



# LikeCoin : 重塑點讚模式

以創造力證明機制回饋創作

白皮書0.9.4版

LikeCoin Foundation Limited

2018年4月2日

# 目錄

<b>價值主張</b>	<b>2</b>
報酬與創意的重整	2
<b>LikeCoin生態系統元素</b>	<b>3</b>
創意內容	3
內容創作者	3
服務提供商	3
衍生作品	3
內容衍生者	4
內容源	4
原創內容	4
原創者	4
分發內容	4
內容分發者	4
<b>LikeCoin歸屬協議</b>	<b>5</b>
去中心化的創意內容庫	5
指紋和元資料雜湊	6
元資料物件	7
內容足跡	9
<b>LikeCoin挖礦協議</b>	<b>12</b>
LikeRank	12
重塑Like鍵	13
創造力證明	14
Like.co	16
<b>LikeCoin代幣</b>	<b>18</b>
代幣分發	18
代幣銷售	19
收入使用	19
LikeCoin基金會	20
<b>結論</b>	<b>21</b>
<b>附件1：路線圖</b>	<b>22</b>
<b>附件2：人員</b>	<b>24</b>
獨立董事	24
團隊	24
顧問	25
早期支持者	25

# 價值主張

LikeCoin的目標是通過重整創意和報酬，重塑點讚機制。我們針對創意內容套用歸屬和跨應用協作協議，利用重塑的新**Like鍵**和我們獨特的**LikeRank演算法**，通過**創造力證明機制**追蹤內容足跡，並回饋內容創作者。



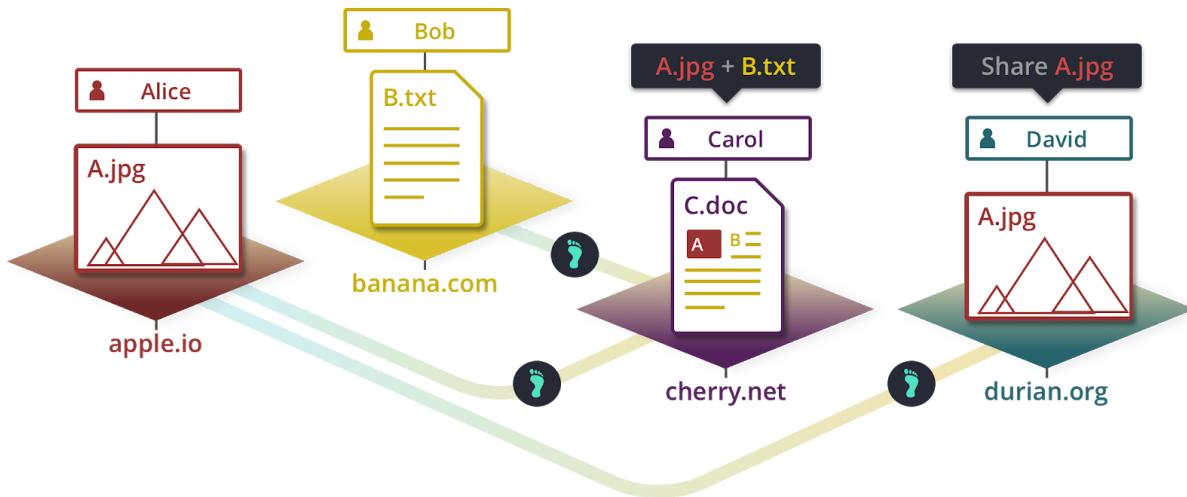
## 報酬與創意的重整

在互聯網上，報酬早已與創意脫鉤，對於獨立的內容創作者和自由職業者尤其如此。在互聯網早期，獨立公司能夠在網上銷售作品賺錢，到了現在，互聯網的所有技術方面皆已大為改善，唯獨遺漏了收入模式。內容創作者並沒有得到任何收入，只能得到點讚。雖然有些人可以自由接取項目和廣告工作，但這種模式相當間接。因此，LikeCoin協議旨在直接將創意內容變現，使創作者能夠專注於創造佳作，而不用費心銷售或尋找商業模式。

隨著技術發展，擁有智能手機的每個人都是某種內容創作者。尤其是，智能手機拍攝的一些圖片，其質量和分辨率可能達到單眼相機水平。斜槓族、自由職業的內容創作者和公民記者族群龐大，市場需求極高。一旦報酬和創意得到重整，將激發爆炸性的潛力。

# LikeCoin生態系統元素

協作內容創作生態系統涉及各種因素和利益相關者。各自在LikeCoin生態系統的作用可以用以下示例定義：Alice照了一張相片，命名為A.jpg，並上傳到Apple.io網站，Bob在Banana.com網站寫了一篇文章，命名為B.txt，而Carol採用了他倆的作品，在Cherry.net網站寫了一篇文檔，命名C.doc；最後，David在Durian.org網站分享了A.jpg。



## 創意內容

數位照片、插圖、文章、素材或聲音剪輯。與私人資料相比，**創意內容**允許其他人在特定版權條件下使用，如創用CC（CreativeCommons）。在LikeCoin生態系統中，各個**創意內容**都用唯一的內容指紋表示。在上述示例中，A.jpg、B.txt和C.doc都是**創意內容**。

## 內容創作者

創作創意內容的人。Alice、Bob和Carol都是**內容創作者**。

## 服務提供商

通過包含**LikeCoin歸屬協議**和/或**新Like鍵**而支持LikeCoin協議的網站或應用程序。在上述示例中，Apple.io、Banana.com、Cherry.net和Durian.org都是LikeCoin的**服務提供商**。

## 衍生作品

在同一或另一**服務提供商**上，採用自身或其他**內容創作者**創作的一個或多個**創意內容**，以生成新的**創意內容**。C.doc即**衍生作品**。

## **內容衍生者**

創作衍生作品的創作者和服務提供商。Carol是內容衍生者。

## **內容源**

衍生作品所採用的創意內容。內容源本身可以有自身的內容源。A.jpg和B.txt便是C.doc的內容源。

## **原創內容**

沒有內容源的創意內容。換言之，就是非衍生作品的創意內容。A.jpg和B.txt都是原創內容。

## **原創者**

創作原創內容的內容創作者和服務提供商。Alice和Bob都是原創者。

## **分發內容**

使用另一個創作者在同一或另一個服務提供商中創作的，未經修改的創意內容。發佈到Durian.org的A.jpg就是分發內容。

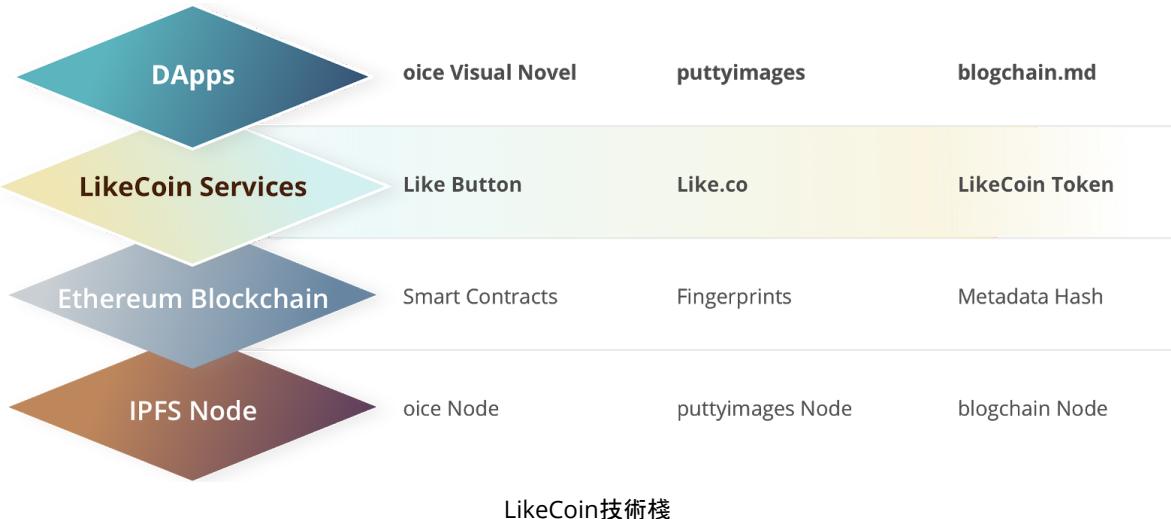
## **內容分發者**

分發內容的內容創作者和服務提供商。David和Durian.org都是內容分發者。在LikeCoin生態系統中，原創者和內容採用者通過創造力證明從創作者庫或觀眾自身的錢包、內容採用者、內容散佈者處獲得LikeCoin。

這種利潤共享機制是激勵內容創作者和服務提供商採用LikeCoin協議的關鍵。

# LikeCoin歸屬協議

LikeCoin為創意內容創建獨特指紋，並跟蹤所有衍生作品的內容足跡及其內容創作者和服務提供商。不僅如此，LikeCoin還倡議使用歸屬和跨應用協作的創造力證明機制。



## 去中心化的創意內容庫

LikeCoin傳輸協議的基石是一個去中心化、全球性、有彈性的IPFS<sup>1</sup>（星際文件系統）創意內容庫。

LikeCoin服務提供商在原創者、內容衍生者和內容散佈者之間扮演一個或多個角色。原創者負責孕育創意內容，並在區塊鏈上記錄資料，供其他內容創作者使用。當內容獲點讚或超級讚時，內容創作者和服務提供商都將獲得LikeCoin，作為獎勵（請參閱**LikeCoin挖礦協議**一章）。

由LikeCoinFoundation資助的兩個主要原創者DApps（去中心化應用）將包括**puttyimages**和**blogchain.md**，前者是公開的圖片庫DApp，後者是一個博客DApp，把每篇文章的內容指紋記錄在LikeCoin智能合約上。另外，以重組素材為核心的故事編輯oice，作為內容衍生者，也由LikeCoinFoundation資助開發。

另一方面，內容分發者在LikeCoin生態系統中顯示或播放創意內容，比如[Famisu](#)、[Lifehack.org](#)、[TheInitium](#)和[TheStandNews](#)等。

各個原創者和內容衍生者運行各自的IPFS節點，並負責把從內容創作者得來的文件鎖定，避免被刪除，確保傳播。由於全球IPFS節點能夠互相幫助分發內容，這種去中心化的創意內容庫也能充當內容分發網絡，加速訪問，尤其是網絡骨幹無法到達的位置。服務提供商不必費心用戶從哪個IPFS節點獲取內容。

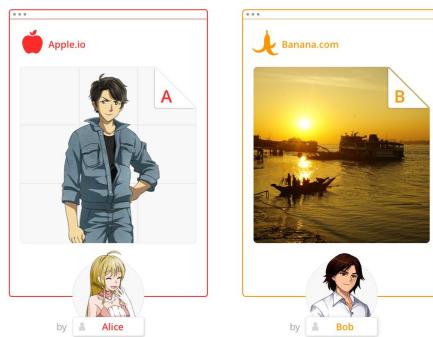
在創意內容庫中，各個創意內容是通過密碼學雜湊（而非URL）來尋址的，由於雜湊僅取決於

<sup>1</sup> Juan Benet, IPFS白皮書,

<https://ipfs.io/ipfs/QmR7GSQM93Cx5eAg6a6yRzNde1FQv7uL6X1o4k7zrJa3LX/ipfs.draft3.pdf>

創意內容本身，應用程序層中如域名、IP和目錄結構等任何更改都不會導致內容地址的更改。因此，內容地址將與內容的創建或使用的應用程序相分離，使其保持一致，永不過時。這可以防止創意內容被特定應用程序如Facebook、Instagram封起。這種密碼學雜湊，在LikeCoin傳輸協議中被稱為內容指紋。

作為案例，讓我們假設內容創作者Alice在服務提供商Apple.io上畫了圖A，而內容創作者Bob把圖B上傳到服務提供商Banana.com：

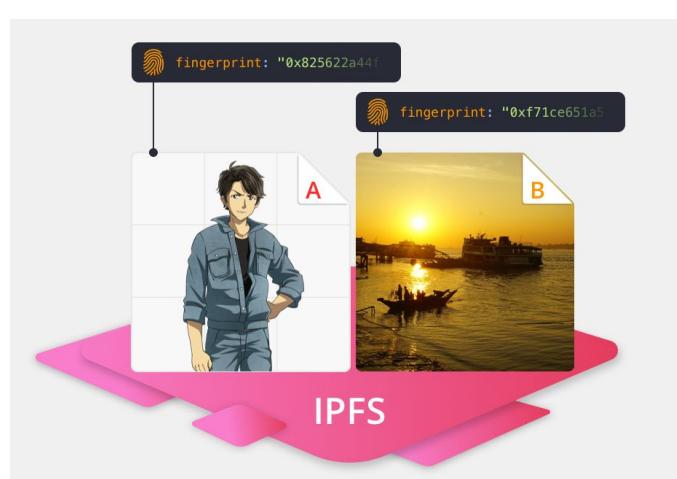


Apple.io和Banana.com是用於創意內容的服務提供商，運行各自的IPFS節點。現在，圖A和圖B存儲並鎖定在IPFS上，分別帶有指紋

0x825622a44f13fdb776d72570458ae0dc664efbe8b231735b3d838c3739acce34和  
0xf71ce651a525fd4e746b6bed8d8e1db4052912d88313a93d076e27540a8ecd4f，並可通過IPFS閘道器用相應的IPFS地址

[QmXWs1nKHbfAHgMjSgB1d6EVCrpskFvrq1px7rfAsJ9dK](#)和

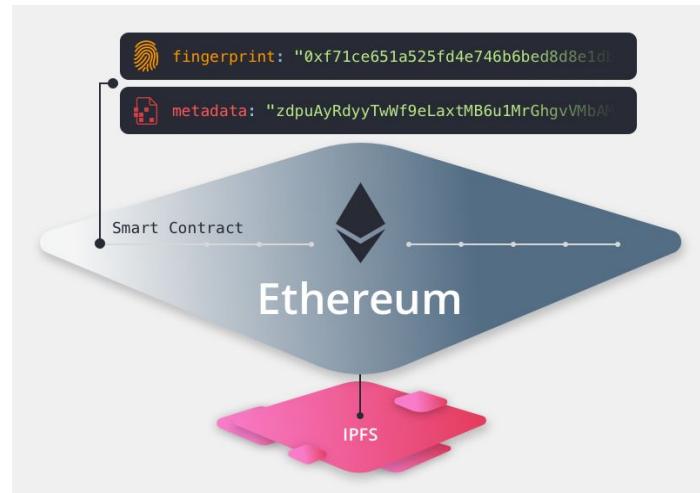
[QmPs3LyZFEuMscttMnkNM2GweTUC2JkdjqWVheF6aEMu7h](#)訪問。



## 指紋和元資料雜湊

圖A和圖B存儲到IPFS的同時，系統通過SHA-256雜湊函數生成了各個文件唯一而且一對一的內容指紋。圖像的元資料作為IPFS的IPLD物件儲存於區塊鏈外（參見下章元資料物件）。只有元資料雜湊和內容指紋，通過服務提供商的私鑰和LikeCoin智能合約一起寫入以太坊區塊鏈。這種雙層結構大大提升速度和靈活性，盡可能節省寫入以太坊所需的交易費用（gas）。

繼續之前的例子，圖A和圖B的內容指紋和元資料雜湊通過Apple.io和Banana.com各自的LikeCoin智能合約寫入以太坊。所需的交易費用由服務提供商承擔。



## 元資料物件

元資料存儲為IPLD物件，作為鏈接物件，可以包含其他IPLD物件的引用雜湊，並在它們之間生成路徑。因為IPLD物件將存儲到IPFS上，它們也以1對1的雜湊表示。此功能用於生成每個創意內容的內容足跡，具體將在下一節討論。

按照schema.org的ImageObject方案，LikeCoin協議定義了三種IPLD物件，分別為：**內容元資料物件**、**服務提供商物件**和**內容創作者物件**，三者均是通過物件的雜湊相互關聯的。

### 內容元資料IPLD物件

```
{  
    "creator",  
    "dateCreated",  
    "description",  
    "license",  
    "likeFingerprint",  
    "likeFootprint",  
    "likeIpfs",  
    "likePreviousVersion",  
    "likeProviderShare",  
    "provider",  
    "type",  
    "uploadDate"  
}
```

### 內容創作者IPLD物件

```
{  
    "description",  
    "email",  
    "name",  
    "url"  
}
```

```

    "likeAddress",
    "likeKeybase",
    "likeUport",
    "name",
    "type"
}

```

### 服務提供商IPLD物件

```

{
    "description",
    "likeAddress",
    "name",
    "type",
    "url"
}

```

在示例中，圖A和圖B的元資料都作為內容元資料物件存儲在IPFS中，進一步引用了相應的內容創作者物件和服務提供商物件。內容元資料物件的IPLD地址各為  
[zdpuB1JCLTPNYA7TmedHVR4Py6s2HcXXXZvgg9tNWX3yKayMp](#)和  
[zdpuAyRdyyTwWf9eLaxtMB6u1MrGhgvVMBAMdYvREWQ11bQ7G](#)。

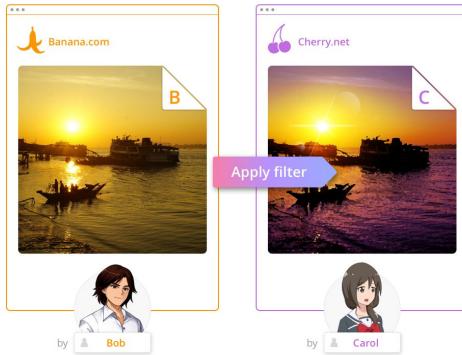


Bob在Banana.com上傳的圖B的內容元資料物件、內容創作者物件和服務提供商物件

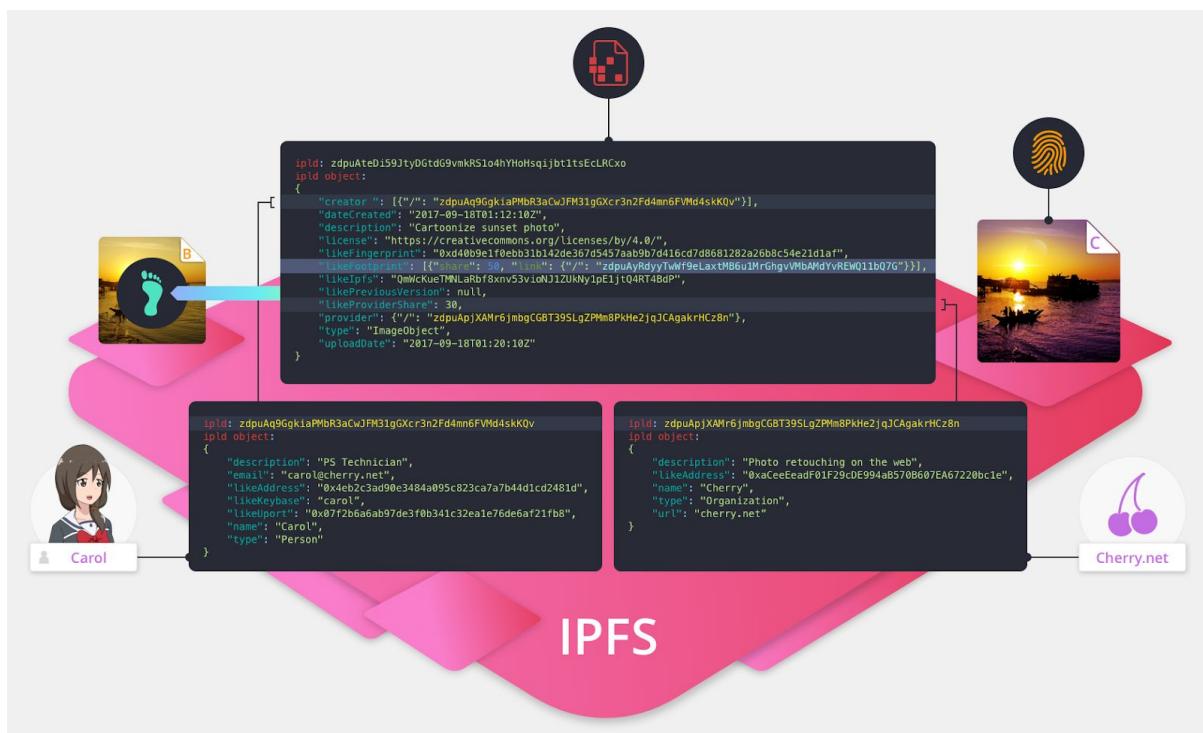
## 內容足跡

內容指紋就像是創造性內容的DNA，而內容足跡就像是家譜。

對於LikeCoin協議中的每個衍生作品，內容源的IPLD引用都記錄在元資料物件中的足跡陣列中。示例中，如果Carol使用Cherry.net在圖B上應用一個濾鏡來生成圖C：

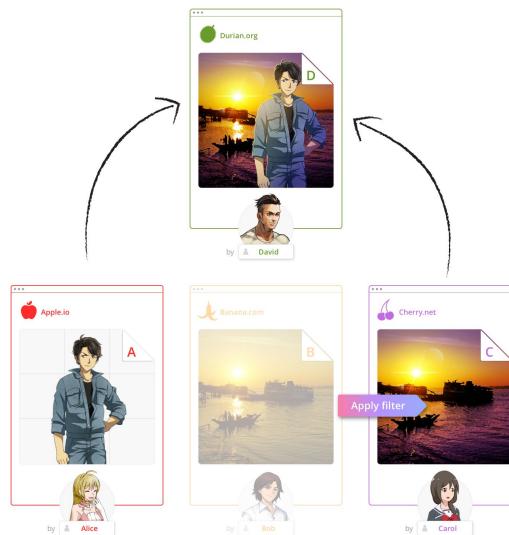


這種情況下，圖C的內容元資料物件將包括指向圖B、Bob和Banana.com的IPLD引用。通過在圖C的IPLDURL中追加 /likeFootprint/0/link，可檢索到B.jpg的IPLD。通過這種方式跟蹤創意內容的內容足跡，可以使衍生作品指向其內容源。



新創意內容的內容足跡只能參考現有的內容指紋，使內容足跡關係形成一個與引文圖相似的

有向無環圖。此結構能夠對特定創意內容的繼承樹進行簡單分析。它還防止在利潤共享過程中存在任何引用循環。



例如，David作為一個內容創作者在Durian.org上設計了一張海報圖D，採用了圖A和圖C，而圖C本身是B.jpg的衍生作品：

與之前的情況類似，在這種情況下，IPLD引用的內容源為和圖A和圖C，被寫入到圖D的元資料物件。由於圖C的內容源被寫入圖B，所以圖B也可以追溯為圖D的2級內容源。



各種區塊鏈項目，如po.et<sup>2</sup>（POE）和KODAKCoin<sup>3</sup>（柯達幣）使用類似於內容指紋的技術來跟蹤照片版權，而LikeCoin獨樹一幟，用**內容足跡**技術來跟蹤內容的衍生作品。

內容指紋是靜態的，表明內容的所有者；然而內容足跡是動態的，它可以跟蹤內容是如何從一個內容創作者流向另一個內容創作者，從一個服務提供商流向另一個服務提供商。內容指紋是關於所有權的；內容足跡是關於協作的。

我們真心認為保護內容創作者版權是一項崇高的任務，但LikeCoin的使命是，在獲得寬鬆許可（如創用CC）的情況下，以合理的報酬促進創意的最大化利用。**內容足跡**構成了LikeCoin挖礦機制的基礎，這將在下一節討論。

---

<sup>2</sup> Po.et白皮書，<https://po.et/whitepaper.pdf>

<sup>3</sup> KODAKOne和KODAKCoin，<https://www.kodak.com/kodakone/default.htm>

# LikeCoin挖礦協議

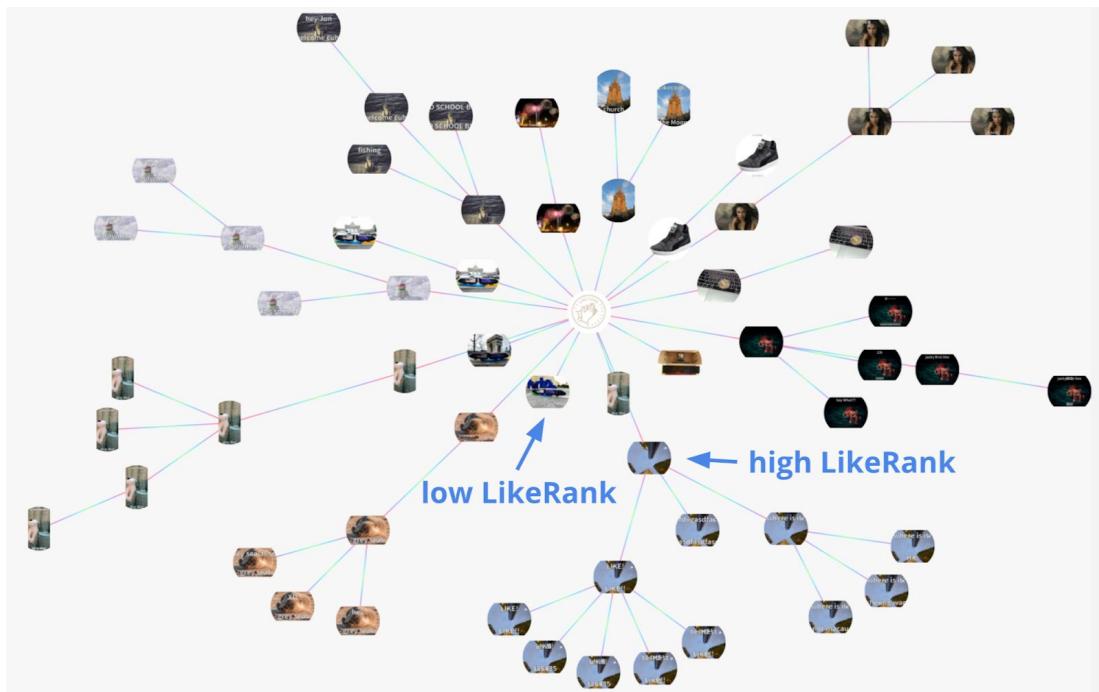
## LikeRank

20年前，LarryPage和他在斯坦福的同學發表了現在很有名的一篇論文《[The PageRank Citation Ranking: Bringing Order to the Web](#)》<sup>4</sup>，奠定了谷歌搜索的基本技術。

受論文引述的啟發，網頁排名是革命性的創造。正如論文標題所說，它給網絡帶來了秩序。在出現網頁排名之前，網絡搜索幾乎總是搜到雖然包含關鍵字，但卻毫不相關的網頁。

然而，網頁排名只能覆蓋網頁，但不包括圖像、視頻和音樂等創意內容。我們知道通常包括各種創意內容的網頁的重要性，卻不知道特定的創意內容的重要性。LikeRank正是為了解決這一問題而設計的。

根據LikeCoin協議中的內容足跡跟蹤，**LikeRank**衡量創意內容的重要性或創造性（如我們在本文對其的定義）。一般而言，某一創意內容產生的衍生作品越多，其就越具有創造性，因而該內容的LikeRank值越高。LikeRank是衡量該內容創造性的量詞。



[LikeRank概念證明](#)

顯而易見，這種創意定義是在更寬鬆、開放的許可條款下鼓勵分享和點讚內容的。例如，在

<sup>4</sup> Page, Lawrence and Brin, Sergey and Motwani, Rajeev and Winograd, Terry (1999) [The PageRank Citation Ranking: Bringing Order to the Web](#)

其他條件相同的情況下，cc0條款下許可的內容比CCBY-NC-ND（署名-非商業性使用-禁止演繹）條款下許可的內容享有更高的LikeRank值。相比之下，限制性更強的許可（如版權保留權）會降低LikeRank值。此外，有了寬鬆的許可，將產生更多的衍生作品，有助於提高LikeRank值。

LikeRank還可用於通過LikeCoin協議激勵適當的歸屬。適當歸屬的創意內容享有LikeRank獎勵，而沒有遵循歸屬協議的衍生作品，由於沒有內容指紋，排除在LikeCoin生態系統之外，自然不會收到LikeCoin。

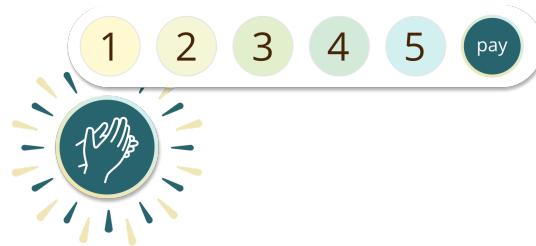
也就是說，LikeCoin促進寬鬆許可，同時也量身定做了商業模式。與傳統觀念相反，內容的許可條件越開放，就越有可能因為更高的LikeRank值和更多的衍生作品而賺到更多的LikeCoin。

## 重塑Like鍵

網頁排名已經有20年歷史了，而Like鍵則有10年。Like鍵是Friendfeed應Facebook要求於2007年10月30日推出的。

Like鍵是革命性的創造，但歷經多年其作用已然惡化。獲得成千上萬的點讚幾乎沒有什麼意義。從推出到現在，它從未給內容創作者帶來收入——不管內容收到多少個讚，內容創作者什麼也沒得到。LikeCoin就是要改變這一點。

LikeCoin的Like鍵旨在將用戶體驗合二為一。通過點擊/單擊Like鍵1至5次，或長按/懸停，然後拖到1-5，用戶表現出讚賞並幫助內容創作者從創作者庫挖掘LikeCoin。如果用戶非常欣賞，則可能會直接點擊「超級讚」，自己花錢支付內容創作者一定數量的LikeCoin。



我們將這兩種用戶體驗結合起來，不僅是為了方便起見，更是為了逐漸培養用戶行為。大多數互聯網用戶都習慣於免費讚賞內容，只有一小部分人會花錢支付內容創作者。我們認為，創意內容具有內在價值，而內容消費者需要接受價值。為了補充廣告模式，我們讓一個新的生態系統成為可能，即內容消費者直接根據讚賞等級支付內容創作者。

## 創造力證明

雖然區塊鏈礦工通常將挖礦理解為解決數學問題，但並非如此。舉例來說，賭注證明（PoS）機制不涉及雜湊率，因此對環境幾乎沒有任何影響。

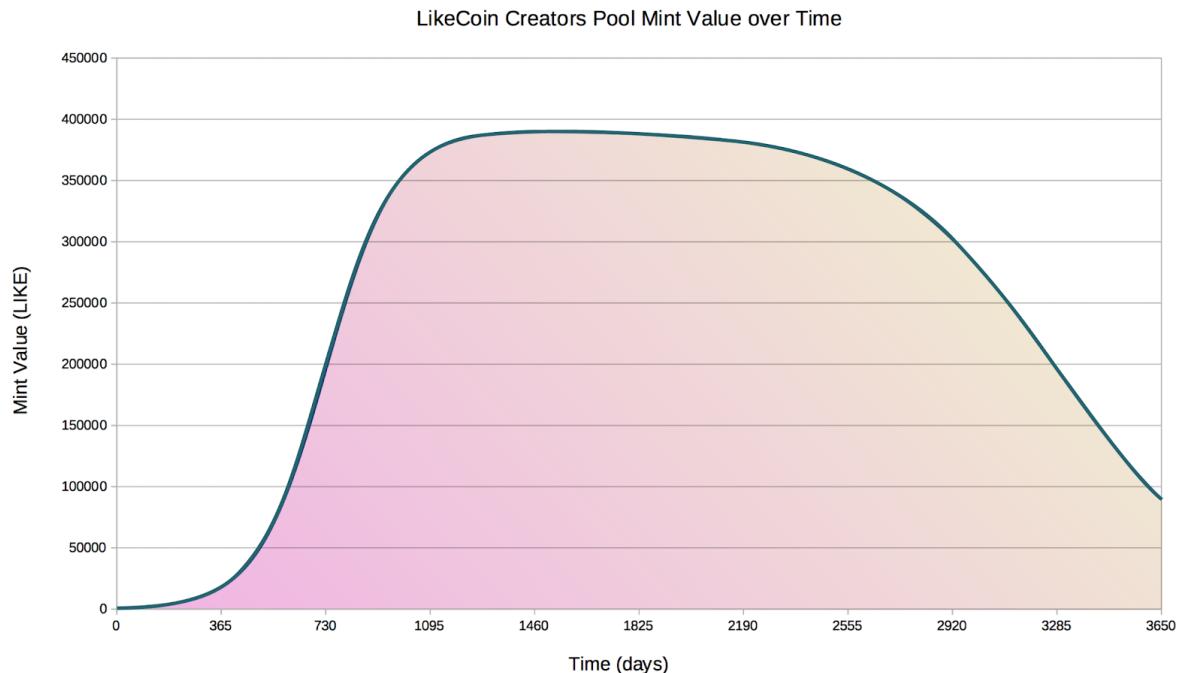
LikeCoin專注於獎勵內容創作者，衡量的是創意內容的重要性，即創造力，並允許內容創作者利用其創意內容挖掘LikeCoin。我們稱之為**創造力證明機制**，或**PoC**。

PoC有兩種度量創造力的方式：

1. 創意內容的LikeRank值越高，就越有創意。
2. 創意內容收到的點讚越多，就越有創意。

從長遠來看，將10億的創作者庫（佔LikeCoin代幣總數的50%）保留為挖掘池。根據以下公式，每t天，x個LikeCoin將從創作者庫鑄造出來分派給內容創作者：

$$x = \frac{N}{1+e^{-\frac{t-730}{120}}} \text{ when } t = 0 \text{ to } 1460$$
$$x = \frac{N}{1+e^{-\frac{0.4(1461-t)+730}{120}}} \text{ when } t > 1460$$
$$N = 391132.253127$$

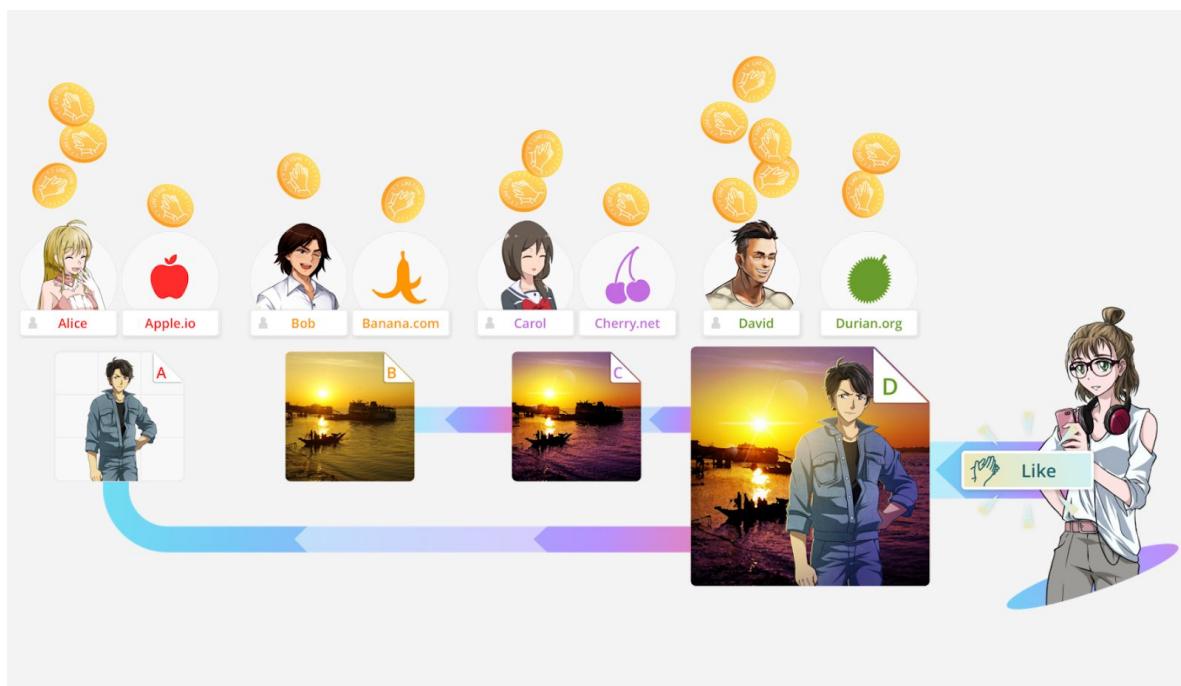


鑄幣公式是根據下列原理和假設製定的：

1. 大部分（90%）創作者庫要花10年鑄造。我們認為，消費者通過高質量的創意內容獲得價值並鼓勵自願支付。但培養態度是一個漫長的過程，所以我們留出了10年供消費者轉換態度。最終，我們的目標是與廣告模式共存的小費模型。
2. 根據我們的公式，鑄幣將在十年後完成，並具有極大的長尾效應（28年）。這給了社群接納的時間。
3. 鑄幣開始將非常緩慢。它讓內容創作者和服務提供商有時間加入LikeCoin生態系統，避免早期投入者過度受益。
4. 然而，假定一年後創意內容的數量會迅速增加。
5. 將每天重新設置難度因素，以便分配給內容創作者的LikeCoin總數等於LikeCoin鑄幣總數量。

以365天為例。 $x = \frac{391132.253127}{1 + e^{-\frac{t-730}{120}}} = 17,827$ 個LikeCoin得以鑄造。於同樣的天數，1萬個創意

內容從全體服務供應商處收穫總計100萬點讚。在365GMT天結束時，按照這1萬個創意內容收到的點讚數和LikeRank分配LikeCoin。衍生作品獲得點讚的話，源作品也會收到一定比例的LikeCoin。創意內容的服務提供商也會收到一部分。計算難度因素，使以上所有數字相加正好是17,827。



通過創造力證明巧妙解決問題

計算的詳細信息如下：

$$Like(x, n) = \sum_{y \in Children(x)} Weight(y, x) \times Like(y, n - 1) \quad (1)$$

$$EffectiveLike(x) = \sum_{n=0}^{\infty} Like(x, n) \times (1 - \sum_{y \in Parent(x)} Weight(x, y)) \quad (2)$$

$$LikeCoin(x) = Mint \times \frac{EffectiveLike(x) \times LikeRank(x)}{\sum_{y \in Content} EffectiveLike(y) \times LikeRank(y)} \quad (3)$$

其中，

$Children(x)$  = 設定內容x的直接子項（衍生作品）

$Parent(x)$  = 設定內容x的直接母項（內容源）

$Weight(x, y)$  = 作為內容x的直接母項的內容y權重

$Like(x, 0)$  = 內容x直接從觀眾處獲得的點讚數，調整以維護公平

$Like(x, n)$ 當 $n > 0$  = 內容x作為其他內容的來源所獲得的點讚數

$EffectiveLike(x)$  = 減去分派給母項的點讚數並加上從子項獲得的點讚數後，內容x的最終點讚數

$LikeRank(x)$  = 內容x的LikeRank，以許可證種類和內容的後代樹計算得出

$Mint$  = 在給定日期結束後從創作者庫鑄造出來的LikeCoin數量

$LikeCoin(x)$  = 分發給內容x錢包地址的LikeCoin數量

## Like.co

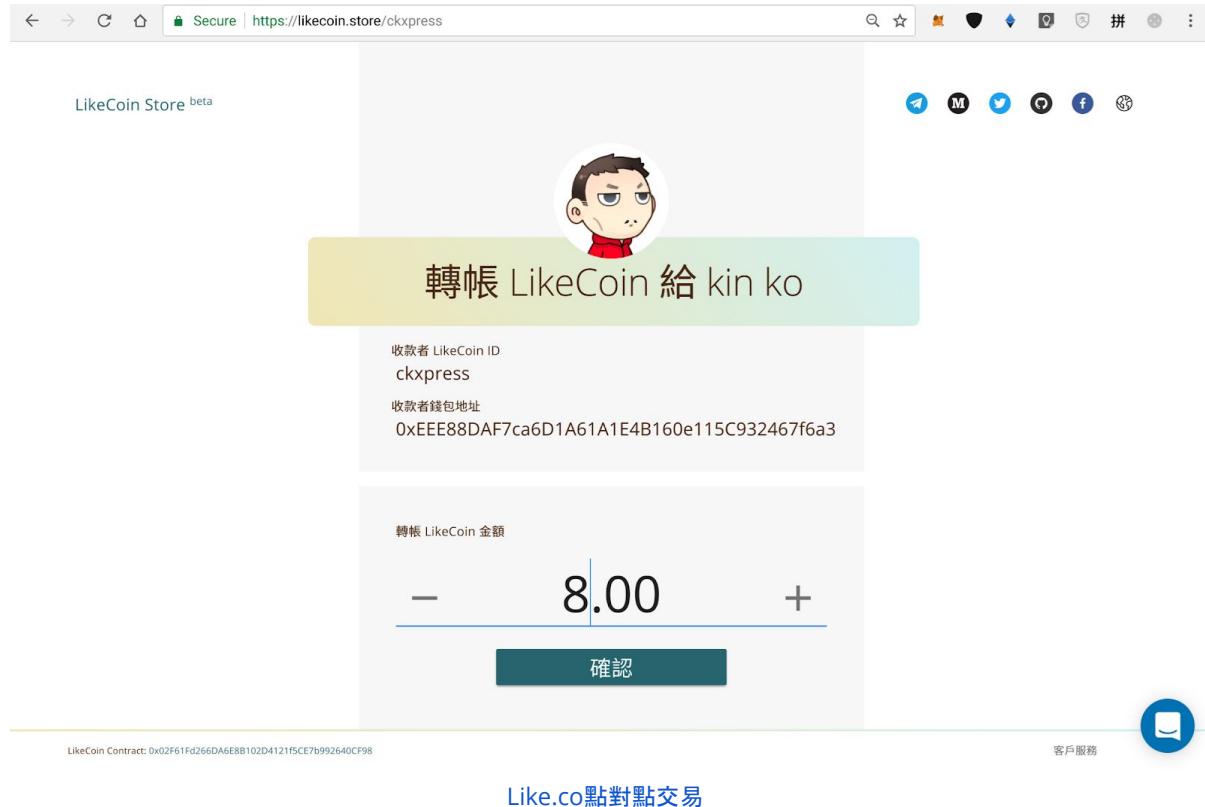
為了使公眾能夠方便地瀏覽LikeCoin智能合約並保持透明性，將在[Like.co](#)設置挖礦頁，披露創作者庫代幣分發的詳細分析，包括但不限於：

1. 從第1天開始說明LikeCoin每天的鑄幣數量
2. 收到LikeCoin的內容數量及收到的平均值。
3. 各個內容收到的LikeCoin數量。
4. 最新的PoC難度。

內容創作者可以輕鬆地在Like.co中訪問自己的創意內容，並收到詳細的分析。

Like.co也將作為點對點支付網站。每個內容創作者都有自己類似於推特帳戶的LikeCoin ID。

用戶可以通過簡潔的界面傳輸LikeCoin，而無需向以太網支付交易費用。這是由LikeCoin智能合約中的特定函數實現的，其中LikeCoin基金會充當了在超級讚用戶和其他點對點傳輸者之間的LikeCoin代幣傳輸代理。

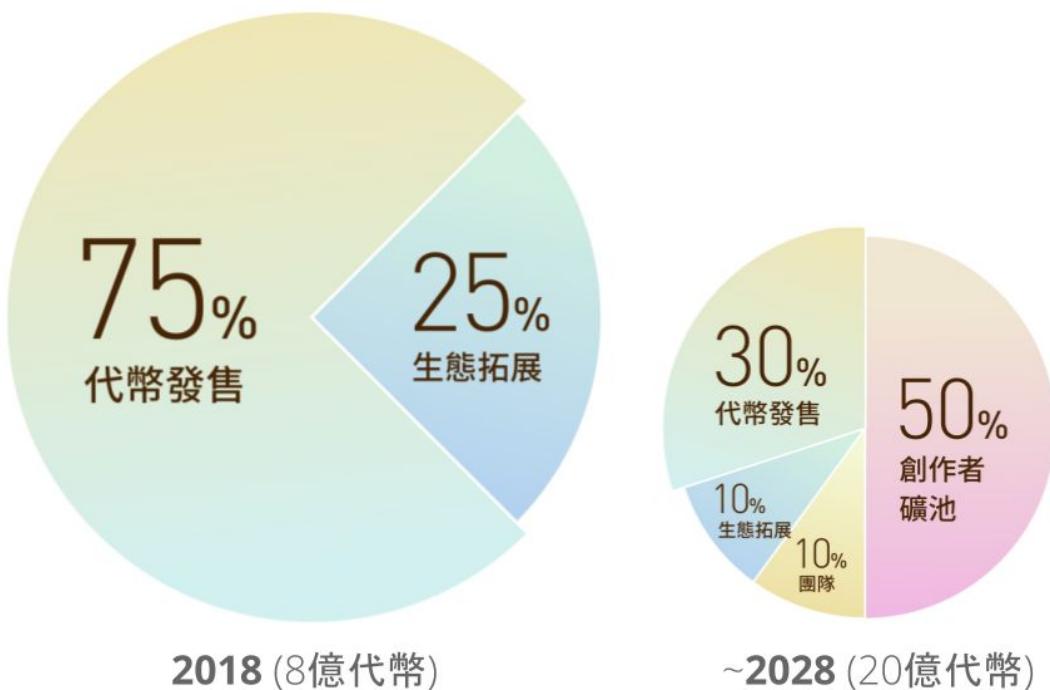


# LikeCoin代幣

LikeCoin是基於以太坊的實用型代幣（utility token），並遵守ERC-20標準。

## 代幣分發

LikeCoin代幣總額為20億，分為4個池：**代幣銷售**（6億）、**生態拓展**（2億）、**團隊**（2億）和**創作者**（10億）。



在代幣銷售之前，基金會先鑄造**生態拓展池**的2億代幣，以開始構建LikeCoin生態。此代幣用於銷售和營銷、賞金計劃，在創造力證明挖掘正式開始之前獎勵內容創作者，以及任何有利於生態系統的發展項目。

然後，在代幣公開銷售期間，將按買方提供的以太網數額比例鑄造高達6億的代幣（請參見下一節：**代幣銷售**）。

代幣出售後，**團隊池**中的代幣將用於支付工資。為團隊、顧問和潛在顧問保留的代幣高達2億，等待期至少為48個月。大多數團隊成員以LikeCoin作為報酬。

最後，根據一套按照創造力證明獎勵內容的公式（參考上述**LikeCoin挖礦協議**一章），**創作者礦池**每天都會鑄造一定數量的代幣。這將是一個超過10年的過程，造幣總數量將在期末達到10億。

## 代幣銷售

在代幣銷售期間，LikeCoin代幣只可與以太幣互換。標準兌換率為1以太幣：4萬LikeCoin，有6個月鎖定期的可選獎勵。

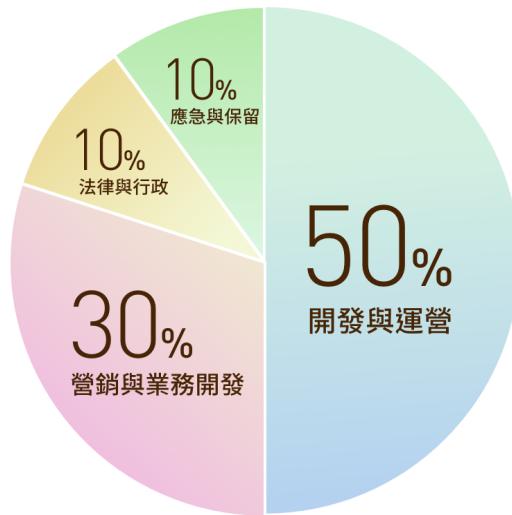
代幣將按四個階段出售：**天使支持者**（50%獎金，即每個以太幣有2萬額外的LikeCoin），**機構支持者**（50%獎金），**早鳥發售**（25%獎金）和**公開發售**（僅有推薦獎金）。代幣銷售結束的剩餘代幣（若有）將轉到生態拓展池。

清晰一點，LikeCoin是設計成實用於創意內容生態內，LikeCoin持有者並不會得到董事會或者股東大會的投票權。

批次	ETH	獎賞*	LikeCoin	%
天使支持者	1,200	50%	72,000,000	12%
機構支持者	3,000	50%	180,000,000	30%
早鳥發售	1,200	25%	60,000,000	10%
公開發售	7,200	-	288,000,000	48%
上限:	12,600	發行量:	600,000,000	100%

代幣銷售計劃 (\*獎金有6個月的鎖定期)

## 收入使用



雖然團隊的主要報酬和部分生態拓展可以LikeCoin代幣支付，其他費用仍需以代幣出售的收入，用以太幣或兌換成其他地區的法定貨幣解決。

50%的收益被編入預算，用於開發和運營，特別是承載創意內容；30%用於營銷和開發；10%用於法律和管理，最後10%用於應急和長期儲備。

## LikeCoin基金會

LikeCoin代幣及其銷售收入由LikeCoin Foundation Limited管理，該公司是《香港稅務條例》第88條項下的免稅非政府機構。基金會的董事是獨立的，負責監督代幣發行、工資或材料承包商的報酬和總收入的使用。基金公司的財務報告已向[大眾](#)公佈，並將一直如此。

LikeCoin團隊是Foundation或其子公司的員工，將LikeCoin協議作為一個開源項目在GPL3.0許可下進行管理。基金公司創建的內容，包括本白皮書，將通過創用CC（Creative Commons）進行授權許可。

## 結論

為了將創意和報酬重新掛鉤，LikeCoin歸屬和挖礦協議通過提供合理報酬，激勵內容創作者使用開放式授權。合理回報和開放式授權兩種元素相輔相成，最大限度地利用內容創作者的創造力。

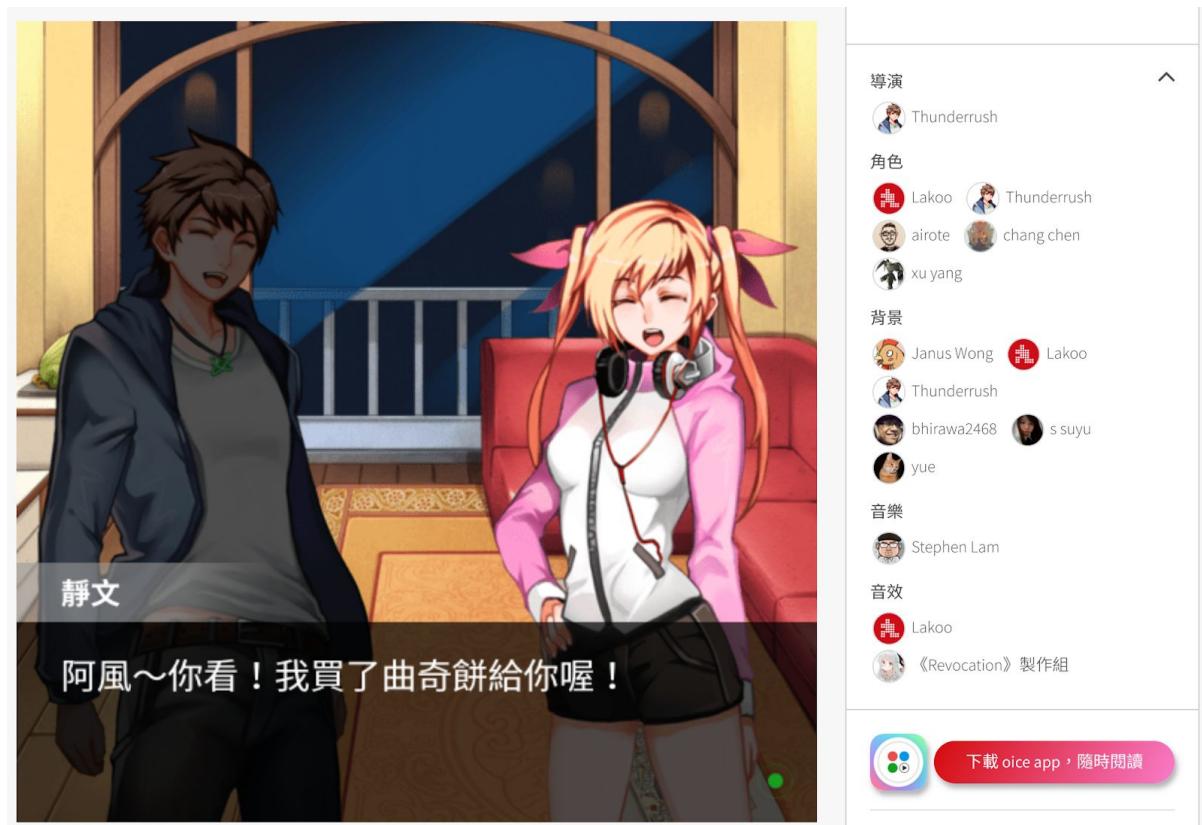
在社區方面，LikeCoin旨在培養為高質量創意內容付費的習慣和文化。通過以創造力證明為挖掘提供大型創作者庫長達10年以上，幫助社會長時間的磨合中逐漸習慣賞金模式。要是範式轉移能在10年內出現，獨立的內容創作者可以在LikeCoin生態系統中謀生，我們視之為LikeCoin的成功。

## 附件1：路線圖



**2017年Q1至Q3：發想、研發。**團隊開發了oice，一個視覺小說編輯器，即LikeCoin的緣起。作者可利用oice混編由其他內容創作者提供的圖像和音樂素材，製作互動故事，系統會在旁邊自動顯示參與的內容創作者的詳細信息。

團隊希望，當故事獲得收入，每一個參與的內容創作者都能在製作人員名單外獲取一份收入。我們評估了大量的技術和工具，但都沒能滿足要求，最終將目光轉向加密貨幣。然後，我們歸納總結了自身想法，擴大到更廣泛的應用場景，LikeCoin傳輸協議就此誕生。



由Thunderrush導演的oice視覺小說《Free-lancer》

**2017年第四季度：早期參與者銷售：**一系列的文章解釋了LikeCoin協議的概念和設計，以及部署到Rinkeby測試網絡的概念證明，LikeCoin代幣針對早期參與者的私人銷售完美收官。已籌資1200以太幣用於協議和營銷開發。

**2018年第一季度：推出LikeCoin代幣、Like.co和ID**：LikeCoin主要智能合約已部署到主網用於生產。LikeCoinID註冊向公眾開放。Like.co可進行LikeCoin代幣點對點轉換。

**2018年第二季度：puttyimages和blogchain.md原型**：啟動開發puttyimages和blogchain.mdDApps，在測試網部署原型。在oice模擬挖掘創造力證明。在早期採用者網站為內容創作者提供LikeCoin點對點支付功能。公開出售LikeCoin代幣。

**2018年第三季度：啟動puttyimages**：在主網啟動puttyimages和blogchain.md DApps，內容創作者開始上傳創意內容。

**2018年第四季度：推出Like鍵**：Like鍵SDK可供早期採用者使用。啟動多語言的puttyimages和blogchain.md國際版本。將開始小規模的創造力證明挖掘。

**2019年：推出blogchain.md；擴大LikeCoin生態系統規模**：Like鍵WordPress插件和其他SDK可供公眾使用。oice後端與LikeCoin協議合併。

## 附件2：人員 獨立董事

**朱成志（Jacky Chu）**：數字貨幣BTC、ETH、IOTA、VEN和ARDR的早期投資者；中國風險投資者；希望平板基金公司的創始者；特許管理會計師協會會員。Jacky之前從事畢馬威律師事務所（KPMG）的業務服務以及IMSHealth的管理顧問。持有哥倫比亞大學計算機管理學院、香港中文大學的畢業證書，Jacky致力於利用數據技術使慈善部門轉型。

**溫澤君（Bonita Wang）**：香港首個慈善評級網站明施慎選的創始人，根據審計報告及慈善機構的宣傳資料，衡量其營運效率及基金需求。Bonita擁有Big4和私募股本經驗。她持有香港科技大學投資管理科學碩士學位，以及俄亥俄州立大學經濟學學士學位。

## 團隊

**高重建（kin ko）**：產品設計師；創始人；在有需要時擔當CEO。kin是一名互聯網老將，1999年成立遊戲開發商[拉闊](#)，該公司獲得了騰訊和紅杉資本支持。他經營公司達18年之久，大部分時間都在中國，之後退出公司，於2017年在香港成立LikeCoin Foundation。kin計算機工程學和社會科學的雙重背景反映了他的強烈信念，即技術和人類不可且不應分割。

**黃豎心（Aludirk Wong）**：系統架構師。在十多年的軟件工程師生涯中，Aludirk特別關注系統設計和軟件開發方法。他曾是一個在線實時荷官賭場系統的主要開發人員，並曾負責開發一個大規模多人在線遊戲。近年來，Aludirk痴迷於區塊鏈和機器學習研究。

**高欣（Jacky Ko）**：首席營銷官。Jakcy是奧迪斯有限公司的創始人，是香港零售銷售服務市場的領頭羊。他擁有16年以上的設備服務經驗，如視覺顯示管理、零售審計和POSM安排，奧迪斯是香港市場的頂尖人才，擁有包括聯合利華、美贊臣、雅培、利潔時、Frieslandfood、葛蘭素、英美煙草公司、強生、淘大、好來化工等在內的長期客戶。

**莊唯麟（William Chong）**：全棧開發員。香港中文大學計算機科學系學士。業餘時間喜歡嘗試尖端技術和黑客技術等。在他開發拖延功能時，還樂意花費時間在DevOp上。

**吳俊聰（Chung Wu）**：區塊鏈開發員。Chung被團員稱為小聰（Satoshi），他特別熱衷於密碼學，現在專注於區塊鏈技術。業餘時間以閱讀白皮書作為消遣。Chung持有香港中文大學計算機科學系碩士學位。

**張競顥（Michael Cheung）**：全棧開發員。香港中文大學計算機科學系學士。Michael主要支持團隊應用的數據記錄、搜索和分析。Michael喜歡在周末玩中國象棋和棋盤遊戲。

**余家齊（Edmond Yu）**：運營經理。曾是網絡和移動解決方案顧問公司CloudPillar創始人之一，退出該公司後，又參與創立了視聽小說編輯器oice，該編輯器之後成為了LikeCoin的服務提供商。Edmond是在信息技術和電信領域擁有20年創業經驗的企業家。

**畢嘉浩（Simon But）**：流量增長黑客。Simon就讀香港中文大學時創立了獨立遊戲發展小組firepillar2，窮盡一生探討「遊戲是甚麼」這一問題。他堅信創意作品能使生活更美好。

**吳永達（David Ng）**：全棧開發員。David是一名了解設計的工程師，熱衷於UX/UI和運動設計。David畢業於香港浸會大學，擁有計算機科學學士學位。

**黃浩榮（Miles Wong）**：全棧開發員。Miles是一名熱衷於網絡和應用程序開發的軟件工程師。他熟悉前端和後端技術。擁有香港科技大學計算機科學工程學士學位。

**盧日翹（Joshua Lo）**：UX設計師。Joshua是一名有10多年經驗的全棧設計師。在香港和柏林學習後，他於2012年創辦了Buliuming，這是一家專門研究圖表和UX/UI設計的設計諮詢公司。客戶包括東亞銀行、香港飛機工程有限公司、Pico和YouGov。

## 顧問

**劉俊賢（Alex Lau）**：[CyberMiles](#)、[微眾銀行](#)和[TruBuzz](#)的區塊鏈開源顧問；SUSELinux企業存儲的研發工程顧問；為微眾銀行建立[BCOSCommunityNon-ProfileChapter](#)。

**蘇孝恆博士（Dr Haggen So）**：[香港創意開放科技協會](#)創始人兼會長；[香港創用CC](#)項目經理；在全球性活動中表現活躍，如創用CC、「每童一電腦」和GNOME。

**毛向輝（Issac Mao）**：[Musicoin](#)創始人；CNBlogs.org創始人；中國iCommons項目領隊，創用CC中國團隊。

**Jon Phillips**：開源開發者、藝術家、設計師、作家、演講者，在創建社區方面擁有超過12年的經驗。[GNUsocial](#)主任；[Openclipart](#)創始人；[Inkscape](#)開發商；Qicopyleft軟件創始人。

## 早期支持者

**張潔平（Annie Zhang）**：端傳媒主編；城市雜誌副主編；iSun事務執行主編。

**肖永泉（Harry Xiao）**：Meshbox創始人；當樂網創始人。

**黃何（Heatherm Huang）**：MeasurableToken和MailTime創始人。

**宋漢生（Greg Sung）**：OneSky創始人；anobii創始人。