

Influence Chain Plus White Paper

基于区块链技术的社交电商平台
项目白皮书

传统电商平台的问题和痛点

成本昂贵

在电商生态逐渐成熟的现状下，各平台的广告费用、扣点、管理费等维护成本越发高昂

安全隐患

传统电商平台的中心化特性注定了存在着信息安全、资金安全、现金流托管占用、店铺归属权、游戏规则被动等诸多问题

招新瓶颈

无论是广告还是微商式的朋友圈传播，招新的瓶颈一直存在并难以有效攻破

分销分润门槛

缺少安全可信的、智能的分计算法和机制，分销环节管理困难

参与者成长系统

无合理开放的参与者能力成长体系，很难找到能力明确的分销伙伴

社交电商重构“人货场关系”

关于新零售之社交电商重构“人货场关系”，由货-场-人，演变为人-货-场（线上/线下）由渠道关系改革了生产关系重组，也就是由渠道直达模式减少加价环节，降低成本，提升经营效率，福利消费者。

返回到渠道关系的根本，一为新中间商的出现，号称无中间商赚差价，革了传统线下几级供应商的命，新供应商取而代之成为最大的买方，买方通过互联网平台营销坐拥流量后对生产地产生溢价能力。但其模式能否持续性健康的价值创造，社会效率的提升，即达到新供应商平台产生可持续性经营模式，财务正向利润，这才是作为独立论证一个价值投资企业或模式的成功与否。

诸如像美团，一旦对商户提高佣金，导致商户薄利，关店开店都处于盈利边缘时是很危险的。当然，本身作为一级市场价值投资的拥护者，我们并无意唱空，但必须要清晰的看到从早期投资和投入回报效益角度上越来越病态的现象——互联网打法的强势不断依靠融资在某个时刻取得了阶段性胜利成果，然而如果还不能摸索到一个规模化和盈利的平衡点，最终受损的是整个社会的生产关系，并且严重损害了线下实体经济。

项目介绍

Influence Chain与INP

Influence Chain 是全球首个去中心化的影响力价值数据引擎，致力于利用区块链与分布式存储技术，构建一个全球范围内的影响力价值平台。Influence Chain Foundation自2017年注册成立，并由全球多个国家的爱好者自发组织并运营影响力平台，目标是发掘各行各业具有公众认知度或社会影响力的人物，并通过区块链技术体现其新维度的价值。

传统粉丝经济模式缺乏创新，影链重新定义粉丝经济4.0

Blockchain + Influencer Marketing = Influence Exchange



INP的优势与亮点

INP作为可交易可使用的积分，具有双重属性。

首先，作为可交易一份，它与市面上通常的数字通证有着同样的属性和特点，即：便捷交易、全球流通、不可篡改等等，但作为一款有着实际用途的数字通证，它的价值将得到保证。

INP直接支持Influence Mall电商平台的购物消费，Influence Mall允许且仅允许用户使用INP进行购物。为给到所有INP用户最大可能的优惠及利益，所有在Influence Mall内进行INP购物的用户，在支付INP时，都将享受平台给与的等量INP补贴，即用户可以以2倍于自己支付的INP的价值购物。

在这样的双重属性下，用户将得到更多的利益，同时对于INP的价值也是一种最强有力的保证。

进一步的，由于INP的数字通证属性，在应用层面也将在分销方面提供强势支持：

1. 在线商店系统

管理和维护个人在线商店的商品和内容，建立分销任务，找寻分销商品的能力等

2. 分销系统

为店主和分销员提供分佣能力以及分销能力成长系统，让普通中小店主也能拥有大型分销网络的能力，并且利用智能合约高效分佣

3. 资产管理系统

销售、分销商品所得收益的结算

社区生态激励获取INP的代币结算



以个人为中心的社交化电商社区；
每个人既是消费者、也是传播者和获益者。



基于区块链的智能合约贯穿整个生态，
包括商品的销售分润机制，内容的所有权等；



通过恒定发行量的INP Token用于社区生态内价值的自我良性运转；
INP只通过生态机制产生，不进行任何募资

*因INP的价格会随市场交易情况实时变动，在支付时，Influence Mall将以购买日之前一天的INP收盘价作为当天的INP价格进行兑付。（如，在1月2日用INP购买商品时，INP所对应的实际价格将是1月1日晚22:00时交易所内INP的收盘价为基准）

Influence Mall 影响力电商

Influence Mall是InfluenceChain影链基于市场需求和市场空缺推出的重量级产品。

首先，Influence Mall所售卖的商品全部来源于淘宝、天猫、京东、一号店等国内知名的电商品台，其品质和售后都有可信的保障。

其次，Influence Mall不会对平台商品进行价格的哄抬，先涨价再打折的卑劣行径并不是Influence Mall的待客之道。Influence Mall保证平台上所售卖的商品与市场主流平台的价格基本持平（少数原本就有价格波动属性的商品除外）。

再者，优惠购买的形式更为直接便捷。市场上众多的购物节是在特定的时间点进行打折消费（双11、双12等）、亦或者仅有极少部分的用户可以享受到优惠（秒杀、抽奖）、Influence

Mall也将摒弃红极一时的购物红包形式，无需转发拉新，购买INP即可享受双倍价值的购买优惠。

Influence Mall将以最为简单直接的方式给与用户购物时的巨大实惠，同时保证商品的品质，这是数字通证带给时代的大宗商品消费福音！

INP TOKEN

什么是INP?

Influence Chain Plus Token 简称INP Token

影力商城·基于通证经济的社交电商平台

INP将搭建一个基于区块链技术的去中心化社交电商平台。通过INP赋能，让网红、个人、品牌商、经销商、原产地商品等更方便的搭建自己的社区进而形成分销矩阵并自动分佣。

INP 是应用于分销分佣、奖励、广告、虚拟社区搭建等结算所用的数字代币；INP将给数万亿规模的微商行业、网红电商行业带来一次大革命，且伴随自治化社区经济而壮大。

Influence Chain Plus 是国内率先全面区块链化的分销社区，目前已与多家网购平台及供应链端优秀公司达成合作共识，将海外代购、母婴、美护、快消、服装、安全装备等几大类目引入社区，成为下一代的社区化销售模式的典范。

INP的权利与应用场景

权利

用户

加持社区能力需要持有并锁定INP Token

让自己有分销能力持有并锁定INP Token

推广和发布自己的商品需要持有并锁定INP Token

使用多种营销模块需要持有并锁定INP Token

分销他人商品可获得INP Token
社区激励行为获得INP Token

平台

INC Token 回收并销毁机制，当用户需要调用平台能力时，平台回收一定量的INP并销毁一定比例，当社群越来越活跃，待售商品及分销需求越来越多，买家越来越多，代币会被大量使用，同时数量越来越少，因此，INP迅速升值。

大型经营者，合作机构

是指与平台生态相互促进的其他相关企业或合作伙伴，能为平台带来高品质的商品及运营能力，同时可将自己本身已有的用户同步到社群中来，把INP去中心化分销网络用作开放平台来使用，这部分团队为平台生态的快速构建起着非常重要的作用；社区参与者身份多重，在INP开放平台发布商品，利用分销平台快速分销，实现商业价值，并通过社群贡献获得丰厚收益。

应用场景

A为Instagram网红，人在日本，在Influence Chain Plus平台上售卖自己的商品；A由二级市场买入一定量的INP并锁定，开启了开店功能，并上传了自己的物品；

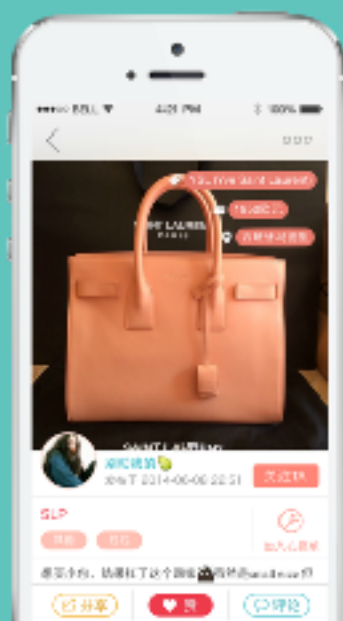
A发现自己物品的浏览量增多，希望能够上传更多物品并推广给分销员。A 继续买入一定量的INP，增加了橱窗展示；

A发布了自己商品的任務，并设置通过分销员发生购买行为后给予分销员的INP奖励额度；

分销员B发现了A发布的任务；B 购入一定量INP，开启自己店铺。并开启分销功能；分销员B转载A的商品到自己的店面和社会化媒体账号内；

买家C通过B的页面发现了A的商品，通过IM系统联系到了B并决定购买（A对C不可见）；商品的价格为xx人民币或xx枚INP或xx人民币 + xx枚INP；买家C支付给A；分销员 B 通过智能合约自动获取了自己的奖励INP。

品牌、价格、地址、心得
全方位商品信息一目了然



分门别类，逛遍世间好物



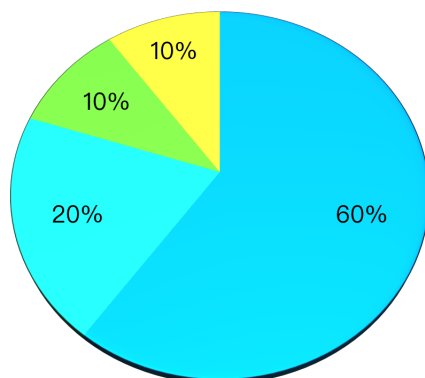
涵盖港台、日韩、欧美
全球境外购物心得



INP的初始分配

INP的发行总量为5亿枚，不私募不ICO。

INP的分配方案如下：



60%：通过INC交易挖矿获得
20%：交易挖矿
10%：商城内生态应用
10%：社区激励

通过INC交易挖矿：3亿

INP作为InfluenceChain影链在2019年伊始推出的最重要的数字通证及配套应用载体，首先将对InfluenceChain影链的老用户给与开放兑换，具体形式随后详细阐述。

INP的发行及应用机制

INP将在INEX平台发行，对于INC映射的用户，InfluenceChain影链将于2019年3月15日开放映射。

INP将在Influence Mall平台上进行使用，所有INP用户将享受如下权益：

(1) 永远1:2抵用原则

为了保障商城在影响力落地过程中始终拥有价值，商城将永远遵从1:2抵用原则，即参考交易所昨日收盘价，INP在商城中的价值永远为交易所价值的2倍。这将保证INP在作为流通货币的过程中，其购买力永远高于二级市场。

(2) 投票分红

INP将发放到用户个体手中的权利通过投票上架商品的形式体现出来。投票上架是周期性活动，用户通过投INP支持商品上架，商品上架商城成功后，商家将根据投票比例分发商品股份到个人账户中。商品每年制作财报，持股用户将按持股比例分得该商品每年商城销售利润的30%，且享有该商品两倍定额优惠券。

(3) 存款生息

用户在商城中的INP存款，每天都会按比例产生利息发放至个人账户中，年化利率约为10%–20%。

(4) 购物挖矿

用户每次购物，都将从未释放的INP矿池中挖得新的INP奖励，总体上每次购物挖矿所得的INP数量与购物额度呈正相关，但由于加入了随机数算法，因此与比特币以太坊一样，个人的挖矿结果呈现一定的随机性。

(5) 商会节点

在个人自媒体的时代，通过发挥影响力实现发家致富不再是梦想。商城中鼓励用户通过邀请关系组成商会，无论是商会组团拼单减免还是完成商会任务获取奖励，都是提升商会等级和个人等级的有效方式。商城一共开放12个商会节点，商会节点的申请组建条件为（同时满足）：

A.商会会员数超过1000人；

B.商会会员账户余额累计超过100万INP（含利息）。

商会节点权益为：

A.商会有权参与投票上架活动，票权为1INP=1.5票，比普通用户投票权重高出0.5票；

B.全部商会保荐的商品，可获得不需要投票直接上架的权益；

C.年度商会会员累计账户余额排名前三的商会，可分别享有商城年销售利润的8%，6%，4%作为激励奖。

其余商会权益将根据商城迭代持续更新。

商家

(1) 分区管理

商品的甄选上架是影响商城整体定位的重要环节，为了解决商品品类和商品品质两大核心痛点，商城采用分区式管理，前期分区设定为：

A.跨平台抵用区

为了快速引入丰富的商品品类，商城直接与第三方商城达成战略合作，使用INP作为流通凭证。在跨平台抵用区，INP可以极低的实际价格支付INP+现金获得商品，商品的物流/发货/客服均在第三方商城完成。前期拟合作三方商城包括：淘宝/天猫/拼多多/京东等，选取大量品质商品进行合作。

B.商城直营区

为了建立品质标杆和社区文化，商城将建立直营区，选取最受市场欢迎的商品进行销售，以接近成本的价格为用户供应最高品质的产品，用户可使用INP支付获得。

C.商家自营区

商家自营区将从全球征集有市场影响力的好产品，首创投票上架的商品甄选模式。用户可以通过投票支持商品上架，上架后的商品将得到影响力认证，获得更高的流量权重和平台推广资源。

(2) 销售转化

面向优质商家，商城将开放销售绑定策略。

商城定期将平台收入的30%~50%转化为指定商品优惠券赠送给用户，充分保证合作商家的销售转化。

生态治理

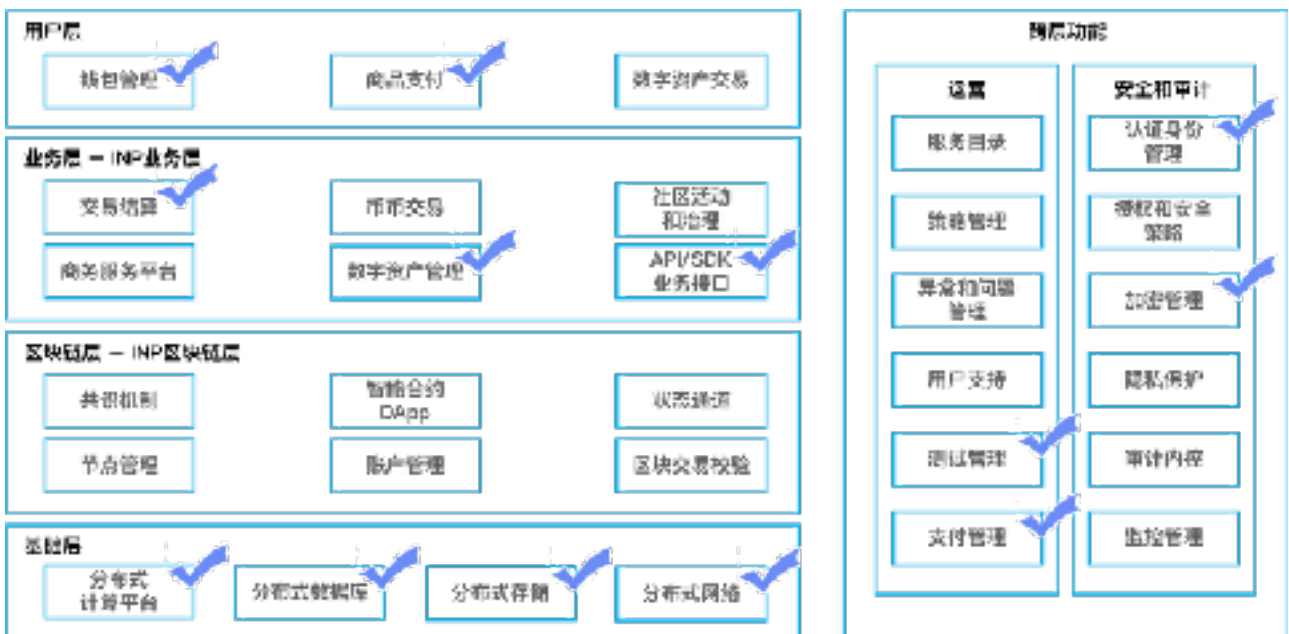
(1) 节点理事会

为了规范和不断优化组织结构，INP从上千家商家中选取投票票数最高的12个商家，与12个商会节点共同组成节点理事会，共同管理与决策商城未来进化的方向。节点理事会每年换届选举一次。

(2) 收益燃烧制度

商城收益的50%将直接燃烧，燃烧地址全网公开。

技术架构



技术上，商城采用动态分层式扩容方案，并且将区块链层封装成可复用易兼容的通用模块，在实际应用中符合高内聚低耦合的设计原则。

另外，该技术架构中，为未来商城对外开放各个层级的第三方合作提供了丰富的接口，可以满足随着用户增长和商户增长过程中，对业务数据进行公开性验证及分享的各类需求，为最终发展成为开放式/去中心化/社区自治型的商城打下了基础。

INP的映射/解锁方式

INP作为InfluenceChain影链旗下的全新购物用数字通证，在发行时将允许原INC用户进行优惠兑换，并通过交易解锁计划进行可持续发展。

关于INP与INC映射以及交易解锁模式的具体规则，请参照影力所上的详细介绍：
www.inex.exchange

INC映射成为INP是不可逆的操作，且映射后的INC直接销毁。

项目发展计划

- **2019年1月**

白皮书的写作，官网的建设

- **2019年2月**

商城跨平台交易区研发

- **2019年3月**

开放INC向INP的映射通道

- **2019年4月**

开放INP交易解锁

- **2019年5月**

开放商城自营板块

- **2019年6月**

开放商家入驻/投票上架

- **2019年8月**

生态建设逐步开放

合作机构

此次代币发行针对熟悉区块链和代币化产品的经验丰富参与者，以及理解并接受早期区块链数字代币风险的参与者。采购或持有数字货币不是一项投资，而且代币可能不会升值，并且/或者贬值幅度可能达到购买价格的100%。项目代币的持有者可以参与平台的使用场景，但不能直接兑现。

风险提示与免责声明

此次代币的发行公开透明，并且不进行任何形式的私募或ICO。代币的发行针对熟悉区块链和代币化产品的经验丰富参与者，以及理解并接受早期区块链数字代币风险的参与者。采购或持有数字货币不是一项投资，而且代币可能不会升值，并且/或者贬值幅度可能达到购买价格的100%。项目代币的持有者可以参与平台的使用场景，但不能直接兑现。

鉴于情况不可预知，本白皮书提出的目标可能会定期更新。虽然团队将努力实现本白皮书中提出的所有目标，但获得项目代币的所有个人和团体将自行承担风险。

本白皮书仅用于传达信息，而不构成任何投资建议、投资意向或者协助和鼓励他人进行投资。本白皮书并不构成或可理解为任何买卖的行为，或买卖任何形式证券的邀约、或任何形式的契约或承诺。

项目代币销售项目参与者需仔细阅读此白皮书，充分理解区块链项目的技术和风险特征，充分考虑自身的风险承受能力，并做出合理的判断和审慎的决策。参与项目即表示理解并接受项目风险，并愿意承担所有相应的结果或后果。

项目代币并不构成任何商品或任何类型的金融工具，也不代表任何股本、股权、证券或同等权利，包括但不限于获得任何未来分红、股息或知识产权的权利，且不代表除《代币销售条款与条件》或本白皮书中特别规定以外的任何所有权。