

优 WiFi 项目 ICO 白皮书

2017 年 6 月

北京

前言

优 WiFi 在传统公共 WiFi 的基础上加入了区块链技术，并使用其发行的 UBC 代币让用户、商户、广告主三者之间形成了直接关联，从而打造了基于优 WiFi 系统的融合生态。

持有 UBC 的参与者将获得整个生态系统发展带来的相应回报！

目录

一、公共 WiFi 的困境	3
二、优 WiFi 是什么	3
2.1 优 WiFi 简介	3
2.2 为什么选择优 WiFi	6
三、优 WiFi 区块链技术深度应用-UBC	7
3.1 什么是 UBC	7
3.2 各方利益	8
3.3 UBC 如何升值	9
四、优 WiFi 的使命	10
五、优 WiFi 系统介绍	10
六、优 WiFi 市场前景	12
七、优 WiFi 使用场景	15
八、团队介绍	15
九、优 WiFi 发展路线	17
十、本次 ICO 分发方案	19
十一、常见问题及风险提示	20

一、公共 WiFi 的困境

现有公共 WiFi 平台的模式是通过 WiFi 聚拢流量，然后通过出售广告位、数据的方式获取收益，在这一模式下，平台方基本需要承担所有成本。

以公交免费 WiFi 为例，其运作模式一般是四方合作：平台、公交公司、运营商、硬件提供商。

其中，平台一家要向另外三家支付费用，而平台的收入目前却只有广告和数据信息，其收入根本无法覆盖成本，长期单方投入无法实现良性循环。

另外，在目前的运营形态下，用户、商户、广告主三方通过平台方中心化的方式进行连接，三者之间不能相互产生直接关联，所有数据信息必须通过平台方进行传递，这种关系的割裂也限制了公共 WiFi 的进一步发展。

那么在去中心化的区块链技术加成之后，公共 WiFi 能让用户、商户、广告主三方直接关联，从而产生更大的价值吗？

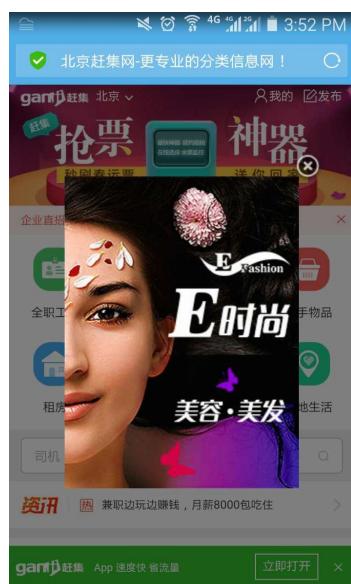
二、优 WiFi 是什么

2.1 优 WiFi 简介

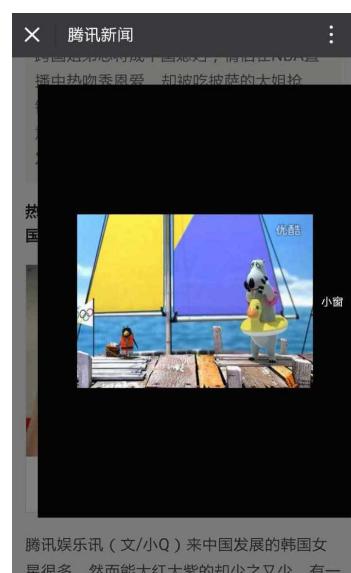
优 WiFi 是分布于全球各地的 WiFi 营销节点，在这些节点上的用户都是我们的信息受众，从而达到信息传播与广告发布的目的；这些用户也是我们可以与之互动或引导他们互相之间互动的群体。商户安装优 WiFi 专用设备，即相当于拥有了全天候营销团队，建立起与消费者之间的连接。该设备即插即用，用户连接

优 WiFi 热点即可畅享网络，系统可以在用户上网过程中根据用户喜好及地理位置推送不同的文字、图片、视频及其他互动信息，一方面帮助广告主/商户拉升营业额，另一方面为用户推送 TA 真正感兴趣的营销或互动信息，让用户更惬意地享受生活。优 WiFi 在消费者和商户之间、消费者和广告主之间建立信息交换和价值交换的桥梁。

优 WiFi 推送信息的独特之处在于，它不依赖于任何网站弹出广告，用户只要连接优 WiFi，正常上网的过程中，优 WiFi 会根据具体场景及用户需要推送个人定制化的信息，包括品牌广告、附近优惠券、交友信息、景点介绍、附近演出信息等。形式包括图片、视频、画中画、调查问卷等。



图片



视频



画中画



调查问卷



覆盖广告



间隙广告

基于优 WiFi 互动的灵活性，我们可以逐步推出各种链接网内 B 与 B 之间、B 与 C 之间、C 与 C 之间的各种互动，如 B 与 B 之间互相推送广告，B 与 C 之间在线活动的设计，C 与 C 之间直播或游戏环节的设计，这些都可以在优 WiFi 独特的技术平台之上搭建。例如，我们根据后台数据分析用户的喜好，如果他是游

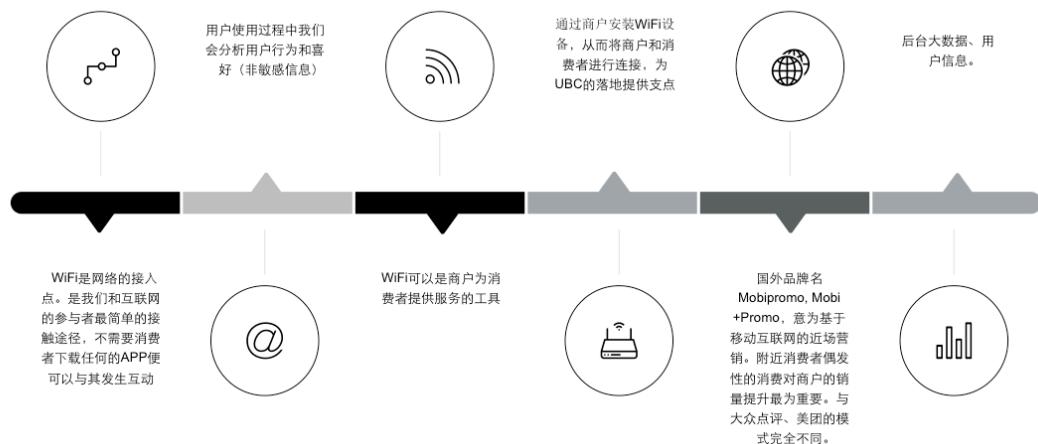
戏爱好者，不需他下载任何 APP 我们便可弹出游戏环节，让他直接在优 WiFi 环境下与其他用户开始游戏，如简单的斗地主或德州扑克等；也可让其参与同城约游或各种活动等。

2.2 为什么选择优 WiFi

2.2.1 优 WiFi 不同于一般商用 WiFi

- 商业模式本质不同
- 通过基于区块链技术的 UBC，打造商户、用户、广告主之间的生态
- 系统

2.2.2 优 WiFi 不同于一般营销工具



区块链技术的出现、代币交易市场的成熟使得优 WiFi 模式得以实践。在此之前，任何一家公共 WiFi 公司都不可能推出大众接受的类似代币的积分，因为其缺乏流通价值和流通环境。优 WiFi 作为公共 WiFi 领域第一个吃螃蟹的人，可谓说独享第一波红利。

目前，优 WiFi 已在香港、台湾、新加坡、马来西亚等地区和国家进行部署，并与壳牌石油、电信运营商 DIGI，跨国广告商 CODY 等重量级合作伙伴达成了

合作协议。

未来一年时间内，优 WiFi 将在全球部署超过 10 万个 WiFi 节点，推动优 WiFi 在全球的快速发展。

三、优 WiFi 区块链技术深度应用-UBC

3.1 什么是 UBC

优 WiFi 在传统公共 WiFi 的基础上加入了区块链技术，并使用其发行的 UBC (Ubiquitous Business Credit) 代币让用户、商户、广告主三者之间形成了直接关联，从而打造了基于优 WiFi 系统的融合生态。

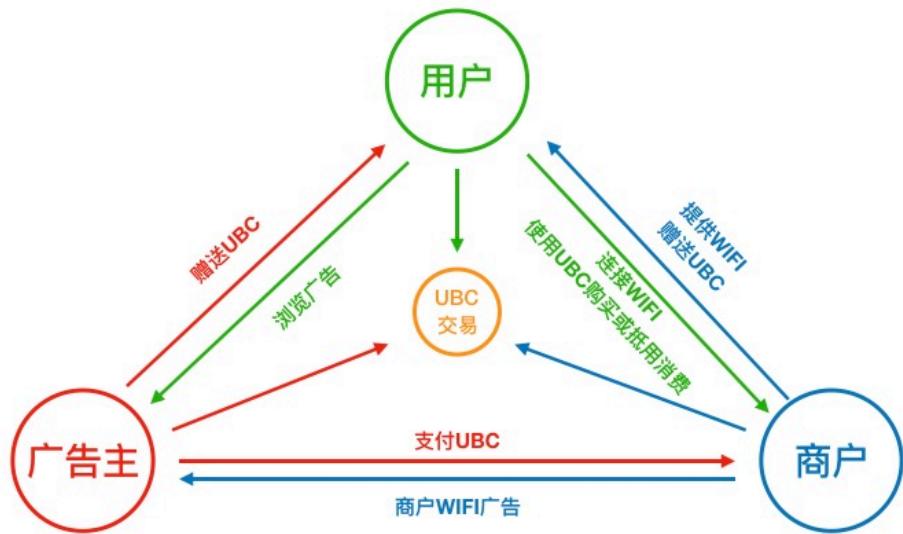
在传统模式中，用户使用免费 WiFi 仅能获得免费的流量。

而在优 WiFi 的体系中，用户在使用优 WiFi 的过程中除了能够获得免费流量外还能获得 UBC，而所有支持优 WiFi 的商户都将开放基于 UBC 的会员和兑换系统。也就是说 UBC 可以简单的理解成为所有支持优 WiFi 商户的通用会员积分，极大的拓展了 UBC 的实际应用场景。

而对于商户而言，在接入优 WiFi 之后，除了能给客户提供免费的 WiFi 外，还可以获得广告主支付的 UBC，并能以 UBC 为纽带，创新性的使得用户直接成为了商户会员，让商户拥有了自己的去中心化会员体系。

这一点对于中小商户而言尤为重要，毕竟中小商户自己开发会员系统成本过高，而使用单一的第三方会员系统也大大限制了用户使用场景，同时在用户数据方面也存在泄露的可能，而融入区块链技术的优 WiFi 则可以完美的解决这些问题。

同时，广告主想要在优 WiFi 中投放广告，需要支付的不再是人民币，而是 UBC，这也就直接促进了 UBC 在二级市场的流通。用户观看广告所获得的 UBC 也是来自于广告主支付的 UBC。



所以，在融合区块链技术后，优 WiFi 利用 UBC 将用户、商户、广告主融合进了同一个生态，三者之间不再割裂。

广告主购买的 UBC 和商户消费赠送的 UBC 都将流入用户手中，用户可以在商户兑换 UBC，也可以去二级市场交易 UBC，从而基于优 WIFI 体系的形成了生态循环体，促进着 UBC 在市场上不断地流通和发展。

3.2 各方利益

对商户

- 低成本实现积分系统、会员管理
- 获得广告主支付的 UBC
- 通用价值交换，吸引消费者

对广告主

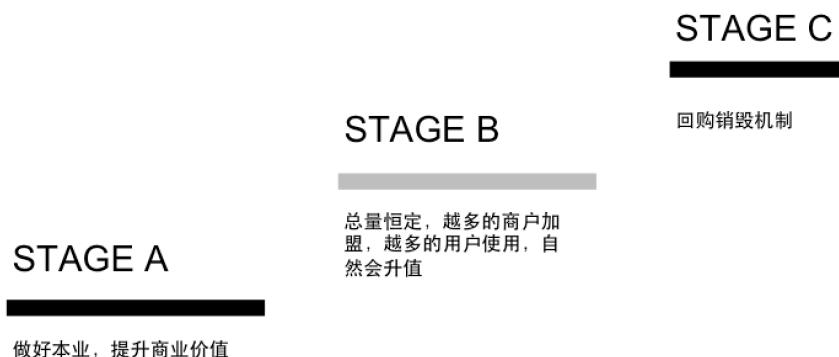
- 使用优 WiFi 的网络精准投放广告到适当人群，避免无谓的消耗
- 优 WiFi 的广告形式多样，可灵活管理
- 通过奖励 UBC 给消费者鼓励消费者浏览广告详细内容
- 可通过优 WiFi 和 UBC 直接实现销售

对消费者

- 免费流量之外还能获得商户奖励的 UBC
- 通过浏览广告获取免费 UBC，实现自己注意力（关注力）的价值兑换
- UBC 可在 UBC 联盟商户内直接消费，或到交易市场换取其他价值

优 WiFi 的区块链技术使得所有节点数据可追溯，确保交易各方操作安全简单，参与各方回报清晰可信，可以确信，优 WiFi 产业链将成为数字货币应用的典型案例。

3.3 UBC 如何升值



四、优 WiFi 的使命

优 WiFi 致力于让商户和人们享受移动互联网所带来福利的同时，更享受自己的社会属性，有更多时间与家人/朋友在商圈、到户外共度美好时光。

举例来说，当人们进入商圈时，可以轻松接收自己感兴趣的消费或促销信息，优 WiFi 会根据个人喜好过滤掉个体根本不会关心的相关信息，让人们花极少的时间，锁定目的地位置，将更多的时间分享给家人与朋友。

当人们置身户外或外出旅行时，优 WiFi 会根据人们所处的具体位置以多种形式向个体推送附近景点介绍、演出信息、特色土特产等，让人们的旅途生活拥有更多欢乐和意外惊喜。

只要进入优 WiFi 网络环境，便可与其他的用户发生互动，或与优 WiFi 合作商发生互动，充分体验网络带来的便利与愉悦。



五、优 WiFi 系统介绍

优 WiFi 底层平台包括三部分：管理员系统、代理商系统、商户系统。

5.1 管理员系统

系统总管理平台，包括：不同角色设置及权限管理，信息发布策略制定、用户行为汇总及分析、设备运行状况诊断及监控、代理商管理、商户及商户广告管理。设备状态监测及设备重启均可以在后台远程执行。

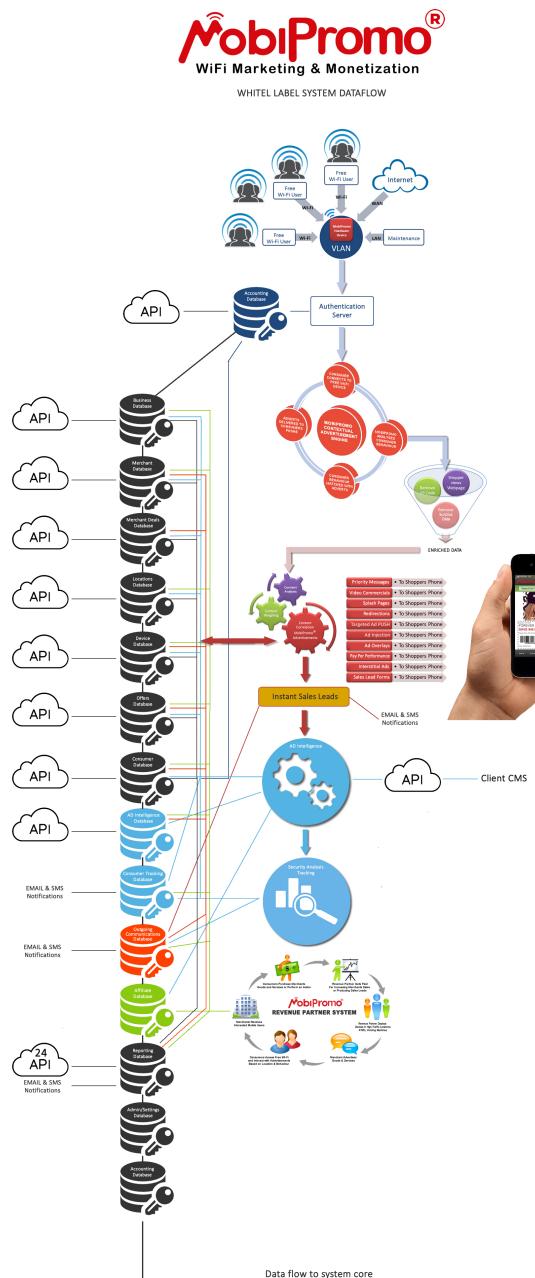
5.2 代理商系统

管理代理所负责的设备。

5.3 商户系统

根据管理员授予的权限发布商户营销信息、查看营销信息效果。

优 WiFi 数据流如下图所示，系统提供第三方开发 API。基于优 WiFi 的强大承载能力，可以为用户提供全方位的衣食住行娱乐等服务引导，对用户的服务可以在优 WiFi 平台基础上无限延伸（国外品牌 MobiPromo）。



六、优 WiFi 市场前景

优 WiFi 的独特之处在于它的信息推送贯穿用户整个上网过程，并不依赖于具体的网站或 APP，优势包括在于：

对用户：

- 用户一次注册，即可在优 WiFi 网络任意畅游
- 基于用户行为，优 WiFi 不断对用户进行精准画像，只推送用户感兴趣的信息
- 基于优 WiFi 地理位置来推送信息，对用户个人来说更有安全感
- 可与全球范围优 WiFi 网络环境中的用户发生互动

对信息发布方：

- 无需强制用户安装任何 APP，即可推送营销信息
- 可获得用户的即时反馈
- 用户消费行为可追踪
- 可选择单点、区域及全局发布营销信息
- 可以得到用户反馈，随时调整信息发布内容
- 发布及撤销信息简单快捷
- 省去印刷成本



优 WiFi 的社会、经济、文化、环境效益：

优 WiFi 的目标是成为全域网络，让人们更加享受社会生活带来的快乐和便利。

基于优 WiFi 网络会衍生出更多的情景消费，想象空间无限。优 WiFi 将遍布全国及全球，会成为各地区最有利的文化传播工具，当用户外出旅行时，优 WiFi 系统会智能化推送周边的人文、自然风景信息，成为各个地方的宣传大使。优 WiFi 系统自诊断功能确保人们接收的信息是最新且有效的，如果出现过时信息，系统会提醒信息发布方及时更新。

通过优 WiFi 发布信息绿色环保，对以往大量印刷资料进行宣传的企事业单位，节省营销宣传成本的同时，切身践行保护环境的责任。此外，优 WiFi 信息推送方式非常丰富，确保为用户带来良好的视觉享受，信息推送方无需担心电子显示方式过于单一。

优 WiFi 对隐私保护更加全面：基于优 WiFi 提供社交功能，陌生人之间的定位依据是优 WiFi 设备而不是用户的终端设备，相对于传统的端到端定位，更有利于陌生人之间的安全保护。当然，优 WiFi 系统通过加密算法对用户画像进行不断完善，目的是为用户提供更精准的信息推送，这些数据会在法律法规的要求下严格保密。

基于优 WiFi 构建的全球网络，我们可以搭建最广泛的广告发布和 App 下载平台，同时，可与第三方合作（如视频网站、游戏运营商）合作，激活优 WiFi 的用户，搭建优 WiFi 网络环境下的独有的视频和游戏运营环境。

七、优 WiFi 使用场景

优 WiFi 即插即用，使用范围几乎不受限制。

目前常见的使用场景包括：

拉动消费的场景：商圈、各行业门店，如：餐饮、美容、美发、房产中介、影院等；

满足文化娱乐需求的场景：校园、车站、列车上、景点、高速收费站、加油站等。

八、团队介绍

8.1 ICO 项目团队



吴斌，男，项目创始人，清华大学电机系毕业。大学期间开始创业，对项目方向及风险有清醒认识，同时对搭建及培养创业团队、公司运营管理有成功的经验。



Ola Johannes Lind，男，海外市场推广总监。国籍瑞典，在美国学习和工作，管理学学位，互联网及移动互联网的营销管理经验丰富。



刘吉东，男，CTO。从事软件系统研发工作，曾任 BEA 讲师、Oracle 中国区首席技术分析师、三峡高科、清华紫光软件等公司顾问。主持开发过多个移动互联网商业项目。



William Tait，男，产品总监。澳大利亚国籍，互联网产品设计与开发经验丰富。



吴春花，女，COO。清华大学机械系毕业，运营管理、商务管理经验丰富，曾从事市场策划、广告类项目运营等工作，有很强的项目运营经验。

8.2 ICO 顾问团队



王彬生，男，微金融 50 人论坛执委、中国社会科学院研究生院特聘教授。



张海晖，男，区块链联合发展组织 秘书长。



二宝（郭宏才），男，天使投资人。



金忠，男，大成律师事务所高级合伙人。



初壮，男，中信信睿宝 CEO。

九、优 WiFi 发展路线

优 WiFi 的发展分国际及国内两条线（国外品牌名 MobiPromo），两条线同步进行但各有侧重：

9.1 国际

目标是 2020 年遍布 100+国家，部署 500,0000 热点

时间	热点数 (万)	单点利润 (美元/月)	总利润 (万美元)
2017	10	20	2400
2018	100	20	24000
2019	250	20	60000
2020	500	20	120000

（备注：2017 年亟需资金到位进行市场拓展）

2017 年工作进度：

已经在马耳他、美国、南非、马来西亚、孟加拉、印度尼西亚、缅甸、印度、菲律宾、英国、迪拜、香港、澳门等地区由合作伙伴进行了试点铺设，资金到位后将迅速展开大规模铺设。

马耳他：与电信洽谈 50000 个热点；

美国：亚特兰大机场、格里蒂商城试点；

南非：已部署 1000 个热点，正在谈判 50000 个热点；

马来西亚：计划与政府合作布点，品牌包括壳牌、KTM，OHANA 电信；

孟加拉国：与全球知名媒体公司群邑合作，知名信息服务供应商 AAMRA、DOZE、Novotel 合作，为达卡智慧城市、达卡机场及达卡大学铺设 30000 个热点；

印度尼西亚：巴厘购物中心试点；

缅甸：与政府合作铺设热点；

印度：与印度宽带和 VPN 服务的政府企业 Railtel 合作铺设热点；

菲律宾：洽谈试点；

香港：1500 个热点（全香港今年可扩展至 5000 个热点）；

客户对优 WiFi 的营销效果非常满意，目前已经合作或有合作意向的品牌客户包括：宜家（IKEA）、喜力（Heineken）、壳牌（SHELL）、FWD、电信黄页、美国有线电视新闻网（CNN）等。





9.2 国内

国内优 WiFi 发展主要集中在出行及娱乐行业，如：铁路、巴士、餐饮、彩票站点。主攻方向为列车、高铁站及机场巴士，目标为通过把控铁路及飞机出行旅客的流量入口，开展优 WiFi 各项业务的运营。预计 2017 年 8 月铁路列车上线试运营。

通过优 WiFi 的独特优势不断占领市场，等到用户的习惯养成，公司实力更加强大时，再向普通商业网点全面推广。

资金到位后，国内市场在 2017 年下半年全面展开，市场潜力巨大，目前收入情况无法预估。

9.3 小结

优 WiFi 的使命感使我们不断进步，乘着全球旅游市场蓬勃发展的时机，力争到 2020 年让用户旅游无国界，走到哪里都有“本地贴身导游”，衣食住行一路无忧；同时，让商户生意更好做！

十、本次 ICO 分发方案

本次代币名称：优币 (UBC)。设计方案是基于区块链技术发布的数字资产。

本次总计代币量 10 亿，公开发售 50%，计划募集 2800BTC(或对等以太币)，早期投资人占比 10%，基金会保留 25%，创业团队 15%（分五年解禁）。代币预计在 ICO 结束 30 日之内分发。分发完毕后预计 8 月中旬在两家以上平台上线，具体详见公告。

本次 ICO 项目资金使用计划：各节点区块链技术研发升级投入 40%、节点布局流动资金 30%、市场推广 10%、运营成本 15%、备用金 5%。

代币持有人权益回报：拥有代币意味着持有人享有对应比例的权益和投票权，年度项目大会持有人表决回报方案。

十一、常见问题及风险提示

作为公开透明的信息发布渠道，优 WiFi 旨在提高人们的日常生活水平，但平台仍处于成长期，区块链技术在该领域的深度应用刚刚开始，期间会出现一些需要不断完善的问题，这些问题需要普通用户、创业团队和各参与方共同努力才能圆满解决，使优 WiFi 走向更广阔的天地。目前信息发布方还习惯于通过固定网站、APP 发布信息，而不同用户使用网站和 APP 的习惯不尽相同，但在相同的位置需求却一样，如到达商场需要接收优惠信息，旅游途中需要接收及时有效的旅游咨询，优 WiFi 发布信息不依赖于任何网站或 APP 是它的独特优势，信息发布方的观念转变需要时间。

ICO 项目是早期并具有高风险的事物，投资和参与务必谨慎。