

影响力商城商业模式

白

皮

书

目录

| | |
|-----------------------|-----------|
| 第一章 影力商城介绍 | 1 |
| 1.1 项目简介 | 3 |
| 第二章 行业的痛点与趋势 | 3 |
| 2.1 行业发展历程 | 4 |
| 2.2 行业痛点 | 4 |
| 2.3 发展战略 | 4 |
| 第三章 INP 发行说明 | 5 |
| 3.1.INP 概述 | 6 |
| 3.2 INP 愿景 | 6 |
| 3.3. INP 通证发行与分配 | 10 |
| 3.4. INP 销毁计划 | 10 |
| 3.5. INP 股权计划 | 10 |
| 第四章 INP 生态介绍 | 11 |
| 4.1 交易解锁 | 11 |
| 4.2 节点画像 | 11 |
| 4.3 应价零批 | 16 |
| 4.4 投票上架 | 19 |
| 4.5 平稳退出机制 | 19 |
| 4.6 激励机制 | 19 |
| 4.7 积分直供商城 | 22 |
| 4.8 衡量溯源 | 24 |
| 第五章 技术系统 | 25 |
| 5.1 影力所 | 25 |
| 5.2 影力商城 | 27 |
| 第六章 使命愿景价值观 | 30 |
| 6.1 使命 | 30 |
| 6.2 愿景 | 30 |
| 6.2 价值观 | 31 |
| 附录一：若干公示地址查询方式 | |
| 附录二：股东相关权益算法说明 | |

第一章 影力商城介绍

1.1 项目简介

影力商城是 INP 最核心的应用平台，秉持着为会员服务的基本原则，通过模式创新带动供应链改革，是影响力经济在当下最容易带来规模效应和盈利效应的电商板块的落地应用。

影力商城以坚守公开公平公正为第一原则，以开发与维护以终端消费者为主的“消费投资”一体的销投联盟为中心，形成强大的会员制团购消费力、创新供应链商品“零批一体”“产销对接”应价交易方式，发现国内外具备一流质量的产品源头，点对点实现量价齐升销售，促进商品流通，升级消费结构，服务实体经济；坚持两个基本立足点：以供应链金融为发展导向，坚持供应链创新与应用，构建“仓单-货物互换”积分商城，服务实体企业，优化商业生态。

影力商城是影链基金会暨影力所之后孵化的重点项目，旨在充分发挥影响力在社交电商领域的突出优势，将具备带货能力、销售能力、服务能力、社交能力的在社会中具备普遍影响力的人和团队，通过去中心化的区块链社交电商平台，打造成具备经济转化效能的电商 KOL，使 INP 通证成为广泛被认可的可循环经济通证。

第二章 行业的痛点与趋势

2.1 行业发展历程

国内商品销售行业近代以来经历了不同的典型市场模式，反映了在不同时期随着经济形势的变化，大众对于消费选择的不同观念。

第一个过程，改革开放初期短缺经济时代。那是一个什么东西都能卖出去的年代，谁能生产谁就获得财富。

第二个过程，随生产能力上升告别短缺经济，进入品牌经济时代。那是一个通过渠道才能把产品卖出去的年代，谁能把渠道打造得更深更透能够浸入方方面面谁就拥有市场。

第三个过程，从品牌经济时代到过剩经济时代。这是一个消费者面对诸多品牌可以选择但又不知如何选择的年代，谁能提供能满足“个性消费”与“价值投资”需求的产品谁就拥有粉丝经济，谁拥有号召力和影响力谁就拥有更长期的发展前景。

2.2 行业痛点

绝大多数产品的同质化严重，生产端优势不再明显，需要供给侧改革和体制机制创新。

电商平台渐渐形成寡头，从创新者成为利益既得者，垄断形成失衡，市场迫切需要商业结构和销售模式创新。

产能过剩严重破坏产业生态，扼杀着消费者的人性需求，需要消费理念和消费结构创新。影力商城针对日益增长的“个性消费”与“价值投资”需求，开拓和创新市场，探索和创新市场交易方式。

2.3 发展战略

影力商城分五步走，创新发展，建设一流商城。

第一步，供应链创新。通过产品“量价齐升”交易孵化供应链核心企业，优化整合产业链，提升核心竞争力。计划将拥有核心产品、核心技术、核心市场的挂牌企业孵化成为具备供应链金融服务功能的核心企业，从而推动影力商城不断实现自我升级与进化。

第二步，区块链应用。用区块链技术提高现货交易的监管效率，以技术信用增强金融服务功能。借助产品可恒量·溯源、分布式记账、价值共识机制，构建 INP 社区，培育挂牌产品的消费习惯、投资意愿、销售热情，创新消费新模式。同时也根据市场成熟程度将影力商城的技术发展路径分为可追溯托管阶段和去中心化自治阶段。在可追溯阶段，影力商城将依托于行业第三方区块链资金托管服务进行业务的开展，将在链上完成资产的可视化公开清算。在去中心化自治阶段，影力商城将相对稳定的业务实现模型升级为需要由通证持有人投票推进的去中心化的自治阶段，影链基金会仅作为投票人之一参与自治。

第三步，新媒体平台。以特色产品为媒介，通过技术信用构建自治社区的社交平台，通过交流、交友活动，让人人成为挂牌产品的传播基点，使信息传播的受众性从小众化向大众化演变，化解媒体之间的信息边界、社交群体之间的层面差异、企业之间的信息隔阂、信息发送者与接收者之间的区别，培育、推广“消费投资”一体化生活方式和商业模式。

第四步，线下线上一体化。以扩大开放促进交易市场升级为目标，建立跨境电商与去中心化运营中心“影链之家”，建立按影响力贡献来实现分层的运营节点、承销节点、门店节点。通过“共享商品+粉丝培养+文化认同”构建影响力商城新的增长点，使“影响力连接价值”中的“价值”得到体现。

第三章 INP 发行说明

3.1 INP 概述

经过长期的市场探索，影链（Influence Chain）在影响力的变现模式上有了更为落地的应用，社交电商行业的蓬勃发展充分证明了通过电商销售完成影响力变现在实际落地过程中是具备生命力的。

在互联网电商市场，拼多多的成功已经引发一众新的对于关系型电商模式的探讨，

但在数据透明性和资产清算上仍然存在黑箱操作/虚假汇报/不公平操作等传统模式难以解决的问题。随着用户对消费升级要求的提升，这些问题最终将成为破坏交易信任/影响行业信誉的毒瘤。而且我们看到，粗暴地通过消耗社会关系实现增长并非长久之计，只有形成生态化的业务矩阵，才能长治久安。

基于对影响力经济在电商领域实现价值的思考，影链提出了 INP 计划。

3.2 INP 愿景

影链对自身在电商领域的布局抱有巨大的期望，并将其称之为 INP (Influence Chain Plus) 计划。影链认为，伴随着旧的商业模式陷入瓶颈，只有创新的商业模式和庞大的市场基数才能有效推动行业的新变革，从而让更多用户成为利益相关者。INP 计划将是影响力经济在电商领域实现销售变现的计划，也是对传统销售模式的重大改革与颠覆。

3.3 INP 通证发行与分配

INP 的发行总量为 5 亿枚，不进行任何形式的私募。

INP 的分配方案如下：

3.3.1 INC 映射 3 亿

INP 是影链回馈广大 INC 用户，对影响力经济落地作出承诺回应的重要项目，因此 INP 不再进行任何形式的私募，但是开放 3 亿枚 INP 作为 INC 兑换使用，兑换比例为 $1\text{INP}=1\text{INC}$ ，开放兑换时间为 6 个月，兑换指定场所为影力所 INEX。

在影力所 INEX 完成兑换后的 INP 将实行交易解锁制度，交易解锁制度是保障 INP 在二级市场持续升值的核心规则，细则参照交易所的详细规则说明。

3.3.2 购物挖矿 2 亿

用户在影力商城的购物消费，将获得一定的挖矿收入，按照对未来商城规模的初步评估，将除了 INC 兑换外的其他 2 亿 INP 全部用于购

物挖矿，这是类似于比特币设计之初为矿工保留的激励机制，将在合适的时机向市场开放。

3.4 INP 销毁计划

按计划，平台将销毁至少 3000 万 INP，直到 INP 市场实际流通量为 2000 万停止销毁。

3.4.1 交易解锁定向销毁计划，INP 市场流通量达到 1 亿后启动：

(1) 推广解锁额度销毁金：推广解锁额度将进入一个待激活池中等待激活，每个清算日交易所分配解锁额度后，用户需要销毁等量于当日推广解锁额度的 20% 的 INP，才能激活全部解锁额度，销毁的 INP 每天清算后自动进入指定 INP 地址，可通过区块浏览器实时查询销毁量；

(2) 交易解锁定投：将交易解锁额度的 20% 按当日收盘时的价格折算成 USDT 转入积分商城进行消费（无手续费），每周清算后自动进入影力商城授权绑定的账户中。

3.4.2 会员费销毁计划，影力商城开放交易时启动：

为保证盈利，影力商城每个月将收取每位会员价值 100RMB 的 INP 作为会员费，影力商城的会员费将在每月月初清算后自动进入指定 INP 地址中，可通过区块浏览器实时查询销毁量。

3.4.3 特票销毁计划，影力商城开放交易时启动：

影力商城中的仓单配售，用户可通过卖出特价配票获得差价利润，特价配票的买入，50% 使用 USDT 购买，另外 50% 按实时汇率，使用 INP

进行购买，影力商城将把这 50%INP 的利润，全部用于销毁，销毁数量每周清算后自动进入指定 INP 地址，可通过区块浏览器实时查询销毁量。

3.4.4 INP 投票上架计划：

(1) 投票资格：供货会员（上票方）需要预先缴纳 10 万 INP 才可以参与投票上架，缴纳的 INP 费用直接用于销毁；

(2) 商品销售分红：供货会员出让交易利润的 20%作为分红池，参与投票的会员可在投票结束后一周内决定是否撤回投票（即取回投票时花费的 INP），如撤回投票，系统将返还 INP 给投票会员，如不撤回，投票时的 INP 将作为股本投入，股东会员可参与对应商品的销售利润分红池的分红，而不撤回的 INP，也将直接用于销毁，每次完成投票上架活动后，将更新销毁数量到指定 INP 地址。

3.5 INP 股权计划

按计划，将开放可投资的股本 INP 总量为 3000 万，达到 3000 万后结束招募，锁仓 INP 数量即等同于股本数量。

3.5.1 自由持股：

资格认定：锁仓六个月且锁仓数量 1 万 INP 及以上

股东权益如下：

- (1) 在影力商城里，每直推一名有效会员，将获得 7 USDT；
- (2) 免去影力商城的半年会员费；
- (3) 可根据股份额外享受加权平均的泰森币私募额度（全球最低价）；

(4) 可根据股份加权平均享受影力商城平台收入的 20% (交易手续费+提币手续费) ;

(5) 锁仓到期后按锁仓量加权平均获得映射过程中锁存到激励池中的分红奖金 (20%的 INP 映射量) 作为激励金。

备注说明:

INC 映射 INP 总量达到 1 个亿后 (即完成映射里程碑的 1/3 时) , 开启映射锁存, 即: 每一次映射, 20%的映射锁仓 INP 将自动锁存进入激励池, 转为股权激励分红奖金, 激励池 INP 每周清算后自动进入指定 INP 地址, 可通过区块浏览器实时查询激励池总量。

(6) 自由持股的股东可加权计算获得其他影链生态投资孵化的所有项目的 10%的股份, 分红内容包括但不限于影力所利润分红/鸵鸟区块链影链股份分红/BCSeeker 利润分红。

2.2 董事会持股:

资格认定: 长期锁仓 10 万 INP 及以上, 且需要由董事行使推荐权 (每位董事仅有 3 个推荐名额) 后方可加入, 2019 年仅对外开放 50 个董事名额;

股东权益如下:

- (1) 享有自由持股股东所享有的所有权益;
- (2) 拥有投票上架的保荐权, 所有上架商品必须有至少 2 个董事会成员的保荐才能参与投票上架;
- (3) 每位董事会成员拥有一个运营中心, 一个承销会员和一个店长的指定权益, 可以是自己也可以转让给别人;

- (4) 董事会每年将至少组织 2 次豪华出游，董事会成员可享受 2 次免费出游；
- (5) 影力商城重大决策的建议权和投票权；
- (6) 影力商城相关问题处理的绿色通道权利，仅限本人使用；
- (7) 额外享受 50%泰森币优先私募额度，加权平均计算；
- (8) 按股本可享有 1: 1 配送 INC 的权利，可随时履行；
- (9) 董事会股东单独享受影链孵化项目的 10%的股份，与自由持股的股份独立计算。即自由持股股东共同享受 10%股份以及分红，董事会持股股东共同享受 10%股份以及分红。

第四章 INP 生态介绍

4.1 交易解锁

INP 将通过交易解锁计划实现社交化引流的目标。INP 仅在 INEX 交易所开放交易，初始账户的 INC 可以选择映射 INP，INP 的可映射总量为 3 亿，映射后为锁仓状态。

可以通过参与交易或推荐好友参与交易解锁，来加速释放自己的锁仓 INP，具体如下：

(1) 交易解锁

用户可自行通过交易（买或卖）解锁锁仓额度中的 INP，开放交易对 INP/USDT；

每一次交易，可以解锁交易额的千分之一；

每个用户每天可以免手续费参与交易解锁 10 次，10 次后才开始收取

手续费。

(2) 推广解锁

用户可以推荐好友帮助自己加速解锁，好友交易解锁多少 INP，自己也可以享受到对应比例的解锁额度：

A 第一代 30%

B 第二代 20%

邀请的好友交易解锁越多，好友解锁的速度越快，自己解锁锁仓额度的速度也就越快。

团队奖：

当邀请团队人数总体量达到一定规模后，设立额外的团队奖励，获得团队交易释放的 INP 的一定比例。

团队规模大于 10 人，比例为 1/10

团队规模大于 30 人，比例为 1/9

团队规模大于 100 人，比例为 1/8

团队规模大于 300 人，比例为 1/7

团队规模大于 1000 人，比例为 1/6

团队规模大于 3000 人，比例为 1/5（团队规模同一级别下的交易额不计入上级收益中）。

4.2 节点画像

影力商城的特色产品主要通过开发会员进行消费，市场运用新交易模式有效满足会员对商品消费、销售投资等多层次、多样化消费需求，

以此让会员消费得到升级。同时，通过会员的消费能力加速市场产品的销售，促进商品流通，从而带动影响力商城的开发，主要分为消投一体化开发、INP 社区开发、新零售开发三个方面。

成为节点需满足以下相关条件：

(1) 供货节点

供货会员可根据自身工厂的生产能力以及业绩贡献申请供货会员席位，影响力商城需对会员的工厂进行生产能力以及投资能力进行线下考察，获得供货席位下产生的销售利润将根据具体的合作提供奖励。

(2) 门店节点

门店会员可根据有合法合格的营业执照的门店、社区直通车、社区连锁等载体线下门店申请门店会员，影响力商城会进行线下考察，获得伞下直属用户产生静态的买配奖励的 5% 作为分红奖励，门店会员负责线下门店商品体验中心，设置互动引流特色活动，活跃老用户吸引新用户。

(3) 承销节点

3 级及以上经营会员可根据 INP 持有量以及业绩贡献申请承销席位，获得伞下直属用户产生静态的买配奖励的 10% 作为分红奖励。承销席位负责通过多渠道多形式完成提高销量的任务，增加产品的实际交易量。

(4) 运营节点

4 级及以上经营会员可根据 INP 持有量以及业绩贡献申请运营中心，获得伞下直属用户产生静态的买配奖励的 15% 作为分红奖励。运营中心负责维持现有市场运营的稳定性并扩展新市场。

除了一系列的特设节点，针对普通用户平台也按照不同画像分为几类

用户:

(1) F 交易有效用户

F 交易有效用户需要完成每周 2 次基础报单，才能获得相对应的拼购奖励，并参与促购与团队奖。

(2) T 团队活跃用户

成功推广 F 交易有效用户达到 300 人，按照 V1-V5 分别享受 1/10, 1/8, 1/7, 1/6, 1/5 的团队配售奖励，T 类用户才有资格参与运营节点、承销节点和门店节点的竞选。

(3) S 积分商城活跃用户

在积分商城中，周均消费积分达到 5000USDT 以上的会员用户将成为 S 用户，只有 S 用户可以参与购物挖矿。

(4) R 持仓超级大户

影力商城中持仓总价值排名全平台前 20%的用户将成为 R 用户，同时拥有 R 用户标签和 T 用户标签的会员，每月可以获得团队新增业绩 3%的 USDT，同时每周需要完成等同于持仓总量的 20%的提货量。

4.3 应价零批

应价零批交易方式的定义：指挂牌会员锁定 M 挂批商品现货对应的仓单，在影力商城的电盘面上以不变的挂牌价格 P 挂挂牌销售，经营会员响应挂牌价 P 挂在电子盘面上以揭牌入金买进、挂牌出金卖出的方式进行交易。挂牌会员对经营会员响应挂牌价 P 挂在电子盘面上以揭牌入金买进行为，给予优价仓单配售的激励机制。批发价格形成机

制。

建议零售价的形成：在同等质量条件下，对标国际一线品牌同类产品在国内市场的零售价格，参照产品原零售价，提出的零售参考价格。建议零售价只是市场化定价机制的假设价格，其性质如同拍买市场的起拍价，是卖方的市场期许，并非实际的零售定价。实际的零售定价，有待于产地实际批发价格的市场化发现。

为什么要推出应价零批模式？发售模式已被国家全面叫停，唯有创新才有出路。发售模式的价格形成机制是以“时间优先、价格优先”电子撮合方式形成交易价格，容易导致连续交易和集中交易，是一种炒作方式确定商品价格的形式，违背了由市场供求关系确立价格的基本原则。

给“庄家”利用价格形成机制通过炒作操纵物价可乘之机，导致商品价格偏离市场供求关系。

发售模式采用 T+0 交易，刺激过度投机，形成商品价格剧烈波动。发售模式如不加以有效控制，在“庄家”操纵下很容易把经营会员的注意力吸引到“买进卖出”捞快钱上，导致人们不关心商品的自身价值、不关心商品是否流通，只关心价格涨落。从而严重违背影子商城“促进商品流通、提升消费质量，服务实体经济”宗旨。

4.3.1 交易对象和交易主体

(1) 挂牌会员（卖方主体）

商品供应商为挂牌商品的销售企业。过去为：

自产自销的生产企业；

专业的商品销售企业。

目前，提倡“资源-市场-生产-管理”要素组合，以供应链核心企业为目标重组挂牌会员。

(2) 经营会员（经营主体）

合法续存的企业法人 / 具有独立承担民事责任的自然人，注册成为允许在市场从事买进卖出经营活动的经营商，为挂牌商品的消费主体和零售商。

(3) 挂牌商品

挂牌会员锁定并交第三方仓储管理额定数量（恒量）的商品现货形成M挂批仓单，以仓单形式在市场挂牌销售。

要求仓单与货单一一对应。

影力商城结合市场客观需求，针对特色产品在流通中存在的实际问题，创新交易方式。

影力商城现行的交易方式是：卖方向市场提出申请，市场预先公告交易对象，以建议“零售价”挂牌销售，公示“量大从优”的“优价配售”促销方案，买方以不同的采购数量获得不同数量的优价仓单配售，以降低采购成本；多个买方可用团购方式增大采购数量，同样可以获得更多数量的优价仓单配售。团购的数量越大、采购的价格就越低，直至产地批发价；参与团购的买方，一部分作为消费类会员享受到“批发价”的便宜购物；另一部分具营销能力的经营会员则转化成为挂牌

商品的零售商，通过微商等网上销售，或建立线下零售网店专营挂牌商品，实现消费结构升级和销售模式创新。从本质上讲，影力商城交易方式，既具单向竞价交易性质，是一个应零售价形成批发价的“价格发现”过程，又具电子商务批发市场属性，是一个“量大从优”批量销售过程。

4.4 投票上架

为了提升产品质量和市场竞争能力，影力商城将开展投票挂牌规则，将挂牌会员申请挂牌的流程和上架的流程也纳入到经营会员的公开决策流程中。

经营会员缴纳锁仓指定数量的 INP 后，可申请挂牌，提交商品挂牌申报资料后进入初审，影力商城审查资料完整且真实后，将进行投票上架活动，挂牌会员需提供特价仓单配售权或更多影力商城支持的回报类型给到参与投票的经营会员。如未通过初审，缴纳的 INP 将自动退回至申报账户。

经营会员可使用 INP 对挂牌队列中的商品展开投票，最终投票数量最多且超过影力商城设定的投票目标的商品，将成为下一个预计上架挂牌应价零批板块的商品，第二名和第三名也有资格上架积分商城。

投票结束后，经营会员投票的 INP 将原数原路返还至账户，投票成功的经营会员，可额外获得挂牌会员提供的回报，例如：特价仓单配售权。会员同样可以选择将投票时使用的 INP 直接作为股本投资挂牌会员，挂牌会员将开放 20% 的销售利润作为分红池，供投票会员按股份

每月享受分红。

4.5 平稳退出机制

经营会员持有未提货，且在短时间内不能自我消费，即使在平价商城兑换成其他商品也不能自我消费的仓单，在规定时间内可由挂牌会员按实际采购价 8 折予以回购，解决经营会员风险不可控的痛点。同时，挂牌会员把回购仓单分配给各承销会员用于市场开发。对已出现经济损失的经营会员，如果他愿意继续揭牌消费，一方面按 8 折优惠提供下一轮挂牌产品。另一方面，可把他们重新整合成一个新团队，将原挂牌商品仓单流转为新挂牌商品仓单，并优价配售一定数量的仓单，让其成为新挂牌产品的第一批团队长会员，与挂牌会员共启新一轮产品挂牌上市，在“时间优先、数量优先、团队优先”占据先机，获得投资赢利机会，解决经营会员维护难的痛点。

4.6 激励机制

影力商城中面向经营会员共推出三种交易方式，分别是拼团购，促购和团购，总体遵循按销量分配特价资源的标准。

(1) 拼团购

拼团购也就是泛指的“买 1 配 N”或者“买 10 配 N”，通过销售量来分配特价仓单购买资格，这也是现在通常市场中最容易被接受的“按照零售量分配批发量”的运作模式。零售量越大，批发量也就越大，从中获取的利润也就越高。

(2) 促购

促购是在拼团购基础上开展的一系列优惠活动，主要分为拼团促购和管理促购两种活动形式，以分配特价仓单购买资格的方式来完成促购。

(2-1) 拼团促购

拼团促购的主要规则是，通过经营会员邀请体系额外赠送特价仓单购买资格，经营会员完成每日报单后，其直接邀请会员由挂牌会员（即上票单位）赠予 10 个特价仓单购买资格，其间接会员由挂牌会员赠予 5 个特价仓单购买资格。该购买资格每日统计后发放。

(2-2) 管理促购

管理促购的主要规则是，当经营会员完成每日报单后，其直接邀请会员将额外获得数量等同于该经营会员拼团促购的一半加上管理促购的一半的特价仓单购买资格。该资格同样由挂牌会员统计后按日在系统中发放。

(3) 团购

团购是针对伞下活跃经营会员规模较大的会员提供。通过判断伞下活跃经营会员的规模来划分账户的级别，级别越高，可获得赠送的特价仓单购买资格的比例就越高。

一级账户：团队达到 30 人，将以团队内每个用户特价仓单（拼团购+促购）的 10 比 1 的比例为一级账户分配特价仓单配售权；

二级账户：团队达到 90 人，将以团队内每个用户特价仓单（拼团购+促购）的 8 比 1 的比例为一级账户分配特价仓单配售权；

三级账户：团队达到 320 人，将以团队内每个用户特价仓单（拼团购

+促购) 的 7 比 1 的比例为一级账户分配特价仓单配售权;

四级账户: 团队达到 960 人, 将以团队内每个用户特价仓单 (拼团购

+促购) 的 6 比 1 的比例为一级账户分配特价仓单配售权;

五级账户: 团队达到 2900 人, 将以团队内每个用户特价仓单 (拼团购+促购) 的 5 比 1 的比例为一级账户分配特价仓单配售权。

除了相对应的经营会员的激励机制,在面对特设的门店、承销、运营会员,还有额外的奖励.

(1)门店会员

获得伞下直属用户产生静态的买配奖励的 5%作为分红奖励.门店会员负责线下门店商品体验中心,设置互动引流特色活动,活跃老用户吸引新用户.

(2)承销席位

获得伞下直属用户产生静态的买配奖励的 10%作为分红奖励。承销席位负责通过多渠道多形式完成提高销量的任务, 增加产品的实际交易量。

(3) 运营中心

获得伞下直属用户产生静态的买配奖励的 15%作为分红奖励。运营中心负责维持现有市场运营的稳定性并扩展新市场。

4.7 积分直供商城

(1) 积分直供商城是什么

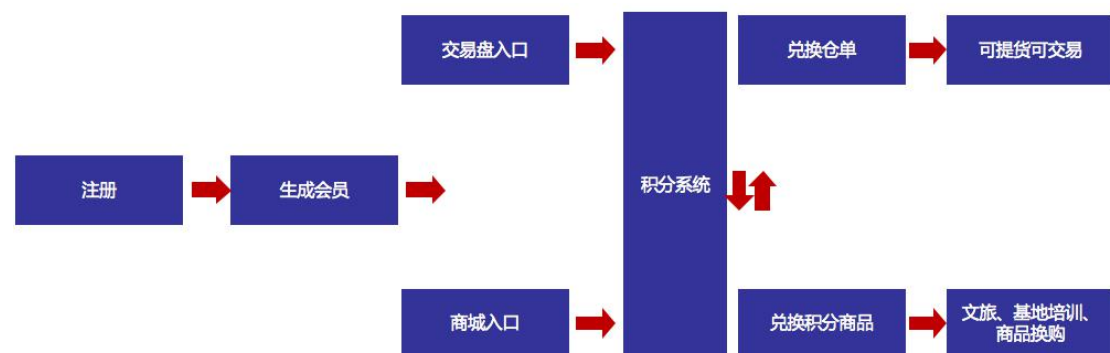
服务实体经济是现货交易平台的立身之本。

“积分商城是一个产品直供可溯源的老百姓平价电子商城；同时是帮扶优质商品提供销售渠道并量身打造形象的专卖店。

(2) 积分商城卖什么

积分商城以大众生活消费商品为主，文化旅游基地体验整合系列商品为辅助，拥有创新性突破性用户体验的商品为特色。

(3) 影响力商城搭建思路



(4) 影响力商城交易市场会员积分可换购商城指定产品

换购方案：

大量积分+少量现金=商品

积分=商品

少量积分+大量现金=商品

(5) 兑换产品

产品分为三类：

低成本高流通产品（挂饰、电子设备配件、小摆设）

文化产品（定制文化旅游、民俗体验）

仓单（可兑换仓单后在 APP 内选择提货或交易）

4.8 衡量溯源

区块链的本质不可篡改，并且数据公示透明唯一，确保了数据的安全和值得信任，也正是这种不可篡改性，被很多人视为可以改变世界的技术革新。

区块链衡量溯源系统以商品入库作为溯源衡量的原点，向上溯源商品生产信息，向下溯源商品物流信息。结合冷链运输技术完成各个生产运输节点的数据录入和维护。在需要调用资源进行溯源时，只需要查询商品代码编号即可完成查询。

第五章 技术系统

5.1 影响力

影响力是影链应用平台的核心，通过智能合约以及代币化来量化影响力的评级以此来影响国际名人。影响力是无形资产，而影响力经济会将虚拟资本转化为商业价值。还将把人力、物流、资金流和影响力背后的信息转化为资产。

5.1.1 高性能支持

影响力所的交易系统采用内存撮合技术，订单处理速度可以超过 100 万单/秒，能够保证订单处理不会出现延迟和卡顿。该系统在其他同类交易所已有丰富且成功的应用经验，可支持同时在线大量用户和粉丝的交易流畅稳定运行。

5.1.2 安全机制保障

影力所采用了先进的多层、多集群的系统架构。多层架构的设计大幅提高了系统的性能、安全性、稳定性和扩展性。功能部署、版本更新无需停机进行，最大限度保障终端用户的操作体验。

具体践行技术如下：

(1) 平台自身安全防护

防护重点:网站以及平台的安全漏洞

- 业务上线前必须通过安全测试、内部渗透测试;
- 参数化查询防 SQL 注入架构;
- 过滤输入、转义输出，防 XSS 攻击;
- 采用SSL 加密并修复了最新的 OPENSLL 漏洞;

(2) 账户安全防护

防护原则:多重确认与人工审核

- 账户暴力破解检测;防止账户被暴力破解;
- 双重认证以及通知机制;保障用户资金安全;
- 短信验证码验证机制业务分离;减少被钓鱼的可能性;
- 大额提币实行人工审核认证;

(3) 钱包安全防护

防护原则:最小权限

- 超过 90%的平台数字资产存放在多重签名的冷钱包中;
- 冷钱包只允许出币到影力所线上钱包;
- 负责转币的人无法修改出币地址，只做签名动作的执行者;

- 任何员工没有机会接触到任何一把完整的冷热钱包私钥;
- 对于钱包工作状态与出币情况设置了实时监控报警;

(4) 全职安全团队

防护原则:建立反应实时、深入行业、专业能力的安全团队

- 负责及时对网络上公布出的漏洞进行检测和修复;
- 为影力所量身定做安全方案;
- 对以太坊协议安全了解, 具有丰富的双花攻击、一聪攻击、交易延展性攻击等处理经验;

5.1.3 全平台客户端支持

影力所将陆续开放提供对全平台客户端的支持, 具体包括以下客户端:

- WEB 端浏览器
- Android 客户端
- IOS 客户端

5.2 影力商城

影力商城作为区块链领域第一个对社交电商领域以业务改革升级为核心的应用, 充分发挥了区块链在建立底层技术信任背书上的优势, 通过技术落地来保障所有会员的实际利益。

5.2.1 以数字通证作为交易权益

影力商城中进行流通的是基于区块链技术下的数字通证，区块链的不可篡改性将极大的保障用户财产的安全，钱包地址信息将透明公开在区块链网络上，用户可随时查看。

5.2.2 性能支持

影力商城在应价交易模式下进行了对交易撮合模式进行了极大的优化，可在毫秒的级别下处理万级的交易数量，保证撮合的流畅性。即使超出极限并发量，代码层面上的优化使得用户撮合失败时自动再次发起撮合请求，有力的保障了用户体验，保证了撮合的成功。

5.2.3 区块链衡量溯源系统

区块链衡量溯源系统以商品入库作为溯源衡量的原点，向上溯源商品生产信息，向下溯源商品物流信息。结合冷链运输技术完成各个生产运输节点的数据录入和维护。在需要调用资源进行溯源时，只需要查询商品代码编号即可完成查询

5.2.4 系统基本架构详解

(1) 基础设施

WAF: 应用防火墙。CloudFront: 内容分发服务。NAT Gateway: 网关。ELB: 负载均衡服务器。Web、Socket、mobile: awsEC2 服务器。R: redis。RDS: 数据库。

(2) 主要组成部分

WAF: 应用防火墙。ELB: 负载均衡服务器。awsEC2 服务器。RDS: 数据库。

5.2.5 异常交易拦截时所使用的系统

(1) 用户端处理

发现用户数据异常，后台禁用用户，用户强制退出登录，且无法再次登录，且无法修改用户的任何信息。

(2) 交易端监控

用户所有的交易流水，数据库都有详细的数据记录，方便会查，如果发现异常，我们能快速，精准的根据数据源定位问题，并且修复数据及代码漏洞，保证用户交易的公平，安全，可靠。对可疑非法用户，我们会对其账户采取相关措施，防止问题扩大。

5.2.6 信息安全保障

(1) 客户端安全

客户端采用 https 加密传输协议和服务器进行数据通信。

(2) 职工层级安全

采用了日志管理系统，同时实行权限分级制度。

(3) 总体软件安全政策

除了防火墙配置，防 ddos 服务购买，我们对影力商城做了大量的渗透测试工作，并解决了潜在的漏洞，代码层面，我们对用户提交的数据进行了严格校验，以此保证数据库的数据都是符合业务规范。

(4) 硬件安全

所有的服务器均采用安全组隔离，只开放业务用的端口，其他端口一律不通。连接服务器的网络为指定的 IP 网络，其他网络都无法连接服务器配置。

第六章 使命愿景价值观

6.1 使命

影链上线至今已经2年有余,在此期间已经服务超过20w的社群用户,并且受到诸多优秀投资人和业内资深人士的青睐与信任。影链一直是区块链行业的先驱者,在影链坚持不断的探索中,已经打造出 INC、INP 和等数字货币完整、健康的生态系统。在越来越多的用户参与到影链生态的同时,影链也深知自身所需承担的社会责任,影链作为 INC、INP 等数字货币生态的创造者,维系生态优良发展、保证用户权益一直是影链团队最为核心的目标,而影力商城作为影链生态中必不可少的一环,必将贯彻这种责任感。用户是影链的基石,维系用户利益,让数字货币能过真正的、切实的为用户创造价值,这是影力商城的终生使命。在前进的道路上,影力商城将一直秉承这个使命,坚持不懈的探索,让影链生态的数字货币能够造福千家万户。

6.2 愿景

影链从创始至今一直在积极探索基于区块链场景的应用领域,影力商城的诞生正是影链在探索区块链与社交服务领域相结合中迈出的重要的一步,以区块链结合实体经济重构传统的人货场关系,促进商品流通,优化供应链,以新颖、创新的模式为实体经济注入活力,响应国家政策拉动内需的同时,加深商品供应方、商品批售方之间的密切联系,为多方创造利益来源。对于区块链行业来说,这是一片全新的

领域，充满着挑战与机遇，影力商城的愿景，就是在这一片蓝海市场中建立先发优势，结合影链生态打造数字货币领域最大的社交生活服务商，并服务于广大的影链用户。

6.3 价值观

影力商城的价值观是与影链用户建立共生、共享、共赢、共融的开放式关系。将影链用户的利益与需求视影链生态发展的方向，为共生；将区块链变革带来的模式创新分享于影链用户，是共享；建立健康生态，让影链生态的数字货币创造价值，即共赢；建立包容性文化，融和多方诉求，打造健康生态，称为共融。

影力商城将与影链用户一起，在区块链技术颠覆世界的浪潮中，结伴同行。

附录一：若干公示地址查询方式

1.INC 映射销毁地址查询：

0x822B831Be543c53f3c3b944062213F6bC6d5b531

2.映射锁存地址查询：

0x84dE91ac10272a02E8582fc6a88bEEEb4A5bFE7a

3.交易解锁定向销投地址查询：

0xA46fA39295720eA38a34374929B7C8398b0dF081

4.影力商城会员费销毁地址查询：

0x6305acCf6907CC7FF01BC9EadA54f7276d1bD88c

5.影响力商城特票销毁地址查询:

0xB502669Fde909e0FBD40FA26c5057ff563937aee

6.影响力商城投票上架销毁地址查询:

0x23d560040664fEDb1188093c7e6735008A9b8e6E

7.INP 股本锁存地址查询:

0x07554b70A7c64948CC026E204Ae006ad4667265C

附录二：股东相关权益算法说明（预期）

一.影响力商城分红收益(交易手续费)

参与人数：按 20000 活跃用户（F 用户）计算

人均投资金额：400 USDT

有效交易日：251 天

交易手续费：0.3%

分红比例：20%

预计年收益= $20000 \times 400 \times 0.3\% \times 251 = 6024000$ USDT

参与分红收益= $6024000 \times 20\% = 1204800$ USDT

二.投票上架分红收益

商品仓单成本：0.29 USDT

商品仓单市价：1.43 USDT

仓单年销量：按 100000000 仓单量计算（按同类现货交易所历史数据预估）

拼团购/促购拼团/团购分润比例：69%（按交易规则推算）

分红比例：20%

预计供货收益=100000000* (1.43-0.29) * (1-69%) =35340000 USDT

参与分红收益=35340000*20%=7068000 USDT

三.锁存激励金分红收益

参与锁存计算的 INP 总量：200000000 INP

锁存比例：20%

INP 单价：0.6 USDT（按 7 月初 INP 价格计算，因销毁计划促使 INP 流通量降低从而带来的价格上涨暂不考虑在内）

锁存激励金分红收益=200000000*20%*0.6=24000000 USDT。