



白皮书 V1.0

用区块链实现共生经济

目录

一、	共生链简介.....	4
1.	共生经济.....	4
2.	共生链的价值.....	4
3.	共生币的意义.....	4
二、	共生链团队与荣耀.....	5
1.	团队介绍.....	5
2.	团队荣耀.....	5
三、	共生链解决的问题与目标.....	5
1.	互联网发展过程中的难解问题.....	5
a)	获得用户成本日益增高.....	5
b)	用户忠诚度持续下降.....	6
c)	商家和用户急需建立更深层次的连接.....	7
2.	共生链的目标：打造共生经济商业模式.....	7
四、	共生系统的构成.....	8
1.	共生系统介绍.....	8
2.	共生系统的模型.....	9
五、	共生链的实现步骤.....	9
1.	第一个共生经济体：傲游浏览器.....	9
2.	共生钱包.....	10
3.	用户账号.....	10
4.	账号信用等级.....	10

5. POV (proof-of-value) 挖矿方案.....	10
6. 挖矿难度.....	11
7. 共生 SDK.....	11
8. 共生 API.....	11
9. 其它生态厂商的接入.....	11
六、 共生链的发展规划.....	12
七、 共生币的升值逻辑.....	12
1. 共生币的升值逻辑.....	12
2. 共生币的升值模型.....	13
八、 共生币的竞争优势.....	13
九、 投资人介绍.....	14
十、 私募和 ICO 计划.....	14
1. 私募计划和参与方式.....	14
2. 私募计划与风险.....	14
3. 合规性.....	15
4. 私募资金的用途.....	16
十一、 联系我们：.....	16

一、共生链简介

1. 共生经济

共生链是由傲游浏览器（Maxthon Browser）创始人陈明杰及其团队打造的一个新型区块链项目，其目标是打造一个全新基于区块链技术的商业模式 - 共生经济模式。

共生经济是指独立的经济组织之间以同类资源共享或异类资源互补为目的会形成共生体，这种共生体的形成所导致的经济组织内部或外部的直接或间接的资源配置效率的改进。

共生链所打造的共生经济是一种让商家与用户双方获益，相互促进、共同成长，共生共荣的经济共生体。

2. 共生链的价值

共生链的建立，源于用户的网络价值被忽视，用户在使用互联网过程中，账户注册，创造内容、浏览网页、评价分享、网上购物等等行为都在创造价值，它增加了网站的活跃、留存、甚至付费转换，但是用户没有任何获得。

共生链是希望将所有互联网应用联合在一起形成共生系统。共生链是建设于虚拟网络的新的经济体系，在这个体系里，消费者和商家基于利益，组成一个共生系统生态圈。在生态圈中，每一个实体都会被作为一个锚点，追踪记录其贡献价值和信用，每天根据动态算法，以共生币（LVT）的形式获得利益分配。

3. 共生币的意义

共生币（LVT）是共生链发行的数字代币，是解决用户价值变现的介质。共生币（LVT）通过互联网应用进行分发，用户在使用互联网过程中的行为与时间产生量化价值。共生币

(LVT)基于区块链技术，所有的数据点交易都会被区块链记录下来，以实现经济生态的公正、公开与透明。

过去数年，以比特币为代表的数字货币的发展，即用过去的事实，印证着区块链技术和加密数字货币的价值，让以共生币（LVT）为介质的共生经济得以实现。

二、共生链团队与荣耀

1. 团队介绍

共生链创始人 - 陈明杰先生，有多次成功创业经历。曾领导傲游团队从零开始打造了全球知名产品：傲游浏览器。傲游是一个国际化管理团队，目前在北京、上海、香港、美国硅谷拥有办公室。共生链由傲游团队原班人马倾力打造。

2. 团队荣耀

- ◆ 傲游浏览器用户量过亿的国际化产品，有 40 种语言版本，用户遍布全球 242 个国家。
- ◆ 打造傲游遍国际化核心社区，每天有全球各国用户在傲游社区里沟通交流。
- ◆ 入选世界著名 IT 评论杂志《Red Herring》评选的亚洲最具潜力企业 Top 100。

三、共生链解决的问题与目标

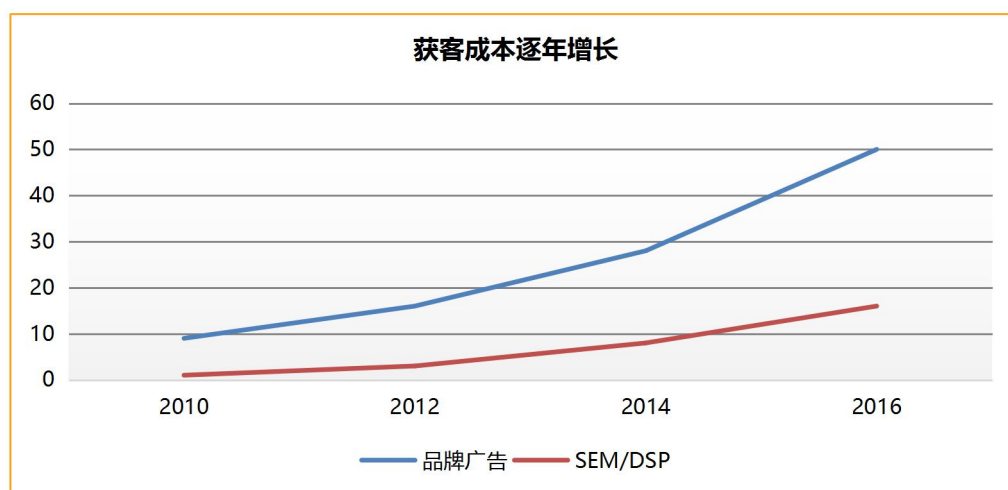
1. 互联网发展过程中的难解问题

a) 获得用户成本日益增高

从 PC 到移动互联网，一批搭乘红利期快车的互联网产品，曾急速崛起。而如今，流量

红利消失，一个传奇般的互联网黄金时代惶惶然结束。

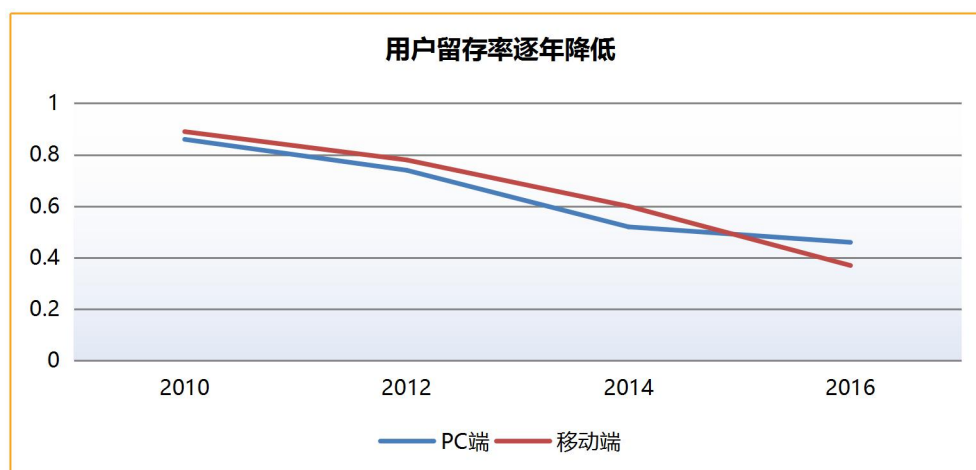
为求生存，大企业斥巨资用于广告投放，竞品被动跟进，进而引发烧钱大战，用户也只会视广告力度而摇摆不定；小商家资金不足，只能用各种低俗营销手段吸引眼球，但也只能换来用户的一时兴起成效甚微。



日益激烈的竞争环境，严重同质化的产品，近几年来获得用户成本呈指数攀升。从几元飙升到几十元，甚至上百元，互联网行业又一次站在发展的十字路口。

b) 用户忠诚度持续下降

互联网公司不断崛起，产品层出不穷且同质化严重，用户忠诚度正在消失，产品用户留存率逐年降低。

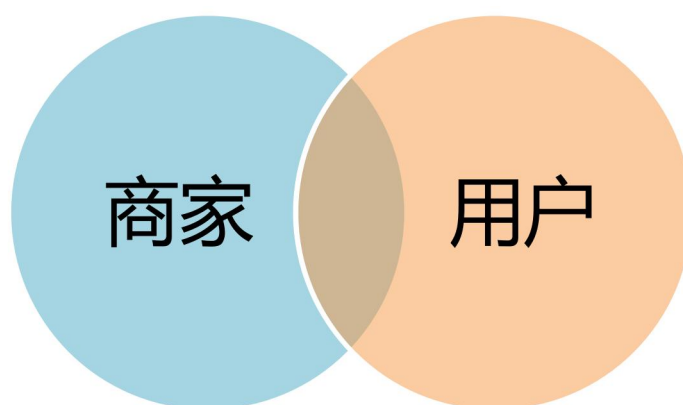


在产品层面，过度依赖于渠道推送、广告投放，用户会因一时的推送或广告选择产品，同时也会因之后的推送或广告更换产品；在品牌层面，年轻的互联网用户群体，越来越多的用户开始追求个性化，即使是行业巨头在品牌上的优势也在逐渐消退。

所以，产品的功能和品牌的效应，正在失去它们应有的价值，在过度同质化的产品市场，用户忠诚度已消失殆尽。

c) 商家和用户急需建立更深层次连接

目前，许多商家为争得用户用尽办法，整个行业充斥着各种恶性竞争和低效的营销，不仅拉高了成本，而且破坏了市场环境；各家在产品上相互抄袭，稍有一丝的功能优势也会被竞品迅速追平，完全无法重塑用户的忠诚度。



商家和用户之间急需建立一种更深层次连接！

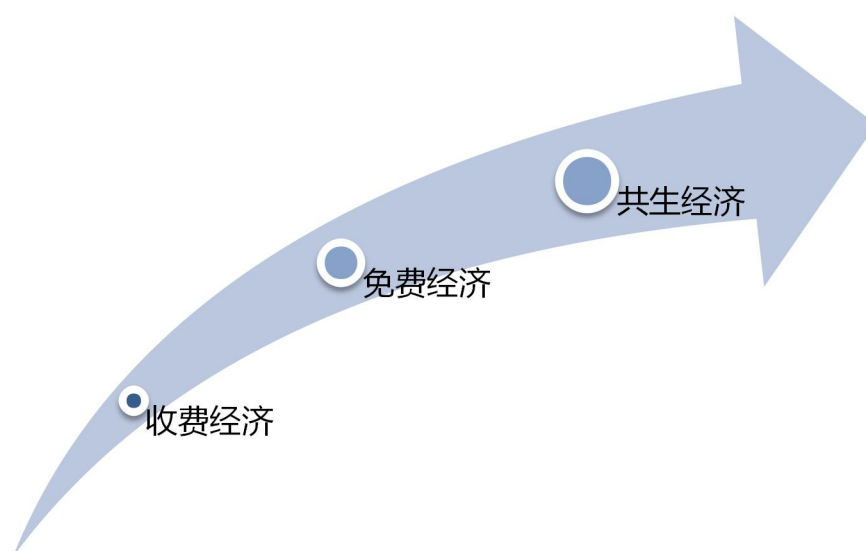
究其原因，是现有的商业模式已不适合多元化的市场发展，单纯的产品功能、免费服务已无法维持商家与用户之间的关系。行业的持续发展要求我们脱离原有的思维模式，对现有商业模式进行全面升级，彻底解决获取用户成本过高，用户忠诚度低的问题。

2. 共生链的目标：打造共生经济商业模式

1999 年互联网发展初期，商家以售卖产品为主，向用户收取费用，视为收费经济时代；

2006 年互联网高速成长，企业依靠广告盈利，用户免费使用产品，视为免费经济时代；

今天，面对日益激烈的市场竞争，为解决产品同质化，用户忠诚度低，用户成本高等一系列问题，市场需要一个商家与用户都有收益的模式，才能达到可持续发展的目的，称之为共生经济时代。



共生经济的关键点在于将用户在使用互联网过程中的行为量化，让用户的行为产生经济价值，让用户获得收益，进而达到增加用户忠诚度的目的，最终实现企业与用户共同获益、共同成长，共生共荣可持续发展的生态关系。

四、共生系统的构成

1. 共生系统介绍

共生系统是基于区块链技术打造的生态体系，核心是为每一个节点生成一个加密数据库，该数据库由三部分组成：用户通用数据（OpenID）、用户行为数据（用户在网络上产生的数据）和一个加密账本，这个加密账本用以记录每一个终端的贡献值、信誉值和交易信息。

区块链是近年来最具革命性的新兴技术之一。它的本质是一种去中心化的分布式记账系

统,其核心价值是让个人或组织在没有权威机构监督的情况下,对彼此的互相协作建立信任。

简单来说,区块链是一种通过网络节点共同记账的方式,实现信息高度准确、安全的分布式数据库,把数据(区块)按照时间顺序进行叠加(链)生成永久、不可篡改的记录,从而建立信任的网络体系。

2. 共生系统的模型

基础协议层	通用账号协议	数据存储与通信协议	加密协议	价值工资协议	信息发布协议	交易协议
平台核心	共生平台						共生产品
	价值评估与代币分配	服务与费率		代币的支付与转账		代币的交易	共生币钱包 共生币交易所
	共生币作为一种加密数字货币，是用户诚信上网，积极活跃所创造网络价值的奖励，只在Lives上产生，并按平台算法，分配给用户。	共生系统帮助用户简单发起交易，用户在使用这些服务时，需要向平台支付费用或者保证金。平台通过服务回收的代币，将作为薪酬重新分配给继续创造价值的用户。		共生系统定义了一种方式，让代币在平台内的支付和转账更加容易，效率更高，成本更低，避免了以太坊每一笔交易昂贵的费用和等待时间。		共生系统帮助用户便捷迅速的完成数字货币交易，比如将代币转化成ETH，BTC 或直接变现。	
	嵌入 SDK 的共生圈应用模式		通过 API 的代币支付转账应用模式				
	任何商家都可以通过嵌入 SDK 的方式 加盟共生系统，使用共生系统的算法，将用户在自己软件商的价值累加，如：通用价值评估。		任何商家都可以使用共生系统的开源协议在自己的产品中定义代币的支付和转账。				
优势：增强用户吸引力和粘性。		优势：降低交易成本，加快交易效率。					

五、共生链的实现步骤

1. 第一个共生经济体:傲游浏览器

傲游浏览器作为共生链的创始团队的产品,将首先接入共生链经济体系。傲游浏览器的全球亿万用户,将成为共生链的第一批种子用户,共生币的早期持有者。

用户可赚取共生币,有效提升傲游浏览器的用户忠诚度与活跃时长;傲游浏览器已有的用户优势,可迅速提升共生币持有人数量,建立去中心化网络,促进共生生态的发展。

同时，共生链也将拿出部分共生币作为激励，吸引更多的用户进入到共生经济体中。

2. 共生钱包

共生钱包，是共生链上的钱包应用，绑定用户账号后，能够实现系统内交易效率更高，费用更低的特点；延续傲游团队一贯的优势，在收发代币，管理交易和转账过程中，采用更简单的设计隐藏区块链复杂逻辑，打造普通用户都可以快速上手的数字货币应用产品，增速共生币的使用与普及。

3. 用户账号

共生系统将对用户账号进行全面打通，在全平台内统一身份标识。在整个系统中，对用户行为准确分析，对代币的数量进行准确统计，以便于实施各种激励措施和建立用户信用评价体系。

4. 账号信用等级

共生系统将引入账号信用等级的设定。一方面避免作弊，另一方面可以对不同的账号对于共生生态的贡献做出不同的评价，可以给予不同的激励措施，同时也方便生态厂商做出合理的商业策略。

5. POV (proof-of-value) 挖矿方案

不同于比特币的 POW 共识方案和以太坊的 POS 共识方案。共生链将采用 POV (Proof-Of-Value) 的共识方案。用户通过共生系统中的应用（如：傲游浏览器）进行挖矿，系统通过对用户的各种互联网活动（注册，挂机，点击，消费等等）进行计算来产生代

币给用户进行奖励。

6. 挖矿难度

共生币的挖矿机制是根据用户的上网行为、时间、信用等等相关的一套综合算法，随着接入用户的增加，系统的挖矿难度会逐步增加，通过挖矿产生的代币会逐步减少，从而激活代币的交易系统。

7. 共生 SDK

为了快速增加共生系统中的其它生态厂商，共生系统将打造一套 SDK，把代币消费，POV 算法，奖励机制都封装在一起，并且，共生系统团队将提供一系列技术支持服务，以便于各个生态厂商的顺利接入。

8. 共生 API

共生链团队针对不同的共生币应用场景，设计了通用 API 接口，使得商家和用户可以使用最简单的方式在自己的产品或页面里嵌入代币的消费应用，比如使用共生币的支付、打赏、红包等功能。甚至每一个用户都可以通过复制代码的形式，在自己的微博或直播界面嵌入应用，使得共生币的流通变得更为简单。

9. 其它生态厂商的接入

为了快速发展，共生系统将引入各种主流互联网应用。目前傲游浏览器已经拥有的大量合作伙伴将作为首期入选厂商。共生系统在设计中有 30%的代币将通过生态厂商进行分发。这样有利于代币的迅速扩张，加速生态系统的成熟和繁荣。

六、共生链的发展规划

共生链发展的预估时间表：

- ◆ 2017 年 7 月，团队组建及项目立项。
- ◆ 2017 年 8 月，确定共生链基础模型，完成白皮书撰写。
- ◆ 2017 年 9 月，确定早期投资人和顾问团队。
- ◆ 2017 年 10 月，完成共生链的 ICO。
- ◆ 2017 年 11 月，共生币在一家交易所交易。
- ◆ 2018 年 3 月，傲游浏览器-共生版正式上线，支持共生币“挖矿”。
- ◆ 2018 年 6 月，创建 3-5 种共生币应用场景，共生币开始流通。
- ◆ 2018 年 9 月，30 家以上傲游合作伙伴产品加入共生系统。
- ◆ 2018 年 12 月，500 家以上企业加入共生系统。
- ◆ 2020 年 12 月，让 5 亿网民成为共生经济受益者。

七、共生币的升值逻辑

1. 共生币的升值逻辑

- a) **稀缺性**：由于共生系统引入的都是主流互联网应用，例如傲游浏览器等，用户量基本上都在百万级或者更多。代币的分发将会迅速进行，而随着挖矿难度的增加，免费获得代币的渠道将会减少，从而促使用户通过二级市场进行交易。
- b) **流通性**：百万级用户的引入和各种主流消费场景（游戏，电商，广告，电子书，打赏等等）的引入将大大的提升代币的流通性。共生币还将登陆国内外的各种主流交易所，进

一步提升流通性。

c) 生态系统发展带来的升值：

我们认为数字货币的市值将跟其生态系统的发展有正比的关系，傲游团队将依托我们在互联网领域的多年积累，引入各种生态厂商进入到共生系统中，随着各种主流厂商的进入，我们相信共生系统的市值将会不断的提升。

2. 共生币的升值模型



- 市场初期，傲游浏览器接入共生系统，迅速获得千万用户，用户在共生圈创造价值，被分配共生币（LVT），代币开始在用户间普及。

- 随着市场中的持币人数和流通规模的增加，大量消费场景衍生，市场进入消费主导阶段。随着可发行代币的储备量减少，代币进入稀缺阶段，代币价值开始上涨。

- 平台代币储备无限趋近于零，用户获得代币日渐困难，但市场消费需求依然强大，代币供不应求；由稀缺性和流通性导致了代币的分裂，开始通货紧缩，代币价值引爆。

八、共生币的竞争优势

- ◆ 更公平：不支持矿机挖矿，获取机会均等；
- ◆ 更灵活：支持闪电交易，无手续费模式；

- ◆ 更安全：由知名互联网团队运营，安全系数高；
- ◆ 有落地：嫁接成熟互联网模式，应用直接落地；
- ◆ 成长快：坐拥千万级用户，系统规模可以迅速做大；
- ◆ 升值空间大：总量固定，永不增发。

九、投资人介绍

十、私募和 ICO 计划

1. 私募计划和参与方式

共生币（LVT）发行总量 10 亿，本次 ICO 总计发售 3.5 亿共生币（LVT），占共生币（LVT）总发行量的 35%。整个过程将分为两个阶段，Pre-ICO 阶段、ICO 阶段，其中约 10% 分配给 Pre-ICO 阶段，约 25% 分配给 ICO 阶段。私募参与要求不低于 100 ETH，不高于 500 ETH，持有的代币将有 6 个月的锁定期，每个月解锁 1/6。

- ◆ Pre-ICO 阶段先于 ICO 阶段，此阶段仅面向特定投资者开放，价格为 1ETH = 9333 LVT。
- ◆ ICO 阶段面向大众投资者公开发售，初始价格为 1ETH ≤ 7000 LVT。

2. 私募计划与风险

在进行股权投资前，投资人应仔细阅读以下风险揭示，确保自己完全理解该项投资的性质和所涉及的风险，在慎重考虑后自行决定购买与自身风险承受能力；在进行投资后，投资人应随时关注相关的信息披露情况，及时获取相关信息。

- ◆ 政策风险：货币政策、财政政策、产业政策、地区发展政策等国家政策的变化对投资市场产生一定的影响，导致市场价格波动，影响合伙企业的收益而产生风险。
- ◆ 管理风险：管理人在运营项目、做出策略决定的时候，会运用其经验技能和风险分析方法，但是这些技能和方法不能保证一定会达到预期的效果。
- ◆ 突发偶然事件的风险：指超出管理人自身直接控制能力之外的风险，可能导致项目或其投资人的利益受损。其中“突发偶然事件”指任何无法预见、不能避免、无法克服的事件或因素。

3. 合规性

共生币(LVT) 参照莱特币等知名加密数字货币，将在私募完成后于新加坡成立 Public Company Limited by Guarantee 非盈利基金会，该基金会的主要任务是公开、公正和透明的运营共生币生态，并对共生币的开发团队进行支持。



共生币基金会(筹)将由新加坡会计与企业管理局 (ACRA) 批准成立,受新加坡公司法监管,该基金会由具备受托资格人组成的受托董事会或管理委员会独立管理运营并独立于政府之外。

4. 私募资金的用途

- ◆ ICO 公募的法律合规费用
- ◆ ICO 公募的市场宣发
- ◆ 新团队成员的招募
- ◆ 长期研发与市场宣传资金

十一、 联系我们

共生经济基金会官方网站：<http://lives.one>

共生币(LVT)官方微信群：添加微信 “Lives_Token”

邮箱地址：Token@lives.one