

yasion
雅视



YASION

白皮书

V1.0

Yasion 基于区块链的广告新媒体内容激励网络

Yasion Blockchain-based advertising new media content incentive network

ABSTRACT

摘 要

Yasion雅视公司是由雅虎战略投资的一家区块链媒体广告公司，公司成立于新加坡，是一家专注“区块链+广告新媒体”的技术型公司，核心技术团队均来自雅虎原班人马，技术总监为原雅虎高级工程师。雅虎是美国著名的互联网门户网站，市值曾达到 1280 亿美元，成为了第一家市值超过千亿美金的公司。Yasion雅视将继承雅虎强大的互联网业务运营能力以及行业顶级的技术实现能力，再造区块链行业的“雅虎神话”。

雅视的愿景是用去中心化的方式为内容生产领域（包含UGC、PGC、OGC创作者）构建完整的区块链价值网络，使内容生产者、内容消费者、内容筛选者和生态建设者都能得到合理的回报。

Yasion的设计初衷是构建一套合理的内容价值分配机制，同时构建一个基于用户内容评价的价值网络。无论是文本、视频、图片、音频甚至是直播类为主题的内容平台（包括并不局限于网站、Apps 等表现形式）都可以使用 Yasion网络构建出对应内容评价的内容价值平台。各平台之间，使用统一的内容评价算法对内容进行评价。内容生产者、内容支持者、内容筛选者以及平台建设者等都将围绕Yasion生态，基于用户对内容的评价来获得相应的合理的回报。

CATALOG

目录

01

设计理念

- 1.1 行业背景与开发动机
- 1.2 发展方向
- 1.3 项目团队

02

技术细节

- 2.1 代币用途
- 2.2 平台模型
- 2.3 用户角色
- 2.4 内容评价与价值体系
- 2.5 权限体系与登陆

03

应用场景

- 3.1 社交媒体平台
- 3.2 博客类，百科类，论坛类内容平台
- 3.3 广告付费类平台
- 3.4 传统门户类网站平台
- 3.5 视频点播/直播内容平台
- 3.6 内容聚合类平台
- 3.7 存证服务与版权维权服务

04

配套与生态圈

05

基金会

06

通证分配

07

项目发展路线图

08

免责声明与风险提示

设计理念

Design Concept

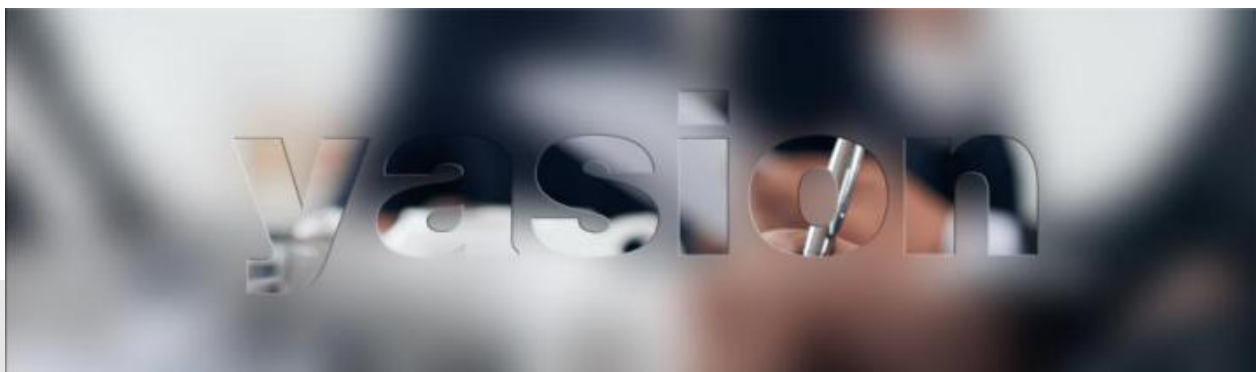


1.1 行业背景与开发动机

在过去的若干年里，活跃用户、优质内容的创造者们和传播者们，为 Facebook、Twitter、Reddit、微博、知乎等社交网络平台带来了海量流量和数百亿美元的利润。但是，这些生产内容的用户对于他们所创造的内容既不拥有完整的控制权，也未享受到充分的收益权。



01



以知乎为例，知乎目前拥有注册用户超 6500 万，2016 年全年，知乎用户提出了超过 600 万个问题，撰写了超过 2300 万篇回答和 151 万篇文章，D 轮融资后估值超 10 亿美元。然而，知乎的价值创造者——优质内容生产者除了收获尊敬之外，并没有得到其它的物质回报，他们付出的劳动缺乏变现的途径。而另一方面，以营销为目的的文章，比如软文，倒是可以变现，但这些软文对社区优质原创内容存在着严重的依赖。这一切，都使得原创优质内容生产者难以保持足够的创作动力。

我们相信包括知乎在内的内容相关平台也非常愿意给优质内容生产者以合理回报，但限制于传统互联网模式局限，很难找到合适的利润分配模式。雅视通过区块链技术及通证经济模型完美地解决了这一难题，设计了一种去中心化的公共账本和一套共识算法，使用特定的算法根据用户评价来自动地分配收益，使用加密代币作为传递价值的媒介，并遵守相应的机制和规则。

在雅视APP中通过智能合约设计了一个自助广告功能针对小流量载体，广告主可以选择优秀的小流量载体发布广告，在这一功能中包含不同智能合约的广告模型，优质内容生产者可选择适合自己的智能合约定价模型，可以支持多种智能合约定价模型的同时投放，从而使广告主和优质内容生产者获得最大收益。



1.2 发展方向

Yasion除了在内容评价和权益分配方面有诸多创新之外，还基于 Graphene 框架开发了一个去中心化的为内容生产贡献评价和分配权益的雅视开放平台，允许开发者人利用平台技术开发各类相关应用。

Yasion雅视公司是由雅虎战略投资的一家区块链媒体广告公司，公司成立于新加坡，是一家专注“区块链+广告新媒体”的技术型公司，多年专注于提供数字广告区块链解决方案，核心技术团队均来自雅虎原班人马，技术总监为原雅虎高级工程师。

雅虎是美国著名的互联网门户网站，创造了成立一年就登陆纳斯达克的神话，市值达到 1280 亿美元，成为了第一家市值超过千亿美金的公司，一举成为互联网的第一品牌。从1996年到2006年，雅虎的营业额增长了260倍，位列全球互联网公司前20名，中国的新浪、搜狐和网易三大门户网无一不是它的追随者和模仿者。Yasion雅视将继承雅虎强大的互联网业务运营能力以及行业顶级的技术实现能力，再造区块链行业的“雅虎神话”。

1) 流量红利时代

流量产生价值，百度阿里的成功离不开我们每个个体的流量贡献，可是我们却无法享受平台成长的巨大红利，如今Yasion雅视要做的就是让我们每个个体都能实现流量变现，共同分享Yasion雅视的成长红利。为此，Yasion雅视重磅推出了看视频赚Yasion新模式，人人皆是广告商。

广告流量界存在刷流量、流量数据不真实、流量匹配不精准等诸多弊病，而区块链本身具备的可视性、透明性等优势，通过区块链+广告新媒体的结合，则可防止流量作弊，增加交易透明度，提高商业效率，降低运营成本。

Yasion致力于全球广告主与流量个体的无缝链接，为全球的广告支付做应用，通过区块链的智能合约，所有广告主只需在每一条广告上支付代币即可完成广告支付流程。广告主也能通过每一个流量体看的广告来判断出真实流量行为。

广告主通过精准投放广告获得流量的同时，全球来自不同的地区用户群体也将获得Yasion，为Yasion的流通应用打下了坚实的用户基础。

2) 广告界支付应用



1. 打造广告支付无国界生态
2. 点对点智能合约完成广告支付
3. 大数据区块判断自动分析推送广告

Yasion产出分为50%POW（看广告视频）产出；50%POS（权益证明）质押产出挖矿

区块链是一个去中心化的价值网络，Yasion将会成为一条以内容评价为核心的公有区块链网络，吸引第三方开发者以及厂家在 Yasion之上构建出各种各样的内容价值平台。而在初期，Yasion将会对平台建设者提供各方面必要的帮助。

Yasion是 Yasion网络的唯一价值通证，用户在各个内容平台上的评分权重以及收益都将使用Yasion。同时在中期开发计划中，Yasion网络将会允许内容社交平台以Yasion为基础，发行的属于自己社交平台的智能代币。

通过雅视APP建立会员数据，每一个流量体观看视频产出Yasion，Yasion进行支付给全球的流量个体用户分布全球，达成三方利益共同管道收益。

个人广告主投放广告，雅币来为全球广告支付业务，通过智能合约完成点对点交易。打赏、评论个人创作者机制对于Yasion的实际应用起到决定性的作用。

广告系统可极大地促进代币在 Yasion网络中的流动性，商家可以利用广告推广自己的商品以及服务，同时平台建设者也能从广告中分享利益。在中期开发计划中，Yasion网络将会提供一个自助广告投放平台。

1.3 项目团队

网络的核心领导和运营团队是由著名国际投资集团的董事会成员、国际知名区块链专家、国际区块链专家委员、数据智能科学家和全球市场营销专家组成，旗下有数百名数据智能和区块链技术的底层架构师、应用工程师及前后端技术人员，运营中心遍布全球17个国家，主要集中于欧美和东南亚，并与全球80多个国家的信息自媒体平台和数据整合机构等达成深度合作。





Daniel • Mason CEO

毕业于哈佛大学，曾职于英特尔、Boxee和Voltaire等500强企业；硅谷知名创业家，拥有网络安全和加密货币投资经验。建立的公司包括美国的虚拟货币交易服务公司MMORPGs、香港的okay.com和印度的1Group，其同时是全球市值排名第一的匿名币种门罗币的最大个体投资者。



John • Moore CTO

毕业于Stanford University工程学院，曾先后任职于美国著名的互联网门户网站Yahoo（雅虎）搜索引擎担任架构师，Google数据分析师。活跃于欧美极客圈，是比特币最早的投资者。拥有超过15年的开发经验，曾受邀参加3次以太坊全球开发者大会，尤其擅长远程过程调用(RPC, Remote Procedure Call)、JAVA RMI、CORBA等程序。



Tony • Zachary COO

毕业于英国顶尖学府杜伦大学，Tony担任雅视科技的COO和大项目经理，同时也是全球市场营销专家和欧美区块链协会组织的数字资产研究专家，曾任职摩根大通集团担任公关部总监，先后参与超过1000+全球企业的调研，独立完成市值百亿的上市企业品牌并购案，并一直活跃在欧美的区块链领域。



JZ • Liam CFO

国际财务学博士。加密技术和区块链技术的忠实拥护者，长期担任财务高管，在财务管理和资本运作方面有丰富经验。率先在自媒体领域中使用数字通证，并在资本市场中筹集超过2亿美元，也是比特币基金会重要成员之一。

技术细节

Technical details

2.1 内容评价与价值体系

Yasion的内容评价算法可以称之为品味证明机制 (PROOF OF TASTE)，其基本原则根据内容获得的净正面评价权重来分配收益。

1) 评价权重

对内容的评价分为正面和负面两类，正面评价分值由 0 到 5，负面评价分值由-5 到 0。用户对内容进行评价时涉及到币天的消耗。

一个账户拥有了一笔Yasion之后，随着时间的流逝开始积累币天，直到达到一个最大值 $MAX_ACCUMULATE_DAY * _BALANCE$ 之后停止增长。这里 $MAX_ACCUMULATE_DAY$ 是系统参数， $_BALANCE$ 为账户拥有的 Yasion 余额。

账户的评价行为都会消耗币天，这涉及到另一个参数-单次评价消耗因子：

$POLLING_CONSUM_FACTOR$ ，它由用户本人选择，决定了用户的每次评价行为消耗多少比例的币天，每次评价需要消耗的币天数为 $POLLING_CONSUME_FACTOR * _BALANCE$ 。

02

如果 $\text{MAX_ACCUMULATE_DAY} = 7$, $\text{POLLING_CONSUME_FACTOR} = 0.2$, 则一个用户一天积累的币天可以进行 5 次有效评价, 而一个用户最大可能积累的币天数可以进行 35 次有效评价。

正面和负面评价操作对币天的消耗可以不同, 理事会通过系统参数来调节此比例。币天的引入基于两个目的:

- 1) 防止活跃用户占据过多的评价权重
- 2) 防止通过注册僵尸用户来获取大量的评价权重。

无论是正面还是负面评价, 单次有效评价行为所产生的评价权重是 $\text{RATING_FACTORLG}[\text{INT}(\text{CONSUMED_DAYS})]$, 其中 CONSUMED_DAYS 是此次评价行为消耗的币天, RATING_FACTOR 是理事会掌控的一个系统参数, 此参数的目的在于调节币天拥有量对评价权重的影响, 如果 $\text{RATING_FACTOR} = 1$, 则所有有效评价行为所产生的评价权重完全一致, 与消耗币天无关, 如果 $\text{RATING_FACTOR} = 10$, 则评价权重与消耗币天呈线性正相关。Yasion计划在初始版本中设定 $\text{RATING_FACTOR} = 2$, 即当消耗币天增加 10 倍时, 所产生的权重增加 2 倍, 如此在评价权重依然与消耗币天正相关的前提下, 避免了大户对内容评价权重的决定性影响。

2) 内容筛选者

为了鼓励内容筛选者去发现优质内容, 一条内容最终获得的收益将有一定比例分配给在内容发布后最初的几天里为内容点赞的用户。

在引入内容支持模式之后, 一条内容最终获得的价值将在作者和内容支持者之间分配。

3) 评价期

系统参数 RATING_EXPIRATION_DAYS 定义了一个评价有效期，假设 RATING_EXPIRATION_DAYS= 30, 则在内容发布之后 30 天内的评价将被用来计算内容应被用来计算价值的分配，第 30 天，系统将计算作者的所得：

$$\text{REWARD}[X] = \text{DAILY_RATING_BUDGET} * \text{POLLING_WEIGHT}[X] / \sum \text{POLLING_WEIGHT}[X]$$

其中 POLLING_WEIGHT[X]是单个内容所收获的净评价权重，最低为 0，不可为负值。这个公式意味着，在到期确定收益分配的时候，所有的内容以它们收获的净评价权重来按比例地分配当日的待分配收益。

优质的内容常常会引发更多的优质内容，而在知乎这样的模式下，优质的回答常常是由好问题引导的，我们需要对引发优质内容的内容给予回报，在 Yasion的设置中，一条内容的所得将有一定比例分配给其父内容，这个比例由系统参数 PARENT_REFUND_RATIO 确定。



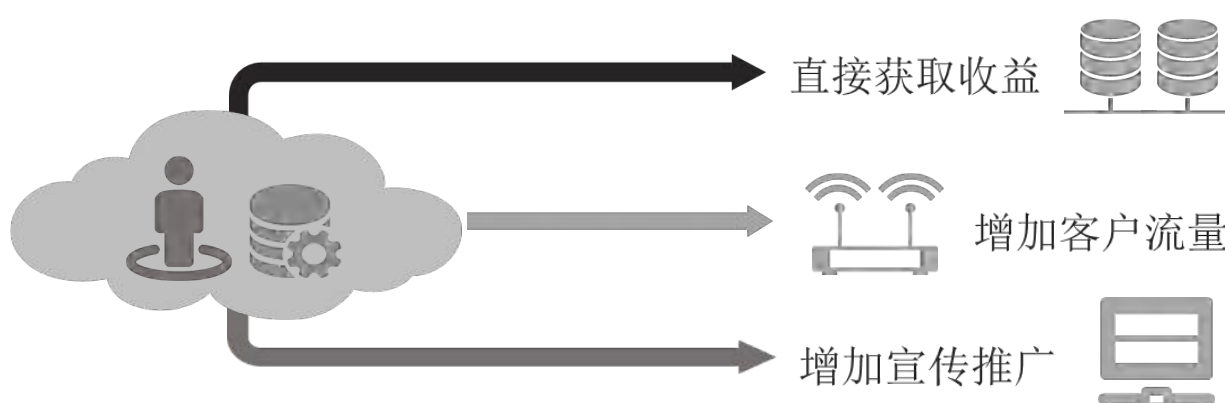
4) 追溯期

一条内容会在评价期满之后获得收益，为了留下充足的时间甄别侵权等行为，收益还要一定的锁定期才能到达作者手中。

同时，为了防止恶意作者发布侵权或违规的内容，理事会有权力对该类内容进行冻结，被冻结的内容将无法继续接受评价，作者也无法获得常规状态下能够获得的回报。

5) 打赏

除了上述所说的基于内容评价回报外，普通用户也可以直接使用Yasion对内容进行直接的打赏。



2.2 权限体系与登陆

在 Yasion网络中，每个用户都有一个唯一的识别号——Yasion号，用户可以用同一个 Yasion号使用 Yasion网络上不同的平台所提供的服务。

另外，为了解决比特股以及 Steem 中权限系统不完善的问题，Yasion改进了 Graphene 框架的权限体系并且遵循最小权限原则（Principle of least privilege）

引入了受限权限授权机制，普通用户可授权平台使用鉴权权限，而整个流程不接触密钥本身，在保证安全的同时，兼顾了平台产品的用户体验。结合安全的跨站点登陆与单点登陆，使得构建不同风格、不同体验的平台成为了可能。

2.2.1 权限体系

在区块链系统中，交易一经确认会即时向全网进行广播，每一个节点都将收到的交易信息同步记录在账本上，简化了信息更新的流程，从而降低机构的运营成本。同时，由于各节点拥有全量的账本数据，交易数据实现多节点背书，避免账本丢失的同时也避免了单一记账人被控制或者被贿赂而记假账的可能性，保证了账目数据的安全。此外，由于篡改交易数据的成本非常大，分布式数据存储不可篡改的特性也增强了数据可信度，从而也提高了平台的公信力。另外，区块链的每个节点都按照块链式结构存储完整的数据，通过“时间戳”技术和链式结构实现数据信息可追溯，每个事件和交易都有时间戳记，成为一条长链或永久性记录的一部分，因此可以对交易进行追溯。

Yasion包含了四个不同等级的密钥，分别拥有不同的权限：

主控密钥 (Owner key)：最高权限密钥，管理本账户全部权限。

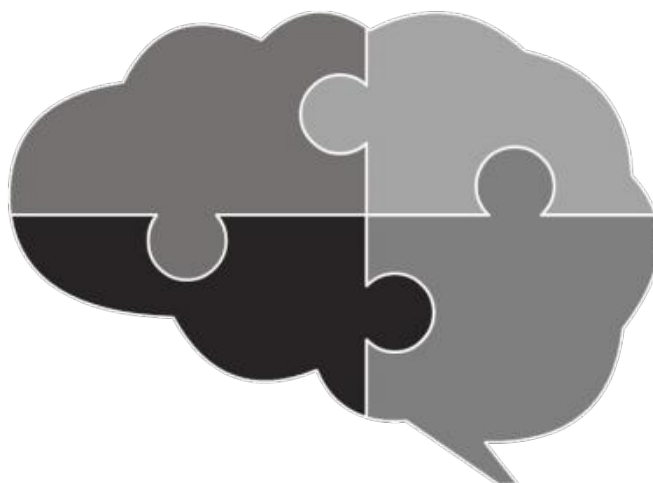
资金密钥 (Active key)：可控制转账、管理零钱权限。

次级密钥 (Secondary key)：拥有内容平台操作权限与零钱权限。

备注密钥 (Note key)：用于查看交易备注信息。

如用户使用移动设备登陆，那么为了确保安全，在登陆中可使用受限权限密钥进行登陆。主控密钥拥有全部权限并可重置其他受限权限密钥。

鉴权权限：鉴权权限与密钥体系相独立，极大降低平台的接入成本，提升安全性，提升平台的用户体验。



2.2.2 OAuth 跨站点登陆

OAuth（开放授权）是一个开放标准。OAuth 让用户使用一个令牌授权第三方网站访问他们存储在另外服务提供者的某些特定信息。

平台通过支持该标准并利用 Yasion 的权限授权机制，可以实现微信、Twitter、Facebook、支付宝、微博等跨站点账户绑定以及登陆。做法如下：

1. 用户通过 Yasion 钱包授权登陆平台站点
2. 平台站点跳转到 OAuth 目标站点（如微信，Twitter，支付宝等），请求用户授权。
3. 平台获得 OAuth 目标站点授权后即可完成双向绑定。
4. 用户使用其他设备时可以使用 OAuth 目标站点令牌在平台站点中进行登陆。

2.2.3 SSO 单点登陆

在 Yasion 钱包中内置一个平台列表，由于使用了上面所说的受限权限授权机制，用户只需登陆钱包一次，用户即可以直接在平台列表内选择使用哪个平台提供的服务，然后钱包将会自动跳转并登陆到平台站点，无需重复登陆。

2.3 内容发布，转载与评论

1) 内容发布

Yasion网络不直接保存内容本身（内容将会由平台保存），但将会保存内容的散列值用作鉴定内容唯一性的依据。考虑到潜在的散列碰撞 (hash collision) 可能，为了尽可能减少这种可能，在存储散列值时，Yasion将会采用采用多种散列算法对内容进行散列操作，并以首尾相接的方式保存。存储结构如下：

散列算法 1 的结果+散列算法 2 的结果+散列算法 3 的结果+散列算法 N 的结果.....

2) 转载

在 Yasion网络中，原作者可以设定是否允许转载。

3) 评论

用户可对内容进行评论，而考虑到评论本身也是相当有价值的。Yasion允许用户对评论进行评价以及打赏。



2.4 内容价值分配功能

内容价值分配功能是 Yasion 又一创新，内容价值分配功能允许用户投资由其他用户产生的优秀内容并获得其部分价值分配，而内容生产者（被投资者）也可以借此获得一次性回报以及后续的部分价值分配。

内容生产者在发布内容的时候可以设定为支持模式，并设定出让的价值分配份额以及支持截止期限。在期限内，内容支持者可以按份额支持该内容，内容生产者借此可以先获得一次性回报，而该内容在锁定期之后将会通过智能合约自动按份额分配给内容生产者和内容支持者。

2.5 社群平台与社群平台智能代币

在 Yasion 网络中，社群平台被定义为一种特殊设定的平台。类似于小密圈，用户可以创建属于自己的私有社群平台，也可以设定其他用户加入该社群平台需要支付的 Yasion 数量或者需要社群平台管理员批准才可以加入，同时社群平台内部的内容评价分成价值分配比例可以由社群平台管理员设定，也可拥有社群平台内部的分配池。在社群平台中，将可以实现成员自治、经济自治以及内容自治。

除了上述以上的特性外，还可以发行属于社群平台的智能代币。社群平台智能代币由社群平台成员发布的优质内容获得的内容评价以及打赏价值为代币价值背书。比如，“社群平台 A”发行智能代币“社群平台 A 代币”，规定“社群平台 A”的成员所获得的价值的 20%，平均分配给“社群平台 A 代币”的代币持有者。而“社群平台 A”的成员在发行这个智能代币时可以获得初始份额。余下的 80% 的价值则根据社群平台另外一种不能转移的代币：WORD 进行分配，这种自动价值分配机制由智能合约自动执行。

WORD 被设计成为一种不能转账、不能交易的代币，社群平台可以在 Yasion 创建这样的代币并分配给社群平台成员，WORD 持有者决定该社群平台对内容的评价。当“社群平台 A”成员发布内容时，散列值等信息被同时记录入 Yasion 的区块链，而其他“社群平台 A”成员在浏览内容时，评价信息也会被记录入 Yasion 区块链，最终通过 PoT 算法确定参与者的价值并分配，基于“社群平台 A”的设置，价值可以是“社群平台 A”所拥有的，也可以是“社群平台 A”在 Yasion 上发行的其他种类的代币。“社群平台 A”可以决定本平台 WORD 的分配，给内容生产者的分成比例等参数。

应用场景

Application scenario



3.1 应用场景

利用 Yasion网络的内容评价与打赏机制，平台可以构建出类似于 Steemit 的以文字内容为主题的社交媒体平台，甚至更进一步构建出类似于 Twitter、Facebook 这类的社交网络。

03

3.2 博客类，百科类，论坛类内容平台

博客类、百科类、论坛类也依然占据着很大份额的网络流量，特别是博客类以及百科类内容平台，是普通用户发表严肃文本内容的主要途径。多年以来这些内容平台只能依靠广告收益来维持，也有很大部分的用户无法从这些平台获取到收益，通过 Yasion提供的插件可以直接将 Yasion网络的内容评价与打赏机制带入到这些平台，为发表内容的用户以及平台建设者带来更多收益。

3.3 广告付费类平台

看广告的同时，也会获得相对应的Yasion，并且通过持有的数量进行对应的梯级收益，通过创新机制，可以很好的赋予平台币以及平台的相应价值，也可以从广告形式上对广告主拓展新渠道。

3.4 传统门户类网站平台

传统门户类网站一直依赖广告作为主要收入来源，网站的采编机构也缺乏合适的评估途径。传统门户类网站不但可以通过引入 Yasion平台的内容评价和打赏机制为采编机构提供评价渠道以及为网站主增加收益。同时也可以建立社群平台或发行社群平台智能代币，智能代币可以通过智能合约公正的将来自内容评价以及打赏机制的收益公平地分配到采编机构的每一个环节中。

3.5 视频点播/直播内容平台

长久以来，内容变现以及为网站提供更高收益一直是视频类平台遇到的问题。由于视频类网站的特性，对于网站主而言，带宽和存储成本相当高，导致盈利困难，如世界最大的视频网站 YouTube 依然处于亏损状态。视频直播类以及点播类网站可以将 Yasion网络的内容评价与打赏机制带入到这些内容平台，为内容生产者以及平台带来更多收益。



3.6 内容聚合类平台

平台可利用 Yasion内置的转载功能提供类似于天天头条等内容聚合类功能，平台可以利用自动化程序挑选出合适内容然后推送给读者。通过转载功能，无论是作者还是转载者都可以获得评价和打赏。

3.7 存证服务与版权维权服务

由于 Yasion保存着内容的唯一散列值且不可被更改，平台可以利用这一特性联合法律机构提供内容存证以及版权维权等服务。

配套与生态圈

Supporting and Ecosphere



4.1 Yasion开发套件

Yasion开发套件中将会包含授权：

- 爬虫机器人接口
- 维权服务机器人接口
- 内容实时导入
- 历史内容导入
- 用户管理
- 跨站点登陆等高级开发套件供开发者与平台使用。

04

4.2 WordPress,phpBB,Joomla, MediaWiki和 Discuz 等插件

我们理解到有众多的缺乏开发力量的网站主以及普通用户希望参与到建设 Yasion 网络中。为此，在目前开发计划中，团队将会开发一系列的基于现有的整站建站、博客、百科、论坛类程序插件，用户只需要在网站后台一键安装好插件并配置节点以及其他相关配置信息即可接入到 Yasion 网络中。

4.3 开发者支持与生态圈建设

除了提供上述的开发接口与开发套件外，团队也会预留资源，并将用于推广以及开发者支持，如定期举办开发者会议、活动以及开发竞赛，以便培育更多的开发者为 Yasion 开发应用。也会建设开发者社区，为开发者提供开发资料以及提供一个交流平台。



基金会

The Foundation



Yasion雅视公司是由雅虎投资的一家区块链自媒体广告的网络科技有限公司，由新加坡政府颁发的区块链产业运营牌照，同时将在新加坡、马来西亚、马耳他、塞舌尔、新西兰、韩国等多个国家和地区设立独立运营中心与共识社区。

05

Yasion致力于打造“新技术下的广告业”区块链项目，是由新加坡资本集团（Yasion Capital Group以下简称YCG）主导成立，同时由专业顶尖的国际化团队负责项目研发推进与社区运营；技术团队核心成员来自全球各大顶尖科技公司与区块链研究院，拥有丰富的IOT追溯，区块链源代码，DPOS+POW机制，智能合约等技术的开发经验。

YCG资本集团（Yasion Capital Group），成立于2009年，集团拥有强大的多国股东背景，并集合国际金融多项牌照，Yasion是一家专注于金融理财高新科技的全球顶尖的跨国集团。

Yasion集团总部位于国际金融中心新加坡，下设多家全资子公司，遍布全球各大主流城市。集团经营范围覆盖资产托管、金融服务、基金托管、资产租赁、科技探索、大宗商品OTC、高端生活服务，业务覆盖金融、互联网、实业等领域。自2016年起，Yasion着力打国际商贸中心集团，业务涉及金融资产(股票，期货，数字资产等)交易、能源交易、商品交易、文化权证商贸等。

集团拥有国际资深的金融投资及运营管理团队、具备丰富的海外和本地投资理财经验，获得海内外客户及同行的一致认可。集团与中国多家权威第三方托管机构、顶尖行及优质金融机构建立了广泛深入的合作关系，以传递先进的金融理念，掌控全球投资热点，建立国际上最优秀的金融产品为核心，致力于打造一个视野国际化、品种多样化、服务专业化、操作精细化的多元金融业务平台。

通证分配

Pass Allocation

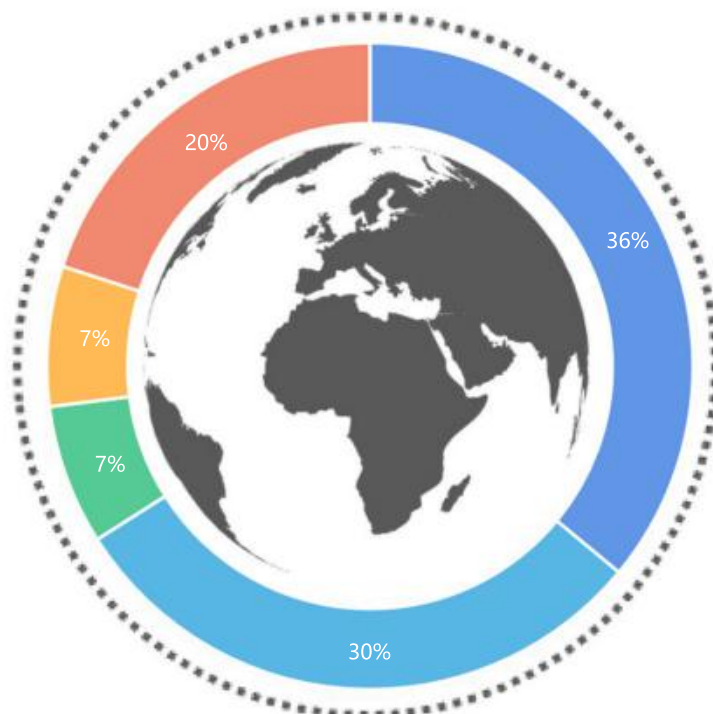


为了有效激励社区建设者与参与者，实现平台生态的自发式增长，Yasion发行平台通行的原生Token—Yasion，Yasion是基于TRC20标准发行的一种权证，发行总量为1亿枚。

06

通过广告主第一轮私募，投放至市场由每一个用户看广告：

- 挖矿产生（广告主私募分配的 Yasion 只能用于广告付费）30%；
- 社区推广奖励20%；
- 质押挖矿36%，可以理解成是POS（权益证明）；
- 基金公司 7% 锁仓2年，2年后每年释放 7%交易；
- 技术运营团队 7% 锁仓2年，2年后每年释放 7%交易。



项目发展路线图

Project Roadmap



07

- 2017年12月 搭建Yasion项目、公司、组织架构
- 2018年7月 项目立项，完成整体项目规划，开始进入实施阶段，生态顶层架构1.0版本面市
- 2018年10月 项目团队组建，组建区块链实验室，推广代币生态体系的研究实验室
- 2019年7月 Yasion欧洲数据处理中心成立，全球战略规划正式布局
- 2020年11月 Yasion官方APP上线
- 2020年12月 Yasion主链上线
- 2021年1月 Yasion独立的钱包内测，支持跨链技术
- 2021年7月 独立钱包上线，完成映射
- 2022年2月 开始开发侧链，完成与主链交互

免责声明与风险提示

Disclaimer And Risk



本文档仅作为传达信息之用，文档内容仅作参考，不构成在Yasion及相关公司中出售股票或证券的任何买卖建议、教唆或邀约。本文档不组成也理解为提供任何买卖行为，也不是任何形式上的合约或者承诺。

鉴于不可预知的情况，本白皮书列出的目标可能发生变化。虽然团队会尽力实现本白皮书的所有目标，所有购买Yasion的个人和团队将自担风险。文档的部分内容可能随着项目的进展在新版白皮书中进行不相应调整，团队将通过在网站上发布公告或新版白皮书等方式，将更新内容公布于众。Yasion明确表示不承担参与者造成的直接或间接的损失包括：依赖本文档的内容，本文信息错误，疏忽或者不准确信息，以及由本文导致的任何行为。

团队将努力实现文档中所提及的目标，但基于不可抗力力的存在，团队不能完全做出完成承诺。Yasion是一种效能的产品，并不是一种投资品。Yasion不是一种所有权或控制权。控制Yasion并不代表对Yasion应用的所有权，Yasion并不授予任何个人参与、控制、或任何关于Yasion决策的权力。

08

风险提示

(1) 监管风险

由于区块链的发展尚处早期，全球都没有有关募集过程中的前置要求、交易要求、信息披露要求、锁定要求等相关的法规文件。并且目前政策会如何实施尚不明朗，这些因素均可能对项目的发展与流动性产生不确定影响。而区块链技术已经成为世界上各个主要国家的监管主要对象，如果监管主体插手或施加影响则Yasion可能受到其影响，例如法令限制使用、Yasion有可能受到限制、阻碍甚至直接终止Yasion应用的发展。

(2) 竞争风险

当前区块链领域项目众多，竞争十分激烈，存在较强的市场竞争和项目运营压力。Yasion项目是否能在诸多优秀项目中突围，受到广泛认可，既与自身团队能力、愿景规划等方面挂钩，也受到市场上诸多竞争者乃至寡头的影响，其间存在面临恶性竞争的可能。

(3) 人才流失风险

Yasion汇聚了一支活力与实力兼备的人才队伍，吸引到了区块链领域的资深从业者，具有丰富经验的技术开发人员等。在今后的发展中，不排除有核心人员离开、团队内部发生冲突而导致Yasion整体受到负面影响的可能性。

(4) 项目技术风险

密码学的加速发展或者科技的发展诸如量子计算机的发展，或将破解的风险带给平台负面影响，这可能导致Yasion的丢失。项目更新过程中，可能会出现漏洞，漏洞发现后会及时修复，但不能保证不造成任何影响。

(5) 应用缺少关注度风险

产品存在没有被大量个人或组织使用的可能性，这意味着公众没有足够的兴趣去开发 和发展这些相关分布式应用，这样一种缺少兴趣的现象可能对应用造成负面影响。

(6) 黑客攻击风险

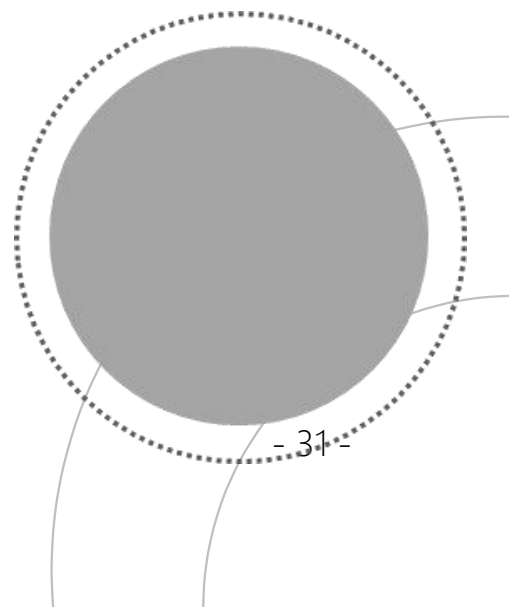
黑客或其他组织供攻击风险，包括但不限于拒绝服务攻击、Sybil 攻击、恶意软件攻击或一致性攻击等。

(7) 未保险损失风险

不像银行账户或其他金融机构的账户，存储在账户或相关区块链网络上通常没有保险保障，任何情况下的损失，将不会有任何公开的个体组织为你的损失担保。

(8) 目前未可知的其他风险

除了本白皮书内提及的风险外，此外还存在着一些创始团队尚未提及或尚未预料到的风险。此外，其他风险也有可能突然出现，或者以多种已经提及的风险的组合的方式出现。



yasion
雅视



YASION

白皮书

V1.0

Yasion 基于区块链的广告新媒体内容激励网络

Yasion Blockchain-based advertising new media content incentive network