

目录

执行纲要	3
数字广告业面临的难题.....	3
ONEQR—为人际关系设计的独特广告技术方案.....	4
ONEQR 平台的主要优势.....	5
技术总结.....	8
使用案例	9
时尚和奢侈品行业.....	9
OneQR 是如何与时尚品牌合作的?.....	9
OneQR 生态系统	11
技术概述.....	11
产品和服务生态系统.....	12
第一阶段涉及的各方主体.....	13
产品和服务概述.....	13
系统架构.....	14
OneQR 的发展阶段	17
发展大事记和后期展望.....	17
当前进展.....	18
产品概念—我们为什么要设计这个产品.....	18
代币循环周期	19
OneQR 代币发售	19
代币经济学.....	19
ONEQR 代币分配概述.....	19
代币分配.....	20
预售.....	21
空投销售.....	21
OneQR 基金会.....	21
核心团队和战略合作伙伴定位.....	21
基金预算.....	22
补充信息.....	23
组织与管理	23
ONEQR 团队.....	23
咨询顾问.....	24
ONEQR 战略合作伙伴.....	24
GS1.....	24
使命宣言.....	25
ONEQR 的目标.....	25

ONEQR 经营理念	25
公司地址	25
法律信息.....	26
附录	27
品牌卡诺模型	27
终端消费者卡诺模型.....	27

执行纲要

OneQR 将数字广告、消费者忠诚和产品防伪有机结合，颠覆了零售和广告技术行业。

OneQR 是一个开放源码的分散区块链广告技术平台，它颠覆了零售业和广告业。这一平台专为口碑营销量身定制。它还囊括了忠诚方案、电子优惠券方案，并利用防伪技术来衡量广告效益(转化率)。它之所以吸引商家，是因为该平台的广告源自消费者的有效数据，且无需前期投资。对消费者来说，当他们在社交媒体上发布创意内容时 OneQR 平台能给他们带来部分收入。OneQR 方案预期将为包括 OneQR 代币购买者在内的所有利益相关者提供投资正回报(ROI)。

以下是 OneQR 软件消费者客户端的操作界面示意图。



迅速发展的数字广告业使得现存方案的问题愈加突出。

数字广告业面临的难题

尽管零售商越来越需要数字广告进行宣传，但现有的数字营销方案仍然不能令他们满意。数字广告行业正在迅速增长——在美国，零售商有望在数字广告支出中占主导地位，预计到 2020 年数字广告支出将达 230 亿美元，年复合增长率高达 12%。

然而，数字广告业面临以下几大不容忽视的难题：

困难 1：数字广告的常见定价模式与业绩不相符

到目前为止，数字营销活动的收益并不可观，原因有二。

1. 数字广告主要按照点击次数或每秒点击次数收费，由此导致了信息泛滥，然而这些信息仅仅推动了流量，实质上并未转化成销售。这是中小型企业尤其关心的问题，因为回报率（ROI）是决定预算(包括营销支出)的关键因素。新技术涌现和快速变化的消费者偏好加速了以往广告方案的衰落。例如，广告拦截器泛滥和虚假点击量激增等，这些都给营销人员带来了挑战。从整体来看，原预计到 2020 年将达到 230 亿美元的广告支出费用——每年因机器人、广告拦截器和内容抄袭损失 82 亿美元，这一损失率高达 35%。
2. 由于缺乏透明监管以及广告和营销行业里中介机构冗杂，品牌需要在数字广告上投入更多的开销。

OneQR 为品牌提供一个可定制的数字忠诚奖励，以便其更好地实现成功营销；有利于与消费者建立终身的供需关系，在实现高收入增长和奖励消费者之间取得平衡。

困难 2：传统的数字忠诚度计划没有达到标准

现有的忠诚计划无法顺应技术发展趋势、更不能满足消费者偏好和品牌需求。从技术角度看，各品牌致力于寻找一种灵活的、可定制的和具有高配置性的方案，以适应现有的信息技术环境。就功能而言，该方案应在吸引消费者、深入收集数据、以及量化各种营销支出的效益方面发挥重要作用。如今，新一代的消费者热衷于在社交媒体上分享自己的新体验，因此，与社交媒体相融合是数字忠诚计划成功的关键一步。

困难 3：数据竖井

在大数据时代，花费大量资金去收集消费者数据无疑是徒劳之举。通常情况下，数据是通过相互独立的系统(例如客户关系管理系统（CRM）、销售终端（POS）和客户忠诚计划)分别收集的，因此数据无法集成。品牌和企业收集到大量的数据，但却缺少工具来解读数据背后的价值。困难在于如何获得有效的消费者数据以便提升消费者洞察力。

千禧一代的消费者在购买服装、包装商品、大件商品(比如旅游和电子产品)以及金融产品时，将口碑放在购买意向参考的第一位。

困难 4：缺少专门的营销平台来推动在线口碑营销

营销人员传统上主要利用口碑营销(WoMM)提高品牌知名度。数据显示，口碑营销可以提高高达 54% 的营销效益。尽管口碑营销无法确定营销传播的媒介，但随着过去 10 年间各种社交网络和分享文化的出现，口碑营销在网络空间的发展潜力不可限量。然而，市场还没有专为口碑营销设计的数字平台。平台的缺失则意味着口碑营销无法被优化，从而使其错失发展的良机。

什么是 OneQR?

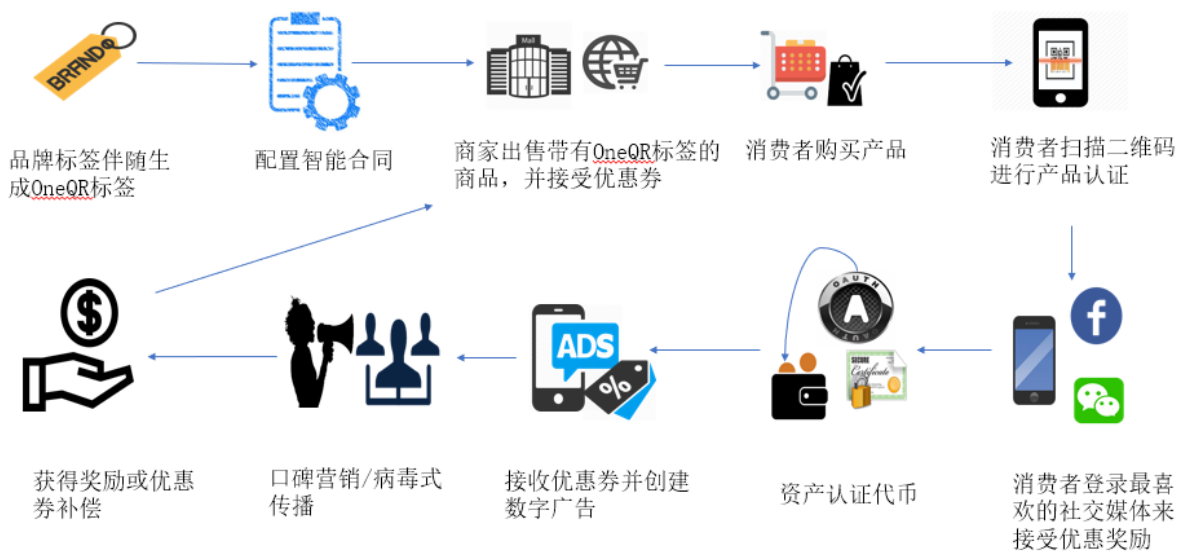
OneQR—为人际关系设计的独特广告技术方案

OneQR 是市场上唯一一款为口碑营销设计的平台。在 OneQR 里，我们认为口碑营销不仅是一种营销渠道。这是一种既能提高消费者的自主权，又能帮助品牌吸引忠实顾客来共同创造价值的手段。

极具颠覆性的 OneQR 方案让品牌能够积极与消费者互动，并把消费者成为品牌大使，让他们在社交媒体上分享购买产品（“即口碑营销内容”）的经验，并对产品作出评价。消费者的社交媒体好友也能通过转发这些内容来参与口碑营销。只要最终实现营销效果，品牌大使和他们参与宣传的朋友都将获得奖励。奖励的级别按照区块链中签订智能合约时的规定划分。针对不同的产品，品牌可以自主决定给予品牌大使和其好友的奖励金额。OneQR 能够灵活地设置激励等级，并为所有价格范围的产品和服务（从快速消费品到高档耐用品）提供了全方位的方案。

根据生态系统中获取的数据，OneQR 还提供了基于人工智能的数据分析，可以为品牌提供有价值的见解。

图1— OneQR的运作流程



为什么要选择 OneQR?

研究表明，品牌拥护者的评论影响了 90% “潜在客户” 的购买决定。

OneQR 平台的主要优势

(A) 品牌角度

- 开放选择忠诚客户作为品牌大使：通过为客户提供激励反馈平台，来补偿他们为宣传产品和服务所做出的努力，OneQR 充分利用现有用户的创造性评价使其对潜在顾客产生强大影响。
- 有效的营销解决方案，无需前期投资：在促销活动中投入大笔营销费用，这种做法已经过时，因为热情的品牌大使

们随时乐意告诉人们关于某品牌产品的一切。只有当品牌大使们的口碑营销最终转换为销售额时，他们才可以获得不菲的奖励。最重要的是，利用 OneQR 平台，可以准确地评估投资回报率的绩效。

- **与消费者的联系：**OneQR 能够让品牌在没有任何营销中介的情况下与消费者和潜在客户建立宝贵联系。消费者不再被局限于单纯的“喜欢”某个产品或是只能在 OneQR 平台上共享交易消息。品牌大使可以发布视频、图片等创意内容，让品牌了解消费者真实的价值观。
- **挖掘消费者的创造力：**品牌大使发布的任何有创意的内容，只要品牌感兴趣，就可以为其提供赞助，并在其他广告渠道展示该创意内容
- **释放在线口碑营销的潜力：**通过给评论提供激励措施，品牌可以鼓励那些在社交媒体上不太活跃的消费者发表意见。更高的参与率意味着更高的品牌知名度和可搜索性（曝光率）。
- **基于人工智能的可实施洞察：**品牌可以获得消费者洞察分析，在 OneQR 专有的人工智能面板上，1QR 将积极提供关于商业战略选择的规范性分析，并支持对结果的模拟，以帮助品牌做出正确的商业决策。
- **高度扩展性：**OneQR 以软件即服务(SaaS)的形式呈现。品牌为他们使用的东西付费，并且无需为编程、维护、升级而烦恼。

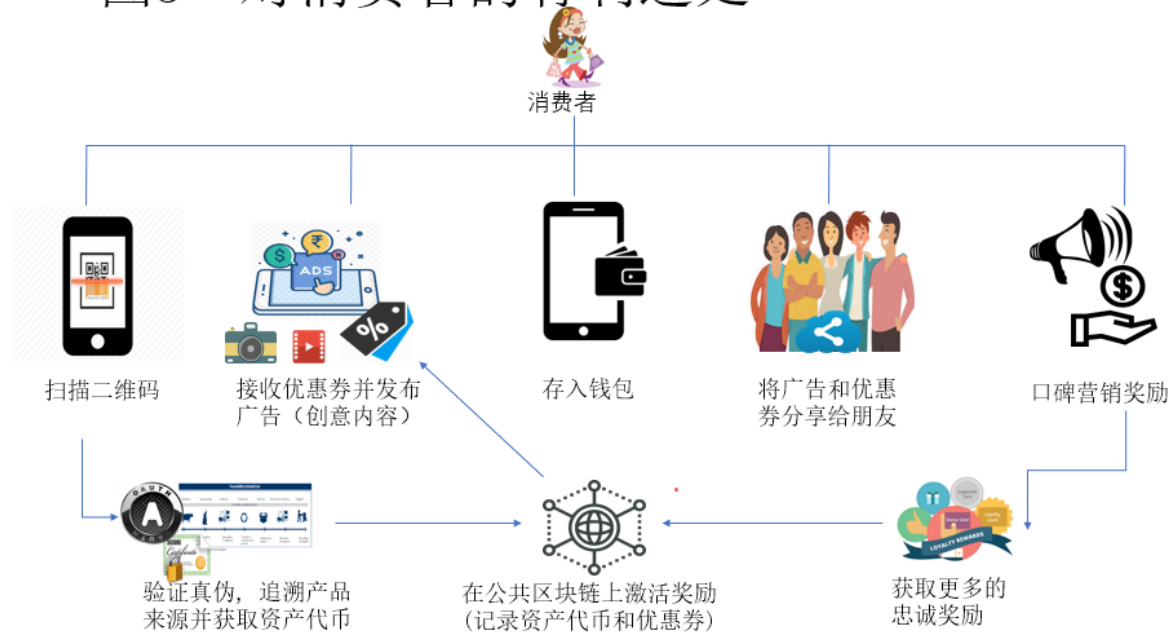
图2 — 对品牌的有利之处



(B) 对消费者和潜在客户：

- 让顾客的意见传达出来：作为一个专门的口碑营销平台，OneQR 为消费者提供了一个发表真实评论甚至建议的渠道，并对他们喜爱的品牌提供决策参考。OneQR 平台传达出了网民的心声。
- 为购买决定提供参考：通过听取已完成认证的买家/产品所有者的宝贵意见，潜在消费者在做出任何购买决定之前可以更好地了解。
- 将共同创造的价值货币化：真实的消费者评论能够多角度帮助品牌建立业务。作为在 OneQR 生态系统中共同创造的价值象征，品牌大使将从 OneQR 平台上获得丰厚奖励。
- 真实性：OneQR 标签可用于验证产品的真伪，能够有效解决假冒问题，特别是对于高端品牌产品。

图3—对消费者的有利之处



OneQR 是如何运作的

通过将零售广告的供需有效地结合起来，OneQR 就像是数字广告界的快车。

所有合作品牌都能够使用 OneQR 的广告技术方案来深入了解终端消费者需求，并鼓励消费者在社交媒体上与他们互动。作为交换，消费者可以从品牌那里获得奖励代币，这些代币使消费者能够在下次消费时获赠礼物、享受折扣和贵宾待遇。

第一阶段，OneQR 广告技术生态系统包括：

1. OneQR 币——品牌和企业用于购买 OneQR 生态系统内通行的 QR 标签的交易媒介，以确保产品来源和消费者忠诚度
2. OneQR 消费者应用程序——消费者可以使用该程序在社交媒体上创建广告，并将自己获得的电子优惠券分享给朋友。此外，它还存储了消费者获得的所有代币，并且符合精通数字技术的移动消费者需求；
3. OneQR 商业分析应用程序——专为合作品牌设计的综合应用程序，能够将各终端之间的供应链可视化，该程序还配备了能够提供下一阶段消费者变化趋势的控制面板。该程序可用于建立智能合同，购买 OneQR 标签，上传购买订单，发放折扣券。该程序简化的使用界面，能供品牌合作伙伴查看奖励支付报告、具有完整关键业绩指标（KPI）的营销活动报告、转化率等。

技术总结

OneQR 是一个既能带来收入，又符合成本效益的广告平台，旨在颠覆当前的数字广告模式，同时使大众接受。它提供了创造消费者忠诚度的激励，同时提供了防伪和消费者洞察报告等功能，并辅以人工智能

我们的方案一经实施，将产生以下效果：

- 品牌和商家联合带来更多收入
- 品牌与商家联合，直接准确地洞察真正终端消费者的消费需求
- 品牌和商家联合降低了数字广告的成本，同时提高了营销效率(无需前期广告投资)
- 人工智能将直观的消费者洞察、消费趋势预测和推荐产品推送给品牌联盟，以帮助其改进营销策略
- 消费者在有偿扫描的情况下，乐意去验证产品真伪和追溯商品来源
- 消费者能够通过担任所喜爱的品牌和商家的品牌大使，从而获得非劳动性收入
- 消费者能够获得赞助商资助，让赞助商为他们在社交媒体上发布的视频或照片内容付费
- 消费者能够在二级市场验证产品的真实性

使用案例

OneQR 是一款多功能的通用数字忠诚应用程序，时尚品牌可以通过它获得消费者洞察并保持消费者忠诚度，从而增加收入。

消费者通过在社交媒体上为品牌进行宣传，OneQR 将会奖励他们一枚代币。反过来，为吸引消费者扫描，以便品牌可以获得产品改进信息，消费者也能够获得优惠券。

研究表明，80%的购买行为都是在社交媒体上推广促销活动后 3 周内发生的。

作为支撑数字货币的基础技术——区块链在广告技术和供应链中有非常广泛的应用范围，它使得利益相关者能够最大化广告投资回报率，同时增强供应链的可追溯性、可问责性和透明度。

时尚和奢侈品行业

区块链技术承诺通过加强供应链管理和提高消费者参与来改变时尚品牌的运作模式。时尚品牌实现这一目标的最有效手段是利用 OneQR 方案来实现产品来源、品牌宣传和营销。

2016 年，全球时尚市场的价值可达 2.4 万亿美元，预计到 2021 年，其年复合增长率将达到 2%。其中，未来几年，奢侈品行业的年复合增长率将超过 4-5%。截至 2017 年，该行业的广告支出为 50.8 亿美元。该行业已经意识到，他们可以通过社交媒体曝光来节省开支，并由此创立了一种名为“赢得媒体价值”(Earned media Value, 简称 EMV)的衡量标准。据估计，仅在 2017 年第一季度，该行业就通过忠实消费者的口碑广告节省了 3300 万美元的常规广告成本。然而，目前的数字营销技术还不足以优化口碑营销，因此品牌无法利用这个机会，在 21 世纪采用技术创新有效地营销其产品和服务。品牌很难将广告活动表现和消费者的浏览行为转化为新时代的必胜要素。

OneQR 是如何与时尚品牌合作的？

OneQR 利用区块链技术为时尚品牌提供一个工具包，用于讲述他们的品牌/产品故事，直接与客户互动并保持他们的忠诚度。

消费者首先扫描时尚商品标签上的专属二维码。设备上的摄像头立即读取代码。OneQR 软件上的简洁用户界面会显示产品信息，从而能够验证产品真伪。一旦产品通过验证，消费者将收到产品电子鉴定书(PECA)代币，该代币外观像刻有产品商标的硬币。随后它将被存储在该程序的电子鉴定书代币钱包中。

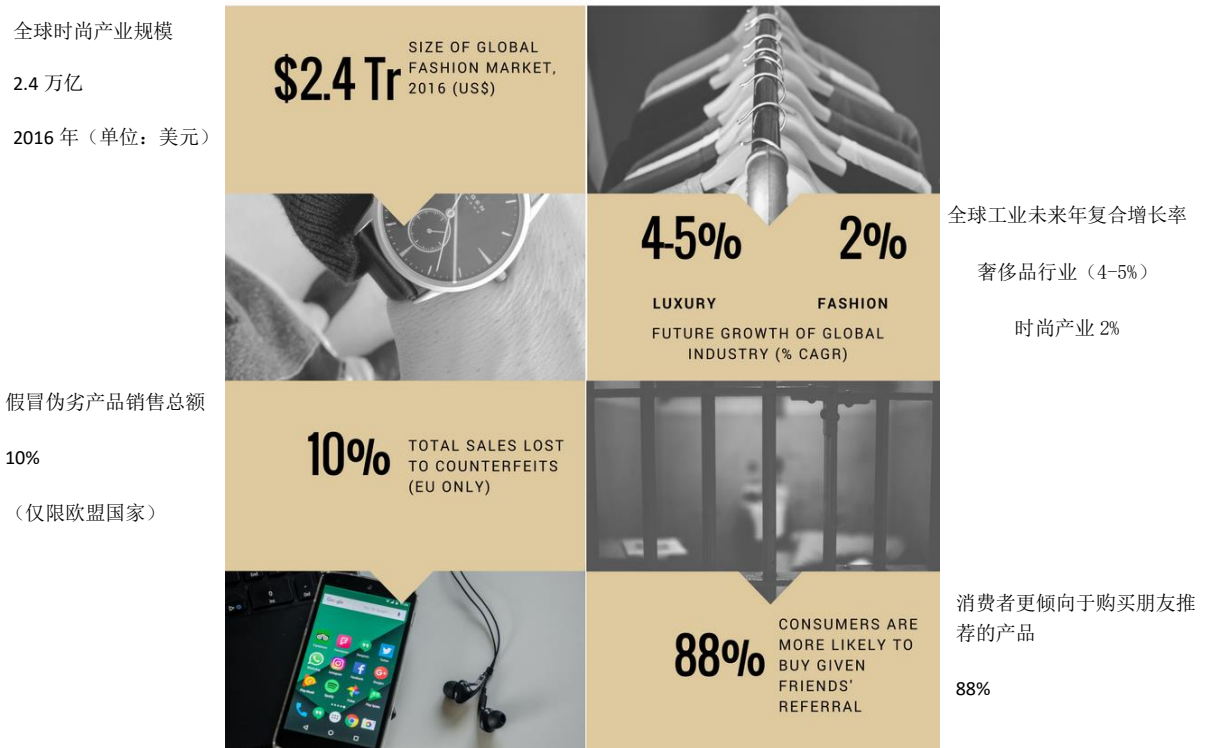
作为参与 OneQR 平台的激励措施的一部分，消费者将获得优惠券代币以用于下次购买产品。这个特殊的优惠券代币既可以在线也可以离线分享到主要的社交网络上，参与宣传的消费者因此就变成了品牌大使。该代币可以在多层次共享，从而可以吸引无数的潜在消费者。时尚品牌可以借助最少的前期投入大量增加营业额。为鼓励消费者分享数字优惠券，品牌会提供一定的奖励。奖励以每股小额的预付款形式发放，大部分奖励交由第三方托管，一旦网络内部产生转换，就会以 OneQR 币的形式支付给消费者。对于生态系统中时尚品牌联盟的消费者来说，OneQR 币是一种可支付购买生态系统中产品和服务的媒介，由于它是一种加密货币，因此这也是一种很好的价值储存手段。

品牌大使也可以发布创意内容上传照片或视频，分享自己对品牌的体验、看法和评论。如果时尚品牌对某一特定创意内容感兴趣，它便可以购买其使用权（或成为其“赞助商”），进一步为品牌做宣传。因此，品牌可以利用品牌大使的创造力，同样这也无需前期营销投入。

值得注意的是，品牌对给予品牌大使的奖励数量完全具有自主权，因为智能合约的配置十分灵活。

图表 x. 时尚产业的未来

THE FUTURE OF THE FASHION INDUSTRY



来源: xx

OneQR 生态系统

图4—方案概况

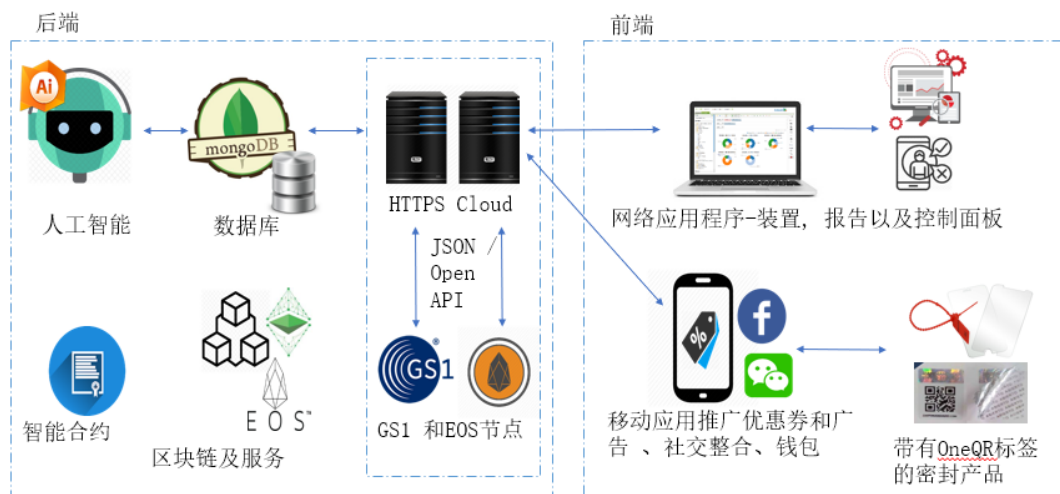


技术概述

以下介绍了 OneQR 方案的基本情况和组成部分。本方案十分简练，并优先考虑自动化和用户体验。它的基础架构、软件和硬件组件包括：

- 网络应用程序可用于创建和购买品牌的 OneQR 标签，以及智能合约配置。它还配置了能够用于项目工作流程跟踪、数据可视化和预测分析的界面。
- 预测分析依赖人工智能和大数据为营销/广告策略推荐提供支撑。指标包括历史基准、预测、人口统计分析、消费者购买模式分析。
- 强大的软件即服务模式(SAAS)融合了云和区块链方案，这意味着它比所有运行企业电子优惠券和忠诚程序的内部平台更具扩展性。这样的软件即服务方案意味着其运营成本要低得多，因此采用该方案可以确保企业有更好的现金流量。
- 应用软件与流行社交媒体相整合，可以实现广告和优惠券共享。
- 与主流支付平台的支付整合，带来无缝在线/移动支付体验。
- 前端应用程序和移动应用软件集成模块化体系，后端集成了分布式云网站 HTTPS 和开放应用程序编程接口(API)，以及大数据及服务 (BDAAS) 平台上的 Rest API/JSON。
- 后端设计用于与 GS1 系统集成;联盟成员系统;在大数据即服务平台 (BDAAS) 上使用人工智能进行大数据存储，实现 EOS 区块链全节点智能合约的自动化管理。

图5—技术细节展示



产品和服务生态系统

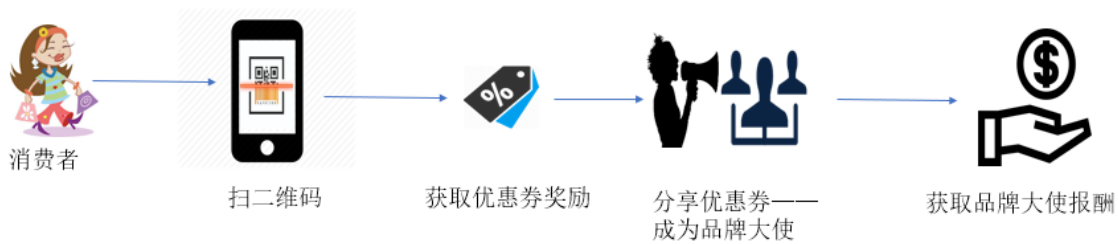
我们的方案：OneQR 广告技术平台阶段 1

网络应用程序平台描述了使品牌能够在智能合约中建立数字广告活动的整体生态系统。此方案同时使终端消费者能够验证和追溯产品来源。这一方案的目标是通过数字奖励系统将消费者转化为品牌大使，并帮助品牌直接建立和维持与终端消费者的关系，绕过中介，从而增强品牌营销能力。

生态系统包括：

- 虚拟货币(包括 OneQR 币、产品电子证书认证(PECA)和优惠券(COUP)代币)；
- 配备二维码扫描软件和数字钱包的移动应用；能够为广告/奖励/优惠券建立智能合约的网络应用程序平台，能够综合分析消费趋势的人工智能预测面板；
- 物理全息二维码标签；二维码产品密封；
- 品牌联盟。在第一阶段，品牌将主要集中在服装、健康美容、酒类和运动产品行业。

图6 一核心功能（消费者）



第一阶段涉及的各方主体 品牌商家客户

品牌或商家加入生态系统直接与终端消费者互动，使他们转换为品牌大使从而取代广告公司在数字营销中的作用；通过提供防伪或追溯产品来源等服务提高自己的产品质量和形象，以代替现有的高成本忠诚计划系统。

GS1

为全球 95% 的产品提供 UPC/GTIN 标准，验证和认证产品是否真实。

终端消费者

品牌或商家的终端消费者，他们在购买产品时可以获得折扣券。如果他们参与宣传成为品牌或商家的品牌大使，将获得更多的奖励。

终端消费者的社交网络联系人

通过将优惠券分享给社交网络联系人，终端消费者传播了口碑营销。社交网络联系人通过进一步宣传分享优惠券，也能够获得奖励。

产品和服务概述

1. 阶段 1 生态系统-虚拟货币

a. **OneQR 币**——OneQR 币是联盟内品牌及其终端消费者/品牌大使方案启动第一阶段的交换媒介。它是一种获取功能和服务的手段，也是一种兑换优惠券和奖励的货币。为了确保无缝衔接用户体验，OneQR 币与法币的转换将在后台运行，而不会增加用户界面的复杂性。

优惠券代币(COUP)是指生成 PECA 代币后，消费者收到的虚拟优惠券。每一个优惠券代币都有使用期限，持有该代币下次购物时，在相应的品牌及其联盟公司内消费便可以享受折扣。优惠代币券可以在 OneQR 认可的任何社交平台上共享。品牌大使

的每一次分享、点击和销售转化都能得到奖励。品牌可以灵活地决定每个优惠券奖励的返利金额。所有优惠券代币都在公共区块链中经过认证。优惠券代币的赎回功能预计将在 1.3 阶段推出，届时优惠券代币将转换为 OneQR 币并存储在安全的钱包平台上。

2. 阶段 1 生态系统——应用程序和功能
 - a. OneQR 网页应用程序——OneQR 网页应用程序是品牌用于购买服务和与品牌大使建立智能合约的平台。它配备了特殊界面，能够一次性提供报告和商业智能功能。
 - b. OneQR 应用程序（品牌端）

这是一款便于品牌将 OneQR 币作为线上线下交易媒介的软件。OneQR 应用程序（消费者客户端）——所有经济和社交活动都在这里发生。品牌大使还可以上传照片、视频等创意内容，帮助推广产品。通过在社交网络上将优惠券或创意内容分享给家人和朋友，消费者将得到不同程度的 OneQR 币奖励。奖励金额将按照奖励与忠诚智能合约中规定的法币确定，但是以 OneQR 币的形式支付，在兑换时按当时的市场汇率兑换。
3. 阶段 1 生态系统——物理标签和代币图形
 - a. OneQR 标签是保留在区块链中的具有唯一序列号的全息二维码标签。这些标签存储了基于通用产品代码（UPC）或全球贸易项目代码（GTIN）的产品认证信息和产品来源去向跟踪信息。
 - b. OneQR Shield 体系是为 OneQR 标签提供保护的生产线定制产品密封或防刮印刷漆，目的是为了确保只有购买产品的终端消费者能够扫描产品二维码。
 - c. 代币图形——代币（广告、优惠券和产品电子证书）将有一个相关的图形，最终消费者可以在社交媒体上查看和共享。大多数情况下，这些图形是由相应的业务/产品品牌标识来表示的。当消费者分享广告、优惠券和代币时，相关图形也会转移或克隆至新的电子钱包。
4. 阶段 1 生态系统——联盟
 - a. OneQR 团队正在建立一个联盟，该联盟由品牌、各种规模的商家、物流公司、电子商务平台、服务业和其他乐意发掘 OneQR 平台潜力的企业组成。
 - b. 在第一阶段，每个联盟伙伴都有权设置优惠券中的奖励或折扣以保证优惠券代币的发放。这些优惠券是为奖励终端消费者分享产品购买体验而准备的。优惠券代币是第一阶段数字营销的基础，更是提升客户忠诚度和识别消费者营销转化的激励工具。
 - c. OneQR 币将作为联盟合作伙伴用于在 OneQR 平台上进行的所有口碑营销活动中优惠券折扣和奖励的唯一货币，并且所有联盟合作伙伴需要将其作为通用货币进行交易。

系统架构

OneQR 采用的是行业微服务标准并借鉴了最佳实践案例。

1. 基础支撑：软件和区块链即服务

这个基础架构是基于行业标准平台构建的云区块链混合架构，采用了自动化开发操作，以确保微服务是模块化的并且具有扩展性。

2. 分析基础：人工智能和大数据

以标准的人工智能、大数据和机器学习平台为基础，专为消费者洞察分析所定制和采用，帮助品牌预测消费者行为的发展模式和趋势。

3. 区块链基础：EOS

第一阶段 OneQR 中的所有代币都由 Ethereum (ERC20) 和 EOS 公共区块链分布式平台提供支持。选择这一平台是为了确保产品是公开验证过的，从而避免产生假冒产品，并且确定优惠券是真实的。当前开发阶段甚至到试运营阶段使用的都是 EOS 开发环境。明年，我们将推出多个 EOS 版本，除了 EOS 开发人员薪资外，代币交易的边际成本几乎为零，其好处是用户(消费者)不需要为转账或交易付费。OneQR 代币在 OneQR 标签购买完成后发放，同时作为对广告商的优惠券奖励发放。资产代币和优惠券则是在产品验证通过后发放。优惠券代币有效期，而产品电子鉴定书代币则没有明确的时间限制。在 EOS 平台上，所有的代币和 OneQR 币交易媒介都可以使用。

4. 中间层：API

该技术基于微服务应用程序后端使用 Web3 Javascript 应用程序编程接口、Node 和 Angular JS 的标准行业实践。API 是用 Open 和 Restful API 体系结构设计的，并且能够利用 JSON 与外部系统集成。集成包括支付网关、密码交换、社交媒体和 GS1 系统。法币与 OneQR 币的转化发生在这一层。该层还将提供定制集成 API、企业 CRM 平台和订购平台，这些都是分类的附加开发项目，是咨询商业模式的一部分。

5. 中间层：智能合约

智能合约是以“Solidity”为核心语言而开发的。智能合约采用模块化的设计以适应不同的使用实例。它们都借鉴行业内最佳案例来满足项目中列出的所有实例。

6. 中间层：钱包

分散化管理的钱包以“Solidity”为核心语言开发，界面构建在原有移动应用和 web 应用开发语言之上。其强大之处的核心在于安全，采用业界最新和最佳案例，以确保用户能够随时安心存储加密货币和代币。

7. 后端层：微服务/微应用

这是一个应用层，所有功能和特点都被模块化为微服务和微应用程序，与前端品牌 Web 应用程序和前端消费者移动应用软件集成，构建在最佳和最具创新的结构和实践之上；并开

发了一个坚实的可靠的测试架构，以确保在 OneQR 开发之前对代码进行了彻底的测试。

8. 前端用户界面层：品牌应用程序

品牌的前端是一个基于 web 的应用程序。它的设置和配置类似于当今商业或企业中应用的软件即服务(SaaS)应用程序。SaaS web 应用程序具有控制面板、UPC(通用产品代码)上载、报表门户、支付门户、购物车、产品电子鉴定书/优惠券、自定义图形上传和智能配置模块，旨在为品牌和商家提供无缝体验。SaaS 应用程序还包括忠诚度计划和电子优惠券等功能，依赖于它的高扩展性，采用这一程序的成本比维护大多数企业使用的传统平台的费用要低得多。

9. 前端用户界面层：微信小程序

微信小程序是为公司设计的微信登陆页面，这样中国的新用户可以轻松下载 OneQR 消费者应用。值得注意的是，这是一个直接为中国用户设计的替代平台，因为他们无法访问谷歌商店，使用苹果应用商店也并不顺畅。

10. 前端用户界面层：终端消费者混合移动 App 和品牌零售移动 App

终端消费者混合软件以消费者可用性为中心，主要功能包括一个通用加密钱包、一个二维码扫描仪、一个相机/图像库模块、一个代币库模块和一个钱包面板。主面板的设计目的是方便访问和导航，用户体验借鉴了使用移动设备时大多数用户熟悉的概念。

品牌零售软件是终端消费者混合软件的简化版本，只有 OneQR 币钱包功能，成为品牌联盟支付验收、退款和折扣(在 OneQR 币范围内)的媒介。

图7—系统架构



OneQR 的发展阶段

以下部分总结和概述了 OneQR 的当前状态和未来的发展情况。

我们的行动方案包括以下几个阶段：

1: 开发阶段

从 2016 年开始，经过初步构思阶段，阶段 1 重点推出品牌标签广告技术平台。本阶段主要包括组建团队，设计阶段 1 的产品，与 GS1 建立关系，并与他们的系统进行集成。

2: 准备阶段

从 2017 年开始，产品开发已经走向成熟，项目计划也已逐步完善，为进一步发展打下了良好基础，与此同时，我们建立了相应的业务团队，为业务模型测试做好了准备。这一阶段的做法包括建立战略咨询委员会，制定商业模式、定价策略、营销计划和撰写白皮书。

3: 市场准入

从 2018 年开始进入市场。首先，团队选取了一些愿意试用该产品的行业客户。由咨询委员会建立的联系起了非常宝贵的作用，因为该试点项目主要经过行业内关键客户测试。OneQR 选择了少数的 POC 客户，包括食品、酒水、时尚和服装、健康和美容，以调整测试产品准备进入市场。

4: 市场渗入

市场渗透从将产品推向生产测试开始，作为 2018 年进入市场的开始。第一阶段产品功能的试运营将于 2018 年第 4 季度交付，其初始测试客户将成为品牌联盟生态系统初始成员的一部分。市场产品将设置可共享的优惠券折扣和奖励机制，以奖励品牌大使。它将以最低限度的促销进行销售，仅由联盟系统的创世成员执行。2018 年第四季度试运营后，预计在 2019 年前两个季度将会有所改进，其中包括通过 OneQR 币兑换优惠券的功能。在升级到 1.3 阶段后，OneQR 将吸纳更多联盟生态系统客户加入上述中进入测试的行业。GS1 等合作伙伴也会将产品推向低接触/低风险客户，并将其作为 GS1 品牌产品进行推广。品牌联盟系统在培训员工使用企业 SAAS 系统的同时，还需向自己的客户宣传该产品。

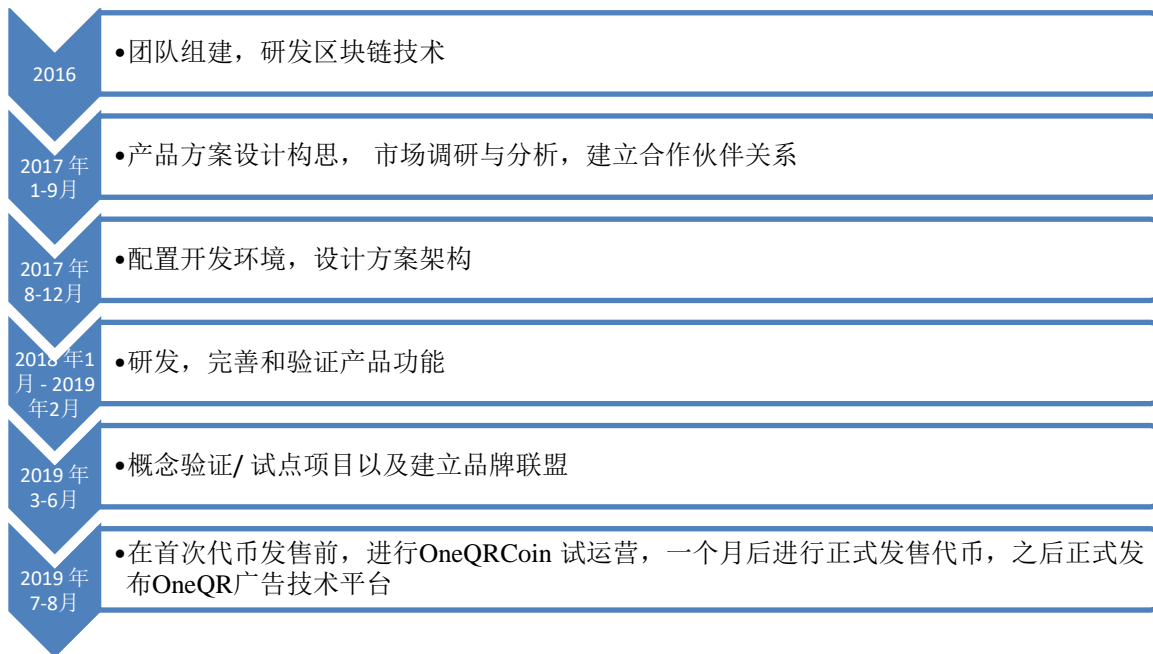
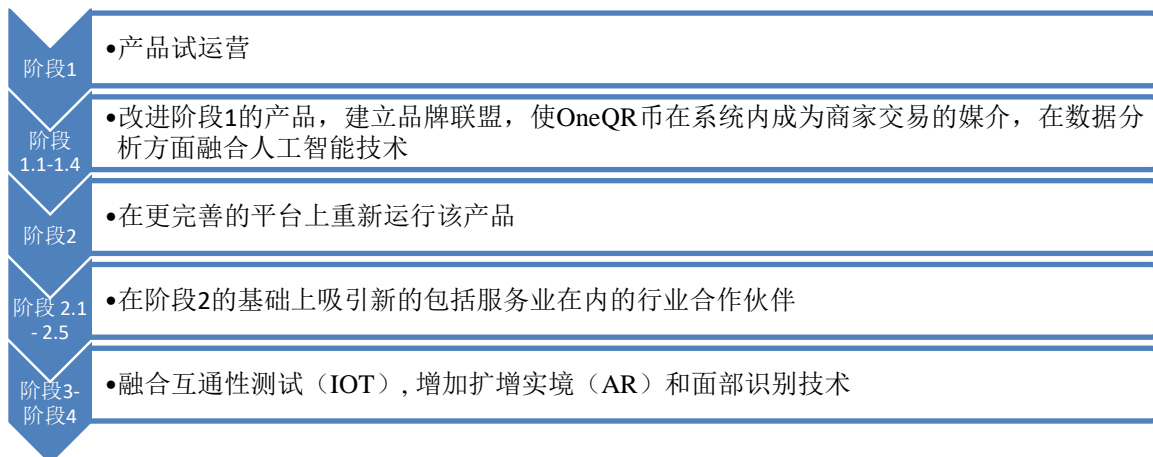
5: 可持续发展

检验能否可持续发展的关键在于联盟系统是否在中国大陆或香港地区的消费者用户中获得了主要立足点。在这一阶段，我们预计在公司涉足的每个市场里，至少有三分之一的行业巨头使用该产品。

发展大事记和后期展望

OneQR 代币发售之后的展望

下一部分介绍了 OneQR 币空投糖果之后的开发路线图，目的在于不断增强 OneQR 的功能。

标题：发展大事记—空投糖果之前**标题：发展大事记—空投糖果之后****当前进展**

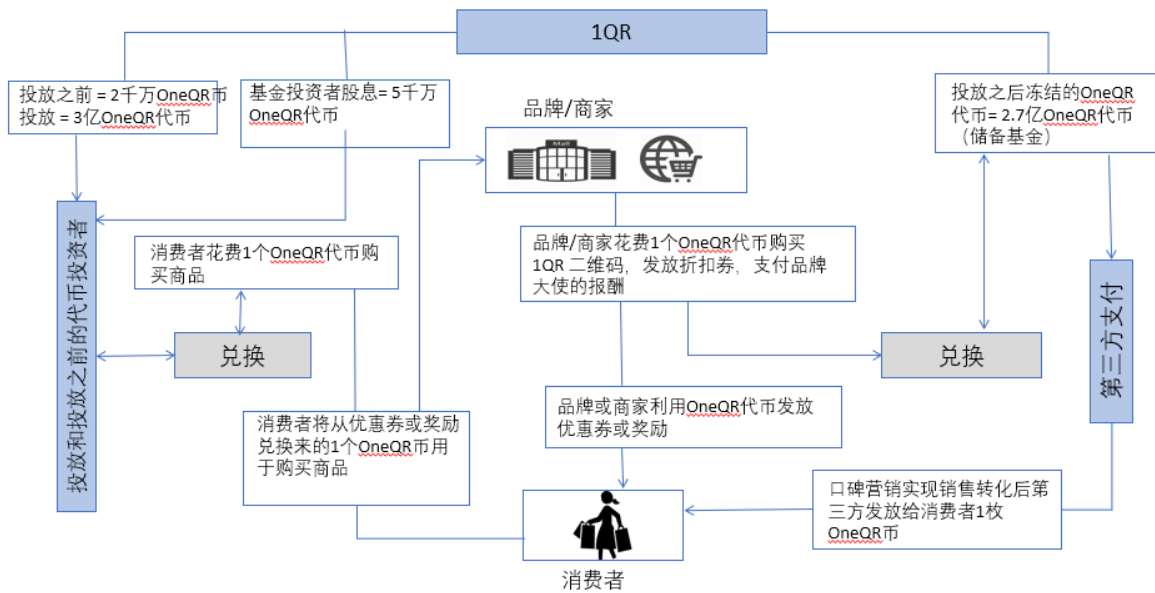
OneQR 方案已于 2018 年 4 月以概念验证试点项目的形式在中国一家知名酒类制造商的系统中实施。随着关键合作伙伴关系的成功建立和第一阶段构建的完成，团队正在为 OneQR 广告技术平台的正式产品发布做准备。目前，OneQR 方案已经完成了支付平台和社交网络的融合。

产品概念—我们为什么要设计这个产品

OneQR 方案的概念最早于 2017 年初提出，当时团队正在研究如何验证标记化资产在区块链分类账中的唯一性。在对企业进行了全面的市场调研之后，团队转变了想法，并提出了一个广告技术方案，为各行业的品牌提供了极具价值的发展机会。

代币循环周期

图8—代币循环周期



OneQR 代币发售

OneQR 代币可出售给所有感兴趣的买家，包括那些踊跃参与 OneQR 网络计划的品牌。OneQR 代币目的在于激励 OneQR 系统内的行为，为品牌在供应链和零售流程中实施 OneQR 方案提供便利，鼓励消费者在社交媒体上对购买的商品进行认证和口碑推荐。

代币经济学

OneQR 代币营销的主要目的包括：

1. 为 OneQR 系统的可持续发展和执行愿景提供资金和资源
2. 协调系统利益相关者的利益——即战略合作伙伴、品牌联盟、代币持有人和创始团队。

OneQR 代币分配概述

为了更好地资助 OneQRCoin 的开发，我们将 OneQR 代币进行了如下分配。

图表 x. OneQR 代币分配概述

代币名称:	OneQRCoin
标准:	EOS
代币销售量:	1 亿美元
代币发行量:	10 亿
代币价格:	OneQR 币 = 0.01104972 EOS

代币分配:	2% - 空投糖果之前 35% - 空投糖果 5% - 核心团队 21% - 研发 27% - 储备资金(商用) 5% - 基金投资者股息(空投之前的投资者) 5% - 战略合作伙伴和顾问团队
软上限(代币):	184,153,600
硬上限(代币):	10 亿
未售出的代币:	将被销毁
通用的支付方式:	美元, 人民币, 港币, EOS;
用途:	作为 OneQR 系统的主要流通货币
私人预售	
私人预售起始日期:	2019/03/1 09: 00 (国际标准时间)
私人预售截止日期:	2019/06/30 09: 00 (国际标准时间)
最低购买量:	10,000 OneQR 币
最高购买量:	10,156,250OneQR 币
上市时间:	2019/02/28

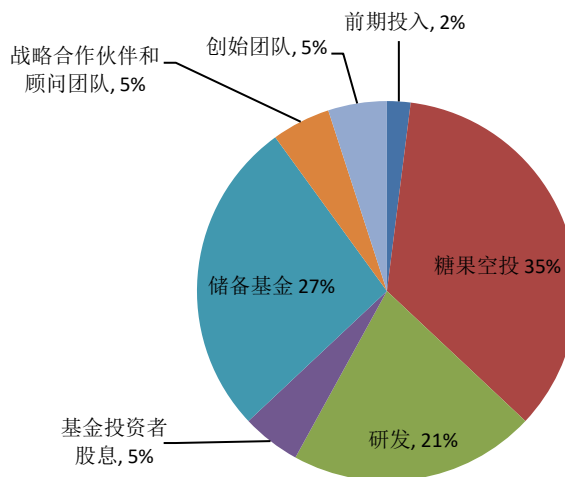
来源: xx

代币分配

总供应量最大为 10 亿 OneQR 币。空投糖果约 3.5 亿(总供应量的 35%)，预售代币 2000 万(2%)。

- 如果筹集的金额低于 18.415 亿 OneQR 币，OneQR 团队将选择执行以下操作之一：
 - 一延长糖果空投前的时间，直到达到软上限
 - 一重新计划糖果空投

图表 x: OneQR 代币分布比重图



来源: xx

预售

预售：占总供应量的 2%

预售期间，OneQR 代币价格定为正价的 20%，以奖励早期购买的顾客。

OneQR 将提供一部分代币供空投之前使用，以便战略投资者可以在大规模向公众出售代币之前购买。预售期间提供 2000 万 OneQR 代币，约占 OneQR 代币流通量的 2%。

对于任何希望预定购买 OneQR 代币的顾客（购买数量需在 10,000 到 10,156,250 之间），均可参加预售。为了奖励较早参与的顾客，预售期间 OneQR 代币的价格为 0.0083978EOS，比正式投入市场时的价格低 20%。

空投之前的时间从 2018 年 9 月 30 日 9:00(国际标准时间)开始，将持续六天，即到 2019 年 2 月 28 日 09:00(国际标准时间)为止；或到第一批 2000 万 OneQR 代币全部售出为止，二者的时间以较早截止者为准。

空投销售

空投糖果：占总量的 35%。

在代币分配方面，将有 3.5 亿 OneQR 代币(占总供应量的 30%)用于销售。销售收益将用于 OneQR 运营维护和附加功能的开发。

OneQR 代币将采用 EOS 架构，以 0.01104972 EOS 的价格出售，代币空投时即为通用货币。

空投期从 2019 年 2 月 28 日 09:00 开始，到 2019 年 3 月 31 日 09:00（国际标准时间）或到分配的 3.5 亿 OneQR 代币全部售出为止，二者以较早截止者为准。

OneQR 基金会

2.7 亿 OneQR 代币(占总供应量的 27%)将被预留作为 OneQR 储备基金。这些代币将由 OneQR 基金会管理，用于 OneQR 系统的战略性开发。基金会使用 OneQR 代币的其中一个用途就是为未来的战略合作伙伴和品牌联盟伙伴提供支持。

核心团队和战略合作伙伴定位

核心团队：拥有代币总量 5% 的份额。

战略合作伙伴和顾问团队：拥有代币总量 5% 的份额。

OneQR 的核心团队将获得 5000 万 OneQR 代币(占总量的 5%)，以奖励他们在 OneQR 系统开发中的不懈努力。

战略合作伙伴和顾问团队促成了初步运营的良好开端，并推动之后终端消费市场大规模采用这一方案的局面。他们总共将获得 5000 万 OneQR 代币(占总供应量的 5%)，以奖励他们的远见。

图表 x. OneQR 代币分配

经费支出	比例	具体用途
储备基金	27%	由基金会储备，并供 OneQR 系统发展策略性发展使用
OneQR 代币空投	35%	空投收益将进一步用于发展业务，建立品牌联盟逐步渗透市场，以实现可持续发展
研发	21%	供 OneQR 研发使用，培育公司的技术开发团队，以创造更高层次产品
资金投资者股息储备	5%	供资金投资者股息分红使用
创始团队（核心团队和开发人员）	5%	奖励核心团队和开发人员使用
战略合作伙伴和顾问团队	5%	奖励帮助探索初始功能和大规模推广应用的战略伙伴
空投前预售	2%	供希望预定 OneQR 最低额度代币的早期顾客参加预售使用
合计	100%	

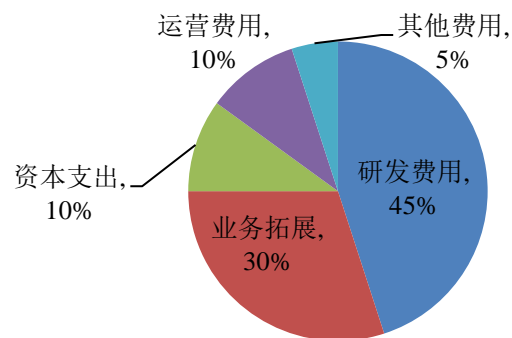
来源: xx

基金预算

空投收益将主要用于发展和推广 OneQR 业务，以推动广告技术产业并维持 OneQR 系统的发展。

主要支出费用包括业务拓展费、营业费和其他费用。

图表 x. OneQR 基金预算



来源: xx

图表 x. OneQR 基金预算

项目	比例	具体用途
研发费用	45%	资金将用于雇佣技术人才和提升研发和技术。目标在于通过改进研发技术，提升区块链在广告技术平台的潜力，并拓展全球化市场。
业务拓展	30%	资金将用于聘用业务发展和人才培养，加强与品牌和战略合作伙伴的联盟合作。
资本支出	10%	折旧资产更新也属于研发和创新资本的一部分。
运营支出	10%	包括 OneQR 业务运营中支出的所有费用，包括租金、营销、设备、法务和保险。这些费用用于产品的广告和营销，以改变消费者使用社交媒体的方式。
其他费用	5%	需要支付的其他灵活成本
合计	100%	

来源: xx

补充信息

如有意了解 OneQR 代币空投最新进展，请参阅 www.OneQR.co。预注册和代币预售也将对非美国居民开放。更多信息请查看 OneQR 官方网站上有关代币销售的公告。

组织与管理

OneQR 团队

OneQR 团队由区块链、物联网技术和零售行业的资深人士组成，致力于为消费者和品牌提供更好的服务。本团队成员能力突出，具备极强的洞察力和丰富的工作经验，可提供高质量的技术方案。以下是执行团队的主要亮点：

- 首席执行官，经验丰富的执行董事，领导运营、财务、法律、营销、商业智能（BI）分析和信息技术（IT）开发等部门，具有 10 年以上的执行管理经验。曾担任业务转型、公司重组和各种企业活动的负责人和高级项目主管，负责过大型全球项目。曾就职于 IBM 等著名的跨国企业集团，拥有统计学、数据处理、信息技术基础构架库（ITIL）认证和项目管理师（PMP）等专业背景，2000 年前后参与多家互联网初创企业项目。
- 资深 CTO，拥有超过 17 年经验的方案架构师和全方位首席工程师。作为区块链领域的领军人物，曾领导美国某大型科技公司从物联网到云基础设施的各个技术领域进行 IT 创新和研发，从而保证了 OneLabs 公司的技术优势。在管理全球开发团队方面极具领导力，是一位经验丰富的研发项目管理经理。作为 OneQR 核心后端和 API 的开发者，已经拥有三家初创企业。
- 首席技术官，系统架构师，在工程物联网硬件和嵌入式固件开发设计及项目领导方面，拥有 20 年经验。曾就职于美国泰科，现于

One labs 负责开发物联网和机器人解决方案。将区块链和物联网方案相结合，共同服务于 OneQR 系统，是在新的商业环境下重新利用传统实体零售商的关键。

- 首席信息官，在安全、基础设施管理和云管理方面具有 13 年的经验。曾在美国建筑师协会（AIA）担任网络下载管理器（IDM）程序管理者，负责中国大陆、中国香港、印尼、中国台湾和越南等区域。现任 One Labs 安全、持续发展(CI)自动化基础设施环境的关键架构师，业务覆盖大数据、物联网遥测传输和区块链。是一位经验丰富的开发人员和核心区块链工程师。

- 首席风险官，曾在三星集团担任产品设计师，从事研发工作 5 年。2013 年创立了中国最早的 3D 打印公司之一。具有 4 年以上的销售和业务开发经验，领导整个 One Labs 的业务开发团队。

- 开发团队，其中每个成员至少有 5 年的 IT 开发经验，精通区块链、物联网、云、人工智能、开发运营和编程语言的最新技术

咨询顾问

OneQR 正在成立一个可靠的咨询部门，为 OneQR 团队提供支持和咨询指导，以推动 1QR 平台走向全球，并扩大系统内品牌和商家的联盟。


OneQR 战略合作伙伴

OneQR 已与其他企业建立了战略合作伙伴关系，这对本公司发展起到了重要作用。通过借助于合作伙伴的能力，我们能够深入了解如何更好地服务于零售业和满足利益相关者的诉求，并将我们独特的技术方案扩展到更广泛的领域，推动 OneQR 广告技术和防伪方案应用的发展。

GS1

其中一个合作伙伴是 GS1，我们将共同开发创新区块链广告技术和防伪技术方案，并共同致力于开发一个横跨时尚、品牌生活方式、数字营销、零售技术和物流行业的区块链解决方案。

OneQR 已将其系统与 GS1 的全球标准相结合以便于商务交流。OneQR 在零售供应链的区块链应用程序中融合了 GS1 标准，以增强数据完整性和协调性。

	<p>GS1</p> <p>GS1 是一个非营利组织，为商业交流制定和维护全球标准。其中最为人熟知的就是条形码，它可以通过电子扫描识别并共享产品历史和位置等关键信息。GS1 有 112 个本地会员组织和 150 万公司用户。</p>
---	---

OneQR 项目说明

OneQR 是一个开放源码的分散区块链广告技术平台旨在帮助品牌和商家实现收益最大化。

使命宣言

OneQR 的使命

OneQR 的使命是通过区块链技术，为各类广告、营销策略、运营以及诸如此类的商业活动提供平台，能够让品牌和商家为消费者提供奖励机制，让他们在社交媒体上帮助推广产品和服务。

OneQR 的目标

OneQR 的目标包括：

- 让品牌直接与终端消费者建立联系，提高边际收益和客户忠诚度
- 让品牌听到消费者的声音，从而增强消费者在消费中的主导地位
- 通过数字化和区块链技术，提高消费者忠诚度和电子优惠券项目的效率
- 在电子商务时代为品牌和商家的实体店提供新方向
- 在这个自动化或人工智能逐渐取代人力的时代，人们有了新的目标。为消费者成为有创意的品牌大使提供一个渠道，有利于促进社会和谐。

OneQR 经营理念

OneQR 的经营理念包括：

- 在所有外部和内部关系中遵守最高道德标准
- 始终把客户利益放在第一位
- 所有外部和内部决定应根据客观事实作出

公司地址

OneQR 是一家有限责任公司，位于中国香港。

法律信息

本白皮书仅作为参考指南，不对任何投资进行引导，也不对任何司法管辖内的证券或股票发行有效力，亦不用做任何合同签署安排。OneQR代币不是投资产品。涉及OneQR代币的任何行为、通知、通信、信息、决定、管理行为或事项遗漏，均不应理解和解释为用于上述吸引投资、发行证券或股票或签署合同。

OneQR代币首次发行的目标是使公司能够利用一种新的启动资金模式来支付与项目相关的所有成本，如科研、营销、安全和开发成本。OneQR项目团队尽可能遵循白皮书中列出的系统架构、技术概述和发展路径的，随着外部环境、项目开发和区块链技术的发展，我们保留进行修改和补充的权利。

购买OneQR Coins涉及许多已知和未知的风险，并不适合所有投资者。与其他加密货币一样，OneQR Coins的估值可能会波动，因此购买者可能会损失全部或大部分的购买收益。尽管OneQR平台已经使用了防黑客保护，本公司不担保、承诺或保证OneQR代币不会遭到病毒攻击或造成缺陷。在决定购买OneQR代币之前，具有前瞻性的购买者应该仔细考虑自身的投资目标和风险承受水平，如有必要，可向专业顾问寻求第三方建议，以充分了解潜在的风险。

预期购买者应遵守法律及其他规定，自行评估购买、持有和出售OneQR代币的合法性和可行性。受与世界加密货币相关的外部因素影响，OneQR代币可能会严重贬值。购买者还应评估在其居住国、住所或以公民身份中购买、持有和出售OneQR代币的适用外汇管制条例和税收影响。本公司对购买者的任何违法行为概不负责。

本白皮书中的声明是以香港现行有效的法律及实践为依据，并依据日后有关法律及实践的变更而有所更改。

了解客户规则

本公司将采取了解客户规则(KYC)，以便能够识别和核实任何潜在购买者的身份。本公司将检查所有潜在购买者所提供的资料，并保留取消购买者购买 OneQR 代币申请的资格。

附录

品牌卡诺模型

图表 x.品牌卡诺模型

类别	描述
愉悦因素	<ul style="list-style-type: none"> - 持有 OneQR 代币进行投资 - 二手市场产品分析 - 利用区块链和 AI 解决方案的转化实现操作的数字化
满意因素	<ul style="list-style-type: none"> - 产品生命周期分析 - 用户友好型应用——无需学习，感觉就像基于云技术的主流应用 - 市场策略大数据预测分析(通过 AI) - 资产标记——为客户提供防伪和跟踪服务 - 通过配置区块链解决方案来提高产品质量
不满意因素	<ul style="list-style-type: none"> - 能够识别和直接接入终端消费者及他们的社交网络 - 能提供消费者洞察和营销 KPI(准确的转化率) - 消费者情况分析——人口、收入阶层、文化和教育背景 - 可在增加收入的同时，提高数字营销的成本效益 - 在区块链上提供奖励，奖励客户忠诚度，同时降低当前忠诚度计划的运营成本 - 在区块链上提供激励措施，鼓励口碑营销，使销售额增长 88% - 在满足投资回报率 10%的前提下，对当前操作进行最小调整，不需添加额外操作

终端消费者卡诺模型

图表 x.终端消费者卡诺模型

分类	描述
愉悦因素	<ul style="list-style-type: none"> - 代币可以轻松转移到其他钱包 - 私密性高且不影响便利性 - 直接集成到加密货币市场以购买代币
满意因素	<ul style="list-style-type: none"> - 完全接入社交媒体(最受欢迎点) - 方便分享优惠券或产品图案，并获得报酬 - 与移动支付整合 - 能够验证产品真实性并追踪产品来源 - 可通知优惠券即将到期 - 商业界面完美地将钱包中加密货币余额可视化 - 通过代币验证二手市场交易产品的真实性

不满意因素

- 提供激励(奖励或金钱)让消费者扫描二维码-但最好是加密货币
- 方便、易用性、易安装和设置的应用
- 占用智能手机的极小数据、内存和存储使用量
- 为品牌和商家提供口碑营销
- 奖励或激励必须有效，即大家普遍接受的通用奖励
- 钱包应用程序必须是安全和分散管理的，并能够存储其他加密货币
- 应用程序可以创建广告内容并即时检测产品商标