



MAGGIE 麦奇

全球首创区块链价值社交生态

THE FIRST GLOBAL SOCIAL BLOCKCHAIN ECOSYSTEM



INBlockchain独家天使投资

我们 每个人生而孤独
我们 每个人住在孤岛
只能用一些符号 同别人交换思想
如果我们只确定
红的是旗帜 白的是铁栏
而我们的符号
非自己所造 无共同价值
那么，我们就永不自由
因为我们
没有船运送心中的财富 到别人的码头

因此，我们唤醒自由意志
扯下红旗 打破禁锢
用我们的共同符号 传递个体价值
我们赋予自己的身体 以清晰的意义
孤独时
我们相互依傍 相互敞开
只要了解别人 必被别人了解

麦奇与社交

一，什么是麦奇

二，社交行业背景

麦奇为什么做社交

三，社交行业痛点与麦奇的方案

3-1 安全隐私之痛

3-2 交易体验之痛

3-3 信用体系之痛

麦奇怎么做社交

四，产品技术架构

4-1 用户核心隐私保密机制

4-2 加密会话

4-3 构建麦奇全网分析平台

4-4 智能匹配模型

4-5 智能合约保证交易安全

4-6 真实无法篡改的评价系统

4-7 麦粒以及回收机制

如何参与麦奇

五，构建社交生态

六，麦粒

七，麦奇团队

八，麦奇发展计划

麦奇与社交

一，什么是麦奇

麦奇 (Maggie) 创造了全新的区块链价值社交生态，旨在通过区块链技术改变传统的中心化社交模式。麦奇是定位于强认证、高隐私、弱关系、强个性的社交平台，通过全网分析匹配+智能合约促使用户高效完成价值流转。麦奇充分利用区块链不可篡改特性，自发建立信任体系。

麦奇致力于吸引并聚集全球追求快乐与自由的人，让每一个人的价值和需求得以充分体现，麦奇将通过特有的社交关系流转渠道，引导用户共同建立自发和良性的去中心化社交网络。在用户价值的实现过程中，麦奇对社区执行引导，积极协助社区用户制定社区“宪法”——智能合约，建立全网数据分析系统，而区别于其它社交媒介，麦奇不会以任何身份参与或干扰交易。

麦奇可以高效解决当下社交软件同质化严重、甄选对象难、约见成本高、信用安全无法保障的痛点；麦奇支撑的社交场景不仅涵盖了约会交友，也包括悬赏任务、商业合作、兴趣社群等一系列复合的社交需求——麦奇将为这些 DAPP 提供基于区块链的基础设施，构建更广的价值生态。

二，社交行业背景

根据艾瑞数据监测产品 mUserTracker 数据显示，2017 年 5 月中国移动社交 APP 的月度独立设备数接近 5.9 亿，移动端用户规模持续上升，2016 年经历较快增长后增速放缓，2017 年用户规模仍然稳步增长。

艾瑞调研发现，近一半的用户每日使用移动社交应用三次以上，更低的流量成本与更便捷丰富的使用场景为移动社交应用的频繁使用提供了基础，移动社交头部应用也逐渐成为平台级入口；80%以上的用户每天使用移动社交应用的时长在 1 小时以上，移动社交对于多数用户而言成了手机中的必备工具。

艾瑞还指出了两个用户移动社交的习惯：

1. 53.9%用户会同时在 2-3 个移动社交应用上发布动态：这说明用户有对多个身份、人格以及社交场景的客观需求；

2. 80%以上用户在移动社交应用中交到好友，60%用户会在线下见面或聚会：这说明，用户在任何时候，对于“交朋友”的需求始终旺盛，进一步研究还表明：现代人的“孤独感”往往有愈演愈烈的趋势；

在以上这一系列惊人数字背后，国内外许多社交板块巨头应运而生，他们或基于已有的用户基数继续攻城拔寨，或引入国外模式让其在国内生根发芽：熟人社交，职业社交，婚恋社交，校园社交，同性社交.....社交领域一片欣欣向荣，但也暗藏危机。

麦奇为什么做社交

三，社交行业痛点与麦奇的方案

作为一个深耕社交领域近 7 年的专业团队，麦奇在尝试了国内外主流的 206 款社交产品后，发现仍有大量痛点是目前中心化社交产品无法结构化规避和解决的。我们总结了三大方面：安全隐私，交易体验，信用体系。从这三方面，我们又分析出 6 个核心痛点：核心隐私不受保护 | 无法提出真实诉求 | 用户通讯信息被任意截获、保存、分析 | 很难对真实需求做出合理匹配 | 交易时间成本大，过程不被保护 | 形同虚设的评价/评分/背书体系。

我们对以上痛点进行了深入的分析、解构，并从麦奇的角度，结合区块链的技术特色给出解决方案。我们认为这不仅是对社交产品的技术创新，更是对社交生态进行了颠覆性的商业模式创新。

安全隐私之痛

1. 核心隐私不受保护

互联网时代，随着用户个人信息价值越来越高，大家对于个人隐私的保护意愿也越来越强，但传统中心化平台以及各种 O2O 中介机构，基于用户真实身份认证的需要，往往要求用户提供核心隐私信息进行身份识别：手机号码、身份证信息、家庭住址、银行卡信息等都被采集录入。

对于隐私安全的保护，用户个人能做的仅仅是在网络上提高安全意识，对于中心化这种结构化的隐私收集方式却无可奈何。用户的核心隐私和交易信息被肆意出售、盗用，买

房、装修、高利贷等广告频繁骚扰，购物退款信息，机票改签等骗局层出不穷.....如果是约会平台的核心隐私信息能被随意读取，对用户的不利影响更甚。

随着网络活动的逐渐增加，用户不可避免会留下越来越多的社交痕迹。陌生人很容易通过这些痕迹获取到用户的核心隐私信息，一旦有线下或线上纠纷，很容易被“人肉”从而产生“网络暴力”。加拿大著名的婚外情约会网站 ASHLEY MADISON 承诺用户付费后会删除用户所有信用卡账户及交易信息，当网站被黑客攻破后人们才发现，他们从未如约删除，黑客反而以逐步公布用户信息的方式对网站施压要其关闭，给用户的个人和家庭造成了不可挽回的损失。

【麦奇的方案】

麦奇提供一整套用户核心隐私保密机制。整体过程类似于参加假面舞会，麦奇负责对参加者进行仔细的身份识别，通过才能进场，但进场之后大家带上假面，和原有身份进行不可逆隔离。麦奇将采用多级别有效 KYC 以及类比特币的用户地址作为唯一 ID。

2. 无法提出真实诉求

用户核心隐私得不到有效保护，导致用户不敢提出真实而个性化的社交诉求。但即便隐私得到保护，如果是一个强关系的社交网络（即熟人社交平台，和线下身份紧密结合），用户也并没有自由舒适表达个性化诉求的欲望。

这一现象，在当下主流社交平台表现相当明显，譬如微博与微信相较，由于微博熟人社交功能的减退，用户反而更为活跃的发表越来越多个性化的观点，而顾忌甚少。在国外，Facebook 被主流接受后，年轻人却逐渐转向了隐私性更好的 Instagram 和 Snapchat 。

我们仍未发现哪个社交平台能在确认真实身份的情况下，用户能够充分而自由的表达自己的个性诉求。这不仅仅是社交软件定位的原因，也是传统的中心化架构仅提供这种有限的基础设施支撑的缘故。

【麦奇的方案】

对于用户核心隐私隔离保密机制自然是解决这个痛点的根基。麦奇同时无意建立紧密型社交网络，产品设计上没有传统意义上的好友与关注，弱化人之间的关联，哪怕拓展用户时的熟人邀请，邀请人和被邀请人也不会知晓对方的麦奇 ID。

3. 用户通讯信息被任意截获、保存、分析

用户间的通讯如果经过中心化服务器中转的话，很容易被中心化服务器存证处理。点对点的通讯模式多数采用明文，易在网络上被截获。除了 Apple iMessage 等少数通讯软件，现有社交产品鲜有加密用户通讯信息的功能。

从另一个角度，社交软件为了得到更准确的用户标签，会用大数据平台进行通讯信息切词处理，并进行分析，从而提供给用户更精确的推荐。

还有一些掌握了底层设备的企业，会肆无忌惮的利用操作系统的优势，分析处理社交软件上的信息。比如某知名手机公司的操作系统会在用户收到的短信后追加相关的广告推

荐，还有公司手机系统甚至会非法截获用户微信，进行相应的广告推广，美名其曰人工智能。

【麦奇的方案】

麦奇采用公私钥体系与对称密钥相结合的加密方式，提供给用户最安全，高效的点对点会话方案。

交易体验之痛

4. 很难对真实需求做出合理匹配

我们很难看到优质的服务和紧迫的需求被真正匹配。其中有很多原因，其一，传统社交评价体系的注水和失真，在社交网络上挖掘出相对有价值的交易和节点会更加困难；其二，现有用户推荐匹配系统均基于单点用户画像（千万以上级的向量输入，大数据分析平台，机器学习算法），但社交网络是一个多维度网络，现有分析平台缺乏有效的全网分析手段，未充分利用网络节点间的关联性；其三，垃圾信息和垃圾推送不可避免，当信噪比低到一定程度，必然使用户逃离平台。

聚焦到麦奇重点关注的陌生人社交领域，几乎每个产品都有在线匹配功能，这类产品鼓吹智能与行为记录，实际上无非是通过无数标签罗列进行标签匹配，毫无技术含量，让社交双方最终沦落到“只看脸”的低级层次，而作为人的复合社交需求并未得到充分满足。

传统的中心化陌生人社交应用始终有一个消费陷阱，这在婚恋交友软件上体现尤为明显：官方一方面给用户推送各类优质用户做诱惑，但是如果用户不付费购买高级服务，是

不会得到优质用户的；而对于大部分免费用户来说，匹配给他们的，都是一些“基础版”；而在其他泛社交领域，中心化的排名和推荐机制也让用户无法迅速找到最佳匹配目标。

【麦奇的方案】

麦奇通过区块链构建的真实可信，不可篡改的评价体系会成为匹配的重要输入；一个智能化的全网分析平台，既能服务于评价体系的加权计算，也能快速筛选平台上满足条件的优质用户。麦奇还提供类 PoS 的麦粒质押策略，让持有更多麦粒的优质客户优先被匹配。

5. 交易时间成本大，过程不被保护

以陌生人婚恋交友为例。好不容易双方留下良好印象，接下来面临更大的问题：如何破冰。陌生人社交用户往往有一个基本认知：用户资源无限大，从而没有时间成本概念。即使身经百战的情场老手，也需要很长时间才能搞定一次真正的线下约会。线上与线下的断层，使得社交失去了原本的乐趣和意义。

传统社交应用的用户隐私属于核心数据资产，用户为了达到线下见面的目标，只有分次付费给平台才能逐步和对方开启对话，建立联系，最终线下约见。如是良心之作，社交应用也仅能保证客户线上部分的权益。线下见面之后的效果，对方是否真有婚恋社交需求，则不在受保护的范畴。用户购买高级服务，涵盖线下介绍承诺，对于良莠不齐的质量，也只能被动接受，甚至任人宰割。

对于有些需求，用户的线上成本不高甚至很低，但线下的隐形成本和给用户造成的损失却远远超出预期，用户无法控制社交的整体成本，反而给酒托、饭托以可乘之机。

【麦奇的方案】

依托于智能化匹配系统，麦奇致力于加速线上沟通的过程，降低线上沟通的时间，把优质的服务匹配到真实的需求。隐私和个性化好像跷跷板的两端，如果保护了隐私，用户个性化的诉求则无法公开；而如今匹配推荐系统为了准确推荐，任意践踏用户的隐私。麦奇恰恰在能保护用户核心隐私的基础上，匹配用户的真实个性的诉求，使线上沟通变得顺畅而高效。麦奇通过构建在区块链上的 DAPP 以及智能合约，通过设定分段的无需用户进行评判、确认的交易条件，保障了交易的风险整体可控，分段可控。

信用体系之痛

6. 形同虚设的评价/评分/背书体系

曾几何时在微信朋友圈，我们还能自由为我们赞同或欣赏的观点点赞，但如今已经退化表示紧密关系的机械性动作。在泛社交的交易平台，某 C2C 电商平台的好评动辄 99%，已不具备甄别属性。而某 B2C 电商平台的肆意删除差评，也使平台公信力受损。定位于职业社交平台的 LinkedIn，技能标签（label）的背书（endorsement）功能变成了点赞式的互相支持，相当于添加额外的人为干扰以增强匹配逻辑，效果可想而知。

造成平台评价体系公信力不强有多种原因，中心化架构可以随意篡改是原因之一。评价体系不基于真实交易，未充分考虑交易的权重，基于交易的真实评价不会获得持续激励，不负责的评价所付出的成本太低，甚至造成随意买粉、刷单等人为干扰评价系统的行为。

【麦奇的方案】

麦奇的信用核心是建立在区块链上不可篡改的交易记录，麦奇不会参与影响任何交易。麦奇会充分考虑评价的成本及加权。而加权的计算办法即是从全网分析平台得来的权重值。

麦奇怎么做社交

四，产品技术架构

我们看到了行业中的痛点，也提出了麦奇的解决方案，下面就让我们系统性的阐述麦奇的产品技术架构。

麦奇致力于创造全新的基于区块链技术的价值社交生态。麦奇定位于“强认证”：我们会对用户的真实身份做不同级别的强制认证，保证来到平台的用户身份真实有效；“高隐私”：我们会采用基于比特币的隐私设计机制，对用户核心隐私数据进行保护；“弱关系”：定位于陌生人的社交平台；“强个性”：充分让用户展现自己的个性、取向和需求。

麦奇希望通过上述定位建立有别于传统社交模式的全新价值社交体系。不同于熟人，线下关系为主的社交网络，麦奇更关注通过价值流转、真实交易建立的陌生人社交网络。麦奇的评价和匹配体系的根基是麦奇全网分析平台，有别于当今所有的互联网和移动互联网的评分推荐系统，数据以区块链上的透明数据为核心，基于图数据建模，进行全网分析。

麦奇会充分尊重用户的合法隐私，所有交易均不通过中心化节点进行处理，而是充分利用区块链的智能合约特性。麦奇会致力于协助社区用户建立公平合理的智能合约。

麦奇会以陌生人约会为突破点，构建平台核心竞争力，形成具备相当黏性的客户群。只要是网络上人和人直接有价值传递的需求，都是麦奇的扩展空间。麦奇的社交场景不仅涵盖了约会交友，也包括悬赏任务、商业合作、兴趣社群等一系列复合的社交需求。而麦奇将为这些 DAPP 需求提供基于区块链的基础设施，构建更广的价值生态。

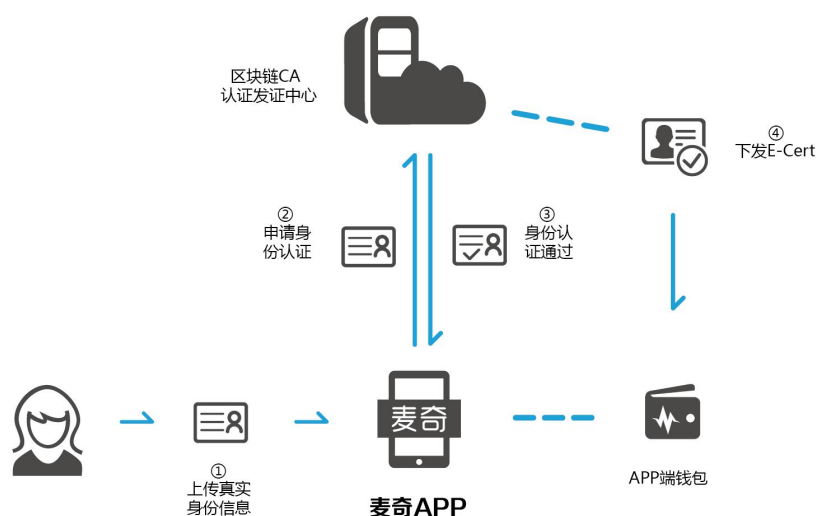
基于自由主义价值观，我们希望吸引并聚集全球所有自由开放的信仰者共同创建麦奇社交生态。目前我们定义麦奇的流通凭证名称为麦粒（MAG），通过麦粒保证平台经济的流动性，所有麦奇的用户将以麦粒来参与无国界的信息与社交互动。

麦粒，是麦奇价值社交平台的流通凭证，代号 MAG。

下面，我们将分别论述的麦奇社交基础设施，以及架设在此设施上的价值社交方案。

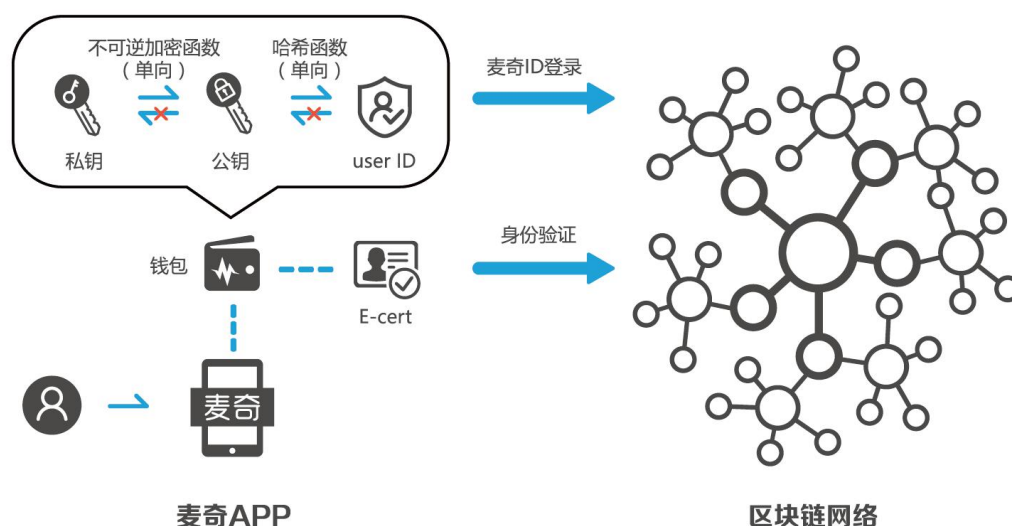
1. 用户核心隐私保密机制

- ✧ 采用多级别有效的 KYC 身份识别机制：硬件设备 ID，手机号码，金融认证，身份信息，视频验证



- ✧ 通过类比特币的数字密钥，用户 ID（地址），数字签名的加密机制将用户真实身份完全隔离，对用户核心隐私进行保护，用户在平台上的唯一辨识 ID 是从用户的私钥，公钥经过认证签名的一系列散列算法得到的地址

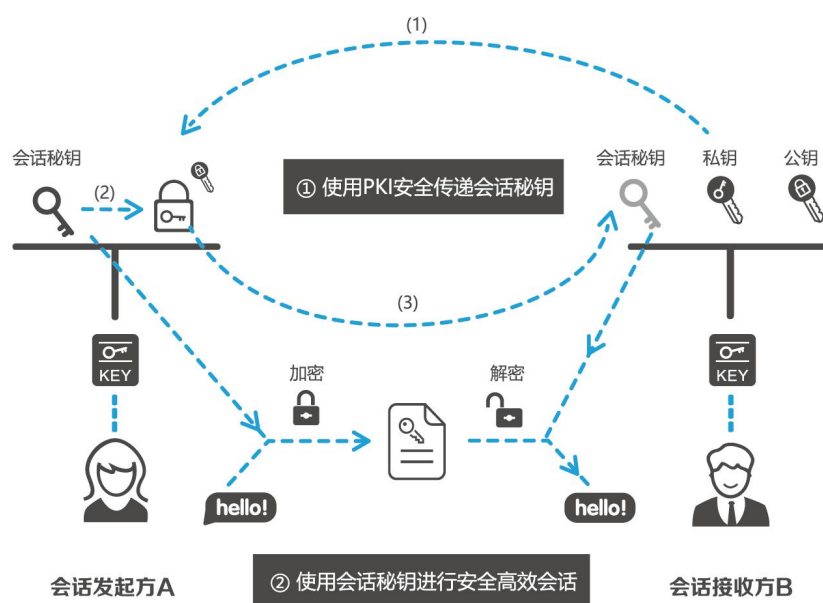
- ✧ 换句话说，我们保证用户身份经过严格验证，并给予对应的星级认证标准，但是平台以及任何个人和组织在正常情况下均无法匹配用户真实身份以及用户 ID



- ✧ 麦奇不会记录，也无法追溯用户的聊天记录。但麦奇设计了一套智能合约防止违法信息（如儿童色情等）在平台上流转。受侵犯用户可以针对违法信息进行举报，相关的智能合约启动后会记录参与者的各种网络身份信息（如 IP，MAG 地址等），经过共识的审查确认，会冻结违法者的 ID 及平台资产，一旦被冻结，用户只有重新进行 KYC 才可以登陆平台，麦奇会将所有信息加密保存以备后续配合监管操作
- ✧ 麦奇将提供给用户一个安全，可信，保护核心隐私的社交环境，让用户可以充分展示自己的个性、取向，提出大胆的诉求
- ✧ 麦奇承诺在适当的时候对底层 KYC 协议以及加密过程，通讯接口和协议，以平台基础设施的形式进行开源

2. 加密会话

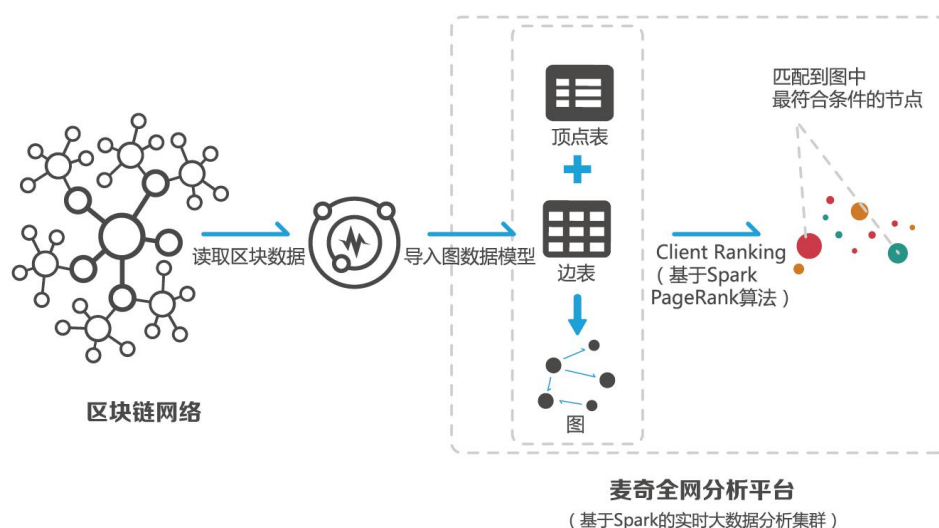
- ✧ 在底层安全设施上，无论麦奇投入多少精力都不算多，麦奇提供加密的点对点通讯机制可供用户选择，用户的通讯信息永远不会上链，也不会进行分析
- ✧ 麦奇采用公私钥体系与对称会话密钥结合的加密方式，实现安全、高效的点对点会话



麦奇约会定位于一个含蓄的点对点社交平台，麦奇不直接提供用户照片，也不提供公开的社交广场。相较于其他社交平台，麦奇的目标客户十分注重安全性，以及自我隐私保护，有一定社会地位，稳定的线下线上社交圈，不愿花费更多时间进行无谓的线上沟通。交友双方都希望得到安全可靠的交友对象，完成高质量的线下约会。而上文讨论的核心隐私保密与加密会话为麦奇约会提供了坚实的技术支持。

3. 构建麦奇全网分析平台

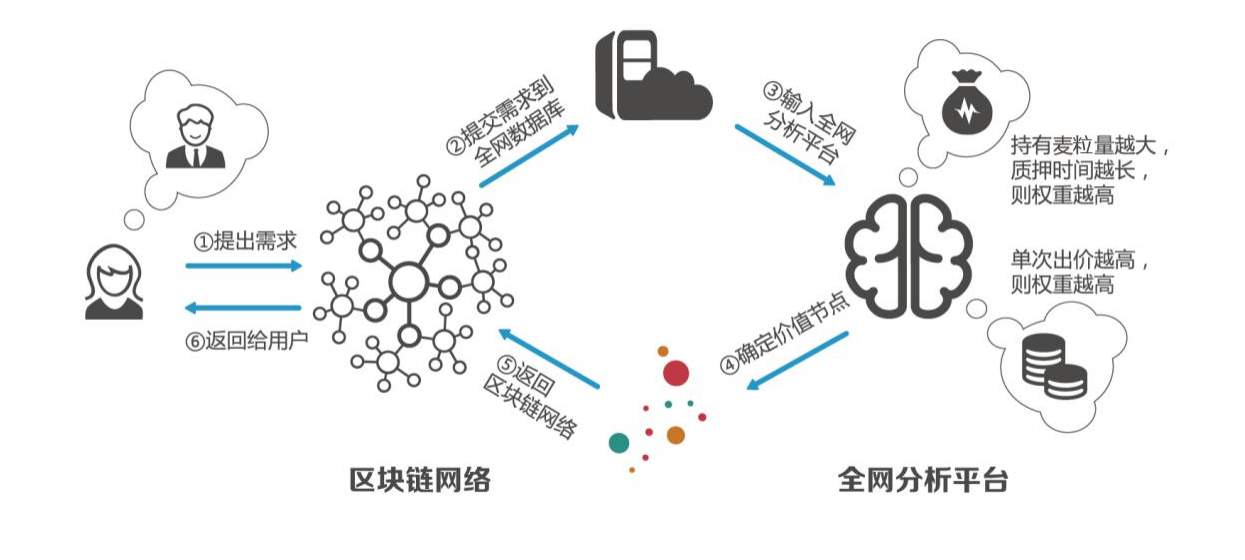
- ✧ 用户的个性化诉求与交易会被保存在区块链上，麦奇的全网分析平台不会连接终端客户，而是会接入区块链，主要依据区块链的公开数据进行建模与分析，我们分析的重点基于真实交易，有效评价，个性化标签以及诉求
- ✧ 不同于现有互联网广告推荐常用的机器学习、回归算法等监控用户行为的方案。麦奇使用图数据库进行建模，实时导入全网数据，识别重点用户(节点)以及关键交易(边)，我们称之为 Client Ranking



4. 智能匹配模型

- ✧ 使用常规匹配数据，例如时间，地理位置信息等作为基本条件
- ✧ 用户的个性化标签，取向以及需求作为重要输入
- ✧ 通过全网数据分析，识别并标记真正有价值的用户 ID，提升交易门槛，减少垃圾信息的产生，提升信噪比，从而进行直接高效的客户匹配，促成交易的顺利进行

✧ 用户持可以通过提升单次交易价格和总持有麦粒质押的形式（类 PoS 机制）提升匹配成功率



在陌生人婚恋约会社交平台上，男性占绝大多数，甚至占比可以达到 95%(ASHLEY MADISON)，男性在平台上更多的扮演主动的角色，但女性才是平台的主导力量。而成熟、事业有成的男性，也会受到平台目标女用户青睐，智能匹配时会特别考虑总资产高，以及单次出价高的男性用户（麦粒数量）。

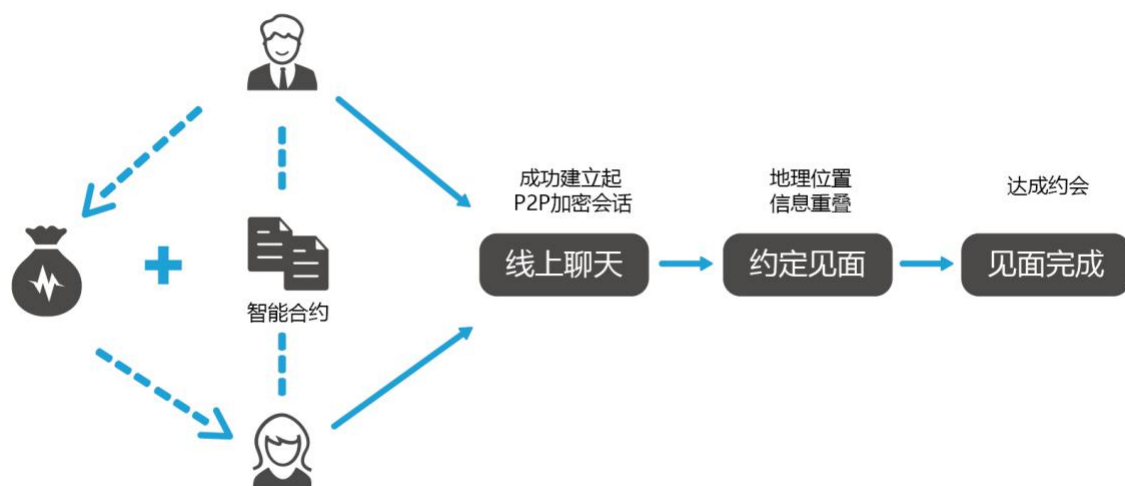
相对于其他社交平台的日活用户指标，麦奇更看重首期引入核心用户，通过核心用户的自发性，带动整个平台流量的增长。

5. 智能合约保证交易安全

- ✧ 在麦奇的 DAPP 中，智能合约在交易中承担起“支付宝”的担保作用，负责 MAG 的偿付
- ✧ 智能合约的智能体现在无需人来参与评判、确认，只是通过区块链共识机制，检查是否满足预先设定好的交易成功条件，由所有记账节点确认，自动完成价值的转移。交

易双方能够通过多条件、分段智能合约，将风险做到分段可控，从而充分保障双方权益

- ✧ 原则上除少量中心化验证工作，用户间，用户和平台间都是基于智能合约提供的服务进行交易和数据传递
- ✧ 麦奇定位于协助用户治理平台上的“宪法”——智能合约



麦奇约会将会使用智能合约全程分段保护用户权益。从始至终，交易均在双方节点之间，通过区块链共识机制完成。

6. 真实无法篡改的评价系统

- ✧ 麦奇上的所有评价上链，任何人和平台无法篡改

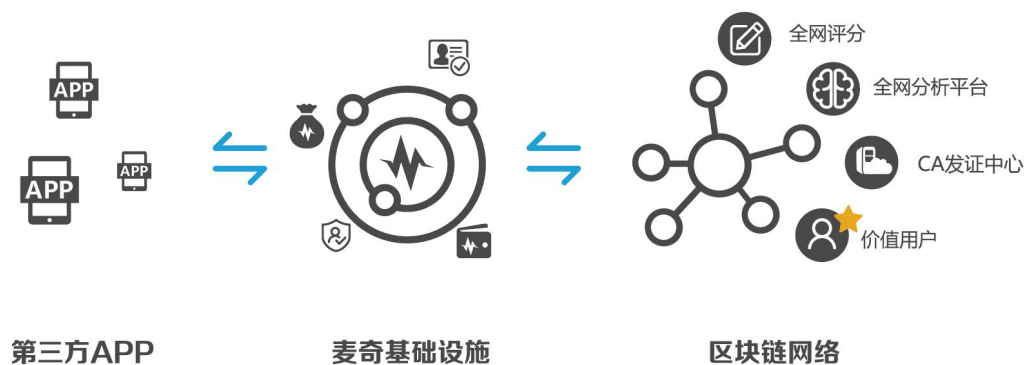
- ✧ 建立评价长效激励机制，鼓励真实有效详尽的交易双向评价，评价计入全网分析平台，影响长期的匹配成功率
- ✧ 所有评价均基于真实交易，提升评价门槛，采用类 PoW 机制，不同的交易值和交易对象产生不同评价权重
- ✧ 通过全网数据分析，鉴别权重低的无效评价，特别标注，有效应对刷单
- ✧ 匿名的评价，评价结果随机上链，加上隐私保护机制，使交易双方放心做出真实评价

7. 麦粒以及回收机制

- ✧ 麦粒 MAG——麦奇平台上基于区块链技术的流通凭证，简称 MAG，兼具有长期权益和消费流通的双重属性：用户既可以长线持有麦粒，又可以随时在麦奇平台进行社交消费，所有麦粒可在麦奇平台上便捷无碍地消费和流通，从而让社交双方以绝对自由平等的方式进行社交与互动
- ✧ 平台上的任何交易，服务均以麦粒计价，平台会依据市场价值为用户推荐合理的定价策略
- ✧ 麦奇平台会抽取一定的比例的交易费用作为平台运营费用
- ✧ 麦奇平台为了激励用户，还将持续在麦奇平台上释放出一定数量的麦粒，用于回馈活跃用户和发展新的优质用户。
- ✧ 用户 ID 即用户的钱包地址，麦粒会保存于用户钱包中
- ✧ 在智能匹配时，通过类 PoS 机制的对麦粒的质押，能有效提升匹配门槛以及成功率

五，构建社交生态

- 任何对由强认证、高隐私、弱关系，强个性用户构成的社交网络感兴趣的个人与组织均可考虑加入到麦奇生态中，参与生态建设
- 麦奇承诺在恰当的时候开源认证、隐私加密、麦奇钱包等底层协议、代码、模块，对于第三方应用和系统开发者只要满足相关的协议，对于 App 开发者只要内嵌了麦奇模块即可连接到麦奇区块链网络中
- 麦奇也会协助生态上的其他组织编写链上智能合约，加速 DAPP 开发进程
- 麦奇会开放全网分析平台，欢迎第三方组织（如广告）直接使用麦奇的数据以及有价值的分析结果，直接定位到最有价值的用户；同时也欢迎第三方组织提供服务（直播、游戏、电商等），创造价值
- 第三方个人或组织需采用麦粒，依据链上提供或者消耗的实际资源，采用细粒度计价的方式交易，类似于云计算计费的方式
- 任何组织和个人均以区块链节点的方式接入区块链，不享有任何特权



如何参与麦奇

六，麦粒价值

麦粒，缩写 **MAG**。麦粒是麦奇上账户的基本单位。

1. 麦粒为麦奇产品价值的流通凭证，用户可以通过麦粒交换进行价值流转。
2. 麦粒为麦奇社交平台上用户参与行为的基础单位：例如用户在麦奇上发起和接受线下社交邀约，以及邀约的达成奖励，均需要麦粒。
3. 麦奇社交平台上对用户活跃度的激励。对于活跃度高的用户以及在麦奇信用良好的用户，系统会通过公开的激励规则给予用户一定的麦粒奖励，以便长期刺激用户活跃，以及拓展新用户。

七，麦奇团队

麦奇团队



许宇萱 CEO

自由主义者，精通区块链技术的实现与应用。担任国内外多家知名区块链企业及基金顾问，熟悉经济学、心理学，擅长产品运营、商业管理。



邓一新 VP

曾任网易社交产品经理及知名互联网公司产品线负责人，是资深用户体验和图形设计专家，具有出色的审美、体验，和设计管理能力。



马 远 CTO

本硕清华，曾任IBM全球技术领导人及系统解决方案架构师。对数据建模，大数据，人工智能，机器学习，尤其是区块链有深入研究。



武晟然 R&D Engineer

清华硕士，曾在IBM中国实验室担任开发工程师，熟悉前后端开发、数据处理和区块链技术。



何瀚博 Product Director

以色列巴伊兰大学 (Bar-ilan University)MBA。多年互联网金融和大数据产品经历，熟悉国内外产品运营，资深区块链技术研究者。

早期投资者



老 猫

INBlockchain CEO ,
前云币网COO



星 空

币信创始人



Jayden Wei

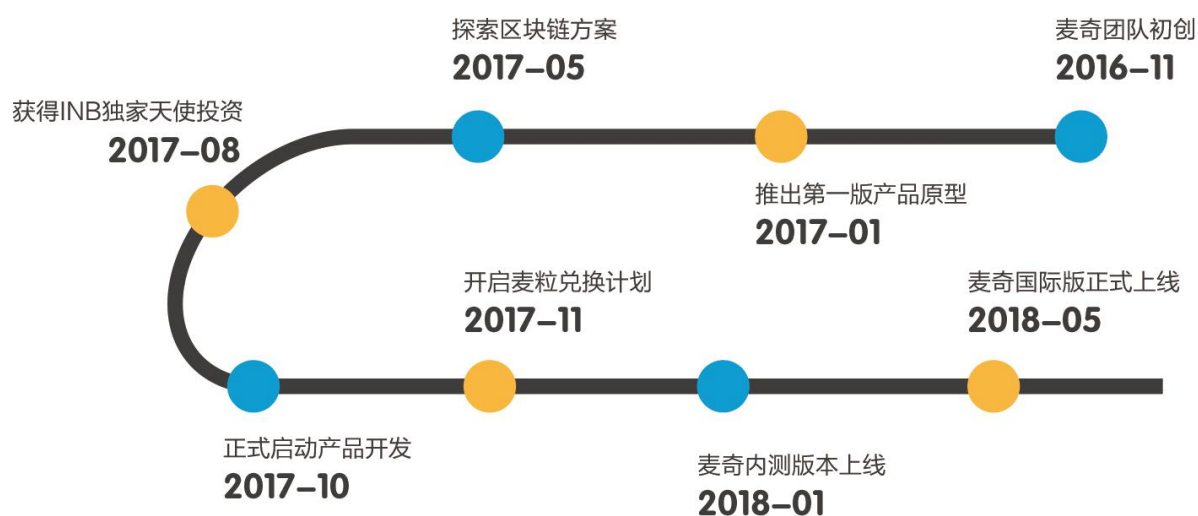
澳洲科银资本
执行总裁



王 斗

硅谷创投，极客基金
创始人

八，麦奇发展计划



麦奇初创团队的建立 2016-11

麦奇推出第一版产品原型 2017-01

麦奇探索区块链解决方案 2017-05

麦奇获得 INB 独家天使投资 2017-8

麦奇正式启动产品开发 2017-10

麦奇开启麦粒兑换计划 2017-11

麦奇内测版本上线 2018-1

麦奇国际版本上线 2018-5

(注：发展计划时间以实际情况为准，仅供参考)