



OVR  
Over the Reality

全球范围去中心化的AR增强现实平台



## 执行纲要

**OVR** 是一个由以太坊区块链支持的，全球范围的，开放源码的**AR**（增强现实）平台。

**OVR**使用户在拥有移动设备或智能眼镜的情况下，可以在现实世界中与定制的增强现实实现互动体验。

**OVR** 可以被定义为一个全新的增强现实体验的标准，定位为世界上第一个不由用户选择内容的浏览器，而是由真实世界根据具体的地理位置来呈现可能的体验。

**OVR** 采用了开放源码的理念，意味着整个**OVR**社区贡献自己的成长，这样也使得整个平台独立于它的创建者从而更加持久的运营下去。

**OVR**使用以太坊区块链来分散用户之间的所有代币交易动态

**OVR**代币是基于以太坊的智能合约**ERC-20**标准的实用代币。

**OVR**土地是存储在基于区块链的分类账中的包裹，该分类账构成了将地球细分为六边形的数字层。

**OVR**土地代币是基于**ERC-721**标准的不可替代的代币，它允许分散化地持有数字资产，例如**OVR**土地或者**OVR**体验，通过使用智能移动设备或者智能眼镜，为**AR**增强现实赋予生命。

通过使用市场，**OVR**土地可以在用户之间以分散的方式自由交易。这意味着**OVR**土地的所有者可以决定用户在进入这片**OVR**土地后将体验什么样的体验。

所以，社区拥有对**OVR**土地和**OVR**体验的绝对控制权。

**AR**体验可以从静态的**3D**内容和高度复杂的互动和超级真实的场景，使虚拟内容与现实世界融合 用户与周围世界进行物理互动。到目前为止，开发这些体验的系统是基于**iOS**和**Android**的移动设备，以及基于**holokit**项目的**Hololens**、**Magic Leap**智能眼镜以及**AR**低成本耳机。

**OVR**作为一个平台，支持当前市场上可用的硬件，通过软件集成将支持市场上未来将推出的所有下一代硬件。

因此，该平台是一个独立于硬件的标准。

**OVR**体验可以通过基于**unity3d**的**SDK**实现，社区用户可以在平台内进行买卖体验。

Unity3D是目前市场上领先的实时3D开发环境之一，它的通用性、分散性和跨平台项目编译的管理能力使其能够支持移动设备和智能眼镜。

OVR实现了一个基于发行商/广告商为原则的分散广告系统，其中OVR所有者可以通过将广告商的赞助内容插入增强现实体验中获得OVR代币。

OVR是不可阻挡的，因为一旦在区块链中实现，就没有人能够改变软件规则、OVR土地内容或者加密代币经济。

仲裁活动将由社区本身进行管理，使用报告系统，并由节点维护管理黑名单。OVR专注于移动AR设备和智能眼镜领域的快速增长，并引入了以下主要创新：

- 开发一个分散的、不可阻挡的开源平台，由社区用自己的货币和生态系统来管理。
- 用OVR代币买卖数字资产（土地，内容，广告）
- 开发一个综合跟踪系统（使用GPS），计算机视觉算法和设备上的惯性系统，将用户体验带到户外增强现实技术的新境界。
- 使用类似IPFS\*的协议分散2D/3D资产的存储，使整个平台不可阻挡且独立，并为共享存储空间节点支付报酬。
- 去中心化的，由社区驱动的生态系统

OVR,正如你将在以下图表中看到的那样，除了AR增强现实技术，对其他领域也具有颠覆性，例如：

- 数字内容货币化
- 数字广告
- 数字体验货币化
- P2P 工作



# 内容目录

1	市场分析	6
1.1	市场概况	
1.2	市场机遇	
2	应用技术	7
2.1	AR增强现实技术	
2.2	持久性AR体验和分享体验	
3	强调市场需求	8
4	OVR 主要特征	10
4.1	OVR 生态系统	
4.2	OVR土地	
4.3	市场	
4.4	OVR土地：购买，出售，租赁	
4.5	AR体验：交易买卖	
4.6	AR 广告：交易买卖	
5	OVR 技术	17
5.1	OVR 地理定位和跟踪	
5.2	OVR SDK 和 Unity3D	
5.3	IPFS 和OVR节点	
5.4	OVR土地扫描	
5.5	侧链	
5.6	OVR助手，即插即用的智能助手	
6	OVR 代币经济	28
6.1	两种代币，一个生态系统	
6.2	代币经济	
6.3	网络维护者	
6.4	未来首5年预期财务流程	
7	平台发布	36
7.1	路线图	
7.2	营销计划	
7.3	竞争对手分析	
8	ICO 结构	44
8.1	条款与条件	
8.2	OVR分配总结	
8.3	资金使用	
9	团队和顾问	50
10	法律免责申明	55

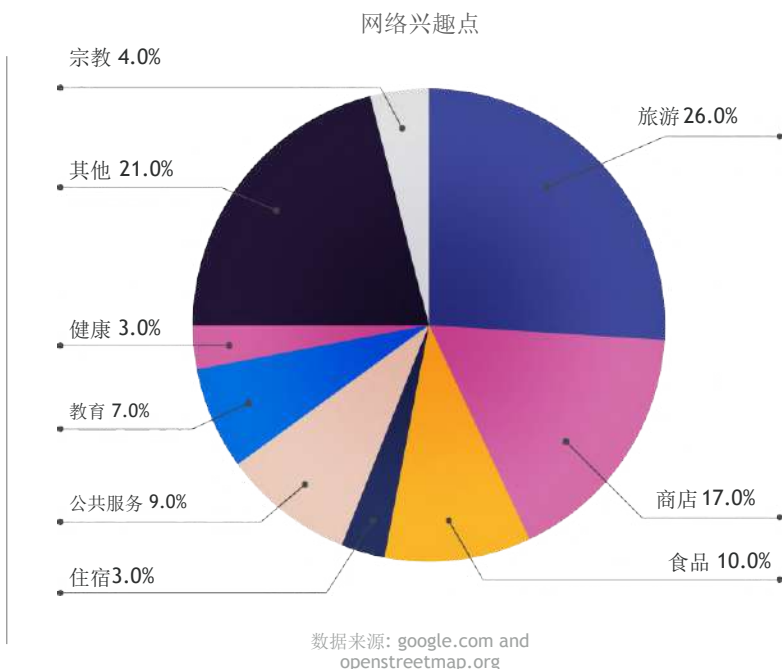
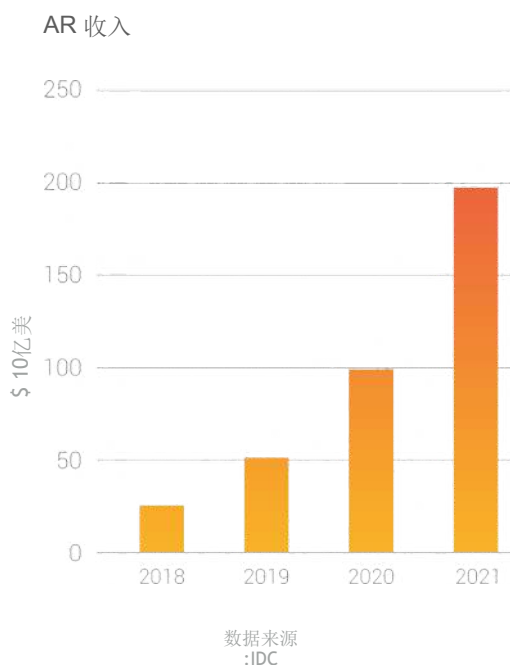
## 01 市场

### 1.1 概况

2017年，几项增强现实技术被引入市场。苹果(Apple)、Facebook和谷歌等科技巨头进行了大量投资和收购，目的是为了越来越多地将此类技术应用于消费市场。

国际数据公司(IDC)最近发布的一份预测显示，消费行业将成为AR和VR领域最大消费者，紧随其后的是零售业。这种增长也是由于智能手机市场的发展方向，自2018年以来生产的所有设备都完全支持AR增强现实。此外，与智能眼镜技术相关的市场正在快速增长，许多科技公司正在投资推出一款功能强大、价格低廉的产品。

根据IDC的数据，2018年增强现实市场将达到270亿美元，同比增长92%，预计2017-2022年的CAGR为72%。研究强调，这些主要的技术巨头的投资表明，他们如何理解AR增强现实的巨大潜力，不仅作为一项技术，而且作为一项新的强大的沟通渠道，能够传达任何类型的内容，并可在任何部门使用。



### 1.2 市场机遇

经过近两年的研究和分析，我们发现了以下几点OVR平台将解决的问题：

- 移动设备应用软件生态系统碎片化
- 对数字广告的注意力下降
- 货币化数字资产的困难性
- AR增强现实在众多垂直应用中作为单一体验
- AR仅作为简单的标记增强，具有较低的互动性和参与性

### 2.1 AR增强现实技术

增强现实是一种能够在周围环境中叠加各种类型内容(视频、音频、2D、3D)的技术。所有这些都是实时发生的，而且都是通过任何有摄像头的设备实现的。这种创新实际上实现了“跟踪”真实场景中的元素并添加其他虚拟元素。真实与数字的结合产生了一种独特的体验。

### 2.2 持久性AR体验和分享体验

对于持久性增强现实，我们指的是用户在周围环境中重复体验相同的增强现实的可能性。这是有可能的，因为第一次环境扫描存储。

这种重新加载环境映射的能力允许用户获得共享的体验用户可以看到虚拟元素以相同的方式在空间中出现。



## 03 强调市场需求

OVR是一个聚合器，一个使用真实经济系统的社区，可以彻底改变AR世界范围的体验。多亏了这个系统，OVR针对不同细分市场需求提供了解决方案。

OVR的目标是提供一个单一的免费增强现实工具，让你置身在周围环境中拥有三维质量的体验

### 终端用户 – OVR 世界的勘探者

需求	解决方案
一个单一的世界范围的AR增强现实平台作为一个新的三维浏览器	一个单一的安装在智能手机/平板电脑/智能眼镜的应用程序，兼容市场上所有平台
一个新的广告渠道，超越了传统的过于拥挤的手机广告	广告与AR体验紧密结合，使促销活动不那么具有侵入性，更吸引人
允许多人参与的增强现实体验	OVR允许多个用户在同一地点进行实时互动
稳定的地理定位体验，融合虚拟与现实	由于引入了软件创新，OVR确保了3D元素在真实世界中的精确定位，从而获得高质量的用户体验，并与周围环境保持一致
探索开放知识的新媒介	OVR将是一个无缝和快速的方式访问维基百科和开放街图知识。信息将通过叠加的方式传递，即通过人工智能虚拟助手

### 数字资产投资者- 搜集OVR土地的人

需求	解决方案
从数字资产中创造收益	向希望使用其的OVR土地发布内容的出版商（广告商）收取费用
提升数字资产的价值	为了吸引更多游客，选择呈现在OVR土地上体验以及促销活动，都增加了数字资产潜在的转售价值



## 数字媒体机构

需求	解决方案
全新的沟通渠道	<b>OVR</b> 通过世界范围的增强现实体验 为品牌内容的传达提供了一种新的方式
通过技术实现吸引客户注意力的机会	<b>AR</b> 增强现实是一个快速增长的趋势，被用得越来越多品牌的传播方式。 <b>OVR</b> 以其达到艺术水准的高品质 <b>AR</b> 体验正好迎合了这一趋势
互联网地理定位的客户体验	<b>OVR</b> 基于内容的地理定位和内容在增强现实体验中的行迹
新的投资机会	当收购 <b>OVR</b> 土地时，该机构可以在品牌感兴趣的战略位置赞助体验

对于广告商- 想要推销自己产品或者服务的品牌

**OVR**为广告客户提供了一个创新和非拥挤的新沟通渠道的机会。

需求	解决方案
创新的沟通渠道	在 <b>OVR</b> 投放的广告结合了 <b>3D</b> 体验 从而强化了广告传达的信息
不拥挤的沟通渠道	<b>OVR</b> 平台诞生于没有增强现实标准的时代，它创造了一个全新的、不拥挤的沟通渠道
拥有透明的价格的广告系统	区块链上市场的分散化允许以最大的透明度和可跟踪性管理供应和需求

## 3D 数字艺术家 – OVR体验的建造者

需求	解决方案
全球范围的平台来售卖 <b>AR</b> 增强现实体验	世界范围的 <b>AR</b> 增强现实和 <b>VR</b> 虚拟现实内容的渠道分布
能够快速、实际地接收新的项目请求	可以找到 <b>OVR</b> 拥有者的 <b>OVR</b> 市场
从你的增强现实体验中赚钱	通过成为 <b>OVR</b> 拥有者， <b>3D</b> 数字艺术家可以插入广告商的内容，并利用他们的体验赚钱

## 一般线下商店和连锁店

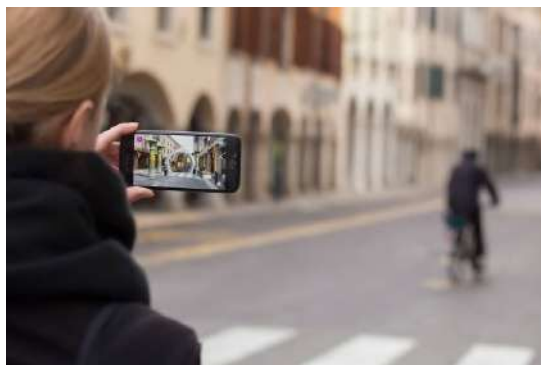
需求	解决方案
即使在一个关闭的商店也可以提供交易建议	OVR土地中，即使是在一家关闭的商店前面进行的AR体验也可以刺激消费者购买
提供互动的游戏化场景	商店前面的OVR土地上的游戏体验或一般参与成为了制造商店客流量的理由
通过创新增加客户数量	通过参与位于战略区域或商店本身附近的增强现实体验，用户被邀请到商店
与虚拟助手互动	OVR平台将提供一个即插即玩的虚拟助手，支持最先进的NLP AI算法

## 04 OVR 主要特点

OVR使用了增强现实技术，这是一种能够向周围环境添加不同类型内容(视频、音频、2D和3D)的技术，它创造了现实和虚拟共存于同一空间的幻觉。

所有这些都是在实时的，并且可以从任何带有摄像头的设备上获取，比如智能手机和智能眼镜。这种创新使得“追踪”现实世界中的元素并添加其他虚拟元素成为可能。真实与数字的结合产生了一种独特的融合体验。

在这个意义上，AR增强现实产生了一个新的维度，一个全新的媒体空间和一个快速增长的市场。



OVR平台由以下部分组成：

- 4.1 OVR 生态系统
- 4.2 OVR土地
- 4.3 市场

- 4.4 OVR土地: 购买，出售，租赁
- 4.5 OVR体验: 购买，出售
- 4.6 OVR广告: 购买，出售:

## 4.1 OVR 生态系统



### OVR所有者

他们使用OVR代币购买数字土地(OVR土地)并锚定AR体验。



### OVR开发者为

他们创造3D数字体验（OVR体验）



### OVR矿工

他们激活OVRNode



### OVR用户

他们进行AR体验



### OVR广告商

使用OVR代币在OVR土地上发布广告的AR元素

## 4.2 OVR土地

OVR生态系统由覆盖整个地球表面的六边形网格所支撑。这些六边形被称为OVR土地，具有特定的地理位置和300平方米的标准尺寸。总OVR土地数为1.660.954.464.112

每块OVR土地可以被进一步划分成7个六边形，这样就有了更精确的定位。

OVR土地不仅是一个定位AR和VR内容的参考系统，本质上也是一项数字资产，它也是使我们的社区得以发展和增长的经济激励。OVR土地将被OVR所有者购买\*，他们的财产将由以太坊区块链上记录的一个不可替代的代币(ERC-721标准)授予，该标准允许分散化的和反审查的产权。

OVR土地的产权将为生成、分发和策划高质量AR和VR内容提供经济激励。

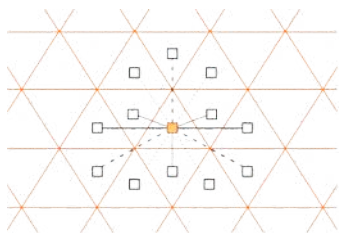
OVR土地是一种稀缺而独特的资源，只有拥有OVR土地 NFT的以太坊地址的私钥才能控制它。在私钥丢失的情况下，对OVR土地的控制将永远丢失。为了防止这种情况的发生，我们要求OVR土地的所有者至少每3年一次地对区块链(可以是一个简单的ping函数)执行一次任何类型的操作，以证明对私钥的控制。如果OVR所有者不能在3年内提供私钥拥有权的证明，则其OVR土地将再次公开出售。

### 4.2.1 为什么是六边形

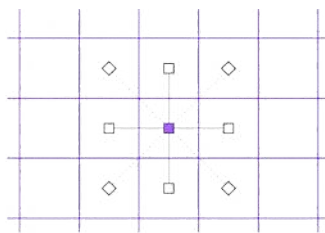
只有三种正多边形倾斜可以用来覆盖地球表面:正方形、三角形和六边形。我们选择六边形是因为它有两个特征能够与OVR项目很好的结合

### 4.2.2 横向的领域

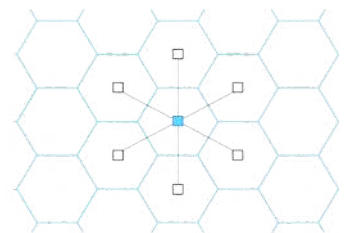
我们设想，多种相邻OVR土地之间的几何学互动的机会将对这些关系产生巨大影响。我们的目标是成倍增加这些互动机会，并且保持它们简单。六边形呈现出一个非常简单的邻域分布:接触点只在侧面上，从不在拐角上，而且所有的邻域都与中心等距。这些特性是三角形和正方形所不具备的，并且允许更快、更容易地计算领域地图。



Triangles



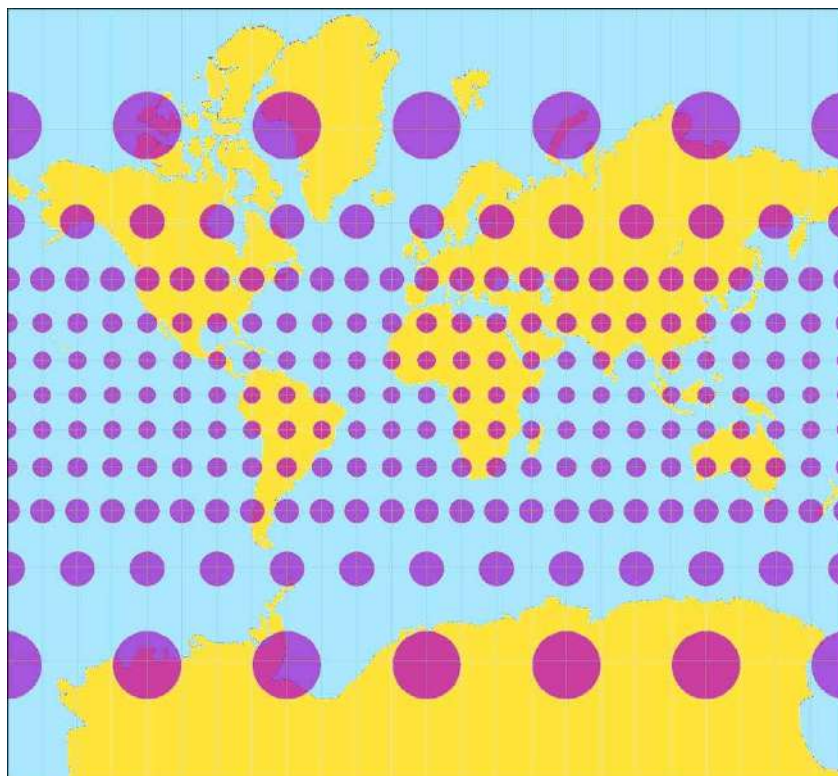
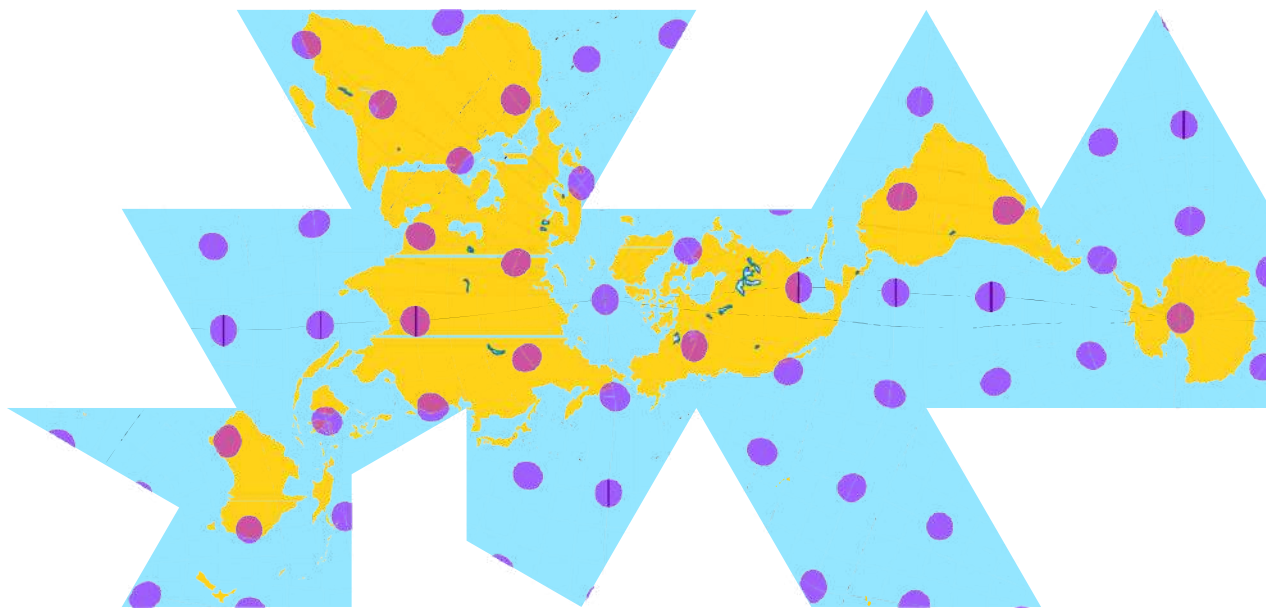
Squares



Hexagons

### 4.2.3 失真

OVR土地覆盖了整个地球，我们希望所有现实地理位置的坐标和OVR土地之间具保持一致。听起来很合理，但并不那么容易！将地球球面投影到平面上会导致地图变形，实际上，大多数经典的地球地图投影技术，比如墨卡托，在我们向两极移动时都会产生巨大的变形。用六边形平铺在地球表面，可以最大限度地减少失真。



Dymaxion VS Mercator Tissot's 变形指标



#### 4.2.4 OVR土地自然语言URI（统一资源标识符）

人类有一种处理自然语言的特殊能力，一般来说，一个孩子在4岁的时候就能识别和记住5000多个单词，而这个数字在成年人中增长到20000到35.000之间。同样的能力并不适用于数字，我们的认知功能也无法识别和记住哪怕是几十个数字序列

OV<sub>R</sub>土地由它们的地理位置定义，也就是一对纬度和经度的数字。为了配合上述人类的认知能力，我们开发了一种算法——这将是开源的——能够用一个独有的三重英文单词组合(如蓝色，天空，梦)标识每块OV<sub>R</sub>土地的一对坐标。

这1660万亿块OV<sub>R</sub>土地中的每一块都将由一个易于记忆的三重英语单词组成。为了达到这个结果，我们使用了一个由谷歌n - gram提取的单词列表，其中包含了2万个最常用的英语单词。

#### 4.2.5 私有使用层面和公共使用层面

OV<sub>R</sub>土地产权是整个OV<sub>R</sub>代币经济的基础。OV<sub>R</sub>所有者被授予了OV<sub>R</sub>土地内容的完全控制权，因为这支撑着我们生态系统的经济刺激。这个空间被定义为私有使用层面。

OV<sub>R</sub>的目标是成为AR内容的参考分散平台，在建立私有使用层面的同时，我们还需要创建具有公共范围且非私有的内容。

有些内容具有公共效用，但由于个体所有者之间缺乏协调和缺乏足够的经济激励，无法由单个OV<sub>R</sub>土地的所有者来创建和管理。这些公共内容比如:关于公共建筑和服务、基础设施、公共机构的资料。出于这个原因，我们决定创建公共使用层，它将共存于私人使用层六边形的相同坐标上，但不属于任何实体。

公共使用层也将是OV<sub>R</sub>平台的启动器，我们将用整个Wikipedia的地理定位知识库填充它。信息将通过AR叠加和由在Wikipedia知识库上培训的最先进的NLP技术支持的虚拟助手\*传达给终端用户。

维基百科知识库、虚拟助手AR资产、NLP培训的神经网络将由OV<sub>R</sub>区块生产者管理\*\*

#### 4.2.6 首次收购后的OV<sub>R</sub>土地代币

用户可以根据需求和供给的动态变化，通过分散的市场购买另一个用户拥有的OV<sub>R</sub>土地。在这种情况下，只会对交易收取5%的费用，而不会再分配活动(从系统收取5%的费用)

\*更多信息请参考OV<sub>R</sub>助手章节

\*更多信息请参考OV<sub>R</sub>节点章节



### 4.3 市场

OVR市场是分散的，由智能合约管理。其主要功能是促进在每个在OVR平台上数字资产的供需之间的交叉匹配。

所有交易都由OVR代币处理，智能合约确保分散的资产交换。

### 4.4 OVR土地：购买，出售，租赁

#### 购买

在OVRs(“代币”)首次发行结束阶段之后，OVR土地可以在OVR市场上通过递增价格拍卖(起拍价为1 OVR)购买。如果一个OVR土地已经被购买并在市场上出售，它将有可能以建议的价格购买。OVR土地符合ERC-721标准，因此代币还可以在OVR平台之外的平台上进行对等存储和销售。

#### 出售/租赁

OVR所有者可以在任何时间在市场上出售或者出租他们的OVR土地。这些OVR土地将连同其中的OVR体验一起被出售或者出租。



#### 4.5 OVR体验: 购买和出售

社区用户可以使用基于Unity3D的SDK OVR开发AR增强现实体验，然后决定是否在市场上销售。

资产存储在IPFS OVR节点上。

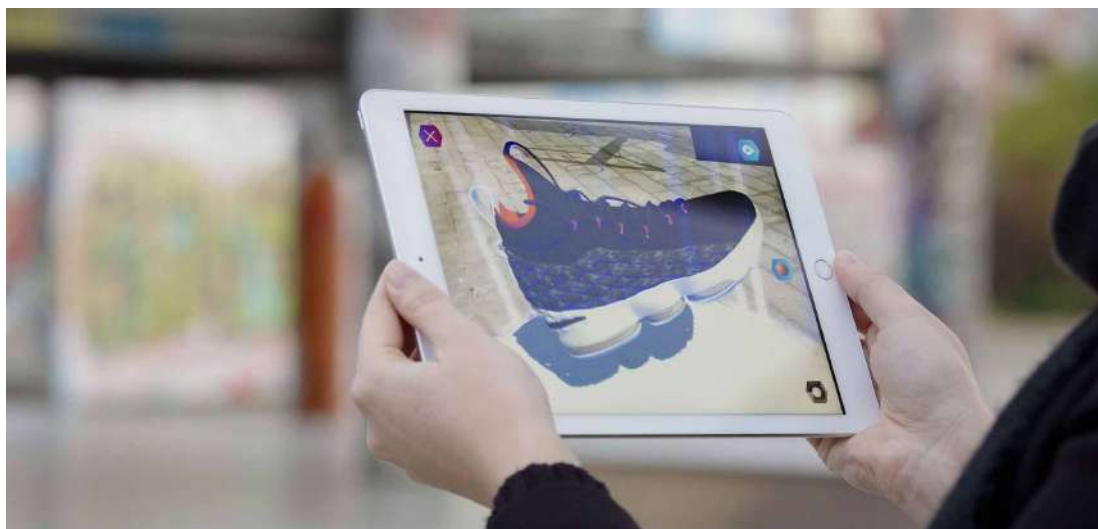
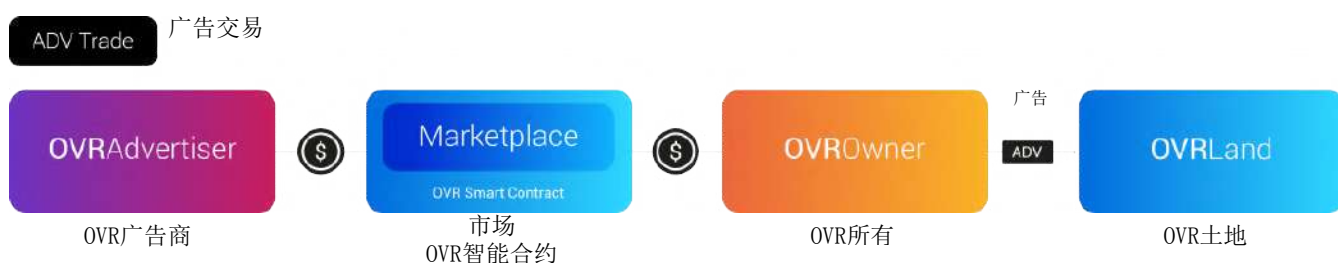
所需的金额在相应的OVR土地->OVR体验时从OVR所有者传递给内容开发者  
智能合约保证了交易的正确性。



#### 4.6 OVR广告: 购买和出售

SDK提供的功能包含管理推广项目所需的对象，例如3D虚拟横幅，或者通常情况下，使用动态分配纹理的计划，以便让广告商能够插入他们的推广元素。

市场根据时间或性能管理这些空间的买卖





### 5.1 OVR 地理定位和跟踪

#### 5.1.1 GPS 问题

OVR应用程序的目标是让用户根据所处的位置体验各种AR增强现实体验。因此，该应用程序使用GPS设备数据来跟踪用户的地理位置。

从GPS获得的数据报告地理坐标和相对精度水平。这些数据的值不能够对AR内容进行精确定位。此外，除了度量精度误差外，这个定位还有一定的不确定性。这可能会导致异常数据的接收，也会与实际位置偏离几十米。仅依赖GPS锚定内容的增强现实体验是近似的、不确定的，而且不够稳定。



#### 5.1.2 全新的定位技术-第四维度

第一个发展阶段的重点是六边形OVR土地的定位与坐标匹配，然后研究出一种在增强现实中超越GPS限制的定位内容的方法。

其逻辑概念是融合两种定位技术：本地精度高的SLAM和全球范围的GPS，从而识别相似数据，消除异常数据。

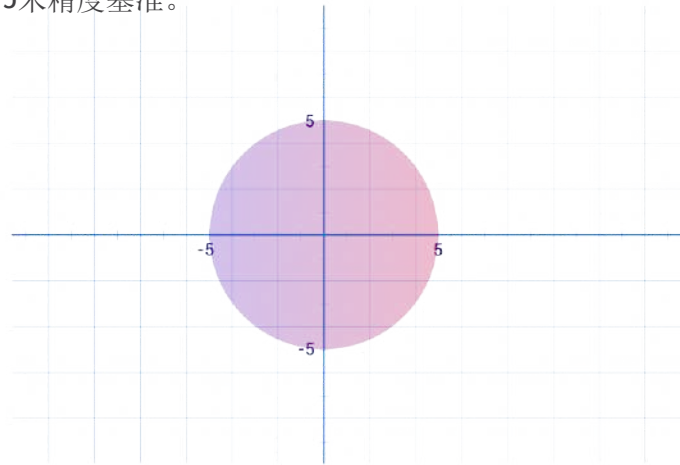
由于使用了摄像头，SLAM技术可以识别框架环境的关键元素，并创建一个三维点地图。这张地图可以让你非常精确地计算相机的位置与周围的其他物理对象。概念上的创新使我们得到了一个最优化的结果，那就是了解到，SLAM技术使得在GPS信息中添加一个变量成为可能，但这个变量到目前为止还无法使用：时间。

事实上，系统会检测在某个特定时间点记录的GPS数据。与之后扫描的数据进行比较。这可以通过检查SLAM技术回传的本地定位数据来实现。

## 案例

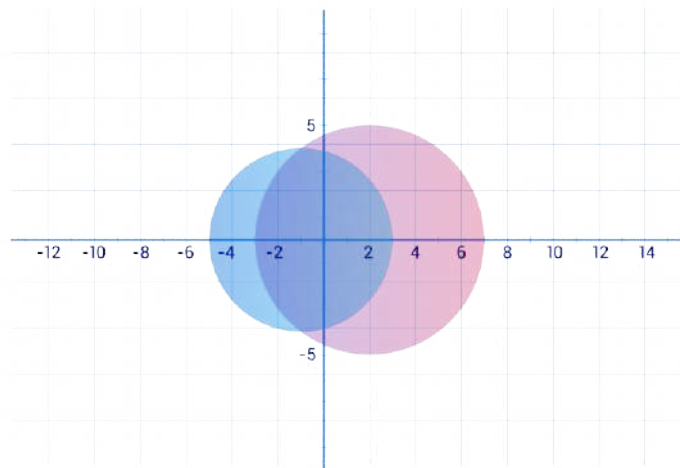
我们假设用户在给定的地理位置上使用他的设备。**GPS**启动后，通过摄像头对周围环境进行帧化，识别出两个数据块:地理坐标的位置，和摄像头相对于帧化环境的位置。

我们假定 $\alpha$ 纬度、经度 $\beta$ 和与周围环境的相对位置等于坐标为 $x = 0, y = 0$ (原点) **GPS**报告了一个假设的5米精度基准。

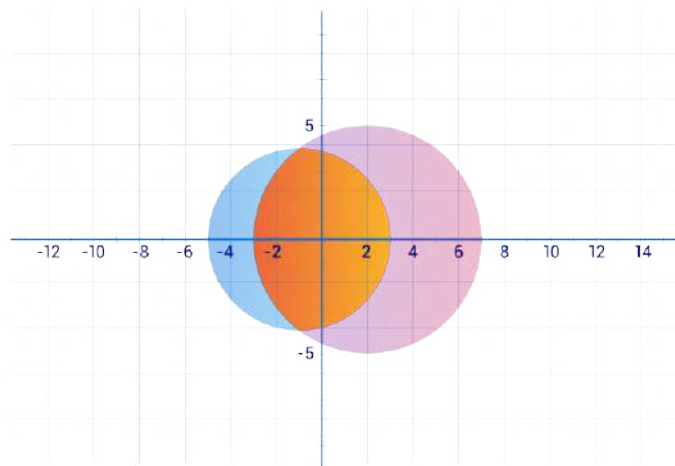


如果用户向右移动2米，考虑到**SLAM**技术的精度，位置坐标变为 $x = 2, y = 0$

人们期望**GPS**也能记录相同的位置，但由于其不准确，它能以4米的精度提示1米的反方向位移。



紫色区域表示预期的**GPS**数据，蓝色区域表示实际记录的数据



单独分析它们，我们不可能知道这两个数据中哪个显示了正确用户坐标的信息，但是通过交叉这两个数据，我们确定了一个更准确的不确定性区域(橙色区域)。然后地理定位数据就大概在交点区域的中心。计算两个以上的记录瞬间，可以不断地改进GPS提供的确定位置。

### 5.1.3 目标和扫描

这种技术可以更好地弥补GPS地理定位技术的不精确性，而不需要额外的工具、技术或方法论来帮助正确定位虚拟元素。

我们已经确定了两种可能的技术。第一个涉及到使用系统可识别的图形“目标”考虑到它的大小、位置和准确的倾向“目标”可以为设备提供正确的地理坐标。

假设我们在一个具有悠久历史的广场，在一个建筑物的正面，有一幅壁画或者，在门前，在一个贴着标志的购物中心。如果之前上传到系统中，应用程序就能够识别这些图像，这要归功于计算机视觉算法(SIFT / SURF)的使用。

这些技术提供了我们构建“目标”图像的倾向，从而提供了用户此后的定位方向。通过输入“目标”图像大小，还可以计算目标和设备(用户)之间的确切距离。这样就得到了相对距离向量(偏移量)。将之前获得的信息，即图像的地理位置及其倾向，添加到相对距离矢量中，就可以很容易地计算出设备的精确地理坐标。

一旦获得了这些坐标，SLAM技术就可以对内容进行锚定，相对于GPS所提供的信息，SLAM技术可以将内容定位在需要的位置，而且具有更高的精度。

识别用户坐标的第二种方法包括：通过记录SLAM用来锚定内容的点来预先扫描景点

要使用这种技术，需要OVR土地扫描者在开发阶段到达物理位置，并通过OVR应用程序扫描您希望显示体验的表面。所收集的信息(位置和扫描点)提供了增强现实内容将出现的环境的精确地图。

### 下一个发展阶段

新一代GPS, GNSS，已经出现在市场上，并代表了一个可能的加强OVR使用的方法。SLAM技术不断发展，二维图像识别或三维模型的实现将改善AR体验。另一方面，蓝牙信标可以精确地进行位置识别，即使在GPS无法提供准确数据的地方，比如建筑物内部。



## 5.2 OVR SDK 和 Unity3D

OVR内容是在Unity3D\*中开发的，OVR SDK允许实现OVR平台的功能。

OVR SDK允许管理：

- OVR用户钱包交易
- 在编辑器上预览OVR土地空间，以管理正确的3D资产定位和空间边界
- 管理AR持久性
- 管理AR共享经验
- 与infura\*\*和oracles数据库等网关的互动
- 管理OVR客户端应用程序提供的资源限制
- 桌面OVR内容预览。
- 个人化身整合和知识管理

## 5.3 IPFS 和 OVR节点

OVR资产由OVR节点承载，OVR节点由确存储分散的P2P IPFS\*\*\*协议提供支持。在第一个阶段，将引导40个私有节点，这些节点位于不同地理区域，由OVR团队维护。

随后，基于个人用户共享的存储和带宽的节点，OVR节点软件的更新将引入节点自动报酬。OVR土地所有者需要支付一笔托管费用，按所使用总带宽计算，作为OVR节点的按比例收入。

## 5.4 OVR 土地扫描者

OVR SDK允许内容创建者定义AR体验的跟踪模式。最精确的模式是在移动OVR应用程序的帮助下对OVR土地进行预扫描。OVR土地扫描者是由OVR土地所有者支付费用，对指定的OVR土地进行扫描的社区用户。该服务是通过市场购买的，在这个市场中，OVR所有者来决定OVR土地扫描者可能会感兴趣的价格。

\* <https://unity3d.com/>

\*\* <https://infura.io/>

\*\*\* [https://en.wikipedia.org/wiki/InterPlanetary\\_File\\_System](https://en.wikipedia.org/wiki/InterPlanetary_File_System)

## 5.5 侧链

我们选择以太坊来部署我们的分散式平台，因为正如Loom Network所说：“以太坊已经赢得了成为Web 3.0基础的竞赛”。以太坊仍然是目前最强大的智能合约平台。在市值排名前100的代币中，96%是建立在以太坊之上的。在排名前1000个代币中，89%是建立在以太坊\*之上的。

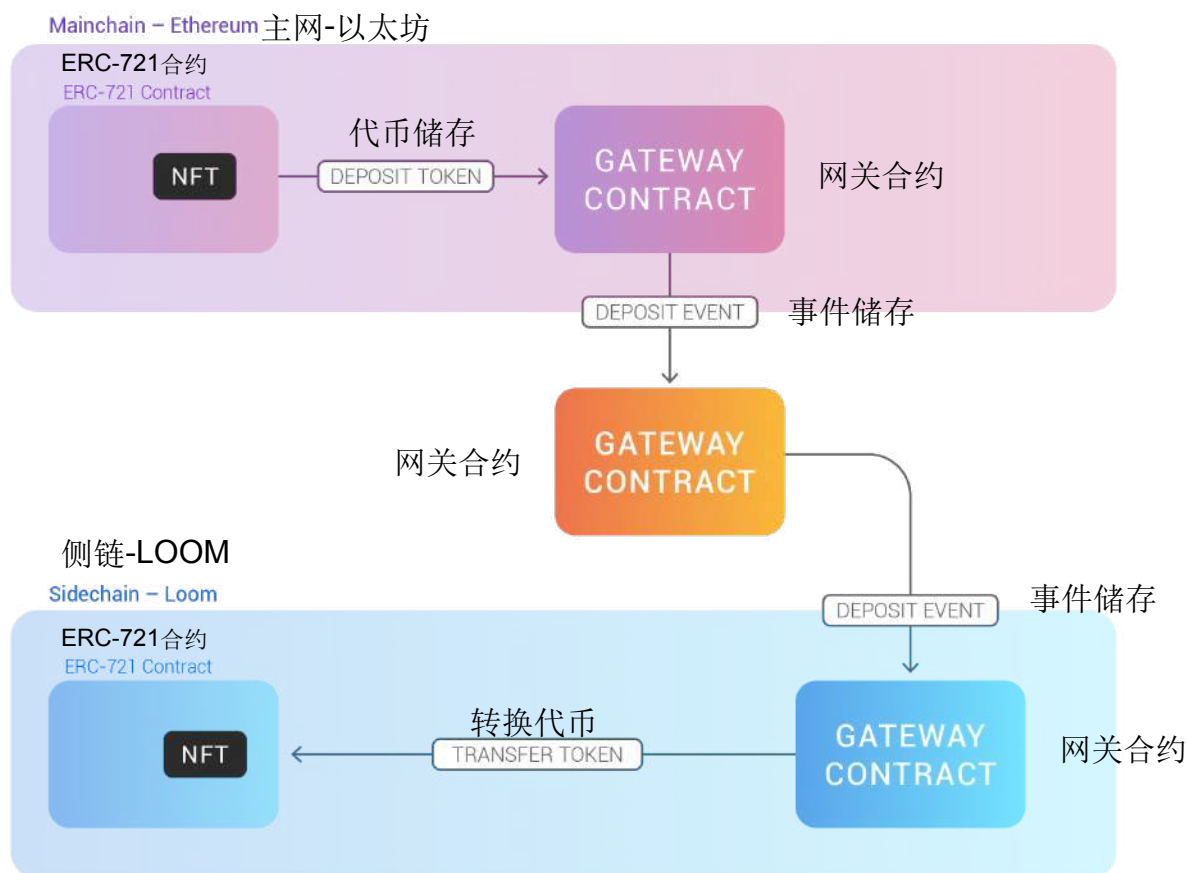
Ethernode报告了超过9000个活跃的节点，并研究了开发人员社区。Truffle是一个开发环境广告测试框架，自2015年5月发布以来，平均每月下载10万次，其中终身下载100万次。然而今天，以太坊在吞吐量方面受到了限制(大约是 25) 在交易量大的情况下，燃料价格高得令人望而却步。

由于这种可扩展性和成本限制，我们决定在OVR项目中集成一个连接到以太坊主网的侧链技术。虽然OVR土地的所有权将只在以太坊主链上授予和转让，但与OVR土地的所有相关互动都将发生在更具可扩展性和成本效益的Loom侧链上。

由于LOOM网络，OVR代币持有者将投票给有限数量的节点，委托块生产。与EOS区块链类似，这个想法是实现一个DPOS(委托股权证明)协商一致的方法，从根本上扩大秒交易的数量，并避免燃料成本。以太坊确保了安全性，这要归功于桥接智能合约，它允许安全地将代币从主网交换到副链，反之亦然。

### 区块链基础设施

#### Blockchain infrastructure



\*<https://coinmarketcap.com/>

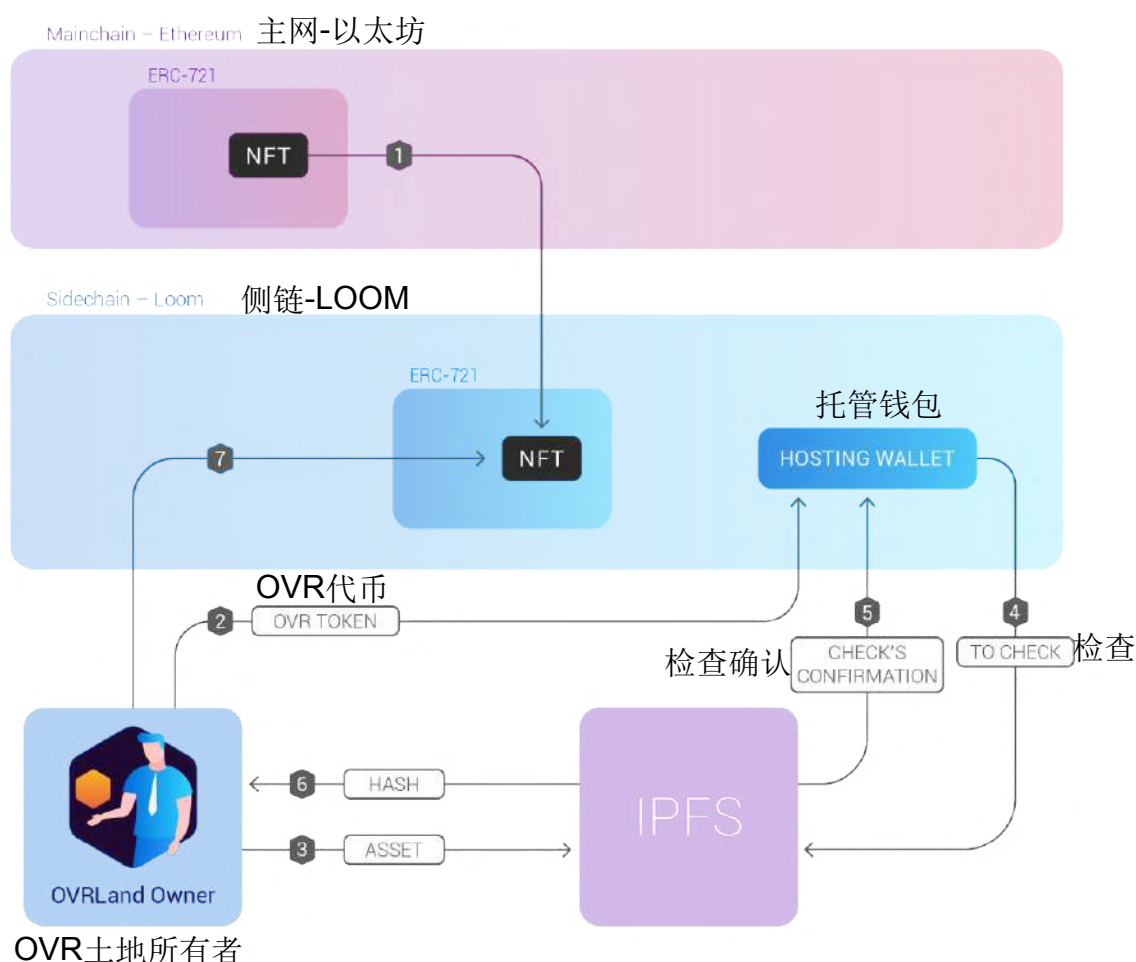


OVR端链不使用交易费来支付基础设施 因为操作DPoS\*协议的成本要比使用PoW低几个数量级。不需要电力和昂贵的计算资源来创建新的块。基础设施的费用将由托管费用和OVR土地交易费用\*\*支付。虽然不太可能发生，但如果这些资金来源不够，我们将引入EOS使用的相同融资模型(1%的货币质量早期通胀)。通过这种方式，OVR成员可以自由且快速地交易代币。由于DPoS侧链，移动体验得到了增强，消除了受区块链和费机制理解的摩擦。OVR用户将拥有类似于web 2.0的用户体验，并通过这种方式得到大规模采用。

侧链安全性：

- 持续的侧链实际状态的梅克尔证明检查点到主网
- 将代币从侧链退出到主网的挑战期。在此期间，任何人都可以提供证据，证明试图提取代币的人不是提交梅克尔证明的有效所有者。

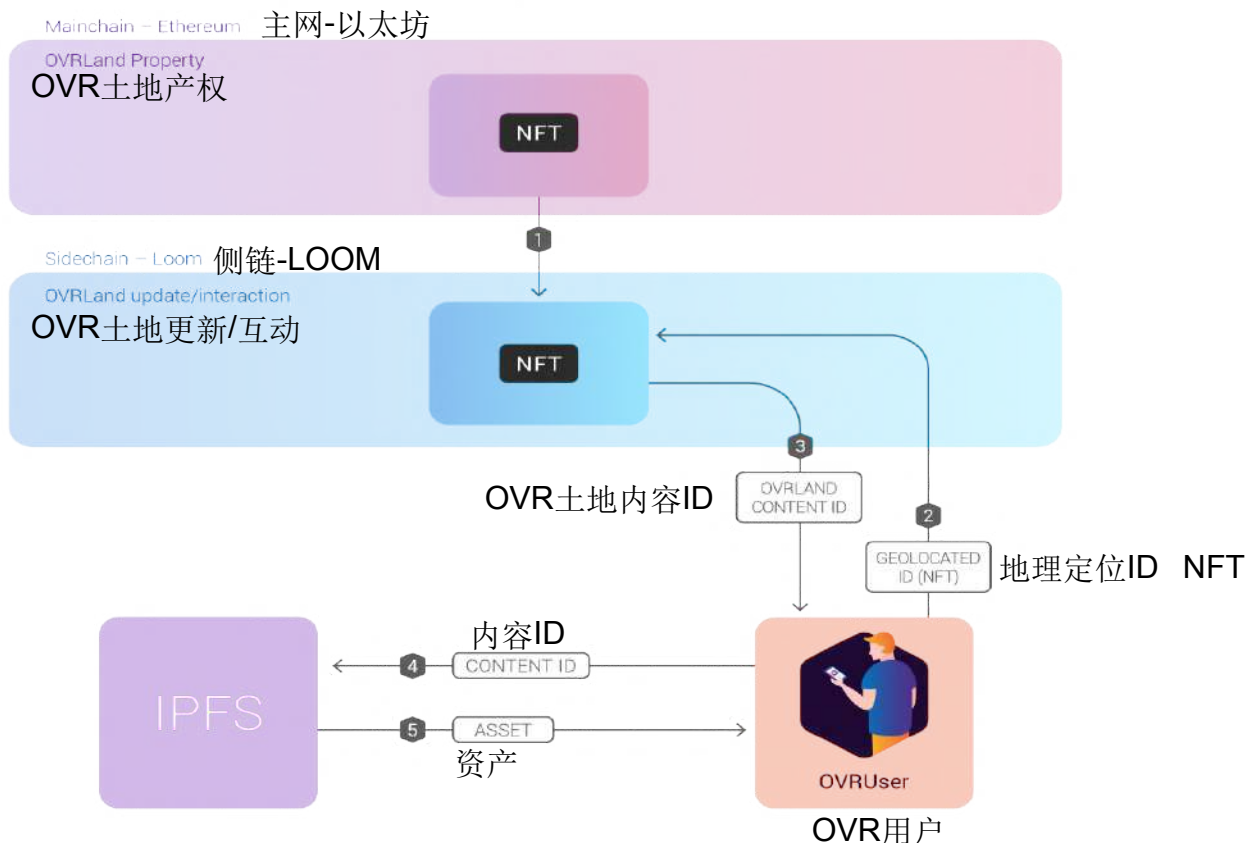
### 区块链基础设施—OVR所有者 Blockchain infrastructure – OVR Owner



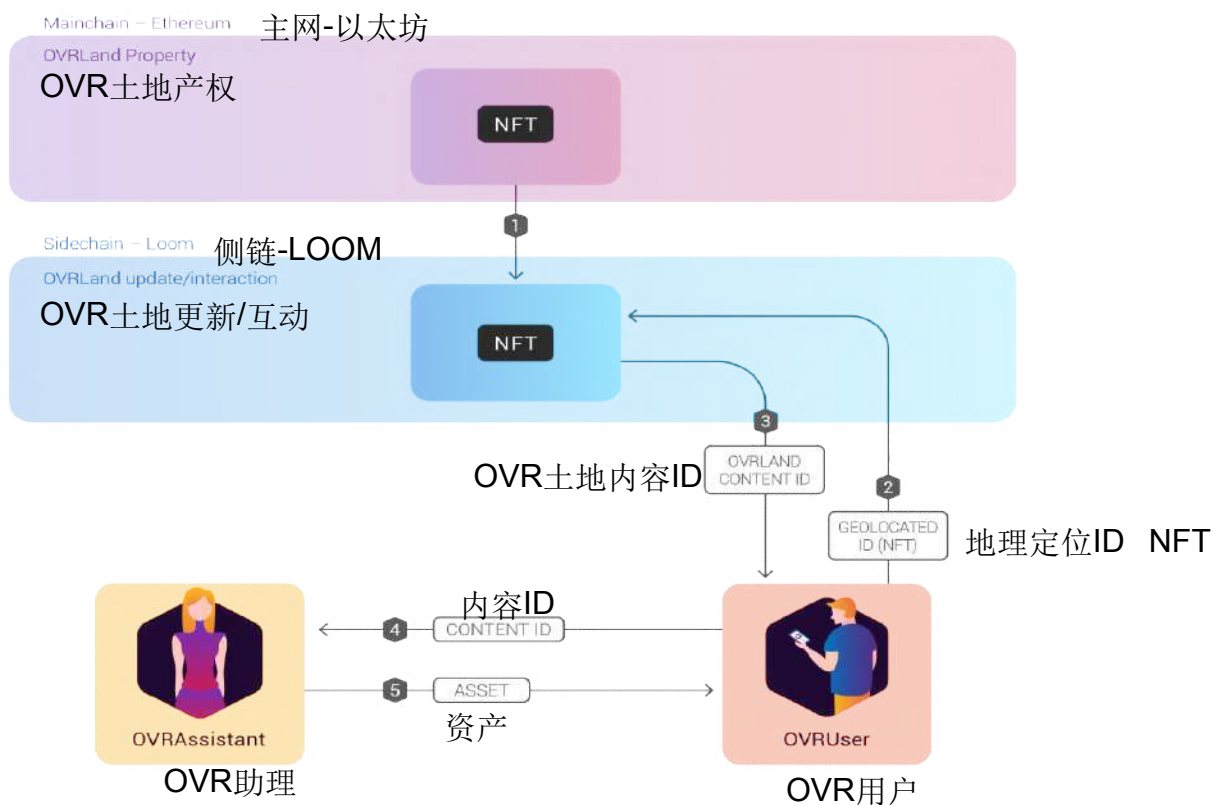
\*[https://it.wikipedia.org/wiki/Delegated\\_Proof\\_of\\_Stake](https://it.wikipedia.org/wiki/Delegated_Proof_of_Stake)

\*\* Please refer to chapter [Token Economics](#) for more details.

## 区块链基础设施—OVR用户（个人） Blockchain infrastructure – OVRUser (private)



## 区块链基础设施—OVR用户（公共） Blockchain infrastructure – OVRUser (public)





## 5.6 OVR助理, 即插即用的人工智能AI 化身

### 5.6.1 什么是OVR助理

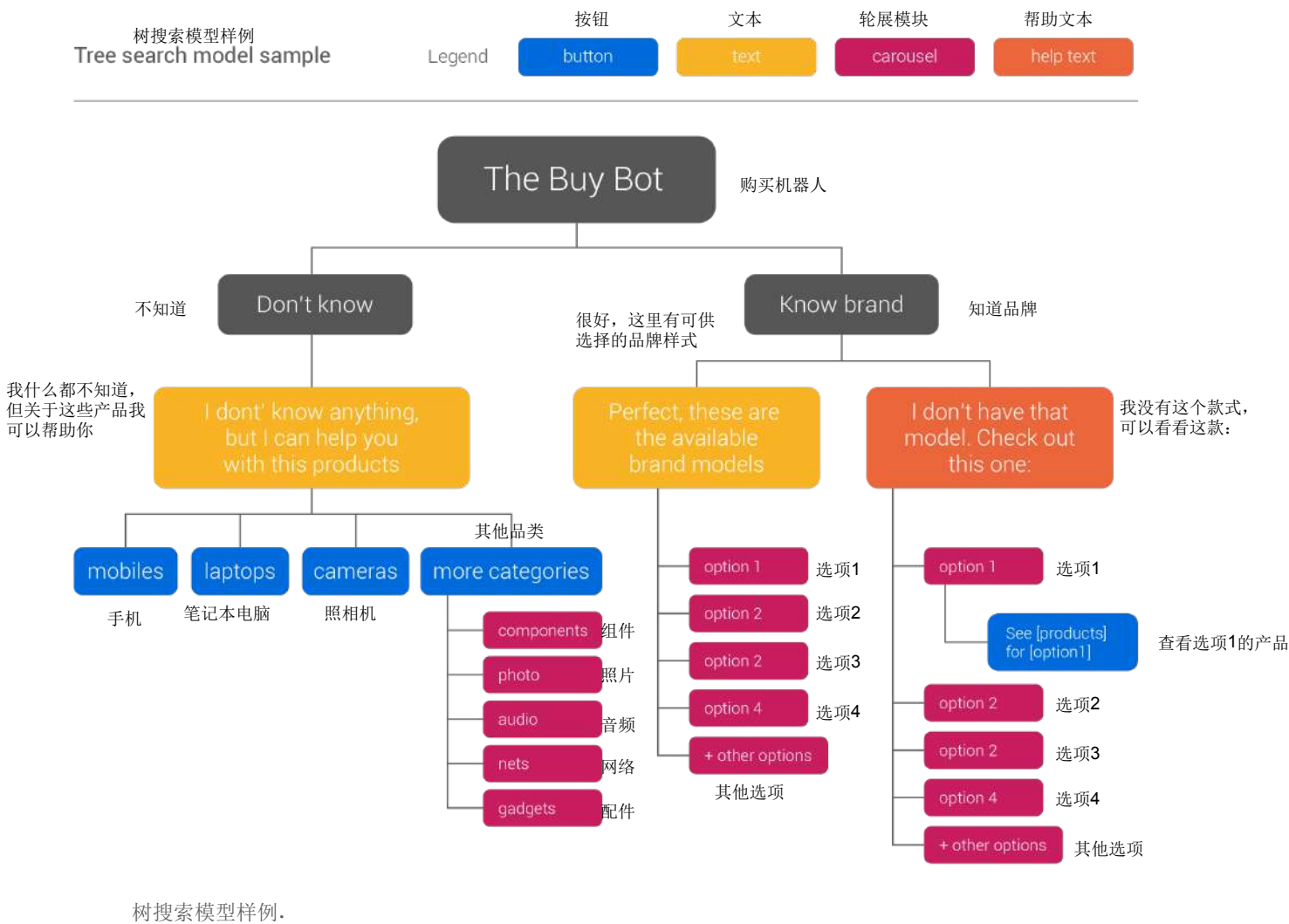
OVR助理是一个三维逼真的人类化身，它利用人工智能、语音识别和语音合成，利用



5.6.2 OVR虚拟助手自然语言处理(NLP)技术

虚拟助手将由文本到语音和语音到文本的算法驱动，使用自然语言进行互动，不需要打字。虚拟助理的智能将由多种不同的NLP技术组成，可以单独使用，也可以联合使用：

- **树搜索模型:** 这是最简单、最常见的NLP技术，用于驱动虚拟助理，问题和应答都是在嵌套的树结构中构造的，虚拟助理利用这种硬编码的知识与用户互动。



树搜索模型样例.

•**局部模式识别问答系统:** OVR采用了基于BERT\*的最先进的NLP算法, BERT\*是由谷歌AI开发的一种深度神经网络。BERT是第一个深度双向、无监督的语言表征,在整个英语维基百科语料库中,只使用纯文本语料库进行预先训练。预先训练的表征可以是无上下文的,也可以是上下文相关的,而且上下文表征还可以是单向的或双向的。无上下文的模型,如word2vec或GloVe,为词汇表中的每个单词生成一个单词嵌入表征。例如,单词“bank”在“bank account银行账户”和“bank of the river河岸”中具有相同的无上下文表征。上下文相关模型相反, OVR使用的是基于句子中的其他单词生成每个单词的表征。这样的架构在开放式的问答任务上达到了超人的表现。BERT在斯坦福大学开发的NLP开放问答基准数据集上的性能示例:

斯坦福问答数据集

## Stanford Question Answering Dataset (SQuAD)

### Passage 通道

Super Bowl 50 was an American football game to determine the champion of the National Football League (NFL) for the 2015 season. The American Football Conference (AFC) champion Denver Broncos defeated the National Football Conference (NFC) champion Carolina Panthers 24-10 to earn their third Super Bowl title. The game was played on February 7, 2016, at Levi's Stadium in the San Francisco Bay Area at Santa Clara, California.

超级碗50是一场美国橄榄球比赛,旨在决定2015赛季美国国家橄榄球联盟(NFL)的冠军。美国橄榄球联合会(AFC)冠军丹佛野马队以24-10击败了全国橄榄球联合会(NFC)冠军卡罗莱纳黑豹队,赢得了他们的第三个超级碗冠军。这场比赛于2016年2月7日在加州圣克拉拉旧金山湾区的李维斯体育场举行。

**Question:** Which NFL team won Super Bowl 50? 问: 哪支NFL球队赢得了超级碗

**Answer:** Denver Broncos 答: 丹佛野马队

**Question:** What does AFC stand for? 问: AFC代表什么?

**Answer:** American Football Conference 答: 美国橄榄球联合

**Question:** What year was Super Bowl 50? 问: 超级碗50是在哪一年

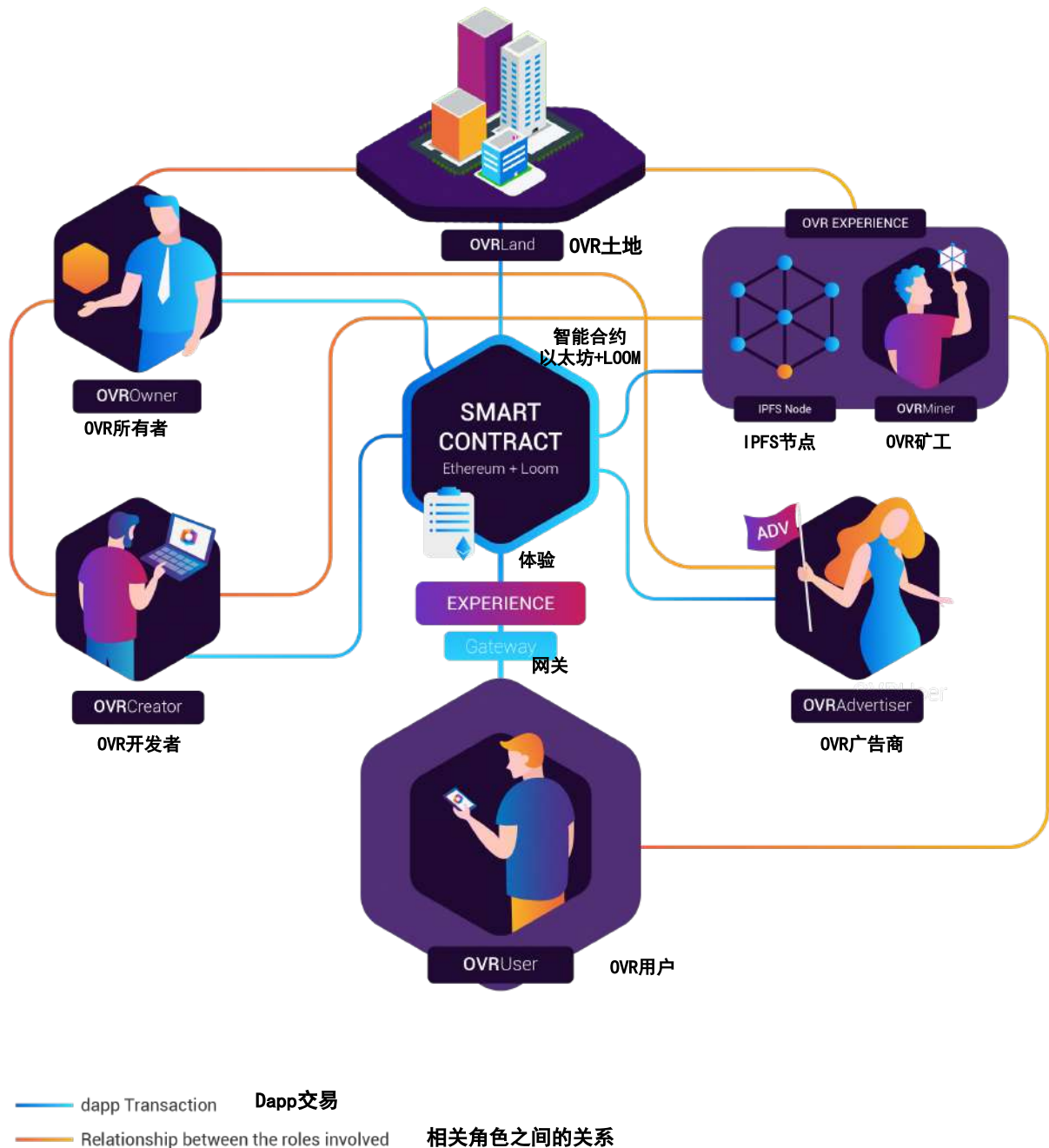
**Answer:** 2016 答: 2016年

OVR虚拟助手将是即插即用的,与虚拟助手的互动可以完全定制,只需上传一个包含需要在特定情景下交付的知识的文本文件。无论是文本到语音,还是NLP技术,都已经在MVP应用程序上运行。这些功能还将继续被开发,以提高用户配置的便利性,以及最大化虚拟助理和最终用户之间进行的互动。

\*<https://arxiv.org/abs/1810.04805>

## 06 代币经济

OVR代币是基于ERC-20标准的实用代币，在整个OVR生态系统中充当交换媒介。代币可以充分利用以太坊区块链，并很容易地与现有的基础设施(即钱包和交易所)整合。



## 6.1 两种代币, 同一个生态系统

OVR代币经济基于两种不同的代币的使用, OVR代币和OVR土地。OVR代币是一个可替换的代币(ERC-20), 它将在首次货币发行期间被重复使用, 并且将是平台内唯一的价值交换手段。OVR代币通过以下方式与平台互动:

- 购买OVR土地;
- 购买OVR市场的产品来创建自己的OVR体验;
- 支付给一个OVR开发者来为你创建OVR体验;
- 从其他想要与你的体验互动的用户那里获取报酬:
  - 用户可能花钱使体验开始;
  - 用户可能花钱从OVR体验中购买产品
- 从广告商获取报酬;
- 虚拟空间租赁
- 为预览/互动付钱
- 使用在OVR平台和市场上的所有服务.

OVR土地是一个不可替代的代币(ERC-721), 代表虚拟土地的所有权。第一个使用OVR代币的机会是收购OVR土地 \*

## 6.2 代币经济

OVR内部的所有经济活动都将基于OVR代币交易, 平台启动资金和社区将主要基于首次代币发行。社区首次开发的另一种融资形式将从OVR土地发行中收集的OVR代币, 这些资金将完全用于用户和OVR所有者的收购\*

平台的长期财务可持续性将由两个不同且不相关的代币来保证:

**OVR土地交易费:**每次交易OVR土地 NFT时, 都要支付交易价值5%的费用

**OVR内容交易费:**所有OVR资产的交易将收取5%的交易费

**OVR 出版商交易费:** 将OVR土地出租给出版商和广告商所产生的所有收入将收取5%的交易费

**IPFS私人效用资产托管费用:**增强现实和虚拟现实资产将存储在IPFS上, 托管资产的节点将由OVR土地所有者使用OVR代币支付报酬, 将私人效用资产放置在OVR土地上的费用为每月1美元, 使用OVR代币支付。

-每块土地每月上限为100MB, 收集的代币将有一半用于支付IPFS服务供应商的薪酬, 另一半用于:支付薪酬给网络维护人员, 开发平台软件, 不断扩大用户群。

\*更多细节请参考章节 [OVR土地代币首次购买机制](#)



## 6.3 网络维护者

**OVR节点:**正如在侧链一章中提到的,为了给最终用户提供免费的交易和可扩展的基础设施,除了OVR土地交易之外,所有的交易都将发生在名为Loom的以太坊网络侧链上。侧链有一个DPOS共识系统,要求区块生产者在每个区块上验证和签署交易指令。

区块生产者也将负责:

- 存储和发布公共使用层内容
- 监控IPFS节点私有层资产的可用性

区块生产者将由OVR代币为其活动支付报酬。成为OVR区块生产者的最低硬件要求估计如下:

- 80 Gbs 运行内存
- 4-8 vCPUs
- 2 TB 固态硬盘
- 高带宽

这种设施的成本目前为5-8千美元。根据摩尔定律上述费用将每18个月递归削减一半。区块生产者的数量将为11家,在每年5.5万至8.8万美金的系统成本之上,预计备用区块生产者的额外成本将达到6万美金 每年最高15万美金的基础设施成本。

### 6.3.1 OVR 选民

Loom DPOS共识协定的灵感来自EOS, OVR代币持有者将能够投票给他们首选的区块生产者。为了给一个区块生产者进行投票,其代币必须被标记——这意味着它将被冻结,并且不能用于转移,为了补偿OVR代币持有者暂时无法使用他的代币,以及选择区块生产者的认知负担,他们将获得固定比例的被投票区块生产者报酬(避免贿赂奖励)

### 6.3.2 OVR 核心团队

所有的OVR软件都将是完全开源的,整个社区将被邀请参与贡献,尽管如此,我们知道,为了保持质量,吞吐量和对于行业赞助者的完全独立性,在开放源码项目中,项目本身需要它的独立创建源。为此,我们每年至少预算50万美元,用于支付10家FTE开发人员的费用,这些费用将由上述持续资金流提供资金。

### 6.4 未来首5年预期财务流

正如代币经济部分所提到的，该平台将依赖于两种主要的收入流：

#### 6.4.1 IPFS 私有资产托管费

从开放街道地图\*数据库中统计的兴趣点(POI)总数大致为6500万个，平均面积为1500平方米，每个POI占5个土地(300平方米)

ICO（首次代币发行）资金和第一次OVR土地发售将允许8千万用户进行收购——每个购买的用户以1美元的成本安装应用程序——在第一个5年,我们最小的投射，这样用户结合即插即用的解决方案业务 如人工智能化身,将为OVR所有者,公司和开发人员创造足够的经济激励来覆盖至少1%的兴趣点。

1%的兴趣点渗透率相当于每45个用户覆盖一个兴趣点。在这种情况下，从托管服务收取的费用第三年年底将达到1950万美元可用于社区建筑和软件开发。

\* 开放街道地图映射的兴趣点只是物理兴趣点的一个子集。

#### 6.4.2 OVR土地费用

OVR土地发售的现金返还政策激励

在第一次代币发行后9个月内,我们将建立一个递减的现金返还政策\*,假设在首次代币发行时期将达到硬顶,只有50%的OVR代币持有者将利用现金返还的机会——这意味着在第一个月用户将能购买OVR土地时获得95%的现金返还,平台将收集以下金额的OVR代币完全用于再投资终端用户的购买：

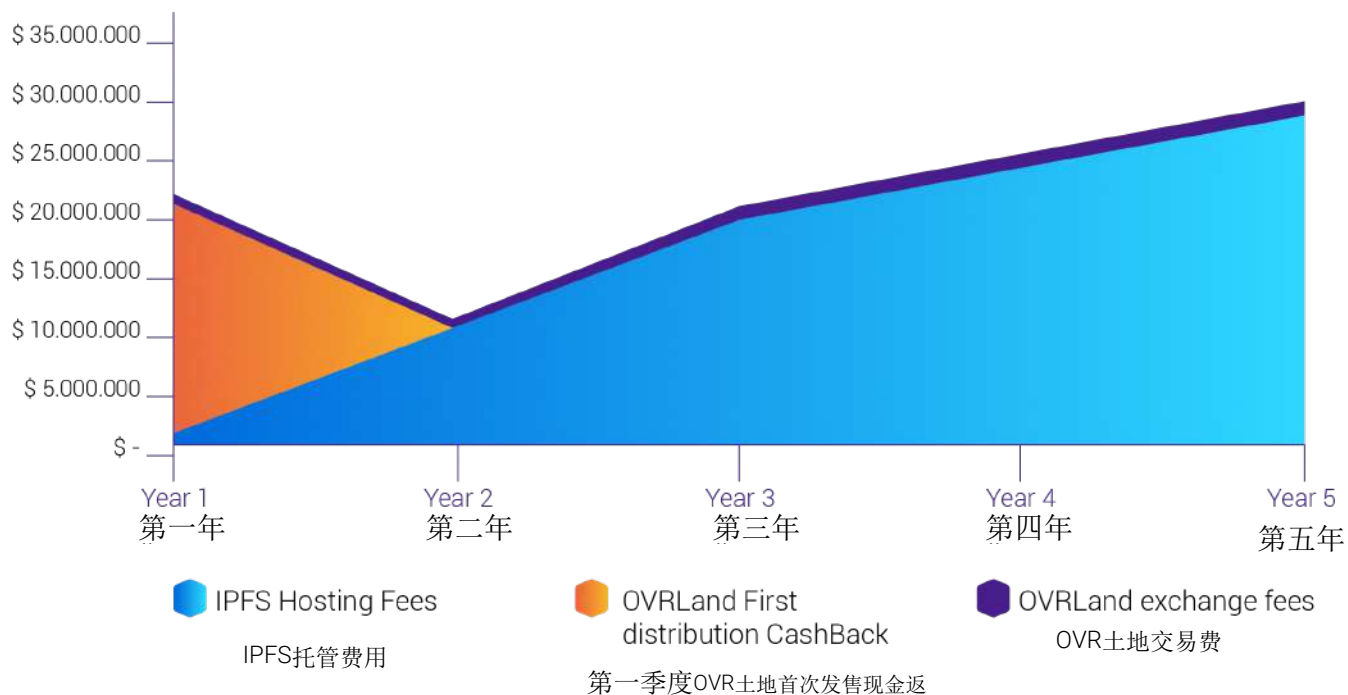
月份	首次代币发行 参与者可用的代币	现金返还	使用现金返 还的参与者	用于消费 者购买的代 币	投资在OVR土地 的累积代币
第一个月	409.500.000	95%	50%	10.500.000	210.000.000
第二个月	384.930.000	85%	40%	24.570.000	373.800.000
第三个月	356.060.250	75%	30%	28.869.750	489.279.000
第四个月	331.136.033	65%	20%	24.924.218	560.491.050
第五个月	293.883.229	55%	25%	37.252.804	643.275.058
第六个月	261.556.074	45%	20%	32.327.155	702.051.704
第七个月	236.054.356	35%	15%	25.501.717	741.285.115
第八个月	209.498.241	25%	15%	26.556.115	776.693.268
第九个月	191.690.891	15%	10%	17.807.351	797.643.093
合计				228.309.109	797.643.093
美金				27.397.093	

\*请参看章节： OVR土地代币首次购买机制

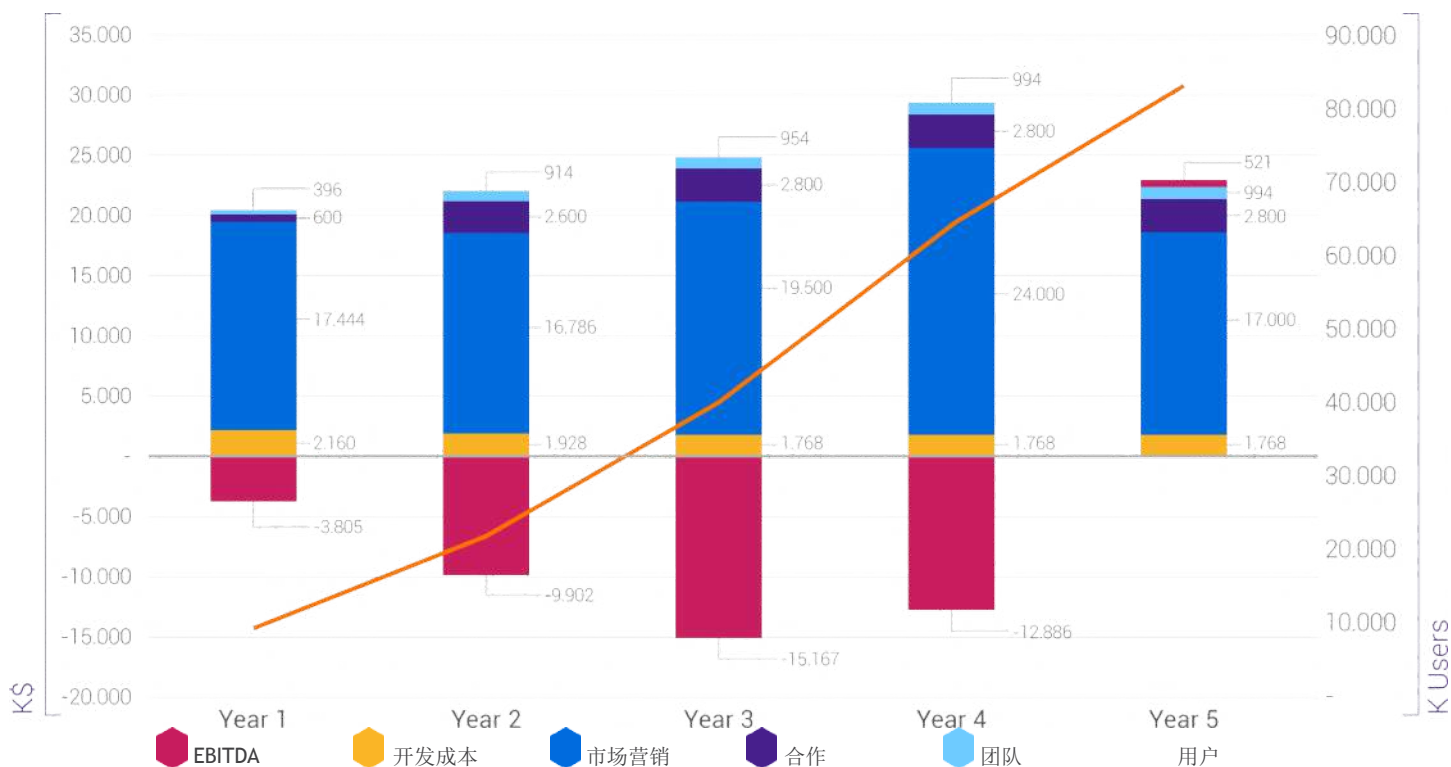
### 6.4.3 OVR土地交易费

考虑到前面提到的现金返还政策，在头九个月，我们希望以7.9亿OVR代币的最低价值发售OVR土地。假设每年只有10%的流通OVR土地将在用户之间进行交易，平均转售价格将是系统首次收购价格的两倍，第一年产生的交易费用将约为790万OVR代币。

首5年综合财务流量(按首次代币发行价格计算的OVR代币)



经济预测



以上图表不包括来自OVR内容交易费和OVR发行商交易费的收入流。



#### 6.4.4 OVR土地代币首次购买机制

OVR土地的第一次转让是基于竞价战，每次竞价的截止时间为24小时。第一个最小值固定为1个OVR，每一个后续的投标都比最后一个投标值增加50% 这种方法将允许快速且可靠的价格发现。

由首次代币发行起的首9个月内，OVR土地购买将会进行逐渐减少现金返还政策的激励。对于每次购买OVR土地，经过30天的锁定期后，OVR代币将按比例递减的方式返回到购买地址。

现金返还系数：

第一个月：95%

第二个月：85%

第三个月：75%

第四个月：65%

第五个月：55%

第六个月：45%

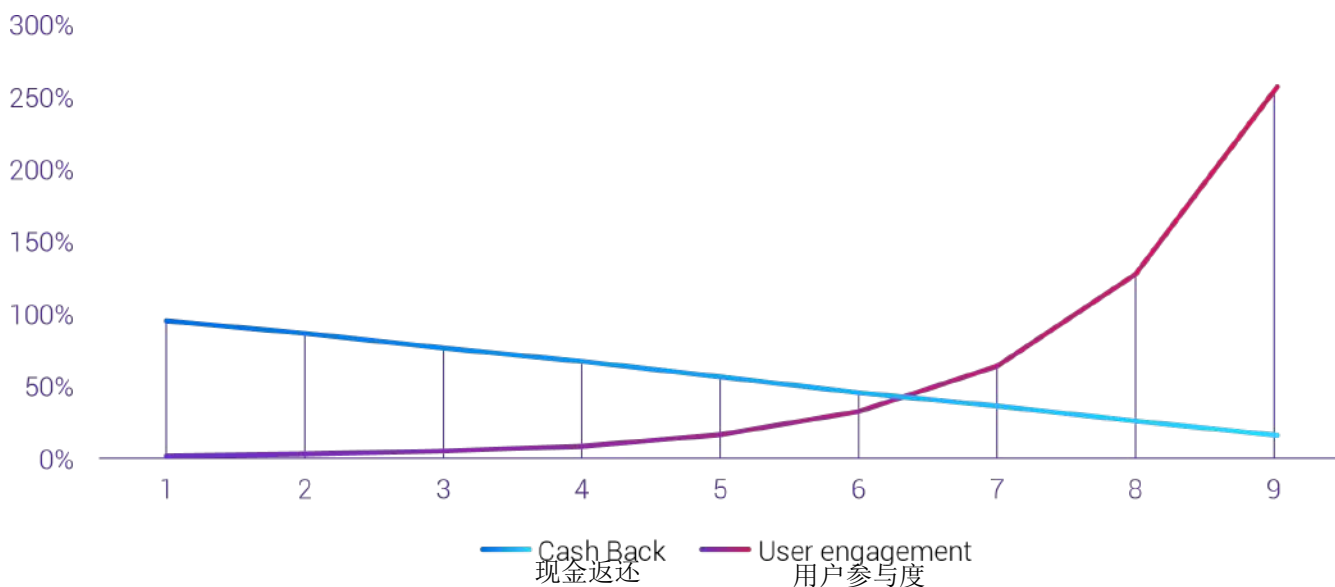
第七个月：35%

第八个月：25%

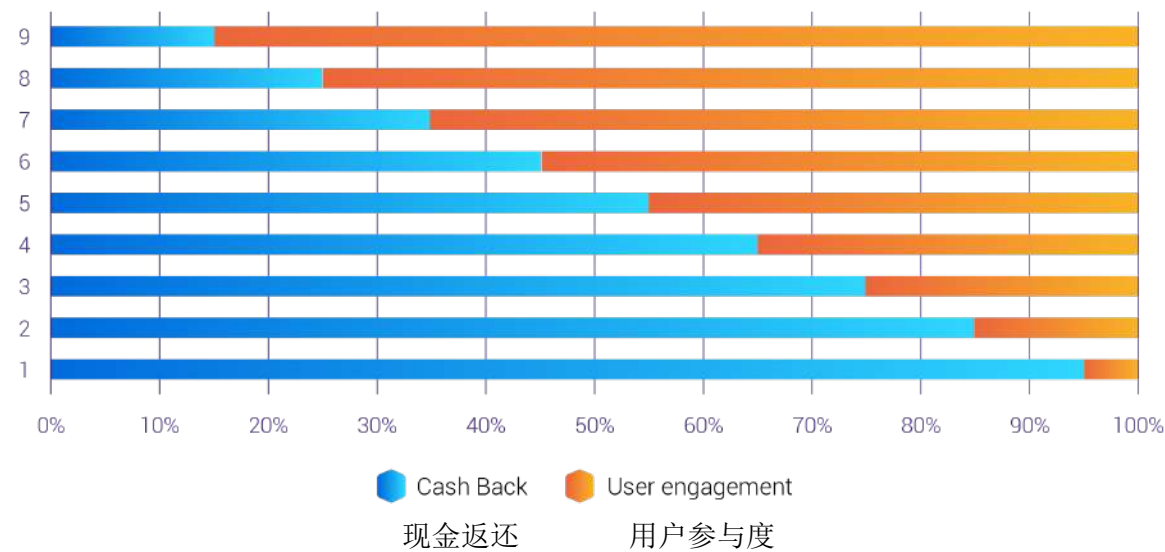
第九个月：15%

该政策旨在实现两个主要目标：

最大化OVR土地发售：如前几页所述，OVR土地所有权是支撑整个生态系统增长的关键因素。防止后ICO时期的倾销：现金返还政策将极大地抑制OVR代币的销售。现金返还政策的9个月窗口也将允许代币经济生态系统的发展，从而进一步支持OVR代币的价值及其增加的效用。



未重新发售给OVR土地收购者的OVR代币将用于客户购买活动。这样的再分配政策将确保从维持OVR土地购买逐渐转向维持OVR生态系统和用户接受度。



#### 6.4.5 首次购买之后的OVR土地代币

用户可以根据需求和供给的动态变化，通过分散的市场购买另一个用户的OVR土地。在这种情况下，只收取交易费用(5%)，而不进行再分配活动。

#### 6.4.6 OVR 代币奖励

OVR代币还将成为刺激OVR平台成长的一种方式，基于用户的互动和对平台的增值来奖励用户。随着OVR平台的发展，代币奖励也会随着时间的推移而减少。

OVR代币还将用于赏金项目和旨在吸引新用户并刺激他们与平台互动的活动中：

- 赏金(App下载): 用户在项目启动时下载OVR App，获得OVR代币作为奖励；
- 赏金 (OVR参与): OVR代币用于奖励创造体验和与体验互动的用户。



## 07 平台发布

### 7.1 路线图





## 7.2 市场营销计划

### 目标

1. 将OVR网站定位为增强现实平台的行业领导者，旨在突出与OVR代币相关的机会。
2. 支持应用程序的使用和用户的时间花费之间长期转换策略。

#### 7.2.1 目标受众的定义

总体目标受众是不同年龄段的男性和女性。它们包括：

**经济投资者：**这种用户抓住投资机会购买OVR土地会并确定其经济回报。**25岁**及以上高学历，兴趣与数码市场投资及金融有关。

**终端用户：**最具异质性的目标群体包括不同年龄、学历、地域出身和兴趣。细分的兴趣是通过app进行增强现实和游戏。在这个目标群体中，你可以找到对购买OVR土地感兴趣的

**公司企业：**一个特定的目标，有很好的机会购买OVR土地，特别是与他们的物理位置相关联，并将该应用程序视为一个数字营销的可能性。

**数字营销人员：**具体目标为中高学历，主要年龄在**25岁**以上，对数字营销和广告领域有兴趣。当他/她能够建议客户投资目标公司时，他/她会被考虑进去。

**开发者：**一个特定的目标，可能属于中高等教育水平，大多为**25岁**以上，对应用程序、软件、游戏和开发领域感兴趣。被认为是应用程序的可能的内容提供者。

#### 7.2.2 数字营销策略渠道(RACE-触及、行动、转化、参与)

使用下列数码平台，以达致上述的参考目标。

## 第一阶段 / 触及

内容发布和推广，旨在吸引用户使用OVR

沟通方式如下：

### 谷歌广告

1. 战略分析与应用程序和增强现实世界相关的主要搜索关键词，评估CPC并设置多语种广告(最初为英语和西班牙语)；
2. 在搜索网络和显示网络上创建针对四个目标群体的活动；
3. 创建带有A/B测试的广告来评估性能。。

衡量标准：网站访问量

### Facebook & Instagram 广告

创建多个活动，目标在于：

1. 客流量：吸引更多人来店里或者线上商店
2. 参与度：吸引用户与广告内容互动
3. 品牌定位：使品牌认知度越来越高。

衡量标准：网站访问量，应用程序下载量，用户与内容的互动

在特定平台上投放应用程序的广告，以及宣传其盈利的可能性，比如：

- a) AdMob: 通过谷歌搜索、谷歌播放器、Youtube Gmail、谷歌多媒体广告联播网等渠道作为谷歌广告的补充 设置APP推广活动
- b) InMobi: 活动的重点是用户下载应用程序的使用习惯
- c) ChartBoost: 活动主要关注目标用户人群。

衡量标准：应用程序下载量

## 第二阶段 / 行动

发布和推广内容，目的是告知已经对OVR表现出兴趣的用户。

所使用的方法如下：

### 谷歌广告

1. 对收集到的数据和导航流进行策略分析；
2. 针对四个目标群体在搜索网络和展示广告网络上创建再营销活动；
3. 创建带有A/B测试的广告，以评估性能。

衡量标准：特定站点部分访问量，获取的联系方式。

## Facebook & Instagram 广告

创建多个营销活动旨在：

1. 客流量：线上商店
2. 参与度：吸引用户与目标内容进行互动；
3. 引导：获取用户资料。

衡量标准：app下载量，用户与内容的互动性，获取的联系方式

在特定平台上投放应用程序的广告，以及宣传其盈利的可能性，比如：

d) AdMob: 通过谷歌搜索、谷歌播放器、Youtube Gmail、谷歌多媒体广告联播网等渠道作为谷歌广告的补充 设置APP推广活动

e) InMobi: 活动的重点是用户下载应用程序的使用习惯

f) ChartBoost: 活动主要关注目标用户人群。

## 第三阶段 / 转换

发布和推广内容，目的是将收集到的用户从上一阶段引导到转换阶段。

将采用以下方法：

## Facebook & Instagram 广告

创建多个营销活动旨在

1. 客流量：线上商店；
2. 参与度：下载应用程序后的有目标的内容，直接连接到市场
3. 使用安装应用事件和基于用户所做的事件进行特定的营销活动\*

衡量标准：APP下载量，用户与APP的互动。

a) AdMob: 通过谷歌搜索、谷歌播放器、Youtube Gmail、谷歌多媒体广告联播网等渠道作为谷歌广告的补充 设置APP推广活动

b) InMobi: 活动的重点是用户下载应用程序的使用习惯

c) ChartBoost: 活动主要关注目标用户人群

d) Fyber: 按参与度计算成本进行的活动，以奖励用户

e) Unity ADS: 通过视频插入来获得收入的活动。这种策略可以连接到与OVR世界相关的“奖励”系统，从而鼓励用户查看广告。

\*<https://developers.facebook.com/docs/app-ads>



## 第四阶段 -参与

为已使用app的用户发布及推广有用的内容，例如：

- 与应用使用和分享相关的自拍(如Playstation的PS分享)；
- 通过屏幕记录和分享来记录体验(如Playstation的PS分享)

将使用以下方式：

### Facebook

创建多个营销活动旨在

1. 参与度：下载应用程序后的有目标的内容，直接连接到市场；
2. 使用安装应用事件和基于用户所做的事件进行特定的营销活动\*

衡量标准：用户与应用程序的互动。

在特定平台上投放应用程序的广告，以及宣传其盈利的可能性，比如：

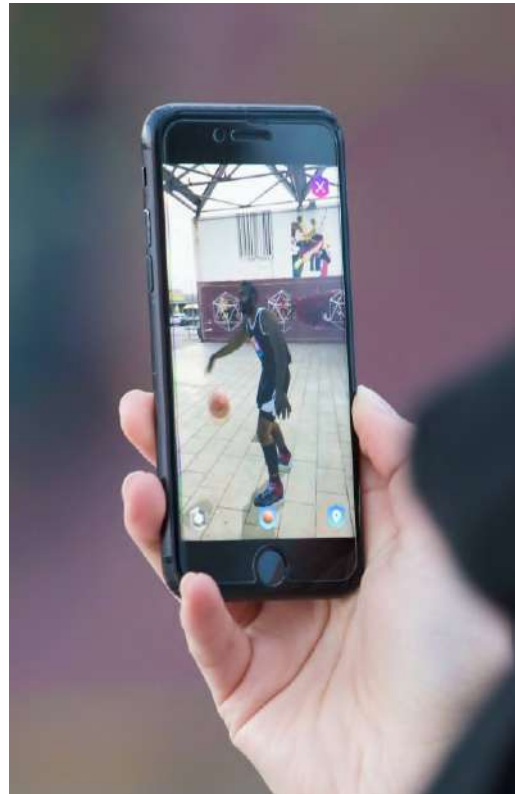
- a) **Fyber**: 按参与度计算成本进行的活动，以奖励用户；
- b) **Unity ADS**: 通过视频插入来获得收入的活动。这种策略可以连接到与OVR世界相关的“奖励”系统，从而鼓励用户查看广告。

### 直接电子邮件推广支持

每周给目标用户发送广告电邮：

- 本周最佳土地；
- 本周最佳体验；
- 如果参与体验，某些品牌会提供折扣券

\*<https://developers.facebook.com/docs/app-ads>



### 7.2.3 品牌营销和线下营销策略

#### 本地活动

在米兰、东京、纽约、柏林、伦敦、悉尼、洛杉矶和巴黎等主要城市组织针对特定人群的当地活动。(路演)

#### 展览

参加最重要的与技术相关的会议，包括公开活动演讲和展示如何建立购买和虚拟仿真体验。

#### 线下媒体

向传统媒体发布与品牌和创新技术相关的新闻稿。有关区块链和代币首发的特别新闻稿将针对特定的媒体。






#### 游击营销

在主要城市如米兰、东京、纽约、柏林、伦敦、悉尼、洛杉矶和巴黎创建快闪族,他们将进行分组体验，从而吸引路人的注意力，路人使用他们的智能手机在社交网络上突出这个事件，然后以病毒性传播开来。在品牌特许经营 且已成为早期应用用户和广告商(如从汉堡王,麦当劳,苹果商店等)内组织有主题的快闪族，邀请人们下载和使用app来体验相关的品牌提供的信息,折扣或专属服务。

#### 有影响力的人

邀请来自不同国家的游戏世界YouTube用户来参与，他们将成为应用程序推广者，并将在市场上提高玩和购买的可能性。体育冠军或高水平运动队的参与，比如在赛事期间在竞技场地推广使用app相关的体验和服务。

### 7.3 竞争对手分析

	OVR	Arround	Arcona	Infiniverse
完全去中心化				
区块链可扩展性				
侧链与DPOS共识算法结合				
完整的土地可用性				
统一的土地管理				
战略合作伙伴				
人工智能QA化身				
深入跟踪学习和场景理解				
有供需任务的循环经济				
为了土地活动规模扩大的现金返还系统				
智能实时营销预算和地理分布				
业务模式具有自动增量的用户购买预算分配				
现有的增强现实智能眼镜客户				

## 08 代币首发结构

### 8.1 条款与条件

OVR Ltd是一家总部位于马耳他的公司，管理OVR使用代币的发行。代币将作为与OVR互动的唯一媒介，并用于OVR平台上所有可用的服务和产品。

#### 代币销售

代币销售分为三个阶段，目标是达到3千5百万美金（硬顶）。

- **私募:** 适用于私人/机构投资者，以代币首发的价格获得最高平均30%的额外奖励;
- **售前:** 在开始日期之前可提供给白名单上的任何人 在代币众筹的价格上可获得20%的奖励;可预售的代币最高为:20.600.000美金;
- **众筹:** 任何人都可以购买所有剩余的代币，直到达到硬顶。

代币可以在预售和众筹期间使用ETH（以太币）购买，每个OVR代币的值设置为\$ 0,1。汇率ETH / OVR将在预售开始前24小时设定。在预售期间，最低投资额为2ETH

#### 奖励结构和总供给量

OVR代币是一个可增发的代币，上限为6亿。代币在私售期间有30%的折扣，预售期间有20%的折扣

#### 代币资源分配

分三期众筹发售的代币将对应总供应量的70%，剩余30%将分配给OVR核心开发团队、顾问和创始团队、赏金项目和储备基金。

**硬顶:** 3千5百万美金

**软顶:** 5百万美金

如果未达到软顶，从投资者所获得的ETH将退还给投资者。

以下表格总结了OVR代币发售的计划:

代币名称	OVR
代币发行者	OVR Ltd
最大供给量	7亿
用于私募的最大量代币	4亿3千万
用于平台建设和发布的代币	10% (锁定长达14个月)
OVR 流动性储备	6%
用于赏金的代币	4%
给顾问和首创团队的代币	10% (锁定长达14个月)
代币种类	ERC-20
可接受的货币	ETH以太币
代币销售中需要KYC	Yes
私募	最少10万-最多5百万
代币首发预售	最少 2 Eth
代币首发	无限制

### 所有类型代币的归属条款

预售投资者: 无锁定

众筹: 无锁定

顾问:  $\frac{1}{4}$  无锁定,  $\frac{3}{4}$ 逐步归属期从第6月至第24月

团队:  $\frac{1}{4}$ 无锁定,  $\frac{3}{4}$ 逐步归属期从第6月至第24月

赏金代币: 无锁定

## 8.2 OVR 分配总结

OVR代币的发行由运行在以太坊上的智能合约编程 并将分配如下：

70% 用于代币销售（预售/代币首发）

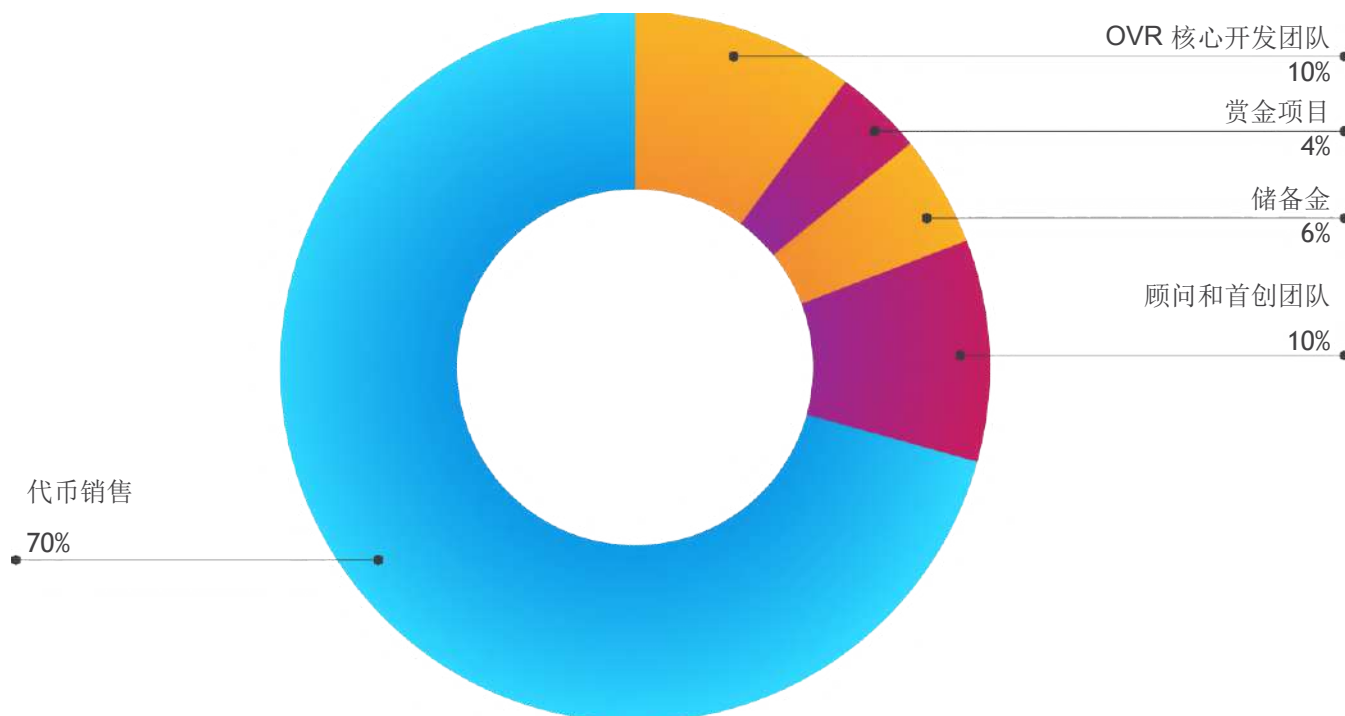
10% OVR 核心开发团队\*

10% 顾问和首创团队\*

6% 储备金

4% 赏金项目

\* 3/4已分配的代币将被智能合约锁定14个月





### 8.3 资金的使用

资金将用于确保该平台的开发和推出，并最大化其成功和增长机会。

**开发:** 专门的开发团队专注于发布OVR最惊人特性。包括与产品开发有关的一切费用；

**市场营销:** 保证全球范围内的传播和成功的市场营销活动。

3年预算分配:

第一年 - 40% 初步推进创建大量的用户基础（早期阶段）

Year 2 - 30%与OVR平台营销再投资整合的用户购买保障预算:(拓展阶段)

Year 3 - 30%与OVR平台营销再投资整合的用户购买保障预算:（成熟阶段）

模拟3500万美元硬顶(1330万美元用于营销) iOS/Android的平均CPI(每次安装成本)为1美金\*

第1年 - 8.9 百万用户 + BPUA (高) + OLFAR (低) + MFEES (低)

第二年 - 21.8 百万用户 + BPUA (中) + OLFAR (高) + MFEES (中)

第三年 - 40.2百万用户+ BPUA (低) + OLFAR (低) + MFEES (高)

BPUA = 用于用户购买的赏金项目投资

OLFAR= OVR土地首次购买再投资

MFEES=再投资于用户购买的费用收入

**运作成本:** 货币首发&区块链相关成本，综合运作成本

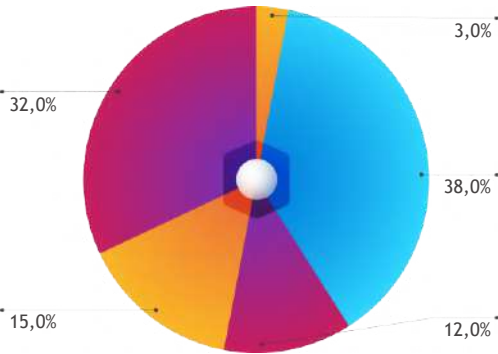
**合作伙伴:** 在建立合作关系和能动性方面的投资；

**法务成本:** 货币首发相关的法务成本，以及保证随着平台成长的法律合规化

\*<http://www.businessofapps.com/ads/cpi/research/cost-per-install/> <https://www.appbrain.com/stats/android-cpi-per-country> <https://www.chartboost.com/resources/>

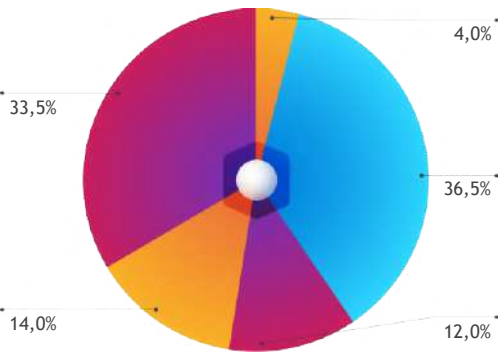
### 8.3.1 预算分配案例

#### 案例 1



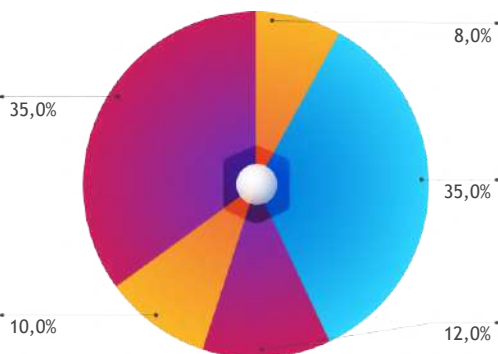
法务	3,0%	1.050.000 \$
营销	38,0%	13.300.000 \$
合作伙伴	12,0%	4.200.000 \$
运作成本	15,0%	5.250.000 \$
开发	32,0%	11.200.000 \$
		35.000.000 \$

#### 案例 2



法务	4,0%	720.000 \$
营销	36,5%	6.570.000 \$
合作伙伴	12,0%	2.160.000 \$
运作成本	14,0%	2.520.000 \$
开发	33,5%	6.030.000 \$
		18.000.000 \$

#### 案例3



法务	8,0%	400.000 \$
营销	35,0%	1.750.000 \$
合作伙伴	12,0%	600.000 \$
运作成本	10,0%	500.000 \$
开发	35,0%	1.750.000 \$
		5.000.000 \$





### Davide Cuttini

#### CEO

**Davide**是一名软件工程师，精通增强现实、深度学习和区块链智能合同。**Davide**在增强现实引擎的开发方面；和基于移动和嵌入式系统的计算机视觉引擎开发；以及用于视频、音频和文本的机器学习模型方面有丰富的经验。他还对系统集成和机器人在工业领域的具体应用感兴趣。他为博世(**Bosch**)和达涅利自动化(**Danieli Automation**)等公司设计工业领域的解决方案，并与**IBM**合作研究扩大工业化人工智能的解决方案。



### Mattia Crespi

#### 首席战略官

未来主义者，技术传道者，企业家。**Mattia**与全球创新者和创新中心进行互动，为新技术、未来生态系统和商业环境的研究搭建桥梁。作为技术战略家和创新专家，**Mattia**是未来研究所的研究成员，也是北约法案创新中心的成员。2012年**Mattia**创建**Qbit**技术奖项——赢得创业，发展虚拟和现实增强解决方案的企业，他有15年在虚拟现实和虚拟世界的工作经验。例如“第二人生”等项目和高保真，和许多虚拟现实用于研究和工业目的的实施项目。



### Diego Di Tommaso

#### 首席运营官

毕业于美国加州大学洛杉矶分校，主修金融专业，并在**SDA Bocconi**商学院获得理论哲学和工商管理硕士学位。**Diego**在创新管理方面拥有广泛的专业知识。他在时尚行业工作了10多年，担任的职位责任越来越大，直到**CEO**。最近与普华永道合作，担任高级顾问，致力于战略、开放创新、卓越运营和国际化。**Diego**也是一个创业顾问，也是独角兽培训师俱乐部的创始人之一，这是一个专注于新技术和创业支持的俱乐部。自2014年以来，**Diego**对区块链和分散共识机制产生了特殊的兴趣，他一直是几个区块链活动的主讲人和组织者。



### Michele Lucchini

#### 开发运作主管

两名乌迪内大学计算机科学学士学位。他的背景是家庭自动化软件开发以及机场和铁路的公共信息系统。他是信息无障碍功能和移动技术方面的专家，自2014年以来，他是一家专注于无障碍和数字转型的国际公司的全球交付运营主管，领导着超过200人的团队。

## 团队



### Marco Antonelli

#### 首席技术官

**Marco**是一个全栈工程师，对研究和原型开发有着强烈的热情。他的主要技能是网页开发，在前端和后端开发以及数据库管理方面有着7年的经验。他与不同的物联网项目合作，主要是作为**Fiware**欧洲项目的欧洲先锋和**INCENSE**加速项目的一部分。**Marco**将“技术复杂性理论”作为他解决问题能力的一部分。



### Carlo Davide

#### AR增强现实设计师 & 开发人员

高级开发人员专注于增强现实和虚拟现实体验的开发。**Unity**平台专家。不断研究混合现实体验新技术的潜在发展。



### Marco Da Rin Bianco

#### 首席商务官

创意总监，互动设计师，特别关注人类行为，擅长沟通和营销逻辑。**Marco**是一位来自意大利东北部的新兴企业家，他的公司基于一种创新模式：一个由数字技术、物联网、通信和营销领域的年轻创意人士和专业人士组成的协作网络。**Marco**在一家国际初创公司**Watly**工作了3年，在那里他实现了一个未来的互动式用户界面。



### Angelica Bordon

#### 沟通主管

毕业于威尼斯美术学院，专攻视觉沟通领域新技术应用。**UI / UX**设计及概念设计专家。

## 团队



### Gianluca Chiap

#### 区块链开发人员

全栈开发人员，拥有米兰理工大学计算机工程硕士学位。自2016年开始从事区块链技术和智能合同的开发工作，管理区块链技术的多个应用开发。他是意大利一家大型出版社的合著者，著有一本关于区块链技术及其商业潜力的书。



### Raffaele Bianchi

#### 商业策略经理

知名战略咨询公司副顾问，具有大型企业分销模式和组织转型的工作经验。他具有丰富的战略规划和项目管理经验。

毕业于米兰理工大学、伦敦帝国理工学院和上海交通大学



### Antonio Dal Cin

#### 全栈开发人员

具有分析、设计、开发、管理和维护基于Web的系统的专业知识的全栈开发人员和Web设计人员。他是自由职业者，从事过许多定制的CMR，公司投资网站和电子商务项目，是一个雄心勃勃的艺术投资平台和国家职业管理系统的发展团队的一员。通过大学和工作经验不断获得的技能，寻求在AI和区块链的进一步发展。



### Jacopo Ranalli

#### 产品开发经理

他是活跃于意大利和英国的生态系统的初创公司创始人，在AR增强现实和区块链行业有丰富的经验。专长于项目管理和产品开发。Jacopo通过管理几个基于区块链技术的项目获得了技术和业务知识。他了解了这项技术如何在各个行业的企业中实施，以及它对企业的影响，这让他活动中发言，并与人合著了一本关于区块链技术及其商业潜力的书，该书由意大利一家大型出版社出版。这位工程师拥有米兰理工大学和伦敦帝国理工学院的学术背景。



## 团队



### Fabrizio Barachino

#### 数字策略师

抱着对网络技术和写作热情他开始了作为自由职业者的职业生涯，他是社交媒体经理，音乐和公司视频的编剧。在工作期间，他积累了数据、SEO和数字营销策略分析方面的经验。**Fabrizio**在加州大学戴维斯分校学习了搜索引擎优化专修课程，他通过Facebook蓝图,谷歌学院的训练,他在伊利诺伊大学厄巴纳-香槟分校完成的数字营销专修课程,现在是一个数字策略家,内容管理者和位于意大利东北部一家数字技术公司的文案作者。



### Marco Toppano

#### UX/UI 设计师

具有热情的用户界面设计师，他的设计思维方式融合了他的IT背景。他毕业于乌迪内大学科学与多媒体技术专业，论文题目是“为微软Hololens设计一个用户界面”。在过去的5年里，他一直在与品牌、初创公司和数字机构合作，帮助他们提高自己的数字形象。**Marco**目前对区块链很感兴趣，他正在开发一个基于以太坊的艺术平台

## 顾问



### John Henry Clippinger

#### 顾问

“在我的整个职业生涯中，我一直对复杂的自组织系统和组织和制度设计的新方法感兴趣，以解决基本的公民、经济和生态问题。我曾在政府、大型企业担任高级职位并成立了4家软件公司。我一直在非盈利组织和机构工作——圣达菲学院、阿斯彭学院、世界经济论坛、考夫曼基金会，我在哈佛大学、哈佛法学院、布兰代斯·弗洛伦斯·海勒学院、麻省理工学院媒体实验室等开展了新的项目和研究，并与麻省理工学院媒体实验室的Sandy Pentland共同创办了ID3”



### Michael Min

#### 顾问

Michael Min在工业光魔(Industrial Light & Magic)开始了他的职业生涯，担任技术总监，执导了《黑衣人2》、《木乃伊归来》、《星球大战前传1》、《断头谷》和《碟中谍》等影片，获得了十多个电影荣誉。Michael还在梦工厂动画公司工作，担任梦工厂DG动画电影《马达加斯加》的技术总监。在梦工厂工作期间，他致力于通过与Technicolor的合资企业开发全球电影产品。目前，他在位于伦敦SoHo的Moving Picture Company的视觉效果工作室担任工作流架构师。Michael也是Zvky Design Studios和Zinfinity Games的合作伙伴。



### Richard Shibi

#### 顾问

Richard Shibi在IT行业有超过15年的经验。他曾担任电信行业(北美、欧洲、俄罗斯、中东、中国和南非)全球规模IT项目的高级管理顾问和区域客户经理。Richard目前就读于伦敦帝国理工学院商学院MBA，在欧洲经营一家区块链咨询开发初创企业(PureGo OOD)，并担任Coinnup TYDO Cyber Capital Invest MyEarthID WMpro和ZeeRing区块链项目的董事会成员和ICO顾问。.



### Sean Ness

#### 顾问

Sean Ness是未来研究所 (Institute for the Future)的商业发展主管，这是一家独立的非盈利研究机构，拥有近50年的预测经验。Sean负责未来研究所的海外业务发展。在宾夕法尼亚州立大学获得高分子科学学士学位和化学副修学位后，Sean在研究机构(包括弗罗斯特研究公司Forrester research)和像ComputerWire这样的初创软件公司之间来回奔波，直到2004年加入IFTF 2006年，Sean与人共同创立了STIRR Network，该组织在2009年期间，一直在促进硅谷及其他地区的早期创业活动。

## 10 法律免责声明

本白皮书的交付以及货币的出售并不代表本白皮书所载的信息在本白皮书发布日期之后是正确的。本公司董事已尽一切合理的谨慎，确保此处所述事实在所有重要方面均真实无误，且不存在遗漏任何其他重要事实以致本公司的任何声明产生误导性。本白皮书的内容不应被解释为投资、法律或税务建议。我们敦促每一位潜在的货币购买者就购买货币的后果寻求独立的投资、法律和税务咨询。