

Putting Everyday Life On-Chain

几乎每个品牌都有忠诚度计划。几乎每个消费者都知道积分是假钱。

第一代忠诚度的问题不在于激励太小。就是结构被打破了。

1.第一代忠诚度的三个结构性突破

分解它，有三个。

定居缓慢且不透明。发行、兑换和清算通过多层系统。用户无法查看其捐款的定价或资金来源。

奖励不能拥有或退出。没有转账，没有提现，品牌退出为零—用户得到的只是他们只能消费，永远不会出售，永远不会带走的东西。

Uptick的"消费者2.0"是一个完整的生命周期路径：

真实支出→链上会员→真实收入分配→二级交易→合规退出

2. 链上锚定—会员资格、优惠券、收藏品和票根被铸造为与真实行为相关的链上资产

存三年，你仍然无法得到你想要的。切换品牌并重置余额。没有办法转移它们。当品牌关闭时，积分也随之消失。

Uptick Network的消费者工作基本上是在回答一个问题：如果积分、票根、盲盒和会员资格都变成了实际上可以结算、拥有和退出的链上资产，那么消费会是什么样子？

积分与实际价值脱节。兑换目录由品牌单方面设置，积分背后没有真正的资产。它们是内部记账单位，发行人可以随意调整。

解决这个问题需要的不仅仅是将NFT铸造成会员卡。付款、结算、身份和资产都必须一起重建。

2.消费者2.0 ：全循环

四个技术阶段：

1. 实际支出—通过AA钱包捕获的在线和离线购买、票务和内容（社交登录、无gas、无种子短语）

3. 小额支付和结算— Uptick Pay plus x402小额支付：实时验证、批量结算、合规退款、双法定货币和稳定币轨道

3.四层，均在内部持有

• L0分类账—上行链（ Cosmos SDK L1 + EVM ；主网117/Origin3测试网1170 ）加上KYC门控提款

• L2资产管理— NFT/RWA代币化、收入代币、版税和许可登记

为什么要坚持“内部持有”？因为链、钱包、稳定币和支付轨道都是你的--将消费者数据和价值放在链上的成本是可控的，合规性是内置在设计中的，而不是事后固定的。

Uptick小额支付（ x402 ）处理代理和物联网的机器级结算。AA钱包+ x402 + AI代理钱包，在“实时验证，批量结算”架构上：预授权→链下小额支付→批量结算→可选退款。专为A2A、M2M和物联网流量而设计。

链上激励协议是将消费者变成品牌（代币UV ）的微型股东的原因。多租户，合规为先，地理围栏可阻止来自中国大陆的访问。在商家忠诚度场景中，真正的收入分成取决于此。

4.八个场景，一个身份

重要的不是应用程序的数量，而是它们共享一个基础：相同的用户身份、相同的钱包、相同的稳定币。在会员、内容、票务和交易之间切换不需要重新注册，也不需要第二个钱包。

• 限量版和品牌活动--解决“它实际上是有限的吗”的信任问题：透明的规则、可验证的稀缺性以及将流量引导到其他场景的品牌活动格式。

• 内容和订阅—制作，分发和会员资格。人工智能制作工作室、自有发行引擎、绩效评估和会员俱乐部--绕过中间商，将受众转变为第一方社区成员。

• 票务和粉丝随机—一个票根承载着整个粉丝生命周期。这是会员凭证，是未来福利的关键，也是下一次推广活动的先决条件。

• IP许可和版税拆分—具有自动版税拆分的链上IP注册表：资产凭证注册加上许可记录加上自动拆分（ IP持有人的R % ，平台的P % ），以稳定币结算，地理围栏到合规区域。

4. 价值和退出—链上激励协议分配实际收入；upUSD 1: 1兑换池； KYC门禁提款回银行账户

请注意，最后一步—合规退出。这是大多数消费者Web3项目跳过的部分。资金无路可退，每种上游设计都会退化为“点2.0”。

• L1金融服务— Uptick Pay （ OmniPayment ）、Uptick小额支付（ x402 ）、激励协议、AA钱包、upUSD

• L3应用程序—忠诚度、限量版、盲盒、内容和订阅、票务和粉丝、收藏品和战斗、知识产权许可、二级交易

有几个组成部分应该有自己的段落。

Uptick Pay是一个三级解耦支付中心（申请/收单网关/资金托管）。它支持法定货币、卡片、USDC和USDT以及符合香港标准的稳定币；它采用链抽象，因此用户无需知道自己在哪个链上； upUSD提供1: 1双向池，可进行硬兑换。它涵盖多商户、单商户（优惠券、会员、邮票、票务）和二维码支付模式。

AA钱包和upUSD处理低摩擦入门和稳定的定价。ERC-4337智能账户，具有电子邮件、社交或密钥登录、Paymaster赞助的gas ，没有种子短语； upUSD是一个合规的稳定币单位，仅在允许的司法管辖区内对法定货币进行硬1: 1兑换。

在消费者生活的主要时刻，该基础设施涵盖八个场景类别：

• 商家忠诚度和会员资格—轻松发行会员卡、邮票卡、优惠券、活动门票和收藏品；商家与持有人分享一定比例的每日实际利润；通过KYC门禁银行提款关闭价值。一个消费者身份在线上和线下累积。

• 盲盒和知识产权商品-- “先卖后出”的引擎。公平开放（提交-显示加块-哈希熵），完全公开的赔率；数字和物理形式，可兑换RWA ；数字方面的边际成本接近于零，仅在罕见情况下触发物理履行。

• 收藏品和战斗风格互动—抽奖、收集、战斗、交易。卡包本身就是盲盒，盲盒字符生成卡片；没有物理损耗，在市场上进行二次结算；与票务和内容交叉链接。

• 二级交易和市场— OpenSea级市场： NFT二级交易的签名匹配，以及RWA价值链（收入分配、分数化、托管合规、甲骨文资产净值、认证投资者层级、启动板、白标）。

需要明确的是：这是一个能力图，而不是生产中所有内容的列表。其中一些正在运行或部署到测试网；一些仍在设计中。不同场景的成熟度参差不齐。这个结构的真正意义在于--当一个新的消费者场景出现时，身份、钱包和结算不必从头开始重建。基金会已经存在。这也是它可以继续扩大覆盖范围而不会被锁定到任何单个应用程序的原因。

基金会运营—不仅仅是绘画。支付和小额支付已经发货，设计了激励协议，票务应用程序在测试网上，市场有合同草案。场景每次奠定一个，但基础已经存在。

实际需要发生的事情：每次购买都会留下可以验证、拥有和转让的记录，并且该记录有真实价值的支持。

Uptick的方法是自己构建整个堆栈，然后在其上增加新的消费者场景。这听起来很重。但这是“积分不是资产”真正固定的唯一方法。

5.为什么这样做是值得的

第一个理由。

拥有自己的基础设施的经济效益。链、钱包、稳定币和支付轨道都是内部的：链上成本保持可控，合规性是设计的，而不是修补的。

一个端到端的循环。IP可以注册→发行可以验证→支出可以证明→权利可以循环→价值可以回流。这是一个闭合的循环，而不是一个口号。

结束语

在过去几年中，将消费放在链上已经减少到“将NFT作为会员卡铸造。“这只是将塑料卡移到网上。三个休息时间都没有得到修复。



hello@uptickproject.com

@Uptickproject

@Uptickproject

Uptick Network

Uptick Network