



SWACE

SWACE 已经面世了

现在用户品牌互动
已经成为一个旅程

Swace是一个基于区块链的社交
游戏平台，通过该平台用户可以
与品牌的互动中获得报偿

白皮书 V1.9

目录

什么 何时 为什么 如何 多少

免责声明	3
词汇表	4
使命和愿景	5
总体描述	7
参与情景	9
内部生态系统	13
技术应用描述	16
区块链应用程序(APP)	17
路线图	22
问题	24
市场比较	25
目标群	26
社交媒体参与统计	28
全球社交媒体趋势	30
奖励效率	31
习惯构成	33
赢家效应	34
市场策略	37
3大支柱	40
核心价值	41
付款代币	43
代币分配	44
最后言辞	45

免责声明

重要启事

请阅读整个文献，在完成之前不要采取任何行动。本白皮书概述了SWACE的商业模式，技术以及SWACE原则的简要介绍。在买进代币之前，请咨询您的法律，财务，税务和其他专业顾问。

本白皮书旨在介绍Swace项目和团队，详细描述Swace应用程序，并邀请人们加入Swace作为用户，而不是投资者。它不构成或以任何方式相关，也不应被视为在任何司法管辖区，特别是美国的证券发行。我们有一个MVP;我们不会出于投资或投机目的而推广Swace代币;我们为Swace生态系统提供的服务提供支付方式。收购Swace代币不得授予Swace公司或其决定任何权利或影响，但是，它将授予您参与游戏和购买我们合作伙伴商品的权利。在立陶宛，在交易平台上提供代币并不会改变代币的合法资格，因此我们看不出任何国家的监管机构应将我们的代币视为担保的原因。因此，本白皮书不能构成招股说明书或证券投资文件。但是，请注意，如果在任何司法管辖区内，Swace代币被确认为担保，我们保留单方面决定退款的权利，以确保不会发生任何损害并且没有违反任何权利。根据立陶宛法律，Swace公司不是金融中介，不是任何形式的受监管人，也不受反洗钱法的约束，但我们仍然会执行KYC程序，因为我们想了解我们的社区成员。

监管机构正在仔细审查与世界上加密货币相关的业务和运营。在这方面，监管措施，调查或行动可能会影响Swace公司的业务，甚至限制或阻止其在未来开展业务。任何承诺购买Swace代币的人必须知道，Swace商业模式，白皮书或条款和条件可能会因任何司法管辖区的任何适用法律的新监管和合规要求而改变或需要修改。在这种情况下，购买者和任何承诺购买Swace代币的人都承认并理解，Swace公司及其任何关联公司均不对由此类变更引起的任何直接或间接损失或损害承担责任。

虽然Swace公司将尽最大努力推出并实现路线图中设定的里程碑，但它并不能保证它能够实现这一目标。因此，贡献者承认并理解Swace公司（包括其机构和员工）对因无法使用Swace代币而可能发生的任何损失或损害不承担任何责任或义务，除非故意不当行为或重大过失。

词汇表

Swace

Swace代表着新世代带有酬报的社交游戏平台。它是一款基于游戏的APP，可让用户与品牌无缝互动，并以完成各种任务而获得奖励。该APP涉及代币经济。

Swacer

任何人采用Swace生活方式都能够享受它所显示的旅程。

Swacing

作为一个忠实的Swacer，敢于通过参与社交游戏，分享和社交，与品牌和其他用户互动并获得奖励来改变生活。

参与情景

Swace提供了几种基于区块链技术的参与方案。任何人都可以使用预配置的帧来创建遵循一组规则的游戏。参与情景将会不断被更新。

Swace币

Swace货币。它在APP中功能是为进入社交游戏，用于对喜欢和投票的奖励，用于作为礼物送给朋友，交换合作伙伴提供的商品或服务等。为了赢得社交游戏或参与，用户获得Swace代币。品牌购买Swace代币以专用在设置他们的游戏。

Swace钱包

Swace生态系统成员的个人钱包。它只存储Swace硬币，其所有运营历史都记录在区块链中。买进硬币，从其他Swacers过户，以及以钱包收到奖励。

Swape交换

买进和卖出Swace硬币的地方。

使命

为用户提供正面的情绪并鼓励开箱即用的活动。使用户能够控制他们在社交媒体上的活动，奖励他们的重要性和尊重，并奖励他们与品牌互动。

愿景

Swace成为每人的领先社交游戏平台：公平，透明，与世界上最受欢迎的平台同一水平。

什 么

总体描述

参与情景

内部生态系统

技术应用描述

区块链应用程序(APP)

在本节中，我们将对项目进行全面描述，包括其技术方面。我们已经详细解释了应用提供的用户品牌互动方案。在这里，您还可以找到有关APP内部生态系统的解释。

总体描述

Swace是一项社区驱动的计划，旨在解决用户和品牌对社交网络的不满意体验，每个体验都来自他们自己的观点。它是一个独立的平台，具有预设的游戏框架，品牌可以用来与用户互动，而用户又可以获得参与和获胜游戏的奖励。该APP的经济基于去中心化的区块链技术，围绕着一个名为Swace Coin的代币。

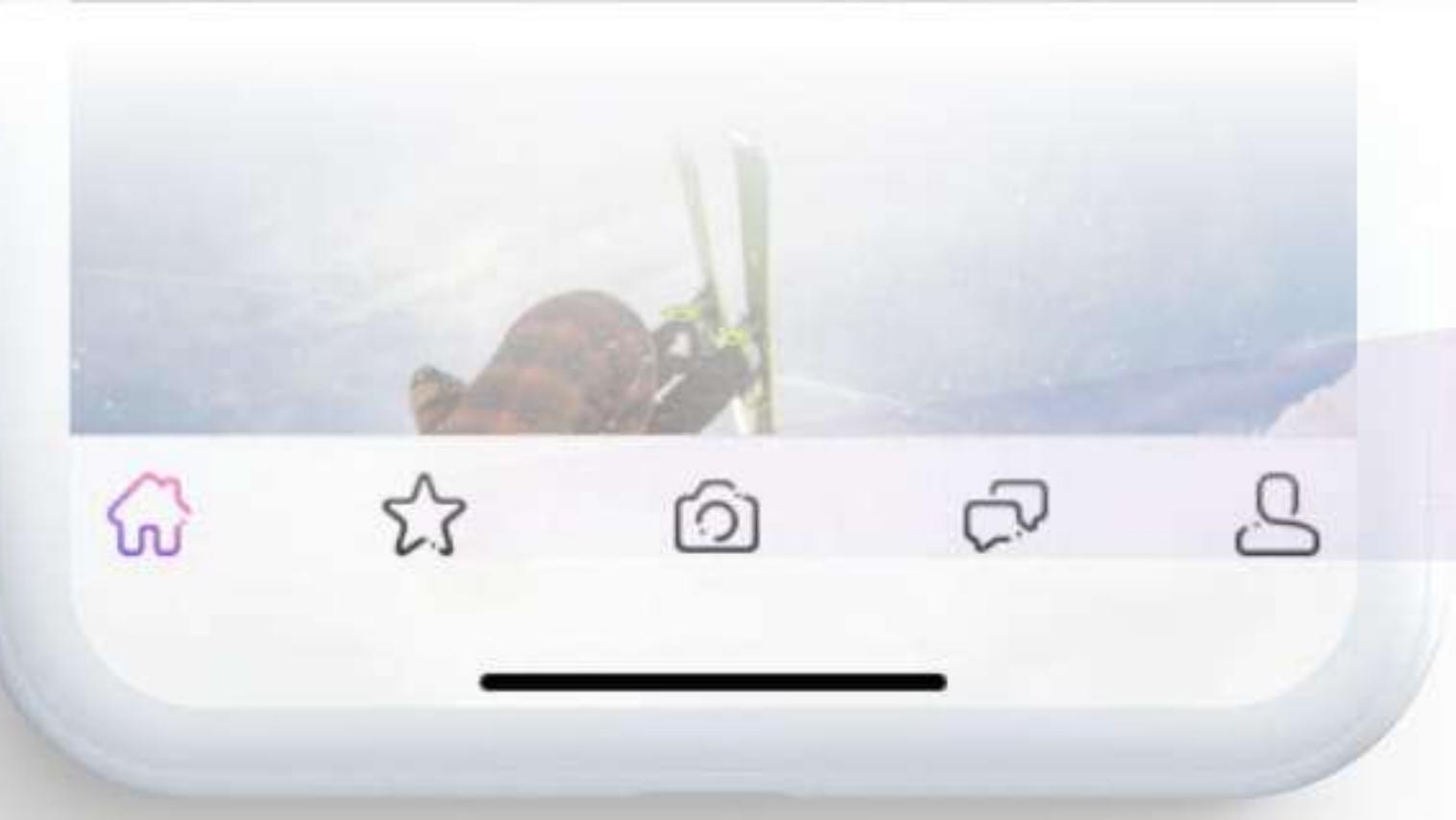
该APP的主要目标是改善用户和品牌之间的互动。它鼓励用户更积极和令人兴奋的生活方式，同时让他们以真实和非操纵的方式与品牌互动，形成积极的联想和更快乐的用户 - 品牌关系。我们希望让用户更具冒险精神，并让他们感受到他们所产生的内容以及他们给予品牌的忠诚度而受到赞赏和奖励。

Swace的另一个核心方面是用户之间的社交。作为一个以社交游戏为中心的网络，Swace鼓励健康竞争，同时帮助用户找到平衡的方式来分享和与他人分享的内容。Swace不会让对方产生令人不快的嫉妒和怀疑，而是让用户能够在游戏中相互支持，分享和互动，甚至团结起来以获得更好的奖励。

Swace的目标群体

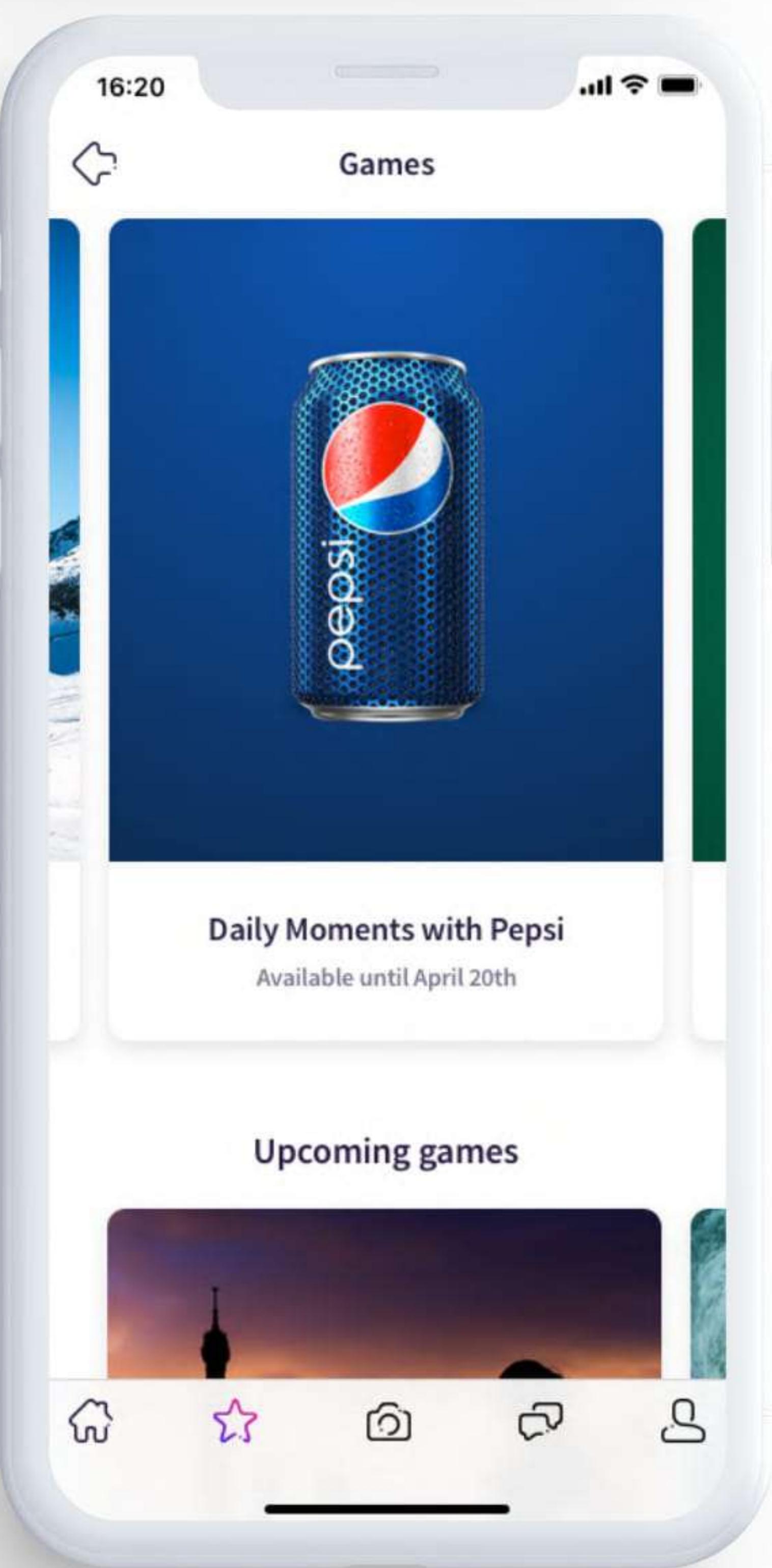
我们认为我们很了解目标群体，并且正在努力满足他们的具体需求。无论他们是积极在体育运动，参加派对还是恋爱，他们在各方面都很相似。他们是年轻（18-26岁），现代，至少有点不合规。他们非常社交，喜欢在社交媒体上与朋友分享生活。对他们来说，成为一个有影响力的人是一个重要的野心。他们重视乐趣并希望提高自己，他们热爱生活中的新技术并轻松采用它们。他们要求透明和公平，因为他们希望掌控自己的生活。

Swace通过引入最新的创新以及尽可能公开透明地开展工作来满足这些需求。我们选择与符合其兴趣的品牌合作，并提供吸引他们的游戏。



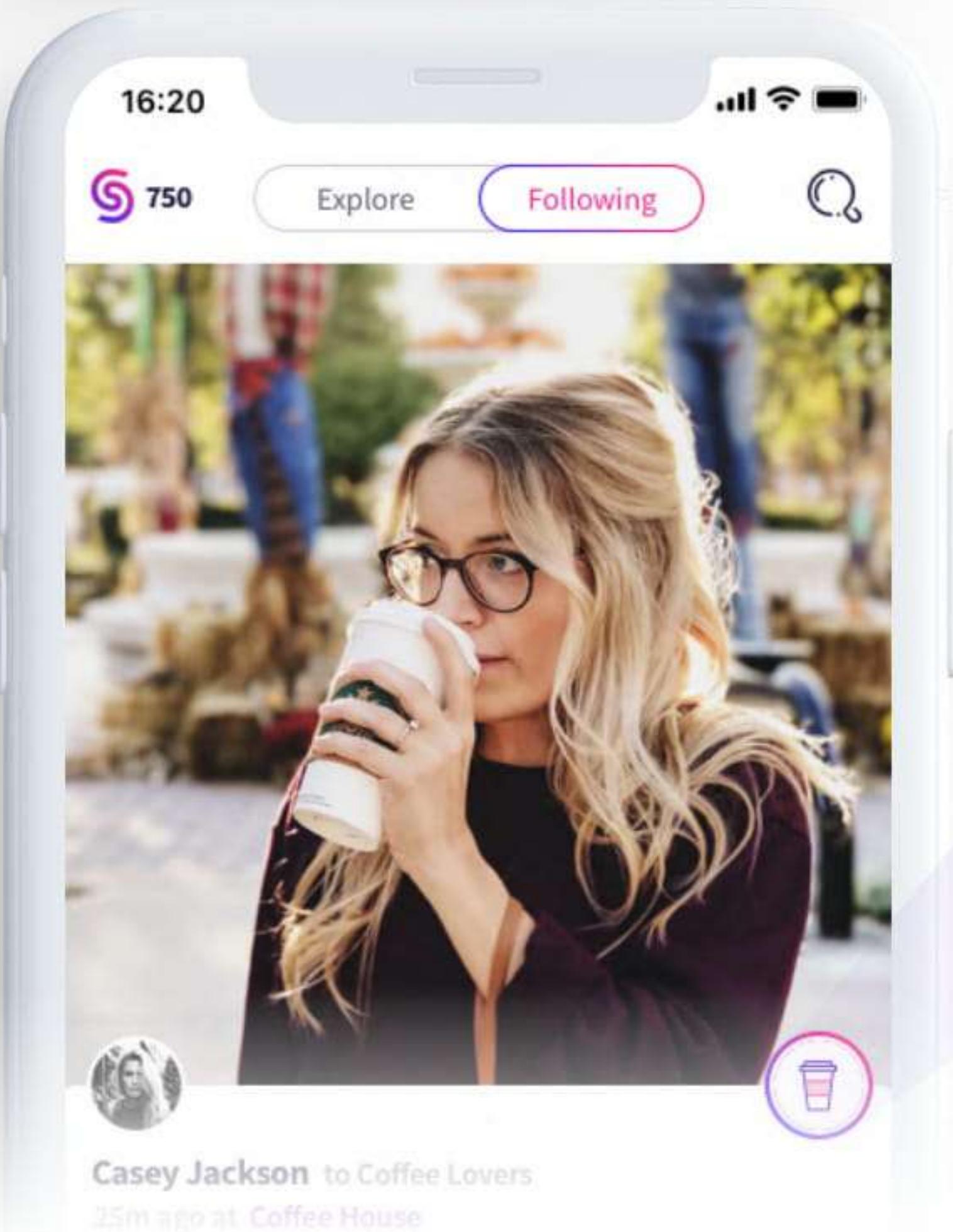
星符号

在这里进入游戏。



游戏清单

这是所有可用和即将推出的游戏的位置。



游戏指示

此图标显示您的朋友或其他用户正在参与的游戏。

参与情景

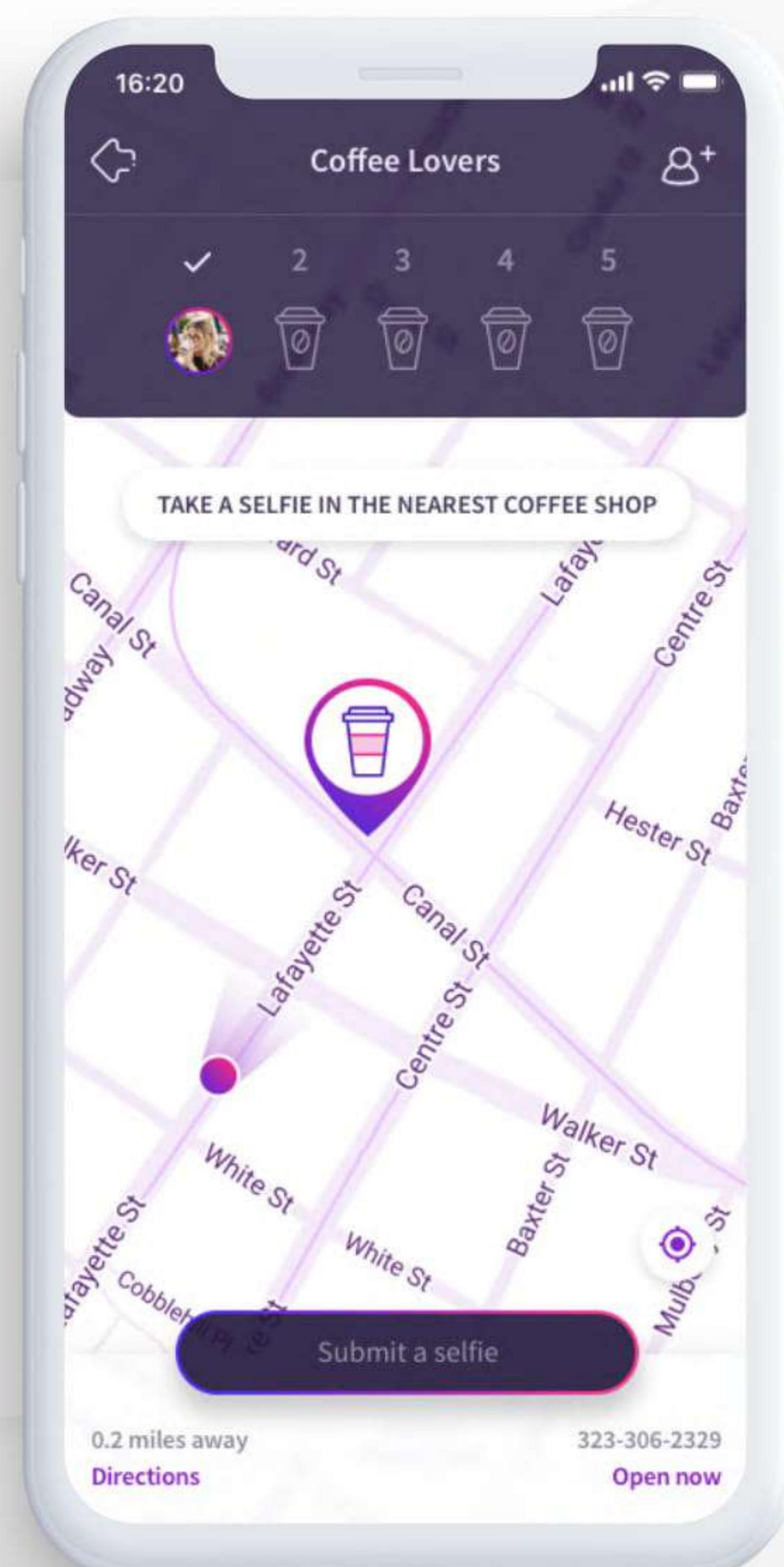
Swace开发了各种可以创建社交游戏的框架，利用多种不同的技术并探索与我们的核心价值相关的用户动机。框架非常灵活，任何人都可以通过简单直接的方式在其中创建游戏。所提供的帧阵列将不断更新，并定期提供新选项。这是APP的核心互动，为用户内容生成，品牌参与和代币经济提供动力。

Swace相信，通过激发竞争本能，结合习惯建设和奖励的自然动机，用户的生活可以得到丰富，更加带劲，从而可以提高对游戏背后品牌的忠诚度。

下面解释了可能的参与场景的一些示例。

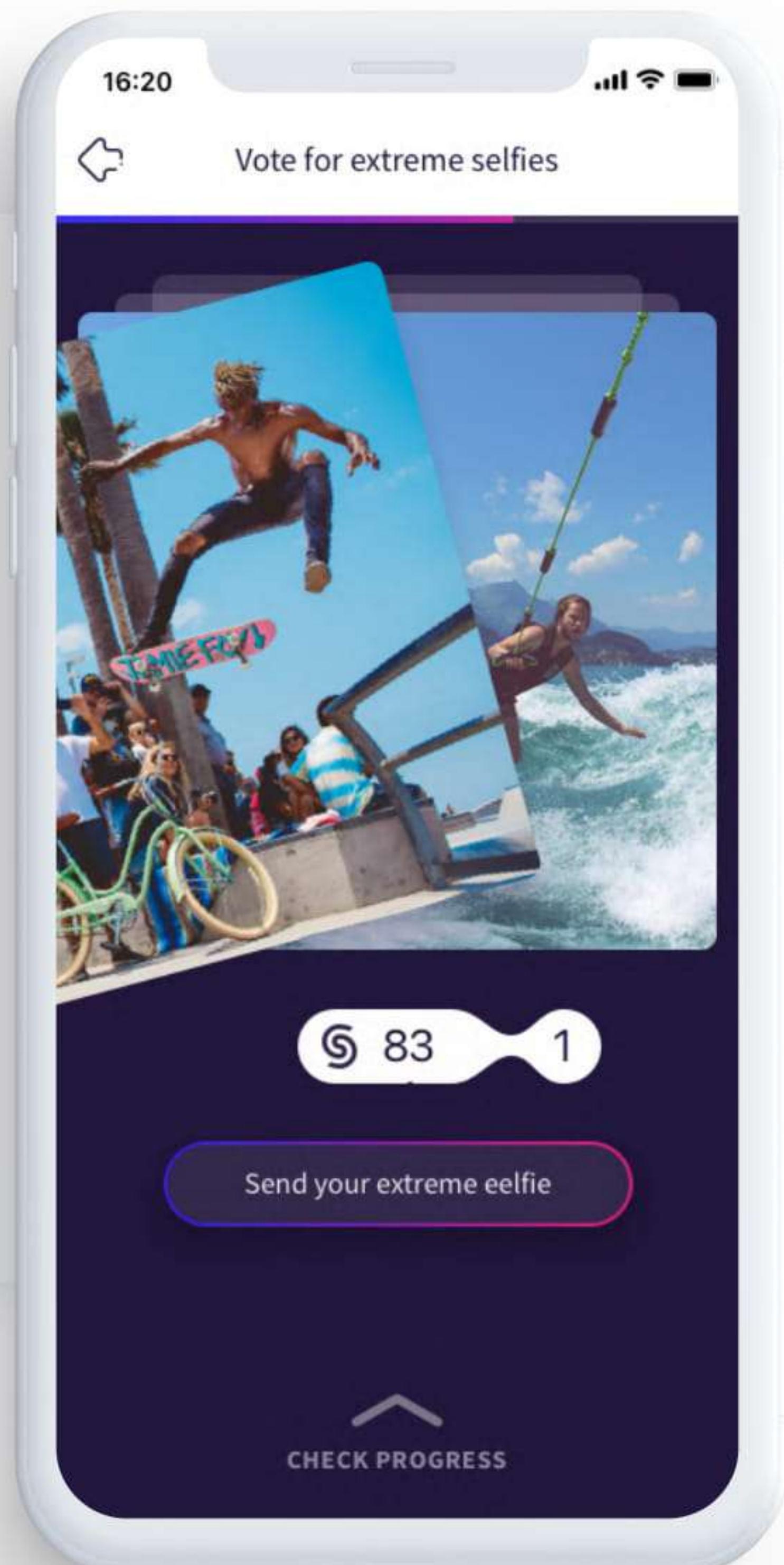
位置

在给定时间段内访问指定数量的位置。使用提供的指南快速拍摄品牌的图片或自拍照，分享照片并获得奖励。这种类型的游戏鼓励用户改变他们的日常生活，探索周围的新位置，并感受冒险 - 与品牌名称相关的积极变化，促进积极参与品牌。游戏涉及习惯构建原则 - 在一段时间内与品牌重复互动有助于形成忠诚度。



投票

上传图片以响应宣布的主题，并尝试从其他用户收集尽可能多的投票。只有得票最多的提交者才会获得奖励。这种类型的游戏吸引竞争激励并参与奖励的排他性，这也要求用户提供创造力，因为主题有时可以通过多种方式进行进一步的解释。

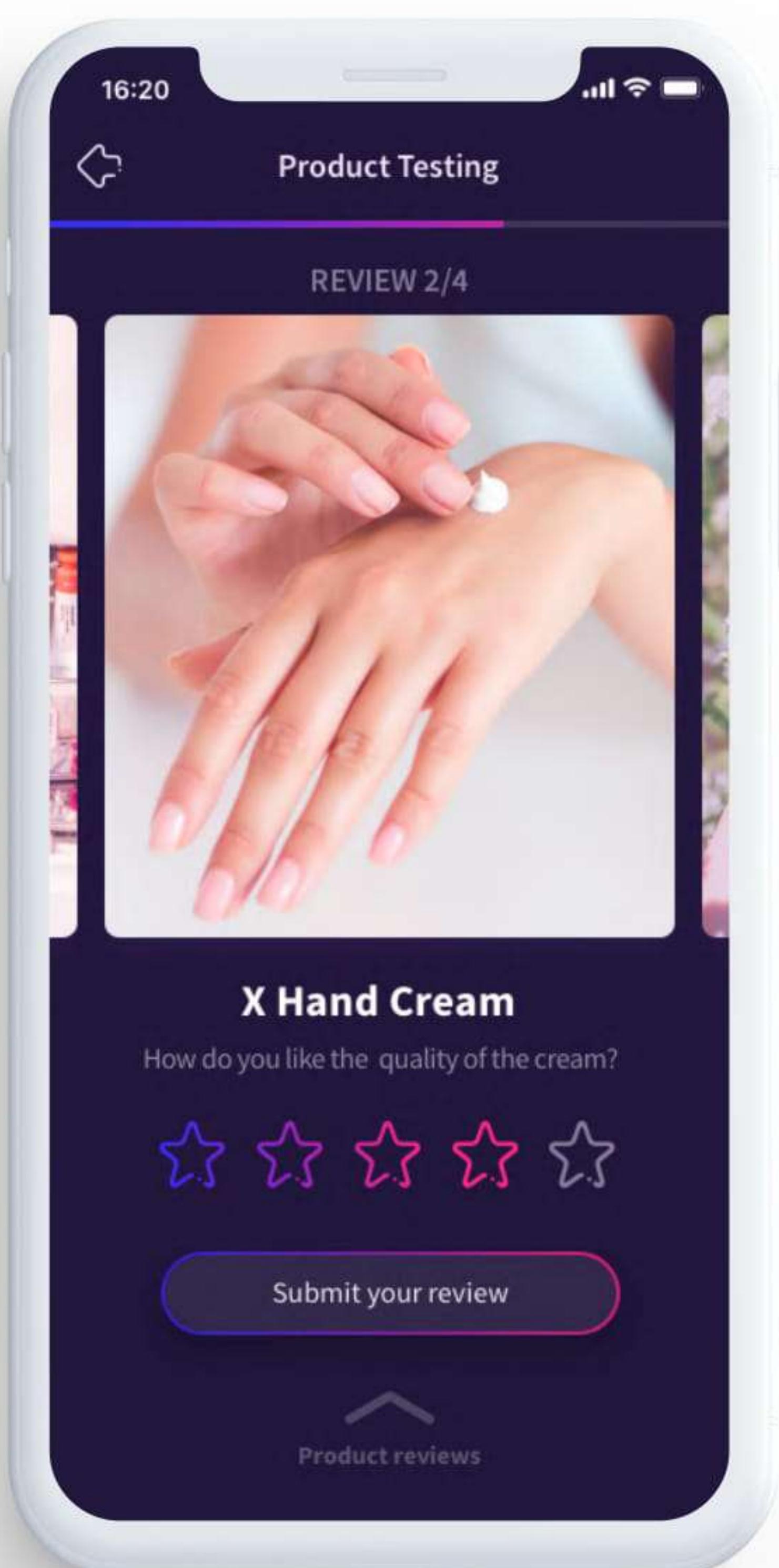
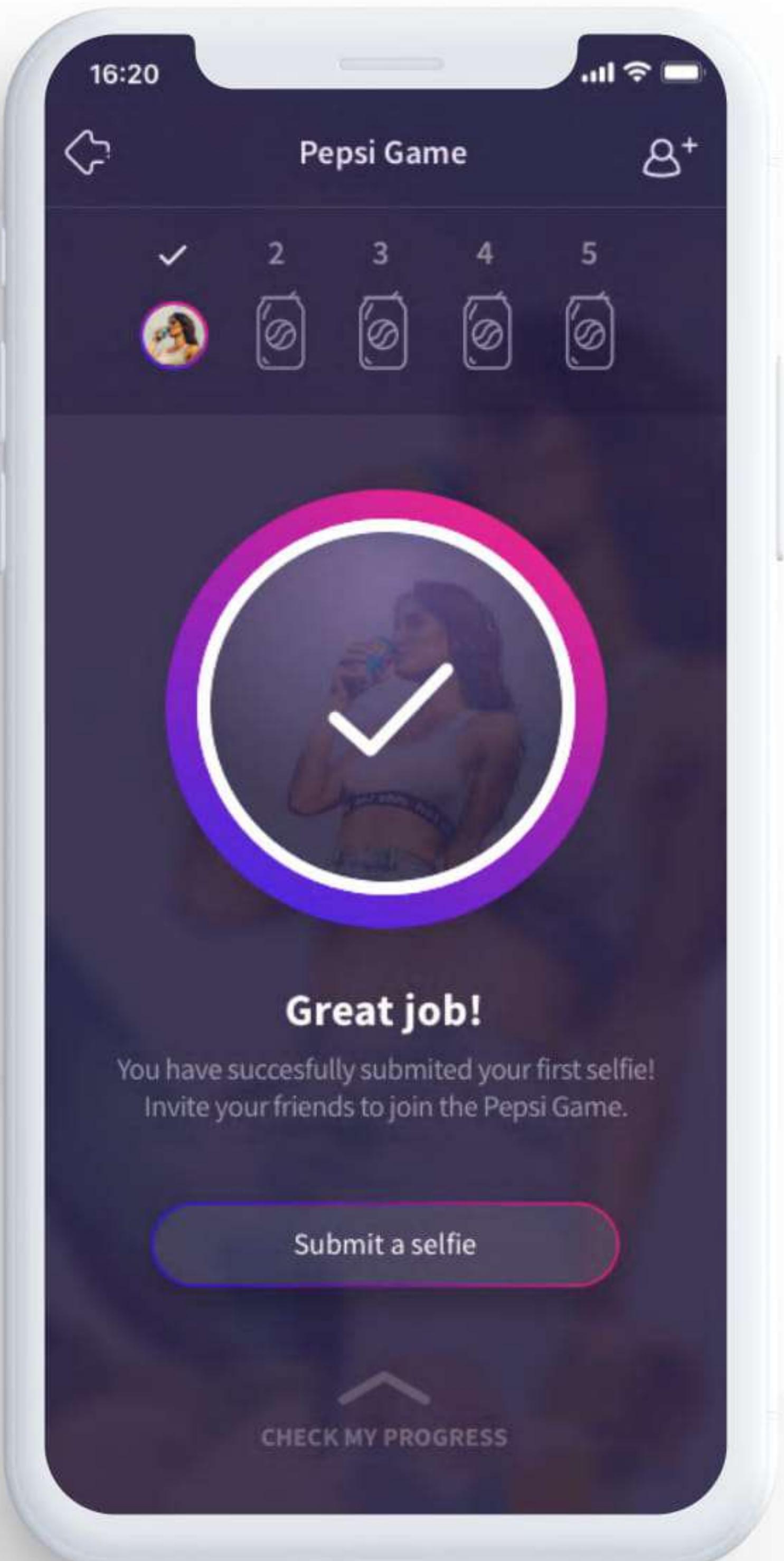


增强现实

用户必须使用AR找到添加到特定位置的3D对象。收集或发现这些物品可以获得奖励。使用激动人心的增强现实技术为用户提供娱乐，同时鼓励身体活动，增加注意力和好奇心，因为他们搜索隐藏物品以获得奖励。

情绪

在指定时间内与品牌分享时刻并获得奖励
。通过将这些情感与品牌名称相关联，将用户生活中的情感，照片宝贵时刻与特定品牌联系起来，可以更加深用户与品牌互动的质量。

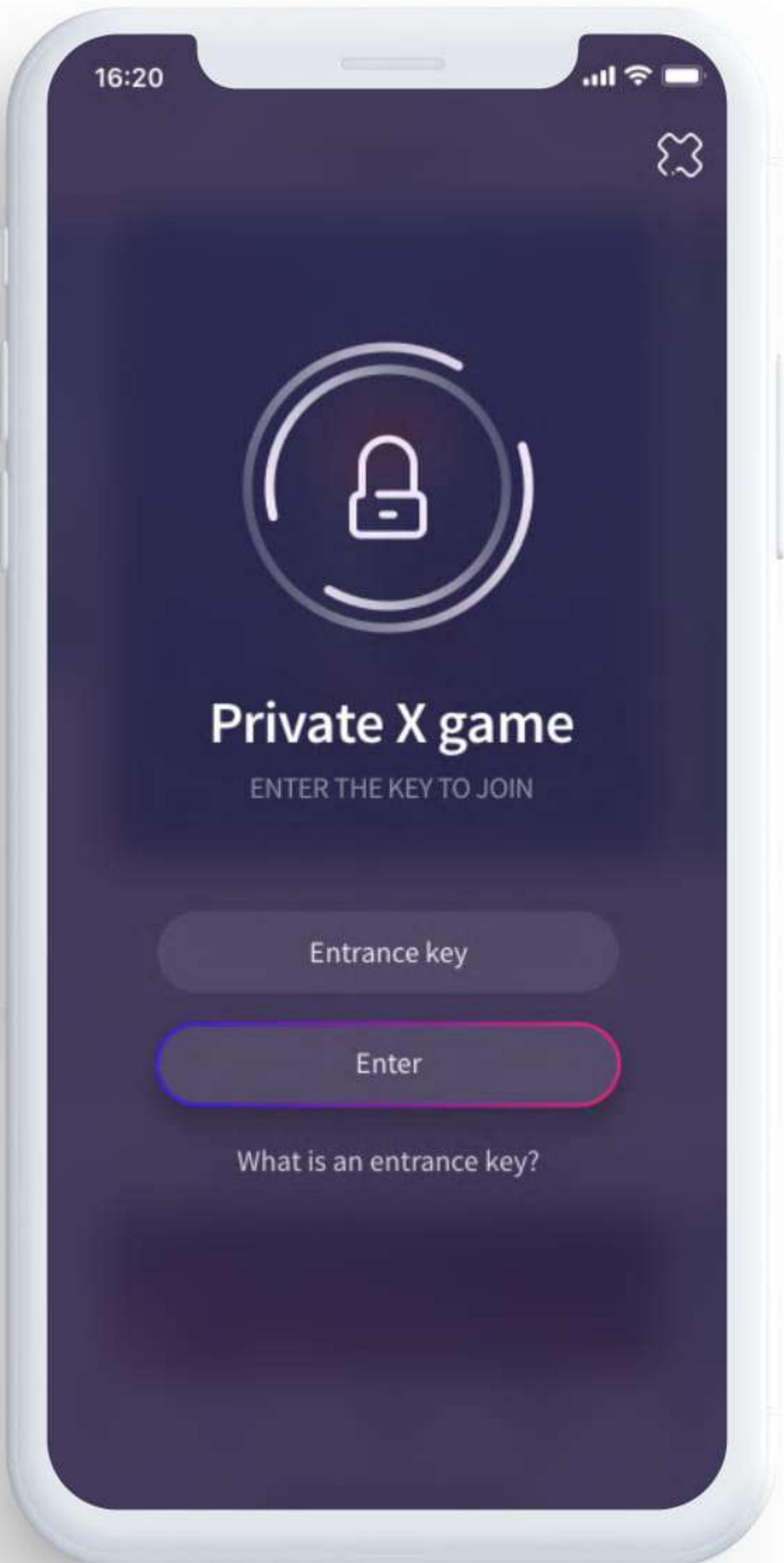


产品测试

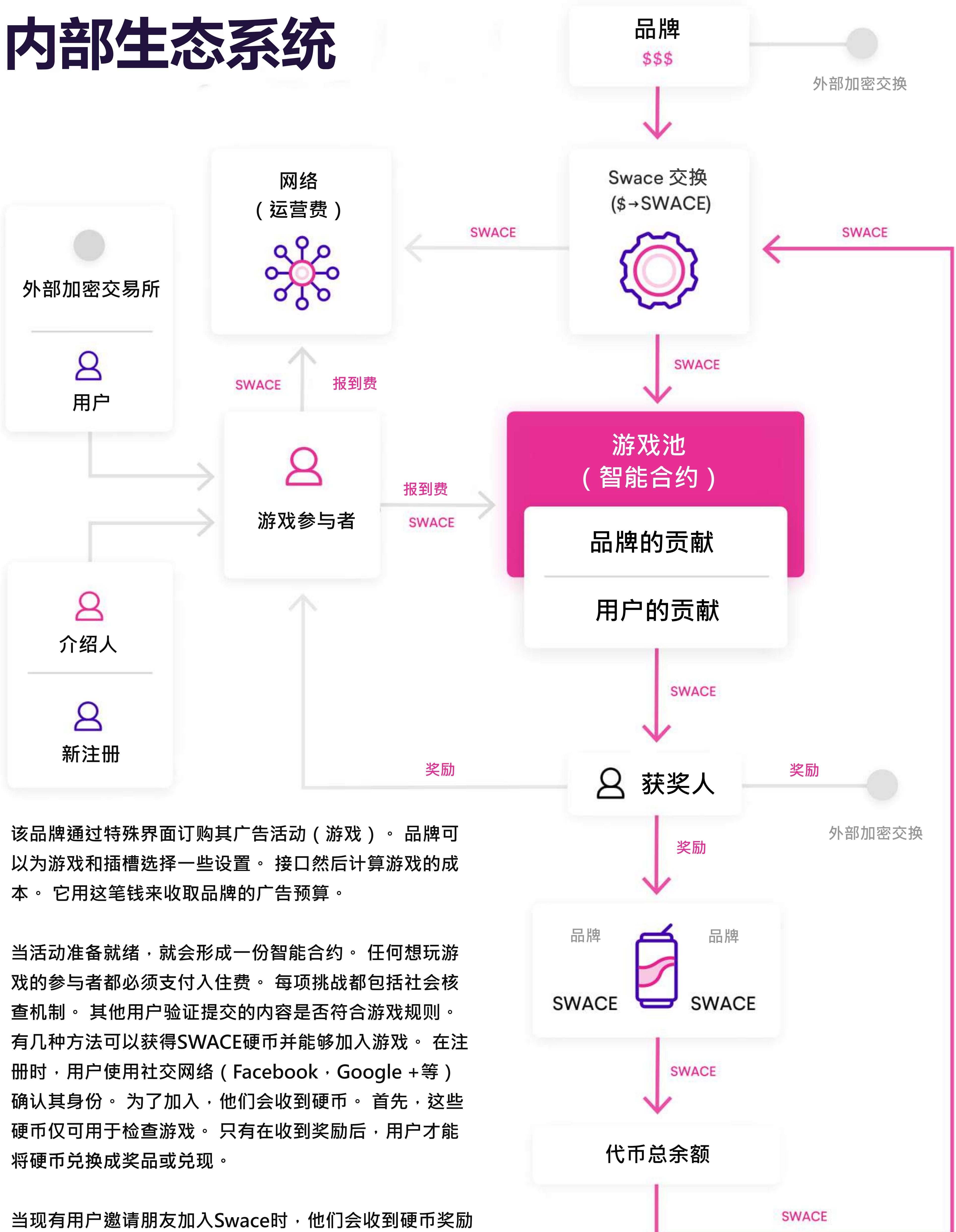
该品牌选择特定的受众并为他们提供新产品进行测试并获得可靠的反馈。参与测试的每个人都会提前获得礼物。为了完成反馈过程，用户可以获得额外的奖励，例如 Honest Tester状况，额外的Swace代币等。该平台成为极其昂贵的产品测试研究的替代品，提供了从可靠的受众那里获得真实反馈的机会。

私有

在这种类型的游戏中，品牌可以选择使游戏密码受保护和/或仅向具有邀请的用户显示。这样，该平台可用于满足公司的内部需求，例如激励或奖励员工。



内部生态系统



该品牌通过特殊界面订购其广告活动（游戏）。品牌可以为游戏和插槽选择一些设置。接口然后计算游戏的成本。它用这笔钱来收取品牌的广告预算。

当活动准备就绪，就会形成一份智能合约。任何想玩游戏的参与者都必须支付入住费。每项挑战都包括社会核查机制。其他用户验证提交的内容是否符合游戏规则。有几种方法可以获得SWACE硬币并能够加入游戏。在注册时，用户使用社交网络（Facebook，Google +等）确认其身份。为了加入，他们会收到硬币。首先，这些硬币仅可用于检查游戏。只有在收到奖励后，用户才能将硬币兑换成奖品或兑现。

当现有用户邀请朋友加入Swace时，他们会收到硬币奖励。一旦受邀用户加入至少一个游戏，硬币就变得可用。

另一种获得SWACE硬币的方法是从外部交易所购买。每个用户帐户都连接到钱包地址。用户可以将他们在系统外购买的硬币添加到该钱包。

最后，每次用户赢得游戏时，他们都会收到硬币作为奖励。有些游戏只有一个获胜者可以获得更多的硬币。在其他人中，许多完成游戏的人都共享奖励基金。用户可以将他们的硬币换成Swace合作伙伴的商品。他们访问合作伙伴的分支机构，选择他们的奖品，并用SWACE硬币支付给品牌的钱包。

从品牌的角度的过程

1. 当品牌决定推出Swace活动，就需要选择其参数。
2. 提供的发生器使游戏设计变得简单方便。
3. 品牌需要提供活动的内容：图像，徽标，品牌和产品名称，描述和类别，以及相关的购买链接。
4. 内容受品牌提供的简报规定，例如 - 以产品为特色的帖子，没有成人内容等。
5. 品牌可以根据年龄或性别，用户来自哪些以及他们的兴趣爱好来定位广告系列。
6. 品牌有可能使用内部Swace Swap将法定币转换为SWACE代币来发起活动。

从用户的角度的过程

1. 登录后，用户会看到他们的订阅，显示他们关注的用户此时提供的游戏和内容分享。
2. 选择游戏时，会询问他们是否愿意接受游戏。如果他们这样做，则从钱包中删除代币的买入总和，并显示游戏页面。
3. 根据游戏类型，用户然后立即或在游戏分配的时间内完成要求。如果游戏持续数天，则完成后会显示倒数计时器，显示剩余时间，直到第二天的挑战可用。
4. 用户可以邀请朋友加入游戏。
5. 用户可以查看提交给游戏的内容的摘要，并且在一些挑战中通过投票他们喜欢的提交来帮助确定获胜者。
6. 当游戏完成，用户将收到他们所有的奖励代币到他们的钱包。他们还可能获得虚拟或真实奖品，并被告知如何收集它们。
7. 用户可以一次加入多个挑战。

即将推出的功能

- Giphy整合（因为GIF是一种非常流行的情感交流方式）
- 游戏排行榜（查看他们排名并与朋友比较的位置）
- 编辑照片（过滤·添加文字等）
- 简化的个人资料共享（向朋友展示或邀请他们并获得代币）
- 地方过滤器
- 与其他用户合作完成游戏（赚取更多代币）
- 面部识别（为照片中的每个额外人员赚取额外的代币）
- 每日代币（奖励用户每天返回APP）
- 共享代币（跟随某人发送和接收代币）
- 报告用户（报告不合适的内容或行为）
- 社区审核（通过帮助适度的用户内容赚取代币）

APP的技术说明

SWACE部署在云上。它的后端是容器化的，并使用微服务构建。微服务的使用具有很多好处，例如更快的开发周期，可扩展性，弹性，云友好性和高可用性（停机时间接近零）。正确使用云基础架构可确保安全性。由于微服务的性质，SWACE不依赖于任何语言或技术，因此我们选择合适的工具来做正确的工作。利用微服务的使用自由，我们选择了一些最新，最安全的技术堆栈，其中包括但不限于PHP 7.2和Laravel。SWACE社交网络由分布式图形数据库解决方案提供支持。

安全性

安全是我们主要关注的问题之一。正确配置云服务使我们能够在基础架构级别达到所需的安全级别。数据库加密可确保个人用户数据安全可靠。我们的生产环境将由自动化工作流程处理，这意味着我们的代码会自动部署，并且没有人（或者确实需要）访问运行该代码的节点。对公共API的请求是加密的，而内部请求（微服务之间的请求）属于无法访问互联网的专用网络。

弹性的API

考虑到了这一点，同时构建了一个elastic API。弹性意味着高度可用，易于扩展和可扩展。SWACE API有一些未来的整合计划；目前，在beta预览阶段，我们将集成两个API - Facebook，Instagram。

移动优先目标

虽然SWACE将为最终用户提供公共自助服务网站，但最初它将首先是移动网站。我们已经构建了原生Android和iOS应用。这些已经在封闭测试版组中进行测试，并且很快就会在iOS App Store和Google Play商店中推出。借助我们的弹性API，推送通知和精心设计的用户界面，这些应用程序将保证最佳的实时用户体验。

区块链应用程序

区块链实施预测

在现代世界中，数字通信正在迅速变得与实时交互一样重要，人们越来越关注集中权力，技术和金融的自然方向是基于区块链技术的加密经济，其主要支柱是透明度和去中心化。但是，目前形式的区块链并不普及性适用。它依赖于每笔交易的手续费使得它几乎不能用于围绕小额支付构建的平台，因为用户没有准备好为他们在平台上执行的每一项行动付费。此外，现在可用的交易速度对于微支付方案是不可接受的。这意味着像Swace这样希望去中心但基于小额支付的项目必须找到第三方解决方案，以使区块链适应他们的需求。

启动此类项目时要解决的第一个问题是，是创建新区块链还是选择现有区块链。对于Swace，答案是后者。我们选择将我们的平台建立在以太坊区块链的应用层上。其原因主要集中在资源管理上。区块链是一项复杂的技术，从零开始开发需要大量的时间，工作和资金投入，而以太坊的区块链已准备就绪并且运作良好，基础设施完善，已有大量第三方解决方案支持其代币，这使得各种集成成为可能。此外，以太坊已经赢得了全球信任和影响力，并将其借给了使用它的企业。它也很灵活 - 它的语言很容易学习，它可以根据需要适应复杂或简单的智能合约。最重要的是，以太坊是完善的，我们可以依靠它。然而，与其他区块链一样，以太坊受到速度限制和低价值交易的高额手续费的限制。这是因为它运行在工作量证明（PoW）协议上。区块链社区众所周知，以太坊的开发人员目前正致力于两种称为Casper和分片（Sharding）的扩展解决方案。

Casper将成为将以太坊从PoW转换为持有量证明（PoS）的工具。这将使使用它的货币更具成本效益。由于PoS协议不受恶意矿工的保护，Casper将实施额外的验证和安全措施。这将实现真正的权力下放，而不是目前的情况，实际上大部分权力掌握在几个大型矿业集团手中，并且共谋是一个真正的危险。

至于分片，这个概念来自数据库技术。在该字段中，分片意味着将数据库水平划分为更小，更易管理的数据库，同时仍保留原始结构。转换为区块链，这意味着链将被划分为更小的节点碎片，其中每个碎片将保留完整的功能，同时承担自己的责任。这意味着该技术将受到扩展。

然而，在开发这些工具之前，Swace将不得不使用其他解决方案。我们将使用以太坊的ERC20代币标准来创建SWACE代币。ERC20代币接口允许部署与以太坊网络的现有基础架构（如钱包，开发工具和交换机）兼容的标准代币，并且我们将实施的第三方解决方案支持它以完成Swace基础架构和建造去中心经济。

有了ERC20代币，我们将在以太坊区块链的应用层基础上推出Swace的beta DApp，并实现作为智能合约创建的游戏。这些游戏的验证将基于人群投票，我们将寻求实现游戏的完全自动化。在分析了多达100,000个用户的用例场景后，我们将继续使用Raiden等工具开发和扩展我们的基础架构。Raiden的脱链框架将是实施低手续费，快速和私人交易（包括小额支付）的绝佳解决方案。虽然离线解决方案并非真正分散，但它将允许我们完成Swace基础设施并为我们的服务增加价值，直到Casper PoS和分片落地。此外，等离子体框架（由以太坊团队开发）将确保智能合约在基础设施内正确实施，并且可能，Bancor（支持ERC20代币的去中心式流动性网络）或其他解决方案将提供持续的流动性SWACE代币。

有了这些解决方案，我们就能够创建一个具有完全可用，安全和可靠经济的分散式应用程序，即使在等待更先进的技术可用时也是如此。我们知道我们打算创建什么技术，并且我们意识到我们面临的问题和限制。确实，目前没有单一的解决方案可以满足我们所有平台的需求；许多事情需要研究，开发和实施。然而，我们相信，即使现在，我们通过使用我们已经确定的工具，可以实现提供基于区块链的产品的目标。

在平台上的应用

正如我们所设想的那样，我们平台上区块链的实际实施将基于平台的每个参与者都有自己的钱包的前提。有一个用于经济平衡目的的行政钱包（如果没有可用的代币，行政钱包会自动生成其基金的销售报价）；每个品牌都有自己的钱包，每个Swacer都有。

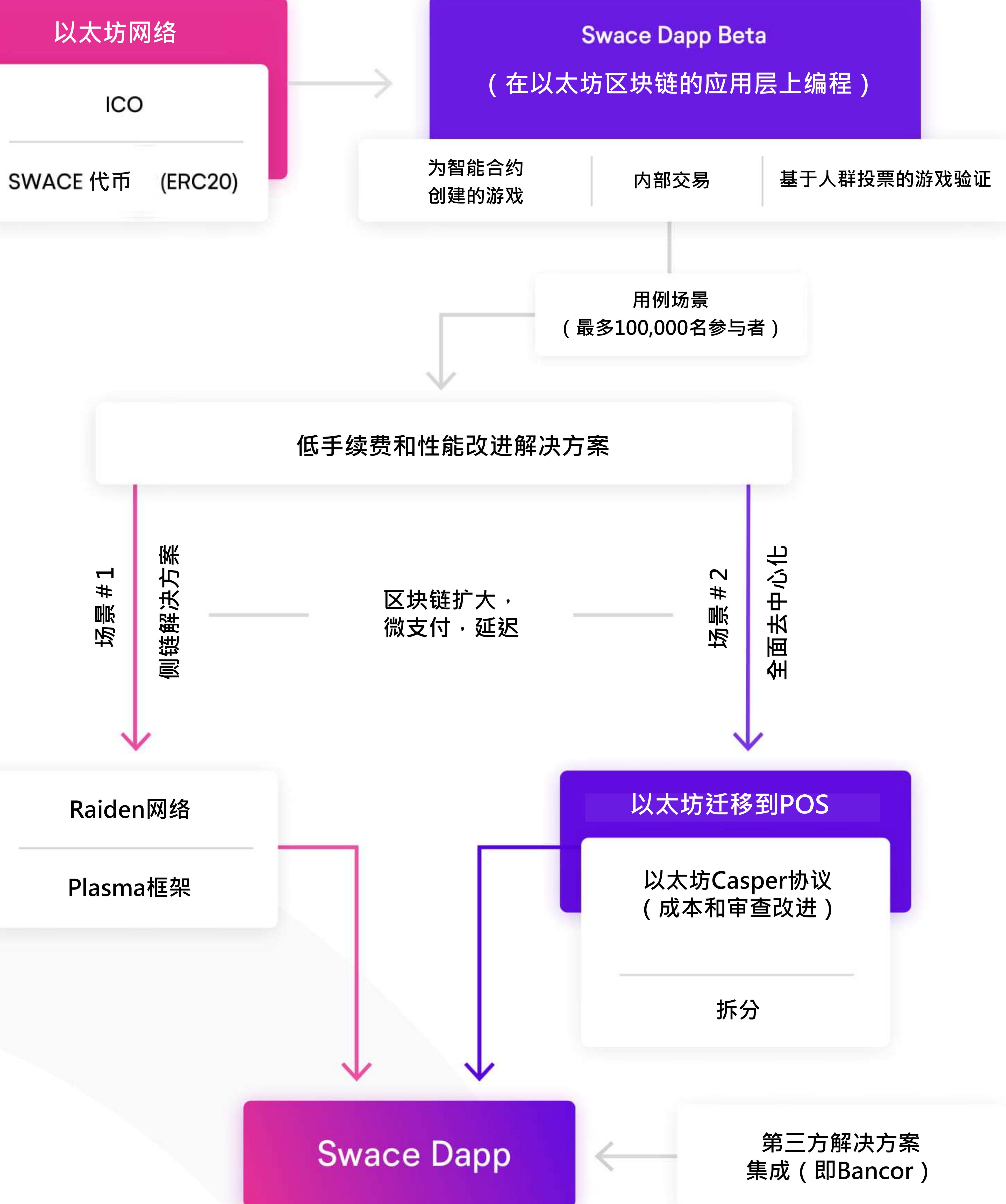
当一个品牌发动挑战时，就会创建一个智能合约，规定其执行的条件。该品牌将其钱包中的一些代币投入到智能合约中，并将其密封。为了参与，用户还可以通过自己的钱包为智能合约做出贡献。这些形成了游戏的奖励基金，其中一小部分用于支付网络费用。

一旦设置了游戏后，社群审核就会发挥作用。版主是具有附加权限的用户：他们确保游戏参与者提交的内容符合品牌所设置的条件。审核人的可靠性经过验证，并且通过其电子钱包认可不可靠的动作。

内容已经通过条件和社区审核，游戏执行 - 智能合约。然后，奖励基金在与品牌设定的条件相匹配的参与者之间分配。

建设自己的硬币的理由：

- 确保稳定的经济，其中代币与参与者和游戏的比例仍然可持续；
- 确保足够数量的代币用于新用户的入职和扩大社区；
- 根据我们的技术路线图落实进一步发展：由于我们的技术目标非常先进，因此必须有灵活决策的空间，例如更改已实施的技术或迁移到不同的区块链。



我们将从App到Dapp的愿景路程在本文的如何(HOW)部分中描述。

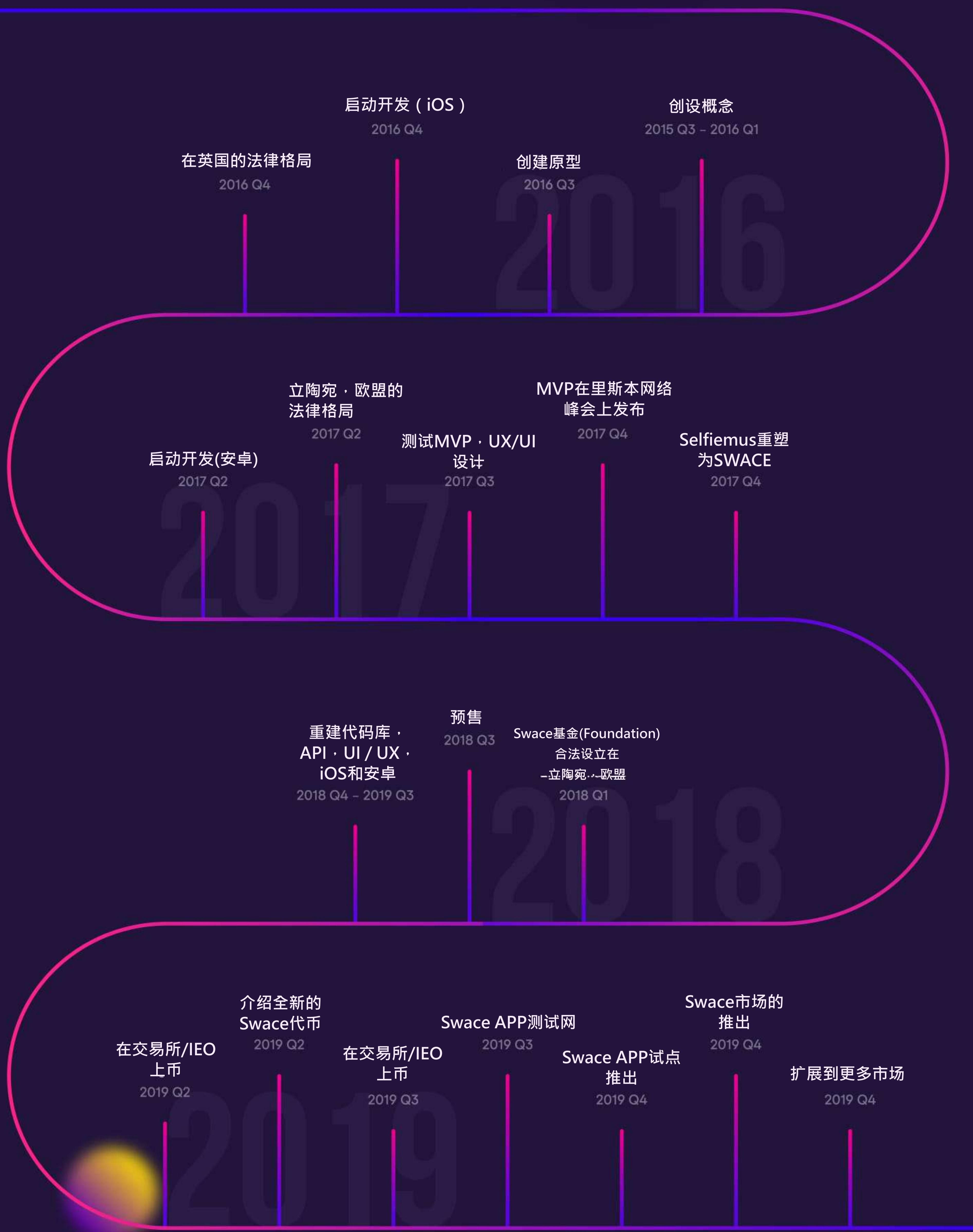
何时

路线图

我们的路线图是项目的时间表。
它描述了我们已经采取的步骤，
以达到我们的现状，以及我们的
未来计划。

路线图

我们从2015年开始至将来的旅程



为什么

问题

目标群

社交媒体参与统计

全球社交媒体趋势

奖励效率

习惯构成

赢家效应

本部分的目的是说明我们创建APP的原因。它讲述了我们如何提出APP的概念，描述了我们观察到并希望解决的问题。另外，我们在这里收集了一些关于心理因素的评论。我们相信这些因素将有助于APP的成功。

问题

数字互动作用不大

- 社交媒体在全球取得了巨大的成功。
- 社交媒体营销还没有。
- 社交媒体品牌承诺了很多对，但能提供的实在很少。

必须购买展示次数：

2%

Facebook对品牌页面的
有机范围。

Hubspot, 2016

然而，而定期参与很少：

7/1000

的品牌拥护者将抬高
Facebook帖子

SmartInsights, 2017

导致投资回报率低：

80%

的CMO无法量化其社交媒体工作
的真实价值。

TheCMOSurvey, August 2016, US

品牌只依赖低参与度解决方案：

- 被动式内容（静态和视频帖子）；
- 竞赛（分享品牌帖子的一次性优惠）。

即使对于大品牌，替代品也是昂贵的，对于小品牌，完全无法采用

数字参与的问题可以被解决。Swace使品牌能够以真实有意义的方式吸引用户。用户与品牌保持联系，将其记住一段时间，积极与之互动并与之建立积极的联系。与被动消费（通常是令人讨厌的）广告不同，这里的品牌成为奖励和令人兴奋的逍遙时光的来源。当游戏足够长时，用户甚至可以开始养成与品牌互动的习惯。

市场比较

鉴于上述的问题，我们向市场寻求了解可用于改善用户/品牌参与程度的解决方案，尤其是那些专注于社交游戏和/或奖励的实施方案。

	Swace	寻宝	Swarm	Pokemon	Indahash	Steemit	Appsolutely	SponsorOne	Admine
重点	社交游戏平台	基于位置的游戏	位置共享	AR游戏	影响者营销	社交媒体平台	区块链忠诚度生态系统	影响者营销	品牌社交网络
进度	2018年第2季上线	已上线	已上线	已上线	已上线	测试版	2018 Q2	2018 Q1	2018 6月
代币	Swace Coin	—	—	游戏内货币	IndaHash Coin	Steem	LoyalCoin	SponsorCoin	MCN
区块链技术	是	—	—	—	是	是	是	是，目前它不具有可扩展性，也不允许即时交易货币。	是
奖励用户	是	是 (非货币)	是 (非货币)	是 (非货币)	是		是	是	是
AR游戏化	从2018年第3季开始	—	—	是	—	—	—	—	—
位置游戏	是	是	是	是	—	—	—	—	—
内部市场	是	—	—	是 (游戏物品)	—	NA	NA	赞助云电子商务	NA

由此得出结论，并非所有需求目前都在任何一种产品中得到解答，我们通过运营焦点小组继续进行市场调查。我们希望看看潜在的消费者是否意识到我们已经发现的问题，并认为我们建议的解决方案是可取的。

目标群

为了确认上述调查结果并调查其对我们情况的适用性，我们规定了目标群，其中10名参与者年龄在20-23岁之间。这些都是年轻的专业人士，他们的社交能力和相对活跃的生活方式，都拥有智能设备和广泛使用社交媒体。我们向他们询问了他们的社交网络习惯，他们对现有网络的满意水平，以及他们对潜在新网络的看法，这些网络提供了我们为Swace设想的功能。

90%的受访者表示对这样的APP表达了兴趣，60%的受访者表示他们“肯定会玩，特别是如果我喜欢的一些品牌参与其中”。他们对有关连到他们最喜欢的运动鞋和服装品牌的游戏的可能性，以及汽车共享和健康的生活方式游戏（包括团队运动）感到特别兴奋。

仅百分之十的受访者表达了不确定性姿态，表达了这样APP只有在游戏定期更新且不重复时才会感兴趣的总体情绪。其他人同意保持多变游戏和令人兴奋的高度重要性。

受访者将他们目前使用社交网络APP的体验描述为令人满意的几个令人沮丧的因素，例如过度策划（“没有什么是真实的”）以及被大型网络操纵和利用的感觉（“每个人都沉迷于喜欢 和股票，以至于人们可以感觉只是一个数字”）。他们认为，他们几乎成了商品，接触了如此多的广告，好像公司只是从他们的存在中赚钱，无论他们创造的内容或他们表达的意见。他们说，欢迎更个性化的方法。

为什么务必要以用户身份加入？

- 您可以获得加密货币和其他奖品形式的奖励，用于您所做的事情和您创建的内容。只需注册即可获得第一笔奖励！
- 您不再需要忍受Facebook和其他主流社交网络的剥削和审查。你不是一个数字，你不需要遭受被广告轰炸。
- 您可以与自己喜欢的品牌互动，通过互动获得奖励，甚至通过与朋友分享并将其介绍给品牌来成为影响者。
- 您可以拥有令人兴奋的新事物，令人兴奋的新技术，以及改变日常生活的有趣方法。

为什么贡献？

- 在生态系统中使用硬币有很多种方法：奖励他人获得好照片，加入游戏，交换合作伙伴商品，交给朋友等。
- 该产品已经准备落地，将于2019年7月在其第一个市场推出。与17家国际公司签订了合同，这些公司都相信Swace。

为什么要开始游戏？

- 这是一个通过创新游戏与客户真正互动的机会，这些游戏可以消除压倒性广告的背景噪音。
- 形成用户习惯和与您的品牌积极联系的可能性。
- 当用户为品牌游戏生成内容并与朋友分享时，通过影响者和推荐自然地传达您的品牌的绝佳方式。

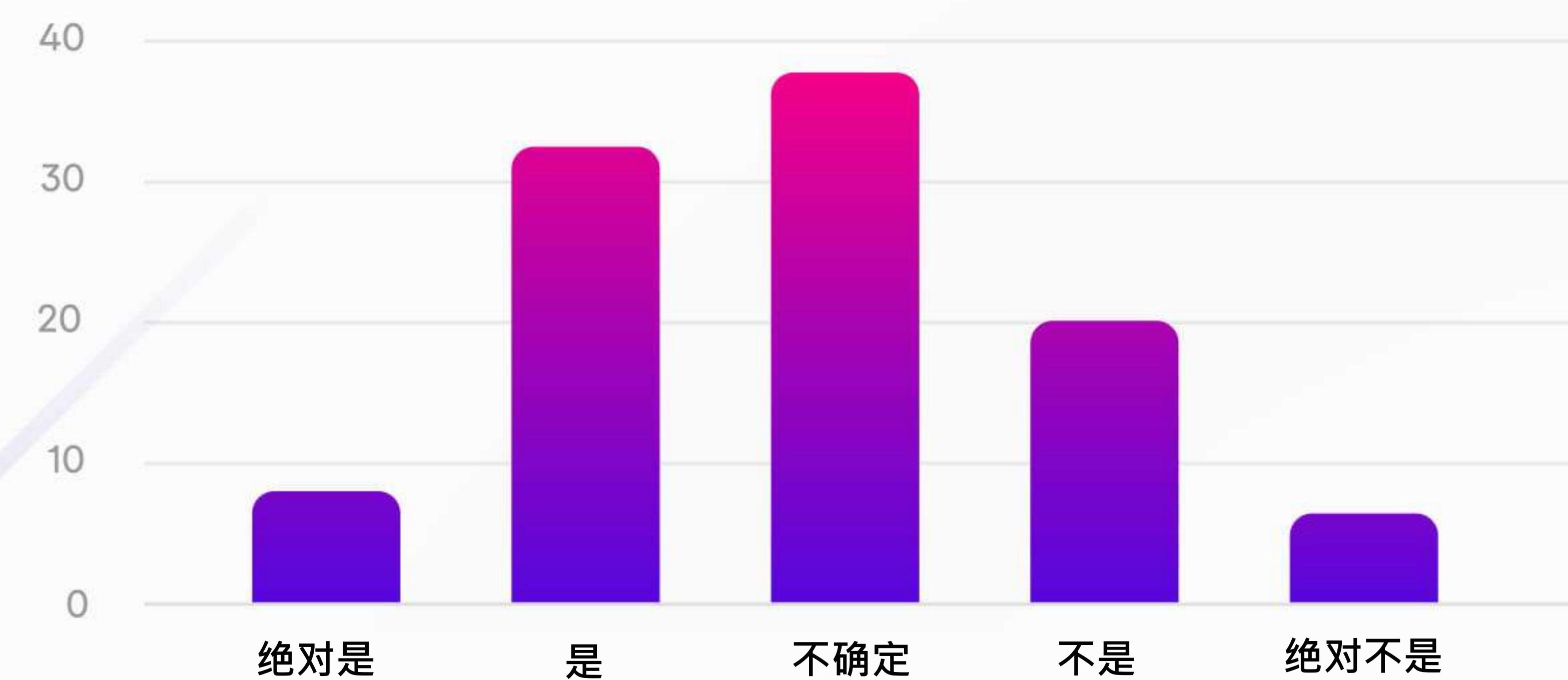
社交媒体的参与统计

社交媒体传统上被认为是品牌增强社区参与度和用户忠诚度的有力工具。然而，该工具远非完美，并且证明难以导航。随着社交网络不断更新他们的算法和用户对他们在网上公开的信息产生不信任，品牌发现他们的社交媒体广告的效率已不再令人满意。

首先，根据最近的调查，认为他们能够衡量他们对传统广告投资效率的品牌比例每年都在下降 - 从2015年的42%（已经相当低的百分比）到2017年的38%。如果无法衡量投资回报率，那么为社交媒体广告分配的大额预算是否合理就显得令人怀疑。

品牌是否相信他们可以衡量SM投资回报率？

据socialexaminer.com的调查



具体来说，该领域最大的玩家Facebook在效率方面很难量化，因为其最新算法可以防止品牌发布的大部分内容被显示给用户，而且用户对过滤信息的方式也不太满意和操纵。当被问及他们是否相信他们的Facebook营销工作是否有效时，只有42%的人回答了积极的情况。这个数字也有所下降（仅在一年内减少了4%）。大多数营销人员回应他们不知道（回到投资回报率测量问题），或者他们认为他们的Facebook营销无效。

进一步询问营销人员在过去12年中他们是否在Facebook新闻提要中曝光率下降。令人印象深刻的95%的总和是确定减少(53%)或不确定任何方式(42%)。同时，盖洛普报告社交媒体对大多数美国人的购买决定没有影响，并且似乎所有年龄和来源的人都非常喜欢他们的熟人建议在社交媒体广告上进行购买。

然而，根据Nielsen的报告，18岁以上的成年人平均每周花费6到7个小时使用社交媒体这一事实，公司坚持尝试使用社交媒体作为广告工具并不令人惊讶，他们希望优化体验并提高他们所看到的投资回报率。

Swace旨在通过为品牌和用户提供一种新的交互方式来满足这一需求：通过一种新的社交媒体，不会为信息操纵留出空间，并且品牌通过刺激用户来传达信息生成自己的内容，使其他用户更容易信任它。

代和区域完全或稍微信任广告格式的受访者百分比。

● 我所认识的人的推荐

● 品牌网站

● 消费者意见在线上发布

	代					地区				
	Z世代 (15-20)	千禧代 (21-34)	X世代 (35-49)	潮一代 (50-64)	沉默代 (65+)	亚太区	欧洲	非洲/中东	拉丁美洲	北美
●	83 %	85 %	83 %	80 %	79 %	85 %	78 %	85 %	88 %	82 %
●	72 %	75 %	70 %	59 %	50 %	78 %	54 %	76 %	75 %	61 %
●	63 %	70 %	79 %	58 %	47 %	70 %	60 %	71 %	63 %	66 %

全球社交媒体趋势

早在2014年，谷歌估计Android用户数量达到10亿，并表示这些用户每天发送200亿条短信并上传了9300万个自拍照。

同时，Time进行了一项有趣的实验，排名世界顶级自拍城市。曼哈顿以每10万人202名自拍者的身份获得第二名，但菲律宾金融之都马卡迪市却是最大的获胜者，获得了100,000分中的258分。该列表包括各大洲的城市，显示了自拍照片的普遍吸引力。

这种自拍特别受千禧一代的欢迎，这一代人出生于20世纪80年代初到21世纪初。显然，千禧一代的平均寿命可能会达到25,700个自拍。鉴于每个自拍照估计大约需要7分钟，因此每周拍摄和编辑自画像需要花费大量时间。根据一些统计数据，自拍者的年龄中位数为23.7岁，其中大多数是女性。

大多数自拍都是为了在社交媒体上发布而被抢购一空，其中大部分都直接进入Facebook，其次是WhatsApp，Twitter，Instagram和Snapchat。与此同时，网络中的百分比也不同：特别是74%的Snapchat帖子都是自拍照。

如今，如此多的研究专注于自拍，这一事实反映了社会对这一现象的重要性和认可度的提高。研究结果证明了这种效应的普遍性。自拍照片在世界不同的角落可能会有所不同（显然，在曼谷和圣保罗，人们往往会在自拍中微笑，但在莫斯科则不然）-但它们在各地都很受欢迎。

奖励效率

奖励有效的原因在于人类的大脑有助于寻求奖励并迅速学会导致获得奖励的行为。神经科学中的奖励系统是一组负责积极情绪（尤其是涉及快乐的情绪）和奖励相关认知的大脑结构。后者包括大脑解释奖励的方式，以及寻求某些经验作为奖励的条件，以及与渴望奖励相关的动机。

奖励的三个主要功能是：

- 它们产生联想学习，即通过奖励的积极强化可以用来调节人们以某种方式行事。可以在某些事物或情况与奖励之间形成关联；
- 它们可对决策产生影响，因为人们会根据自己的欲望寻求进一步的奖励和选择；
- 它们可引起了乐趣。

向外的奖励（意味着财富或升值等外部因素，而不是食物和水等的内部需求）不会通过产生多巴胺而直接影响大脑的快乐基点。相反，它们通过学习与向内奖励的关联（例如，金钱可以购买食物）而变成酬报。它们与奖励系统的“欲望”组成部分相关联，并引起欲求（积极寻求对某种需求的满足）和预期（基于对未来奖励预测的当前行动）行为。

Wolfram Schulz（剑桥大学生理学，发育和神经科学系）撰写：在操作性条件反射中的奖励是正面的强化剂。...操作行为为奖励提供了良好的定义。任何使个人回归更多的东西都是积极的强化者，因此也是一种奖励。虽然它提供了一个很好的定义，但积极强化只是几种奖励功能中的一种。.....奖励很有吸引力。他们在激励并让我们付出努力。.....奖励诱导接近行为，也称为食欲或预备行为，以及完成行为。.....因此，任何有可能使我们接近和消费它的刺激，对象，事件，活动或情况都是一种奖励。

激励的显着性 - 一种将“欲望”的属性赋予某种刺激的过程 - 有助于建立向外和向内奖励之间的联系。换句话说，虽然某种经历本身可能不具有生理学上的回报，但是可以教导个体将其与一种或多种直接影响大脑快乐中心的活动联系起来。

当协会成功被建立，个人就更有可能寻求经验以重复奖励感受。众所周知，一旦获得了奖励，在个人眼中它变得更加令人满意，因为他们已经知道他们能够获得奖励以及它所提供的后续愉悦。

沃顿商学院和加州大学洛杉矶分校市场营销学教授Xavier Dreze在南加州大学马歇尔商学院市场营销学教授Joseph Nunes的“营销研究期刊”上发表了研究成果，他们发现成功获得奖励的成员表现出更多的努力和动力 在后续尝试达到目标时，意味着基于奖励的品牌互动可能会与品牌产生积极关联，从而提高品牌忠诚度。

习惯构成

虽然将“习惯”这个简单词地解释为凡是经常重复的行为，但实际的心理定义是：“为响应与其表现相关的语境线索而自动触发的行为”。换句话说，我们生活的背景使我们做了我们在某些情况下接受过训练的事情。洗手的动作是由使用浴室的背景提示引起的 - 不是因为我们每次都有意识地思考它，而是因为我们已经学会将提示与动作联系起来并且它已经变得自动化了。

根据广泛的心理学研究，学习过程包括在相同的环境中多次重复某个动作，直到动作变得依赖于语境线索并且停止有意识或需要动机。因此，孩子可能需要一个五颜六色的牙刷和调味牙膏来鼓励她刷牙，但成年人在早上起床或准备睡前（上下文提示）时会自动进行。

不同于有意识的意图，它占用了心理资源并需要一些认知努力，习惯是在熟悉的环境中通过冲动来调节的。因此，学习一种习惯可以为新的或更复杂的活动释放心智能力。学习过程涉及有条不紊地将行动的开始从有意识的动机努力转移到与某种提示的稳定的冲动关联。

针对于营销目的，这意味着如果可以教导消费者自动将某些环境与品牌产品联系起来（例如，在他们共进午餐时获得某种品牌的软饮料，或者前往某些商店，当他们需要某些东西时）。由于学习过程以重复为中心，Swace的参与框架要求用户按顺序返回某个地方或连续几天执行某项行动，这有助于形成与品牌相关的习惯，并伴随着将积极强化奖励。

赢家效应

生物学中一个大家也熟悉的现象，“获胜者效应”部分基于着名心理学家大卫麦克莱兰的研究，他发现了三种基本无意识的人类行为主动机：

- ✓ 成就的愿望
- ✓ 加入联系的需要
- ✓ 需要力量

这些是激励我们个人和职业生活的驱动因素，但如果它们与我们的生活方式不相符，它们也会阻碍它。激励因素造成的不良影响和好处都会导致我们的大脑发生变化，使我们的精神状态变得更多或更少，容易受到压力，并且容易重复某些行为。

这种激励因素的好处的一个例子被称为“胜利者效应”。众所周知，在对抗中击败对手的动物更有可能继续面对其他对手，事实上已经准备好继续战胜胜利。动物的身体化学经历了变化，使它能够面对越来越强大的敌人

动物身体发生的变化与成功和失败的关键激素之间的自我强化渗透有关 - 壕酮（引起欣快感和冒险的倾向）和皮质醇（与胆怯有关）。

华尔街交易员转为剑桥大学神经科学家约翰科茨在“狗与狼之间的时间”中写道：冒险，肠道感觉和繁荣与胸围的生物学：研究野外动物的生物学家注意到一只动物赢得了一场战斗或竞争草皮更有可能赢得下一场比赛。在许多物种中观察到这种现象。这样的发现提出了单纯的获胜行为有助于进一步获胜的可能性。但在生物学家得出这样的结论之前，他们不得不考虑一些替代解释。例如，一只动物可能只是因为身体比竞争对手大得多而继续获胜。

为了排除诸如此类的可能性，生物学家构建了对照实验，在这些实验中，他们找到了大小相等的动物，或者更确切地说，它们在所谓的“资源保持潜力”中具有相同的匹配性。换句话说，总的物理资源 - 肌肉，代谢，心血管 - 动物可以全力以赴地进行战斗。他们还控制着动机，因为吃胴体的小型饥饿动物可以成功地追逐更大，吃饱的动物。然而，即使动物在大小（或资源）和动力方面均衡匹配，仍然会出现纯粹的胜利者效应。

例如，在一项研究中，检查了630,000个职业网球比赛的数据库，显示第一组的获胜者有60%的机会赢得下一个。

这显示了基于游戏的用户体验的效率，因为当用户观察到游戏带来奖励时，他们不仅会被激励继续参与其中（由于大多数人的自然竞争性和收入的乐趣）奖励），但也无意识地准备在连续任务中做得好，这反过来将导致习惯形成，并且很可能使用户将睾丸激素峰值产生的积极感觉与设置游戏的品牌联系起来。

如何

市场策略
3个支柱
核心价值

本节将介绍Swace的工作概念。从我们的营销和核心价值观到我们计划实施区块链技术的方式，展示着我们的工作并分享了我们的模式。

市场策略

独特的销售议案

对于用户：

- 在使用社交网络时，您不需感觉像是待售的统计数据或数字。
- 可以为您所做的事情和您创建的内容而获得奖励。您可以以有趣的新兴方式与朋友在一起共度时光。
- 您可以成为一名有影响力的人，并因与品牌合作而获得报偿。

对于商户：

- 这是一个通过创新游戏真正与客户互动的机会，还可以消除压倒性广告的背景噪音。
- 形成用户习惯和与您的品牌积极联系的可能性。
- 当用户为品牌游戏生成内容并与朋友分享时，通过影响者和推荐自然地传达您的品牌的超绝途径。

从5P的角度来分析

产品

卓越，创新，证明引起潜在用户的兴趣。
已经过行开发和操作。

定价

根据市场规模，平台流行度和用户数量定价。

地点

分销渠道（更多品牌交换Swace硬币为他们的货物）。

宣传

ATL和BTL的营销组合，特别强调某些BTL活动，基于市场形成的习惯进行数字和线下活动。

人群

三群人将会参与这个过程：1) 我们的专业团队，使这一切成为现实；2) 明确地确认的目标群众；3) 希望吸引目标群众的企业。

在IEO期间

公测模式（发布alpha产品以获得反馈和第一批用户）；众筹（用于筹集资金并获得第一批用户）

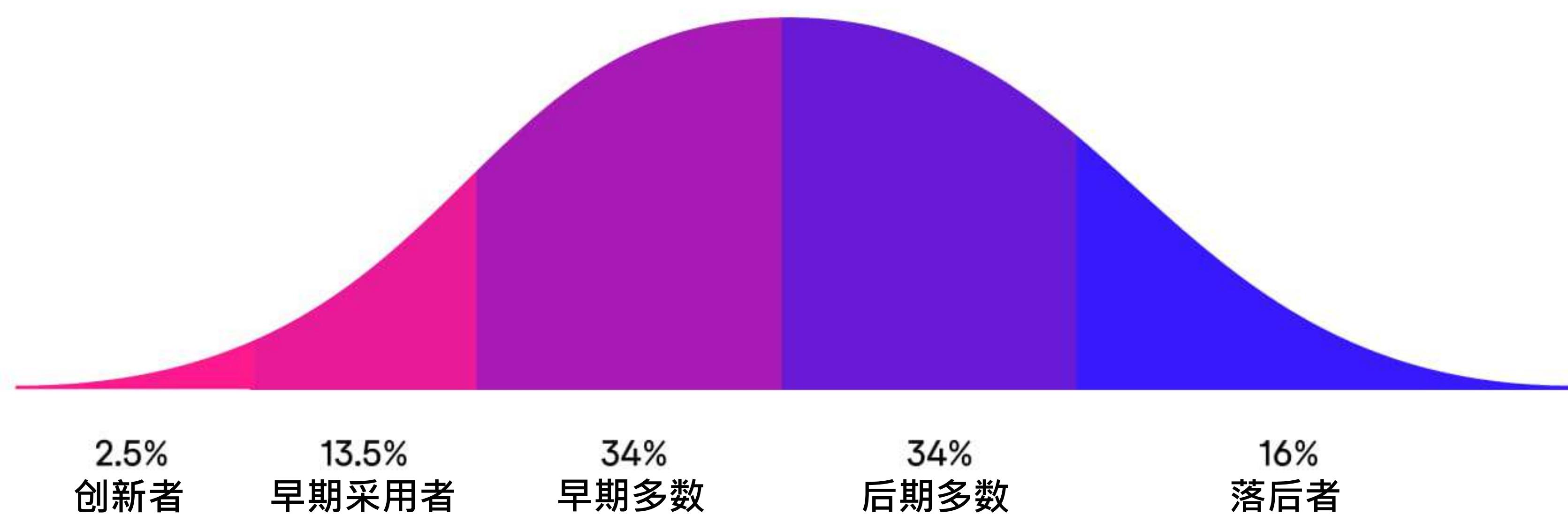
IEO后

市场收购，考虑每个市场的具体情况。我们打算使用的一些营销策略包括：涟漪（使用影响者），大肆宣传（大型昂贵的行动），谜语（跨越不同平台的沉浸式体验，公众必须解决线索才能揭示产品或赢得奖品），异化（在完全出乎意料的情况下展示产品），明星奖（一生一次的奖励，让更多人参与发布），时代精神（捕捉国家的情绪并采取相应行动）。

有关随着时间推移的用户入职数量的期望

新的创新/技术通常应用E.罗杰斯扩散过程曲线，以预测它们向社会的传播。我们的创新更有可能更快地适应，因为它的大多数功能已经为公众所熟知，甚至是可取的。

获得用户的潜力（时间）



当然，很大程度上取决于市场形成的习惯。一些市场更快地采用新想法，其他市场则完全拒绝它们。

合作战略

我们正在寻找能够扩大项目规模的合作伙伴关系。已经达成了首批应对挑战并与零售，电信，饮料，技术等领域的全球领导者签约。这笔交易是：高级游戏入口，品牌承诺通过其现有的沟通渠道推广游戏，以便其关注者被应用程序吸引。

根据我们所做的研究（从每个市场中最受欢迎的品牌游戏和奖励开始），通过提供高质量的内容和有吸引力的奖励的有趣游戏来吸引用户。

为各个领域的市场领导者的每一步选择合作伙伴，以使每项行动尽可能高效和有效。

网络效应是Swace的关键，因为用户数量越多，产品价值就越高。我们必须在供需方面努力工作以增加用户的数量，并使我们的产品更有价值。

3大柱子

作为一家公司，Swace秉承三大支柱：合法性，透明度和可信度。

合法性

Swace已收到立陶宛银行的正式审判，确认SWACE代币不构成担保，也不属于任何其他受监管活动的范围。根据立陶宛各自的法律，SWACE代币将被视为加密货币，作为价值储存和交换媒介。可应要求提供立陶宛银行的确认函。

透明度

Swace的智能合约将放在GitHub上。

我们的智能合约是开源的，可以在Github上公开获得。没有隐藏的条款或条件。参与者将在付款后立即收到他们的代币。团队，顾问和基金会的代币池将被锁定一段时间以建立更强的信任。所有统计数据：投票，智能合约数量和金额 - 将在区块链上提供。

可信性

Swace由私营控股公司AL RIADO AEON创建，



核心价值

Swace致力于推动从开发选择到业务决策的各种核心价值观。

丰富用户的生活

Swace认为人们有惊人的潜力，他们往往没有意识到。我们决心通过挑战用户做他们可能没有做过的事情来帮助这种潜在的开花，用他们不知道的能力让自己感到惊讶。对我们来说，在应用程序上提供的游戏鼓励用户进行更多社交，建立更好的联系，变得更加活跃和更具冒险精神对我们至关重要。通过这种方式，用户可以获得更好的生活，并为未来养成良好的习惯。

透明和诚实

Swace希望为其所做的一切提供真正的价值。我们支持我们的言论，并展示我们的工作。我们业务的财务方面基于透明度和公平竞争，我们的目标是让我们的合作伙伴和消费者准确了解他们正在进行什么以及从中获得什么。

个性

Swace希望为其所做的一切提供真正的价值。我们支持我们的言论，并展示我们的工作。我们业务的财务方面基于透明度和公平竞争，我们的目标是让我们的合作伙伴和消费者准确了解他们正在进行什么以及从中获得什么。

友谊

Swace非常重视合作伙伴。我们相信，我们与最好的人合作，一旦我们伸出友谊之手，我们就会全力支持，兑现我们的承诺并在信用到期时给予信誉。我们认为，我们不能忽视世界上真正重要的东西，真正的友谊和相互尊重就是其中的一部分。

分享

Swace非常重视回馈。我们非常清楚我们所做的事情以及从中做生意所固有的巨大特权，并希望与他人分享我们的好运。为此，自从Swace开始运营第一天与慈善组织合作，我们现在拥有自己的慈善机构。

多少

付款代币
代币分配
最后言辞

在这里，我们平衡总帐并向您展示底线。
在本节中，我们将介绍应用程序的经济性，令牌以及它们的工作方式。我们已经包含了对项目预算的预测，并解释了我们将如何使用我们希望筹集的资金。

付款代币

Swace代币用于支付工具的价值存储，换句话说是一个帐户单位。支付代币（与加密货币同义）是旨在现在或将来用作获取商品或服务的支付手段或作为货币或价值转移手段的代币。加密货币不会对其发行人提出索赔，在这种情况下是Swace。

SWACE代币不被视为证券

证券代币代表发行人的债务或股权索赔等资产。例如，证券代币承诺未来公司收益或未来资本流动的份额。因此，就其经济功能而言，这些代币类似于股票，债券或衍生品

在分发期间购买Swace代币的个人将无法获得被动收入的权利。仅在积极参与和完成游戏时才会收到Swace代币。在分发期间购买Swace代币的个人将以折扣价获得代币，但是在较早时间购买更多代币不应被视为被动收入。因此，Swace代币不应被视为证券。

SWACE代币不是实用型代币

实用型代币是代币，其旨在通过基于区块链的基础设施以数字方式提供对服务的访问，并为所有者提供网络内明确定义的实用程序。Swace也不属于这种类。

我们将创建一个生态系统，参与者将能够支付参与游戏的费用并购买Swace合作伙伴的商品。不应该认为令牌所有者已经从Swace公司获得了服务并且现在有了索赔，而是他们购买了一种支付手段以进一步购买生态系统中的商品和服务。

代币分配

整体信息

- 65% - 品牌 · 合作伙伴 · ICO预售
保留给品牌支付游戏启动费并形成奖励池。

- 9% - 社区 (Swacers)
这个数量将逐渐在用户之间分配，作为注册奖励，邀请朋友，在应用社区内活跃，当然还有加入Swace游戏。

- 12% - 团队
24个/悬崖6个月。
- 9% - Swace Foundation
48个/悬崖6个月。
- 5% - 通过IEO公开销售
所采取的销售将包括通过选定的发射台进行的若干IEO轮次。

代币名称：SWACE

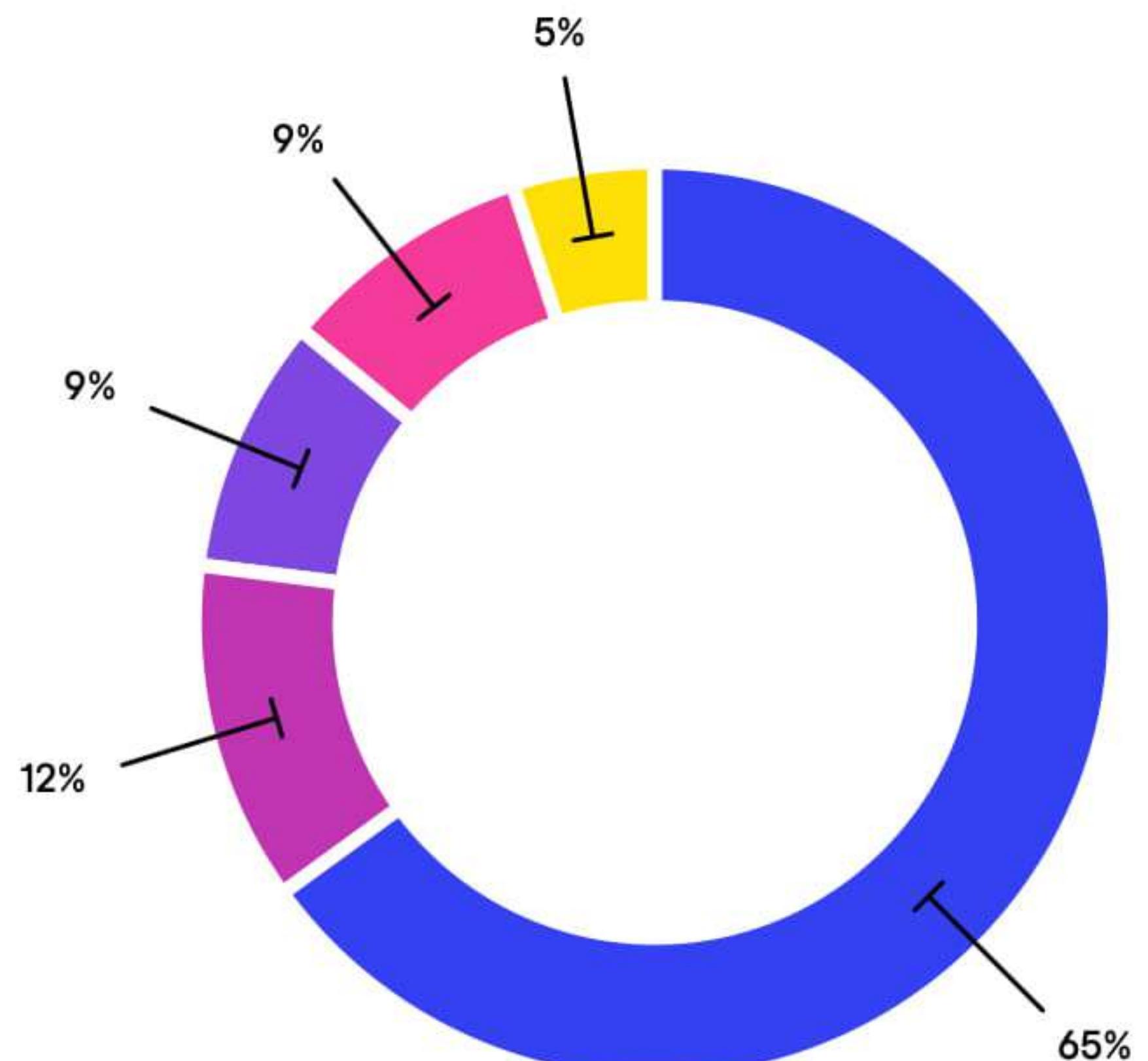
代币数量：2 700 000 000

价格：0.02美元

IEO软顶：500,000美元

IEO硬顶：2,457,800美元

阶段：预售，IEO分几轮



融资目标：

IEO软顶：500,000美元

IEO硬顶：2,457,800美元

最后言辞

感谢您加入我们将Swace带入这个世界。它以全新的创新方式解决了非常现实的问题，并引入了我们认为有助于将我们的愿景变为现实的技术。

通过阅读本文，您已经在世界范围内为Swace理念的发布做出了贡献，但是如果您想要做更多的事情并在它变得庞大之前加入这个项目，那么有很多方法可以做到这一点。

您可以在我们的网站上注册成为第一个了解我们预售的人。您可以成为该应用程序的早期采用者（也有奖励）。您可以与我们分享您的建议，想法和专业知识。我们喜欢向智者学习。

当然，你可以协助传播项目。分享这篇论文，分享我们网站的链接，邀请你认识的人。Swace即将到来，这将是一场冒险！

关注我们：

Facebook: <https://www.facebook.com/swaceapp/>

Linkedin: <https://www.linkedin.com/company/swace>

Twitter: <https://www.twitter.com/swaceapp>

Telegram: <https://t.me/swace>

Medium: <https://www.medium.com/swace>

YouTube: <https://youtu.be/UQwema1Zerg>

Foundico: <https://foundico.com/ico/swace.html>

Track ICO: <https://www.trackico.io/ico/swace>

ICO bench: <https://icobench.com/ico/swace>

官方Swace钱包：

SWACE合约

<https://etherscan.io/address/0x03b155af3f4459193a276395dd76e357bb472da1>

归属合约

<https://etherscan.io/address/0x8163b28b0e1b8c9b9fcb338e635bf2590d187744>

主要 (品牌 · 预售 · 合作伙伴)

<https://etherscan.io/address/0x86bdb6edf1751f93769d1c6faf7efc41e610cad9>

IEO (首次交易所发行和交易所上市)

<https://etherscan.io/address/0x67223041c089f2388e8bcf9444e389e8b8adf67b>

团队 (归属24 / 悬崖6个月)

<https://etherscan.io/address/0x1BDaE634B82F48003b04Cacf862ba1E9643dea79>

归属代理人：

<https://etherscan.io/address/0x502692709132a978b93b254e0e02863b2ae006a2>

基金 (归属48 / 悬崖6个月)

<https://etherscan.io/address/0xFE01CA663c66240A3AD6A8720553895B8f582203>

归属代理人：

<https://etherscan.io/address/0x16c8677f9a7016596d465495abb68f6f43723d9b>

赏金参与者 (归属6 / 悬崖0个月)

<https://etherscan.io/address/0x6d389892dafc83ce50e59a9fbadf4085866bbb42>

归属代理人：

<https://etherscan.io/address/0xf890b733bd331b5658372bcc10692c5fff240584>

Swace IEO <https://swace.io/>

hello@swaceapp.com

Swace App <http://swaceapp.com/>

Swace Foundation Ltd.