



Entrepreneur Star

创客星球

全球新零售创业平台

Entrepreneur Star

开源 开放 开创

白皮书 v3.0

Table of Contents

摘要	5
1 背景介绍.....	6
1.1 全球电商体系发展现状自 1995 年亚马逊和易贝在美国成立，电商在全球迅速兴起。 6	
1.2 全球电商体系痛点分析	6
1.2.1 “中心化商业”电商模式劣势凸显.....	7
（1）中心化规则束缚商业发展	7
（2）中心化运营成本高	7
（3）平台运营效率低下	7
（4）中小微商家成功难度增大	8
（5）中心化商业的恶性循环	8
（6）电商企业数据垄断	8
1.2.2 信息不对称引发的信任危机.....	9
1.2.3 征信缺失导致金融风险增加.....	9
2 创客星球社交消费生态系统.....	10
2.1 创客星球的使命	10
2.2 创客星球的理念	10
全民选品、全民开店、人人分发、人人共享。	10

2.3 创客星球的愿景	10
• 打破传统的中心化商业模式	10
• 建立一个全球化的、社交化的、分布式的消费生态	10
• 建立下一代消费生态和商业文明	10
2.4 创客星球生态参与主体	11
2.4.1 生产者	11
2.4.2 开发者	11
2.4.3 推荐者	11
2.4.4 消费者	12
2.4.5 服务者	12
2.5 创客星球社交消费生态系统介绍	12
2.5.1 基于社交化的消费生态模式	12
(1) 社交化商业形态下的共享经济	12
(2) 去中心化的产品交易节点	13
2.5.2 基于可信溯源体系的供应链模式	14
3. 技术实现	18
4. 创客星球通证发行方案	21
5. 全球数字资产基金会	21
6. 投资风险	23

7. 免责声明.....	23
--------------	----

摘要

随着互联网中心化电商平台的发展，形成了较为稳定的行业格局。然而，在这个赛道上竞争的商家数量的增加不但没有降低运营成本，反而形成了一个头部效应、赢家通吃的竞争格局，中小微企业空间被挤压，由此而引发的信息不对称、高成本、低效率、高金融风险等问题，阻碍了中心化平台的进一步发展。创客星球是基于区块链技术建立的去中心化社交消费生态链，将传统的中心化平台、供应商、分销商、消费者等市场角色转换为生态中的生产者、开发者、推荐者、消费者、服务者五大生态参与主体，建立创客通证激励机制，促进五大生态参与主体的活跃度和对商城的贡献度，解决中心化平台的运行痛点，把传统商业的消费链条（工厂—品牌商—渠道商—电商平台—消费者）变成以区块链为基础的链条（产品——挖矿——消费者），促进消费商业的社交化、高效化、低成本化、数据化发展，构建全球社交消费新生态。

1 背景介绍

1.1 全球电商体系发展现状自 1995 年亚马逊和易贝在美国成立，电商在全球迅速兴起。

2011 年到 2016 年，全球网络零售交易额从 0.86 万亿美元增长至 1.92 万亿美元，年平均增长率达 17.4%。未来五年，随着全球智能手机保有量不断提升、互联网使用率持续提高、新兴市场快速崛起，全球网络零售仍将保持两位数增长。预计 2020 年，全球网络零售交易额将超过 4 万亿美元，占全球零售总额的比例从 2016 年的 7.4%增长至 14.6%。亚洲地区电子商务体量大、发展快。电子商务起源于欧美，但兴盛于亚洲。亚洲地区网络零售交易额已占全球市场的 46%。中国、印度、马来西亚的网络零售年均增速都超过 20%。中国网络零售交易额自 2013 年起已稳居世界第一。全球十大电商企业，中国占 4 席、日本占 1 席。其中，阿里巴巴以 26.6%的市场份额排名全球第一，京东商城名列亚马逊、易贝之后，位居第四，小米和苏宁也入围前十。目前，全球领军互联网企业都已构建以平台为核心的生态体系。亚马逊、阿里巴巴等以电商交易平台为核心，向上下游产业延伸，构建云服务体系。谷歌、百度等以搜索平台为核心，做强互联网广告业务，发展人工智能。脸书、腾讯等以社交平台为核心，推广数字产品，发展在线生活服务。

1.2 全球电商体系痛点分析

随着全球电商的不断扩张织网，以平台为核心的生态体系不断增多，平台吸引的用户逐渐增多，数据不断积累，强者越强趋势更加明显，随之而来的，是中心化平台模式下的发展束缚，

具体总结

如下：

1.2.1 “中心化商业” 电商模式劣势凸显

(1) 中心化规则束缚商业发展

“中心”通常肩负着内容评级和资源排位等涉及内容质量的定义和分发服务，因为没有公开透明的评估标准，“中心”还会根据自己的 KPI 需求，强制商户进行消费数据生成的返利、超发，强制商户快速“吸血”降低了消费产品与服务的生命周期，在一定程度上阻碍了商业的良性发展。

(2) 中心化运营成本高

现在作为“中心”的大部分平台虽然运营良好，但这一切都是在高比例平台分成、高商务沟通成本以及巨额的营销费用的基础上实现的。类似京东，天猫的传统电商，流量成本高，基本上各大平台各个细分类目都是头部效应。运营成本高基本上一个新品运营成本 40%左右。

(3) 平台运营效率低下

在传统集权化的“中心”之下，评审分发机制的公平公正变的不可能，丧失了数字互联网给人类带来的“便捷、高效、低成本”的原始效益。不能形成深度数字化链条对整个产业没有发展突破，产品升级、技术进步的动力不足，点评造假、利益输送明显，大大降低平台的运营效率。

(4) 中小微商家成功难度增大

中心化运营的平台上，大的商家具备信誉、流量、口碑、资金、产业链优势，中小微商家进入门槛越来越高，头部效应明显，消费者成为平台流量和交易数据的贡献者，没有完善的激励机制，消费者、生产者行为无法得到有效激励，社交生产者行为也无法得到有效的激励，“中心化”抑制了这些人巨大的创造力，阻碍商业化进程。

(5) 中心化商业的恶性循环

消费数据的终端商家的精力都花费在中心平台的商务沟通成本上，而不在真正的消费产品服务制作上。在中心化的渠道还滋生了很多刷榜、自充、做数据等畸形产业生态以及价格战、促销战等恶性竞争，马太效应进一步显现，形成商业的恶性循环。

(6) 电商企业数据垄断

中心化平台发展阶段，每个平台的消费数据交易市场混乱，无法进行统一的采集评估，极大伤害数据生产者的应有权益。因为消费数据资产“中心平台”高额的分成比例，再加上普通商家、渠道商、广告商等等中间环节层层扒皮，真正的消费者得不到由资产交易产生的实实在在的收益，真正的高质量消费资产数据被这个闭环掩盖。个人贡献了消费数据痕迹，但是没有收获数据积累的广告收益，本质是不公平的。

1.2.2 信息不对称引发的信任危机

传统商业,包括大型的电子商务生态在内的传统商业,从来没有解决好一个十分重要的问题:消费者无法通过商品(无论是实物商品还是数字商品)获得该商品在所有交易节点上的流通信息,和所有交易节点上的生产、加工、原材料信息,而只有依赖最下游的商家(或品牌)来背书,而这种背书在很大程度上是不可信的。总之一句话,传统商业中消费者无法对商品进行真实、完整、可信地溯源。

1.2.3 征信缺失导致金融风险增加

互联发展到今天整个社会最大的危机就是信用体系。国家每年的两会都在提的一个重大话题，大的企业和机构正在以各自掌握的大数据形成联盟，为社会贡献信用数据和实现新商业价值。消费者并没有借助消费数据的信用体系为自己在消费选择和消费认知层面做更大的提升。传统的权威征信集中在央行手中，只在银行体系和部分金融机构应用，互联网金融真心体系缺乏完善的管理机制导致金融风险一直处于高位。

2 创客星球社交消费生态系统

2.1 创客星球的使命

重塑消费生态，畅想幸福生活。

2.2 创客星球的理念

全民选品、全民开店、人人分发、人人共享。

2.3 创客星球的愿景

- 打破传统的中心化商业模式
- 建立一个全球化的、社交化的、分布式的消费生态
- 建立下一代消费生态和商业文明

2.4 创客星球生态参与主体

我们认为，创客星球生态中的每一位参与者都不单单是平台的使用者，同时也是创客星球生态的贡献者和创客星球共识的信仰者，甚至是共识的制订者。每位在生态中参与生产/发现/推荐/消费/服务的参与者都将获得平台给予的数字通证激励。而从生产者到消费者的中间环节上的发现者/推荐者/服务者则作为平台的挖矿者，他们支持着创客星球生态的正常运转，将获取相应的挖矿收益。

2.4.1 生产者

消费品的生产制造和加工处理厂商或个人。

2.4.2 开发者

新消费品的发现者和第一个尝鲜者，在创客星球生态举行投票或试用试吃等活动，也为生产者拉票，或为别的发现者发起的投票活动进行投票，以及为质优价廉的新商品代言。

2.4.3 推荐者

多级分销商/销售代理/终端销售门店/推销员，传统生态中在低买高卖的过程中赚取中间差价的角色。这一角色将在创客星球新生态中不复存在，取而代之的是扁平化而非层级化的推荐者的角色。判定一个推荐者好坏的标准将从分级高低/下线多少转变为推荐者为生态带来了多大贡献，激励将通过一系列智能合约系统发放给推荐者。

2.4.4 消费者

商品的购买者和最终使用者，对生态其他角色提供的产品和服务享有最终评价权。消费者在平台上产生的交易数据、订单总数和对产品的忠诚度（热销时间）将作为生态中其他多个参与主体的激励分配的核心评价原则。

2.4.5 服务者

平台运营方（创客星球社区发起者）以及生态中其他提供各类服务的参与主体，包括但不限于质检单位，物流服务商，仓储服务提供者，订单管理维护者，客户服务，广告商，开发者社区，商品品牌代言人等等。

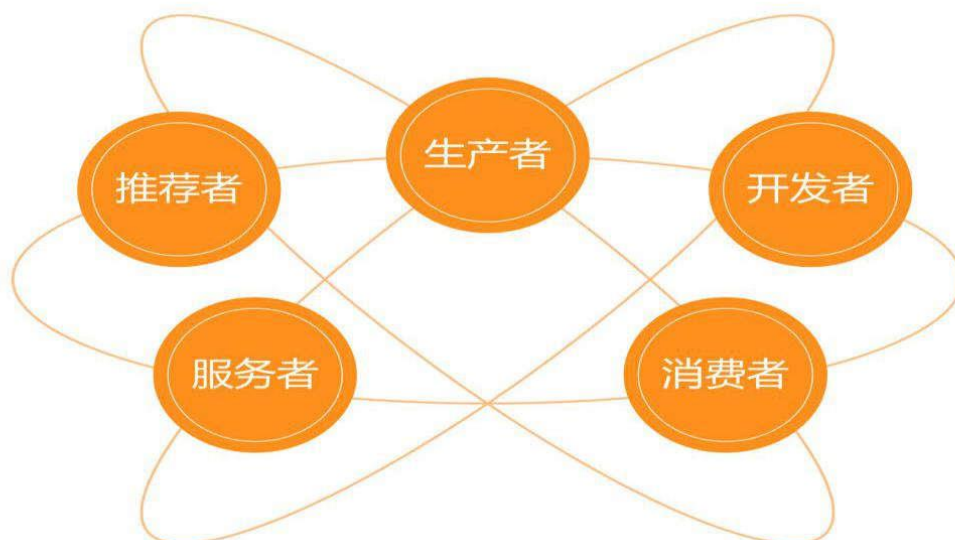
2.5 创客星球社交消费生态系统介绍

2.5.1 基于社交化的消费生态模式

(1) 社交化商业形态下的共享经济

传统电商的供货商、经销商、消费者、平台服务商均可参与生态搭建均可获得 token 奖励，形成创客星球生态社区，让消费者从原来的纯粹消费变成这个消费链条上的利益共享者，所有消费者都可以成为优质产品的开发者、推荐者、服务者，都可以通过为平台做贡献而分到奖励。基于区块链技术的快速发展，把大流量端口即社交媒体的流量传播制造的用户享有更高的价值，重构了一个有纯消费向价值收益消费的新的商业流量价值结构，把共享经济借助区块链技术实现新的价值应用。

(2) 去中心化的产品交易节点



基于区块链技术，创客星球将搭建自动分账交易系统，改变传统中心化平台运行模式，利用智能合约技术和分布式存储，自从处理交易订单，无需人工干预，搭建合理的激励机制激发全体参与者共同维护，达成交易的一致性、同步信任，极大降低交易成本，进而极大促进社会分工和社会效率的提高。

(3) 创客星球数字通证流通形成消费商业闭环以创客星球数字通证作为流通，创客星球生态体系中的产品供应商、开发者、推荐者、消费者均可以通过参与生态贡献行为获得创客星球数字通证奖励，同时消耗一定数量的数字通证获得整体利益。创客星球生态社区将还原商业本质，降低交易成本，使流通与生态内的产品以无限接近于出厂价格的形式，在一定程度上快速吸收用户，增加活跃度，随着生态内交易数据增长，形成去中心化的独立商业闭环。

2.5.2 基于可信溯源体系的供应链模式

(1) 供应商上传商品数据

创客星球将传统中心化的产品生产和供货模式深度数字化，以最小的颗粒度量每个产品的路径，以供货商为核心，将产品的生产、加工、原材料、包装、存储等信息全部基于智能合约上链，在此环节供货商将获得创客星球数字通证的奖励，这一行为将帮助创客星球生态系统建立商品数据库。

(2) 交易节点信息记录

区块链技术优势在于智能合约的记录和不可篡改，创客星球生态基于此优势将产品在出厂、运送、签收等交易节点信息，全部记录上链，每个交易节点对应的信息均可查询且不可篡改。

(3) 可溯源的商品数据

当生态内交易数据以及参与者达到一定规模后，将开始利用基于区块链的智能合约技术，对供应链建立溯源体系。对商品数据和交易节点数据进行真实、完整、可信的记录，使生态内的每件商品都实现可溯源，实现信息的充分共享，监管部门也将大大提高合格率，降低质检成本。



2.5.3 基于数据共享的智能分账体系

(1) 实现消费生态交易节点智能分账

基于社交消费生态和商品的溯源体系，创客星球解决了传统电商模式下的中心化运营弊端和信息不对称，以创客星球数字通证为核心的激励机制建立生态交易节点智能分账，自动在链上记录商品、交易、资金信息，实现生态内的商业运转。

(2) 建立参与主体智能分账数据库

创客星球依托区块链技术让整个生态内的消费路径深度数据化，精细到最细微的行为、产品数据化。全球生态内的商业数据实现信息的公开透明，可追溯，解决中心化电商的数据管理混乱和数据价值垄断，实现全球商业数据的共享，重构消费环境的数据价值体系。

(3) 构建社交红利共享信任机制创客星球生态模式在数据价值充分利用好的基础之上，加强了参与者之间对商品和交易双方的相互信任，把整个交易流程变得公开透明，让消费者对自己的整个消费场景有一个清晰地认识。中心化平台所存在的作假行为（刷单，评价，价格体系，活动等）将不复存在，全乎信息实现溯源。创客星球让消费传播变得更有价值，有原来的广告型社交媒体纯消费，变为价值型社交红利共享的信任机制。

(4) 基于征信体系的创客星球金融生态

创客星球共享信任机制让整个消费链条的各个环节公开透明，随着数据的增多和数据库的不断完善，创客星球将逐渐构建全球用户的征信体系，把数据应用扩展到金融、保险、个人信誉等多个领域，普惠中小微企业和每一位生态参与者，建立基于消费生态的金融新生态。

2.6 创客星球数字通证生态流通

2.6.1 激励机制

创客星球社区通过建立以创客星球数字通证（ESC）为核心参与主体激励机制，提高成员的活跃度和对生态的贡献度。激励机制的核心评价标准为成员贡献度，五大参与角色根据定位不同分别赋予不同的权重，已达到激励的特殊性。

2.6.2 消耗机制

创客星球生态内参与主体通过行为产生算力，通过算力分配 ESC 奖励，用于在生态购买商品获得利益，完成生态内创客星球流通闭环。

2.6.3 创客星球数字通证的功能

(1) 生态贡献价值评价标准

创客星球生态系统中的全部商品价值和参与主体的贡献度,均通过创客算力数值进行价值评价。创客星球的这个职能,就像尺子一样,将商品的价值和参与主体的贡献度进行数字化处理,作为生态体系内衡量价值的标准。

(2) 交易支付媒介

创客星球数字通证在生态中被赋予支付媒介的功能。在商品交易中,创客星球数字通证作为生态内流通的支付媒介从买房流向卖方,作为卖方的收入奖励;在生态激励过程中,我们将使用创客星球数字通证奖励为生态的发展做出贡献的人。

(3) 金融借贷功能

创客星球生态在数据价值基础上建立社交红利征信体系,生态中的中小微企业以及消费者均可以在征信体系下进行金融借贷业务,创客星球可作为金融生态中的借贷支付工具,形式其金融借贷功能。

(4) 构建创客星球消费生态发展闭环

创客星球数字通证贯穿于社交消费生态体系的各个环节,将整个商业生态串联起来,从商品交换到金融借贷,从参与主体行为到贡献奖励,以数字化形式进行了全新的定位,以创客星球数字通证作为主线构建了创客星球社交消费生态圈的闭环模式。

2.7 创客星球消费生态场景描述

- 生产者 A 通过购入创客星球 ESC 并锁定,开设创客星球厂家直销店铺
- 生产者 A 支付创客星球 ESC 来招募优秀的发现者

- 发现者对接了单个生产者即获取一定额的创客星球 ESC 作为激励
- 发现者 B 支付创客星球 ESC 来发起试用活动和投票活动
- 投票选品成功的投票发起者 B 将获取一定额的创客星球 ESC 作为激励
- 推荐者 C 发布优质产品介绍内容，发出的购买链接被访问，获取一定额的创客星球 ESC 作为激励
- 消费者 D 用创客星球 ESC 支付商品并获得一定的折扣

3. 技术实现

3.1 创客星球赤道链技术架构

创客星球平台的技术架构有区块链层、扩展层、服务器层和应用层。

3.1.1 区块链层

创客星球生态的 DApp 基于以太坊公链。

3.1.2 扩展层

提供钱包/数字通证/智能合约/闪电网络/激励机制等支持。为服务器层提供与区块链层的交互界面。

3.1.3 服务器层

提供负载均衡器/数据库/文件存储等传统应用框架服务器端的基本支持，包含订单和商品管

理，人工智能推荐引擎等模块。服务器层通过 RestAPI 与应用层进行交互。

3.1.4 应用层

支持多平台，iOS/Android/小程序/H5 页面等，未来可能提供开放的 API 接口，供开发者帮助第三方应用接入创客星球生态。应用层针对不同生态参与主体设计不同的操作界面和钱包。

3.2 智能合约

基于区块链开发的智能合约技术包括交易处理与保存机制，智能合约系统根据事件描述信息设定触发条件，当触发条件满足时，智能合约将自动执行合约的指定内容。智能合约具有不可逆性，一旦完成，将不可修改或删除，具有很强的安全保障。创客星球通过智能合约技术实现生态经济（激励）系统，商品交易以及各种流程管理。

3.3 闪电网络

创客星球平台提供链外交易闪电网络功能，满足电商场景下交易（不仅是商品交易，任何区块链上的操作都是一次交易）频次高的需求，并以此来解决公链网络扩展性问题。闪电网络是为区块链技术适应海量微交易场景而设计的技术。通过交易双方搭建一个通道，双方大量的微交易可以在链外直接多次高频、双向地通过中心化方式实现瞬间确认。在结算时提交最终结果到区块链进行确认。

3.4 多重签名技术

多重签名，即对一项数字资产的多个签名。签名标定了数字资产的所属权，而多重签名使得数字资产能够被多人共同支配与管理。在加密货币领域，如果需要转移某一地址的资金，通

常需要该地址所有人使用其私钥进行签名。而多重签名则需要该地址所有的所有者的私钥签名。在创客星球生态中，团队将对多重签名技术进行改造，将其与智能合约技术相结合，致力于构造出一个更加合理便捷的支付方式。买卖双方通过平台各个模块寻找购物目标，双方协商后签订智能合约。此时买家进行付款，将数字权证存放于多重签名钱包地址，智能合约生成第一把私匙发送给卖家，在买家验货后，智能合约生成第二把私匙交予卖家，卖家持有两柄私匙即可提取权证。

3.5 区块链的不可逆性和不可篡改性

区块链的不可逆性和不可篡改的特点，极大提高了链上数据的可信在创客星球生态中，团队将对多重签名技术进行改造，将其与智能合约技术相结合，致力于构造出一个更加合理便捷的支付方式。买卖双方通过平台各个模块寻找购物目标，双方协商后签订智能合约。此时买家进行付款，将数字权证存放于多重签名钱包地址，智能合约生成第一把私匙发送给卖家，在买家验货后，智能合约生成第二把私匙交予卖家，卖家持有两柄私匙即可提取权证。

3.5 区块链的不可逆性和不可篡改性

区块链的不可逆性和不可篡改的特点，极大提高了链上数据的可信度，保障了数据的安全。区块链存储交易记录、交易信息、用户评价、信用评级等数据的不可逆性带来的极高可信度，解决了现有电商平台的很多痛点，如卖家蓄意骚扰买家，要求更改、删除负面评论，对未知商家销售的货品的可信度怀疑等问题。同时，基于这样数据特点的交易平台，为仲裁制度提供了良好的分析条件，是用户权益得到更大的保障。

4. 创客星球通证发行方案

在创客星球平台发行的 Coin，简称创客币（ESC），

发行总量：10 亿枚

发行价格：¥0.002/枚

发行方式：每天产生 30 万枚，加权平局配送给持有创客算力的账户

5. 全球数字资产基金会

5.1 运营主体

创客星球由新加坡数字资产基金会（Global Digital Assets Foundation）创建，该平台的主要任务就是公开、公正且透明的不以盈利为目的的运营电子商务。新加坡数字资产基金会受新加坡司法监管。该基金会由具备委托资格的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。基金会建立每个国家的服务与法律相关的内容审查委员会，以保证在这个国家的内容均符合当地的法律法规和文化。在合法合规的基础上，文化风格将由流量中心根据各自的文化定义，通过归属其道德文化委员会来自行定义。

5.2 基金会的组织架构

基金会在公开、公正、透明的前提下合理使用基金会的资金、资源，不断推进创

客星球的快速发展，扩展创客星球的市场边界，吸收更多机构、公司、组织进入创客星球的生态，基金会设立三层的组织架构如下：

(1) 决策委员会

决策委员会负责重大事项的管理与决定，包括聘用与解聘执行负责人及其它各委员会负责人。制定重要决策，审核、审批基金会各项重要发展规划及资金、资源投入计划。

(2) 生态发展委员会

生态发展委员会负责拓展“创客星球”与各行业结合运用的紧密性，并负责生态打造、外部资源链接、政府机构对接，进一步实现商业落地。下辖生态运营中心、行业技术中心两个组织体系。全面实现人工智能、区块链技术升级、跨境交易、互联互通、价值共享。

(3) 战略研究委员会

战略研究委员会负责完成创客星球生态持续、高效发展的各项研究成果及规划提出。确保在战略、组织、政府政策、商业、技术方面针对不同节点和不同国家地区的方案可行性研究规划。

(4) 首席执行官

首席执行官由决策委员会票选产生，对决策委员会负责。首席执行官将全面组织实施决策委员会的有关决策和规定，全面负责创客星球的日常运营，完成其下达的各项指标，并定期将实施情况向决策委员会汇报。首席执行官有权组建必要的职能部

门。组建各板块负责人员，负责统筹技术开发、商品供应链管理、市场推广、内部运营、财务审核等 5 个部门的业务，形成一个以其为中心的管理组织体系。

5.3 基金会的管理目标

研究公平、透明的治理规范 and 标准，深切考虑所有参与者、用户的共同利益、起到对各方推进和制约的双重目的，实现最终共赢的最终目标。研究稳定、高效的市场体系，包括区块链各方参与主体的管理，风险系数和数据系统的核算，创客星球的创建和流通，公正组织的权限和协议等。研究风控模型和经济模型，保证超大规模的经济网络可以长久的运行，不受经济危机、通货膨胀、恶意攻击等金融风暴造成创伤性危害。

6. 投资风险

参与创客星球的消费者及商户，请仔细阅读本白皮书，全面认识创客星球的经济特征和技术特性，根据自身财务状况及风险承受能力作出决策。

7. 免责声明

创客星球是平台发生效能的重要工具，而不是一种投资品。FSC 作为一种数字加密货币不属于一下类别：①法定货币；②证券；③股权；④股票、债券、票据、认股

权证、证书等。FSC 的增值与否取决于市场规律与应用场景的扩展，其可能不具任何价值，团队不对其增值做出承诺，并对其因价值增减所造成的后果概不负责。在适用法律允许的最大范围内，对应参与互换所造成的损害和风险，包括但不限于直接或间接的个人损害、商业盈利的丧失、商业信息的丢失或其它任何经济损失，本团队不承担责任。创客星球平台遵守任何有利于互换行业健康发展的监管条例以及行业自律声明等。参与者参照即代表完全接受并遵守此类检查。同时，参与者披露用以完成此类检查的所有信息必须完整准确。创客星球平台明确向参与者传达了可能的风险，参与者一旦参与，代表参与者已确认理解并认可细则中的各项条款说明，接受本平台的潜在风险，后果自担。