

鏈上商業解決方案

孫波 (Apollo Sun)

2025-07-28

Table of contents

前言

鏈上商業：第三次商業革命

在過去的商业世界裡，「賺錢」等於「賺利潤」。但是在鏈上商業時代，「賺錢」等於「賺流通」。我們發現，真正讓人們富有的不是把錢儲存起來，而是把錢用在能產生價值交換的地方。「花得越多，賺得越多」的概念不是白日夢，而是建立在區塊鏈技術和去中心化商業邏輯上的現實可能。

新商業文明的基礎

鏈上商業代表了一個全新的商業文明——不是一個單一的平臺，而是一個以價值共享、去中介化和信任重構為中心的商業生態系統。它不依賴於任何單一國家或公司，也不以廣告投放為中心，而是建立在社區參與和利益共創的基礎上。

鏈上商業的出現不是為了對抗傳統，而是為了解決傳統商業系統中長期存在的痛點：

- 為什麼越來越多商家的利潤被平臺消耗？
- 為什麼增加廣告支出不能帶來忠實用戶？
- 為什麼消費者忠誠度不能轉化為任何回報？

這些問題不是偶然的——它們源於我們商業設計中的結構性問題。鏈上商業為這些核心問題提供了一個可部署的解決方案。

前言

從「賺錢」到「賺流通」

什麼是「財富」？在農業時代，是土地。在工業時代，是資本和工廠。在數位時代，變成了流量和注意力。但無論時代如何變化，有一個不變的常數：真正的財富來自「流動」。

傳統的經濟邏輯教我們儲蓄——將收入轉化為銀行存款或房地產資產，以確保未來的安全。然而，在通脹壓力和貨幣超發的情況下，儲蓄的購買力每年都在下降。真正帶來升值的是流動性。

當資本停滯時，就等於損失。當資本通過流通創造價值時，它不僅不會縮水，還能帶來複合回報。這就是「賺流通」的本質邏輯——不是儲存，而是讓錢在正確的生態系統中流動、創造和重新分配。

信任的演變：從黃金到社區共識

貨幣的演變其實是「信任憑證」的演變：

- 黃金時代：對貨幣的信任來自實物資產
- 紙幣時代：信任轉移到國家和央行
- 數位貨幣時代：信任建立在算法、共識機制和社區上

比特幣和以太坊的成功證明，人們已經開始相信「去中心化」系統可以維持公平透明的價值交換，而不被任何單一實體操控。這為鏈上商業出現提供了信任的技術基礎。

Web3：重構商業規則

Web3 代表了下一代網際網路，但真正改變商業規則的不僅僅是技術——而是權力結構和價值分配方式的重構。

傳統商業邏輯是「中心化的」：數據屬於平臺，用戶只是數據生產者，價值被平臺捕獲，參與者不能分享利潤。規則由平臺制定，商家和用戶只能接受。

Web3 提出了顛覆性邏輯：用戶擁有數據，社區共治生態系統，價值增長共享。

這種價值主權讓用戶真正「擁有自己的經濟系統」，迫使平臺重新考慮與參與者的關係。通過透明規則、自動執行和公平分配機制，鏈上商業消除了傳統中介剝削，同時創造可持續的價值增長。

鏈上商業的六大支柱

鏈上商業系統能夠實現實施、擴展和可持續發展，因為其核心在於制度設計——一個由六大支柱組成的商業運營模式：

1. 公平利潤分享機制 - 每筆交易自動分配收益
2. 穩定代幣價值支撐模型 - 真實交易支撐，而非投機
3. 可擴展的商家成長階梯 - 從個人創作者到區域網路
4. 高信任社區網路 - 網路節點，而非金字塔結構
5. 真正的「共享」利潤分配 - 用戶是節點，而非成員
6. 高頻次必需場景 - 真實商業，而非概念

這代表了一個可以自我運營、自我擴展、自我升值的商業生態系統，而不是任何公司的「平臺系統」。

前言

屬於每個人的革命

鏈上商業正在發起一場真正屬於「每個人」的革命。在這場革命中，你不需要背景或大資本——你只需要行動、參與和貢獻。

本書將逐步揭示鏈上商業的出現、運營邏輯、制度設計和全球擴張模式。更重要的是，我希望它能幫助你打開一個全新的視角：在未來，不了解鏈上商業就像 25 年前不了解網際網路一樣。

在未來的商業世界中，流通比擁有更重要。我們站在真正商業革命的門檻上。而你將不再只是參與者——你是這場革命中的一個節點。

關於本書

本書使用 **Proofbound CC** 模板 **CLI** 工具創建。了解更多關於 **Proofbound** 的信息，請訪問 <https://proofbound.com>。

Part I

第一部分：基礎革命

1 從賺錢到賺流通

財富創造範式的根本轉變

「賺錢」這個概念在人類歷史中經歷了深刻的變革。在農業社會，財富意味著擁有能夠年復一年產出作物的肥沃土地。在工業革命期間，它演變為積累能夠大規模製造商品的資本和機械。在我們當前的數位時代，它經常被解釋為捕獲注意力並將其轉化為收入流。然而，在這些表面變化之下，有一個更深層的常數在所有時代都保持真實：真正的財富不是來自靜態積累，而是來自動態流動。

這一原則挑戰了現代經濟思維中最根深蒂固的假設之一。幾代人來，我們被教導財務安全來自儲蓄，將收入轉化為銀行存款、房地產持有或其他我們希望能夠保持或增加價值的儲存資產。這種基於儲存的財富創造方法在更穩定的經濟環境中是有意義的，但在我們當前貨幣擴張、通脹和快速變化的市場動態時代，它變得越來越成問題。

1.1 儲蓄經濟學的死亡

傳統的儲蓄策略在今天的經濟環境中面臨前所未有的挑戰。存放在儲蓄帳戶中的貨幣購買力隨著世界各地央行維持低利率的同時通過各種刺激措施增加貨幣供應量而穩步下降。這在實際意義上意味著今天儲蓄的錢明天的購買力會更少，對儲蓄者造成隱性稅收，隨著時間推移侵蝕財富。

1 從賺錢到賺流通

考慮這種侵蝕的數學原理。如果通脹年運行率為 3%，而儲蓄帳戶提供 1% 的利息，儲蓄資金的實際回報率每年為負 2%。在十年期間，這種看似微小的差異會複合成購買力的重大損失。今天能夠購買一籃子商品的錢，十年後只能購買同樣商品的實質上更小的籃子。

這種現象不僅影響簡單的消費價格，還影響資產市場。房地產、股票和其他傳統價值儲存手段與其潛在經濟基本面越來越脫節，因為它們更多地作為過剩流動性的儲存庫而不是生產性投資。結果是一個系統，其中那些簡單儲蓄金錢的人進一步落後，而那些理解如何讓錢運動起來的人創造可持續的財富。

儲蓄方法對財富的處理也受到經濟學家稱之為機會成本的影響。閒置在低收益帳戶中的錢不能參與價值創造活動。它不能資助創新、支持成長中的企業，或促進產生真正繁榮的經濟交換。本質上，儲蓄心態將金錢視為目的本身，而不是作為促進人們之間有價值交換的工具。

1.2 財富的流動狀態

將財富理解為流動而不是積累需要視角的根本轉變。當金錢通過生產性管道流動時，它在每個交換點創造價值。花在教育上的一美元增加人力資本。投資於成長企業的一美元產生就業和創新。用於購買商品和服務的一美元傳達市場需求並支持創業精神。同樣的美元，當保持儲存狀態時，無法完成這些價值創造功能中的任何一個。

財富的流動狀態認識到金錢的真正力量在於其速度和方向，而不是其靜態數量。這一原則在我們相互連接的全球經濟中變得特別相關，其中價值創造越來越依賴於網路、關係和協作交換，而不是資源的孤立積累。

1.3 貨幣演變和信任機制

現代技術放大了基於流動的財富創造的重要性。數位平臺能夠跨越地理邊界和時區快速交換價值。加密貨幣和區塊鏈技術創造了追蹤和獎勵參與價值創造網路的新機制。這些發展指向經濟系統，其中促進和參與有價值交換的能力變得比積累和儲存資產的能力更重要。

流動方法也更好地與成功企業和企業家實際創造財富的方式保持一致。僅專注於囤積現金的公司往往變得停滯並失去市場地位給更具活力的競爭對手。將利潤再投資於增長機會的企業家通常超越那些簡單積累儲備的人。這種模式在個人、企業甚至國家經濟活動層面都是真實的。

1.3 貨幣演變和信任機制

貨幣本身的演變告訴了人類逐漸認識到流動比儲存更重要的故事。在最早的貨幣系統中，黃金和白銀作為價值儲存手段，正是因為它們耐用、可分割，並被廣泛接受用於交換。價值不是來自金屬本身，而是來自它們促進不同社區和時期之間貿易和商業的能力。

紙幣代表了下一個進化步驟，從物理商品抽象化，轉向由中央權威管理的基於信任的系統。紙幣的成功完全依賴於人們對它將在未來交換中被他人接受的信心。這標誌著從內在價值向網路效應和社會共識作為貨幣系統基礎的關鍵轉變。

數位貨幣和區塊鏈技術代表了這一進程中的另一個進化飛躍。與需要中央權威維持信任和促進交換的傳統貨幣不同，這些系統使用數學演算法和分散式共識機制來確保可靠性和安全性。信任不是來自機構保證，而是來自任何人都可以審計和參與的透明、可驗證過程。

這種演變揭示了一個一致的模式：最成功的貨幣系統是那些最好地促進交換和流通的系統，而不是那些擅長保存和

1 從賺錢到賺流通

儲存的系統。黃金是有價值的，因為它能夠跨越廣闊距離和時期進行貿易。紙幣成功是因為它使交換更高效和方便。數位貨幣正在獲得採用，因為它們能夠實現以前不可能或不實用的新形式價值交換。

每次轉變也減少了物理佔有的重要性，增加了網路參與的重要性。黃金需要物理保管和安全。紙幣需要機構信任和支持。數位貨幣需要網路參與和共識。這種趨勢始終遠離個人積累，轉向集體流通和交換。

1.4 實踐中的流通優勢

當檢查成功企業和個人實際如何建立和維持繁榮時，基於流通的財富創造的實際優勢變得明顯。像亞馬遜這樣的公司將幾乎所有利潤再投資於擴張、創新和改善客戶服務，而不是積累現金儲備。通過生產性活動的這種資源流通使他們能夠主導市場並為股東和客戶創造巨大價值。

擁抱流通原則的個人投資者往往超越那些專注於積累的人。他們不是簡單地購買和持有資產，而是積極尋求將資本投入價值創造活動的機會。這可能涉及投資教育和技能發展，支持成長中的企業，或參與新興市場機會。關鍵洞察是，投入良好選擇方向運動的金錢往往會倍增而不是僅僅保持價值。

流通優勢還延伸到個人財務管理。投資於自身能力、關係和機會的個人通常比那些簡單將錢存在傳統帳戶中的人建立更穩健和可持續的財富。這是因為人力資本、社會資本和智力資本都通過使用和發展而不是儲存和保存來升值。

此外，基於流通的方法在經濟混亂期間往往更具韌性。當市場快速變化時，儲存資產可能快速而決定性地失去價值。然而，投資於能力、關係和適應性系統的個人和企業往往能夠在挑戰性環境中找到創造價值的方法。他們的財富嵌入

在流動和過程中而不是靜態資產中，使其對外部衝擊更具穩健性。

1.5 網路效應和價值創造

數位網路的出現通過創造通過參與和交換進行價值創造的新機制放大了流通優勢。社交媒體平臺、線上市場和協作軟體工具都從網路效應中獲得價值——隨著更多人參與其中，它們變得更有價值。這代表了從零和積累向正和流通和交換的根本轉變。

這些網路效應為個人通過促進有價值的網路而不是簡單積累資產來建設財富創造機會。內容創作者建立成為有價值資產的受眾。企業家創造連接買家和賣家的企業。投資者識別並支持早期階段有前途的網路效應。在每種情況下，財富創造來自促進和參與流通而不是提取和儲存價值。

這些影響超越純數位網路，涵蓋物理和社會網路。促進知識、資源和機會流通的社區往往比那些專注於保護和保存現有優勢的社區更繁榮。促進知識分享的教育機構超越那些限制訪問的機構。促進商業形成和協作的城市比那些優先保護現有結構的城市吸引更多投資和人才。

1.6 對經濟策略的影響

理解從賺錢到賺流通的轉變對個人、企業甚至政府如何處理經濟策略具有深遠影響。在個人層面，它建議專注於建設能力、關係和價值創造機會，而不是簡單積累儲蓄。這可能涉及投資教育，發展能夠參與有價值網路的技能，或創造促進他人之間交換的企業。

1 從賺錢到賺流通

對於企業，基於流通的思維意味著專注於客戶價值創造、生態系統發展和網路效應的策略，而不是簡單的利潤提取和積累。幫助客戶成功、支持供應商增長並促進社區繁榮的公司往往比那些僅專注於最大化短期回報的公司建立更可持續的競爭優勢。

在政府層面，基於流通的經濟政策將強調促進生產性交換，減少價值創造障礙，支持有價值網路的發展，而不是簡單重新分配現有財富或保護既定行業。這可能涉及教育投資、基礎設施發展和鼓勵創新和創業精神的監管框架。

從基於儲存到基於流通的財富創造的轉變不僅僅是一個理論概念，而是我們快速發展的經濟環境中的實際必要性。那些適應這種新範式的人將發現自己在日益網路化和動態的世界中更好地定位來創造和維持繁榮。那些固守舊積累方法的人可能發現自己儘管努力儲蓄和保存財富卻落後了。

當我們在後續章節中探索基於流通商業的具體機制和應用時，特別是第 2 章中 Web3 技術的作用和第 3 章中鏈上商業的六大支柱，很明顯這種經濟思維的根本轉變不僅代表機會，而且是對 21 世紀價值創造現實的必要適應。

2 第二章：Web3 的商业颠覆

去中心化技术如何重写商业规则

Web3 的出现远不止是对现有互联网基础设施的技术升级。从根本上说，Web3 彻底重构了平台、用户和价值创造之间的关系，以挑战现代商业活动基本假设的方式。虽然 Web2 将权力和利润集中在平台所有者手中，但 Web3 在数字生态系统的参与者之间分配权威和经济利益。

这种转变超越了对简单的技术改进，涵盖了对数字环境中商业关系如何运作的完全重新思考。传统平台从用户互动和商家活动中提取价值，而 Web3 系统创建了在所有网络效应贡献者之间共享价值的机制。其影响延伸到现代商业的每个方面，从企业如何获取客户到个人如何将其数字活动货币化。

要理解这种颠覆，需要检查的不仅是 Web3 技术能做什么，还要看为什么它们代表了超越中心化平台经济中出现的限制和矛盾的必要进化。目前约束企业和消费者的平台陷阱创造了 Web3 架构独特定位来解决的系统性低效。

2.1 平台陷阱

当代数字商业通过中心化平台运营，这些平台逐渐集中了对市场准入、客户关系和价值分配的巨大权力。这些平台最初通过提供有价值的服务吸引参与者：亚马逊为卖家提供

2 第二章：Web3 的商业颠覆

市场准入，为买家提供便利；谷歌提供免费搜索和广告工具；Facebook 跨越地理界限连接人们。然而，随着这些平台实现市场主导地位，它们的激励从服务参与者转向从其中介地位提取最大价值。

平台经济学的数学结构在平台所有者和其他参与者之间创造了固有冲突。平台通过捕获流经其系统的交易、广告支出或订阅费用的百分比来产生收入。这创造了最大化通过平台流动的价值量同时增加平台所有者捕获百分比的压力。结果是对商家和消费者的逐渐挤压，因为平台为了自己的盈利能力而不是生态系统健康进行优化。

考虑亚马逊与第三方卖家关系的演变。最初，亚马逊收取适度费用并提供真正帮助商家接触新客户的有价值服务。然而，随着时间推移，平台引入了日益复杂的费用结构、强制广告要求和限制性政策，有效地迫使商家交出更大部分的收入来维持市场准入。在平台上取得成功的商家经常发现自己被困：他们无法承担离开，因为亚马逊代表了他们销售的如此大部分，但他们无法实现可持续盈利，因为亚马逊的费用消耗了他们的大部分利润率。

这种动态超越了个别交易，涵盖了数据所有权和客户关系。平台商家无法访问详细的客户信息，无法与买家建立直接关系，无法将其客户群转移到替代平台。平台拥有所有客户数据和关系，利用这种信息不对称来维持对市场准入的控制。商家变得依赖于平台的算法、广告系统和政策决定，当这些系统以损害其业务的方式改变时，几乎没有追索权。

平台陷阱也影响消费者，尽管通常以不太明显的方式。虽然平台提供便利和选择，但它们也创造了过滤泡沫，通过算法推荐操纵购买决策，并随着实现市场主导地位逐渐提高价格。消费者通过与平台的互动产生有价值的数据，但却没有收到这种价值创造的补偿。相反，他们的数据被出售给广告商，并用于优化从他们钱包中提取资金。