线购买、软件/应用程序使用)。
- 测量来自可穿戴设备(如活动、心率)和智能设备(如智能家居、智能秤)的数据

总体来说，这个生态系统的一般架构中有多个模块，如下所示：

- 数据存储数据库模块
- 后台
- Opiria 网络应用公司
- 提供个人资料的智能合同
- 访问个人数据的智能合同
- Opiria 原生应用调查模块
- Opiria 原生应用情绪检测模块
- Opiria 原生应用智能手机/移动设备使用跟踪模块
- Opiria 原生应用可穿戴设备(如健康追踪器)数据跟踪模块
- Opiria 原生应用智能设备(如智能家庭、智能比例)数据跟踪模块
- Opiria 调查浏览器插件
- Opiria 情绪检测浏览器插件
- Opiria 眼球跟踪浏览器插件
- Opiria 网页浏览行为浏览器插件
- Opiria pc/笔记本使用跟踪模块
- 代币销售智能合同模块

这篇白皮书的目的并不是要详细说明每一个模块。以下是简化流程的简化图。

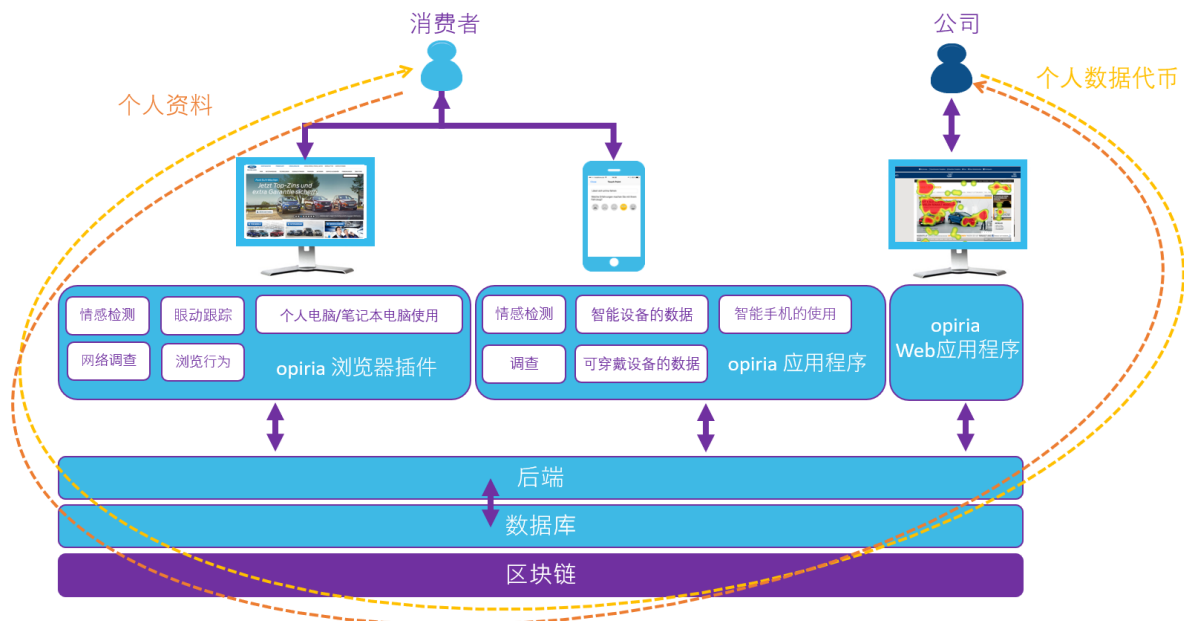


图:生态系统总体架构的简化图

## 流程高级视图

每个消费者和公司都会有一个钱包地址与其相关联。

### 从消费者处采集个人资料

为了成为生态系统的一部分，消费者可以登录并创建他们的个人资料。这包含以下步骤：

- 填写初步调查并披露基本必要的个人数据(人口统计)
- 填写不同主题的其他调查，如兴趣、教育、财务数据、健康数据等。
- 在智能手机上安装 Opiria 应用，并定义哪些个人数据应该被公开(例如智能手机的使用、应用的使用和数据、浏览行为、触摸屏记录、在线购物行为、情感跟踪、位置跟踪、可联网的穿戴式智能设备的数据、智能连接设备的数据等等)。
- 安装 Opiria 浏览器插件，并定义哪些个人数据应该被公开(例如，浏览行为、键盘输入、在线购物行为、屏幕记录、眼睛跟踪、情绪跟踪、访问社交网络、访问联系人等等)。

两个重要的机制有助于(a) 激励消费者注册 Opiria 生态系统，并(b)激励他们尽可能多地公布个人数据。

- a. 注册的动机：消费者从 Opiria 生态系统收到一笔初始付款，以激励其注册和公开个人数据，并安装 Opiria 应用程序和 Opiria 浏览器插件。初始付款的金额取决于所披露个人资料的数量。在第一年和第二年，初始付款的金额更高，以使消费者尽快注册。我们相信这是激励消费者注册和披露个人资料的正确机制。
- b. 披露更多个人数据的动机：消费者披露的个人资料越多，他们的个人资料就越有价值，这样，当他们允许公司访问他们的个人资料时，他们得到的报酬就越多。我们相信这是激励消费者披露更多个人资料的正确机制。
- c. 所有披露的个人数据将被存储在数据库中。

所有披露的个人数据将被存储在数据库中。

### 获取消费者的个人数据

为了从消费者处获取个人资料，公司只需在 Opiria 生态系统中免费开立帐户。开户后，如果消费者允许他们访问，公司即可通过 PDATA 市场访问消费者披露的个人数据。以下两种情况描述了 PDATA 生态系统的工作原理。

#### 场景 1——获取现有的个人数据

在这个场景中(请参阅下图)，一个公司想要从消费者的个人资料中获取个人数据。在步骤 1 中，公司要求访问个人数据。之后，消费者会接收到(2)请求，并且可以决定是否提供数据。如果消费者确认(3)提供数据，消费者和公司之间的智能合同就成立了。在此基础上，消费者会获得使用 PDATA 代币(4)支付的酬劳，而且公司可以收到所请求的个人数据(5)。

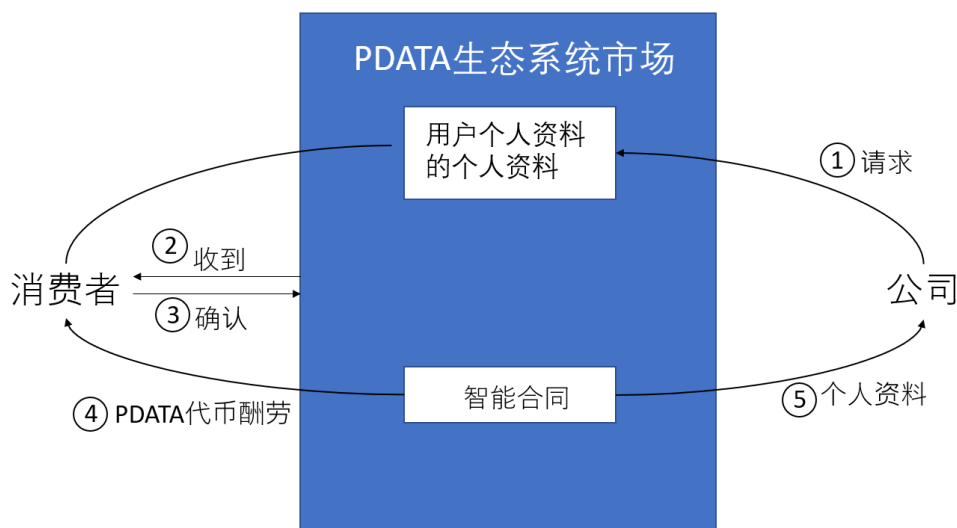


图:获取消费者数据中已经存在的个人数据的步骤

#### 场景 2 – 获取尚未存在的个人数据

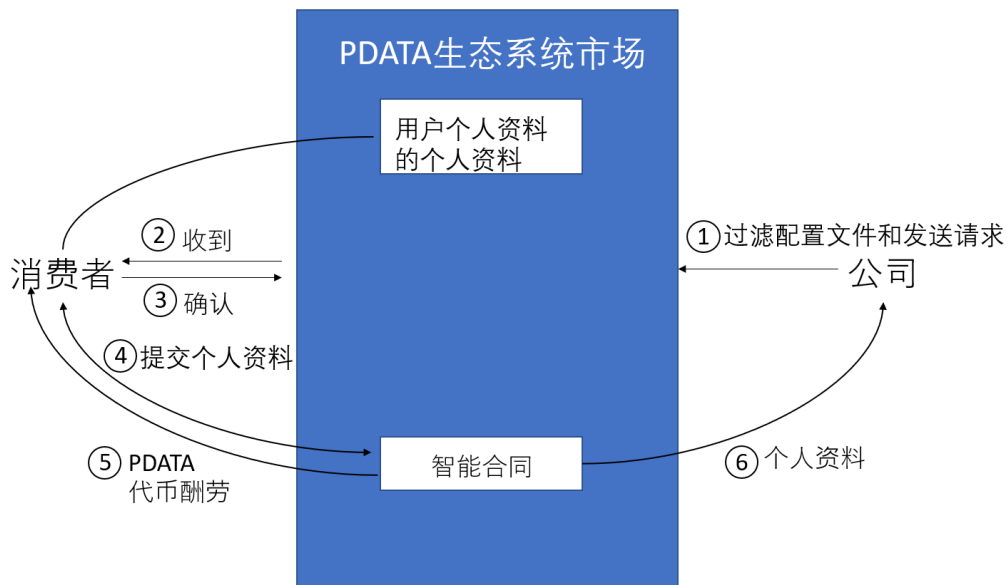
在这个场景中(请参阅下图)，一个公司，想要从某些消费者群体的个人资料中获取个人数据，而这些数据在消费者的个人资料中是不存在的。

可能的情况是：

- 请特定的消费者群体记录其位置和身体数据（来自健身追踪器）几天
- 要求特定消费者群体追踪其网页浏览行为，包括眼睛跟踪和情绪测量
- 向特定消费者群体发送调查

该公司对消费者的个人资料进行了筛选，并将请求(1)发送给匹配的个人资料(例如，男性，20-30岁，年收入5万-6万美元)。具有正确资料的消费者收到请求后，他(2)可以决定是否参与调查。如果消费者确认参与调查，(3)消费者与公司之间的智能合同成立。

在此之后，消费者开始跟踪其位置和生理数据(4)。在提交个人资料后，消费者会收到用 PDATA 代币支付的酬劳(5)，公司收到数据(6)。



图：访问消费者个人资料中尚未存在的个人数据的步骤

## 付款和价值流动

在符合条件的情况下，所有付款将通过 PDATA 代币在区块链中实时完成。PDATA 代币流动的高级概念是，该公司向消费者发送一笔付款  $x_{dp}$  来接收其个人数据，且 Opiria 平台会收取其中一部分  $x_{os}$ 。因此，消费者的收入  $x_{cr}$  是：

$$x_{cr} = x_{dp} - x_{os}$$

其中：

- $x_{cr}$ : 消费者的收入
- $x_{dp}$ : 公司的付款
- $x_{os}$ : Opiria 的份额

这个一般价值流动的唯一例外是当消费者登录并创建他们的个人资料时。在这种情况下，Opiria 平台会向消费者发送付款  $x_{op}$ 。在这种情况下，消费者收入  $x_{cr}$  是：

$$x_{cr} = x_{op}$$

其中：

- $x_{cr}$ : 消费者的收入
- $x_{op}$ : Opiria 的付款

## 智能合同

所有适用的智能合同都将遵循 ERC:20 标准。如果将来以太坊社区批准了新标准，我们将会使用这些标准。

所有的智能合同也将由第三方进行合理审核。

## PDATA 优势矩阵

下表显示了当前生态系统的情况以及 PDATA 代币生态系统的情况。



表:PDATA 优势矩阵

当前生态系统	PDATA 代币和支付
消费者无法控制自己的个人数据	消费者对他们的个人数据有完全的控制权
滥用消费者的数据	滥用是完全不可能的
消费者的匿名性不受保护	基于区块链机制保护消费者的匿名性
消费者不想参与调查	由于充分的隐私保护和补偿，消费者很乐意参与
消费者保护他们的个人数据并阻止他人访问	消费者提供个人数据，从而使其易于访问
消费者提供虚假的个人数据来保护他们的隐私	消费者提供正确的个人资料
公司会收到虚假的个人数据，做出错误的决定	公司可以获得高质量的个人资料，做出更好的决定
公司必须通过数据经纪人来获取消费者的个人数据	公司可以快速，轻松地访问消费者的个人资料
公司只能访问数据经纪数据库中可用的消费者数据	公司可以访问定制的个人数据（例如，网页浏览，可穿戴的设备的跟踪数据）
消费者对其提供的个人数据无法获得任何酬劳	消费者对其提供的个人数据可以获得酬劳
消费者和公司之间有几个中间人	消费者和公司之间没有中间人
系统不透明且不可控	完全透明开放的市场

## 市场

### 数据经纪人

数据经纪人收集，分析，交叉引用，包装和存储消费者最敏感的个人数据，并将其作为商品销售给彼此，广告商甚至政府，而且往往是在我们不知情的情况下。

2012 年，数据经纪行业创造了 1500 亿美元的收入——这是美国政府所有情报预算的两倍。

2015 年，数据经纪行业的收入已经达到了 2000 亿美元，而且根据 CNN 的 Jason Morris 和 Ed



Lavandera 的说法，这一行业的收入一直在增长。像 Acxiom、Corelogic 或 Datalogix 这样的公司甚至拥有所有美国单人家户的详细信息，平均每个人都有 1500 个数据点。Gartner 估计，在全球范围内，可能有多达 5000 名数据经纪人在消费者不知情的情况下，不断地收集消费者数据。

下表“FTC 报告“数据经纪人 – 呼吁透明度和问责制””根据产品类型和行业部门提供了数据经纪客户的主要类别的简要介绍。

	直接营销	网络营销	市场营销分析	身份验证	欺诈检测	人肉搜索
替代支付提供商				x	x	
律师与调查员	x					
汽车行业	x	x	x			
消费性包装品制造商	x	x	x			
数据经纪人	x	x	x	x	x	
教育机构	x			x	x	
能源/公用事业	x					
政府机构	x		x	x	x	x
酒店/旅游/娱乐	x	x	x			
个人消费者						x
保险公司	x		x	x	x	
银行/金融服务公司	x	x	x	x	x	x
市场营销/广告公司	x	x	x	x	x	x
媒体	x		x			x
非营利性实体/政治运动	x	x		x	x	
制药公司	x		x			x
房地产服务	x				x	x
零售公司	x	x	x	x	x	x
科技公司	x	x	x			x
电信公司	x		x	x	x	

## 市场调查



市场研究是任何收集有关目标市场或客户信息的有组织的努力，以确定特定的产品/服务是否能满足其客户的需求。市场研究可以提供重要的信息，可以识别和分析市场和消费者的需求以及市场规模和竞争。

市场研究公司的全球年收入从 2009 年的 289 亿美元增长到 2015 年的 443.5 亿美元，增长了 55%。随着经济日趋激烈的竞争日趋激烈，市场研究市场将继续保持增长，对于任何一家公司来说，对客户关注和偏好的了解已经成为一个不可或缺的因素。

## 竞争格局

### 数据经纪人

	<p><b>Acxiom</b> 为营销活动和欺诈检测提供了消费者数据和分析。其数据库包含了全球约 2.5 亿消费者的个人数据，几乎每一位美国消费者都有 1500 多个数据段。</p>
	<p><b>Corelogic</b> 主要根据房地产信息以及消费者和财务信息，为公司和政府提供数据和分析服务。其数据库包括 7.95 亿套历史物业交易，超过 93 亿的抵押贷款申请，以及包括 99% 以上美国住宅物业的房地产资料，总计超过 1.47 亿条记录。</p>
	<p><b>Datalogix</b> 为公司提供了几乎所有美国家庭，以及超过 1 万亿美元的消费者的营销数据。2012 年 9 月，Facebook 宣布与 Datalogix 合作，以监测 Facebook 10 亿用户在社交网站上看到广告之后在实体零售店完成购买的频率。</p>
	<p><b>eBureau</b> 为营销人员，金融服务公司，在线零售商等提供了预测评分和分析服务。eBureau 主要提供的产品可以预测某人是否有可能成为潜在客户，以及交易是否有可能导致欺诈。它向客户提供了数十亿从消费者记录中提取的信息，每个月增加超过 30 亿条新记录。</p>
	<p><b>ID Analytics</b> 提供主要用于验证人员身份或确定交易是否可能是欺诈性的分析服务。ID Analytics 网络包含数百亿个聚合数据点，11 亿个独特的身份元素，涵盖 14 亿个消费者交易。</p>
	<p><b>Intelius</b> 为公司和消费者提供背景调查和公共记录信息。它的数据库包含了超过 200 亿条记录。</p>
	<p><b>PeekYou</b> 拥有专利技术，可以分析来自 60 多个社交媒体网站、新闻来源、主页和博客平台的内容。</p>

	<p>Rapleaf 是一个数据汇总工具，其至少有一个数据点与美国百分之八十以上的消费者电子邮件地址相关联。同时，Rapleaf 的电子邮件列表中还包括电子邮件地址所有者的年龄，性别，婚姻状况以及其他三十个数据点。</p>
	<p>Recorded Future 记录了互联网上消费者和公司的历史数据，并利用该信息来预测消费者和公司的未来行为。截至 2014 年 5 月，Recorded Future 可以从超过 502591 个不同的开放互联网站点获取信息。。</p>

### 市场研究

	<p>Nielsen 集团是一家全球性的营销研究公司，总部设在美国纽约。该公司向市场营销人员提供了有关营销和销售计划影响力的可靠和客观信息。ACNielsen 于 1939 年开始在国际上扩张，目前在 100 多个国家开展业务。</p>
	<p>Kantar 是 WPP 的数据投资管理部门，也是世界上最大的洞见，信息和咨询集团之一。它成立于 1993 年，由 12 个独立经营品牌网络组成，在 100 个国家拥有约 30,000 名员工，服务于各种研究，洞见和咨询领域。其全球总部位于英国伦敦。</p>
	<p>Quintiles IMS 控股有限公司是一家美国跨国公司，主要服务于医疗信息技术和临床研究的联合产业。按报告的服务收入排名，QuintilesIMS 是世界上最大的合同研究机构，主要提供 II-IV 期临床试验和相关的实验室和分析服务。</p>
	<p>Ipsos Group 是一家全球市场研究机构，全球总部设在法国巴黎。自 1990 年以来，该集团在全球各地创建或收购了多家公司。2011 年 10 月，Ipsos 收购了 Synovate，并成立了一个新的调查机构，（世界第三大研究机构）。截至 2014 年，Ipsos 在 88 个国家设有办事处，雇员人数为 16530 人。</p>
	<p>GfK SE 于 1934 年作为 Konsumforschung（消费者研究协会）成立，它是德国最大的市场研究机构，也是世界上第四大的市场研究机构。</p>
	<p>IRI 是一家美国市场研究公司，它为客户提供有关消费者、购物者和零售市场方面的情报和分析，主要集中在消费品(CPG)行业。IRI 的</p>

	<p>客户包括 95% 的财富全球 500 强企业，零售和医疗保健公司。该公司在 58 个国家开展业务。</p>
	<p>Westat 是一家位于美国马里兰州罗克维尔的员工所有的统计调查研究公司，为美国政府机构以及公司，基金会以及州和地方政府提供研究服务。</p> <p>Westat 主要进行关于健康状况和支出，学术成就和文化素养，医疗方法和成果，风险评估，计划评估，信息管理和沟通解决方案以及受访者知识，态度和行为方面的研究。</p>
	<p>INTAGE HOLDINGS inc. 是一家营销研究和咨询服务提供商。其市场研究和咨询部门主要从事市场调研业务，包括客户小组研究、零售店面研究和其他研究活动；该公司还提供定制的研究服务，包括互联网研究、邮件调查、访问调查和定性研究，以及相关咨询服务。</p> <p>截至 2014 年 3 月 31 日，该公司拥有 24 家子公司和 1 家关联公司。</p>
	<p>comScore 是一家美国的媒体测量和分析公司，为企业、媒体和广告公司以及出版商提供营销数据和分析。</p> <p>comScore 公司有一批固定用户，这些用户在电脑上安装了一些监控软件(包括 PermissionResearch、OpinionSquare 和 VoiceFive Networks 等品牌)。作为加入 comScore 研究小组的交换，用户可以获得各种各样的好处，包括计算机安全软件、互联网数据存储、病毒扫描以及获得现金或奖品的机会。</p>
	<p>NPD 集团是一家市场调研公司。NPD 集团在 20 个国家有业务，每年采访 1,200 万名消费者，并监控来自超过 16.5 万个商店的消费者购买数据。NPD 还提供了一项名为 VIP 语音服务的服务，让消费者能够完成关于他们使用的产品和服务的调查。</p>

## 代币机制

### 代币众筹活动(Crowdsale Token Launch)/ICO

许多人将“代币众筹活动(CTL)”称为 ICO，首次代币发行。代币众筹活动是公司通过发布自己的加密货币(通常在公司平台上使用)筹集资金的方式。

正如您可以在“财富”<sup>17</sup>网站上读到的那样：“知名的风险投资家，如 Andreessen Horowitz 的 Chris Dixon 和联合广场风险投资公司的 Fred Wilson，现在称赞 ICO 作为一种新的企业融资形式。”

同时，Techcrunch 上的文章也提到<sup>18</sup>，“2017 年第二季度，ICO 的发行额大于风险投资额，其中 2.1 亿美元投资于 ICO，而投资于创业公司的风险投资则为 1.8 亿美元。我们确实期望该趋势能继续下去，这就是为什么我们正在做我们正在做的事情。首次代币发行可以被视为出现在传统金融体系之外的另一种筹款形式。这个模式促成了很多成功的项目，并帮助许多公司获得了开展业务所需的资金。然而，ICO 与股票向公众出售的首次公开发行(IPO)无关。

## 代币如何进行交易

一旦 CTL 完成并且项目开始启动，ICO 代币就可以在加密货币交易所上市，与其他加密货币进行交易。目前市面上最大的交易所是 Poloniex<sup>19</sup>。价格通常能反映出加密货币市场整体的情绪，项目特定的消息，以及新功能的增加。

## Opiria 代币众筹活动 (CTL)

Opiria 会发行一种名为“PDATA”的代币。我们会在 2018 年 1 月 8 日正在为 PDATA 代币进行代币众筹活动 (CTL)。这可能是第一个“个人数据”代币众筹活动。

每个 PDATA 代币都可以作为一种付款方式，用于消费者从他们那里购买个人数据。

CTL 是使 Opiria 个人数据数据库成为现实的重要组成部分，它使我们能够建立一个生态系统，同时也能激励消费者向数据库提供他们的个人数据。该数据库将在发展个人数据中心市场中发挥关键作用，在这个市场中，企业可以直接从消费者那里购买个人数据，而无需任何中间人。

PDATA 代币从根本上改变了当前不透明和无法控制的生态系统，在这种生态系统中，数据经纪人从未受保护的消费者手中窃取个人数据，而且没有向其支付任何补偿。PDATA 代币将其转变为一个完全透明的，没有任何中间人的公开市场，以保证个人数据的安全交易，这使消费者能够控制和充分保护他们的数据隐私，同时还能从他们的个人数据中获得适当的补偿。

这一切都发生在以太坊区块链上。

## 以太坊区块链

以太坊<sup>20</sup> 是一个基于开放源码和区块链的去中心化公共计算平台，具有智能合同(脚本)功能，有助于在线合同类协议的达成。它提供了一个去中心化的图灵完备虚拟机，即以太坊虚拟机 (EVM)，该虚拟机可以使用国际网络的公共节点执行脚本。

<sup>17</sup> <http://fortune.com/2017/06/26/ico-initial-coin-offering-investing/>

<sup>18</sup> <https://techcrunch.com/2017/06/28/while-investment-firms-ponder-icos-this-team-is-barreling-ahead-with-a-100-million-ico-fund/>

<sup>19</sup> <https://poloniex.com/>

<sup>20</sup> <https://www.ethereum.org/>

您可以通过项数据库中提供个人数据获得代币。同时，代币也可以用于从数据库获取各种数据服务。代币的实用性是基于经分布式去中心化的社区审查的用户提交的个人数据。

### **我们在哪些地方需要帮助？**

我们正在建立第一个基于区块链的个人数据安全交易市场，公司可以直接从消费者那里购买个人数据，而无需任何中间人。

### **为什么这点很重要？**

拥有来自消费者的个人数据是所有企业做出正确决策的关键。目前，数据经纪人在没有消费者许可的情况下窃取了这些个人数据，并将其作为商品销售。这大大损害了消费者的数据隐私。因此，我们正在建立最大的个人数据数据库，使公司可以直接访问消费者的个人数据，而无需任何中间人。这样，我们可以直接将消费者和公司对接起来，同时保持高度的安全性和信任。

## **PDATA 代币使用**

### **花费 PDATA / 购买**

- 从数据库中购买消费者的个人数据
- 从消费者那里请求特定的个人数据

### **赚取 PDATA / 付款 (至)**

- 提供个人数据的消费者
- 向有需求的公司提供特定个人数据的消费者



## 领导

我们的核心团队成员在创业和技术技能方面业绩斐然，并且会说多种语言。

其他团队成员在创业，技术，业务发展，销售和营销等多个领域具有专长。此外，所有成员都有创立公司或在创业公司工作的经验

## 核心团队



**Dr.-Ing. Christian Lange | 创始人 & CEO**

Christian 有很强的科学和工程背景。他曾获得慕尼黑工业大学机械工程的理学硕士以及人因和人体工程学博士学位。在其学术生涯中，Christian 曾发表过 40 多份出版物，以发言人的身份参加过 35 场国际会议的发言人，并获得了 2 项专利。2008 年，因其在自动驾驶和交通安全方面所做的重要工作，Christian 从巴伐利亚内政部获得了著名的 Stroebl 奖。他还担任了 EN ISO 15007“与运输信息和控制系统有关的司机目视行为的测定”的工作小组的负责人，这是一项全球公认的标准，在全球范围内被所有的汽车 OEM 厂商和一级供应商以及大学和研究机构使用。

Christian 在创业方面业绩斐然。2005 年他创立了 Ergoneers 公司。Ergoneers GmbH 是一家专门从事眼球跟踪的公司，该公司专门生产眼球跟踪相关的硬件和软件。

经过多年的发展，公司的软件部门变得越来越重要，变成了一个称为 D-Lab 的完整的数据采集和分析平台，目的是对人类行为进行客观分析，支持多种不同的传感器和输入(如:眼球跟踪、生理、视频、音频、以太网、CAN、动作捕捉)。

D-Lab 成为汽车行业的行业标准，其中包括几乎所有汽车 OEM (例如奥迪，宝马，大众关注，欧宝，保时捷，通用，福特，克莱斯勒，现代，PSA，捷豹路虎，沃尔沃，日产，丰田，本田和其他)，卡车 OEM (如 Freightliner, MAN, PACCAR, 沃尔沃卡车) 和一级供应商 (如西门子，博世，大陆，高塔，富士通，霍尼韦尔，加尔曼等)。此外，D-lab 也被全球大学和研究机构 (如美国航空航天局，陆军，弗劳恩霍夫研究所，麻省理工学院，斯坦福大学，TUM，剑桥大学，NHTSA 等等) 和许多财富 500 强公司 (如 Microsoft, Intel, Google, 苹果，诺基亚，三星，宝洁，雀巢) 所使用。D-Lab 在全球总共拥有约 1000 多个客户。

Christian 还通过 20 多个不同国家 (包括中国，日本，韩国，新加坡，马来西亚，台湾，澳大利亚，南非，英国，法国，意大利，瑞士，西班牙，瑞典，美国，加拿大，巴西，智利，沙特阿拉伯，以色列，土耳其) 的销售合作伙伴建立了全球销售网络。

2011 年，他重组了该公司，以支持国际业务的增长。他创立了 Ergoneers 北美公司，以更好地为美国市场提供服务，以及 Ergoneers 国际控股有限公司，和其子公司 Ergoneers GmbH。



Christian 是 Ergoneers 集团的创始人兼首席执行官，他在没有任何股权投资的情况下将 Ergoneers Group 的收入从 0 美元提高到了 5 亿美元。2015 年他离开了了 Ergoneers 集团。



**Dipl.-Inf. Marlene Gagesch | 共同创始人 & CTO**

Marlene 从 Erlangen-Nürnberg 大学获得了计算机科学的硕士学位。她的专长包括可扩展的软件架构、数据库设计、计算机视觉、需求工程和国际软件团队的管理。

Marlene 曾负责管理多家公司的软件开发部门。这些公司曾在国际上推出过非常成功的软件产品。

她早期的工作经历包括在西门子公司医疗部门担任软件开发人员和需求经理，负责西门子乳房摄影术解决方案的软件架构和机器视觉算法。

2007 年，Marlene 在 Ergoneers GmbH 的早期创业阶段加入了该公司。她于 2007 年至 2015 年担任软件开发部门的负责人。在此期间，她负责管理软件开发人员和测试人员的内部团队，以及多家离岸软件服务供应商。在 Marlene 的努力下，软件产品 D-Lab 成长为具有 1000 多家 B2B 客户的国际成功的完整数据采集和分析平台。

Marlene 在罗马尼亚出生长大，后来搬到了德国。

## Opiria 软件开发团队

Opiria 软件开发团队由以下九位全职开发人员组成。



**Toma Corbu**  
软件架构



**Marius Balaban**  
后端开发



**Vlad Blana**  
前端开发



**Paul Olteanu**  
前端开发



**Dorin Danilov**  
应用程序开发



**Eugen Melentii**  
应用程序开发



Daniel Turcan  
应用程序开发



Bogdan Uretu  
测试



Razvan Tautu  
UX 设计

## 董事会和顾问



**Ismail Malik**  
Blockchain R&D, ICO Strategist,  
BlockchainLab  
<https://www.linkedin.com/in/blockchain/>



**Sam Lee**  
Director of Research  
Strategic Coin  
<https://www.linkedin.com/in/samlee716/>



**George Popescu**  
CEO  
Lampix  
<https://www.linkedin.com/in/gapopescu/>

George 根植于科学与工程领域。他曾获得三个硕士学位:麻省理工大学 3D 印刷硕士学位, 法国 Supelec 电气工程与计算机科学硕士学位以及巴黎 XI 大学纳米科学硕士学位。George 已经出版了约 10 篇出版物和专利。

George 在创业方面业绩斐然。近十年来, 他在网络借贷, 精酿啤酒, 国外租车, 对冲基金, 同行评审科学杂志等方面建立了多家公司。他曾为 30 多个在不同领域的早期初创企业提供建议, 还是麻省理工大学创业指导服务和纽约 Techstars 金融技术的导师。

他还是“Lending Times”的创始人, 首席执行官和首席编辑, 这是一家在 P2P 市场以及替代贷款领域的媒体和联盟营销公司。2011 年 3 月 9 日星期二, Lending Times 获得了 LendIt

行业奖的最佳新闻记者报道奖。其他入选者分别为路透社，Business Insider，德班银行，Bankless Times Tradestreaming。该奖项是授予“为贷款创新和融资技术领域提供最有见地和最原始的报道的记者”的。

在 2014 年，George 出售并退出了他最成功的公司，波士顿科技(BT)集团。BT 是外汇现货，贵金属和 CFD 空间公司的高频交易和跨交易商经纪人。他是创始人兼首席执行官，并没有任何股权投资的情况下将公司收入从 0 美元提高到到 20 亿美元。根据“波士顿商业杂志”(Boston Business Journal)的统计，BT 是 2001 年波士顿发展最快的公司排行榜上的第一名，以及唯一一家 2012 年至 2013 年间一直排名在前十的公司(2012 年为第 5 名)。BT 已经连续上榜 Inc .500/5000 美国发展最快的公司名单 4 年。在出售公司后，他成为 Currency Mountain([www.currencymountain.com](http://www.currencymountain.com))的战略主管，这是一家价值 1 亿美元的控股公司，专注于零售业和中型机构货币。

自 2015 年以来，他成为了 Lampix 的创始人兼首席执行官，这是一款将任何表面转变为智能表面的智能灯具。由于 Lampix 最近的 ICO，他获得了该领域的第一手经验。他还是多个其他 ICO 的顾问，如 First Blood，AirFox，DropDeck 和 Well ICO。

**Mihai Dumitrescu**

CTO

rosoftlab

<https://www.linkedin.com/in/mdumitrescu/>

Mihai 是一名经过培训的软件工程师。他于 1999 年在罗马尼亚的 Johannes Honterus 获得学士学位，目前正在攻读计算机科学博士学位。他的专长包括高性能可扩展软件架构与算法，计算机视觉，机器学习，深层神经网络，P2P 系统和算法，以及企业内容管理。

自 2006 年起，Mihai 成为了 Rosoftlab 的创始人，首席执行官兼首席技术官，该公司是计算机视觉，增强现实及相关移动和网络应用的研发公司。其产品和服务被德国，瑞士等许多国家的客户使用。Rosoftlab 拥有 20 多人，其客户 Migros 是瑞士最大的零售商。Rosoftlab 不断的研发已经促成了多家公司的诞生，如 VanillaNAV，一家专注于易于设置的室内导航系统的公司。

Mihai 先前的工作经验包括在 CARUS srl 担任高级软件工程师，负责开发 ERP 系统的软件架构和数据库设计

Mihai 在区块链、智能合同和 ICOs 方面有第一手的经验。

**Michael Mazier**

Co-Founder

LendingCalc

<https://www.linkedin.com/in/michaelmazier/>

(Michael) 迈克尔是一位在金融市场和技术领域具有多学科专长的金融科技高管和企业家。他拥有 15 年以上的投资经理，债权交易者和 IT 交易系统经理的经验和前华尔街航天工程和人工智能研究领域的经验。他目前是区块链应用程序和众包加密令牌销售的顾问，同时也是 P2P 点对点市场借贷分析公司 LendingCalc 的联合创始人。他曾担任 Van Eck Global 的投资组合经理，并曾在摩根士丹利，美国银行/美林银行和花旗银行从事固定收益研究和 IT 管理工作。

他开始了电气工程师的职业生涯，并设计了 GE 航空航天公司通信卫星的硬件和软件。Michael 拥有锡拉丘兹大学电气工程学士学位，维拉诺瓦大学电气工程硕士学位以及哥伦比亚商学院 MBA 学位。

**Florin Mihoc**

Tech Executive

Columbia Business School

<https://www.linkedin.com/in/florinmihoc/>

(Florin) 弗洛林是一位企业家和合伙人，也是几十家创业公司和项目的顾问。他曾是富布赖特高级研究员，也是纽约哥伦比亚大学商学院的一名学者。

他在纽约的创业训练营 (SBC) 金融科技项目担任导师，在那里帮助建立项目，并为战略合作伙伴关系，国际扩张，资本筹集，业务发展和媒体战略等几十个团队提供建议。

他拥有财富 500 强企业，销售，战略客户管理和并购顾问的背景，拥有国际营销和战略（全球）客户管理博士学位。弗洛林来自中东欧，多元文化，掌握多国语言，在美国旅行和生生活。最近，他加入了世界上最大的 SxSw 科技节咨询委员会，积极参与了几个成功的区块链/加密公司

**Pavel Kapelnikov**

Principal

Chelsea Holdings Company

<https://www.linkedin.com/in/pavel-kapelnikov-95586b4/>**Angel Colon**

Advisor

Factory, Inc.

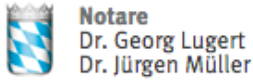
<https://www.linkedin.com/in/angel-colon-0bb2455/>

## 法律顾问

**CANZLER & BERGMEIER**

CANZLER&BERGMEIER 是 Opiria 的知识产权律师。CANZLER&BERGMEIER 成立于 20 多年前。今天，它是巴伐利亚北部最大的专利律师事务所之一。自 2008 年起，他们是德国少数几家拥有三个领域的 ISO 认证的律师事务所之一 (ISO 9001 质量管理，ISO 14001-环境管理和 ISO 27001-IT 安全)。这为客户确保了透明度、服务质量和信息安全水平。





### Dr. Lugert & Dr. Mueller

Dr. Mueller 是 Opiria 的公证人。Dr. Mueller 专门从事公司组建，公司股份的收购和出售，结构性变化（比如资本计量，公司章程的修改，公司转型和公司继任）

### ETL

## ETL | European Tax & Law

ETL 是 Opiria 的税务咨询公司。ETL 集团总部位于德国，有 840 个办事处，遍布全球 50

多个国家。在税务咨询领域，ETL 在德国的审计和税务咨询公司中排名前五，是全国市场的领导者，收入超过 7.9 亿欧元。ETL 在德国有超过 7000 名员工，为超过 170000 名客户服务，其中包括超过 1.400 名税务顾问、律师、会计师、管理顾问和金融服务提供商。

## 人力资源要求

在执行项目过程中，Opiria 将需要以下人员。职位空缺将在线上发布，潜在候选人将在面试过程之后入围并入职。

表格:员工需求

所需职位	数量	目前状态
<b>管理和运营</b>		
CEO	1	已有
CTO	1	已有
COO	1	空缺
CFO	1	空缺
会计	2	空缺
IT 安全/管理	1	空缺
HR	1	空缺
总经理	1	空缺
法务	1	空缺
<b>软件开发</b>		
产品经理	1	空缺
总软件工程师	1	空缺
数据库	3	已有 1 名
区块链	2	空缺
后端	4	已有 2 名
前端	4	已有 3 名
应用开发	8	已有 4 名

UI	2	已有 1 名
UX	2	空缺
机器学习	3	空缺
测试	4	已有 1 名
<b>市场和销售</b>		
合作伙伴销售经理	1	已有
直销	1	已有
市场营销专员	1	已有
市场营销助理	2	已有
<b>总数</b>	<b>49</b>	

## 财务状况

### PDATA 代币如何定价

我们将创建大约 7.5 亿 PDATA 代币。  
一个 PDATA 令牌价值 0.1 美元（10 美分）。

### 在众筹期间你们接受哪些加密货币？

我们将接受 ETH 和 BTC。

ETH 付款将通过智能合同来接受。

BTC 付款将通过托管帐户接收。所有的 BTC 参与者将收到一个有 PDATA 代币的 ETH 钱包。他们需要提供一种联系方式来获取该 ETH 钱包的信息。

### PDATA 代币将如何分配？

以下是大致代币分配的方式：

发行：60% 的硬币将在 ICO 中发放

發展基金：13% 將用於數據購買和社區發展

公司/团队：20% 将用于研发

顧問：5%

賞金：2%

### 留给团队的 20% 将如何使用？

- 25% 將在公眾面市後 3 個月上市
- 25% 將被鎖定 9 個月
- 25% 將被鎖定 15 個月

- 25%将被锁定 27 个月

### 你们为什么要把代币锁定起来？

因为我们希望证明我们的项目是长期的，而且团队的目的与令牌持有者的兴趣是一致的。

### PDATA 代币什么时候会被分配给购买人，然后在二级市场上出售？

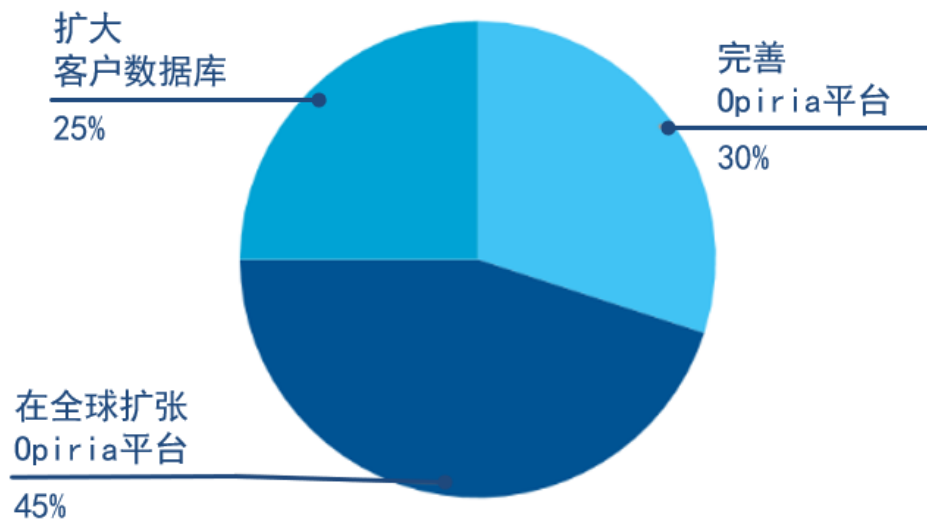
一旦我们收到您的资金，您将会收到代币并且会发送一封确认邮件至您邮箱。根据您注册的资金，您会立刻收到一定数量的代币，而奖励的代币将会在主代币进行交易后的 30 天解锁。因此，奖励的代币将要在解锁后，您才能领取。

### 资金使用

通过 CTL 筹资到的资金将用于支付项目费用，直到项目开始盈利，有足够的现金流量自行运作。预计到 2021 年 Opiria 将开始获利。[1][2]

筹集到的资金将主要用于支付以下费用：

- 扩大 客户数据库: 25%
- 完善 Opiria 平台: 30%
- 在全球扩张 Opiria 平台: 45%



图：资金使用

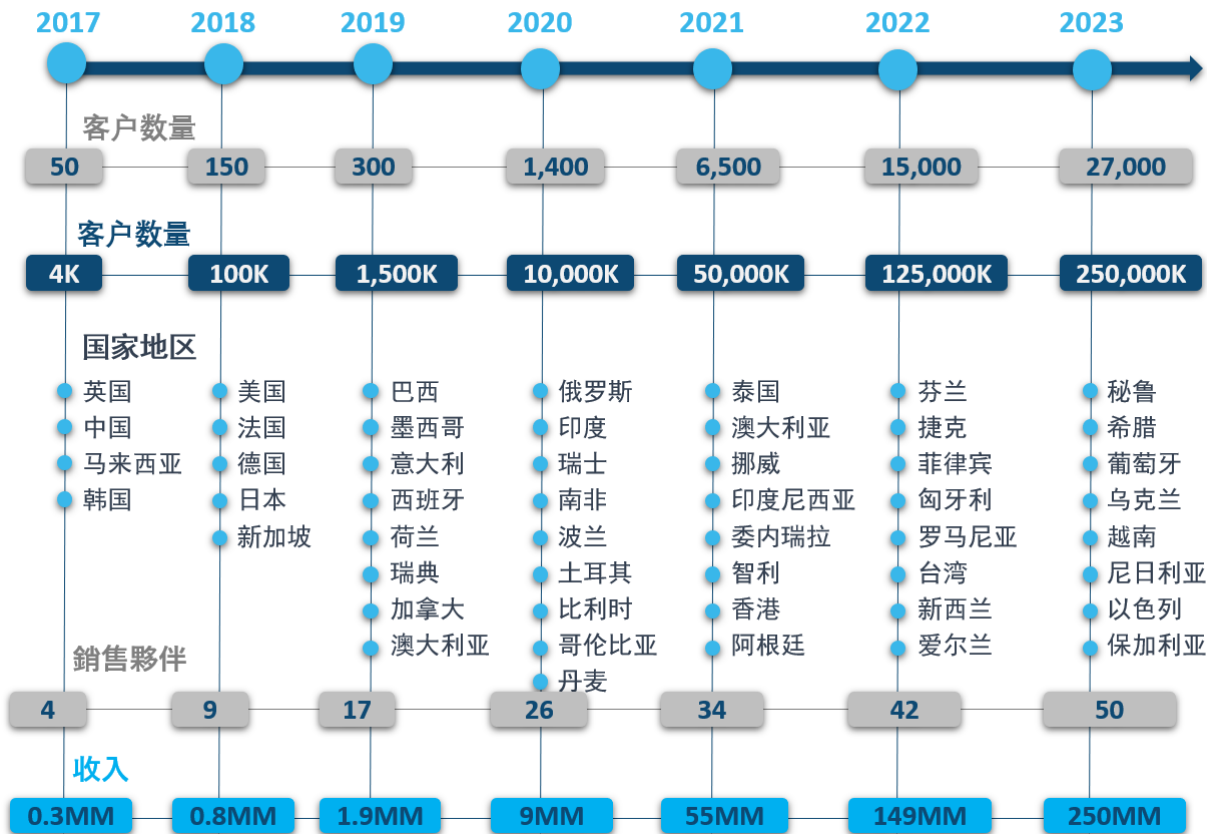
### 预计销售&盈利

预计销售和盈利见以下图表。

注释：通过分析数据经纪和市场研究市场的总体收入以及评估重要竞争对手的年收入（参见竞争格局），我们对财务规划进行了审核。数据经纪和市场研究市场的年收入约为 2500 亿美元。市场领导者 Acxiom 在其数据库中拥有 2.5 亿消费者的个人数据，年收入为 1 亿 1 千万美元

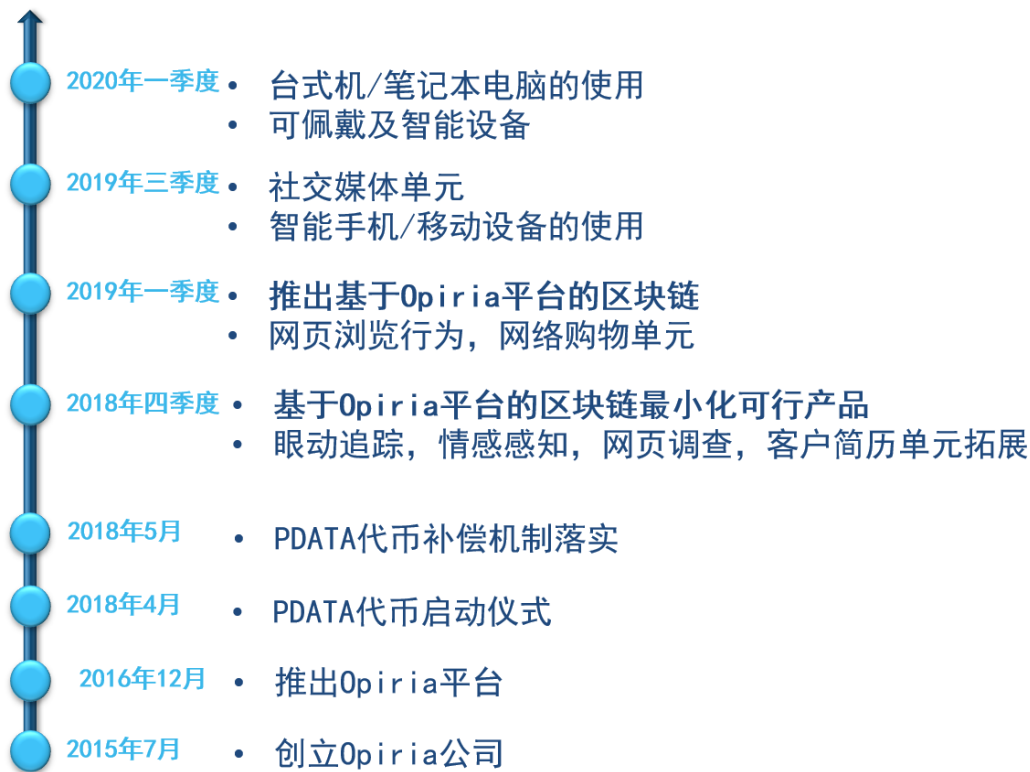


# 全球扩张历程





## 里程碑计划



## 风险披露

### 监管风险

#### 货币监管风险

各国政府仍在设计关于将加密货币作为一种贸易结算形式进行监管的公共政策。对本地商业使用加密货币扩散的政府可能会发布法律和法规, 认为使用密码币是一项受规管的活动。近几周来, 中国和韩国等国家已经发布了禁止代币销售的规定或声明, 而其他国家则试图将代币销售作为证券发行监管。这可能导致 PDATA 代币的持有人在 PDATA 代币未进一步推进合规性的情况下未来无法使用他们的 PDATA 代币。

#### 与使用 PDATA 网络相关的风险

使用加密货币交易所是复杂的, 并且有严格的资格要求。我们不能保证开发人员能够成功建立一个允许使用全球加密货币支付服务的系统。无法建立网络会导致 PDATA 代币作为 PDATA 网络中的一种结算货币的流动性下降。

#### 与代币/众筹销售有关的风险

Well 代币不是投资产品。确切的说, Well 代币可以在 WELL 系统中提供特定的功能, 这是获取和购买保健服务的手段。如果没有 well 代币, 普通大众可能无法访问 WELL 系统。Well 代币也未见未来的利润或收益。由于这些和其他原因, 我们认为, Well 代币的销售并不构成符合公开发行募股说明书注册要求的

证券。然而，代币销售的公共政策正在发生变化，而且可以想象，监管机构未来可能会扩大代币销售的监管范围。这可能使代币销售受到美国和类似司法管辖区的注册要求。如果 Well 代币销售受到注册要求的限制，这可能会耽搁或无限期推迟所提出的 well 代币的销售。

#### 税务风险

使用 Well 代币作为一种结算货币可能会受到当地所得税，资本利得税，增值税或其他形式的税收的限制。税收立法的这种不确定性可能会使商家和客户面临与使用 Well 代币作为结算货币和/或代币交易或 Well 代币资本利得有关的不可预见的未来税收问题。

#### 资本控制风险

许多司法管辖区，如中国，对跨境基本流动实施了严格的控制。Well 代币持有人可随时会受到这些规定和/或强制执行此类规定的约束。这会使把 Well 代币从当地管辖范围转移到海外交易所成为一中会使 Well 代币的使用者受到政府罚款或其他监管制裁的非法活动。

#### CTF 和反洗钱条例

美国已经出台了一系列打击恐怖主义融资和洗钱活动的规定。许多其他国家已经制定了类似的法律来控制这些非法活动的资本流动。一些不法分子使用加密货币会违反这些规定。任何 Well 代币的非法使用都可能严重影响 WELL 网络在国际上的声誉。在这种情况下，可以想象这可能会导致 CTF 和反洗钱监管机构的审查，并可能对 WELL 生态系统中的代币和 Well 代币的分配和流通造成重大的破坏。

#### 区块链风险

在以太坊上，由于出块时间是由工作量证明决定的，因此出块是随机的。例如，在出资期的最后几秒内通过“WELL 出资合同”发送的 ETH 可能不会包含在这段时间内。买方确认并理解，以太坊智能合约可能不会在买方预期的时间包含买方的交易，而且买方可能不会在买方发送 ETH 的同一天收到了 Well 代币。以太坊区块链可能会出现周期性的堵塞，在这种情况下，交易可能会延迟或丢失。个人也可能故意作乱堵塞以太坊网络，试图在购买加密货币上获利。买方承认并了解，以太坊矿工可能不会在买方想要的时候包含买方交易，或者根本就不包含买方的交易。Well 代币可能会丢失和/或被盗。黑客或其他恶意团体或组织可能会尝试以各种方式干扰 WELL 出资合同或 Well 代币，包括但不限于恶意软件攻击，拒绝服务攻击，基于共识的攻击，Sybil 攻击，smurf 攻击和电子欺骗。此外，由于以太坊平台依赖于开源软件，而且 Well 代币也基于开源软件，因此，以太坊智能合约可能会包含有意或无意的漏洞或弱点，这可能会对 Well 代币产生负面影响，或导致买方的代币丢失，买方丧失访问或控制买方代币的能力，或者买方帐户中的 ETH 丢失。如果出现这样的软件错误或软件缺陷，可能没有任何补救措施，并且不能保证 Well 代币的持有人会获得任何补救措施，退款或赔偿。该项目和白皮书提出的所有事项都是新的和未经测试的。该项目可能无法完成，实现或启动。使用该项目的区块链有可能不会启动，并且可能永远不会有运营平台。即使项目已经完成，实现并启用，它可能不会按照预期的方式运行，并且任何与采用该项目的区块链相关的代币可能不具备预期的功能或价值。而且，由于技术发展迅速，所以 Well 代币和项目可能会过时。加密货币，数字资产和区块链技术的监管状况在许多司法管辖区尚不清楚或不明确。所以很难预测政府当局将如何管理这些技术，以及政府当局是否会对影响加密货币，数字资产，区块链技术及其应用的现有法律，法规和/或规则进行任何修改。这种变化可能会以各种方式对 Well 代币产生负面影响，其中包括例如确定代币是受管制的金融工具，需要注册。如果政府行为使其不合法或继续经营项目在商业上不可取，公司可能会停止分配 Well 代币以及项目的开发或停止项目在某个管辖区的运营。

#### 商业风险

公司计划在收到资金的情况下停止代币的销售。如果从销售“代币”中筹集的金额少于 1,000,000 美元，本公司可能没有足够的现金来实施如下计划，而且购买代币的“代币”买家所面对的投资风险将更高。

本公司主要竞争对手可能拥有比本公司更多的资金开源，因此能够更好地吸引人才，启动项目，并提供更低的电价，这些对比特币矿工来说是非常重要的。

本公司保持竞争力的能力可能一部分取决于其开发新产品和增强产品或服务，并以一种及时，划算的方式推出这些产品或服务的能力。此外，本公司竞争对手产品和服务的推出，增强或其他技术的使用可能会导致本公司现有产品和服务的销售或市场接受程度的下降。

我们不能保证公司能在选择，开发和推广新产品和服务，或者增强现有产品或服务方面取得成功。如果不成功，可能会对公司的业务，财务状况和运营业绩产生不利影响。

公司实现目标的能力取决于其吸引和留住更多高质量人才的能力。对于这些人员的竞争是激烈的，而且我们不能保证公司的业绩不会因无法吸引和/或留住合格人才而受到不利影响。

公司经营的行业是新的行业，可能会受到高度的监督和审查，包括调查或执法行动。我们不能保证政府机关不会检查公司的运营情况和/或对公司采取执法行动。此类政府活动可能或可能不是特别针对公司的结果。所有这些都可能导致公司受到判决，和解，罚款或处罚，或导致公司重组其业务和活动，或停止提供某些产品或服务，所有这些都可能会损害公司的声誉或导致更高的运营成本，而且可能反过来对 Well 代币和/或项目的开发产生重大的不利影响。