

DDM WHITE PAPER
DDM WHITE PAPER



娛樂星球泛娛樂區塊鏈
(**DMM.Empire**) 項目白皮書

Version 1.0.5

17ddmfoundation@gmail.com

<http://www.17ddm.io>

目錄

概要	3
1 什麼是 DMM.Empire	4
1.1 專案背景	6
1.2 解決方案	8
2 我們是誰	12
3 基礎設施	12
3.1 基礎服務	13
3.2 經濟系統	14
3.3 基礎架構	15
4 特點	16
5 激勵	17
6 路線圖	17
7 法律法規	20
7.1 運營主體	20
7.2 治理結構與投票	21
8 互換細則	22
9 團隊簡介	23
10 風險提示	27
11 聯繫方式	30

概要

一個真正內容互動的系統，應該是內容創造者與使用者之間點對點，玩家、使用者在享受數字娛樂帶來的樂趣同時應該直接付費給內容的創造生產者，不需要經過一個“中心”。現在作為“中心”的大部分平臺雖然運營良好，但這一切都是高比例平臺分成、高商務溝通成本以及巨額的行銷費用的基礎上實現的。“中心”通常擔負著內容評級和資源排位元等涉及內容品質的定義和分發服務，因為沒有公開透明的評估標準，“中心”還會根據自己的 KPI 需求，強制內容研發商進行內容內的返利、超發，強制內容快速“吸血”降低了內容產品特別是遊戲類產品的生命週期，這樣傳統集權化的“中心”評審分發機制的公平公正變的不可能，喪失了數字互聯網給人類帶來的最大益處“便捷、高效、低成本”。

我們為解決此問題，在基於區塊鏈和智慧合約的技術之上，重新設計了一個基於加密的數位貨幣“DDM”（DDMCoin）。DDM 及其為經濟基礎的分散式無中心的數位內容互動娛樂方案，可以讓數位娛樂資產的發行和版權交易的成本降到理論上的最低值。次級單位具有自治的特質，可以實現基於納什均衡之下整個生態的平衡。在這個公開公平民主，任何人均可參與無中心的生態下，讓每個生產者數字資產的收益最大化。

該網路通過內容生產者自行定義觀看和傳播內容的付費標準，根據每個消費者在單位時間內消耗的代幣、傳播分享獲得收益的代幣，以及高額打賞者消費的代幣之間的加權演算法產生非合作博弈均衡，以此來動態定義數位娛樂內容的品質，並基於內容協同過濾等推薦演算法，以將高品質的內容和消費者之間產生最佳匹配。

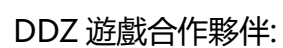
每個次級單元高度自治，且彼此之間非線性因果關係。

1 什麼是 DMM.Empire

“娛樂星球泛娛樂區塊鏈 (DMM.Empire)” 將改變內容創造者與最終消費者之間的内容創作、運營發行、行銷、分成、結算的傳統模式。最終通過“次級單位”不間斷的創造那些受到用戶、玩家喜歡體現“價值”的内容，並且進行交易。這樣的數位内容分發體系比現有“中心化”的内容分發體系更加“靈活”、“便捷”、“高效”、“低成本”，可以激勵更多的優質數位内容實現價值。這是一個遠大並且正在逐步實現的目標。

DDD 基金會是 DDM 產品的研發及運營方，“DDZ”是圍繞 DDM 幣生態而運營的“典型”組織之一。“DDZ”本身也會自己孵化運營優質的數位内容產品，例如遊戲、小說、短視頻、動漫、内容等等，相當於優質數位内容的運營公司也會自己創造優質内容，“DDZ”本身會建立第一個基於 DDM 的運營公司以示範給生態未來的參與者。“DDZ”和其他組織一樣，在整個生態體系裡，擁有同樣的權利和責任。“DDZ”會跟全球頂尖的遊戲和數位内容公司合作，例如：騰訊的《王者榮耀》、2K 授權的《文明 Online》、NCSoft 授權的《劍靈》、《奇跡重生》、《奇跡最強者》、盛大授權《傳奇世界》、以及《龍神契約》、《寒刀行》、《不良人》、《杯莫停》、《大主宰》、《九州海上牧雲記》、《元氣封神》等不同類型的遊戲產品及小說、視頻内容等，覆蓋的使用者超過 **4000 萬**，為它們的内容提供基於 DDZ 的點對點運營服務產品。

DDZ 合作部分 IP:





DDZ 運營產品：



1.1 專案背景

2017 年，全球數位娛樂內容產業突破 2.02 萬億美元，預計 2018 年將突破 2.12 萬億美元。2017 年，在全球數位娛樂內容產業的 2.02 萬億美元中，僅蘋果 Appstore 就達到 350 多億美元以上，Steam 平臺在 2017 年的表現也相當搶眼，達到了 180 億美元左右的交易規模。以數位娛樂內容為主的騰訊平臺 2017 年的市場規模更是預計達到了 2000 億美元，僅僅三家中心化的平臺，就占到了全球數字娛樂產業的 13% 以上的市場份額。放眼全球，不管是遊戲內容、視頻內容、文字小說等等，所有的數位內容從研發商到消費者的交易過程都是通過這些中心平臺分發，平臺無一

例外會收取“30-80%”不等的分成。在這些“中心”化平臺的業態中，研發商不僅要顧及研發內容，還要購買高額的廣告費，甚至是要做足“刷榜”、“自沖”、“做資料”等工作來換取足夠的行銷位置，才能接觸到目標使用者。

（1）“中心”化的運營平臺

中心化的運營平臺，內容“採購”靠“人工”，內容“審核”靠“人工”，流量分配靠“人工”，財務對賬、結算都靠“人工”。研發商在自家內容上架到“中心”的過程中，消耗了大量的時間和精力。上架之後出現的“人工”運營的不確定性，以及中心“計畫”分配好的 KPI 指標，都讓內容產品偏向“快速抽血”、“博眼球”、“低俗誘導”、“盜版、抄襲”等看似“洗用戶”、“超短線”的內容研發誤區，讓平臺的內容生態遭到破壞，更多優質創新的產品和創新團隊無法在中心平臺中得到應有的孵化。長此以往，平臺的公正性和公平性缺失，最終造成用戶的流失。

無論是遊戲、還是文學小說、視頻內容產品為了獲得更好的行銷位置，獲得更多的點擊量、點評和廣告收益又不得不去做“虛假點擊”，“自沖”、“做資料”、“攻擊伺服器”、“拉人”等畸形運營行為，內容研發企業也不得不在畸形的生態中花費大量的成本和精力。整個行業的所有從業者在面對類似問題的時候卻不得不為之，這是公開的秘密，相關新聞舉不勝舉。

（2）數位娛樂內容價值無法動態科學評估

“中心”通常擔負著遊戲、小說、網劇等娛樂內容的評級和排行榜計算等涉及內容品質的定義和分發服務，而數位內容本身又是一個動態的“價值產品”，這些“價值產品”擁有生命週期、擁有漸漸培養起來的粉絲使用者，在產品與使用者的交互過程中，價值隨時有可能波動，也許一夜之間，一個數位內容的 IP 價值就會被放大

無數倍。然而，傳統的“中心”服務面對動態的“價值”產品無法實現評級公開透明，無法根據“價值波動”進行時時動態調整流量分配，所以內容評審分發機制的公平公正變的不可能，喪失了數字互聯網給人類帶來的最大益處“便捷、高效、低成本”。超級 IP 誕生後，其 IP 價值的評估變得不確定，為此 IP 開發的系列衍生產品所投入的 IP 價值評估也變得極為困難。很多 IP 因為沒有及時的“價值”評估體現，優勢和優勢“價值”被嚴重低估，反而一些靠“炒作”、“包裝”、“行銷”的爛 IP 成了研發商手中的香餡餅，花費大量成本為這些垃圾價值埋單。

（3）“價值”和利益的不公平區分

因為“中心平臺”高額的分成比例，再加上發行商、管道商、廣告商等等中間環節層層扒皮，真正的內容研發者得不到實實在在的收益，真正的高品質內容被這個自洽閉環消滅不見。內容研發商的精力都花費在中心平臺的商務溝通成本上，而不在真正的產品內容製作上。在蘋果商店、應用寶等中心化的管道還滋生了很多刷榜、自充、做資料等畸形產業生態。

1.2 解決方案

DDM 致力於通過去中心化的設計，讓生態內的用戶持有基於區塊鏈和智慧合約的代幣方式，利用其自身的行為對消費的內容進行“投票”和消費，以產生一個公開、公平、且民主的數位娛樂的生態系統。

1.2.1 經濟系統

DMM 生態鏈的使用者在消費內容的過程中，在享受內容服務的同時等同於對內容品質的“投票”。這些“投票”能夠準確、動態的評估“數位內容”產品的真正“價值”。普通使用者通過根據內容生產者定義的基礎消費金額進行消費。當然，

生產者也同樣可以定義消費其內容可以獲得由其提供的代幣的獎勵。這些有效的消費，在獎勵傳播者和生產者的同時，也等於通過“分享指數”對內容進行投票。生產者也同樣可以定義傳播其內容可以獲得由其提供的代幣的獎勵，與上述不衝突。內容和內容之間、生產者之間彼此之間形成一定的競爭關係，以實現去中心化，次級高度自治的目標。同樣需要消耗代幣才能參與的高品質評論和贊等行為也構成了品質評價體系權重的一部分。

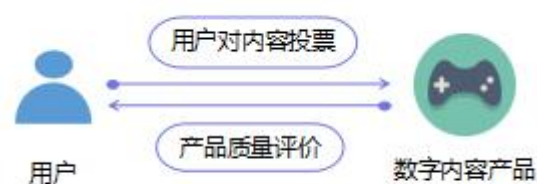


圖 1 數位娛樂內容投票與評價

系統對上述產生消費的代幣統一抽取萬分之一的手續費，以增加同等的“加油費”。為了徹底杜絕暗箱操作的可能（運營方將費用返還給參與者，使其零加油），手續費所對應的代幣將被自動鎖定在某不可操作的帳戶內以進行“銷毀”。（例如：打到地址為 0x000000000000 的錢包地址上）。就像是現實社會一樣，生產者和消費者由其公開持有的代幣數量而定義其在社交網路內的使用者等級，而其消費的代幣歷史數量作為等級的另一體系同樣展示給其他用戶。

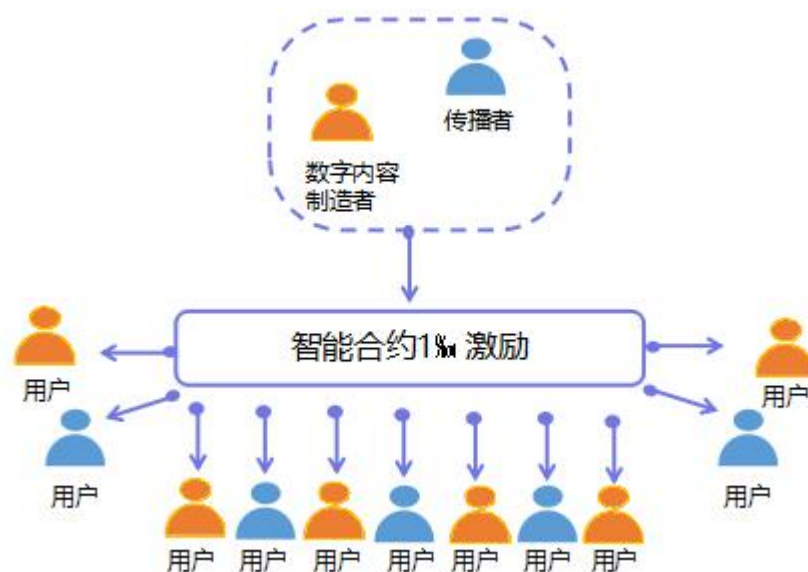


圖 2 數位娛樂內容傳播流程

上述記錄均存儲於分散式帳本內，任何人均可查看。

上訴所有的交易記錄都通過區塊鏈的分散式帳本，公佈於所有參與者，以保證公開公正。系統將提供人性化設計的介面以便於大眾查詢。

1.2.2 智慧合約交易市場

需要孵化和交易的數位內容商品將放入交易市場中，進行自由競價。DDM 以便於代幣的分配和激勵的自動執行，同時也開放埠，讓生態內的所有人均可以參與數位內容商品的交易和發行，並自行定義價格或激勵條件，並和創始團隊一樣，通過用戶的使用率來獲得對應的代幣激勵，也就是無人使用的智慧合約模版將無法獲得收益，甚至是創始團隊本身。DDM 具備分散式的自動結算方式，所以內容生產者在平臺內產生的價值也不會因為“中心”對賬、結算的賬期帶來賬期困擾。同時，沒有交易產生的“垃圾”數位內容，也會被清除。

1.2.3 激勵機制

(1) 團隊的激勵為 DDM 提供服務的基金會成員，通過公開公平民主的投票機制，

為整個生態提供服務，並在平等的激勵條件下，獲取相應的代幣獎勵。萬分之一抽成的手續費將作為基本摩擦上的需要，防止垃圾交易的產生，徹底銷毀，而不是作為團隊的激勵。同時團隊的最終目標就是有一天，就像比特幣一樣，將整個 DMM 體系 100%完全交付給大眾，以將基金會成員的影響力降到零，以最終消滅可能由影響力控制的中心。基金會早期通過擁有一定比例的 DDM 以獲得相應的投票權和影響力，在系統成熟後，擁有 DDM 的數量才是投票決策的唯一標準。為防止不可預知風險，基金會通過法律程式設計一致行動協議，和必要的保護措施，在系統足夠強壯以前。

(2) 決策委員會是 DDM 及其生態的最高決策機構，早期由基金會的核心成員暫時代表，隨著系統的完善和代幣的分發，逐步交與鎖定 DDM 持有期限的真正所有者。基金會也會根據計畫逐步將早期持有的代幣交付市場，並承諾通過交易所等機構重新競價以獲得必要投票比例，以使大眾獲取同等的機會。

(3) 基於生態服務提供者的激勵由決策委員會投票選舉出來的技術委員會、文化委員會、道德委員會、產品委員會等共同制定公開透明的 DDM 獎勵機制以為 DDM 生態提供對應服務的組織以及足夠的代幣激勵，並由委員會成員按持有比例提供 DDM。

例如：更新核心代碼的開發小組成員每年的收入；擔任內容評審的組織成員每年的收入；

(4) 內容的研發商、消費者和傳播者的激勵內容的研發商根據研發成本加上自己期望獲取的收入，制定使用者消費內容需要支付的代幣數量，系統也會提供預設的價格作為參考，但最終價格決定權還是掌握在用戶手裡。內容研發商也可以為內容的轉發和分享者提供一定數量的代幣以供激勵。

使用者消費數位內容產品，都以消耗所持有的 DDM 為代價，而 DDM 的收益方為內容的生產者。系統將提供完善的分享連結追蹤機制，以為轉發和分享者提供足夠的分享激勵。根據技術實現成本和當地的法律法規，盡可能實現最大的分享追蹤，以說明生態擴張速度的原子性裂變。同時更加歡迎自有流量內容提供者分享和傳播這些優質內容。例如：代幣的 10%（生產者自行定義）會自動獎勵給專業的傳播者，而他們的二次分享，同樣也會將 DDM 的一部分自動獎勵給第一次的傳播者。

2 我們是誰

讓天下數位娛樂內容的傳播的更容易。我們旨在賦能改變數位娛樂內容的銷售和經營方式。我們為內容生產者和消費者提供去中心化的互聯網基礎設施和生態系統。讓其可以借助互聯網的力量與用戶互動。基於區塊鏈和智慧合約技術，建立去中心化和智慧的利益分配體系，以此激勵內容生產者的正向迴圈。

我們旨在構建一個面向未來的、完全沒有中心的數位化娛樂生態。讓內容生產者和消費在互聯網的世界裡相知相識和自由生長，去除垃圾和畸形生態氛圍。通過去中心化的設計，我們最終會把權利交換給社會大眾，讓整個體系自生長和繁殖，實現一個無中心自生長的終極虛擬社會形態，而持續地生存下去。

3 基礎設施

DDM 的系統設計基於區塊鏈技術的數位化互動娛樂的分散式分發網路。所有的基礎設施設計理念也都符合蜂群思維的四大特徵：

- ◇沒有強制的中心控制
- ◇次級單位具有自治的特質
- ◇次級單位之間彼此高度連接
- ◇點對點間的影響通過網路形成非線性因果關係

以下兩部分是 DMM 的數位化娛樂方案

- 一、基於區塊鏈技術的基礎設施
- 二、基於基礎設施上的分散式點對點的經濟系統

3.1 基礎服務

DDM 是基於智慧合約發行的一種代幣，並在區塊鏈的分散式帳本上，做到交易公開透明，不可篡改，可追溯。DDM 會和其他基於智慧合約的合作夥伴自動開啟和關閉對應的資源和服務，以及自動結算為內容研發生產者提供服務所消耗的資源。我們會建立一個以 DDM 為基礎的公有鏈，在 DDM 基礎上，每個使用者和內容擁有方又是一個單獨的 Token，每一個 Token 的價值和獎勵全部實現自製。

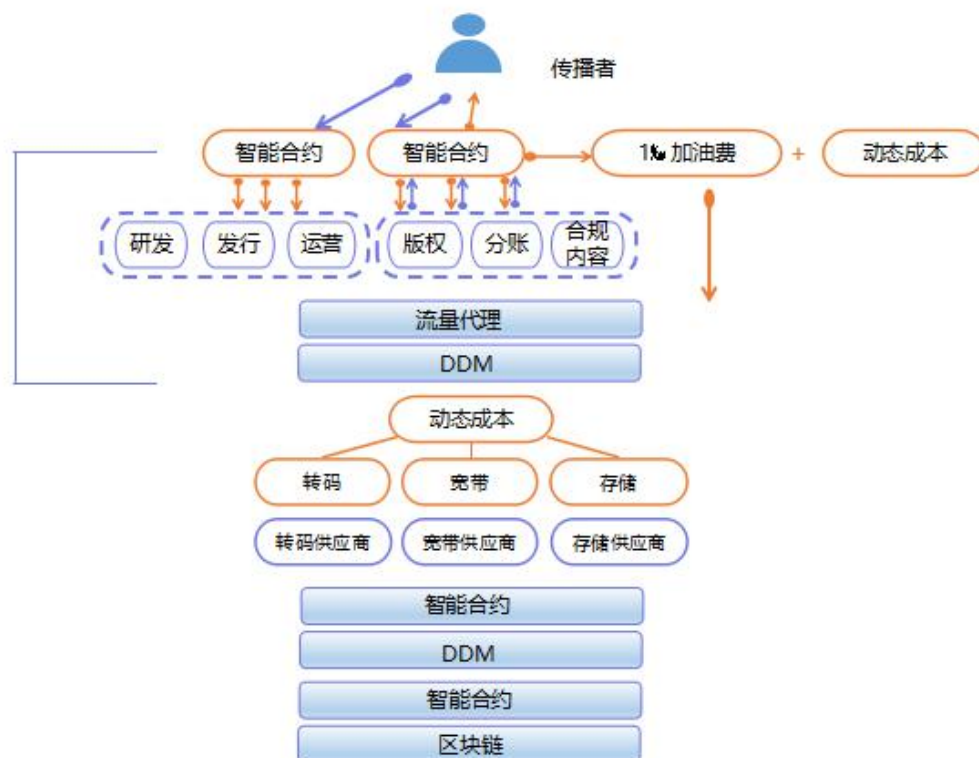


圖 3 分散式平臺架構

這樣設計的目的是讓每一款遊戲產品、每一個數位內容，能夠獨立核算，消費數位內容的玩家通過智慧合約自動和數位內容生產者結算，同時分散式的時時結算機制，讓價值結算變得更加簡單、便捷、透明，所有參與其中的合作夥伴都能夠時時分享到“價值內容”帶來的收益。主動分享內容的玩家、使用者也可以從內容生產商那裡自動獲得基於 DDM 的激勵。

3.2 經濟系統

數位內容研發商自行定義數位內容的“價格”和分享激勵百分比，彼此構成競爭關係。使用者在消費內容的同時，又是內容的分享和傳播者，並能在其中獲益。系統會設置根據不同國家和地區設定的根流量中心和與其對應內容審查中心，以保證當地使用者消費的數位內容合乎當地法規。新來的消費者根據內容品質和

數位內容研發商發起的分享激勵，再次傳播以帶來更多的消費者，並自身通過此獲利。系統在所有交易中抽取萬分之一做為“加油”費用，並將其銷毀，不再進入迴圈，防止垃圾交易的產生，保證系統的良好運轉。系統將按照最小單元，端到端的對單一、和單一用戶單獨收取最基本的系統維護費，並將賬務公開，不從中獲取利潤。

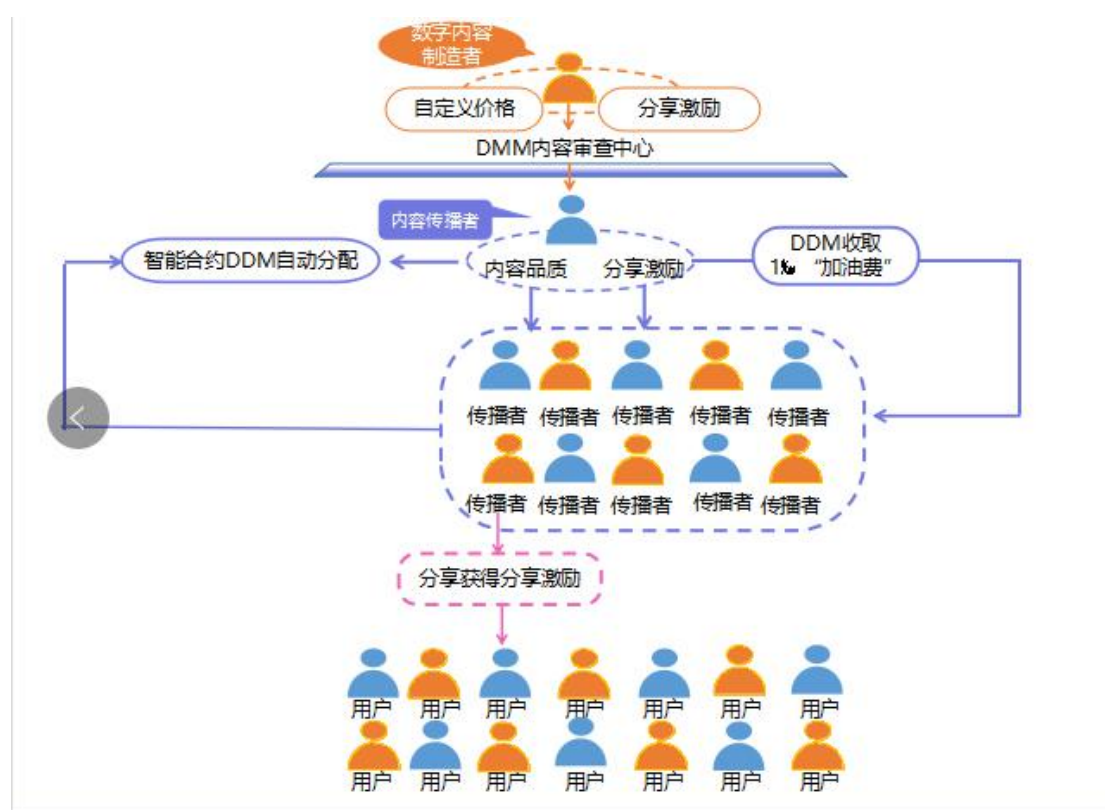


圖 4 “DDM” 經濟系統

3.3 基礎架構

通過互換（代幣預售）互換來的數位貨幣主要用來建設生態所必須的基礎服務體系和最初期的組織體系。早期所需要建設的基礎架構邏輯如下，在此白皮書中不詳細展開和一一闡述。

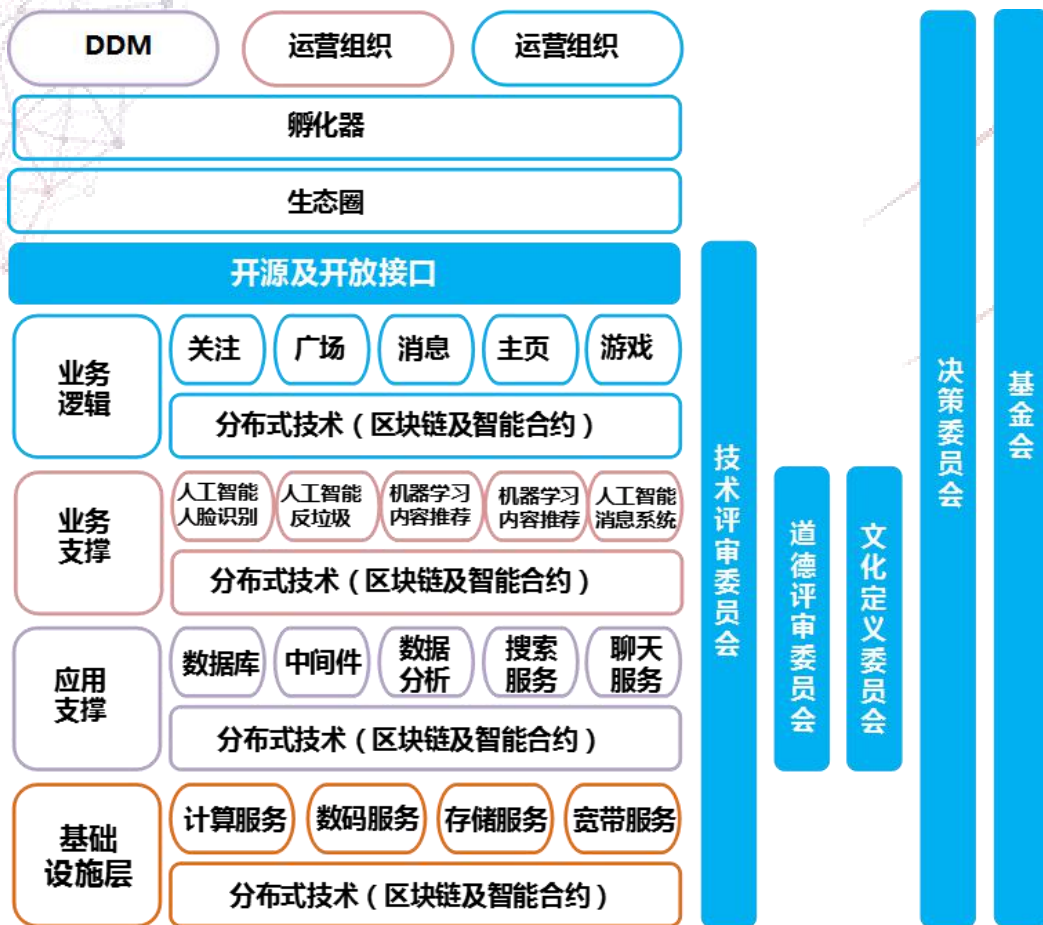


圖 5 協議的基礎架構

其中很多技術需要和三方公司技術提供商合作，以加速業務實現，降低研發成本。

4 特點

DDM 作為一套獨立的加密數位貨幣體系，擁有者可以用其購買圍繞它而建立的虛擬娛樂社會內的相關服務的公共鏈，同時可以通過三方平臺開放式的交換。DDM 是建立在以太坊的區塊鏈和智慧合約基礎之上，所有的帳目和交易記錄公開，以保證生態的公平和公正。

5 激勵

DDM 是圍繞其構建的基礎設施內唯一流通的虛擬加密貨幣，有其不可取代性。使用者無論生產、消費還是傳播都需要 DDM 來作為唯一價值交換工具，同時維護系統基礎設施及相關技術研發均圍繞著 DDM 而交換和激勵。DDM 總數量 100 億枚，系統會圍繞每筆交易抽取萬分之一的手續費，以防止垃圾交易的發生，並將其銷毀，沒有任何團隊會因此受益。DDM 的發行建立在以太坊的區塊鏈和智慧合約基礎之上總數量永遠不會增加，並向公眾公開。作為系統的創始團隊，除了首次公開發售以外，並無任何獨有的方法和管道獲得 DDM 激勵，只能和生態內所有參與者，共同努力以獲得同樣的激勵。在公共鏈的基礎上，我們歡迎更多的內容製造者和內容傳播者加入，參與生態管理和決策的組織裡，長期鎖定的 DDM 數量是投票獲得話語權的基礎。決策委員會會被激勵長期持有 DDM，以使 DDM 的長期價值最大化。

6 路線圖

對於 DDM 的整個發展而言，是一個短期建設與長期完善相混合的發展過程，並隨著區塊鏈和智慧合約技術的成熟與普及，逐步完善下述戰略步驟。此處戰略規劃只描述關鍵性節點，而不涉及詳細的開發計畫。更為詳細的計畫將在官方網站（<http://17ddm.io>）上酌情公開。

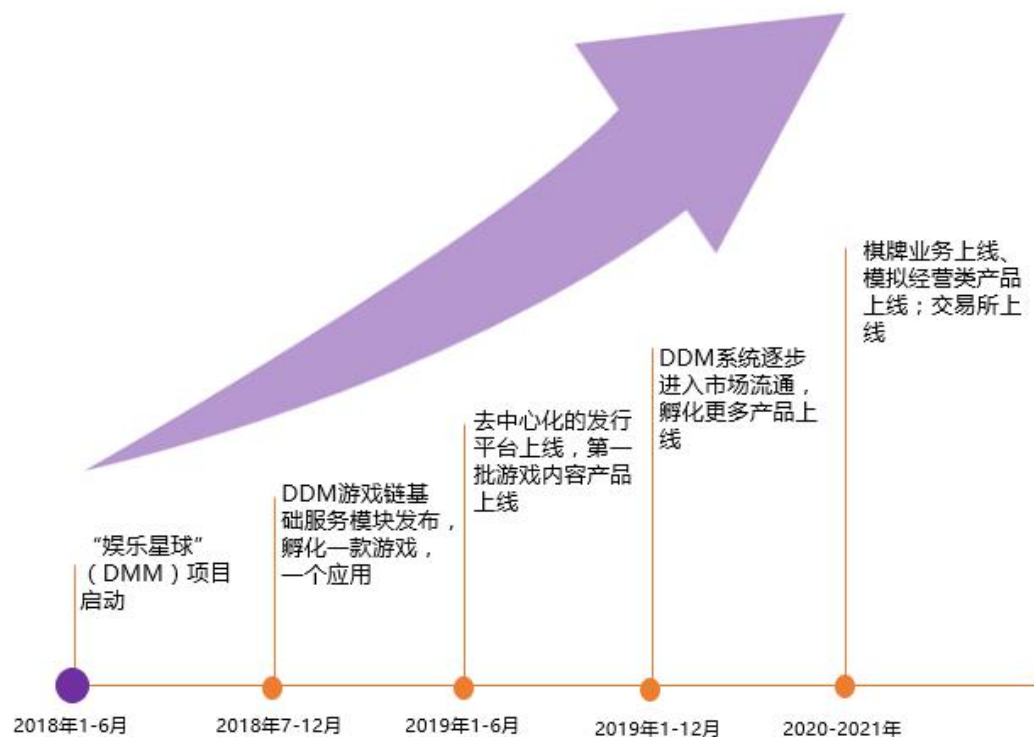


圖 6 發展路線圖

◇2018 年 01 月-2018 年 06 月

因為國內區塊鏈和智慧合約基礎設施尚未完備，例如基於區塊鏈和智慧合約的存儲、軟體加密、分賬交易、計算及流量供應商截止目前尚未出現成熟的公司。DDM 的 MVP(最小化可行產品)模型一開始會在已有並且成熟的平臺上升級成新品牌而測試運行，現有團隊已有成熟的行業產品經驗和產品，會針對已有的產品模型進行改造和重新設計，會把中心化的架構逐步向非中心架構遷移。因為亞馬遜的智慧雲計算服務 lambda 已經正式發佈，技術成熟可靠，測試版可能會先在美國的網路環境下發行，並對國內的基礎設施完善持積極樂觀的態度。此期間的代碼進度，均會公佈在 Github 和官網 (<http://17ddm.io>) 上，以方便大眾監督。

同期孵化國內第一個基於 DMM 的流量運營公司，該團隊歸屬於 DDZ 公司，側重於遊戲內容產品的研發運營和娛樂流量的維護。此團隊先基於現有的市場，運

營和維護內容和消費者的關係，等時機成熟後，逐步將用戶遷移至 DDM 的生態系統內。在日本、北美的模型測試完畢後，會根據市場情況，逐步遷移，逐步完善全球相對應的基礎設施，如果市場尚未完善，則需先建立一些必要的中心化節點，再逐步去除。

◇2018 年 07 月-2018 年 12 月

在完善的基礎設施上，DDD 基金會將會將重點轉移至流量的運營，以增加 DDM 的流通性和場景，並以此改良產品體驗。DDZ 作為 DDM 創始團隊首家專業的流量運營機構負責早期用戶的冷開機，以給市場起到示範作用。針對國內市場的現狀，和團隊對市場多年耕耘的理解，內容運營會挑選第一批優質遊戲遊戲、網路文學、動漫產品等內容啟動，以吸引現有平臺的優質生產者加入。

◇2019 年 01 月-2019 年 06 月

在獲得先期的流量基礎以後，基礎設施會向繼續孵化和帶動其他數位領域的內容加入，在全球的多個國家和地區形成試點，用星星之火燎原之勢，帶動整個 DDM 系統的原子爆發，並通過和相關領域的專業運營團隊合作，以期獲得高速發展。同期 DDD 基金會通過社區合作的方式，再全球鋪設基礎設施，孵化流量合作夥伴，以加速 DDM 向全球市場的流通。在首批成功案例以後，DDD 基金會將加速更多流量中心的孵化培訓和合作，以力求覆蓋各個文化和國家，成為全球數位娛樂服務的標準貨幣。

◇2019 年 07 月-2019 年 12 月

隨著 DDM 流通性的完善，創始團隊逐步淡出對整個生態的影響力，將決策權徹底交換給生態的參與者，所持有的 DDM 也會通過競價的方式逐步進入市場流通，以分散所有權，將真正的權力交付給用戶。同時完善基金會的架構和相對應的組織。

◇2020-2021

完成 DDM 的徹底市場和分散化後，創始團隊 DDZ 通過競價重新進入整個 DMM 的生態體系，重新獲得一定比例的 DDM，作為生態的一部分，為整個生態服務。

7 法律法規

7.1 運營主體

DDZ 團隊堅信“去中心化的組織生命力遠大於中央控制的組織，這是人類社會的終極形態”，所以 DDM 在誕生的第一天開始，它便屬於整個社會，而不是一些中心化組織的盈利工具。

因此，DDZ 在新加坡建立 DDD 基金會 (DDD Foundation)，該基金會主要的任務就是公開、公正且透明的不以盈利為目的地運營 DDM 網路，並對 DDM 的開發團隊進行支持。DDD 基金會將由新加坡會計與企業管理區 (ACRA) 批准建立，受新加坡公司法監管，該基金會由具備受該基金會由具備受託資格人組成的受託董事會或管理委員會 獨立管理運營並獨立於政府之外。新加坡以穩定而健全的法律、金融環境著稱，DDD 基金會是在新加坡成立的非盈利組織 (Non-Profit Entity)，依照新加坡法律，該基金會是為支持或參與公共利益或私人利益的活動，而不具任何商業利益的合法成立的組織。基金會所獲得的“利潤”被稱為盈餘，將被繼續保留作為其他活動的經費，而不在其成員中分配利潤。DDD 會建立每個國家的根服務及與其法律相關的內容審查委員會，以保證在這個國家內的内容均符合當地的法律法規和文化。在合法合規的基礎之上，文化風格則由流量中心根據各自的文化定義，

通過歸屬於其德道德文化審查委員會來自行定義。

7.2 治理結構與投票

為使 DDD 基金會在公開、公正、透明的前提下合理利用基金會的資金、資源，不斷推進 DMM 的快速發展，擴展 DMM 的應用場景，吸收更多機構、公司、組織進入 DMM 的生態，基金會設立了三層的組織架構如下：

決策委員會

決策委員會負責重大事項的管理與決定，包括聘任與解聘執行負責人及各中心負責人，制定重要決策。決策委員會成員任期三年，可以連任。委員會設主席一名，具體事宜待定。首屆決策委員會成員將由 DDZ 創始團隊及投資人商議產生。決策委員會下設生態中心 and 技術研發中心。

生態運營中心

生態運營中心負責拓展 DMM 與遊戲行業結合應用的緊密性，並負責社區運營，生態打造，進一步實現商業落地。實現人工智慧、跨境交易、互聯互通、價值共用。

技術研發中心

技術研發中心負責底層技術開發、測試、上線、審核等。SDK 支援市面上的通用語言，提供各個平臺的技術支援並適當提供開原始程式碼。

首席執行官

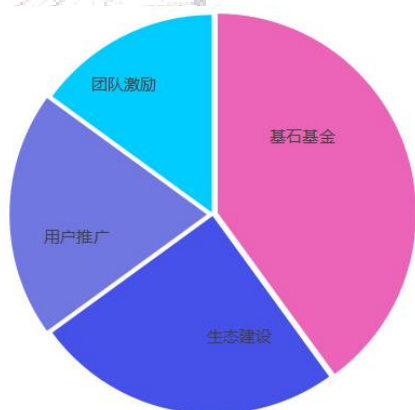
首席執行官由決策委員會票選產生，對決策委員會負責。首席執行官將全面組織實施決策委員會的有關決議和規定，負責 DDD 的日常運營，全面完成其下達的各項指標，並定期將實施情況向其彙報。首席執行官有權組建必要的職能部門，

組聘管理人員，負責統籌技術研發、產品設計製作、生態運營、市場推廣、財務審核等五個部門的業務，形成一個以其為中心的組織、管理體系。

8 互換細則

(1) DDM 總量(以下簡稱為總量)為 100 億個 Token，分配形式為以下幾種方式:

- 1、私募定向機構邀請 40%，共計 40 億個 Token，不超過 100 個機構。面向非中國大陸區、非美國、非韓國的機構。基金會主要用於生態孵化、市場推廣、商業開闢、法律合規等，保持社區及整個生態環境的快速成型和後續健康、持續的發展。
- 2、基金會生態建設 25%，共計 25 億個 Token。用於全球生態的基礎建設，帶動其他數位內容加入。
- 3、用戶推廣 20%，共計 20 億個 Token。DDM 基金會通過社區合作的方式，再全球鋪設基礎設施，孵化流量合作夥伴，以加速 DDM 向全球市場的流通。
- 4、創始&開發團隊激勵 15%，共計 15 億個 Token。創始團隊從專案設計、資源組織，前期商業環境孵化等方面作出了大量工作，在生態環境成型的過程中持續做出了人力、智力、物力的投入。因此，在基金會作出的 Token 分配計畫中，將預留出 15%的 DDM 份額作為團隊激勵。本部分 DDM 鎖定期 12 個月，12 個月後釋放 5%，此後每 12 個月釋放 5%，48 個月後釋放完成。



總計 10,000,000,000 枚 DDM

私募定向機構邀請 40%

基金會生態建設 25%

用戶推廣 20%

團隊激勵 15%

(2) 特別備註

系統會針對 DDM 體系內所有的交易抽取萬分之一的“加油”費，以防止垃圾交易，並將其銷毀在固定帳戶內，不得交易。如果交易頻率超過預期，將會適當調整“加油”比例，以保證系統良好運行，但永遠銷毀，以防止二次流通，產生黑箱操作。

(3) 發售方式：本次 DDM 互換接受以下兩種代幣，分別是：ETH/Qtum。

定向邀請價格 1 ETH=100000 DDM, 1 QTUM=3000 DDM

(4) 釋放機制：首期解鎖 30%，剩餘 70% 在三個月之後按月分批解鎖，比例為 20%、20%、30%。

(5) 分配轉帳

DDM 完成分配需要最長需要一個月，最快可在互換結束後發放。在正式分配 DDM 之前，DDM 將提供一次退出參加項目資金的機會。具體時間日期見細則。

9 團隊簡介



● 基金會主席

James Full

Graduate From Monash University , the Key contact person for Global Social Impact Investment Steering Group (Successor to and incorporating the work of the G8 Social Impact Investment Taskforce), UNDP (United Nation Development Programme) - UNISIF (United Nation Social Impact Fund), National Advisory Board - China, CASVI (China Alliance of Social Value Investment), Calvert Foundation, Ashoka Africa, Kering Foundation.

- 技術架構師



Victor Cai

美國上市公司 Rambus 合夥創始人，南加州大學電子工程專業畢業，高性能晶片存儲技術專家

- 顧問團隊

1、戰略顧問



馮文傑

業內首家區塊鏈上市公司壹橋股份總經理

數字紅遊戲平臺創始人，壕鑫互聯創始人



崔曉波 Leo Cui

TalkingData 創始人 & CEO

畢業于南開大學，曾先後擔任 BEA 亞太區電信技術中心

總監和 Oracle 大中國區 A&C 技術總監。



張儼

西安電影製片廠 榮譽顧問

廣證梧桐定增基金創始人、總經理，泰嶽梧桐遊戲產業基金
和泰嶽梧桐教育產業基金創始人



史大展

十三年的互聯網老兵，數位出版內容高級專家，曾任趣游
集團副總裁，360 遊戲商務總經理，達展遊戲創始人



李國龍

前搜狐暢遊副總裁，現為知蟬科技創始人。

數位版權交易、版權運營、版權維權高級專家，遊戲行業政
策專家，數位出版領域知識產權法律專家。

林正豪



天悅東方創始人兼 CEO，金牌制作人

代表作《青春期》、《青春荷爾蒙》、《躁動時代》、《我的早更
女友》、《在世界中心呼喚愛》、《莽荒紀》、《太古神王》、《奧特
曼》、《我的機器人女友》。

2、區塊鏈顧問：



帥初

除比特幣、以太坊之外最大區塊鏈公鏈生態量子鏈創始人；



杜鈞

金色財經、火幣網創始人

- 投資人



帥初

除比特幣、以太坊之外最大區塊鏈公鏈生態量子鏈創始人；



杜鈞

金色財經、火幣網創始人

- 投資機構





10 風險提示

- 政策性風險

目前國家對於區塊鏈專案以及互換方式融資的監管政策尚不明確，存在一定的因政策原因而造成參與者損失的可能性；市場風險中，若數字資產市場整體價值被高估，那麼投資風險將加大，參與者可能會期望互換項目的增長過高，但這些高期望可能無法實現。

- 監管風險

包括 DDM 在內的數位資產交易具有極高不確定性，由於數位資產交易領域目前尚缺乏強有力的監管，故而電子代幣存在暴漲暴跌、受到莊家操控等情況的風險，個人參與者入市後若缺乏經驗，可能難以抵禦市場不穩定所帶來的資產衝擊與心理壓力。雖然學界專家、官方媒體等均時而給出謹慎參與的建議，但尚無成文的監管方法與條文出臺，故而目前此種風險難以有效規避。

不可否認，可預見的未來，會有監管條例出臺以約束規範區塊鏈與電子代幣領域。如果監管主體對該領域進行規範管理，互換時期所購買的代幣可能會受到影響，包括但不限於價格與易售性方面的波動或受限。

- 團隊風險

當前區塊鏈技術領域團隊、項目眾多，競爭十分激烈，存在較強的市場競爭和項目運營壓力。DDM 專案是否能在諸多優秀專案中突圍，受到廣泛認可，既與自

身團隊能力、願景規劃等方面掛鉤，也受到市場上諸多競爭者乃至寡頭的影響，其間存在面臨惡性競爭的可能。DDM 基於創始人多年行業積累的人脈，彙聚了一支活力與實力兼備的人才隊伍，吸引到了區塊鏈領域的資深從業者、具有豐富經驗的技術開發人員等。團隊內部的穩定性、凝聚力對於 DDM 的整體發展至關重要。在今後的發展中，不排除有核心人員離開、團隊內部發生衝突而導致 DDM 整體受到負面影響的可能性。

- 統籌風險

DDM 創始團隊將不遺餘力實現白皮書中所提出的發展目標，延展專案的可成長空間。目前 DDM 團度已有較為成熟的商業積累，然而鑒於行業整體發展趨勢存在不可預見因素，現有的商業模型與統籌思路存在與市場需求不能良好吻合、從而導致盈利難以可觀的後果。同時，由於本白皮書可能隨著項目細節的更新進行調整，如果項目更新後的細節未被互換參與者及時獲取，或是公眾對項目的最新進展不瞭解，參與者或公眾因資訊不對稱而對專案認知不足，從而影響到項目的後續發展。

- 技術風險

首先，本專案基於密碼學演算法所構建，密碼學的迅速發展也勢必帶來潛在的被破解風險；其次，區塊鏈、分散式帳本、去中心化、不同意篡改等技術支撐著核心業務發展，DDM 團隊不能完全保證技術的落地；再次，專案更新調整過程中，可能會發現有漏洞存在，可通過發佈補丁的方式進行彌補，但不能保證漏洞所致影響的程度。

- 安全風險

在安全性方面，單個支持者的金額很小，但總人數眾多，這也為專案的安全保障提出了高要求。電子代幣具有匿名性、難以追溯性等特點，易被犯罪分子所利用，

或受到駭客攻擊，或可能涉及到非法資產轉移等犯罪行為。目前未可知的其他風險：隨著區快鏈技術與行業整體態勢的不斷發展，DDM 可能會面臨一些尚未預料到的風險。請參與者在做出參與決策之前，充分瞭解團隊背景，知曉專案整體框架與思路，合理調整自己的願景，理性參與代幣互換。

9.3 免責聲明

本文檔僅作為傳達資訊之用，文檔內容僅供參考，不構成在 DDM 及其相關公司中出售股票或證券的任何投資買賣建議、教唆或邀約。此類邀約必須通過機密備忘錄的形式進行，且須符合相關的證券法律和其他法律。本文檔內容不得被解釋為強迫參與互換。任何與本白皮書相關的行為均不得視為參與互換，包括要求獲取本白皮書的副本或向他人分享本白皮書。參與互換則代表參與者已達到年齡標準，具備完整的民事行為能力，與 DDM 簽訂的合同是真實有效的。所有參與者均為自願簽訂合同，並在簽訂合同之前對 DDM 進行了清晰必要的瞭解。DDM 團隊將不斷進行合理嘗試，確保本白皮書中的資訊真實準確。開發過程中，平臺可能會進行更新，包括但不限於平臺機制、代幣及其機制、代幣分配情況。文檔的部分內容可能隨著專案的進展在新版白皮書中進行相應調整，團隊將通過在網站上發佈公告或新版白皮書等方式，將更新內容公佈於眾。請參與者務必及時獲取最新版白皮書，並根據更新內容及時調整自己的決策。DDM 明確表示，概不承擔參與者因(i)依賴本文檔內容、(ii)本文資訊不準確之處，以及(iii)本文導致的任何行為而造成的損失。團隊將不遺餘力實現文檔中所提及的目標，然而基於不可抗力的存在，團隊不能完全做出完成承諾。

DDM 是平臺發生效能的重要工具，並不是一種投資品。擁有 DDM 不代表授予其擁有者對 DDM 平臺的所有權、控制權、決策權。DDM 作為一種數位加密貨

幣不屬於以下類別：(a)任何種類的貨幣；(b)證券；(c)法律實體的股權；(d)股票、債券、票據、認股權證、證書或其他授與任何權利的文書。

DDM 的增值與否取決於市場規律以及應用落地後的需求，其可能不具備任何價值，團隊不對其增值做出承諾，並對其因價值增減所造成的後果概不負責。在適用法律允許的最大範圍內，對因參與互換所產生的損害及風險，包括但不限於直接或間接的個人損害、商業盈利的喪失、商業資訊的丟失或任何其它經濟損失，本團隊不承擔責任。DDM 平臺遵守任何有利於互換行業健康發展的監管條例以及行業自律申明等。參與者參與即代表將完全接受並遵守此類檢查。同時，參與者披露用以完成此類檢查的所有資訊必須完整準確。DDM 平臺明確向參與者傳達了可能的風險，參與者一旦參與互換，代表其已確認理解並認可細則中的各項條款說明，接受本平臺的潛在風險，後果自擔。

11 聯繫方式

官方網站：<http://www.17ddm.io>

電子郵箱：17ddmfoundation@gmail.com