

TRANSFORMING THE TICKETING AND FAN ECONOMY WITH WEB3

利用 Web3 改變票務與粉絲經濟

門票承載著人類共同經驗的記憶。它不僅是入場憑證，更是將旁觀者轉化為參與者的橋樑，把人們與那些獨特而難忘的時刻緊密聯繫在一起。自古羅馬喧囂的圓形劇場，到 1974 年穆罕默德·阿里的“叢林之戰”，門票一直象徵著通往變革性體驗的入口。

無論哪個年代，每張門票都寄託集體的期待，見證著伴隨社會發展而延續的傳統。



隨著 20 世紀的到來，購票逐漸演變成一種儀式。擁有阿里拳賽或披頭四演唱會的門票，不再只是簡單的紙張，而是參與其中的象徵。對某些人來說，它意味著歸屬感與身分認同，成為備受追捧、在粉絲之間傳遞的紀念品。



然而，隨著人們對難忘體驗的需求不斷增長，一個令人擔憂的趨勢浮現。票務業在擴張的同

時，逐漸被中介和高昂費用主導，權力集中在少數機構之手。

到了 20 世紀 80、90 年代，Ticketmaster 等數位平台帶來購票便利，但也帶來了新的問題：自動化黃牛程式、虛高的轉售價格，以及不公平的購票系統。粉絲往往必須支付遠超票面價值的價格，才能進入場館觀看心儀的演出。



以碧昂絲演唱會或超級盃為例，門票的初始定價通常對大多數粉絲而言尚可負擔，但實際情況是，這些門票常常在幾秒鐘內就被自動機器人搶購一空。這些機器人利用複雜腳本和演算法繞過驗證碼與排隊機制，瞬間囤積大量門票。

隨後，這些門票被推向二級市場，價格飆升。普通粉絲要么支付高昂溢價，要么徹底錯失良機。機器人操作的規模與精準性加劇了門票的稀缺性，使票務市場愈發不公，也更難進入。

最糟糕的是，這種做法已逐漸成為常態，被產業內部默許。隨著 Ticketmaster 在 90 年代崛起並接近壟斷，粉絲與藝術家的選擇空間被進一步壓縮。



同時，隨著票務熱潮的興起，粉絲的參與方式也逐漸從被動欣賞轉向主動參與。

進入 2000 年代中期，社群媒體和線上粉絲俱樂部為粉絲與藝術家之間建立了直接聯繫，重塑了創作者與受眾的關係。MySpace 等平台在這項轉型中發揮了重要作用，像北極猴子這樣的樂隊，正是依靠粉絲在平台上的分享與傳播而積累人氣，突破了傳統行業壁壘。



同時，Radiohead 等樂團也開始嘗試「直麵粉絲」的模式，挑戰傳統發行管道。2007 年，Radiohead 以「隨心所欲付費」的方式發行專輯《In Rainbows》，由粉絲自行決定下載價格。



結果是：銷售量突破 300 萬張。

這項舉措完全繞過唱片公司，直接建立起樂團與聽眾的連結。事實證明，當粉絲擁有選擇權時，他們願意以自己的方式支持創作者。這項實驗引發了全球關注，撼動了傳統音樂產業的結構，展現了粉絲驅動創新的巨大潛力。

Radiohead 也將此模式延伸至門票銷售，嘗試透過自有平台直接售票，以削弱黃牛黨與高價轉售的影響，讓更多粉絲以原價購票。

然而，儘管模式具有創新意義，但由於需求過於旺盛，加上線上排隊系統本身存在缺陷，公平准入的問題依然難以徹底解決。



Radiohead 也將這種直接售票方式應用於門票銷售，利用自有平台銷售演唱會門票，而非依賴傳統的票務代理機構，旨在減少黃牛黨和轉售價格虛高的影響，讓歌迷有更多機會以票面價格購買門票。

儘管這種做法頗具創新，但龐大的需求和線上排隊系統有缺陷等問題，使得公平進入問題難以解決。



這種由粉絲驅動的勢頭在 2013 年的 Kickstarter 眾籌活動中得以延續。例如，粉絲們籌集了超過 570 萬美元，用於資助該系列電影的續集製作。這清楚地表明了粉絲群的合力，能夠直接推動他們所熱愛的創意項目。

然而，與 Radiohead 的嘗試類似，這些措施也揭露了既有體系的限制。在可近性、需求管理和公平分配方面的挑戰，仍未有效解決。



這些實踐是粉絲驅動模式潛力的早期範例，儘管也揭示了當時方法的不足之處。如今，現代票務與粉絲經濟已遠遠超越演唱會範疇，融合了獨家商品、數位活動，甚至即時互動。無論是韓國流行音樂巨頭防彈少年團，或是動漫展這樣的文化盛會，都顯示出粉絲參與已成為現代社會文化體驗中不可或缺的一部分。

儘管如此，票務與粉絲互動領域仍面臨結構性問題。如何在可近性、透明度和真實的粉絲參與度上實現突破，依然是尚未解開的難題，這也說明體系亟需更深層的改革。



票務和粉絲經濟雖然承載著重要的文化意義和情感價值，但當前的模式往往無法為粉絲和藝術家創造真正的長遠價值。它既有深厚的歷史與不斷的創新，也伴隨著一系列直接影響粉絲與創作者的挑戰。

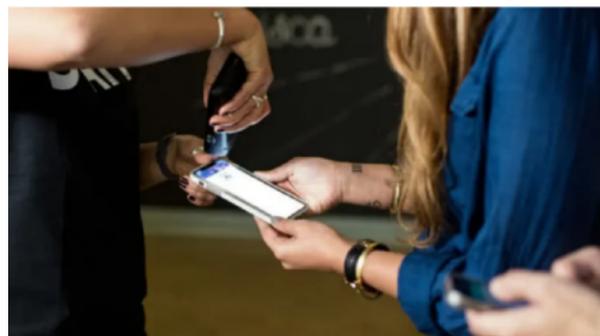
黃牛



門票一開售，大量自動售票機器人便會搶購一空，導致粉絲們不得不爭先恐後地從第三方經銷商處以高昂的價格購買。

對於大型活動，無論是泰勒絲演唱會、超級盃或國際動漫展，門票的面值都可能大幅上漲，通常會上漲數百甚至數千美元。這讓粉絲們要么選擇支付高昂的價格，要么乾脆錯過，這使得普通粉絲越來越難以獲得這些活動的門票。

假票



假票問題日益嚴重，尤其是在線上轉售市場興起的背景下。

從第三方管道購票的球迷經常遭遇詐騙，收到的假票無法入場。二級市場缺乏驗證機制，導致球迷資金被騙，並在整個生態系統中造成不信任，最終破壞了現場活動的整體體驗和聲譽。

難以獲得的球迷所有權



粉絲們經常將資源投入週邊商品、演唱會門票和收藏品中，但他們實際上並沒有以能夠帶來持久價值的方式擁有所有權。

粉絲可能會購買獨家商品或限量版門票，但一旦交易完成，這些物品就不再與創作者或社群建立聯繫。缺乏可持續的所有權削弱了粉絲從購買中獲得的價值感，使他們幾乎無法獲得持久的回報。

獨家體驗機會有限



許多粉絲體驗，例如 VIP 活動或搶先體驗，都旨在打造專屬體驗，但由於名額有限，普通粉絲可能會感到遙不可及。

只有少數粉絲有機會參加見面會、獲得獨家週邊商品或後台通行證，而這些體驗的價格通常遠遠超出普通粉絲的預算。這種稀缺模式造成了一種層級化的體驗，真正的粉絲參與往往感覺更像是一種特權，只有那些願意支付更多費用的人才能享受。

高昂的費用



傳統票務平台充當中介，通常會收取高昂的服務費，從而提高總成本。

購票時，粉絲可能會發現，一張原本售價 100 美元的門票，現在卻要額外支付 30 至 50 美元的手續費。這些中間商層層疊加，卻無法為粉絲或藝人帶來直接價值，導致購票過程更加昂貴，且往往令人沮喪。

藝人和活動主辦單位缺乏掌控力



門票上市後，藝術家和組織者對門票的發行和轉售控制有限。

首次銷售後，票務平台和第三方經銷商掌控門票的定價和供應，藝術家幾乎無法決定粉絲如何參與他們的活動。這種控制權的缺失也限制了藝術家直接與粉絲互動或獎勵忠實粉絲的能力，因為轉售市場往往會干擾粉絲的真正互動。

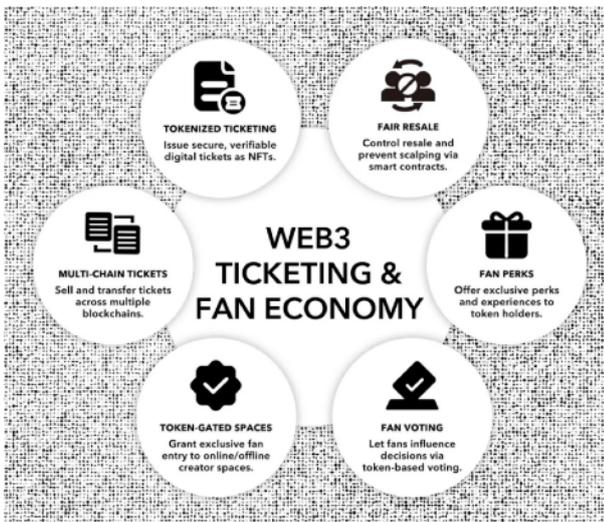
粉絲與創作者脫節



傳統的粉絲互動通常僅限於一次性交易，無論是購買門票、購買週邊商品還是在線收聽歌曲。

互動結束後，粉絲和創作者之間往往缺乏持續的連結。粉絲失去了持續參與的感覺或忠誠度

帶來的專屬獎勵，而藝術家也失去了與觀眾建立持久、有意義的關係的機會。



Uptick 的去中心化基礎設施採用先進的 NFT/RWA 方法，並充分利用 Cosmos-SDK 和 EVM/WASM 相容性，實現了真正模組化的票務和粉絲生態。

Uptick 憑藉可編程的 NFT、去中心化資料服務和深度跨鏈功能，解決了票務倒賣、高昂的分銷費用以及粉絲參與度低等關鍵行業問題。

Uptick 的基礎設施賦能創作者和活動組織者建立更透明、更安全、更可擴展的系統，提供一個平衡的環境，讓粉絲能夠直接與創作者聯繫，獲得獨家體驗，並享受更公平的票務流程。

以下是 Uptick 實現這一目標的幾種方式：

票務真實性/黃牛防範



Uptick 的可編程 NFT 協議提供可驗證的門票所有權，並打擊未經授權的轉售。

每張門票都鑄造成獨一無二的 NFT，並嵌入可編程的條件，例如轉售限制、動態價格調整和即時元數據更新。活動主辦單位可以啟用門票隨場地變化自動更新的功能，或提供額外福利，例如專屬粉絲訪問，從而創造更具吸引力和安全的購票體驗。

這種透明度可以有效遏制黃牛票和偽造門票，這意味著門票訪問對真正的粉絲來說仍然是公平且便捷的。每張門票的鏈上可追溯性可以保護粉絲和創作者，從而建立一個值得信賴的購票系統。

直接粉絲參與/專屬訪問



Uptick 的方法在粉絲和創作者之間建立了直接聯繫，從而實現了更緊密的聯繫。

這消除了中介環節，加深了粉絲和創作者之間的連結。傳統的粉絲互動往往是有限的、單向的。Uptick 的可編程 NFT 協議改變了這一現狀，它允許創作者發行與粉絲關聯的 NFT，提供與獨特體驗的直接聯繫。這些可編程資產可以授予粉絲專屬內容的存取權限、對活動決策進行投票或提前發售門票的權利，從而建立更深的聯繫並獎勵忠誠度，而無需中介。

透明/經濟高效的分銷



Uptick 廣泛的智慧合約支援降低了成本並簡化了購票流程。

中心化票務平台通常會收取高額交易費並採用僵化的定價結構。Uptick 的智能合約支援實現了創作者和粉絲之間的直接銷售，消除了中間商環節並降低了總體成本。自動化智慧合約可處理價格調整、轉售條件和票務轉讓，打造更順暢、更公平的體驗，讓創作者和粉絲都能從中受益。

降低交易費並實現關鍵流程自動化意味著 Uptick 可以創建更透明、更經濟的票務系統。

Uptick 粉絲分析數據服務 (UDS)



Uptick 資料服務 (UDS) 為創作者提供去中心化洞察，同時尊重粉絲隱私。

創作者可以存取寶貴的數據，包括粉絲參與趨勢和資產所有權指標，從而實現更個人化的互動。UDS 支援資料驅動的決策，以加強粉絲關係，提供符合隱私要求的分析，在不洩露用戶資料的情況下提升粉絲體驗。

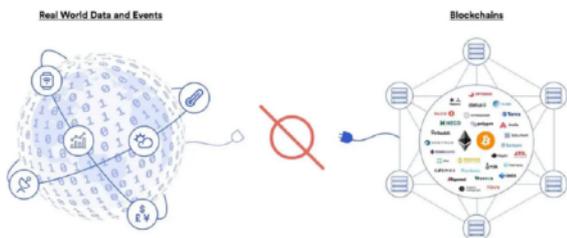
去中心化客戶關係管理 (DCRM)



Uptick 的 DCRM 解決方案為創作者提供鏈上工具，用於管理客戶/粉絲關係。

Uptick 的去中心化 CRM 系統使創作者能夠安全地追蹤粉絲行為，提供個人化獎勵，並透過 Uptick 的 DID 整合實現持久互動，同時尊重隱私。DCRM 直接在鏈上記錄粉絲互動指標，使創作者能夠提供個人化獎勵和專屬體驗。

使用 Uptick 預言機進行自適應票務



Uptick Oracle 將區塊鏈與現實世界的資料流連結起來，實現根據即時情況調整的動態票務屬性。

門票可以即時更新，以反映交通延誤、天氣相關的場地變更或觀眾容量調整等問題。這種適應性透過提供即時資訊和靈活性提升了粉絲體驗，幫助活動組織者更有效率地管理物流，而這正是傳統票務系統通常缺乏的改進。

代幣化粉絲俱樂部



Uptick 基礎設施將粉絲俱樂部轉變為互動生態系統，使粉絲能夠積極塑造自己的參與。

傳統粉絲俱樂部通常提供靜態會員資格，參與度有限。Uptick 的可編程 NFT 協議改變了這一現狀，它支持代幣化會員資格，賦予粉絲獨家內容、投票權以及與參與度相關的持續福利。這些 NFT 與 Uptick DID 相關聯，提供安全私密的身份驗證，同時動態解鎖諸如提前購

票、獨家商品和特別活動特權等福利，從而創造更沉浸式、更個性化的粉絲體驗。

粉絲的長期價值



Uptick 上的數位資產遠遠超過一次的活動訪問權，它還能夠為粉絲提供動態演變的長期福利。

Uptick 的基礎設施賦能創作者，讓他們能夠設計和創建 NFT，從而在未來獲得諸如優先預訂和獨家內容訪問權等福利。這將一張簡單的門票轉化為一項動態資產，在創造持久價值的同時，促進粉絲與創作者之間更深層、更持久的關係。

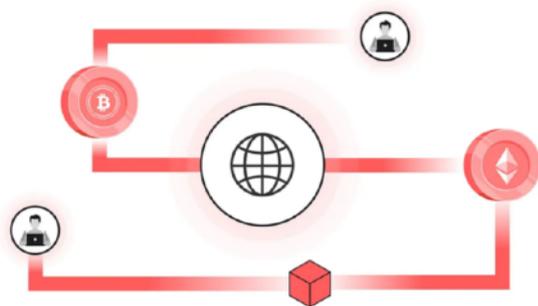
自動化收入/版稅



Uptick 的版權管理模組實現了收入分配的自動化，提升了透明度和效率。

智能合約會在驗證後自動將票務收入分配給利害關係人，從而提供公平及時的付款。這些不可篡改的合約確保了付款的透明性，避免了中介機構造成的延誤。特許權使用費資產也能讓創作者從二次銷售中獲益，建立持續的收入來源，並提升票務資產的貨幣化水準。

跨鏈粉絲訪問



Uptick 的跨鏈功能使基於 Web3 的票務系統能夠在多個區塊鏈生態系統中運作。

Uptick 的互通架構由 Uptick 跨鏈橋 (UCB) 和跨鏈通訊 (IBC) 協定提供支持，實現了順暢的跨鏈數位資產功能。票務可以在以太坊和 Cosmos 等區塊鏈生態系統之間轉移，同時保留元資料、來源和功能。利用批次和 zk-SNARK 技術，這可以降低 Gas 費用，消除孤島，並為粉絲和創作者解鎖無邊界訪問，同時又不犧牲安全性和靈活性。

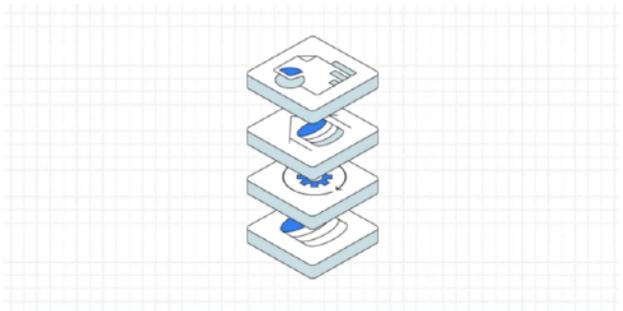
主權身份



Uptick DID 提供安全且隱私保護的存取方式，無需使用者分享敏感個人資訊。

去中心化身份 (DID) 將門票安全地連結到鏈上身份，讓粉絲無需共享個人資訊即可訪問活動。這種方法符合資料保護標準，讓粉絲掌控自己的身份，從而增強安全性並提供流暢的體驗。Uptick DID 符合 W3C 標準和 GDPR 等全球資料保護框架，讓粉絲能夠完全掌控自己的身份，同時提供安全、可驗證的活動和專屬體驗存取權限。

可擴展的基礎設施



Uptick 基於模組化架構，利用 Cosmos-SDK 實現高度可擴展性。

Uptick 的可擴展基礎設施既支援門票銷售的微交易，也支援大型活動營運。Layer 2 解決方案透過鏈下批量交易來降低 Gas 費用，同時保持去中心化，在高需求時段提供穩定的效能，並允許創作者在不受瓶頸或延遲影響的情況下進行擴展。

完全去中心化



Uptick 完全擁抱去中心化，消除了傳統票務平臺面臨的中心化障礙。

Uptick 建構於模組化、可擴展的基礎設施之上，整合了去中心化身分 (DID) 和跨鏈 NFT 協定等元件，提供廣泛的跨鏈功能，並確保數位資產所有權的安全。

從交易處理到決策制定，整個票務和粉絲生命週期均自主運行，繞過中介機構。這種去中心化的框架使創作者和粉絲能夠直接控制其數據、資產和互動。可程式 NFT 協定等特性支援可自訂的票務功能，包括動態定價、忠誠度獎勵和可驗證的所有權，從而重新定義了活動的管理和體驗方式。

這些創新為真正由用戶驅動的票務和粉絲經濟奠定了堅實的基礎，將權力從中心實體轉移到社群手中。



票務和粉絲互動一直在「存取權與獨家性」、「簡潔性與可控性」的平衡中前進。業界雖在不斷發展，解決了一些問題，但也帶來了新挑戰，如黃牛票、假票以及粉絲脫節。這些問題常常讓本應難忘的時刻變成了令人沮喪且高成本的體驗。

Uptick 重新定義了票務和粉絲互動，將門票從短暫的通行證轉化為連接情感與創造持久價值的載體。依托真實的所有權和靈活的基礎設施，粉絲能夠更公平地參與文化活動，創作者則可以直接建立社群和關係，實現更深層的互動。

票務與粉絲經濟的未來，將回歸其最初的使命——讓人們更貼近真正重要的體驗。在 Uptick 的引領下，焦點重回粉絲與創作者，為一個更開放、公平、互聯的票務和粉絲經濟奠定基礎。



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)