



## 重塑杂货行业

第一个直接联系杂货制造商与消费者的全球性去中心化消费者生态系统

[www.ins.world](http://www.ins.world)

[介绍单页](#)

[演示](#)



# 免责声明

本白皮书中所述的信息可能不够详尽，并且不意味着合同关系的任何元素。本白皮书的内容对 INS Ecosystem Limited (“INS 公司”或“INS”) 及其附属公司没有约束力，并且 INS 保留在 INS 代币销售之前、期间和之后出于任何原因随时通过在网上发布修订版白皮书来更改、修改、添加或删除本白皮书的部分内容。

本白皮书并不构成投资、法律、税务、监管、金融、会计或其他建议，并且本白皮书无意为获取 INS 代币的交易的任何评估提供唯一依据。在获取 INS 代币之前，潜在的购买者应当事先咨询他/她自己的法律、投资、税收、会计和其他顾问，以确定此类交易的潜在利益、负担和其他后果。

本白皮书中提供的任何信息均不应被视为构成任何形式的招股说明书或投资邀请，也不以任何方式涉及任何司法管辖权内的任何证券的购买要约或要约邀请。本文档并非按照法律或法规创作，也不受禁止或以任何方式限制数字代币的交易或使用的任何司法管辖区的法律或法规约束。

INS 代币不是一种数字货币、证券、商品或任何其他类型的金融工具，并且尚未根据《证券法(1933)》、美国任何州的证券法或任何其他国家/地区的证券法注册，包括潜在代币持有者所居住的任何司法管辖区的证券法。

对于使用数字代币的交易被适用法律或法规禁止或以任何方式限制的国家或地区，INS 代币不得提供或分发给，并且也不能由其持有者转售或以其他方式转移给在其中拥有经常居住地、所在地或公司所在地的公民（包括自然人和法人）。如果此类受限人员购买了 INS 代币，则这种行为建立在非法、未授权和欺诈基础上，就这一点而言，他们应承担不利后果。

在新加坡、中华人民共和国或者数字代币的交易或使用受到限制性规定影响，或者需要 INS 向任何相应政府部门登记或获得政府部门许可的其他国家和地区内的任何受监管活动中，INS 既不提供或分发 INS 代币，也不开展业务（活动）。

INS 代币的每个购买者都会被提醒，本白皮书根据如下基础提供给他/她：他/她本人注意到本文档已根据购买者的司法管辖区的法律依法提供。INS 代币的潜在购买者需负责确定购买者能否在其司法管辖区内合法购买 INS 代币，以及购买者能否随后将 INS 代币转售给任何指定司法管辖区内的其他购买者。

本白皮书中包含的某些声明、预估和金融信息构成前瞻性声明或信息。这些前瞻性声明或信息涉及已知和未知的风险和不确定性，可能会导致实际事件或结果与这些前瞻性声明或信息中暗示或明示的结果或预估有重大出入。

英语白皮书是关于项目的主要官方信息来源。英语白皮书中包含的信息可能不时翻译为其他语言。在这种翻译过程中，英语白皮书中包含的一些信息可能会丢失、损坏或误传。无法保证这类替代性沟通材料的准确性。如果此类翻译与官方英语白皮书之间存在任何冲突或不一致，则以英语原始文档的规定为准。

# 目录

1. 摘要	3
2. 简介	6
2.1 杂货市场的挑战	6
2.2 创始人经验	8
3. 市场概述	11
3.1. 全球杂货市场	11
3.2. 在线杂货市场	13
4. INS 生态系统	15
4.1. 概述	15
4.2. 生态系统参与者	16
4.3. 区块链与职能合约	19
5. INS 平台	21
5.1. 关键组件和流程	21
5.2. 对消费者和制造商的激励	24
6. 应用与接口	26
7. 路线图	28
7.1. 发展路线图	29
7.2. 地理扩张计划	30
8.1. 结构	31
8.2. 使用	31
8.3. 采用	32
9. 代币销售	33
9.1. 摘要	33
9.2. 代币销售收入	34
9.3. 了解你的顾客	35
9.4. ESCROW	35
9.5. INS促销代币 (INSP) AIRDROP	36
10. 团队和顾问	37
10.1. 顾问	37
10.2. 核心团队	39
12. 风险因素	41

# 1. 摘要

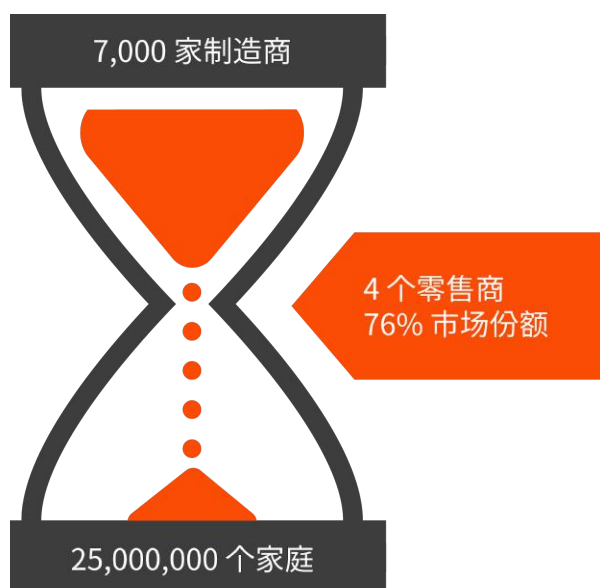
本白皮书探讨了全球杂货市场的挑战、一种提供变革潜力的技术范式转移以及 INS 正在利用这种潜力开发的解决方案的商业和技术方面。本文的重点如下：

杂货市场是世界上最大的消费市场之一，预计在 2020 年达到 8.5 万亿美元。它正在接近一个数字临界点，其中大部分增长来自在线业务。在线杂货是 INS 的目标市场细分，根据 IDG 的预估，预计将从 2015 年的 980 亿美元增长至 2020 年的 2900 亿美元。

**尽管有着巨大的增长，但杂货市场有两大相关问题 - 杂货零售商的滥用和无效的贸易促销。**

**杂货市场由零售商主导。** 零售连锁店占据杂货收入的极高份额，并且对制造商拥有巨大的影响力，从而对全球消费者产生深刻影响。零售商决定了种植哪些食物作物以及如何对这些食物进行加工、包装、定价和促销。例如，在英国，四家零售商作为 7,000 家制造商将其产品销售给 2500 万户家庭的狭窄渠道<sup>1</sup>，这说明，杂货行业中存在的零售商滥用不仅被允许发展，而且还逐渐繁荣壮大。

**无效、昂贵且过时的贸易促销活动实践。** 贸易促销开支相当于制造商销售额的 17%<sup>2</sup>。每年，贸易促销活动方面有超过 500 亿美元<sup>3</sup>从未到达消费者。如今，充斥着促销活动的环境中的不公平



<sup>1</sup> 来源：Consumers International。

<sup>2</sup> 来源：Deloitte, [American Marketing Association](#)。

<sup>3</sup> 来源：Deloitte。

与促销成本的上升以及随之产生的效率低下问题并存。95% 的制造商承认，贸易促销效率低下是极其重要的问题。<sup>4</sup>



**INS 正在实施一个去中心化的生态系统，通过让消费者从杂货制造商处直接购买，将他们的日常购物费用节省最高 30%。**

**消费者与制造商之间的直接互动。** 绕过零售商和批发商意味着以更低的价格获得更个性化、更透明的杂货购物体验。消费者将能够决定他们想要的品牌和需要的商品。我们称之为“消费 2.0”，因为 21 世纪的客户厌倦了单行道型沟通，在这种沟通中，零售商将商品推向客户以最大化其利润，并且这些商品并不是客户真正想要的。我们也希望消费者能够畅通无阻地接触到不适合零售商供应链或采购条款并且无法让他们的商品摆放到零售货架上的独立和本地制造商，包括农民。

**允许制造商将他们的商品直接展示给消费者。** 零售商和批发商开展的昂贵且效率低下的贸易促销将不复存在。INS 将让制造商可以制定定制营销计划来直接奖励其客户。这些计划在智能合约上运行，并由作为奖励手段的 INS 代币提供支持。这类似于许多航空公司基于里程的奖励计划，不过，由于计划背后采用了智能合约，因此，更先进、运行成本更低并且更个性化。在区块链和智能合约时代之前，这几乎不可能实现。

**基于我们深入的行业知识和世界上最大杂货制造商的明确关注，INS 具有执行打破杂货行业这项宏伟任务的前提条件。**

**合计超过 50 年的杂货行业从业经验。** INS 由在线杂货行业的资深从业人员利用 2013 年以来获得知识和经验建立。我们已与制造商建立起牢固的关系并从消费者那里获得了宝贵的反馈。

<sup>4</sup> 同上。

**INS** 引起了世界上一些最大和小生的杂货制造商的强烈兴趣。我们已与下列制造商签署了非约束性谅解备忘录：



## 2. 简介

---

### 2.1 杂货市场的挑战

#### 零售商买方势力的滥用

全球杂货行业由销售量大的零售连锁店主导。在许多国家/地区的国家层面上，杂货市场的大部分份额通常掌握在几家零售商手中。尽管一定数量的买方势力可以理解并且也是获得竞争优势的可取方法，但高度集中则导致供应链中的买方势力日益不平衡。

**不滥用时，发挥买方势力很自然。**任何行业参与者都将寻求更大的量作为工具来获得更好的价格，这是可以理解的。但零售商超越了公平的限制。杂货零售商不断且积极地设法从受到压榨的制造商处获得更好的条件，远远超过玩家在实现规模经济时所应获得的利益。

**无论大小，没有任何制造商拥有足够的能力。**像 Procter & Gamble、Nestle 和 Unilever 一样的全球公司在行业中发挥着巨大作用，与小型制造商相比，他们拥有更强的议价能力。尽管如此，这些公司也敌不过在整个供应链内拥有最终客户、控制强度更大的零售商。例如，Wal-Mart 的销售额约为其最大供应商 Procter & Gamble 的销售额的 5 倍。<sup>5</sup> Wal-Mart 占 Procter & Gamble 2016 年销售额的 16%。<sup>6</sup>

**零售商买方滥用超出了正常压力。**这种压力的解释是买方势力的滥用。这种势力允许零售商确定上架或下架哪些商品以及按照哪些条件上架，例如来源、数量、质量、交付时间表、包装、退货政策，以及最重要的价格和付款条件。事实上，超市公司掌握着重要筹码，即威胁停止销售一种或多种产品。

**零售势力滥用的证据** - 例如，英国的竞争委员会发现，主要零售商享受超过成本差异的价格优势。违背正确零售行为的其他情况包括：给制造商的延期付款超过合同中的期限；提前不到三天通知更改数量或产品质量规范，且未向制造商支付赔偿金。<sup>7</sup> 下图提供了零售买方势力滥用和未能遵守行为守则的具体证据，各大新闻媒体已有所报道。

#### 零售商滥用和不遵守行为守则的最近证据

---

<sup>5</sup> 来源：[MIT Sloan Review, Rebuilding the Relationship Between Manufacturers and Retailers](#) (2013)。

<sup>6</sup> 来源：[Procter & Gamble Annual Report](#) (2017)。

<sup>7</sup> 来源：Gordon Mills, Buyer Power of Supermarkets。

**The Telegraph**

"超市因滥用农民而面临巨额罚款" – The Telegraph

超市在指定价格和改变协议条款之后, 被指责为不合理的行为

**theguardian**

"Tesco供应商表示零售商在下面的杂货实践守则中是最差的" – The Guardian

问卷调查显示30%的直接供应商表示英国最大的超市很少符合行业规范

**ABC NEWS**

"ACCC 调查woolworth的诉求, aldi'超级行为守则下的糟糕开局" – ABC News(澳大利亚)

竞争对手watchdog正在调查在新杂货行为准则下woolworths和Aldi“还没有起步”的担忧。  
该守则是为了确保零售商真诚地与供应商进行交易, 经过多年农民和食品制造商对不公平待遇的投诉

**INS 将帮助杂货制造商绕过零售商和批发商, 并将他们的产品直接销售和推销给消费者。**



## 供应链效率低下

**制造商与消费者之间的距离遥远。** 在美国，每顿饭平均需要经过约 1,500 英里才能从农场抵达餐盘。<sup>8</sup> 此问题与许多国家/地区有关，并通过长期的重大不利影响导致严重的金融和生态后果。食物里程是指食物从其种植的地方到达最终消费或购买的地方所经过的距离，当购买者从国家、地区或世界的其他地方进口食物时，食物里程会显著增加。<sup>9</sup>

**供应链各个领域中的浪费。** 在配送中心和杂货店货架上，食物正在被浪费。每天晚上，一些易腐货物都必须扔掉。根据最近的调查，4 亿磅的食物由超市提供，然而每年有近三分之一的食物会浪费掉。<sup>10</sup> 遗憾的是，目前的零售系统旨在减少缺货，而不是衡量和管理食物浪费。因此，经理会优化以确保货架上留下食物。<sup>11</sup>

**INS 将减少食物里程，让消费者畅通无阻地接触当地制造商，包括农民。INS 将实施高效的“拉动式”系统以减少库存和缺货，从而减少食物浪费。**

## 贸易促销效率低下、昂贵且过时

杂货制造商将高达 17% 的销售额花在了贸易促销活动中。贸易促销包括指向批发商和零售分销商而非消费者的一类日益增长的制造商费用。制造商每年花费超过 5000 亿美元开展贸易促销活动<sup>12</sup>，据一些报告指出，66% 的开支产生了负回报并导致杂货价格上涨。

**INS 力求将贸易促销替换为更个性化、更直接且更高效的营销，从而降低杂货价格并促进制造商与消费者之间展开有效的直接互动。**

## 2.2. 创始人经验

在发展和壮大 Instamart 的过程中，INS 创始人在杂货行业获得了第一手实践经验，Instamart 是俄罗斯最大的风险投资杂货配送运营商。Instamart 拥有 200 多名员工，已与全国最大的零售商签订合同并与领先的杂货制造商开展合作。

---

<sup>8</sup> 来源：CUESA, [How Far Does Your Food Travel to Get to Your Plate?](#)。

<sup>9</sup> 来源：NRDC, [Food miles: How far your food travels has serious consequences for your health and the climate](#) (2007)。

<sup>10</sup> 来源：NPR, [Supermarkets Waste Tons Of Food As They Woo Shoppers](#) (2014)。

<sup>11</sup> 来源：ReFED, [Inventory Management Challenges](#)。

<sup>12</sup> 来源：The Boston Consulting Group, 估计值 (2012)。

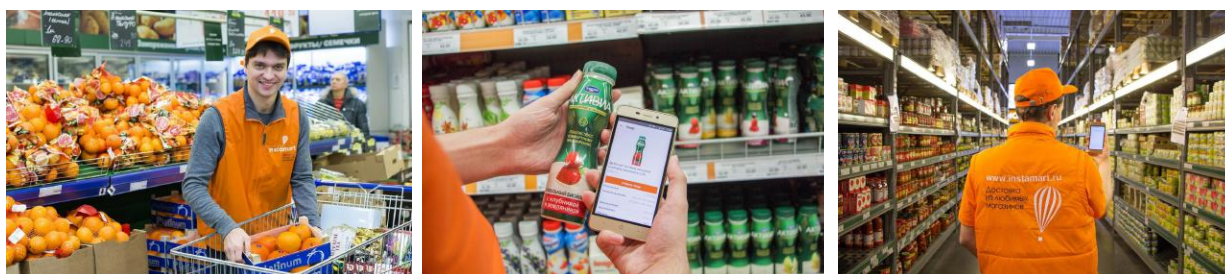
杂货零售行业的四年运营经验帮助我们确定了当前行业结构中主要的效率低下和滥用问题。 我们看到了一个打破全球杂货零售市场现有局面的巨大机遇，这需要通过建立一个将制造商与消费者直接相连的去中心化公平生态系统实现。

Instamart 的客户包括众多企业，其中包含一些领先的国际公司和占主导地位的中产阶级个人。

### Instamart 的精选企业客户



### 作业中的 Instamart 工作人员



Instamart 与各制造商，包括世界上最大的跨国快速消费品公司建立了直接关系。公司已推出旨在让品牌与消费者之间实现直接沟通的大量营销项目，包括横幅广告、赞助配送、流量生成、抽样和联名包装。

### 精选的快速消费品竞争对手



Instamart 吸引了一些在科技和杂货行业拥有出色业绩记录的最有经验的投资者。

### 投资者



Mail.ru Group 由传奇投资者 Yuri Milner 创建，现在是东欧最大的互联网公司，页面浏览次数在全球位居第 7 位。Mail.ru 集团拥有社交网络（VK、Odnoklassniki）、游戏（《装甲战争》、《天铸》、《完美世界》）、地图服务（Maps.me）、汽车共享（BeepCar）以及食物配送（Delivery Club）服务。

**LEV KHASIS**



俄罗斯最大的零售银行 Sberbank 的第一副首席执行官，拥有相当丰富的零售业经验：

- 2006-2011 年担任俄罗斯最大的杂货零售连锁店 X5 Retail Group 的首席执行官
- 2011-2013 年担任 Wal-Mart 高级副总裁
- Jet.com（2016 年被 Walmart 以 30 亿美元收购）副董事长
- Boxed.com 董事会成员
- LendingHome.com 董事会成员

**SERGEY SOLONIN**



在支付服务和银行业拥有 20 多年经验的企业家。

Qiwi Group 的创始人兼首席执行官，Qiwi Group 是俄罗斯领先的下一代支付服务提供商，营业额超过 100 亿美元

**ILYA YAKUBSON**



零售行业最佳高管之一。被评为“Man of the Year in Retail 2015”。

2009-2015 年担任 Dixy 的首席执行官，Dixy 是俄罗斯第四大杂货零售连锁企业

## 3. 市场概述

### 3.1. 全球杂货市场

- ❖ 杂货市场是世界上最大的消费市场之一：预计在 2020 年将达到 8.5 万亿美元，占消费者钱包高达 50% 的份额
- ❖ 杂货零售商已获得压倒性的市场份额和高集中度：在许多国家/地区，高达 90% 的市场由一小撮零售商控制
- ❖ 杂货行业正在接近一个数字临界点，其中大部分增长预计来自在线业务

#### 具有广泛影响力的巨大市场

据预测，从 2016 年至 2020 年，全球杂货行业每年将增长 6.1%，将于 2020 年达到 8.5 万亿美元。<sup>13</sup> 杂货市场是一种防御型市场，考虑到对食物的需求始终存在，这意味着无论经济形势好坏，它都倾向于保持稳定。

这个行业是最大的零售市场之一并占据消费者钱包的重要份额，对杂货行业的利益相关者具有深刻影响，尤其是制造商和消费者。作为消费者影响的示例，下图显示了各个国家/地区的消费者家庭在食物方面的开支比例。

#### 家庭在杂货上的开支份额<sup>14</sup>



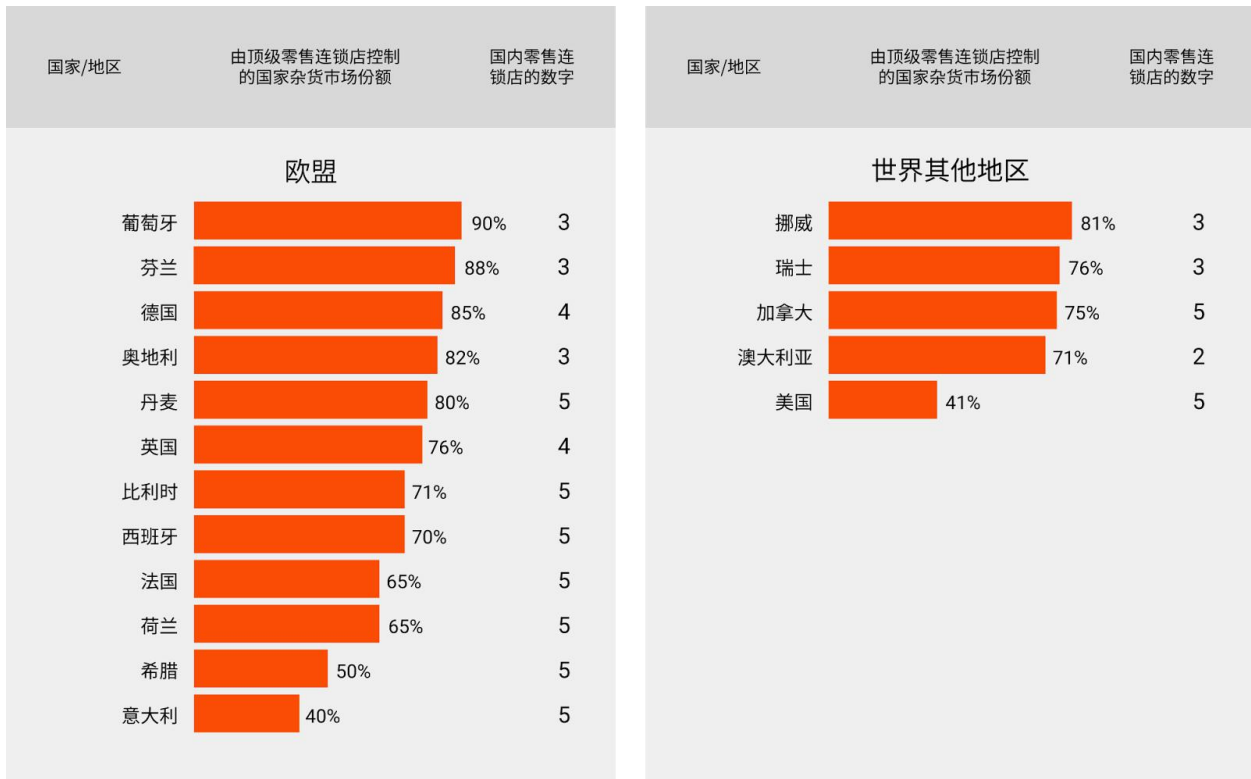
<sup>13</sup> 来源：Persistence Research, [Food Retail Market Will Reach \\$8,541.9 Billion Globally in 2020](#) (2014)。

<sup>14</sup> 来源：USDA, [Economic Research Service](#) (2012)。

高市场集中度导致更高的价格

杂货零售市场的集中度在全世界都很高。 顶级杂货零售公司占据着极高的市场份额。 例如，在葡萄牙，杂货市场的 90% 由全国最大的三家零售商控制。 随着市场变得愈加集中，竞争逐渐变弱，而杂货产品的价格随之上涨。

由顶级零售连锁店控制的国家杂货市场份额<sup>15</sup>



<sup>15</sup> 来源：Consumers International、Planet Retail、Nielsen。

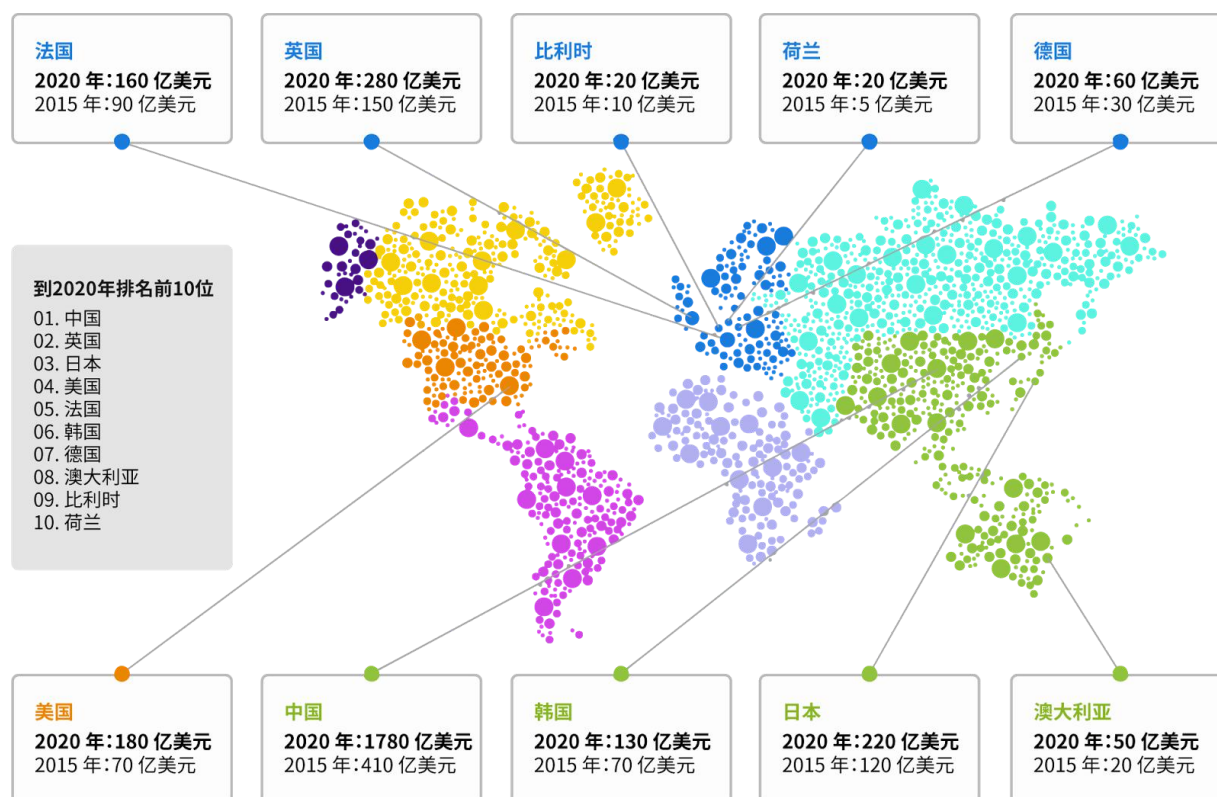
## 3.2. 在线杂货市场

- ❖ 在线杂货是 INS 的目标市场细分，预计将从 2015 年的 980 亿美元增长至 2020 年的 2900 亿美元。
- ❖ 杂货是迅速进入线上的最后一个主要消费者市场，这为引领这种转变的人提供了巨大机会
- ❖ INS 已为引领在线杂货市场做好充分准备，并致力于满足关键的消费者需求 - 更低的价格、更便利、更优的质量和来自制造商的独特奖励

### 在线杂货将爆发式增长

全球在线杂货市场在 2016 年增长了 16%。IGD 预计到 2020 年，最大市场中的在线杂货将呈现两位数的年增长率。仅前 10 大全球市场便预计将从 2015 年的 980 亿美元爆发式增长至 2020 年的 2900 亿美元。<sup>16</sup>

#### 前 10 大全球在线杂货市场以及到 2020 年的预测<sup>17</sup>



<sup>16</sup> 来源：IGD, [Top 10 Online Global Grocery Markets and Forecast](#) (2015)。

<sup>17</sup> 同上。



## 需求和供应的推动因素

消费者的时间变得越来越宝贵。在线杂货零售的快速增长可以归功于各种因素，例如消费者的人口统计特征概况、工作妇女的数量、良好的互联网连接、智能手机的日益普及和便利性，等等。鉴于生活节奏的加快（尤其是城市地区），在传统商店中购买杂货变得越来越麻烦。此外，购买者正在克服想要在购买前摸到和看到食物及杂货产品的偏见。时间紧迫的消费者正在寻找可提供更多便利和节省时间的选项。在线杂货购买正好提供了这些选项，因此，越来越受到消费者群体的欢迎。

### 需求推动因素

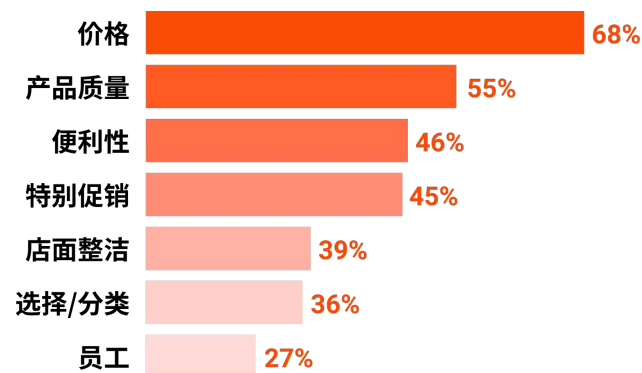
- 按需经济预期
- 大城市里时间紧迫的生活方式
- 日益恶化的交通状况
- 智能手机的使用越来越普及
- 大城市里日益壮大的中产阶级

### 供应推动因素

- 移动技术的出现
- 自动化配送解决方案
- 需要更少资本开支的新市场模型
- 推动平价、快速交付发展的众包经济

价格、产品质量、便利性和特别促销是影响消费者行为的最重要推动因素。<sup>18</sup>

### 消费者最重要的杂货购买决策推动因素<sup>19</sup>



**INS 将让消费者能够以更便宜的价格购买高质量杂货并从制造商那里获得直接奖励，进而促使消费者方便地在线购买杂货。**

<sup>18</sup> 来源：Nielsen, [The Future of Grocery](#) (2015)。

<sup>19</sup> 同上。全球平均值。

## 4. INS 生态系统

### 4.1. 概述

INS生态系统将成为第一个全球去中心化杂货市场，消费者可在其中从制造商那里直接购买产品，同时享受较低的透明价格并节省直接促销。制造商为争取消费者而竞争并与消费者直接互动。

#### 客户价值主张 - INS 与零售商

	INS	零售商
价格	✓✓✓	✓
质量	✓✓✓	✓✓
便利性	✓✓✓	✓✓
特别促销	✓✓✓	✓
分类	✓✓✓	✓✓

注册为英属维尔京离岸公司的 INS Ecosystem Limited (INS) 是创建 INS 代币、平台 and 技术的官方实体。INS 专注于发布开源加密技术，以支持 INS 生态系统中的运作。

为避免疑问，INS 代币不在 INS 中为代币持有者提供任何所有权或其他利益。代币持有者无权享受任何担保形式的红利、收入分配和投票权。

要成为生态系统的参与者，用户需在 INS 平台上创建一个帐号。注册期间，系统将创建用户个人资料和钱包。生态系统的每个参与者都将获得一个钱包，此钱包将利用智能合约将所有数据保存到去中心化数据库中以及与其他各方交互。我们计划将 INS 代币置于加密代币交易所中，提供公开购买这些代币的机会（针对购买数字代币不违反当地法律的国家/地区的居民）。

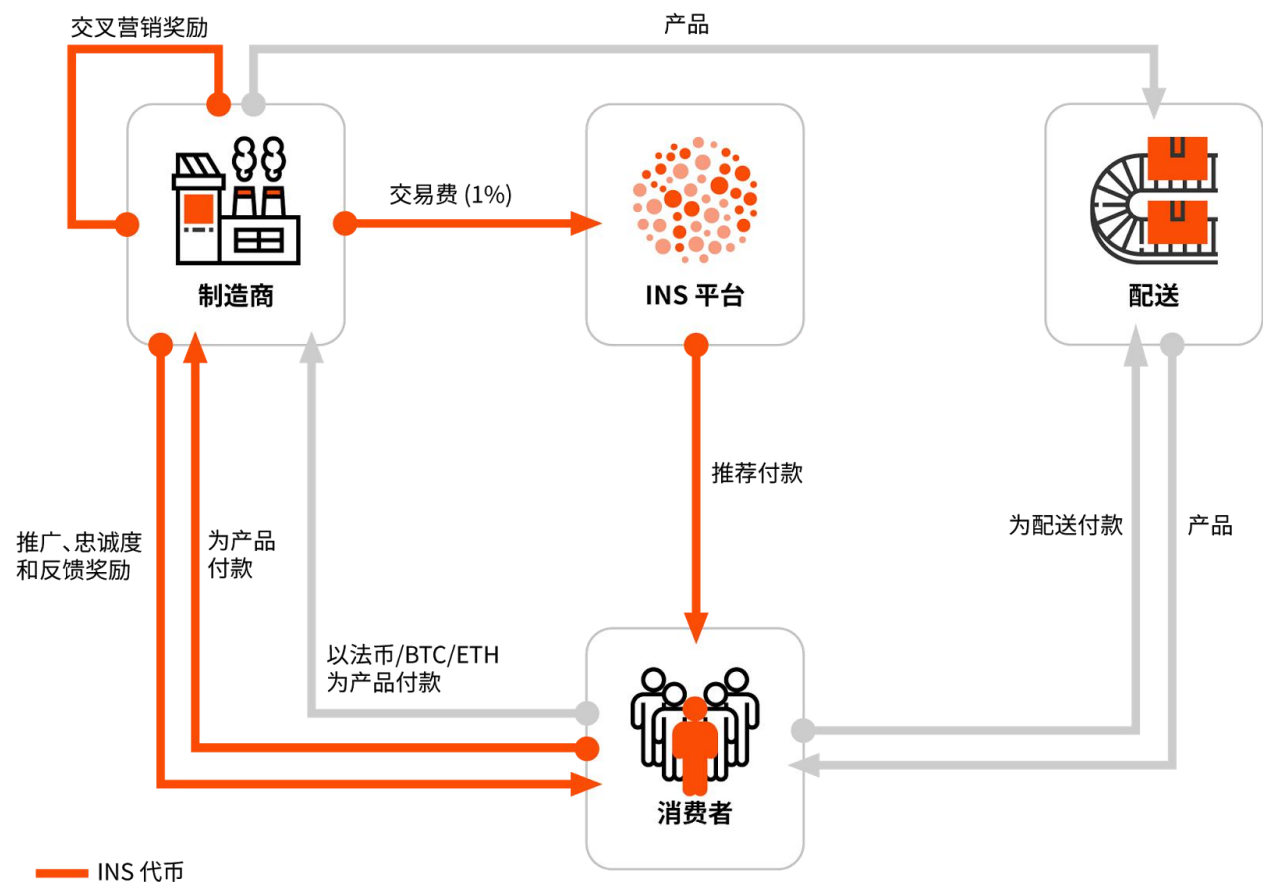


## 4.2. 生态系统参与者

生态系统将根据可扩展和去中心化的方法构建，这可确保长期的稳定性和可持续性。

生态系统将涉及以下参与者，如下图中所示：

- 平台
- 消费者
- 制造商
- 配送（配送中心经营者和工人、快递员）



### 平台

INS 平台是一个去中心化的市场，允许制造商加入、发布要出售的产品、开展促销活动和忠诚度活动以及从消费者那里获得反馈。它可以让消费者订购这些产品并简化订单配送流程。

INS 的角色包括：

- INS 代币创造和代币启动到资金发展和扩张
- 建立用于订单执行的去中心化、公平且安全的模型
- 开发智能合约以运行订单付款和配送流程
- 发布客户网站和应用、面向配送中心员工和快递员的配送应用以及面向制造商和配送中心经营者的网络接口
- 为加入 INS 生态系统的所有各方创建有效的激励模型
- 开展积极的市场营销活动以吸引最初的关注
- 拟定生态系统的管理细则

## 制造商

制造商是经营新鲜农产品、杂货和家庭消耗品的公司或个人。其范围广泛，从当地农民到大型跨国企业，例如 Procter & Gamble、Unilever 和 Coca-Cola 等

制造商的角色包括：

- 发布产品
- 将消费者订购的产品交付给配送中心
- 通过衍生应用开展促销活动以引入流量，推广 INS 生态系统

## 消费者

消费者是想要以更低的价格在线购买高质量杂货的个人或公司。可以通过 INS 网站、INS 应用或制造商从应用参考实现开发的定制应用下单。

消费者的角色包括：

- 搜索制造商展示的产品，下单并支付
- 参与反馈请求
- 获得推广、忠诚度、推荐和反馈奖励

## 配送

### 配送中心经营者

配送中心经营者是现有仓储设施和/或配送车队的所有者或承租人。他们提供工人取走制造商交付的产品以及收集订单的场所。

INS 将寻求独立配送中心经营者加入 INS 生态系统，以进一步实现地理扩张。

### **配送中心工人**

受雇于配送中心经营者或者作为独立承包商的配送中心工人，将遵照通过 INS 配送应用接收到的指示来

- 收集制造商交付给配送中心的产品
- 将产品集中到订单中
- 将集合好的订单转交给快递员

INS 将设法吸引独立工人加入生态系统。

### **快递员**

受雇于快递公司或者作为独立承包商的快递员，将遵照通过 INS 配送应用接收到的指示来

- 从配送中心接单
- 将订单交付给消费者

INS 将设法吸引独立快递员和快递公司加入生态系统。

## 4.3. 区块链与职能合约

区块链是一种共享数据库技术，在基础的比特币数字货币中最为流行。它适用于不断更新数字分类账的链接数据库。

智能合约是自我执行合约，其中买方与卖方之间的协议条款将直接写入代码行中。其中包含的代码和协议存在于分布式的去中心化区块链网络中。智能合约允许在不同的匿名各方之间实行受信任的交易和协议，无需中央机构、法律系统或外部执行机制。它们呈现的交易可追溯、透明且不可逆。

INS 平台设计为一种具有超高负载的系统。INS 生态系统的市场潜力由数以亿计的用户组成，每位用户每年都会下数十个订单。主要重点在于性能，我们在其中寻求智能合约支持、可预测性、稳定性和易用性。我们计划使用最可靠且可扩展的开源技术并持续监视替代技术实现。

由于以太坊等现有区块链平台在交易带宽方面的固有局限性（目前限制为数十次传输/秒），预期的平台和框架仅处于开发阶段，因此，我们还考虑在未来设计和开发我们自己的 INS 区块链平台，其中的节点将从一组半可信的支持者中选择。考虑到节点中的信任，我们将通过 BFT 系列 (HoneyBadgerBFT/Zyzyva/其他) 实现一种更快的一致性算法，从而实现每秒数千次交易。智能合约虚拟机将基于一致性算法运行。INS 区块链的状态将定期锚定到最热门的智能合约分类账（至少为 ETH），因此，用户可以通过以太坊智能合约验证状态证明和交易证明（就像目前在 BTCRelay 或者将来在 Plasma 中所做的一样）。也会实现状态分片和支付渠道等常见优化技术。

### INS 中的区块链应用

- 智能合约
- 支付
- 供应链管理

## 智能合约

区块链与智能合约可以提供创建新一代市场所需的工具和框架，在这种市场中，供应侧和需求侧可以按照各种业务规则参与可信的交易活动，无需中心经纪实体。因此，在线市场打破了许多传统实体业务，区块链与智能合约将催生一种全新的对等市场，这个市场最终将威胁现有市场。

INS 将提供多种智能合约模板，这些模板将被用于促进销售机制。对等结构完美适合 INS 生态系统的去中心化性质，可以将权力交回生态系统的参与人员。

## 支付

电子商务中的支付流程目前包括超过 10 个不同的交易结算步骤和最多 15 项支付网关费用，因此，交易费在 2% - 6% 的范围内，使用区块链可以减少交易费。区块链是提高电子商务效率和可信度的完美工具。通过区块链实现的支付流程有非常大的潜力，可以加快交易速度和降低价格，更不用说智能合约对电子商务和支付可以提升的所有可能的方面了。代币化分类账将提供一个基于代币的完整系统，这个系统与“真实”钱币类似，在这个系统中，代币在不同时间根据预定义的规则和事件出于不同原因进行发送和兑换。

## 供应链管理

电子商务公司必须管理由制造商、第三方供应商、运营商和物流提供商组成的复杂供应链。一个包含订单详情和协商的费用与佣金（以智能合约形式）的交易区块链将用于捕获文档、交付和可能的退货事件以及推动财务结算并减少纠纷机会。区块链记录的公-私性质意味着各方都可以使数据对其他方可见。所有各方都能看到交易，并且不必在合作伙伴之间协商自定义接口（仅限出/入区块链）。

区块链是整个交易的记录系统。它不仅记录交易，还驱动整个流程。这将减少当前影响交易的时间延迟、额外成本和人为错误，实现自动化存货控制并简化配送流程，但由于杂货产品并非数字产品，可能会出现一定程度的错误，这些产品轨迹的区块链记录不免要在事后处理。

# 5. INS 平台

---

## 5.1. 关键组件和流程

### 产品

消费者市场中的产品构成操作所围绕的基础项。为了简单方便，INS 平台上的产品需要具有多个定义参数（如名称、类别指定、数量、价格、描述、成分等），方便消费者查找和选择要订购的产品。

### 下单

消费者选择要购买的产品，指定交付详细信息，并以法币、BTC、ETH 或 INS 代币支付。根据支付方式的不同，消费者将获得不同的价格和奖励。

支付方式	价格	获得奖励
法币	一般价格 + 2-3% 卡费	有限
BTC、ETH	一般价格 + 交易费（例如，以太坊 gas 价格）	有限
INS 代币	一般价格 + 接近 0% 的交易费	完全

消费者可以使用官方 INS 网站、官方应用或特定制造商发布的官方应用定制版来订购产品。

### 产品搜索

使用去中心化的文件存储网络（我们研究了从 IPFS 到 Storj 的不同选项）维护制造商所展示产品的最新数据库。消费者可以应用排序和筛选条件来选择他们想要购买的商品。制造商可以分发从参考实现衍生的专有应用，他们可以在应用中为产品选择特定的排序方法和筛选条件。

68% 的在线购物消费者声称他们很可能更换杂货商以获得更好的在线购物体验（快速、简单、方便、令人愉快）<sup>20</sup>。在线浏览数以万计的产品可能会使消费者望而却步，所以我们将让他们尽可能容易地找到自己喜欢的产品。例如，我们将提供对“本地”、“无谷蛋白”、“有机”和“在售”等商品属性的类别筛选条件。



我们从主页开始就体现出一对一个性化，消费者可以感受到针对他们量身定制的体验。消费者可以查看他们的历史订单、访问最常购买的商品以及系统根据他们的购物历史记录向其显示的产品和特惠信息。一对一个性化将拓展到搜索结果、每个分类顶部显示的产品、购物车中的产品建议和每日/每周产品。

## 奖励

今天的消费者拥有众多的购物场所选择，卖家需要努力才能赢得回头客。奖励和折扣可以吸引客户回来消费，尤其是在竞争激烈的杂货市场。在 INS 生态系统中，制造商将能够在智能合约中应用任何逻辑来根据自己的需求创建定制式奖励计划。

### 忠诚度

忠诚度奖励机制是制造商轻松设置一个忠诚度计划来奖励长期客户的最佳方式之一。支付通过智能合约处理，这样便可以验证消费者是否符合奖励条件。制造商可以设置各种规则，例如奖励类型、到期日期以及可以使用奖励的产品清单、金额，等等。忠诚度奖励工具将在智能合约中编码，智能合约从制造商接受奖励基金并将其分配到可以提供资格证明的消费者的钱包中。

### 推广

自动推广奖励机制旨在激励消费者下达第一个订单。推广奖励机制将在智能合约中编码，制造商可以在智能合约中设置各种规则（到期日期、产品清单、客户参数，等等），以及存入只能在有限期间内购买预定义产品的代币。

### 交叉营销

交叉营销机制将由制造商用于向新受众推广产品和实现更多销售。制造商可以寻找合作伙伴（构建自定义应用并销售互补产品的其他制造商），以及交叉彼此推广。交叉营销奖励工具将在智能合约中编码，制造商在智能合约中指定产品详情和奖励规则。交叉营销机制可以激励制造商与其他制造商分享应用浏览并帮助消费者发现更多产品。

<sup>20</sup> 来源：UNATA (2016)。

## 推荐

作为代币生成活动的一部分，INS 将创建 INS 储备基金，主要目的是将这些代币用作推荐新客户和普及 INS 生态系统的奖励。

## 反馈

寻求直接从客户获取其产品反馈的制造商将能够使用 INS 代币激励客户积极参与。反馈奖励机制允许设置一组特定的参数和创建一个制造商希望从他们那里获取反馈的消费者焦点小组。客户数据将不会与制造商分享，最初将在 INS 平台上以中心化方式处理，不过之后将随着消费者提供可以保证隐私的合格证明而以去中心化方式处理，这让他们可以提交反馈，而不用担心身份被暴露。

## 最低余额

制造商需要从上一个月的销售额中预留一部分的 INS 代币，从而保证能够支付所有类型的奖励。制造商可以预留从消费者那里获得的代币，也可以在交易所购买代币来符合要求。

## 评分

声誉系统对于在交易双方之间建立信任至关重要。评分最初将针对制造商和配送方部署，之后也可能包含消费者。

我们计划编码评分智能合约，以便制造商统计评分和从消费者那里接受保证隐私的有效性证明，同时满足以下安全性要求：

- 透明度：应清楚说明如何累积评分
- 正当性：只有特定的参与者（即，制造商的客户）可以提供评分
- 完整性：应当难以操控评分（如果不是完全杜绝操控）
- 隐私性：提供评分的消费者不得披露他们的身份或其他个人详细信息

## 订单状态

所有智能合约在区块链外部读取数据的能力受到限制。让智能合约处理外部数据的自然方式是从链外以数字方式提交由适当参与者 (oracle) 签名的数据，以便合约可以验证签名和处理数据。

订单状态报告将在配送过程中自动形成，包含以下签署确认：

- 制造商：收到和实现供应请求
- 工人：将产品转移到配送中心
- 工人：收集订单并准备发货
- 快递员：拣选订单



- 快递员：投送订单
- 消费者：收到订单

每个参与者都有一个与其帐号对应的私钥，这个私钥以安全方式加密并存储在钱包中；每个参与者随后还会创建和验证签名以确保整个过程顺利无碍。在状态反映到链上后，此数据将对系统中的其他参与者或各个智能合约可用。

## 争议解决

维持高分可以激励生态系统的所有参与者行为端正，从而在大多数情况下减少争议机制的使用。争议机制旨在不引入第三方仲裁的情况下尽可能轻松地解决争议。如果无法达成一致，一名 INS 员工将充当仲裁。争议结果可以影响被告人和投诉人的评分。

## 个人数据安全

安全地处理个人数据对我们而言是一项十分重要的任务。由于数据在区块链中的公共性质，我们无法存储客户名称、地址、手机号码、KYC 数据和文档等信息。区块链上的权限可以很轻松地进行验证，以便促进不同实体在生态系统中的合作。实际的个人数据和信息将存储在中心存储空间，由 INS 管理和确保安全。随着去中心化程度不断提高，我们将存储越来越少的个人数据。

安全的存储空间采用以下模式，无需用户名和密码即可访问数据：

- 当数据保存到存储空间后，它将关联到实体的公共标识符，例如区块链地址
- 想要检索数据的一方应使用与他们的区块链地址对应的私钥签署请求，对自己的身份进行确认
- 存储服务将从区块链获取权限的相关信息，检查签名是否有效以及请求人是否有权访问数据
- 如果检查通过，数据将返回给请求人，区块链中也会留下一条确认记录

## 5.2. 对消费者和制造商的激励

### 对制造商的激励

- 发布产品，让它们可以轻松地订购
- 为他们的产品提供公平的价格并与其他制造商开放竞争

- 根据自己的品牌自定义 INS 官方应用，向消费者推广应用以提高重复使用率和赚取交叉营销奖励
- 以诚信的方式提供服务以获得高评分和吸引更多客户
- 提供有吸引力的推广和忠诚度奖励以获取和留住消费者
- 获取直接客户反馈

### **对消费者的激励**

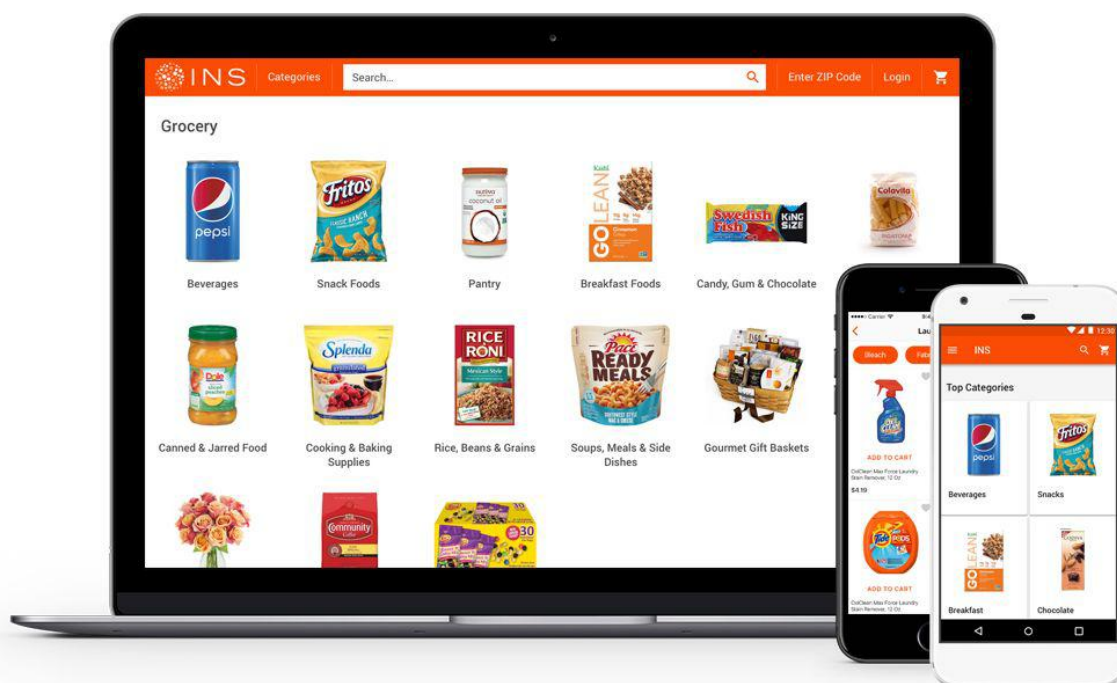
- 以比零售商店更便宜的价格订购日常杂货和消费品
- 享受送货上门服务，无需在线下购物上花费时间
- 留下反馈以影响制造商
- 获得不同类型的奖励

## 6. 应用与接口

---

我们计划面向消费者开发和发布一个网站和众多移动应用，也会面向生态系统的所有其他参与者开发和发布移动应用和网络接口。

### 消费者应用和网站



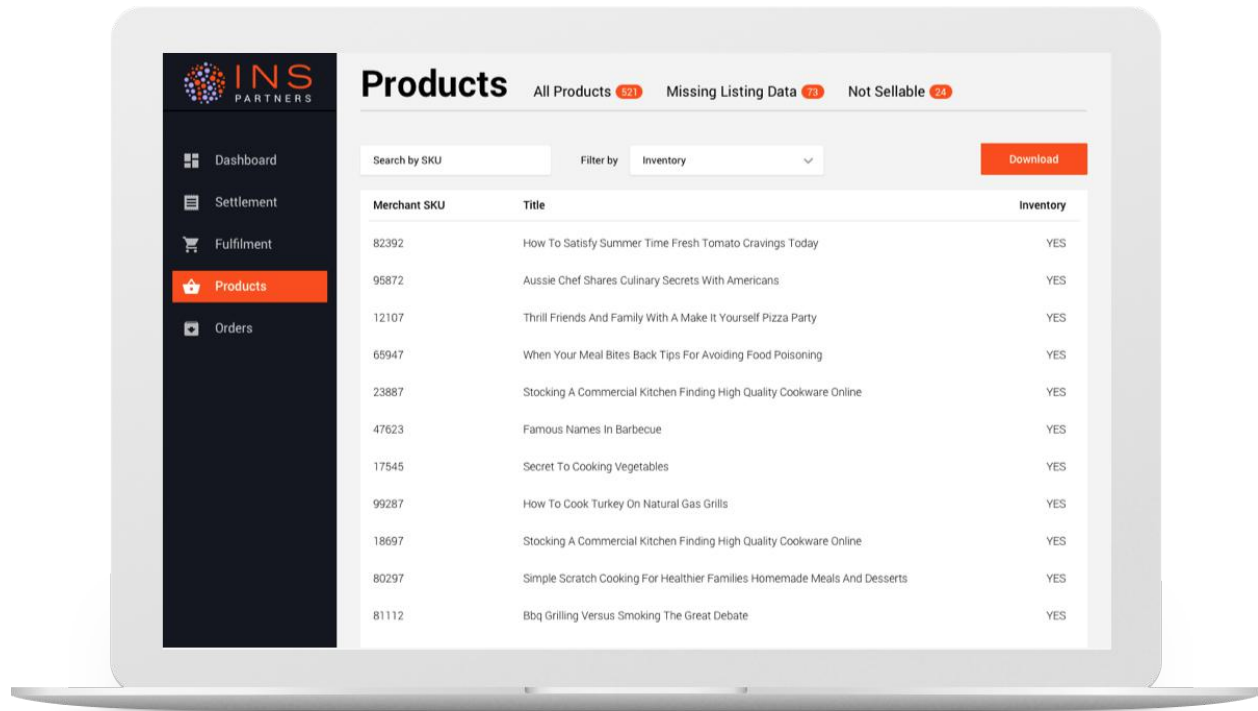
消费者将在网站或应用中购买杂货和提供反馈。官方消费者应用可以实现消费者端模型包括访问智能合约以及从去中心化云存储访问产品的权限。

应用将在 GitHub 上以开源软件形式发布并作为正式引用实现。制造商可以更改官方应用并发布根据他们自己的品牌自定义的应用。我们将发布一个包含教程和文档的开源自定义软件开发套件 (SDK) 来尽可能地简化应用自定义过程。自定义的应用实现不是 INS 平台的派生，也不是 INS 代币的派生，它只是同一个网络的不同客户端。

## 配送应用

配送应用将提供一个平滑的订单配送流程，允许配送中心的工人和快递员彼此之间以及与制造商和消费者协调。配送应用将在 Android Play 上发布。

## 面向制造商的网络接口



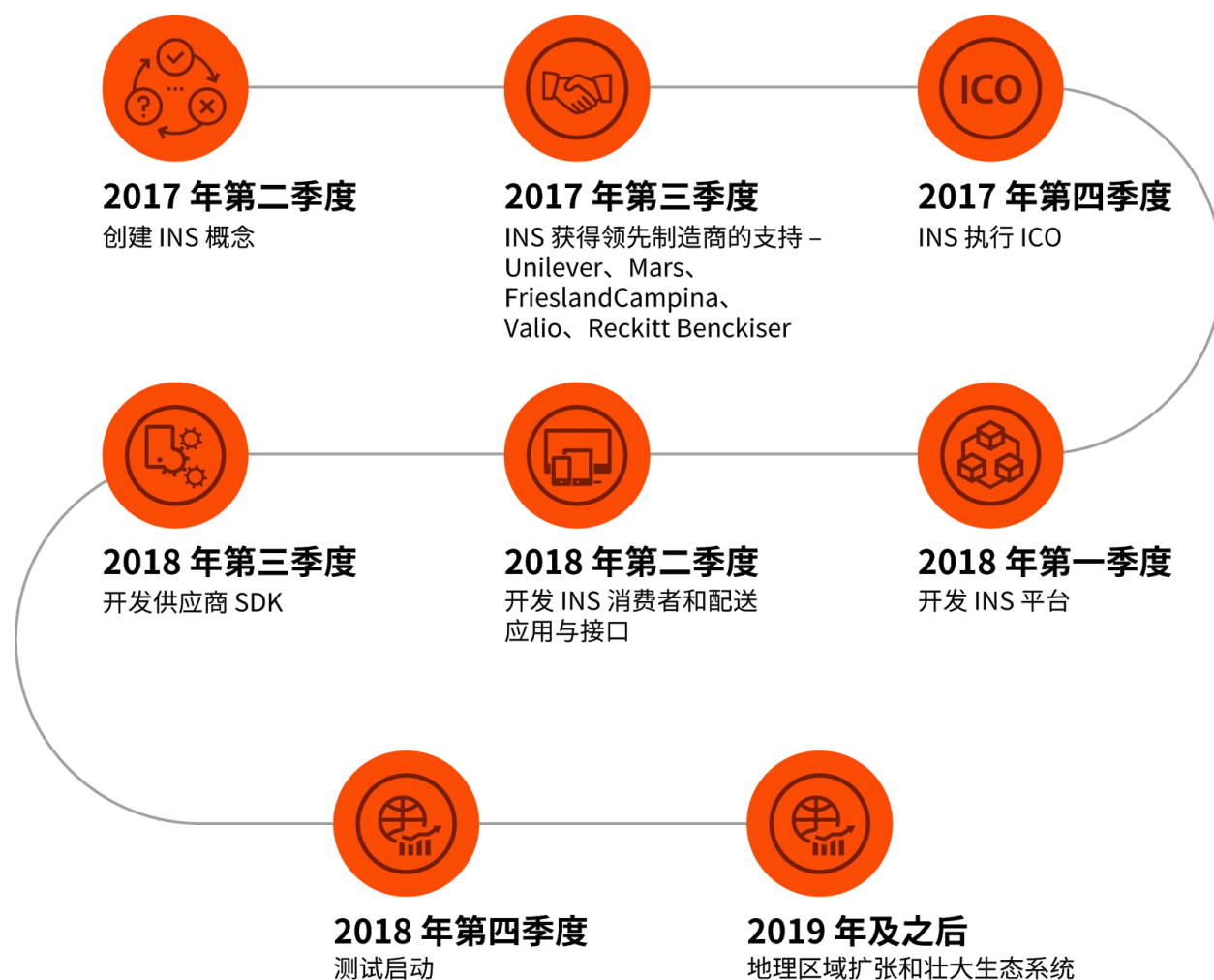
面向制造商的网络接口将在网络浏览器中运行，无需本地安装，允许执行所有操作，其中包括展示和编辑产品、执行库存控制、设置交付选项和奖励政策。

## 面向配送中心经营者的网络接口

面向配送中心经营者的网络接口将在网络浏览器中运行，无需本地安装，允许设置仓储费用、接收统计和业绩报告。

## 7. 路线图

我们的路线图涉及许多不同方面，如技术开发、运营基础设施安装、签订合作关系以及启动市场营销计划。初步的路线图如下所示。日期和活动可能会有所变化。



## 7.1. 发展路线图

我们的目标是维护一个由希望以更低价格购买日常用品的消费者和寻求绕过现有零售链直接出售产品的供应商组成的生态系统，创建一个领先的去中心化消费者市场供广大群众使用。我们的主要角色是开发运行该平台所需的开源技术，以及创建一种成功的模式来激励所有参与者。

### 里程碑 #1：平台实现

第一个里程碑是实现去中心化 INS 平台。我们始终欢迎社区针对规范和计划的反馈，以便持续改进平台，使其具有完全的安全性和透明性。

在 ICO 阶段后，所有参与者都将在以太坊网络上收到与 EIP20 兼容的 INS 代币。在自有区块链平台或从适用的备选平台列表中选择区块链平台上启动 INS 平台后，我们将部署该平台原生的代币。与 EIP20 兼容的 INS 代币将与原生 INS 代币按 1:1 兑换。

去中心化平台的主要部分将以一组智能合约的形式实现，这些合约将执行本文档的“INS 平台”部分中所描述的行为。

正式的智能合约将以开源软件的形式在 GitHub 上发布，并包括以下实现：

- 在地址间交易代币等基本功能
- 产品发布
- 配送流程报告
- 奖励机制

### 里程碑 #2：应用和网络接口开发

第一个里程碑侧重于系统后端，而第二个里程碑则侧重于前端和最终用户体验。

我们计划发布消费者网站（消费者应用的参考实现）和配送应用。我们计划使用 React/React Native 技术在网络/移动设备之间共享大部分代码库。应用将包括基于标准开源实现的瘦客户端，从而允许应用与 INS 平台上的各个智能合约进行通信。面向制造商和配送中心经营者的网络接口将在网络浏览器中运行，无需本地安装。

## 里程碑 #3：生态系统扩张

随着运行 INS 生态系统所需的大部分技术的大规模可用，我们的重点将从开发转变为增长。对网络增长的投资不会等待至所有开发均完成后再进行，而是一旦可以初步发布各个版本的应用和接口，就会同步进行投资。网络的增长是双方面的，取决于制造商和消费者。

### 制造商

INS 生态系统将受益于尽可能多的高质量制造商加入生态系统。制造商是生态系统中的产品发布者和提供者，并充当推动流量的引擎。制造商消耗 INS 代币来提供各种类型的奖励计划。用于吸引制造商的途径包括已支持 INS 想法的制造商、与制造商的直接接触、参与相关会议、与制造商联盟形成合作关系以及为有兴趣加入生态系统的新制造商提供指导和支持以使相关过程尽可能无缝。

### 消费者

网络中的消费者越活跃，营业额越多，制造商的利润也越大。高营业额可提高生态系统的价值。用于扩大消费群的途径一般包括面向更广泛的受众营销和推广 INS 应用和网站，以及促进在线杂货交付。吸引更多客户不是唯一的生长手段；提高现有客户的参与度同样重要。可以通过持续改善核心产品来改进网络中的客户维系。

## 7.2. 地理扩张计划

我们计划根据人口规模、收入水平和杂货市场集中度来选择城市进行扩张。下面的地图展示了初步的城市列表，该列表可能会随着项目的进度而有所变化。



在 2018-2019 年，我们预计出租和运营配送中心来加快制造商和消费者的采用速度。在此期间以及将来，我们计划主动招募独立的配送中心所有者加入 INS 生态系统，进一步加速扩张并增强生态系统的去中心化特性。

# 8. INS 代币

---

## 8.1. 结构

在 ICO 阶段后，所有参与者都将在以太坊网络上收到与 EIP20 兼容的可兑换 INS 代币。只要 INS 区块链以其自己的代币机制启动，EIP20 代币就始终可以按 1:1 兑换新代币。

INS 代币是 INS 生态系统的核心组件，设计为促进各种操作，使代币成为生态系统不可或缺的一部分及其经济的推动因素。INS 代币可以分割成微小的部分，可转让且可交换。

代币余额和转让将由 INS 跟踪。如果出现任何不可抗力，如大规模代币盗窃、合约损坏或以太坊协议分裂，INS 可选择冻结代币转移，并在特定日期前发行带有余额的新代币合约来取代原始代币注册合约。如果以太坊发生分叉，INS 将正常宣布我们将支持哪个分支。

## 8.2. 使用

INS 代币按计划将成为 INS 生态系统内用于处理所有类型奖励的唯一兑换方式以及支付方式之一。我们计划在 Instamart 中接受 INS 代币作为一种支付方式。

### INS 代币使用

#### 制造商

- 奖励：忠诚度、推广、交叉营销、反馈
- 最低余额保留

#### 消费者

- 支付订单

#### INS

- 消费者推荐奖励



## 8.3. 采用

我们的主要目标之一是将去中心化的消费者市场介绍给具有很少加密货币经验和很可能不了解基于区块链的技术的受众。INS 生态系统的扩张将超越加密社区，并且会将其活动侧重于广泛受众。为这些受众提供服务需要精通杂货行业及其规范的知识。

我们的团队具有丰富的行业经验，完全清楚消费者想要什么。我们将使消费者可以非常容易和方便地购买、赚取和使用 INS 代币。打开和维护加密货币钱包的复杂性在 INS 网站和应用中将变得无形。

## 9. 代币销售

### 9.1. 摘要

开始日期：2017 年 12 月 04 日 上午 11:00（格林威治时间）

支付方式：BTC、ETH、LTC、DASH、美元（银行转账）

软帽：20,000 ETH

上限：60,000 ETH

代币兑换率：1 ETH = 300 INS 代币

代币供应总量（最大）：50,000,000

最小购买量：0.1 ETH

奖励：

	投资金额		
	多于 100 ETH	10 - 100 ETH	少于 10 ETH
第 1 天	25%	22.5%	20%
第 2-7 天	20%	17.5%	15%
第 2 周	10%	7.5%	5%
第 3 周	0%	0%	0%

- 所生成代币的准确数量取决于投资的资金金额
- ICO 阶段结束后，不进行任何代币创建、铸造或开采
- ICO 完成后，代币将可以转让
- 如果未达到最小目标，资金将退还给参与者
- 在达到最大目标后，ICO 将立即结束

代币分配与生成的 INS 代币数量成正比：

ICO 参与者	团队	顾问、早期支持者、奖金	储备基金
60%	15%	5%	20%

- INS团队的代币被锁定2年，并有4次6个月的归属期
- 顾问和早期支持者的代币被锁定了6个月
- 储备基金的代币分发将于2019年开始，持续2年，其主要目标是激励新客户加入并加速广泛受众对INS生态系统的采用

## 奖金和推荐活动

活动	奖金池百分比*
BitcoinTalk 签名活动	30%
博客文章和视频活动	20%
社交媒体 (Facebook 和 Twitter)	20%
翻译	15%
Telegram	2%
其他	13%

\*奖金池为 500,000 INS 代币。请查看 BitcoinTalk 上的详细信息<https://goo.gl/KNh4ZH>

活动	奖励占购买的代币的百分比
推荐	5%

奖金和推荐奖励将在 ICO 完成后提供。推荐奖励为 5%，基于使用推荐链接购买的代币数量。在 ICO 结束后，销售的所有代币将被视为总供应量的 60%，15% 将分发给 INS 团队，5% 分发给顾问、早期支持者和奖金获得者。剩余的 20% 代币将保留在储备基金中。

## 9.2. 代币销售收入

在 ICO 期间筹措的资金将按照路线图计划使用。

计划的资金分配	%	Amount
研究和开发	50.0%	\$9,000,000
管理和运营	27.8%	\$5,000,000

营销和销售	14.4%	\$2,600,000
法律	2.8%	\$500,000
应急	5.0%	\$900,000

我们的路线图假定为所有生态系统参与者开发 INS 平台以及功能丰富的应用和接口的所有功能，以及强大的销售和营销支持，以加速制造商和消费者的采用。

**研究和开发**成本涵盖所有研发开支，包括智能合约的设计与开发、加密机制、INS 平台、应用和接口和 SDK 等。包括开放具有大约 35 名工程师的研发中心。

**管理和运营**成本包括除研发团队外的所有 INS 员工的薪资。

**营销和销售**预算将基于获得的制造商和消费者进行分配。

**法律**成本包括与 INS 生态系统在不同国家/地区的扩张关联的所有法律开支。

**应急**基金按总预算的 5% 计算。

## 9.3. 了解你的顾客

对于使用数字代币的交易被适用法律或法规禁止或以任何方式限制的国家或地区，INS 代币不得提供或分发给，并且也不能由其持有者转售或以其他方式转移给在其中拥有经常居住地、所在地或公司所在地的公民（包括自然人和法人），否则在本协议生效后，这些代币将随时被禁止或限制（“受限人员”）。

我们不接受受限人员的参与，并且当购买者在 KYC 程序中提供的信息不足、不准确或存在误导性，或者购买者被认为是受限人员时，我们保留在任何时候自行决定拒绝或取消 INS 代币购买请求的权利。

## 9.4. 托管

所有收到的INS代币付款都将托管在一个多重签名钱包中。Keys将与INS团队以及亚洲最大的全球法律服务网络Yingke成员Nektorov Saveliev & Partners（法律服务的跨境提供商）保持合作关系。NSP在30多个国家（包括中国，英国，瑞士和意大利）设有合作伙伴。

## 9.5. INS促销代币（INSP）AIRDROP

5亿INSP代币空投到所有至11月1日的余额等于或超过0.1 ETH。在代币销售期间INSP代币提供额外的5%奖励为购买INS代币。INSP是促销代币，不能交换到INS代币。

合同地址：0x52903256dd18D85c2Dc4a6C999907c9793eA61E3

INSP Airdrop目标：

1. 对许多不同的人有平等和公平参与方案的机会。
2. 促进活动并吸引更多的观众。

Airdrop收件人不需要做任何事情来接收INSP代币。忽略对您的私钥的任何请求。

# 10. 团队和顾问

35 名具有领先的技术和零售公司经验的专业人员。创始人 Peter Fedchenkov 和 Dmitry Zhulin 相识于 2010 年，从 2013 年开始共事。我们获得了世界知名的顾问和投资者的支持。

---

## 精选团队经验



## 10.1. 顾问



**EYAL HERTZOG**   **Bancor**

### 产品顾问

Bancor 的联合创始人，首席架构师和产品开发主管。Eyal 是 MetaCafe 和 Contact Networks 的创始人，是密码货币和互联网的直言不讳的领导者



**MICHAEL TERPIN**   **BitAngels**

### 顾问

Transform Group 的创始人兼首席执行官，Transform Group 是一家成功开展超过 40 个 ICO 的公关公司。BitAngels 的联合创始人兼首席执行官，BitAngels 是一个数字货币投资集团。CoinAgenda 的创始人和大会总监。Alphabit 基金的特别顾问



**MOE LEVIN**  

**顾问**

Keynote 首席执行官，全球区块链理事会执行委员会成员，北美比特币大会创始人。Moe 是一位有远见的企业家，并且是加密领域一名公认的领导者



**DAVID WACHSMAN**   WACHSMAN PR

**公关顾问**

David 是 Wachsmann PR 的创始人，Wachsmann PR 是世界最大的以区块链为中心的公关机构，负责了诸多项目的联络事宜，例如 Dash、Iconomi、Aragon、Kraken、Lisk 和 Kik 等



**RAWI ABDELAL 博士** 

**学术顾问**

Rawi Abdelal 是哈佛商学院国际管理学院的 Herbert F. Johnson 教授，哈佛戴维斯俄罗斯和欧亚研究中心主任



**JAN JELLE VAN DER MEER**   

**供应链顾问**

PA 咨询集团的合伙人。集中消费者的客户，帮助他们最大限度地从他们的供应链的价值。这既涉及现有产品，也包括新的创新。为主要的快速消费品组织 (如联合利华、FrieslandCampina 和葛兰素史克) 举办了各种全球领导角色。



**SEBASTIAN STUPURAC**  

**社区顾问**

Wings 的联合创始人，Wings 是一个成功的社区参与和智能合约促进平台，以太坊区块链上少数几个正常运行的 DAPPS 之一。从 2013 年开始涉足去中心化解决方案和区块链技术，拥有丰富的经验



**ILYA PEREKOPSKY**   BLACKMOON CRYPTO

**ICO 顾问**

Blackmoon Financial Group (2017 年 9 月通过 ICO 筹集了 3000 万美元) 的联合创始人。VK 的早期员工之一，最近晋升为副总裁，VK 是俄罗斯领先的社交网络，在全球拥有超过 4 亿用户

## 10.2. 核心团队



**PETER FEDCHENKOV**

联合创始人

具有丰富的零售与技术经验。曾供职于 Goldman Sachs 和 IBM。在斯德哥尔摩经济学院里加校区教授零售课程。哈佛商学院 MBA



**DMITRY ZHULIN**

联合创始人

专注于零售和电子商务的风险资本与私募专业人士。5 年的加密资产投资经验。曾供职于 VTB Private Equity、Rothschild 和 PwC。毕业于伦敦大学，拥有金融学博士学位



**DMITRY KHOVRATOVICH**

区块链与智能合约

密码学和安全领域的公认专家（12 年，超过 2,000 次引用）。Argon2 (Password Hashing Competition 的获胜者) 和 Equihash 的设计师



**PRABHAKAR REDDY**

亚洲扩张

常驻班加罗尔。连环创业者，拥有超过 9 年在印度、迪拜和旧金山运行成功业务的经验。拥有哈佛商学院 MBA 学位



**PAVEL YAKSHANKIN**

团队主管

超过 5 年的开发团队领导经验。曾供职于 Undev、FunBox 和 Voltmobi。RailsClub 2016 大会发言人。丰富的 Ruby、Javascript 和 Erlang 经验



**MICHAEL SCHMIDT**

美国扩张

常驻德克萨斯州奥斯汀。创业者和工程师，拥有丰富的新技术产品启动经验。拥有佐治亚理工学院理学硕士学位。哈佛商学院 MBA





**FEDOR LISITSYN**

**制造商关系**

经验丰富的战略专业人士，在快速消费品领域具有丰富的经验。曾供职于 McKinsey & Company，工作重点为运营项目。哈佛商学院 MBA 在读



**MARIA LAPUK**

**公关**

超过 10 年的数字公关经验。区域内最受认可的公关领导者之一。Maria 的奖项包括“PR Profile of the Year 2015”、“Most Influential Networker 2013”和“PR Professional of the Year 2012”



**FRANK VAN DER TOL**

**欧洲扩张**

经验丰富的快速消费品和零售专业（食品和非食品）。超过15年的快速消费品/零售，电子商务和在线市场经验。以前与Accenture。伊拉斯姆斯大学鹿特丹经济学硕士，TIAS商学院和社会工商管理硕士



**DMITRY GLADKOV**

**法律顾问**

Nektorov, Saveliev & Partners 合伙人（2015年第一届VC律师事务所奖）。20多年的公司法和融资顾问经验。前总法律顾问在UBS（莫斯科）。乔治亚大学法学院的硕士。

# 12. 风险因素

获取 INS 代币意味着更高级别的风险。INS 代币的每位潜在购买者在决定购买 INS 代币前，都必须仔细考虑下述关于此类风险的信息。无论在现实中发生以下哪一种风险，INS 平台和 INS 代币的价值都可能会遭受重大的负面影响。

本白皮书下文所述的风险和不确定性仅为代币持有者会面临的风险和不确定性的一部分。其他的风险和不确定性也可能对 INS 平台或 INS 代币的价值产生重大的负面影响。

---

## 1. 与 INS 代币的价值相关的风险

**1.1. INS 代币缺少市场开发。**由于 INS 代币此前并没有公开的交易市场，此白皮书中所述的 INS 代币的销售无法形成活跃或富有流动性的 INS 代币市场，其价格也会呈现高度波动的趋势。虽然我们已为 INS 代币提交了加密货币交易申请，以使其能够纳入交易体系，但公开市场也可能无法得到充分开发，即便 INS 代币销售后公开市场也可能无法持续。如果富有流动性的 INS 代币交易市场无法得到开发，INS 代币的价格波动将变得更为剧烈，代币持有者可能将无法卖出代币，也可能无法随时交易 INS 代币。

**1.2. 与高度投机交易价格相关的风险。**二级市场中数字货币的估价通常不够透明，具有高度投机性。INS 代币不代表任何对于公司资产的所有权，因此也没有任何有形资产可以为其作保证。INS 代币的交易价格可在短时间内发生剧烈波动。代币持有者会有失去其所有的投资金额的较大风险。在最坏的情况下，INS 代币可能会失去其所有价值。

**1.3. INS 代币可能会失去价值。**INS 代币可能会失去价值，无法保证或表现 INS 代币的流动性。公司各方不会也不应为以下方面负责或承担义务：INS 代币的市场价值、INS 代币的可转让性和/或流动性和/或 INS 代币通过第三方或其他途径在任何市场上实现可用性。就本白皮书的此章节而言，“公司各方”一词包括公司和其各自的过去、现在和未来的雇员、官员、董事、承包商、顾问、律师、会计师、财务顾问、股权持有人、供货商、供应商、服务提供商、母公司、子公司、附属公司、代理商、代表、前辈、继承人与过户者（本节以下简称“公司各方”）。

**1.4. INS 代币可能无法退款。**若具有法律约束力的文件或适用的法规无相关规定，则公司各方无义务向 INS 代币持有者提供与 INS 代币相关的退款。公司各方不会作出涉及 INS 代币的未来业绩或价格相关的承诺，这包括不会承诺固有价值、不会承诺持续付款、不会保证代币持有任何特殊价值。因此，要找回已花费的资源将成为不可能的事情，或受到外国法律法规的制约，这些外国法律法规可能会与 INS 代币持有者的私法有所不同。

## 2. 区块链和软件风险

**2.1. 区块链延迟风险。**对于大多数用于加密数字货币交易的区块链（例如以太坊、比特币区块链）来说，区块生产的时间都由工作量证明来决定，这样区块生产可在任意时间进行。例如，在 INS 代币销售的最后时刻为支付 INS 代币而发送的加密数字货币有可能不会被计入该时间段内。各区块链可能不会按照购买者所期望的时间计入购买者的交易，而为 INS 代币进行的支付可能会在购买者发送加密数字货币后的另一天才进入预期的钱包地址。

**2.2. 区块链拥塞风险。**用于加密数字货币交易的大多数区块链（例如以太坊、比特币区块链）都容易出现周期性的拥塞，拥塞期间产生的交易可能会延迟甚至丢失。一些个人也可能会有意地连续向网络发送垃圾信息，以尝试在购买加密代币时获得先决优势。这可能会导致区块生产商无法按购买者的需要兑现交易，也可能导致购买者的交易完全失效。

**2.3. 软件出现漏洞的风险。**代币智能合约概念、基础软件应用和软件平台（即 以太坊、比特币区块链）仍处于早期开发阶段，尚未经过实践验证。INS 不会表示也无法保证创建 INS 代币的过程不会受到干扰或不出现错误。软件还具有固有风险，可能会包含漏洞、缺陷或错误，尤其会导致数字加密货币和/或 INS 代币完全丢失。

**2.4. 新技术的风险。**INS 平台、INS 代币和此白皮书中介绍的所有事物都是全新的，未经过测试。INS 平台和 INS 代币可能会无法完成、创建、执行或付诸应用。使用 INS 平台的区块链有可能永远不会启用。INS 代币的购买者未来不应依赖 INS 平台、代币智能合约或是与 INS 平台相关的 INS 代币接收功能。即使 INS 平台可以完成、执行并付诸应用，也有可能无法正常工作，而且 INS 代币也有可能没有想要的或有价值的功能。同时，技术升级日新月异，INS 平台和 INS 代币有可能会过时。

### 3. 安全风险

**3.1. 私钥丢失的风险。**INS 代币可储存在代币持有者的电子钱包或保险库中，访问时需要使用密钥或一个密钥组合。因此，如果储存在 INS 代币中、与代币持有者的上述电子钱包或保险库相关的必备私钥丢失，则会导致上述 INS 代币丢失，代币持有者将无法查看代币余额和/或由第三方创建的区块链的任何初始余额。此外，任何获取上述私钥访问权限的第三方，包括获取代币持有者使用的托管钱包或保险库服务登录凭据的第三方，都可能会盗用代币持有者的 INS 代币。

**3.2. 代币缺少安全性。**INS 代币有可能会遭到没收或窃取。黑客或其他恶意团体或组织可能会采用多种方式尝试对创建 INS 代币的代币智能合约或 INS 代币进行干扰，方式包括但不限于恶意软件攻击、拒绝服务攻击、基于一致性的攻击、女巫攻击、蓝精灵攻击和电子欺骗。此外，由于以太坊平台基于开源软件，以太坊智能合约存在包含故意或非故意的错误或漏洞的风险，这可能会对 INS 代币产生负面影响，还可能会导致 INS 代币丢失，或者失去访问或控制 INS 代币的功能。在出现上述软件错误或漏洞的情况下，有可能不会有任何补救措施，INS 代币的持有者也不会得到任何补救、退款或补偿的保证。

**3.3. 对于代币智能合约的攻击。**创建 INS 代币的代币智能合约使用的区块链可能会遭受采矿攻击，包括双倍花费攻击、大多数采矿权攻击、“自私的采矿”攻击，以及竞争条件攻击。任何成功的攻击都可能对代币智能合约、INS 代币交易的期望正常执行和定序，以及合约计算的期望正常执行和定序造成不利影响。

**3.4. 公钥向购买者帐户映射失败。**若 INS 代币的购买者将公钥映射至上述购买者帐户的过程失败，当第三方配置基于 INS 平台的新区块链的初始余额时，将导致第三方无法识别购买者在以太坊区块链上的 INS 代币的余额。

**3.5. 钱包服务不兼容的风险。**用于获取和存储 INS 代币的钱包或钱包服务提供商必须与 INS 代币在技术上兼容。无法确保这一点将可能导致 INS 代币的购买者无法获取 INS 代币的访问权限。

### 4. 与平台开发相关的风险

**4.1. 与依赖第三方相关的风险。**INS 平台即使已经完成，也会全部或部分地依赖第三方来付诸应用和实施，以及继续对其进行开发、供应和为其提供支持。INS 无法确保或保证这些第三方会完成其工作、正常履行其义务或满足所有人的要求，所有这些均可能会对 INS 平台产生重大的负面影响。

**4.2. INS 平台取决于高级管理团队。**负责维护 INS 平台竞争性的高级管理团队的能力很大程度上取决于团队中每名成员所提供的服务质量。如果各个高级管理团队的成员没有服务质量或服务质量低下，或者无法吸引、维护和维持其他的高级管理人员，将对 INS 平台产生重大的负面影响。由于符合条件的名额数量较少，具有相关专业知识的人员的竞争十分激烈，这种情况严重影响了维持现有的高级管理人员、以及吸引其他的合格高级管理人员的能力，将对 INS 平台产生重大的负面影响。

**4.3. INS 平台对于多种因素的依赖。**INS 平台可能会出于多种原因放弃开发，包括缺少公众关注、缺少资金、缺少商业上的成功或发展前景，或者核心人员离开。

**4.4. 缺少对于 INS 平台的兴趣。**即使 INS 平台已完成、已启用并付诸应用，INS 平台要持续取得成功，也无法离开开发者等第三方的兴趣和参与。我们无法确保或保证 INS 平台会吸引到足够的第三方对其产生兴趣或参与进来。

**4.5. INS 平台的变化。**INS 平台仍处在开发阶段，可能会随时间变化发生重大改变。即使项目管理团队想要使 INS 平台拥有此白皮书中所述的功能和规格，这些功能和规格也会出于各种原因产生变化，任何变化都意味着 INS 平台无法满足 INS 代币持有者的期望。

**4.6. 与其他应用相关的风险。**INS 平台可能会产生由独立第三方发起的其他备选项目，在此情况下 INS 代币将失去固有价值。

**4.7. 加密数字货币价值产生不必要波动的风险。**INS 代币的销售收益以加密数字货币计量，还可以转换成其他加密货币和法币。如果加密数字货币的价值在 INS 代币销售过程中或销售后产生不必要的波动，项目管理团队可能将无法为开发提供资金，还可能无法按照预期计划开发或维护 INS 平台。

## 5. 公司各方的业务过程中产生的风险

**5.1. 利益冲突风险。**公司各方可能参与同相关方（包括各自的大股东、由他控制或他在其中拥有利益的公司）之间的交易，其他附属公司未来也可能参与。公司方的附属公司与各自公司方之间可能出现利益冲突，有可能导致在无法由市场力决定某些条款的情况下达成交易。

**5.2. 与公司各方交易失效相关的风险。**公司各方可能采取了与其业务相关的各种行动，而如果这些行动被成功质疑没有遵守法律要求，则可能失效或导致各自公司方被迫承担责任。由于适用的法律可能存在不同的解读，各自公司方可能无法在针对此类交易的质疑中成功捍卫自己，任何此类交易的失效或被迫承担此类责任可能单独或整体对 INS 平台造成重大的负面影响。

**5.3. 来自新兴市场的风险。**公司各方或者其中一些可能会在新兴市场上运营。与更发达的市场相比，新兴市场可能存在更大的风险，包括重大的法律、经济和政治风险。新兴经济可能快速变化，本白皮书中介绍的信息可能会以相对较快的速度变得过时。

## 6. 政府风险

**6.1. 不确定的监管框架。**加密代币、数字资产和区块链技术的监管状态在许多司法管辖区仍不清楚或不确定。难以预测政府主管部门如何或者是否会监管此类技术。同样，难以预测任何政府主管部门如何或者是否会对将影响加密代币、数字资产、区块链技术及其应用的现有法律、法规和/或条例进行更改。此类更改可能以各种方式负面影响代币，例如，决定代币是需要登记的受监管金融工具。如果政府行动导致 INS 代币分发、INS 平台开发或者在某个司法管辖区的运营非法或者在商业上不适宜继续这样做，公司可能会停止此类活动。

**6.2. 未能获取、维持或更新执照和许可证。**尽管截至 INS 代币销售开始时没有约束公司获得开展活动所需任何执照和许可证的法定要求，仍然存在未来实施此类法定要求的风险，并且可能关系到所有公司各方。在这种情况下，公司各方的业务将取决于此类执照和许可证的持续有效性以及他们是否符合法律条款。在确定执照发放与更新的时间和监管执照持有人是否符合许可条款方面，监管部门拥有相当大的自由裁量权。这些部门强制实施的要求和对任何公司方遵守各种标准、招聘合格人员、购买必要的技术设备和质量控制系统、监控我们的运营、保存适当文件和根据请求向执照发放部门提交适当信息的要求可能会产生成本和耗费大量时间，并且可能导致 INS 平台运行的开始或继续出现延迟。此外，私人 and 公众拥有评价和参与许可过程的权利，包括通过法院和政治压力的干预。因此，任何公司方需要的许可证可能无法获得发放或更新，或者即使获得发放或更新，时效也无法保证，或者可能包含限制任何公司方开展业务或在盈利前提下开展业务能力的要求。

**6.3. 政府行动的风险。**公司各方开展业务的行业是一个新行业，可能会受到加强的监督和审查，包括调查或强制行动。无法保证政府不会检查公司各方的运营和/或对其采取强制行动。所有这些可能导致公司各方面临判决、处理、罚款或惩罚，或者导致公司各方重组他们的运营和活动或停止提供产品或服务，这些结果可能伤害公司各方的声誉或推高运营成本，可能反过来对 INS 代币和/或 INS 平台的开发造成重大的负面影响。

**6.4. 适用法律、法规和标准繁琐的风险。**未能遵守现有法律和法规、政府检查的记过或政府对各方运营的监管加强可能导致巨大的额外合规成本或各种制裁，这些可能会对公司各方的业务和 INS 平台造成重大的负面影响。公司各方的运营和财产受各个政府实体和机构的监管，需要持续符合现有法律、法规和标准。在确定适用法律、法规和标准

的执行和解读方面，监管部门拥有相当大的自由裁量权。相应部门有权在全年内频繁地对任何公司方的运营和财产开展和执行定期检查。未来的任何此类检查可能得出任何公司方违反法律、法令或法规的结论，可能无法反驳此类结论或补救违反行为。任何公司方未能遵守现有法律和法规或者政府检查的结果可能导致被迫承担罚款、惩罚或更严厉的制裁，或者要求相应的公司方停止特定的业务活动，或者对相关人员实施刑事和行政处罚。任何此类决定、要求或制裁，或者政府对相应业务的监管加强可能推高公司各方的成本和对公司各方的业务和 INS 平台造成重大的负面影响。

**6.5. 非法或武断的政府行动。**政府部门有高度的自由裁量权，有时甚至选择性或武断行事，而不听取或事先通知，他们的行为有时甚至违法或受政治或商业考量因素的影响。此外，在某些情况下，政府也有权通过法规或政府法令干扰合同的表现、废除或终止合同。据报道，非法、有选择性或武断的政府行动包括拒绝或撤销执照，开展突然和意外的税务审计、刑事诉讼和民事诉讼。出于政治目的，联邦和当地政府实体也可能将代币销售中的常见缺陷作为法院索赔和其他要求的借口来失效或作废任何相关交易。在这种环境下，公司各方的竞争对手可能会从政府那里获得优待，从而让他们具备相对于公司各方的竞争优势。



支持 INS 并立即加入我们

[www.ins.world](http://www.ins.world)

[介绍单页](#)

[演示](#)



