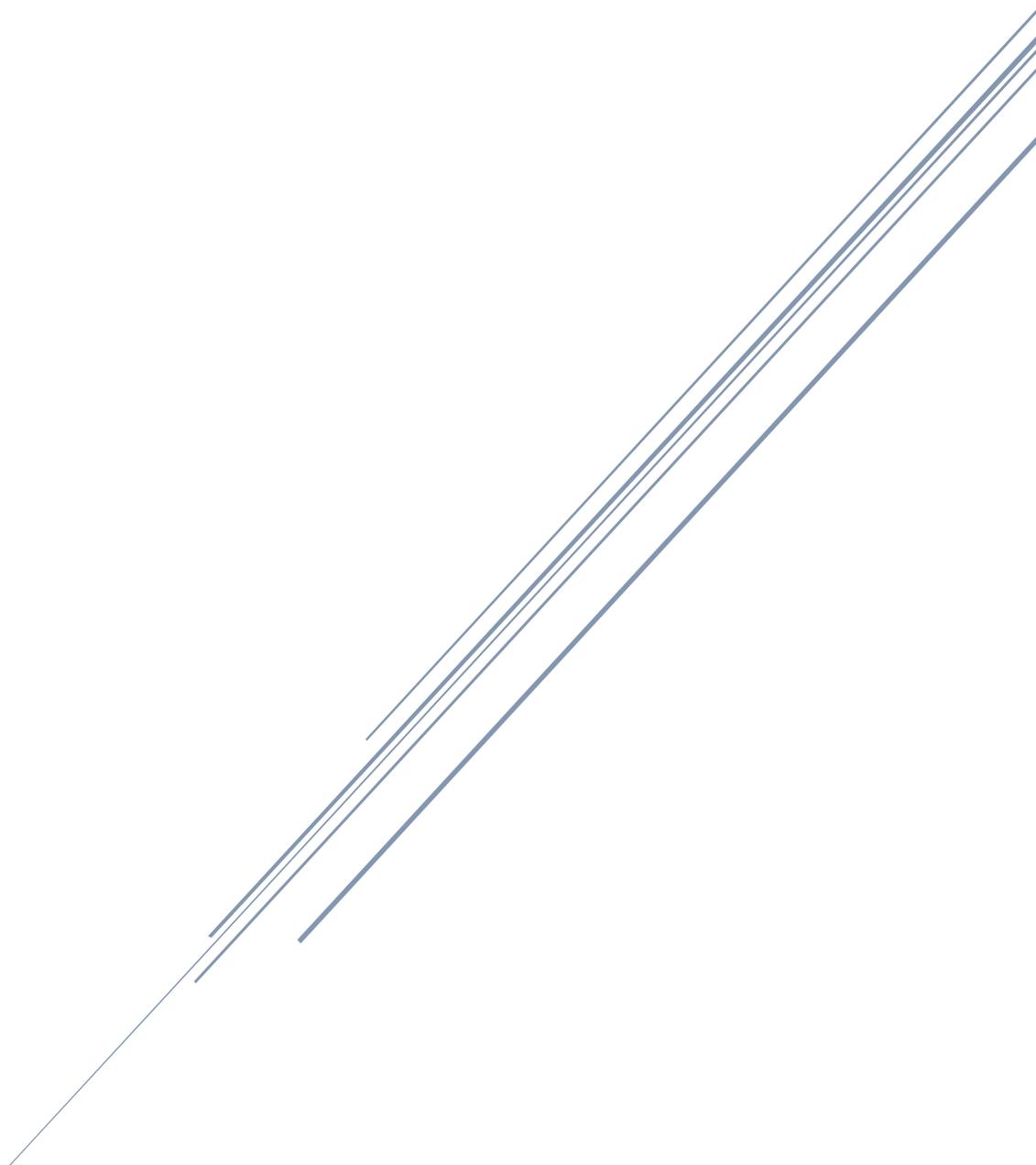


---

# ABEL NETWORK 项目白皮书

劳动创造世界



# Abel Network

## 项目白皮书

劳动创造世界

(V1.0)

## 前言

传统雇员社会正在消失，个体价值迅速崛起，组织呈现出更高的平台性和开放性。这一趋势挑战着传统人力资源管理模式的基本假设——企业的大部分生产关系主要依赖于组织内部的全职雇员来完成。

生产关系任务和企业组织正在分离，许多企业的生产关系范围已经超越了自营的边界，生产关系和生产关系者的概念早已不再有内外之别，呈现出高度的渗透性。我们如何重新认识多样化和云端化的全新生产关系模式。当组织边界被打破，生产关系不再仅仅由企业内员工来胜任，而将通过多元化的生产关系主体和方式来完成。

让我们从两个原则开始：**人是追求地位的猴子；人会寻找最有效的途径，来最大化自己的社会资本。**从社会资本的角度出发，可以解释社交网络为何会失去热度、停滞不前，有时甚至完全消失。虽然我们可能无法量化社会资本，但作为高度协调的社会生物，我们可以感觉到它的存在。在过去的几年中，对软件即服务(SaaS)业务的分析已经取得了很大的进展。但在社交网络上并没有这么多。如果我们将社交网络视为 SaaS 业务，就可以揭开社交网络的神秘面纱了，但这里的 S 不是软件 (software)，而是地位 (status)。

组织的转变，从来都是为适应市场的变化而发生。当人们还在习惯将“泰勒制+福特制”作为企业组织的标准配置的时候，市场的转变已经对企业的组织形式提出了新的要求。这种转变的前提，是生产能力的提升。企业不仅是集中生产提高生产效率的组织，因为目前的技术和组织发展，已经使大规模生产更加容易。这种转变的缘起，是人们对企业的重新认识。以往将企业看做充斥着线性因果关系的机械产物，这种看法随着复杂科学与生态学的发展，逐渐被复杂生态系统的视角所取代，ABELNetwork 通过区块链构建复杂生态系统的平台化组织来适应平台化组织的发展

基于生产关系，社交资产和平台化组织的发展趋势和呈现的问题，ABELNetwork 致力于搭建一个全球共用的、去中心化的价值数字资产化体系。ABEL 立志为所有人创造“无差别按劳分配”，让每个 ABEL 的参与者都能有权通过自己的努力定期获得收入，而不需要投入任何资本，通过数字资产化构建下一代社交网络。我们希望通过这种方式，在一定程度上纠正当前财富分配机制，每个人都能通过贡献，获得有尊严的收入。

## 目录

1	区块链行业发展现状.....	5
1.1	赋能领域应用，落地步伐加快.....	5
1.2	技术创新活跃，产业生态初现.....	5
2	拥抱基于工作量证明按劳分配的新生产关系.....	6
2.1	趋势：工作思维的演进.....	6
2.2	模型：新商业生态引领工作的决策框架.....	7
2.3	实践：人力资源开发周期和引领工作框架.....	8
2.4	成果：未来人力资源系统在引领工作中的成果.....	9
2.5	按劳分配：管理和利益相关方.....	9
2.6	基于工作量证明按劳分配.....	9
2.7	影响：与我们每一个相关.....	9
3	平台化组织：重构商业生态.....	10
3.1	市场、技术和人才的新趋势.....	10
3.2	正在变化的企业运营方式.....	11
3.3	“平台化组织”的主要特征.....	11
3.4	多边协同的平台化治理.....	11
4	拥抱区块链社交网络：地位及服务（SaaS）.....	12
4.1	寻求地位的猴子.....	12
4.2	传统的网络效应模型.....	13
4.3	社交网络作为一个 ICO.....	14
4.4	工作证明为何重要.....	15
4.5	社会资本——金融资本交换.....	16
4.6	结论：每个人都想统治世界.....	17
5	阿贝尔公链（Abel Network）解决方案.....	17

5.1	阿贝尔公链 (Abel Network) 定义.....	17
5.2	ABEL Token 通证.....	18
5.3	业务模式.....	18
5.4	Token 的产生: 挖矿和质押 .....	18
5.4.1	ABEL 用户身份.....	18
5.5	交易: 地位及服务 (SaaS) .....	19
5.5.1	ABEL 的去中心化金融网络.....	19
5.5.2	ABEL 的 MCN 交易网络.....	20
5.5.3	ABEL 的时间交易网络.....	20
5.5.4	ABEL 的社交电商网络.....	20
5.5.5	ABEL 的生态孵化网络.....	20
5.6	变现: 新的按劳分配体系.....	21
5.6.1	平台的商业收益利润.....	21
5.6.2	投资的商业收益利润.....	22
6	ABEL 开放平台: DAPP 孵化平台.....	22
7	发展路线图: 新商业文明演进.....	22
8	项目愿景: 无差别按劳分配.....	23

## 1 区块链行业发展现状

### 1.1 赋能领域应用，落地步伐加快

政策方面，各国政府对区块链发展持不同态度。当前，区块链产业在各国发展阶段和发展特色各有不同，鼓励技术与政策监管各有侧重。多数国家重视区块链技术在实体经济中的应用，少数国家对区块链及加密货币持“积极拥抱”的态度，部分国家对加密货币明确了监管政策。例如，澳大利亚、韩国、德国、荷兰、塞浦路斯、阿联酋、马耳他等国积极发展区块链产业，制定了产业总体发展战略；美国、中国、韩国、英国、澳大利亚及欧盟重视区块链技术研究与应用探索；与此同时，中国及澳大利亚、法国、瑞士、芬兰、列支敦士登等国家已经陆续制定了区块链监管方面的法规。2019年9月18日，德国政府审议通过并发布区块链战略。德国政府的区块链战略明确了五大领域的行动措施，包括在金融领域确保稳定并刺激创新；支持技术创新项目与应用实验；制定清晰可靠的投资框架；加强数字行政服务领域的技术应用；传播普及区块链相关信息与知识，加强有关教育培训及合作等方面。

应用落地方面，区块链源于加密数字货币，正向多领域延伸。2019年以来，区块链在各领域应用落地的步伐不断加快，正在贸易金融、供应链、社会公共服务、选举、司法存证、税务、物流、医疗健康、农业、能源等多个垂直行业探索应用。截止2019年8月，由全球各国政府推动的区块链项目数量达154项，主要涉及金融业、政府档案、数字资产管理、投票、政府采购、土地认证/不动产登记、医疗健康等领域。其中，荷兰、韩国、美国、英国、澳大利亚等国的政府推动项目数排名前五，在探索区块链技术研发与应用落地方面表现更加积极主动。2019年6月18日脸书(Facebook)牵头发布全球数字加密货币项目天秤座(Libra)的白皮书，天秤座(Libra)将作为一种简单、无国界的货币和为数十亿人服务的金融基础设施，为数十亿人提供无国界、低成本、普惠的金融服务。天秤座项目一经宣布就受到了全球界的关注与讨论，各国监管部门先后发声，显示出区块链技术在重塑全球金融基础设施方面的巨大潜力。

### 1.2 技术创新活跃，产业生态初现

开源方面，越来越多国外公司开始加入区块链源代码的开发和贡献中。据GitHub平台显示，从2010年至2018年逐步形成了围绕比特币(Bitcoin)、以太坊(Ethereum)、超级账本(Hyperledger)、瑞波(Ripple)等多个核心开源平台的公司及个人合作开发生态，同时国际上多个区块链行业联盟也应运而生，例如R3区块链联盟(Corda)、Linux基金会的超级账本Hyperledger区块链联盟、企业级以太坊联盟(EEA)等。其中，开源代码的贡献方面，美国引领了跨链互操作、多方可信计算、预言机、数字身份、隐私保护、智能合约语言等领域的技术走向。行业组织方面，企业积极参与合力推动技术和应用。美国、中国、欧盟、日本等国家或地区已成立14个区块链联盟/行业协会，一类为专注于技术推进的行业组织，如

R3、HyperLedger、EnterpriseEthereumAlliance；另一类为关注行业应用的行业组织，如区块链运输联盟、金链盟、版权区块链联盟等。其中，成员数量最多的分别是 R3Corda、区块链运输联盟、可信区块链推进计划。不同行业组织之间拥有较多数量的“公共成员”，说明各个组织间可能存在着合作、竞争、互补等方面的关系，吸引着成员企业同时参加。具体如下图所示，部分企业积极参加各类行业组织，推动区块链产业及技术发展，比如微软、华为、京东、Accenture 等。

## 2 拥抱基于工作量证明按劳分配的新生产关系

传统雇员社会正在消失，个体价值迅速崛起，组织呈现出更高的平台性和开放性。这一趋势挑战着传统人力资源管理模式的基本假设——企业的大部分工作主要依赖于组织内部的全职雇员来完成。

工作任务和企业组织正在分离，许多企业的工作范围已经超越了自营的边界，工作和工作者的概念早已不再有内外之别，呈现出高度的渗透性。我们如何重新认识多样化和云端化的全新工作模式。当组织边界被打破，工作不再仅仅由企业内部员工来胜任，而将通过多元化的工作主体和方式来完成。

### 2.1 趋势：工作思维的演进

我们的世界由很多盒子组成，企业是大盒子，各种工作是小盒子，盒子最里面是坐在工位上的员工。没错，这就是人类的工作方式。实际上我们的工作没有那么整齐划一，只不过关于工作我们的思维方式始终是大盒子套小盒子，至少以前一直是这样。

现在，曾经无比熟悉的盒子世界开始分崩离析了。不知道你是否听说过“非雇佣型工作”“自由工作者平台”或“人力资源市场中介”等时髦说法。这些词反映出一种新的趋势，即如今的工作和工作者正在经历“新生产关系”阶段。在有关未来工作方式的种种讨论中，很多管理者都没有注意这些表述的频繁出现。对他们来说，“非雇佣型工作”不过是委派给外部专业人士的任务。他们心想：“这些活儿和以前公司节省成本的做法有什么区别？不是与外包、临时项目承包和咨询顾问一回事吗。”的确，有时候这些概念很相似，但是这些新的工作方式正在深刻地改变着企业竞争和实现目标的方式。就像出租车行业被优步驾车服务排挤得毫无生存空间一样，忽视这一趋势的管理者未来也将蒙受巨大的风险和损失。

新商业生态将会在每一个行业和领域内颠覆企业的基本战略思维。我们身处的世界正在发生变化，企业管理者既不能退缩或感到惊讶，也不能把决策权拱手相让。管理者的任务是组织工作者实现企业的既定目标。他们必须开发相应的工具以便应对职场出现的新形势。如今，企业的工作者已不再局限于全职员工，而是广泛延伸到公司之外的自由职业者。这一变化创造的机遇是任何企业都不可忽视的。工作方式的这种变化很容易让人联想到员工多元化运动，即企业聘用人才时不考虑性别和种族出身等条件限制。新商业生态的机遇在于，企业可以在全球范围内寻找喜欢自雇型工作方式的自由工作者。如果你需要的是创新人才和创意型工作者，新商业生态绝对适合这样的企业。面对新工作时代令人眼花缭乱的故事和案例，管理者的问题在于缺乏有效的决策指导工具。这就像仰望天空看到群星闪耀但是没有天文学

知识引导一样令人苦恼。这些故事和案例只关注问题的两个方面，忽略了至关重要的第三种要素。

一些案例强调的是工作者的重要性。你肯定听说过临时工的恶劣待遇和企业对兼职员工的剥削，也听说过某个自由职业程序员在巴厘岛海滩上喝着饮料，每年轻松赚得10万美元，或是一群网络游戏爱好者参与解决棘手的艾滋病治疗问题。你暗自想公司能否也使用这样的员工，或者干脆自己也尝试一把。还有些案例强调的是委托工作的客户。你肯定听说过Netflix（美国一家影视租赁公司）的管理格言“我们不要合格的员工，只要卓越的员工”，听说过高露洁棕榄公司通过众包方式制作超级碗赛事广告的创意，以及只有几个员工的初创公司利用云技术实现全球协作的故事。你暗自想自己的公司能不能也用这种方式完成工作任务。

## 2.2 模型：新商业生态引领工作的决策框架

我们认为管理者需要用“地图”来彰显各种选择之间的关系，利用经线、纬线等维度做出精确定位。正如经度纬度可以为船只指明方向和行驶速度，这幅地图可以帮助管理者在新商业生态做出正确的企业决策。在引领工作的问题上，了解这幅地图的各种维度及其相互作用的方式有助于管理者更好地引导工作流程中的基本要素，通过新的组合方式更好地满足企业的战略、目标和需求。

我们的框架由两种密切相关的工具组成。第一种工具是工作方式定位器，它通过工作任务、组织结构和回报方式三个基本要素来定位工作方式。第二种工具是决策模型，用于描述管理者对前述要素的具体选择。犹如地图上的经纬刻度，这些要素之间的细微调整和组合不但能解密当今令人眼花缭乱的各种工作方式，而且能深化管理者对新型混合工作模式的认识，使其更好地满足企业的战略需求。这一框架的三大基本要素分别是工作任务、组织结构和回报方式。

1. 工作任务是指由工作者完成并交付给客户接收的产物，如软件编程、驾驶服务、标识设计、X光片解读，或是为治疗艾滋病研究蛋白质的最佳折叠方式等。

2. 组织结构是指工作、工作者和客户三者之间的关系。这种关系中是否存在一种以上的法律实体，如合作伙伴、人力资源平台或外包公司？如果存在，这些实体之间在信息、风险、决策权限和责任等方面的共享或共担程度有多高？

3. 回报方式是指工作者可以获得的劳动回报，如货币报酬、学习计划、经验积累、自豪感、炫耀资本，或是加入某个圈子的会员身份。

工作任务方面有三种选择：

- 分解性程度：选择最左侧，工作任务按传统职位划分；选择最右侧，工作任务被分解成若干小型单位，如项目、作业和微型作业。
- 扩散性程度：选择最左侧，工作任务需要在预先确定的时间、地点完成（如外科手术）；选择最右侧，工作任务可随时随地完成（例如只要有手机就能随时随地进行的网络型任务）。

- 脱离性程度：选择最左侧，工作条件、工作回报和制度规定全部按照传统全职工作制确定；选择最右侧，工作任务以其他方式完成（如虚拟市场、合作伙伴、人力资源平台、志愿者众包），远离全职工作制特征。

组织结构方面有以下四种选择：

- 渗透性程度：选择最左侧，工作任务仅限于组织内部完成；选择最右侧，工作任务同时存在于组织内部和外部，可通过渗透性组织边界自由流动。
- 互连性程度：选择最左侧，组织内部与外部断连，依靠内部关系和流程完成工作；选择最右侧，组织内外部实现多层次、多节点互连。
- 合作性程度：选择最左侧，组织结构具有排他性，与外部资源建立正式、保守、有距离的合作关系；选择最右侧，组织结构具有协作性，与外部资源建立互利互信、价值观共享的密切合作关系。
- 4. 灵活性程度？选择最左侧，组织结构高度稳定，组织形态从不发生变化，组织内容内外分明；选择最右侧，组织结构高度灵活，组织形态不断变化，可根据具体活动延展或收缩（如收购或剥离部分组织、外包内包、建立合作伙伴关系）。

回报方式方面有以下三种选择：

- 即时化程度：选择最左侧，工作回报以长期形式提供，如职务晋升、退休金或多年之后才能拿到的企业股权；选择最右侧，工作回报可快速兑现，如电子转账支付或是马上可以看到结果的电子竞技排名。
- 个性化程度：选择最左侧，所有工作者的回报方式一致，如工厂全体工人和资方议定的劳动协议；选择最右侧，每个工作者和工作团队的回报都彼此不同。
- 创造性程度：选择最左侧，工作回报非常传统，集中表现为工资、福利、工作条件和职业安全感等方面；选择最右侧，工作回报高度多样化，包括声望、目的感、精神性、乐趣性、名誉等多个方面。

## 2.3 实践：人力资源开发周期和引领工作框架

我们的引领工作框架不但可以指导工作方式的管理开发，还可以在新商业生态指导人力资源工作。对人力资源管理者来说这既是机遇又是挑战，对其他部门管理者来说，它意味着人力资源部门及其工作可以为他们带来更多惊喜。我们可以预见到人力资源工作的前景是高度乐观和充满影响力的，对企业实现发展目标至关重要。无论是全职员工、非全职员工还是在两种模式之间来回转换的混合型工作者，这一发展前景都同样适用。它不但把非全职工作纳入到人力资源管理领域，还对传统全职工作方式提出了新的观点，使其变得更具创造性、更加优化、更好地促进工作者和企业之间的互惠双赢。

## 2.4 成果:未来人力资源系统在引领工作中的成果

新商业生态引领工作对人力资源系统成果的影响,如同其对人力资源活动的影响一样显著而深远。

投入感指员工的承诺、忠诚、职业身份、工作热情,以及对工作关系的满意程度。领导力指确定愿景和价值观,激励下属,以及沟通战略和使命的能力。多样性指容纳差异,鼓励不同观点,支持具有不同特征、生活方式、职业和文化背景的工作者自由互动的组织环境。绩效指个体和群体创造的劳动成果,以及对这些成果进行评估、沟通和跟踪的各种系统。文化指工作环境中约定俗成的信仰、准则、价值观和习惯行为。这些成果以前总是侧重于企业领域,形成诸如员工投入感、岗位绩效、企业文化或某公司领导力这样的常见表达。我们以工作任务和工作者为基础阐述上述观点,以体现其更为深刻的、不但包含传统工作方式同时容纳新生产关系工作方式的新含义。

## 2.5 按劳分配:管理和利益相关方

工作方式多样化的出现为企业带来了一些困惑的问题。例如,当前的管理制度怎样适应这种变化?谁应当对工作负责?人力资源部门的传统角色是关注全职员工,企业管理者负责研究合资和建立伙伴关系等事宜,采购部门关心的问题是供应商和承包商。如果我们认为企业会随着机遇的出现和市场条件的变化自行研究这些选择,

那么前面提到的决策原则势必需要一个管理框架,一个可以确保连贯性和一致性、能够反映所有利益相关方及其角色的变化现实的管理框架。

## 2.6 基于工作量证明按劳分配

按劳分配是指凡是有劳动能力的人都应尽自己的能力为社会劳动,社会以劳动作为分配个人消费品的尺度,按照劳动者提供的劳动数量和质量分配个人消费品,等量劳动获取等量报酬,多劳多得,少劳少得,不劳动者不得食。

## 2.7 影响:与我们每一个相关

关于新商业生态我们需要考虑的关键问题包括:

- 它会剥削还是帮助工作者?
- 它对企业有利还是不利?
- 它能否带来经济效益的提高和财富的增长?
- 它是否对某些国家有利,对某些国家不利?
- 在此基础上,从个人和政府角度我们需要思考以下问题:
- 作为个人如何应对新商业生态?
- 我们的孩子应该为新商业生态做好哪些准备?

我们认为，以传统全职方式作为完成工作唯一手段的时代早已过去。这一趋势会为每一位工作者和民众带来混乱和不适。因此，我们很自然地会担心未来工作方式可能对下一代造成的影响。如果任由经济发展自行其道，造成的结果可能喜忧参半，无法保证资源投入的优化产出。反之，如果我们从集体和个体角度都发挥智慧积极应对，未来一定能扬长避短，实现利大于弊的崭新局面。毋庸置疑，积极投入变革管理永远强于在传统时代徘徊不前。

## 3 平台化组织：重构商业生态

### 3.1 市场、技术和人才的新趋势

随着时代发展以及技术的不断创新，市场、技术和人才领域的变化，呈现出不同于以往时期的新趋势。

● **市场领域：**在组织外部，用户需求正在发生快速变化，个性化消费逐渐兴起，市场的不确定性与日俱增；与此同时，用户希望通过市场交易满足一揽子多元化需求，而不仅是满足独立的需求；此外，共享经济发展非常迅速，改变了用户满足需求的方式。随着基本消费需求的满足，今天中国相当数量的消费者，已经发生了如下显著的变化：孤立分散-相互连接；孤陋寡闻-见多识广；千篇一律-与众不同；消极被动-积极主动。同时，随着制造能力的进一步提升，以及市场供需双方的信息不对称性逐渐削弱，用户需求将进一步主导产品的未来发展方向，进而改变供需双方在市场交易中的地位。例如汽车行业，随着汽车智能化和车联网的普及，用户需求不断改变，比如从通过“语音识别+VR”技术实现人车交互方便出行寻路，到通过车联网技术远程发动汽车，再到通过“物联网结合声呐”技术实现无人驾驶。

● **技术领域：**技术的突飞猛进为其它领域的革新提供了基础和保障。新技术及其应用，不断降低交易成本，更为大数据、深度学习等技术发展奠定了基础；同时，以云计算为代表的开放式架构技术也初露峥嵘，引发各行业对于共享和协作的无限遐想。以引入互联网技术和物联网技术的物流体系为例，根据 IDC 的估算，通过减少中间多余流通环节，电子商务服务可以为商家节省约 20%~30% 的物流成本。另一方面，大数据和深度学习，能够将日常行为中沉淀的数据转变成对消费者图像的描述和对消费行为的研究。

● **人才领域：**在组织内部，相较于前辈，新一代的员工希望在较短的时间内实现自我成就，最大化其市场价值；因此，他们会希望老板扮演“辅导者”的角色，要求上层能够充分放权，赋予其更大的灵活性。根据 BCG 在 2016 年针对千禧世代员工进行的调研发现，人才会将“希望工作生活能融合而非平衡”、“喜欢合作型企业文化而非竞争性文化”、“希望老板能提供很好的指导”、“重点是让世界更美好”作为其最关注的工作价值<sup>3</sup>。这充分体现出新一代员工希望通过企业实现自我价值，而非只是成为企业的一部分。更重要的是，过去组织内部的中层管理者，基于所掌握的信息去管理和领导一线员工；但新一代的员工已经被新兴技术所赋能，他们能比过去的企业员工掌握和处理更多的信息，这就使得企业必须要把决策权进一步向市场的前端去转移。华为“让听得见炮火的人来决策”

所指的正是这样一种情形。此外，随着数据重要性的持续上升，创业的门槛和成本也在快速下降。与工业时代主要基于物质资产（高资本投入）的创业不同，互联网时代的创业更多地是基于创意和数据（低资本投入）而进行的，这就导致了越来越多的社会成员可以基于共享、高效、低成本的互联网技术平台（云计算平台）和商业平台，更容易、更快速地启动一项新业务、新公司，并在很短时间里就有可能获取全球的上亿用户。

### 3.2 正在变化的企业运营方式

市场、技术及人才领域的新趋势，将显著改变企业的经营方式。

- 为积极应对市场变化，企业需要以客户为中心，通过各种试验性的举措来充分了解客户需求，与消费者共同创造价值。例如，用户关于出行的需求日益复杂，从出行时间、路径、愿意付出的成本、交通工具等方面，都有较大的差异。滴滴为了满足用户在不同场景下的出行需求，在出租车、专（快）车、顺风车、公交、代驾、试驾等各条业务线都积极布局；同时为提升用户在出行过程中，在安全、支付等方面的各种体验，滴滴积极接入移动支付工具、一键呼救、地理追踪等功能。滴滴不断推出新业务，接入新的合作伙伴，正体现了以客户为中心的企业理念。

- 人才领域：员工希望企业的长远目标能够与员工个人的价值实现和成功有机联系在一起；渴望进入走向成功的发展快车道。企业会顺应这种趋势，甚至会与员工建立起类似风险投资形式的合作关系，使得快速成功成为可能。在 ZORO，年轻设计师能获得充分的发展空间，而衡量其是否晋升、加薪的核心标准就是其所在产品小组的业绩指标。而 80、90 后的年轻人在韩都衣舍成为产品小组组长、品牌掌门人的例子更是不胜枚举。

### 3.3 “平台化组织”的主要特征

基于丰富的组织管理知识，结合针对多家行业公司的访谈成果，ABEL 发现并提炼出了平台化企业组织的四大重要特征：大量自主小前端、大规模支撑平台、多元的生态体系，以及自下而上的创业精神。未来组织最重要的功能将是赋能，而不再是管理或激励。

### 3.4 多边协同的平台化治理

平台化组织由于其在结构上双边乃至多边互动的关系（特别是众多互联网平台的业务形态都是“非自营”），天然地需要“多边治理”而非“单向化的管理”。比如，一些在企业内部大量发展小前端的平台组织，就面临如何变革自身的财务管理，以适应大量业务小前端所带来的问题，这属于组织平台化所带来的内部治理问题。组织平台化在治理上所带来的更突出问题，还在于互联网平台外部。

过去工业时代政府部门对市场运行的管理体系，基本上都是围绕企业端（供给端）来展开的。但是正如一些学者的研究所指出的，众多互联网平台的出现，在需求端汇聚、激发了海量的个性化需求，在供给端则实现了大众化的海量供给，每一位互联网用

户都有很低的门槛可以成为潜在的供给方。这就使传统的“生产者与消费者”的二元划分面临了极大的挑战。

目前的技术和组织发展，已经使大规模生产更加容易。这种转变的缘起，是人们对企业的重新认识。以往将企业看作充斥着线性因果关系的机械产物，这种看法随着复杂科学与生态学的发展，逐渐被复杂生态系统的视角所取代。企业内外部都被看作互相连接的生态系统的组成部分，企业的发展也不仅仅遵循“1+1=2”的线性规律，而更多考虑与整个环境的互动以及企业的重新定位。新的管理学理念为组织形式的变革提供了思想基础。这种转变的发生，源于企业的勇敢尝试。我们不仅看到新兴企业采用不同的组织形式来管理企业，还看到传统企业不畏艰难，勇于转型的决心和毅力。他们的积极尝试为组织形式的变革提供了鲜活的素材和经验，为组织未来的发展提供了重要借鉴。海尔面向互联网转型的探索，已成为哈佛大学等国际知名院校的教学案例，管理大师加里·哈默教授也认为：“现在通用是全球先驱型公司中的执牛耳者，正在为后科层制时代和互联网时代重新塑造管理学的面貌。”这种转变仍将持续进行下去。相较于在线性体系下的“标准答案”，在新的环境和新的管理学理念下，企业必须将其目标转变为寻求“参考答案”。不断根据环境变化和自身发展状况，对组织变革进行修正，对内部流程进行梳理，将成为企业发展的常态。

## 4 拥抱区块链社交网络：地位及服务（SaaS）

### 4.1 寻求地位的猴子

“一个众所周知的事实是，拥有少量财富的人，肯定想要更多的社会资本。”

简·奥斯汀（Jane Austen，英国女小说家，《傲慢与偏见》作者）就是这样写的。

我想，如果她能生在我们现在的时代，她也会这样说。

让我们从两个原则开始：

**人是追求地位的猴子**

**人会寻找最有效的途径，来最大化自己的社会资本**

很少有人会质疑这两个关于人性的观察，所以我从这里开始分析。

关于社交网络的分析很多，但很少看到有人从地位或社会资本的角度，对世界上一些规模最大、发展最快的公司建立的社交网络进行分析。

这在某种程度上是测量的问题。数字给人一种具备合法性和可信度的感觉。长期以来，我们都有相应的方法来计算和衡量金融资本及其流动。

很多金融财经类的专业网站、报纸和大量机构都能精确地报道货币的价格和资金流动情况。

但是，我们没有这样的方法来衡量社会资本的价值和流动，至少没有一种相对准确性或精确性的方法。

除了用户数量之外，如果有更好的衡量指标的话，借助各种图表，就能给分析增加一种智力上的份量感。

我们研究的大多数社交媒体网络，产生的社会资本比实际的金融资本多得多，尤其是在它们发展的早期阶段。

从社会资本的角度出发，可以解释社交网络为何会失去热度、停滞不前，有时甚至完全消失。虽然我们可能无法量化社会资本，但作为高度协调的社会生物，我们可以感觉到它的存在。

在许多方面，社会资本要比金融资本更加领先。对它的性质进行更多的研究，不仅是一个好的投资或商业实践，也有助于解释各种不合理的网络行为。

在过去的几年中，对软件即服务(SaaS)业务的分析已经取得了很大的进展。但在社交网络上并没有这么多。

在我看来，现在对社交网络的分析，就像是保罗·罗默(PaulRomer，2018年诺贝尔经济学奖得主)关于内生技术变革(endogenous technological change)的论文发表之前的经济增长理论。

如果我们将社交网络视为 SaaS 业务，就可以揭开社交网络的神秘面纱了，但这里的 S 不是软件 (software)，而是地位 (status)。

## 4.2 传统的网络效应模型

成功的社交网络的一个基本经验是，当用户很少时，它们必须先吸引人们进入。这通常是通过某种单个用户就能使用的实用程序来实现的。这是典型的社交冷启动问题，也是一种传统的先有鸡还是先有蛋的问题。在社交网络场景中，这其实是有答案的：先有一只鸡，然后是另一只鸡，然后是另一只鸡，以此类推。更难回答的问题是，为什么第一只鸡在周围没有其他鸡的时候出现了，并且留了下来，以及为什么其他的鸡也跟着出现了

第二个基本经验是，社交网络必须具有强大的网络效应。这样，随着越来越多的用户加入进来，网络就进入了一个积极的增长飞轮。积极的网络效应会带来复合价值，导致高速增长，投资者和员工都能从中看到美元符号。克里斯·迪克森 (ChrisDixon) 写道，“为工具而来，为了网络而留下”，也许是最令人难忘的格言。

这种观察，也干净利落地移植到了社交网络上。它是直观的，并且包含了一个诱人的数学公式，解释了为什么社交网络会快速增长。但深入挖掘后，仍然存在许多问题。

- 为什么一些大型社交网络会突然消失，或者被新的小型社交网络所取代？
- 为什么一些拥有优秀的单人工具的新社交网络未能转化为网络，而其他一些看似无聊的网络却能实现飞跃发展？

- 为什么有些网络有了更多的用户，却失去了价值？
- 是什么决定了不同的网络在不同的用户基础上停滞不前？
- 为什么一些网络很容易跨越国家边界，而另一些网络却被锁定在特定的国家？

如果梅特卡夫定律成立，为什么 Facebook 许多其他的社交网络功能复制品失败了，而一些成功了，比如 InstagramStories？

解释这些问题，需要从社会资本理论入手。

**即人是追求地位的猴子，总是试图以最有效的方式寻求更多的社会资本。**

想要更好地理解一个成功的社交网络如何创建一个值得玩的地位游戏？可以用加密货币来进行类比。

### 4.3 社交网络作为一个 ICO

一个新的社交网络与 ICO 有什么相似之处？

- 1、每一个新的社会网络都会发布一种新的社会资本形式，这是一种代币 (token)。
- 2、你必须出示工作证明才能获得代币。
- 3、随着时间的推移，在每个社交网络上挖掘新的代币变得越来越困难，从而造成内在的稀缺性。
- 4、许多人，尤其是老年人，对社交网络和加密货币都嗤之以鼻。

“为什么有人关心你午餐吃了什么？”是对社交网络的典型批评，但这种批评会随着时间而消失。无论是社交网络还是 ICO，都会让怀疑者抓狂，因为它们看上去似乎都是无中生有地创造价值。

几年前，我在一个朋友家里，他正在上高中的女儿在楼上和同学在一起玩。当我们大人在楼下的厨房里喝酒，等着烤箱里的晚餐做好时，我们听到楼上传来音乐，还有跺脚和咯咯的笑声。

当我们叫他们下来吃晚饭时，我问他们吵闹什么。我朋友的女儿骄傲地举起她的手机，给我看他们发布在一个叫 Musical.ly 的应用上的视频，里面是他们跟随音乐假唱和跳舞的画面。他们排练的次数多得数不清，脸上布满汗水，灯光照上闪闪发亮，因为过分用力，导致气喘吁吁。

获得工作证明的过程也是如此。从文学到电影，现有的媒体已经很好地覆盖了成年人的地位游戏。随着时间的推移，我们曾经熟悉的儿童时期的游戏，开始从我们的记忆中消失，它的现代形式已经被社交媒体彻底改变。其他的例子也比比皆是。也许你已经在 Quora 或 Reddit 上阅读了随便一个人给出的长长的、深思熟虑的回复，或者一夜又一夜在 YouTube 上看某些视频博主发布的视频，或者听说了知名的 Vine 大 V 们住在一起，互相帮助拍摄和编辑 6 秒钟的视频。虽然你可以将比特币挖掘外包给计算机，但人们仍然在社交网络上通过自己的血汗和泪水挖掘社会资本。如果你花时间与当今的年轻人打交道，你会看到一个青少

年在 Instagram 上发布最讨人喜欢的自拍照之前，足足拍了几十张，但是如果第一个小时内没有收集到足够的赞，就会把它删掉。这是工作证明的另一个例子。

几乎所有知名的社交网络，在发展早期，用户获得工作证明时都有障碍。

对于 Facebook 来说，需要发布了一些诙谐有趣的文本状态。对于 Instagram 来说，需要发布一张有趣的方形照片。对 Vine 来说，是一个有趣的 6 秒视频。对于 Twitter 来说，是一段 140 个字符或更少的有趣文本。Pinterest? Pin 一张引人注目的照片。成功的社交网络，不会在一开始就提出太多问题，它们通常很清楚自己想从你这里得到什么。

如果你很早就加入了这些社交网络中的一个，你就会知道，相对而言，早期的时候，在社交资本(粉丝、喜欢等)方面领先其他人会更容易。一些在 Twitter 早期被网络推荐为建议关注的人，粉丝人数达到了 7 位数，就像 Musical.ly 和 Vine 早期的大 V 们积累了大量的粉丝一样。关注你的人越多，你就会因为排行榜和推荐算法以及其他常见的发现机制，获得越多的粉丝。的确，随着越来越多的人加入到一个社交网络，整体上会有更多的社会资本可供争夺。然而，一般来说，如果你后来加入了一个社交网络，除非你带来了难以置信的外部社会资本，比如泰勒·斯威夫特 (TaylorSwift) 可以加入地球上任何一个社交网络，并立即吸引大量的粉丝。否则关注度的竞争将比一开始时更加激烈。每个人都对游戏的运作有了更多的了解，竞争也会更加激烈。

#### 4.4 工作证明为何重要

为什么工作证明对社交网络很重要？如果人们想最大化社会资本，为什么不让它变得尽可能容易获得呢？和加密货币一样，如果这么简单，它就一文不值了。价值与稀缺性相关，社交网络上的稀缺性源于工作证明。如果没有技能和努力去挖掘它，那么地位就没有多大价值。这并不是说，一个社交网络可以让很多用户表现得很好就不是一个有用的网络了。但是相对地位的竞争，仍然会激励着人们。回想一下我们的第一个原则：**人是追求地位的猴子。**

地位是一个相对的阶梯。根据定义，如果每个人都能获得某种特定类型的地位，那么这根本就不是地位，而是一个参与的奖杯。社交网络会创造获得粉丝和地位的障碍，这些障碍很多人都不容易清除。然而，对于一些人，尤其是青少年，尤其是女孩，这是一个赢起来相对不那么难的地位游戏。

所以他们蜂拥而至，因为根据我们的第二个原则，人们会寻找最有效的方式来积累最大化的社会资本。重要的是，不是每个人都能用这样的技巧说俏皮话。这给了 Twitter 自己的工作证明，随着时间的推移，随着反馈环的旋转和收紧，推文的整体质量有所提高。随着每个人相互学习和竞争，最受欢迎的策略会越来越地被纳入人们的信息时间轴中。

今天刷 Twitter，几乎没有任何推文是 Twitter 青春期前尴尬岁月的日常生活更新。我们现在处于 Twitter 发展后期的表演阶段，几乎每一条推文都渴望得到收藏和转发，每个人都是训练有素的评论员或喜剧演员。无害的状态更新 Twitter 是一个不那么有需求的场景，也不是什么大事件。尽管如此，有时候我还是会怀念那些平静的日子，那时候并不是每条推文都渴望被人关注。

**对地位的渴望，是一种潜在的能量。它是“地位即服务”业务的命脉。**为了成功地在市场上开拓出独特的领域，社交网络提供了它们自己独特的地位象征，这需要人们通过一些独特

的工作证明来获得。相反，让我们来看看像 Prisma 这样的东西，一个试图转变成社交网络的照片滤镜应用。Prisma 一经推出就大受欢迎，因为它让你的一张照片变成一幅带有神经网络滤镜的美术画，变得非常简单，唾手可得。效果不错。太好了。但正是因为几乎任何一张照片，只需轻轻一点就可以变成一幅华丽的画作，所以没有一张照片能真正脱颖而出。

这个产品中，明星是滤镜，而不是用户，所以关于任何一个人或者其他，是没有意义的。没有差异化的技能元素，就不存在地位游戏或基于技能的网络框架。所以，它是一个未能成为“地位即服务”的应用程序。

相比之下，尽管早期的 Instagram 滤镜改善了当时有限的智能手机照片的质量，但这些照片的质量在很大程度上仍然取决于摄影师。构图，主题的选择，这些仍然来自摄影师的手艺，没有任何滤镜可以将一张糟糕的照片转变为杰作。因此，为了回答之前关于新社交网络如何立足的问题，让我们补充一点：**新的“地位即服务”业务必须设计一些工作证明，这取决于用一些实际的技能来区分不同的用户。**如果是这样的话，那么它就像 ICO 一样，创造出一种对用户有价值的新型社会资本货币。这并不是社交网络获得成功的唯一途径。如前所述，你可以围绕效用或娱乐构建一个网络。然而，地位的增加，有助于我们解释为什么有些网络似乎没有提供什么有意义的效用，仍然可以获得发展动力。

## 4.5 社会资本——金融资本交换

历史上一些规模最大、价值最高的公司之所以能如此迅速地建立起来，部分原因在于它们创造了地位游戏，这应该足以让你相信社会资本的存在和价值。由于我们生活在社交媒体时代，我们生活在或许是文明史上社会资本资产的巅峰时期。

然而，正如前面提到的，研究它的挑战之一是我们没有一致的定义，如何衡量它，从而来跟踪它的流动。我还没有找到一个关于社会资本的清晰定义，但可以把它看作是源于人际网络的资本。事实上，当谈到社会资本时，我对所有读者都有深深的信心，就像最高法院大法官波特·斯图尔特(Potter Stewart)曾经说过的：“当你看到色情作品时，你就知道它是什么”。

但更重要的是，作为社会资本的暗物质，可以通过那些将其转化为更为熟悉的价值储存的交换而被发现。如果你曾经向邻居借过一杯牛奶，或者请他们照看你的孩子一个下午，你就会知道社会资本的价值。

如果你生活在人类历史的早期阶段，当人们在小型游牧部落中四处迁徙，经常用棍棒和石头打死其他部落的人时，你也知道社会资本的价值。有它在，你能得到保护，没有它，你会遭受暴力伤害。也许发现社会资本最简单的方法，就是观察人们用社会资本交换金融资本的地方。随着社交网络的成熟，我们看到促进这些交流的基础设施取得了长足的进步。这些交易，让我们能够为社会资本分配有形价值，就像人们理解无形资产的价值一样，比如在公开市场上出售的魔兽世界账号和角色。也许最经常被引用的社会资本-金钱资本交换的例子，就是 Instagram 和 YouTube 上的有影响力的人所做的那种交换。

我曾遇到过一些模特，在另一种生活中，她们可能会在 Abercrombie 和 Fitch 门口行凶抢劫，或者在洛杉矶某家高档餐厅的前门工作，但现在她们每年却因张贴自己在某个度假胜地豪饮、穿着和使用特定赞助商产品的照片而赚取超过 7 位数的收入。

**这说明了，上游已经发生了一些用社会资本换取金钱资本的交易。重塑分配，你就重塑了世界。**同样，我们看到的是另一个方向。人们在 Twitter 上购买成千上万的粉丝，是用金钱资本换取社会资本最好的例子之一。随后，这种社会资本可以通过多种方式转化为金钱资本，包括有偿发帖。根据两个方向的相对价值，可能会有套利行为。一家备受嘲笑的在线公司 Klout，试图更精确地跟踪网民的社会资本价值，但就像真正富有的人嘲笑暴发户是笨拙的一样，许多人发现这种明显的测量方法不合适。然而，这些人中的大多数都在网上努力争取社会资本。所以，地位游戏本身就是一个地位游戏本身应有的样子。

由于各种文化和背景原因，在亚洲的货币化模式各不相同，因此亚洲对社会资本的估值更为清晰。在那里，许多社交网络允许你直接将你的社会资本转化为金钱资本，而不必离开网络。

## 4.6 结论：每个人都想统治世界

用欧比-万·克诺比 (Obi-Wan Kenobi) 的不朽名言来说，“原力是绝地武士力量的源泉。它是所有生物创造的一个能量场，包围并渗透着我们。有着凝聚整个星系的能量。”许多大型科技公司，在某种程度上是服务型企业，这一点很少被讨论。大多数人不喜欢承认自己受地位的驱使，很少有首席执行官会承认公司做的工作是在“轻抚”人们的自尊心。从用户的角度来看，人们开始越来越多地谈论，在他们手机上通过社交应用程序玩一个始终在线的地位游戏会带来的毁灭性影响。如果我在这方面有什么建议可以提供，那就是：如果你想控制自己的幸福，不要把它和别人的记分牌联系在一起。整个互联网的很大一部分，都是建立在社会资本的基础上的，还有像声誉这样的无形激励。如果我们认为这些社交网络只是信息交易的市场，而不是地位交易市场，那么我们只是看到了这个机器的一部分。

# 5 阿贝尔公链 (ABEL Network) 解决方案

## 5.1 阿贝尔公链 (Abel Network) 定义

阿贝尔公链 (Abel Network) 是由英国区块链产业联盟 (UK blockchain Industry Alliance) 联合多国极客共同开发的具有划时代意义的公链项目。

Abel Network 致力于搭建一个全球共用的、去中心化的数字货币体系。阿贝尔通过构建全新的生产关系，让人们以最有效的途径来最大化自己的社会资本。

ABEL 立志为所有人创造“无差别按劳分配”，让每个 ABEL 的参与者都能有权通过自己的努力定期获得收入，而不需要投入任何资本。我们希望通过这种方式，在一定程度上纠正当前财富分配机制，每个人都能通过贡献，获得有尊严的收入。

ABEL 的低门槛参与，对早期用户极其友好，实现可以让数亿人的手机挖矿，不消耗电力，几乎不占用 CPU 和网速。人人低成本，并拥有长期稳定收入的数字货币。任何人只要是用手机下载官网的 APP 即可开始挖矿。

## 5.2 ABELToken 通证

ABEL 是阿贝尔公链的 Token，是阿贝尔公链全球用户工作量证明的唯一凭证。

ABEL 的总发行量为 21 亿，将由以下三部分组成；挖矿收益、质押收益、创始团队收益。

来自于	数量（枚）	比例	说明
POW 挖矿	10 亿	47.61%	来自于挖矿的产出和挖矿裂变激励产出
POS 挖矿	9 亿	42.85%	只有节点才能参与质押
创始团队	0.8 亿	3.8%	归创始团队所有，按照项目进度给创始团队进行动态分配和确权。
生态基金	1.2 亿	5.71%	ABEL 生态基金是 Abel Network 生态发展的重要基础，也是社区发展和生态建设的基础保障。

## 5.3 业务模式

### ➤ 挖矿

用户通过下载 APP 进行实名制认证之后开启挖矿，通过挖矿生成 ABEL 和通过裂变提升算力生成更多的 ABEL。

### ➤ 交易

开启内部转账之后，ABEL 用户之间可以自由转账，自由交易。全新的商业生态，将于赋予 ABEL 丰富的价值。

### ➤ 变现

利用平台的流量优势搭载商业生态的收益（100%）按照持币量进行分配（收益/发行量\*拥有的 ABEL 数量）。

## 5.4 Token 的产生

### 5.4.1 ABEL 用户身份

作为 ABEL 的用户，早期可以扮演三个角色：

#### 5.4.1.1 矿工

注册完成就是 ABEL 矿工，矿工在曙光阶段可以参与 POW 挖矿获得代币奖励；进入烈焰阶段后，可以参与 POS 挖矿获得更多的代币奖励。

### 5.4.1.2 布道者（裂变者）

我们鼓励用户为 ABEL 生态主动宣传赋能。用户通过邀请其他用户参与到 ABEL 生态的建设当中，可以获得额外奖励。

### 5.4.1.3 节点

我们鼓励更多用户争取成为节点的可能，节点是 ABEL 生态发展的发动机，也在 ABEL 发展的过程中爆发出惊人的力量。每一个节点都是 ABEL 生态的重要组成部分。在炽焰阶段，节点可以通过邀请用户投票获得收益；未来的发展中，节点会起到更加重要的作用，也会有获取更多收益的。

## 5.5 交易：地位及服务（SaaS）

### 5.5.1 ABEL 的去中心化金融网络

金融交易中的信息不对等、交易费用、匹配效率、规模经济、风险管控等等因素决定了中介存在的必要性,因此金融中介成为了金融交易中的“中心化”机构。

而区块链在金融行业上的应用,为金融行业开辟出了一条新的道路,组成了去中心化金融的局面,我们利用区块链的技术将资金的资产端、资金端、交易端都发生了变化。

新兴的金融体系，建构区块链金融生态

自主控制个人财富和数据，任何个体都能参与金融活动

更广泛的全球金融服务:去中心化金融使任何人都可以通过互联网或智能手机来获得金融服务。目前传统金融领域对用户的门槛要求很高，在身份，财富和地域方面都有严格的把控。去中心化金融体系中金融公司的金牌交易员与印度偏远地区的农民享受到的服务是没有区别的。

经济实惠的跨境支付:去中心化金融的中间省略了昂贵的中介机构费用，有效降低了国际汇款的成本。

隐私性和安全性的提升:在去中心化金融系统中，由用户保管自己的财产，且无需中央方验证就可进行安全交易。与此同时，在传统金融领域里，托管机构负责保管用户的财产和信息，一旦发生泄漏，后果不堪想象。

交易的抗审查性:去中心化金融确保交易是不可被更改的。区块链无法被中心化机构所关闭。

例如，在一些治理不善或政治因素不稳定的国家，人们可以使用去中心化金融来保护自己的财产。

操作简单易懂：中心化机构的流程过于复杂繁琐，去中心化金融可以为用户提供更为简单便捷的服务。

### 5.5.2 ABEL 的 MCN 交易网络

MCN (Multi-ChannelNetwork) 媒体内容生产者都想要得到公众的注意力，以实现他们自己的目的。ABEL 构建了庞大的注意力市场，并鼓励矿工、布道者或节点扮演新的角色，汇聚集体注意力。社交媒体在互联网时代蓬勃发展，爆发出令人眩目的能量。而在一个全球矿工利益高度一致的区块链新经济时代，会赋予社交媒体更值得期待的价值。

处于 MCN 行业上游的是内容方，包括 UGC (用户生产者)、PGC (专业生产者)、PUGC (专业用户生产者)，是整个产业链条的核心。我们为了挖掘更多的内容创造者提供注意力支持，内容创作者可以申请代币发行，通过优质的产品，潜能，激情发行 UToken 其他用户利用 ABEL 进行投资；其他用户可以购买发行的用户发行的权证，并享受其用户时间交易产生的收入或者其他收入的提成。同时构建基于时间交易收入发行代币的 UToken 交易的一级市场和二级市场。

### 5.5.3 ABEL 的时间交易网络

基于对用户提供的的时间、技能、服务或商品的交易记录和交付过程化存证实现对个人或组织价值的评估，能够降低购买者的成本，用户可以销售和购买用户的时间，产品，技能、服务或商品并按照市场的定价交易时间；

用户可以申请代币发行，通过优质的产品，潜能发行 UToken 其他用户利用 ABEL 进行投资；其他用户可以购买发行的用户发行的权证，并享受其用户时间交易产生的收入或者其他收入的提成。同时构建基于时间交易收入代币的 UToken 交易的一级市场和二级市场。

我们希望 ABEL 成员未来能够贡献自己独特的技能、服务或商品。在由矿工、布道者或节点相互关联的网络生态里，相比陌生的互联网生态，交易双方作恶成本急剧增加，可以预见，将会大幅度降低在线交易作恶的可能性；真实的关联关系也会为买卖双方提供真实有效的背书，引导在线交易市场良性发展。与互联网在线交易生态相比，每一个 ABEL 成员都置身于可信的环境之下，交易体验将会大幅度提高。

### 5.5.4 ABEL 的社交电商网络

传统电商人到中年，红利将尽，获客成本攀升。移动社交蓬勃发展，流量价值凸显，将社交与电商融合的商业模式为电商企业降低引流成本提供了良好的解决方案。社交电商电商行业站上风口，众多企业纷纷入局，行业规模快速增长。与传统电商相比，社交电商拥有发现式购买、去中心化、场景丰富等独特优势，用户既是购买者，也是推荐者。具体来看，社交电商主要有以下三个方面的优势：1) 依托社交裂变降低引流成本，提升用户粘性；2) 多维交互式产业链，可实现零库存分销、精准营销、C2B 定制从而提升供应链效率；3) 去中心化传播网络，为中小供应商发展提供广阔空间。

按照流量获取方式和运营模式的不同，目前社交电商可以分为拼购类、会员制、社区团购和内容类四种，其中拼购类、会员制和社区团购均以强社交关系下的熟人网络为基础，通过价格优惠、分销奖励等方式引导用户进行自主传播；内容类社交电商则起源于弱社交关系下的社交社区，通过优质内容与商品形成协同，吸引用户购买。未来随着行业的不断发展，有可能涌现出更多社交与电商相结合的创新模式。

社交电商本质上是电商行业营销模式与销售渠道的一种创新，凭借社交网络进行引流的商业模式在中短期内为社交电商的高速发展提供了保证。但这种模式的创新并非难以复制，无法成为企业的核心竞争壁垒。对于消费者来说，无论采用什么营销方式，商品的物美价廉和配送服务的快速高效才是其能否对平台产生忠诚度、愿意持续复购的关键。随着行业竞争加剧，社交流量的投入带来用户增长的边际效应将逐步降低，对社交电商平台精细化运营及供应链能力将提出更多挑战。

ABEL 的社交电商网络是基于计划的事件驱动式网络，通过 ABEL Token 构建的社交网络和智能合约体系，解决交易者之间的信任问题，个性化消费和标准化生产的问题。通过消费者的个性化的消费计划提交，通过期现货的方式实现反向定价，然后指导工厂或农场做生产计划指导。

### 5.5.5 ABEL 的生态孵化网络

区块链咨询的业务分战略孵化和技术孵化两大类型，其中战略孵化业务常见包括：区块链认知体系、业务适用度评估、区块链战略规划、生态稳定性预测、及全方位风险评估；技术孵化业务包括：标准积分平台接入、产业改造整体架构、开发团队技术培训、智能合约安全评估、以及底层公链研发支持。通过整体化的服务，优化价值发现，建立有效区块链业务机制，最终实现产业增效，进而获得价值回报。

ABEL 可以实现技术、社区、用户共享；更广泛的分散应用生态系统的土壤。

矿工可以基于自身优质的服务、技能发行 UToken 。

## 5.6 变现：新的按劳分配体系

ABEL 的变现来自于平台的商业收益利润的按比例分配。

### 5.6.1 平台的商业收益利润

基准价格=营业利润/ABEL Token（已挖矿+确权给创始团队的）量

基于平台产生的营收的利润 100%对拥有 ABEL Token 的人进行分配分配的公式如下: 用户变现金额=营业利润/ABEL Token (已挖矿+确权给创始团队的) 量 X 拥有 ABEL Token 数量

### 5.6.2 投资的商业收益利润

基于投资用户产生的营收的一定比例按照 ABELToken 的投资数量进行分配:

用户变现金额=营收/发行的量 X 购买的发行 UToken (UToken 用户个人代币发行) 的数量

## 6 ABEL 开放平台: DAPP 孵化平台

今天, 任何想要启动应用程序的人都需要从头开始引导其技术基础架构和社区。ABEL 的 DAPP 孵化平台将允许 DAPP 开发人员利用 ABEL 的现有基础架构以及社区和用户的共享资源。

企业家和开发人员可以通过访问网络共享资源的请求向社区提出新的 DAPPS。

ABEL 还将建立具有一定程度互操作性的 DAPPS, 以便 DAPPS 能够在其他分散的应用程序中引用数据, 资产和流程。

## 7 发展路线图: 新商业文明演进

ABEL 的发展进度规划:

第一阶段: 曙光 (Dawn)

启动 POW 挖矿, 所有用户可零成本参与挖矿;

第二阶段: 烈焰 (Blaze)

挖矿产出 10 亿之后停止 POW 挖矿, 开启 C2C 交易; 9 亿 ABEL 转为 POS 质押产出; 12 亿之后启动主网, 开始进入商业探索期;

第三阶段: 摧毁 (Destruction)

ABEL 产出总量达到 15 亿之后开始分红, 所有商业利润 100%分给 ABEL 代币持有者, 彻底摧毁大工业时代延续数百年的分配机制, 区块链 3.0 雏形初现;

第四阶段: 重构 (Reconstruction)

ABEL 生态建构了全新的生产关系, 财富重新分配, “工作”会被重新定义, 推动新型文明的建立。

## 8 项目愿景：无差别按劳分配

我们认为，ABEL 每一阶段的成功都离不开 ABEL 成员的贡献。每个人所付出的努力都会得到应有的回报。我们数以亿计的用户，日复一日的在 Amazon 上产生交易，或者在 Twitter 上浏览信息，我们提供了真实的数据，真实的流量，真实的价值，在互联网的商业生态中，却只成就了少量亿万富豪。这样的分配模型显然不合理。

ABEL 所代表的工作，出现在生产资料极为丰富的今天，人们开始恢复到人的本质——自由有意识的活动。Token 经济的本质，是金融的权利被技术穿透，技术进步带来的天赋人权，每个人都能够认识到自己在商业生态中所做的贡献，并且理直气壮的得到相应的回报。无差别按劳分配，是铲平人类社会结构的最效率的工具。在人类文明变迁过程中，我们最终要经历一个痛苦的变化过程，经历一个看破谎言、戳穿虚伪、碾平组织结构的巨大的历史进程。

工业革命以来形成的工作将会被彻底颠覆，文明的进程无可阻挡。在新老交替时期，从来都是新玩家以超过 1000 倍的力量碾压旧势力。文明的车轮滚滚向前，不容质疑，不容犹豫，不容思考。

在新的工作中，用户的话语权会得到史无前例的提升，不再被野心勃勃的资本家和企业家所欺骗。ABEL 生态里，没有“公司”和“股东”，只有 ABEL 成员。所有在 ABEL 生态里产生的商业行为，收益由所有 ABEL 成员共享。而 ABEL 成员所做出的贡献，已经在前期通过承担矿工、布道者和节点的角色获得不同的回报，并通过持有代币予以确认，不可逆转，不可篡改。

生产资料充裕的年代，共识将来自于独立意志。

**而独立形成的共识，是新型文明的标志。**