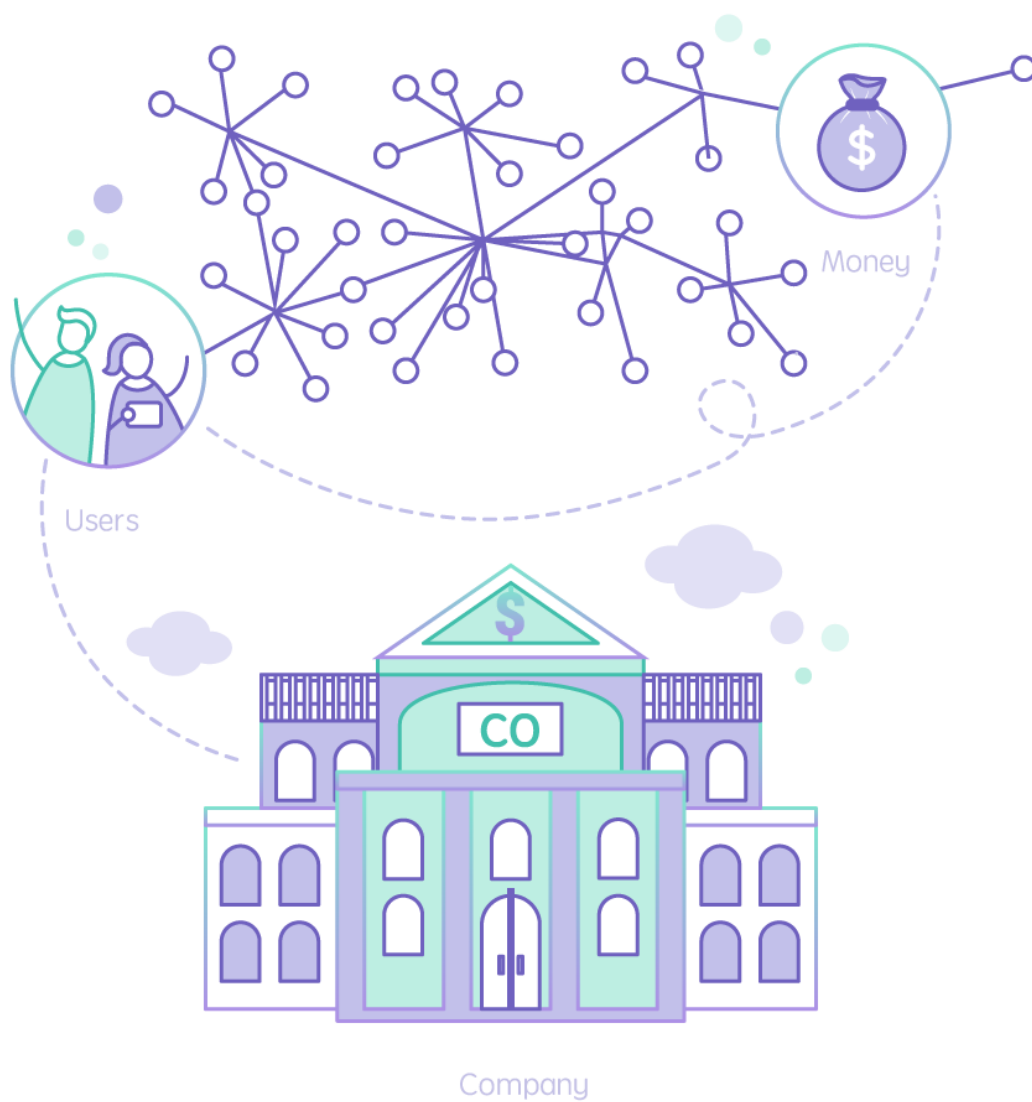




PROCHAIN - 基于大数据的精准广告区块链



般若 ProChain 基于大数据的精准广告区块链

ProChain 创始团队

2017 年 12 月 2 日

目录

1. 背景	4
• 项目起源	4
• 市场现状	5
2. 般若 PROCHAIN	7
• 目标与使命	7
• 为何使用区块链技术？	8
3. 技术方案	10
• 技术架构	10
• PROCHAIN 反欺诈	11
• 去中心化投放流	12
• 任务匹配机制	13
• 基于全链投放数据的机器学习模型	14
4. 产品方案	16
• 业务流程	16
• 用户增长策略	17
• 广告投放终端 PRODSP	18
• 流量变现终端 PROSSP	18
• 媒体分发终端 PROSDK	18
• 数据分析终端 PROADWAREHOUSE	18
5. 应用场景	19
• 移动应用下载	19
• 投放结算	19
6. PRO 代币发行计划	21
• 发行目的	21
• 详情	21
• 代币分配	21

7. 般若团队介绍22

- 核心团队 22
- 联合创始人 23
- 投资人..... 24
- 知名交易所 24
- 核心竞争力 27
- 开发计划..... 27

背景

项目起源

在全球万亿级的互联网广告市场中，营销预算大部分被搜索引擎与社交媒体等中心化媒介所占有。由于产业链条中各利益方之间缺乏互信，带来了广告验证、数据监测、广告拦截等诸多无价值环节，高昂的信任成本分流了各方利益。据近期数据显示，移动 App 的注册用户获取成本已高达 10~50 元 RMB，而某些特定类型用户，注册用户获取成本更是高达上千元 RMB。那么是否存在一套方案能够解决各方之间的信任问题，用技术手段来降低企业投放成本，提升中小媒体话语权，同时让用户能够控制隐私权限，甚至获得收益？

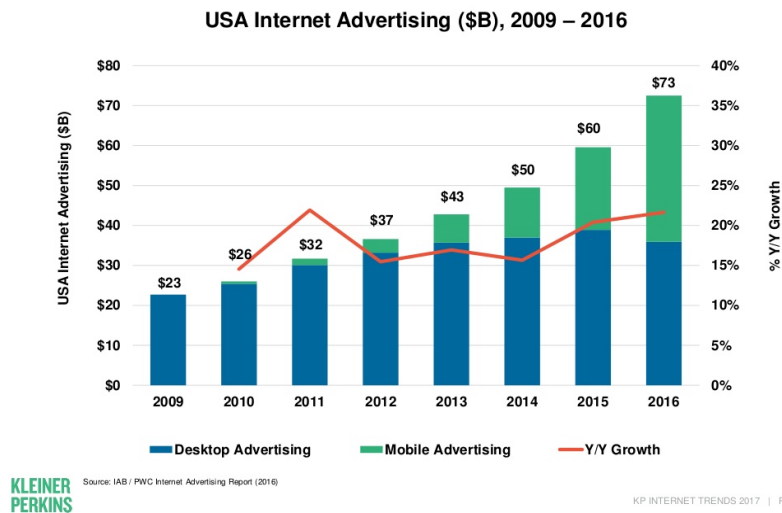
从企业角度来讲，如何投放营销资金和优化渠道，使其能够精准、快速传达到目标人群一直以来都是企业的刚需。Google 和百度曾成功验证过竞价排名商业模式的可行性，但随着市场集中度提升，搜索引擎营销逐渐成为少数利益集团的游戏，尤其受到平台方以及竞价联盟制约，中小企业难以进入。同时，由于流量方数据不透明，企业难以精准测算资源投放去向，衡量 ROI 各环节的漏斗模型出现失真。另外，在广告投放过程中，存在大约占比 40%~80% 惊人比例的点击欺诈，使得很多企业已不愿使用 CPC 或 CPM 的计价模式。那么是否存在一种方案能够优化企业的营销资源，使得投放人群可精准定位，效果可追踪、可量化，免去点击欺诈烦恼，并且无论企业规模大小都可以从中获益？

从媒体角度来讲，Google 与 Facebook 等流量巨头已经基本垄断流量市场，并且每年新增市场份额的 85% 以上都被两者吸收。对于大量分散的流量主来说，议价能力较弱，不得不形成广告联盟来统一接单并被收取提成。处于强势一方的广告主经常拖欠账款，由于不满意投放效果带来的合同纠纷时有发生。那么是否存在一种方案，能够对流量主平台上的用户触发广告行为进行实时结算，并且在投放前就确立不可变更的结算规则，使得中小流量主的权益得到保障？

从个人角度来讲，在使用互联网服务时，往往会被突如其来的广告干扰。互联网产业发展至今，用户流量并没能给用户自身带来任何收益，于是越来越多的用户选择使用 Adblock 来屏蔽网页上的广告内容，广告投放效果也越来越差。另外一方面，用户的行为数据已被大公司所控制，隐私权无法掌控在自己手里。那么，是否存在一种方案，让流量的价值回归用户本身，用户能够有选择的去授权隐私使用范围，接收只与自己相关的广告推送？

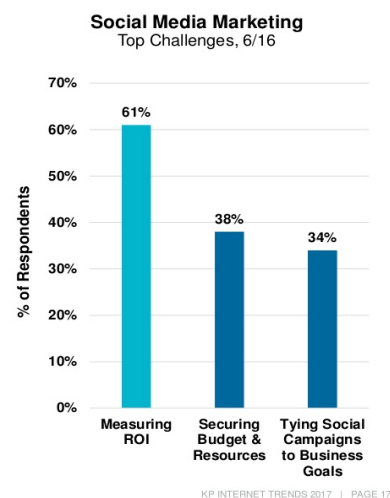
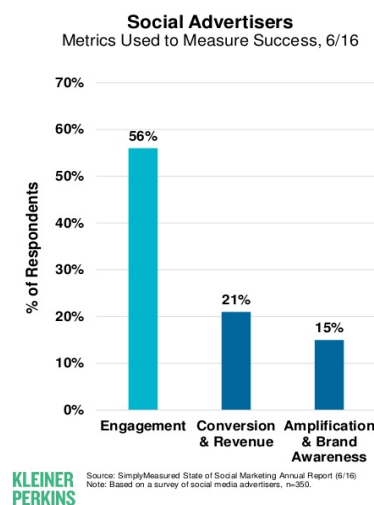
市场现状

Online Advertising = Growth Accelerating, +22% vs. +20% Y/Y...
Mobile \$ > Desktop (2016) on Higher Growth, USA



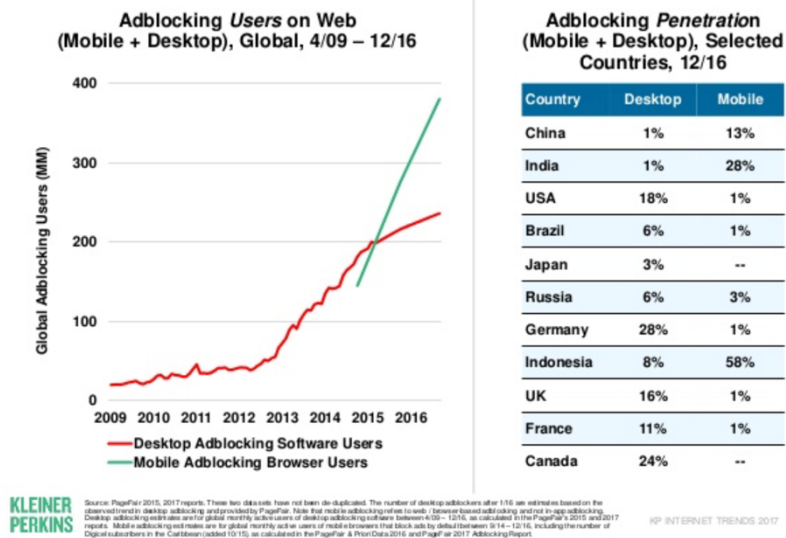
根据 Mary Meeker 2017 年互联网趋势报告：2016 年美国互联网广告市场达到 4750 亿人民币，同时中国互联网广告市场的容量达到 2900 亿人民币，全球互联网广告市场则超过 1 万亿人民币。另据公司财报显示，Google 2016 年全球广告收入达到 5250 亿人民币，Facebook 全球广告收入为 1780 亿人民币，两者合计 7000 亿 RMB。Google 在线广告业务毛利率不低于 25%，也就是说企业的广告投放向渠道多付出的费用已远超 2500 亿元。

Advertisers = Like Measurable *Engagement* Metrics But...
Some Find Measuring ROI Challenging (as with Offline)



从企业投放需求上看，网络广告投放的 ROI 测算成为广告主最为关心的一点，其次是预算和资源的投放安全性即反欺诈，最后才轮到考虑营销方案本身质量。

Ad Blocking = Growth Continues...Especially in Developing Markets...
Users Increasingly Opt Out of Stuff They Don't Want



另一方面，全球互联网用户使用 Adblock 阻拦在线广告的趋势迅猛增长，传统互联网广告投放效果日渐衰弱。用户和媒体流量作为互联网产业的价值本源，理应把这部分价值归还于用户自身而不是作为中介平台利润。

般若 PROCHAIN

目标

般若 ProChain 的目标，是**建设一个透明的数字广告数据生态平台**：连接广大广告主、媒体及开发者们，提高广告投放业务的结算效率，降低广告流量欺诈损失，去中介代理，让数字广告参与各方共同分享最大化的收益。

使命

ProChain 坚持“以数据真实”为使命，不计成本促进数字广告参与各方的信任建设。

主要有：

1. **流量反欺诈**：ProChain 建设全链全量数据 Tracking 系统，采用聚类分析、GBM、设备相似性识别等构建设备指纹模型，配合独有的 **POSt** 机制，有效识别虚拟机和设备农场等高风险设备，显著区分用户行为、非正常用户行为、虚假流量，精确消灭欺诈；
2. **告别中介代理**：ProChain 提供革新的生产关系，大幅削减中介成本；目前数字广告行业的痛点之一是中介和代理商太多，由于 ProChain 数据是透明并且可追溯的，广告主能够非常方便地判断出观看广告的人是不是他们的目标用户；因此广告主可以跳过传统的广告购买流程，直接向那些观看广告的目标群体支付费用；
3. **可信自动结算**：每个广告主的投放任务是一个智能合约，因为能清楚监控到每次投放效果，并且全链路数据是透明的，那么智能合约可按照每次效果实时给双方结算，显著缩短上下游帐期，避免合同纠纷；随着国内广告主在海外的投放业务越来越多，以 **PRO** 代币方式支付，比较容易解决跨国业务结算难题；
4. **精准效果营销**：打通各方信息孤岛，基于广告领域的**数据治理**和**实时竞价技术**（Real Time Bidding），应用多种机器学习和深度学习的算法和模型，在全链数据集上针对用户和广告进行匹配，实现个性化高质量推荐，保证广告效果。

为何使用区块链技术？

传统互联网广告市场是一个零和博弈市场，广告主(Advertiser)、流量主(Publisher)、用户(User)三方由于互不信任，引入广告验证、数据监测、广告拦截等诸多无价值中间环节，显著降低了各方收益。而使用区块链解决方案，从生产关系层面上对数字广告进行革新，将大幅削减参与各方的信任成本，从而创造千亿级市场价值。

基于以太坊公链、Raiden 侧链与 IPFS 分布式存储技术，建立一个基于大数据的精准广告分发系统 ProChain (般若)。广告主通过智能合约建立投放任务，对于触发广告的用户和媒体奖励，以 PRO 代币实时结算。

预计在未来 1-2 年内，商用级区块链公链以及跨链 (Polkadot) 和侧链 (Raiden) 技术发展成熟，而基于 IPFS 协议的存储方案将为去中心化的 Web3.0 媒体以及去中心化应用提供内容承载能力，区块链媒体将进入快速发展期。

广告作为最古老的互联网商业模式之一，ProChain 也将为这些新兴的 Web3.0 分布式应用提供高质量的数字广告解决方案。

ProChain 解决方案

该平台的统一代币称为 PRO，PRO 符合以太坊 ERC-20 代币标准，可通过以太坊公链进行自由交易。广告主 (Advertiser) 可通过数字货币交易所采购 PRO 并用于建立投放任务；而植入 ProChain SDK 的媒体 (Publisher) 以及完成任务的用户 (User) 将根据任务价格获得相应的 PRO 代币作为酬劳。

ProADX：数字广告交易平台，同时对接流量资源和广告主资源，进行大量的动态、实时竞价交易 (Real Time Bidding) ；

ProSSP：为拥有流量资源的流量主和开发者，提供一个基于区块链的供给方平台，实现专业、高效、高回报的流量变现；

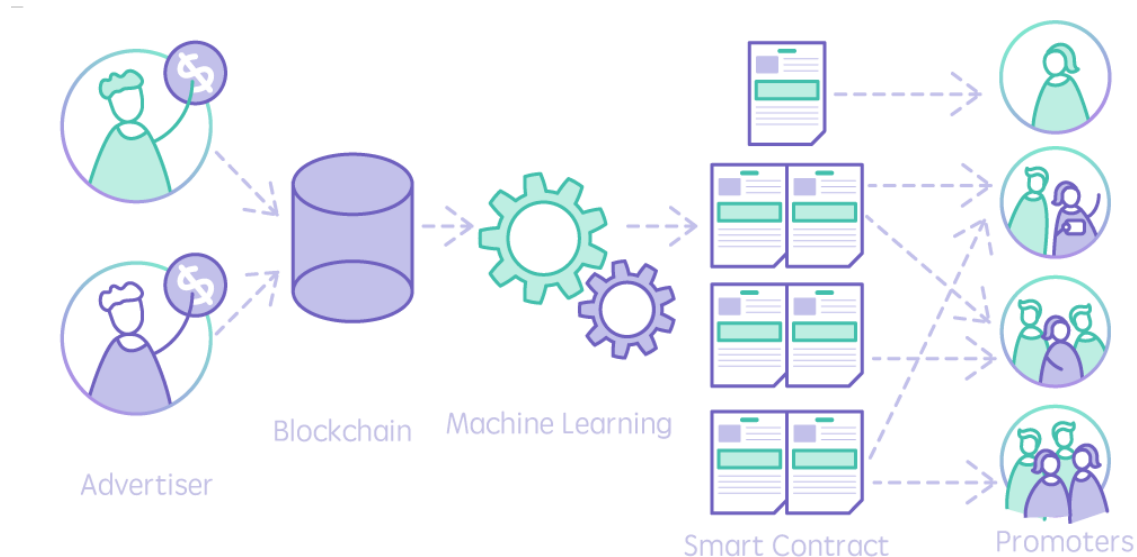
ProDSP：为广告主提供一个基于 Ethereum 的数字广告智能合约市场，广告主根据投放需求选择合约，充值 PRO 代币并发布用于实时广告竞价；

ProGateway：为打通链上链下数据而开发，帮助 ProChain 做精细化数据 Mapping；

PROCHAIN - 基于大数据的精准广告区块链

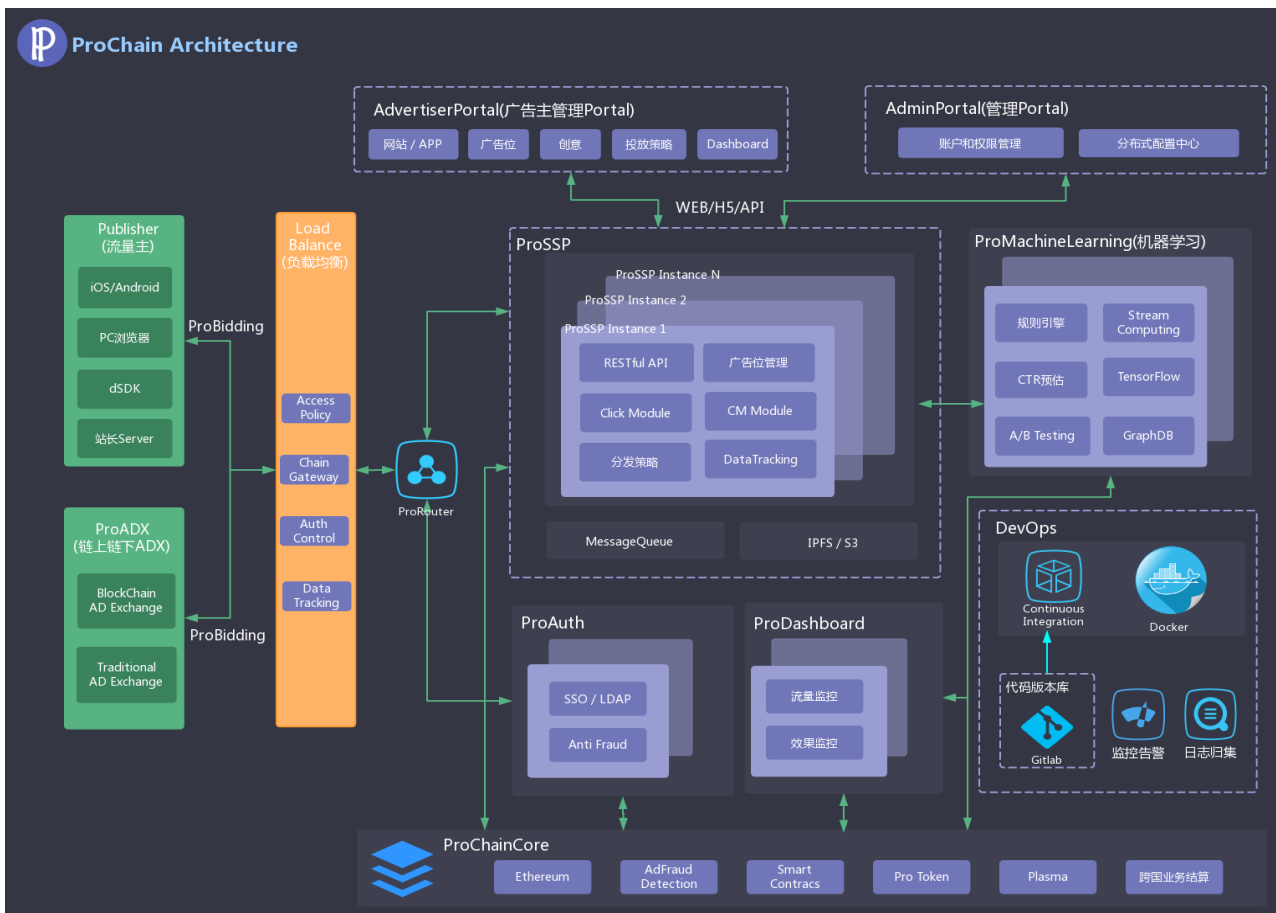
ProSDK：为流量主提供一个可自定义参数的 SDK，用于广告投放、费用结算与用户特征识别；

ProAdWarehouse：基于以太坊公链数据，为广告主、流量主、用户三方提供一个投放数据可信分析平台，提供日志级详细数据以验证真实广告点击来源，测算用户点击转化，统计任何周期内的投放效果。



技术方案

技术架构



ProChain 的入口是流量主 (Publisher) 部署的 dSDK 和 JS ，以及对接的内外部 ADX ，将媒体广告请求发给 Load Balance 处。它包含访问策略、权限控制、链上链下网关 (Chain Gateway) 和实时 DataTracking ，根据流量性质及各模块处理结果，转发给下游路由 ProRouter。

当 ProChain 业务端收到 ProRouter 请求后，交给内部各实例 (Instance) 处理。实例将外部请求与系统内标签进行映射，定量判断流量数据质量，按照分发策略及定价模型，在广告主管理平台进行最优广告素材匹配，确定结果返回前端。

PROCHAIN - 基于大数据的精准广告区块链

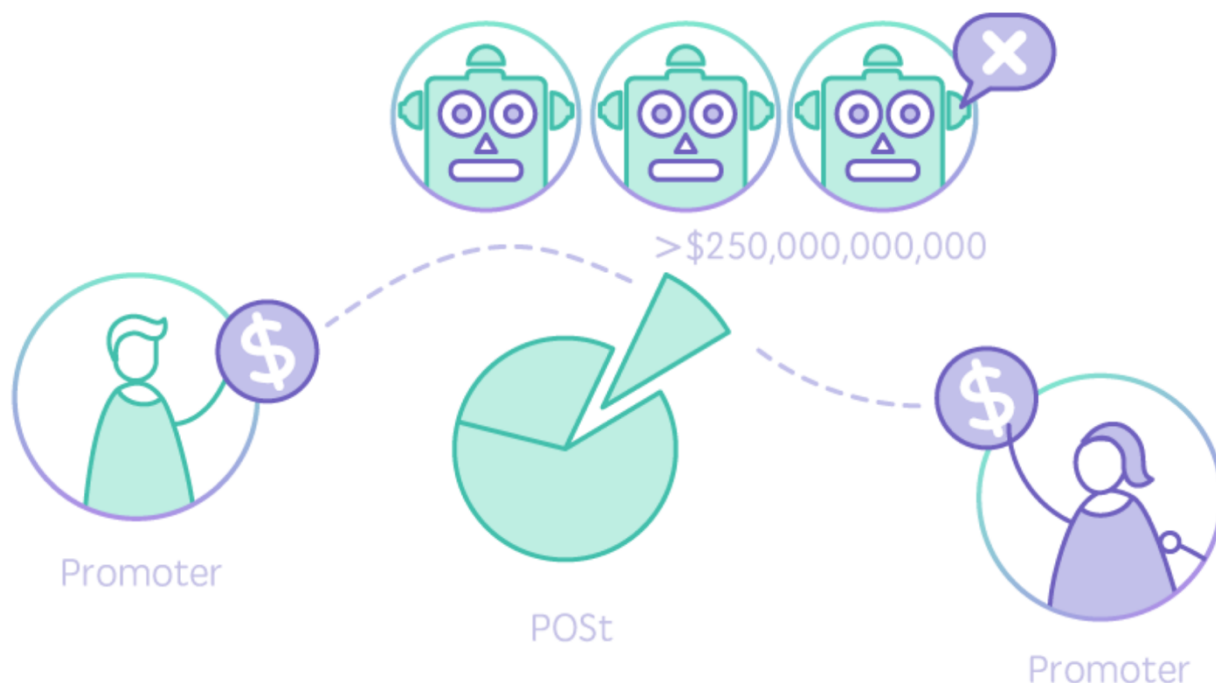
如果是 RTB 投放，ProChain 业务端经过对流量数据质量进行判定后，转发给外部广告交易平台，如传统互联网的 AD Exchange。更进一步，对于存在于 Web3.0 分布式应用上的流量，则可以转发给纯链上的 Blockchain AD Exchange。

DataTracking 模块收集流量主、广告交易平台 ADX 及广告需求方平台 DSP 返回的投放、渠道、效果、结算日志，依靠日志服务 ETL 处理后，以流式计算 Stream Computing 的方式写入区块链上。

由于每个投放任务都是一个智能合约，且投放效果全流程透明可信，ProChainCore 的结算模块按照合约地址，实时给参与各方按照效果结算。

ProDashBoard 展示实时报表，含流量监控和投放效果监控。链上的全量数据，日志收集的数据，后端管理系统数据会作为报表展示的数据源。

ProChain 反欺诈



POST 机制：POST 是基于账户 POS 与时间 t 的一种综合方案，具体来说一个账户在领取任务的时候，将 POST 权重作为一个账户是否可领取任务的阈值。

具体计算方式为：

$$POST = \sum_{n \in N} PRO_n \times (TimeStamp_2 - TimeStamp_1)$$

也就是说，某个希望领取任务的账户，需要持有 PRO，并且需要保证在一定时间段内没有 PRO 币交易。POST 机制可有效阻止机器人账号批量刷取任务。当某个账户完成特定任务后，该账户下 POST 权重将归零并重新计算，而价值越高的任务，对领取任务账号的 POST 权重要求也会越高。

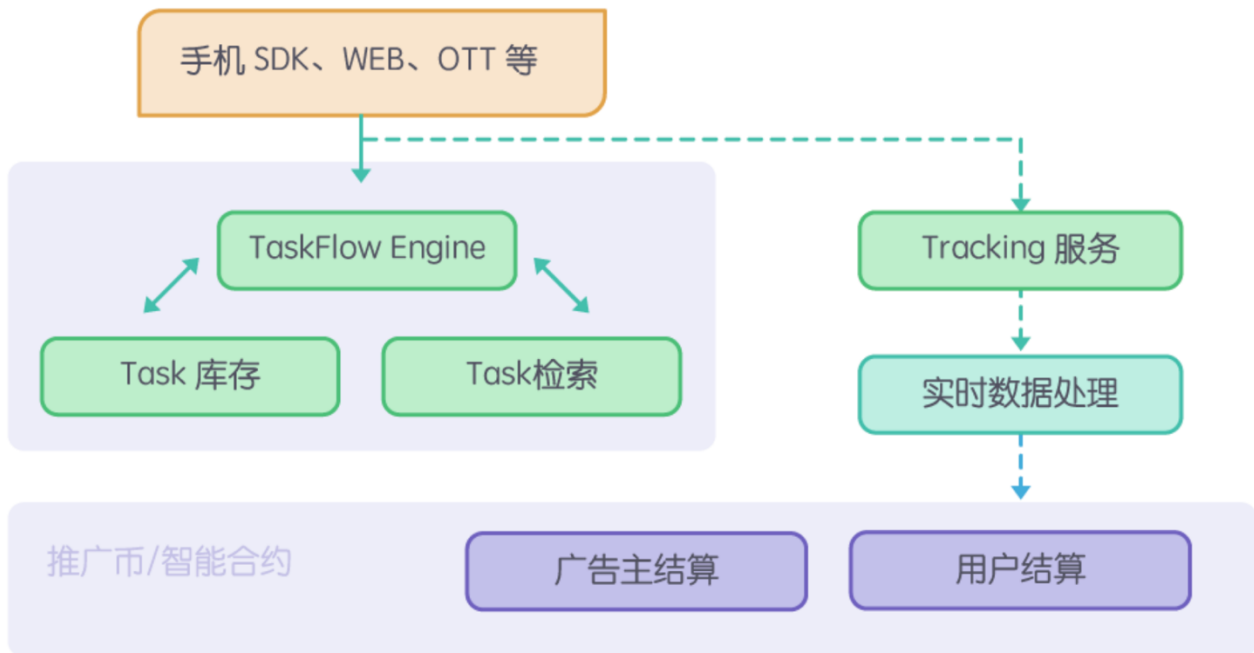
去中心化投放流



PROCHAIN - 基于大数据的精准营销区块链

区块链是一个透明数据库，在全链链各方交易过程中，每一方都能知晓并核实交易的真实性、合法性。因此基于全链数据我们可以创建一个去中心化的任务流引擎，并通过数据挖掘和机器学习算法以智能合约的方式实现，计算出符合用户偏好的个性化任务流。

ProChain 的投放和 Tracking 流程如下：



任务匹配机制

为了更好的筛选目标人群，ProChain 将为广告主提供精准投放功能，包含但不限于：账户余额，POST 权重，是否接过单，账户评级，标签匹配等维度。

另外还会引入用户特征识别系统以及与身份识别项目合作，将用户授权的个人元数据绑定以太坊地址，让广告主能够通过植入了 ProSDK 或 JS 的 Dapp 精确触达目标用户。

按照 Pearson 公式，计算用户 u 和标签 v 的相似性：

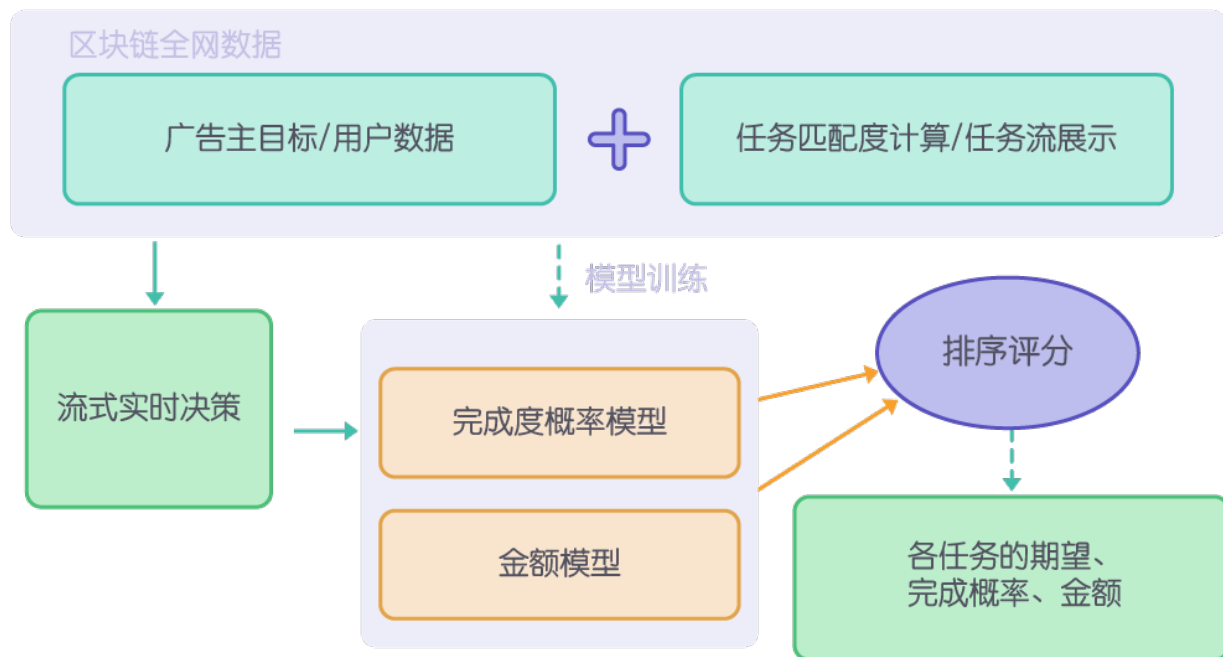
$$\text{sim}(u, v) = \frac{\sum_{a \in P_{uv}} (R_{u,a} - \bar{R}_u)(R_{v,a} - \bar{R}_v)}{\sqrt{\sum_{a \in P_u} (R_{u,a} - \bar{R}_u)^2} \sqrt{\sum_{a \in P_v} (R_{v,a} - \bar{R}_v)^2}}$$

其中，用户 u 和标签 v 共同匹配的项目集合，用 P_{uv} 表示， $R_{u,a}$ 、 $R_{v,a}$ 分别表示用户 u 和标签 v 对任务 a 匹配评分， R_u 和 R_v 分别表示用户 u 和标签 v 的平均评分。

主要特征如下：

- 1) **账户余额**：高于一定限额的账户才可认领；
- 2) **POST 权重**：高于一定 POST 权重的账户才可认领；
- 3) **是否做过投放**：只有之前未认领过相同任务链接的 Publisher 或用户才可领取；
- 4) **账户评级**：根据 ProChain 提供的大数据评级系统为账户分级，只有高于某个评级的账户才可领取；
- 5) **标签匹配**：每条任务可以设置不多于三个的标签，用户通过标签匹配即可优先获得任务推送，提高匹配效率；

基于全链投放数据的机器学习模型



PROCHAIN - 基于大数据的精准广告区块链

按区块链全网数据，及广告主的目标、用户的行为偏好及任务完成度，训练排序模型，来计算某个任务合理完成的概率，以及完成金额。

ProChain 采用 GBDT 模型，使用 AUC(Area Under Curve)指标进行评价，并支持实时进行 A/B 测试验证有效性。

产品方案

业务流程

为广告主提供一个基于以太坊 Ethereum 的数字广告智能合约市场，广告主根据投放需求选择合约，充值 **PRO 代币** 并发布合约用于实时广告竞价。

广告主：

- 建立以太坊账户并充入 **PRO 代币**；
- 从市场中选择所需合约并创建任务；
- 设定投放周期，推广预算；
- 设定 CPT/CPA/CPC 价格；
- 设定接单用户范围；
- 设定任务标签用于检索；
- 提交营销文案/设计素材，存储至 IPFS/Filecoin；
- 设定评判指标（浏览，点击，下载，安装，代币分发...）；
- 设定媒体方分成比例；
- 向智能合约充入 **PRO 代币** 并全网发布。

用户：

- 建立以太坊账户并完成 KYC 获得最低保证金 **PRO**（反作弊）；
- 通过 Metamask 或本地终端连接以太坊主网络；
- 进入媒体Dapp 并登录以太坊账户，检索出满足该账户要求的广告任务；
- 点击广告完成任务，触发智能合约；
- 按合约设定比例获得 **PRO 代币** 奖励。

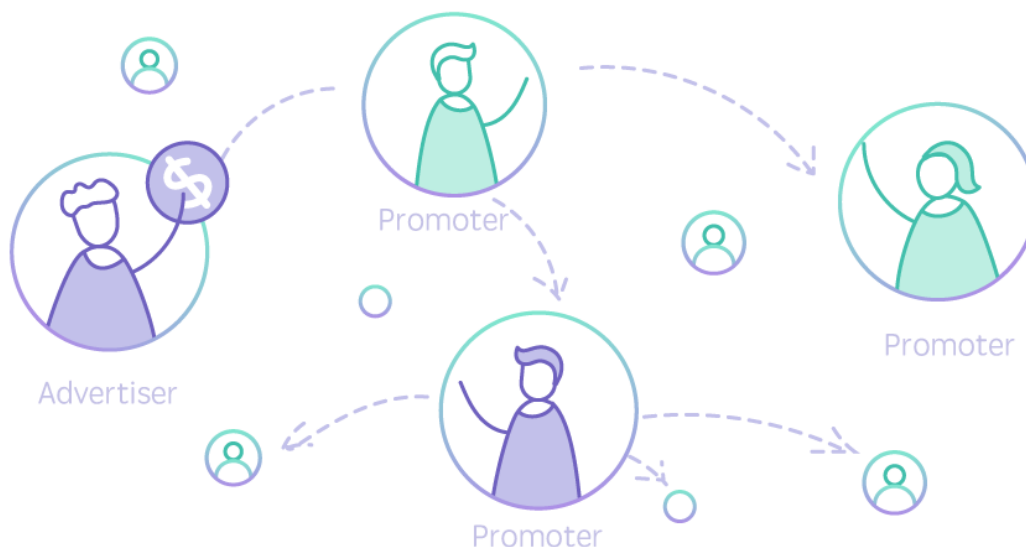
媒体端：

PROCHAIN - 基于大数据的精准广告区块链

- 建立以太坊账户用于获取用户点击分成；
- 在自己的Dapp中植入 ProChain 的 SDK 或 JS 代码；
- SDK 中设定可展示广告的类型与可接受的分成比例，向公链请求符合媒体投放条件的广告内容；
- 每个广告点击完成并触发智能合约后，媒体方收到合约设定比例 PRO 奖励。

平台将按照开发规划，逐步引入实时竞价机制（RTB）以提高广告内容、媒体与用户三方的撮合效率。

用户增长策略



ProChain 初期用户主要来源于团队拥有的大数据营销资源，在项目发布初期，团队还将为申请认证的广告主提供一定数量的 PRO 代币用于发布任务与检验投放效果。完成实名认证（KYC）并且完善个人信息的用户可以获得 PRO 奖励。用户还可以通过社交媒体邀请好友加入，从而获得额外的 PRO 奖励。

广告投放终端 ProDSP

我们将为广告主开发一个广告智能合约分发 Dapp，通过本地终端或 Metamask 连接到 Ethereum 主网络，所有广告合约均可实时同步，高效查询。通过合约地址，可以实时查询该营销计划的完成进度，完成者账号以及具体完成信息。

在区块链存储方案成熟之前，ProChainCore 核心系统将通过中心化存储方案（AWS S3）来存储文本、图片、视频等大容量营销素材，当 IPFS/Filecoin 上线后逐渐转至去中心化存储平台进行广告内容的存储、分发与数据监测。

流量变现终端 ProSSP

我们将帮助拥有流量资源的客户，迅速实现基于区块链方案的供给方平台，实现专业、高效、高回报的流量变现。该 ProSSP 包含广告业务端、ProChainCore 核心系统、控制台，可以实现广告位管理、实时监控、A/B test、日志服务等功能，同时支持直投、公开竞价等多种主流变现形式。

媒体分发终端 ProSDK

我们将提供 ProSDK 以便 Dapp 开发者或去中心化媒体接入，为其平台上的用户以及自身带来广告收益。ProSDK 参数可自定义设置，如：分成比例，广告类型，随后向 ProDSP 请求符合媒体投放条件的广告内容。

数据分析终端 ProAdWarehouse

我们还将提供一个数据分析终端，从区块中提取精确到日志级的用户点击数据，为广告主和流量主精准测算投放效果提供有效分析工具。未来 ProAdWarehouse 还会设计 API 接口，供广告主连接自身的 CRM 系统，更加易于多渠道数据对比。

应用场景

移动应用下载

某移动互联网公司新上线了一款 App，希望通过 ProChain 提升用户下载量。企业设定了 50 万元营销预算，目标为 10 万用户下载。该公司通过代币交易平台兑换了 50 万元等价的 PRO 代币（假设 50 万个），通过 ProChain 广告投放平台，该企业设定了任务要求和营销周期，并以 50 万 PRO 作为抵押发布智能合约，定价为每个下载（或注册）可获 5PRO，媒体方与用户按照二八分成分配奖励。

符合广告主设定条件的用户 Bob 通过一个接入了 ProChain SDK 的移动应用发现此广告，于是点击进入详情页。在点击链接下载 App（或注册）后，Bob 返回移动应用并立即获得 4PRO，媒体获得 1PRO。如此直到 50 万的营销预算用尽或达到广告主设定的截止时间，未送出的 PRO 代币将如数退回。成功触发广告的用户清单将返回至广告主进行数据测算，以便进行下一轮投放优化。

投放结算

└



般若 ProChain 不仅为纯链上 Dapp 提供服务，还可解决传统互联网广告市场的难题。其中智能合约可解决 DSP 对于 SSP 以及 ADN 的实时结算问题，同时为 DSP 提供了数据追溯能力，使其广告投放去向有迹可循。对于提升业内互信，消除中介，缩减中间的数据验证成本可起到重要作用。

PRO 代币发行计划

发行目的

通过首次代币发行筹集项目运营所需以太币，众筹所得以太币将按约定比例投入于产品研发，团队扩张，社区运营，市场营销等。随着项目推进，团队将逐渐释放预留的代币，用于邀请和激励高水平区块链开发人员加盟社群。

详情

PRO 总计发行 1 亿个，计划众筹时间为期 7 天，总计发放代币数量 1000 万个。众筹目标金额为 8000 ETH，每个 ETH 可兑换 1250 个 PRO。发行完成后，代币将在最短时间内登录主流交易所。

代币分配

- 核心团队 20%，团队份额将锁定 6 个月，随后每月释放锁定额度的 10%；
- 早期投资者与顾问 12%，分期解锁；
- 合作方补贴 5%；
- 社区运营 8%，其中认证企业试用补贴 3%，用户实名认证补贴 3%，代码贡献补贴 2%；
- 预售轮 30%，限机构投资者认购，分期解锁；
- 代币公开发行 10%；
- ProChain 基金会 15%，用于项目可持续发展；

般若团队介绍

核心团队



Ahmed Alsayadi

Sigma Technology
Founder, ABD 爱梦娱乐联合创始人, 中科大计算机本科, 清华计算机硕士, 前百度阿拉伯团队核心成员



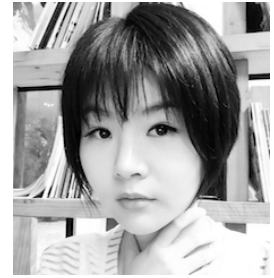
Eric Vincent

般若核心系统设计, 先前于腾讯从事后台、搜索、推荐系统研发。多年从事反欺诈相关工作, 两次拿过腾讯 S 员工, 一次腾讯卓越研发银奖, 一个腾讯 A 级专利



Roy Young

般若广告投放平台设计, 中科院创新创业 MBA, 曾主导设计公有云大规模挖矿动态运维平台, DummiStudio 创始人, PTS&BTS 资深研究员



Michaelia St.Leger

般若市场营销负责人, 网信金融特徴特创始人兼 CEO, 春雨掌上医生联合创始人, 前腾讯用户体验设计师



David White

般若数据体系设计师, 前腾讯大数据分析师, 区块链资深数据专家, 曾独立主导设计区块链大数据监测系统, 跟踪以太坊全球交易动态

顾问



Yuanqiu Guo

奥美中国高级副总裁，团队主要服务梅赛德斯-奔驰、捷豹路虎、大众汽车、兰博基尼、宾利、布加迪等主要汽车客户以及 2008 年北京奥运会等体育客户



Yan Meng

全球最大开发者社区 CSDN 副总裁，巴比特和渡鸦区块链特约作者，09 年入职 IBM 大中华区，负责 IBM 区块链、智慧地球、Watson 认知计算等重大技术战略在中国的实施和推广



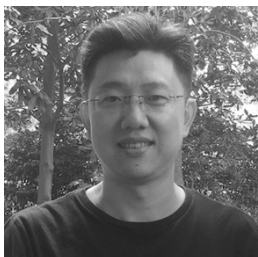
Pengzhu Li

北京锐智无限国际广告传媒合伙人；七麦科技销售与市场业务负责人；微信开放平台华北地区商务；前腾讯网媒事业群科技中心商务与政府关系



Xin Liu

北京信云互联创始人兼 CEO；新浪微米 CTO；杭州云动科技创始人兼 CEO；前 UT 斯达康高级总监



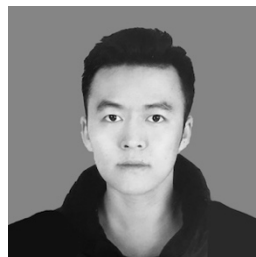
Wei Wang

主持设计和开发了全球最大的分布式银行账务系统。北京微志科技有限公司创始人。渡鸦区块链专栏作家，CSDN 云计算大会第一届区块链峰会出品人



Yongyi Lu

先声教育创始人兼 CEO；北京云知声合伙人兼 CMO；10 年以上大型互联网公司从业经验；曾任职凤凰卫视、腾讯、人人网、多米音乐等公司



Ji Rao

腾讯微信事业部早期员工，美国湾区创业公司 Edison 核心团队成员，负责大数据挖掘。数字货币高频量化交易专家

投资人



杜均 · 节点资本

节点资本创始合伙人，杜均先生是全球最早从事区块链产业投资的专业投资人，也是知名的数字资产投资和管理人。他曾供职于腾讯、康盛创想等知名互联网企业，并联合创建了数字货币交易平台火币网、区块链专业媒体金色财经等公司，具有专业的行业知识、丰富的创业经验和行业资源，擅长市场运营、资本运作及企业孵化，投资的区块链项目已达数十个。



林嘉鹏 · 连接资本

连接资本创始合伙人，SosoBtc 联合创始人，林嘉鹏先生曾投资 TENX，流量矿石，Genaro Network，雷电网络等知名区块链项目。他曾供职于迅雷，负责迅雷客户端、迅雷财经、迅雷视频等核心产品研发。连接资本专注于全球范围内的区块链、数字货币及互联网金融服务投资与合作，公司在新加坡、加拿大、香港、深圳设有办公场所。



孙泽宇

孙泽宇先生是北京库神信息技术有限公司品牌总监，资深比特币交易员，央视评论员，北京大学金融科技创新实验室顾问委员。曾投资&联合创始库神硬件钱包，曾创办无引力基金（GRAVITYLESS），至今已成为多个知名区块链项目的天使投资人。



王斗 · 极客资本创始人

极客资本创始人，区块链机器人发明人。王斗先生早年在 IBM，摩托罗拉，惠普和硅谷高科技公司担任销售总监十余年，曾著有《IBM 回忆录》。2013 年定居加拿大，在加拿大多个大学和学院教授互联网和区块链。2017 年参与投资 MDT，麦奇，Genaro，SWFTC 等区块链项目。



九鼎·区块链数字资产实验室

孙健先生是九鼎集团 VC，元一九鼎创始合伙人，九鼎区块链数字资产实验室负责人，九鼎投资董事总经理。九鼎投资是一家专注于股权投资及管理的专业机构，总部位于北京，在中国大陆、欧洲、美洲等地设有上百家分支机构。核心业务包括 PE 投资、VC 与创业投资、不动产与固定收益投资三大板块，基金累计实缴规模接近 300 亿元。



尹晓刚

尹晓刚，北京大学金融科技创新实验室顾问委员，中国东北区块链研究院院长，辽宁财猫股权投资管理有限公司创始人，万达集团沈阳名仕会副会长，资深虚拟货币玩家，投资人，从事金融行业 15 年，凭着对比特币和区块链的热爱参与其中，后投身于金融科技创新浪潮，在企业战略布局、运营规划以及金融机构的监管规定方面有着非常丰富的实践经验。

CoinsFund.io

CoinsFund

CoinsFund.io 是一家新兴风险投资机构，目前主要专注于区块链、数字货币及互联网金融服务投资与项目合作。主要业务包括股权投资、数字货币项目募资及数字货币对冲套利。

创建至今已投资了多个知名项目，如 ICOPOD（专业区块链信用评级机构）、Ripple（区块链电子支付系统）、BasicAttentionToken（基本注意力代币）以及 IPFS（未来的永久存储）。



ChainPE

ChainPE.com 的合伙人来自 blockchain 行业不同领域的专家、成功的企业家和投资者，致力于投资和支持世界各地的高增长的 blockchain 项目，包括股权投资、软件和硬件、加密货币挖掘等等。通过行业地位和高效运营，chainpe 为投资的公司提供各种支持技术引进、人才招聘等服务。



**Blockchain
Ventures**

Blockchain Ventures

Blockchain Capital(<http://blockchain.capital/>) 是一家专注于区块链技术的风险投资公司。曾于 2013 年推出业内首支专注于比特币 / 区块链投资风险投资，也是比特币接受的第一家资本基金。立足旧金山，Blockchain Capital 投资于最好的企业家，以培育区块链经济创新。在过去 3 年中投资了 72 家公司，并建立了一个卓越的网络，包含企业家、专业顾问和有限合伙人等等，可以在这个快速发展的行业冲到 FinTech 第一线。



CollinStar
科 银 资 本

CollinStar · 科银资本

科银资本是一家具备澳洲全套金融服务执照，专业于区块链基础建设、数字货币投资与咨询的资产管理公司，是世界级的金融科技领袖。团队来自世界各地，富有激情且专业，在金融服务方面有着丰富的经验和成功所需的企业管理经验。科银资本专注于有潜力和高回报的行业，在澳大利亚和亚太地区拥有许多资源和金融投资机会，经过了数年的国际和本地人脉的支持和培养，取得了优异成绩。

知名交易所



KEX · 韩国

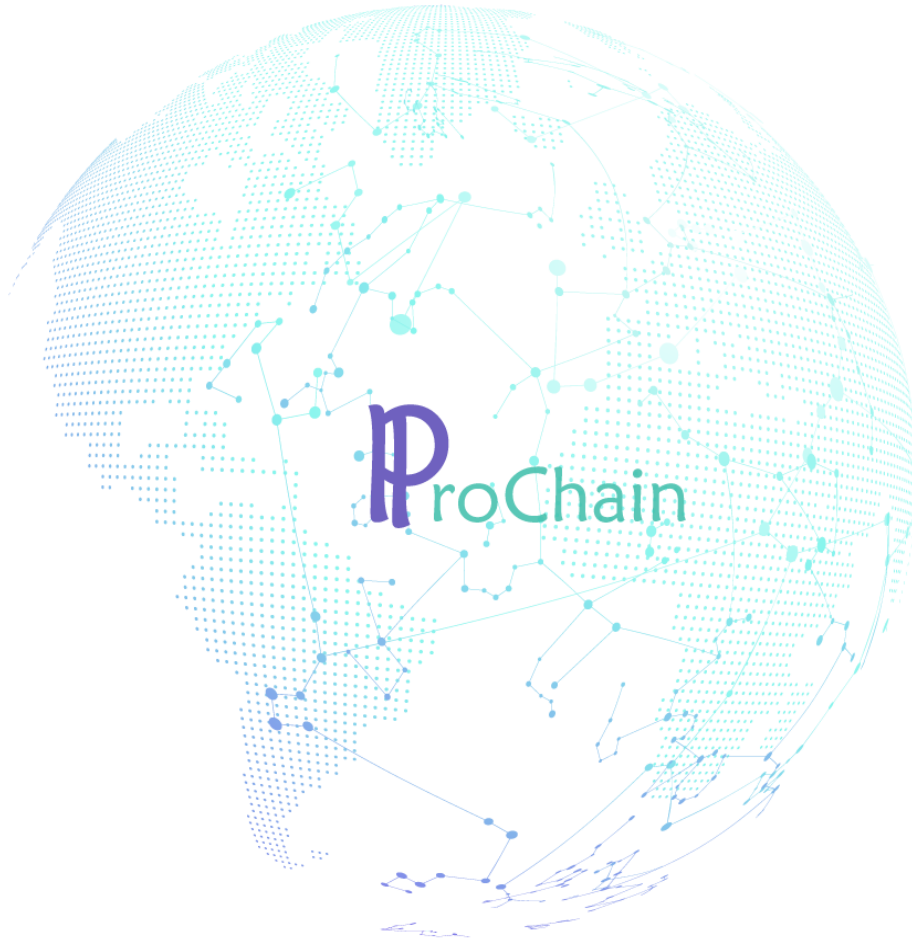
KEX 是一家面向全球的数字货币综合交易平台，旨在为全球用户提供专业、安全、便捷的数字货币交易平台。公司根植韩国，目前可为全球用户提供韩币对比特币、莱特币、以太币等主流数字货币的交易服务。KEX 公司的核心团队具有丰富的行业经验及专业的技术背景，均来自 TENCENT、HUOBI、HUAWEI 等全球知名企业，希望通过区块链技术消除交易壁垒，提升交易效率，推动数字货币在全球的应用和发展。

核心竞争力

- 区块链积累：团队成员平均 4 年区块链经验积累，曾参与过 BTS、区块链大数据监测平台的项目开发；
- 反欺诈经验：团队成员曾供职腾讯，拥有业界领先的反欺诈技术积累；
- 客户资源：团队核心成员担任著名广告公司负责人，拥有大量 500 强客户资源；
- 用户资源：拥有数亿级用户广告行为大数据资源，可精准识别用户消费特征；
- 技术积累：长达 7 年的 RTB 广告即时竞价技术积累，曾作为 Google 与 Facebook 广告代理商开展业务；

开发计划

- 18Q1：公链集成开发，完成最小化可验证模型开发，系统内测；
- 18Q2：β-版本测试上线，定向邀请广告主与目标用户试用，通过传统广告推送方式初始化用户网络；
- 18Q3：官方 Dapp 上线，更多满足广告主独特投放需求的智能合约模板上架 ProChain 广告投放平台；
- 18Q4：为媒体流量方 SSP 提供 SDK 接入，ProChain 媒体分发平台投入运营；
- 19Q1：去中心化任务流功能部署上线，实现广告实时竞价（RTB）；
- SDK 开发，为广告主 CRM 系统提供数据接入，数据分析平台上线；



ProChain - 用区块链重新定义互联网广告