

# 游派白皮书

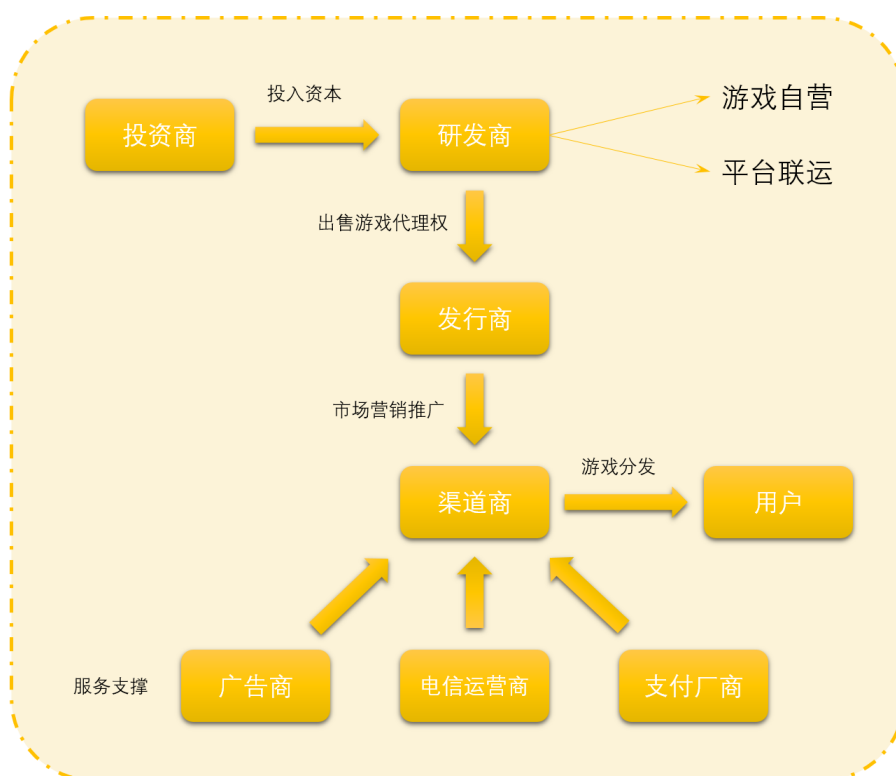
基于区块链的手游社交平台

## 目录

1	游派是什么 .....	3
2	中国手游市场发展现状 .....	3
2.1	手游行业产业链 .....	3
2.2	手游用户规模增速放缓 .....	4
3	中国手游用户付费行为现状 .....	5
3.1	用户获取手游资讯的渠道分布 .....	5
3.2	手游付费用户增加吸金能力爆棚 .....	6
3.3	手游付费金额集中在 50 元以下 .....	7
4	手游行业的问题 .....	7
4.1	渠道结算问题：渠道诚信度下降，伤害中小游戏开发商 .....	7
4.2	获客问题：渠道用户粘性下降，移动入口多元化。 .....	8
5	游派，为手游行业带来帮助 .....	8
5.1	对游戏开发者的帮助 .....	8
5.2	对游戏玩家的帮助 .....	8
5.3	对渠道的帮助 .....	8
6	游派的目标 .....	9
7	游派的产品及技术架构 .....	9
8	游派代币——派 .....	11
8.1	技术参数 .....	11
8.2	派的使用范围和流通场景 .....	12
9	游派的市场机会 .....	13
9.1	游派管理委员会及营销派池机制 .....	13
9.2	派的市场价值 .....	14
10	游派发展路线图 .....	14
11	派分发计划 .....	15
11.1	派分配方案 .....	15
11.2	派分发计划 .....	15

11.3	ICO 的资金使用说明.....	16
12	团队介绍.....	16

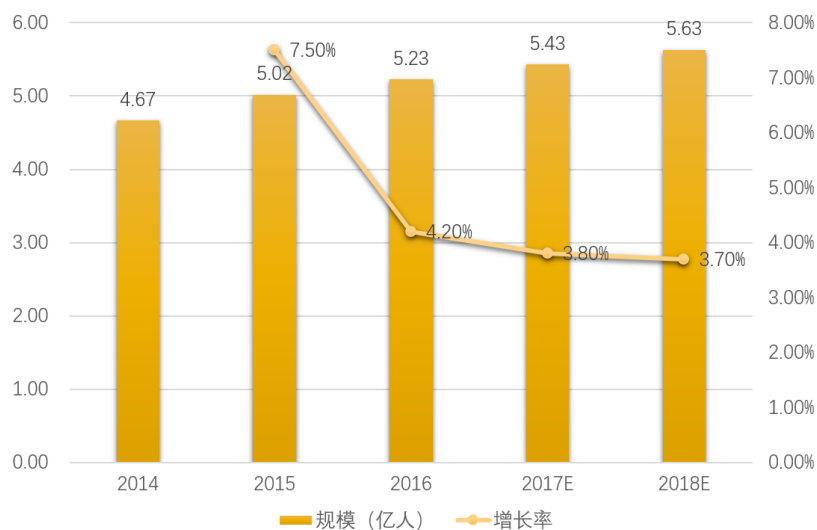




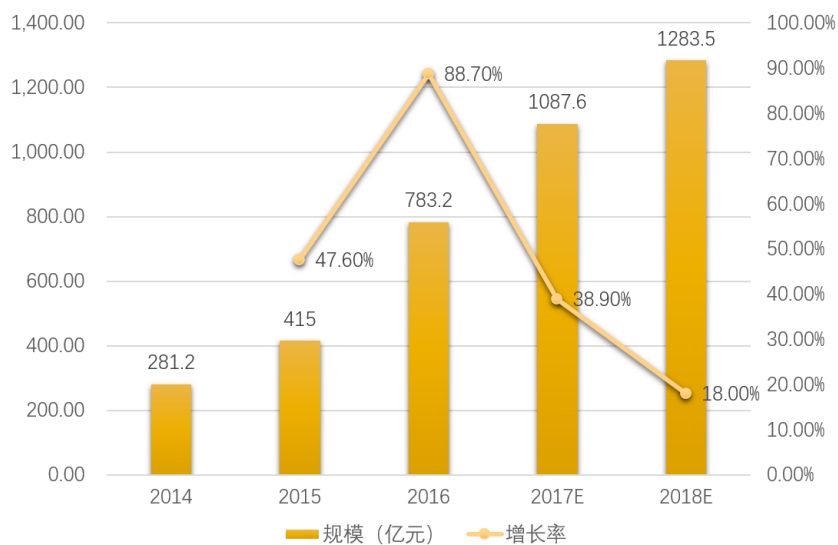
## 2.2 手游用户规模增速放缓

2016 年中国手游用户规模达 5.23 亿人，市场规模 783.2 亿元，增长速度持续放缓。艾媒咨询分析师认为，国内手游用户红利渐触天花板，可开发用户范围逐渐紧缩。另外，手游产品同质化严重，创新性不足，对用户吸引力较小，行业难以在短时间内实现用户数量大突破。因此，未来手游厂商应重点提升产品品质，往精品化、重度化方向进化发展，打造更多现象级品牌吸引用户关注，引领行业良性发展。

2014-2018年中国手机游戏用户规模及预测



2014-2018年中国手机游戏市场规模及预测



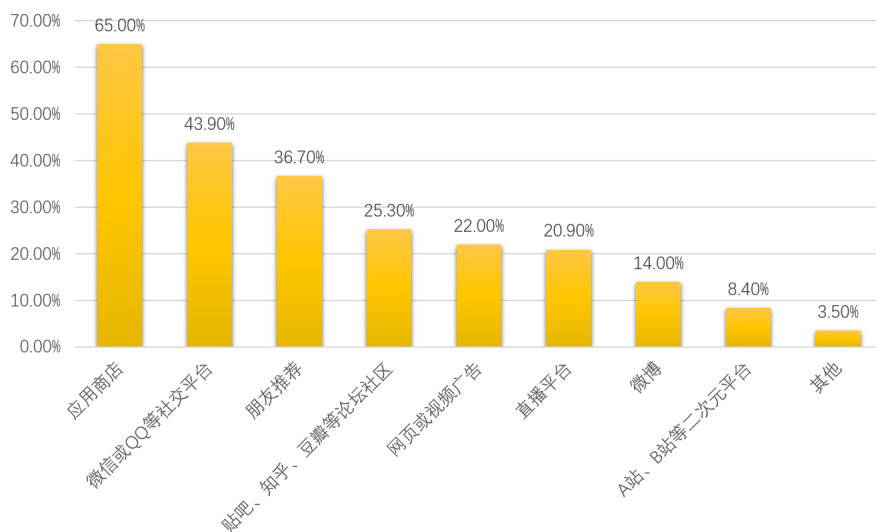
### 3 中国手游用户付费行为现状

#### 3.1 用户获取手游资讯的渠道分布

应用商店、微信 QQ 等社交平台、朋友推荐成为用户获取手游咨询的主要渠道，分别占到 65%、43.9%和 36.7%。其中微信、QQ 等社交平台用户基数大并且活跃度高，朋友间相互推荐成功试玩的几率非常大。厂商游戏推广渠道趋于多元

化，用户获取游戏资讯变得容易。

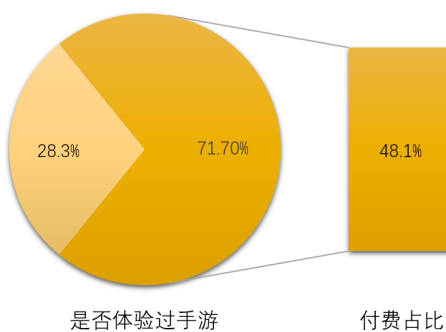
2016中国手机网民手游咨询获取渠道分布



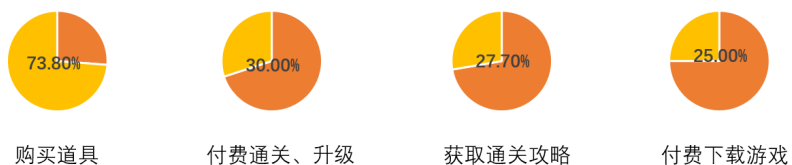
### 3.2 手游付费用户增加吸金能力爆棚

手游用户渗透率提升，超七成用户玩过手游，其中有 48.1% 玩家有为手游付费的经历，而付费的主要原因在于购买游戏道具装备。随着手游玩家收入水平提高，付费意识提升，以及手游用户粘性的提高，手游付费用户占比有望进一步提升。

2016中国手机网民手游体验情况调查



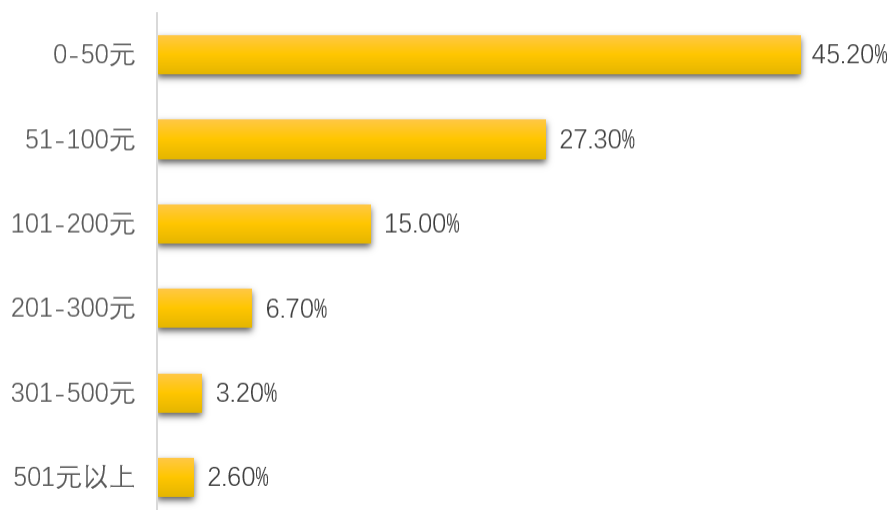
2016中国手游用户付费原因分布



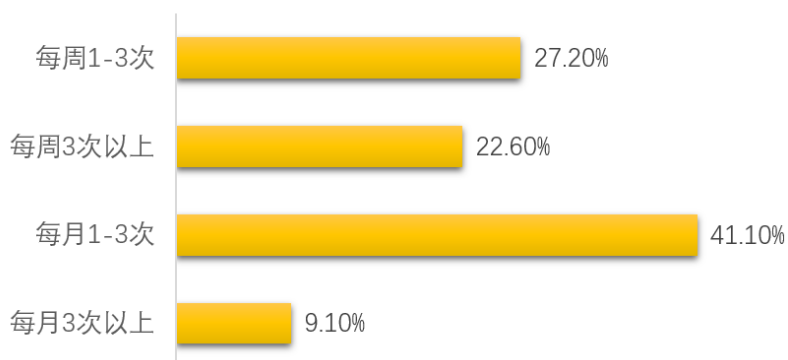
### 3.3 手游付费金额集中在 50 元以下

手游用户付费额度上升，但大多数用户能接受的单次手游付费额度集中在 50 元以内，占比为 45.2%，300 元以上大额付费用户占比也有望提升。在单个手游付费频率方面，每月 1-3 次的用户占比高达 41.1%。

2016年中国手游用户能接受的单次手游付费额度分布



2016年中国手游用户单个手游平均付费频率分布



## 4 手游行业的问题

### 4.1 渠道结算问题：渠道诚信度下降，伤害中小游戏开发商

虽然近几年手游行业迅猛发展，手游付费增长很快，但进入 2016 年以来，



手游市场的游戏开发商却叫苦连连，也显现出了手游渠道的诸多负面问题。个别大渠道开始拖欠游戏开发商分成款项，而这种拖欠目前已蔓延到了多个渠道。拖欠游戏开发商分成款，其根本原因是渠道自身的推广成本越来越高，利润微薄。

## 4.2 获客问题：渠道用户粘性下降，移动入口多元化。

当下用户获取手游资讯的方式越来越多，除了传统手游渠道，玩家可以通过无数种方式获得自己想玩的游戏。无论是广告、微信公众号、流行 App，还是微博、贴吧、朋友圈分享，都比传统渠道更简明和直接。

# 5 游派，为手游行业带来帮助

## 5.1 对游戏开发商的帮助

游戏开发商可以通过游派的社交体系实现游戏的快速分发，获得大量的精准用户。

游戏开发商可以通过平台活动奖励提升游戏的参与度和活跃度。

游戏开发商可以在较短时间内获得分成结算。目前游戏分发平台结算周期是 3-12 个月。

## 5.2 对游戏玩家的帮助

游派采用特有的应用流技术，可实现游戏玩家购买游戏前先试玩 10 分钟，玩家满意后才进行下载及付费。

游戏玩家发现好玩游戏后可以分享给好友，好友购买游戏或游戏内充值后推荐者可以获得派（游派代币）奖励。

游戏玩家可以通过玩游戏和游戏充值获得派（游派代币），派（游派代币）可以参与游派平台的活动、虚拟道具交易及竞标赛。

## 5.3 对渠道的帮助

游派的最终目标是打造一条游戏行业的联盟链。在游派的基本功能搭建完毕系统成熟后，游派将会把试玩、分享、激励、结算等功能模块逐步对所有渠道开放，共同建立游戏行业的联盟链。

## 6 游派的目标

要建设一个充分使用区块链技术解决现有手游行业一些问题的社交平台，在世界上还没有先例，没有成功经验可循，游派团队愿意付出最大努力探索这条道路。

短期内我们计划完成游派社交平台的基本功能搭建，包括会员系统、充值渠道、用户激励等功能，并进行平台试运营。

利用基于区块链技术研发的加密数字货币，改变现有的手游产业链的经济循环系统，使开发商、发行商等供应方能相比以往更快速的获得分成结算，使游戏推广、玩家等消费方能在分享和游玩中获得一份收益乐趣。

最终我们的目标是以游派为平台，打造一条游戏行业的联盟链，成立游戏行业区块链联盟，在链上打通投资、研发、发行、推广、运营等各个环节，连接投资商、研发商、发行商、渠道商、广告商、运营商、支付商、玩家等各类机构和用户，实现游戏分发、试玩、下载、激活、充值、电竞等各方面服务的生态系统。

## 7 游派的产品及技术架构

游派是基于元界区块链的手机游戏社交平台。游派通过基于区块链注册的数字资产，允许游戏行业各环节的经营方，例如发行、运营和渠道商之间实现高效的数据共享和业务结算，并共同为玩家平台提供服务。游派的基本架构如下图所示，在区块链系统的基础上运行的游派平台拥有基于应用流的试玩、游戏玩家之间的分享、交易和组建、参与竞标赛等几大功能。



### 游戏试玩

基于应用流云服务，能够彻底颠覆移动原生应用下载、安装、试玩的传统流程,还能够实现一个 URL 就能让用户体验原生 App，像网站一样打开 App。用户免除下载、免安装、免存储,即点即玩。方便用户快速体验寻找游戏。

### 基于区块链的分享体系

通过区块链手游社交平台，创建一个游戏玩家、游戏开发者、社交平台共赢的分发体系。玩家分享游戏后，如果有玩家购买游戏或游戏内充值。分享玩家即可获得派奖励。分享关系会在区块链上储存。

### 虚拟道具交易

基于区块链存储的虚拟道具交易。玩家可以通过代币购买游戏、游戏内道具以及游戏内道具交易，所有交易信息都将在区块链上存储。

### 基于智能合约技术的锦标赛

竞标赛由游戏开发者或个人发起。制定参赛规则，按照规则冻结参赛者数字资产，待比赛结果公布后系统直接执行奖励发放，这一切环节都将由智能合约自

动完成，避免抵赖和意外情况发生，确保比赛结果的公平、公正性。

游派区块链体系是以元界区块链为基础的分层架构。系统最底层借助元界区块链实现了系统必须的基本要素，即账户登记，资产定义和交易。在这些基础要素上，游派平台利用元界的“价值中介”实现游派系统特有的基本元素，即一个由用户（玩家）和其拥有的数字货币构成的基本经济系统；登记者定义了游派的用户（玩家）；仲裁者实现权限系统，允许在特定条件下执行基础事务，即数字货币的分配；担保者则简化了多方利益分配的过程。通过基本的区块链功能和价值中介，我们可以在其上实现各种高级应用，亦即通常意义上的智能合约。这些应用通过查询链上用户的数据，借助价值中介和区块链事务实现各种业务，例如行业内各环节之间的结算，用户间的交易、用户的奖励等等。最终，通过这些高级应用，游派实现了由行业内多方共同参与，具备上述多种功能的玩家平台。

## 8 游派代币——派

派（英文名称：PAI，英文符号： $\pi$ ），是使用区块链技术研发的加密数字货币，可以应用在游派平台中的各项服务中。它是游派区块链基本经济系统包含的数据之一。游戏开发商、渠道商、玩家持有的派，可以互相购买服务、物品，可以互相流转，甚至可以放到交易平台进行交易。

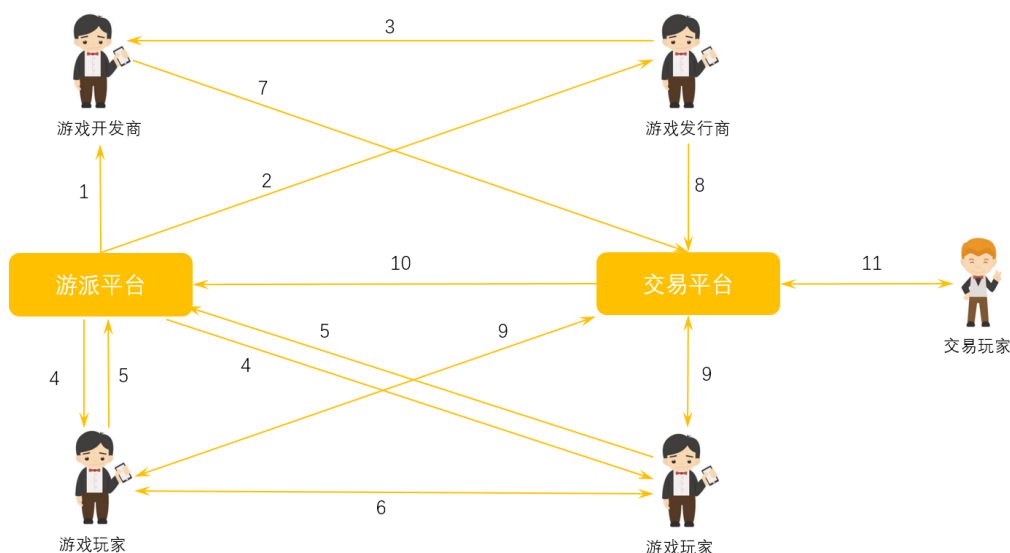
### 8.1 技术参数

游派平台的基础事务处理能力取决于元界区块链系统的能力，并通过价值中介实现接近即时的事务处理，省去区块链本身共识需要的等待时间。例如，使用担保者和用户双重签名和延时锁结合的技术，交易中的受付方无需等待交易事务在链上最终确认即可完成交易，而支付方也无需预先托管资金而可以始终保留对账户中资金的所有权。

游派区块链在启动时包含 10 亿个单位的派，并通过 ICO 认购、用户激励奖励等形式进入玩家平台和二级市场。区块链预发放的派的总量是经过游派运营团队对未来市场的估计，可以在足够长时间内为平台提供充分的流动性的数值。随

随着游派平台规模的扩大，单位派价值上升，未来如出现单位派价值不足以实现交易流动性的情况时，运营团队可以在所有参与方取得一致的情况下执行派的增发，所有派的持有人都将按照增发比例获得额外的派。

## 8.2 派的使用范围和流通场景



1. 游派平台给游戏开发商结算分成和奖励；
2. 游派平台给游戏发行商结算分成和奖励；
3. 游戏发行商给游戏开发商结算分成和奖励；
4. 游派平台给游戏玩家的激励奖励；
5. 游戏玩家在游派平台进行消费，购买服务；
6. 游戏玩家互相交换；
7. 游戏开发商到交易平台变现；
8. 游戏发行商到交易平台变现；
9. 游戏玩家到交易平台进行交易；
10. 游派平台到交易平台进行回购；
11. 交易玩家在交易平台进行交易。

## 9 游派的市场机会

2016 年中国手游市场规模已达 783.2 亿元，并保持持续增长。游派通过社交 + 分享的方式来分发游戏，并将拿出众筹资金中拿出将近 40% 用于发展和吸引游戏开发商、游戏发行商和游戏玩家的加入，必将在短期内快速吸引第一批忠实用户，根据我们对市场环境和获客成本的预估，加上我们现在已有的游戏资源，预计能够带来 100 款游戏和 30 万注册用户，后期在通过奖励游派代币、老用户分享奖励代币等方式吸引新客户，必将在手游市场大蛋糕中抢占一席之地。

### 9.1 游派管理委员会及营销派池机制

游派管理委员会是由游派的项目关注者和派持有者共同组建的非中心化组织。组织的使命是维护、监管派的长期发展稳定。游派营销池的派由管理委员会提供。

游戏用户在游派平台玩游戏及充值时，平台会在营销派（代币）池中按规则拿出一部分代币以奖励形式反馈给游戏玩家。营销派（代币）池中的派少于管理委员会设定的最低比例时，管理委员会负责派的回购补充营销派（代币）池。

营销派池总量恒定，激励分发由管理委员会根据运用情况决定。营销派池消耗后由管理委员会负责回购。市场里面代币总额固定的情况下，随着游戏中心玩家增多，代币会逐步分散到游戏玩家手中。



## 9.2 派的市场价值

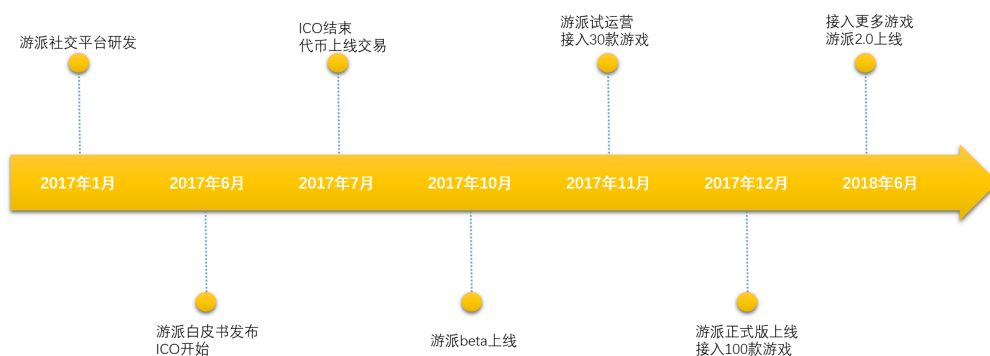
据腾讯统计智能手机游戏的 ARPU 值在人民币 125 元至 135 元之间。按照 130 计算。按游派平台接入游戏 1000 款，注册用户 100 万计算，假设日活跃用户达到 10 万，付费率 4% 计算，日付费用户 0.4 万，日付费金额 52 万，月付费金额 1560 万。按照 15% 的奖励机制，每月将有 230 万由游派管理委员会决定营销代币奖励的比例及发放。根据具体运营情况后期加入游派平台的游戏开发者需要持有一定数量的派才能加入。相对于发行市值来说，将会给交易市场带来巨大想象空间。

## 10 游派发展路线图

**Beta 版上线：**具备会员系统、游戏下载、游戏充值功能；

**正式版上线：**完成试运营，完善 Beta 版的功能；

**2.0 版上线：**增加用户社交、游戏分享、组织比赛、装备交易等功能。



## 11 派分发计划

### 11.1 派分配方案

派总量发行 10 亿枚，按如下比例进行分配：

比例	分配方案	说明
70%	公开 ICO	通过公开 ICO，获得比特币，将用于游派平台研发、区块链技术服务，以及试运营阶段的市场运营、玩家推广等
30%	创始团队	建立营销派池，并接受游派管理委员会监管，用于平台业务发展。创始成员、核心骨干的长期激励措施，满足条件才能释放持有的币。

本次派分发由游派基金发起，游派基金会持有的派，当满足以下条件时，按比例进行释放：

1. 当游派平台接入游戏达到 100 款时，游派基金会可释放持有的 1/3。
2. 当游派平台接入游戏达到 300 款时，游派基金会可释放持有的 1/3。
3. 当游派平台接入游戏达到 1000 款时，游派基金会可释放持有的 1/3。

### 11.2 派分发计划

为了能让更多投资者有机会参与游派的公开兑换，我们将支持比特币进行 ICO。



为了鼓励投资者的积极参与，我们将对参与越早的人给予一定比例的奖励，详见下表：

北京时间 预计 6 月开启	第 1-2 天	第 3-7 天	第 8-20 天
1BTC	500000PAI	480000PAI	450000PAI

### 11.3 ICO 的资金使用说明

目前游派社交平台正在进行研发，包括会员系统、游戏分发、充值、试玩等，区块链相关部分功能已经进入论证和设计阶段，为了保证游派系统的区块链技术可靠稳定，我们将选择实力雄厚的合作伙伴进行合作开发。

因此本次项目筹集的币，主要用于以下用途：

50%：将用于补充社交平台和区块链技术部分的研发资金和团队管理费用；

40%：将用于平台试运营阶段的营销推广，包括发展游戏用户，引入游戏开发商和发行商，接入充值渠道、交易平台等；

10%：用于相关专利、法务等事务。

## 12 团队介绍

王斐

北京云派网络科技有限公司创始人，CEO 13年互联网从业经验，8年游戏行业从业经验。2009年负责组建南京魔盒科技有限公司，为国内第一批手机游戏研发公司。2013年加入北京暴风科技股份有限公司，负责游戏运营业务。2015年离职创业创办北京云派网络科技有限公司。

李伟

北京云派网络科技有限公司联合创始人。13年互联网产品相关从业经验，精通游戏产品研发、产品运营。曾任Garena中国区运营、国内首家云游戏公司合伙

人、产品负责人、暴风魔镜VR游戏研发团队产品负责人。

### 李涛

北京云派网络科技有限公司技术合伙人。8 年互联网产品研发经验。精通 C、C++、Java 编程语言。擅长:Linux、Android 平台开发。带领团队成功研发成功产品：云派手游管家、云派云手机、padyun streaming 等多项成果产品。

### 方西工

北京云派网络科技有限公司合伙人。澳大利亚籍华人，墨尔本大学电子技术和电脑专业。对计算机科学和区块链技术有深入研究，拥有 15 年的互联网项目及游戏项目实际运营经验。

### 技术顾问 周旭

博士，副研究员，现任中国科学院计算机网络信息中心未来网络技术与应用实验室主任，同时兼任四川大学计算机学院客座教授、全国信息技术标准化技术委员会委员、中国电子学会高级会员等职。主要研究领域为未来网络、物联网、移动互联网、区块链技术等。具有 10 年互联网技术、分布式计算技术研究积累，特别在移动互联网技术、分布式网络架构、互联网信息传播模型方面有深刻理解及研究经验。

### 法律顾问 李佩峰，

四川华楚律师事务所律师，合伙人，中国融资担保业协会法律专业委员会委员。长期担任多家大型公司的法律顾问和决策顾问，尤其熟悉民商、金融领域。

## 合作伙伴

**北京云派网络科技有限公司：**公司专注于移动游戏用户服务领域，拥有多项自有知识产权及行业领先的专利技术。为手游用户提供游戏试玩、云手机、游戏智能辅助、游戏直播等多项服务。在游戏分发领域，通过应有流技术（Google 目前在应用商店中主推）能有效提高用户转化效率。团队成员在应用流、游戏分发领域拥有丰富的经验。

**中科院计算机网络信息中心未来网络技术与应用实验室：**中国科学院计算机网络信息中心是中国科学院下属事业单位，是中国互联网的发源地，也是中国科学院下一代互联网技术研究的重要基地。未来网络技术与应用实验室是国内率先开展计算机网络技术研究的团队之一，有着深厚的研究和技术积累，曾获得国家科技进步二等奖等重大国家奖项。目前承担中科院、发改委、工信部、自然科学基金委等多项国家级科研项目，及中国移动、小米、乐视、铁路总公司等横向研发项目。近年，未来网络实验室通过与转型工场合作建设工业区块链实验室，在P2P传输和区块链领域进行了多项应用探索，同时也积累了非常多的底层技术。

**北京硬核互动科技发展有限公司：**公司成立前身是上海人人游戏科技发展有限公司核心制作团队。主要业绩是主导制作并研发了人人游戏核心运营项目《乱世天下》。该项目在2012年到2014年间为公司创造接近10个亿的营收，是人人游戏核心主力产品！拥有丰富的游戏设计制作经验，在2D,3D项目上都有精品游戏面世。团队自独立后，陆续研发了包括《天书奇谈》等多款精品手机游戏，是一家具备综合研发能力，可以持续输出精品项目的优秀公司！