

UPTICK INSIGHT SERIES

6 REAL-WORLD PROBLEMS WEB3 CAN ACTUALLY SOLVE

Uptick 洞察系列 | Web3 能够解决的6个现实问题

仔细想想，我们如今如此依赖的平台，其实并非为任何规模的所有权、访问权或模块化协调而构建的。它们在一定程度上还能正常工作，但之后就开始崩溃。我的意思是，门票会消失，忠诚度数据会卡住，声誉会随着每个应用程序的更新而重置，即使人们投票，没有任何改变。这些都是系统本身固有的结构性限制。Web3 基础设施旨在彻底重建这一基础，本文将分解 Web3 已经在商业、内容、门票/粉丝、治理、声誉和忠诚度方面处理的六种实体经济模型。



每个模型都是链上的，并以协议的形式构建，并制定了灵活的规则，用于规定资产如何流动、如何授予访问权限、如何触发结果以及如何在不同的生态系统中保存记录。让我们开始吧。



MARKETPLACES OWN THE MERCHANT

电子商务曾被认为是商家的一种解放，但实际上，大多数商家最终只是向掌控一切的平台支付租金。

这包括谁能看到他们的产品，以及他们如何获得付款。

亚马逊迫使卖家参与竞价战，只是为了出现在买家面前；Shopify 提供独立性，但没有真正的可视性；最基本的功能往往伴随着费用、佣金，或者限制你如何处理自己的客户数据。中间商并非新鲜事物，但如今各大平台的规模和控制力，已将他们默认为守门人。你无法带走你的客户关系，无法延续你的忠诚度或交易历史，平台政策可能在没有任何预警的情况下发生变化，一夜之间彻底重塑你的整个商业模式。



Uptick 的 Web3 电商经济模型 重写了这一结构，因此商家无需依赖平台规则，而是能够 创建具有自身规则的资产， 这些资产本质上可以充当产品、捆绑包、访问通行证或任何优惠所需的功能。

每项资产都附带其内置条款， 从配送规则到数量限制，再到商品的分组或兑换方式。由于所有这些都在链上进行，支付是直接的，而且 忠诚度不再依赖于单独的系统， 它本身就是资产的一部分。

未来，商家还可以 使用 DAO 模块与其他商家协作， 共同制定店面规则， 并 随着时间的推移进行调整而不会失去控制。Uptick 的基础设施也是从头到尾跨链的，因此所有这些都不依赖于任何一个平台或生态系统。

The rules, the terms, and the customer relationship all stay with the merchant, exactly where they belong.

这不仅适用于数字商品，商家最终将能够以同样的方式将现实世界的库存代币化，将交付条件、数量限制和履行逻辑直接嵌入资产中，并通过互联系统或集成支持执行。这可以是任何商品，从限量版商品、实体产品包到一次性服务，但无论如何，资产都包含完整的条款，销售是直接的，协议是独立的，并且结果已经定义。



CREATORS RENT THEIR AUDIENCE

创作者花费数年时间建立受众群体，但实际上，这种关系从来都不是他们自己的。你可以在 YouTube 上提升知名度，在 TikTok 上爆红，在 Instagram 上积累人气，但你的曝光度、影响力和收入都掌握在别人的系统手中。算法决定了谁能看到你的内容，内容的推送频率，以及你的收入是增长还是减少。

One shift in platform priorities and everything grinds to a sudden halt.

那些声称提供更优惠条件的工具，大多复制了同样的模式。订阅网站和盈利层仍然控制着数据、留住受众并控制条款，因此你的内容仍然被锁定在你无法管理的付费墙后面，你的粉丝也沦为别人主页上的用户名。本质上，你的创作权甚至取决于你没有制定的条款。



Uptick 的 Web3 创作者经济模型 消除了这种依赖。创意作品 可以被铸造为 NFT，并内置访问、转售和许可逻辑，包括定义基于时间的使用或部分权利的能力，具体取决于执行方式。每项资产都带有其条款，无论其流向何处，

DID 配置文件记录了所有权和使用历史记录，为创作者提供了一个 超越任何单一平台的可移植身份。权利直接在链上记录和引用，为创作者提供了一种结构化的方式来 定义其作品的使用方式、报酬以及在何种条件下可以进行许可。这些资产可以在链间自由移动，而且由于 Uptick 的基础设施完全开放，即使周边工具不断发展，创作者也能掌控其受众和发行渠道。

**TICKETS EXPIRE
LIKE RECEIPTS**

如今，大多数电子门票就像 稍微方便一点的纸质票一样。实际上，你买一张，用一次，然后在活动结束的那一刻就与活动失去了任何联系。即使是长期的粉丝，也无法证明自己到场，而且忠诚度每次都会重置。没有连续的记录，体验之间没有连续性，参与也得不到认可。

A lack of context wastes potential and invites problems.

转售变得混乱，真实性缺乏透明度，欺诈行为频发，忠诚度计划孤立，粉丝参与度低。门票被当作一次性条形码，尽管粉丝的价值实际上是随着每次互动而积累的。



Uptick 的 Web3 票务和粉丝经济模型重新定义了门票的含义。每张门票都以 NFT 的形式铸造，其用途不仅仅是提供基本访问权，更是一种完全可编程的资产。

这包括参加资产更新的多项活动、通过购买周边商品解锁福利，或通过 DID 建立粉丝档案，从而在不泄露个人数据的情况下证明参与活动。忠诚度在整个生态系统中变得可见、可移植且可用，从而巩固了粉丝与他们所支持的社区之间的联系。

这也包括活动本身，因为每张 NFT 门票都代表着对现实世界体验的索取，而不仅仅是一个访问代码。入场扫描、现场购买和忠诚度活动都可以用来更新资产，具体取决于周边系统的实施方式。这类门票不仅可以确认出席人数，还能反映参与度，形成一份活生生的记录，将粉丝与他们关注的艺术家、团队或空间联系起来。

然而，需要注意的是，虽然 Uptick 的基础设施旨在支持链上更新，但实时集成依赖于特定于项目的链下基础设施。

REPUTATION DOESN'T FOLLOW YOU

你可以建立信任，赢得评价，完美地完成每笔交易，但一旦切换平台，就必须从零开始。这并不是因为你的声誉不真实，而是因为它被困在一个不肯放手的系统中。每个应用程序、每个市场和每个网络都将你的信誉困在一个封闭的围墙花园中，它只在一次使用中有效，一旦你离开，它就会消失。

孤立会扼杀连续性，因为它迫使每个用户从头开始重建他们的个人资料，即使在其他地方参与多年之后也是如此。信任会逐渐恶化，最终与平台而非实际的人联系在一起。在共享经济中，互动往往是短暂的、非正式的，并且发生在同侪之间。缺乏可移植的声誉，导致每一步都产生诸多摩擦，包括更多的验证障碍、更大的风险，最终导致更多的犹豫。



Uptick 的 Web3 共享经济模型让声誉在系统中拥有永久的地位，每条评论、预订和经过验证的互动都会链接到一个始终伴随您的去中心化身份档案。无需重新开始，因为您的历史记录会随您而动，在重要时刻可见，在不重要时刻则保持私密。

Uptick 的去中心化 CRM (DCRM) 工具让您可以控制共享哪些数据、如何使用以及谁可以查看这些数据。无论您是租用空间、出租设备还是提供服务，您的过往记录都是您存在感的一部分，而信任无需每次都重建。

这使得信任能够随着使用而增长，并且基础设施会保持其完整，使您的声誉可以在任何地方使用，而不是仅仅局限于某个应用程序。

**VOTING HAPPENS,
NOTHING CHANGES**

DAO 的初衷是赋予人们真正的发言权，但很多时候，我们看到的却是“治理剧场”，因为实际参与率很低，而且决策很少通过程序化的方式得到执行。

机制虽然存在，但对大多数人来说，它们并没有真正带来有意义的结果。提案发布，投票涓涓细流，然后什么也没发生。参与度低，结果非常模糊，执行取决于那些仍在关注的人。

Instead of building systems that run on collective input, most DAOs stage lightweight rituals that feel more like forums than functional processes.

问题不在于人们不在乎，而在于这个架构没有给他们提供任何可以参与的资源。投票在链下进行，结果不具有约束力，执行依赖于人工跟进。国库管理在单独的系统中，权限必须手动更新，而且没有明确的信号表明投票实际上触发了什么。

如果没有内置的反馈回路，治理中的决策就更像是一个勾选框，它只存在于表面，而缺乏真正的力量。



Uptick 的 Web3 DAO 经济模型弥合了投票与执行之间的差距。提案不仅仅是文本，每个提案都与模块化智能合约相链接，这些合约会根据投票结果执行特定操作，例如资金审批、角色变更、任务分配或政策更新。

这些操作已由基础设施支持，但实际执行取决于每个 DAO 如何设置和链接相关模块。与 DID 配置文件关联的治理还添加了一个超越代币权重的身份层。DAO 可以识别贡献者、调整投票权，并将声誉直接集成到决策逻辑中。

这使得治理能够像核心基础设施一样运作，使其变得响应迅速、自动化且可执行。



大多数忠诚度计划只是名义上的数字化。

你注册，积累一些积分，然后就忘了它们。它们可能过期，可能闲置不用，或者奖励根本不值得你付出努力。计划存在，但连接却不存在，忠诚度最终沦为交易。你消费更多，获得折扣，然后重复这个循环，却没有记忆，没有进步，也没有理由在下一张优惠券之后再去关注。如果这些计划之间没有相互关联，情况会变得更糟，因为你可能会在实体店、线上或通过合作伙伴购买同一品牌的产品，但这些行为实际上并没有联系在一起。活动参与、内容互动和推荐都是孤立发生的，忠诚度变成了一系列互不相干的活动，每个活动都有自己的规则、积分和应用程序。

这可能会导致用户失去兴趣，品牌失去清晰度，整个系统变得肤浅。



Uptick 的 Web3 忠诚度经济模型赋予了忠诚度结构化和连续性。NFT 的设计使其能够随着用户参与而不断演变，并根据用户的真实活动解锁相应的权益。无论您是购物、参加、分享还是持有，每一次互动都会链接到您的 DID 个人资料，并在所有应用和生态系统中形成统一的历史记录。

您无需登录或使用第三方工具，因为您的钱包就是您的记录。品牌无需猜测谁是忠诚度用户，他们可以直接看到，而且用户无需经过额外的步骤，因为他们的状态已经反映在系统中。

从本质上讲，Uptick 将忠诚度转化为可编程、可移植且可累积的资产，使其成为生态系统不可或缺的一部分，而非临时激励机制。



市场上仍然充斥着大量肤浅的炒作，但深入观察，你会发现 Web3 正在悄然重塑整个行业。

Uptick 构建了协议级基础设施，旨在解决实际问题，而非臆想的问题。这些是 Web2 从未解决过的结构性问题，而这些模型已经应用于各种实时系统，涵盖商业、内容、协调和留存。

每种模型都针对特定的缺陷，无论是市场规定条款、平台让创作者依赖、门票用后即消失、忠诚度孤立、治理光说不做，还是声誉仍然困于单个应用程序中。

这些都是系统性的缺陷，需要更好的基础。

在这种情况下，NFT 具有功能性，而非投机性，它们定义了产品的销售方式、票证的适应方式，以及内容的访问、重用或限制方式。

DID 可以反映参与度和历史记录，而不会泄露个人数据，而 DAO 模块则能够推动实际成果。Web3 不需要更多假设或华丽的宣传片，它需要与实际经济行为挂钩的真正效用、持续的性能以及真正可持续的基础。

这正是 Uptick 正在构建的基础。



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/UptickNetwork)