

# 目录

1	行业背景 .....	1
1.1	健康领域背景 .....	1
1.2	商城领域背景 .....	2
1.3	区块链领域背景 .....	3
2	行业痛点 .....	4
2.1	健康领域痛点 .....	4
2.2	现有商城痛点 .....	5
3	项目背景 .....	6
4	项目介绍 .....	6
5	生态场景 .....	7
5.1	AI 技术 .....	7
5.2	区块链技术 .....	9
5.3	商城方向 .....	10
6	代币介绍 .....	10
6.1	代币介绍 .....	10
6.2	代币使用 .....	10
6.3	代币价值 .....	11
7	代币分配 .....	11
7.1	代币分配比例 .....	11
7.2	代币前期分配细项用途 .....	12
7.3	代币获取方式 .....	12
8	路线规划 .....	13
9	团队 .....	13

# 1 行业背景

随着科学与技术的飞速进步，特别是随着人工智能(AI，也就是 Artificial Intelligence)和区块链(Blockchain)技术的发展，我们正在迎来一个崭新的时代。

全球数百位顶尖科学家，耗费漫长时间，搭建了一个复杂数学模型，得出一个结论：人工智能或将在 2040 年，达到普通人智能水平，并引发智力爆炸，其后人类命运将迎来史无前例的“奇点”。达到“奇点”后，人工智能或将实现瞬间飞跃，只需要一个半小时，人工智能瞬间就能达到了普通人类的 17 万倍。库兹韦尔曾获 9 项名誉博士学位，2 次总统荣誉奖，还曾被麻省理工提名为“当年杰出发明家”，现任美国奇点大学校长。库兹韦尔认为，人类将在 2045 年实现永生。因为那一年非生物智能的创造力将达到巅峰，超过今天所有人类智能总和的 10 亿倍。库兹韦尔如同“先知”一般的预言能力，足以让世人记住他的名字。在过去的 30 年里，库兹韦尔对未来预测的准确率超过了 86%。比尔盖茨也曾这样评价：“库兹韦尔是我知道在预测人工智能上最厉害的人。”

区块链技术的发展也引起了全社会的关注。除了比特币问世以来几千万倍的涨幅震惊了世人，成为了人类社会有史以来涨幅最大的金融品，区块链技术的发展也使数据串珠成链，并随着智能合约的开发部署，数据“孤岛”正在消失，数据变得更加可信、可用。尤其是随着以初链(TRUE)为代表的第三代区块链技术的兴起，解决了安全、性能、去中心化不可能三角的问题，公链技术使得商业应用成为了可能。区块链技术也越来越在医疗、健康领域带来了数据存储、精准诊断、对症下药的革命性变革。

我们立志于应用最先进的 AI、区块链技术，为人类健康服务，并最终为实现人类“永生”而奋斗。AI 商城就是我们远景和使命的起点，利用区块链技术链接所有追求健康的客户、商家、医院，让每一个客户的健康数据上链，让每款健康产品上链，让 AI 技术辅助精准诊断、治疗，让健康成为每一天的常态。

## 1.1 健康领域背景

人类健康保健走过了漫长的时代。从早期的听天由命、草药治疗、针灸开刀，

到现代西药治疗、临床手术、器官移植、靶向治疗，诊断越来越精准，治疗越来越对症，生命的预期越来越高。从过去的人活七十古来稀，到现在的平均寿命七十八，人类健康水平也一直在提高，医疗保健的水平也在不断提高，并不断革命。根据过去的经验，医疗水平的提高，在于两个方面，一是诊断，二是治疗。

**诊断。**诊断一直以来都是医疗的瓶颈。就目前来看，许多病并不是不能治疗，是根本就没有诊断出来，或者诊断出来已经是晚期，耽误了最佳的治疗时间。这不但跟诊断本身确实难有关，也跟我们一直以来的诊断管理有关。早期的诊断中医是望闻问切，西医是拍片化验。每一次诊断都是孤立的，不管历史，也不为未来建档。现在的医疗机构已经在做病人建档工作，建立家庭医生制度，但是病人的资料还是孤立的，没有形成完整的数据链。未来，为每一个病人建立健康医疗档案，并在医疗健康系统共享资料必然是发展趋势，这不但能够全面掌握病人的病理病史，也对提高诊断水平至关重要。区块链技术的发展使这样的设想成为可能，初链（TRUE）等高性能公链的发展是其商业化发展的基石。

**治疗。**在过去的一个世纪，医疗水平得到了长足的发展。人类历史上遇到的绝大多数疾病都有了基本的治疗方式。但是，依然有少数疾病和一些癌症还不能治愈，人工智能的发展为药品研发、器官移植、基因治疗、靶向治疗等先进的治疗手段带来了希望，必将加速医疗手段研发的进程。

## 1.2 商城领域背景

近年来，全世界的电子商城快速发展，交易额连创新高，商城在各领域的应用不断扩展和深化、相关服务业蓬勃发展、支撑体系不断健全完善、创新的动力和能力不断增强。电子商城也不断向线下渗透，改造传统的零售行业，结合AI技术、视频识别技术等重生而出新零售业态。同时，电子商城融合物流、仓储等行业，在计算机、互联网、人工智能、区块链等高新技术加持下形成高效的无人零售等业态。商品品质的保证，支付无忧的保证都使零售行业发生了翻天覆地的变化。

同时，电子商城也正在与实体经济深度融合，定制化生产，零库存管理，等等都大幅提高了生产、流通领域的效率，对经济社会生活的影响不断增大，正成

为世界经济发展的新引擎。技术的进步、效率的提升为零售参与者带来了更加高效的服务,但是其深度参与的生产和流通的贡献并没有为零售的参与者带来经济上应有的回报。生产关系的变革必将在未来十年发生,零售参与者既是商品的消费者,同时也是生产、零售的参与者,得益于区块链技术的发展,其贡献也能够以更加公开、公平的方式得到回馈。

### 1.3 区块链领域背景

当前,全球新一轮科技革命和产业变革持续深入,国际产业格局加速重塑,创新成为引领发展的第一动力。在这一轮变革中,信息技术是全球研发投入最集中、创新最活跃、应用最广泛、辐射带动作用最大的领域,是全球技术创新的竞争高地,是引领新一轮变革的主导力量。

区块链作为分布式数据存储、点对点传输、共识机制、加密算法等技术的集成应用,被认为是继大型机、个人电脑、互联网之后计算模式的颠覆式创新,很可能在全球范围引起一场新的技术革新和产业变革。区块链技术起源于化名为 "中本聪" (Satoshi Nakamoto) 的学者在 2008 年发表的奠基性论文《比特币一种点对点电子现金系统》。狭义来讲,区块链是一种按照时间顺序将数据区块以顺序相连的方式组合成的一种链式数据结构,并以密码学方式保证的不可篡改和不可伪造的分布式账本。广义来讲,区块链技术是利用块链式数据结构来验证与存储数据、利用分布式节点共识算法来生成和更新数据、利用密码学的方式保证数据传输和访问的安全、利用自动化脚本代码组成的智能合约来编程和操作数据的一种全新的分布式基础架构与计算范式。

目前,区块链技术被很多大型机构称为是彻底改变业务乃至机构运作方式的重大突破性技术。同时,就像云计算、大数据、物联网等新一代信息技术一样,区块链技术并不是单一信息技术,而是依托于现有技术,加以独创性的组合及创新从而实现以前未实现的功能。

尤其是随着第三代公链初链的兴起,解决了安全、性能、去中心化不可能三角问题。随着 2019 年 3 月 30 日初链主网的正式上线, PBFT+POW 混合共识的优势也体现出来了,实测交易速度平均达到 1200tps,实现了 1 秒到账,费用几厘

的超高性能。尤其是，未来随着交易需求的上升，还保留了分片等优化策略，使得潜在的区块链交易速度能够达到 1 万-10 万 tps。这为区块链技术走出币圈的单一应用打下了坚实的基础。我们将基于初链主网技术，打造区块链商城的新业态。

## 2 行业痛点

### 2.1 健康领域痛点

目前全世界由上之下在大力推动医疗大数据及信息化建设,也取得相当成效,但现状仍不尽人意,还存在诸多问题亟待解决:

#### (1) 健康医疗大数据领域的安全与隐私缺少保障

对于健康医疗数据,目前无论是主管部门还是卫生计生机构,大都把注意力放在如何保障信息系统及系统内信息的安全,目标是使信息或信息系统免受未经授权的访问、使用、披露、破坏、修改、销毁等,也就是保障信息安全中经典的CIA三性:保密性(Confidentiality),即信息不被泄露给未经授权者的特性;完整性(Integrity),即信息在存储或传输过程中保持未经授权不能改变的特性;可用性(Availability),即信息可被授权者访问并使用的特性。然而,现阶段在数据共享、开放、利用的规则层面,没有太多的考虑和制度设计。

总之,目前的法律体系尚不能很好的解释和界定健康医疗数据的权属问题,特别是医疗数据的所有权,导致实践中存在健康医疗数据的所有权到底属于患者个人还是医院的争议。健康医疗数据权属的模糊性,一方面掣肘着健康医疗数据的授权使用,另一方面也给患者的个人信息权保护提出难题并埋下了隐患。

#### (2) 数字孤岛丛生,数据共享与互联互通存在障碍

医疗卫生机构无疑是采集和存储健康医疗大数据的主力军,而且相比较基于移动医疗应用所产生的数据,源自医疗卫生机构的数据特别是电子病历数据(EMR),具有更高的准确度和商业开发价值。但是在目前的医疗体制下,医疗卫生机构很难有动力去共享这些数据,医疗卫生机构和医疗卫生机构之间、医疗卫生机构和社会公众领域之间,均存在不同程度的数据壁垒。数据孤岛效应一方面造成了患者数据重复采集和医疗资源浪费,另一方面也阻碍了健康医疗大数据的系统性开发 and 建设。

#### (3) 数据标准化问题

目前医疗健康大数据的来源、产生源很多,如医院、医药公司等机构产生的

医疗数据、各种基因组学的的数据。对于整个健康医疗大数据行业来说，标准的制定非常迫切。

首先，临床积累的健康医疗数据需要标准化，因为每个医生描述不一样，最后做数据分析和挖掘的结果也不一样；并且，生命科学不仅是医学，还是生命基础科学研究，但各个机构之间如果没有统一标准，最后出来的数据质量也会不一样；此外，健康医疗大数据最后需要进行解读，但是如何去解读也没有统一化和标准化。可能数学家在用数学的方法，统计学家用统计学的方法，生物学家要用遗传咨询的方法。不同的解读方法，最后解读出来的结果也不一样。因此，如何建立标准是健康医疗大数据行业急需考虑的问题。

## 2.2 现有商城痛点

现有的商城存在诸多痛点，主要的是两点：

**(1) 假货。**假货是线上线下都有的经济现象，然而，借由互联网平台传播后，网络假货备受质疑，有时网络甚至被有些人称为“假货集散地”。仅中国工商总局公布 2014 年下半年网络交易商品定向监测结果，监测共完成 92 个批次的样品采样，其中有 54 个批次的样品为正品，正品率为 58.7%。其中，淘宝网样本正品率最低，仅为 37.25%。淘宝网曾多次声明，其不直接销售任何商品。然而，来自北京的消费者刘畅说：“如果我在商场买到假货，我可以找商场。在淘宝上买到假货，我不找淘宝找谁？”不少消费者有着同样的想法。售卖假货，降低了消费者的信任。一旦出现信任滑坡，影响的不是一两家网店，而是整个电商行业。

**(2) 客户贡献。**所有平台的最大竞争优势就是注册人数，活跃人数，原因在于客户的参与是平台的最大竞争力。不仅仅带来真实的消费力量，而且是未来需求导向、零库存生产的核心。在早期各竞争者通过各种手段吸引客户，目前的获客成本已经很高，但是这么高的获客成本的受益者竟然不是客户，违背了谁贡献谁受益的最基本原则，是需要变革的痛点。

恰好区块链的公开账本技术以及时间戳特性是解决这两个痛点的利器，我们将致力于用区块链技术来革新现有的商城组织原则，为客户带来放心的消费，同

时回馈客户的贡献。



### 3 项目背景

爱点信息科技（深圳）有限公司，是一家专注于运营、拓展及创新的移动互联网健康产品服务型公司，立志于打造移动医疗界最大的服务平台，目前已与多家医院、大中院校、养老机构、大型社区等建立了战略合作，为他们提供全面，专业的健康咨询、指导与服务工作。爱点信息科技（深圳）有限公司以构建全球医疗生态大平台为愿景，积极实现核心医疗价值，医疗健康知识的生产和传播。通过健康体检介入，为有需求的客户提供精准的专项咨询服务，在中高端客户与名医之间搭建有效可控的咨询平台。将先进的医疗手段与信息技术相结合，针对需求人群的个体差异，提供个性化医疗服务，实现健康管理垂直多元化，打造从预防到咨询再到就医的一体化通道。

未来，爱点将结合自己原有的优势，利用区块链技术为每一个客户提供健康信息上链服务，为商家提供健康产品上链服务，同时，服务于医疗机构，建立人工智能诊疗平台，链接客户、商家、医院，致力于打造人类健康保健新模式。

### 4 项目介绍

AB 商城基于人工智能和区块链技术，打造多元化电商生态体系。通过打通数字资产与实体商业的价值对接，将强大的线下体验式服务与高效的区块链互联网金融完美结合，为广大用户、商户提供更具效率、更富价值的智慧服务，实现商业服务的区块链转型。

一方面，AB 商城支持商城健康体验模式，快速实现您的多方位电商业务场景覆盖；

另一方面，支持 AB 商城区块链钱包，占领区块链生态流量入口，支持数字资产进行商品交易，打造数字资产价值标准以及线下使用场景。

#### 1、数据真实可靠，精准投放广告

采集用户在商城上的消费数据，并通过区块链对数据加密保管。通过与数据营销机构进行合作，凭借数据和算法的优势，实现精准投放和优化广告，有效整合资源，实现利益扩大化。

## 2、好友邀请奖励，实现快速拓客

用户邀请他人注册后可获得数字资产的奖励，形成二级分销体系，可激励用户自主地去发展其他用户，让区块链平台用户基数更多庞大！

## 3、个人数据营销，收益回归用户

在区块链商城内，被使用数据的用户，可以得到数字资产的奖励。用户将拥有完整的数据所有权，并可以开展基于数据的一切经济活动。数据是每个用户在这个世界中的“私有资产”。

## 4、数字资产支付，延伸消费场景

AB 商城解决方案支持通过数字资产全部或部分进行商品交易，打造数字资产价值标准以及线下使用场景，解决各大电子商务公司存在的财务清算，跨境商务，信息流转的问题。

## 5、智能合约担保，降低交易成本

通过智能合约的可信任进行担保交易，买卖家之间的信任成本及交易成本降低，对于传统意义上的交易撮合服务需求降低。同时，去中心化去除了第三方机构的参与，使得交易双方直接进行交易，这就大大缩短了时间，提高了效率。

## 6、消费返利奖励，刺激用户消费

用户在商城中产生消费之后便可以返数字资产，从而刺激用户多消费，并提升复购，提升商城收益。

区块链技术与线上商城的结合，将成为传统电商转型的强大动力，新的机遇正在展现。方维借助区块链技术帮助中小电商企业实现突破和转型，解决电商行业的发展难题，促进电商行业更好地适应新零售下的大环境。

## 5 生态场景

### 5.1 AI 技术

人工智能(AI)的出现,使得商家能够通过数据来理解用户,帮助用户,也能帮助商家决策,帮助医院诊疗,使得人的绝大多数劳动都能够由更加理性,更加智能的机器来处理,为客户提供更大的价值,也能大大提高处理速度。

(1) 虚拟个人助理。虽然这听起来不像是一个显而易见的起点,但研究表明,使用虚拟个人助理(VPA)被 31%的企业高管评为最有效的人工智能工具。VPA 是一个从不睡觉、从不疲倦的助手,它利用 NLP 来理解人类的语言,并根据需要做出响应或采取行动。这对于管理人员和客户来说都是非常有用的工具。

(2) 客户服务。未来,90%的客户互动将由人工智能处理。聊天机器人正迅速成为客户服务中不可或缺的工具;作为呼叫中心的替代品,它们的价格要便宜得多,效率也高得多。

(3) 社会倾听。社交媒体上分享了如此之多的信息,通过倾听潜在客户的意见。企业可以洞察新的市场,了解他们当前的产品和策略是如何工作的。通过数据挖掘,可以有效地对社交媒体中的关键词或品牌进行跟踪。这些数据可以压缩成可操作的反馈,以改善客户体验和品牌的影响力。

(4) 预测市场。ML 工具分析消费者数据并优化电子商务网站以提供有针对性的营销。每个消费者都看到了他们想看到的东西——他们如何看到它——以及他们什么时候想看到它。收集的客户数据越多,对该客户的优化效果就越好。亲自搜索如此丰富的信息可能需要数年时间,但通过机器学习(ML)和人工智能洞察力,这些优化可以快速完成。公司可以不断地用更新的信息更新关于客户的信息——这样客户/客户就能保持参与。

(5) 个性化。由于有如此多的公司和产品在争夺关注,消费者被那些在他们看来很个人化的网站所吸引。个性化正在取代我们的购买方式。通过利用客户的在线信息,企业可以为他们提供个性化的广告,提供相关的推荐,并为他们制作特定的内容。如果没有人工智能筛选数据的能力,这是不可能的。

(6) 针对潜在顾客。当销售团队没有跟进销售线索时，营销预算经常被浪费。在一项调查中，营销人员透露，33%的潜在客户从未收到过后续调查。潜在买家可能会落选，但面部识别和预测工具等技术正让企业能够识别客户的品牌忠诚度和产品偏好。利用这些信息提供更多相关的建议和优惠，为客户/客户节省了大量的时间和信息筛选。人工智能还通过新一代的领先产品提振了销售。通过分析数百万潜在客户的数据并识别符合特定标准的客户，可以识别出高质量的潜在客户。

(7) 本地化。无论电子商务企业位于何处，从客户数据中挖掘基于位置的智能，都能让它们显得本地化。通过提供基于地理位置的服务、特定地理位置的广告以及预测地理位置的趋势，本地客户可以提高所在城镇企业的努力。这种额外的个性化程度通过对用户所在地区的产品进行优先排序，显著地影响了站点的实用性。

(8) 高效的数据分析。没有一个人工团队有能力或时间准确而彻底地记录、分析和消化来自世界各地潜在客户的大量数据。依赖用户驱动反馈的电子商务企业，正落后于那些使用人工智能收集和使用信息的企业。数据挖掘和 ML 允许高校和及时地处理数百万数据集，以帮助处理业务的各个方面。

(9) 跨平台集成。随着消费者对越来越多的技术在家中和个人身上的使用习以为常，人们对这些技术协同工作的期望也越来越高。利用人工智能将零售平台与现有设备(如智能手机、健身追踪器，甚至家用电器)整合在一起，可以简化客户的购物体验，并将他们吸引到提供这些选择的公司。

(10) 优化搜索。ML 在电子商务网站的搜索功能，使商店能够“记住”每个访问者的习惯，他们如何搜索和他们的偏好。下次客户返回时使用此信息可以加快所有服务的速度。人工智能也可以实现智能搜索；通过识别用户的个人特征，该技术几乎可以在瞬间预测每个用户想要什么。通过分析产品细节和搜索的内容，也可以主动提出互补产品的建议。消费者更有可能在使用这些技术的网站上找到并购买更多的商品。全球电子商务公司已经在实施许多此类工具，以提高效率，并触及更广泛的受众。亚马逊(Amazon)、eBay 和阿里巴巴(Alibaba)等零售商正在大举投资人工智能技术。人工智能的美妙之处在于，它不需要亚马逊规模的预

算就能与这些行业巨头保持竞争

## 5.2 区块链技术

借助区块链技术，实现品牌商、渠道商、零售商、消费者、监管部门、第三方检测机构之间的信任共享，全面提升品牌、效率、体验、监管和供应链整体收益。将商品原材料过程、生产过程、流通过程、营销过程的信息进行整合并写入区块链，实现精细到一物一码的全流程正品追溯。每一条信息都拥有自己特有的区块链 ID “身份证”，且每条信息都附有各主体的数字签名和时间戳，供消费者查询和校验。区块链的数据签名和加密技术让全链路信息实现了防篡改、标准统一和高效率交换。通过区块链系统，交易双方或多方可以共享一套可信、互认的账本，所有的交易清结算记录全部在链可查，安全透明、不可篡改、可追溯，极大提升对账准确度和效率。通过搭载智能合约，还可以实现自动执行的交易清结算，大大降低对账人员成本和差错率，特别是在跨境支付场景下，效果尤其明显。

同时，对于客户的参与和贡献能够以数字币的形式进行返利和奖励，实现商户、客户、医院等的高度融合，协调发展。

## 5.3 商城方向

健康产业商城是一种有巨大市场潜力的新兴产业。涉及医药产品、保健用品、营养食品、医疗器械、保健器具、休闲健身、健康管理、健康咨询等多个与人类健康紧密相关的生产和服务领域。

未来，健身娱乐成为健康产业商城新亮点。随着人民生活水平的提高，以及“黄金周”、“双休日”的出现，假日休闲娱乐成为了时下的热点，旅游、健身、娱乐等逐渐发展起来，成为了健康产业的一大亮点。

同时，随着人工智能和区块链技术的赋能，商城能够链接客户、商户、医院，形成一个共生、互惠的生态系统。

## 6 代币介绍

### 6.1 代币介绍

代币，是基于区块链底层技术生成，不依靠特定货币机构发行，它通过特定算法的大量计算产生，使用整个网络中众多节点构成的分布式数据库来确认并记录所有的交易行为。去中心化特性与算法本身可以确保无法通过大量制造代币来人为操控币值。商城代币是商城的重要成分，其贯穿整个商城生态，包括数字代币资产支付、交易挖矿、推广分红、持币 POS 等生产场景应用中。

AB 商城代币名称为 ABChain（简称 AB），前期暂于以太坊网络发行代币，后期将映射发行基于 TRUECHAIN 网络代币。发行初期总发行量 2.1 亿枚，永不增发。并在后期的回购中，逐步销毁至 1 亿枚。

### 6.2 代币使用

（1）代币支付。用户在商城上的任何消费行为，均已代币进行支付结算；

（2）交易挖矿。用户在商城上发生交易行为，并支付一定代币，将触发交易挖矿机制，即分期返现；

（3）推广奖励。通过设置推广奖励制度，加快商城流量生成，以代币方式进行推广机制架设；

（4）持币 POS。持有商城代币用户，在商城账户内资产将参与平台分红，成为商城持币股东；

（5）商家资格费。商家商品上线需持有一定份额冻结状态的商城代币；

（6）商家上品费。商家商品通过精准评估后，满足条件再缴纳上品陈列费后，方可进行挂售，上品费以平台代币结算；

（7）广告费。所有广告等媒体投入费用均以商城代币结算；

### 6.3 代币价值

（1）前期将联合知名项目进行 AB 商城市场预热，进行市场空投和前期回购，

创造市场价值。商城代币将按照市场预热-社区共识价值-交易所上线进程发展，首先用户可进行市场免费获取，进而通过战略联合方进行价值流通，在一段时间的价值增长后，进而上线多家知名交易所。

(2) 商城上线后，将利用商城广告费、上品费、手续费等一切具备盈利条件的项目利润，按照 20%利润用于商城运营，80%利润用于代币回购政策，进行商城代币回购销毁。AB 商城意欲打造人人持币，人人做股东的理念，进而打造一个阿里、京东现貌。同时 AB 币的持续销毁，未来的 AB 币将被赋予更高的价值期许。

## 7 代币分配

### 7.1 代币分配比例

- (1) 矿池代币数量占比 55%;
- (2) 基金会代币数量占比 10%;
- (3) 技术团队代币数量占比 10%;
- (4) 市场推广代币数量占比 20%;
- (5) 投资方代币数量占比 5%;

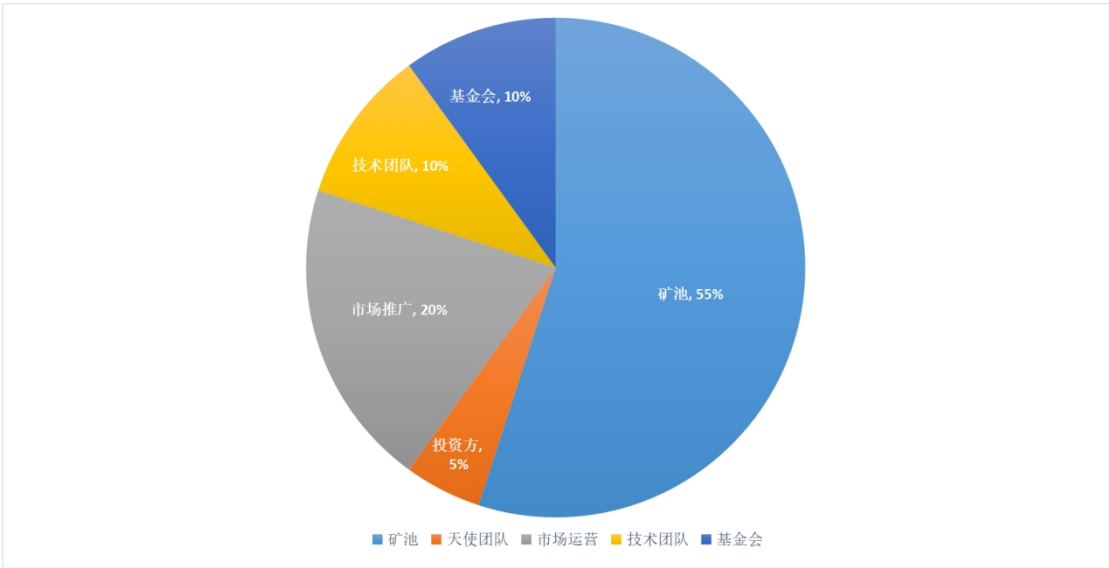


图 1 代币分配示意图

## 7.2 代币前期分配细项用途

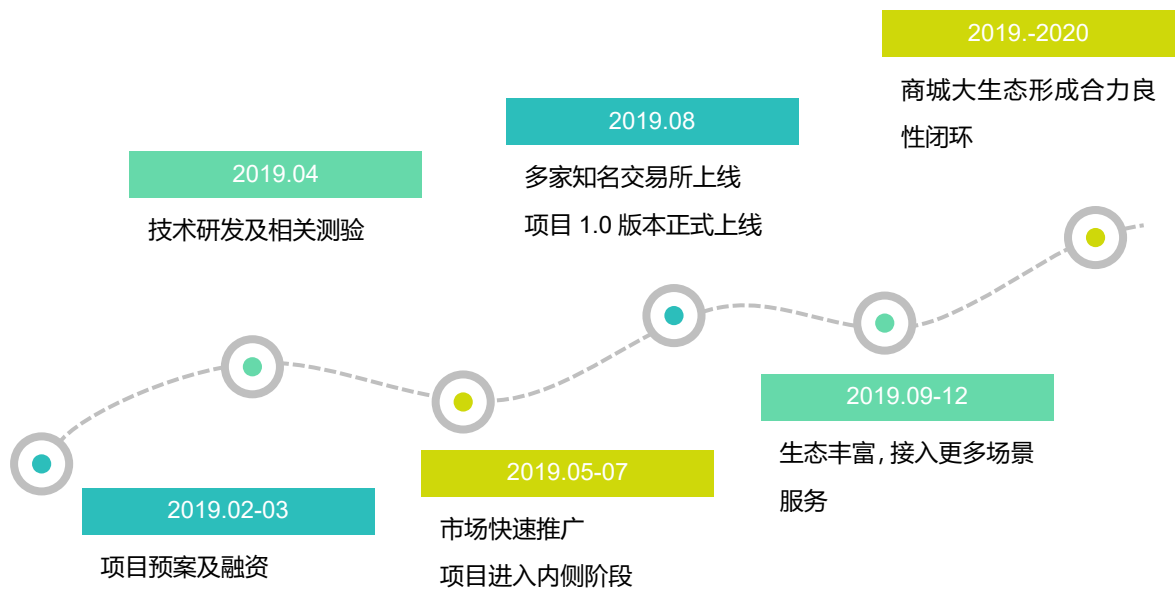
- (1) 矿池：主要用于后期商城消费及挖矿及多种消费行为使用；
- (2) 技术团队：主要用于项目后期开发需求及研发人员保障，分 5 年 10 期释放，每期释放 1%；
- (3) 基金会：基金会依托于东南亚开放市场架设，非盈利性组织。主要用于线上线下社区建设需求，为商城完善社区服务；
- (4) 市场推广：用于前期市场铺垫，5%回馈 TRUECHAIN 主网社区用户，5%用户外部用户空投，10%用于项目联合推广需求；
- (5) 投资方：将用于对项目大力支持投资团队。

## 7.3 代币获取方式

- (1) 针对 TRUECHAIN 主网忠实用户空投；
- (2) 进入 AB 商城社区提交相应 TRUE 钱包地址获取空投；
- (3) 联合他方项目，利用现有机制合理获取；
- (4) 消费即挖矿获取代币；
- (5) 推广即挖矿获取代币；
- (6) 获取上品资格获得锁仓代币；
- (7) 后期交易所购买所得。



## 8 路线规划



## 9 团队

AB 商城由爱点信息科技（深圳）有限公司全权发行。