

UPTICK INSIGHT SERIES

6 REAL-WORLD PROBLEMS WEB3 CAN ACTUALLY SOLVE

Uptick 洞察系列 | Web3 能夠解決的 6個現實問題

仔細想想，我們如今如此依賴的平台，其實並非為任何規模的所有權、存取權或模組化協調而建構的。它們在某種程度上還能正常運作，但之後就開始崩潰。我的意思是，門票會消失，忠誠度數據會卡住，聲譽會隨著每個應用程式的更新而重置，即使人們投票，也沒有任何改變。這些都是系統本身固有的結構性限制。Web3 基礎設施旨在徹底重建這一基礎，本文將分解 Web3 已經在商業、內容、門票/粉絲、治理、聲譽和忠誠度方面處理的六種實體經濟模型。



每個模型都是鏈上的，並以協議的形式構建，並製定了靈活的規則，用於規定資產如何流動、如何授予訪問權限、如何觸發結果以及如何在不同的生態系統中保存記錄。

讓我們開始吧。



MARKETPLACES OWN THE MERCHANT

電子商務曾被認為是商家的一種解放，但實際上，大多數商家最終只是向掌控一切的平台支付租金。

這包括誰能看到他們的產品，以及他們如何獲得付款。

亞馬遜迫使賣家參與競價戰，只是為了出現在買家面前；Shopify 提供獨立性，但沒有真正的可視性；最基本的功能往往伴隨著費用、佣金，或限制你如何處理自己的客戶資料。中間商並非新鮮事物，但如今各大平台的規模與控制力，已將他們預設為守門人。你無法帶走你的客戶關係，無法延續你的忠誠度或交易歷史，平台政策可能在沒有任何預警的情況下發生變化，一夜之間徹底重塑你的整個商業模式。



Uptick 的 Web3 電商經濟模型 重寫了這個結構，因此商家無需依賴平台規則，而是能夠創建具有自身規則的資產，這些資產本質上可以充當產品、捆綁包、訪問通行證或任何優惠所需的功能。

每項資產都附帶其內建條款，從配送規則到數量限制，再到商品的分組或兌換方式。由於所有這些都在鏈上進行，支付是直接的，而且忠誠度不再依賴單獨的系統，它本身就是資產的一部分。

未來，商家還可以使用 DAO 模組與其他商家協作，共同製定店面規則，並隨著時間的推移進行調整而不會失去控制。Uptick 的基礎設施也是從頭到尾跨鏈的，因此所有這些都不依賴任何一個平台或生態系統。

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

這不僅適用於數位商品，商家最終將能夠以同樣的方式將現實世界的庫存代幣化，將交付條件、數量限制和履行邏輯直接嵌入資產中，並透過互聯繫統或整合支援執行。這可以是任何商品，從限量版商品、實體產品包到一次性服務，但無論如何，資產都包含完整的條款，銷售是直接的，協議是獨立的，並且結果已經定義。



CREATORS RENT THEIR AUDIENCE

創作者花費數年時間建立受眾群體，但實際上，這種關係從來都不是他們自己的關係。你可以在 YouTube 上提升知名度，在 TikTok 上爆紅，在 Instagram 上累積人氣，但你的曝光度、影響力和收入都掌握在別人的系統手中。演算法決定了誰能看到你的內容，內容的推送頻率，以及你的收入是成長還是減少。

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

那些聲稱提供更優惠條件的工具，大多複製了相同的模式。訂閱網站和獲利層仍然控制著數據、留住受眾並控制條款，因此你的內容仍然被鎖定在你無法管理的付費牆後面，你的粉絲也淪為別人主頁上的用戶名。本質上，你的創作權甚至取決於你沒有製定的條款。



Uptick 的 Web3 創作者經濟模式 消除了這種依賴。創意作品 可以被鑄造為 NFT，並內建存取、轉售和授權邏輯，包括定義基於時間的使用或部分權利的能力，具體取決於執行方式。每項資產都帶有其條款，無論其流向何處，DID 配置文件記錄了所有權和使用歷史記錄，為創作者提供了一個 超越任何單一平台的可移植身份。權利直接在鏈上記錄和引用，為創作者提供了一種結構化的方式來 定義其作品的使用方式、報酬以及在何種條件下可以進行許可。這些資產可以在鏈間自由移動，由於 Uptick 的基礎設施完全開放，即使周邊工具不斷發展，創作者也能掌控其受眾和發行管道。



TICKETS EXPIRE LIKE RECEIPTS

如今，大多數電子票券就像 稍微方便一點的紙票一樣。實際上，你買一張，用一次，然後在活動結束的那一刻就與活動失去了任何聯繫。即使是長期的粉絲，也無法證明自己到場，而且忠誠度每次都會重置。沒有連續的記錄，體驗之間沒有連續性，參與也得不到認可。

A lack of context wastes potential and invites problems.



轉售變得混亂，真實性缺乏透明度，欺詐行為頻繁，忠誠度計劃孤立，粉絲參與度低。門票被當作一次性條碼，儘管粉絲的價值實際上是隨著每次互動而累積的。

Uptick 的 Web3 票務和粉絲經濟模型重新定義了門票的含義。每張門票都以 NFT 的形式鑄造，其用途不僅僅是提供基本訪問權，更是一種完全可編程的資產。

這包括參加資產更新的多項活動、透過購買週邊商品解鎖福利，或透過 DID 建立粉絲檔案，從而在不洩露個人資料的情況下證明參與活動。忠誠度在整個生態系統中變得可見、可移植且可用，從而鞏固了粉絲與他們所支持的社群之間的聯繫。

這也包括活動本身，因為每張 NFT 門票都代表著對現實世界體驗的索取，而不僅僅是一個訪問代碼。入場掃描、現場購買和忠誠度活動都可以用來更新資產，這取決於週邊系統的實施方式。這類門票不僅可以確認出席人數，還能反映參與度，形成一份活生生的記錄，將粉絲與他們關注的藝術家、團隊或空間聯繫起來。

然而，需要注意的是，雖然 Uptick 的基礎設施旨在支援鏈上更新，但即時整合依賴於特定於專案的鏈下基礎設施。

REPUTATION
DOESN'T
FOLLOW
YOU

你可以建立信任，贏得評價，完美地完成每筆交易，但一旦切換平台，就必須從零開始。這並不是因為你的聲譽不真實，而是因為它被困在一個不肯放手的系統中。每個應用程式、每個市場和每個網路都將你的信譽困在一個封閉的圍牆花園中，它只在一次使用中有效，一旦你離開，它就會消失。

孤立會扼殺連續性，因為它迫使每個用戶從頭開始重建他們的個人資料，即使其他地方參與多年之後也是如此。信任會逐漸惡化，最終與平台而非實際的人連結在一起。在共享經濟中，互動往往是短暫的、非正式的，並且發生在同儕之間。缺乏可移植的聲譽，導致每一步都產生諸多摩擦，包括更多的驗證障礙、更大的風險，最終導致更多的猶豫。



Uptick 的 Web3 共享經濟模型讓聲譽在系統中擁有永久的地位，每個評論、預訂和經過驗證的互動都會連結到一個始終伴隨您的去中心化身份檔案。無需重新開始，因為您的歷史記錄會隨您而動，在重要時刻可見，在不重要時刻則保持私密。

Uptick 的去中心化 CRM (DCRM) 工具可讓您控制共享哪些資料、如何使用以及誰可以查看這些資料。無論您是租用空間、出租設備或提供服務，您的過往記錄都是您存在感的一部分，而信任無需每次都重建。

這使得信任能夠隨著使用而增長，並且基礎設施會保持其完整，使您的聲譽可以在任何地方使用，而不是僅限於某個應用程式。

VOTING HAPPENS, NOTHING CHANGES

DAO 的初衷是賦予人們真正的發言權，但很多時候，我們看到的卻是“治理劇場”，因為實際參與率很低，而且決策很少透過程序化的方式得到執行。

機制雖然存在，但對大多數人來說，它們並沒有真正帶來有意義的結果。提案發布，投票涓涓細流，然後什麼事都沒發生。參與度低，結果非常模糊，執行取決於那些仍在關注的人。

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

問題不在於人們不在乎，而是這個架構並沒有提供他們任何可以參與的資源。投票在鏈下進行，結果不具約束力，執行依賴於人工跟進。國庫管理在單獨的系統中，權限必須手動更新，而且沒有明確的訊號表明投票實際上觸發了什麼。

如果沒有內建的回饋迴路，治理中的決策更像是勾選框，它只存在於表面，而缺乏真正的力量。



Uptick 的 Web3 DAO 經濟模式彌合了投票與執行之間的差距。提案不僅僅是文本，每個提案都與模組化智能合約相鏈接，這些合約會根據投票結果執行特定操作，例如資金審批、角色變更、任務分配或政策更新。

LOYALTY LIVES IN DEAD END APPS

這些操作已由基礎設施支持，但實際執行取決於每個 DAO 如何設定和連結相關模組。與 DID 設定檔關聯的治理還增加了一個超越代幣權重的身份層。DAO 可以識別貢獻者、調整投票權，並將聲譽直接整合到決策邏輯中。

這使得治理能夠像核心基礎設施一樣運作，使其變得響應迅速、自動化且可執行。

大多數忠誠度計劃只是名義上的數位化。

你註冊，累積一些積分，然後就忘了它們。它們可能過期，可能閒置不用，或者獎勵根本不值得你付出努力。計劃存在，但連結卻不存在，忠誠度最終淪為交易。你消費更多，獲得折扣，然後重複這個循環，卻沒有記憶，沒有進步，也沒有理由在下一張優惠券之後再去關注。如果這些計劃之間沒有相互關聯，情況會變得更糟，因為你可能會在實體店、線上或透過合作夥伴購買同一品牌的產品，但這些行為實際上並沒有聯繫在一起。活動參與、內容互動和推薦都是孤立發生的，忠誠度變成了一系列互不相干的活動，每個活動都有自己的規則、積分和應用程式。

這可能會導致用戶失去興趣，品牌失去清晰度，整個系統變得膚淺。



Uptick 的 Web3 忠誠度經濟模式賦予了忠誠度結構化和連續性。NFT 的設計使其能夠隨著用戶參與而不斷演變，並根據用戶的真實活動解鎖相應的權益。無論您是購物、參加、分享還是持有，每一次互動都會連結到您的 DID 個人

資料，並在所有應用程式和生態系統中形成統一的歷史記錄。

您無需登入或使用第三方工具，因為您的錢包就是您的記錄。品牌無需猜測誰是忠誠度用戶，他們可以直接看到，而且用戶無需經過額外的步驟，因為他們的狀態已經反映在系統中。

從本質上講，Uptick 將忠誠度轉化為可編程、可移植且可累積的資產，使其成為生態系統不可或缺的一部分，而非臨時激勵機制。

LOOKING FORWARD

市場上仍然充斥著大量膚淺的炒作，但深入觀察，你會發現 Web3 正在悄悄重塑整個產業。

Uptick 建構了協議級基礎設施，旨在解決實際問題，而非臆想的問題。這些是 Web2 從未解決過的結構性問題，而這些模型已應用於各種即時系統，涵蓋商業、內容、協調和保留。

每個模型都針對特定的缺陷，無論是市場規定條款、平台讓創作者依賴、門票用後即消失、忠誠度孤立、治理光說不做，還是聲譽仍然困於單一應用程式中。

這些都是系統性的缺陷，需要更好的基礎。

在這種情況下，NFT 具有功能性，而非投機性，它們定義了產品的銷售方式、票證的適應方式，以及內容的存取、重複使用或限制方

式。DID 可以反映參與度和歷史記錄，而不會洩露個人數據，而 DAO 模組則能夠推動實際成果。Web3 不需要更多假設或華麗的宣傳片，它需要與實際經濟行為掛鉤的真正效用、持續的性能以及真正可持續的基礎。

這正是 Uptick 正在建構的基礎。



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)