



Aditus

专为加密货币富人打造的高端消费平台

白皮书

2018年1月19日



## 目录

1. 项目背景.....	3
1.1 项目起源.....	3
1.2 项目目标.....	4
2. 项目介绍.....	4
2.1 关于 Aditus.....	4
2.2 技术方案.....	5
2.2.1 智能邀请 (Smart Invitations).....	5
2.2.2 分布式加密.....	7
2.2.3 Aditus 钱包与支付网关.....	8
2.3 产品方案.....	10
2.3.1 安全的手机应用.....	10
2.3.2 商家控制台.....	10
2.3.3 Aditus VIP 会员机制.....	10
3. 关于 Aditus 币.....	12
4. 盈利模式.....	13
5. 核心团队.....	14
5.1 核心成员.....	14
5.2 项目顾问.....	15

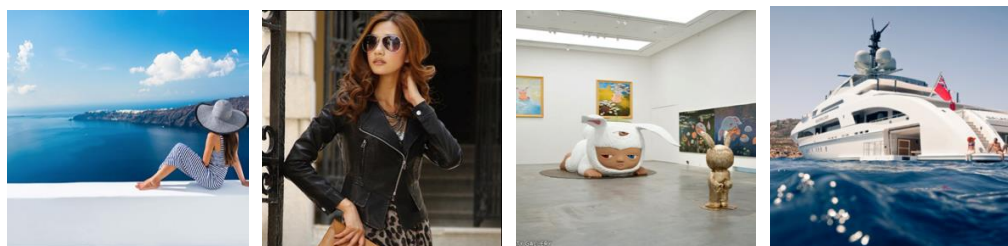


# 1. 项目背景

## 1.1 项目起源

从 2017 年初开始，各类加密货币持续升温。比特币作为第一个也是世界最知名的加密货币，一年增长了 7 倍之多，其他的山寨币和代币价值也飞速上涨。随之涌现一个不断增长的富裕人群——加密货币富人。

在与他们的交谈中，我们发现针对这一人群的高端消费和服务需求(例如奢侈品、海外房产、艺术品等)很难被满足。原因是高端消费品公司习惯于传统的营销模式，例如奢侈品商家的营销推广需要通过广泛追踪用户偏好和消费习惯数据定位目标人群，他们的产品具有很强的生态特性和品牌定位。



全球高端旅行

奢侈品

艺术

游艇租赁

1.154 万亿美元

0.3 万亿美元

0.035 万亿美元

0.878 万亿美元

高端消费的业务已达万亿美元级别，这是一个高利润的业务，并涵盖许多产品类别，如豪华旅游 11,540 亿美元，奢侈品商品 3,000 亿美元，奢侈品艺术 350 亿美元，游艇租赁 8,780 亿美元。以目前的形式来看，几乎所有高端市场的增长速率放缓，开辟加密货币富人这一新人群市场是对他们来说一个千载难逢的好机会。

但是，加密货币用户比普通用户更加注重隐私，导致他们不知道如何触及到这类加密货币富人群群体。尤为重要的是，我们已经注意到，加密货币/区块链社区还处在一个不被大众接受的位置。



在这样一个情况下，将奢侈品商与加密货币富人如何关联一起成为一个问题。但也创造了一个很好的机遇，Aditus 为解决这个问题而被创造。

## 1.2 项目目标

建立全球第一个连接加密货币富人和高端消费品公司的平台，并提供以下服务：

- 1) 为用户提供全球高端消费品消费平台，为商家提供营销平台。
- 2) 为用户提供带有加密钱包的支付平台，为商家提供支付网关。

## 2. 项目介绍

### 2.1 关于 Aditus

Aditus 在拉丁文中意味着“入口”。在创建之初，Aditus 就被定位为一个将数据加密，智能合同和支付网关集成于一体的全新化平台。

Aditus 平台将成为加密货币富人接触高端消费品的第一个入口。

我们赋予加密货币用户更加便捷地接触以及享受到完全隐私的丰富高端消费和服务，让高端消费品公司能够准确定位目标客户群体，并创造为潜在客户服务的可行性。这个过程无需第三方中介人参与，从而保护用户的隐私。允许加密货币用户使用他们选择的加密货币进行购买交易，同时商家接受他们选择的货币作为付款货币。



## 2.2 技术方案

### 2.2.1 智能邀请 (Smart Invitations)

基于智能合同的智能邀请：允许商家针对目标用户，通过奖励 Aditus 币，激励他们完成目标行为操作，由以太坊智能合约提供技术支持。设置智能邀请需要满足三个必要条件：

- 1) 目标用户（客户）定位。
- 2) 期望的用户行为，可能包括“实地参观”，“分享数据”或“购买行为”。

#### a 实地参观

在所有奢侈品消费中，90%以上交易是在实体店进行的，因为到店体验以及信任因素对购买奢侈品的用户来说尤为重要。商家可以邀请 Aditus 用户到他们的商店，并使用代币作为营销工作的一部分福利奖励于客户。

大型奢侈品和艺术展的参展商也是如此。用户通过在实体展厅/商店现场扫描 QR 码，智能合约通过验证后，商家承诺奖励的 Aditus 币将被发送给用户。比如访问我们的实体展厅将获得 20 个 Aditus 币，等等。

#### b 分享数据

数据是商家有效分析营销和后续销售走势的关键，所以商家希望获得更多的用户数据。在 Aditus，用户绝对控制和拥有自己的数据，这与信用卡公司及银行追踪并销售客户数据完全不一样。正因为如此，商家将提供 Aditus 币作为用户提供个人数据的奖励以此获取用户数据。但是，是否与商家分享数据始终是用户的选择。



为了防止滥用系统，只有经过用户同意，存储在分布式 Aditus 应用程序中的数据才能被分享给商家换取 Aditus 币。这些数据被加密并直接发送到智能邀请，只有智能邀请的商家才能解锁。

### c 购买

对于不了解奢侈品的人来说，奢侈品商家很少提供折扣信息。这是因为奢侈品商不愿意宣传折扣产品，担心这样做会损害品牌定位。只有当商家和客人面谈交易时，或商家确信潜在客户的质量时，才会提供特价。

奢侈品行业流行着这样一个怪癖：许多奢侈品商家宁愿给现金返现而不是折扣，因为现金返现不影响销售总额，它是由其盈亏表中的另一个支出项目，通常有第三方提供折扣（如信用卡）。

Aditus 平台结合了商家的这一需求，并为用户赋予了强大的隐私控制权。这使得商家能够放心地向用户提供特价，因为商家知道这些价格不会被非目标人群看到。

例如：酒商针对威士忌商品创建一个智能邀请，并对预订者提供 10% 的现金返现。智能邀请仅限于过去 6 个月内消费超过一定金额的 Aditus VIP 用户，当一个用户决定 Aditus 钱包交易时，智能合约自动启动现金返现机制。

### 3) 奖励代币

在成功验证目标用户的操作后，将会奖励一定数量的 Aditus 代币给予用户。

一旦创建完成，智能邀请将被发布在区块链上，分布式的用户应用程序会获取并显示符合用户喜好和符合商家定位要求的智能邀请，不需要中心化的匹配引擎。



智能邀请图解

### 2.2.2 分布式加密

通过去中心化的分布式加密技术，让用户完全掌握自己的数据，用户数据只保留在客户端。Aditus 未经用户允许，不会以任何方式追踪用户数据，不会保留，传输和共享用户任何数据。

奢侈品营销人员需要比一般营销人员通过更多的目标数据执行有效的广告推广。具体而言，理想的奢侈品营销活动需要 3 种目标数据：（1）个人/人口统计数据，（2）偏好数据，（3）消费数据。

然而商家和消费者之间在数据方面总会面临一个争持不下的问题：商家和营销人员总是希望得到尽可能多的数据，用户总是希望保留尽可能少的数据。更重要的是，许多加密货币用户比普通用户更关注隐私。



现有的营销推广模式中，如银行，信用卡公司或者 Google,Facebook 这样的第三方大型营销平台，都会尽可能收集更多的用户数据。这些平台将使用这些数据创建营销解决方案，甚至将其销售给其他公司和数据经纪人。

查看这些公司的服务使用条款协议时，你会发现它们被默认赋予了使用用户数据的权力。银行和信用卡公司这种类型公司还会跟踪大量的交易数据以及其他个人数据。鉴于奢侈品商家需要识别既有能力又有兴趣的消费者，银行和信用卡公司便成为了他们推广服务的强大渠道。而在 Aditus 上，我们改变了这一点，通过一个独特的去中心化平台和加密方式协调了数字货币用户对隐私和奢侈品营销人员对目标客户的需求。

虽然 Aditus 用户必须输入联系信息和偏好数据来接收智能邀请，但是这些数据会被加密并存储在他们的移动设备上，我们的中心服务器不存储用户数据。使用高级加密标准（AES）对 Aditus 应用程序中的所有用户数据进行加密。除非用户特别授权，否则此数据不会被储存在除了移动设备上的任一地方。

通过 Aditus 钱包的交易数据位于区块链中，不包含识别数据。商家的定位要求和用户数据的匹配是在用户的移动设备上本地完成的（去中心化匹配），商家在用户选择与商家进行交易之前不能得到用户信息。因此在 Aditus 上，用户数据总是在用户的控制和所有权之内，用户能够在不同的终端之间传输个人数据。Aditus 平台在满足用户浏览，付款和交易的前提下，可以完成加密货币富人对隐私的最高要求。

### 2.2.3 Aditus 钱包与支付网关

Aditus 平台的核心产品是 Aditus 应用程序中的安全加密货币钱包，以及针对商家推出的加密货币支付网关。





## 1) Aidit 钱包

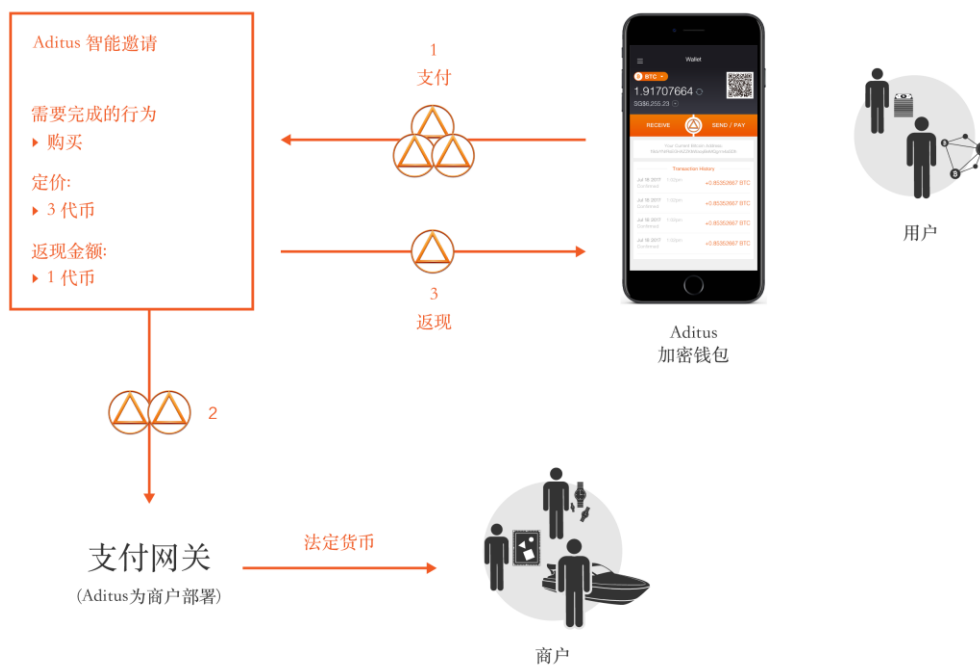
作为一个容纳多币种的钱包,用户可以选择不同的数字货币,比如比特币,以太坊等,支付购买由 Aidit 商家提供的产品/服务。

但是,如果用户想获得 Aidit 提供的现金返现(更确切地说是“代币返现”)和其他实物奖励(例如享受通过 Aidit 在您的海滩别墅里提供的免费香槟酒),必须在交易中以 Aidit 币作为支付货币。

因为 Aidit 团队拥有从法定货币富人中获取用户的独特优势,所以 Aidit 数字货币钱包很可能将成为众多法定货币富人下载和使用的首款移动加密货币钱包。

## 2) 支付网关

Aidit 平台将为合作商家推出支付网关。通过整合来自交易所和流通平台提供者的 API,让他们支持加密货币收款。交易通过区块链技术实现,公开但是匿名。



加密钱包+支付网关图解



## 2.3 产品方案

### 2.3.1 安全的手机应用

用户客户端，主要提供 5 个功能：

- 1) 加密储存用户个人和偏好信息，该数据用于与商家的客户定位要求分散匹配。
- 2) 向用户展示匹配后的智能邀请。
- 3) 向用户展示高端消费产品，并通过 Aditus 币交易。
- 4) VIP 会员卡（用于参加邀请活动出示等）。
- 5) Aditus 移动钱包（例如比特币，以太坊，Aditus 币等）。

### 2.3.2 商家控制台

商家营销操作平台，商家用于创建智能邀请对 Aditus 用户进行营销并管理他们的 Aditus 代币。

\* 商家需要花费 Aditus 代币创建智能邀请，并提供资金支持智能邀请的部分现金奖励计划。

### 2.3.3 Aditus VIP 会员机制

Aditus 用户可以通过 2 种会员级别，享受奢侈的生活方式。第一种是普通会员，可以直接从商家获得智能邀请。第二种是 VIP 会员，可以享受所有普通会员的福利，以及：

- 1) 被邀请参加奢侈品品牌活动以及 Aditus 组织的活动
- 2) 享受 24\*7 的会员礼宾服务
- 3) 出入私人会所，知名餐厅，以及贵宾休息室
- 4) 享受独家的旅游套餐
- 5) 享受游艇租赁公司的独家优惠



- 6) 享受私人飞机租赁公司的独家优惠
- 7) 被邀请参加标志性的活动，如在 **Ibiza** 的沙滩派对
- 8) 获得独一无二的参观欧美著名酒窖的机会
- 9) 获得参观画廊以及作为新展览特邀来宾观摩机会
- 10) 获得游艇发布派对的私人邀请
- 11) 拥有访问艺术和收藏拍卖会的独家特权
- 12) 享有高端物业和葡萄园拍卖的独家特权
- 13) 私人采购服务



### 3. 关于 Aditus 币

Aditus 平台发行的币为 Aditus Coin，简称为‘ADI 币’，中文名为‘阿帝币’，它是基于以太坊区块链的 ERC-20 标准代币，具体会用于以下场景：

- 1) 用户访问 Aditus 去中心化平台的证明
- 2) 在 Aditus 平台上商品买卖时的交易货币
- 3) 商家对用户营销时选择的奖励货币(包含返现奖励)
- 4) 拥有 Aditus 活动项目的表决权

\* ADI 币的 ICO 发行已于 2017 年 12 月完成



## 4. 盈利模式

1) 商家产生智能邀请的管理费用

2) 营销交易佣金

我们预先与参与营销的商家谈判交易佣金,以便确定 Aditus 在每笔交易中获得的佣金。

3) 支付网关费用

当商家要求使用我们的支付网关时,他们会支付一小笔交易费用(约 1%)。我们预计这笔费用将低于银行卡收款公司收取的费用。这笔费用将与支付网关的合作伙伴分享。

4) Aditus VIP 会员订阅费



## 5. 核心团队

### 5.1 核心成员



Julian Peh | 联合创始人

12 年奢侈品数字行业领先的企业家，创建 Luxury-Insider.com (web)、Luxury Locator (mobile), SERA 奢励 (rewards)。为花旗银行无限卡和其他银行的白金卡担任奢侈品顾问。为海天盛筵担任数字技术顾问。



Olivier Burlot | 联合创始人

20 年以上奢侈品展会和媒体企业家，建立奢侈品杂志集团 adkom。担任 Heart Media Group 和奢华展 RendezVous (新加坡，普吉岛和槟城) CEO。海天盛筵联合创始人。



Prakash Somosundram | 联合创始人

数字营销企业家。领先的金融科技影响者。创建了 Yolk 并参与了 TMG 在 IMG 的上市。



Jason Kwong | 公关经理

在进入奢侈品媒体之前，曾在金融领域从事信用卡营销和股票交易七年，并在主流奢侈品杂志担任编辑工作。他是比特币和以太币的早期投资者。在 Aditus，他致力于将奢侈生活和加密货币联系起来。



Tony Chew | 区块链专家

在科技领域有着 10 多年的行业经验，曾在不同的项目中担任不同的角色。他是 SafeAsset.io 的核心开发工程师。他在 2011 年参与到区块链技术，曾参与过多个利用底层加密技术并将分散性目标的项目。



Zulkamal Ahmed | UX 开发人员

拥有 10 年以上的全面性的产品管理经验，以及全栈开发与在数字媒体领域的系统架构设计，用户体验和数据分析实践经验。是一家新加坡网络标准倡导小组 WebSG 的成员。



Prabhu Sengal | 首席开发人员

Prabhu 是一家新加坡 The Software Practice 公司的创始人兼 CTO。他带领团队为大型企业和政府机构提供复杂的软件解决方案，服务对象包含有 Hewlett Packard (东南亚最大银行) 和新加坡国防科学技术厅。

## 5.2 项目顾问



Shaun Djie | Digix Global 联合创始人



Akash Aggarwal | Global DCX 联合创始人，总裁



Samuel Reid | 区块链专家, Gibraltar Blockchain Exchange 主工程师



Kenneth Oh | 代币销售领域律师, Dentons Rodyk 高级合伙人



Lee Tsun Ngai | Kyber Networks 商业发展负责人



Jeremy Kerbel | 区块链投资者, Global DCX 战略顾问



Francis Gouten | Richemont Asia-Pacific 前 CEO



Regina Lam | Tom Ford Asia 前 CEO



Francis Srun | 前 Ralph Lauren, Boucheron, Piaget 市场总监