



LikeCoin : 重塑点赞模式

以创造力证明机制回馈创作

白皮书0.9.3版

LikeCoin Foundation Limited

2018年3月19日

目录

价值主张	2
报酬与创意的重整	2
LikeCoin生态系统元素	3
创意内容	3
内容创作者	3
服务提供商	3
衍生作品	3
内容衍生者	4
内容源	4
原创内容	4
原创者	4
分发内容	4
内容分发者	4
LikeCoin归属协议	5
去中心化的创意内容库	5
指纹和元数据哈希	6
元数据物件	7
内容足迹	9
LikeCoin挖矿协议	12
LikeRank	12
重塑Like键	13
创造力证明	14
Like.co	16
LikeCoin代币	18
代币分发	18
代币销售	19
收入使用	19
LikeCoin基金会	20
结论	21
附件1：路线图	22
附件2：人员	24
独立董事	24
团队	24
顾问	25
早期支持者	25

价值主张

LikeCoin的目标是通过重整创意和报酬，重塑点赞机制。我们针对创意内容套用归属和跨应用协作协议，利用重塑的新**Like键**和我们独特的**LikeRank**算法，通过**创造力证明机制**追踪内容足迹，并回馈内容创作者。



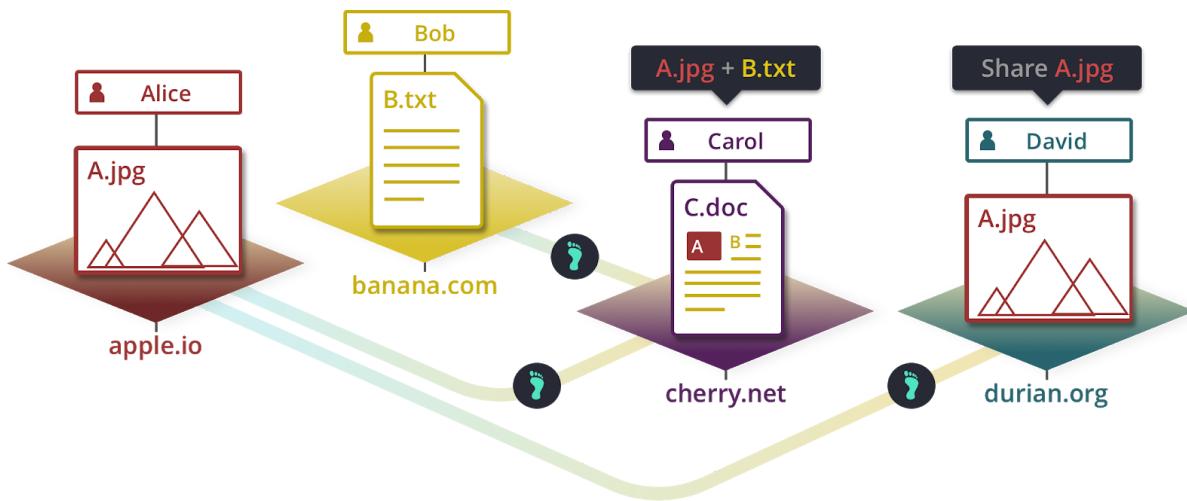
报酬与创意的重整

在互联网上，报酬早已与创意脱钩，对于独立的内容创作者和自由职业者尤其如此。在互联网早期，独立公司能够在网销售作品赚钱，到了现在，互联网的所有技术方面皆已大为改善，唯独遗漏了收入模式。内容创作者并没有得到任何收入，只能得到点赞。虽然有些人可以自由接取项目和广告工作，但这种模式相当间接。因此，LikeCoin协议旨在直接将创意内容变现，使创作者能够专注于创造佳作，而不用费心销售或寻找商业模式。

随着技术发展，拥有智能手机的每个人都是某种内容创作者。尤其是，智能手机拍摄的一些图片，其质量和分辨率可能高达单反相机水平。斜杠族、自由职业的内容创作者和公民记者族群庞大，市场需求极高。一旦报酬和创意得到重整，将激发爆炸性的潜力。

LikeCoin生态系统元素

协作内容创作生态系统涉及各种因素和利益相关者。各自在LikeCoin生态系统的作用可以用以下示例定义：Alice照了一张相片，命名为A.jpg，并上传到Apple.io网站，Bob在Banana.com网站写了一篇文章，命名为B.txt，而Carol采用了他俩的作品，在Cherry.net网站写了一篇文档，命名C.doc；最后，David在Durian.org网站分享了A.jpg。



创意内容

数字照片、插图、文章、素材或声音剪辑。与私人数据相比，**创意内容**允许其他人在特定版权条件下使用，如共享创意（CreativeCommons）。在LikeCoin生态系统中，各个**创意内容**都用唯一的内容指纹表示。在上述示例中，A.jpg、B.txt和C.doc都是**创意内容**。

内容创作者

创作**创意内容**的人。Alice、Bob和Carol都是**内容创作者**。

服务提供商

通过包含**LikeCoin归属协议**和/或**新Like键**而支持LikeCoin协议的网站或应用程序。在上述示例中，Apple.io、Banana.com、Cherry.net和Durian.org都是LikeCoin的**服务提供商**。

衍生作品

在同一或另一**服务提供商**上，采用自身或其他**内容创作者**创作的一个或多个**创意内容**，以生成新的**创意内容**。C.doc即**衍生作品**。

内容衍生者

创作衍生作品的创作者和服务提供商。 Carol是**内容衍生者**。

内容源

衍生作品所采用的创意内容。 内容源本身可以有自身的**内容源**。 A.jpg和B.txt便是C.doc的**内容源**。

原创内容

没有**内容源**的创意内容。 换言之，就是非衍生作品的**创意内容**。 A.jpg和B.txt都是**原创内容**。

原创者

创作**原创内容**的**内容创作者**和**服务提供商**。 Alice和Bob都是**原创者**。

分发内容

使用另一个**创作者**在同一或另一个**服务提供商**中创作的，未经修改的**创意内容**。发布到 Durian.org的A.jpg就是**分发内容**。

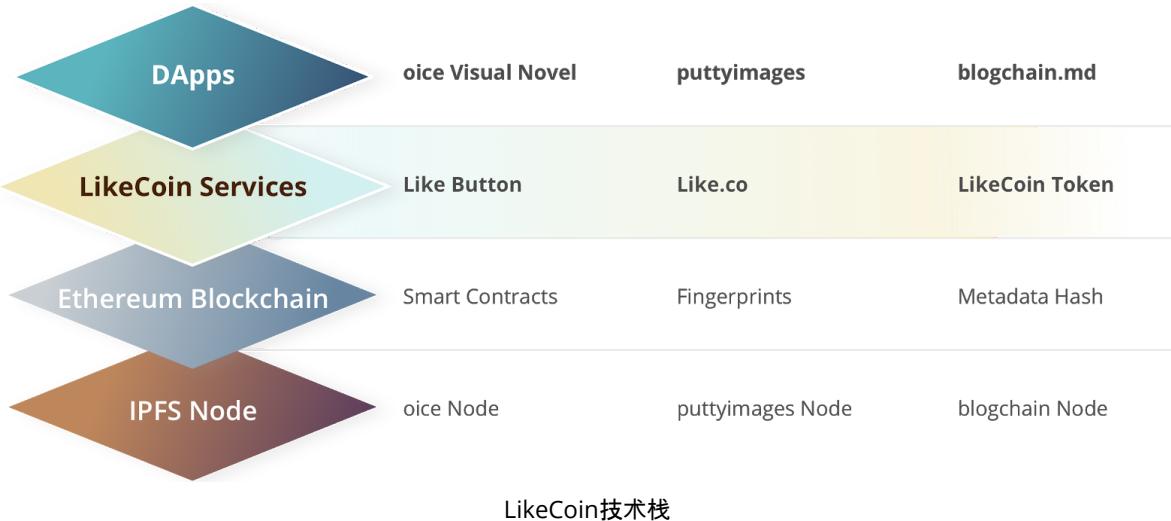
内容分发者

分发内容的**内容创作者**和**服务提供商**。 David和Durian.org都是**内容分发者**。在LikeCoin生态系统中，原创者和内容采用者通过创造力证明从创作者库或观众自身的钱包、内容采用者、内容散布者处获得LikeCoin。

这种利润共享机制是激励**内容创作者**和**服务提供商**采用LikeCoin协议的关键。

LikeCoin归属协议

LikeCoin为创意内容创建独特指纹，并跟踪所有衍生作品的内容足迹及其内容创作者和服务提供商。不仅如此，LikeCoin还倡议使用归属和跨应用协作的创造力证明机制。



去中心化的创意内容库

LikeCoin传输协议的基石是一个去中心化、全球性、有弹性的IPFS¹（星际文件系统）创意内容库。

LikeCoin服务提供商在原创者、内容衍生者和内容散布者之间扮演一个或多个角色。原创者负责孕育创意内容，并在区块链上记录数据，供其他内容创作者使用。当内容获点赞或超级赞时，内容创作者和服务提供商都将获得LikeCoin，作为奖励（请参阅**LikeCoin挖矿协议**一章）。

由LikeCoinFoundation资助的两个主要原创者DApps（去中心化应用）将包括**puttyimages**和**blogchain.md**，前者是公开的图片库DApp，后者是一个博客DApp，把每篇文章的内容指纹记录在LikeCoin智能合约上。另外，以重组素材为核心的故事编辑oice，作为内容衍生者，也由LikeCoinFoundation资助开发。

另一方面，内容分发者在LikeCoin生态系统中显示或播放创意内容，比如[Famisu](#)、[Lifehack.org](#)、[TheInitium](#)和[TheStandNews](#)等。

各个原创者和内容衍生者运行各自的IPFS节点，并负责把从内容创作者得来的文件锁定，避免被删除，确保传播。由于全球IPFS节点能够互相帮助分发内容，这种去中心化的创意内容库也能充当内容分发网络，加速访问，尤其是网络骨干无法到达的位置。服务提供商不必费心用户从哪个IPFS节点获取内容。

在创意内容库中，各个创意内容是通过密码学哈希（而非URL）来寻址的，由于哈希仅取决于

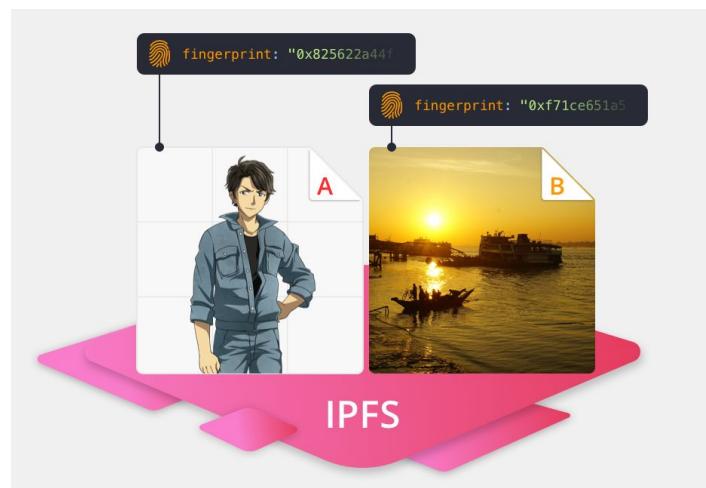
¹ Juan Benet, IPFS白皮书，<https://ipfs.io/ipfs/QmR7GSQM93Cx5eAg6a6yRzNde1FQv7uL6X1o4k7zrJa3LX/ipfs.draft3.pdf>

创意内容本身，应用程序层中如域名、IP和目录结构等任何更改都不会导致内容地址的更改。因此，内容地址将与内容的创建或使用的应用程序相分离，使其保持一致，永不过时。这可以防止创意内容被特定应用程序如Facebook、Instagram封起。这种密码学哈希，在LikeCoin传输协议中被称为内容指纹。

作为案例，让我们假设内容创作者Alice在服务提供商Apple.io上画了图A，而内容创作者Bob把图B上传到服务提供商Banana.com：



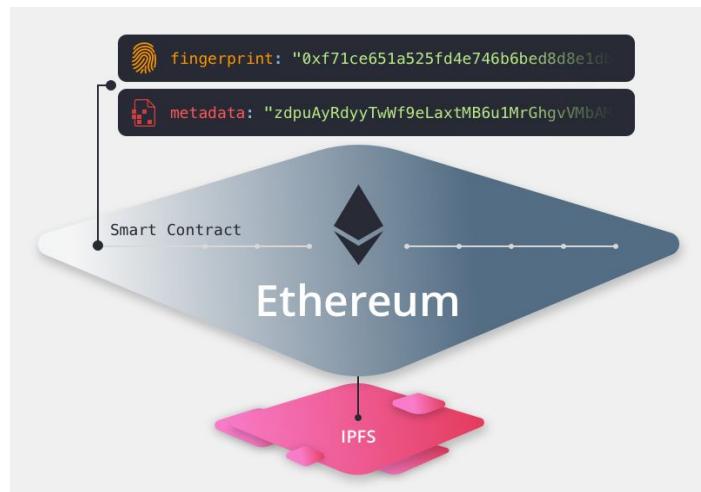
Apple.io和Banana.com是用于创意内容的服务提供商，运行各自的IPFS节点。现在，图A和图B存储并锁定在IPFS上，分别带有指纹
0x825622a44f13fdb776d72570458ae0dc664efbe8b231735b3d838c3739acce34和
0xf71ce651a525fd4e746b6bed8d8e1db4052912d88313a93d076e27540a8ecd4f，并可通过IPFS网关用相应的IPFS地址<QmXWs1nKHbfAHgMjSgB1d6EVCrpskFvrq1px7rfAsJ9dK>和<QmPs3LyZFEuMscttMnkNM2GweTUC2JkdJqWVheF6aEMu7h>访问。



指纹和元数据哈希

图A和图B存储到IPFS的同时，系统通过SHA-256哈希函数生成了各个文件唯一而且一对一的**内容指纹**。图像的元数据作为IPFS的**IPLD**物件储存于区块链外（参见下章**元数据物件**）。只有**元数据哈希**和**内容指纹**，通过服务提供商的私钥和LikeCoin智能合约一起写入以太坊区块链。这种双层结构大大提升速度和灵活性，尽可能节省写入以太坊所需的交易费用（gas）。

继续之前的例子，图A和图B的**内容指纹**和**元数据哈希**通过Apple.io和Banana.com各自的LikeCoin智能合约写入以太坊。所需的交易费用由服务提供商承担。



元数据物件

元数据存储为IPLD物件，作为链接物件，可以包含其他IPLD物件的引用哈希，并在它们之间生成路径。因为IPLD物件将存储到IPFS上，它们也以1对1的哈希表示。此功能用于生成每个创意内容的**内容足迹**，具体将在下一节讨论。

按照schema.org的ImageObject方案，LikeCoin协议定义了三种**IPLD**物件，分别为：**内容元数据物件**、**服务提供商物件**和**内容创作者物件**，三者均是通过物件的哈希相互关联的。

内容元数据IPLD物件

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

内容创作者IPLD物件

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

```

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

```

服务提供商IPLD物件

```

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

```

在示例中，图A和图B的元数据都作为**内容元数据物件**存储在IPFS中，进一步引用了相应的**内容创作者物件**和**服务提供商物件**。内容元数据物件的IPLD地址各为 [zdpuB1JCLTPNYA7TmedHVR4Py6s2HcXXXZvg9tNWX3yKayMp](#) 和 [zdpuAyRdyyTwWf9eLaxtMB6u1MrGhgvVMBAMdYvREWQ11bQ7G](#)。

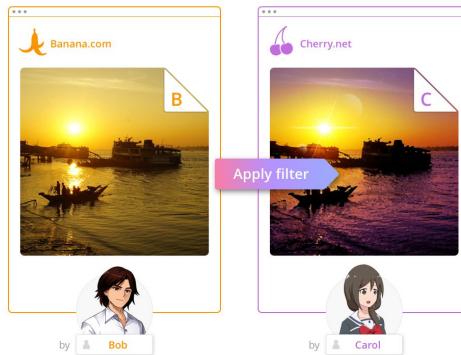


Bob在Banana.com上传的图B的内容元数据物件、内容创作者物件和服务提供商物件

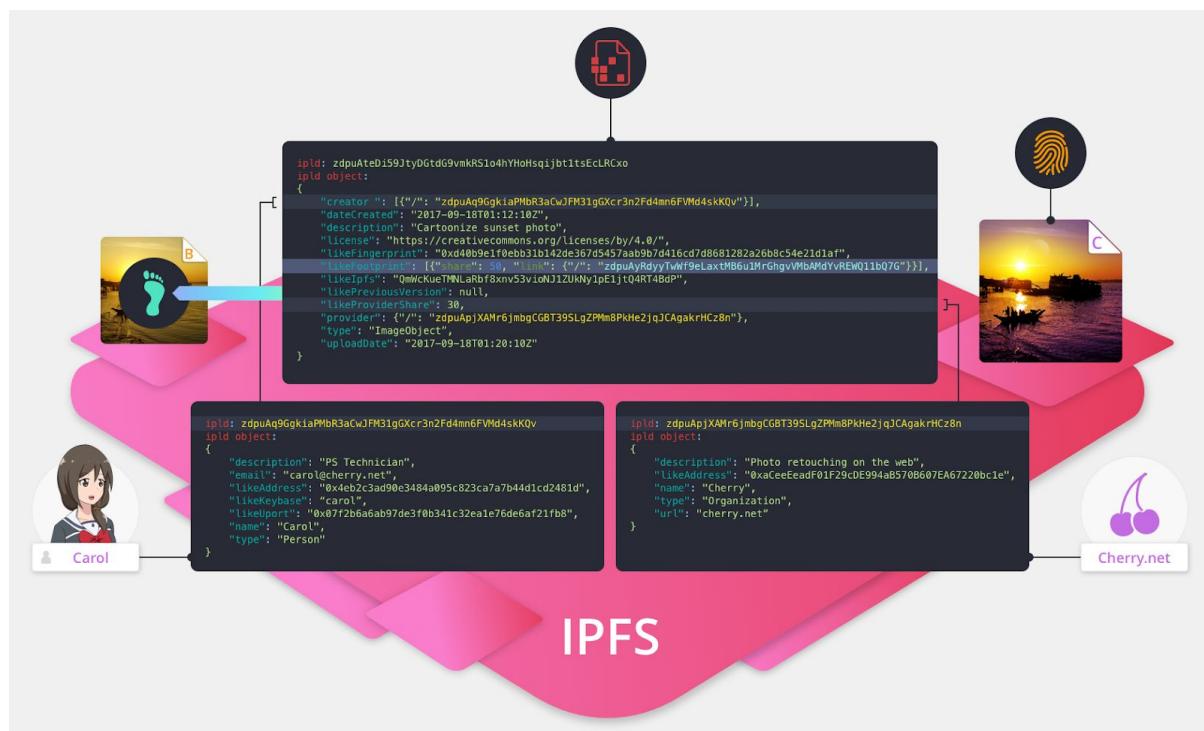
内容足迹

内容指纹就像是创造性内容的DNA，而内容足迹就像是家谱。

对于LikeCoin协议中的每个衍生作品，内容源的IPLD引用都记录在元数据物件中的**足迹数组**中。示例中，如果Carol使用Cherry.net在图B上应用一个滤镜来生成图C：

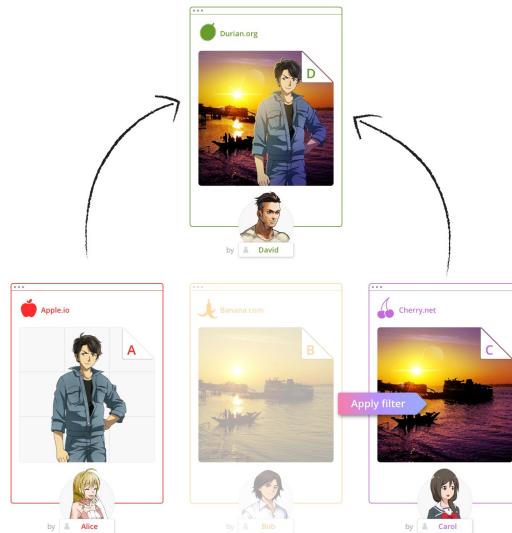


这种情况下，图C的**内容元数据物件**将包括指向图B、Bob和Banana.com的**IPLD**引用。通过在图C的IPLDURL中追加 /likeFootprint/0/link，可检索到B.jpg的IPLD。通过这种方式跟踪创意内容的**内容足迹**，可以使衍生作品指向其**内容源**。



新创意内容的内容足迹只能参考现有的内容指纹，使内容足迹关系形成一个与引文图相似的

有向无环图。此结构能够对特定创意内容的继承树进行简单分析。它还防止在利润共享过程中存在任何引用循环。



例如，David作为一个内容创作者在Durian.org上设计了一张海报图D，采用了图A和图C，而图C本身是B.jpg的衍生作品：

与之前的情况类似，在这种情况下，IPLD引用的内容源为和图A和图C，被写入到图D的元数据物件。由于图C的内容源被写入图B，所以图B也可以追溯为图D的2级内容源。



各种区块链项目，如po.et²（POE）和KODAKCoin³（柯达币）使用类似于内容指纹的技术来跟踪照片版权，而LikeCoin独树一帜，用**内容足迹**技术来跟踪内容的衍生作品。

内容指纹是静态的，表明内容的所有者；然而内容足迹是动态的，它可以跟踪内容是如何从一个内容创作者流向另一个内容创作者，从一个服务提供商流向另一个服务提供商。内容指纹是关于所有权的；内容足迹是关于协作的。

我们真心认为保护内容创作者版权是一项崇高的任务，但LikeCoin的使命是，在获得宽松许可（如共享创意）的情况下，以合理的报酬促进创意的最大化利用。**内容足迹**构成了LikeCoin挖矿机制的基础，这将在下一节讨论。

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

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

LikeCoin挖矿协议

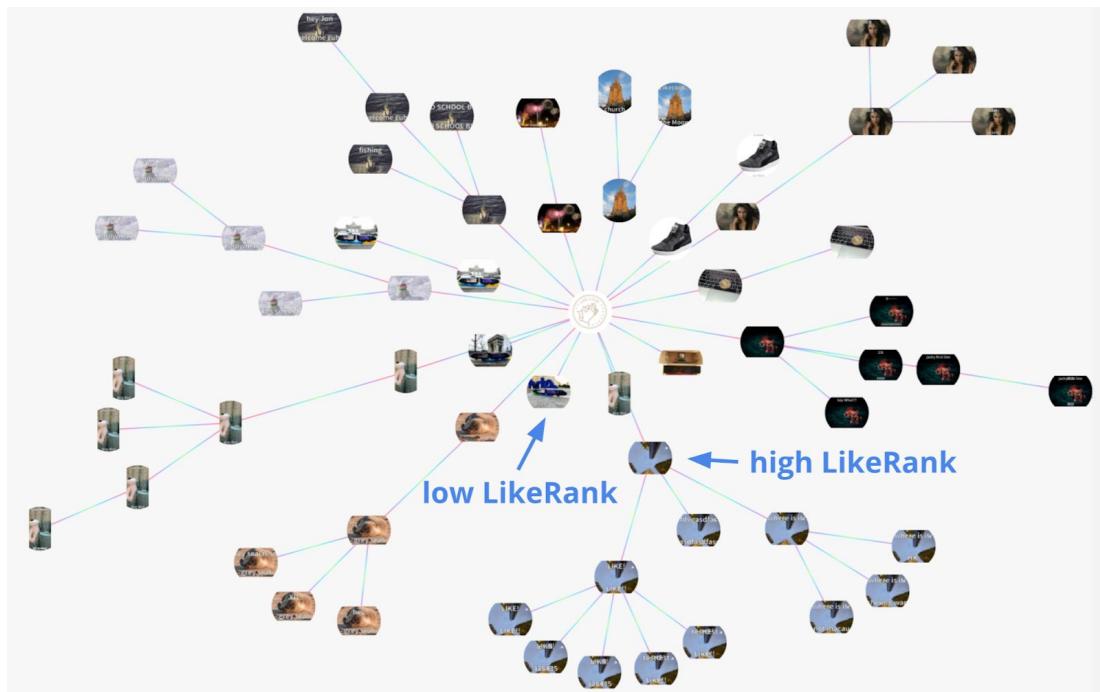
LikeRank

20年前，LarryPage和他在斯坦福的同学发表了现在很有名的一篇论文《[The PageRank Citation Ranking: Bringing Order to the Web](#)》⁴，奠定了谷歌搜索的基本技术。

受论文引述的启发，网页排名是革命性的创造。正如论文标题所说，它给网络带来了秩序。在出现网页排名之前，网络搜索几乎总是搜到虽然包含关键字，但却毫不相关的网页。

然而，网页排名只能覆盖网页，但不包括图像、视频和音乐等创意内容。我们知道通常包括各种创意内容的网页的重要性，却不知道特定的创意内容的重要性。LikeRank正是为了解决这一问题而设计的。

根据LikeCoin协议中的内容足迹跟踪，**LikeRank**衡量创意内容的重要性或创造性（如我们在本文对其的定义）。一般而言，某一创意内容产生的衍生作品越多，其就越具有创造性，因而该内容的LikeRank值越高。LikeRank是衡量该内容创造性的量词。



[LikeRank概念证明](#)

显而易见，这种创意定义是在更宽松、开放的许可条款下鼓励分享和点赞内容的。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](#)

其他条件相同的情况下，cc0条款下许可的内容比CCBY-NC-ND（署名-非商业性使用-禁止演绎）条款下许可的内容享有更高的LikeRank值。相比之下，限制性更强的许可（如版权保留权）会降低LikeRank值。此外，有了宽松的许可，将产生更多的衍生作品，有助于提高LikeRank值。

LikeRank还可用于通过LikeCoin协议激励适当的归属。适当归属的创意内容享有LikeRank奖励，而没有遵循归属协议的衍生作品，由于没有内容指纹，排除在LikeCoin生态系统之外，自然不会收到LikeCoin。

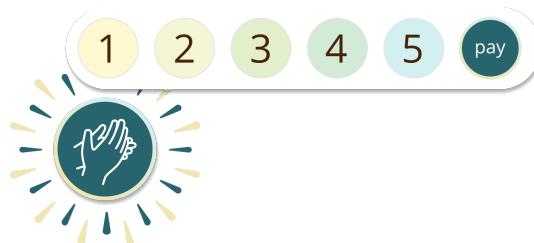
也就是说，LikeCoin促进宽松许可，同时也量身定做了商业模式。与传统观念相反，内容的许可条件越开放，就越有可能因为更高的LikeRank值和更多的衍生作品而赚到更多的LikeCoin。

重塑Like键

网页排名已经有20年历史了，而Like键则有10年。Like键是Friendfeed应Facebook要求于2007年10月30日推出的。

Like键是革命性的创造，但历经多年其作用已然恶化。获得成千上万的点赞几乎没有什么意义。从推出到现在，它从未给内容创作者带来收入——不管内容收到多少个赞，内容创作者什么也没得到。LikeCoin就是要改变这一点。

LikeCoin的Like键旨在将用户体验合二为一。通过点击/单击Like键1至5次，或长按/悬停，然后拖到1-5，用户表现出赞赏并帮助内容创作者从创作者库挖掘LikeCoin。如果用户非常欣赏，则可能会直接点击“超级赞”，自己花钱支付内容创作者一定数量的LikeCoin。



我们将这两种用户体验结合起来，不仅是为了方便起见，更是为了逐渐培养用户行为。大多数互联网用户都习惯于免费赞赏内容，只有一小部分人会花钱支付内容创作者。我们认为，创意内容具有内在价值，而内容消费者需要接受价值。为了补充广告模式，我们让一个新的生态系统成为可能，即内容消费者直接根据赞赏等级支付内容创作者。

创造力证明

虽然区块链矿工通常将挖矿理解为解决数学问题，但并非如此。举例来说，赌注证明（PoS）机制不涉及哈希功率，因此对环境几乎没有任何影响。

LikeCoin专注于奖励内容创作者，衡量的是创意内容的重要性，即创造力，并允许内容创作者利用其创意内容挖掘LikeCoin。我们称之为**创造力证明机制**，或**PoC**。

PoC有两种度量创造力的方式：

1. 创意内容的LikeRank值越高，就越有创意。
2. 创意内容收到的点赞越多，就越有创意。

从长远来看，将10亿的创作者库（占LikeCoin代币总数的50%）保留为挖掘池。根据以下公式，每t天，x个LikeCoin将从创作者库铸造出来分派给内容创作者：

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

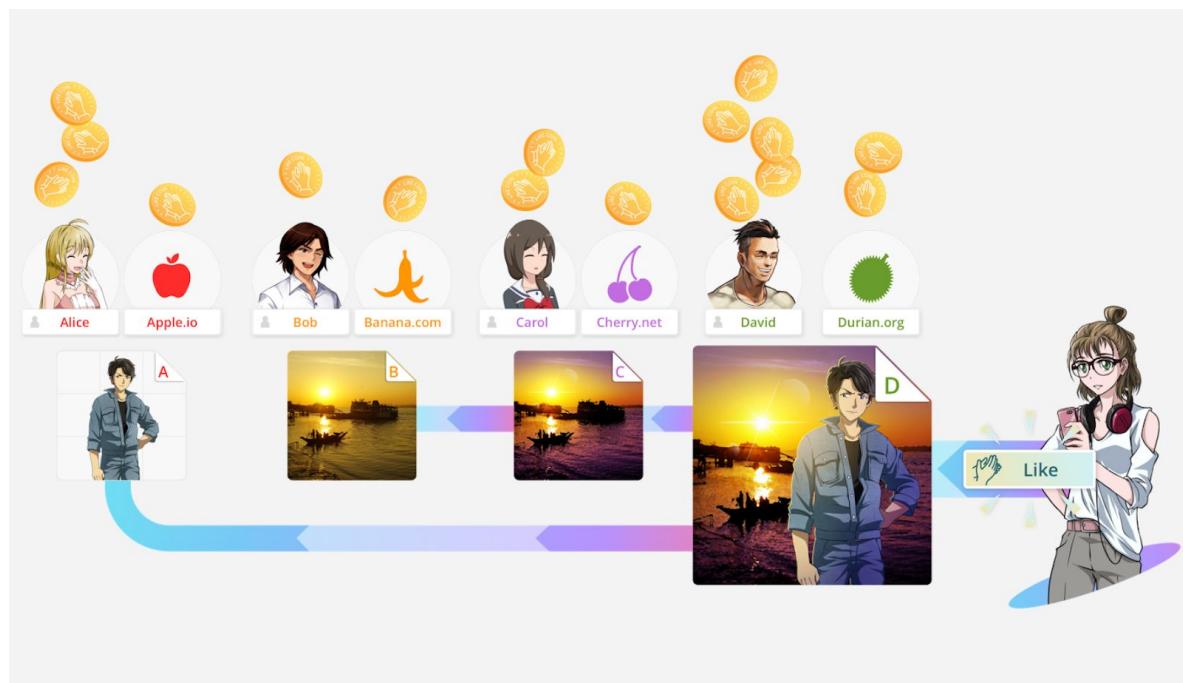


铸币公式是根据下列原理和假设制定的：

1. 大部分（90%）创作者库要花10年铸造。我们认为，消费者通过高质量的创意内容获得价值并鼓励自愿支付。但培养态度是一个漫长的过程，所以我们留出了10年供消费者转换态度。最终，我们的目标是与广告模式共存的小费模型。
2. 根据我们的公式，铸币将在十年后完成，并具有极大的长尾效应（28年）。这给了社群接纳的时间。
3. 铸币开始将非常缓慢。它让内容创作者和服务提供商有时间加入LikeCoin生态系统，避免早期投入者过度受益。
4. 然而，假定一年后创意内容的数量会迅速增加。
5. 假定LikeCoin对法定货币的兑换率逐渐上升，开始实现LikeCoin的价值。
6. 将每天重新设置难度因素，以便分配给内容创作者的LikeCoin总数等于LikeCoin铸币总数量。

以365天为例。 $x = \frac{391132.253127}{1 + e^{-\frac{t-730}{120}}} = 17,827$ 个LikeCoin得以铸造。于同样的天数，1万个创意

内容从全体服务供应商处收获总计100万点赞。在365GMT天结束时，按照这1万个创意内容收到的点赞数和LikeRank分配LikeCoin。衍生作品获得点赞的话，源作品也会收到一定比例的LikeCoin。创意内容的服务提供商也会收到一部分。计算难度因素，使以上所有数字相加正好是17,827。



通过创造力证明巧妙解决问题

计算的详细信息如下：

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

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

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

其中，

$Children(x)$ = 设定内容x的直接子项（衍生作品）

$Parent(x)$ = 设定内容x的直接母项（内容源）

$Weight(x, y)$ = 作为内容x的直接母项的内容y权重

$Weight(x, y)$ = 作为内容x的直接母项的内容y权重

$Like(x, 0)$ = 内容x直接从观众处获得的点赞数，调整以维护公平

$Like(x, n)$ 当 $n > 0$ = 内容x作为其他内容的来源所获得的点赞数

$EffectiveLike(x)$ = 减去分派给母项的点赞数并加上从子项获得的点赞数后，内容x的最终点赞数

$LikeRank(x)$ = 内容x的LikeRank，经由许可和后代树计算

$Mint$ = 在给定日期结束后从创作者库铸造出来的LikeCoin数量

$LikeCoin(x)$ = 分发给内容X钱包地址的LikeCoin数量

Like.co

为了使公能够方便地浏览LikeCoin智能合约并保持透明性，将在[Like.co](#)设置挖矿页，披露创作者库代币分发的详细分析，包括但不限于：

1. 从第1天开始说明LikeCoin每天的铸币数量
2. 收到LikeCoin的内容数量及收到的平均值。
3. 各个内容收到的LikeCoin数量。
4. 最新的PoC难度。

内容创作者可以轻松地在Like.co中访问自己的创意内容，并收到详细的分析。

Like.co也将作为点对点支付网站。每个内容创作者都有自己类似于推特帐户的LikeCoinID。用户可以通过简洁的界面传输LikeCoin，而无需向以太网支付交易费用。这是由LikeCoin智能合约中的指定函数实现的，其中LikeCoin基金会充当了在超级赞用户和其他点对点传输者之间的LikeCoin代币传输代理。

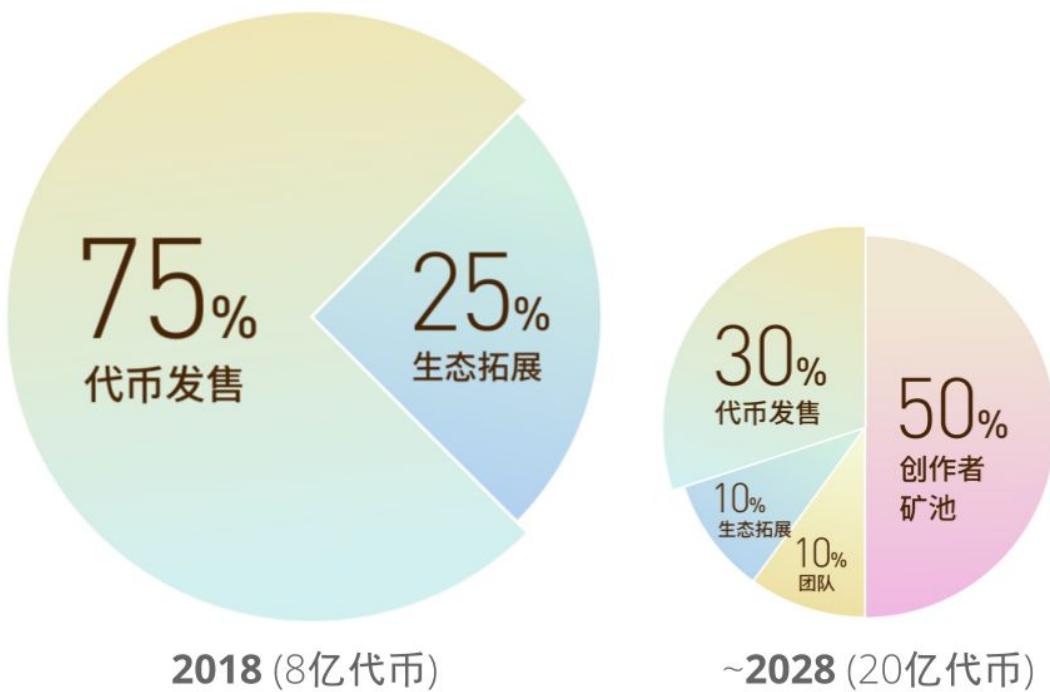
The screenshot shows a web browser window for the LikeCoin Store beta at <https://likecoin.store/ckxpress>. The page features a cartoon character icon and a green button labeled "轉帳 LikeCoin 給 kin ko". Below this, it displays the recipient's LikeCoin ID as "ckxpress" and their wallet address as "0xEEE88DAF7ca6D1A61A1E4B160e115C932467f6a3". 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 "[Like.co点对点交易](#)". The browser toolbar includes icons for search, star, refresh, and various social media sharing options.

LikeCoin代币

LikeCoin是基于以太坊的实用型代币（utilitytoken），并遵守ERC-20标准。

代币分发

LikeCoin代币总额为20亿，分为4个池：代币销售（6亿）、生态拓展（2亿）、团队（2亿）和创作者（10亿）。



在代币销售之前，基金会先铸造**生态拓展池**的2亿代币，以开始构建LikeCoin生态。此代币用于销售和营销、赏金计划，在创造力证明挖掘正式开始之前奖励内容创作者，以及任何有利于生态系统的发展项目。

然后，在代币公开销售期间，将按买方提供的以太网数额比例铸造高达6亿的代币（请参见下一节：**代币销售**）。

代币出售后，**团队池**中的代币将用于支付工资。为团队、顾问和潜在顾问保留的代币高达2亿，等待期至少为48个月。大多数团队成员以LikeCoin作为报酬。

最后，根据一套按照创造力证明奖励内容的公式（参考上述**LikeCoin挖矿协议一章**），**创作者矿池**每天都会铸造一定数量的代币。这将是一个超过10年的过程，造币总数量将在期末达到10亿。

代币销售

在代币销售期间，LikeCoin代币只可与以太币互换。标准兑换率为1以太币 : 4万LikeCoin，有6个月锁定期的可选奖励。

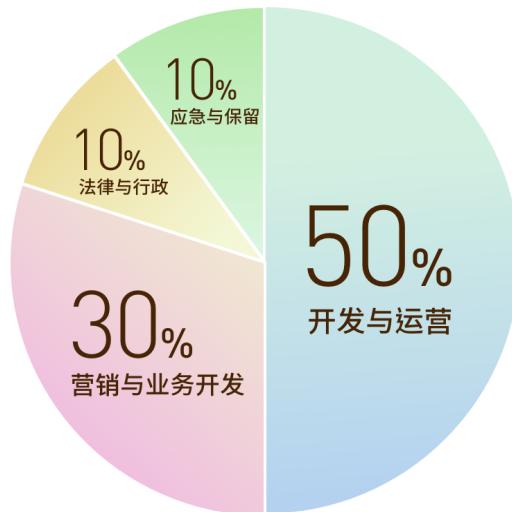
代币将按四个阶段出售：**天使支持者**（50%奖金，即每个以太币有2万额外的LikeCoin），**机构支持者**（50%奖金），**早鸟发售**（25%奖金）和**公开发售**（仅有推荐奖金）。代币销售结束的剩余代币（若有）将转到生态拓展池。

清晰一点，LikeCoin是设计成实用于创意内容生态内，LikeCoin持有者并不会得到董事会或者股东大会的投票权。

批次	ETH	奖赏*	LikeCoin	%
天使支持者	1,200	50%	72,000,000	12%
机构支持者	3,000	50%	180,000,000	30%
早鸟发售	1,200	25%	60,000,000	10%
公开发售	7,200	-	288,000,000	48%
上限:	12,600	发行量:	600,000,000	100%

代币销售计划 (*奖金有6个月的锁定期)

收入使用



虽然团队的主要报酬和部分生态拓展可以LikeCoin代币支付，其他费用仍需以代币出售的收入，用以太币或兑换成其他地区的法定货币解决。

50%的收益被编入预算，用于开发和运营，特别是承载创意内容；30%用于营销和开发；10%用于法律和管理，最后10%用于应急和长期储备。

LikeCoin基金会

LikeCoin代币及其销售收入由LikeCoin Foundation Limited管理，该公司是《香港税务条例》第88条项下的免税非政府机构。基金会的董事是独立的，负责监督代币发行、工资单或材料承包商的报酬和总收入的使用。基金公司的财务报告已向[大众](#)公布，并将一直如此。

LikeCoin团队是Foundation或其子公司的员工，将LikeCoin协议作为一个开源项目在GPL3.0许可下进行管理。基金公司创建的内容，包括本白皮书，将通过共享创意（Creative Commons）进行授权许可。

结论

为了将创意和报酬重新挂钩，LikeCoin归属和挖矿协议通过提供合理报酬，激励内容创作者使用开放式授权。合理回报和开放式授权两种元素相辅相成，最大限度地利用内容创作者的创造力。

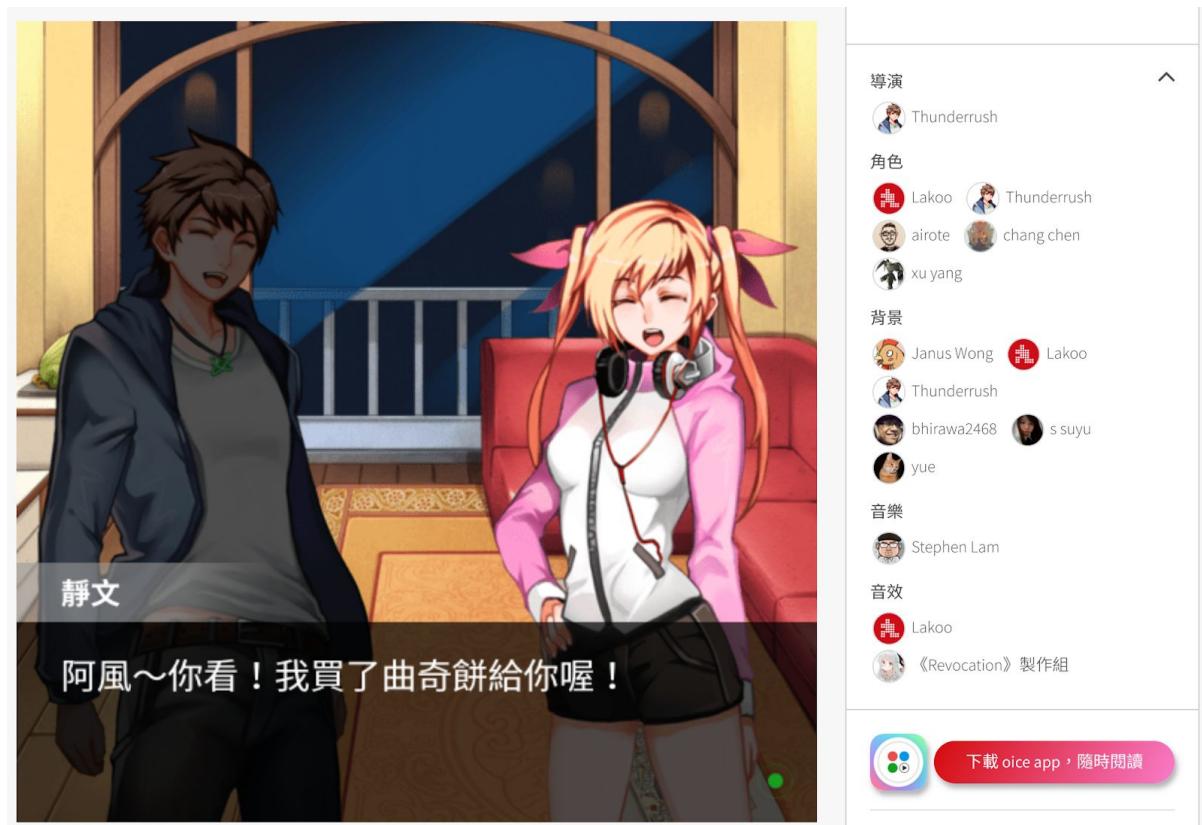
在社区方面，LikeCoin旨在培养为高质量创意内容付费的习惯和文化。通过以创造力证明为挖掘提供大型创作者库长达10年以上，帮助社会长时间的磨合中逐渐习惯赏金模式。要是范式转移能在10年内出现，独立的内容创作者可以在LikeCoin生态系统中谋生，我们视之为LikeCoin的成功。

附件1：路线图



2017年Q1至Q3：发想、研发。团队开发了oice，一个视觉小说编辑器，即LikeCoin的缘起。作者可利用oice混编由其他内容创作者提供的图像和音乐素材，制作互动故事，系统会在旁边自动显示参与的内容创作者的详细信息。

团队希望，当故事获得收入，每一个参与的内容创作者都能在制作人员名单外获取一份收入。我们评估了大量的技术和工具，但都没能满足要求，最终将目光转向加密货币。然后，我们归纳总结了自身想法，扩大到更广泛的应用场景，LikeCoin传输协议就此诞生。



由Thunderrush导演的oice视觉小说《Free-lancer》

2017年第四季度：早期参与者销售：一系列的文章解释了LikeCoin协议的概念和设计，以及部署到Rinkeby测试网络的概念证明，LikeCoin代币针对早期参与者的私人销售完美收官。已筹资1200以太币用于协议和营销开发。

2018年第一季度：推出LikeCoin代币、Like.co和ID：LikeCoin主要智能合约已部署到主网用于生产。LikeCoinID注册向公众开放。Like.co可进行LikeCoin代币点对点转换。

2018年第二季度：puttyimages和blogchain.md原型：启动开发puttyimages和blogchain.mdDApps，在测试网部署原型。在oice模拟挖掘创造力证明。在早期采用者网站为内容创作者提供LikeCoin点对点支付功能。公开出售LikeCoin代币。

2018年第三季度：启动puttyimages：在主网启动puttyimages和blogchain.md DApps，内容创作者开始上传创意内容。

2018年第四季度：推出Like键：Like键SDK可供早期采用者使用。启动多语言的puttyimages和blogchain.md国际版本。将开始小规模的创造力证明挖掘。

2019年：推出blogchain.md；扩大LikeCoin生态系统规模：Like键WordPress插件和其他SDK可供公众使用。oice后端与LikeCoin协议合并。

附件2：人员

独立董事

朱成志（Jacky Chu）：数字货币BTC、ETH、IOTA、VEN和ARDR的早期投资者；中国风险投资者；希望平板基金公司的创始者；特许管理会计师协会会员。Jacky之前从事毕马威律师事务所（KPMG）的业务服务以及IMSHealth的管理顾问。持有哥伦比亚大学计算机管理学院、香港中文大学的毕业证书，Jacky致力于利用数据技术使慈善部门转型。

温泽君（Bonita Wang）：香港首个慈善评级网站明施慎选的创始人，根据审计报告及慈善机构的宣传资料，衡量其营运效率及基金需求。Bonita拥有Big4和私募股本经验。她持有香港科技大学投资管理科学硕士学位，以及俄亥俄州立大学经济学学士学位。

团队

高重建（kin ko）：产品设计师；创始人；ceo-当需要有一个时。kin是一名互联网老将，1999年成立游戏开发商[拉阔](#)，该公司获得了腾讯和红杉资本支持。他经营公司达18年之久，大部分时间都在中国，之后退出公司，于2017年在香港成立LikeCoin Foundation。kin计算机工程学和社会科学的双重背景反映了他的强烈信念，即技术和人类不可且不应分割。

黄竖心（Aludirk Wong）：系统架构师。在十多年的软件工程师生涯中，Aludirk特别关注系统设计和软件开发方法。他是一个实时经销商在线赌场系统的核心开发商，并负责开发一个大规模多人在线游戏。近年来，Aludirk痴迷于区块链和机器学习研究。

高欣（Jacky Ko）：首席营销官。Jakcy是奥迪斯有限公司的创始人，是香港零售销售服务市场的领头羊。他拥有16年以上的设备服务经验，如视觉显示管理、零售审计和POSM安排，奥迪斯是香港市场的顶尖人才，拥有包括联合利华、美赞臣、雅培、利洁时、Frieslandfood、葛兰素、英美烟草公司、强生、淘大、好来化工等在内的长期客户。

庄唯麟（William Chong）：全栈开发员。香港中文大学计算机科学系学士。业余时间喜欢尝试尖端技术和黑客技术等。在他开发拖延功能时，还乐意花费时间在DevOp上。

吴俊聪（Chung Wu）：区块链开发员。Chung被团员称为小聪（Satoshi），他特别热衷于密码学，现在专注于区块链技术。业余时间将阅读白皮书作为消遣。Chung持有香港中文大学计算机科学系硕士学位。

张竞颢（Michael Cheung）：全栈开发员。香港中文大学计算机科学系学士。Michael主要支持团队应用的数据记录、搜索和分析。Michael喜欢在周末玩中国象棋和棋盘游戏。

余家齐（Edmond Yu）：运营经理。曾是网络和移动解决方案顾问公司CloudPillar创始人之一，退出该公司后，又参与创立了视听小说编辑器oice，该编辑器之后成为了LikeCoin的服务提供商。Edmond是在信息技术和电信领域拥有20年创业经验的企业家。

毕嘉浩（Simon But）：流量增长黑客。SimonB就读香港中文大学时创立了独立游戏发展小组firepillar2，穷尽一生探讨“游戏是什么”这一问题。他坚信创意作品能使生活更美好。

吴永达（David Ng）：全栈开发员。David是一名了解设计的工程师，热衷于UX/UI和运动设计。David毕业于香港浸会大学，拥有计算机科学学士学位。

黄浩荣（Miles Wong）：全栈开发员。Miles是一名热衷于网络和应用程序开发的软件工程师。他熟悉前端和后端技术。拥有香港科技大学计算机科学工程学士学位。

卢日翹（Joshua Lo）：UX设计师。Joshua是一名有10多年经验的全栈设计师。在香港和柏林学习后，他于2012年创办了Buliuming，这是一家专门研究图表和UX/UI设计的设计咨询公司。客户包括东亚银行、香港飞机工程有限公司、Pico和YouGov。

顾问

刘俊贤（Alex Lau）：[CyberMiles](#)、[微众银行](#)和[TruBuzz](#)的区块链开源顾问；SUSELinux企业存储的研发工程顾问；为微众银行建立[BCOS](#)CommunityNon-ProfileChapter。

苏孝恒博士（Dr Hagen So）：[香港创意开放科技协会](#)创始人兼会长；[香港共享创意](#)项目经理；在全球性活动中表现活跃，如共享创意、“每童一电脑”和GNOME。

毛向辉（Issac Mao）：[Musicoin](#)创始人；CNBlogs.org创始人；中国iCommons项目领队，共享创意中国团队。

Jon Phillips：开源开发者、艺术家、设计师、作家、演讲者，在创建社区方面拥有超过12年的经验。[GNUsocial](#)主任；[Openclipart](#)创始人；[Inkscape](#)开发商；Qicopyleft软件创始人。

早期支持者

张洁平（Annie Zhang）：端传媒主编；城市杂志副主编；iSun事务执行主编。

肖永泉（Harry Xiao）：Meshbox创始人；当乐网创始人。

黄河（Heatherm Huang）：MeasurableToken和MailTime创始人。

宋汉生（Greg Sung）：OneSky创始人；anobii创始人。