

Achain 商业白皮书

目录

1	Achain 的使命.....	2
1.1	背景.....	2
1.2	使命.....	2
1.3	设计理念	3
2	Achain 商业生态规划.....	5
2.1	现阶段生态规划：数字资产 ICO 生态圈.....	5
2.2	远期生态规划：企业级分布式应用平台.....	6
2.3	应用场景	7
3	Achain 治理架构.....	10
3.1	Achain 基金会设立.....	10
3.2	Achain 基金会治理架构	10
3.3	Achain 团队	11
4	Achain 发展和计划	12
4.1	Achain 上线时间规划.....	12
4.2	Achain 公开售卖计划.....	12

1 Achain 的使命

1.1 背景

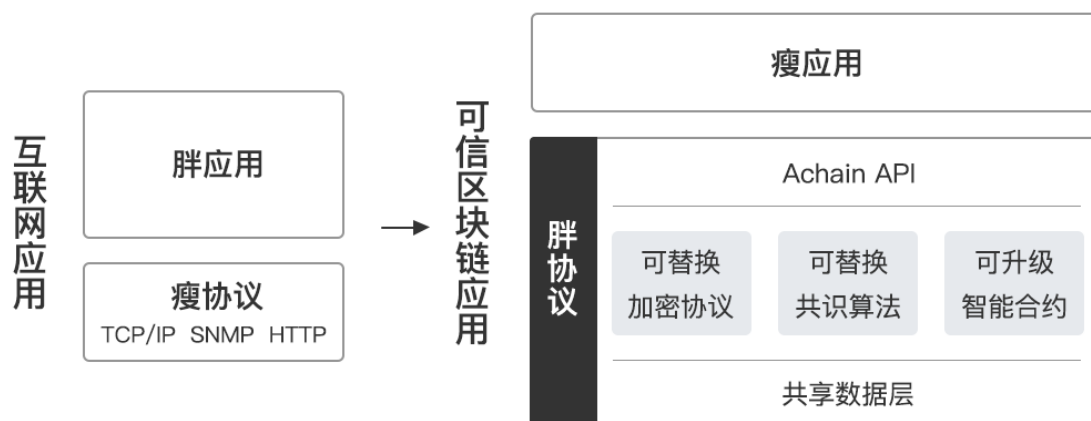
自 2008 年 10 月 31 日中本聪发布了比特币的白皮书《Bitcoin: A Peer to Peer Electronic Cash System》至今已经接近 9 年，区块链技术在不断的突破，如图灵完备的智能合约在区块链上的实现，石墨烯技术对交易性能方面的提升，闪电网络对链下交易渠道的完善等等。与此同时，众多基于区块链技术的解决方案层出不穷，如防伪认证、公示公证、供应链金融，征信共享等等。一方面人们认同区块链所代表的去中心化、不可篡改、无需信任等一系列特性所构建的价值传输网络，另一方面区块链应用落地难，如何理解区块链技术并将区块链的技术特性很好的同企业现实需求结合起来一直没有得到很好的解决。在此背景下引发了我们对未来区块链应用及全球经济需要怎样一款区块链平台的思考，Achain 平台力图在技术灵活性、可演进性、交易性能、社区及基金会治理架构等方面去做大规划、大设计。

1.2 使命

Achain 是去中心化的分布式应用和数字资产平台，致力于让更多的人简单、快速、安全的使用区块链技术。Achain 将从技术上打造高性能企业区块链平台，并从业务上与其他行业做深入的对接与整合，从而消除企业对区块链技术应用的认知恐惧，为不同行业、不同规模的企业打造一个去中心化应用平台，极大的降低区块链开发的成本和丰富整个社会的区块链生态。

1.3 设计理念

总体来讲，互联网时代价值体现在应用层，如谷歌、脸书、腾讯、阿里通过提供丰富的、极致用户体验的应用来满足各种各样的用户需求，尽管网络层、链路数据层对应用层的支撑非常重要，但并未体现在这场互联网盛宴中而被人们铭记并相应的享受到投资回报。可信区块链构建的生态中这种结构发生了逆转，共享数据层通过区块链不可篡改的特性为上层提供了分布式账本的基础，在共享数据层之上去构建智能合约、共识算法、加密算法以满足不同业务场景下的应用，而在这之上是安全、高效、可靠的接口层。



Achain 致力于打造由胖协议所构建的可信区块链平台，并在这些特性中提供独特的平台价值。

- 平台技术的灵活性

Achain 做为一款通用型企业级智能合约平台要满足不同行业、不同规模的企业，必将面临不同的需求，要在一款平台上满足所有这些需求，甚至在某些层面相互冲突的需求是不切实际的，这也是以太坊等通用型平台面临的最主要问题。Achain 通过开源共享的理念，在技术平台上通过模块化的设计，使得在共识协议层面、加密算法层面，甚至

未来在网络数据层做到可配置、可升级。无论在 Achain 公链，还是基于 Achain 开源技术搭建的联盟链、私有链都保持了足够的灵活性去面对企业的不同需求。而 Achain 的跨链网关的规划使得这些基于 Achain 的“链”们，可以联通，并交换开放的信息与价值，从而达到可信的区块链大同世界。

- 平台的安全稳定性

企业级的分布式应用常常运行着核心关键的商业逻辑对区块链安全性有着非常高的要求，在某种程度上在性能要求之前。不同与众多未经时间考验的 ICO 项目，Achain 发展至今已经经过三年的发展，累计修复 BUG 超过 5000 个，在部分基于 Achain 所搭建的区块链解决方案上运行超过两年，累计用户超过 100 万，资产超过 100 种，实测交易性能每秒 1000 笔以上。这是未来能保证 Achain 在较短的时间内能被推广的基础，而团队在新的开源社区的框架下面对更多生态中企业的参与，吸纳更多商业、技术、代码层面的意见必将巩固这一在企业级区块链平台的优势。

- 平台的“软”升级

不同于大多数开源社区，在遇到区块链技术、商业变革时只能缓慢的应对，甚至不得不放弃新技术的采纳。了解并参与比特币社区的对此一定有着深刻的体会，Achain 思考并拒绝成为如此的僵化社区，而逐渐被时代抛弃。然而 Achain 开放包容并不意味着社区中的一家独大，当意见不一致时采取强硬的硬分叉机制，甚至不惜导致社区的分裂。Achain 有自己独特的“软”升级机制，分别体现在技术层面与治理架构层面。技术层面最有可能导致分歧的还是智能合约本身，如以太坊 DAO 事件-由于设计之初考虑的不周全而出现冲突，Achain 一方面通过沙盒机制，让企业低成本的反反复复在正式公链上测试智能合约的所有路径，另一方面通过智能合约升级协议在有限权利、充分监督的情况下实现智能合约升级，规避智能合约漏洞，从而避免了硬分叉。

从组织架构层面，Achain 按照 DAC (Distributed Autonomous Community) 的模式将一切决定民主化、公开透明化。给在 Achain 生态上搭建企业级分布式应用的所有人预留在社区中的发言权、决定权。Achain 基金会的相当大一部分精力将放在社区环境的建设与维护，在区块链公开、透明、去中心化的思维下平衡各方的切实利益。努力推进社区高效、快速的反应以应对未来多变的国际商业环境。

2 Achain 生态规划

不同于任何一家现有的区块链公司或组织，Achain 不仅会推动区块链技术的发展，更重要的是推动商业生态圈的发展，在把区块链技术成熟完善的基础上将之落地，服务于生活中的各行各业。这种不同更明显的体现在生态圈的建立节奏上，Achain 并不是一开始就会和所有行业结合，而是先服务一个行业，帮这个行业建立完整的生态之后，才会考虑向其他行业拓展。

2.1 现阶段生态规划：数字资产生态圈

区块链作为一种革命性的技术自比特币的诞生日渐得到各行各业的关注，尤其是在 Fintech 领域区块链技术是被研究的重点。其中 ICO 即 Initial Coin Offering 是以初始产生的数字加密货币作为回报的一种筹措资金的方式。ICO 的概念源于 IPO，IPO 期间公司发行的股票通常代表了该公司的部分所有权；而 ICO 期间向公众出售的加密代币却并不默认这种所有权。加密代币可以用于对某些项目的投票权；代币份额越多，投票权相应越大。但大多数情况下，这些代币只是可以在用户间发送，在 ICO 项目的应用场景下使用，并兑换其他货币的货币单位。目前加密货币众筹基本上并未

受到政府监管，这在合规性方面、成本方面对募资企业都具有独特的优势。这在一定程度上给 ICO 带来了更多的风险。但同时也为小微企业提供了一种资金渠道，大大降低了资金成本，把优质线下资产通过 ICO 的方式数字化，大大增强了资产的流通性。Achain 在提供了一种长效的信用激励机制，以此鼓励优质的资产可以通过平台便捷、低成本的完成募资，为资产数字化打通实体世界与未来数字世界之间的屏障。

其中 Achain 承载了这个多资产平台，支持多种数字资产的发行、转移、交易，技术上不因数字资产发行的种类增多而变慢，避免以太坊所面临的种种困境。在 Achain 客户端层面设计出符合用户普遍使用习惯，自动支持符合发行规范的数字资产，资产的转移无需理解区块链产块间隔等概念。与此同时 Achain 数字资产发行规则足够灵活，满足不同企业的个性化需求。但规则一经确定将得到全体共识，无法篡改。所有数字资产的发行、转移等操作作为区块链所记录，并通过可视化的方式展现出来。

2.2 远期生态规划：企业级分布式应用平台

随着 Achain 所承载的数字资产逐渐的丰富，为在 Achain 上构筑可信价值互联网应用提供了扎实的基础。这些资产的数字化首先意味着 Achain 上有了这些资产或者说价值的流通，其次对这些资产的确权也得到了解决，通过资产确权倒逼所有者在保护个人隐私的前提下通过生物识别技术、Know Your Customer、企业认证等方式明确 Achain 所承载的数字资产所有权。而时间的演进、资产的流通恰恰又对资产进行了溯源。

想象一下在 Achain 上所能产生的可信区块链分布式应用场景，因为金矿的资产数字化，首先投资人的投资通过区块链不可篡改的特性得到了很好的保护，去中心的

交易形成了良好的流动性，同时与 Achain 供应链溯源项目的数据得到了结合，使得金矿下游企业不再担心金矿的来源与纯度，而金融机构在 Achain 上通过这些信息更好地了解了整个供应链企业的运营情况，其企业间的应收账款、库存贷款、预付款都通过数字代币的方式得到了很好的解决。终端消费者也能通过 Achain 了解到所购买的金饰品的全生产流程，从产地到加工企业，到设计师都一目了然。何止这一个简单的细分行业，从农业、水产养殖到食品加工、从钢铁贸易到个人二手车交易、从公示公证到数据确权，哪一个不是因为资产（数据、信用）等信息被区块链所保护而产生了巨大的想象空间？

Achain 正是这样一个高效的拥有自主知识产权的智能合约平台，从灵活性、稳定性、高吞吐量、低使用门槛的角度去设计、完善 Achain 平台，将中心化、低效率、易被攻击的互联网应用改善为去中介化、高效流转、万物确权、万物数字化的可信区块链应用。

2.3 应用场景

供应链金融票据市场

供应链金融市场是近年来发展迅速的一个行业，由于参与方众多并且诉求不完全一致，尤其是在全球化贸易以及潜在贸易冲突的背景下，诸多问题难以解决。随着企业间赊销模式比例的大幅提高，企业间从地区采购到全球采购的转换，银企之间的关系从个别环节中的融资关系变为了对整条供应链的整体金融服务。通过区块链智能合约平台构建的基于区块链的数字票据供应链金融方案恰恰强化了供应链金融产品的可信度。买卖方及平台、银行共同见证应收账款信息，由核心企业为整个供应链链条背书。数字票据的发行、确认、流转、拆分、承兑由供应链的各个参与方通过智能合约触发，核心企业

的供应商及供应商的上游企业都可以通过区块链平台轻易的验证票据的真实性，票据在区块链平台的拆分也解决了过去纸质票据难以拆分和再次流动的问题。

与风投相结合的募资

自 2016 年通过 ICO 方式募集的资金已经超过了风险投资在区块链领域的投资，其去中心化的平权组织方式让更多人能享有到快速发展的行业、企业所带来的高额回报，而其灵活的退出方式，在一定程度上更能使自由市场发挥出力量。但不可否认风险投资在其行业研究的深度，投资的专业性，及风险管理能力上远远超过普通民众。风险投资可以通过 ICO 的新型方式对其自身进行变革，如风险投资基金的募集方式，针对每个项目利用 Achain 资产发行平台超级低廉、便捷的数字资产发行方式，在风险投资基金本身投资之外，预留份额给公开 ICO。由此普通民众可以借助前期风险投资基金对项目的深度研究，获得专业风投机构对该项目的 360 度评估，一定程度上降低了其自身投资风险。而对风投机构来说其资金的募集和退出方式都发生了革命性变化，大大提高了社会的资金利用效率。

去中心化的电商生态

人们去一家商店购买商品，基于两方面的信任：对商品本身的信任和对店家的信任。而诸如淘宝之类的电商平台，通过评分 / 评价等机制来解决网络信任问题，解决的并不彻底，绝大多数商家都经历过刷单、刷好评、删差评。微商通过朋友关系和评价解决了对店家的信任，但没有很好的解决商品本身的信任，因为微商店家本人也无法确定商品的真假。

电商或微商与区块链结合，将完全解决信任问题：区块链的不可更改的特征保证了评价不可删除，保证了商品的可溯源性。

在 Achain 上，可以打造中心化的电商平台，任何卖家都可以在上面卖可溯源的商品，你不需要去刷单、刷评论，也不需要去删评论，因为在商品是可信任的情况下，其他问题都是小问题。当然，消费者购物再也不用担心买到假货了。

网红经济链

网红经纪公司用 Achain 数字资产发行平台对每个签约合作的网红发行区块链数字资产，该资产以智能合约形式发布，在网红的合同中约定用网红的未来预期收益，如网络直播，代言，和直播平台的签约费，以及线下代言、参演电影电视等相关收益的部分作为该数字资产的收益来源。而通过 ICO 募集的资金由经纪公司管理，对网红进行包装，形象设计，商业合作，宣传等，从而加大网红被认识、成名的可能性。

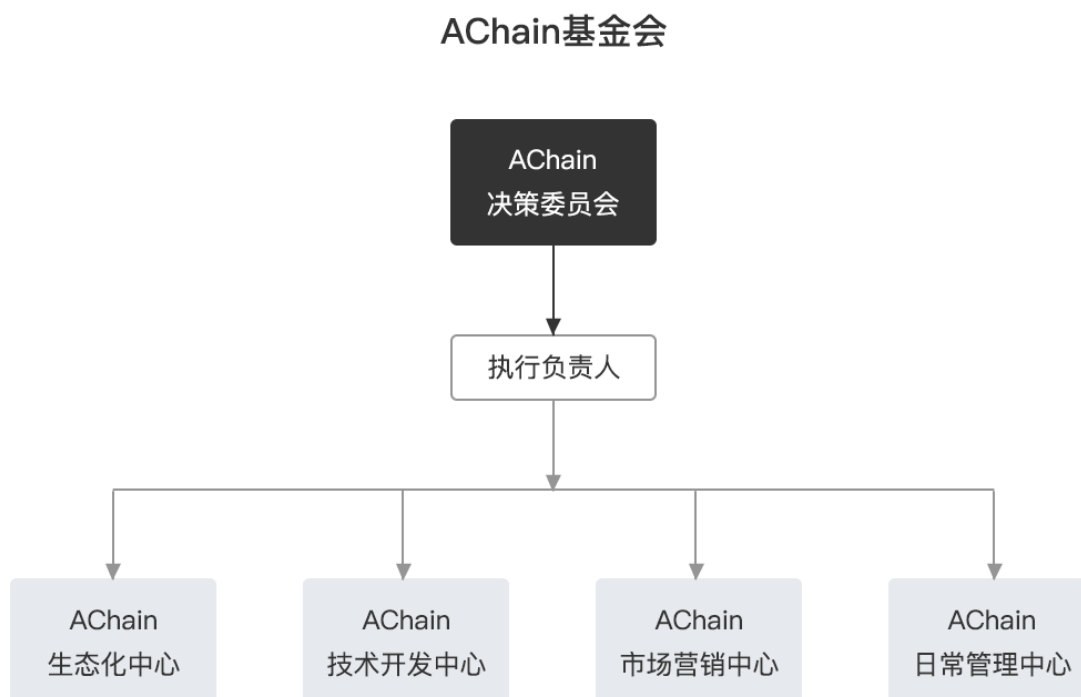
经纪公司在这个体系中通过 ICO 募集的资金解决了对有潜力的网红初期投资，并把风险在一定程度上转嫁给了经纪体系。网红获得了更大的机遇、关注，通过 ICO 的方式完成了种子粉丝的养成。ICO 投资人、粉丝在这个过程中不仅仅可以享受到艺人在成名后的所带来的高额回报，并且在这个生态中助推艺人的成熟，通过投资关系的绑定自觉的为艺人推广贡献资源、人脉等机会。如此经纪公司、艺人、投资人、粉丝在这个体系中形成商业闭环，都以区块链代币形式进行募资、投资、流通、打赏、交易等，从而促进网红经济的发展。

3 Achain 治理架构

3.1 Achain 基金会设立

Achain 基金会（以下简称“基金会”）致力于 Achain 的开发建设和治理透明度倡导及推进工作，促进开源生态社会的安全、和谐发展。基金会将通过制定良好的治理结构，帮助管理开源社区项目的一般事宜和特权事项。基金会治理结构的设计目标主要考虑开源社区项目的可持续性、管理有效性及募集资金的安全性。基金会由生态化中心、技术开发中心、市场营销中心、日常管理中心组成。

3.2 Achain 基金会治理架构



- Achain决策委员会

Achain决策委员会负责重大事项的管理与决定，包括聘任或解聘执行负责人以及各中心负责人、制定重要决策等。决策委员会成员任期三年，可以连任。委员会设主席一名，由委员会成员投票决定。

首届决策委员会成员将由 Achain 创始团队及投资人选举产生。

- Achain生态化中心

生态化中心负责探索Achain与行业结合应用的可能性，从而实现商业落地。

重点探索领域为：互联网金融、ICO、跨境交易、大数据、人工智能等领域。生态化中心成员在社区中与社区成员交流生态化的发展和未来。

- Achain技术中心

技术中心由负责底层技术开发、测试、上线、审核等。技术中心成员在社区中与Token 持有者进行沟通交流，并且不定期举办技术交流会。

- Achain市场营销中心

市场营销中心负责Achain技术推广、Achain产品推广、Achain社区推广、开源项目的推广和宣传等。

- Achain日常管理中心

日常管理中心包括财务、法务、人事、行政等管理。财务负责项目资金的使用和审核；法务负责各类文件的审核与拟定，防范可能存在的各类法律风险；行政和人事负责人员、薪酬等人事工作以及日常行政工作。

3.3 Achain 团队

Achain 团队的名称叫 Init (奇点，意为世界的原点)。Init 团队的初始成员来自业内著名的区

区块链公司信和云、果仁宝，也会在发展中逐步壮大。Init 团队相信众志成城，团队的所有成就都离不开任何一位成员，团队所有成员都很重要，没有主次之分。团队的唯一代表与对外发言人为崔萌。

4 Achain 发展和计划

4.1 Achain 上线时间规划



4.2 Achain 公开售卖计划

Achain 的代币名为 ACC，初始发行量 10 亿，为维护 Achain 的稳定运行，对出块节点 予以奖励，ACC 每年的产生量被限制在 2000 万个以内，并随着时间的发展和 Achain 分布式网络的抗攻击能力的增加，出块奖励所占比例逐年递减。

ICO 结束条件：ICO 开放期结束，或者 ICO 期间，募集总量达到 3000BTC（以及等值 ETH）

ICO 失败条件：ICO 结束时，募集总量不足 1500BTC（以及等值 ETH）

比例	分配方案	明细
30%	ICO	用于 Achain 后续开发、市场推广，项目及基金会的运行。 此部分资金的使用需要定期公示。
10%	创始团队	为回报创始团队在过去的三年中在探索和开发 Achain 企业级分布式应用平台所做出的各种贡献，以及今后维护 Achain 技术和运营发展的付出，发放 ACC 做为回报。 代币发行时此部分代币将被智能合约锁定，1 个月后解锁，每月解锁此部分的 2%。
30%	早期投资人	早期投资人对 Achain 发展过程中在财力、协调资源、战略规划、人才辅助等方面做出的贡献，发放 ACC 做为回报。 全部早期投资的份额在发行的时候都会予以锁定，其中 20%锁仓 24 个月，7%锁仓 12 个月，2%锁仓 6 个月，1%锁仓 3 个月，统一解锁规则如下：从首次上线交易平台之后 1 个月开始，逐月按照相应比例解锁（假如 8 月 15 号上线，以 1%的 3 个月锁仓为例，分别在 9 月 15 日，10

		月 15 日，11 月 15 日等比例释放)
30%	基金会	作为 Achain 的备用金，用于 Achain 后续项目的开发，项目生态的完善，项目扶持，以及促进基于 Achain 开发的区块链分布式应用。 代币发行时此部分资金将被智能合约锁定，由选举出的基金会共同决议解锁规则。

官网：www.achain.com

联系方式：

邮箱：hi@achain.com

QQ 群：485443298

微信：Achain_secretary