



# Uptick Consumer Ecosystem: Connecting IP Value, Fan Economy, and Digital Creativity to the Global Digital Economy

## 消费者生态系统的崛起：将知识产权价值、粉丝经济和数字创意与全球联系起来.....

### 消费者生态系统上升：将知识产权价值、粉丝经济和数字创意与全球数字经济联系起来

这些场景有一个共同的特点：它们已经在创造真正的价值和情感联系，但长期以来，这些价值一直难以标准化和透明地记录，使知识产权所有者更难以运营和不断放大。

我们已经完成了核心产品和技术基础设施的开发。我们现在正进入下一阶段：与品牌、IP所有者、内容创作者和商业合作伙伴合作，将这些功能引入现实场景，共同构建实际用例，并验证消费者端数字经济的潜力。

我们认为，真正有价值的数字经济不应该简单地以不同的形式将传统产品上线。真正值得数字化的是那些已经创造了真正价值和情感联系的场景。IP限量版发布、粉丝福利、数字收藏品和内容消费是最具代表性的例子。

知识产权、粉丝和创意内容正在成为数字经济中最具活力的价值创造领域。过去，当人们谈论IP货币化时，他们通常会想到商品、门票销售或广告收入。但是，如果数字经济真的要进入主流消费场景，那么还有一个更大的市场等待解锁，包括限量版、数字盲盒、短剧、票根经济、数字纸牌游戏，以及知识产权所有者、品牌、创作者和消费者之间不断创造的真实联系和情感价值。

Uptick正在围绕消费者场景构建完整的数字基础设施，使IP价值、粉丝关系和创意内容从零散的传统系统转移到数字世界。这使他们能够更清楚地表达权利和利益，更透明的发行机制，更有效的运营模式，以及未来更广泛的价值流通潜力。

### 我们为什么要建立消费者生态系统？

一个IP角色可以拥有数百万粉丝。一场音乐会可以让成千上万的人聚集在一起。一部短剧可以产生数亿的观看次数。纸牌游戏可以让玩家沉浸在整个虚构世界中。这些场景包括内容、用户、情感联系以及持续的消费和互动。

场景本身并不缺乏价值。缺少的是能够看到、验证、操作和不断放大这一价值的基础设施。

这就是为什么Uptick选择专注于消费者端的数字经济。我们并不是想让消费者的情景变得越来越复杂。相反，通过数字化、数据和区块链基础设施，我们的目标是使知识产权价值、粉丝关系和创意内容更加透明和标准化，同时更容易与世界各地的用户建立联系。



- 集成短剧平台：将内容制作、促销发行、绩效评估和粉丝参与连接到一个完整的运营循环中；
- 票根经济：使用单个票根连接活动的整个生命周期，并将一次性购买转化为可以长期运营的粉丝资产；

这些模块不是独立的产品。它们对应于IP和粉丝经济生命周期的不同阶段。简而言之：

Raredrop让品牌活动更具影响力，UptickBox让IP衍生品更容易推出，短篇戏剧平台扩展了内容覆盖范围，票根经济让粉丝保持参与，数字纸牌游戏让用户玩游戏。这是Uptick消费者生态系统战略的核心。

对于限量版营销，答案必须来自透明的机制。当一个品牌宣布在全球范围内仅发布1000台时，消费者只能接受该品牌的说法。当盲盒活动发布获胜概率时，消费者通常没有实际的方法来验证规则是否得到实际遵守。这些可能看起来像广告系列的细节，但随着时间的推移，它们会直接影响消费者对品牌的信任。

问题在于，这些价值观长期存在于支离破碎的传统产业体系中。知识产权所有者可能具有很强的品牌影响力，但仍然依靠传统渠道来分销商品，同时承担重大的库存风险。活动组织者花费大量资金来吸引观众，但通常在活动结束后难以维持关系。短篇戏剧制作人在内容制作方面投入巨资，而发行和推广仍然依赖于中介机构。粉丝们想表达他们对知识产权的热情，但往往局限于被动消费，而不是有意义的参与。

## Uptick构建的不仅仅是单个产品

消费者方面的数字经济不仅仅是将产品放在链上。从P的初始发布到接触用户并最终建立可操作和可转移的粉丝资产基础，需要解决一整套挑战：如何验证有限数量？盲盒如何做到公平？如何留住粉丝？如何长期运营福利？知识产权所有者如何才能降低成本并增加回报？

这就是为什么Uptick正在构建一个完整的消费者生态系统，而不是一个单一的产品。我们已经围绕消费者场景开发了几个核心组件：

- Raredrop：面向品牌、知识产权所有者和商业合作伙伴的限量版营销中心，将有限的产品发布转变为具有真正营销和病毒潜力的品牌活动；
- UptickBox：基于Uptick Chain构建的数字盲盒发行和运营平台，使IP所有者、品牌和内容创作者能够以极低的成本推出数字盲盒，具有可验证的随机性和透明的概率；
- 数字纸牌游戏：将纸牌游戏转化为可以收集、玩游戏和交易的数字资产。

## Raredrop：将有限的产品发布转变为具有真正营销影响的营销活动

消费者端数字经济的第一步不是将产品放在平台上。它正在回答一个基本问题：为什么消费者应该相信限量发行是真实的？

这正是Raredrop解决的问题。它不是传统的电子商务市场，而是为品牌、知识产权所有者和商业合作伙伴设计的限量版营销中心。Raredrop帮助品牌推出有限的产品，创建品牌合作并设计互动活动。通过更透明的机制，它将产品发布转变为具有真正营销影响的营销活动。品牌可以围绕限量发行、会员专属购买、编号收藏品和用户互动构建完整的参与体验。

这一步解决了信任和接触的问题。对于品牌而言，有限版本获得了更可信的数字表示。对于消费者来说，权利和利益变得更加透明和可追溯。消费者不需要了解底层技术。他们只需要知道产品是正式发行的，它确实是有限发行的一部分，活动规则是透明的，并且他们获得的权利可以得到验证。

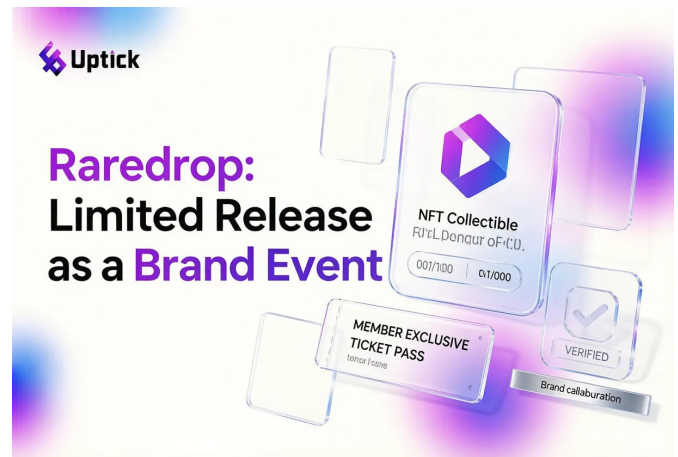
## UptickBox：使每个盲盒成为可验证、可持有、可转让和可兑换的数字资产

值得信赖的有限版本只是一个开始。对于知识产权所有者和品牌来说，更重要的问题是：他们如何以更低的成本和更低的风险吸引全球粉丝？

这是UptickBox旨在解决的问题。UptickBox是一个基于Uptick Chain构建的数字盲盒发行和运营平台。它使知识产权所有者能够以极低的成本推出数字盲盒，具有可验证的随机性和透明的概率。它们可以完全以数字方式发行，也可以与限量版收藏品、音乐会门票、订阅或购买代金券等实物福利相关联。UptickBox将发行、开立、持有、二次流通和物理履行连接到一个可信、可审计和全球化的流程中。

- 以小猫IP的第一个系列“来自喵星球的访客”为例。该系列包含五个稀有度级别的3,000个盒子。只有神话1/1和传奇物品与物理履行相关联，在了解实际需求之前大大降低了生产商品的库存风险。99%的数字物品的边际成本接近于零，而实际生产仅对选定的稀有物品触发。考虑一个简单的例子：如果知识产权计划发布3000个实体商品，传统模式可能需要9万元的前期成本。如果只卖出40%，净亏损可能在人民币45,000元左右。在数字盲盒模式下，前期成本可以接近零，只有88件稀有物品需要物理配送，估计成本约为人民币2,600元。区别很简单：实体模型根据是否可以出售将所有3000件物品的成本置于风险之下，而数字盲盒模型仅将用户实际绘制的稀有物品转化为实体产品。

此外，UptickBox可以使用保持等级、优先购买、积分和忠诚度机制来鼓励持续的用户参与，将一次性产品发布转变为长期的用户关系。



传统的实体知识产权商品是先投资后下注的高风险游戏。产品开发、工装、制造、库存、物流和未售出库存都在不断侵蚀利润率。成本是在实物产品销售之前产生的，而收入仅在之后产生。知识产权所有者必须提前承诺一定的成本，以应对不确定的需求，这是财务和库存压力的最大来源之一。

数字盲盒的核心逻辑很简单：先卖后出。数字组件不需要实物生产，产品售出后即可完成发行。只有收到稀有物品的用户才需要兑换实物商品，这意味着只有在已确认需求时才会生产实体产品。大多数用户收到具有视觉吸引力的数字收藏品，可以展示和交易，而少数用户收到实体商品、收藏品或签名版本的代金券。实体业务不会被取代。它变得更加精确。

UptickBox的核心功能包括可验证的链上随机开放、透明的概率机制、数字和物理双格式发行、物理赎回和链上验证，以及全球二级市场和版税机制。

随机打开使用与块哈希熵相结合的提交显示机制，防止结果被后端单方面操纵。稀有度、概率和供应量将公开显示，并可导出以供审核。数字收藏品可以独立发行，也可以与实物利益挂钩。从物理绑定到最终赎回的整个过程都可以透明地跟踪。该平台还支持upUSD的定价和结算，而ERC-2981版税使知识产权所有者能够从二级销售中获得持续收入。

简而言之：  
Raredrop解决了如何让品牌活动更具影响力的问题；  
UptickBox解决了如何让知识产权衍生品更容易、更公平地推出。

其他消费者应用：将IP价值从一次性发布扩展到长期粉丝生态系统

一旦IP发布可以透明地记录并以低成本执行，下一步就是不断放大IP价值并深化粉丝参与度。这就是集成的短剧平台、票根经济和数字纸牌游戏的用武之地。

短剧的竞争也正在从生产能力转向用户运营。该平台汇集了四个模块：由AI支持的生产中心，通过自有渠道直接接触用户的促销引擎，基于端到端数据的性能评估，以及长期粉丝参与的会员俱乐部。

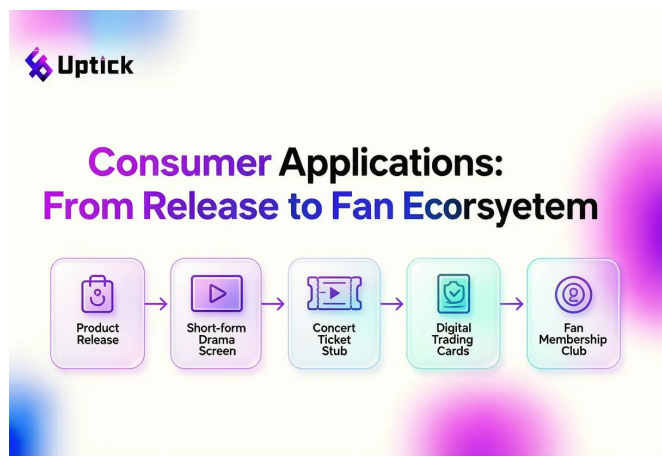
票根经济通过一个票根连接演出、活动或音乐会的整个生命周期。

票根也是一个强大的用户信号。显示用户已参加、付款并完成验证。活动组织者可能会花费大量资金来吸引观众，但在活动结束后与他们失去联系。凭借票根经济，门票兑换可以成为会员的起点，将一次性活动参与者转变为长期粉丝。

## 数字纸牌游戏

纸牌游戏的吸引力在于收集、竞争和社交互动，而不仅仅是拥有一张实体卡片。数字化的不仅仅是卡牌本身，而是收集和游戏玩法之间的整个关系。这可以消除实体纸牌游戏中的许多摩擦。

更重要的是，这些模块不是孤立的。数字纸牌游戏、盲盒和票根可以共享相同的用户群和福利系统。卡包可以充当盲盒，而从盲盒中抽取的角色可以同时生成相应的卡牌。音乐会门票持有人可以获得专属卡片或增强的抽奖机会。短剧中的角色可以成为收藏卡片，允许观众在观看时收集角色。



最重要的下一步是不要构建另一个精美的演示或添加更多概念。寻找真正拥有知识产权、运营粉丝社区和创建内容的合作伙伴。我们正在寻找合作伙伴，包括但不限于：

- 希望推出限量版产品并创建品牌合作的品牌和企

## 集成短篇戏剧平台

该平台将内容制作、分发、性能评估和粉丝参与连接到一个完整的操作循环中。已经有公司提供编辑工具、分发服务和粉丝社区，但很少有公司真正将这四个领域连接到一个连续的工作流程中。

## 票根经济

传统票务是一次性交易。观众购买门票，参加活动，离开，关系往往在那里结束。门票存根经济将门票转化为贯穿整个活动生命周期的身份和福利锚点。持有工单可以提供会员权限、累积权益、进入盲盒或其他相关体验。

活动结束后曾经结束的关系可以成为一个跨越预售、活动本身、活动后参与和长期运营的持续增长周期。

数字纸牌游戏将纸牌游戏转化为可以收集、玩游戏和交易的数字资产。纸牌游戏长期以来一直受到印刷、库存、状况和跨境流通的限制。数字纸牌游戏使用数字纸牌和盲盒机制来重建体验。卡牌可以收集，组装成卡组，用于战斗，并在二级市场上交易。稀缺性由规则定义，卡牌永远不会磨损，世界各地的玩家可以更轻松地进行互动。

例如，小猫IP盲盒NFT的持有者可以成为“Meow Planet Club”的会员，将来可以获得票根权益和短剧会员资格。工单持有人还可以优先获得下一次产品发布的权限。

对于知识产权所有者来说，价值主张绝不仅仅是单一产品。它是一个功能生态系统，可以持续组合和运营。

## 我们今天走到哪里了呢？

我们希望在这一点上对市场完全透明。Uptick的消费者生态系统已经完成了其核心产品和基础设施的开发。下一阶段的重点是生态系统部署和核心用例的创建。

如今，包括Raredrop、UptickBox、集成短剧平台、票根经济和数字纸牌游戏在内的核心功能已经形成。我们正在继续进行产品开发、系统验证和场景测试。这意味着我们已经不仅仅是研究消费者方面的数字经济应该如何运作。我们现在正在进入通过真实场景验证模型的阶段。

- 知识产权所有者和拥有知识产权、品牌和粉丝社区的版权所有；

- 短篇戏剧制作人、内容创作者和MCN组织；
- 收藏品、卡片、商品和相关行业的制造商和设计合作伙伴；

我们希望与这些合作伙伴合作，从一个IP、一个活动、一个短剧或一个卡片收藏开始。通过将真实场景引入平台，验证机制，运营用户群，建立真实运营记录，我们可以探索如何持续放大IP价值，深化粉丝参与度。

我们对消费者端数字经济的理解从未像将产品放在区块链上那么简单。我们真正想要建立的是一个完整的价值链：使IP可见并可验证发布；使粉丝能够持续参与并将价值转化为可持续的用户关系；提供IP标准化的数字表示，并在合规框架内逐步将其连接起来拥有更广泛的用户和资本。

- 音乐会、音乐节、体育赛事和其他重大活动的组织者；

- RWA、金融、合规、分销和资本市场的合作伙伴。

对于今天的Uptick来说，最重要的关键词不是规模，而是真实的IP、真实的场景和真实的验证。我们宁愿诚实地从第一个真实案例开始，也不愿使用大量概念来打包尚未发生的结果。

## 从第一个IP开始，共同构建消费者端数字经济

Uptick已经建立了支持这一价值链所需的核心基础设施。我们欢迎合作伙伴与Uptick合作，并从第一个实际项目开始。从一个IP、一个活动或一个创意开始，让我们一起验证消费者端数字经济可以为知识产权所有者、品牌和创作者创造多少新价值。



 [hello@uptickproject.com](mailto:hello@uptickproject.com)

 [@Uptickproject](https://twitter.com/Uptickproject)

 [@Uptickproject](https://t.me/Uptickproject)

 [Uptick Network](https://discord.com/invite/UptickNetwork)

 [Uptick Network](https://www.youtube.com/channel/UCUptickNetwork)