



COUPON.ONE

优惠宝白皮书V1.1

目录

一、项目背景	3
1.1 巨大的市场潜力.....	3
1.2 并不完美的市场.....	3
1.3 为什么要去中心化？	5
二、设计理念	6
2.1 优惠宝愿景.....	6
2.2 优惠宝解决的问题	7
2.3 优惠券特性.....	8
三、项目商业价值体系	10
3.1 优惠宝的应用场景	10
3.2 平台技术概览	10
3.3 业务模式	11
四、CPU 的价值规则	15
4.1 CPU 价值用途.....	15
4.2 智能合约交易商城	15
4.3 接入各大连锁店商家.....	16
五、CPU 技术方案	17
5.1 CPU 系统构架.....	17
5.2 技术特点	18
5.3 项目创新性.....	20

5.4 落地可能性.....	22
七、项目发展规划线路图.....	25
八、CPU 申明.....	26
九、治理架构	27
十、优惠宝基金会	28
10.1 基金会治理原则.....	28
10.2 基金会组织架构.....	30
十一、优惠宝-电商区块链团队介绍.....	31
核心团队成員	31
顾问及投资团队.....	33

一、项目背景

1.1 巨大的市场潜力

根据 2017 年联合国贸易和发展会议公布的最新统计数据显示，全球电子商务市场规模已经达到 25 万亿美元，美国、日本和中国在这个市场占据领先地位，其中与电子商务营销相关的购物券及积分市场规模达到 2 万亿美元。

对于当今电商而言，想要在市场上占有一席之地，需具备零售新思维，懂得数据分析，擅长各种营销手法。电子商务营销平台是提供营销手段和优惠引流的重要部分。

1.2 并不完美的市场

虚假促销、诱导欺诈等情况泛滥

在传统的营销平台往往会出现商家和平台利益捆绑，发行诱导性质的优惠券，但在用户使用优惠券时却设下诸多条件规则，优惠券变成了对用户没有真正实惠的商家引流手段。在操作没有任何问题的情况下，用户享受不到优惠券所宣传的优惠，用户利益被严重侵犯。

劣币驱逐良币，市场呼唤透明与公正

部分商家对优惠券的用途附加条件，限制了消费者的自由选择权。消费者通过网络购买或其他方式获得优惠券，实际操作中被更多的条件所限制：例如用户购买同一类别产品时限用 1 张优惠券；消费一定额度才可以使用优惠券；商品提前加价等。优惠券上往往只有简单的信息，对于使用条件并没有明确解释。

现在市面上流通的电子优惠券发行商家不同，制定的规则也参差不齐，造成了某些优惠券的具体使用规则模糊，集中表现为：未清晰标注是否可以享受双重优惠、未明确使用范围及人数，以及使用的时间界限模糊等问题。一些案例表明，商户通过自身设置的优惠券陷阱谋取不合理收入，优惠券的没有达到其预想的功能。而真正实惠的优惠却被诱导性低惠的优惠券所驱逐，市场容易造成劣币驱逐良币的情况。

营销活动缺乏规范，用户缺乏信任

转发推广、秒杀活动、抢购奖励等一系列的营销活动，往往需要平台方做背书，需要极高的人力成本。并且一些营销活动往往处在灰色地带：靠商家自身信用做背书，往往存在内部消化以及不兑现等情况。由于营销活动存在极大的信息不对称，用户对部分商家的营销行为缺乏信任，另外，商家也由于违约成本低，产生了许多不规范操作。

消费后积分无法兑换，形成价值孤岛

积分市场非常庞大，而现有的积分体系难以进行积分通兑，虽市场上存在诸多积分联盟，仍没有很好地将积分进行流通。各商家之间的积分无法进行流通与兑换。用户所拥有的消费后积分无法实现真实有效的价值，消费积分在绝大多数情况下并没有达到预期效果，消费后积分的吸引力度急剧减小。众多商家的用户较为分散，无法形成完整积分流通生态，用户消费后积分的价值无法被连接。

C2C 电子优惠券平台的缺乏

现存的电子优惠券的交易一般都基于电子优惠券所在的电商平台体系，跨电

商平台体系的电子优惠券交易平台尚未成型,无法完全实现电子优惠券之间的流通交易,并且不同消费者之间的电子优惠券转让和赠送的需求都很难得到完全的满足。电商平台往往希望优惠券的流通基于自身的体系,服务于内部场景,但优惠券就其本质而言,属于用户资产,需遵从用户意志,其交易流通需基于用户的意愿。

用户数据滥用及私自售卖

传统的中心化平台上所产生的用户数据和交易数据,被中心化平台拥有和管理。而数据的提供方自己产生的数据却无权拥有和管理,数据提供方很少直接面对数据需求方,中心化平台作为数据服务方在整个大数据流通和交易过程中,中心支配地位突出。

1.3 为什么要去中心化?

对于用户而言,用户不仅关心优惠力度,同时也关心优惠券是否能够使用。针对目前广泛存在的商家对用户的诱骗性营销,去中心化的优惠券能够运用智能合约,保证优惠券的真实性,防范虚假营销行为的产生。除此之外,去中心化的交易平台能够实现优惠券和积分之间的自由流通,最大化优惠券和积分的价值。

对于营销平台而言,传统的营销平台由于与电商平台进行利益捆绑,一方面拿到价值比较大的优惠券,另外一方面向流量导出对象收取费用,间接损害了客户和商家的利益。导购平台的核心在于流量,同时也是一个非常巨大的中介平台。基于区块链的营销导购平台目的在于去中介化,解决信息的不对称,降低平台运营成本,让商户能够低成本地完成营销活动,消费者能获得最佳购物体验。

二、设计理念

2.1 优惠宝愿景

建立一个去中心化的电商优惠券生态系统

优惠宝的目标是将全球蓬勃发展的区块链技术与电商优惠券积分系统相结合，建立一条类似于以太坊的公有链——优惠宝，在优惠宝上能够建立去中心化应用程序（DApps），创立稳定的、可持续的跨平台电商优惠券以及积分营销平台，促进电子优惠券的广泛使用和交易流通。

打造通用积分平台，提供积分的通兑服务

通过底层 API 的接入方式，优惠宝为机构提供用户注册、积分发行等接口并为用户提供服务。商家可以在优惠宝钱包上进行注册并接受认证，由区块链底层生成一对账户和私钥，并通过智能合约发行自己的彩色积分。优惠宝提供为各种彩色积分提供兑换优惠宝 token（缩写 CPU）的交易平台，让各个商户的积分能够通过优惠宝进行统一高效的交易流通。

数据所有权回归用户，实现数据价值

传统中心化的电商平台，用户的数据容易被平台方利用，用户数据产生的收益并没有返回到用户手上，平台方拥有了用户数据的收益。优惠宝上数据产生的价值属于数据提供者——用户，用户通过数据交易中心，能够将自己的数据授权给平台或企业，去中心化的数据交易平台既能够保证数据的安全性，又能保证交易的安全性与便捷性。

价值保证，交易安全，提升用户体验

优惠宝为用户提供精确可识别、不可伪造复制、可追溯历史的电子优惠券代

币，避免商家通过滥发优惠券和消费积分、变相强买强卖等作弊欺诈行为。建立去中心化 C2C 优惠券积分交易平台，将用户闲置的优惠券积分价值最大化，也能让真正需要使用优惠券和积分的用户获得良好的购物体验。

2.2 优惠宝解决的问题

商品历史价格追踪，杜绝变相欺诈

在大的促销活动前，大部分的商品会先行大幅提升价格后发放巨额折扣优惠券吸引用户购买商品，优惠宝使用联盟链高效地抓取历史价格数据，保证其可追溯和不可篡改，提升数据的可行度并用 hash 存储的方式，将区块链数据库与传统的数据库结合，保证资源的高效利用。

优惠券实时追踪，挖掘潜在价值

商户通过区块浏览器，追踪交易信息，实时跟踪电子优惠券以及积分的去向和使用情况。商户可以选择用 CPU 支付平台通用的数据分析服务，或者是通过付费使用开放 API 的接口，获得优惠券流通、使用情况，消费者偏好、客户人群等信息挖掘关键高价值客户，通过购买 AI 服务分析建立自己的客户关系管理（CRM）系统，平台通过收取低额的手续费以开发维护，其余的数据及服务收入均为用户在平台的数据收入。

基于智能合约的优惠券体系，确保优惠券价值

区块链优惠宝所包含的商品价格折扣组合及各类复杂返利计算方式均可采用智能脚本模式，自动高效执行简化了整个购物闭环流程，优惠折扣券的落地使用场景更加丰富。与此同时优惠宝代币 CPU 限定发行数量且具备流通价值，极大提高了商家滥发成本，保证了电子优惠券的真实价值。

去中心化交易平台，优惠券积分可自由流通

通过早期接入线下商家，优惠宝能够迅速积累用户群体，优惠宝提供 C2C 的电子优惠券交易平台。通过智能合约的担保模式，可以让用户在进行点对点电子优惠券交易的过程中，无需让优惠宝平台打通电商平台，同时也能保证交易的可靠和安全性。

回归数据所有权，自由交易用户数据

用户的个人数据、交易属于以及浏览数据等回归用户，以用户为中心，用户对自己产生的数据能够全权处理，可以有选择权地出售给数据需求方，如政府、咨询公司等数据需求方，并获得一定的收益。优惠宝也将提供大数据分析服务，通过大数据方法分析购买的用户信息、交易数据等，描绘客户画像，增强商家的营销的效率和精准性，帮助企业发展。

2.3 优惠券特性

以太坊通过智能合约将全球的 Token 代币发行链接起来，优惠宝将电子商务的优惠券积分发行链接在一起。商户在优惠宝平台上注册，发行电子优惠券和彩色积分，基于优惠宝的电子优惠券将具有以下特性：

✓ 公开透明

基于优惠宝的电子优惠券，商户优惠券发放的数量，发放时间，发放比例等均能通过区块链浏览器进行实时查询。用户无需担心商户进行超量发券，限量服务等违规操作。

✓ 数据可追溯

基于优惠宝的电子优惠券，商户能够实时、精准的追踪优惠券的使用情况，

并利用 AI、大数据技术进行精准客户画像、需求预测等分析。

✓ **反作弊系统**

基于优惠宝的电子优惠券采用智能合约的方式发行,客户使用电子优惠券时,只要达到预设条件,付款购物时自动进行优惠折扣,避免内部人员作假。

✓ **支持跨商户跨平台的交易流通**

用户 Alice 拥有 A 商户的优惠券,当 Alice 在 B 商户进行消费,需要用到 B 商户的优惠券,此时可以通过优惠宝上交易所进行交易,用 A 商户的优惠券换取等值 B 商户的优惠券,或者用手上的 CPU 直接购买 B 商户的优惠券。

三、项目商业价值体系

3.1 优惠宝的应用场景



3.2 平台技术概览

智能合约

丰富的智能合约模版

钱包服务

提供安全快捷的电子钱包供商户和消费者进行支付，安全快捷

交易所

提供优惠券、彩色积分、联盟积分的兑换交易所

数据分析

提供场景内大数据精准广告投放服务

技术扩展（未来将加入的技术）

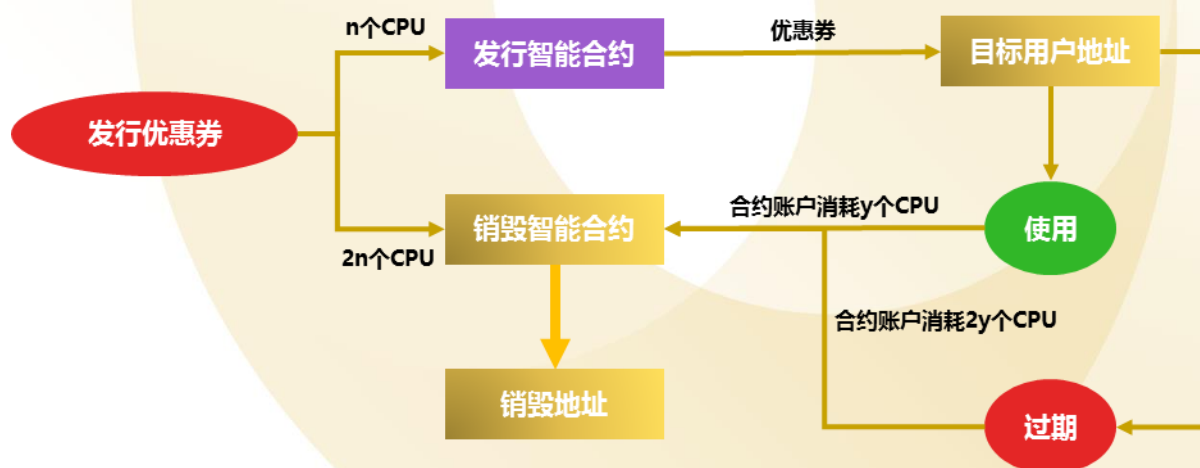
- **加密技术选型**，DES、SM4、SHA512、SHA256 四种加密技术供选择
- **多链结构**，公有链联盟链等区块链选型，支持跨链和跨智能合约交易
- **零知识证明**，充分保护用户隐私，满足匿名的场景需求

- **匿名可控**，代理重加密技术来实现对数据访问控制和共享

3.3 业务模式

优惠券担保体系

优惠宝合作商户提交智能合约和所需要的 CPU 保证金，创立电子优惠券，所有的规则逻辑会以简洁明了的方式呈现，并提供认领页面。用户认领后，电子优惠券将发送到指定用户的钱包内，可以选择消费使用，也可以选择 C2C 交易平台出售获得 CPU。用户想要获得其他商家的电子优惠券（部分为基于营销活动的限量优惠券），可在 C2C 交易平台上购买，优惠券包含线上和线下两类，线上将通过智能合约完成使用，线下使用将通过钱包服务，类似于支付型 APP 扫码流程完成支付，使用之后优惠券自动发送到商户销毁地址进行销毁。



商户在发行电子优惠券时需创立两个智能合约：发行智能合约和销毁智能合约。发行智能合约将会冻结一定量 CPU 代币作为保证金。为避免不根据实际情况超量发行及恶意超发，确保电子优惠券的实际价值，销毁智能合约会收取更高额度的 CPU 作为保证金，当优惠券活动结束后，没有被用户使用的优惠券（未被主动打入的销毁地址的优惠券）将会强行销毁，此时，每一个强制销毁的优惠

券，商户需要为之支付 2 倍于主动销毁的 gas 成本。

商户基于优惠宝发放的优惠券能够确保透明和公正性、可以使用 RDTS（实时的数据追踪系统）决定营销策略，并结合交易平台的付费推广服务，进行高效营销。由于平台的去中介化以及区块链的透明性，用户使用优惠宝平台的优惠券，将会获得多维度的优惠（高额的优惠券、数据使用费、有价值的积分及透明的营销活动），未使用的优惠券可通过 C2C 平台出售，获得具有价值的 CPU，当用户无法通过一般途径获得优惠券，可通过交易平台消费 CPU 进行优惠券点对点交易。

积分通兑

商户将通过优惠宝平台建立完整的积分体系，发行自己的彩色积分（类似于以太坊的 ERC20），以此奖励顾客的忠诚度（鼓励客户后续多次消费行为）。商户可以根据智能合约的模板，制定彩色积分的使用用途。积分与优惠券有所不同，积分并没有时间限制，无需记录销毁地址，客户使用积分将会被商户回收。不同商户之间的彩色积分可通过优惠宝交易平台进行兑换，实现商户/联盟积分之间的互通。商户能够脱离繁杂割裂的积分联盟体系，以较低的成本，建立顾客忠诚度奖励体系。

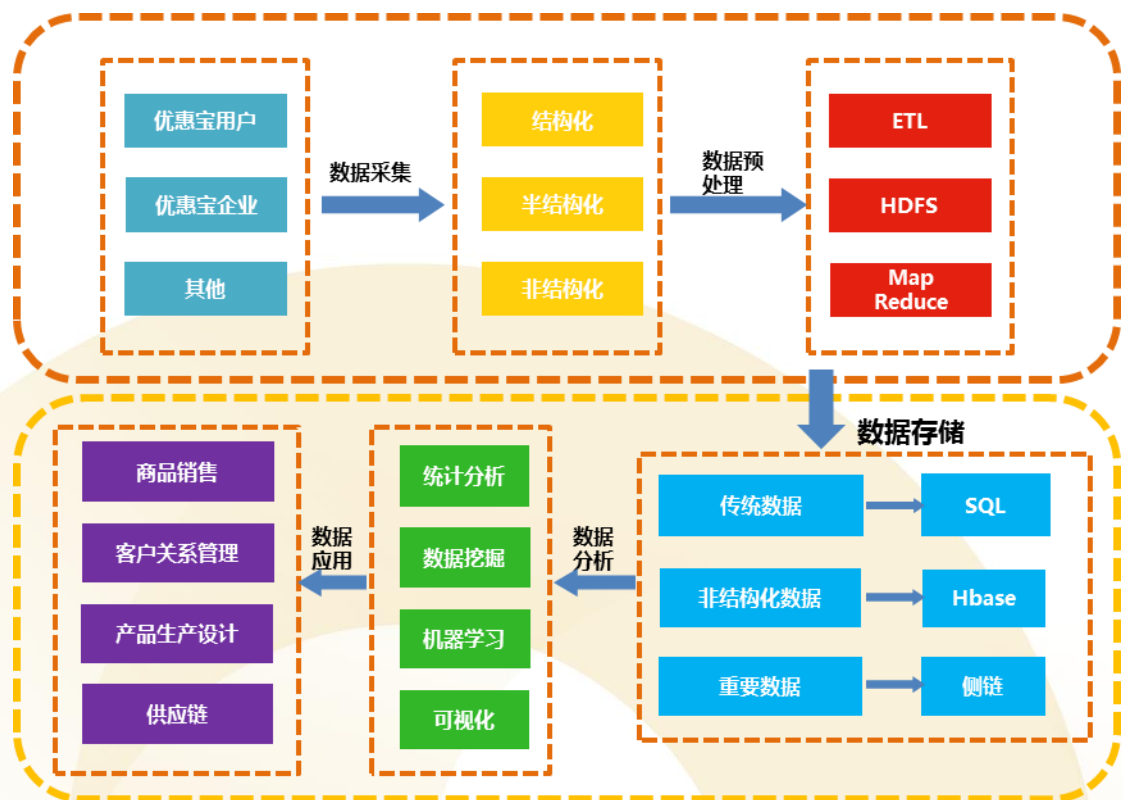
数据交易

用户可通过优惠宝交易自身的行为数据。数据供需双方依托共享的区块链基础设施，凭借可信证书加入优惠宝数据交易网络。数据提供方发布数据需求描述到交易平台。数据需求方从区块链获取数据提供方的数据描述信息，选择目标数

据,发布数据权限请求到区块链。数据提供方从区块链获取数据需求方发布的数据权限请求,按照特定规则进行权限批复,将权限批复结果发布到区块链。网络节点参与数据记账能够获得 CPU 作为奖励,数据交易平台的购买和出售均使用 CPU 完成。

数据分析服务

优惠宝将作为主要的数据需求方,购买用户数据,并利用大数据等进行分析。优惠宝将数据进行预处理之后,利用 Hadoop 分布式文件系统(HDFS),被设计成适合运行在通用硬件(commodity hardware)上的分布式文件系统。HDFS 是一个高度容错性的系统,能够进行低成本的部署。HDFS 将提供高吞吐量的数据访问,适合大规模数据集上的应用;利用 ETL 数据仓库技术,将经过数据清洗的数据按照预定一号的数据仓库模型,将数据加载到数据仓库中去;使用 MapReduce 的计算模型和框架。根据不同类型和用途的数据,聚类耦合之后收入数据库后对大数据进行统计分析、数据挖掘、机器学习及可视化处理,应用于目标企业的商品销售、客户关系管理、供应链等方面。企业可以使用 CPU 购买优惠宝的数据分析服务,并利用智能合约规定数据来源和用途,保证过程的公开透明和数据的真实可信。



四、CPU 的价值规则

4.1 CPU 价值用途

- 定制优惠券

商家可使用 CPU 购买智能合约模板或定制模板，根据自己的业务逻辑发行优惠券或商户积分。

- 优惠券和商户积分

使用 CPU 完成优惠券和积分的 C2C 交易。

- 购买数据

数据需求方可使用 CPU 完成 B2C 的数据交易。

- 购买数据分析服务

可使用 CPU 购买定制化的数据分析服务，包括大数据和 AI 等配套。获得目标群体和潜在受众数据，进行精准营销，降低企业营销和宣传成本。

- 透明营销

营销活动将使用 CPU 作为保证金，过程根据流量消耗 gas。

4.2 智能合约交易商城

优惠宝提供面向用户和普通商家的智能合约商城，让智能合约开发者能够开发满足商家或用户要求的智能合约，并获得报酬。智能合约商城分为标准型和定制型智能合约两个市场，用户和商家可以根据自身的需求，选择通用的模版或者 C2C 市场完成定制化需求。商城将使用 CPU 进行支付，用户需要提供预付金，在智能合约部署在链上后进行收货确认，系统将执行清算过程。交易费用的 3%

将会作为平台的手续费。整个流程的清算、结算都基于优惠宝的智能合约，不需要中间方。

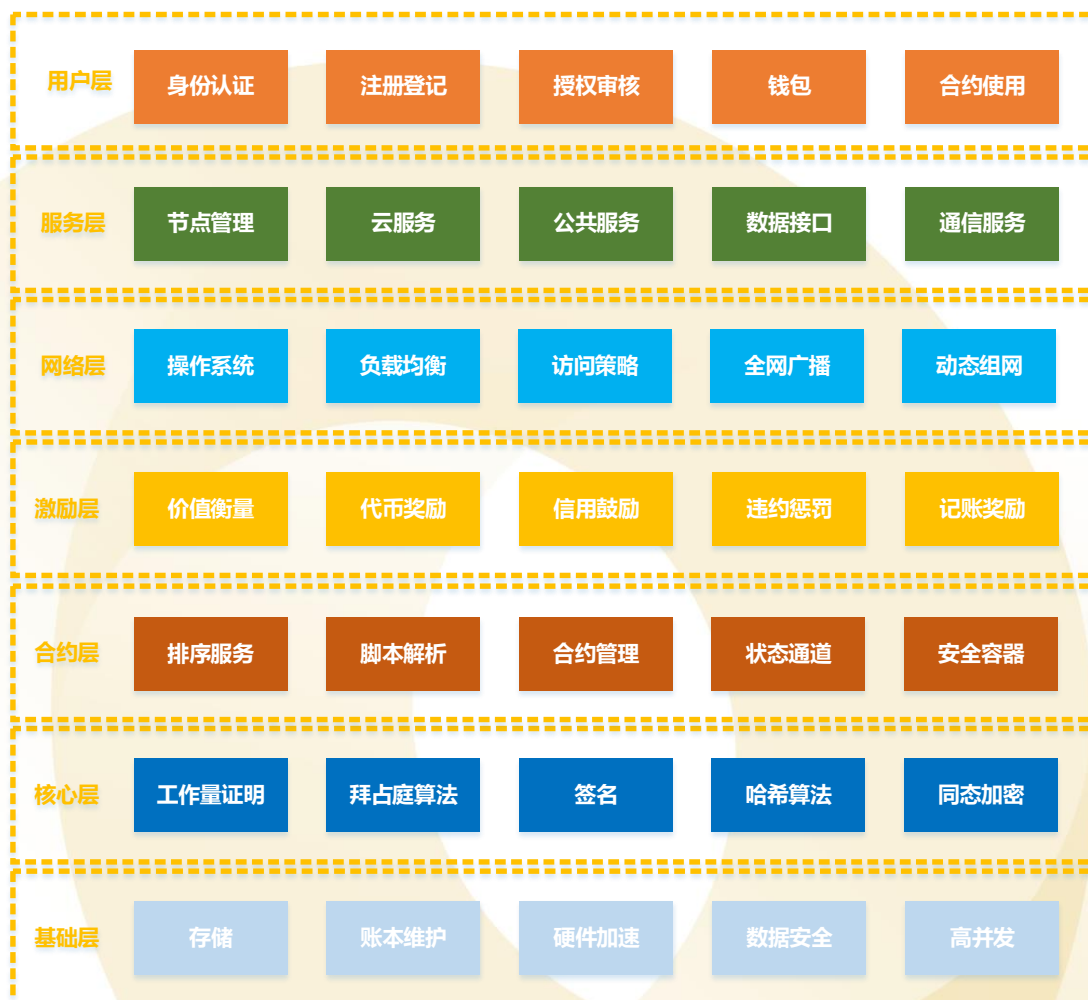
4.3 接入各大连锁店商家

优惠宝平台成型后，接入各大连锁店商家，在大流量商家的入驻后，借助商家的平台和用户群体，迅速扩大优惠宝的受众群体，提高优惠券的发放和使用频率。当平台的服务能力被认可，CPU 的价值将提高，消费者持有的 CPU 能够兑换更多服务。在服务合作伙伴和使用者的同时，快速培养用户在消费过程中使用 CPU 的习惯。由于优惠链平台的商业普适性，可使得 CPU 能够覆盖广泛的消费场景，带入更多的商家上链合作，对 CPU 的需求量也将同步增长，从而进一步推高 CPU 的价格，带动二级市场的活跃，催生三级市场的产生。

优惠宝前期将采用 POW 的共识机制，以维持公平性并吸引算力参与。后期将采用 DPOS，并通过跨链协议与 EOS、量子链等公链进行交互，以适应场景高并发的要求，并减小资源损耗。优惠宝将借鉴以太坊的 gas 机制，商户在创立优惠券需消耗一定的 CPU 作为 gas，CPU 的总量是恒定为 10,000,000,000，永不增发，优惠宝生态圈的扩大使得 CPU 使用场景增多，CPU 的消耗将增大，早期 CPU 服务的购买者将会获得更多的服务内容。

五、CPU 技术方案

5.1 CPU 系统构架



用户层	用户层是面向用户的入口，通过该入口执行与客户相关的管理功能，维护和使用区块链服务，也可通过该层将区块链服务输出到其他资源层，提供对跨层区块链服务的支持
服务层	服务层提供统一接入和节点管理等服务，为用户提供可靠高效的服务能力
网络层	基于点对点组网机制、数据传播机制和数据验证机制等，与操作系统、网络、存储、计算等资源共同建立基础设施云服务，并提供多节点的身份认证和管理。在各个服务场景间形成链间通信网络，建立交互协议

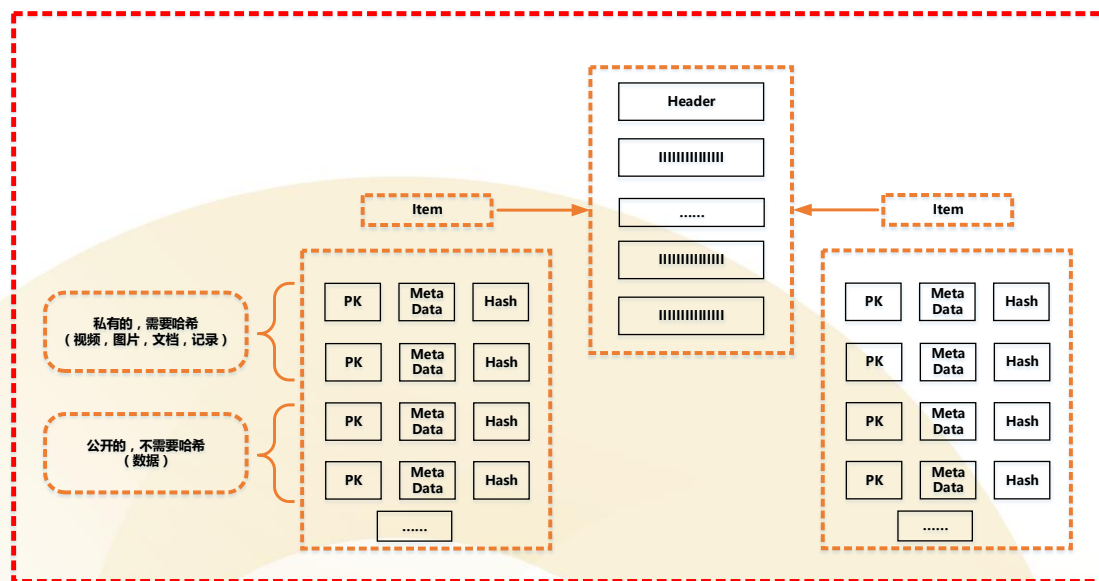
激励层	价值度衡量、钱包、账户等集成到优惠宝 CPU 体系中，建立一套激励机制，激励记账和诚信节点，并惩罚不遵守规则的节点，促进整个 CPU 体系的健康发展
核心层	核心层是区块链系统的核心功能层，包含了共识机制、同态加密、加密、摘要与数据签名等模块。此外，根据应用场景的不同，可以有选择地添加能自动执行预设逻辑的智能合约模块
合约层	负责记账节点的排序服务，提供对合约脚本的解析功能，合约类型的管理，并且加入状态通道，负责智能合约的匿名可控，设置安全容器运行合约，保障合约的安全性
基础层	负责基础的存储，运用 LevelDB 和文件系统长期保存区块链和系统整体状态的数据集，对节点账本进行维护，针对上层的哈希签名做硬件加速，并制定核准校验协议保护数据安全。性能调优及 IO 处理，从软硬件两方面来提高系统的并发

5.2 技术特点

跨链交互设计

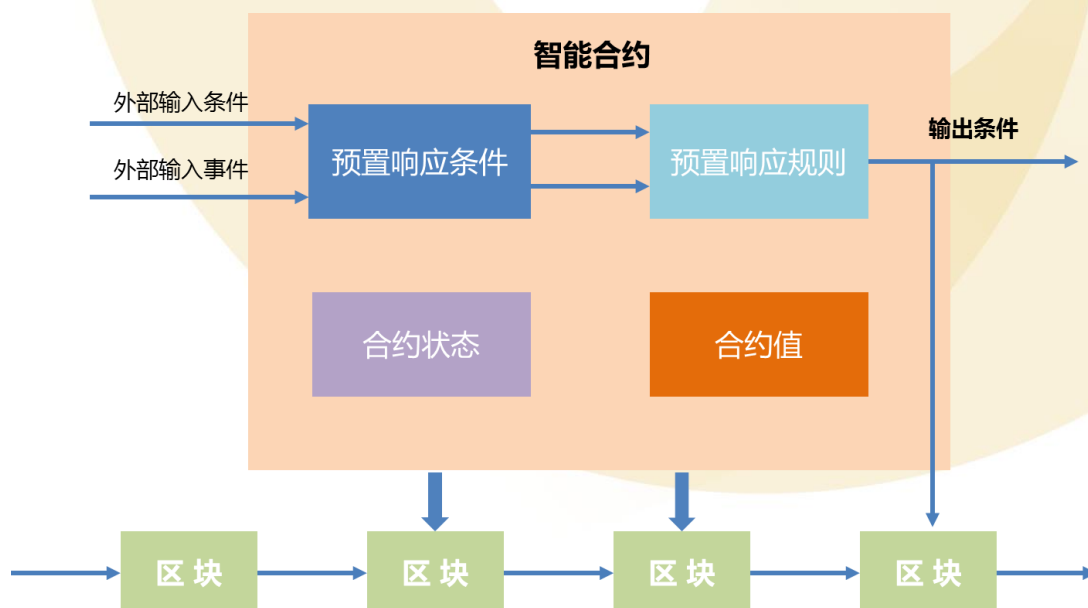
根据 CPU 团队丰富的行业经验，优惠宝平台会产生大量的数据，而一般的商户建设自己的数据库成本高，且数据库兼容性差，另一方面传统的电子商务场景的数据中心建设也不够完善，没有很强的数据处理能力，所以优惠宝设计了两套联盟服务器集群，配合以太坊公有链底层技术使用，并融合跨链机制，可以在当前电子商务场景的原有的数据库的基础之上，实现去中心化、安全、快捷可追溯的数据共享。此外，很多数据本身数据量比较庞大，比如图片、视频等，这类数据将使用所有者的公钥加密存储再分布式数据库中，为了保证记录内容可信、不可篡改，模型记录所有的数据的摘要并采用分层机构存储。将数据哈希值存放在 Item 结构中，再计算出每个 Item 的哈希值存放在 Item 块结构中，这样做可

以有效地减少搜索空间，加快数据校验速度。



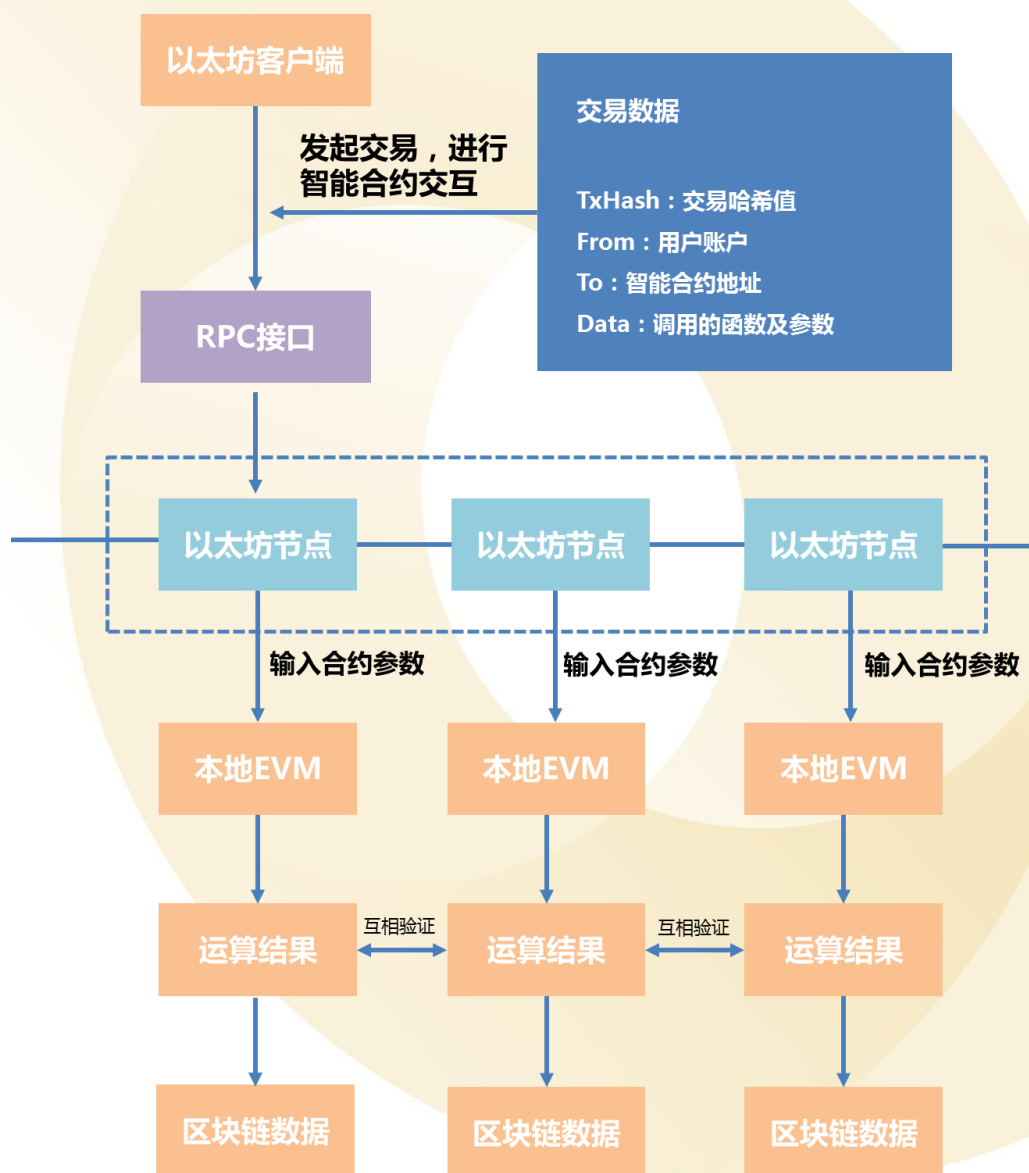
可定制化智能合约

从本质上讲，智能合约也是一段程序，继承了区块链的三个特性：数据透明、不可篡改、永久运行。优惠宝上的可定制化的智能合约需要完成商户创立优惠券，发行彩色积分的功能，由于任何一方都可以查看其代码和数据，所以智能合约的数据处理也是公开透明的，类似于以太坊，优惠宝也拥有运行智能合约的虚拟机。



普通用户可以在智能合约商城购买或定制智能合约，并部署在优惠宝后，前

端的 SDK 通过发起一笔交易，发送优惠宝节点需要调用的函数及相关参数，所有的优惠宝节点都会接收到这笔交易，然后从区块链这个数据库中读取了存储的智能合约运行代码，在本地的虚拟机运行出结果。为避免节点作恶，节点运行智能合约的结果将与其他优惠宝节点进行对比，最终确认无误后才将结果写入到区块链中，从而实现智能合约的正确执行。



5.3 项目创新性

- **模块化设计，系统轻便易迭代**

改进型的以太坊底层技术：将以太坊底层技术进行改进，使用 go 语言进行实现，能提高系统的并发性能，并减少后期维护成本，提高版本迭代效率。

松耦合架构设计：考虑到电子商务场景下用户数量及数据量庞大，不同用户与业务数据之间的逻辑复杂，为了减少不同层级组件交换的损失以及方便日后系统升级，优惠券 CPU 将整个系统架构进行了松耦合设计。

➤ **极高的易用性，降低使用门槛**

快速交易：数据缓存加速服务，由 RAFT 中的选举算法选举出高速交易节点，交易结算速度达到了毫秒级，提升了交易效率，大大提高了资产利用率。

简单易用的规则设计：通过面向用户的智能合约编辑操作页面，普通用户也能够区块链中嵌入预设的逻辑和规则，让智能合约的使用更加简单轻便。

便捷的私钥管理：为了避免普通用户丢失私钥造成账号及账号资产无法找回，CPU 引入主控交易和自控交易机制，普通用户可以自行保管私钥，也可以委托 CPU 保管私钥进行账户和密码登陆。降低了用户私钥管理的诸多不便，大大提高了易用性。

➤ **满足场景需求**

通道设计：当交易场景中的用户和商户有匿名需求时，CPU 会提供专用的通道，随机选择节点进行哈希索引存证，在保证交易安全的原则下，最大程度保护双方隐私。

链外存储设计：为了提高数据处理的效率，优惠券链中心化与去中心化相结合的存储方式，关键数据、隐私数据存储链上保证其安全性，次要数据存储链外保证其处理效率。通过中心化和去中心化相结合，在保证信息不可篡改的同

时保证数据处理的效率，提升用户体验。

多链机制：根据 C 端和 B 端的数据隐私、数据处理速率的需求不同，优惠宝 CPU 针对 C 端用户使用公有链技术，针对联盟商户使用联盟链技术，不同种类的链之间通过跨链协议、公证人机制（Notary schemes）、哈希锁定（Hash-locking）、侧链等方式进行交互。

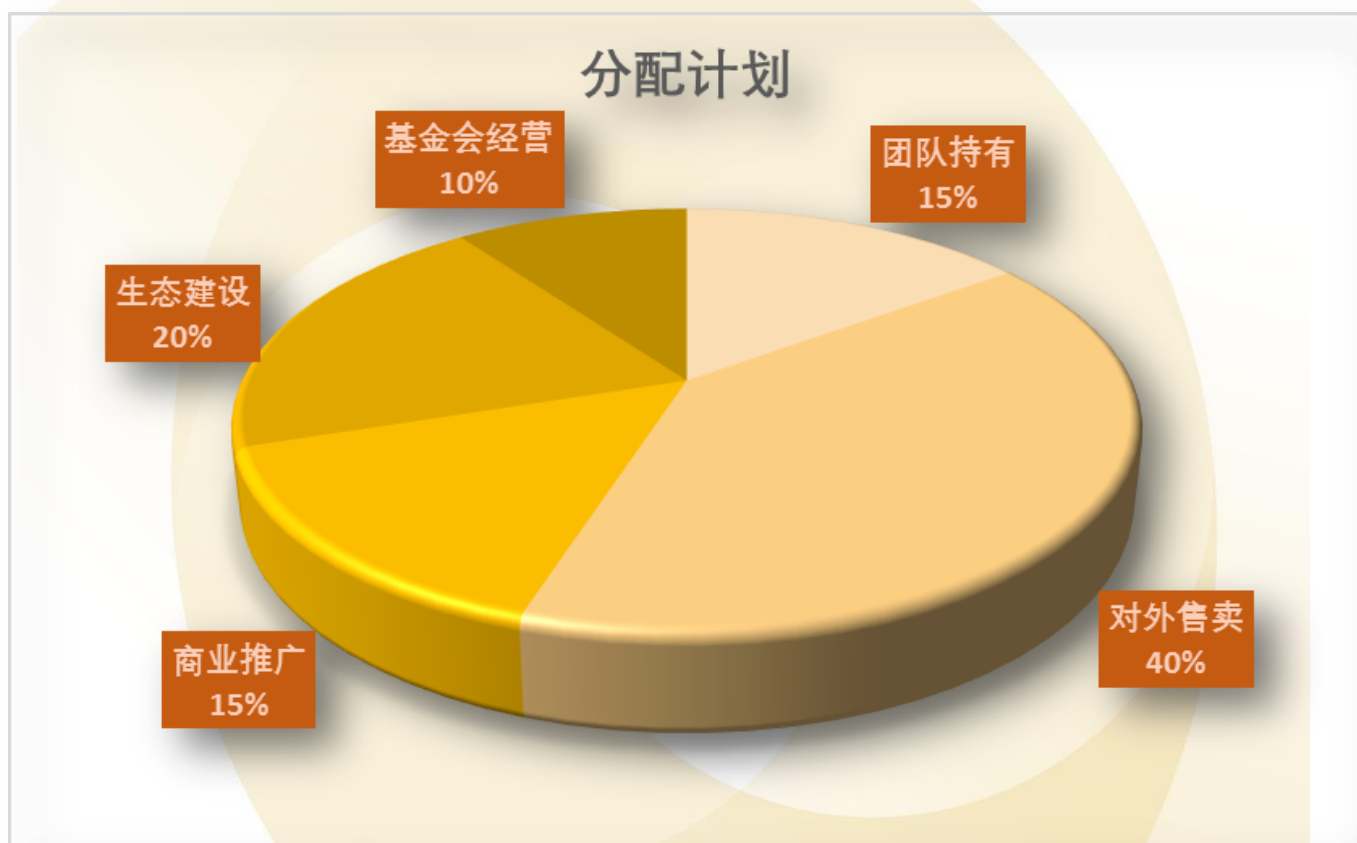
5.4 落地可能性

- ✓ 利用已验证的成熟的区块链技术，解决当前电子商务产业痛点，重构电子商务产业链
- ✓ 计划采用多种区块链技术集成、多重签名技术，同态加密技术以满足安全性和隐私保护的需求
- ✓ 数个大商户在财力、人力等资源上大力支持

优惠宝团队是有着丰富的电商从业经验和行业资源，目前优惠宝去中心化电商区块链平台收到了众多大商户的青睐，许多商户已与我们达成战略合作意向。

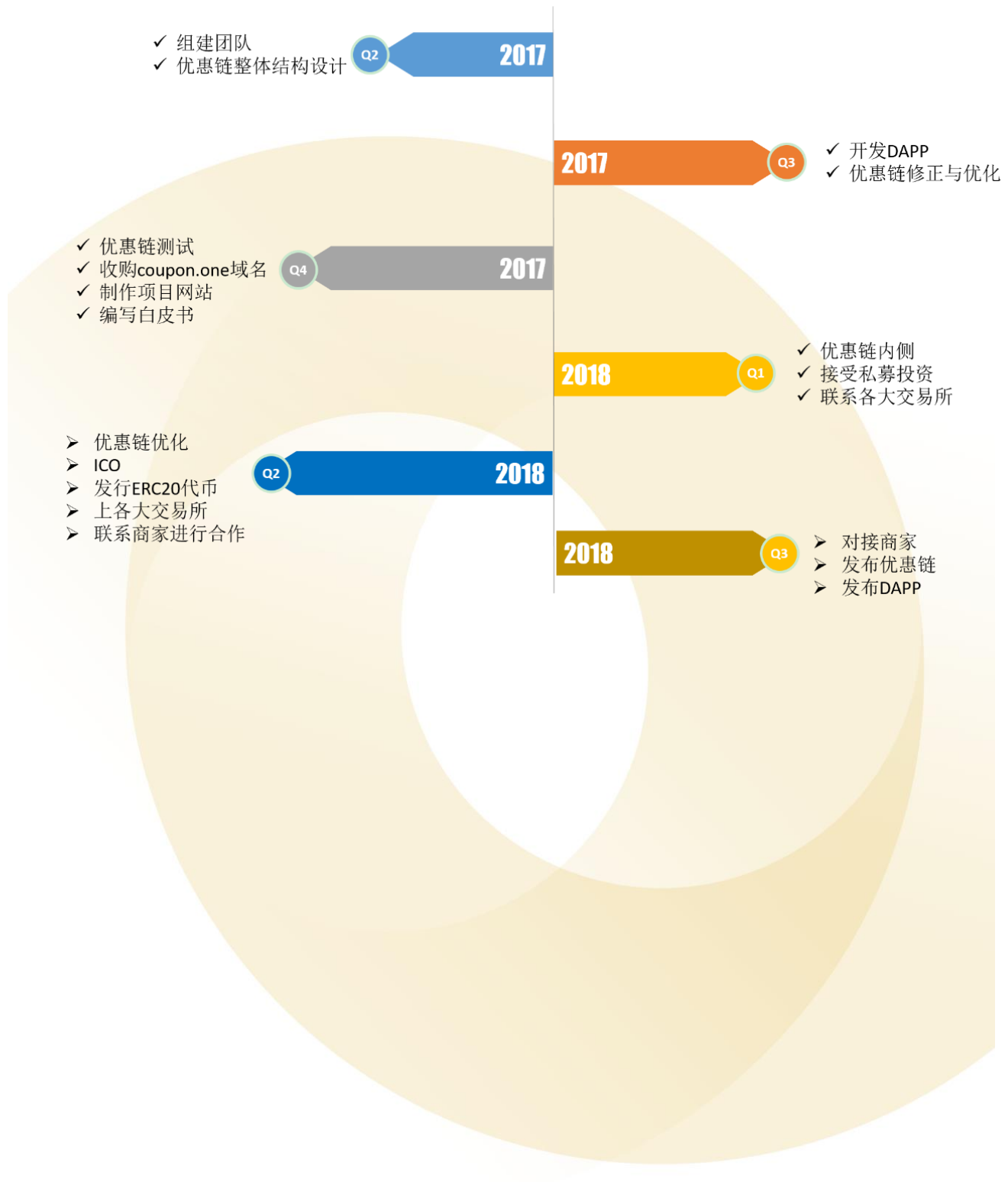
六、CPU 分配方案介绍

优惠宝 CPU 总发行量：100 亿，其中 40%用于回报私募投资者，20%用于电商区块链生态建设，15%用于优惠宝商业推广，10%用于基金委员会后续运营维护，剩余 15%由项目团队持有并锁仓三年时间。



分配方案	分配比例	分配细则说明
私募投资者	40%	私募投资者在项目早期通过投入数字资产支持优惠宝的研发部署，他们可通过 CPU 上线交易获得投资回报
生态建设	20%	建设优惠宝电商区块链生态需要投入大量资源维护合作商户关系并且保证 CPU 在电商行业的重要流通价值
基金委员会经营	10%	主要用于优惠宝基金委员会后续运营及拓展社区投入
商业推广	15%	主要用于向电商终端用户推广使用优惠宝平台上的产品和服务的营销活动，真正实现优惠宝在电商行业应用的落地
团队持有	15%	由优惠宝电商区块链研发团队共同持有，锁定期三年

七、项目发展规划线路图



八、CPU 申明

- ✓ 优惠宝 CPU 不代表任何现实世界的资产或权利（如分红权、基金委员会股份、基金委员会会表决权等）；
- ✓ 优惠宝 CPU 的具体售卖计划正式开始前可能会进行调整；
- ✓ 优惠宝 CPU 售卖的参与者请确保经过深思熟虑并知晓风险，请仔细查阅优惠宝项目白皮书和网站等相关介绍说明资料；
- ✓ 数字资产投资有风险，加密货币属新兴市场，请投资人谨慎行事且自负盈亏；
- ✓ 不接收恐怖主义和任何反人道主义组织的任何投资；

九、治理架构

优惠宝电商区块链治理结构源自于互联网电商商户制度,是用以约束商户战略、风险管理、运营原则、交易规则以及法律合规的总纲。区块链技术虽然是以去中心化为出发点,建立高效协同的社区平台,但是互联网电商商户治理架构的经验必然可以借鉴,以提高区块链社区的协同效率,规范社区的运营活动。

优惠宝区块链想要打造的社区是一个“非传统”社区,除了个人参与者,更有大大小小的商户及众多终端用户。因此,必须有一个合理的商户治理架构才能在商户参与者中形成共鸣。这需要在区块链去中心化社区文化和互联网电商商户管理文化之间寻求一个动态平衡。

以下阐述的治理方法,是将传统商户的经验与区块链行业短短数年发展经验结合而形成的治理体系,虽然目前是处于同行业先进水平,但是还得根据未来区块链行业的发展,因时制宜,因地制宜地进行调整和优化。

优惠宝合作商户联盟将其成员根据其工作内容加入优惠宝基金委员会各个职能单元(占比不能超过30%),再从社区遴选基金委员会成员,共同致力于优惠宝电商区块链生态的开发建设、治理透明度倡导和后期运营的推进工作,促进开源生态社会的安全、和谐。通过规划提议良好的治理结构,分别从代码管理、财务管理和公共关系、运营维护等多个维度帮助处理开源社区项目的一般轶事和特权事项,从而确保优惠宝项目的可持续性、基金委员会内部管理有效性及募集资金的安全性。优惠宝开发运营团队作为社区内的一个成员,与社区其他成员地位平等,对于优惠宝平台及其发行的CPU并没有超越其他成员的绝对权力。任何对社区的规则的改变或优惠宝平台的变动,都需经过优惠宝基金会的批准。

十、优惠宝基金会

优惠宝基金会（以下简称“基金会”）是于优惠宝项目于 2017 年 7 月正式在塞舌尔成立的非营利性实体。基金会将作为全球电商区块链的倡导实体，致力于电商区块链生态的开发建设和治理透明度倡导及运营工作，促进电商开源生态社区的安全、和谐发展。

优惠宝团队委托具有公信力的第三方机构，协助团队在塞舌尔设立基金会实体，并代为维护实体架构的日常运营与报告事务。而基金会设立后，即遴选适当的社区参与成员，加入基金会职能委员会，共同参与实际的管理与决策。

10.1 基金会治理原则

基金会治理结构的设计目标主要考虑优惠宝电商区块链开放平台的可持续性、战略制定的有效性、管理有效性、风险管控及平台经济的高效运营。基金会在治理结构方面提出以下原则：

1. 中心化治理

区块链本身是一种分布式、去中心化的结构，因此许多人都崇尚去中心化的社区治理体系，但随着去中心化社区的发展，因社区成员之间的利益纠葛，理念不同等种种原因，导致社区做决策时太过低效，甚至分裂成两个甚至多个社区（例如比特币社区分叉为 BTC 和 BCC 两个社区），这是我们不愿意见到的。

我们将通过优惠宝 CPU 智能合约投票模式，从社区中遴选出符合资质的成员，加入优惠宝基金委员会。设置不同的职能部门，并由各职能部门，按照一定的比例选出委员会成员，重大的决策必须要通过基金委员会的批准。

2. 风险导向

纵观全球区块链行业还处于萌芽初期阶段,绝大部分的国家和地区的政府都还处于持续观望状态,因此除了技术风险之外,电商区块链生态也会面临着政策风险和监管风险。因此,在研究确定基金会以及优惠宝区块链的战略发展与决策的过程中,将风险管理设置为第一重要元素。风险管理原则为先保证了基金会做出重要决策时,充分考虑了风险因素、风险事项以及其发生的可能性和影响,并通过决策制定相应的应对策略。从而使得优惠宝区块链平台的发展与迭代,以及基金会的发展走在一个合规、合法的正确道路上。

3. 应用导向

应用是技术价值的载体,任何一个技术脱离了应用,其发展往往举步维艰。一个技术的价值,最终都是体现在以该技术为基础的商业应用的价值上,优惠宝在构想设计开始,就是以实现电商行业应用为目的,旨在利用区块链来改善电商营销平台的运行效率,为全球巨大的电商行业创造一个更安全、更便捷的外部条件。基金会的设置,同样也遵循这一宗旨。即便基金会以非盈利机构的形式存在,但基金会希望尽最大程度获得商业世界的认可,赢取商业应用的收益,同时反馈到基金会以及社区,用以进一步推进基金会的开发与升级。

基金会在在遴选人材和架构设置方面也充分考虑这一原则,注重吸纳具有区块链技术人才以及对电商有深刻理解的行业专家。只有技术和应用两头抓,才能确保优惠宝电商区块链生态体现真正的商业和社会价值。

4. 透明与监督

参考传统商业世界的治理经验,基金会拟定设立专门的监督和报告通道。由基金制定人员作为窗口,欢迎社区参与人员共同参与管理与监督,并且欢迎社会

各界人士对基金会运作开展有效监督。鼓励快速和保密的举报“发现事项”。这些事项包括但不限于：对基金会或区块链技术有重大影响的新突破或建议、社区运营的问题、危机信息、举报欺诈或舞弊等。基金会将公布统一的信息收集窗口，同时确保报告者信息的隐私保护

在信息公开方面，基金会也通过定期报告以及不定期新闻发布的形式，向社区参与各方披露报告基金会运行情况和项目应用落地进度。同时，基金会主要管理人员的联系方式也将完全公开，接受各参与方的监督和联络。

10.2 基金会组织架构

优惠宝基金会将设立研发单元、财务单元、人力单元、市场单元、行政单元、法务单元、合规单元等七个实体单元。研发单元选择一定数量的代表成为技术审核委员会成员；财务单元和人力单元代表组成财务委员会；市场单元代表组成运营委员会；行政单元、法务单元、合规单元组成公共关系委员会和监督管理委员会。

战略决策委员会由技术审核委员会，财务委员会，运营委员会，公共关系委员会，监督管理委员会以及秘书长组成。当制订基金会未来战略决策方针时，必须经战略决策委员会投票批准。

十一、优惠宝-电商区块链团队介绍

核心团队成员



Mark Zong

优惠宝首席执行官

原亚马逊电商平台 PRIME 会员积分优惠券系统架构师，负责积分及购物券整体技术框架结构设计，后联合创业开发 51 返利网站、优惠宝 APP 用户规模 1000 万，年盈利额达到 3500 万，项目并购进入上市商户后成功退出。



Deniel Payton

优惠宝首席技术官

原美国亚马逊西雅图总部高级研发工程师，负责亚马逊全球商户 Ecoupons 分发使用数据追踪分析模块设计和积分兑换系统，联合创业掌上酷朋、优惠宝 App 等项目，并成功实现项目盈利被大型集团商户并购退出。



Palamit Singh

优惠宝总架构师

原美国知名电商网站 Zappods.com 首席软件架构师，负责电商平台整体设计架构与线下仓储快递流程结合应用，后随 Zappods 并购进入 Amazon 负责全球 Prime 会员积分管理系统。

顾问及投资团队



丁磊

丁磊博士历任 PayPal 全球消费者数据科学部负责人、百度金融首席数据科学家等企业高级职务。丁博士通过一系列的人工智能和个性化产品大幅度提升了电商、支付和金融用户的消费体验，加入百度金融后负责带领团队投入区块链技术和产品的开发和实践。

丁磊博士曾任职于哥伦比亚大学和 IBM Watson 研究院，在人工智能和机器学习等领域有丰富的成果。丁磊博士拥有俄亥俄州立大学的计算机科学博士学位，和斯坦福大学的高级管理证书。



Tony Zhu 朱彤

原京东商城无线事业部高级经理,负责京东商城 App 产品开发和设计团队,熟悉电商购物优惠券业务流程规划,后加入华为负责海外电商平台开发和运营,国内早期比特币社区活跃成员,对区块链底层技术应用有长期深入的研究。



Tony Zhang 张涛

美国佐治亚理工大学计算机博士

IBM 研究院并行运算方向资深研究员,后加入谷歌成为早期员工负责搜索

引擎底层系统优化及 AdWords 广告系统的设计开发，2010 年开始研究加密数字货币和区块链技术底层代码结构。



Billy Wen 文信义

HighVison Fund 合伙人

原 IBM 电信行业资深技术顾问，曾在中国移动通信增值业务研发部门工作，参与研发无线增值积分奖励数据管理系统，后创立 HighVision Fund 投资互联网早期项目，积极促进区块链在电商领域落地应用。



Bin Duan 段斌

乐游基金合伙人

原清科投资集团副总裁,后加入乐游基金合伙人负责互联网文娱领域投资项目,孵化互联网早期项目并帮助团队商业化运作,积极带领乐游基金布局区块链投融资项目。



Kun Zhang 张焜

蓝策咨询合伙人

原德勤咨询投资并购部门高级经理,负责互联网行业投融资并购重组业务,后创立蓝策咨询专注国内互联网大型并购交易项目,积极推动新一代互联网区块链投融资项目。



TMM 创办人 / 高级区块链分析师

区块链资深投资者，知名币价数据分析师，区块链布道者和投资人，对币趋势有独到见解。2017 年在国内创办 TMM 币价推送分析社区和圈子，分析技术得到广大投资人广泛认可。同时任 EtherDelta 以德，优惠宝，Davalit，倍可盈，老友汇等项目顾问和海外专家，精通中文和英文，现定居美国。