



OVR

# Over the Reality

The decentralized world scale Spatial Web platform

## EXECUTIVE SUMMARY

OVR 是一个由以太坊区块链支持的，全球范围的，开放源码的 AR（增强现实）平台。

OVR 使用户在拥有移动设备或智能眼镜的情况下，可以在现实世界中与定制的增强现实实现互动体验。

OVR 可以被定义为一个全新的增强现实体验的标准，定位为世界上第一个不由用户选择内容的浏览器，而是由真实世界根据具体的地理位置来呈现可能的体验。

OVR 采用了开放源码的理念，意味着整个 OVR 社区贡献自己的成长，这样也使得整个平台独立于它的创建者从而更加持久的运营下去。

OVR 使用以太坊区块链来实现用户之间的所有 token 交易去中心化。

OVRtoken 是基于以太坊的智能合约 ERC-20 标准的实用 token。

OVR 土地存储在基于区块链的账户中，这些虚拟土地构成了将地球细分为很多个六边形的数字层。

OVR 土地 token 是基于 ERC-721 标准的不可替代的 token，它允许去中心化地持有数字资产，例如 OVR 土地或者 OVR 体验，通过使用智能移动设备或者智能眼镜，为 AR 增强现实赋予生命。

通过使用市场，OVR 土地可以在用户之间以去中心化的方式自由交易。

这意味着 OVR 土地的所有者可以决定用户在进入这片 OVR 土地后将体验什么样的体验。

所以，社区拥有对 OVR 土地和 OVR 体验的绝对控制权。

AR 体验可以从静态的 3D 内容和高度复杂的互动和超级真实的场景，使虚拟内容与现实世界融合，用户与周围世界进行物理互动。到目前为止，开发这些体验的系统是基于 iOS 和 Android 的移动设备，以及基于 holokit 项目的 Hololens、Magic Leap 智能眼镜以及 AR 低成本耳机。

OVR 作为一个平台，支持当前市场上可用的硬件，通过软件集成将支持市场上未来将推出的所有下一代硬件。

因此，该平台是一个独立于硬件的标准。

OVR 体验可以通过基于 unity3d 的 SDK 实现，社区用户可以在平台内进行买卖体验。

Unity3D 是目前市场上领先的实时 3D 开发环境之一，它的通用性、分散性和跨平台项目编译的管理能力使其能够支持移动设备和智能眼镜。

OVR 实现了一个基于发行商/广告商为原则的分散广告系统，其中 OVR 所有者可以通过将广告商的赞助内容插入增强现实体验中获得 OVRtoken。

OVR 是不可阻挡的，因为一旦在区块链中实现，就没有人能够改变软件规则、OVR 土地内容或者加密 token 经济系统。

仲裁活动将由社区本身进行管理，使用报告系统，并由节点维护管理黑名单。

OVR 专注于移动 AR 设备和智能眼镜领域的快速增长，并引入了以下主要创新：

- 开发一个分散的、不可阻挡的开源平台，由社区用自己的货币和生态系统来管理。
- 用 OVRtoken 买卖数字资产（土地，内容，广告）
- 开发一个综合跟踪系统（使用 GPS），计算机视觉算法和设备上的惯性系统，将用户体验带到户外增强现实技术的新境界。
- 使用类似 IPFS\*的协议分散 2D/3D 资产的存储，使整个平台不可阻挡且独立，并为共享存储空间的节点支付报酬。
- 去中心化的，由社区驱动的生态系统

OVR, 正如你将在以下章节中看到的那样，除了 AR 增强现实技术，对其他领域也具有颠覆性，例如::

- 数字内容货币化
- 数字广告
- 数字体验货币化
- P2P 工作
-

## 目录表

<b>1.0 市场展望</b>	<b>6</b>
1.1 市场概况	6
1.2 市场机遇	7
<b>2.0 强调市场需求</b>	<b>8</b>
终端用户 - OVR 世界的探索者	8
数字资产投资者 -OVR 土地的收藏家	10
数字媒体机构	10
广告主- 需要推广自家产品的品牌方	11
3D 数字艺术设计师 -OVR 体验的创造者	11
线下商店和连锁店	12
<b>3.0 OVR 主要特征</b>	<b>13</b>
3.1 OVR 生态系统	12
3.2 OVR 土地	13
3.2.1 为什么是六边形	13
3.2.2 横向相邻	13
3.2.3 失真	13
3.2.4 OVR 土地及自然语言 URI（统一资源标识符）	14
3.2.5 私有使用层和公共使用层	15
3.3 交易市场	15
3.4 OVR 土地: 购买，销售和租赁	15
3.5 OVR 体验: 购买与销售	17
3.6 OVR 广告: 购买与销售	17
<b>4.0 OVR 技术</b>	<b>18</b>
4.1 增强现实技术	18
4.2 持续性的 AR 增强现实体验和分享体验	18
4.3 OVR 地理定位和跟踪	18
4.3.1 GPS 问题	18
4.3.2 新的定位技术- 第四个维度	18
4.3.3 定位和扫描	20
4.3.4 后续开发	21
4.4 OVR SDK 和 Unity 3D	22
4.5 OVR 土地扫描人员	22



4.6 IPFS 及 OVR 节点	22
4.7 侧链	25
4.8 OVR 助手，即插即用的智能助手	27
4.8.1 OVR 助手是什么	27
4.8.2 OVR 虚拟助手自然语言处理(NLP)技术	28
<b>5 Token 经济</b>	<b>30</b>
5.1 两种 tokens, 同一个经济体系	31
5.2 Token 经济	31
<b>6 OVR 节点和质押</b>	<b>32</b>
6.1 OVR 节点	32
6.2 锁定期和额外的发展	32
6.3 OVR 核心团队	33
6.4 OVR IBCO	33
6.4.1 OVR 土地发售	33
6.4.2 首次购买之后的 OVR 土地	35
6.4.3 OVR Token 奖励机制	36
<b>7 平台发布</b>	<b>39</b>
7.1 时间线	39
7.2 市场营销计划	39
7.2.1 目标受众定义	40
7.2.2 新媒体渠道策略 - (RACE -触及、行动、转化、参与)	40
7.2.3 品牌形象建立与线下营销策略	43
7.3 竞争对手分析	45
<b>8 IBCO</b>	<b>46</b>
8.1 条款与条件	46
8.2 资金使用	49
8.2.1 预算分配	50
<b>9.0 团队</b>	<b>54</b>
顾问	58
<b>10 法律免责声明</b>	<b>56</b>

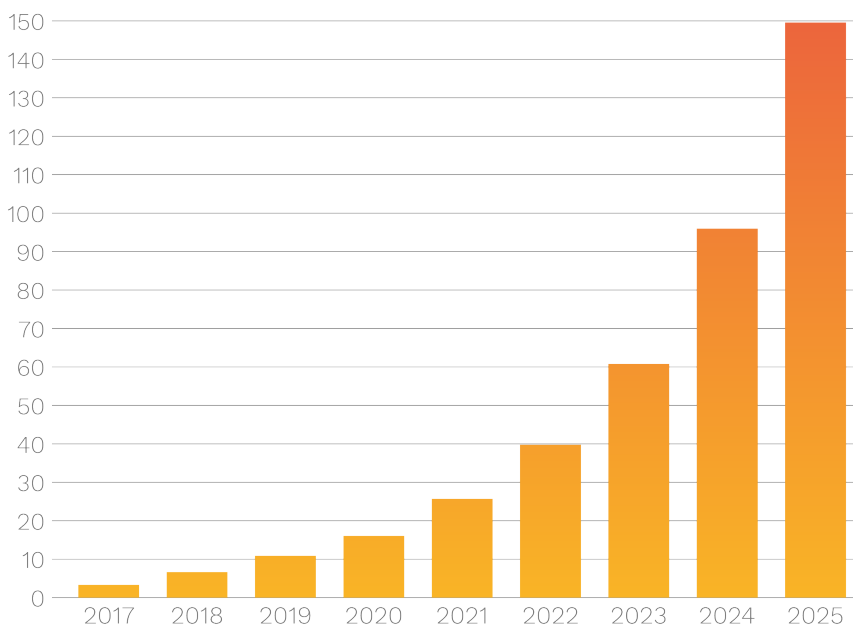
# 1.0 市场展望

## 1.1 市场概况

2017 年，几项增强现实技术被引入市场。苹果(Apple)、Facebook 和谷歌等科技巨头进行了大量投资和收购，目的是为了越来越多地将此类技术应用于消费市场。

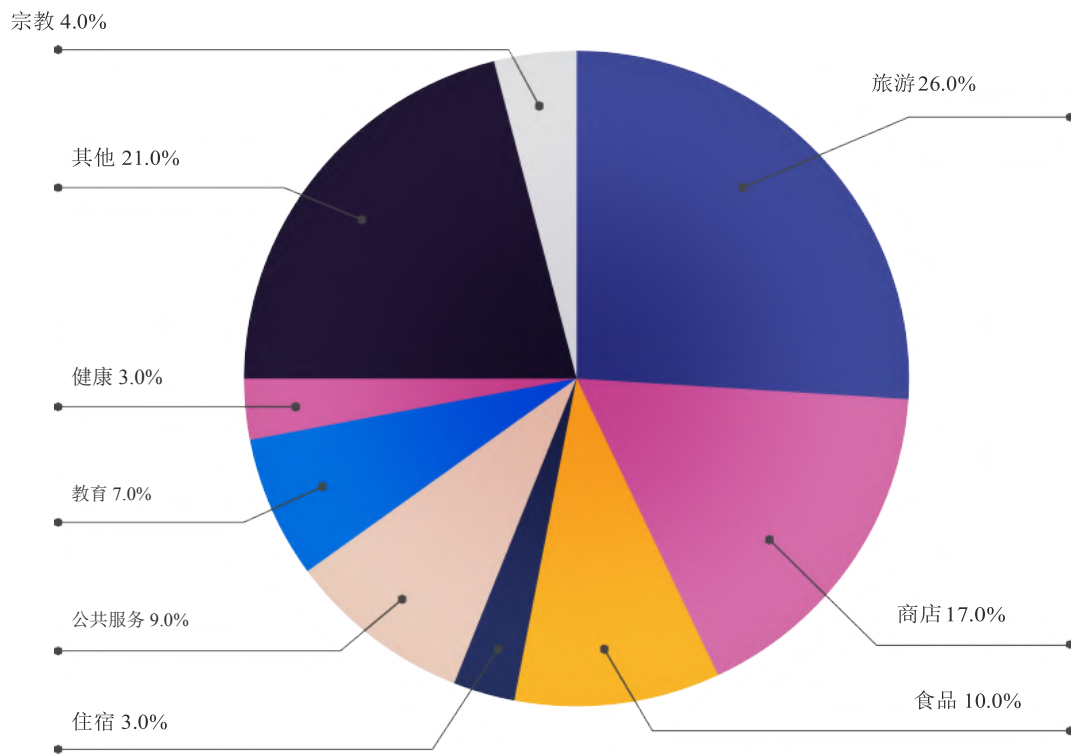
国际数据公司(IDC)最近发布的一份预测显示，消费行业将成为 AR 和 VR 领域最大消费者，紧随其后的是零售业。这种增长也是由于智能手机市场的发展方向，自 2018 年以来生产的所有设备都完全支持 AR 增强现实。此外，与智能眼镜技术相关的市场正在快速增长，许多科技公司正在投资推出一款功能强大、价格低廉的产品。

根据 IDC 的数据，增强现实市场将在 2020 年达到 110 亿美元，预计到 2024 年底将达到 1370 亿美元。研究强调，这些主要的技术巨头的投资表明，他们如何理解 AR 增强现实的巨大潜力，不仅作为一项技术，而且作为一项新的强大的沟通渠道，能够传达任何类型的内容，并可在任何商业领域使用。



AR 收益

数据来源: MarketWatch



AR 技术使用分类

数据来源: google.com and openstreetmap.org

## 1.2 市场机遇

经过近两年的研究和分析，我们发现了以下几点 OVR 平台将解决的问题：

- 移动设备应用软件生态系统碎片化
- 对数字广告的注意力下降
- 货币化数字资产的困难性
- AR 增强现实在众多垂直应用中作为单一体验
- AR 仅作为简单的标记增强，具有较低的互动性和参与性

## 2.0 强调市场需求

OVR 是一个聚合器，一个使用真实经济系统的社区，可以彻底改变 AR 世界范围的体验。多亏了这个系统，OVR 针对不同细分市场需求提供了解决方案。

OVR 的目标是提供一个单一的免费增强现实工具，让你置身在周围环境中拥有 3D 质感的体验。

### 终端用户 - OVR 世界的探索者

需求	解决方案
一个单一的世界范围的AR增强现实平台作为一个新的三维浏览器	一个单一的安装在智能手机/平板电脑/智能眼镜的应用程序，兼容市场上所有平台
一个新的广告渠道，超越了传统的过于拥挤的手机广告	广告与AR体验紧密结合，使促销活动不那么具有侵入性，更吸引人
允许多人参与的增强现实体验	OVR允许多个用户在同一地点进行实时互动
稳定的地理定位体验，融合虚拟与现实	由于引入了软件创新，OVR确保了3D元素在真实世界中的精确定位，从而获得高质量的用户体验，并与周围环境保持一致
探索开放知识的新媒介	OVR将是一个无缝和快速的方式访问维基百科和开放街图知识。信息将通过叠加的方式传递，即通过人工智能虚拟助手

数字

### 资产投资者- OVR 土地的收藏家

需求	解决方案
从数字资产中创造收益	向希望使用其的OVR土地发布内容的出版商（广告商）收取费用
提升数字资产的价值	为了吸引更多游客，选择呈现在OVR土地上体验以及促销活动，都增加了数字资产潜在的转售价值

## 数字媒体机构

需求	解决方案
全新的沟通渠道	OVR通过世界范围的增强现实体验，为品牌内容的传达提供了一种新的方式
通过技术实现吸引客户注意力的机会	AR增强现实是一个快速增长的趋势，被用得越来越多品牌的传播方式。OVR以其达到艺术水准的高品质AR体验正好迎合了这一趋势
互联网地理定位的客户体验	OVR基于内容的地理定位和内容在增强现实体验中的行迹
新的投资机会	当收购OVR土地时，该机构可以在品牌感兴趣的战略位置赞助体验

## 对于广告商- 想要推销自己产品或者服务的品牌

OVR 为广告客户提供了一个创新和非拥挤的新沟通渠道的机会。

需求	解决方案
创新的沟通渠道	在OVR投放的广告结合了3D体验，从而强化了广告传达的信息
不拥挤的沟通渠道	OVR平台诞生于没有增强现实标准的时代，它创造了一个全新的、不拥挤的沟通渠道
拥有透明的价格的广告系统	区块链上市场的分散化允许以最大的透明度和可跟踪性管理供应和需求

## 3D 数字艺术家 – OVR 体验的建造者

需求	解决方案
全球范围的平台来售卖AR增强现实体验	世界范围的AR增强现实和VR虚拟现实内容的渠道分布
能够快速、实际地接收新的项目请求	可以找到OVR拥有者的OVR市场
从你的增强现实体验中赚钱	通过成为OVR拥有者, 3D数字艺术家可以插入广告商的内容, 并利用他们的体验赚钱

## 线下商店和连锁店

需求	解决方案
即使在一个关闭的商店也可以提供交易建议	OVR土地中, 即使是在一家关闭的商店前面进行的AR体验也可以刺激消费者购买
提供互动的游戏化场景	商店前面的OVR土地上的游戏体验或一般参与成为了制造商店客流量的理由
通过创新增加客户数量	通过参与位于战略区域或商店本身附近的增强现实体验, 用户被邀请到商店
与虚拟助手互动	OVR平台将提供一个即插即玩的虚拟助手, 支持最先进的NLP AI算法

## 3.0 OVR 主要特征

OVR 使用了增强现实技术，这是一种能够向周围环境添加不同类型内容(视频、音频、2D 和 3D)的技术，它创造了现实和虚拟共存于同一空间的幻觉。

所有这些都是实时的，并且可以从任何带有摄像头的设备上获取，比如智能手机和智能眼镜。这种创新使得“追踪”现实世界中的元素并添加其他虚拟元素成为可能。真实与数字的结合产生了一种独特的融合体验。

在这个意义上，AR 增强现实产生了一个新的维度，一个全新的媒体空间和一个快速增长的市场。

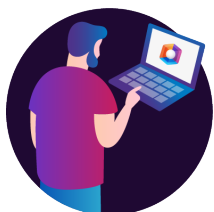
- OVR 平台由以下部分组成:
- OVR 生态系统
- OVR 土地
- 交易市场
- OVR 土地: 购买，出售和租赁
- OVR 体验: 购买和出售
- OVR 广告: 购买和出售

### 3.1 OVR 生态系统



#### OVR 土地所有者

他们使用 OVRtoken 购买数字土地(OVR 土地)并锚定 AR 体验。



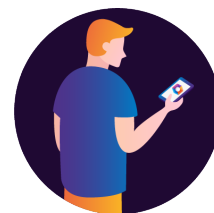
#### OVR 创造者

他们创造 3D 数字体验 (OVR 体验)



#### OVR 矿工

他们是 OVR 的节点



#### OVR 用户

他们进行 OVR 体验



#### OVR 广告商

使用 OVRtoken 在 OVR 土地上发布 AR 广告



#### OVR 质押者

他们质押 OVR token 来为 IPFS OVR 节点投票选举.



## 3.2 OVR 土地

OVR 生态系统由覆盖整个地球表面的六边形网格所支撑。这些六边形被称为 OVR 土地，具有特定的地理位置和 300 平方米的标准尺寸。总 OVR 土地数为 1.660.954.464.112。

每块 OVR 土地可以被进一步划分成 7 个六边形，这样就有了更精确的定位。

OVR 土地不仅是一个定位 AR 和 VR 内容的参考系统，本质上也是一项数字资产，它也是使我们的社区得以发展和增长的经济激励。OVR 土地将被 OVR 所有者购买\*，他们的财产将由以太坊区块链上记录的一个不可替代的 token(ERC-721 标准)授予，该标准允许去中心化的和反审查的产权。

OVR 土地的产权将为生成、分发和策划高质量 AR 和 VR 内容提供经济激励。

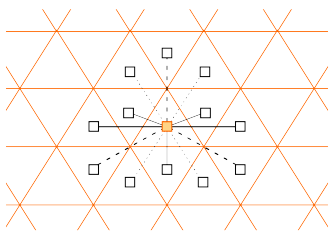
OVR 土地是一种稀缺而独特的资源，只有拥有 OVR 土地 NFT 的以太坊地址的私钥才能控制它。在私钥丢失的情况下，对 OVR 土地的控制将永远丢失。为了防止这种情况的发生，我们要求 OVR 土地的所有者至少每 3 年一次地对区块链(可以是一个简单的 ping 函数)执行一次任何类型的操作，以证明对私钥的控制。如果 OVR 所有者不能在 3 年内提供私钥拥有权的证明，则其 OVR 土地将再次公开出售。

### 3.2.1 为什么是六边形

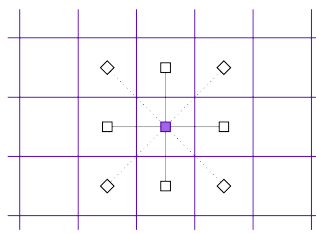
只有三种正多边形倾斜可以用来覆盖地球表面:正方形、三角形和六边形。我们选择六边形是因为它有两个特征能够与 OVR 项目很好的结合:

### 3.2.2 横向相邻

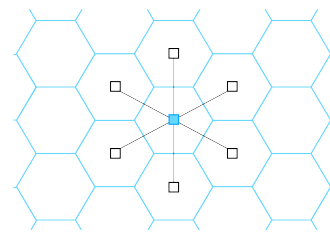
我们设想，多种相邻 OVR 土地之间的几何学互动的机会将对这些关系产生巨大影响。我们的目标是成倍增加这些互动机会，并且保持它们简单。六边形呈现出一个非常简单的邻域分布:接触点只在侧面上，从不在拐角上，而且所有的邻域都与中心等距。这些特性是三角形和正方形所不具备的，并且允许更快、更容易地计算领域地图。



Triangles



Squares



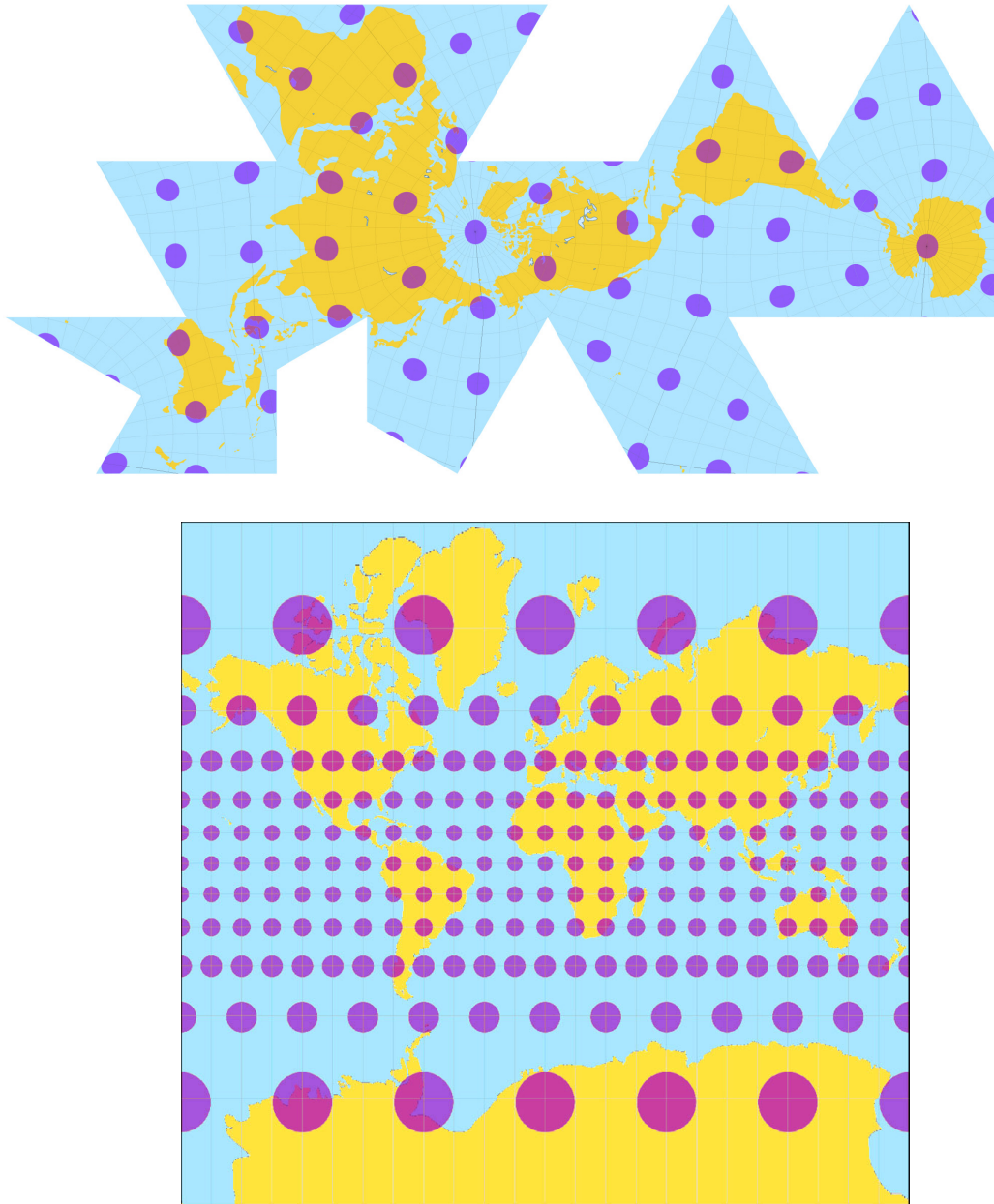
Hexagons

### 3.2.3 失真

OVR 土地覆盖了整个地球，我们希望所有现实地理位置的坐标和 OVR 土地之间具保持一致。听起来很合理，但并不那么容易!将地球球面投影到平面上会导致地图变形，实际上，大多数经典的地球地图投影技术，比如墨卡托，在我们向两极移动时都会产生巨大的变形。

用六边形平铺在地球表面，可以最大限度地减少失真。

### Dymaxion VS Mercator Tissot's 变形指标



#### 3.2.4 OVR 土地自然语言 URI (统一资源标识符)

人类有一种处理自然语言的特殊能力，一般来说，一个孩子在 4 岁的时候就能识别和记住 5000 多个单词，而这个数字在成年人中增长到 20000 到 35.000 之间。同样的能力并不适用于数字，我们的认知功能也无法识别和记住哪怕是几十个数字序列。

OVR 土地由它们的地理位置定义，也就是一对纬度和经度的数字。为了配合上述人类的认知能力，我们开发了一种算法——这将是开源的——能够用一个独有的三重英文单词组合(如蓝色，天空，梦)标识每块 OVR 土地的一对坐标。

这 1660 万亿块 OVR 土地中的每一块都将由一个易于记忆的三重英语单词组成。为了达到这个结果，我们使用了一个由谷歌 n - gram 提取的单词列表，其中包含了 2 万个最常用的英语单词。

### 3.2.5 私有使用层面和公共使用层面

OVR 土地产权是整个 OVRtoken 经济的基础。OVR 所有者被授予了 OVR 土地内容的完全控制权，因为这支撑着我们生态系统的经济刺激。这个空间被定义为私有使用层面。

OVR 的目标是成为 AR 内容的参考分散平台，在建立私有使用层面的同时，我们还需要创建具有公共范围且非私有的内容。

有些内容具有公共效用，但由于个体所有者之间缺乏协调和缺乏足够的经济激励，无法由单个 OVR 土地的所有者来创建和管理。这些公共内容比如:关于公共建筑和服务、基础设施、公共机构的资料。出于这个原因，我们决定创建公共使用层，它将共存于私人使用层六边形的相同坐标上，但不属于任何实体。

公共使用层也将是 OVR 平台的启动器，我们将用整个 Wikipedia 的地理定位知识库填充它。信息将通过 AR 叠加和由在 Wikipedia 知识库上培训的最先进的 NLP 技术支持的虚拟助手\*传达给终端用户。

维基百科知识库、虚拟助手 AR 资产、NLP 培训的神经网络将由 OVR 区块生产者管理\*\*。

\*更多信息请参考 OVR 助手章节

\*更多信息请参考 OVR 节点章节

## 3.3 交易市场

OVR 市场是去中心化的，由智能合约管理。其主要功能是促进在每个在 OVR 平台上数字资产的供需之间的交叉匹配。

所有交易都由 OVRtoken 处理，智能合约确保去中心化的资产交易。

## 3.4 OVR 土地: 购买，出售与租赁

### 购买

在 OVRs(“token”)首次发行结束阶段之后，OVR 土地可以在 OVR 市场上通过递增价格拍卖(起拍价为\$10 等值的 OVR)购买。如果一个 OVR 土地已经被购买并在市场上出售，它将有可能以建议的价格购买。OVR 土地符合 ERC-721 标准，因此 token 还可以在 OVR 平台之外的平台上进行对等存储和销售。

## 出售/租赁

OVR 所有者可以在任何时间在市场上出售或者出租他们的 OVR 土地。这些 OVR 土地将连同其中的 OVR 体验一起被出售或者出租。



### 3.5 OVR 体验: 购买和出售

社区用户可以使用基于 Unity3D 的 SDK OVR 开发 AR 增强现实体验，然后决定是否在市场上销售。资产存储在 IPFS OVR 节点上。

所需的金额在相应的 OVR 体验时从 OVR 所有者传递给体验开发者。



OVR 土地->OVR 体验. 智能合约保证了交易的正确性。.

### 3.6 OVR 广告: 购买和出售

SDK 提供的功能包含管理推广项目所需的对象，例如 3D 虚拟横幅，或者通常情况下，使用动态分配纹理的计划，以便让广告商能够插入他们的推广元素。

市场根据时间或性能管理这些空间的买卖。



\* OVR 土地的起拍价可能根据项目进展而进行调整

# 4.0 OVR 技术

## 4.1 增强现实技术

增强现实是一种能够在周围环境中叠加各种类型内容(视频、音频、2D、3D)的技术。所有这些都是实时发生的，而且都是通过任何有摄像头的设备实现的。这种创新实际上实现了“跟踪”真实场景中的元素并添加其他虚拟元素。真实与数字的结合产生了一种独特的体验。

## 4.2 持久性的 AR 增强现实体验和分享体验

对于持久性增强现实，我们指的是用户在周围环境中重复体验相同的增强现实的可能性。这是有可能的，因为有了第一次环境扫描存储。

这种重新加载环境映射的能力允许用户获得共享的体验用户可以看到虚拟元素以相同的方式在空间中出现。

## 4.3 OVR 地理定位和跟踪

### 4.3.1 GPS 的问题

OVR 应用程序的目标是让用户根据所处的位置体验各种 AR 增强现实体验。因此，该应用程序使用 GPS 设备数据来跟踪用户的地理位置。

从 GPS 获得的数据报告地理坐标和相对精度水平。这些数据的值不能够对 AR 内容进行精确定位。此外，除了度量精度误差外，这个定位还有一定的不确定性。这可能会导致异常数据的接收，也会与实际位置偏离几十米。仅依赖 GPS 锚定内容的增强现实体验是近似的、不确定的，而且不够稳定。

### 4.3.2 全新的定位技术— 第四维度

第一个发展阶段的重点是六边形 OVR 土地的定位与坐标匹配，然后研究出一种在增强现实中超越 GPS 限制的定位内容的方法。

其逻辑概念是融合两种定位技术:本地精度高的 SLAM 和全球范围的 GPS，从而识别相似数据，消除异常数据。

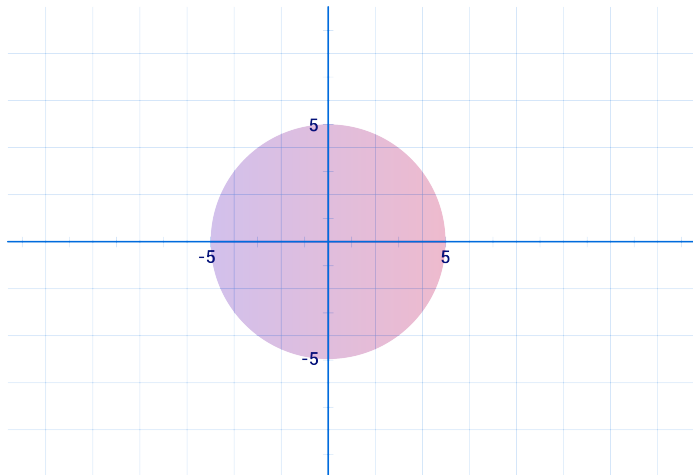
由于使用了摄像头，SLAM 技术可以识别框架环境的关键元素，并创建一个三维点地图。这张地图可以让你非常精确地计算相机的位置与周围的其他物理对象。概念上的创新使我们得到了一个最优化的结果，那就是了解到，SLAM 技术使得在 GPS 信息中添加一个变量成为可能，但这个变量到目前为止还无法使用:时间。

事实上，系统会检测在某个特定时间点记录的 GPS 数据。与之后扫描的数据进行比较。这可以通过检查 SLAM 技术回传的本地定位数据来实现。

## 案例

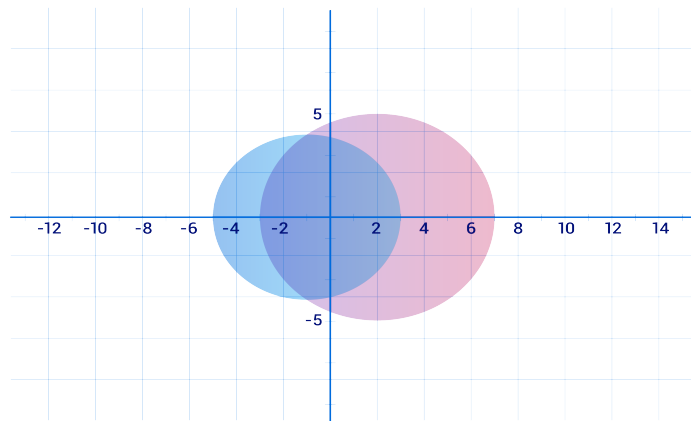
我们假设用户在给定的地理位置上使用他的设备。GPS 启动后，通过摄像头对周围环境进行帧化，识别出两个数据块:地理坐标的位置，和摄像头相对于帧化环境的位置。

我们假定  $\alpha$  纬度、经度  $\beta$  和与周围环境的相对位置等于坐标为  $x = 0, y = 0$ (原点)。GPS 报告了一个假设的 5 米精度基准。



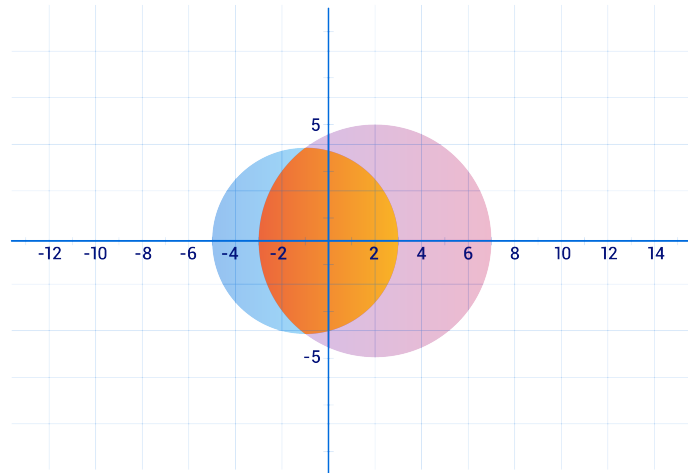
如果用户向右移动 2 米，考虑到 SLAM 技术的精度，位置坐标变为  $x = 2, y = 0$ 。

人们期望 GPS 也能记录相同的位置，但由于其不准确，它能以 4 米的精度提示 1 米的反方向位移。





紫色区域表示预期的 GPS 数据，蓝色区域表示实际记录的数据。



单独分析它们，我们不可能知道这两个数据中哪个显示了正确用户坐标的信息，但是通过交叉这两个数据，我们确定了一个更准确的不确定性区域(橙色区域)。然后地理定位数据就大概在交点区域的中心。计算两个以上的记录瞬间，可以不断地改进 GPS 提供的确定位置。

### 4.3.3 定位目标和扫描

这种技术可以更好地弥补 GPS 地理定位技术的不精确性，而不需要额外的工具、技术或方法论来帮助正确定位虚拟元素。

我们已经确定了两种可能的技术。第一个涉及到使用系统可识别的图形“目标”。考虑到它的大小、位置和准确的倾向，“目标”可以为设备提供正确的地理坐标。

假设我们在一个具有悠久历史的广场，在一个建筑物的正面，有一幅壁画或者，在门前，在一个贴着标志的购物中心。如果之前上传到系统中，应用程序就能够识别这些图像，这要归功于计算机视觉算法(SIFT / SURF)的使用。

这些技术提供了我们构建“目标”图像的倾向，从而提供了用户此后的定位方向。通过输入“目标”图像大小，还可以计算目标和设备(用户)之间的确切距离。这样就得到了相对距离向量(偏移量)。将之前获得的信息，即图像的地理位置及其倾向，添加到相对距离矢量中，就可以很容易地计算出设备的精确地理坐标。

一旦获得了这些坐标，SLAM 技术就可以对内容进行锚定，相对于 GPS 所提供的信息，SLAM 技术可以将内容定位在需要的位置，而且具有更高的精度。

识别用户坐标的第二种方法包括：通过记录 SLAM 用来锚定内容的点来预先扫描景点。



要使用这种技术，需要 OVR 土地扫描者在开发阶段到达物理位置，并通过 OVR 应用程序扫描您希望显示体验的表面。所收集的信息(位置和扫描点)提供了增强现实内容将出现的环境的精确地图。

#### 4.3.4 后续开发

新一代 GPS, GNSS，已经出现在市场上，并代表了一个可能的加强 OVR 使用的方法。SLAM 技术不断发展，二维图像识别或三维模型的实现将改善 AR 体验。另一方面，蓝牙信标可以精确地进行位置识别，即使在 GPS 无法提供准确数据的地方，比如建筑物内部。



## 4.4 OVR SDK 和 Unity 3D

OVR 内容是在 Unity3D\*中开发的，OVR SDK 允许实现 OVR 平台的功能

OVR SDK 可以管理:

- OVR 用户钱包交易
- 在编辑器上预览 OVR 土地空间，以管理正确的 3D 资产定位和空间边界
- 管理 AR 持久性
- 管理 AR 共享经验
- 与 infura\*\*和 oracles 数据库等网关的互动
- 管理 OVR 客户端应用程序提供的资源限制
- 桌面 OVR 内容预览。
- Avatar 整合和知识管理
- 

## 4.5 OVR 土地扫描人员

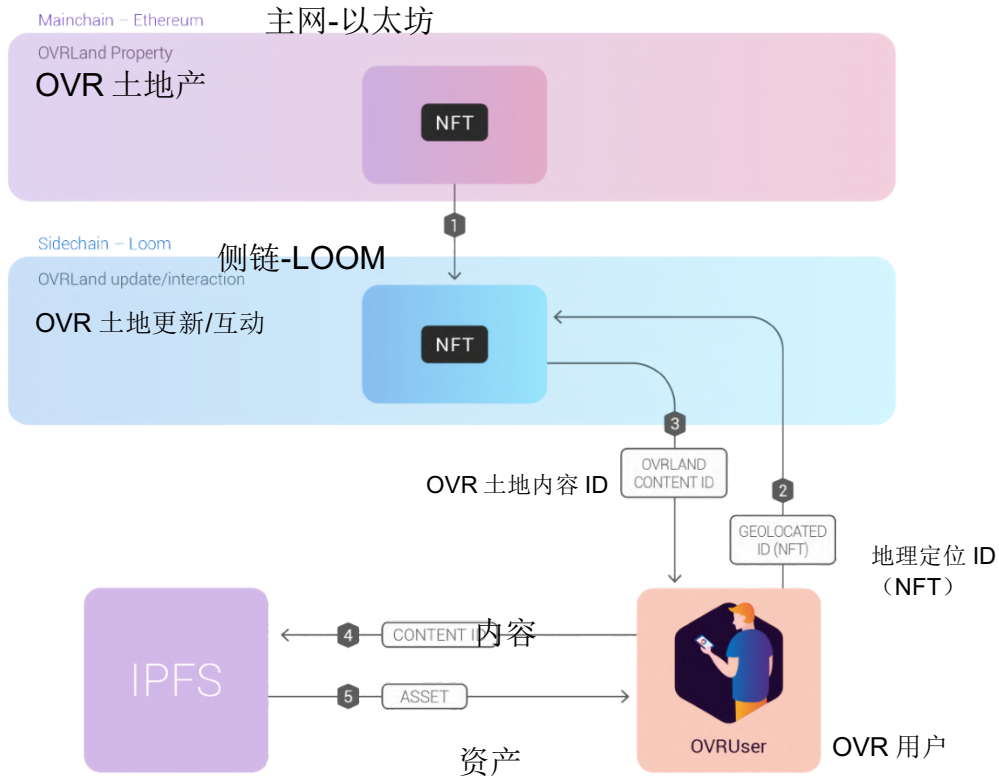
OVR SDK 允许内容创建者定义 AR 体验的跟踪模式。最精确的模式是在移动 OVR 应用程序的帮助下对 OVR 土地进行预扫描。OVR 土地扫描者是由 OVR 土地所有者支付费用，对指定的 OVR 土地进行扫描的社区用户。该服务是通过交易市场购买的，在这个市场中，OVR 土地所有者来决定 OVR 土地扫描者可能会感兴趣的价格。

## 4.6 IPFS and OVR 节点

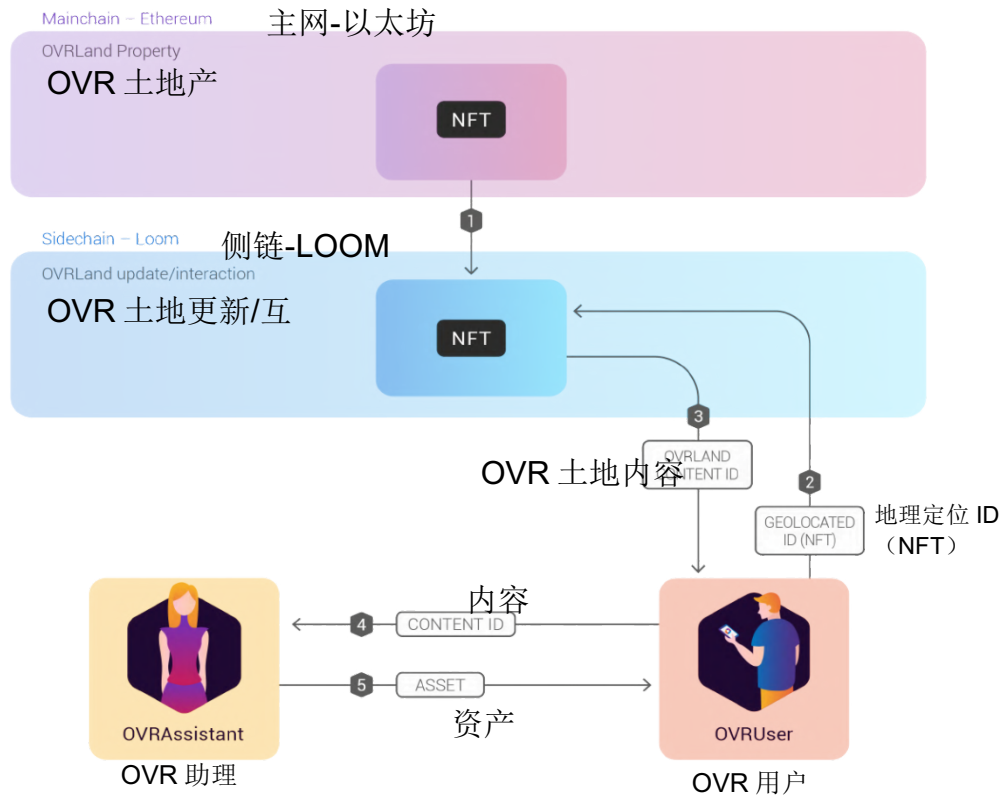
OVR 节点由确存储分散的 P2P IPFS 协议提供支持。在第一个阶段，这些节点位于不同地理区域，由 OVR 团队维护。

随后，基于个人用户共享的存储和带宽的节点，OVR 节点软件的更新将引入节点自动报酬。OVR 土地所有者需要支付一笔托管费用，按所使用总带宽计算，作为 OVR 节点的按比例收入。

区块链基础设施—OVR 用户（个人）  
Blockchain infrastructure – OVRUser (private)



区块链基础设施—OVR 用户（公共）  
Blockchain infrastructure – OVRUser (public)



## 4.7 侧链

我们选择以太坊来部署我们的分散式平台，因为正如 **Loom Network** 所说：“以太坊已经赢得了成为 **Web 3.0** 基础的竞赛”。以太坊仍然是目前最强大的智能合约平台。在市值排名前 100 的 **token** 中，96%是建立在以太坊之上的。在排名前 1000 个 **token** 中，89%是建立在以太坊\*之上的。

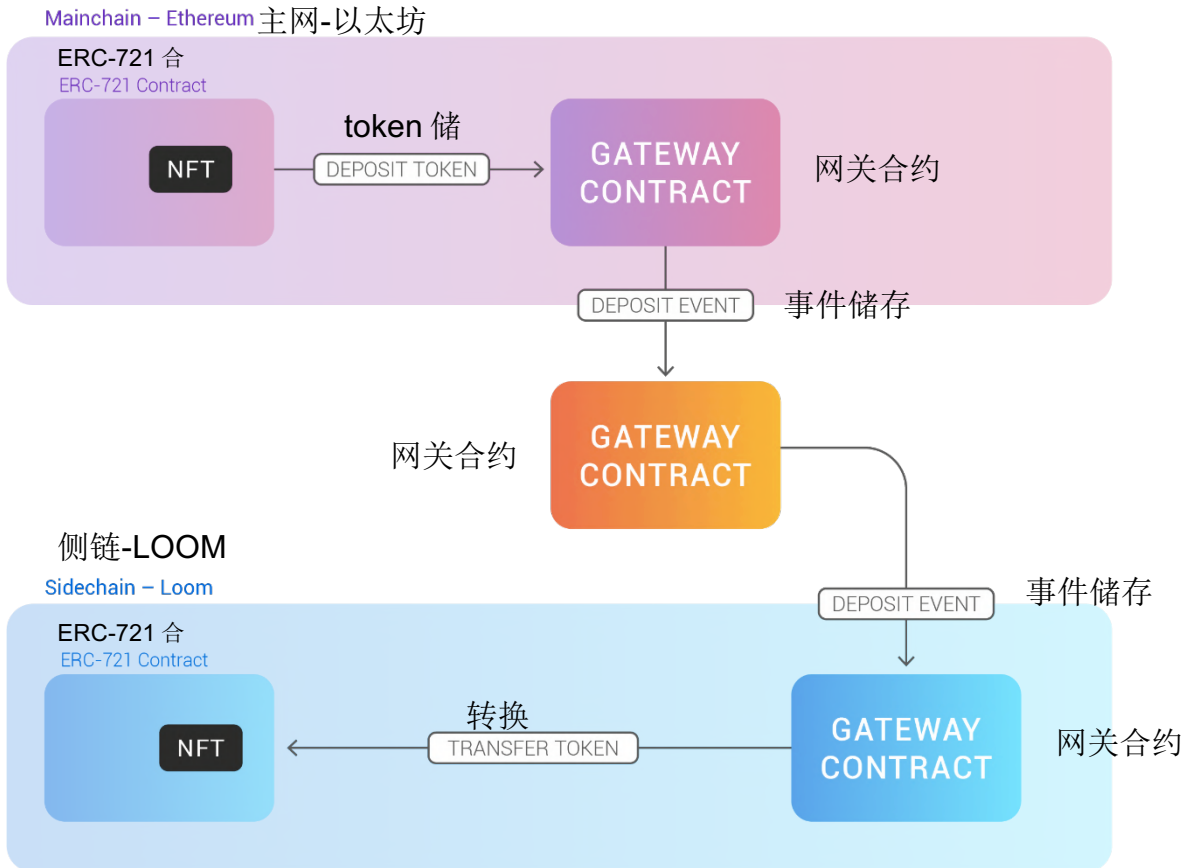
**Ethernode** 报告了超过 9000 个活跃的节点，并研究了开发人员社区。**Truffle** 是一个开发环境广告测试框架，自 2015 年 5 月发布以来，平均每月下载 10 万次，其中终身下载 100 万次。然而今天，以太坊在吞吐量方面受到了限制(大约是 25)。在交易量大的情况下，燃料价格高得令人望而却步。

由于这种可扩展性和成本限制，我们决定在 **OVR** 项目中集成一个连接到以太坊主网的侧链技术。虽然 **OVR** 土地的所有权将只在以太坊主链上授予和转让，但与 **OVR** 土地的所有相关互动都将发生在更具可扩展性和成本效益的 **XDai** 侧链上。而且 **NFT** 可以随时转化到以太坊主链上或者在 **OpenSea** 这样的交易市场中进行交易。

以太坊确保了安全性，这要归功于桥接智能合约，它允许安全地将 **token** 从主网交换到副链，反之亦然。

## 区块链基础设施

### Blockchain infrastructure



\* <https://coinmarketcap.com/>

因为有了 XDai 侧链，移动体验得到了增强，消除了区块链和收费机制的摩擦。OVR 用户将拥有类似于 web 2.0 改进的用户体验，通过这种方式被大量采用。

## 4.8 OVR 助手, 即插即用的人工智能化身 avatar

### 4.8.1 OVR 助手是什么

OVR 助手是一个三维逼真的人类化身, 它利用人工智能、语音识别和语音合成, 利用基于维基百科语料库的神经网络, 以及由 OVR 土地所有者管理的可编程知识, 提供地理空间情景信息。



OVR 用户与 AI 助手互动的方式是通过声音。OVR 助手互动的例子有:回答问题,为用户指路其附近的 POI(兴趣点),让自己 OVR 土地上移动,根据 OVR 用户的活动改变他的位置,邀请 OVR 用户跟随他的步伐,改变面部表情,指方向,在商店里为用户导航。

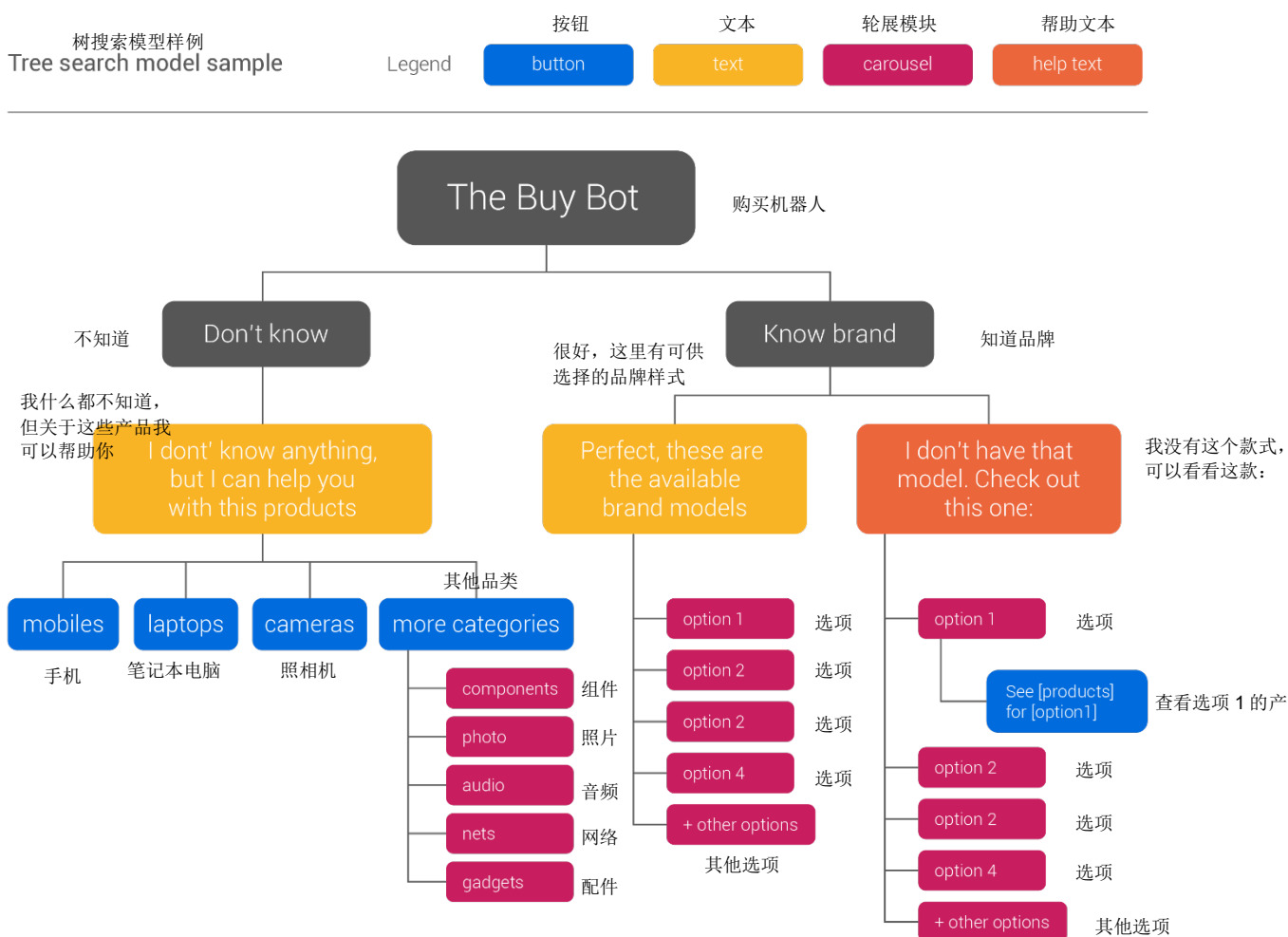


OVR 助手叠加出现在现实世界的实时画面上, 就像增强现实体验一样, 并且可以与锚定在 OVR 土地上的 OVR 内容共存。

#### 4.8.2 OVR 虚拟助手自然语言处理(NLP)技术

虚拟助手将由文本到语音和语音到文本的算法驱动，使用自然语言进行互动，不需要打字。虚拟助手的智能将由多种不同的 NLP 技术组成，可以单独使用，也可以联合使用：

- 树搜索模型: 这是最简单、最常见的 NLP 技术，用于驱动虚拟助理，问题和应答都是在嵌套的树结构中构造的，虚拟助理利用这种硬编码的知识与用户互动。



树搜索模型样例.

- 局部模式识别问答系统: OVR 采用了基于 BERT\*的最先进的 NLP 算法，BERT\*是由谷歌 AI 开发的一种深度神经网络。BERT 是第一个深度双向、无监督的语言表征，在整个英语维基百科语料库中，只使用纯文本语料库进行预先训练。预先训练的表征可以是无上下文的，也可以是上下文相关的，而且上下文表征还可以是单向的或双向的。无上下文的模型，如 word2vec 或 GloVe，为词汇表



中的每个单词生成一个单词嵌入表征。例如，单词“bank”在“bank account 银行账户”和“bank of the river 河岸”中具有相同的无上下文表征。上下文相关模型相反，OVR使用的是基于句子中的其他单词生成每个单词的表征。这样的架构在开放式的问答任务上达到了超人的表现。BERT在斯坦福大学开发的NLP开放问答基准数据集上的性能示例：

斯坦福问答数据集

## Stanford Question Answering Dataset (SQuAD)

### Passage

通道

Super Bowl 50 was an American football game to determine the champion of the National Football League (NFL) for the 2015 season. The American Football Conference (AFC) champion Denver Broncos defeated the National Football Conference (NFC) champion Carolina Panthers 24-10 to earn their third Super Bowl title. The game was played on February 7, 2016, at Levi's Stadium in the San Francisco Bay Area at Santa Clara, California.

超级碗 50 是一场美国橄榄球比赛，旨在决定 2015 赛季美国国家橄榄球联盟(NFL)的冠军。美国橄榄球联合会(AFC)冠军丹佛野马队以 24-10 击败了全国橄榄球联合会(NFC)冠军卡罗莱娜黑豹队，赢得了他们的第三个超级碗冠军。这场比赛于 2016 年 2 月 7 日在加州圣克拉拉旧金山湾区的李维斯体育场举行。

**Question:** Which NFL team won Super Bowl 50?

问：哪支 NFL 球队赢得了超级碗？

**Answer:** Denver Broncos

答：丹佛野马队

**Question:** What does AFC stand for?

问：AFC 代表什么

**Answer:** American Football Conference

答：美国橄榄球联合

**Question:** What year was Super Bowl 50?

问：超级碗 50 是在哪一年？

**Answer:** 2016

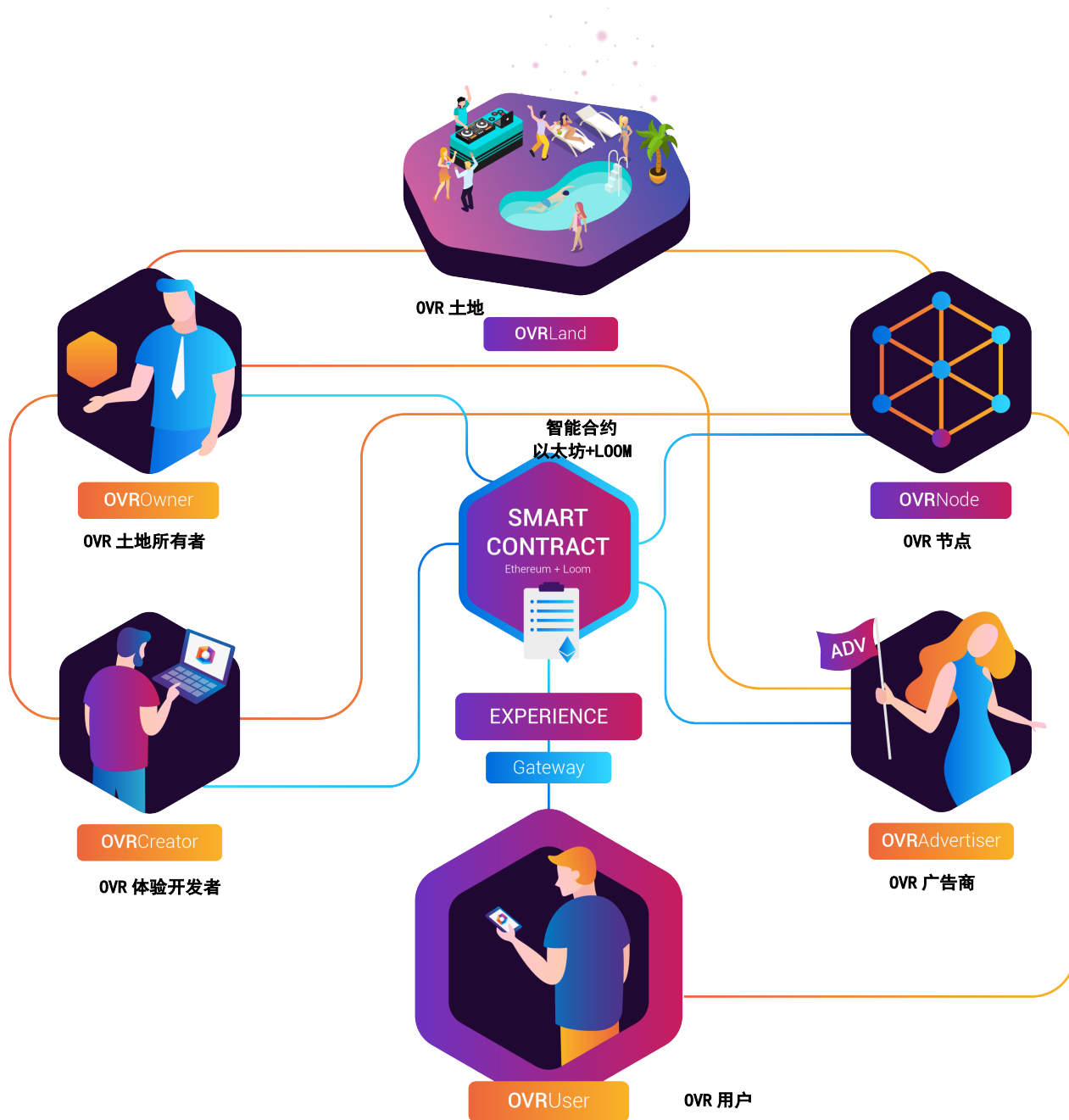
答：2016 年

OVR 虚拟助手将是即插即用的，与虚拟助手的互动可以完全定制，只需上传一个包含需要在特定情景下交付的知识的文本文件。无论是文本到语音，还是 NLP 技术，都已经在 MVP 应用程序上运行。这些功能还将继续被开发，以提高用户配置的便利性，以及最大化虚拟助手和最终用户之间进行的互动。

\*<https://arxiv.org/abs/1810.04805>

# 5 Token 经济

OVRtoken 是基于 ERC-20 标准的实用 token，在整个 OVR 生态系统中充当交换媒介。token 可以充分利用以太坊区块链，并很容易地与现有的基础设施(即钱包和交易所)整合。



Relationship between the roles involved      相关角色之间的关系  
Dapp Transactions      Dapp 交易

## 5.1 两种 token, 同一个经济体系

OVRtoken 经济基于两种不同的 token 的使用，OVRtoken 和 OVR 土地。OVRtoken 是一个可替换的 token(ERC-20)，它将在首次货币发行期间被重复使用，并且将是平台内唯一的价值交换手段。

OVRtoken 通过以下方式与平台互动：

- 获得治理权
- 购买 OVR 土地;
- 购买 OVR 市场的产品来创建自己的 OVR 体验;
- 支付给一个 OVR 开发者来为你创建 OVR 体验;
- 从其他想要与你的体验互动的用户那里获取报酬:
- 用户可能花钱使体验开始;
- 用户可能花钱从 OVR 体验中购买产品
- 从广告商获取报酬;
- 虚拟空间租赁
- 为预览/互动付钱
- 使用在 OVR 平台和市场上的所有服务.
- 

OVR 土地是一个不可替代的 token(ERC-721)，代表虚拟土地的所有权。第一个使用 OVRtoken 的机会是收购 OVR 土地\*。

## 5.2 Token 经济

OVR 内部的所有经济活动都将基于 OVRtoken 交易，平台启动资金和社区将主要基于 IBCO 和股权购买。社区首次开发的另一种融资形式将从 OVR 土地发行中收集的 OVRtoken，这些资金将完全用于用户和 OVR 所有者的收购\*。平台的长期财务可持续性将由两个不同且不相关的 token 来保证：

### • 交易手续费：

OVR 土地交易费：每次交易 OVR 土地 NFT 时，都要支付交易价值 5% 的费用

OVR 内容交易费：所有 OVR 资产的交易将收取 5% 的交易费

OVR 广告商交易费：将 OVR 土地出租给出版商和广告商所产生的所有收入将收取 5% 的交易费

### • 手机应用内的购买：

用户可以为他们的 Avatar 替身购买皮肤和特殊属性的虚拟衣服，进入私人虚拟房间，参加虚拟活动的门票或积分，以参加 AR/VR 游戏

### • IPFS 私人效用资产托管费用：

增强现实和虚拟现实资产将存储在 IPFS 上，托管资产的节点将由 OVR 土地所有者使用 OVRtoken 支付报酬，将私人效用资产放置在 OVR 土地上的费用为每月 1 美元，使用 OVRtoken 支付。

- -每块土地每月上限为 100MB，收集的 token 将有一半用于支付 IPFS 服务供应商的薪酬，另一半用于:支付薪酬给网络维护人员，开发平台软件，不断扩大用户群。

\*更多细节请参考章节 OVR 土地 token 首次购买机制

## 6 OVR 节点和质押

### 6.1 OVR 节点

OVR 基于两种主要协议:以太坊和 IPFS。以太坊是授予 OVR 土地所有权和硬封顶 OVRToken 流通的基础层，而 IPFS 将允许分散存储 OVR 体验。

为了向终端用户保证 AR 资产可用性、带宽和低延迟，OVR 为 OVR 节点(IPFS 维护者)及其质押者设计了一个激励系统。质押将赋予节点和选民对网络性能的既得利益。

运作一个 OVR IPFS 节点，它的最小质押要求是 500.000 OVR。不直接运作 OVR IPFS 节点的这些 OVRToken 所有者将能够通过将他们的 token 质押到所选节点来投票给他们的首选节点。

所有节点将基于以下两个标准（每个标准占 50%权重）被评分:

- 直接或间接质押到此节点的 token 数量
- 节点的带宽和延迟等资源

在平台启动后的前 3 年，OVR 将使用硬顶总发售量\*中预留的资金对节点和质押者进行奖励，不会产生通货膨胀来补贴节点和选民质押。

随着平台的成长，OVR 分配给节点和投票人/质押者的补贴将逐渐从平台获得的托管费支出

OVR 节点前 3 年的奖励将是他们质押金额的 6%APR，另外还将根据他们的排名获得奖金。

OVR 选民/质押者前 3 年的奖励将在 5.5% APR。

### 6.2 锁定期和额外的发展

为了最大化招募节点和质押者，第一年不需要锁定。随后受 Dan Larimer 的投票人目的\*\*启发的投票系统将被采用，以避免交易所的风险，以及对平台的长期分散增长没有直接利益联系的一般参与者取代了 IPFS 节点的风险。

\*更多关于保留 token 和节点/质押者奖励的细节请参考公售章节

\*\* <https://medium.com/@bytemaster/blockchain-governance-proposal-470478e42686>

## 6.3 OVR 核心团队

所有的 OVR 软件都将是完全开源的，我们将邀请社区成员做出贡献，尽管如此，我们意识到，为了保持质量，在开源项目中，项目本身需要独立的创始源。出于这个原因，我们每年预算至少 50 万美元，用于支付 10 个 FTE 开发者的费用，这些资金将通过上述持续的资金流获得。

## 6.4 OVR IBCO

传统的 ICO 在 2017 年底达到高峰，在熊市期间损失了大部分价值，对 token 持有者和加密货币生态系统造成了巨大的破坏。这种新模式，再加上牛市期间直接进入二级市场提供的流动性，造就了一场随时可能爆发的过高估值 token 的完美风暴。ICO 更大的问题是，使用性 token 已经被出售，99% 的项目没有真正的使用机制，至少在不久的将来不会……这些只是用来筹集资金的手段。由于没有办法使用 token，它们成为了一种纯粹的投机性资产，盲目复制比特币和以太坊市场波动，贝塔值非常高。唯一能够维护其值的 token 是那些实际拥有实用程序、实际用例的 token，BAT 和 BNB 就是这类 token 的例子。尽管过去两年价格不断变动，但我们坚信使用性 token 是一场真正的革命，为加密货币项目创造了一种新的融资形式，在股权和销售之间的混合，在金融和治理领域开辟了一个新的机会。

ICO 另一个强大的限制是隐含市值和交易所中的缺乏流动性：通常，项目方以一个固定价格积极推销他们的 token，然后将 token 上市到一个中心化的市场并提供一小部分用于提高流动性和使用做市价管理做出假的流动性。这个过程使得 token 对很小的销售压力都非常敏感，从而产生了可以在 99% 的 ICO 上看到的经典价格倾销下跌。

为了避免这种情况，OVR 将通过一个新的筹资方式来筹集资金：Initial Bonding Curve Offering (IBCO)。没有预先确定的 token 价格，价格将取决于它的需求键合曲线，也就是说如果没有需求价格将维持在低位，如果有需求价格会增长随之发行量也增加，这样币价的发展是完全交予市场的。但这还不是全部，token 将通过 Bancor 协议\*进行分配，所有的流动性都保持在曲线上，以确保卖方的资金流动性。流动性(筹集的资金)提取将由 Aragon 的 DAO 框架的一个智能合约来监管。投资者将持续地能够在曲线上进行买卖，避免传统上困扰 ICO 和长尾资产中心化交易所的流动性不足的问题。

不仅如此，为了维持 OVRToken 价值的其他三种策略——在接下来的章节将描述：在 OVR 土地拍卖中 OVR token 将拥有对比其他支付手段的双倍购买力，和拍卖开始后 9 个月的现金返还政策，以及对于 IPFS 节点质押以及流动性挖矿的奖励机制。

### 6.4.1 OVR 土地发售

OVR 土地拍卖会一直进行直到地球上 1.6 万亿个六边形(OVR 土地)中的最后一块土地被售出。OVR 土地的发售是基于一场竞标战，每次投标都持续 24 小时。起拍价为 10\$，后面每个出价在前一个出价值增加 100%。这种方法将允许快速和可靠的竞标价格上升。

考虑到 OVR 生态系统中 OVR 土地的核心性，我们设计了 OVR 土地的购入机制，以最小化支付方式的冲突并激励 OVRToken 持有者购入 OVR 土地。

为了尽量减少支付方式冲突，用户可以通过多种交换手段购买 OVR 土地，包括普通货币(在 APP 内完成支付：美元、欧元、人民币)、ETH、DAI、USDC 和 OVRTokens。

使用 OVR Token 而不是其他支付方式的买家将受到两种不同政策的激励：

**相对其他支付方式的双倍购买力：**法定货币, ETH, DAI, USDC; 发售 OVR 土地的智能合约将总是分配给 OVRtoken 相对其他支付方式双倍购买力，所以例如，为了等于 10 美元竞标价，ETH 支付人将需要使用价值 20 美元的 ETH。由于在一开始将没有设定 OVR Token 可靠的价格，在前 9 个月，智能合约会设定购买 OVR 土地时 OVR token 的价值为 0.1 美元，并且设定仅仅当 OVR 市场价格低于 0.1 美金的时候开始实施。这也将早期保护 OVR token 的价值,以防 OVR 在市场上贬值假设 OVR 土地需求的固定和 OVR token 的双倍购买力将创建一个套利压力来推动 OVR token 的价值上升。

**现金返还政策：**在公开出售开始后的前 9 个月，OVR 土地购买将收到现金返还政策的激励。对于每一次购买的 OVR 土地，在 30 天的锁定期后，OVRTokens 将以递减的比例返回购买账户地址。注意：现金返还不包括矿工费的部分。现金返还适用于每月前 N 块售出的 OVR 土地，具体数量请参考土地拍卖页面上方的横幅标识。

现金返还比例：

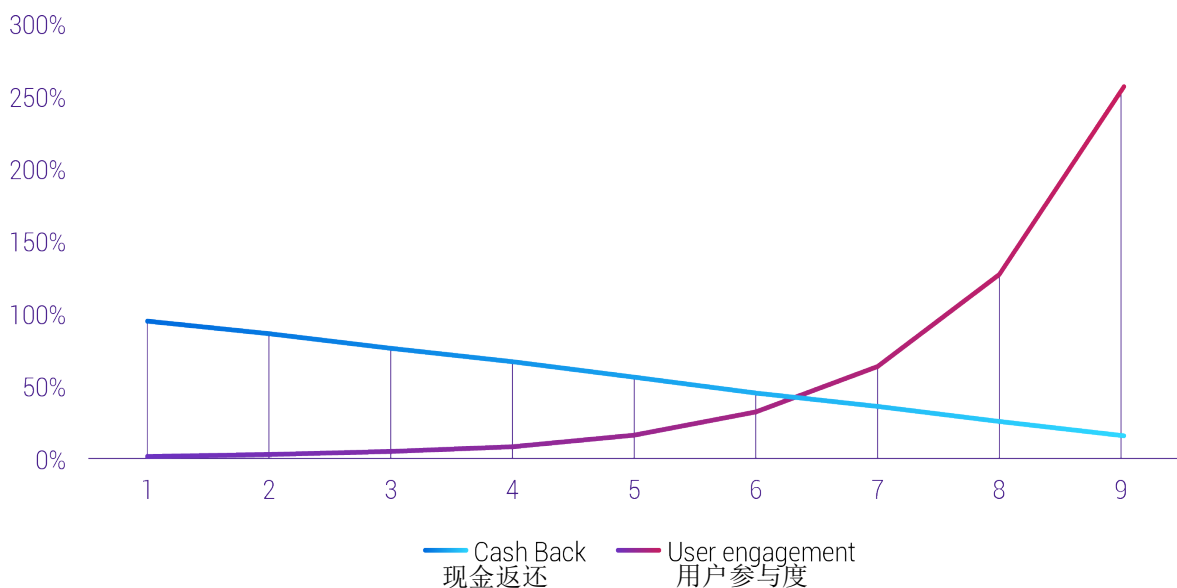
第一个月: 95%	第四个月: 65%	第七个月: 35%
第二个月: 85%	第五个月: 55%	第八个月: 25%
第三个月: 75%	第六个月: 45%	第九个月: 15%



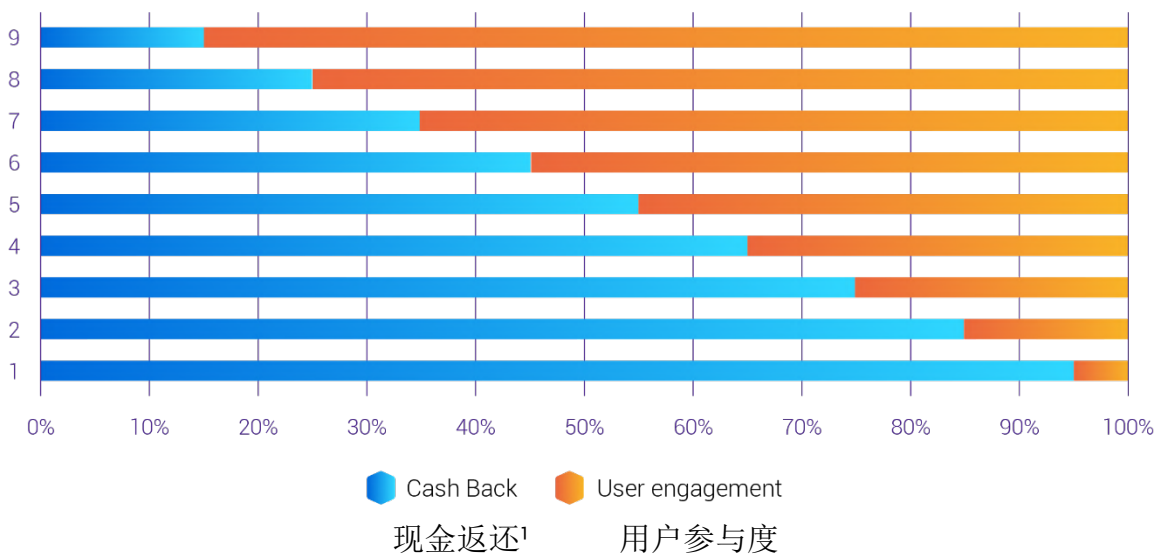
现金返还政策将产生一个非常强烈的激励来使用 OVRToken 来购买 OVR 土地，从市场中减去流动性，并避免价格下跌的风险。



现金返还政策的 9 个月窗口期也将允许 token 经济生态系统的发展，从而进一步支持与增加使用性 token 价值。OVR 土地的起拍价可能会根据项目发展的具体情况进行相应调整。



未返还给 OVR 土地购买者的那部分 OVR token，则将投资于客户购买宣传活动。这样的再分配策略将保证从持续购买 OVR 土地到持续使用 OVR 生态系统和用户的逐步转变。



### 6.4.2 首次购买之后的 OVR 土地

用户可以根据需求和供给的动态变化，通过去中心化交易市场购买另一个用户拥有的 OVR 土地。在这种情况下，只对交易收取费用(5%)，而不涉及再奖励分配活动。

### 6.4.3 OVR Token 奖励

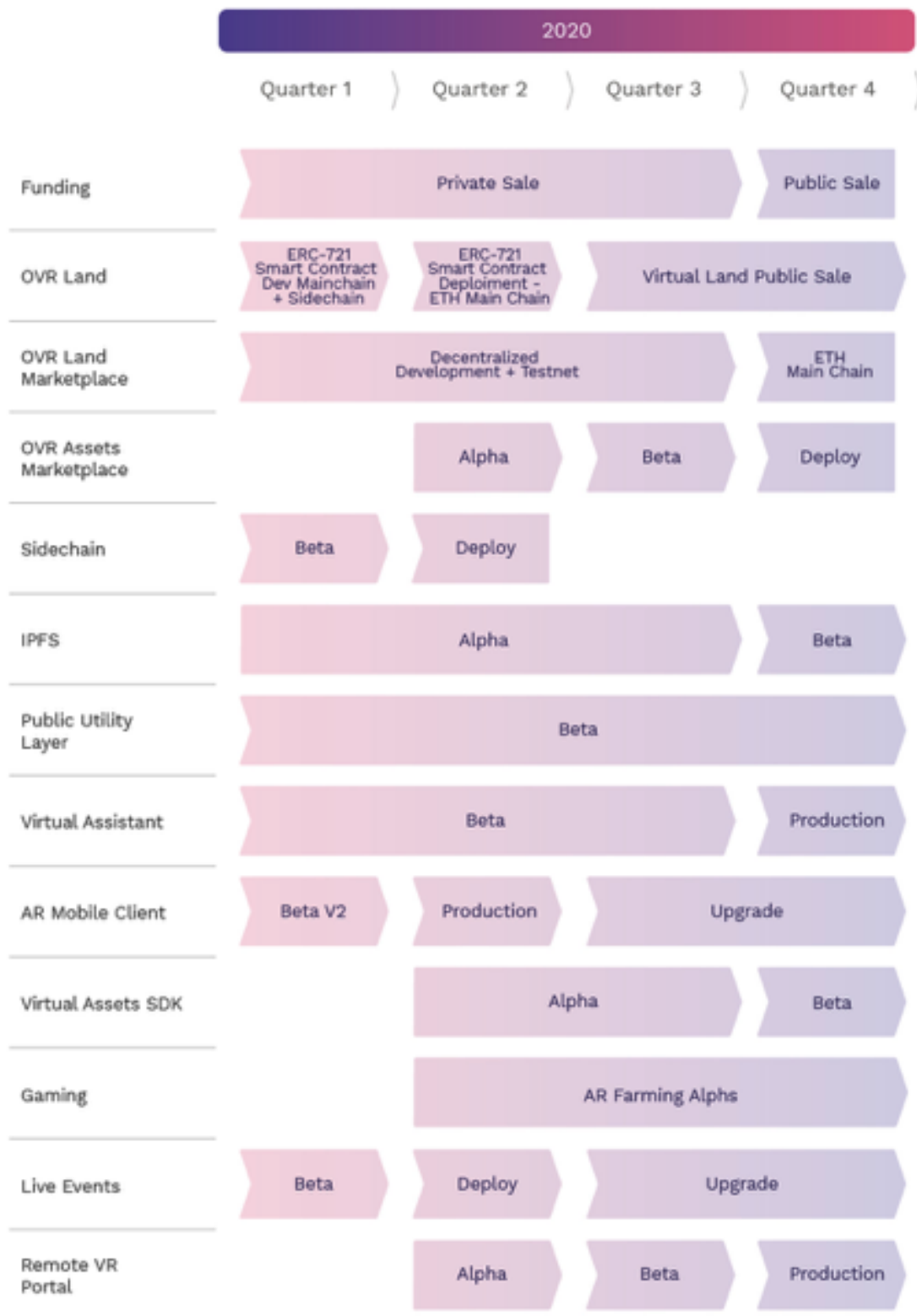
- OVRtoken 还将成为刺激 OVR 平台成长的一种方式，基于用户的互动和对平台的增值来奖励用户。随着 OVR 平台的发展，token 奖励也会随着时间的推移而减少。
- 
- OVRtoken 还将用于赏金项目和旨在吸引新用户并刺激他们与平台互动的活动中：
- 赏金(App 下载):用户在项目启动时下载 OVR App，获得 OVRtoken 作为奖励；
- 赏金 (OVR 参与): OVRtoken 用于奖励创造体验和与体验互动的用户。



# 7 平台发布

## 7.1 时间线

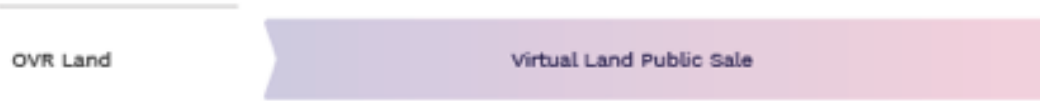




2021

Quarter 1 } Quarter 2 } Quarter 3 } Quarter 4

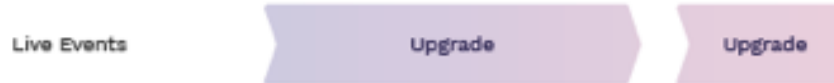
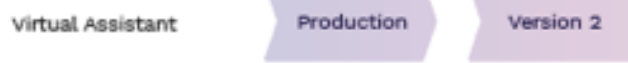
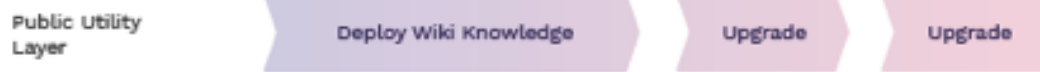
Funding



OVR Land Marketplace

OVR Assets Marketplace

Sidechain



## 7.2 市场营销计划

目标:

1. 将OVR网站定位为增强现实平台的行业领导者，旨在突出与OVRtoken相关的机会。
2. 支持应用程序的使用和用户的时间花费之间长期转换策略。

### 7.2.1 目标受众定义

总体目标受众是不同年龄段的男性和女性。它们包括:

经济投资者: 这种用户抓住投资机购买 OVR 土地会并确定其经济回报。25 岁及以高学历，兴趣与数码市场投资及金融有关。

终端用户: 最具异质性的目标群体包括不同年龄、学历、地域出身和兴趣。细分的兴趣是通过 app 进行增强现实和游戏。在这个目标群体中，你可以找到对购买 OVR 土地感兴趣的用戶。

公司企业: 一个特定的目标，有很好的机会购买 OVR 土地，特别是与他们的物理位置相关联，并将该应用程序视为一个数字营销的可能性。

数字营销人员: 具体目标为中高学历，主要年龄在 25 岁以上，对数字营销和广告领域有兴趣。当他/她能够建议客户投资目标公司时，他/她会被考虑进去。

开发者: 一个特定的目标，可能属于中高等教育水平，大多为 25 岁以上，对应用程序、软件、游戏和开发领域感兴趣。被认为是应用程序的可能的内容提供者。

### 7.2.2 数字营销策略渠道(RACE-触及、行动、转化、参与)

使用下列数字平台，以达致上述的参考目标:

#### 阶段 1 / 触及

内容发布和推广，旨在吸引用户使用 OVR。

沟通方式如下:

#### 谷歌广告

1. 战略分析与应用程序和增强现实世界相关的主要搜索关键词，评估 CPC 并设置多语种广告(最初为英语和西班牙语);
2. 在搜索网络和显示网络上创建针对四个目标群体的活动;
3. 创建带有 A/B 测试的广告来评估性能。

衡量标准：网站访问量

### Facebook & Instagram 广告

创建多个活动，目标在于：

客流量：吸引更多人来店里或者线上商店

参与度：吸引用户与广告内容互动

品牌定位：使品牌认知度越来越高。

衡量标准：网站访问量, 应用程序下载量, 用户与内容的互动

在特定平台上投放应用程序的广告，以及宣传其盈利的可能性，比如：

**AdMob**: 通过谷歌搜索、谷歌播放器、Youtube、Gmail、谷歌多媒体广告联播网等渠道作为谷歌广告的补充，设置 APP 推广活动

**InMobi**: 活动的重点是用户下载应用程序的使用习惯

**ChartBoost**: 活动主要关注目标用户人群。

衡量标准：应用程序下载量

## 阶段 2 / 行动

发布和推广内容，目的是告知已经对 OVR 表现出兴趣的用户。

所使用的方法如下：

### 谷歌广告

对收集到的数据和导航流进行策略分析；

针对四个目标群体在搜索网络和展示广告网络上创建再营销活动；

创建带有 A/B 测试的广告，以评估性能。

衡量标准：特定站点部分访问量，获取的联系方式。

### Facebook & Instagram 广告

创建多个营销活动旨在：

客流量：线上商店

参与度：吸引用户与目标内容进行互动；

引导：获取用户资料。

衡量标准：app 下载量，用户与内容的互动性，获取的联系方式

在特定平台上投放应用程序的广告，以及宣传其盈利的可能性，比如：

**AdMob:** 通过谷歌搜索、谷歌播放器、Youtube、Gmail、谷歌多媒体广告联播网等渠道作为谷歌广告的补充，设置 APP 推广活动

**InMobi:** 活动的重点是用户下载应用程序的使用习惯

**ChartBoost:** 活动主要关注目标用户人群.

### 阶段 3 / 转换

发布和推广内容，目的是将收集到的用户从上一阶段引导到转换阶段。

将采用以下方法:

**Facebook & Instagram 广告**

创建多个营销活动旨在:

客流量: 线上商店;

参与度: 下载应用程序后的有目标的内容，直接连接到市场

使用安装应用事件和基于用户所做的事件进行特定的营销活动\*

衡量标准: APP 下载量,用户与 APP 的互动.

**AdMob:** 通过谷歌搜索、谷歌播放器、Youtube、Gmail、谷歌多媒体广告联播网等渠道作为谷歌广告的补充，设置 APP 推广活动

**InMobi:** 活动的重点是用户下载应用程序的使用习惯

**ChartBoost:** 活动主要关注目标用户人群

**Fyber:** 按参与度计算成本进行的活动，以奖励用户

**Unity ADS:** 通过视频插入来获得收入的活动。这种策略可以连接到与 OVR 世界相关的“奖励”系统，从而鼓励用户查看广告。

\*<https://developers.facebook.com/docs/app-ads>

### 阶段 4 / 参与

为已使用 app 的用户发布及推广有用的内容，例如:

- 与应用使用和分享相关的自拍(如 Playstation 的 PS 分享);
- 通过屏幕记录和分享来记录体验(如 Playstation 的 PS 分享)。

将使用以下方式:

## Facebook

创建多个营销活动旨在:

参与度: 下载应用程序后的有目标的内容, 直接连接到市场;  
使用安装应用事件和基于用户所做的事件进行特定的营销活动\*

衡量标准: 用户与应用程序的互动.

在特定平台上投放应用程序的广告, 以及宣传其盈利的可能性, 比如:

**Fyber:** 按参与度计算成本进行的活动, 以奖励用户;

**Unity ADS:** 通过视频插入来获得收入的活动。这种策略可以连接到与 OVR 世界相关的“奖励”系统, 从而鼓励用户查看广告。

## 直接电子邮件推广支持

每周给目标用户发送广告电邮:

本周最佳土地;

本周最佳体验;

如果参与体验, 某些品牌会提供折扣券

\*<https://developers.facebook.com/docs/app-ads>

## 7.2.3 品牌形象建立与线下营销策略

### 本地活动

在米兰、东京、纽约、柏林、伦敦、悉尼、洛杉矶和巴黎等主要城市组织针对特定人群的当地活动。  
(路演)

### 会展

参加最重要的与技术相关的会议, 包括公开活动演讲和展示如何建立购买和虚拟仿真体验.

### 线下媒体

向传统媒体发布与品牌和创新技术相关的新闻稿。有关区块链和 token 首发的特别新闻稿将针对特定的媒体。

## 游击营销




在主要城市如米兰、东京、纽约、柏林、伦敦、悉尼、洛杉矶和巴黎创建快闪族,他们将进行分组体验,从而吸引路人的注意力,路人使用他们的智能手机在社交网络上突出这个事件,然后以病毒性传播开来。在品牌特许经营,且已成为早期应用用户和广告商(如从汉堡王,麦当劳,苹果商店等)内组织有主题的快闪族,邀请人们下载和使用 **app** 来体验相关的品牌提供的信息,折扣或专属服务。

## 有影响力的人

邀请来自不同国家的游戏世界 **YouTube** 用户来参与,他们将成为应用程序推广者,并将在市场上提高玩和购买的可能性。体育冠军或高水平运动队的参与,比如在赛事期间在竞技场地推广使用 **app** 相关的体验和服务。



### 7.3 竞争对手分析

	OVR	Arround	Arcona	Infiniverse
完全去中心化				
区块链可扩展性				
侧链与DPOS共识算法结合				
土地可用性				
统一的土地管理				
战略合作伙伴				
人工智能QA化身				
深入跟踪学习和场景理解				
有供需任务的循环经济				
为了土地活动规模扩大的现金返还系统				
智能实时营销预算和地理分布				
业务模式具有自动增量的用户购买预算分配				
现有的增强现实智能眼镜客户				

# 8 Initial Bonding Curve Offer

## 8.1 条款与条件

OVRGLOBAL OÜ 是一家位于塔林的公司，管理 OVR 使用性 token 的发行。token 将作为与 OVR 互动的唯一媒介，并用于 OVR 平台上所有可用的服务和产品。

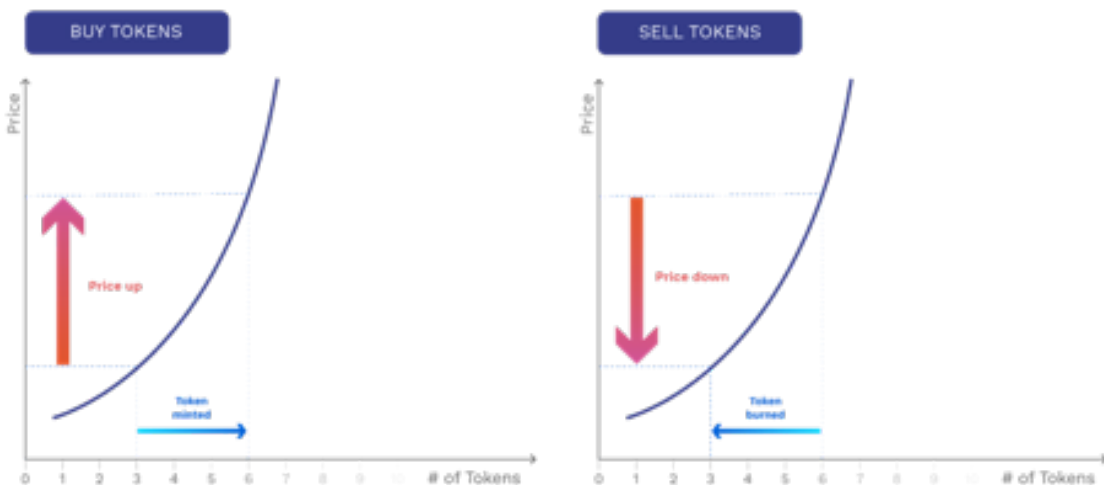
### Token 发行

OVR token 基于 ERC-20 标准，token 的发行由 Aragon 框架下的 DAO 进行管理。OVR token 将在两个主要阶段创建:初始 token 分配和 IBCO。

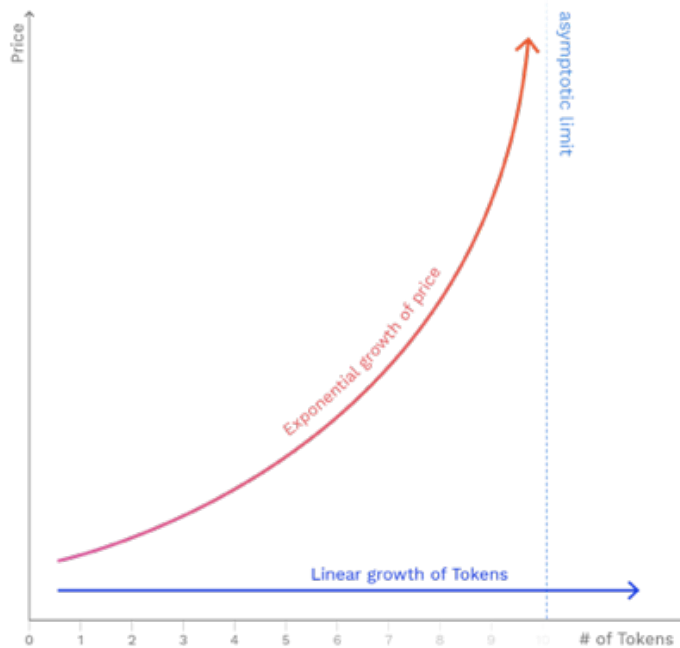
在初始 token 分配中，token 将为以下类别创建:股权出售投资者、私募投资者、团队核心成员、顾问、社区奖励、奖励计划。所有其余的 token 在 IBCO 中创建并发行。在 IBCO 启动 15 天后，OVR/DAI 市场也将在 Uniswap 上创建。

IBCO 将在 2020 年 11 月进行，并遵循以下规则：

- 对进行并通过 KYC 的用户开放。
- 对于参与 IBCO 没有最小投资限定。
- 从 IBCO 中购买的 token 没有锁定期，可以立即被认购，转让或者在 IBCO 中再次销售。
- 当 token 从曲线中被销售出去，新的 OVR token 同时将被发行并且币价会随之攀升。等 token 被卖回给曲线，token 将被销毁且币价随之降低。键合曲线是基于 Bancor 流动性协议。



- 理论上来说在键合曲线 token 的发行量是没有硬顶的。但是实际上，市场会根据 token 成本指数来限定 token 发行量的线性增长。



- 键合曲线上卖方的资金流动性由 DAO 智能合同作保障，该合同限制了 OVR 持有者提取 DAI 的能力。每个月 DAI 提款上限为 5 万 DAI，最低流动性为 25 万。如果对此类策略进行更改，只能由 token 持有者投票决定。更多关于这个机制的信息请访问 <https://funding.ising.aragon.black/>。
- 最初的 token 分配将有以下结构和智能合同执行授权：
- **为初期股权认购投资者保留的 Tokens:** 4.250.000 OVR 为股权投资者保留，生效期 IBCO 开始+ 15 天；72 个月线性释放。

释放智能合约: `0xE07f85362fe0d14d4F2b272b98d67B50A3148072`

- **私募投资者:** 3.168.000 OVR tokens 被通过 KYC 的早期投资者认购。生效期 IBCO 开始+ 15 天；多种释放期：从无锁仓到 12 个月线性释放。在生效期之前，OVR 将公布智能合约，参与私募的投资者可以在此智能合约下将持有的 Genesis token 兑换为 OVR Token。
- **核心团队资金:** 26.500.000 OVR tokens 为长期为这个项目做出贡献的核心团队成员保留。生效期 IBCO 开始+ 15 天；48 个月线性释放。

释放智能合约: `0xC EE8fcBC9676A08B0a048180d99b41a7F080bB78`

- **OVR 战略顾问:** 5.950.000 OVR tokens 保留给支持项目的战略顾问。生效期 IBCO 开始+ 15 天；24 个月线性释放。

释放智能合约: `0xC1D9261cBc6DeD410dC81929EBB0871471E7e9D3`

- **赏金项目:** 1.500.000 OVR tokens 保留给参与寻宝活动和其他奖励活动的社群成员。生效期 IBCO 开始+ 15 天；3 个月线性释放。

- **社群奖励:** 20,000,000 OVR Tokens 奖励给参与建立 OVR 生态系统的社群成员，例如 IPFS 节点运行和质押，流动性挖矿，投票等。生效期 IBCO 开始+ 15 天; 72 个月线性释放。

释放智能合约: 0x0965cBf02906b8c854037A16D4f39456444cE600

- **项目基金:** 20,000,000 OVR Tokens 用于维护 OVR 生态系统，如何释放这部分 token 将由持币者投票决定。且不管投票结果如何，这部分基金不会在以下硬性时限之前释放：生效期 IBCO 开始+ 15 天; 72 个月线性释放。并且，如果持币者社群投票结果决定如此，这部分基金有可能被销毁。

释放智能合约: 0xe3729fA98e1bC66750F986E95b37044B06D26D73

- **应急流动性引导:** 320,000 OVR 资金预留用于合作交易所的流动性引导。储备金仅用于在 IBCO 启动初期出现网络拥塞或价格波动过大而导致流动性不足的情况下。未使用的 token 将被烧掉。

为什么有这么多预先铸造的 token? 为什么不先发行少量 token，然后在持币者投票表决同意的情况下再发行这些 token?

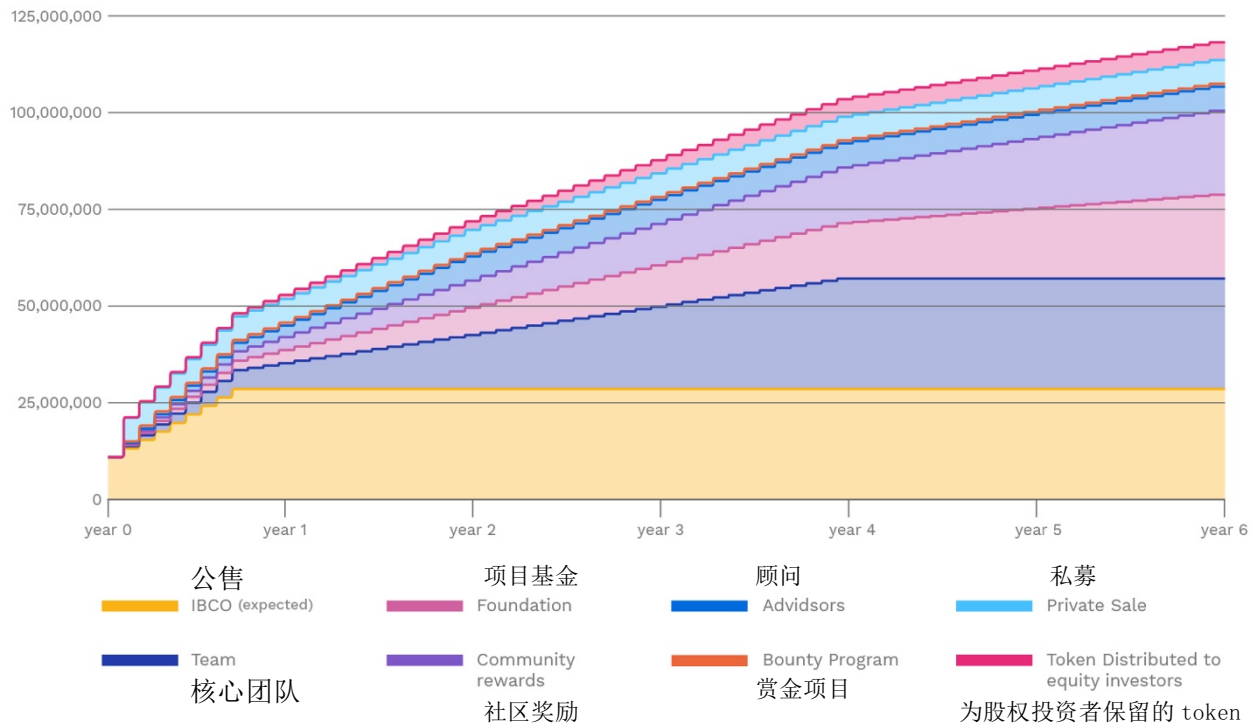
主要原因如下:

A. 我们认为，提前宣布流通的 token 总量要比以后再铸币公平得多。第一个方案允许在充分知情的情况下发现价格，因为投资者清楚地知道流通市值和被完全稀释的最大市值。

B. 为了让 token 持有者同意铸造新的 token，可能会存在协调问题，因为虽然这些 token 持有者可以对项目产生积极的影响，但稀释恐惧会占上风。在这种情况下，协调问题是最小的，事实上，保留 token 销毁的可能对持币者来说是有直接利益的。

C. 在一个由 DAO 管理的 crypto 项目中，将 token 预先生成并分配给特定的任务等于在算法上执行一个商业计划。

Token 释放时间计划



## 8.2 资金的使用

资金将用于确保该平台的开发和推出，并最大化其成功和增长机会。

开发:专门的开发团队专注于发布 **OVR** 最惊人特性。包括与产品开发有关的一切费用;

市场营销:保证全球范围内的传播和成功的市场营销活动。

**3 年预算分配:**

第一年 - **40%** 初步推进创建大量的用户基础（早期阶段）

第二年 - **30%**与 **OVR** 平台营销再投资整合的用户购买保障预算:(拓展阶段)

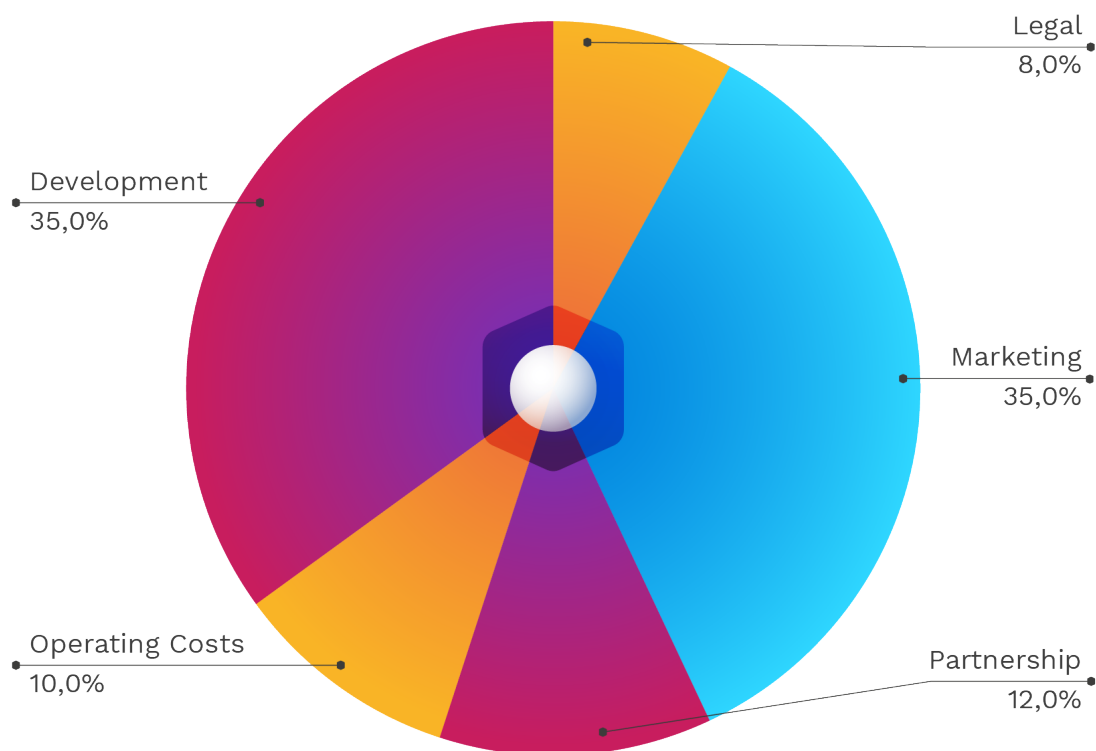
第三年 - **30%**与 **OVR** 平台营销再投资整合的用户购买保障预算:(成熟阶段)

运作成本: 公售 & 区块链相关花费, 一般运作成本.

合作伙伴:用于建立合作关系和奖励机制的投资

法务成本: **token** 发行相关的法务成本, 确保平台发展的持续的法律保障

## 8.2. 1 预算分配案例



法务	8,0%
市场营销	35,0%
合作伙伴	12,0%
运作成本	10,0%
技术开发	35,0%

## 9.0 团队



**Davide Cuttini**  
CEO

**Davide** 是一名软件工程师，精通增强现实、深度学习和区块链智能合同。**Davide** 在增强现实引擎的开发方面；和基于移动和嵌入式系统的计算机视觉引擎开发；以及用于视频、音频和文本的机器学习模型方面有丰富的经验。他还对系统集成和机器人在工业领域的具体应用感兴趣。他为博世(Bosch)和达涅利自动化(Danieli Automation)等公司设计工业领域的解决方案，并与 IBM 合作研究扩大工业化人工智能的解决方案。



**Diego Di Tommaso**  
COO

毕业于美国加州大学洛杉矶分校，主修金融专业，并在 SDA Bocconi 商学院获得理论哲学和工商管理硕士学位。**Diego** 在创新管理方面拥有广泛的专业知识。他在时尚行业工作了 10 多年，担任的职位责任越来越大，直到 CEO。最近与普华永道合作，担任高级顾问，致力于战略、开放创新、卓越运营和国际化。**Diego** 也是一个创业顾问，也是独角兽培训师俱乐部的创始人之一，这是一个专注于新技术和创业支持的俱乐部。自 2014 年以来，**Diego** 对区块链和分散共识机制产生了特殊的兴趣，他一直是几个区块链活动的主讲人和组织者。



**Mattia Crespi**  
CSO

未来主义者，技术传道者，企业家。**Mattia** 与全球创新者和创新中心进行互动，为新技术、未来生态系统和商业环境的研究搭建桥梁。作为技术战略家和创新专家，**Mattia** 是未来研究所的研究成员，也是北约法案创新中心的成员。2012 年 **Mattia** 创建 Qbit 技术奖项——赢得创业，发展虚拟现实和现实增强解决方案的企业，他有 15 年在虚拟现实和虚拟世界的工作经验。例如“第二人生”等项目和高保真，和许多虚拟现实用于研究和工业目的的实施项目。



**Michele Lucchini**  
DEV OPS

乌迪内大学计算机科学双学士学位。他的背景是家庭自动化软件开发以及机场和铁路的公共信息系统。他是信息无障碍功能和移动技术方面的专家，自 2014 年以来，他是一家专注于无障碍和数字转型的国际公司的全球交付运营主管，领导着超过 200 人的团队。





## Marco Antonelli

### 首席技术开发官

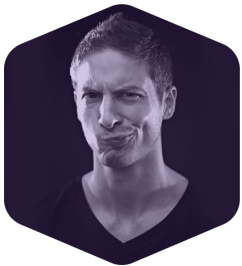
Marco 是一个全栈工程师，对研究和原型开发有着强烈的热情。他的主要技能是网页开发，在前端和后端开发以及数据库管理方面有着 7 年的经验。他与不同的物联网项目合作，主要是作为 **Fiware** 欧洲项目的欧洲先锋和 **INCENSE** 加速项目的一部分。Marco 将“技术复杂性理论”作为他解决问题能力的一部分。



## Carlo Davide

### AR 设计师&技术开发专员

高级开发人员专注于增强现实和虚拟现实体验的开发。Unity 平台专家。不断研究混合现实体验新技术的潜在发展。



## Marco Da Rin Bianco

### CCO

创意总监，互动设计师，特别关注人类行为，擅长沟通和营销逻辑。Marco 是一位来自意大利东北部的新兴企业家，他的公司基于一种创新模式：一个由数字技术、物联网、通信和营销领域的年轻创意人士和专业人士组成的协作网络。Marco 在一家国际初创公司 **Watly** 工作了 3 年，在那里他实现了一个未来的互动式用户界面。



## Angelica Bordon

### 通讯主管

毕业于威尼斯美术学院，专攻视觉沟通领域新技术应用。UI / UX 设计及概念设计专家。



## Antonio Dal Cin

### 全栈开发人员

具有分析、设计、开发、管理和维护基于 **Web** 的系统的专业知识的全栈开发人员和 **Web** 设计人员。他是自由职业者，从事过许多定制的 **CMR**，公司投资网站和电子商务项目，是一个雄心勃勃的艺术投资平台和国家职业管理系统的发展团队的一员。通过大学和工作经验不断获得的技能，寻求在 **AI** 和区块链的进一步发展。





## Lydia Wang

### 市场营销总监

伦敦政治经济学院通讯传媒专业硕士。曾经担任市场营销策略咨询公司（Kantar）客户经理，负责中国地区大客户，如可口可乐，强生集团。对市场营销推广，消费者行为研究方面有丰富经验。



## Fabrizio Barachino

### 数字战略师

抱着对网络技术和写作热情他开始了作为自由职业者的职业生涯，他是社交媒体经理，音乐和公司视频的编剧。在工作期间，他积累了数据、SEO 和数字营销策略分析方面的经验。

Fabrizio 在加州大学戴维斯分校学习了搜索引擎优化专修课程，他通过 Facebook 蓝图,谷歌学院的训练,他在伊利诺伊大学厄巴纳-香槟分校完成的数字营销专修课程,现在是一个数字策略家,内容管理者和位于意大利东北部一家数字技术公司的文案作者。



## Saul Clemente

### 3D 视觉开发负责人

著名战略咨询公司的副顾问，在大型企业的分销模式和组织转型方面有丰富经验。他在战略规划 and 项目管理方面有丰富的经验。

工程师，毕业于米兰理工大学，伦敦帝国理工学院和上海交通大学。



## Marco Toppano

### UX/UI 设计师

具有热情的用户界面设计师，他的设计思维方式融合了他的 IT 背景。他毕业于乌迪内大学科学与多媒体技术专业，论文题目是“为微软 HoloLens 设计一个用户界面”。在过去的 5 年里，他一直在与品牌、初创公司和数字机构合作，帮助他们提高自己的数字形象。Marco 目前对区块链很感兴趣，他正在开发一个基于以太坊的艺术平台



## Alex Faraone

### 社群经理

社区和客户管理，创收，销售，关系建立，网络，沟通，参与策略。十多年来，Alex 和世界各地的创业公司合作过。认真、诚实、准确、尊重、守时，热爱区块链和 Crypto 的世界。



## Victor Amaechi

### 社交媒体经理

数字营销者和内容创造者，在区块链行业超过 4 年的经验。他曾与 10 多个知名项目合作，并曾与人共同创立了一家初创企业。



## Federico Palla

### Unity 开发员

计算机专业硕士毕业，初级软件工程师，擅长 Unity 3D 游戏设计和编程，Web 技术和自然语言处理的机器学习解决方案，在校期间有丰富的 OVR 开发经验。



## Mattia Di Nunzio

### 3D 设计师

在为实时渲染引擎创建资产的 3D 艺术家。

计算机图形学硕士学位，Autodesk 认证，熟悉主要的 3d 建模软件。不断研究新技术，提高自己的创造力

## 顾问



### John Henry Clippinger

#### 顾问

“在我的整个职业生涯中，我一直对复杂的自组织系统和组织和制度设计的新方法感兴趣，以解决基本的公民、经济和生态问题。我曾在政府、大型企业担任高级职位并成立了 4 家软件公司。我一直在非盈利组织和机构工作——圣达菲学院、阿斯彭学院、世界经济论坛、考夫曼基金会，我在哈佛大学、哈佛法学院、布兰代斯·弗洛伦斯·海勒学院、麻省理工学院媒体实验室等开展了新的项目和研究，并与麻省理工学院媒体实验室的 Sandy Pentland 共同创办了 ID3”。



### Richard Shibi

#### 顾问

Richard Shibi 在 IT 行业有超过 15 年的经验。他曾担任电信行业(北美、欧洲、俄罗斯、中东、中国和南非)全球规模 IT 项目的高级管理顾问和区域客户经理。Richard 目前就读于伦敦帝国理工学院商学院 MBA，在欧洲经营一家区块链咨询开发初创企业(PureGo OOD)，并担任 Coinnup、TYDO、Cyber Capital Invest、MyEarthID、WMpro 和 ZeeRing 区块链项目的董事会成员和 token 发行顾问。



### Sean Ness

#### 顾问

Sean Ness 是未来研究所 (Institute for the Future) 的商业发展主管，这是一家独立的非盈利研究机构，拥有近 50 年的预测经验。Sean 负责未来研究所的海外业务发展。在宾夕法尼亚州立大学获得高分子科学学士学位和化学副修学位后，Sean 在研究机构(包括弗罗斯特研究公司 Forrester research)和像 ComputerWire 这样的初创软件公司之间来回奔波，直到 2004 年加入 IFTF。2006 年，Sean 与人共同创立了 STIRR Network，该组织在 2009 年期间，一直在促进硅谷及其他地区的早期创业活动。



### Felix Mago

#### 战略顾问

Felix 是泰国 Dash NEXT 的创始人。Dash 是世界领先的在现实生活中的支付的加密货币。Dash Next 专注于发展商业合作，建立战略合作关系。他撰写并发表了“比特币手册”，并且是 FUTERIO 和 BLOCKTECH 研究所的创始人。Felix 倡导加密货币的大众接受度以及去中心化商业模式。



**Gianmarco Boggio**

战略顾问

Gianmarco 曾在商业部门与电信公司工作，包括 IBM 和 Set Telecomunicazioni。自 2006 年以来，他一直担任 Allot Communications 意大利分公司的主管，该公司是一家以色列控制、管理和安全系统制造商。自 2008 年起，他还担任沃达丰欧洲、非洲、亚洲和澳大利亚地区的客户经理。自 2019 年以来，他一直参与一家以色列公司在欧洲的扩张，该公司主要从事政府供应业务。自 2011 年 1 月起，他在 manag 厄立特里亚注册为高管。

## 10 法律免责声明

本白皮书的交付以及货币的出售并不代表本白皮书所载的信息在本白皮书发布日期之后是正确的。本公司董事已尽一切合理的谨慎，确保此处所述事实在所有重要方面均真实无误，且不存在遗漏任何其他重要事实以致本公司的任何声明产生误导性。本白皮书的内容不应被解释为投资、法律或税务建议。我们敦促每一位潜在的货币购买者就购买货币的后果寻求独立的投资、法律和税务咨询。