

THE BIG WEB3 E-COMMERCE TRANSFORMATION

Web3對電子商務的巨大變革

電子商務的發展歷程始於1990年代初，當時網路還處於萌芽階段...



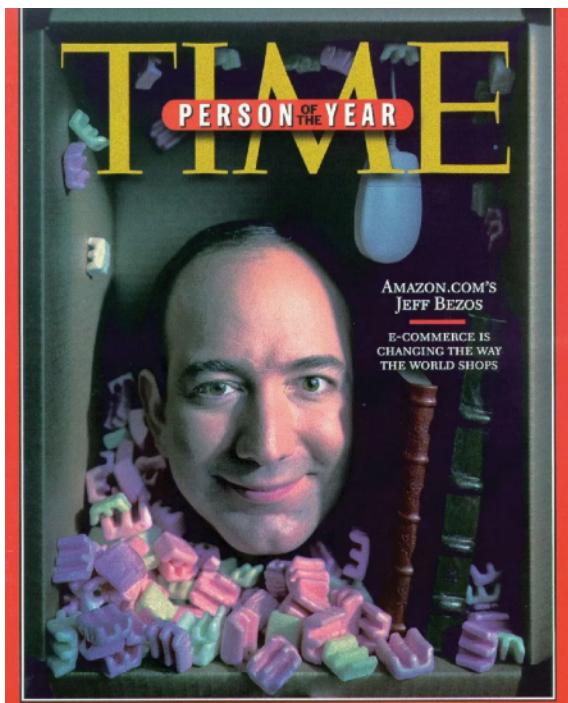
1994年8月11日，NetMarket的創始人丹·科恩（Dan Kohn）在費城將一張斯汀（Sting）的《十個召喚者的故事》（Ten Summoner's Tales）專輯CD賣給了一位朋友。這次交易被

認為是首批使用信用卡加密的線上交易之一，雖然當時看起來微不足道，但它標誌著零售業一個重要時代的開始。

在1990年代，亞馬遜和eBay等線上購物平台應運而生，它們充分利用網路的普及，創造了全新的購物體驗。早期的電子商務網站功能簡單，交易流程也相當原始，通常只是透過簡單的商品目錄和電子郵件表單進行交易（想想就覺得很落後）。當時的重點是提供便利，讓消費者足不出戶就能購買商品。

然而，當時的購物體驗與我們今天所期待的相差甚遠。早期用戶需要忍受網頁加載緩慢、支付方式有限以及對線上交易缺乏信任等問題。但隨著亞馬遜等平台的崛起，情況開始發生變化，它們重新定義了線上購物的可能性。

「電子商務正在改變人們的購物方式。」——傑夫·貝佐斯



隨著21世紀的到來，Web2.0的興起開始重塑電子商務格局。安全便捷的線上支付系統（例如PayPal）的出現，使得網路購物更加安全方便，從而吸引了更多用戶。



寬頻網路的普及，加上網頁設計技術的進步，使得網路商店的介面更加生動活潑，使用者體驗也大幅提升。社群媒體平台也加入其中，整合了購物功能，模糊了瀏覽和購買之間的界線。

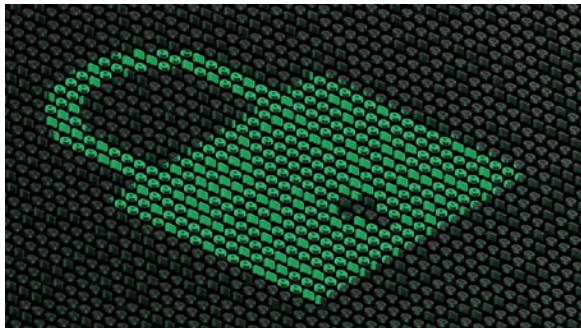
2010年代，隨著智慧型手機的普及，行動電商（m-commerce）迅速興起。這段時期，社群媒體與電商的融合發展突飛猛進，Instagram和Facebook等平台讓用戶直接在社群動態中購物。行動裝置購物的便利性，使得電商徹底融入了人們的日常生活，成為零售業的主導力量。



然而，儘管傳統電商產業已經取得了長足的進步，但它仍然存在一些明顯的局限性，而且這些問題深深地根植於以Web2.0為基礎的系統架構之中，而這種架構至今仍然主導著該行業的大部分基礎設施。



資料隱私與安全



傳統電商面臨的最大挑戰之一是資料隱私和安全問題。

集中式平台會收集大量個人資料，這使得它們成為駭客攻擊的理想目標。2017年，Equifax資料外洩事件導致1.47億人的個人資料遭洩露，充分揭露了集中式資料儲存的巨大安全漏洞。

人們越來越意識到這些風險，並希望能更好地掌控自己的數據。然而，Web2平台的高度集中化特性使得這幾乎不可能實現。因此，傳統電商（尤其是社交電商）中許多摩擦和問題都源於人們對個人資料收集、使用和共享方式的擔憂。

高昂的費用



傳統的電商平台通常會收取高額的交易手續費。

像PayPal這樣的支付平台以及主要的信用卡公司都會從每筆交易中收取一定比例的手續費，這會嚴重侵蝕中小企業的利潤。例如，PayPal每筆交易收取高達2.9%的手續費，對於那些在開發中國家擁有高銷售額的小型企業來說，這筆費用很快就會累積起來，成為沉重的負擔。這些費用對中小企業來說尤其難以承受，尤其是當它們試圖與那些能夠輕鬆承擔這些費用的大型企業競爭時。

集中式壟斷



電子商務市場由亞馬遜和阿里巴巴等少數幾家大型平台主導，這些平台對市場有著強大的控制力。這些公司實際上製定了市場規則，這種高度集中的模式扼殺了競爭，使得中小企業難以進入市場。

這些平台的過度集中化也意味著它們可以隨意更改政策或收費標準，這讓商家和消費者幾乎沒有有效的維權途徑。

信任



功的重要因素，但傳統電商模式往往缺乏信任機制。

無法驗證賣家和產品的真實性是電商領域的重大問題，容易導致詐欺行為。例如，在跨國電商領域，消費者可能因為擔心產品真偽和退換貨政策等問題而不敢在海外網站購物。此外，缺乏有效的身分驗證系統進一步加劇了這個問題，使得電商平台難以確認消費者的真實身分。

如今，Web2社群平台也難以建立信任，尤其對於中小品牌而言，用戶在遇到較不知名的賣家時往往感到不確定。缺乏可信的顧客評價和安全的支付方式嚴重影響了整體購物體驗，凸顯了傳統電商模式的許多限制。

客戶忠誠度



如今的電商市場競爭異常激烈，贏得顧客忠誠度更難上加難。

隨著電商平台琳瑯滿目的商品選擇，顧客只需點擊幾下滑鼠就能輕鬆找到替代產品，因此留住客戶需要付出更多努力和投入資源。許多電商平台難以設計出真正能吸引客戶的有效會員忠誠度計劃，導致客戶流失率居高不下。傳統的會員忠誠度計畫往往難以吸引客戶，因為它們提供的價值僅限於基本的折扣優惠，而這些折扣很容易被競爭對手模仿或超越。



Web3徹底顛覆了傳統電商模式，讓用戶重新掌控交易、數據和人際關係。



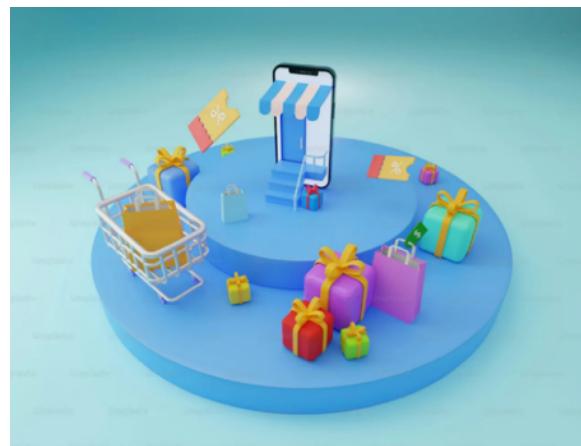
Uptick基於Cosmos SDK構建，並相容於EVM，其模組化架構賦予企業靈活的電商平台客製化能力，以適應不斷變化的市場需求。像UptickNFT.com這樣的去中心化市場，擁有多種銷售模式，能夠讓買家和賣家直接交易，降低交易費用，並將數據所有權真正交還給用戶。這種模式解決了隱私問題，同時減少了對大型電商巨頭的依賴，創造了一個更平衡的生態環境。

Uptick支援基於EVM和WASM的智慧合約，使企業能夠高效擴展業務規模，無論是在處理複雜的物流還是開展大規模行銷活動。智能合約可以自動處理退款、爭議等事務，簡化營運流程，並帶來更大的靈活性。

透過整合去中心化社交網絡，Uptick允許使用者在不同平台之間同步個人資料、偏好和聯絡人資訊。這增強了使用者黏性，提升了使用者體驗，賦予使用者更多控制權，幫助企業打造更順暢、以使用者為中心的生態系統。

以下是Web3推動這項變革的其他方式：

代幣化商業模式和產品組合



Web3電商的核心要素之一是實體商品和服務（通常稱為真實世界資產，簡稱RWA）的代幣化。這個過程將線下資產轉化為數位資產，使其能夠與去中心化金融（DeFi）系統互聯，並幫助企業探索在一級和二級市場中創造收入的新模式。

Uptick平台允許企業對產品進行單獨或組合的代幣化，從而創造新的收入來源，並將這些代幣化資產作為獨立商品提供給用戶進行交易或作為DeFi的抵押品。

當代幣化產品進行組合時，Web3電商的潛力才能真正發揮出來。

這些產品組合可以根據客戶的特定需求進行客製化，或解鎖專屬服務，從而提升用戶參與度並增加收入來源。企業可以將熱門產品進行代幣化，並與相關服務（例如訂閱或保固）打包銷售。這些產品組合不僅可以帶來初始銷售收入，還能打開二級市場，讓客戶能夠在UptickNFT.com或其他去中心化交易平台進行交易或轉售。

這不僅對客戶有益，還能提供企業持續穩定的收入來源，超越初始銷售階段。簡而言之，代幣化產品組合使企業能夠在線上和線下提供更個人化、更具響應性的電商體驗，從而實現多方共贏。

激勵式客戶忠誠度



Uptick利用NFT和RWA重塑忠誠度理念

這些基於NFT和RWA的忠誠度計劃，旨在提升品牌在電商領域的客戶互動體驗，並提供具有可轉移價值的獎勵，超越傳統積分系統的限制。

零售商可以發行與商品購買相關的數位資產，讓消費者獲得專屬折扣、新品優先購買權或商品所有權證明等權益。此外，還可以根據消費者持有的數位資產，提供諸如私人活動、產品預覽和VIP內容等專屬體驗。

這種模式能夠增強與客戶的關係，創造新的收入來源，並提供具有實際價值的獎勵，從而鼓勵消費者持續參與，實現線上和線下融合的互動體驗。

基於區塊鏈的會員制度和權限控制



Uptick平台允許用戶將會員資格和存取權限數位化，用戶持有數位代幣即可獲得專屬服務或社群的存取權限。這些基於區塊鏈的會員資格能夠提供可驗證的存取權限和所有權證明。

企業可以發行代幣，賦予用戶VIP權限，例如參加專屬活動、享受高級客戶服務或購買會員專屬產品。這種基於代幣的會員制度能夠增強客戶忠誠度，因為這些代幣本身俱有價值，可以進行交易和轉讓，從而建立起企業與客戶之間互惠互利的動態關係。

資料隱私與安全



Uptick DID和去中心化資料服務可讓使用者在不將敏感資訊儲存在集中式伺服器的情況下進行身分驗證和資料管理，從而降低詐欺和資料外洩的風險，並使使用者能夠直接掌控自己的個人資訊。

所有交易都以不可篡改的方式記錄在區塊鏈上，而零知識證明（ZKPs）技術則進一步增強了這項功能，實現了可驗證且保護隱私的資料驗證。例如，Uptick生態系統中的一款新應用Vouch，就是一個可驗證憑證和DID發行平台，它簡化了憑證驗證流程，並增強了使用者與商家之間的信任，而這正是傳統電商平台常常難以解決的問題。

新的收入來源



Uptick支援多種收入模式，使企業能夠提供訂閱服務和按需付費模式。

Uptick的跨通路支付模組支援法定貨幣、加密貨幣和央行數位貨幣，確保企業能夠在不同的金融生態系統中靈活運營，最大限度地降低交易成本。傳統支付平台的費用高昂，使得小額交易幾乎不切實際，而區塊鏈解決方案則能夠降低這些成本。

ERC-20和ERC-4337標準對於實現這些功能至關重要。ERC-20標準定義了可互換的代幣，可在不同平台間使用；ERC-4337標準引入了帳戶抽象機制，支援批量交易和自動支付。這簡化了錢包管理和手續費支付流程，使得微支付成為可能。

這些功能可以為內容創作、按需服務和按訪問付費等模式帶來新的收入來源。企業現在可以按篇收費，讓用戶只購買所需內容，無需購買完整包或長期訂閱。

去中心化客戶關係管理 (DCRM)

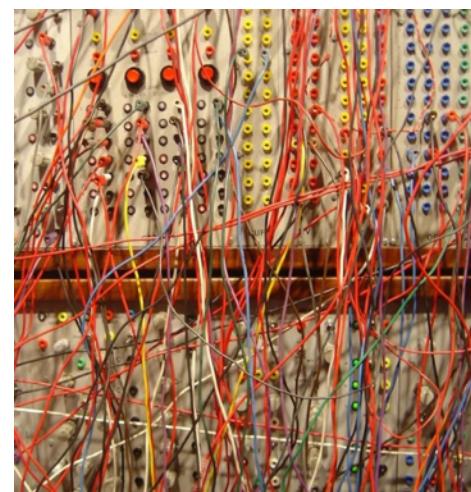


Uptick的去中心化顧客關係管理 (DCRM) 系統為企業提供透明的顧客關係管理工具。

與傳統依賴集中式資料庫的CRM平台不同，Uptick DCRM在去中心化的環境中儲存和處理客戶數據，從而顯著提升數據隱私保護和控制能力。

使用者能夠更掌控自身數據，增強客戶對企業的信任；企業也能獲得更全面的客戶行為洞察，減少對第三方平台的依賴。這種去中心化架構賦予企業更大的自主權，並大大增強了客戶資料的隱私保護。

模組化架構

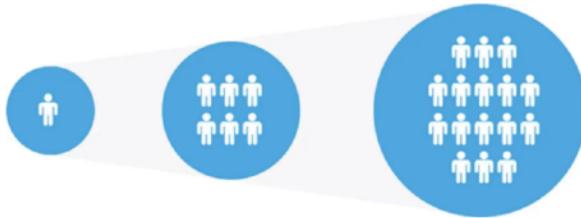


Uptick基於Cosmos-SDK建構了模組化基礎設施，幫助企業開發可客製化、靈活的電商平台，滿足其特定需求。Uptick的模組化架構整合了NFT和RWA功能，幫助企業降低交易費用、探索新的商業模式，並擺脫傳統平台帶來的營運限制。

Uptick支援EVM和WASM智能合約，並提供自動化工作流程，透過消除中間環節來降低營運成本。付款可在確認貨物送達後自動釋放，從而簡化交易流程。此外，商家還可以創建基於代幣的會員獎勵計劃，簡化用戶互動，無需增加額外的複雜性。

這種模組化架構使企業能夠靈活應對市場變化，高效擴展業務，並建立可持續的商業模式，同時最大限度地降低對集中式系統的依賴。簡而言之，它為企業輕鬆探索Web3提供了堅實的基礎。

Layer 2



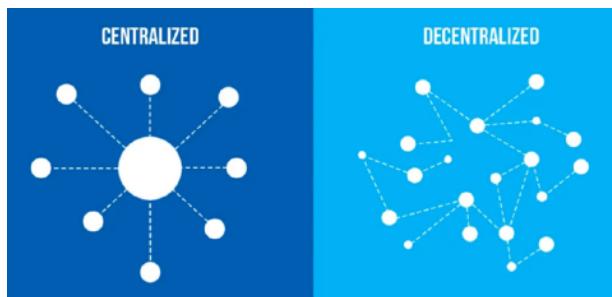
隨著Web3電商的不斷發展，可擴展的基礎架構對於支撐日益增長的交易量至關重要。Uptick的架構能夠在各種環境下保持高效能和高安全性，滿足從微交易到大規模交易等各種需求。

二層擴展解決方案透過將小額交易批量處理到鏈外，從而提高效率，降低交易費用，同時保

持去中心化特性。這對於零售和訂閱模式尤其重要，因為這些模式依賴頻繁且低成本的交易。

Uptick系統能夠動態調整以適應不斷變化的工
作負載，確保即使在高峰期也能穩定運作。這
種可擴展性能夠避免效能瓶頸，並維持穩定的
使用者體驗，讓企業有信心應對市場需求的變
化。

完全去中心化



自成立之初，Uptick就秉持去中心化的理念，
旨在將控制權從中心化平台轉移到使用者手
中。傳統電商平台往往限制使用者存取權限並
收取高額費用，而Uptick的模式則允許商家和
消費者擁有資料、交易和資產的所有權，並自
主管理這些資源。

去中心化貫穿Uptick生態系統的各個環節，從
交易處理、決策到資產管理，無所不在。

這種理念與Web3的核心價值相契合，確保平台
在各個層面都保持透明和可信。憑藉著這種去
中心化的架構，Uptick為企業提供了一種更公
平、更有效率的與客戶互動方式，同時擺脫了
對中間商的依賴。

互通性



互通性對於Web3商業至關重要，因為區塊鏈通常是獨立運作的。Uptick透過其跨鏈橋（UCB）和IBC協議解決了這個碎片化問題，使企業能夠輕鬆地在不同網路之間傳輸數位資產。

這種跨鏈互通性使商家能夠存取多個區塊鏈生態系統，並管理NFT、RWA和其他代幣化資產的交易。Uptick的基礎架構能夠無縫支援EVM相容網路和Cosmos網絡，確保平台在不同生態系統中保持完整的業務功能。

這些工具賦予企業在不同區塊鏈上靈活管理業務的能力，從而拓展新的市場，並擺脫孤立系統帶來的限制。

去中心化身份



Uptick透過其符合W3C標準的去中心化身分驗證（DID）技術，充分重視隱私和安全。使用者可利用Uptick DID自主管理身分資訊，進而降低未經授權存取的風險。

Uptick的架構提供安全可靠、以使用者為中心的身分驗證服務，增強企業與使用者之間的信任。其去中心化身分驗證工具目前可透過Vouch和Upward平台向公眾開放，簡化驗證流程，讓使用者在與平台互動時無需重複提供敏感資料。

這種去中心化身分驗證系統顯著提升了安全性，並優化了使用者體驗，尤其是在資料外洩事件日益增多的當下，其意義更為重大。

Uptick的Web3商業模式



Uptick 的基礎設施輔助企業建立全新的 Web3 業務模式，使企業能夠採用基於代幣的框架來提升用戶參與度和拓展營收管道。

基於代幣的會員獎勵計畫打破了傳統積分系統的限制，使企業能夠跨平台發放獎勵。這些會員代幣可與即時數據分析系統集成，幫助企業根據用戶行為調整激勵措施。

Uptick 框架中的可程式 NFT 支援多種策略，例如，透過使用者互動不斷演進的 NFT，可解鎖專屬內容或額外權益。這些動態工具有助於企業持續提升用戶參與度。Uptick 基礎設施也支援更進階的變現方式，包括質押、分拆所有權和代幣化分紅。企業可以透過提供增值服務、會員專屬內容或與二級市場表現掛鉤的分紅等方式探索新的收入來源，從而增強用戶參與度。

Uptick 的基礎設施為企業建立可擴展的基於代幣的框架奠定了基礎。透過 UCB 和 IBC 協議，企業可以在多個區塊鏈網路上管理數位資產和實體資產，實現業務範圍的拓展，同時保持營運的簡單性。EVM 和 WASM 智慧合約可直接整合到這些模型中，實現支付、會員管理和獎勵發放等流程的自動化。

這種嵌入式自動化功能簡化了操作流程，使企業能夠專注於業務成長並選擇適合自身的 Web3 模式。

全面的數位資產支持



Uptick不僅支持JPEG格式的數位資產，還支援多種其他類型的數位資產，從而有效彌合實體資產和數位資產之間的鴻溝，為企業提供靈活的商品和服務數位化方案。例如，房地產或奢

侈品等真實世界資產可以進行分拆，讓更多人有機會擁有這些資產。

Uptick的可編程NFT協議允許企業整合基於代幣的獎勵機制，透過有吸引力的激勵措施提升用戶黏性。質押和租賃模式也能增強用戶參與度，鼓勵用戶積極參與Web3生態系統。

UCB和IBC互為補充，確保數位化資產能夠在多個網路上互為。企業可以使用安全的資產所有權追蹤和去中心化身分驗證工具來管理業務，讓使用者完全掌控自己的資產，並在多個平台上建立信任。

去中心化數據



Uptick的去中心化資料服務解決了傳統電商領域的一些隱私問題，賦予商家和使用者對自身資料完全的掌控權。產品資訊、交易記錄和客戶資料安全地儲存在去中心化網路中，形成透明且防篡改的記錄，從而增強用戶信任。

Uptick Oracle透過提供即時資料流，進一步完善了這項架構，使商家能夠以極高的精度高效地管理庫存和定價。即時和歷史數據的雙重存取權限，幫助商家優化運營，並提升對客戶需求的洞察力。

無需依賴第三方，商家即可完全掌控自身數據，以獲得顯著的競爭優勢。

Uptick的去中心化方法有效地將資料管理提升為策略資產，並在Web3生態系統中增強與客戶的信任關係。



從1990年代初期的萌芽階段到如今的Web3變革，電子商務的發展歷程體現了技術進步與理念變革。傳統電子商務為數百萬的用戶帶來了便利，但也存在許多缺陷。資料隱私問題、高昂的交易費用以及高度集中的控制模式，都是困擾該產業的挑戰。

Web3透過去中心化網路、賦予使用者更多自主權以及增強安全性和透明度，有望解決這些問題。

Uptick正處於這項變革的核心，為下一代Web3電子商務提供必要的底層基礎設施。

模組化、可擴充、互通性強。

秉持這些核心理念，Uptick協助企業探索新的商業模式，提升客戶體驗，並建立更安全、更易用的Web3電子商務平台。

隨著我們不斷深入Web3領域，Uptick等協議所帶來的創新有望改變我們與現代商業的互動方式，為所有參與者創造一個更公平、更透明的線上市場環境。Web3的崛起不僅是科技的升級，更是對數位經濟運作模式的理念重塑，其核心在於去中心化和使用者自主權。



hello@uptickproject.com



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



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



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



[Uptick Network](https://www.youtube.com/c/UptickNetwork)