

D 社：开放式流量交互引擎

构建区块链新一代超级流量入口

Infinity Edge Foundation

2019/6/10



D·COMMUNITY

The Pan-entertainment Ecology of Youth



这是一份有彩蛋的白皮书

目录

D 一章 流量的意义与 D 社.....	6
1.1 流量的符号.....	6
1.2 流量的区块链.....	7
1.3 D 社の野望.....	8
D 二章 D 社流量交互生态.....	9
2.1 D 社概述.....	9
2.2 开放式流量交互引擎.....	12
2.3 超级流量交换协议.....	15
2.3.1 用户端.....	15
2.3.2 流量供给方.....	15
2.3.3 流量需求方.....	16
2.3.4 智能监测系统.....	16
2.3.5 精准分析系统.....	16
2.4 技术解决方案.....	16
D 三章 通证模型及核心应用.....	18
3.1 代币发行.....	18
3.2 资金用途.....	19
3.3 通证模型概览.....	20
3.3.1 DILI 获得形式.....	21

3.3.2 DILI 消耗形式.....	21
3.3.3 项目方合作框架.....	23
3.4 DILI 目前的核心应用场景.....	26
3.4.1 《嘀哩嘀哩》 DApp.....	26
3.4.2 信仰级行为驱动 —— 二次元电商	29
3.4.3 玩出来的价值 —— D 社游戏发行平台	30
3.4.4 DApp Store	32
3.4.5 萌娘直播	33
3.4.6 IP 众筹.....	34
3.4.7 二次元艺人育成计划.....	35
3.4.8 漫展电竞及投票.....	38
D 四章 团队介绍.....	40
4.1 核心团队.....	40
D 五章 免责声明与风险提示.....	42
5.1.免责声明.....	42
5.2 风险提示.....	45

D 一章 流量的意义与 D 社

流量的符号

现今人们不断尝试在技术、营销和组织方法上以付出巨大代价的方式寻找优质的流量入口，建立用户“流量”共识池，“流量”已成为衡量一个领域，一个平台的价值标准，是提高经济生产力的重要指标，是推动各领域形成内容、制度、治理、协作、激励的根本条件之一，是赋予其不断试错、革新、进步的基础设施。同时“流量”也是行业发展的第一成本来源。

“流量”是区块链技术及应用实现/校正的基础因素，面对区块链经历爆发式增长带来的大量项目和应用，枯竭的用户流量已难以支撑这座希望的“孤岛”，致使现生态发展变得野蛮紊乱.....

无流量，不成局！

“流量”，是区块链发展道路中的基石。

缺量的区块链

区块链经过几轮规模型的增量发展后，由于市场投机氛围情绪过热，人们从初始的价值共识转变成了价格追求，从结果导向观察，用户流出数量呈线性增长，新用户流入滞涨观望，形成了一个严重的缺量市场，无用户流量支撑起区块链实际落地场景，制约了区块链行业的发展。

缺量体现一：资金

区块链目前依旧属于行业早期发展状态，对比传统行业，区块链行业的体量犹如巨人丛中的小矮人，行业内有大量空白区域，需要外部资金的注入以满足激活并且深度发展的需求。然而目前产业内的投资人，更多的投资初衷在于区块链以往所带来的巨额投资回报，缺乏对产业的核心信仰与耐性。而 D 社的原生用户群体，更年轻，拥抱新事物的接受能力更强，适配性更好，也更有耐性，中二之魂与黑科技的结合也显得更为相得益彰。

缺量体现二：人

人，所有行业的立足之本，任何行业的兴起、发展都离不开人。目前，整个区块链行业已经度过了概念萌发和接受期，正式进入应用落地期。然而尴尬的是，目前基于区块链的去中心化应用大部分鲜有人问津，日活 2000 的 DApp 已经算的上明星产品了，这个数字在传统互联网产品面前显得相形见绌，但对于日活百万的 D 社而言，解决这

一问题就显得游刃有余。

流量的缺失，严重遏制了区块链的发展，也极大磨灭着市场参与者的信心，整个区块链市场都在等待一个超级“流量英雄”。

所以，
我们来了！

D 社の野望

当年马云创造了支付宝，彻底改变了国人的支付方式

今天，D社背靠3500万年轻原生态用户的支持，以区块链技术为基础，搭建开放式流量交互引擎，致力于解决区块链痛点的同时，改变年轻一代的货币价值观，并为整个行业注入源源不断的鲜活流量！

D 二章 D 社流量交互生态

2.1 D 社概述

D 社成立于 2012 年，是基于区块链的泛娱乐生态平台，其中包括泛娱乐视频平台、电商平台、游戏平台、动漫展会平台、项目众筹平台以及去中心化应用等。目前，D 社已经成功打造知名泛娱乐品牌嗒哩嗒哩，仅其核心业务——泛娱乐视频入口型业务，在成立短短两年多时间内社区飞速成长，用户基数急速扩张，2018 年已拥有去重用户 3.5 亿，目前的月活去重用户流量在 3000 万到 4000 万之间。



图 1: 《嗒哩嗒哩》当前的月活流量数据

在短短三年内，通过对用户在各个细分场景使用偏好的掌握快速的获得了二次元海量（超过 3 亿，见图 2）用户对其入口型业务（番剧）的认可。

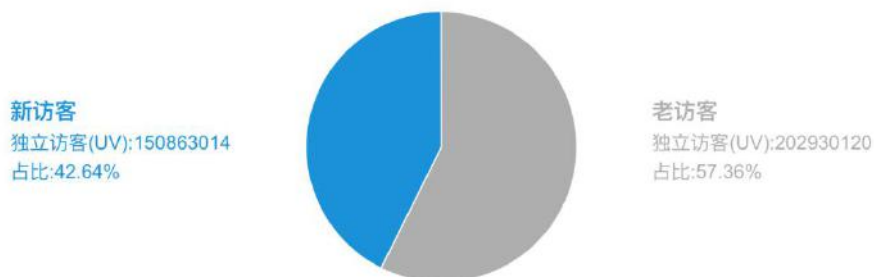
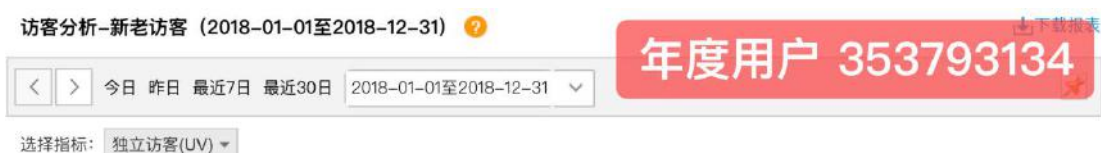


图 2: 《嘀哩嘀哩》2018 年全年运营数据

基于入口型业务高频率的利好支撑,以及用户对二次元娱乐需求逐步的多元化,《嘀哩嘀哩》品牌由最初的番剧业务,扩展成了以番剧和社区业务为主,全链条、全场景的完整的二次元生态。

从用户年龄上来说,《嘀哩嘀哩》拥有海量的95后、00后年轻用户,最主要的年龄段为18-24岁,占比51.31%。这部分用户从接受新鲜事物能力、经济能力、行为能力、上升空间等维度上来说,是最具有爆发力的人群。

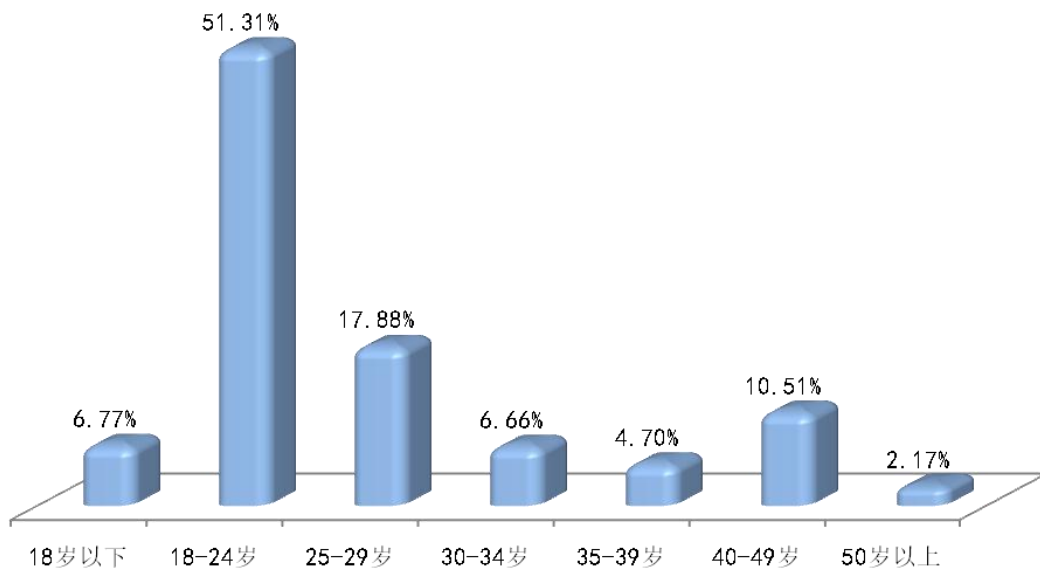


图 3 嘀哩嘀哩用户年龄分布

嘀哩嘀哩品牌作为中国境内的实体公司，在实体运营上的时间不到三年，但是创始团队在泛娱乐领域的探索与实践超过十年。是信息互联网时代以企业为运营主体，厚积薄发（拥有爆发性成长率）的典型代表。

D 社的目标用户包含所有拥有或接受二次元生态（包括但不限于动漫、游戏、周边商品、直播、展会等等）的人群，这个人群目前在全世界的量级为十亿以上。每年，他们为处于二次元的经济模式带来数千亿美元级的传统经济收益；而随着二次元边际非常有侵略性的快速扩张，二次元的传统经济规模可能将在未来的十年内很快成长为万亿美元级别。

2.2 开放式流量交互引擎

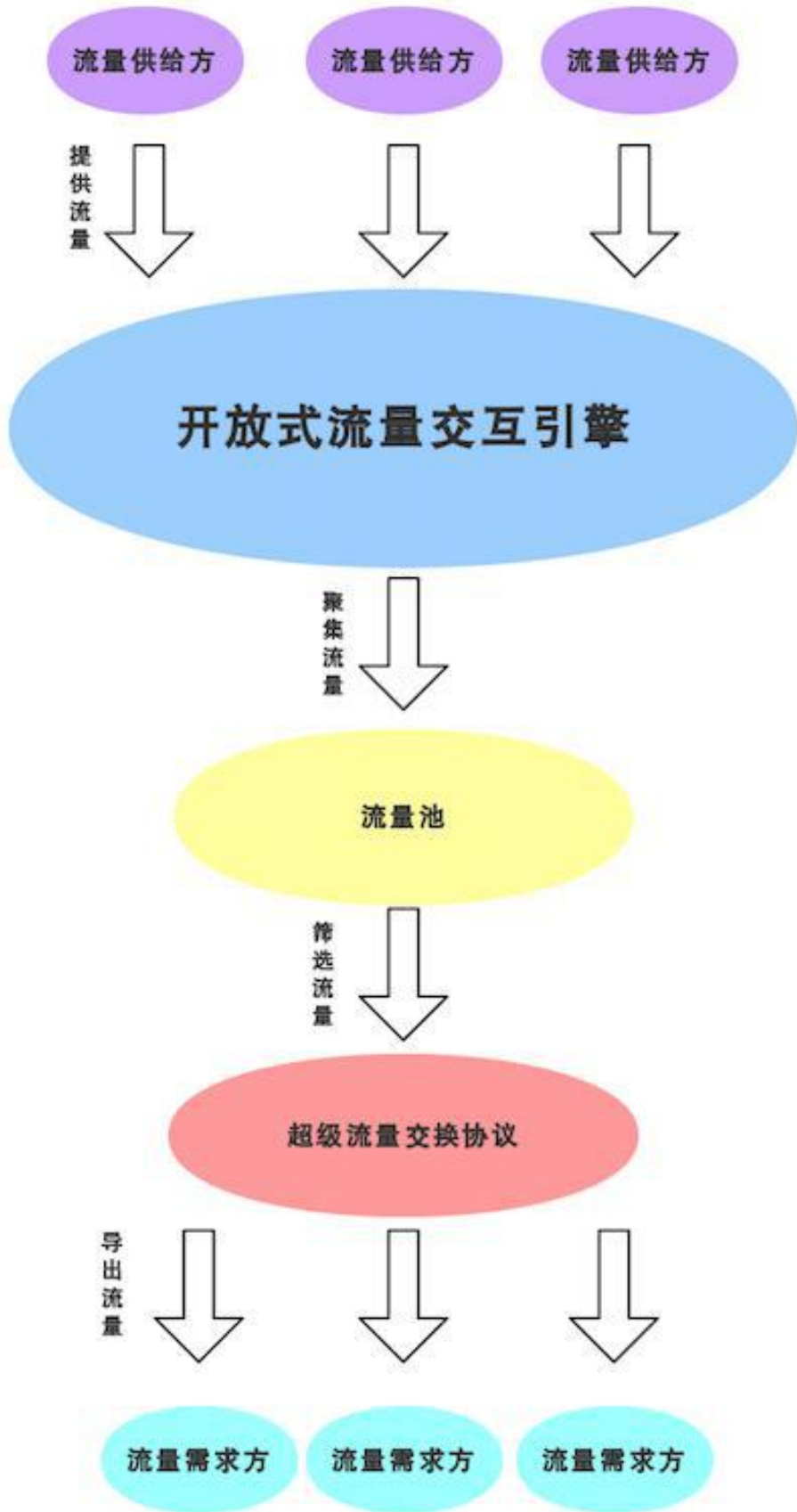
开放式流量交互引擎 — D·Engine，是 D 社独创的基于大数据和人工智能算法的超级流量发动机，是整个流量生态的基石。引擎将实时分析流量供需双方诉求，精准适配导流。一键接入，随用随取，为这个缺量的区块链生态注入涓涓细“流”。

在这个引擎中，每一个拥有流量的人都能成为供给方，每一个对流量有需求的人都能随时便捷地获得流量的支持，这极大地降低了流量的获取门槛与成本，让每一个参与到流量生态建设中的人都能从中获益。

开放式流量交互引擎的参与方式也非常简便。流量供给方通过抵押一定 DILI 成为流量节点，将自身流量输入到引擎中，引擎将自动为这部分流量进行分析、贴标、归类，后期将智能适配需求方诉求，实现精准导流。整个过程不仅能获得流量需求方的支付报酬更能获得流量节点的挖矿收益。而对于流量需求方而言，通过抵押 DILI 可获得相应级别的流量管道，在支付费用后，引擎将自动为需求方进行诉求匹配，在数以亿级的流量池中智能挑选出适配度最高的流量簇，实现定制化导流方案，并最终为需求方实现精准流量导入，实现自身项目的飞跃式发展。

目前嘀哩嘀哩、羁绊网、老司机等 D 社网络生态已先期融入引擎，成为流量引擎创世流量池中的先发部队。后期还会有更多的知名流量主陆续加入流量池，其中不乏一些家喻户晓的流量巨头，D 社也会在适当的时候祭出雪藏已久的终极流量“大杀器”，各位看官敬请期待。

虽然流量生态的建设初期将由 D 社来引导，但未来，整个开放式流量交互引擎一定是一个完全去中心化的应用场景。所有人都可基于智能合约自由地“进出”，从而真正实现生态内个体“自交互”的愿景。



2.3 超级流量交换协议

超级流量交换协议（Hyper Traffic Exchange Protocol）是 D 社流量交互生态的商业协议簇，HTEP 致力于解决将 D 社庞大流量通过用户端、流量供给方和需求方等多途径与包括 D 社流量交互生态在内的几乎所有区块链生态引流交互。

2.3.1 用户端

在传统视频行业，观看、评论等帮助其他用户节约选择时间、促进低质内容抵制、产生优质内容共鸣的行为无法被肯定价值，更不会获得任何实际收益。在 D 社，依托区块链技术，用户的这些行为都会记录在区块链上，使用特定的算法根据用户评价来自动地分配收益——D 社通证。通过智能合约，让流量真实可量化可共享收益。令用户以合理算法模型纳入流量生态中，鼓励产出，为原创作者和浏览者建立合理的评价体系与收益通道。

2.3.2 流量供给方

D 社作为区块链分布式流量生态，欢迎任何流量渠道通过 D·Engine 的 API 快速接入 D 社生态成为流量节点。通过“流量即挖矿”的方式交易获得挖矿收益。目前旗下已包含嘀哩嘀哩、羁绊网、老司机等在内的流量节点联盟。

2.3.3 流量需求方

任何对流量有需求的区块链项目可以通过抵押消耗 D 社通证的形式获得对应流量。D 社作为区块链分布式流量生态，帮助渠道方和原创者能够精准地对接，所有的交易都会通过智能合约进行，保证了公平公开。

2.3.4 智能监测系统

区别于中心化内容平台难以证伪的数据造假问题，D 社引入区块链技术打造流量监测系统，利用区块链不可篡改性另投放产出数据透明，解决目前流量虚假的问题。

2.3.5 精准分析系统

D 社依托区块链技术，记录用户偏好行为，并以此海量真实数据形成大数据池。通过流量分析系统优化 UGC 评价的权重比例、推送精准度等，提高用户、流量供给方、流量需求方之间的适配性。

2.4 技术解决方案

D 社初期会先基于 EOS 区块链平台做试运行，作为 D 社区块链底层

平台，主要架构会包含六层，分别为数据层、网络层、共识层、激励层、合约层和应用层。同时，架构中还会包含零知识证明等隐私机制，保证用户的隐私。

区块链链表的数据结构保证了数据的安全、可靠、可信、不可篡改。然而，基于区块链的高冗余存储机制，区块链存储对区块链的扩展性和性能都有一定的影响，因此 D 社的底层框架设计有多层次的节点系统，根据不同的节点应用选择不同的存储策略。多层次节点系统的好处在于，D 社区块链并不希望有节点都参与记账、存储完整数据、转播交易。因为并不是所有节点都有共同的诉求，都希望保存完整数据，D 社的设计让整个系统有清晰的角色分工，专业的节点做专业的事情，既节约能源又提高了整个系统的效率。

对于 D 社平台上的交易，都是通过智能合约来进行。而对于每一项智能合约，作为链上 IP 资产进行全生命周期管理，对智能合约的提交、部署、使用、注销进行完整可控的流程管理，并集成权限管理机制对智能合约操作的各项机制进行综合性安全管理。

智能合约还会应用在 D 社生态的很多应用和交易。为了让更多的泛娱乐流量渠道商能快速在 D 社平台上嫁接自己的应用，D 社提供了基于多计算机语言的底层数据访问和交互接口，增加同时支持多语言集成和功能扩展，将会支持 Java、JavaScript、Python 等多语言。

D 三章 通证模型及核心应用

3.1 代币发行

D 社平台目前基于 ETH 与 EOS 双链发行的 Token 为 DILI, 总量为 100 亿个, 永不增发, 是不再继续增发的通缩型 Token。

主要分配如下:

账户	比例	说明
创始团队	15%	12 个月后, 每月解锁 0.5%, 分 30 个月行权
通证交换	27%	用于 Token 交换等形式的募资
基金会	23%	用于生态建设与运营
用户激励	35%	通过智能合约控制, 用于奖励社区里的价值行为

DILI 在发布时按照类型分为四种属性, 分别是通证交换、基金会、矿池、团队期权。其中各项占的比例分别为: 通证交换 27%、基金会 23%、团队期权 15%、用户激励 35%。

通证交换池的代币主要用于私募以及可能产生的其它募资形式, 以推动项目快速的发展。

矿池激励部分的 DILI 用于激励流量输入主体，数量为 35 亿 DILI，占总量的 35%。每年释放激励池余额的 10%，即：第一年释放 3.5 亿 DILI；第二年释放 3.15 亿 DILI，以此类推，永续进行。

基金会是一个非盈利性组织，其持有的 DILI 将保障生态系统的技术开发工作得以完成，以及补贴运营和维护成本。D 社基金会可以亲自招募人员完成上述工作，或者委托第三方完成。基金会有可能在生态发展过程中将 DILI 代币打入矿池中，用以激励生态，所有基金会动作都会公示。基金会将会邀请 D 社主链超级节点一起治理，具体治理方案将会在以后的基金会白皮书中公布。

团队期权，占总量的 15%，作为期权授予给 D 社的开发和运营团队，上线交易所流通 12 个月后，分 30 个月行权，每月解锁 0.5%。

3.2 资金用途

1 开发费用 30%：D 社将在链上开发众多应用模块，平台的开发需要技术研发、招募人才、服务器搭建等，足够的开发费用使得项目得以按计划推进。

2 市场营销和运营费用 25%：市场营销和运营是内容平台持续获得

优质流量的保障。D 社将会着力塑造品牌形象，从而让二次元和区块链同好都能自发地、持续地推广与普及 D 社。

3 流量交互生态建设 20%: D 社将投入资金使已有的数千万用户与区块链应用场景进行深度融合，并商务拓展更多的流量伙伴，最终建设去中心化流量交互生态。

4 法律咨询 10%: 全球各国对于区块链的监管政策目前仍处于混沌的摸索期，因此 D 社将加大对法务方面的支出以确保 D 社业务在各国的合规性。

5 风控应急 10%: D 社将会预留应急资金以随时应对可能出现的突发情况。

6 其他 5%: 除上述用途之外的各种杂项开支及备用资金。

3.3 通证模型概览

D 社的通证模型是以 DILI 映射流量资源为核心的生态模型，可以抽象理解为想要输出或者获得流量，都需要去抵押或使用 DILI。

3.3.1 DILI 获得形式

- 1、 兑换获得——无论早期兑换，或是用户自发线下兑换，或是公开交易市场兑换，用户都可以用其他通证来兑换 DILI。
- 2、 流量挖矿获得——流量主体用过抵押一定 DILI，即可获得流量主账户权限，成为流量节点，可以在平台上存入流量，即将用户属性信息与获取途径上链，存入后，系统将给予流量主账户一个流量权值，该权值直接对应矿池产生收益的百分比。流量权值构成主要为三要素：流量活性（数量、频率、时长）、流量经济价值、流量留存率，具体权值细节将在日后的技术白皮书中做详细说明，在此不做赘述。
- 3、 基金会奖励——社区的特别贡献者，将会获得基金会奖励的 DILI。

3.3.2 DILI 消耗形式

- 1、 流量供给方通过抵押少数 DILI 获得成为流量节点资格，可以获得挖矿奖励，卖流量可以获得对应需求方支付的 DILI 收益，流量节点的挖矿奖励与购买方在其处抵押的代币和流量供给成正比。流量节点可以将流量产生的收益 DILI 给到用户，来增益用户流量与平台的粘性。（初期流量就是嘀哩嘀哩视频网站提供，所以挖矿等同于全部奖励给嘀哩嘀哩用户）。所需抵押的 DILI 可以由社区投入，分红会有智能合约执行。如果提供的流量中出现违反基金会生态共识的行为

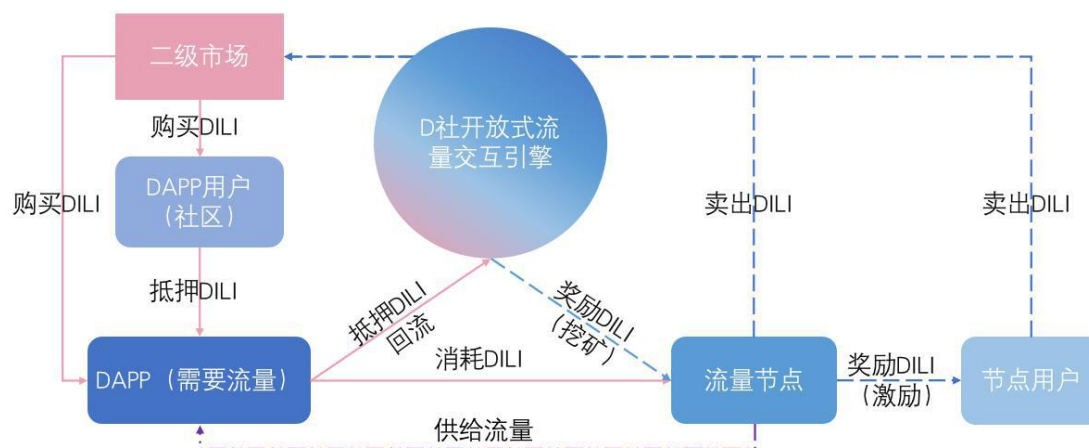
（例如 伪造，骗流量等行为），基金会将会扣除抵押的 DILI，被扣除的代币将会给到基金会，然后由基金会决定再使用或销毁。

2、流量需求方通过抵押相应 DILI 即可获得对应等级的流量频段适配，抵押的越多，对应接口位宽就越高（每秒每次给到的流量数量），账户等级就越高（流量单价就越少）。随后根据自身流量需求，支付一定 DILI 来购买该频段下流量节点提供的流量。（减少的单价从流量节点挖矿里补偿）支付部分的 DILI 中的大部分将即刻作为报酬分配给流量节点，剩余部分将归还到矿池中，具体比例由流量节点生成合约时设定。抵押部分的 DILI 将在流量使用完毕后将由智能合约自动原路径释放。在此种情况下需求方可选择自行筹集抵押款项或面向需求方的社群用户进行募集，整个过程既灵活又安全。

3、发起其他功能权益，持有 DILI 即获得开放式流量交互引擎的功能权益，可以参与应用生态、IP 产权众筹、IP 权益交易、流量节点收益分红、流量问题诉讼等环节，DILI 即是在 D 社整个流量生态内的数字身份证明。

流量交易泛用智能合约：

流量提供方抵押 DILI 获得流量节点权限时，需要生成对应的智能合约，其中，在设定流量价格（1 个 DILI/最小流量单位）时，还需要设定流量手续费占比，即给予流量节点的比例，这点直接影响到交易的速率。该智能合约会推出应用 Demo 与 API。



3.3.3 项目方合作框架

D 社将通过其下嘀哩嘀哩网站、DAPP、论坛社区、钱包、直播推广等全方位多维度与流量需求方进行合作，帮助项目方导入 D 社及 D 社合作方的庞大用户群体。

项目方与 D 社合作需要抵押一定数量的 DILI，抵押数量呈阶梯制，高等级合作方将获得定制 VIP 等级推广导流服务。

钱包端入口

每一个 Dilidili 用户账户将会自动分配钱包账户，D 社将会在钱包中新增合作项目方 Token，并且开启项目方代币与 DILI 闪电兑换通道，以便 D 社用户简便快速的持有项目方代币。

D 社将在钱包推广板块给予合作方生态入口，方便 D 社用户直接进入体验项目方生态，降低社区用户教育成本。

广告推广入口

D 社将通过大数据算法对网站和 APP 用户通过用户年龄、使用 APP 时间、看番分类倾向做用户细分，并根据合作项目方特点针对特定用户群做定向推广（例如：针对常看游戏分类、奇幻分类动漫作品的用户定向推广区块链游戏项目）。

视频观看是嘀哩嘀哩网站和 APP 最主要用户行为，D 社将在网站和 APP 全页面提供给项目方广告位，点击广告可以进一步了解项目方详细介绍，D 社将给与点击广告用户 D 币激励，以鼓励引导用户参与到流量引擎生态之中。

针对 VIP 项目方将会提供首页 Banner 位，并且在视频观看中断时间插入项目方简介短视频广告。在特定时间段 D 社会针对 VIP 项目方的需求做强推广活动，包括并不仅限于提高点击广告 D 币激励，在网站 APP 发起投票竞猜活动等。

后续 D 社还会根据用户对广告点击情况做大数据分析，提炼出对该 VIP 项目方有倾向的 D 社用户，精准定位用户群体进行包括空投、社区引流等一系列深度推广。

社区论坛推广入口

D 社自有论坛是 D 社用户日常交流、与网站沟通的聚集地，D 社将会在社区中新开展 DILI 的区块链版块，在版块中由官方发帖引导用户认知、理解合作项目方的项目生态。

针对 VIP 项目方 D 社将会为其开设专属版块，由 D 社和项目方共同管理，更大力度地宣传引导 D 社用户参与到合作项目方的生态中来。

内容直播推广入口

D 社将会大力发展扶持 Coser 和 UP 主的个人 IP，而知名的 Coser 和 UP 主在二次元中是相当于 KOL 的存在。在与 VIP 项目方的深度合作中，D 社会通过 D 币激励的方式指导 Coser 和 UP 主在网站直播和内容创作中直接面对 D 社用户引导推广合作方的项目生态，主动的教育引导用户理解合作项目方的生态，达成共识。

社区引流共建

社区建设是区块链项目的重要一环，D 社针对 VIP 项目合作方推出由 D 社引导流量，帮助项目方共建社区的明星服务。

D 社将会对用户行为做大数据分析，针对前期各项推广中细分对该项目方展现出兴趣倾向的用户（包括广告点击情况、论坛版块活跃度、直播内容推广的反馈情况等），由 D 社发起专属该 VIP 项目方的 QQ 或微信社区，并由 D 社和项目方共同管理建设。

3.4 DILI 目前的核心应用场景

D 社的通证 DILI 是依靠自身业务系统来实现价值传递的。初期 DILI 将主要运用于 D 社体系下的各场景内，随着流量交互生态的建设与完善，后期 DILI 将会作为整个生态的应用通证，辐射到流量生态中的每一个参与节点。目前 DILI 的核心应用场景如下：

3.4.1 《嘀哩嘀哩》 DApp

《嘀哩嘀哩》 DApp(包含《嘀哩嘀哩》移动 App 端及 Web 端网站 dilidili.name)，是以番剧业务为主而运营的社区。番剧作为二次元领域的入口型业务，在整个生态中的权重非常高，将会是普通用户、内容创作者、流量生态伙伴使用频次最高的场景。

视频看番

注册引导：（逐步引导方式）

电脑端：高粘度热门番剧要求注册账号——所有番剧按清晰度分级，高清晰度要求注册账号

手机网页端：直接降低所有番剧清晰度，引导用户下载 APP 看番

APP 端：降低所有番剧未注册用户观看清晰度，引导用户注册账号看番

老用户发放邀请码，拉新赠送 DILI

钱包

已注册用户登录上线/新注册用户直接分配 DILI 钱包账户私钥，并发放注册签到 DILI 奖励至用户账户，用户可以直接提币和充币进对应账户地址。

应用场景

用户激励：注册、签到、评论、转发推广、点击广告皆可获得 DILI 奖励

DILI 消耗：

观看逐步引导：看高粘度热门番剧需要消耗少量 DILI（目的在于流转消耗用户奖励得到的 DILI，保证用户奖励所得 DILI 足够用于日常看番）——降低其他番剧清晰度，观看所有番剧高清版本都需要消耗少量 DILI——提升观看热门番剧需要消耗的 DILI 数量，引导鼓励用户更多参与到 DILI 生态建设中来

番剧下载逐步引导：下载热门番剧需要消耗少量 DILI——下载所有番剧需要消耗少量 DILI——提升下载热门番剧需要消耗的 DILI 数量

原创内容

原创内容 UP 主可以加入 D 社生态得到 DILI 奖励，奖励的 DILI 可以用于嘀哩嘀哩站内流转，也可以直接提取到外部钱包，早期需要超过 100 个 DILI 才可以提取，且必须保留至少 10 个 DILI 在账户中，后续随着 D 社生态的发展壮大，对应 DILI 的数量会有所下调。

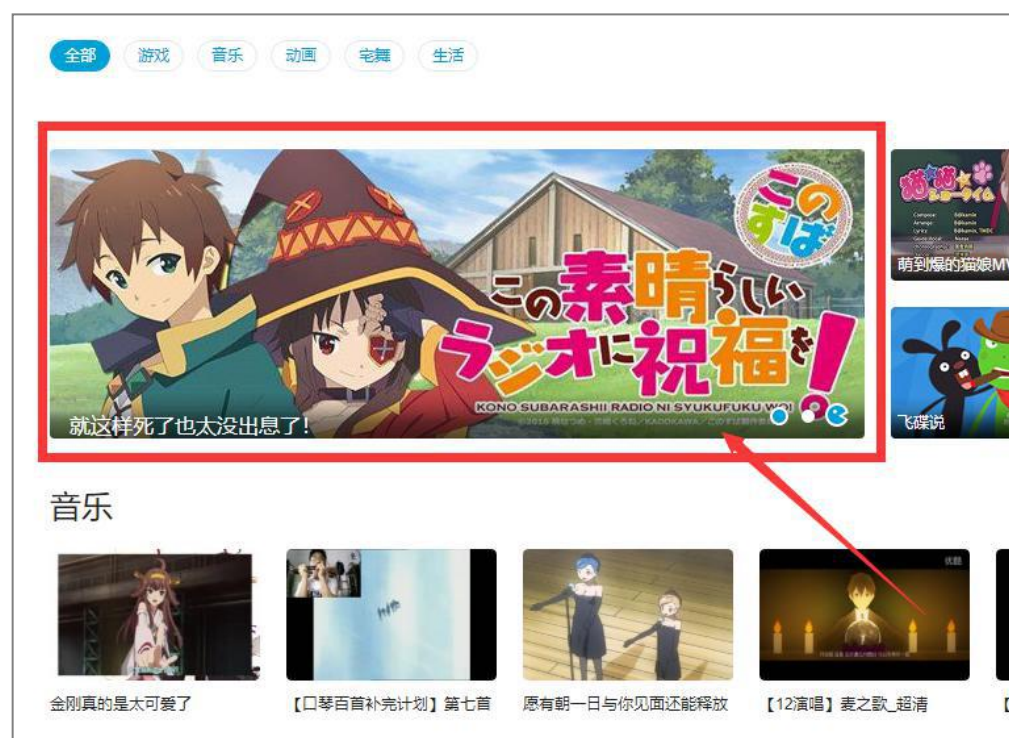
原创内容 UP 主获得 DILI 奖励因素构成：

权重因子：作品点击量、转发数量、评论数量

次要因子：UP 主关注数量、作品月更数量

奖励乘数：DILI 抵押等级

用户评论、转发 UP 主作品也可以获得少量 DILI 奖励



使用代币将自己的内容推荐到首页

3.4.2 信仰级行为驱动 —— 二次元电商

根据多份材料显示，年轻用户的非生存必须付费行为与意愿主要集中在兴趣付费与已认可场景内的增值服务，例如二次元电商。

目前二次元衍生品以动漫玩具、动漫服装和动漫出版物为主，其中动漫玩具占比最高，市场规模占比达到了 51%，动漫服装和动漫出版则分别占 16%和 4%。其中，淘宝和二次元垂直电商更成为上述消费的主要渠道。淘宝方面提供的数据显示，2018 年“双 12”期间，二次元行业的销售额同比增长近 90%。

由此可见，整个二次元周边市场落在一个高速增长的赛道上，年轻人群为爱好付费的意愿会随着年龄增长和产业链成熟而加强，最终会由非主流人群买小众商品的现状，过渡到主流人群消费大众商品的日常化阶段。

D 社将二次元电商结合在嘀哩嘀哩 APP 上，分为自营电商和商家入驻两种模式共存：

在自营电商平台中，D 社鼓励用户使用 DILI 进行商品支付，具体分为两种模式：1.使用 DILI 全额支付享受法币支付价格 8-9 折优惠
2.部分商品使用一定数量的 DILI 购物券抵扣部分商品价格，DILI 购物券价格相当于抵扣法币价格的一半

D 社可以提供给不仅限于二次元周边商品的电商入驻嘀哩嘀哩 APP，以共享 D 社庞大用户群体流量，商户入驻需抵押 DILI 作为保证金，按照抵押的 Token 数量将分为不同等级商户。不同等级的商户将享受梯度的佣金折扣以及商品展示位和索引优先的服务价格（提供商家的服务以 DILI 结算），D 社会按等级分发给商家 DILI 购物券以提升商家商品价格竞争力。



信仰级行为驱动，消费动能绝赞续航

3.4.3 玩出来的价值 —— D 社游戏发行平台

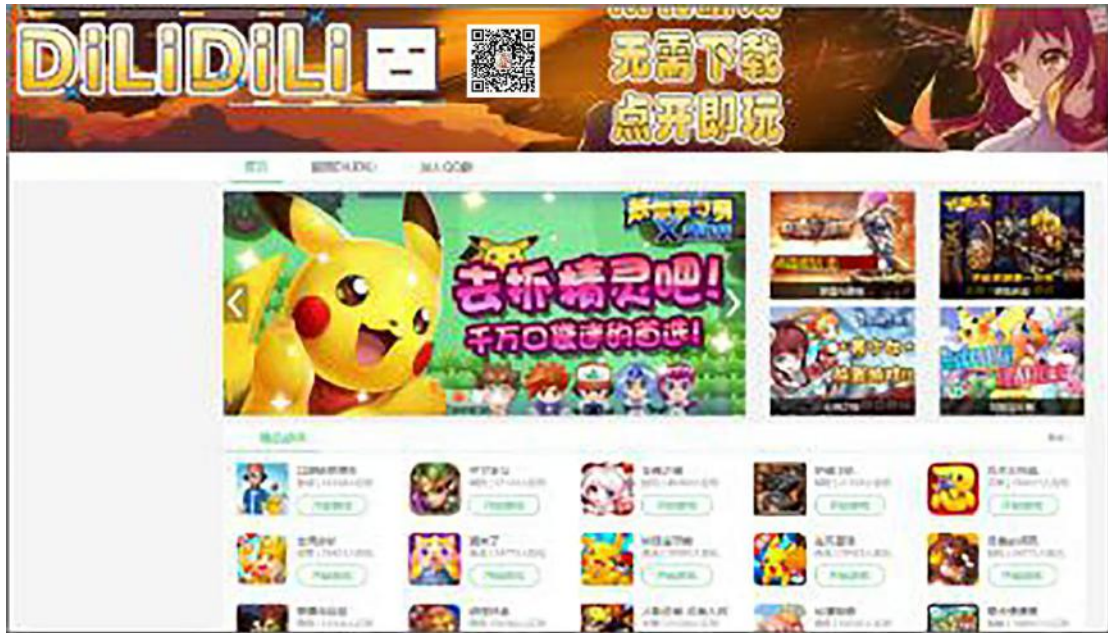
游戏是一个非常重要的场景，它之所以重要，并不是仅仅因为它过去是古典互联网、移动互联网时代的高效变现手段，而是从时间分配上，它在受众用户的时间分配占比上**非常强势**。

D 社将依托庞大的二次元用户群体，通过自研和代理的方式发行二次元元素的网页和 APP 游戏，D 社会通过网站和 APP 广告位入口，注册游戏获取 DILI 奖励等多渠道将 D 社的用户导流到 D 社游戏中。

D 社自行研发的游戏将整体上链，保证游戏中角色、资产、存档的公平透明性，确保玩家在游戏里的虚拟资产得到有效传承和确权，DILI 将作为游戏中唯一的流通货币，且未来游戏庞大的用户量将留存大量的 DILI。

对于代理的传统互联网游戏，D 社将对其进行区块链改造，将游戏部分重要因素和资产上链，改造游戏中经济模型，关闭其法币充值通道，改用 DILI 为唯一充值渠道，并且在游戏中的消费行为将可以获得 DILI 奖励，其产生的收益，D 社平台会由抽成作为 DILI 回收。

玩家在游戏里的消费行为将会获得 DILI 奖励，同时玩家间可使用 DILI 对于稀有游戏资源进行标价并交易，整个交易行为记录上链，实现真正安全的“用户自交互”。



《嘀哩嘀哩》的游戏中心好评服务中

3.4.4 DApp Store

DApp 是区块链应用时代的先锋产物，是区块链概念落地的核心承载。但由于整个区块链的流量孤岛效应，使得目前仍处于起步阶段的 DApp 整体处于流量严重不足的窘境。

作为流量交互生态的重要一环，D社将在后期开启 DApp Store 频道，为缺量的生态伙伴们注入高活跃用户，并极大程度上拓展 DILI 的应用场景。

普通用户可通过深度体验、评论、有效传播等行为获得 DILI。DILI 可按一定比例与 DApp 中的代币进行兑换，用户只需使用 DILI 便可无

门槛体验多币种生态的各类 DApp。

流量生态伙伴可使用 DILI 购买 DApp Store 的首页 Banner 位、流媒体广告等，让自身业务诉求得以最大限度曝光，从而获得最优化的流量导入。D 社也会根据 DApp 设计、用户体验等对优质 DApp 进行免费推广。

3.4.5 萌娘直播

D 社将结合旗下子公司“萌娘文化”的大量优质 Coser 资源，开设萌娘直播单元，让广大受众更近距离地融入 Coser 的日常。

用户可使用 DILI 对喜欢的主播进行打赏或者订制主播专属礼物。也可在各种评选活动中，用 DILI 为自己心仪的主播投票打 Call，若心仪主播在评选中胜出，则投票用户可获得相应的 DILI 奖励。

主播可质押 DILI 以获得更好的推荐位及更多的用户关注。D 社会在直播频道内设立商城，主播可使用 DILI 来购买相应的服务包，如直播间装饰、粉丝精准推送服务等以此来获得更好的直播效果与曝光。（此部分也可由粉丝赠送给主播）

按照约定，D 社将提取主播收益的 30% 作为运营收入。其中，小部分收入将会贴补直播频道的日常运营开支，大部分收入将会直接进行销毁并公示。

3.4.6 IP 众筹

IP 是 ACGN 绕不开的永恒话题，优质的 IP 带来的不止是感官上的极致体验，更是大人气和大收益的隐形背书。

传统意义上，用户只能当一个 IP 的体验者，而在 D 社的大 IP 战略架构中，用户将不仅是 IP 的体验者，更是 IP 的经营者与收益共享者。D 社在后期将开启业界首创的 IP 众筹计划，让玩家不仅能成为极致游戏的体验者，更能成为 IP 经营者与收益共享者。

D 社会在全球范围内搜罗优质 IP，并在与 IP 持有方有实质性推进后开设 IP 众筹频道，随后将单个 IP 拆分成若干份额，用户在持有 DILI 数量达标后，获得认购资格，并可用 DILI 参与 IP 众筹份额的认购。

当 IP 份额全部售出，则视为众筹成功，每一位认购的用户都会按认购比例获得对应的 IP 收益权。后期当 IP 成功上线并产生正收益时，D 社将在每个季度拿出约定比例的利润作为 IP 众筹的投资回报分给认购用户，该部分利润将以 DILI 的形式分配给所有认购用户。



2019D 社重磅原创 IP 《超自然调查小队》

3.4.7 二次元艺人育成计划

D 社将开启二次元艺人育成计划，在每一轮计划启动前由 D 社在社区发起投票活动，选出粉丝心中的未来之星，投票将在嘀哩嘀哩网站和 APP 上同步上线，以 DILI 投票，投票获胜者成为 D 社这一轮二次元艺人育成计划培养对象。

D 社二次元艺人将获得 D 社专属的艺人成长资源，包括歌舞表演全

方位培训以及不仅限于二次元演艺活动通告资源对接。

投票活动获胜者的投票会员将由 D 社组织成立官方粉丝应援团，投票数第一的用户将授予粉丝应援团团长身份，在组织管理粉丝应援团的同时，获得与艺人更多零距离接触的机会，能够参与到艺人各种通告活动中，成为粉丝与艺人之间沟通的桥梁。

每一轮育成计划开启后 D 社将会成立专属艺人养成基金，粉丝团成员有资格认购基金份额。基金设置起投门槛，采用 DILI 认购，基金款项将专门用于艺人培养及活动等各方面开支，基金资金运转情况会公示于基金投资人。

在后期艺人的商业活动收入中，D 社将拿出约定的固定比例的营收作为专属艺人育成基金的投资回报，定期以 DILI 分红给基金投资人。

在艺人的成长道路中，遇到关键事件节点的选择问题，D 社将会在粉丝应援团用 DILI 发起投票，由粉丝共同参与决策艺人的成长道路，投票获胜方的投票者将会得到一定的 DILI 奖励。

对用户来说，这宛如现实版 <偶像大师>的体验，一定是前所未有的。



D 社二次元艺人



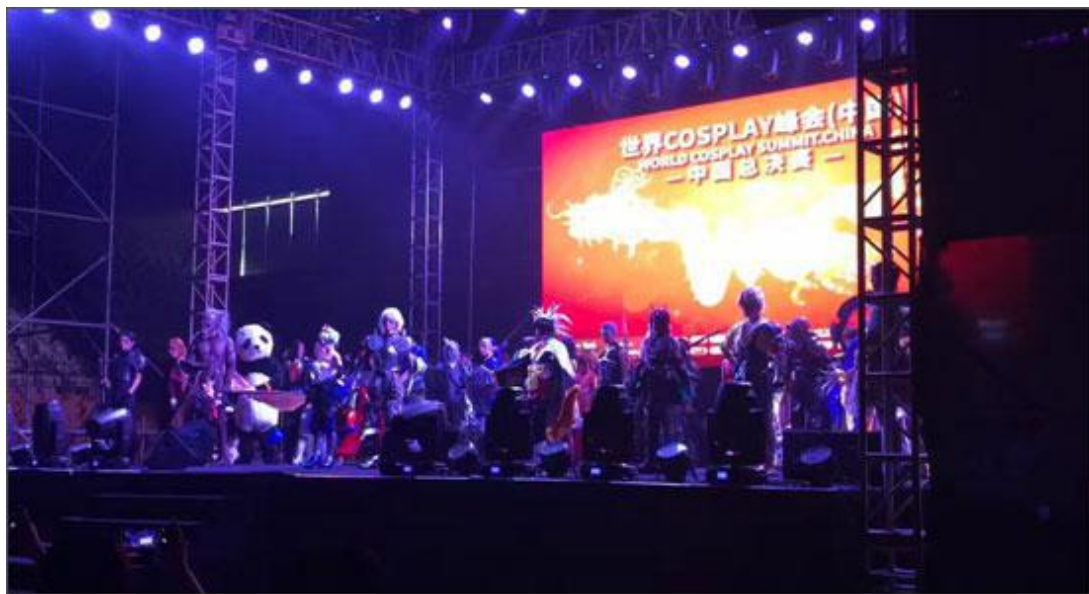
《偶像大师》凛

3.4.8 漫展电竞及投票

不仅是线上，DILI 在线下也有很大的用处。依托于 D 社每年举办的《WCS 中国区（世界 Cosplay 峰会中国区）》，D 社体系下目前的展会资源可以扩展到中国境内三十多个省份，拥有每年数千位的参赛选手，并辐射他们的粉丝。后期 D 社还会将展会从动漫领域拓展到

电竞领域。

用户通过有效推广、参与展会现场交易、参与现场活动等行为获得相应的 DILI 奖励。同时用户可将获得的 DILI 用于选手评优票选、与知名 KOL 见面、互动等环节。



《嘀哩嘀哩》主办《世界 Cosplay 峰会中国总决赛》

投票活动

在网站和 APP 端同步发起投票活动，依托粉丝经济为基础

投票对象：真实人物：Coser、Up 主、声优、动漫歌舞姬

虚拟动漫人物、热门番剧

用户使用嘀哩嘀哩账户中的 DILI 参与投票活动，允许反复刷票行为，鼓励用户从二级市场购买 DILI 参与投票

发起真人对象投票活动以 UP 主和 Coser 为主，投票获得前三的 UP 主和 Coser 将会得到投票数相应的 DILI 奖励，以鼓励他们为自己的投票排名拉票。从投票活动获胜者的投票数前十用户中抽奖，奖品设定为 DILI 奖励, Coser 周边商品以及与 UP 主、Coser 零距离约会等。

虚拟动漫人物、热门番剧投票结果前三的对象，将从其投票数前十的用户中抽取幸运用户奖励 DILI 以及赠送相应限量版周边商品。

D 四章 团队介绍

4.1 核心团队

D 社公司注册地为英属维尔京群岛，项目研发中心及团队主要成员在新加坡。

苟方韬（发起人）

中国福州嘀哩科技有限公司创始合伙人及 CEO

中国福州市羁绊网络有限公司执行董事

EOS 全球行上海站、厦门站项目断主要嘉宾

区块链项目《D Community》发起人

原天玩网络副总裁，发行游戏《花千骨 H5》，《天天花千骨》等项目

原中国湖北艾威网络 CEO

原中国深圳掌门人对战平台联合创始人 COO

RPG 游戏《真三国无双》《澄海 3C》生态缔造者

原中国西安游久网（关联公司【游久游戏】股票代码：600652）社区创始合伙人

温博特（发起人）

《嘀哩嘀哩》品牌创始人

第七届中国财金峰会年度互联网行业影响力人物

十二年中国互联网+泛娱乐从业经验

《羁绊网》（泛娱乐三大媒体之一）创始人

《FACG》（福建动漫文化节）品牌创始人

《世界 Cosplay 峰会中国区总决赛》中国地区执行人

慧眼识珠！《世界 Cosplay 峰会》冠军组合选送人

天下无双投资集团主席

福建法斯特超级跑车俱乐部会长

连博（联合创始人）

泛娱乐项目《前方高能》创始人

泛娱乐项目《柠萌》创始人

原硅谷国际贸易创业公司 Noviland 7 号员工任

前端技术负责人

曾参加《Google+》项目前端开发工作负责前端技术开发

原《全国精准扶贫平台》前端总负责人

原《甘肃医疗健康卡》技术总负责人

原中国电信甘肃分公司前端开发部门经理

美国圣何塞州立 CS 硕士

D 第五章 免责声明与风险提示

5.1.免责声明

本项目采取自愿参加、风险自担、责任自负、费用自理的原则，参与者应为年满 18 周岁（除中国、美国公民）、具有法律规定的完全民事行为能力的人，并自愿接受和遵守活动发布内容中的规则和事项。一切因参与者直接或间接引起的法律责任由参与者自行承担。

项目参与者已确认自己有充分的身体、心理和物质上的准备而参加，对项目的一切风险及导致的后果均可自我承担，并承诺在项目中发生的一切有关自己人身、财产和精神的损失均不会向项目组织者、主办方或协会追究法律上的责任。

项目活动组织者在发布项目活动内容中的一切说明和安排均为设想，不排除在项目活动报名开始后，因受人为或自然不可抗力因素影响导

致的对原计划的变更和取消。项目活动组织者仅保证在取消项目活动或变更相关内容前，尽可能通知到报名参与者，并说明原因，但不负责承担由此给参与者造成的人身、财产和精神上的损失。

任何由于黑客攻击、计算机病毒侵入或发作、因政府管制等造成的暂时性关闭或影响网络正常经营的不可抗力而造成的个人资料泄露、丢失、被盗用或被篡改等，D 社公司均不负任何责任。

D 社公司如因系统维护或升级而需暂停服务时，将会事先公告。若因线路及非 D 社公司控制范围外的硬件故障或其他不可抗力而导致暂停服务，与暂停服务期间造成的一切不便与损失，D 社公司不负任何责任。

凡以任何方式直接、间接使用 D 社公司资源者，视为自愿接受本声明的约束。

此章所包含的信息为风险提示，请相关意向爱好者仔细阅读。该文档只用于传达信息之用途，并不构成买卖 D 社或其授权运营公司股份或证券的相关意见。任何类似的提议或征价将在一个可信任的条款下并在可应用的证券法和其它相关法律允许下进行，以上信息或分析不构成投资决策，或具体建议。

本文档不构成任何关于证券形式的投资建议，投资意向或教唆投资。

本文档不组成也不理解为提供任何买卖行为，或任何邀请买卖任何形式证券的行为，也不是任何形式上的合约或者承诺。

D 社明确表示相关意向用户明确了解 D 社项目的风险，投资者一旦参与投资即表示了解并接受该项目风险，并愿意个人为此承担一切相应结果或后果。

D 社明确表示不承担任何参与 D 社项目造成的直接或间接的损失，包括：本文档提供所有信息的可靠性；由此产生的任何错误，疏忽或者不准确信息；或由此导致的任何行为。

「DILI」是 D 社使用的加密代币。在写这段文字时，「DILI」不能用来购买相关物品或者服务；DILI 并没有太多实际的用处。

DILI 不是一种投资。我们无法保证「DILI」将会增值，但其也有在某种情况下出现价值下降的可能，那些没有正确地使用「DILI」的人有可能失去使用「DILI」的权利，甚至会有可能失去他们的「DILI」。

「DILI」不是一种所有权或控制权。控制「DILI」并不代表对 D 社及其运营方的应用的所有权，D 社并不授予任何个人任何参与、控制、

或任何关于 D 社应用决策的权利。

本声明以及其修改权、更新权及最终解释权均属 D 社公司所有。

5.2 风险提示

D 社项目在发展过程中可能存在市场风险、经营风险、信用风险、管理风险、政策风险及其它相关风险。

D 社不承诺任何固定回报，不承诺保本和最低收益，不做任何形式的担保。

证书丢失导致的丢失「DILI」的风险。

购买者的「DILI」在分配给购买者之前很可能关联至一个 D 社通行证，进入 D 社通行证账号的唯一方式就是购买者选择的相关登录凭证，遗失这些凭证将导致「DILI」的遗失。最好的安全储存登录凭证的方式是购买者将凭证分开到一个或数个地方安全储存，且最好不要储存、暴露在工作的地方。

购买者凭证相关的风险。

任何第三方获得购买者的登录凭证或私钥，即有可能直接控制购买者的「DILI」，为了最小化该项风险，购买者必须保护其电子设备以防未认证的访问请求通过并访问设备内容。

司法监管相关的风险。

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 D 社应用或 D 社可能受到其影响，例如法令限制使用，销售，电子代币诸如「DILI」有可能受到限制，阻碍甚至直接终止 D 社应用的发展。

D 社相关应用或产品达不到 D 社自身或购买者的预期的风险。

D 社应用当前正处于开发阶段，在发布正式版之前可能会进行比较大的改动，任何 D 社自身或购买者对 D 社应用或 D 社的功能或形式(包括参与者的行为)的期望或想象均有可能达不到预期，任何错误地分析或一个设计的改变等均有可能导致这种情况的发生。

黑客或盗窃的风险。

黑客或其它组织或国家均有以任何方法试图打断 D 社应用或 D 社功能的可能性，包括服务攻击，恶意软件攻击或一致性攻击等。

漏洞风险或密码学科突飞猛进发展的风险。密码学的飞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加密代币和 D 社平台，这可能导致「DILI」的丢失。

「DILI」挖矿攻击的风险。

就如其它去中心化密码学代币和加密代币一样，用于 D 社应用的区块链也容易受到挖矿攻击，例如双花攻击、高算力比例攻击、“自利”挖矿攻击、过度竞争攻击，任何成功的攻击对 D 社应用，「DILI」来说一种风险，尽管 D 社非常努力地提升系统的安全性，但以上所述的挖矿攻击风险是真实存在的。

无法预料的其它风险。

密码学通证是一种全新且未经测试的技术，除了本白皮书内提及的风险外，此外还存在着一些 D 社团队尚未提及或尚未预料到的风险，其它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。

找不到彩蛋的风险。那你就和宝藏失之交臂啦。

所以，看官大人们，找到彩蛋了么？

(小提示：多看看 D 娘养养眼)

(赏金猎人们，请加油！)