区块链研习社自治章程

**第一章 宗旨**

一、核心价值观

【追求】第一条 区块链研习社致力于成为全球有显著影响力的社群，通过良好的激励机制和协作方法，让每个人在这里都能实现个人价值。

【社员】第二条 每个社员是整个社群的组成部分，社群的未来是实现所有人一起成长。

【技术】第三条 坚持区块链技术学习的导向，将其发展为区块链研习社区别于其他社群的核心竞争力。

【精神】第四条 爱祖国、爱人民、爱事业和爱生活是我们凝聚力的源泉，积极向上、温润谦恭、独立思考、理性包容，是我们每个研习社人的特质。

【利益】第五条 每个社员可能花费一定的准入门槛费用，这是过滤人选的根本措施。参与社区建设的人理应获得奖励，包括但不限于课程免费、token、入核心群资格等。

【文化】第六条 我们承认个体的多样性以及事物在发展过程中存在的问题，研习社会努力为个体发展提供舞台，问题也会经协商得到解决，研习社坚决反对偏离基本共识的分叉行为。

【社会责任】 第七条 社群虽然是虚拟网络生态，但每个社员不应做出有损社会、其他社员、社群的行为，且应将区块链研习社所习得的能力为社会做出自己的贡献。

二、基本目标

【规模】第八条 大力发扬区块链研习社的价值观，全球布局区块链研习社的社区建设，在一年内实现社群规模突破1万人，五年内突破10万人，十年内突破100万人。

【机制】第九条 实现类“企业化”机制良好运转，建立总社分社“总分联动”机制，建立线上线下常态化互动机制。

【目标】第十条 我们的短期目标是组建职能部门的专业化团队并实现商业化运作；我们的中期目标是全力建设区块链研习社品牌，形成国内不可忽视的影响力；我们的长期目标是成为区块链知识制造基地、个人IP加速器、创业乐园，充分实现一群人的成长与崛起。

【利润】第十一条 各事业部门单独核算，不断占据市场份额，获取可观利润。

三、价值的分配

【价值创造】第十二条 贡献才智、文字记录、参与协作、引进资源都可为整个社群创造价值。

【知识资本化】第十三条 每个社员将自身学习的知识（包括外部已学和在研习社所学）作用于社区建设后产生利润，可获得资金、股份、token等报偿，能力出众者可在重要岗位发挥价值。

【价值的分配形式】第十四条 为实现由分布式协作小组向商业化团队的转变，部分组织形态会以股份制企业形态存在，对于此部分价值分配以股权、工资、token等多种形式进行。对于未采用股份制企业管理的协作小组，或者对社区建设做出贡献的个人、项目方或企业，只进行token奖励。

【价值分配原则】第十五条 效率优先，兼顾公平，可持续发展，是我们价值分配的基本原则。按劳分配的依据是：能力、责任、贡献。按劳分配要充分拉开差距。股权分配的依据是：可持续性贡献、突出才能、品德和所承担的风险。股权分配要向核心层和中坚层倾斜，股权结构要保持动态合理性。按劳分配与按资分配的比例要适当，分配数量和分配比例的增减应以区块链研习社的可持续发展为原则。

【价值分配的合理性】第十六条 我们遵循价值规律，坚持实事求是，在研习社内部引入外部市场压力和公平竞争机制，建立公正客观的价值评价体系并不断改进，以使价值分配制度基本合理。衡量价值分配合理性的最终标准，是研习社的竞争力和成就，以及全体社员的士气和对社群的归属意识。

**第二章 基本经营政策**

一、经营重心

【经营方向】第十七条 建设区块链研习社官方平台，这包括：官网，官微，官方app，通过官方平台支撑社群业务运营、社群治理和建设。大力发展教育事业，扩大营业收入和用户基数；发展媒体事业，紧跟区块链潮流；以技术为核心支撑社群内部各项业务的推进，及以项目外包形式参与外部项目研发，实现收入增长及培养全能型人才。

【经营模式】第十八条 抓住区块链发展的历史机遇，大力挖掘和引进技术人才及专业人才，实现以技术为核心的生态布局，支撑各项业务大发展，追赶与外部专业团队的差距，并充分展现区块链研习社专业姿态，形成强有力品牌，最终各项业务占据一定市场份额。

【资源配置】第十九条 对于基础服务部门重点给予资金支持，对于盈利较好部门给予社区支持，对于重点发展方向给予资金、社区及外部引入资源的强力支持。我们认为“不做则已，要做就做最好”。

【战略联盟】第二十条 我们重视广泛的对等合作和建立战略伙伴关系，积极探索在互利基础上的多种外部合作形式。

**二、市场营销**

【市场地位】第二十一条 区块链研习社的市场定位是全球有显著影响力的社群，通过一种类企业的管理机制，实现主要业务条线不断向专业化分工转变，并与市场对手充分竞争。通过构建超前的经营理念和管理机制，调动社群成员的积极性并发挥个体价值，在竞争的市场中实现个人和社群共同成长。品牌、营销网络、市场份额是支撑市场地位的关键要素。

【市场拓展】第二十二条 战略市场的争夺和具有巨大潜力的市场的开发，是市场营销的重点。我们既要抓住区块链新领域的快速渗透和扩展，也要奋力推进成熟产品在传统市场与新兴市场上的扩张，形成绝对优势的市场地位。

【营销队伍建设】第二十三条 我们重视培育一支高素质的、具有团队精神的销售工程师与营销管理者队伍，重视发现和培养战略营销管理人才和国际营销人才。我们要以长远目标来建设营销队伍，以共同的事业、责任、荣誉来激励和驱动。

【资源共享】第二十四条 市场变化的随机性、市场布局的分散性和公司产品的多样性，要求前方营销队伍必须得到及时强大的综合支援，要求我们必须能够迅速调度和组织大量资源抢夺市场先机和形成局部优势。因此营销部门必须采取灵活的运作方式，通过事先策划与现场求助，实现资源的动态最优配置与共享。

第三章 基本组织政策

一、基本原则

【组织建立的方针】第二十五条 区块链研习社组织的建立和健全，必须：1、有利于强化责任，确保目标和战略的实现。2、有利于简化流程，快速响应顾客的需求和市场的变化。3、有利于提高协作的效率，降低管理成本。4、有利于信息的交流，促进创新和优秀人才的脱颖而出。5、有利于培养未来的领袖人才，使研习社可持续成长。

【组织结构的建立原则】第二十六条 区块链研习社将始终是一个整体。这要求我们在任何涉及区块链研习社的合作形式中保持控制权。战略决定结构是我们建立公司组织的基本原则。具有战略意义的关键业务和新事业生长点，应当在组织上有一个明确的负责单位，这些部门是公司组织的基本构成要素。组织结构的演变不应当是一种自发的过程，其发展具有阶段性。组织结构在一定时期内的相对稳定，是稳定政策、稳定干部队伍和提高管理水平的条件，是提高效率和效果的保证。与此同时，为进一步激发各合作形式的活力，配合使用代币等进行激励。

【职务的设立原则】第二十七条 管理职务设立的依据是对职能和业务流程的合理分工，并以实现组织目标所必须从事的一项经常性工作为基础。职务的范围应设计得足够大，以强化责任、减少协调和提高任职的挑战性与成就感。设立职务的权限应集中。对设立职务的目的、工作范围、隶属关系、职责和职权，以及任职资格应作出明确规定。

【管理者的职责】第二十八条 管理者的基本职责是依据研习社的宗旨主动和负责地开展工作，使研习社富有前途，工作富有成效，社员富有成就。管理者履行这三项基本职责的程度，决定了他的权威与合法性被下属接受的程度。

【组织的扩张】第二十九条 组织的成长和经营的多元化必然要求向外扩张。组织的扩张要抓住机遇，而我们能否抓住机遇和组织能够扩张到什么程度，取决于研习社的干部队伍素质和管理控制能力。当依靠组织的扩张不能有效地提高组织的效率和效果时，研习社将放缓对外扩张的步伐，转而致力于组织管理能力的提高。

（待添加）