



天天抖料项目白皮书

- 你的圈子很值钱 -



声 明

此文档由天天抖料项目团队（以下简称：抖料团队）拥有著作权及最终解释权，并保留所有权利。

此文档内容仅限定用于对项目的介绍和说明，仅作传达信息参考之用，不具有任何法律、财务、商业合作等意见和建议。抖料团队以及任何团队成员，不为您提供任何超出此文档内容信息之外的陈述、承诺以及涉及投资、法务等方面的信息。

抖料团队将不遗余力实现文档中所提及的目标，然而基于不可抗力的存在，抖料团队不能完全做出完成承诺。同时，抖料团队将最大程度确保本白皮书中的信息真实准确。

此文档的部分内容可能随着项目的进展会不断更新抖料团队将通过在官方网站等途径发布更新版本。请感兴趣者务必及时更新。

一 天天抖料的诞生背景

2009 年，比特币的诞生使得互联网在没有第三方中介的前提下传递价值成为可能。

2014 年，以太坊的诞生让区块链除了记录交易信息，还可以通过智能合约实现更复杂的功能。Code is Law，这就是现实生活中契约与信任的数字化延伸。

2018 年，以 EOS 为首的主流公链陆续推出主网，试图利用各种技术解决公链的不可能三角。截至 2018 年 8 月，EOS 的 TPS 峰值超过 3000，但距离大规模商用，还有很远的距离。

我们一方面在努力研究隔离证明、分片、侧链、DAG 等传统技术；另一方面也在思考：

① 区块链到底能够给我们的生活带来怎样的变化？

② 在现有软件、硬件的技术基础上，是否真的可以在现实生活中实现将“通证”作为生态运转的引擎，让“通证经济”引领全新的互联网数字经济？

此处，我们引用大都会资本 Bman 在“区块链模型”的主题演讲中提到的，一个好的区块链项目，必须满足以下五个必要条件：

- ① 能解决确认信息成本高的行业痛点；
- ② 能达成有意义的大规模共识；
- ③ 能实现数据线上化；
- ④ 拥有符合人性的经济学模型；
- ⑤ 满足梅特卡夫定律：网络价值与用户数的平方成正比。

区块链应用模式矩阵					
横轴是必要条件，纵轴是充分条件					
	1.确认信息成本高	2.有意义的大规模共识	3.数据线上化	4.符合人性的经济学模型	5.网络效应
1、资产区块链化					
2、共享经济					
3、区块链金融					
4、物联网					
5、数字经济					
6、创作激励					

[注] 引自 Bman 在“区块链模型”的主题演讲材料

在我们看来，这是 Bman 对区块链项目科学且凝练的总结。我们亦以此作为项目设计的出发点。

我们认为：在当前公链项目普遍遇到技术瓶颈的时候，我们能否切换视角，从模型设计和产业经济的角度重新审视区块链项目。我们发现当前大量的区块链项目，在白皮书和路线图中，把主网上线或 DApp 发布定义为“项目落地”，而在生态中如何“达成有意义的大规模共识”并“实现网络效应”的关键节点上戛然而止。

因此，天天抖料是我们团队深思熟虑的结果。而“你的圈子可以很值钱”是我们对区块链的小小愿景。我们不愿意去标榜 TPS 或者笃定对区块链改变未来的信念，因为我们相信如果区块链迟迟停留在软件层面，一味地专注于完善数字世界的代码，那么它将永远无法在广大用户群体中“形成大规模共识”，更提不上“实现网络效应”。

在此，抖料团队在陈菜根老师的带领下，尝试提出一套完整的“分布式商业”理念，利用区块链技术实现实体资产的价值颗粒化，建立以资产价值为核心的社交圈子，发行以 DOLO 为流转媒介的双通证系统。DOLO 将会真正成为天天抖料平台中项目方、广告主、用户之间价值连接的桥梁，让区块链影响每一个优质资产，并形成用户与资产、资产与通证、通证与流转、流转与用户的生态闭环。

二 关于分布式商业

请设想这样一个场景：

你去逛街，看到一家不错的餐厅，临近中午，进去点了一份饭，扫码支付了 30 元，打了 9 折，其中 1 折以该餐厅专有的加密积分返到你的数字钱包里，吃饭时，你发现口味不错、服务很周到、人流量也挺大，看来这家店生意不错，也想成为它的股东，然后就扫了一下桌角的二维码，打开网页就进入到这家店的数字积分交易市场，可以详细看到这家店的店面信息、财报、食客点评、荣誉等充分的信息披露，你觉得这家店可以赚到钱，就买了这家店 1000 元的数字资产凭证（token），每月享受分红。

其实，这个场景就是未来要发生的普遍场景，即分布式商业形态。餐厅不过是无数优质资产的其中一个例子而已，类似的还有便利店、电影、课程、旅游线路、食品、发明创造等，不胜枚举。

分布式商业的核心在于：围绕一个特定的消费或需求场景，进行经济规则的设定，并把该商业的业务流程上链，做到信息的不可篡改，即充分信任，然后用一款体验流畅并安全的

分布式应用，即 Dapp 来呈现，而背后则依托了区块链技术 baas、物联网硬件系统和分布式算力，而随着用户参与感的增强，该项目的组织机构将以分布商业自治社区 dao 的形式呈现。

三 天天抖料——分布式商业解决方案

作为一款致力于优质资产自由流通的社区产品，天天抖料严格遵守分布式商业的理念，每个项目都可以开设自己的圈子（天天抖料里把“社区”统称为“圈子”），每个圈子可以单独设定自己的经济系统，并通过互动的方式对项目进行充分的信息披露，而且对参与互动行为的用户做及时的项目积分激励，比例可调整，这些互动行为包括：发文、评论、点赞、转发等。而且用户还可以在圈子里进行项目积分的自由买卖，进而增强了基于积分的项目资产流通性。前期，圈子里的积分，项目方可根据所选公链的智能合约发行，发行规则必须公示；后期，天天抖料将根据产品运营情况，部署于独自公链系统，或与高性能的公链合作，使得上述运营行为数据同步上链，确保从代码角度保证数据。

如果结合刚才的餐厅案例，抖料将来可以这么实现：用户打开天天抖料 dapp，扫码桌角的餐厅二维码，进入该餐厅的圈子里，可以看到关于该餐厅的所有信息，然后自己在圈子里写了一段感言，分享到了微信朋友圈，由于你的互动贡献，天天抖料就会立刻奖励你一定量的餐厅积分，当你在置顶的餐厅月报里看到餐厅的营收情况，觉得有利可图，就在 OTC 区挂了一个 2000 元的买单，几分钟后，有其他投资者跟你做了交易，你就可以按照 2000 元所占的比例，每月享受餐厅分红，如果你着急用钱，可以随时以市场愿意接受的价格挂卖单，及时出手。这样一个过程，我们称之为“资产颗粒化”和“流通分布式”，这是天天抖料核心理念。

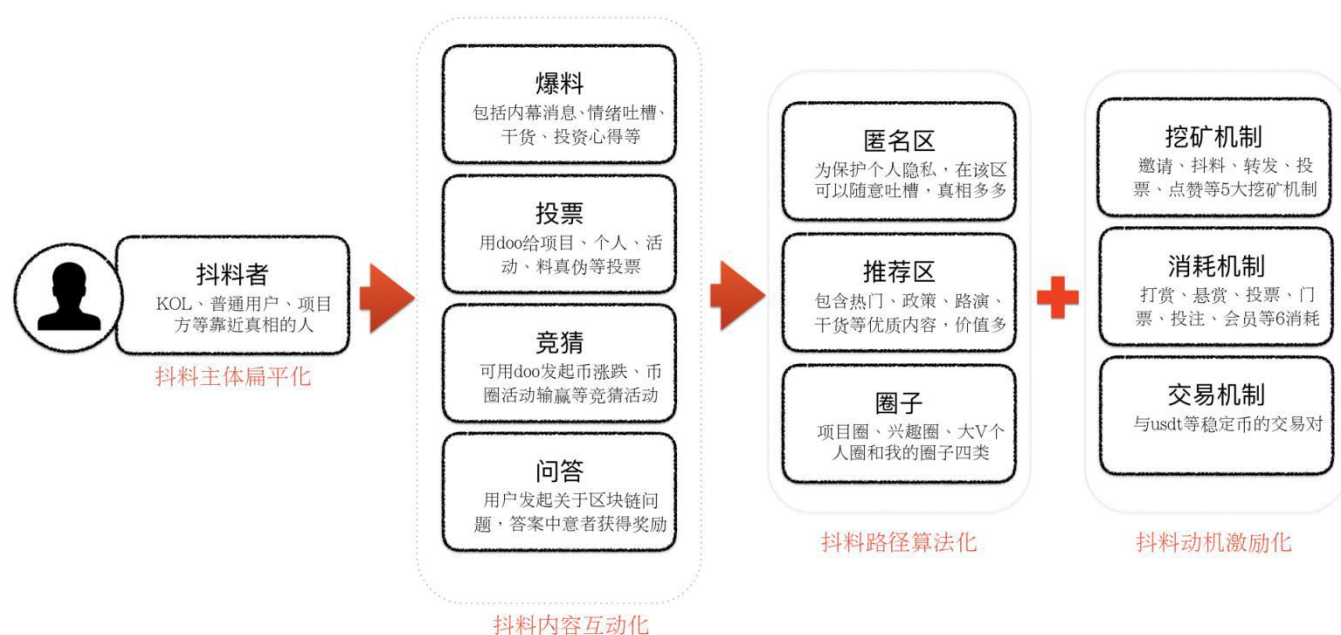
四 天天抖料的产品逻辑

我们在产品设计时就遵循一点，用分布式商业思想武装自己，即使技术和经济模型不成熟，也要先在业务逻辑上践行，边做边调整，而且也深知一点：创业不是按图索骥，计划跟不上变化。所以，我们在确保产品框架不变的情况下，就开始了大胆尝试。

相比于纯粹的互联网社区、财经媒体和即时通讯工具 IM，天天抖料是一个更加独特的产品形态。互联网社区红利期已过，而且更加垂直细分，且社区内容的展现形式呈现视频化，这是巨头的地盘；财经媒体，尤其是区块链行业媒体，其所传递的内容调性与传统实体受众

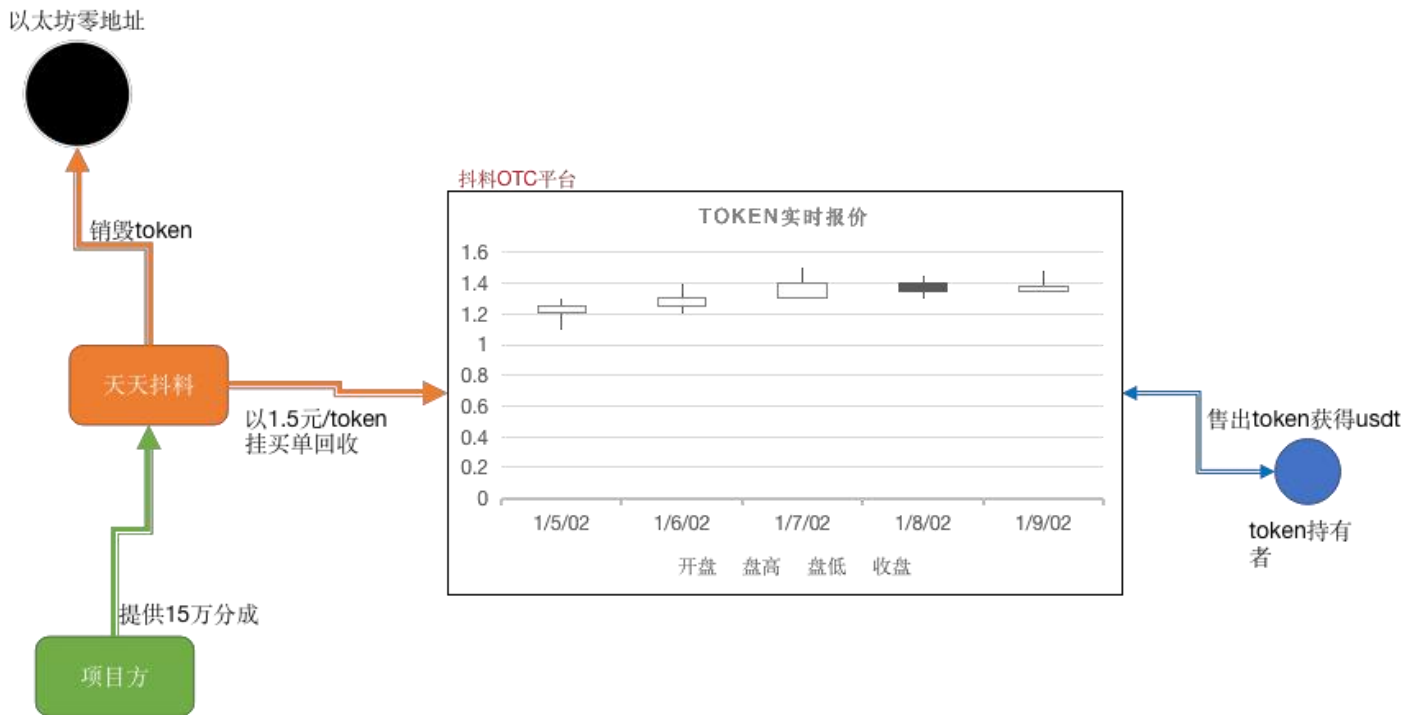
是脱钩的，而且严重缺乏经济系统闭环支撑；即时通信工具 IM，早已尘埃落定，对于更多的产品来说，它更像是一个辅助功能，而且植入经济系统的难度颇大，更不具备跟进条件。

基于以上竞争分析，天天抖料决定开辟蹊径，走自己的“四化路线”，即：抖料主体扁平化、抖料内容互动化、抖料路径算法化和抖料动机激励化。四点能大幅度提高产品的运营数据，其中《鬼吹灯之巫峡棺山》众筹成功，就是明证。



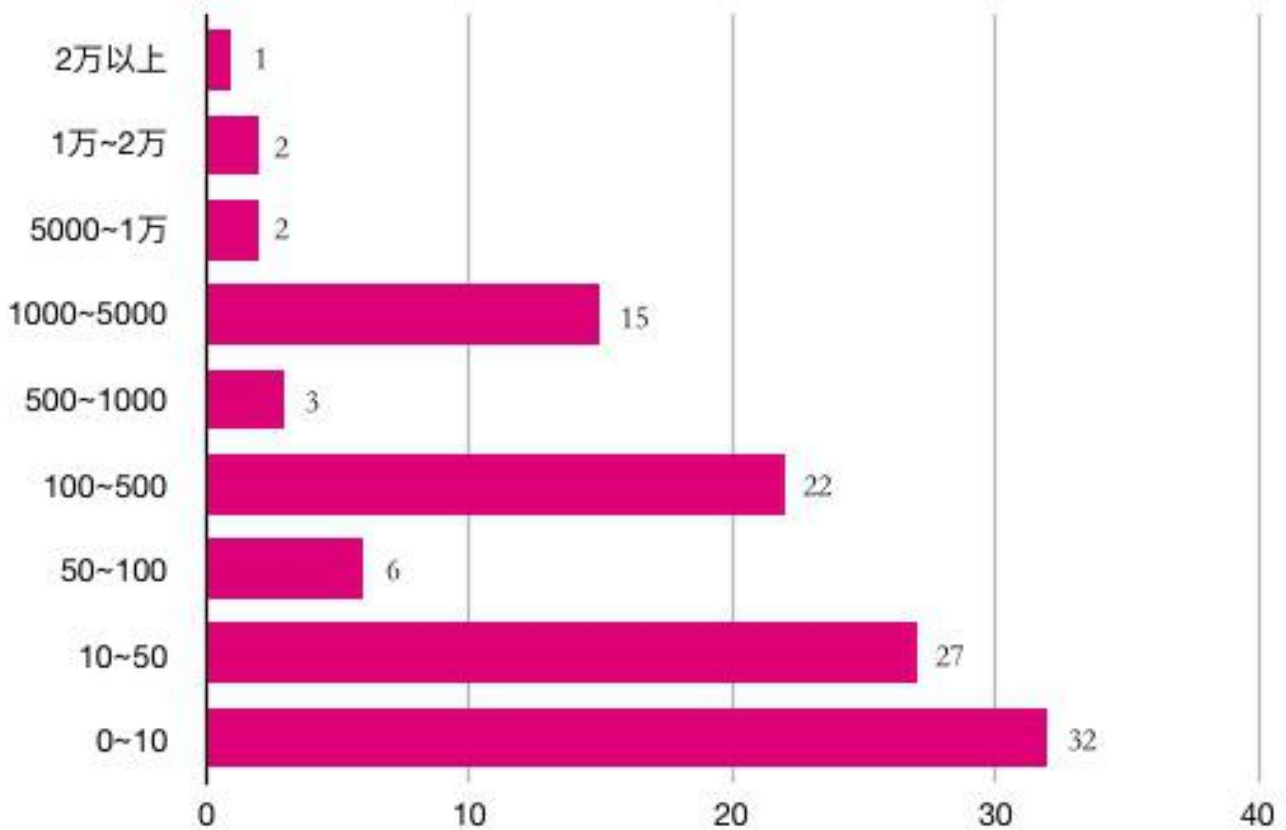
在 2019 年的 3 月份，基于分布式商业模式，天天抖料参与了网络大电影《鬼吹灯之巫峡棺山》的众筹，2 天时间，成功实现了 10 万元人民币金额的筹集，总共参与人数达 110 人，其中 1~50 元参与者比例达 59%，众筹完成后，用户间自由流转量已超过 100 多次。这意味着，一部可望不可及的知名 IP 电影，普通老百姓也可以参与投资并享受分红收益了，这是商业史上第一次以 token 方式参与数字内容众筹的案例。随着该剧的上映，分红详情将以第三方平台数据为准，及时公开呈现，相信会引起新一轮的追捧。关于本次众筹的详细步骤，如图：

分红期截止日



《鬼吹灯之巫峡棺山》天天抖料众筹额分布图

■ 数量

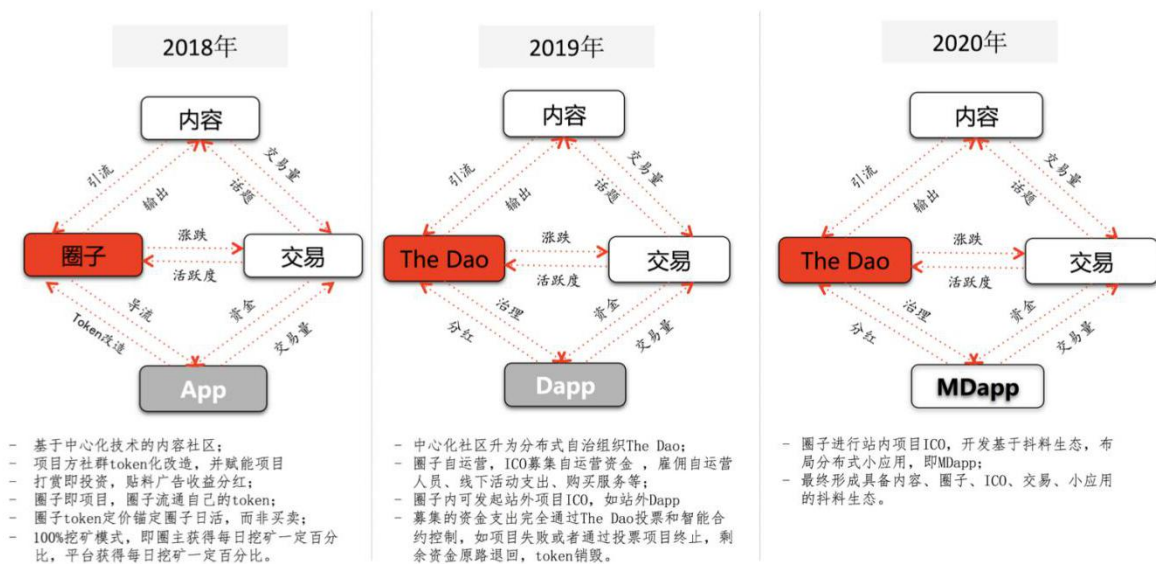


制表：天天抖料

五 平台通证 DOLO 的生态系统

圈子、内容、token、项目资产和交易，是天天抖料的五个手指头，承担着共同描绘分布式商业春天的大任。作为一个运营了一年的产品来说，商业模式闭环已经跑通，接下来的重点运营工作就是把每个手指头都运营到位，标准化、流程化、数据化，又能充分授权用户，最终实现社区利益的动态平衡。

基于这个运营原则，天天抖料计划在 2019 年实现部分项目的圈子升级，并重点接驳站外项目在天天抖料内的资产流通。2020 年则要在圈子里围绕“+”做充分的文章，即做好抖料的横轴，扩大天天抖料的生态布局，详细如下图：



DOLO 是一个多通证生态系统。DOLO 作为抖料平台的通证，代表着平台价值、项目价值、用户价值的绝对归属。在资本确权的前提下，每一个项目都会是在 DOLO 生态下的价值分支。用户通过 DOLO，可以进入到任何一个项目，并在该项目内进行挖矿。挖矿的产出，也就是子通证，既可以兑换当前项目的实物产出，也可以与 DOLO 进行一定比例的兑换。随着项目的增多，子通证也对应增多，用户的挖矿产出，也就是确权价值，既可以根据其贡献程度分布在各个子通证中，也可以回流至 DOLO 本身，实现价值的无障碍流转。

所以，DOLO 的升值逻辑就变得非常明显。它本质上是用户总量和价值流通率的价值折射。无论是抖料的用户总体量，还是某单一子项目的用户量激增，都会带动 DOLO 的价值增长。同样，当用户频繁穿梭在不同项目中挖矿产出，并要通过 DOLO 进行价值转移时，流通率就成为了影响 DOLO 价值的变量。

DOLO 共计发行 3,000,000,000 枚，永不增发。

其分配方案如下：

序号	比例	用途
1	4.38%	早期投资者
2	15%	创始团队
3	25.62%	基金会
4	40%	用户挖矿
5	15%	社区运营

分配说明：

1 4.38%通过登陆 Hcoin GoldMedal 上市通道向投资者募资；

2 25.62%基金会留存，用于 DOLO 生态体系的建设奖励；

3 40%会在未来开通 DOLO 挖矿，请关注项目后续动态；

4 15%将通过各种活动、反例等，馈赠给社区用户。

六 项目团队

创始人：陈菜根

知名区块链作者，连续创业者，分布式经济管理办公室主任，曾任蛮子基金新媒体总监；近 5 年来，关于电商、社群、区块链、创投等文章，连续发表 200 多篇；同时还是北京大学、阿里巴巴、百度、海尔、吴晓波频道等分享嘉宾；在区块链行业拥有丰富的行业资源。

联合创始人：苏彤

澳门科技大学金融学硕士，比特币早期布道者，前桐樾科技 CEO，飞鸟区块链社区、Bithank 交易所运营总监。长期从事用户运营和市场推广工作，对用户需求和行业痛点有极其精准的把握，现全面负责天天抖料项目的统筹推进工作。

联合创始人：赵佳蔚

清华大学 EMBA，先后担任澳柯玛集团、世纪互联、开联信息等公司高管，哆啦宝联合创始人。有多年创业公司、大型公司管理运营经验。