

邻萌宝 LoMoCoin(LMC)：首创基于 LBS 移动互联生态的区块链商业模式

一、邻萌宝 LoMoCoin 简介

邻萌宝是全球首创的基于地理信息（LBS）和移动互联网生态的区块链数字货币系统。同时，邻萌宝又是第一个将真实线下商家引流的需求，和游戏娱乐方式的玩家参与，以及区块链数字货币结合起来的移动 APP 应用。

以全新的 LBS 寻宝模式“挖矿”，邻萌宝颠覆传统的单一算法“挖矿”，使产币过程更加轻松有趣。在邻萌宝中，玩家在地图和现实中探索，即可获得数字货币 LMC 和商家优惠等双重实惠，而商家则赢得了玩家实地到店的高价值的真实 O2O“流量”，创造了全新的玩家和商家之间的价值交换以及流量变现通道。



邻萌宝是全球范围内区块链数字货币技术商业化的一次里程碑式的探索和实验，将成为以最快速度发展出最大规模用户群和生态圈的数字货币应用。

凭借独特创新的商业模式，深厚的技术积累，和高效的执行能力，邻萌宝团队已于3月初获得200万元天使投资。

二、邻萌宝 LoMoCoin 的亮点

- 基于地图游戏和真实商业积分的区块链及数字货币系统。
- 全球首创地图移动 APP 内置区块链发行的数字货币系统。
- LMC 即将在第三方交易市场公开交易，随时兑换。
- 玩家按图索骥捡宝，可为商家导流聚人气，逐步建立 LBS 生态系统。

三、LoMoCoin 参数及发行方式

中文名：邻萌宝

英文名 : LoMoCoin
英文简称 : LMC
发行总量 : 10 亿
币种算法 : POW 转 POS
POS 利息 : 每年 5%
转账费用 : 默认 0.0001LMC
区块时间 : 60 秒, 以后升级缩短时间
发布日期 : 2016 年 4 月 18 日

发行方式:

1. 游戏内免费发放: 6 亿 (总量的 60%), 2 年之内发放完毕, 其中 1-6 个月内发行 2.4 亿; 7-12 月内发行 1.8 亿; 13-18 月内发行 1.2 亿; 19-24 月内发行 0.6 亿。
2. 天使投资者获赠: 1.5 亿 (总量的 15%)。
3. 市场推广、第三方合作激励、外部生态搭建: 0.5 亿 (总量的 5%)。
4. 众筹: 1 亿 (总量的 10%)。
5. 开发团队自持: 1 亿 (总量的 10%), 用于区块链网络和服务器系统、团队工资、内部激励等。

其中, 如市场发展速度超过预期, 将取消众筹计划, 该部分 LMC 将转为推广奖励和市场费用等其他用途。

四、邻萌宝应用和商业模式

邻萌宝同时开发了三个版本的移动 APP。其中, 第一个微信 H5 版 (内测版) 将会在 2016 年 4 月 18 日上线。Android 和 IOS 版本的 APP 将分别在 4 月底和 5 月内与大家见面, 届时各大应用商店均可下载。

玩家打开 APP, 即可在地图上看到身边附件的宝箱, 走近宝箱即可领取内置的 LMC。玩家还可以自己发布宝箱, 供朋友同学来抢, 例如为郊游活动中增加乐趣。商家也可以发布自己的宝箱, 内置 LMC 和优惠券, 吸引玩家走近店内, 进而产生消费。



微信 H5 版



IOS APP



Android APP

官方将持续开发和迭代，未来会有更多功能更多玩法，更多的活动，以及更多元化的游戏方式加入其中。

O2O玩法及商业模式举例

玩法一

- 商家主动发布大号宝箱（需付费购买道具），内置大额LMC和优惠券
- 地图可见该宝箱与众不同，吸引用户点击并前往
- 对用户价值：用户领取LMC和优惠券，享受双重实惠
- 对商家的价值：把用户实实在在带到商家的经营场所，将是更有性价比的广告引流手段

玩法二

- 官方运营人员在各城市跑步爱好者云集的公园（例如北京的奥林匹克公园、广州的珠江大道），主动设置各类多个宝箱
- 玩家跑步时手持手机，即可开箱取宝
- 对逐步形成用户习惯的全国人气跑步场所，接洽咕咚、Nike等体育品牌广告合作，广告主赞助宝箱LMC，宝箱显示为广告主Logo，点击宝箱详情更可获得广告主更多优惠惊喜

玩法三

- 发展各地导游，将整车游客发展为其下线，享受奖励
- 在景区有引导性的设置宝箱，例如重要景点、纪念品商家、餐饮卖家（商家自主发布宝箱及优惠券）
- 游客边玩边捡宝箱，在购物和餐饮等商家处可享受双重实惠（获得LMC，享受优惠价格）



五、邻萌宝的商业路线图

邻萌宝的推广和运营，暂规划为三大阶段：

第一阶段：快速发展玩家阶段，预计 3 到 6 个月，至少发展一百万用户。

初期人群定位为大中专院校学生人群（90-95 后学生玩家），及各类数字货币存量

玩家。用户免费游戏，免费领币，推广另有奖励，以 APP 内在的激励机制，快速扩大口碑和用户规模。

第二阶段：商业闭环构建阶段，拓展线下商家和线上服务业进入邻萌宝生态圈。

基于用户较密集的区域，例如某地高校商圈，官方地推和招募当地玩家推广员两种手段，扩展线下商家加入邻萌宝生态。推广员将获得更多 LMC 奖励。而商家可获得海量人流，进而获得超额经营利润。

同期，官方开始挑选优质的在线服务业开展合作，例如社交、主播、手游、电商、分期理财等各类移动互联网。

第三阶段：螺旋上升的良性发展阶段。

经过前两个阶段的迭代，邻萌宝必将进入到持续稳定的螺旋上升阶段，持续有海量新用户和各界商家主动加入，一个的无法预知边界的邻萌宝生态圈形成。

六、邻萌宝与其他数字货币应用的区别

首先，LMC 与比特币、点点币等其他数字货币一样，是构建在区块链技术上的密码学数字货币。但 LMC 是先有邻萌宝商业模式的创意才诞生，是基于 LBS 和 O2O 的商业模式打造的数字货币。而比特币等，却是先有了数字货币，才开始构想和思考可能的商业模式，却发现和商业环境的种种不便和不匹配。

其次，邻萌宝继承了比特币、点点币等区块链的优点，包括总量限定不能超发、提供区块链总账和交易公开可查，用户规模的发展也全透明公开，每个用户都将持续产生 POS 利息收入，等等。同时，邻萌宝还增加了更多创新，例如以微信 H5、IOS 和安卓三个移动互联网版本满足更多用户并降低常见数字货币的用户使用门槛，以游戏娱乐的方式发行数字货币，商家接入简单方便等等特点。

在未来，LMC 的价值支撑将由几部分组成，

1. 玩家实实在在的体力和时间的付出，汇集而成的海量真实人流量，对商家的营销获客需求具有巨大的真实商业价值和变现机会；
2. 商家为获得人流量，派发 LMC 给玩家需要支付的现金；
3. 商家提供优惠折扣等实实在在的商品和服务价值；
4. 玩家和玩家之间，玩家和商家之间，持续互动创造的 APP 人气；
5. 场外投资者对整个邻萌宝生态的未来估值的看法。

以上五大因素共同形成了对 LMC 的价值支撑，将综合反映在 LMC 的兑换价格和总市值上。

七、关于邻萌宝团队

邻萌宝团队目前近 20 人（持续扩张中），结构配置堪称国内顶级。包含 4 年区块链和数字货币开发经验的技术大拿、互联网 APP 应用前后端开发能力卓绝的多位极客，数字货币和游戏等领域经验丰富的产品经理、深谙互联网文化和 95 后文化的推广和运营高手。核心团队成员在一起工作配合超过 5 年以上，绝对默契且稳定。

邻萌宝团队具有超强的从概念，到策划，到产品设计，到前后端多版本技术快速实

现的能力。邻萌宝概念自 2015 年 11 月萌芽，12 月底初步策划完成，2016 年 1 月即进入快速的产品设计和开发。邻萌宝是国内数字货币领域第一个有能力且敢于 3 个版本（微信 H5、苹果 IOS、安卓 Android）同时开工的团队。2016 年 4 月，3 个版本的邻萌宝 APP 将陆续面世。

八、相关资源

邻萌宝（LMC）官网：www.lomocoin.com

邻萌宝（LMC）QQ 一群：546464406

邻萌宝服务号



邻萌宝订阅号



邻萌宝官方微博

