

白皮书

更新日期: 2018/03/31

VERSION 1.0



**MERCULET**

# 全球创业者的 首席增长官

CHIEF GROWTH OFFICER OF  
GLOBAL ENTREPRENEUR

Copyright © 2018  
Magic Foundation Ltd.  
All rights reserved

本白皮书仅供内部以及社区讨论使用，  
不作为具有法律约束力的文件，开发者  
免除一切责任，详细信息后续版本中具体描述。

TOKEN  
MVP

## 风险因素及免责声明

本风险因素及免责声明（“本声明”）是针对分布式系统“Merculet”所作出。购买、使用、交易或持有 Merculet 所使用的加密货币“MVP”的人士均应仔细阅读、理解并接受本声明。

(1) 在针对 Merculet 或 MVP 采取任何行动之前，您应该仔细阅读并理解：

(a) Merculet 的官方网站“[www.merculet.io](http://www.merculet.io)”上发布的所有信息(会不时更新)；以及

(b) Merculet 的白皮书。

上述信息作为本声明的组成部分。如果您对上述信息中包含的内容或未涉及的事项存有任何疑问或问题，请您在方便时与 Merculet 的开发方 Magic Foundation Limited（一家新加坡的公众担保有限责任公司）取得联系。在得到满意的回复之前，您应避免参加 Merculet 售卖计划或购买任何 MVP。

(2) 本质上 MVP 的用途仅限于让持有者能够使用 Merculet 系统内的特定某些功能。因此 MVP 不代表下述事物，也不具备下述事物的功能：

(a) 位于任何国家的任何实体的股权(或类似权利)或该实体所负有的义务；

(b) 针对任何人的债权或请求权；

(c) 在任何事业中的任何类型的投资；

(d) 任何证券，无论是否具有内在价值或市场价格；

(e) 代表某种基础资产的凭证；或

(f) 任何人有义务赎回或收购的任何商品或资产。

(3) 对于下述所列事项，Magic Foundation Limited 在此明确否认其将承担责任，并且在任何情况下均不对任何人负责：

(a) 任何人购买或持有 MVP 时违反了任何地区内所施加的反洗钱、反恐怖主义融资或其他监管要求；

(b) 任何人在购买 MVP 时违反了其与相关出售方之间的合同所规定的任何陈述、保证、义务、承诺或其他要求，以及由此导致的无法付款或无法认领已买的 MVP；

(c) 由于任何原因 MVP 的售卖计划被提前终止；

(d) Merculet 的开发失败或被放弃，以及因此导致的无法交付 MVP；

(e) Merculet 开发的推迟或延期，以及因此导致无法达成预期的日程；

(f) Merculet 源代码的错误、瑕疵、缺陷或其他问题；

(g) Merculet 平台或以太坊区块链的故障、崩溃、瘫痪、回滚或硬分叉；

- (h) Merculet 或 MVP 未能实现任何特定功能或不适合任何特定用途；
  - (i) 对 MVP 售卖所获得的资金的使用；
  - (j) 未能及时且完整的披露关于 Merculet 开发的信息，包括 Merculet 的源代码；
  - (k) 任何购买者泄露、丢失或损毁了数字加密货币或代币的钱包私钥（尤其是其存放 MVP 的钱包的私钥）；
  - (l) MVP 的第三方众筹平台的违约、违规、侵权、崩溃、瘫痪、服务终止或暂停、欺诈、误操作、不当行为、失误、疏忽、破产、清算、解散或歇业；
  - (m) 任何购买这与第三方众筹平台之间的约定内容与 Magic Foundation Limited 发布的信息存在差异、冲突或矛盾；
  - (n) 任何人对 MVP 的交易或投机行为；
  - (o) MVP 在任何交易所或交易平台的上市或退市；
  - (p) MVP 被任何政府、准政府机构、主管当局或公共机构归类为或视为是一种货币、证券、商业票据、流通票据、投资品或其他事物，以至于受到禁止、监管或法律限制。
- (4) Merculet 的售卖计划（若有）可能会被提前终止，此时购买者可能由于比特币/以太币的价格波动以及 Magic Foundation Limited 的支出而仅被部分退还其支付的金额。
- (5) 截止到本声明之日，Merculet 仍在开发阶段，其哲学理念、共识机制、算法、代码和其他技术细节和参数可能经常且不断地更新和变化。尽管 Merculet 的白皮书包含了 Merculet 最新的关键信息，其并不绝对完整，且仍会被 Magic Foundation Limited 为了特定目的而不时进行调整和更新。Magic Foundation Limited 无能力且无义务随时告知购买者 Merculet 开发中的每个细节（包括其进度和预期里程碑，无论是否推迟），因此并不必然会让购买者及时且充分地获悉 Merculet 开发中不时产生的信息。信息披露的不充分是不可避免且合乎情理的。
- (6) Merculet 的源代码将不会立刻开放，而是将根据 Merculet 的开发进度和应用情况而被逐渐分阶段开放。Magic Foundation Limited 并不承诺 Merculet 源代码开放的具体时间。
- (7) 加密货币正在被或可能会被各个不同国家的主管机关所监管。Magic Foundation Limited 可能会不时收到来自于一个或多个主管机关的询问、通知、警告、命令或裁定，甚至可能被勒令暂停或终止任何关于 Merculet 售卖计划、Merculet 开发或 MVP 的行动。Merculet 的开发、营销、宣传或其他

方面以及 Merculet 售卖计划均因此可能受到严重影响、阻碍或被终结。由于监管政策随时可能变化，任何国家之中现有的对于 Merculet 或其售卖计划的监管许可或容忍可能只是暂时的。在各个不同国家，MVP 可能随时被定义为虚拟商品、数字资产或甚至是证券或货币，因此在某些国家之中按当地监管要求，MVP 可能被禁止交易或持有。

- (8) 密码学正在不断演化，其无法保证任何时候绝对的安全性。密码学的进步（例如密码破解）或者技术进步（例如量子计算机的发明/改良）可能给基于密码学的系统（包括 Merculet）带来危险。这可能导致任何人持有的 MVP 被盗、失窃、消失、毁灭或贬值。在合理范围内，Magic Foundation Limited 将自我准备采取预防或补救措施，升级 Merculet 的底层协议以应对密码学的任何进步，以及在适当的情况下纳入新的合理安全措施。密码学和安全创新的未来是无法预见的，Magic Foundation Limited 将和 Merculet 社区其他成员一起尝试适应密码学和安全领域的不断变化。
- (9) Merculet 仍在开发阶段，而非已准备就绪启动的成品。由于 Merculet 的技术复杂性，Magic Foundation Limited 可能不时会面临无法预测和/或无法克服的困难。因此，Merculet 的开发可能会由于任何原因而在任何时候失败或放弃（例如由于缺乏资金）。开发失败或放弃将导致 MVP 无法被交付给 MVP 售卖计划的任何参与者。
- (10) 可能会有人企图盗窃 MVP 的销售资金（包括已转换成法币的部分）。该等盗窃或盗窃企图可能会影响 Magic Foundation Limited 为 Merculet 开发提供资金的能力。尽管 Magic Foundation Limited 将会采取最尖端的技术方案保护众筹资金的安全，某些网络盗窃仍很难被彻底阻止。
- (11) 无人能保证 Merculet 的源代码完全无瑕疵。代码可能有某些瑕疵、错误、缺陷和漏洞，这可能使得用户无法使用特定功能、暴露用户的信息或产生其他问题。如果确有此类瑕疵，将损害 Merculet 的可用性、稳定性和/或安全性，并因此对 MVP 的价值造成负面影响。公开的源代码以透明为根本，以促进源自于社区的对代码的鉴定和问题解决。Magic Foundation Limited 将与紧密 Merculet 社区其他成员紧密合作，今后持续改进、优化和完善 Merculet 的源代码。
- (12) 在当代区块链项目中，有三种流行的分布式账本种类，即：无准入许可的账本、联盟型账本和私有账本。Merculet 将会基于联盟型的分布式账本。尽管 Merculet 初始时是由 Magic Foundation Limited 所开发，但它并非由

Magic Foundation Limited 所独家拥有、运营或控制，而是由联盟内多个节点共同维护。

- (13) Merculet 的源代码最终将是开源的且可能被不时升级、修正、修改或更改。任何人均无法预料或保证某项升级、修正、修改或更改的准确结果。因此，任何升级、修正、修改或更改可能导致未曾预料或非意定的结果，从而对 Merculet 的运行或 MVP 的价值造成重大不利影响。
- (14) MVP 将是基于以太坊的 ERC-20 代币。以太坊基于开源软件并且是无准入许可的分布式账本。尽管以太坊社区努力维护以太坊网络的安全，任何人均有可能故意或无意地将弱点或缺陷带入以太坊的核心基础设施要素之中，对这些弱点或缺陷可能无法通过已采用的安全措施预防或弥补。这可能最终导致任何人的 MVP 或其他数字代币丢失。
- (15) 以太坊被设计为公开且无准入许可的账本。因此，以太坊可能会不时遭受“分布式拒绝服务”和“女巫攻击”等网络攻击。这种攻击将使以太坊网络遭受负面影响、停滞或瘫痪，并因此导致在此之上的交易被延迟写入或记入以太坊区块链的区块之中，或甚至暂时无法执行。以太坊的运行也因此会被影响、中断或终止。
- (16) 任何通过解密或破解 MVP 购买者的密码而获得购买者注册邮箱或注册账号访问权限的人士，将能够恶意认领在 Merculet 售卖计划中所购买的 MVP。据此，购买者在 Merculet 售卖计划中所购买的 MVP 可能会被错误发送至通过购买者注册邮箱或注册账号认领 MVP 的任何人士，而这种发送是不可撤销、不可逆转的。每一购买者应当采取诸如以下的措施妥善维护其注册邮箱或注册账号的安全性：(i) 使用高安全性密码；(ii) 不打开或回复任何欺诈邮件；以及 (iii) 严格保密其机密或个人信息。
- (17) 若丢失或损毁了存取 MVP 所必需的私钥，这可能将是不可逆转的。只有通过本地或在线钱包来占有相关的独一无二公钥和私钥，才可以操控 MVP。每一持有人应当妥善保管其存放 MVP 的钱包中的私钥。若 MVP 持有人的该等私钥丢失、遗失、泄露、毁损或被危及到，Magic Foundation Limited 或任何其他人士均无法帮助持有人存取或取回相关 MVP。
- (18) 取决于 Merculet 发布时的具体底层协议，MVP 总量可能随时间推移而增加，且可能会由于采纳了 Merculet 源代码的补丁或升级而进一步增加。由此产生的 MVP 供应量通胀可能导致市场价格下跌，从而 MVP 持有者可能遭受经

济损失。MVP 购买者或持有者并不能被保证会由于 MVP 通胀而获得某种形式的赔偿或补偿。

(19) MVP 的价值很大程度上取决于 Merculet 平台的普及度。Merculet 并不预期在发行后的很短时间内就广受欢迎、盛行或被普遍使用。在最坏情况下，Merculet 甚至可能被长期边缘化，仅吸引很小一批使用者。相比之下，很大一部 MVP 需求可能具有投机性质。缺乏用户可能导致 MVP 市场价格波动增大从而影响 Merculet 的长期发展。出现这种价格波动时，Magic Foundation Limited 不会（也没有责任）稳定或影响 MVP 的市场价格。

(20) MVP 既不是任何个人、实体、中央银行或国家、超国家或准国家组织发行的货币，也没有任何硬资产或其他信用所支持。MVP 在市场上的流通和交易并不是 Magic Foundation Limited 的职责或追求。MVP 的交易仅基于相关市场参与者对其价值达成的共识。任何人士均无义务从 MVP 持有者处兑换或购买任何 MVP，也没有任何人士能够在任何程度上保证任何时刻 MVP 的流通性或市场价格。MVP 持有者若要转让 MVP，该 MVP 持有者需寻找一名或多名有意按约定价格购买的买家。该过程可能花费甚巨、耗时长并且最终可能并不成功。此外，可能没有加密代币交易所或其他市场上线 MVP 供公开交易。

(21) 若在公开市场上交易，加密代币通常价格波动剧烈。短期内价格震荡经常发生，该价格可能以比特币、以太币、美元或其他法币计价。这种价格波动可能由于市场力量（包括投机买卖）、监管政策变化、技术革新、交易所的可获得性以及其它客观因素造成，这种波动也反映了供需平衡的变化。无论是否存在 MVP 交易的二级市场，Magic Foundation Limited 对任何二级市场的 MVP 交易不承担责任。因此，Magic Foundation Limited 没有义务稳定 MVP 的价格波动，且对此也并不关心。MVP 交易价格所涉风险需由 MVP 交易者自行承担。

(22) Merculet 的底层协议是基于开源电脑软件。一旦相关源代码开放后，没有任何人士主张对该源代码的版权或其他知识产权权利。因此，任何人均可合法拷贝、复制、重制、设计、修改、升级、改进、重新编码、重新编程或以其他方式利用 Merculet 的源代码和/或底层协议，以试图开发具有竞争性的协议、软件、系统或智能合约从而与 Merculet 竞争，或甚至赶超或取代 Merculet。Magic Foundation Limited 对此无法控制。此外，已经存在并且还将会有许多竞争性的以区块链为基础的平台与 Merculet 产生竞争关系。Magic

Foundation Limited 在任何情况下均不可能消除、防止、限制或降低这种旨在与 Merculet 竞争或取代 Merculet 的竞争性努力。

(23) Merculet 初始生成时是基于以太坊的 ERC-20 代币,但其今后将在 Merculet 运行后可能会因技术上需要或值得,而被转换成 Merculet 区块链上的原生加密数字代币。如果这种转换发生,MVP 持有人应按照 Magic Foundation Limited 的届时指示来操作前述转换。在前述转换被完成之前,MVP 持有人将无法使用 Merculet 的功能或功效。

(24) Merculet 将能让第三方就其各自所提供的服务或产品而在 Merculet 系统内发行“用户注意力代币(User Attention Token)”。所有这些用户注意力代币不受限于审查制度、限制、控制、资格预审或准入要求。Magic Foundation Limited 既不意图也无法担当审查员在任何程度上对 Merculet 内的用户注意力代币进行审核。某些用户注意力代币可能涉及欺诈、虚假陈述、过度承诺、误导性宣传、违约、不当行为或其他瑕疵,这些都归咎于相关发行方而不是 Magic Foundation Limited。特定司法管辖区域的监管当局可能对某些用户注意力代币的发行方或用户采取相应行政或司法措施。任何政府当局的处罚、惩罚、制裁、镇压或其他监管措施,或多或少会惊吓或威慑到既有或潜在 Merculet 用户使用 Merculet 并持有 MVP,从而对 Merculet 的前景造成重大不利影响。

# 目录

1. 项目背景 .....	11
1.1. 行业痛点 .....	11
1.2. 行业趋势：拥抱全新的生产关系革命 .....	11
1.3. 以用户注意力为基础的增长方法论 .....	12
1.4. MERCULET 的目标和愿景 .....	12
2. 解决方案 .....	12
2.1. 注意力价值网络 ( Merculet Attention Value Network ) .....	12
2.2. MVP 的流通价值 .....	14
2.2.1. MVP 的价值锚点 .....	14
2.2.2. MVP 的特点 .....	14
2.2.3. MVP 的流通 .....	15
2.3. MERCULET 技术实现 .....	16
2.3.1. 多链多资产的多级架构 .....	16
2.3.2. MERCULET 协议组 .....	18
3. MERCULET 用户注意力评估体系 .....	19
3.1. UAV 评估 .....	19
3.2. UAT 的发行 .....	20
3.3. UAT 应用市场 .....	20
3.4. 用户激励金三角 .....	21
4. MERCULET 内容开放平台 .....	21
4.1. 内容开放平台架构 .....	23
4.2. 统一内容标识 .....	23
4.3. 统一内容协议 .....	24
4.4. 声望系统 .....	24
4.5. 应用层共识机制：R+POS .....	25
4.6. 内容社群化治理 .....	27
4.7. 社区法院（仲裁和纠纷处理） .....	27
5. 基金会 .....	27



<b>6. 部分合作客户</b>	<b>28</b>
6.1. 战略合作伙伴：智明星通	28
6.2. 战略合作伙伴：Solo Ads	28
<b>7. 独家战略合作伙伴：魔窗</b>	<b>28</b>
7.1. 魔窗简介	28
7.2. 魔窗相关数据	29
<b>8. 里程碑</b>	<b>29</b>
<b>9. MERCULET 团队介绍</b>	<b>31</b>
9.1. 姜孟君（笨总）	31
9.2. 张申竣	31
9.3. 高波	31
9.4. 李海滨	31
9.5. 吴翔彬	32
9.6. 羌翼亭	32
9.7. 沈哲	32
9.8. 贺珺（摩羯）	33
9.9. 程辉	33
9.10. 胡晓军	33
<b>10. 顾问团队</b>	<b>34</b>
10.1. 张首晟教授	34
10.2. 沈波	34
10.3. 罗杰	35
10.4. 唐彬森	35
10.5. 邱越峰	35
10.6. 尹光霞	35

## 摘要

区块链让用户和企业、用户和用户、企业和企业之间通过数学和代码高效协作，不用依赖大量的各种类型的中介机构和中间人。这是一场全球性的生产关系的革命！

信息互联网时代，信息过剩，用户的注意力成为稀缺资源并不断向头部集中，企业增长乏力，流量市场遭遇瓶颈。区块链推动着信息互联网不断转向价值互联网，MERCULET 应运而生。

MERCULET 运用区块链技术实现生产关系的变革，让全球用户的注意力得到价值化，与企业的增长一起实现正向激励循环，重构万亿级美元价值流量的分布。

MERCULET 构建了基于注意力的价值网络（Merculet Attention Value Network, token: MVP），以开放协议组连接注意力的供需两方，促进价值互联网的价值有效流转。整个价值网络中有三个核心组成部分：1）UAV（User Attention Value）评估体系将可科学地衡量用户注意力的价值，同时无缝兼容传统的积分系统；2）UAT（User Attention Token）的发行使得创业者可以发行自己的 Token 回报用户，并基于 MVP 这个基石 Token 实现多个创业者之间的协同和价值互换；3）搭建以共识为基础，以 Token 为驱动的内容开放平台，解决注意力来源的问题，激励生态中的所有用户作为参与者积极促进全球内容生态的正向循环。

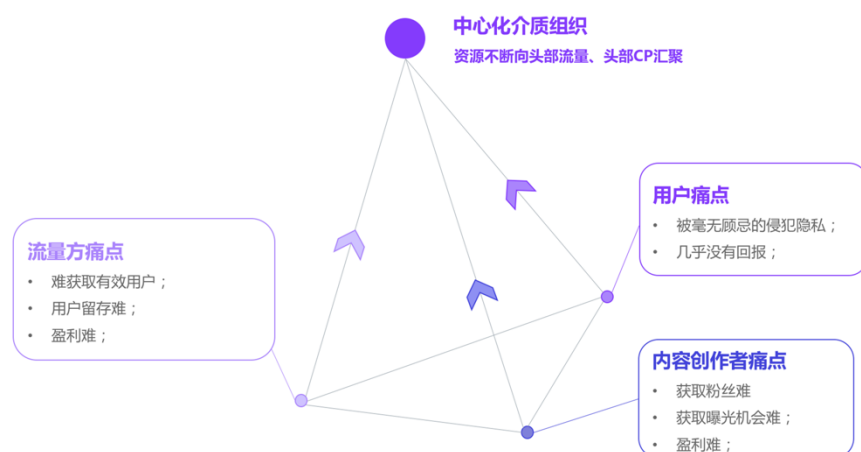
MERCULET 已经具备很好的落地基础，合作伙伴拥有良好的用户基础和落地场景，例如智明星通（Elex），多年专注在海外游戏发行；Solo Ads，多年专注于海外流量和广告商业化；魔窗（MagicWindow），多年从事创业者服务，为创业者提供内容智能分发服务。

# 1. 项目背景

## 1.1. 行业痛点

当前市场情况下，无论成熟企业还是创业企业，新用户的获取难度和成本都在快速上升。除此之外，平台很难保证用户的留存率，次日、次周、次月留存加速下降让企业面临成本快速上升，效益下降的困境，使得企业所构筑的业务生态发生根本性危机。

信息互联网时代只能进行信息的交换，而无法进行价值的交换，这导致普通用户的价值难以衡量，更没有回报。用户支撑起了一个个市值千亿的公司，但他们却似乎只能充当贡献数据贡献金钱贡献时间的微小粒子，对用户来说，显失公平。用户的价值被漠视，反过来又加剧了企业运营的难度，形成了不容乐观的死循环。



## 1.2. 行业趋势： 拥抱全新的生产关系革命

区块链由于其数据透明且不可篡改的特性可以促进多方互信，而基于区块链的智能合约和价值交换使得企业可以直接建立与用户，与其他企业之间的信任。大多数场景下，只需要通过数学和代码就可以确保彼此之间的契约关系。旧的企业经营模式和生产关系已经被打破。

在信息互联网时代，组织效率较高或者资金优势较强的龙头企业都以规模化的优势垄断了所在领域。但在价值互联网中，龙头企业的优势不再绝对，生产关系的更新给创业者带来全新的机会：只有更好地去拥抱全新的企业与用户之间的生产关系和运营模型，才能在区块链时代实现增长闭环，突破垄断。

对于龙头企业来说，也必须积极应对区块链带来的去中心化的挑战，探索新型的企业与用户共赢共生的增长机制。

### 1.3. 以用户注意力为基础的增长方法论

*(User Attention based Growth Methodology)*

移动互联网中几何级增长的信息量与有限的用户注意力之间的矛盾使得注意力成为稀缺资源。区块链让无形的用户注意力转化为有形的价值体成为可能，以用户注意力为核心纽带的全新增长方式有了实现的基础。

增长的核心是获取用户注意力：用户注意力即为流量，对用户注意力的获取、评估、激励、运营成为企业非常重要的工作。同时，用户把自己的时间分配在哪里，即视为对该企业服务的有效认可，理应成为企业价值的一部分。用户通过付出注意力增加企业价值进而得到回报；企业为用户提供注意力的价值衡量与价值转化，真正与用户形成利益共同体，将可获得持续的增长！

同时，内容是用户注意力的主要来源，促进内容的有效生产和流通是增长的核心任务。

### 1.4. MERCULET 的目标和愿景

MERCULET 作为全球创业者首席增长官，运用区块链技术实现生产关系的变革，为创业者提供完整的解决方案，让全球用户的注意力得到价值化，与企业的增长一起实现正向激励循环，重构万亿级美元价值流量的分布。

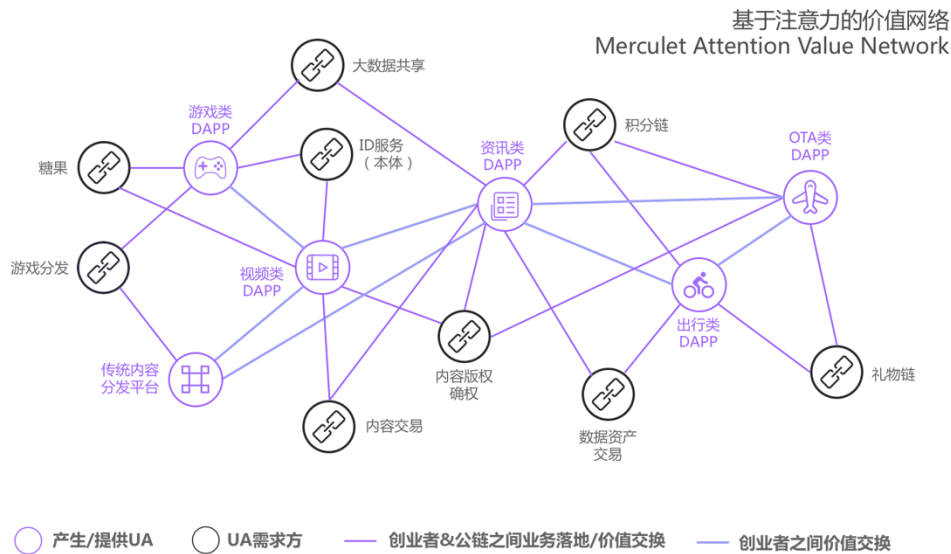
MERCULET 希望每一个用户无需改变原有行为就能从区块链中获益；每一个尊重用户的创业者，都能通过 MERCULET 为用户提供真正的价值获得高速的增长。

## 2. 解决方案

### 2.1. 注意力价值网络 ( Merculet Attention Value Network )

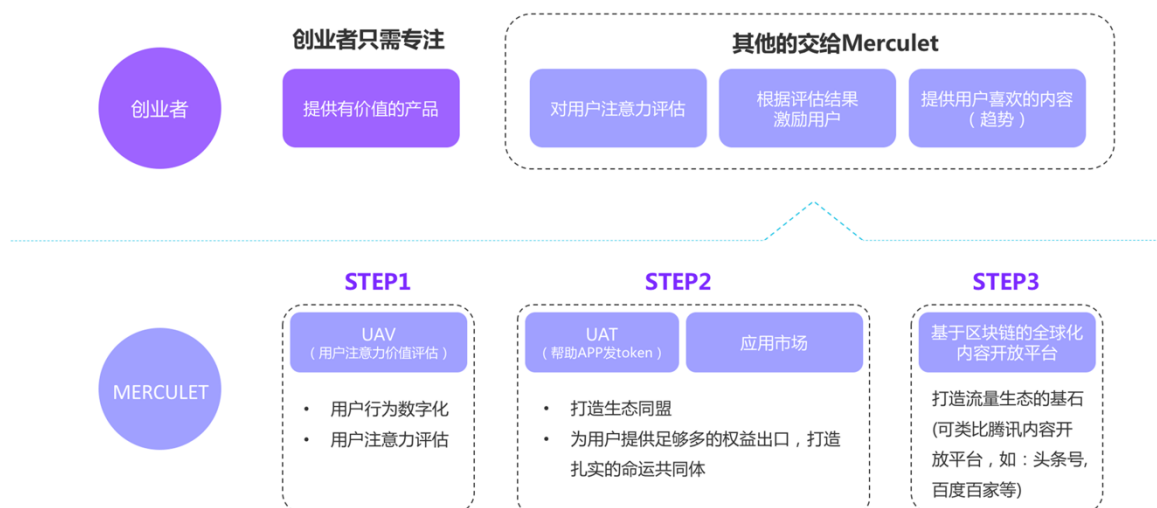
MERCULET 提出以用户注意力为基础的增长方法论，构建了基于注意力的价值网络 ( Merculet Attention Value Network )，以开放协议组连接注意力的供需两方，一方面为创业者提供更加丰富多样的用户运营手段，另外一方面为现有的各种公链项目提供真实的用户和使用场景，促进价值互联网的价值有效流转。

注意力价值交换网络实现了分布式商业社会中的价值流转，为用户和创业者带来全新的生产关系体验，重新定义价值流量结构



项目的核心组成包括：

1. 注意力评估体系：UAV（User Attention Value）对用户注意力进行有效评估并完成数字化和资产化，提供有效工作量证明，即 UAV，建立创业者跟用户之间的信任关系和新的命运共同体机制；
2. 注意力激励体系：UAT（User Attention Token）、UAT 应用市场（Application Market of MERCULET UAT Alliance）  
创业者可以基于 UAV 值对用户进行 UAT 的发放，并以 MVP（MERCULET Value Protocol）Token 为基石，实现多个创业者之间的协同和价值互换，从而打造硬通证时代，通证即福利，通证即权益，通证即入场券，通证即身份。
3. 为解决用户注意力的来源问题，MERCULET 将提供基于区块链技术的内容开放平台(MERCULET Open Content Platform): 以共识为基础，以 Token 为驱动，提供面向全产业链的去中心化的内容开放平台，同时致力于解决文化差异带来的全球化内容流通问题。



## 2.2. MVP 的流通价值

### 2.2.1. MVP 的价值锚点

作为增长领域的基石 Token，MVP 为全球创业者的创业活动提供基础的价值锚点：

- 让创业者的更多业务场景落地：比如广告网络投放、内容订阅等。MVP 会在增长领域持续地支持更多商业场景，不断的提高生态价值；作为对用户注意力的奖励，真正实现  $1+1>2$  的效果：MVP 并不局限于单一 App 或者单一企业，MVP 能够流通于与各家的增长息息相关的多个场景，同时结合对用户注意力的有效评估，可以起到为创业者有效背书的作用，从而可以实现业务逻辑的快速运转；
- 作为内容开放平台中基础的劳动量的激励，比如用来给翻译者的奖励；
- 作为内容流转过程中对优质的内容生产者的奖励，促进内容生态的健康发展；

### 2.2.2. MVP 的特点

MVP 具备以下特点：

- 总量有限：保持一定的消耗性和稀缺性
- 流通场景众多：覆盖面广，基本上能支持所有用户服务型企业的业务场景。
- 人群广：注意力经济覆盖了全部移动互联网人群，MVP 可以深层次做到用户价值的转化与评估，通过分享进行逐步引导。

### 2.2.3. MVP 的流通

作为 MERCULET 的基石 Token 在整个体系中贯穿前后，为生态系统中不同的持有者所使用：创业者，用户，内容贡献方，广告主。

每个角色都有不同的获取和消耗场景：

#### 1. 创业者

创业者使用 MVP 对用户的注意力进行持续性或活动性的激励，有以下几点优势：

- 1) 比常规的现金券激励有更好的想象空间；
- 2) 比常规的现金券激励有更持续的关注度：现金券激励所获得的关注度是一次性的，但 MVP 在被消耗或提取之前是持续关注的过程，潜移默化中大幅度的增加用户的注意力投入；
- 3) 某种程度上来看，生态内创业者的发展越好，MVP 生态的整体价值越高：用户因为受到 UAT/MVP 的长期激励，会主动做很多对创业者有利的事情，从而获取更多的 UAT/MVP，促进 MVP 生态的正向循环；
- 4) 在创业者自己的 Token 还没有发行之前，MVP 为创业者的用户注意力奖励计划提供强有力的背书，刺激高速增长；
- 5) 一旦创业者自己的 Token 运营良好的情况下，会出现  $1+1>2$  的效果，从而丰富用户的选择和体验；

另外，创业者可以通过为生态做出贡献来获取 MVP 的奖励，比如使用内容开放平台的内容，或者让自己的广告系统支持 MVP 的投放等。

作为战略支持，创业者将高速增长而增值的一部分 Token，比如广告收益或者内容收益等，返还给社群，进入扶持计划池，从而促进整个 MERCULET 生态的健康发；同时，MVP 生态价值的提升反过来会更大程度上支持到创业者。正向循环因此而形成。

#### 2. 用户

创业者会根据用户所获得 UAV 的值，给予 UAT 奖励，进而根据 UAT 奖励一定的 MVP，用户可以根据自己拥有的 MVP 获得进入应用市场/福利市场的权利，或者在 MERCULET 生态内的企业中进行权益兑换。

未来的分布式商业将以用户为中心，用户将拥有各种 Token 属性（基本的通证以及权益证明）。用户群体的大规模增长可以带来 MVP 的快速流通以及更大规模的场景对接落地。

### 3. 内容贡献方

内容贡献方主要指可提供内容的创作者，有内容相关技能如视频制作、内容翻译等的个人或组织。

在使用上，内容贡献方的消耗场景较为直接：利用 MVP 在社区中发布任务，例如翻译，字幕匹配等，按需进行 MVP 激励；另外，也可以向流量方采买更好的内容发布位置，以便获得更多的注意力。

同时，MERCULET 平台会定期针对优秀的内容贡献方进行平台奖励，例如按月/周对社区贡献度高用户进行额外的 MVP 奖励，以鼓励社区内用户的活跃和良性贡献。

### 4. 广告主

生态中部分优质资源只接受 MVP 投放，包括信息流广告位、内容推广位、应用市场冠名曝光位、或者某些重要的排行榜或者创意活动。

## 2.3. MERCULET 技术实现

### 2.3.1. 多链多资产的多级架构

分布式商业的成立需要三个基本前提：

1. 互联网用户的 Onboard
2. 互联网企业的 Onboard
3. 区块链底层技术和产品的成熟

MERCULET 致力于为全球互联网企业提供标准化、规模化的快速接入方案（即互联网企业的 Onboard），并在不改变互联网用户行为的情况下（即互联网用户的 Onboard），把海量用户和企业带入到区块链的价值互联网中。

与大多数经典的区块链项目不同，MERCULET 提供的是能让整个价值闭环快速运转起来的解决方案，从第一天就是面对数以亿级的互联网用户以及数十万上百万的互联网企业。MERCULET 提供的解决方案需要能够协调好互联网级用户产品以及区块链专业产品之间的不同，也需要能够处理海量的移动互联网用户行为的中间状态、大规模小额高频交易、秒级响应的用户体验以及无法预估的矿工成本与现有底层公链之间的矛盾。

这样的应用域下 MERCULET 需要解决以下问题：

1. 秒级响应的用户体验：矿工打包时间无法预期，公链上的资产转移以及购买等行为的反馈时间完全取决于公链本身的性能、吞吐量和当前状态，一切难以预估，而且所有交易都无法实时完成，作为互联网产品来说用户体验会非



常差；

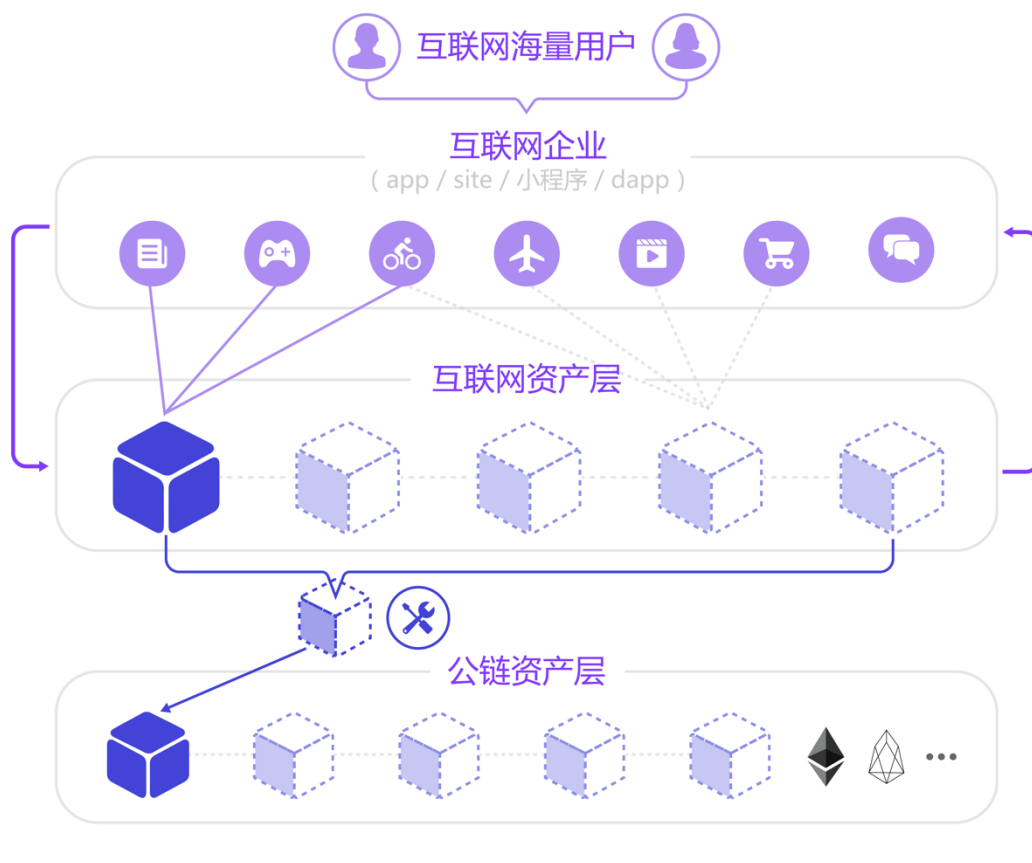
2. 公链堵塞：海量的互联网级别的高频接入会对底层公链形成“攻击性”的访问，而公链一旦堵塞，公链上的其他客户也会受到影响；
3. 矿工费用：海量互联网产品存在大量的中间状态，以及小额激励（类比红包），如果每次资产的转移都需要矿工费用，会让大量的互联网活动失去本来的意义，比如，用户抢到手的红包或者在某个时间段内获得的注意力奖励都不够支付矿工费；
4. 公链原生资产与互联网服务打通：打通 Token 的流通场景，使其能在互联网服务生态中进行高效流转；
5. 企业级应用的隐私保护和数据隔离：企业不可能把所有数据上链，上链的数据也需要按照企业的诉求进行适度的隔离；
6. 稳定性：产品级的发布需要稳定的底层支持。

MERCULET 采用多链资产映射的方式来解决以上问题：

1. 原生资产层：MERCULET 的 MVP Token，以及部分选择在公链发布的 UAT token，基于以太坊 ERC20 进行发布，作为用户的原生资产层；
2. 互联网资产层：这一层的设计目标是通过相对可信的基础设施，打造一个无矿工费用、实时反馈、自由流通的价值互联网。具体技术实现上，第一个阶段的主干技术通过 Hyperledger Fabric 等技术架构，搭建基于智能合约的高并发“互联网资产”层，在体系内的资产流通中间状态由企业共同维护的代理记账节点组成，真正实现本层资产转移资产消费的零矿工费与实时用户体验，并与原生资产层进行适当的映射，当中间状态累计到一定程度之后，由用户触发原生资产上链过程。

MERCULET 的技术愿景是通过合适的架构，促进价值的真正落地。

MERCULET 在这个过程中也正在与大量的底层技术开发团队包括公链技术开发团队一起，共同完善能满足企业级要求的公链基础设施，并且在方案成熟的时候，进行无感迁移工作。



### 2.3.2. MERCULET 协议组

MERCULET 由一系列的协议组以及上层参考实现组成，部分协议如下：

#### 1. 用户注意力评估协议

*ATP: Attention Tokenization Protocol*

对用户行为进行数字化处理，对用户注意力进行评级，把用户注意力转化为有效工作量证明。

#### 2. 用户注意力奖励协议

*ARP: Attention Reward Protocol*

按照用户注意力对用户进行奖励，支持多方联合奖励。ARP 为拥有预算的参与方提供标准的接入协议、规则制定协议、预算分配协议、结算和报告协议等，帮助他们按照一定的规则和条件对生态用户进行激励；同时 ARP 为拥有用户，将对用户进行小额激励的参与方提供标准的接入协议、分配协议、结算和报告协议、以及提取引导等。

### 3.统一内容协议

UCP : Universal Content Protocol

UCP 内含一组子协议，包括内容导入协议，内容导出协议，内容消费协议，内容传播效果评估协议以及计费协议等，对内容的流通全流程进行支持。

\*补充说明参见 4.3

### 4.唯一标识访问协议

UIP: Universal ID Protocol

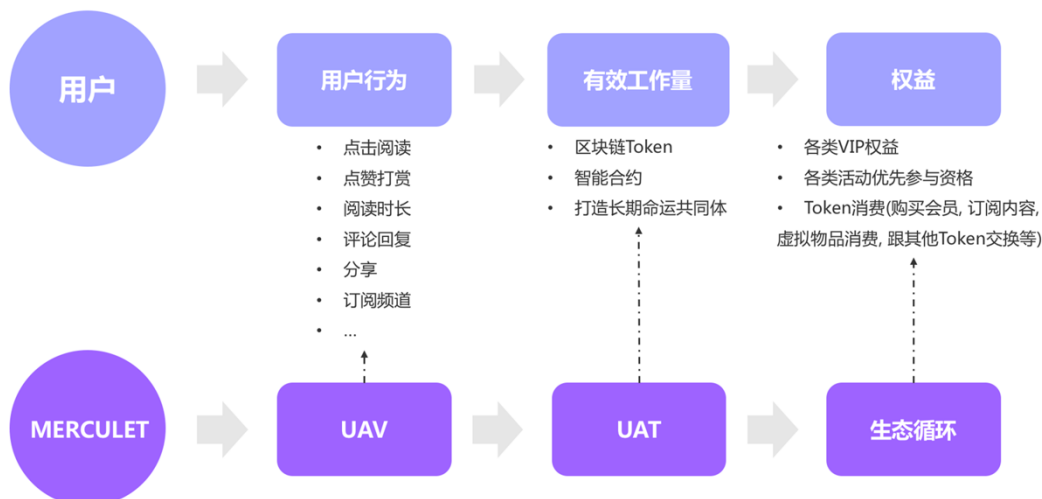
联合各方 ID Service，对用户、内容、企业等进行 ID 化分配，并在相关业务中使用 ID 进行统一化处理。无论底层如何实现或业务如何变化，对于整个应用域中的实体(比如内容生产者，技能拥有者，流量方等)，MERCULET 都会为之创建统一 ID 标识，不同的业务实体会关联到不同的属性域，比如 Reputation 属性或者技能属性等，这些统一 ID 标识以及跟统一 ID 标识关联的属性会成为链上的重要资产。

## 3. MERCULET 用户注意力评估体系

### 3.1. UAV 评估

创业者可通过一组开放协议接入 UAV 体系，把 APP 内的用户行为数字化，以 UAV 值来衡量用户的有效工作量，而且 UAV 体系可无缝兼容传统的积分体系，实现用户注意力价值的科学评估。

区块链技术带来的分布式账本设计解决了用户与创业者之间的信任和契约问题，以一种更加安全、透明、高效和不可更改的 UAV 值来保证用户权益并以互信的方式在生态内循环。



$$\text{计算公式：} X = \frac{\min(Te, \frac{t}{T})}{\sum \min(Te, \frac{t}{T})} \times \alpha P + \frac{i}{I} \times \beta P + \frac{co}{CO} \times \gamma P + \frac{d}{D} \times xP + \frac{f}{F} \times yP$$

X：用户一段时间内获得的 UAV

P：流量方在这段时间内获得的内容变现收益按一定比例转换成的 UAV

T：一段时间内流量方的所有内容的平均阅读时长

t：当前用户一段时间内所有内容的阅读时长

Te：用户有效内容时长参数，一般为平均阅读时长的倍数

I：一段时间内的流量方内容的总曝光数

i：一段时间内的当前用户的流量方内容的总曝光数

CO：一段时间内流量方内容的总评论数

co：一段时间内当前用户的流量方内容的总评论数

D：一段时间内流量方内容的总点赞数

d：一段时间内当前用户的流量方内容的总点赞数

F：一段时间内流量方内容的总转发到达数

f：一段时间内当前用户的流量方内容的总转发到达数

$\alpha, \beta, \gamma, x, y$ ：阅读时长，点击，曝光对于 Token 的分成比例，三者之和为 1.

## 3.2. UAT 的发行

MERCULET 帮助创业者快捷方便地发行自己的 Token，这类 Token 统称为 UAT(User Attention Token)。UAT 的出现使得创业者可以更灵活地制定自己的运营和兑换规则，为用户提供更有价值的权益交换。同时，MVP 作为基石 Token 实现不同创业者之间的协同和价值互换，促进了价值的有效流通，最大化用户的权益兑换；另外，UAT 帮助创业者从第一天开始即做好了接入公链的全方位准备：基于区块链时代的全新增长和运营理念，促进技术落地、价值体现、社区运营、生态循环等。

## 3.3. UAT 应用市场

联盟内各成员共享一个应用市场，各成员可根据所在国家的法律法规设定激励池，应用市场的激励池由各成员、MERCULET、广告主、相关第三方等共同承担。

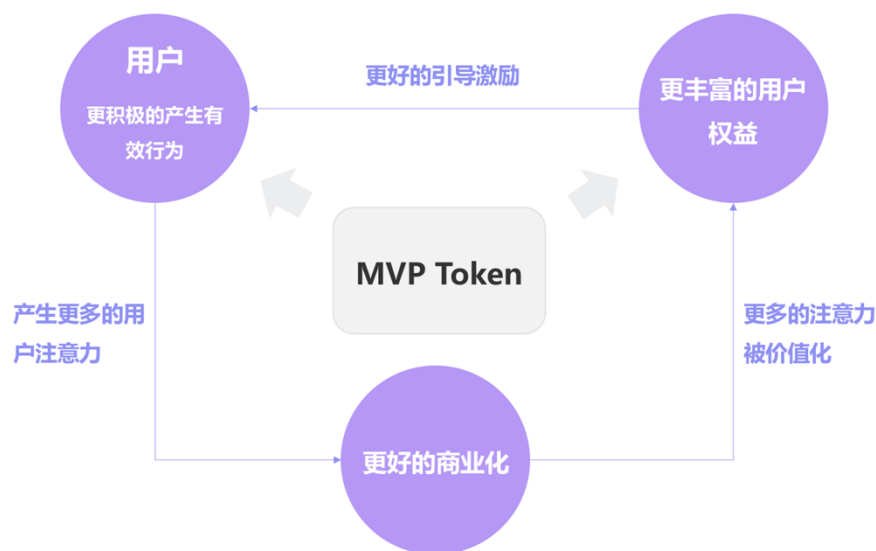
UAT 联盟应用市场目标：

1. 打造硬通证时代，福利、权益跟用户所拥有的 UAT/MVP 直接挂钩；
2. 联盟用户权益共生，权益转换顺畅，价值场景无缝切换；
3. 去中心化自治运营，消除之前点对点合作的复杂性。



### 3.4. 用户激励金三角

与其他项目不同，MERCULET 从第一天开始就帮助创业者进行激励三角闭环——从业务域找到共同激励的价值锚点，从而实现健康增长，而不是仅仅依赖于交易所的表现。



## 4. MERCULET 内容开放平台

为了解决用户注意力的来源、消耗问题以及提升注意力的价值，MERCULET 搭建了基于区块链的内容开放平台。

在所有的增长解决方案中，促进优质内容的生产和流通都是核心任务。围绕内容，各个国家都已经产生了各种内容平台并呈现中心化的趋势，创业者困难重重。

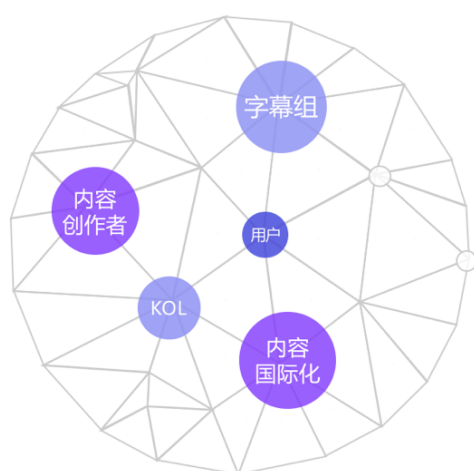
对于初创企业来说，优质内容的发现和社区内的用户激励需要耗费大量精力和时间，而相对成熟的企业运营上也面临着困境：只能一对一进行的内容源拓展，流程繁琐的版权确权，内容国际化需要面对的语言文化差异等等。

MERCULET 希望帮助创业者解决内容流通的困难，促进注意力价值的流转和全球内容生态的正向循环。

内容开放平台将面向全球和全产业链，以共识为基础，以 Token 为驱动，提供一套完全去中心化且基于社区自治和共识的完整解决方案。

MERCULET 内容开放平台将可实现自动化运营，对内容产业中的现有公链、现有链上应用、内容创作者、内容需求者、内容版权交易平台等全部开放，并协助双方的快速对接和良性运作。

MERCULET 定义标准的内容结构，内容基础服务，权限控制以及对接协议等，帮助内容生态里的各个环节快速发现并以极少的成本完成实际性的上下游对接工作，实现自动化运营，实现商业价值闭环。同时，服务之间的激励和评估以 Token 加共识（POS+Reputation）的方式形成闭环，最小化运营成本。



- ◆ 面向全球
- ◆ 基于区块链技术, 完全去中心化
- ◆ 面向内容全产业链
- ◆ 社区自治和社区共识

## 4.1. 内容开放平台架构



- 元数据层：MERCULET 将定义一套可扩展的包括内容和相关利益方在内的元数据模型标准，帮助各家的内容和各个利益相关方入驻。
- 公共账本层：采用多层架构的方式，来记录包括声望、注意力评估、社区投票结果等需要确权的结果。
- 开放平台：MERCULET 会制定协议组（参见 2.3.2），任何组织都可以根据协议组接入内容相关的服务，包括但不限于推荐系统、标签体系、版权确权、人群画像、数据分析等。由声望机制来评估各个服务方提供服务的质量。
- 应用层：根据 MERCULET 制定的协议组或者开放平台层服务方提供的协议接入的面向最终用户的 DApp。

## 4.2. 统一内容标识

MERCULET 内容开放平台能和基于区块链的第三方内容服务进行交互，这些服务包括但不限于：

1. 从第三方内容源导入内容
2. 使用第三方版权服务
3. 使用第三方标签服务

每个第三方的服务都有自己的内容 ID，我们会提供一个全局唯一的内容 ID，Universal Content ID，简称 UID。UID 做为 MERCULET 唯一标识访问协议的一部分，成为在不同链或者中心化内容平台的内容身份的唯一识别 ID。同时 MERCULET 的 ID Service 打通 UID 和第三方服务的内容 ID。对于统一内容协议，DApp 定位内容始终使用 UID，在需要调用第三方服务时，由 ID Service 负责查找该 UID 对应的第三方服务的内容 ID。

### 4.3. 统一内容协议

内容相关领域已有很多垂直方向的链上应用，对于内容使用方和一些 DApp 开发者来说，使用多链来实现一项具体的业务在某些情况下不可避免。

作为 Attention Value Network 的重要组成部分，统一内容协议将与各种现有的链上应用合作，服务于 DApp 的各种业务场景落地，促进内容的流通。

统一内容协议将链上智能合约的调用，第三方服务的对接，跨链通信服务的使用等进行抽象。同时，对开发者友好并能显著降低开发成本，并且通过持续更新交互协议来保证最大可能的兼容性和可扩展性。

### 4.4. 声望系统

大多数链的共识机制基于有效工作量或者代理人机制，但是都存在各种各样的问题。作为一个商业系统，我们希望能在链上引入声望系统来进行更好的共识判断，维护良好的社群发展。

声望系统是用户拥有的 Token 值之外一个重要系统属性，因为 Token 可以用来进行兑换和流通，并且可以通过其他手段获得，而且在进行共识判断时，每一次的投票所会使用的 Token 由用户决定，而且通常只是用户拥有的 Token 的一部分，所以用 Token 投票质押的方式并不是一个很理想的解决方案，也很容易被财团操控。但是，在另外一方面，用户的声望在系统中是一个长期积累的过程，并不能作假，这将有助于区分出机器人/做号等常见移动互联网的欺骗手段。

每一个链上的角色的自然属性和链上相关行为都会被纳入评估，声望值系统会从 5 个维度综合评定一名社区用户，用类似经验值的方式得出评定结果，声望值系统有上限，根据不同的分段值，声望值越高增长越缓慢。

#### 声望值维度说明：

- 身份：与用户的入驻社区的时间、相关信息的完善程度、邀请入社区的大 V、粉丝数等相关；
- 履约：在社区内的履约记录，为了社区发展考量，发生负履约的用户需要更多次的正履约来恢复自己的声望，简单来说涨的慢、扣的快；
- 活跃：考量的是社区用户的行为，如个人用户的分享、评论、点赞等，内容创作者的发帖数...等；
- 财富：综合考虑用户在社区内的账户 UAT、UAT 种类、历史 UAT 最大值、UAT 的流通速度等；
- 贡献：任何对社区的繁荣和发展带来正向作用的结果，如分享带来的新用户



数量、优质内容数等；

**声望计算公式：** $R = N * 2/\pi * \arctan((A + B + C + D + E)/\gamma)$

R：最终的声望值

N：声望值的上限，暂定 1000

A：身份的得分

B：履约的得分

C：活跃的得分

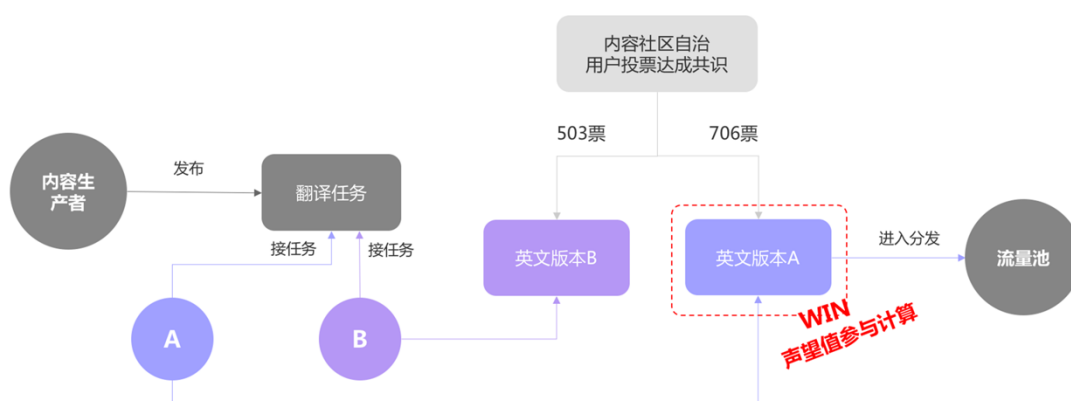
D：财富的得分

E：贡献的得分

$\gamma$ ：得分压缩系数，使得最终得分符合  $\arctan$  函数的增速规律

## 4.5. 应用层共识机制：R+POS

我们所提供的内容基础服务中，需要大量依靠共识机制来完成整个流程的闭环。



以内容进行国际化翻译为例图示(发起者可以是社区内的任意用户)

我们的共识机制是基于 POS+Reputation 系统的混合升级版本，在投票时候取投票时用户质押的 Token 总量以及投票者在系统中的声望值的加权来综合考虑

**典型的需要共识的场景包括：**

- 对内容进行国际化的翻译，依靠社区共识进行最优的唯一结果确认；
- 对内容版权争议发起社区鉴定；
- 对内容真伪（科普型、记录型内容）的争议发起社区鉴定；

**发起共识的流程：**

1. 发起问题（自动/人工）
2. 公示/邀请（部分问题会限制 Reputation 级别）
3. 用自己拥有的 Token 数量进行投票

4. 系统自动通过智能合约结合投票者的 Reputation 以及实际投票质押的 Token 数量进行自动化裁决

$$\text{公式: } V = \sum_{i=1}^n x_i$$

V: 最终投票得分

n: 参与的得票数

$x_i$ : 第  $i$  个投票人的投票权重，权重值参看下述表格

投票时 声望值和投票权重对应关系表

声望值	投票权重权重
0~500	1.0
500~600	1.2
600~750	1.5
750~833	3
833~1000	5

### 如何面对社区中存在的大量非对错的问题

社区中存在大量非对错的问题，如：内容进行国际化的翻译，依靠社区投票只会确认唯一的结果，但并非其他翻译的结果就没有价值，根据投票的最终结果，取前 N 名，退回所质押的 Token，并给予声望奖励。

### Token 的发放机制及循环验证

还是以内容进行国际化翻译为例：当社区投票确认唯一的结果“A”后，系统会在智能合约中给所有投票给“A”的用户记账，但延迟发放用户权益。“A”进入内容模块并进行分发，根据分发过程中，全球用户所产生的曝光、点击、评论、分享、停留时长……等用户行为来判断翻译者是否存在作弊（翻译者用其他账号给自己投票，以骗取权益），如存在作弊，则所有投票用户及翻译用户都会得到权益和声望的惩罚（惩罚到一定的值，会上社区耻辱墙），如用户行为一切正常，系统会在过了锁定期后发放权益给到用户；锁定期是一个动态值，在内容社区冷启动时，锁定期可能长达三个月，当内容社群繁荣后，锁定期就会越来越短。

## 4.6. 内容社群化治理

内容社群为垂直领域，每个领域会组成一个理事会（Board），对该领域内容的选题、生产、国际化、审核、编辑、分发、商业化、分类等进行全面性的规划与推进工作。

初期共分 10 个社群（娱乐、时尚、摄影、汽车、女性、母婴、金融、健康养生、美食、体育），社群的初始领导人实施任命制，在成功运行一段时间之后可以由社区以推举的方式进行换届。

系统对每个社群进行单独的 Reputation 值评估以衡量社群质量。

## 4.7. 社区法院（仲裁和纠纷处理）

虽然 Reputation 系统的存在已经让共识的达成更加科学和便捷，但根据过去多年的经验，以版权问题为典型代表的是非问题，需要类似版权确认、身份确认、取证存证等链下行为导致信息确认存在一定的滞后；同时，基于社区 Token 的投票方式也有可能被恶意操控，对结果的确认有不良影响。为了更好的解决上述两个问题，社区法院和公示区的引入依然非常有必要。

充分利用区块链的特点：

- 一旦写入，无人可以删除；
- 基于社区 Reputation 的真实 ID 投票，类似实名制（一个 ID 在链上的有效行为的忠实展示让之前移动互联网常见的作弊手段无处施展，并结合 Reputation 值进行有效范围过滤筛选）；

## 5. 基金会

Magic Foundation Ltd. 是 2017 年正式在新加坡成立的非营利性法律实体，致力于为 MERCULET 推进开发建设和倡导透明治理，促进开源生态社区的安全、和谐发展。

MERCULET 从第一天开始就在基金会预留开发者激励计划专用基金，来激励全球优秀的开发者为整个商业闭环中需要的技术改进做出及时的贡献，并让整个 MERCULET 的开发和运营机制逐步实现完全的去中心化和去 MERCULET 化。

## 6. 部分合作客户

MERCULET 在全球范围内已经具备了非常扎实的业务基础，每日独立用户过 8000 万。

*\*其他合作伙伴将于近期在官网进行披露。*

### 6.1. 战略合作伙伴：智明星通

中国互联网企业国际化过程中的标杆企业。总部设于中国北京，并在中国合肥、中国香港、巴西圣保罗、台湾等地设有分支机构。在过去几年里，智明星通携手来自中国的顶尖互联网公司（百度、腾讯、阿里巴巴等）和顶尖游戏公司（弹弹堂、完美时空、巨人网络、淘米网络等）在海外互联网市场创造了众多突破和经典案例。

现在每天使用智明星通服务的全球活跃用户已超 5000 万，覆盖北美、亚洲、欧洲、南美约 40 个国家和地区的粉丝级用户。旗下若干网站都陆续跻身全球 1000 强，并持续保持着中国互联网公司在海外市场的最好排名记录。

### 6.2. 战略合作伙伴：Solo Ads

Solo Ads 是中国泛互联网出海行业的连接者，致力于为全球用户提供最极致的移动互联网体验，通过智能场景化的广告推荐，给全球用户带去最适合的产品和服务，同时推动中国领先的产品、服务、技术和商业模式等走向世界。

Solo Ads 拥有包括 Solo 系统在内海量高品质流量，辅以数据驱动的精准推荐技术，确保了广告主数字化营销的效果。同时，支持量身定制服务，优化广告资源，帮助全面掌控流量，实现收益最大。

## 7. 独家战略合作伙伴：魔窗

经过长达一年的评估和合作测试，MERCULET 团队已经与有着丰富国际化背景的中国技术公司魔窗达成区块链领域的独家战略合作，并已经拥有了比较深厚的技术积累和用户落地状态。

### 7.1. 魔窗简介

魔窗是一家成立四年，融资 4 轮的技术公司，团队成员大多为技术背景，核心成员曾负责 HP, SAP, eBay, 飞利浦, EMC 等大型企业级解决方案，也曾阿里/京东等互联网公司负责每日上百亿规模的实时请求大数据平台，有核心成员写过期货交易

所高并发核心代码和整体架构,同时也具备多名来自内容领域和营销领域的业务专家(网易, 新京报, 南方都市报, 色影无忌等), 是一个不可多得的横跨多个关键业务领域的专业团队, 核心开发人员均有 10 到 15 年以上的开发经验。

魔窗的主营业务包括为中大型 App 提供内容智能 Content AI, 全网 SDK 业务/数据分析以及内容智能,客户群体广泛。魔窗也有多年丰富的企业级用户服务和用户需求服务经验。

## 7.2. 魔窗相关数据

魔窗的客户不仅仅覆盖中国区域, 也有多款在国际上日活超过千万或者总用户过千万的合作 App, 而内容投放每日可以覆盖的独立用户在 1.3 亿到 2 亿之间, PV 在 50 亿到 80 亿, SDK 业务覆盖数千万独立用户 (多 App 合并后), 覆盖 5 亿多设备。

魔窗的多个深度合作客户中, 日活量级从百万级到千万级均有, 已经锁定多款 App 作为天使用户使用 MERCULET 的商业闭环解决方案。



## 8. 里程碑

### 2018.Q1

- 完善 User Attention based Growth Methodology ;
- Attention Value Network ( AVN ) 体系设计及 POC 验证 ;

### 2018.Q2

- MVP Token Onboard ;
- AVN 体系 β1 发布, 支持 ATP、ARP、UAT、合约和算法 ;
- UAV 体系 1.0 版本发布, 支持对用户的注意力进行评估和 Token 化 ;
- UAT 体系 1.0 版本发布, 支持合作方发行自己的 User Attention Token 并

结合 UAV 进行分配；

- 应用市场  $\beta 1$  版本发布，用户激励活动上线；
- 内容开放平台产品设计；
- 至少 1 家合作上线（智明星通），不少于 15 家合作方接入并进行改造以及测试；

### 2018.Q3

- AVN 体系  $\beta 2$  发布；
- 注意力钱包  $\beta 1$  版本发布，支持用户查看在各家获得的 UAV 以及对应的 UAT 和 MVP 奖励；
- UAT 应用市场 1.1 版本发布，丰富活动类型，支持企业间的联合活动；
- 内容开放平台  $\beta 1$  发布，有限内容创作者邀请制入驻；

### 2018.Q4

- 注意力钱包  $\beta 2$  版本发布，支持用户基于 UAT 和 MVP 的虚拟物品兑换；
- 内容开放平台  $\beta 2$  发布，支持与其他内容公链或者传统内容提供商的对接；
- 支持 UAT 和 UAT 的交换；
- AVN 1.0 上线，支持 Attention Supply Side 和多种类型的 Attention Demand Side（内容公链、内容平台、内容版权，积分链、糖果链、礼物链，广告主，各种其他基础链如 ID 等）的打通和价值流转；

### 2019年上半年规划：

- 内容本土化&国际化；
- 产品功能本土化；
- 丰富 MVP 的商业应用及流通场景（包括线下）；
- 内容开放平台应用层共识算法 R+POS 上线；
- 内容开放平台声望体系上线；
- 内容开放平台社区法院上线；
- 内容开放平台微任务系统上线；
- 底层技术升级；

### 2019年下半年规划：

- 底层技术升级；
- Native Token Early Support, 支持 UAT 一键发币并在生态中进行币币交换；
- Smart Contract Early Support，支持生态中企业基于智能合约的开发和部署；

- 生态中的各个环节去 Merculet 化，推进无 Merculet 参与情况下的社区健康发展；

## 9. MERCULET 团队介绍

### 9.1. 姜孟君（笨总）

被中欧创业营总教头龚焱教授誉为“中国的 Reid Hoffman”

- 惠普中国、惠普硅谷数据管理平台和新一代数据中心核心负责人；
- SAP 首席工程师，SAP 云加速首位中国区代表；
- AdMaster 研发副总裁及研发中心总经理；
- Vivaki Data Solution 战略顾问；
- 中国 App 增长联盟发起人，2 年深聊 1000 多个创业者；
- 正和岛对路 to B 联盟联席主席；
- 中欧创业营 5 期校友以及联想之星 9 期校友；

### 9.2. 张申竣

- 12 年+的 IT 从业经验，曾服务于 HP，EMC 等全球知名科技公司，负责大型企业级数据管理和 SaaS 平台的研发；
- AdMaster 研发总监，多条产品线的技术负责人，期间领导开发了中国移动营销联盟的第一版移动端监测 SDK；
- 作为魔窗的 CTO，领导开发了移动端企业级深度链接服务（mLink）和内容智能分发平台（mContent），确保每天上百亿请求的分布式系统的稳定运行；
- 长期关注分布式系统的治理，性能，分布式账本，区块链经济；

### 9.3. 高波

- 超过 10 年的界面设计、交互设计以及互联网和移动产品设计经验；
- 独立交付服务于宝洁、上海通用等的电商系统以及大型数据管理系统；
- AdMaster 电商产品线负责人；
- Vivaki Data Solution 大数据产品顾问，广告交易系统负责人；
- 擅长敏捷原型设计与产品创造；
- 拥有丰富的广告行业、营销行业、电商行业领域知识；

### 9.4. 李海滨

- 复旦大学应用数学系本硕博连读；

- 负责魔窗推荐，分类算法的研发；
- 超过 5 年的推荐算法经验，土豆，优酷的相关视频推荐，并连续 4 个季度提升 10% 点击率；
- 近 10 年的开发经验，熟练使用 PHP，JAVA，JS，.net，flashbuilder，发过图形化的 hadoop 调度，图形化的代码生成工具；
- 熟悉自然语言的分词，语义分类，词向量。熟悉 hadoop 的 mapreduce，hive；
- 了解 lucene 底层搜索技术，深度学习 CNN，LSTM 等神经网络技术。了解 spark，hbase；

### 9.5. 吴翔彬

- 14 年+大型企业软件开发经验；
- 专注于云计算，大数据和微服务的开发和实践；
- 作为核心开发和技术管理和多国虚拟 team 持续交付 HP global data hub 产品；
- 作为技术方案架构师评估和实现飞利浦中国数据仓库项目；
- 主导开发魔窗基础架构平台和内容分发系统 ( mContent )；
- 关注 hyperledger 的企业落地实施以及区块链生态和技术；

### 9.6. 羌翼亭

- 十余年 SaaS 和互联网开发从业经历，全栈开发经验，涵盖前端到后端，从移动应用到服务器的研发经验；
- SAP SuccessFactors API 的主管工程师和架构师，开放数据访问框架（与 Hibernate 相似）的缔造者
- 阿基米德 FM 架构师，主导了向微服务架构的重构和迁移工作；
- 万达网科消息平台的研发团队主管，完成重大架构重构，实现了万级 TPS 的吞吐量目标和大幅度的系统稳定性提升；
- P2P 技术爱好者和 DAPP 世界的梦想者；

### 9.7. 沈哲

- 计算机软件与理论硕士；
- 负责魔窗 SDK 的架构和研发，主要包括实现 deep link(deferred deep link)、移动端原生广告、信息流广告、SDK 安全、对第三方框架的裁剪等等。保障了魔窗 SDK 多年的线上稳定运行；
- 超过 8 年的移动开发经验，负责过京东到家上海的移动团队，全程参与今



夜酒店特价 App 的开发，Decarta Map SDK 的开发，参与过格瓦拉 App 的开发；

- 多年的服务端开发经验，负责过京东旅行的后端团队；
- 熟悉函数响应式编程，了解计算机视觉，著有《RxJava 2.x 实战》；
- 关注分布式账本，区块链经济；

## 9.8. 贺珺（摩羯）

- 北京大学经济学院金融硕士（在职研究生）；
- 资深媒体人，8 年以上互联网运营经验，曾任信砥区块链(币乎)运营负责人；
- 先后供职于网易（163.com）副主编、新京报副主编、色影无忌副总裁及南方都市报资深记者等；
- 擅长内容运营、用户运营和社区运营。作为主要负责人，主导运营过千万用户级互联网社区；

## 9.9. 程辉

- 8 年多全球业务拓展经验，曾将多个中国项目及产品成功推出海外；
- 2010 年加入海尔集团任产品销售经理，专注于拉丁美洲及中东地区销售；
- 2014 年进入猎豹移动任墨西哥市场总经理，对于拉美地区增长做出了巨大贡献，实现区域收入从零到 1000 万美金增长；
- 2017 年加入美国公司 Taboola，成为其中国区第一位员工，在短短 1 年时间内与 100 多家中国公司达成合作，并成功使中国成为其亚太区域收入最大国家；

## 9.10. 胡晓军

- 中国社交媒体指数创始人之一，服务公司如：宝洁、联合利华、可口可乐、欧莱雅集团，通用汽车、耐克等上百家企业；
- Sizmek 中国华东区负责人（原名 MediaMind，最大的第三方监测和数据分析的公司），熟悉东南亚、日本、韩国市场，尤其是豪华品牌；如 LVMH，Kering 和 Richmond 集团等；
- Blossom Trading 樱沪商贸有限公司的创始人，是中国的第一批跨境电商公司，同时在中国大陆、香港和日本有自己的分支机构，并成功变现退出；
- 协助日本日经集团旗下品牌业务以及日本最大旅行社 JTB 集团进入中国市

- 场；
- 全球第二大游戏展东京电玩展（Tokyo Game Show）独家大中华区代理；
- 协助中国公司进入以及了解日本市场，包含旅游，电商，ACG 等行业；

## 10. 顾问团队

### 10.1. 张首晟教授

- 丹华资本创始董事长，斯坦福大学物理系、电子工程系和应用物理系终身教授、美国科学院院士、中国科学院外籍院士、清华大学高等研究院教授；
- 1983 年获德国柏林自由大学学士学位，1987 年获纽约州立大学石溪分校博士学位(师从诺贝尔奖得主杨振宁教授)。1989-1993 年任 IBM 阿尔玛登研究中心高级研究员，1993 年被聘为斯坦福大学物理系教授。因在半导体物理方面的出色研究，于 1996 年评为斯坦福大学终身教授，是当时斯坦福大学最年轻的正教授之一，深受诺贝尔奖得主、前美国能源部长朱棣文(Steve Chu)先生的赏识；
- 因对自旋电子学(Spintronics)、量子自旋霍尔效应(Spin Hall Effect)和拓扑绝缘体(Topological Insulator)的开创性研究，2007 年获美国古根海姆学者奖、2009 年获德国洪堡奖、2010 年获欧洲物理奖、2011 年获求是杰出科学家奖、2012 年获凝聚态物理最高奖 Oliver Buckley 奖、2012 年获理论物理最高奖狄拉克奖、2013 年与英国物理学家斯蒂芬·霍金同时获得尤里(Yuri Milner)物理前沿奖，同年入选中国科学院外籍院士；**2014 年被预测为最有可能获得诺贝尔奖的物理学家；2015 年获得美国富兰克林奖章；2016 年被评为年度华人经济人物、品牌年度人物；**
- 张首晟教授是美国硅谷最大的华人创业社团华源协会的共同创办人和轮值主席，他还是联想控股集团、上海张江科技园、美国中经合集团(WI Harper)的资深顾问、新奥集团的首席科学家。张教授在斯坦福大学和清华大学担任创业导师，并作为天使投资人成功投资了 Vmware(NYSE:VMW，市值最高时达 480 亿美元)和 DivX (被 Sonic Solutions 3.23 亿美元收购。)；

### 10.2. 沈波

- 区块链领域的先行者，BitShares 和分布式资本的创始人；

- 传统金融的资深人士，在证券、对冲基金和投资银行等领域拥有超过 12 年的丰富投资经验；

### 10.3. 罗杰

- NEO Global Capital 创始合伙人；
- 在天使投资和区块链投资项目上有丰富经验，担任 Bluzelle、Qlink、CoinFi、Selfkey、TheKey、Tomocoin 公司顾问；
- Webvisions 联合创始人，Webvisions 是一家领先的亚太网络托管服务供应商；

### 10.4. 唐彬森

- 智明星通创始人；
- 成功将开心农场游戏推广到全球 20 多个国家，影响海外 5 亿人口，成为迄今为止中国出口的最有影响力的游戏；
- 被《环球企业家》杂志评为 2010 年度全国四十位“40 岁以下商业精英”；
- 作为优秀青年代表在建团 90 周年获得胡锦涛总书记的亲切接见。为中国互联网产业国际化进程做出突出贡献；

### 10.5. 邱越峰

- 现任起源资本管理合伙人，专注在人工智能，大数据以及区块链的早期投资；
- 邱越峰先生涉足高科技行业近二十年，曾任纳斯达克上市公司文思海辉集团高级副总裁兼首席市场和战略官，参与了公司境外上市、对等合并和私有化等资本运作，也主导了公司在全球范围内的多起并购并助力公司实现数字化转型。此前，邱先生分别在惠普和朗讯科技供职，专注于企业应用和通信产品的研发。在加入起源资本前，邱先生还是一名天使投资人，投资了包括魔窗在内的一些极具特色的互联网初创企业并努力帮助他们成长；
- 邱越峰先生持有复旦大学理学学士和硕士学位，主修计算机软件，在数据库和数据科学方面有着深入的研究；

### 10.6. 尹光霞

- 现任超算力资本创始合伙人，在区块链领域做全赛道布局的早中期投资，对于区块链项目的投资方法论有着清晰思考。同时担任多家互联网公司与

区块链项目的战略顾问；

- 元概念资本、理想圭源资本创始合伙人，成功的投资经验覆盖一级市场股权投资，二级市场主动型及量化交易；
- 连续创业经验在高科技领域：区块链+供应链金融，和移动互联网方向；
- 此前，尹女士为世界 500 强高管，宝洁并购威娜后大中华区投后整合项目负责人；创业前为宝洁公司中国区吉列和金霸王两个品牌事业部的负责人；
- 尹女士持有浙江大学工学学士和竺可桢学院创业强化班的荣誉学位，主修电气工程及其自动化专业，多个项目入选微软亚洲研究院的特殊资金支持，是个坚定的技术信仰者；