



LikeCoin : 重塑點讚模式

以創造力證明機制回饋創作

白皮書0.9.3版

LikeCoin Foundation Limited

2018年3月19日

目錄

價值主張	2
報酬與創意的重整	2
LikeCoin生態系統元素	3
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
LikeCoin歸屬協議	5
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
LikeCoin挖礦協議	12
LikeRank	12
重塑Like鍵	13
創造力證明	14
Like.co	16
LikeCoin代幣	18
代幣分發	18
代幣銷售	19
收入使用	19
LikeCoin基金會	20
結論	21
附件1：路線圖	22
附件2：人員	24
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。



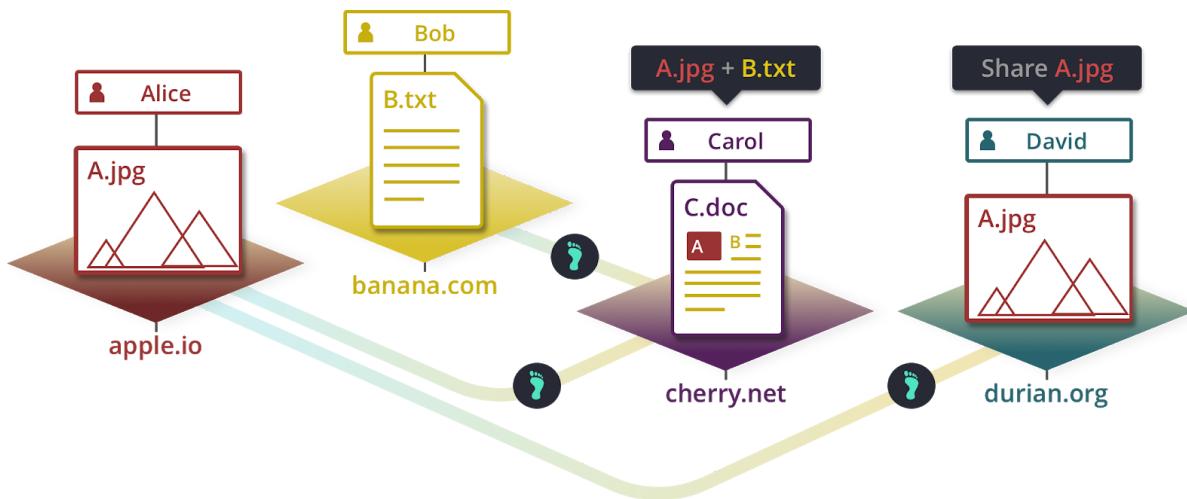
報酬與創意的重整

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（Creative Commons）。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。

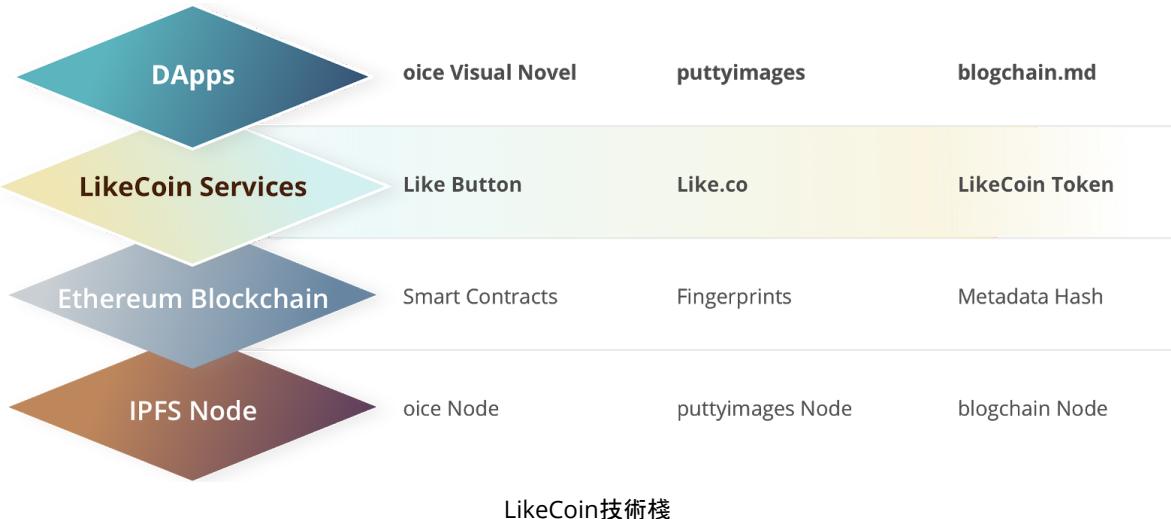
內容分發者

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IPFS¹（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。

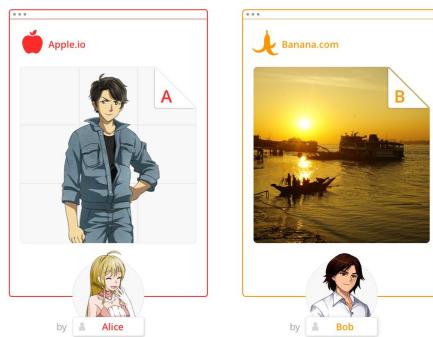
在創意內容庫中，各個創意內容是通過密碼學雜湊（而非URL）來尋址的，由於雜湊僅取決於

¹ 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：

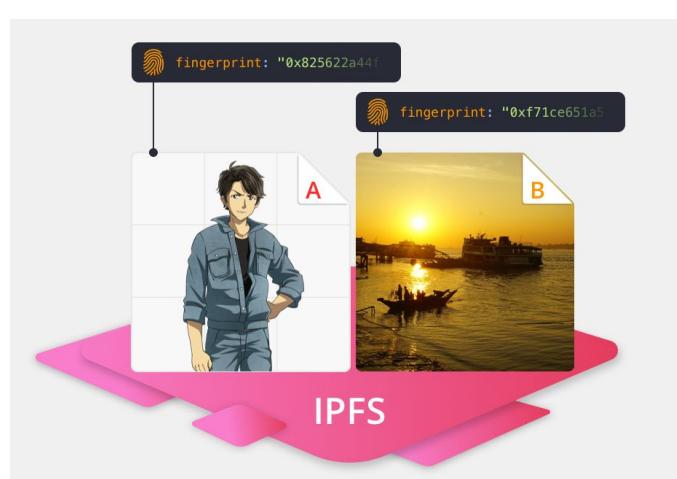


Apple.io和Banana.com是用於創意內容的服務提供商，運行各自的IPFS節點。現在，圖A和圖B存儲並鎖定在IPFS上，分別帶有指紋

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

[QmXWs1nKHbfAHgMjSgB1d6EVCrpskFvrq1px7rfAsJ9dK](#)和

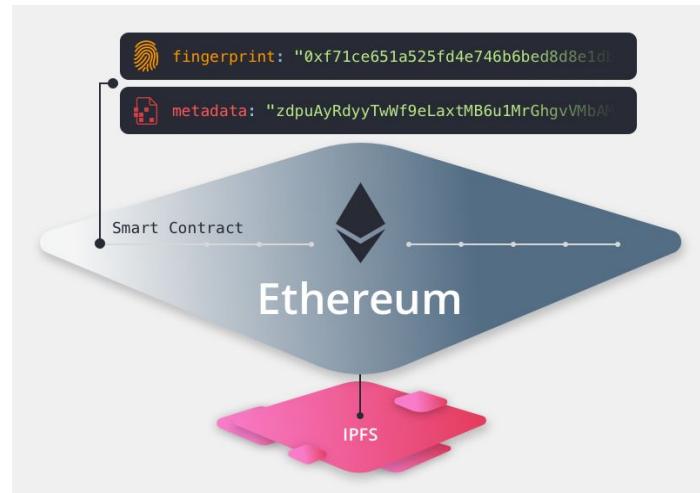
[QmPs3LyZFEuMscttMnkNM2GweTUC2JkdjqWVheF6aEMu7h](#)訪問。



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
[zdpuB1JCLTPNYA7TmedHVR4Py6s2HcXXXZvg9tNWX3yKayMp](#)和
[zdpuAyRdyyTwWf9eLaxtMB6u1MrGhgvVMBAMdYvREWQ11bQ7G](#)。

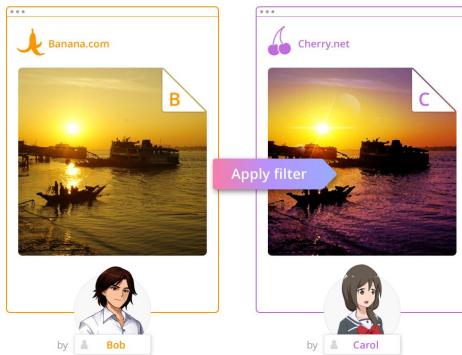


Bob在Banana.com上傳的圖B的內容元資料物件、內容創作者物件和服務提供商物件

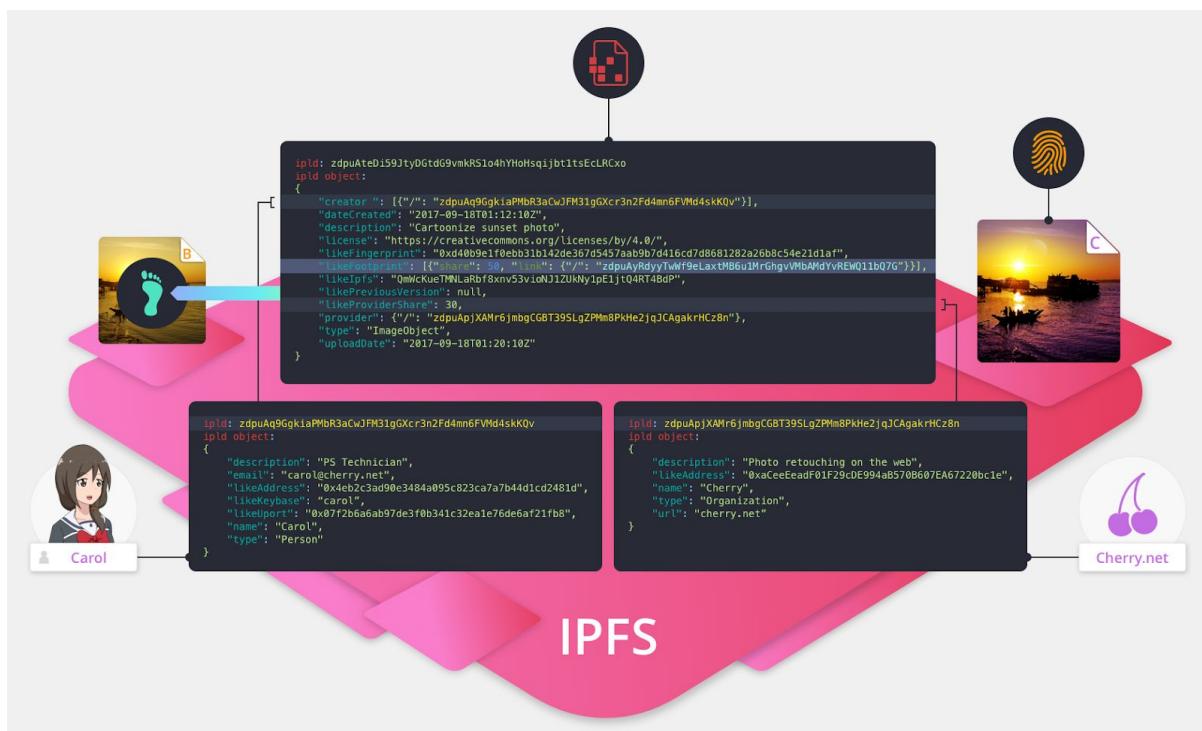
內容足跡

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：

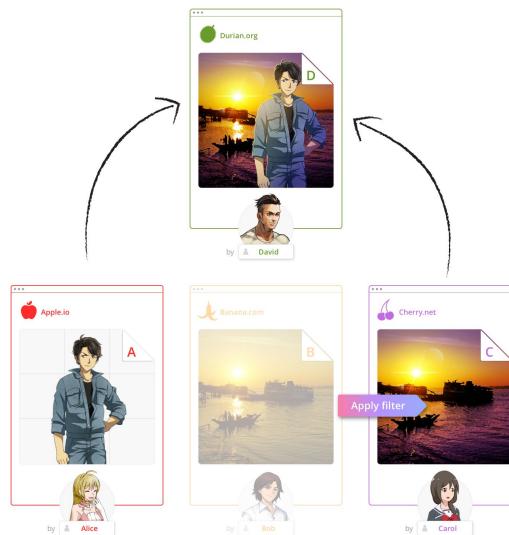


這種情況下，圖C的內容元資料物件將包括指向圖B、Bob和Banana.com的IPLD引用。通過在圖C的IPLDURL中追加 /likeFootprint/0/link，可檢索到B.jpg的IPLD。通過這種方式跟蹤創意內容的內容足跡，可以使衍生作品指向其內容源。



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.et²（POE）和KODAKCoin³（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。

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

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

LikeCoin挖礦協議

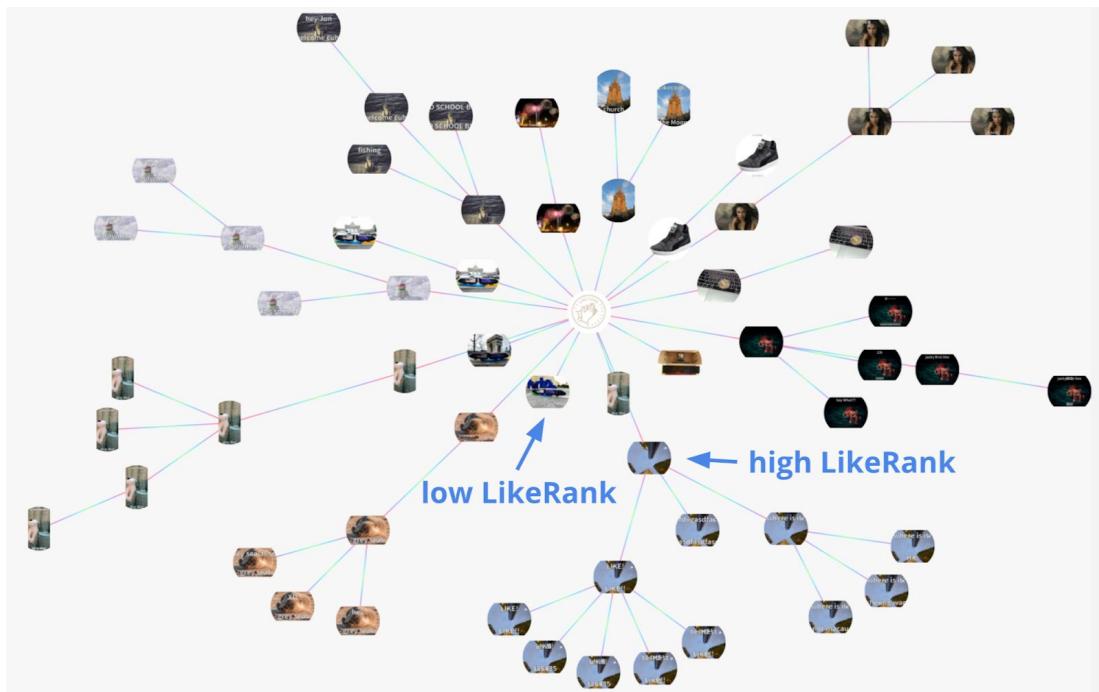
LikeRank

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](#)》⁴，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

⁴ 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。

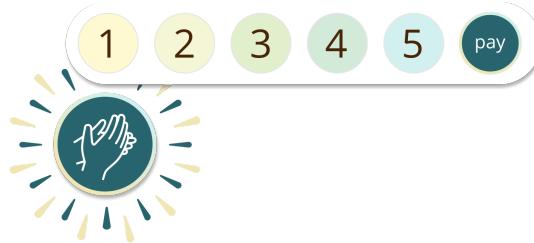
也就是說，LikeCoin促進寬鬆許可，同時也量身定做了商業模式。與傳統觀念相反，內容的許可條件越開放，就越有可能因為更高的LikeRank值和更多的衍生作品而賺到更多的LikeCoin。

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。

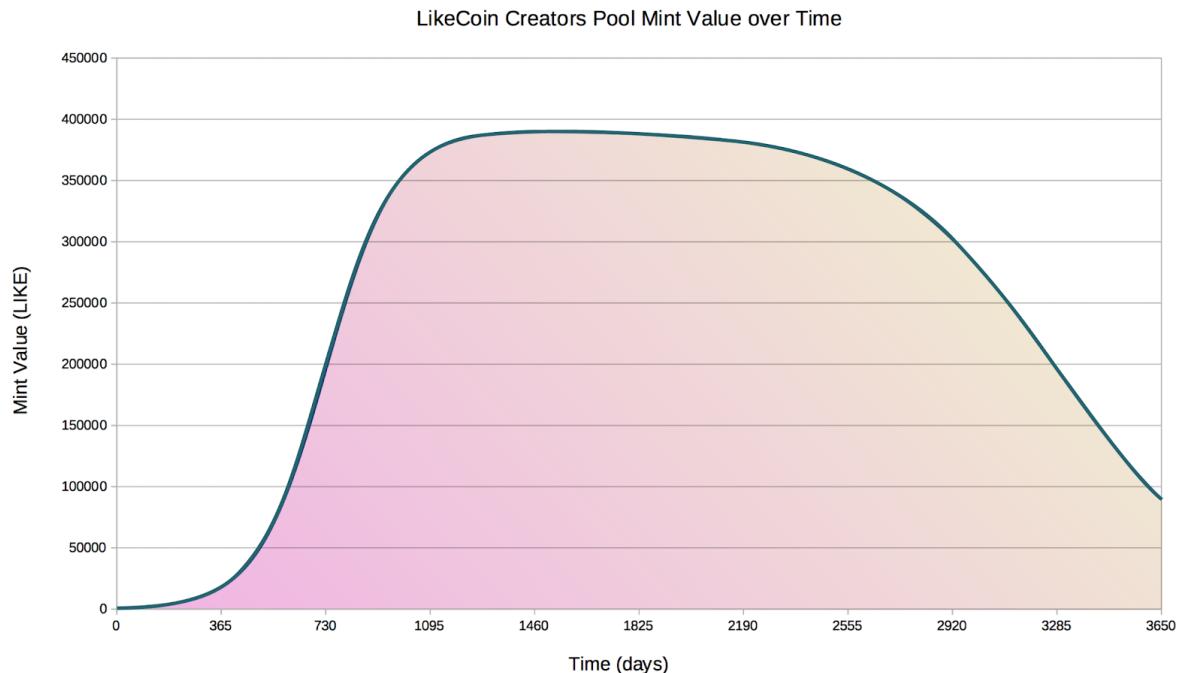
LikeCoin專注於獎勵內容創作者，衡量的是創意內容的重要性，即創造力，並允許內容創作者利用其創意內容挖掘LikeCoin。我們稱之為**創造力證明機制**，或**PoC**。

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：

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

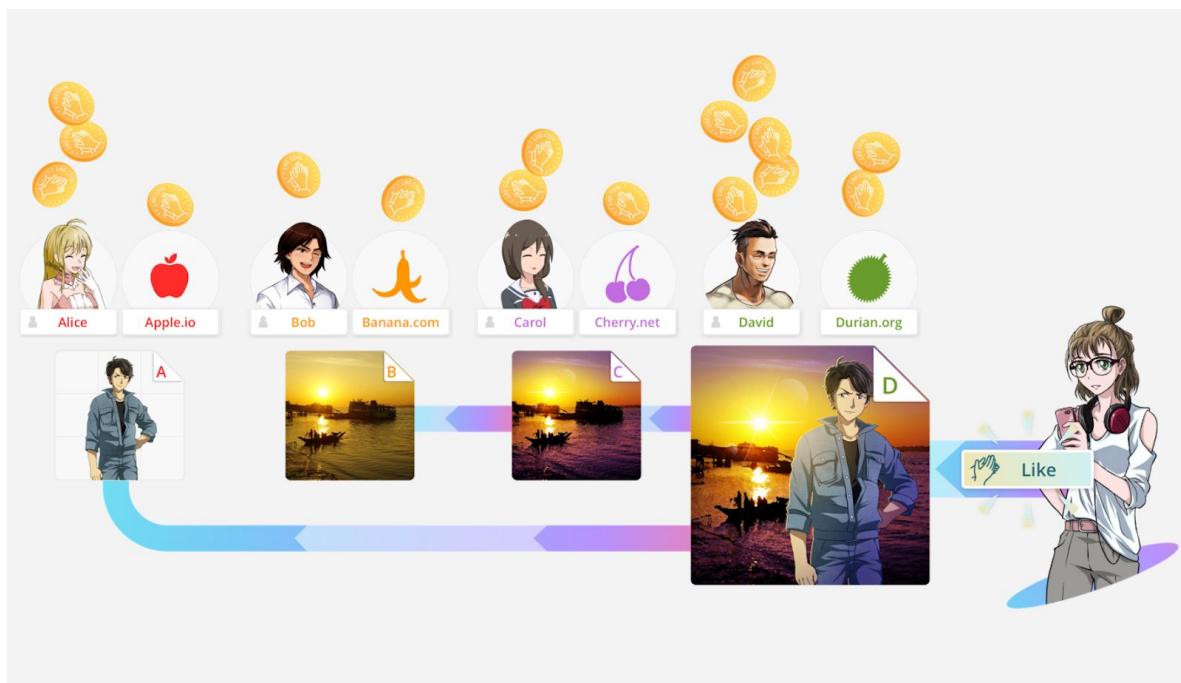


鑄幣公式是根據下列原理和假設製定的：

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. 假定LikeCoin對法定貨幣的兌換率逐漸上升，開始實現LikeCoin的價值。
6. 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LikeCoinID。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。

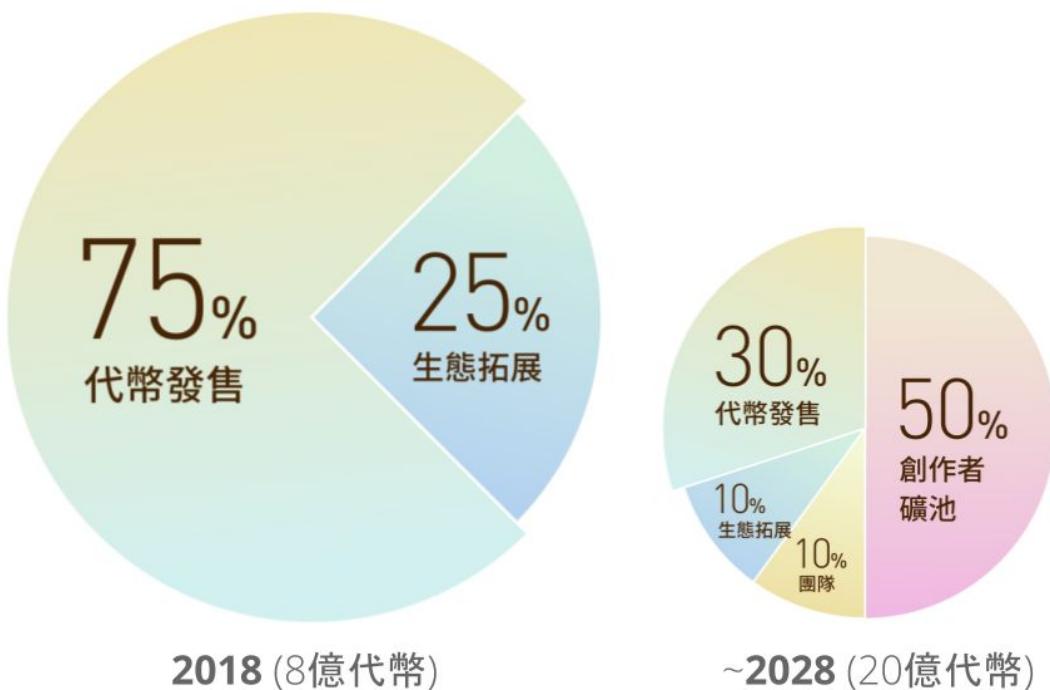
The screenshot shows a web browser window for the LikeCoin Store beta at <https://likecoin.store/ckxpress>. The page features a cartoon character icon and a green button labeled "轉帳 LikeCoin 給 kin ko". Below this, it displays the recipient's LikeCoin ID as "ckxpress" and their wallet address as "0xE88DAF7ca6D1A61A1E4B160e115C932467f6a3". A central input field shows a value of "8.00" with a minus sign on the left and a plus sign on the right. A blue "確認" (Confirm) button is positioned below the input field. At the bottom, there is a link to "Like.co點對點交易" and a "客戶服務" (Customer Service) icon.

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。

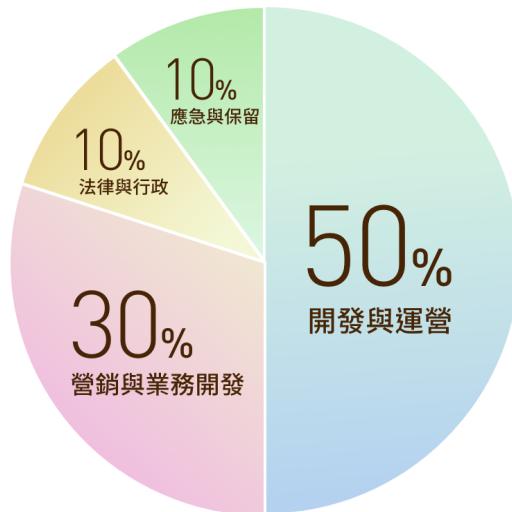
代幣將按四個階段出售：**天使支持者**（50%獎金，即每個以太幣有2萬額外的LikeCoin），**機構支持者**（50%獎金），**早鳥發售**（25%獎金）和**公開發售**（僅有推薦獎金）。代幣銷售結束的剩餘代幣（若有）將轉到生態拓展池。

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。

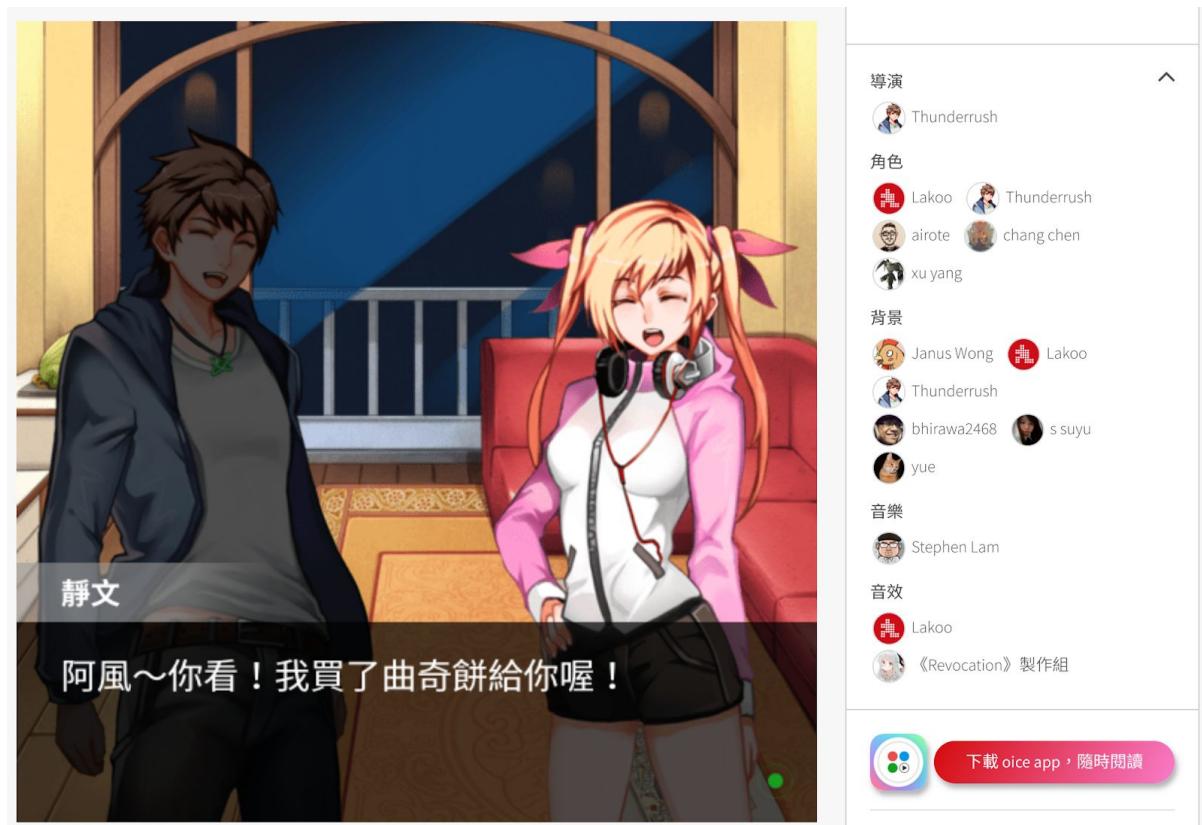
在社區方面，LikeCoin旨在培養為高質量創意內容付費的習慣和文化。通過以創造力證明為挖掘提供大型創作者庫長達10年以上，幫助社會長時間的磨合中逐漸習慣賞金模式。要是範式轉移能在10年內出現，獨立的內容創作者可以在LikeCoin生態系統中謀生，我們視之為LikeCoin的成功。

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。他是一個實時經銷商在線賭場系統的核心開發商，並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。