

# 知币

[www.zhib.net](http://www.zhib.net)

区块链投资者都在用的内容社区

版本 v1.4

# 目录

1. 前言.....	3
2.背景信息.....	4
2.1 币圈生态.....	4
2.2 用户痛点.....	5
3.商业分析.....	8
3.1 解决方案.....	8
3.2 商业模式.....	10
3.3 生态模型.....	11
3.4 市场规模.....	13
4.产品介绍.....	14
4.1 核心功能.....	14
4.2 实现节奏.....	17
5. ZIB 发行.....	17
5.1ZIB 的必要性 .....	17
5.2 ZIB 的发行和使用 .....	17
5.3 ZIB 分配方案 .....	19
6.团队介绍.....	19
7.项目计划.....	21
8.商务合作.....	21

# 1.前言

2008 年，中本聪 Satoshi Nakamoto 在《A Peer-to-Peer Electronic Cash System》中提出了基于区块链技术的全新分布式思维。基于此思维，诞生了全球去中心化加密货币的始祖比特币，比特币最初只被社区中的极客所接受，慢慢的大家认可了它的应用价值，同时各类型的数字货币如雨后春笋般接连出现。到 2018 年全球数字货币总数超过 2000 个，总市值超过 3 万亿人民币，单日交易额超过 1000 亿人民币。整个 2017 年，所有数字货币平均涨幅超过 50 倍，面对这样一个市场，越来越多的投资者进入，每天都会有数十个项目在筹备和发行，大家的共识是 2018 年是数字货币领域的元年。在这样一个时间点，投入这个领域，机会类似于在 2003 年的时候投入房地产。

虽然机遇巨大，但是也必须承认，整个市场目前是不太健康的状态，一切都刚刚开始，规范没有建立。虚拟货币市场初期是一个以散户投资者为主的市场，大家很容易冲动投机，无法分辨项目的实际情况，很难判断项目的未来发展。同时很多项目借助虚拟货币市场的赚钱效应，忽悠散户，大肆圈钱。知币的使命是帮助投资者更好的做出投资决策，获得更准确及时的市场信息，以及行业专家的观点。同时提供便捷的投资工具和可靠的数据，尽量消除信息不对

称，帮助合格的投资者找到值得投资的好项目，降低投资的非理性。

## 2.背景信息

### 2.1 币圈生态

从早期极客囤币者，到最早期的交易所，到现在遍地都是的神棍大V，币圈的各个群体大概可以做一个分层。目前食物链最顶端的是大的交易所，他们垄断了客户，只要能够上交易所项目就能成功变现，创始人一夜暴富，大多数项目为了能够上一个顶级交易所而绞尽脑汁。下一个层级是项目方，目前这个市场里投资者都变成了弱势群体，遇到中意的项目，想要投资投不进去，项目方的私募和公募条件都极为苛刻，只要项目靠谱，不愁没有资金。第三级是大的矿场、机构投资者、有影响力的大V，第四级是一级市场投资者，最底层的是二级市场投资者。但是这个生态未来是有可能改变的，因为在这些角色里，二级市场投资者才是整体资金最大，也最为重要的。未来谁得到了上游用户谁将掌握币圈话语权，目前用户被交易所牵着跑，被项目牵着跑，这都将是短暂的。



## 2.2 用户痛点

### 2.2.1 项目方痛点

#### 没有曝光渠道

火爆的项目不用说，例如当初的 EOS，现在的 arcblock，他们都不需曝光，但是绝大多数项目并没有明星站台，他们现在的痛苦之处在于不光要脚踏实地做好事，还要运营 twitter，运营 telegram，运

营 qq，运营微博，找专门的营销团队做社区。

## **没有互动渠道**

即便是现在最火爆的项目，互动也是不充分的，一个电报群几万人，只有一两个管理员回答问题，项目方的产品内涵很难有效传递给用户。用户之间也几乎没什么互动。

## **产品无从运营**

现在币圈有个怪现象，项目市值上百亿，但是项目本身的产品用户寥寥无几，这是非常不合理的，光靠一些投资者的群以及管理员回答问题的方式，项目方自身的产品运营很难进行。

### **2.2.2 投资方痛点**

#### **项目信息匮乏**

就算是市面上最火爆的项目，投资者能拿到的信息也非常之少，不知道团队之前的工作经历，毕业院校，项目的所属行业，所属国家，合作伙伴，用户数据。甚至完全无法与自己投资的公司沟通。这让很多投资者选择项目只能靠听信大 V，或者听信直觉。对于非常多的散户投资者来说，花了几十万重金压宝的项目只不过是交易所列表中的三个英文字母。

## 项目信息造假泛滥

目前阶段，很多项目为了圈钱无所不用，散户投资者根本无从分辨信息的真实性，而且很多人不具备英文能力，白皮书看的也是只知皮毛，很难分辨哪些项目是真好，哪些是被粉饰过的好。

## 无法和项目方互动

项目方来自世界各国，项目的电报群、twitter 往往都是营销团队在代理运营，用户根本没法和项目方取得联系，也很难全面的了解项目的进展情况，投资者看到的仅仅是冷冷的官网和一纸白皮书。

## 甚至不知道有什么项目

目前整个市场已经上架交易的项目都有数以千计，而未上架的，筹备中的项目更是不计其数，投资者需要一个渠道去了解哪些项目刚刚交易，哪些项目即将发行，哪些项目正在筹备。

## 3.商业分析

### 3.1 解决方案

#### 3.1.1 内容分发

知币将通过人工和机器的方式把全世界关于区块链资产投资的信息收集汇总，并基于节点聚合，节点包括项目、人、圈子、交易所、内容分类等，项目初期内容根据用户订阅的节点分发，随着阅读数据量逐步增大，知币会学习用户行为习惯，基于兴趣和阅读习惯分发内容。内容包括但不限于文章资讯、快讯、大V观点、用户讨论、小道消息、项目公告。

#### 3.1.2 实用工具

知币将聚合全球交易所，让投资者可以在一个平台就能浏览各个交易所的交易数据，以及按需求添加多个交易所的不同币种为自选，并可以查看币种K线图和管理自己的虚拟资产。

#### 3.1.3 行业数据库

我们会建立几个非常重要的数据库，包括：项目库、交易所库、行业的投资机构库、区块链人才库。投资者可以通过数据库查看所需的项目数据、交易所数据，项目方可以查看投资机构数据、人才数据。其中项目库是我们前期重点运营的模块。



### **3.1.4 网状社区**

知币的所有数据库中的节点都可以作为社区的节点，大家可以基于项目互动，基于交易所互动，基于人互动。我们会邀请项目官方团队入驻，维护自己的数据并且基于项目与用户互动，包括但不限于发布公告、更新进展、运营产品，甚至可以直播自己的办公室。我们会邀请专家和大 V 入驻，发表对项目的深度分析，用户也可以基于各个节点发表看法和见解，同时我们还支持小道消息。

### **3.1.5 对接服务**

当平台积累了大量的投资者和项目数据后，平台会为投资者和项目提供对接服务。对投资者的服务包括：提供项目真实完整数据，提供项目私募或公募份额，提供和项目线下见面的机会，提供投资的借贷，甚至提供交易所。对项目方的服务包括：曝光和报道，项目的社区和产品运营，项目的融资渠道甚至提供交易所。

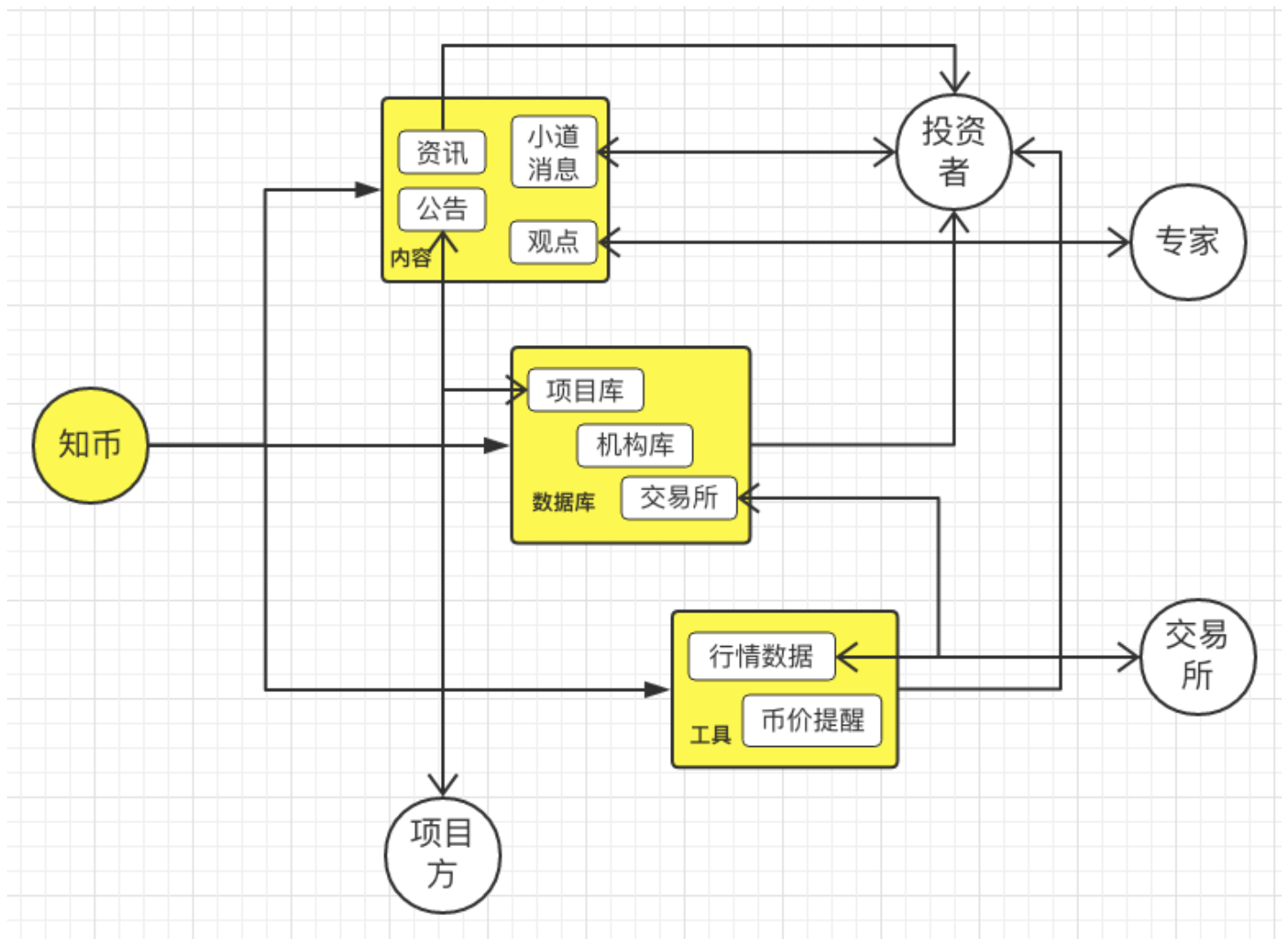
### **3.1.6 建立知币生态**

平台将建立一个以 ZIB 为主要流通积分的生态，在这个生态中所有贡献内容、分发内容、为好内容投票的用户都将得到 ZIB 奖励。为生态系统带来外部流量的合作伙伴也可以得到 ZIB 奖励。而未来需

要在平台做运营做推广的项目方需要消费 ZIB，使用平台提供的工具以及其他服务也需要消费 ZIB。我们会发行固定数额 ZIB，永不增发，随着生态系统参与用户量和优质内容的增加，系统价值将大大增加，同时 ZIB 价值也将大大增加，这种模式可以鼓励早期参与者贡献优质内容，鼓励合作伙伴引来外部流量。关于知币的生态，后面会有更详细的说明。

### 3.2 商业模式

如前所述，虚拟货币市场占整个市场比重最大的投资者是散户投资者，占整个市场数量最多的项目是非明星项目。由于信息的不对称，这两个群体正在受到不公正的对待。知币正是要打破这种信息不对称，给靠谱的非明星项目更好的曝光，给广大散户投资者更多了解项目和投资项目的机会。



### 3.3 生态模型

整个知币的生态分为两方面的阵营，贡献者阵营和消费者阵营，这两个阵营的用户有可能相互重叠。贡献者阵营包括：系统维护者、内容贡献者、数据贡献者、服务提供者、外部流量导入者。消费者阵营包括：内容消费者、工具消费者、服务消费者。所有平台的内贡献者都将获得平台 ZIB，所有平台的消费者都需要使用平台 ZIB 进行消费。

### **系统维护者（平台方、社区成员）**

贡献：维持知币平台的运行，并不断迭代优化生态体验

获得：维护基金中部分 ZIB

### **内容贡献者（自媒体、专家、普通用户、平台方、项目方）**

贡献：生产优质内容、分发优质内容、为内容排序、举报垃圾内容

获得：依据内容价值获得矿池中的 ZIB 激励

### **数据贡献者（交易所、项目方、平台方）**

贡献：交易所交易数据、项目运营数据

获得：依据数据价值获得贡献奖励池中的 ZIB 激励

### **服务提供者（平台方、社区成员）**

贡献：提供各项服务

获得：依据服务价值获得贡献奖励池中的 ZIB 激励

### **外部流量导入者（合作伙伴、社区成员）**

贡献：引入外部流量到平台，增加平台活跃用户

获得：依据流量价值获得贡献奖励池中的 ZIB 激励

**内容消费者（散户和机构投资者、项目方）**

使用平台 ZIB 来支付优质内容

**工具消费者（散户和机构投资者、项目方）**

使用平台 ZIB 来支付工具的完全功能的使用

**服务消费者（散户和机构投资者、项目方）**

使用平台 ZIB 来支付相关服务

### 3.4 市场规模

目前整个加密货币的交易参与者预计全球已经突破 1000 万人，未来随着市场的不断成熟，参与者有望继续增加，每人每年消费 1000 元来获取供投资决策的信息的话，每年的内容消费市场大概是 100 亿元规模。目前已经上线交易所的项目大约 2000 余个，未来还会逐年增加，按照每个项目每年投入推广费用 100 万来计算的话，每年的推广市场大概是 20 亿元规模。

## 4.产品介绍

### 4.1 核心功能

#### 4.1.1 内容部分

##### 币文

币文为类似微博的币圈短文，主要承载专家观点以及币圈消息

##### 文章

文章重内容深度和质量，包括自产、投稿、采编三部分来源

##### 快讯

快讯重内容更新时效性，让用户及时了解币圈大小事

##### 知识库

币圈小白快速学习，成长为币圈老韭菜

##### 小道消息

投资者之间互通有无，及时了解各种消息

#### 4.1.2 工具部分

##### 看行情

一个工具浏览所有交易所行情

## **价格提醒**

价格涨跌，不用熬夜看，工具自动提醒

## **模拟交易**

波动大，风险大，新人不用怕，模拟交易先试试

## **资产管理**

一个工具管理所有交易所资产

### **4.1.3 数据库部分**

#### **项目库**

所有项目尽在知币项目库，邀请项目方入驻，信息及时更新

#### **交易所**

了解世界各大交易所交易情况以及交易数据

#### **圈内人**

各个项目团队的核心人员都在这里

#### **投资机构**

币圈融资来这里找机构

#### **4.1.4 社区部分**

##### **多节点聚合**

基于项目、交易所、圈内人、话题都可聚合，可以关注，方便讨论

##### **多形态输出**

长文、短文、直播、语音，多种形态输出丰富内容

##### **多方参与**

投资者、大V专家、项目方、平台专家，多方贡献力量

#### **4.1.5 服务部分**

##### **寻求报道**

新项目没处曝光这里能帮你

##### **社区运营**

冷门项目想要接触用户，我们帮你分发流量

##### **众筹、公募**

项目公募，我们做你的平台

##### **投资数据**

投资人想找项目，多维度数据应有尽有

##### **借贷服务**



发现好项目钱不够用，平台给你借贷

## 4.2 实现节奏

知币平台的所有功能不会一下子发布，我们会循序渐进，逐步迭代。初期的版本我们会以内容社区+项目为主，后续慢慢加强工具和服务部分。工具和内容是我们的流量产品，项目库是我们的核心产品。等到投资者和项目方慢慢聚集之后我们才会输出服务产品。

# 5. ZIB 的发行

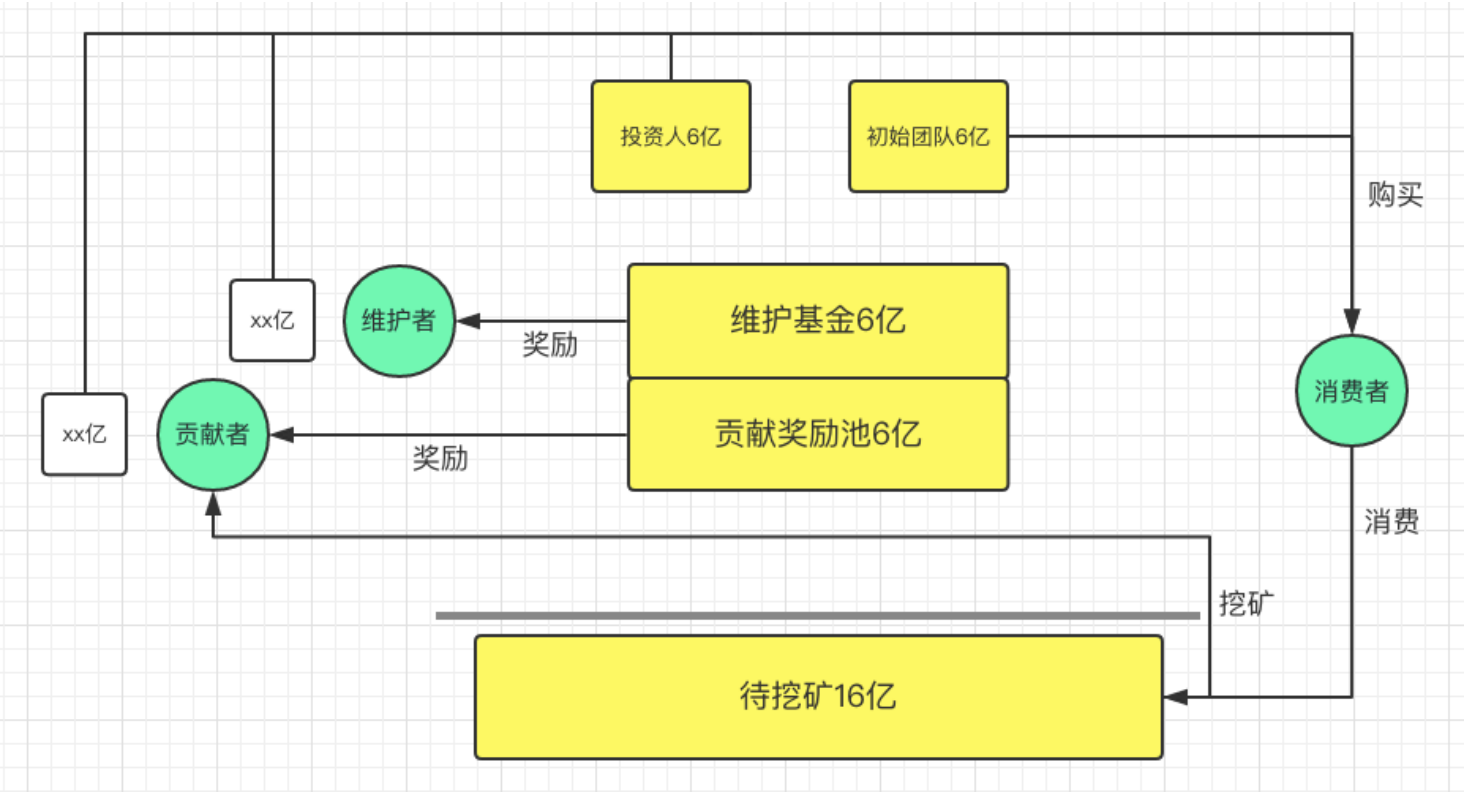
## 5.1 ZIB 的必要性

知币是一个多方参与的内容+社区形态的币事平台，为了提高各个参与方的积极性，我们需要一个完善的平台积分体系。这样既可以保证合理的衡量贡献者阵营中各个贡献者的价值，又可以使消费者阵营的各方面需求得到满足，只要提供相应额度的 ZIB。

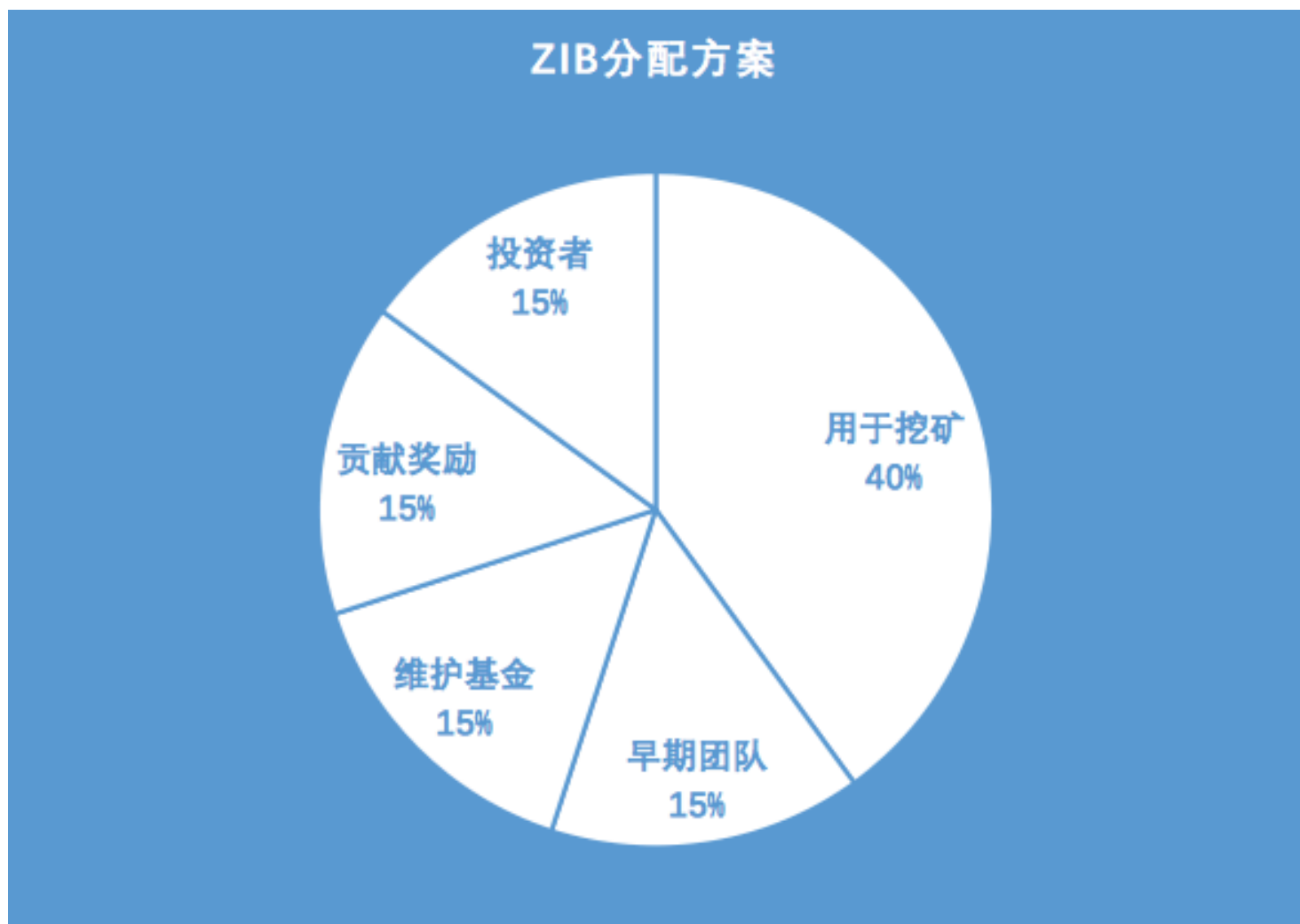
## 5.2 ZIB 的发行和使用

知币的平台积分命名为“知豆”，简称“ZIB”，计划一共发行 40 亿枚，永不增发，其中知豆将被分为几个部分，首先 16 亿枚 ZIB 将被冻结，用于挖矿。知币平台的挖矿并非传统的算力挖矿，而是人力挖矿，所有为生态做出贡献的贡献者即视为通过人力进行挖矿。剩

余的 24 亿枚，将有 6 亿用于生态的维护和运营，6 亿奖励给初创团队，6 亿用于私募或其他融资，6 亿用于激励外部资源。



### 5.3 ZIB 分配方案



## 6.团队介绍

王子龙 知币 CEO

2011年毕业于天津大学，前新浪微博高级产品经理，负责过用户量级过千万产品。多年社区运营及产品设计开发经验。

李勇 知币高级架构师

2008年毕业于北京理工大学，先后负责中国银联认证支付系统开发以及有缘网多终端后台架构设计，多年软件系统架构设计经验。

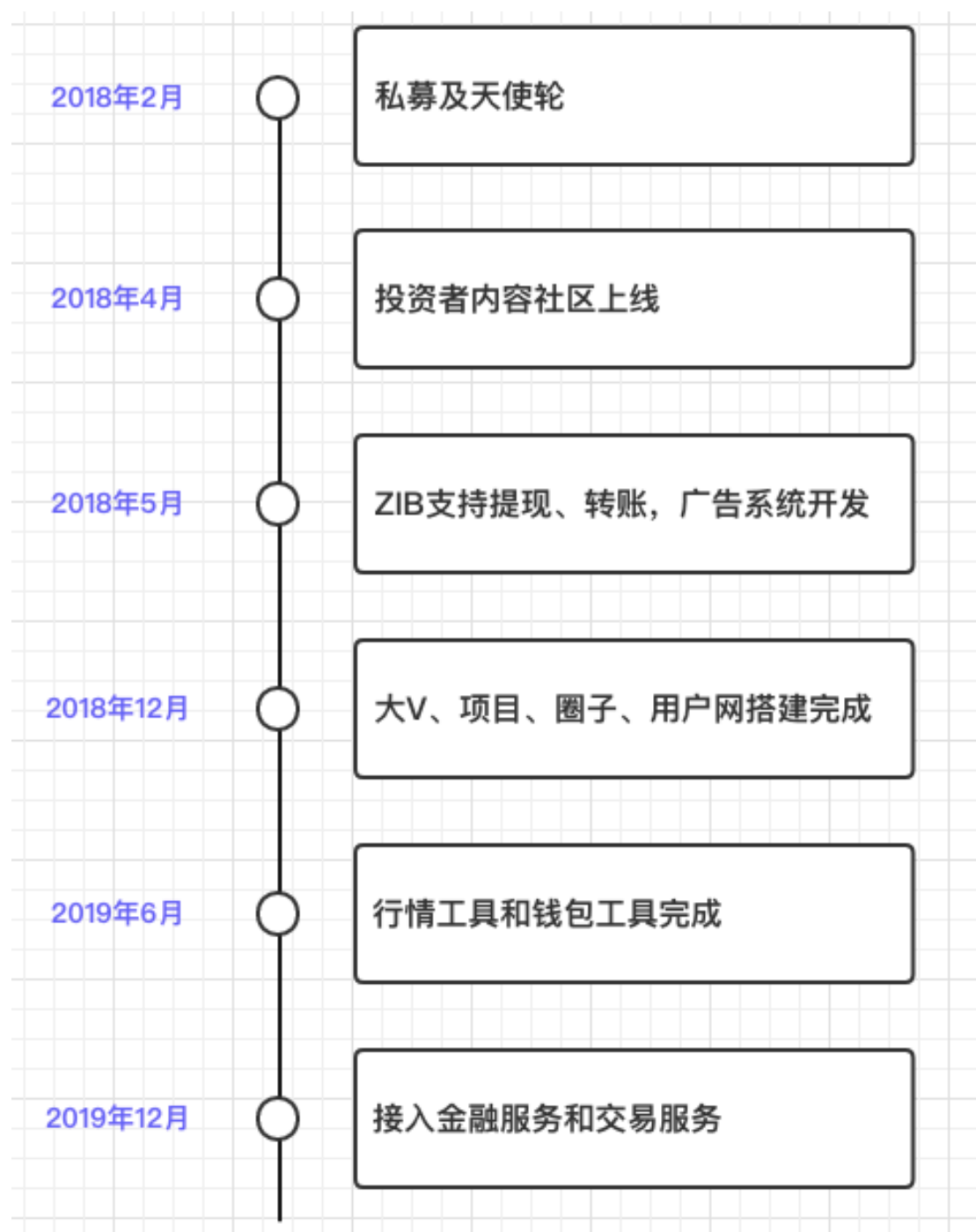
### **杨东旺 知币商务经理**

连续创业者，13年创办自己的教育机构圆梦教育，16年在北京体育大学体育馆任职。17年任职于北京六膳门科技有限公司，担任业务谈判负责人。

### **王桂贤 知币开发经理**

资深全栈工程师，曾就职于中国电信研发中心，多年前后端开发经验，独立开发页游并获得数十万活跃用户。

## 7.项目计划



## 8.商务合作

邮箱: [yangdongwang@zhib.net](mailto:yangdongwang@zhib.net)