**孟岩**：Bizkey项目公开答辩会现在开始，我是本次公开辩论会的主持人孟岩。今天我们对Bizkey项目的方方面面进行询问。

**问题提问者：孟岩 回答方：BIZKEY创始人Leo雷勇**

**问题1：BIZKEY 是第一个向币改筹委会自荐的项目，我现在接触很多项目，都小心翼翼地打听：参与你们币改的要求是啥啊，我们符合要求吗？了解清楚了才敢自荐。你们第一时间毫不犹豫的就自荐了，请问何以如此有信心？你们对币改这个事情怎么理解的？为什么认为自己的项目绝对符合币改的要求？**

**Leo**：我是雷勇，BIZKEY的创始人，也是考拉先生的创始人兼ceo。军人出身，理工科毕业，学天体物理的。

我现在开始回答大家的问题。回答之前还是非常感谢所有的“币改”筹备组所有的老师，最近对我们这段时间的帮助非常大。

第二我写几个关键词来说一下我们为什么要参加这次的Bizkey项目，这几个关键词第一就是通证经济的魔力；第二就是老师的威名，我们是本着求教的心态来递交所有的资料的。

所谓的信心其实也不是信心了，所谓的信心是因为决心，考拉先生以前是做针对实体商户做服务的平台，我们去年经营的不错，有近千万的利润，今年的利润更可观，我们甚至都有可能成为有资格上市的一个公司。但是为什么下定决心来做区块链的改造呢，我们这次申请这次机会，是因为我们有坚决进行区块链改造的决心。

我们对币改这件事是怎么理解的呢，我们核心的理解就是因为区块链我们认为是一个数据资产的价值的体现，在当今社会尤其是互联网高度发展了这么多年之后，所有的价值都体现在各种各样的数据之上，区块链把数据资产化，把数据通证化，有一天我们团队会感觉到这有点像土地改革。

以前农民不知道土地是属于自己的，埋着头帮地主干活，突然有一天共产党告诉大家说土地是你们的，我们可以打土豪分田地这个机会就来了。数据资产也是一样的，以前真正产生大量零售数据的实体商户并不知道数据原来是属于自己的，而且他也不知道数据多次加工之后被很多的巨头贩卖，数据的价值跟他们并没有一毛钱的关系，当这些商户知道这些交易数据可以属于自己之后，那是不是机会呢？其实我们对币改机会的理解，结合我们自己的业务，我们会有这样的一个深刻的感受。

最后一点，我们这次提交申请更多的想有机会得到专家组还有来自社会各界的帮助，因为通证经济在区块链上的应用时间也不是特别长，所有的人，尤其是像我们项目方经验非常少，我们希望有机会得到帮助，这是我们最原始的一个状态。

**问题2：这个项目是上周三公示的，公示至今已经十天了，听说你们近来收到了很多投资邀约，但与此同时也受到了不少措辞严厉的询问和议论，有的文章甚至直接质疑你们是要蹭通证经济热点，拯救已经奄奄一息的 POS 机业务，割一把韭菜再扑腾扑腾，对此有何感想？站在聚光灯下感觉如何？有后悔吗？**

**Leo**：这个问题超级残酷，我先说第一个，上周三公示以后十天了，压力特别大，核心的感觉还是意外，我们以前一直是一个做事的公司，踏踏实实埋头苦干的公司，没有想到有这么多币圈的、区块链圈的各种各样的投资人和团队开始关注，虽然我们以前在互联网圈子还算混的有一点点成绩，但是突如其来的这么多关注，还是我个人创业以来的第一次。

孟老师刚才提到的中间有一个问题，我一会儿也会发展大家，那个问题确实觉得尴尬，那个问题是比较尴尬的。因为他不太知道零售行业POS机，尤其是智能POS机真正目前商户大脑的作用。他把它变成一个自己想当然的业务逻辑。

第二个就是割一把韭菜再扑腾扑腾我们没有必要割韭菜，我们原本的项目营收还蛮好的，这个没必要，更想做的是着眼于未来，如果沿着我们之前的路再走下去，一年两年之后，将来是什么样的我们没有想到，但是区块链想到了。

最讨厌的问题绝对不是刚才孟老师提到的那些问题，最残酷的问题其实是带有非常严重的人身攻击，有骂娘的，有各种各样的无厘头的，其实无所谓，我一张老脸还好，只不过我们年轻的团队在这个过程当中受到比较大的压力，很多新加入我们团队的区块链相关的这些专业的人才和年轻人，他们还没有受过这么大的压力，但是在过去的10天我们团队真的整体都成长了，非常开心，我从来还没有见过拔苗助长拔的这么快的。

所以一点都不后悔，因为创业不管是什么形式，做生意、摆摊、做互联网创业、做大排挡甚至做区块链行业的创业，其实最核心的还是团队，有10天的机会让我们成长的比别人快，我相信这是很多团队没有的机会，我们特别珍惜，也特别感谢所有的人。

**问题3：我们遵循卡尔·布劳恩的“五何”沟通原则来介绍 BIZKEY，即 “何人因何故于何时何地做了何事”。还是再请介绍一下团队，你们是什么人？以前做过什么事情？**

**Leo**：这是我最喜欢回答的问题，因为我对我的团队感觉自豪我因他们而自豪。先介绍一下团队的组成，我们的团队是由国际和国内两大部分组成的，国内的部分核心就是我们考拉前身的全部团队，包括我，包括我们的执行总裁负责落地，包括我们原本的产品总监，还有我们的CTO都是来自于微信支付的牛人。

做这件事我们还有非常豪华的一支海外的国际团队，他们分别是这个项目的CEO。包括我们运营总监，我们的小美女以前也是做VC创投的，义无反顾加入我们的团队也是因为区块链巨大的魅力，作为90也是呼吁很多90后进行创业，我们还有很多原本做互联网相关的线下实体商务的团队在逐步的加入我们。

我们以前做过什么事呢，考拉先生以前做的事比较简单，其实就是给国内的商户提供一个服务平台，我们大概去年服务了40万的商户，间接的服务了3000万的用户，每天在我们平台上使用的商户是非常多的，这是我们做的事情。

我们之所以能够做Bizkey这件事，核心也是因为我们的基因决定的，我们的基因决定着我们有区块链的思维，我们有这种初心，我们有跟巨头抗争的动力和勇气，我们还有踏踏实实的做过事的经历。

考拉先生成立于2014年5月7号，到2017年年底我们经过了接近4年的时间，在过去的4年时间里面，起福（音）资本是我们的天使投资人，大概到C轮我们有10亿的估值，去年盈亏平衡，略有盈余，今年的盈利情况也比较好，按照原本的古典互联网的做法在巨头面前我们的压力会越来越大，这时候区块链来了，通证经济来了，我们的经济也来了。

**问题4：为什么要做 BIZKEY？一般来说搞通证化是对某些现状不满，希望改变一些什么。你们对什么不满？希望改变什么？你们为什么认为做这些改变是重要的？**

**Leo**：为什么要做Bizkey？你说对现状的不满吗？其实并没有对现状的不满，我们其实是对一些不公平的现象有一些不满。举一个例子，两个不公平的现象，2015年开始因为我们也服务了很多商户，我们也会被微信和支付宝关注到，这两家公司希望我们接入很多的商户实现移动支付，当时给了我们不少很好的条件。比如说返点，比如说红包，比如说活动的费用等等。大家知道2015年年底的时候是O2O特别惨痛的一年，我们虽然当时已经做到了还不错的地位，但是当前融钱是非常难的一件事，公司上下只有一个想法就是想办法赚钱。

面对这种诱惑我们能够选择的是什么呢，顺从，既然有这么好的机会，既然能够接入微信还挺好的，2015、2016年我们做了两年，我们做到了非常大的数据量。但是情况发生了变化，这个变化就是割韭菜。2016年年底的时候我就说我们一定会被割的。但是我用了割韭菜这个词，恰好也跟区块链虚拟世界的割韭菜这个词有点类似。为什么？我们在不断的发现微信支付的产品包括支付宝的产品在迭代过程当中开始逐渐的直接联系商户，开始跳过我们这些服务商，开始降低各种各样的费率，开始让我们没法活了。

大家知道其实拓展商户是非常辛苦的活，我们在全国最多有3000多人在地推，3000多人是非常大的开销。每天日晒雨淋，要跟商户苦口婆心的说一些事情，终于说通了之后，微信和支付宝开始强烈的建议商户使用个人收款码。于是我们被割了，我们被割的非常惨。幸亏当时考拉先生的业务还不是基于支付手续费来生存的，我们是靠服务费来生存的。再看一下我们的同行，非常非常惨。在整个互联网行业或者是区块链行业，我相信大家都认同数据是最有价值的一个东西，我们会发现其实在这个过程中，因为我们不掌握这些，所以我们被轻易的割掉了。

这是不是有点像土地啊！对吧？我们还好，商户更加不知道它的数据被贩卖和利用，所以在这个过程中我们发现有BUG，我们希望改变BUG，我们希望所有产生数据的人对数据的重视，我们通过我们这种的公司，向更多的商户宣传这件事，我们希望有机会改变平台的垄断。

有一句话叫做走老路去不到新的地方，如果还用中心化的方式建构一个新的生态的话，一定面对的就是微信、支付宝、大众点评、美团是没有机会的。我们只能换一条路，幸好这时候有区块链，我觉得机会来了。

**问题5：如果让你用几句话介绍 BIZKEY 是什么，你们打算怎么说？**

**Leo**：我用三句话来回答我们是什么。Bizkey是一个区块链的智能的POS机，我们不光只有POS机的解决方案，我们未来希望打造线下的数字货币的支付的入口。

第二句话我们怎么才能实现美好的愿景呢，我们希望能够让更多的商户使用我们的服务，所以我们又用了一个叫做交易机挖矿，用通证经济的刺激，让更多的商户使用我们的服务。

第三句话也是跟所有类似的项目不太一样的地方，我们不希望改变所有商户和顾客的用户体验、结算成本，所有的既得利益我们都不想改变，我们希望在这个过程当中用通证经济让数据回归到商户和产生数据的人，这是我们的诉求。未来我们铺了10万个商户之后，主流的数字货币是不是有可能就有线下支付场景呢，未来你们的数字货币是不是就可以走到线下呢，这是我们想做的事情。

**问题6：为什么你们认为 BIZKEY 能够解决你们刚才说的问题？**

**Leo**：我觉得Bizkey能够解决刚才说的问题核心是因为有问题，首先我认为有Bug就得修，Bug体现在什么地方呢，Bug体现在中心化平台本身就有的顽疾。数字货币的线下支付入口并非我们Bizkey提出来的，有很多家都在做，而且有设备，甚至有非常好的法币和数字货币的兑换的方法。但是我们竞争对手也是有Bug的。

中心化平台的Bug最严重的是什么呢，就是吃肉不吐骨头，汤渣都不剩，这是它的一个巨大的Bug，第二个Bug就是无论是大众点评、美团、支付宝一定不是王兴、马云、马化腾他们亲自地推，他们大量使用第三方的劳动力，像我们这样的公司实现线下的铺设，这个过程当中中间层是有反抗的。

第三个我认为商户是也是有觉醒的，越来越的餐饮行业的商家开始对自己的数据加以研究和利用，我们看到一些火锅店虽然你用大众点评定的位，但是商家希望你扫他的微信号，能够变成它的粉丝，它用他已有的优惠券服务你，但是商户这时候无外乎把数据从一方卖给另一方，不自觉的白送给了另外一方。

那我们再看我们的竞争对手的解决方案，我们竞争对手的解决方案我认为都是比较天真的，而且比较慢的，遇到我们这种地推的老手估计他们打不过我们，他们的方案是让商户硬生生的接受一个支付的工具。我们想想看，现在有多少人手里有ETC，他们有多少人轻易的把它来花，用这个买个包包可以，怎么打散买一个牛排呢，这个压力非常大。持币用户少，交易量就会少。

但我们看到我们Bizkey的解决方案，我们Bizkey解决方案是利用通证经济的激励，让商户和中间服务商觉醒起来，能够通过交易机挖矿获得我们的平台币、资产币，这样我们的终端就可以快速的被很多商户接受，这时候两台POS机摆在你面前，所有的成本，所有的用户体验都一样的时候，一个商户愿意用哪一台结算终端呢，我相信应该愿意用我这一台。这时候竞争对手要推一个支付的货币终端你会选吗，这时候商户还没有那么好的意识，所以我希望用我们这种方式可以占领先机。

**问题7：从白皮书来看，BIZKEY 安排了两种通证，分别称为 BZKY 和 Time，请简要介绍一下各自的定位。不必深入细节，待会我们会通过情景化的方式请你们详细介绍的。**

**Leo**：谢谢孟老师，其实这个问题我特别希望跟大家讨论的，现在如果不展开的话，我就简单介绍一下。

首先我先说一下交易数据，交易数据一定是买卖双方共同确权产生的数据，数据不应该只属于一方，基于这个基本的逻辑，我们给商户端给了一个BZK，代表商户产生这个数据资产的价值的体现，一个证明，对于用户端我们给了一个叫Time的积分，用来证明这条数据也是由顾客共同产生的。对于商户端的我们是代表资产的，是上交易所的，我们希望通过它的激励让商品互相更多的使用我们Bizkey。TIME就是通用积分，可以实现商户的基本共识，大家可能问，我们的用户之间有什么基本共识呢，这个基本共识就是共享客户，他们之所以把店开在附近，开在一起就是为了天然的共享流量，他们为什么会去去大的商场里面做一些活动，他们也想共享商场里的流量，TIME就是一个通用积分，这个一会儿我会给大家展开讲。

用户从一个小店买了一瓶水，可能获得了几个通用积分，他在另外一个小店买了一个蛋糕获得了几个通用积分，他未来攒足了可以到大店兑换一些权益，比如说一些赠品，一些免排队的权利啊，这个我们还是做了一段时间。

**问题8: 为了帮助大家理解 BIZKEY 的玩法，我们来对 BIZKEY 进行一个场景化、故事化的描述，行话叫“用例分析”。首先请你们列举出 BIZKEY 这个系统的主要参与者有哪些？**

**Leo**：我先不回答这个问题，我先打个叉，让大家放松一下，刚才有个好朋友在小窗给我说，你是不是准备好的啊？瞬间说完就把关键字打出来了，首先我告诉大家我首速真的很快，第二我不用准备，因为过去的10天我们已经被问了无数次了，这些东西都在脑子里，谢谢大家！

下面我来回答孟老师的问题，用一个场景化、故事化的方式去描述一下都有哪些参与者，最核心的参与者就是商家和顾客这两方。商户和顾客完成一笔交易的时候，商户就会获得一个叫Bizkey的通证，用户就会获得一个通用积分叫TIME，这就是一个最简单的东西，商户使用BZK会在商户之间交叉引流，会在上游的供应链或者供应链金融的环节使用到。用户拿到这个TIME通用积分可以在不同的商户进行通存通兑，目前我们做的还不错。

下面我再说其他的参与方，我觉得整个区块链给我带来的最大的感受就是两个字叫生态，建设生态我们有很多的参与方，如果再到海外，我们再一个一个商家地推这个就不靠谱。问题恰恰就好在这，Bizkey提出的方案就好在这儿，之前的平台已经用各种各样的形式让我们很多目标区域的商户间接的使用了一些信息化的平台和工具，包括支付。

在这个过程中有很多类似地推公司，一些像卡拉公司这样的服务提供商，像很多地推平台，像很多地推公司的服务商都是一些现有的资源，他们在Bizkey生态里面起到举轻若重的作用，我们希望他们利用已有的资源，把自己辛辛苦苦的地推转化成相关的价值，不会被中心化平台割了一把韭菜，自己就一无所获了。

还有一部分是一些画人商会，我们自从做这个项目之后，韩国的华人商会都跟我们取得了一些很好的联系，我们认为这些中间的力量都是整个生态特别特别重要的组成部分。因此我们还在设计一个针对于生态治理委员会，能够让为生态建设所有的人都可以享受这个生态的价值，我们提倡多劳多得，早来早有。是这么的一个概念，谢谢大家！

**问题9: 我们进入具体场景中。请你们讲一个故事来描述最典型的 BIZKEY 应用场景，让我们理解一下这里面的激励作用。**

**Leo**：我从三个端来讲一下我们设计的这种通证的激励，可能还比较初级，希望各位专家、各位朋友能够多指出问题，我们不断的优化，我们未来把它变成一个越来越优化的东西。

首先先说商户端，商户端最简单，我们希望商户能够用我们的服务，我们能够给商户什么这是最简单的一个问题。我们的一台POS机或者我们的支付的解决方案肯定不能够跟他现有使用的方案有差异，至少一模一样，包括用户体验，界面的友好度、用户端的体验度、结算成本、费率这些都不能有差异，这是第一个。

商户如果在我们提供的POS机和其他的解决方案上能够获得平台币Bizkey，而且这个Bizkey在二级市场有十几的价格，我们可以看到在没有影响商户原本任何既得利益的时候，你告诉他有一个额外的东西可以收获，这个东西是有价值的。这是不是会得到激励，我认为当然会，而且事实证明一定会。任何一个不以赚钱为目的的商户都肯定是有问题的，脑子有问题。他知道这个东西有价值，有一个通证非常明确的告诉他，他有一条数据值钱，这是一个特别大的激励。

我们再说用户端的激励，用户端其实已经是一个消费升级的时代了，不再是一些蝇头小利的状态，尤其是在大城市。我们模拟一下如果你走到一个店买了瓶水，其实你已经没有任何的意愿说打不打折了，这个时候店员如果告诉你可以拿到一个积分，这个积分你攒多了可以去海底捞不排队，这个积分相当有价值，用户就被激励起来了，大家可能会问，为什么商户主动介绍呢，因为小商户不愿意投入更多的成本，一瓶水的成本已经很低了，打个折没必要，送个积分，积分可以免排队。

大商户为什么愿意跟我们合作，大商户跟我们合作的原因更简单，小商户可以帮他引流，当然不光是免排队，有很多的特权，而且所有的特权并没有伤害原本大商户的既得利益，没有让它打折，只是把它的特权拿了出来。

我们再说一下生态共建的这一端。举个例子，比如说泰国的一个微信支付的团队最近跟我们走的非常近，基本上已经在签约的状态了，已经是泰国最大的微信支付的地推的公司了，服务了上万家商户，台湾也有这样的团队一直催着我去台湾。他们收到了什么激励呢，他们是真正面对商户，并且教育他们数据值钱，你要接入支付，你要用信心化的手段管理你的商户。他们过去为微信、支付宝干了很多这样的事情。这些商户是他们已经拓展过的，有一定的客群关系。

大家会发现我们在整个体系里面设计了一个5%的激励，如果一个地推公司让一个商户接受到了我们的服务，加入了整个生态，商户获得了一个Bizkey，让它加入生态的一个地推公司，它也有5%的获得，这也是生态给他的奖励，除此之外，我们还让贡献非常大的地推公司、服务平台或者是其他的任何的第三方的公司，他们让很多商户进来之后，我们还会在生态委员会里面给它一定的份额。我们有一些初步的方案，一会儿在具体的问题当中会体现出来，甚至我们让它参与基金会的一些管理，我们最终需要让这个生态变成自治的。

**孟岩**：这样我们的答辩进入第二阶段，请各位群友提问。

**问题10：【来自陈智鹏】 我们知道数据是具有极大价值的，不过现在的普通商家，尤其是非连锁品牌商户未必有很深的体会，对他们来说简单方便省钱最重要，如何推动他们接受现在这种Token支付手段？对于顾客而言，支付宝和微信也足够方便，让他们下载一个专门APP，还要买Token的动力在哪里？**

**Leo**：我现在回答孟老师转述的问题，可能会有很多问题，所以我今天照顾不周了，对不起大家。

我拆成一个关键词来回答这个问题，普通商家非连锁品牌没有深刻的体会，是的没错，您说的非常对，我们现在跟高端的商家谈的时候，他们更容易听懂我们说的事情，比如说新加坡的SK集团是东南亚最大的珠宝连锁店，我们的CEO黄亮，还有我们的郑博士，还有我们的CFO，大概只用了不到一个小时的时间就让他知道了原来区块链是这么有趣的事情，跟我们在一周之内就签约了。

其实您说的也非常对，我们目前跟一些连锁的餐饮品牌谈起来是非常容易的，这也是我们一个主攻的方向。对于普通商户我们可能还有一段时间和距离。我觉得饭要一口口吃，慢慢来。

这里面我给大家举个例子，2015年的微信支付，当时我们站在2015年那个时间点，我简直不敢相信为什么有人拿微信支付在线下买东西，当时2015年1月份微信支付在广州7-11和全家的支付的份额不超过1.2%，什么意思呢，广州有一家交通卡叫羊城通，羊城通的支付比例都比它大8到10倍。但是我们反过头来看看，再从2018年反过头看，商户接受的快吗，非常快。感谢这些大平台用各种手段让他们接受这件事。所以我们也深信一些普通商户未来也会逐渐的接受他。在这个过程中总要有一点时间，让我们相信世界发展的越来越快。

第二您说的所谓的Token支付还有一段时间，毕竟真正持有数字货币的人比较少。我们这里面讲的让商户用我们的系统，其实核心是法币的业务，也就是说你无论是刷卡还是微信支付还是支付宝你跟商户发生了一笔交易，商户就会获得我们的一个平台币叫Bizkey，用户就会获得一个通用积分叫TIME，核心并不是用Token支付，对用户支付宝和微信也非常方便。其实我们就是没有改变商户端和用户端的使用习惯。比如说我们在新加坡很多POS机直接就是商户里的POS机，原本支付结算的系统还是原本的支付结算系统，只要加入我们的SDK或者升级我们的DF，商户端的体验完全没有变化，用户端（华人）还是微信扫一扫或者支付宝扫一扫，没有任何改变法币上的支付方式。

但是与此同时，商户获得了一个Bizkey，用户获得了一个TIME，这是有作用的，这是我想说的一部分。商户端是不需要重新下载APP的，我们会远程的或者通过我们的合作伙伴面对面的升级，用户端目前针对华人还是最简单的小程序，微信或者是支付宝的小程序。大致是这样的。

但是我也相信未来数字货币也一定会有越来越多的使用场景，否则大家做区块链干嘛呢，其实在日本、韩国已经非常方便了，所以我觉得落地的时候，数字货币会有越来越多的线下使用场景，到时候大家找我就可以了，我已经铺了这么多的商户，到时候把你们的Token接进来。

**问题11: 【李一丁】 用他们自己的话说，这是颠覆式创新，是个新模式(和老业务不一样)，那应该属于风险投资，是ICO，而不是币改。至少不是第一批币改的最佳项目吧。币改可能还是侧重对成熟业务的通证化 @leo@bizkey 这个问题是问你，为什么认为这个项目是币改？**

**Leo**：其实我是没有听懂颠覆式创新为什么属于风险投资，我觉得这个很尴尬，这种归类方式我还不是很理解。第二我觉得支付是非常传统的业务，用我们设计的通证经济的方式改变行业的现状，我觉得应该算是改变吧。

所以我觉得这么古老的一个业务，用另外一个方式让更多的人享受数据带来的价值，这不是挺好的一个改变吧。我指的颠覆式创新是指的土地归了农民，我是这样想的。数据还是那个数据，数据以前归中心化平台，现在归了数据产生的人和促使数据产生的人也获得一些利益。

另外我们说说币改，我觉得币改这个词我理解的不是特别透彻，具体还是等孟老师给我们更好的解答，我觉得其实是区块链的思维对原本互联网行业重新的改造。通过数据的去中心化，通过数据权属的去中心化，来实现一些事情的改变。

**问题12：【孙健 《区块链百科》】 币改作为生产关系的改造，像今天这样的项目，逻辑上完全可行，但是以目前区块链的技术条件，难以达到目前中心化（支付宝，微信）项目的流畅性等。你预计这个项目离大范围落地，还有几年？ 这个项目的护城河在哪里？**

**Leo**：我们总是站在现在在仰望、远眺未来，我觉得这是人类社会发展最有意思的一个状态。我们大概在2003年的时候，我们不会相信大家都在网上买衣服，现在很多人都在网上买衣服，这是已经被区块链传教师们用烂的一个例子，我不想这个例子，我想说另外一个例子。

我在2017年6月份我曾经跟凯文凯丽，就是KK做过一次论坛，论坛里面有一个特别有意思的对话的环节，我问KK，我说KK你预测了这么多未来发展的一些可能性，你今天又说了很多人工智能，很多生物医药方面的东西，想请问你，像我们这一代人（70后）可以活到多大岁数，KK很高兴的回答了我的问题，你们这一代人太幸福了，你们可以活到120岁，这一句话对我的人生改变非常大，我觉得我们可以活到120岁，所以我开始拼命的锻炼，所以我开始健身，我开始身上有纹身，而且越来越热爱上纹身。我开始跟很多90后沟通，我开始发现这个世界在不停的发生变化，甚至变化当中已经远远超出了我们可以抓住的速度。

当我在1997年的时候我还是清华BBS的文字版论坛的一个小版主的时候，我们真的没有办法想象我们现在用手机可以非常顺畅的通话，这个时间可能会很长很长。但是它发生了，它带来了，每个人拿着一部智能手机就好象接了一个外脑，我们可以非常顺畅的对话。

那么现在我可以举一个比较简单的感觉，我觉得现在的区块链网络特别像当时的拨号上网，当时拨号上网的时候我们会想到这个状况吗，想不到，所以我会说一个叫奇点来临的这么一个观点，我们身处一个最棒的时代，我觉得70后是这个世界上最幸福的一帮人，我们这一帮人享受了过去二十年科技发展带给人类的各种各样的好处，我们看到了比20年前所有人类发展史都要多的科技进步，在未来这种进步只会越来越快。按照这种加速度理论，我特别相信它很快就会到来，大概五年。

我们知道这五个顺序，所以我们Bizkey项目大概是用三步走实现我们希望达到的线下支付入口的这么一个状态，第一步走我们希望用法币交易机挖矿的逻辑，让更多的商户愿意把自己挂到Bizkey上，愿意把自己的数据上链，愿意把自己的经营模型上链；第二步我们希望接通很多主流货币的线下的支付，其实这步已经有了，包括很多朋友在日本买东西已经发现可以付比特币了。第三步未来区块链大发展，很多区块链项目落地的时候，我们会逐渐的接入更多的数字货币。

我相信大家都是一些对区块链未来发展充满希望的，对整个互联网结构的变革都充满期待的这么一群人，我们其实也只想做一个人畜无害的项目，中间我插一下，刚才我扫到了一个问题，说我们是一个怎样的情况？其实我们不算是一个非常典型的区块链的项目，但是我们希望做成一个区块链基础设施的项目，铺到更多的商户的时候，在座的各位所有项目落地的时候，我们都可以贡献一份力量。

**问题13：【刘东海】 零售业有10多种业态，便利店、购物中心、百货店、超级市场、大卖场等与商户的合作模式不尽相同，也决定了这些业态中不同的生产关系和管理模式，bizkey针对不同零售业态是否有不同的解决方案。商户和顾客在零售，商服配套场景里，是重复且经常切换的，如：A火锅店的老板是B健身房的顾客。交易即挖矿，pos机刷单是我们故意设置的bug吗？**

**Leo**：是的，您说的非常对，零售业态非常多种，我们大致分了12种左右，您写的大致都涵盖了，我们可能各自的分类方法不一样，在过去的四年多考拉先生服务的40万商户大概主要的类型包括超市百货便利店大概占31%，超过29%的餐饮，美业行业的顾客大概超过14%，这是我们主要的一些商户的类型。还包括宠物、家政各方面的类型。我们原本的服务就已经是不同的，包括我们针对餐饮行业除了支付结算，还有供应链的管理，还有点菜，还有客户关系管理这些功能。

对于超市、百货、便利店行业核心是经销存，对于美业更多的是各种各样的促销的方案，比如说优惠券、会员卡，各种各样的促销方案，各种各样的促销活动的设置。所以我们针对不同的零售行业是有标准的模型以及对应的解决方案的。

你的第二个问题特别可爱，做生意的人也是人，他也要吃饭，也要消费，他的身份当然要经常转换，你说经常转换可能会产生刷单，是故意设置的bug呢，不是，我怎么设置只能吃饭，不能消费呢，我没法做这个设定，每一个人既是消费者，又是生意人，所以我们才设计了一个双币制，他是消费者状态的时候只能获得消费者的代币，做生意的时候获得是Bizkey的资产代币。

说到刷单，其实刷单在原来还是比较严重的问题，现在不是一个特别严重的问题了，经过移动支付这么几年的变化，包括个人要绑定信用卡、身份证，有很多相关的资料、手机号码等等，商户端要也要有各种各样的资料，包括营业执照、卫生相关的证明，都已经是一个巨复杂的东西了，如果想模拟一个非常真实的交易，并且大规模的刷单难度非常大。即便有刷单的情况，我们在里面也设置了一个有意思的机制在里面运行着，这个大家可以简单的想象成是一个坪效，就是单位平方米产生的价值，我们把这个坪效做了一个升级，我们做成坪效比，我们从产生的价值再除以成本，我们获得它的经营能力。不同的商户越来越多的能够上传我们的数据到链上的时候，他的数值就会有升有跌，如果升的比较高，分配的单位时间就会比较多。如果我们发现刷卡也会不断的扣这个分，刷的越多凡倒非的没有那么多，大家可能会问怎么抓住刷单，这个特别容易了，有很多算法上的东西了。

这个可能没有特别好的回答你的问题，我简单总结一下，其实有这么几点，第一点就是分类确实如你所说，而且我们的模型也确实如你所说，确实有非常多的针对不同行业的各种各样的模型和解决方案。第二步是我们做的故意的设置，因为消费者和商家人物角色的转换，尤其是个体商户任务角色的转型是非常多的。大的商户它的这种转换不是特别多。但是由于它们各自获得的币种不一样，所以还是有点差别的。BizPower是个非常清晰的能够衡量商户经营能力的一个参数，能够作为他们挖矿能力的指标，不光是涨也会跌。如果发现刷单是容易被抓住的。至于怎么发现刷单，大家百度一下有各种各样的算法都是现成的，再加上数据的积累这个东西跑不掉。目前由于很多信息都要绑定，所以个人和商户刷单的道德成本和信用成本都非常高。

**问题14：【贺宁】 POS 是数字货币线下支付最好切入点还是最坏的？难道数字货币钱包不是更好的切入点吗？ 也许你的竞争对手不是微信、支付宝，而是 imtoken、Kcash，你怎么跟它们竞争呢？**

**Leo：**POS应该是商户端一个比较好的支付的切入点，对于用户端来说当然属于钱包，非常非常好。首先先澄清一下我们不光只有区块链的智能POS机，为什么要有这个东西呢，因为这个东西拿出来给别人一看还是非常直接的，功能介绍各方面很直接的，我们是有自己的研发能力和生产能力、设计能力，所以我们把这个作为我们的标题。除此之外，我们还有直接的DF的解决方案。你用的是现成的智能POS机，你换成我们的DF就可以了，我也有SDK的接入方式，这样也可以让你的数据保存一份在你身上。

除此之外，还有一些其他的收银结算方案，所以我们也会提供一些API的解决方案，甚至对于一些大的商户，包括我们现在在谈的一个非常大的商户，就是新加坡的金沙酒店，下面有很多奢侈品的店他们也会对我们这个事情感兴趣。我们就启动的是更高级的定制化的解决方案。

数字货币钱包是个非常好的切入点，我相信这件事会到来，我也相信以后大家像使用微信、支付宝一样，会有更多的人有一个这样的钱包，我自己也有，包括我的家人也慢慢的开始有了。我觉得是合作的形态比较多，所以我们从考拉先生到现在我们一直以来做的还是一个2B类的服务，所以我们拿的是线下的商户的入口，我们特别希望跟很多钱包达成一些合作关系，包括我们最近也在跟B盾（音）做一些合作，他们也在我们的区块链的智能POS机方面加了一个商户非常安全的钱包。

那么用户端的钱包应该如你所说，所以我特别希望跟他们有所合作，如果在座的各位有这些团队相关的负责人的联系方式，不管他们年龄跟我一样大，还是比我年轻，我都会虚心的向他们请教，然后进行合作，谢谢大家！

**问题15. 【转自王彦卓】**

**1、数字币支付商品是用了货币的属性，但数字币本身和法币汇率波动较大，那么如何作为商品的计价单位？商品如何标价？**

**2、白皮书说有两类token，time、BZKY， 他们互相之间能兑换吗？有互相影响的关系没？**

**3、白皮书说time只是功能凭证，可以看作是一种跨商家的通用积分，如何让大量商家能接受time？同业商家怎办？time的成本如何考虑？比如积分也是能兑换，也是有营销成本的，其实是一种负债，是商家承担的**

**4、部分主权国家禁止数字币支付商品，某国明令禁止，怎么看国家政策的影响？**

**Leo**：这个问题我迅速回答，第一个问题其实商品应该还是标法币的价格吧，无非就是用户选择用什么货币支付。就好象我们在国外一样，我们在国我们在国外也会选择用信用卡，还是用美元或者英镑买东西，但是它其实标的就是当地的货币的价值。数字货币本身的汇率波动比较大，确实有这个问题，但是现在不是有很多区块链的专家们都在做各种各样的稳定币、快速结算方式啊，所以这不是我们要考虑的问题，我们希望很多这些方面的专家们把这个东西解决的时候我们对接就好了，我们只是做简单的入口的工具吧，这是我们想要达到的东西。

两类token，对，我们在整个平台里面目前没有设置他们之间的兑换关系，如果商户A向商户B申请引流的时候，他们要付出一些各自持有的token。

我结合第三个问题再回答第二个问题吧。大商户接受我们的通用积分，其实我们选择的是一些不去影响成本的特权，也就是它的营销成本并没有受到影响。比如说像免排队，像延长等位时间，大家可能会问一些问题，比如说为什么商户会接受这种不公平的方式。大家要知道，这个世界也是一个特别有意思的世界。什么叫做有意思的世界呢？越忙碌越有钱的人他可能越不愿意排队，时间大把的人可能才愿意排队，在这种情况之下对于实体的大商户，高净值的用户是越来越少的，试问在群里的各位你们有多长时间愿意吃第二次海底捞呢，其实压力非常大。所以很多商户愿意把特权拿出一部分比例，变成能够让更多人参与的这么一个活动。

因此我们合作的很多大型商户其实并没有占用他们的营销成本，只是一种特权，与此同时他们获得了更多的高净值的客户，这是我们最近做的比较好的一点，像海底捞都会亲自给我们很多的特权，当然特权也不是无限量的，也是商家可以自己定量的。

数字货币支付商品很多主权国家都是禁止的，我们目前也是在一些不禁止的国家去展开，我们在国内没有做，我们只是用通用积分，在国外我们是双token同时上的，在新加坡、泰国这些能够允许的国家去进行。

关于国家的政策我特别相信咱们国家的治理能力和发展水平，我相信是一个中国人最牛逼的新型的最先进的行业国家不会不支持的，大的方向我是赞同的。但是真的不要来那么多空气币。我也特别钦佩币改组做出的一系列的尝试，所谓的币改肯定是希望那些互联网的项目能够通过通证化的改造落地，能够真正成为有价值的区块链项目，而不是空气币，这是我们希望达到的未来。我相信币改组做的事情就是顺应国家的政策和未来的，我也特别希望中国有一天一定会做的比全球其他的国家都要还要好，不过目前目前我们只能在海外做token，国内我们只能用一个通用积分，期待这一天早点到来。

**问题16：【陈智鹏】 我们知道现在市面上有大量的公链，各有特色，你们为什么选用了BUMO，看中的是该公链的什么优势？**

**Leo：**首先我先说一下我们其实不限定于各种各样的公链的对接的，我们在商户的Bizkey其实我们现在还是用的以太来做的，在用户端的TIME，因为频次比较多，所以我们选择了BU来去做。我们在用户端的TIME选择BU的原因核心就是因为它真的是效率挺高的。第二个原因确实因为便宜。再加上我们有一些兄弟公司的关系，所以我们选择了BU来做TIME的一些功能。

其实在过去十几天我们也接触了很多投资人，以及他们投的一些公链，包括US这些，我们觉得也非常好，我们也都在做一些尝试。

**问题17：【王君卫】 币改项目纳入的资产及收入有无类似FCOIN的透明披露计划？**

**Leo：**这个问题其实我自己单方面回答可能不是特别适合，有机会的话孟岩老师也可以帮我补充一下。其实在整个过去的十几天的时间里面，我们一直在跟我们的币改组非常认真和细心的去磨合所有的环节。整个币改组包括各个方面的专家也给了我们非常多的帮助。在这个过程当中我们也看到了币改组对整个项目的关心以及未来想建立好这个生态的努力。我们其实很愿意去接受公众所有的眼光，我们愿意加入透明的披露计划，毫无问题。

如果未来有类似的披露计划该披露的披露，我觉得这件事都很正常。即便有人对我们有要求或者是没要求，我们都会按照正常的基金会的管理要求做一些非常公开的披露。

我们愿意把我们的基金会逐渐打造成一个社区共建的一个平台，一会儿我也给大家发一张图，这是我们未来的一个计划，我们不仅是从法律法规上希望在基金会的层面有一个完整的披露的计划和方式。我们未来还希望在十年之内，我们希望基金会都由社区的核心的贡献者去治理。

**问题18：【刘仁玲】 你们用“POS”作为切入点，就是一个中心化的平台，你们的“去中心化”体现在？ 作为直接的消费者，我购买行为数据与其提供给这些大大小小的小商小贩，还不如给更令我放心的“双马”呢，你们怎么看？**

**Leo：**第一个问题好像不太好回答，我们不仅是POS机的切入点，我们还有DF的解决方案，从某种程度上来说POS机只是一个物理形态，可以是我们的，也可以是原本就有的，也可以是升级的，也可以是改造的，但是我们核心数据是跑在一条链上的，所以数据本身是去中心化存储的。

第二数据资产的归属权也已经不是中心化的了，所以从这两个逻辑，我们是中心化的体现，数据资产也属于数据产生的人了。

作为直接消费者我觉得这个也很难讲，因为人是有很多不同的，比如说有些人愿意很早的接受微信，我的微信号就是非常考前的，我甚至告诉我老婆说你赶紧用微信，微信是个好东西，但是她坚决不用，她就用手机打电话、发短信，说那个东西有什么用呢，一年之后他突然发了个微信给我，说挺好用的，因为能发语音了。我觉得用户的习惯是要有一段时间培养的，对于直接的消费者它的数据给谁，我来说一下这个问题。数据给谁是由消费者来决定的，他如果不进行数据的确权那就给不到我们这条链上，如果进行了数据的确权那就可以。

也就是说某一些顾客，他愿意现阶段给马云、马化腾，那我无所谓的，这真不是我能控制的，往往人都是慢慢跟进的一个过程，很多人先知先觉，好多人后知后觉，成为趋势的时候大家一拥而上，这是很正常的，慢慢来，但是我觉得整个时代的发展越来越快这件事并没有大家想象的那么慢。

**问题19：【高恩辉】我见好多过融过几轮亿估值也达到可观规模的公司，他们即不想放弃传统ipo走资本市场的道路，另一方面也在发币，想资本市场数字货币市场脚踩两只船，创造双市值，这必然是矛盾的，发出来的币也是空气币，我想知道bizkey是怎么界定个处理这个问题的？**

**Leo**：我来回答这个问题吧，这个问题其实还是挺有意思的，说到了我的内心，但是可能高先生没有听到开头，所以我来补充一下，我是一个彻底的放弃传统IPO路的一个人，而且我们的股东也非常支持我这么做。原因是双方面的，第一方面是整个IPO的现状非常糟糕，在我看来非常非常糟糕，相信大家也都知道，我就不用多说的。

另外一点就是从我们从事的业务来说，我们的竞争对手非常不同，比如说我们在海外的业务会碰到美团、大众点评非常大的阻击，我们如果还采用以前的业务模式，中心化平台的方法，我们今年可以活的很好，我们明年有可能还活着，但是后年我不知道在哪。所以摆在我面前的只有一道选择题，这道选择题就是生存还是毁灭，这是个问题。

我选择生存，我选择改变，我选择革命，我选择用区块链这种意识形态给到我们这种巨大的机会去做一场革命，不仅让整个公司可以用社群化的治理，变成永远存在，也可以让我们原本的股东有一个非常好的退出的方式。

我和在座的各位应该都相信区块链是一个革命性的东西，它能够在未来发挥最重要的作用，至少相比传统的中心化的互联网来说，它有质的改变，虽然现在有诸多的这样那样的问题，但是我觉得它可以让我们原本的公司可能会变成一个生态，可能会让更多的人获利。无论如何我相信这件事会发生。

**问题19：【高恩辉】价格以价值为基础，你们团队自己怎么评估 BZKY 的价值，有没有价值模型?**

**Leo：**有的，Bizkey的价值模型已经在这么几年互联网+零售成长的过程中已经给出了一个比较明确的定义。所有的数据当中交易数据是最有价值的数据，一条交易数据的产生是由支付双方来共同确权的。那么我们会看到一个特别有意思的情况就是微信、支付宝或者是大众点评等等，在给到一个地推公司给予的补贴，我们可以折合下来他们获得的交易数据的成本大概在1毛多钱。

那么由于频繁的交易，数据不断的积累，这些中心化的平台会把这些数据加工，然后变成流量引流的基础，然后流量引流的基础，相当于1块多钱把这个数据卖了一次。在资本市场上我们拿美团和大众点评为例，按照它现在获取的数据的总量跟他相关的赚钱的方式加在一起，再跟它的资本溢价，跟它的资本估值放在一起的话，一条有价值的交易数据是十几二十块钱。

那么其实我们是这样看待我们的数据，我们一开始把它的价值定的非常低，大概折合人民币4分分钱、5分钱这样子，我们觉得一个数据如果属于了商户之后可以不断的为这个商户带来价值的话，他们的价值也应该在人民币二三十块钱，这是我们一个基本的行业经验的判断。

其实我们从另外一个维度商户的主流核心还是来自于线下，线的房子、水电加在一起成本非常高，摊分到每一条数据的产生最后的成本还是蛮高的，但是原本商户是把这个数据无偿的给到了其他的中心化的平台，或者是完全忽视了，其实我们是告诉他这个数据是有价值的，而且未来有越来越多的价值。这个数据其实有点白白的被第三方平台拿走了，再也跟商户无关了，不断的转卖加工，产生任何的利益跟商户没有关系。如果这个数据的权属属于商户的话，不断的使用，每一次使用都跟商户有关系的，我们觉得一条数据对应的价值在十几二十块人民币这样的状态。

**问题20：【马骏】 请问一个问题，现在的支付生态中，微信支付和支付宝这种大的平台实际上是给了商户端一定补贴的，目前最痛苦的是夹在中间的地推团队。我理解Bizkey实际上是联合商户和另外一部分地推团队，搭建新的生态体系，取代微信支付和支付宝平台的功能。这个新的生态体系也是要依托项目方的数据分析和处理能力来体现价值的，项目方是否用经过市场验证的量化数据证明，Bizkey这个新的生态，在踢走原来的平台方之后，能使生态内的商业模式更有效率？**

**Leo：**首先我澄清一下这个问题，这个问题有个重大的偏差，就是我们从来没有想取代微信、支付宝平台的功能，从来都没有，我们一直觉得法币世界跟数字货币世界是两个平行世界，没有相互取代的关系，至少在短期内没有相互取代的关系。

我们团队核心想要做的事情是想利用现有的资源在不增加任何参与方，比如说商户、用户、中间地推公司，不再破坏任何参与方原本的既得利益的情况之下去搭建一个未来数字货币支付的入口。所以这可能是因为我前面没有说清楚，所以我必须要重申一下，商户原本赚的法币还是法币，用户支付的法币还是法币，商户获得的所有的东西都没有变化，微信、支付宝所有结算的法币的部分我们没有想去颠覆，我们没有这个本事，法币是很难被替代的。我们既想对大家对忽视的数据资产，用这个东西建造一个新的数字货币支付的入口的生态。

所以我们针对的不是微信、支付宝，不是这些平台，我们针对的是我们的一些竞争对手，比如说CTM，他们提出的方案我觉得是非常错误的，他们提出的方案在现阶段是不具有快速执行力的，他们希望可以直接给到商户数字货币结算方式，但是试问有多少人有数字货币结算方法和手段呢，商户愿意接受吗，所有东西都是打问号的。

所以我们是用一个在使用原本法币的逻辑之下，让商户愿意接受一个数据资产归自己的这样一个事实，我们希望能够教育商户在数据资产私有化的觉醒。另外一点，大家说效率和转化的最小的一个证明，其实在原本我们用区块链的方式的时候，我们已经尝试商户之间的各种各样提高效率的方法，交叉引流等等各种方法。

那么在不影响商户原本的任何一个利益的情况下，我们给它的都是增量，这个增量我们简单的算了一下我们过去有两个数据可以跟大家分享，第一个数据就是我们平均每周给商户带来30%的回头客，大家知道客户就是上帝，客户就是一切，零售商就是商户，30%的回头客增加了多少，增加了大概10%到15%的收入来源。这还是在流量引流的过程中，我们不去赚流量的任何一分钱，我们完全把流量放给商户带来的一个结果。

试想想看，这对应的就是数据产生的价值。从这个逻辑来讲，其实我们没有改变原本商户任何的法币的结算方式，我们也没有想着与微信和支付宝为例，我们更多的是把数据还给了商户，用这种方式让更多的商户觉醒。所以这种增量的价值也是我们利用token经济，试图去更快的比我们竞争对手更优先的占据线下入口的机会。互联网为快不破，区块链为快快快快快快不破，所以我们只能用更快的方式，所以我觉得我们整个的方案就围绕着一个字就是“快”，如果我们能很快的把这个做好，未来大家在数字货币落地的时候就有一个非常好的基础设施了。

那么最终它是一个更有效率的模式，我们可以想想看，原本的实体经济自然在一起做生意的状态，由于数据不透明，相互之间合作全是看天吃饭的，看自然流量的。再看我们中心化的平台，大众点评、美团他们的效率真的高吗，不是的，一点都不高，他们会有意的篡改数据，有意的设置排名，有意的利用数据隔绝信息，这个效率也是不高的，我们应该不是跟微信和支付宝，我们建立了一个新的商户自治的新的生态，提高了商户之间的效率。