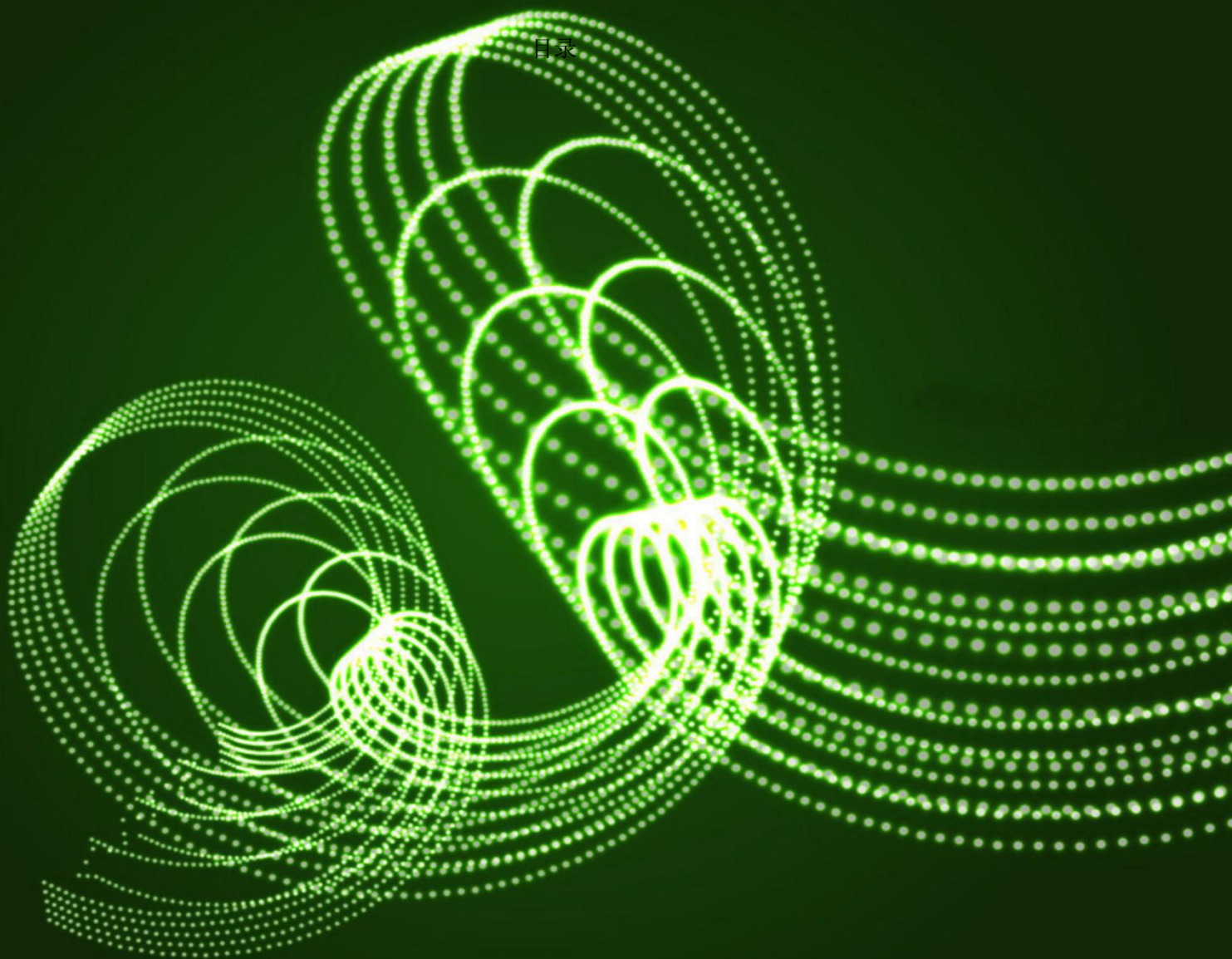


目录



GBCTOKEN
全球区块链共识通证

Gobal block chain

目录

1. 区块链行业背景.....	4
1.1 区块链的定义.....	4
1.2 区块链的特点.....	5
1.3 区块链适合解决哪些问题.....	6
2. 旅游及博彩业行业背景.....	7
2.1 行业概况.....	7
展的机遇非常大,但目前能线上线下结合的区块链项目基本没有。.....	9
2.2 行业生态发展.....	9
2.3 行业市场分析.....	11
2.3.2 经济环境.....	12
2.3.3 社会环境.....	12
2.3.4 技术环境.....	13
2.4 旅行者在旅游中遇到的痛点.....	18
2.5 全球博彩业发展态势.....	19
3. GBCTOKEN 支付及智能旅游系统——解决痛点,一币走天下的关键.....	23
3.1 GBCTOKEN 背景及特点.....	23
3.2 GBCTOKEN 初心与愿景.....	24
3.3 GBCTOKEN 全球区块链共识通证有什么特点.....	24
3.4 去中心化与 Token 价值经济.....	25
3.4.1 去中心化是新旅游产业生态的必然选择.....	25
3.4.2 Token 价值经济是产业生态链的实现路径.....	25
4、核心技术.....	27
4.1 底层公链技术.....	27
4.2 GBCTOKEN 令牌技术.....	28
4.3 以太网协议 2.0.....	29
4.4 安全系统.....	30
4.5 以太网协议 2.0.....	31
4.6 应用技术.....	31
4.7 支付系统.....	33
5. 应用场景.....	35
5.1 旅游生态 Dapp.....	35
5.1.1 出行支付 token 化.....	36
5.1.2 住宿支付 token 化.....	36
5.1.3 线上商城支付 token 化.....	37
5.1.4 餐饮支付 token 化.....	37
5.1.5 社交转账 token 化.....	38
5.1.6 海内外置业 token 化.....	38
5.1.7 一站式娱乐 token 化.....	38
5.2 博彩生态商城.....	38
5.1.8 海内外置业 token 化.....	39
5.1.9 一站式娱乐 token 化.....	39
5.2 博彩生态商城.....	39
5.2.1 真人视讯.....	40
5.2.2 彩票游戏.....	41

5.2.4 体育游戏.....	42
5.2.5 棋牌游戏.....	42
6、 发展规划.....	43
7. 法律问题和免责声明.....	44
7.1赔偿条款.....	45
7.2翻译.....	45
7.3条款变更.....	46
7.4知识产权.....	46
8. 风险说明.....	46
8.1 监管风险.....	46
8.2 竞争风险.....	47
8.3 人才流失风险.....	47
8.4 项目技术风险.....	47
8.5 应用缺少关注度风险.....	47
8.6 黑客攻击风险.....	47
8.7 未保险损失风险.....	48
8.8 目前未可知的其他风险.....	48

1. 区块链行业背景

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。

1.1 区块链的定义

2008 年，一个自称日裔美国人的神秘人中本聪（Satoshi Nakamoto）在网上发表了一篇文章《比特币：一种点对点电子现金系统》，描述了一种被他称作“比特币”的点对点电子现金系统。2009 年，阿聪发布了代码开源的软件并且对第一个比特币“区块”进行了“挖矿”，得到了 50 枚比特币作为奖励。一开始这个游戏只有阿聪一个人玩，慢慢一些密码朋克成员觉得这很酷，陆续加入挖矿领奖励，后来有位哥们用挖来的 10000 枚比特币换了一个完整的披萨，看到可以兑换实物后越来越多用户前来挖矿，他们自称“矿工”，用挖到的比特币换钱和其他东西。2017 年，1 枚比特币的价格曾高达两万美金，全球都为之疯狂。许多早期用户成功实现了财富自由，而各国政府、机构也开始重点研究以比特币为代表的加密货币以及与之密不可分的区块链技术。

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、利用由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。

当我把钱转给你不需要通过任何人的允许，不需要问银行，不需要问政府，只需要你和我，还有我们的手机，这就是比特币的力量。它有点像我们的网银、微信、支付宝，只需要手机便可以自由转账或者购买交换物品，但与这些电子支付方式不同的是，比特币是去中心化的货币，只要我们双方都能上网，不需要第三方就可以交易。没有第三方，就没有高额的手续费，这也是为什么越来越多的商家开始接受比特币支付的原因之一。

1.2 区块链的特点

简单来讲，区块链是一种共享的分布式数据库技术。虽然每条链都有其特点，但总括来讲区块链具有去中心化、安全可信、不可篡改、时序数据、集体维护和可编程等特点。

去中心化 (Decentralized) :

区块链数据的验证、记账、存储、维护和传输等过程均是基于分布式系统结构,采用纯数学方法而不是中心机构来建立分布式节点间的信任关系,从而形成去中心化的可信任的分布式系统。由于区块链依靠的是网络上多个参与者的公平约束,所以任意每几个节点的权利和义务都是均等的,而且每一个节点都会储存这个区块链上所有数据。系统中所有节点之间无需信任也可以进行交易,因为数据库和整个系统的运作是公开透明的,即使该节点被损坏或遭受攻击,仍然不会对账簿造成任何威胁。

安全可信 (Security and Trustworthiness) :

区块链技术采用非对称密码学原理对数据进行加密,同时借助分布式系统各节点的工作量证明等共识算法形成的强大算力来抵御外部攻击、保证区块链数据不可篡改和不可伪造,因而具有较高的安全性。

不可篡改 (Non-repudiation) :

区块链上的信息必须不可撤销,不能随意销毁。系统是开源的,整个系统都必须是公开透明的,因此某笔交易被全网广播以后,达到一定的确认以上就成功记录在案了,且不可逆转不可撤销。一旦信息经过验证并添加至区块链,就会永久的存储起来,除非能够同时控制住系统中超过 51%的节点,否则单个节点上对数据库的修改是无效的,因此区块链的数据稳定性和可靠性极高。

时序数据 (Sequential Data) :

区块链采用带有时间戳的链式区块结构存储数据,从而为数据增加了时间维度,具有极强的可验证性和可追溯性。区块链上的信息必须不可撤销,不能随意销毁。系统是开源的,整个系统都必须是公开透明的,因此某笔交易被全网广播以后,达到一定的确认以上就成功记录在案了,且不可逆转不可撤销。

集体维护 (Collectively Maintain) :

区块链系统采用特定的经济激励机制来保证分布式系统中所有节点均可参与数据区块的验证过程(如比特币的“挖矿”过程),并通过共识算法来选择特定的节点将新区块添加到区块链。

可编程 (Programmable) :

区块链技术可提供灵活的脚本代码系统,支持用户创建高级的智能合约、货币或其他去中心化应用。例如,以太坊 (Ethereum) 平台即提供了图灵完备的脚本语言以供用户来构建任何可以精确定义的智能合约或交易类型。

1.3 区块链适合解决哪些问题

去中心化: 无需第三方介入,实现人与人点对点交易和互动。

不可篡改性: 数据信息一旦被写入区块中就不能更改撤销。

公开透明性: 极短时间内,区块信息会被复制到网络中的所有区块,实现全网数据同步,每个节点都能回溯交易双方过去的所有交易信息。

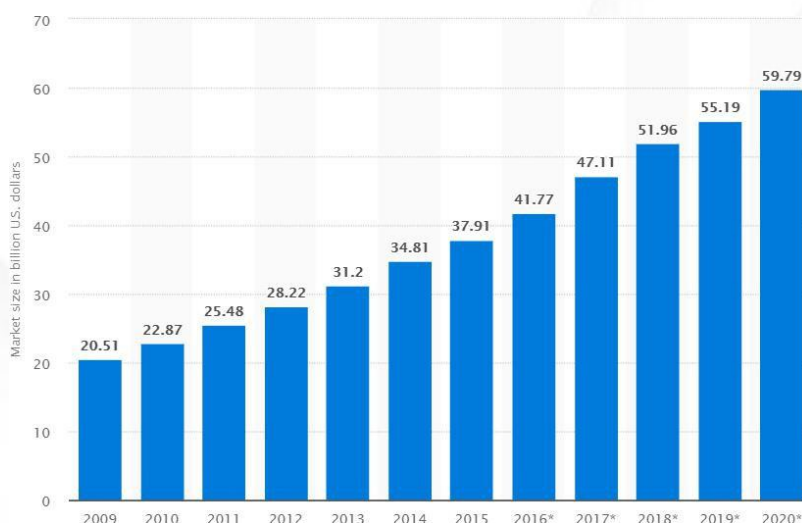
集体维护性: 在整个互联网金融系统,无论是资金的供给者还是资金的借贷者都可以充当保护者的作用,共同维护整个区块链信息的可靠性和安全性。

可靠数据库:只有掌握整个系统 51%节点，才能对区块链信息进行篡改，这样显然不可能做到，因为整个系统参与者众多，掌握这么多节点成本极高，也无法实现，这样能确保数据的完整性、真实性和安全性。

2. 旅游及博彩业行业背景

2.1 行业概况

旅游业是当今是世界体量最大的产业之一，且每年都在保持稳步增长。1995 年，国际旅游者数量达 5.2 亿人次。二十年后的 2015 年，这一数字已经攀升至 10.65 亿。长远来看，旅游业的增长将继续保持强劲势头。预计到 2030 年底，国际旅行人数将超过 18 亿人次。2016 年，旅游业对全球经济的贡献总额超过 7.6 万亿美元，约占世界总支出的 10%。此外，世界旅游理事会（WTTC）数据显示，目前全球旅游业从业人数超过 2.92 亿，占全球就业总人数的 10.2%。未来，随着旅游业继续保持稳步增长，预计这一就业人数还会继续增加。在过去几十年里，旅行开始越来越多地进入人们的生活。游客们从最初的现金支付，到后来的旅行支票，再后来出现支付卡，到今天的数字货币支付，我们的旅行变得越来越容易。

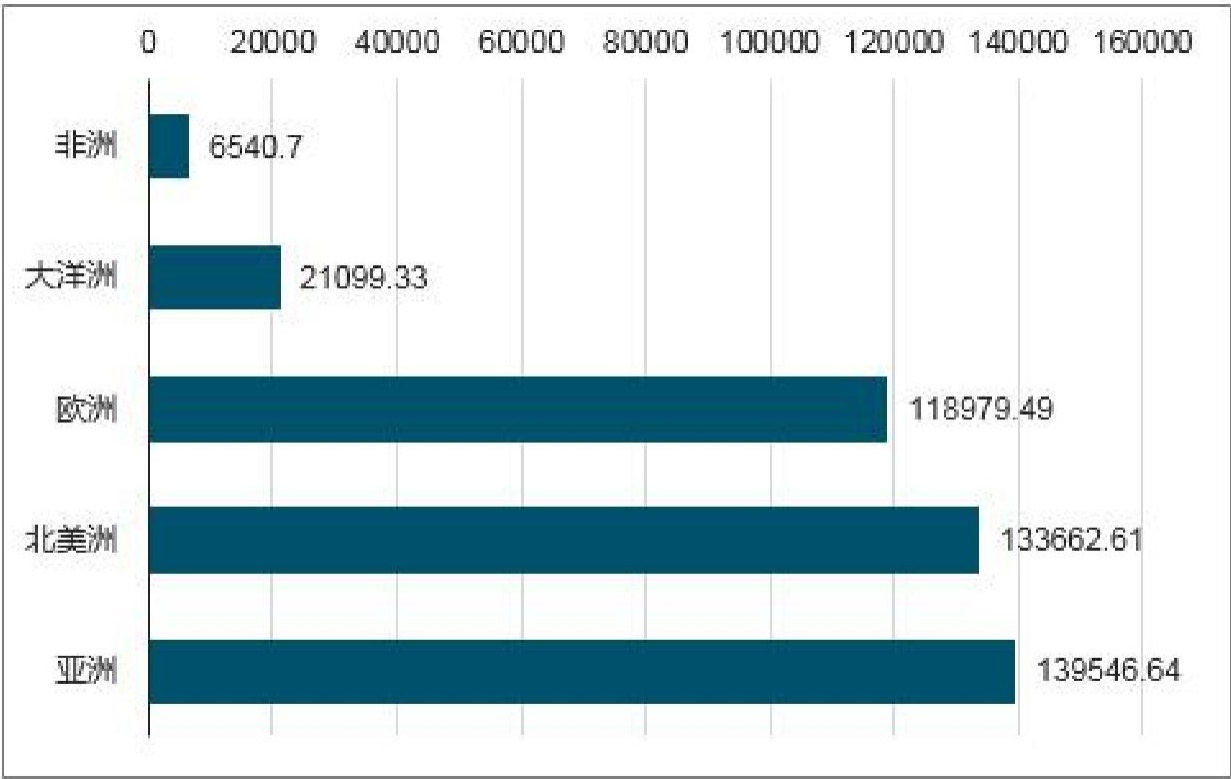


相比全球的旅游业发展态势，中国的旅游业更是蓬勃发展。过去十年是中国传统旅游的黄金十年，超过 20 亿人次参与了传统旅游项目，包括徒步、登山、露营、钓鱼等；随着行业的不断发展壮大和人们消费水平的不断提高，包括马术、潜水、滑雪、高尔夫、飞行等高端旅游也进入消费者的视野。旅游行业的主要参与者包括运动场地、俱乐部、装备生

产商、旅游渠道平台等，在国务院 46 号文件的鼓励下，旅游行业整体的产业结构提升、规范化较 10 年前发生了质变。中国当下正在经历欧美人经历过的旅游萌芽、增长、爆发的阶段，但并不是单纯的复制这一过程，这个过程将大大地被缩短，旅游行业从增长到爆发的时间窗口将更短暂。随着移动互联网的高速发展，旅游行业的产品将更加标准化、结构化，也将变得更加容易获取，线路产品难度将分级，各种衡量维度也将更加精准，旅游行业也将打破熟人经济、小圈子的局限，最终成为人人触手可及的标准化、体验式旅游产品。旅游产品越来越走向大众，与大众的健康消费密切相连，逐渐成为大众消费品。

除了蓬勃发展的旅游业，GBCTOKEN 还有一个非常重要的消费场景——博彩业。2018 年，全球博彩行业收益稳定增长，亚洲收益位居第一。根据报告显示，2016 年博彩行业的总收入上涨4.6%，达到 4500 亿美元，且预计在 2017-2020 年保持稳定增长。2016 年亚洲、北美洲和欧洲的博彩市场收益均超过了 1000 亿美元，其中亚洲的总收益最高，达到 1395 亿元。

博彩行业亚洲总收益位居第一（单位：百万美元）



数据来源：公开资料整理

目前，国内国外都有了博彩行业的区块链项目探索，主要集中在彩票、竞猜游戏等领域，也存在线下博彩的尝试，整个行业都不断地在做生态优化的探索。两者结合发

展的机遇非常大，但目前能线上线下结合的区块链项目基本没有。

2.2 行业生态发展

世界旅游行业发展趋势

2017 年全球旅游经济的强劲增长，主要表现为如下四个方面：

- 1、全球旅游总人次快速增长，达到全球人口总规模的 1.6 倍。全球范围内，参与旅游的群体不断扩大，旅游消费已然成为全球民众的重要生活方式。
- 2、全球旅游总收入超过 5 万亿美元，相当于全球 GDP 的 6.7%[1]。旅游对于推动全球经济增长的作用更加明显。
- 3、全球旅游总人次和旅游总收入的增速均超过 2016 年，分别增长 6.8%和 4.3%。
- 4、2017，全球旅游总收入和旅游总人次增速持续高于 GDP 增速。国际货币基金组织和世界银行对 2017 年全球 GDP 实际增长率的预测分别为 3.5%和 2.7%，而全球旅游总收入增速比其分别高出 0.8 个百分点和 1.6 个百分点。

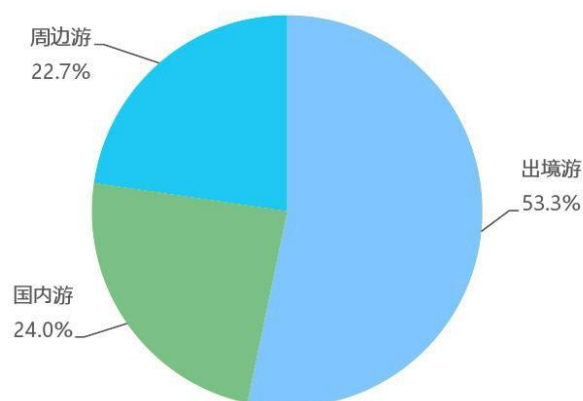
中国在线旅游的发展现状



2018 年中国公民在线度假旅游人数达 1.51 亿人次，同比增长 7.0%。

2018 年中国在线旅游度假市场结构预估

(按交易规模,从周边/国内/出境维度)



公开数据显示,截止 2016 年底,中国传统旅行社共计 28097 家,增长率为 17%,传统旅行社仍然保持缓慢增长状态,在旅游业中,线上渗透率还比较低,线下仍有非常广阔的空间,因此旅行社数量仍保持较为稳定的增长状态。

2006-2016 年中国旅行社数量及增长



上海市 2018 年 1-3 月出国游人数累计值及累计同比 (单位: 万人)

2018 年一季度,北京出国旅游人次达到 116.76 万人,累计同比下降 2.77%;上海市出国游人次达到 117.29 万人,累计同比下降 0.06%。

2.3 行业市场分析

宏观环境分析

2.3.1 政策环境：

9 月 1 日起施行。

《旅游法》对旅游者、旅游业的规划和促进、旅游纠纷的处理、旅游法律责任等相关内容作了全面、科学的规定。随着《旅游法》的颁布，近年来国家政策对旅游产业的大力扶持让整个旅游产业呈现出蓬勃生机。

2) 十八大以后，中国外交又呈现出更加积极有为的发展态势。

一方面，中国努力构建全球伙伴关系网络，提出并推进亚洲基础设施投资银行、“一带一路”等区域合作和洲际合作战略；另一方面，成功举办亚洲相互协作与信任措施会议、亚太经合组织领导人非正式会议等国际盛会。旅游作为民间外交，在国家大外交背景下也将迎来更广阔的发展空间。

3) 2015 年 1 月 15 日，国家旅游局提出实施“515 战略”。

坚决惩治旅游不文明行为等 10 大行动，力求营造文明旅游大环境，以切实有效的行政手段顺势而为，为旅游产业的健康、有序发展扫清障碍、打通壁垒，让宏观战略从口号走向实际，让政策文件从构想转化为行为，为中国旅游产业的成功转型，以及实现从“旅游资源大国”“旅游消费大国”向综合型良性发展的“世界旅游强国”铺路搭桥，保驾护航。

4) 2015 年 9 月，国家旅游局下发《关于实施“旅游+互联网”行动计划的通知》。

明确了到 2020 年旅游业与互联网全面融合，互联网成为中国旅游业创新发展的主要动力

和重要支撑，在线旅游投资占全国旅游直接投资的 15%，在线旅游消费支出占国民旅游消费支出的 20%的发展目标。有力地推动在线旅游业的快速发展和壮大。

2.3.2 经济环境

随着 2013 年《旅游法》的颁布，加之国际国内经济形势的不断变化，于中国旅游产业的发展而言，既是挑战又是机遇。

2017 年全年，国内旅游人数 50.01 亿人次，比上年同期增长 12.8%。其中，城镇居民 36.77 亿人次，增长 15.1%；农村居民 13.24 亿人次，增长 6.8%。国内旅游收入 4.57 万亿元，上年同期增长 15.9%。其中，城镇居民花费 3.77 万亿元，增长 16.8%；农村居民花费 0.80 万亿元，增长 11.8%。

纵观 2012-2017 年国内旅游市场数据，增长十分迅速。六年间中国国内游客人数增加了 20 亿人次，旅游收入翻了一番。力求平滑过渡、稳中求进是目前中国旅游产业经济大环境下的基调。

2.3.3 社会环境

随着社会的不断进步，国民素质的不断提高以及受教育程度、经济收入、消费水平、消费观念的不同，旅游心理和旅游动机也随之不同。

《旅游法》颁布前景区及整个旅游产业出现的诸如乱收费、乱涨价、强制购买等问题影响着旅游者出行的决定，某种程度上也影响着旅游产业大环境的发展。另外，游客不文

明行为、导游辱骂游客行为也是近几年来社会关注的热点，这些都是影响社会环境从而制约旅游产业发展的因素。

《旅游法》出台后，对整个旅游产业中所出现的一系列社会问题都制定了相关法律法规和惩处条例。用法律的手段使得整个旅游产业下的社会环境更加和谐，同时也让整个旅游产业发展得更为健康。

国内出国游部分主要目的地受到事件影响，增速有所回落：英国、法国、德国 2015-2017 年间发生多起暴恐事件对当年客流影响较大；2016/06 发生中菲南海争端；由于韩国萨德事件发酵，2017/03 国内各大旅行社下架赴韩旅游产品。以上事件共同作用导致 2016 年国内出境游人数增长仅为 4.27%，达到 1.22 亿人次。

出境游从 2010 年经历 20%左右的高速增长后，2013 年-2016 年增速降至 4.27%，13-14 年主要受到泰国政变、菲律宾安全形势以及马航失联等事件，14-16 年，港澳台旅游市场受政治事件影响，澳洲市场主要受恐怖袭击影响，造成整体出境旅游人数增速大幅下滑，港澳台甚至出现接待中国大陆游客负增长现象。

2017 年下半年行业复苏迹象明显，2018 年趋势有望延续：日本同比增速企稳开始反弹，2017/09-12 均达到较高增速维持在 30%左右；泰国同比增速自 2017/05 起由负转正，10-12 月同比增速超过 50%；中菲争端之后，自 2016 年 8 月起至 2017 年下半年菲律宾接待大陆游客增速一路走高；韩国萨德事件影响逐渐出清，2017 年 12 月萨德事件后国内首个旅行团由北京出发前往韩国。2017 年下半年韩国接待国内游客降幅有逐渐收窄趋势，以上影响叠加催化行业景气度提升有望带动公司业绩提升。

2.3.4 技术环境

中国已进入互联网与传统行业融合催生的“互联网+”新常态

网络电子商务环境的发展使得网络交易平台兴起，人们可以更多地了解世界，与此同时旅游业各方面的信息也更加公开透明。

这样的科技进步在给旅游产业发展带来机遇的同时也带来了一系列在监管力度上不够造成的风险。《旅游法》出台后，通过一系列硬性的规定以及监管力度上的改善，净化了技术环境在某些领域给旅游产业带来的影响。

无论是国内短途或是长途旅游，无论是出境还是入境游，任何形式的旅游活动都离不开科学技术作为支持。交通工具、通信工具都是旅游产业赖以生存的基础保障。随着时代的进步，科技的进步使得交通更为发达，人们出行更为方便，促使旅游产业发展更加迅速。

微观环境分析—中国在线旅游发展的分析

优势：

1) 在线旅游经营直销模式的优势主要包括：

- 一、可以强化品牌效应，提高客户忠诚度；
- 二、节约了高昂的代理费用，降低营销成本；
- 三、直接掌握了客户的信息，可以做跟进销售；

四、由于直销模式最了解自己产品，因此与消费者交互的时候，可以有针对性地推荐自己产品，把最需要销售的产品卖掉，同时代理人在中间也可以取得各种经济利益。

2) 在线旅游经营代理人模式的优势主要包括：

- 一、品牌优势。即可以集中资源，在海量客户中打造自身品牌优势，将客户与供应商

进行有效隔离，成功打造自身品牌；

二、服务优势。即一站式预订平台，可以借助信息化和数字化技术，建立全国性酒店预订平台和机票预订平台，将个人优秀的旅行服务技能与经验模式量化，将看似杂乱无章、没有规律、主要倚重个人服务技巧的旅行服务变为流程管理的标准化运作；

三、规模优势。即可以有效整合众多酒店、航空公司和旅游目的地资源，形成“信息聚合效应”，方便顾客选择。

3) 在线旅游经营搜索引擎模式的优势主要包括：

一、价格优势。即通过为用户提供实时比价信息，为用户提供最低价格的旅游产品；

二、规模优势。即可以通过整合 OTA 企业，进而获得其所提供的上游供应商信息资源；

三、定位优势。即建立一个中立、智能、全面的比较平台，帮助用户进行合理的旅游产品选择和决策。

劣势：

1) 在线旅游的直销模式的劣势主要包括：

- 一、易形成“信息孤岛效应”；
- 二、对网络技术利用不够专业，并且投入成本大，运营成本高；
- 三、顾客对中小型酒店及航空公司缺乏信任；
- 四、直销竞争激烈，且难与传统预订网站抗衡。

2) 在线旅游经营的代理人模式的劣势主要包括：

- 一、价格偏高。因为本身没有具体产品，只是起到“代理人”的作用，所以，没有定价权，且因产品线过长，导致每条产品均有与之相比较的价格，且低价格产品信息更具备放大效应；
- 二、盈利模式单一。主要的盈利模式为返佣，容易形成与供应商的对立，导致市场竞争的加剧。

3) 在线旅游经营的搜索引擎模式的劣势主要包括：

- 一、无法做到一站式服务。只作为比价信息提供商，无法同步在线完成预订及支付流程；

二、资源可控性弱。因为信息来源是直销或 OTA 企业，无法保证信息的及时性及准确性，比较受信息提供方的掣肘。

机会：

1) 在线旅游经营的直销模式的机会主要包括：

一、市场空间大。例如，根据 Analysys 易观发布的《中国在线度假旅游市场季度监测分析 2018 年第 1 季度》显示，2018 年第 1 季度，中国在线度假旅游市场交易规模达到 233.5 亿元，同比增长 7.1%，环比增长 19.8%；

二、与国外直销比例的差距。美国航空公司以及酒店的直销网站占据在线旅游领域 40%至 50%的市场份额。国内的直销比例远远达不到发达国家的平均水平，还有非常大的提升空间；

三、行业整合带来的机会。东航、南航的合并，连锁酒店的快速扩张，给直销带来行业基础。

2) 在线旅游经营的代理人模式的机会主要包括：

一、国内 OTA 渗透率低。远低于发达国家水平，未来还有较大空间；

二、整合营销。即可以利用庞大的客户群体，可有效扩充产品线，推出新的业务及服务。

3) 在线旅游经营的搜索引擎模式的机会主要包括：

一、搜索技术的日臻完善，搜索引擎在 IT 界越发被重视的地位，同时给垂直搜索技术带来了重大突破；

二、随着在线旅游市场的成熟，越来越多的直销及 OTA 企业，给垂直搜索带来了可供搜索的基础。

威胁：

1) 在线旅游经营的直销模式的威胁主要包括：

一、可模仿性强，缺乏核心竞争力；

二、同行的竞争激烈，产品同质化严重，营销手段单一，很容易进行价格战，走向恶性竞争。

2) 在线旅游的代理人模式威胁主要包括：

酒店与航空公司直销力度的增大，势必与 OTA 企业争夺资源及话语权；二、各种新型模式的兴起，比如搜索模式，带来行业竞争加剧。

3) 在线旅游经营的搜索引擎模式的威胁主要包括：

一、盈利模式不清晰。目前主要通过广告及分成收入；

二、面临国际搜索引擎巨头的整合威胁；

三、和供应商存在较强的博弈，一旦 OTA 取消合作，将对其形成致命打击。

2.4 旅行者在旅游中遇到的痛点

1. 汇率换算麻烦，算了半天都搞不清楚汇率到底怎么来的？

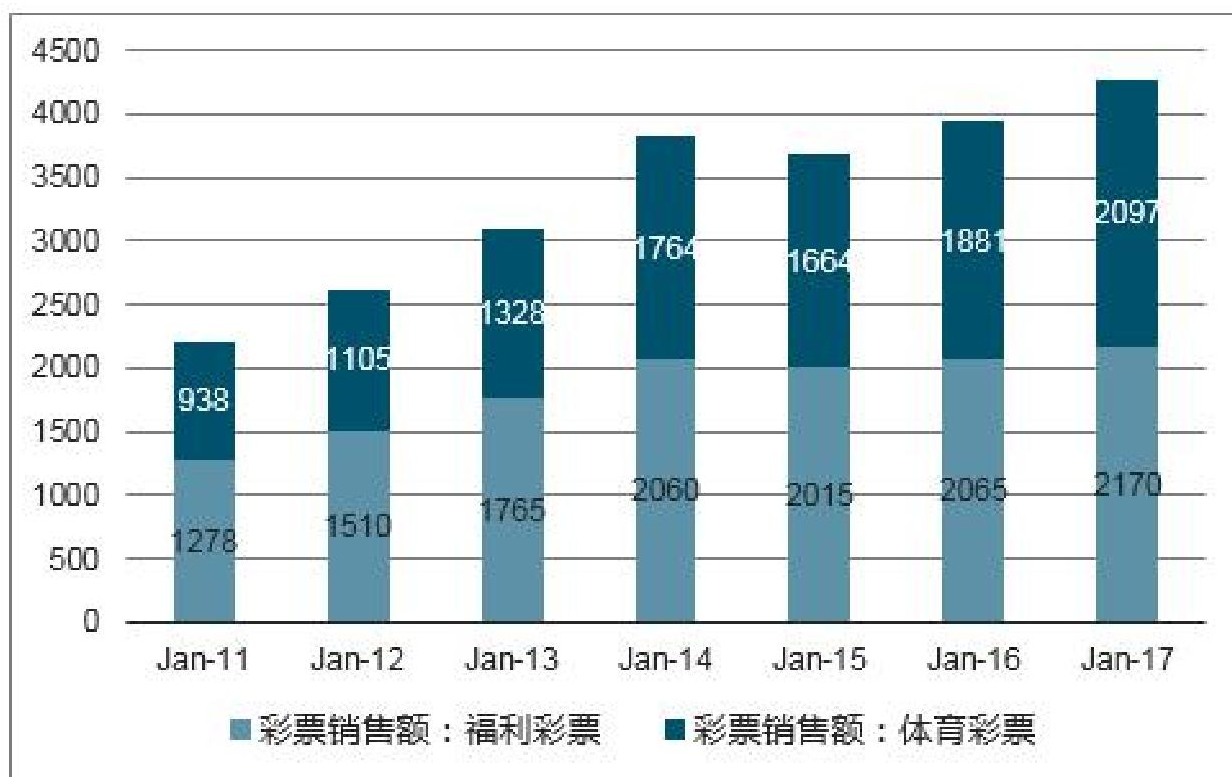
2. 费时费力，要跑多家换汇点对比汇率

3. 被强行收取高昂的换汇手续费
4. 常常因为汇率变动而导致旅行成本暴增
5. 换钱后手里多了一大堆现金！碍事还不安全！说不定还收到假钞！
6. 碰上面额大的货币（如：越南盾），数不清钱还无法找零，耽误时间
7. 出了机场，又遇到被司机抬价或约好的车放鸽子，受气又误时
8. 到了酒店，排好漫长的队，交过不菲的押金，才可拿着容易丢失的门卡或钥匙入住
9. 要通过不同的渠道预订旅游产品，非常繁琐，且售后出问题没人即时处理投诉
10. 购物或用餐时，刷卡汇率很差，手续费很高。有时候还找回一堆零钱
11. 和国际友人无法转账，资本无法真正全球化！
12. 海外旅途中看到中意的旅游地产，购买过程繁琐，且资金很难转到海外。

2.5 全球博彩业发展态势

随着各国广泛普及电子产品，博彩业也开发新的产品来切合智能手机、平板电脑的发展潮流。2017 年，澳门博彩毛收入达 2666 亿澳门元，实现 19% 的增长，扭转了连续三年负增长的局面。从已有的数据出发，2005 年到 2013 年澳门博彩业复合年增长率达到 29%。2014 年开始，由于内地打击贪官等诸多原因，澳门博彩业出现负增长。2017 年开始重新实现高速增长，并且 2018 年第一季度依旧超预期发展。

互联网彩票禁售对福彩影响更深（单位：亿）



数据来源：公开资料整理

2018 年 3 月，全国体育彩票工作会议在京召开，表示正在研究适时推进互联网彩票以及电话彩票管理办法，并且将在 2018 年有限、适时地推动互联网彩票试点。表明政府仍在稳步谨慎的发展互联网彩票，线上售彩在 2018 年或将重获新生。

中国彩票根据发行机构不同分为福利彩票和体育彩票，其发行机构分别为中国福利彩票发行中心和国家体育总局体育彩票管理中心，分别隶属于民政部和体育总局。2017 年福彩销售额达到 2170 亿，禁售以前年复增长率为 23%，禁售以后为 1.8%，体育彩票 2017 销售额为 2097 亿，禁售前增速分别为 26%和 5.9%。2015 年互联网禁售彩票对两者都有较大的影响。

乐透型彩票（包括福彩和体彩）发展时间早，彩民基数大，份额长期以来处于第一位，但近几年增速放缓，彩票市占率逐年递减。相反地，竞猜型体育彩票规模快速增长，发展势头非常迅猛，2008 年至今年复增长率达 37.65%，2017 年销售额达到 928.52 亿，彩票渗透率从 5.0%增长至 21.77%，成为中国彩票行业的主力军，未来成长动力依旧存在。

2017 年竞猜彩票增幅 21%，2018 年加上世界杯带来的彩民的狂欢，估计竞猜型彩票销售额在 2018 年有望增至近 1400 亿。

竞猜型彩票在世界杯期间迅速增长（单位：亿）



数据来源：公开资料整理

在全球体育产业中,最具价值的上游资源即体育 IP 资源,无论对于体育营销、体育经纪、体育用品还是体育游戏等下游衍生业务或者衍生品,体育 IP 的号召力和影响力是独一无二的。

由于博彩具有赌博的性质,危害公共健康,在很多国家都是明令禁止的,同时,博彩行业的痛点长期存在,但近年来,博彩产业在吸引旅游者、增加就业率、增加税收等方面效果明显,受到许多国家的重视,区块链技术天然契合博彩行业对信任、隐私等的需求,通过区块链去中心化和智能合约机制,完成身份隐私保护、合约自动执行、数字资产安全保证等的突破,极大地保证了游戏的公平公正公开,避免欺诈等现象出现,因而应用场景广泛。

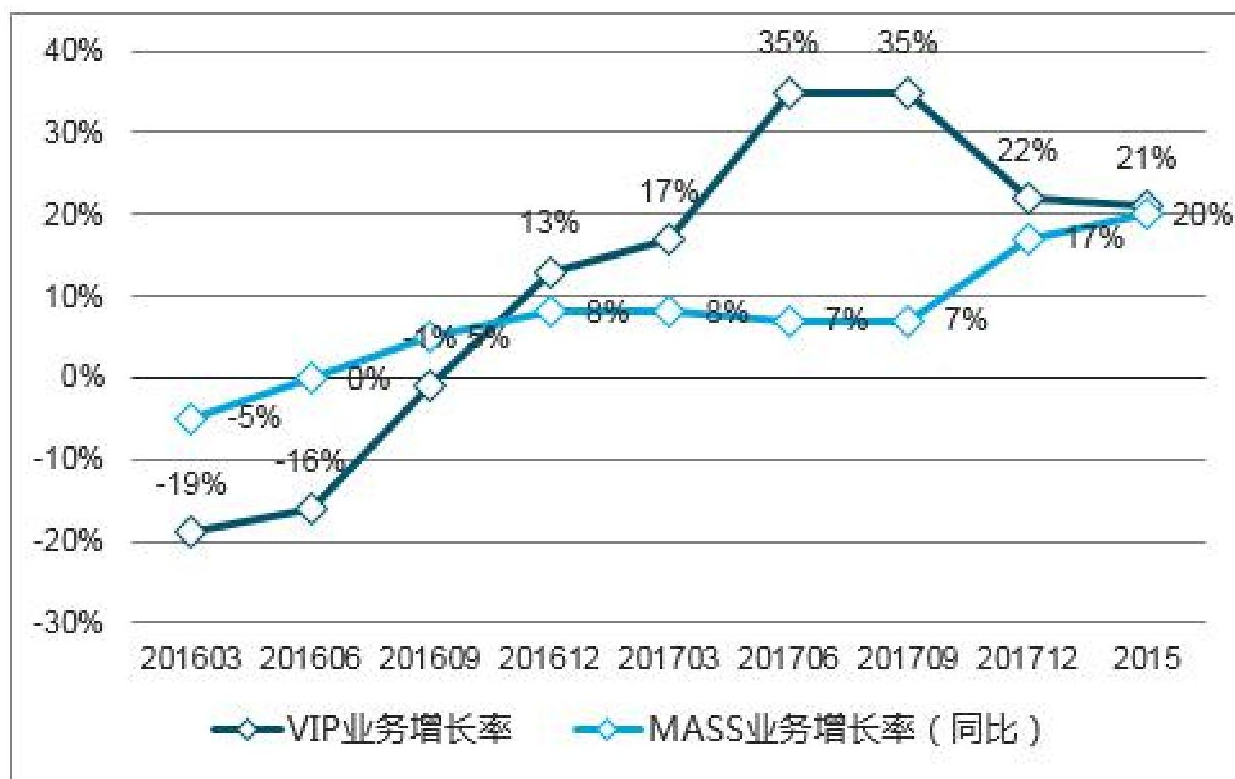
2018 年澳门博彩业扭转连续三年负增长局面（单位：百万澳元）



数据来源：公开资料整理

2017 年 VIP 业务的增速较快，平均增速近 27%。高净值客户的增长和投注额上升共同支撑 VIP 业务增长。2018 年开始，中场业务也开始实现高速增长，一季度增速达 20%。中场业务主要针对中端收入消费者，人数众多，但单人消费额度低，而随着内地居民个人收入提高和中产阶级的崛起也相应带来中场业务消费人数增加和业绩提升。

VIP 业务、中场业务均迎来发展机遇（单位：百万澳元）



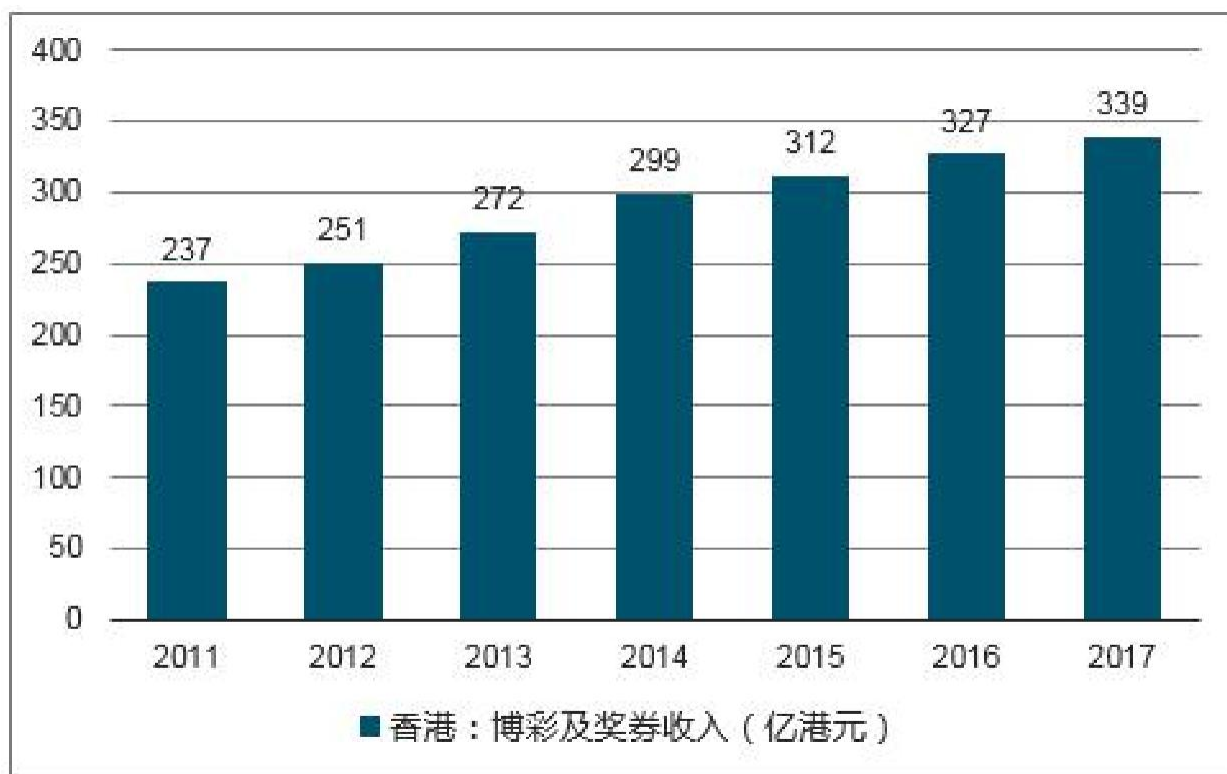
数据来源：公开资料整理

数据显示，近三年，澳门入境游客数持续增长，2017 年，共接待 3261 万人次，其中中国内地游客 2220 万人次，内地游客占总入境游客三分之二。另外大陆人均消费金额也最高，中国内地游客人均消费 2417 澳门元，远远超出其他地区游客。2017 年，中国 GDP 同比增长 6.8%，超出市场预期，中国宏观经济步入全新经济周期的新起点。同时，现阶段港澳签证的便民措施不断推进，惠及内地居民，有利于澳门旅游业的发展，提振博彩行业。

从酒店情况考虑，长期以来，制约澳门博彩业发展的一个重要因素是其自身接待能力，从 2011 年起，澳门的酒店及公寓入住率一直保持在 75%以上，2018 年 3 月达到 87%。不过夜旅客比例不断下降，2017 年留宿旅客比例过半，利好酒店及博彩行业，留宿旅客由于逗留时间更长，能产生更多消费。

预计到 2020 年，中国赛马彩票市场规模将达 479.7 亿元，可见赛马在中国有着广阔的发展前景。从澳门、香港和海南旅游数据来看，海南游客规模最大，未来博彩行业市场空间较大。

香港博彩行业稳步增长



数据来源：公开资料整理

数据显示，渗透率从 2008 年的 2% 提高至 2014 年的 22%。互联网彩票销售不受地域限制，且购买服务便捷，因而若解除禁售重新实现快速增长显得理所当然。对比来说，2017 年中国彩票占 GDP 总量 0.53%，与发达国家博彩业占 GDP 总量 2-3% 的普遍情况相比，中国彩票行业依然存在足够的发展空间。

3. GBCTOKEN 支付及智能旅游系统——解决痛点，一币走天下的关键

3.1 GBCTOKEN 背景及特点



在柬埔寨，美丽的钻石岛摩根大楼变成一颗璀璨的明珠，这里不能仅用GBCTOKEN。

行线上博彩以及商城支付，还可以线下用 GBCTOKEN 预订入住优质的住宿，支付出租车、包车、租车出行费用，预订当地景点一日团旅游、私厨、私人管家等个性化服务，同时 GBCTOKEN 还与各个餐饮、Spa、购物中心进行深度支付合作，致力于打造最舒适便捷的一站式度假。GBCTOKEN 不但可用之于集团旗下所有酒店、购物中心等配套产品及服务。同时，GBCTOKEN 还能用来消费酒店管理集团所有合作伙伴的产品，包括购买集团开发的旅游地产项目。可以说，强大的实业背景，加上走在前沿的科技软实力，必为“一币走天下”打下坚实的基础，全面促进

GBCTOKEN 的全球流通。

3.2 GBCTOKEN 初心与愿景

旅游业的总产值达近万亿美元，解决了全世界 10%以上的就业问题，且每年都在保持稳步增长。如今，得益于科技的日新月异，人们的旅行变得更加容易，我们可以在更短的时间内到达更远的地方。然而，实际上旅行过程中的支付体验可以变得更容易、更安全。Global block chain 全球区块链共识通证的到来旨在革新整个旅游业和线上支付业。用 GBCTOKEN 付款时，你可以百分百确定自己的付款是安全的，而且无需支付高额的费用。、自 1891 年以来，旅行支票一直是世界各地人们旅途中值得信赖的、安全的支付选择。而如今，GBCTOKEN 正在试图赋予这种古老的支付方式以现代形式，将其重新引入到现代旅游业。

3.3 GBCTOKEN 全球区块链共识通证有什么特点

1) 以柬埔寨金边湄公河旁边土地价值几个亿美金为背书，集团开展线上博彩、旅游、购物为一体的柬埔寨金边新的经济商业圈。建造游客及会员实弹射击练习基地，并且配套全球的线上线下博彩基地，使人们在休闲的环境里，购物、休闲、打靶、赌博等等为一体的综合消费金融中心；

2) 所有前期会员都拥有在柬埔寨投资股东资格，共同创造财富；

柬埔寨作为中国“一带一路”倡议在东南亚的一个重要节点，与中国的企业互动频频。这个刚刚开始走上工业化，基础设施等各方面条件还很不完善的国家，目前正处在大开发阶段，百业待兴，是国内中小企业“走出去”的优质选择。GBCTOKEN 参与“一带一路”项

着力促进中東两国长远合作、互利共赢持续发挥桥梁纽带作用，加快推进“一带一路”建设背景下中東两国共同发展！

3.4 去中心化与 Token 价值经济

3.4.1 去中心化是新旅游产业生态的必然选择

通过当前旅游产业的痛点我们知道，中心化造成品类、服务、信息等资源的隔离，使产业中每个角色处于孤立发展甚至发展停滞状态。旅游产业不应该是各个项目的分割，不应该让中心化运营的俱乐部和会员身份成为资源边界，不应该让中心化的产业结构阻碍整个产业信息资源的流通。我们希望充分发挥产业中每个角色的作用，打破中心化屏障，是产业形成一个生态有机整体。

要想打破中心化产生的障碍，就必须从本质上改变产业角色间的生产关系，由混乱的竞争变为有序的合作，而合作的基础是信任，如何建立不同主体间的信任关系是关键。区块链技术去中心化、不可篡改的特性是建立主体间信任关系的绝佳解决方案。

GBCTOKEN T，是一个利用区块链技术的产业生态有机整体，一个由全部创造者和消费者主体作为节点构成的分布式结构，一个去中心化、共同创造价值、共同分享资源的经济模型。

3.4.2 Token 价值经济是产业生态链的实现路径

Token 是价值传递的革命性创造。传统公司制本质上是对员工和用户创造的价值的一种占有，公司利益与员工利益、用户利益并不一致，这种不一致直接导致创造价值的效率降低并产生各种潜在矛盾。我们认为，Token 天然地结合了三种属性：消费属性，即可以使用 Token 兑换某种产品或服务；分红属性，即通过持有 Token 而获得 Token 本身价值提升带来的收益；流通属性，即可以通过交易 Token 而实现不同权益的流通和兑换。

Token 可以将整个新旅游产业生态链的价值连接在一起，能充分调动生态链中每一个主体（节点）的主观能动性，既保证了每个持有者的个体利益，又实现了生态链内的价值

流动，还可以推动整个生态的不断发展。

GBCTOKEN 将自己定位于全球旅游产业的引导者，我们坚信区块链去中心化和 Token 价值经济对于整个产业的价值。我们认为现有户外产业需要一个引导者，这个引导者并不是现有中心化产业格局的巨头也不会阻碍任何产业链中主体的发展壮大，而是建立一套共识机制保证整个生态的去中心化和价值传递。作为一个深耕户外行业、互联网旅游行业、区块链

行业的团队，我们相信 GBCTOKEN 以及线上商城、智能旅游系统将会是这个引导者的最佳选择。

4、核心技术

4.1 底层公链技术

GBCTOKEN 在最新提出的五层架构设计中，在物理层、接入层、网络传输层、数据层及应用层每一层都结合最新的安全技术，从身份识别、访问控制、代码审计、智能合约编程安全、资产安全、防 Ddos 攻击、数据加密、多重签名、私钥管理、防火墙、标识防伪等各个方面进行安全防护，如下图：



4.2 GBCTOKEN 令牌技术

GBCTOKEN 令牌 (Hand) 是 GBCTOKEN 区块链平台中使用的标准以太网 ERC20/ERC223 加密图形令牌。持有令牌的用户持有私钥和个人钱包，使用它们支付和接收提供商的代币 (GBCTOKEN 钱包与所有主流 Ethereum 钱包兼容，这使得使用 and 开发变得容易)。用户可以通过 ShapeShift 或其他密码货币交换将 GBCTOKEN 令牌交换到其他以太网密码令牌。

GBCTOKEN 令牌是一种快速、安全和匿名的支付解决方案，它充分利用了封锁链技术的力量。下图说明 GBCTOKEN 令牌如何简化支付流程。交易直接从提供商流向用户，反之亦然，也是集中的用户对用户 (D - P2P)，不需要经过复杂而昂贵的支付网关。我们的解决方案消除了第三方支付中介，并产生了更快、更无摩擦的支付解决方案，每个人都节省了时间和金钱。

现在，支付直接从提供商流向用户，摆脱了一个主要障碍——信用卡和银行处理。无论你在世界上的什么地方，token 都会在大约 1 分钟内到达账户(从 1 - 2 小时减少)。就支付费用而言，使用 GBCTOKEN 支付解决方案无需支付多项费用，而使用传统支付网关则无需支付任何费用。

4.3 以太网协议

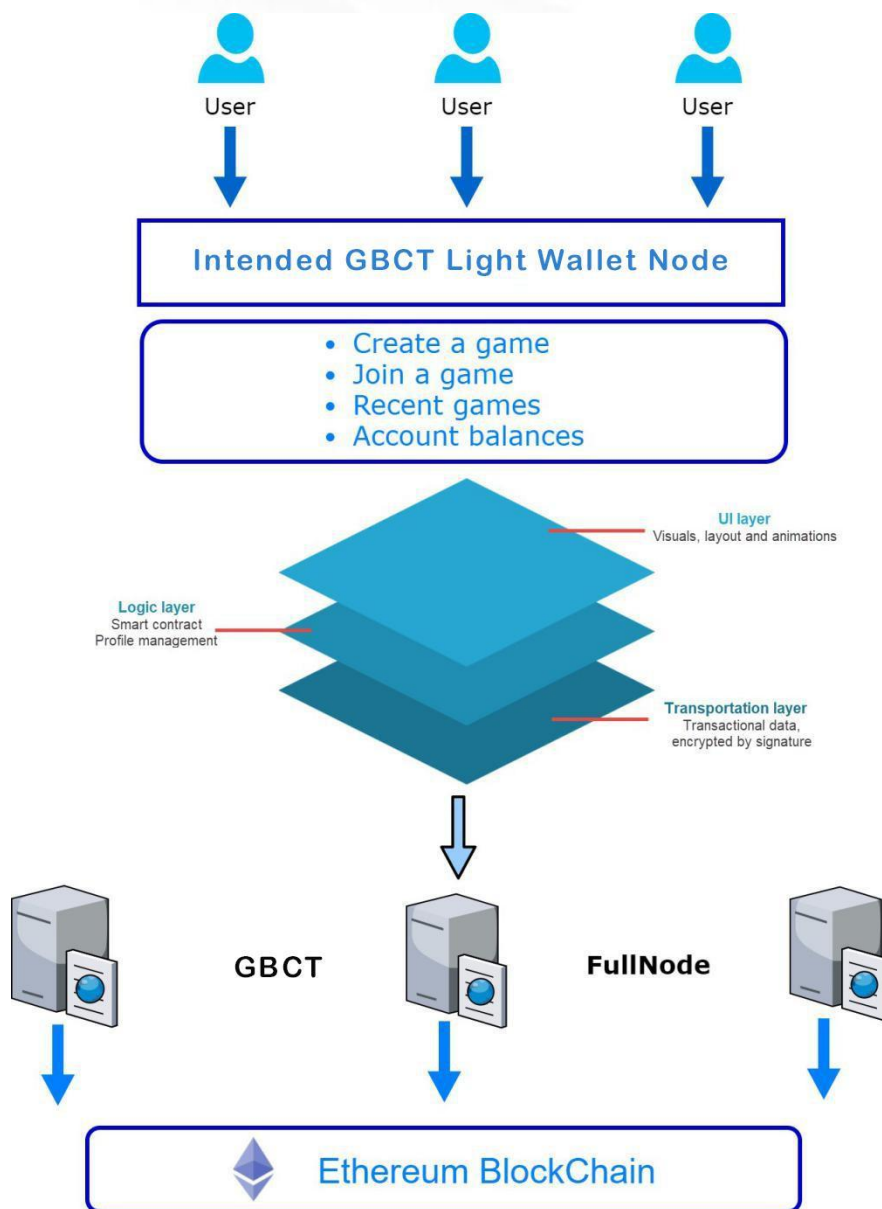
Ethereum 将从工作证明(Power)过渡到混合 PoW / PoS，这为改善安全性、可扩展性和隐私网络打开了一扇新的大门。

与传统信用卡支付处理器相比，这种实现方式将使 Ethereum 网络每秒处理数千笔交易。由于 GBCTOKEN 基于 Ethereum 协议，我们相信升级将进一步增强我们的支付解决方案，加快我们的发展，为业界带来一个非常需要的分散的、基于智能合同的 token 支付平台

4.4 安全系统

GBCTOKEN 采用我们专有的技术和尖端的区块链结构，确保最高的交易效率和最高的安全性。

客户端 Dapp 是初始接入点，用户从那里通过 VLAN（虚拟局域网）与服务器通信，。数据的结果由服务器处理，并将结果写入 GBCTOKEN Ethereum 区块链网络。RPC 节点充当数据往返区块链的网关。此外，游戏服务器遵循与处理其他服务器之间的通信信道相关的严格安全规则。这些服务器不能从网站直接访问，也不能相互通信。这种类型确保了网络的安全级别是最高的，而不会牺牲效率。



4.5 以太网协议 2.0

我们还将特别关注 Ethereum 2.0 升级，该升级将于 2019 年进行。在这次重大升级中，Ethereum 将从工作证明 (Power) 过渡到混合 PoW / PoS，这为改善安全性、可扩展性和隐私网络打开了一扇新的大门。

与传统信用卡支付处理器相比，这种实现方式将使 Ethereum 网络每秒处理数千笔交易。由于 GBCTOKEN 基于 Ethereum 协议，我们相信升级将进一步增强我们的支付解决方案，加快我们的发展，为业界带来一个非常需要的分散的、基于智能合同的 token 支付平台。

4.6 应用技术

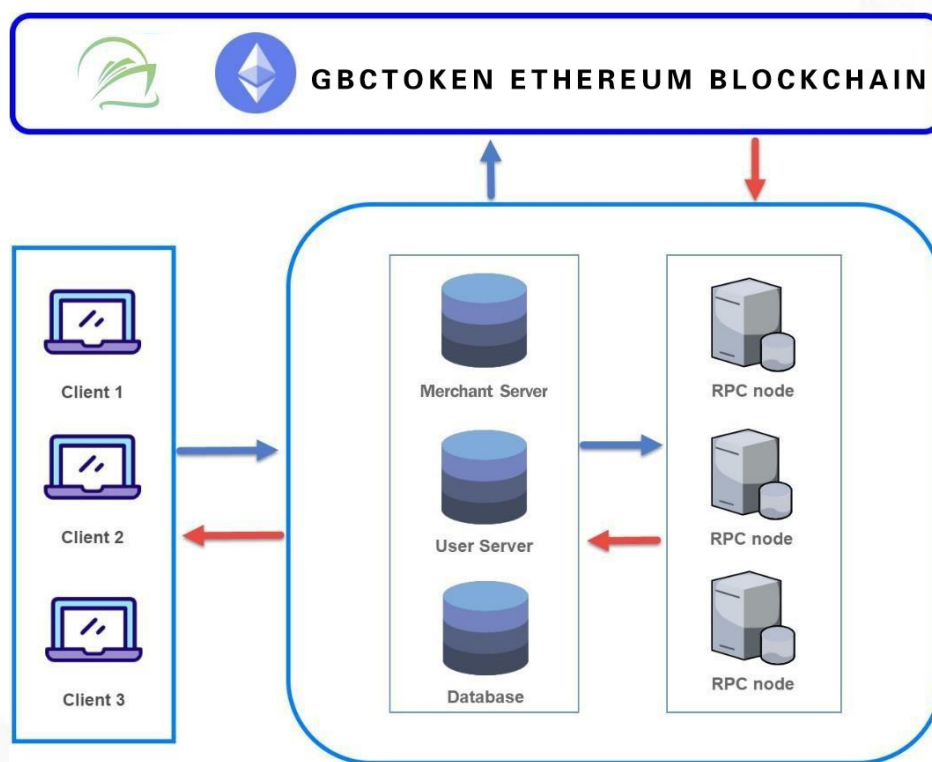
时间戳和不可篡改性

在比特币系统中，获得记账权的节点在链接区块时需要在区块头中加盖时间戳，用于记录当前区块数据的写入时间。每一个随后区块中的时间戳都会对前一个时间戳进行增强，形成一个时间递增的链条。时间戳技术本身并没有多复杂，但在区块链技术中应用时间戳却是一个重大创新，时间戳为未来基于区块链的互联网和大数据增加了一个时间维度，使

得数据更容易追溯，重现历史也成为可能。同时，时间戳可以作为存在性证明（Proof of Existence）的重要参数，它能够证实特定数据必然在某特定时刻是确实存在的，这保证了区块链数据库是不可篡改和不可伪造的。

避免双重支付

区块链技术通过区块链接形成的时间戳技术加上验证比特币是否满足 UTXO（未花费交易）和数字签名，有效避免了双重支付的问题。



4.7 支付系统

展示支付系统

使用革命性的 GBCTOKEN 支付解决方案，我们的目标是消除第三方支付处理器，使支付更快、更容易、更安全。当商户选择接受 GBCTOKEN 的代币时，将不会有隐藏的费用，不会有退款，也不会有退费。初步测试显示，与传统信用卡支付网关相比，使用 GBCTOKEN 的交易速度提高了100 倍，成本降低了50 倍。

以下是 GBCTOKEN 钱包中用于在商户与用户之间或用户与用户之间转移余额的实体代码部分：

```
// Transfer the balance from owner's account to another account
function transfer(address _to, uint256 _amount) public returns (bool success) {
    if (balances[msg.sender] >= _amount
        && _amount >= 0
        && balances[_to] + _amount > balances[_to]) {
        updateAccount(msg.sender);
        if(msg.sender != _to) updateAccount(_to);
        balances[msg.sender] -= _amount;
        balances[_to] += _amount;
        Transfer(msg.sender, _to, _amount);
        return true;
    } else {
        return false;
    }
}
```

显示钱包余额

GBCTOKEN 平台每年可能会奖励那些经常在钱包里持有 GBCTOKEN 令牌的用户。下面是一个用户如何获得红利的代码示例。

```
function mint() canPoSMint returns (bool) {
    if(balances[msg.sender] <= 0) return false;
    if(transferIns[msg.sender].length <= 0) return false;

    uint reward = getProofOfStakeReward(msg.sender);
    if(reward <= 0) return false;

    totalSupply = totalSupply.add(reward);
    balances[msg.sender] = balances[msg.sender].add(reward);

    Mint(msg.sender, reward);
    return true;
}
```

不会有退费。初步测试显示，与传统信用卡支付网关相比，使用 GBCTOKEN 的交易速度提高了100 倍，成本降低了 50 倍。

以下是 GBCTOKEN 钱包中用于在商户与用户之间或用户与用户之间转移余额的实体代码部分：

```
// Transfer the balance from owner's account to another account
function transfer(address _to, uint256 _amount) public returns (bool success) {
    if (balances[msg.sender] >= _amount
        && _amount >= 0
        && balances[_to] + _amount > balances[_to]) {
        updateAccount(msg.sender);
        if(msg.sender != _to) updateAccount(_to);
        balances[msg.sender] -= _amount;
        balances[_to] += _amount;
        Transfer(msg.sender, _to, _amount);
        return true;
    } else {
        return false;
    }
}
```

显示钱包余额

GBCTOKEN 平台每年可能会奖励那些经常在钱包里持有 GBCTOKEN 令牌的用户。下面是一个用户如何获得红利的代码示例。

```
function mint() canPoSMint returns (bool) {
    if(balances[msg.sender] <= 0) return false;
    if(transferIns[msg.sender].length <= 0) return false;

    uint reward = getProofOfStakeReward(msg.sender);
    if(reward <= 0) return false;

    totalSupply = totalSupply.add(reward);
    balances[msg.sender] = balances[msg.sender].add(reward);

    Mint(msg.sender, reward);
    return true;
}
```

5. 应用场景

无论去到世界哪一个角落，都是同一种加密货币——GBCTOKEN 为当地衣食住行各方面的旅游产品定价，真正实现一币走天下：既不再为汇率烦恼，也不再有高昂的手续费。刷一刷

GBCTOKEN 钱包，体验无现金支付。不再担心钱财丢失、被偷被抢、无法找零、收到假钞等尴尬和困窘，真正实现衣食住行 token 化。



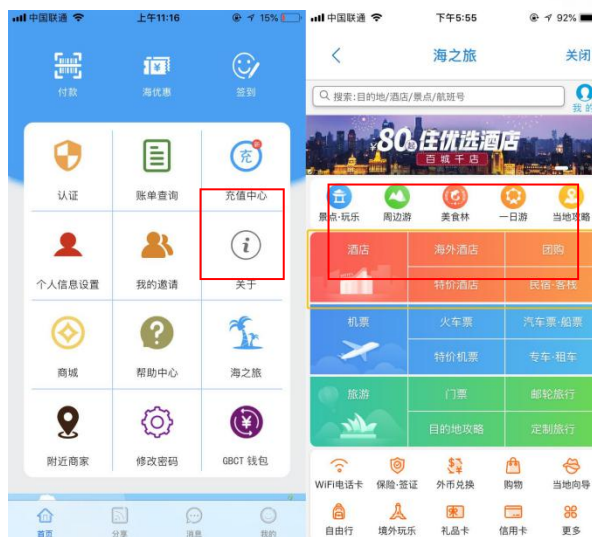
5.1 旅游生态 Dapp



GBCTOKEN 自主研发的 Dapp，旅游生态一站式 token 化，区块链底层技术支持，人性化设计生态闭环，token 钱包（海支付）线上支付返利。

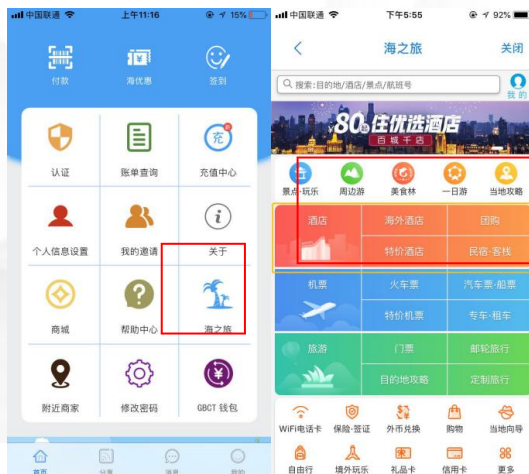
5.1.1 出行支付 token 化

GBCTOKEN App 出行板块上可随时约车，根据当地特色推荐用户选择最佳出行方式及特色出行工具，人性化约车一站式服务，抵达后直接使用 GBCTOKEN 钱包支付车费。



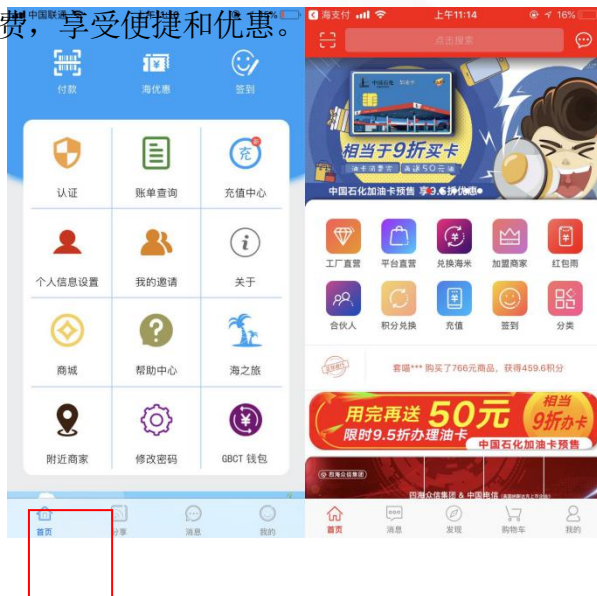
5.1.2 住宿支付 token 化

GBCTOKEN App 住宿板块上的酒店及民宿都是集团旗下或与集团达成深度合作，可按照用户喜好匹配相应酒店，在 GBCTOKEN APP 上完成预约，抵达酒店自动定位，用户确定入住人信息后立即收到房间号及密码，无须押金，拿着手机便可直接进入房间。



5.1.3 线上商城支付 token 化

GBCTOKEN App 商城板块已有 100+海内外品牌合作，包括服装、珠宝、美妆、皮具等，用户购买当地特色的旅游产品，高性价比，24 小时送货上门。使用 GBCTOKEN 钱包支付，无需高昂的汇率和手续费，享受便捷和优惠。



5.1.4 餐饮支付 token 化

GBCTOKEN App 餐饮板块可查询预约当地美食，同时也提供外卖服务，可用 GBCTOKEN 结账。



5.1.5 社交转账 token 化

GBCTOKEN App 社交板块除交流分享外还可实现 Token 转账，无汇率问题，无跨境转账手续费，拥有好友列表的 GBCTOKEN 钱包支持智能翻译避免与外国小伙伴的沟通障碍，帮助用户国际转账畅通无阻，让资本真真正正全球化。

5.1.6 海内外置业 token 化

GBCTOKEN App 置业板块基于区块链技术的 GBCTOKEN 货币租赁/购买当地地产，利用智能合约直接交易，帮助用户顺利在海外置业，去中心化避免中介及繁琐的手续。

5.1.7 一站式娱乐 token 化

GBCTOKEN App 娱乐板块实现当地娱乐活动一条龙服务，使用 GBCTOKEN 钱包一键预约支付，方便快捷。



GBCTOKEN App 社交板块除交流分享外还可实现 Token 转账，无汇率问题，无跨境转账手续费，拥有好友列表的 GBCTOKEN 钱包支持智能翻译避免与外国小伙伴的沟通障碍，帮助用户国际转账畅通无阻，让资本真真正正全球化。

5.1.8 海内外置业 token 化

GBCTOKEN App 置业板块基于区块链技术的 GBCTOKEN 货币租赁/购买当地地产，利用智能合约直接交易，帮助用户顺利在海外置业，去中心化避免中介及繁琐的手续。

5.1.9 一站式娱乐 token 化

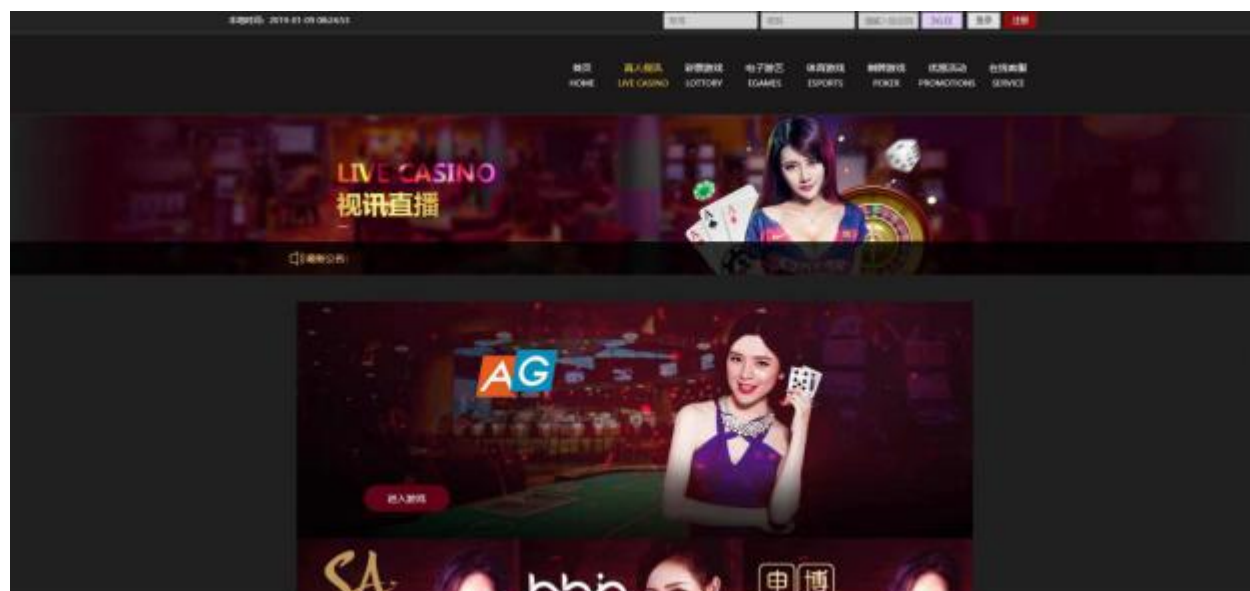
GBCTOKEN App 娱乐板块实现当地娱乐活动一条龙服务，使用 GBCTOKEN 钱包一键预约支付，方便快捷。

5.2 博彩生态商城

博彩商城业务分为五大类：赌场、赌博、赛马、彩票和足球博彩等，使用 GBCTOKEN 钱包 token 参与，跨国界参与，无汇率问题。



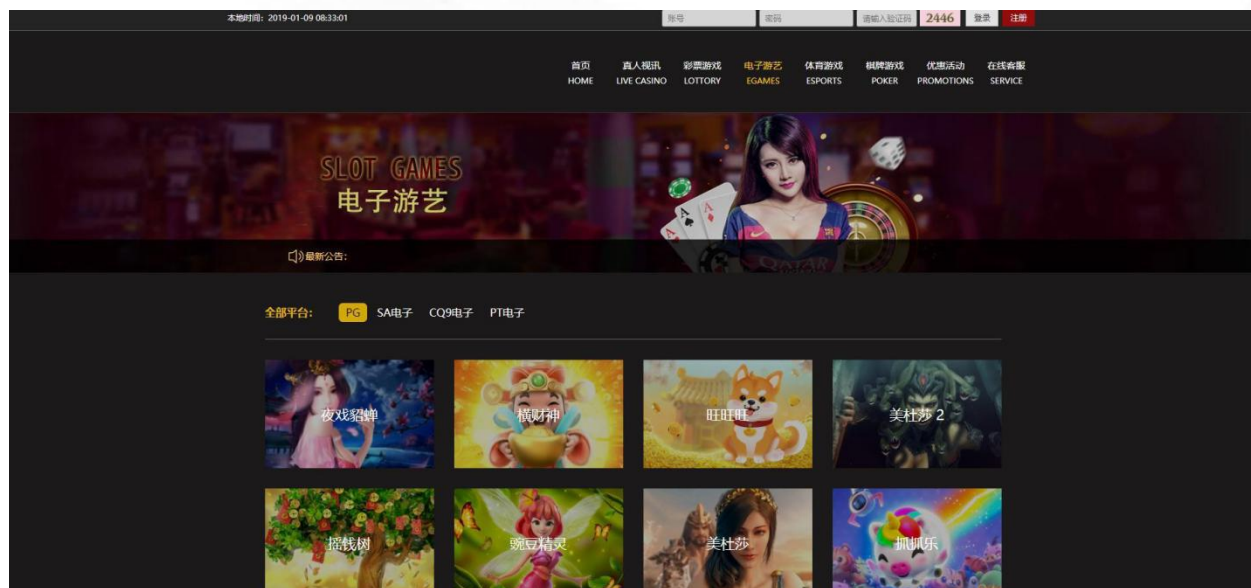
5.2.1 真人视讯



5.2.2 彩票游戏

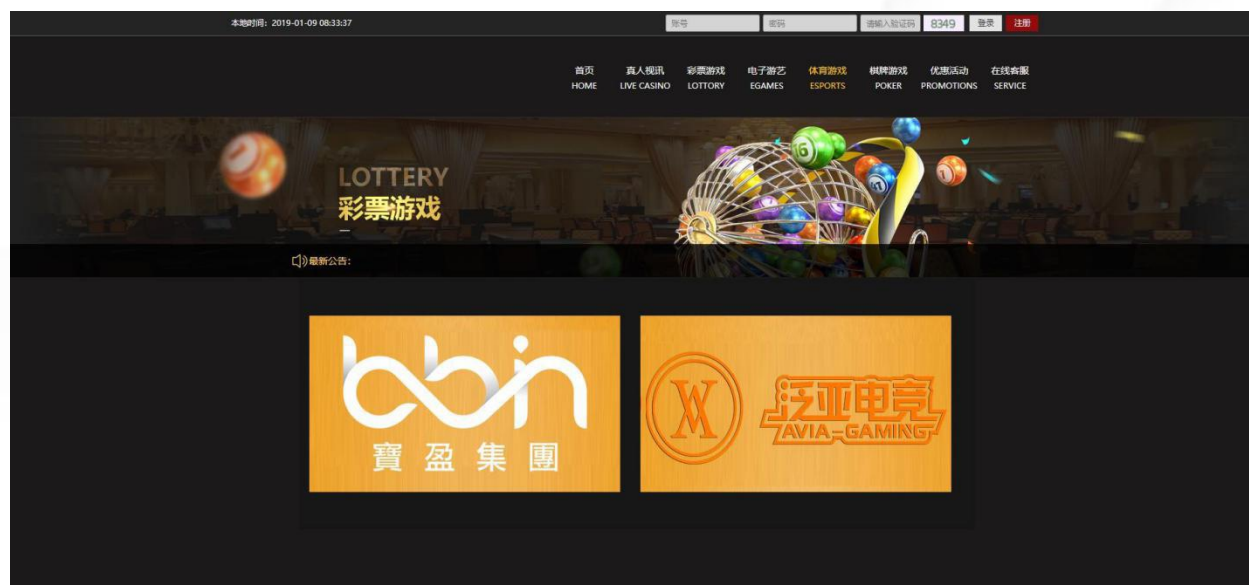


5.2.3 电子游艺

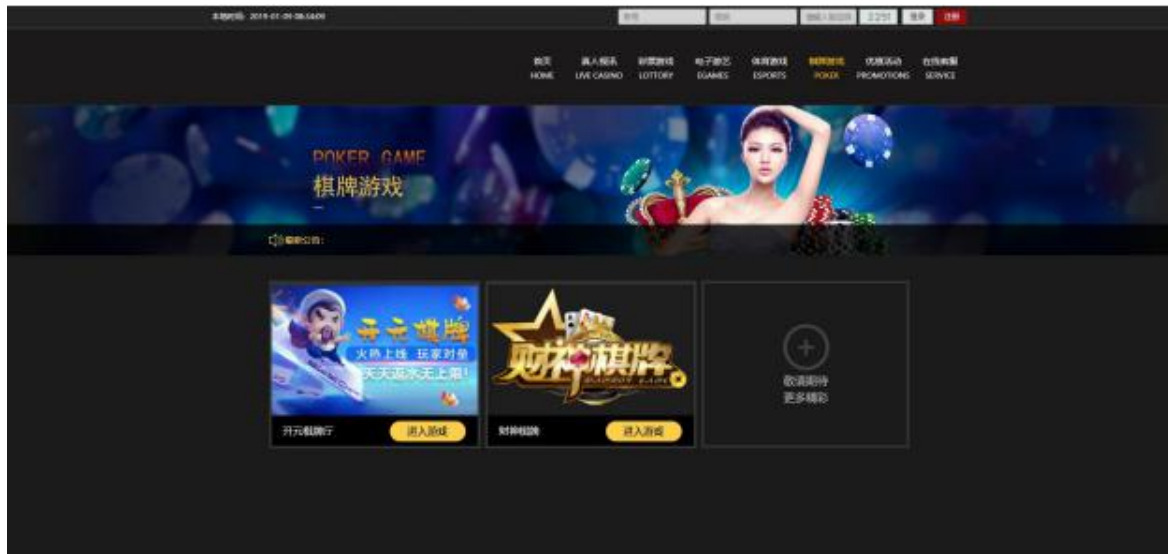


5.2.4 体育游戏

目前平台有赛马、赛狗和回力球、橄榄球、篮球和棒球等项目,使用 token 当赌注。在比赛中,几乎任何事情都可用来赌博,如胜负结果,比分差额,各队得分数等。



5.2.5 棋牌游戏



6、发展规划

2019 Q1 发布白皮书，开启GBCToken生态建设之旅

2019 Q2 发行基于以太坊的GBCToken6亿枚

2019 Q3 线上商城Dapp对接完成

2019 Q4 完成钱包关键技术

2019 Q5 钱包上线

2019 Q6 拓展更多落地应用。

7. 法律问题和免责声明

GBCTOKEN 是一种产品，而不是证券或投资。购买 GBCTOKEN 代币并不会让你获得本公司的任何投票权或在任何其他权利。某些国家或某些个体可能无法购买 GBCTOKEN 代币。你对于自己的购买行为及其可能带来的风险在无限期内负有全部责任。您必须时刻告知自己在您的国家或州中有关加密数字货币的相关法律。GBCTOKEN 对此不承担任何责任。请您在购买 GBCTOKEN 前详细阅读我们的服务条款。如果你对即将采取的行动有任何疑问，应该咨询你的法律、金融、税务或其他专业顾问。本白皮书的任何部分在对外传播时均应包含“法律问题和免责声明”部分。GBCTOKEN 不应对你因与本白皮书或本白皮书的任何部分而产生任何间接、直接、特殊、附带、间接或其他任何种类的损失负责，包括但不限于收入损失、收入或利润损失和使用或数据损失。GBCTOKEN 没有向任何实体或个人作出任何形式的任何陈述、保证或承诺，并在此予以拒绝，包括与本白皮书所列任何信息的真实性、准确性和完整性有关的任何陈述、保证或承诺。

通过获取和/或接受本白皮书或其任何部分（视情况而定）中的任何信息，您代表并向 GBCTOKEN 做出如下保证：（a）阁下同意并承认，如你欲购买任何代币，则该代币不得解释、分类或视为（I）除加密数字货币以外的任何种类的货币，

（II）任何人或任何实体发行的债权证明、股票或股份，（III）与该等债权证明、股票或股份有关的权利、期权或衍生工具，（IV）集体投资计划的单位，（V）某业务信托的单位，（VI）业务信托中的联合衍生工具，或（VII）任何其他保证或任何类别的保证。（b）如果你是一名生活在适用法律、法令、规章、

条约或行政政策禁止使用或接受加密数字货币地理区域的市民、居民（税收或其他）或绿卡持有者，你完全知道并明白你没有资格购买任何 GBCTOKEN 代币。

这些前瞻性的声明涉及一些已知和未知的风险、不确定因素和其他因素，这些因素可能导致 GBCTOKEN 和/或其附属公司和/或其产品的实际未来结果、表现或成就与此类前瞻性声明所预期、表达或暗示的任何未来结果、表现或成就大不相同。

这些因素包括：（I）政治、社会、经济和股票或加密数字货币市场的变化，以及 GBCTOKEN 自身业务和运营所在国监管环境的变化；（II）GBCTOKEN 可能无法执行或实施其业务策略及未来计划的风险；（III）法定货币及加密数字货币的利率及汇率的变化；（IV）预期增长策略及 GBCTOKEN 的预期内部增长的变化；（V）GBCTOKEN 雇员可用性、应付费用、雇员工资、未来资本需求或用户偏好的变化；（VI）战争或国际、国内恐怖主义行为；（VII）灾难性事件、自然灾害或其他灾害的发生也许会影响 GBCTOKEN 的业务和/或运营。

本白皮书中没有任何内容是或可以作为对 GBCTOKEN 未来表现或政策的承诺、表示或接受。

7.1 赔偿条款

在适用法律允许的最大范围内，你都无权要求 GBCTOKEN 以及本公司过去、现在和未来的员工、官员、董事、承包商、顾问、股东、供应商、销售商、服务商，母公司、子公司、分公司、代理、代表、继承人和受让人赔偿由于你（i）购买或使用 GBCTOKEN 代币；（ii）在本条款下所应承担的责任或义务；（iii）违反本条款，或（iv）侵犯了任何其他人或实体的任何权利而带来的损害、损失、费用和支出（包括律师费）。

7.2 翻译

本白皮书将会有多个语言版本的翻译。这些翻译只是为您方便查看之用。如果英文版本白皮书和翻译版本的白皮书存在任何冲突，请以英文版本为准。如果你注意到任何不一致的地方，请联系 GBCTOKEN T。

7.3 条款变更

GBCTOKEN 也许会自行决定随时修改和更新这些条款，恕不提前通知。所有更改在更新至网站后立即生效。在修改或更新后，您继续使用我们的产品，意味着您接受并同意更改。您可以在页头查看最新更新版本的日期。

7.4 知识产权

Travelflex 及其全部内容、特点和功能（包括但不限于所有信息、软件、文本、显示、图像、音频和视频，以及设计、选型及布置方法）都归本公司、相关授权商或者其他提供商所有，受版权、商标、专利、商业秘密和其他知识产权或专 有权利的法律保护。

以上条款仅允许您将本白皮书用作个人而非商业之用。禁止复制、分发、修改、演绎、公开展示、公开表演、转载、下载、存储或传输白皮书 中的任何材料。

8. 风险说明

8.1 监管风险

由于区块链的发展尚处早期，包括中国在内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 GBCTOKEN 应用可能受到其影响,例如法令限制使用、有可能受到限制、阻碍甚至直接终止 GBCTOKEN 应用和发展。

8.2 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。GBCTOKEN 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。

8.3 人才流失风险

GBCTOKEN 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 GBCTOKEN 整体受到负面影响的可能性。

8.4 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 Nework 平台,这可能导致 NKC 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。

8.5 应用缺少关注度风险

GBCTOKEN 应用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 GBCTOKEN 应用造成负面影响。

8.6 黑客攻击风险

GBCTOKEN 有受到黑客或其他组织攻击风险，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。

8.7 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 GBCTOKEN 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。

8.8 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。请参与者在做出参与决策之前，充分了解团队背景，知晓项目整体框架与思路，理性参与。