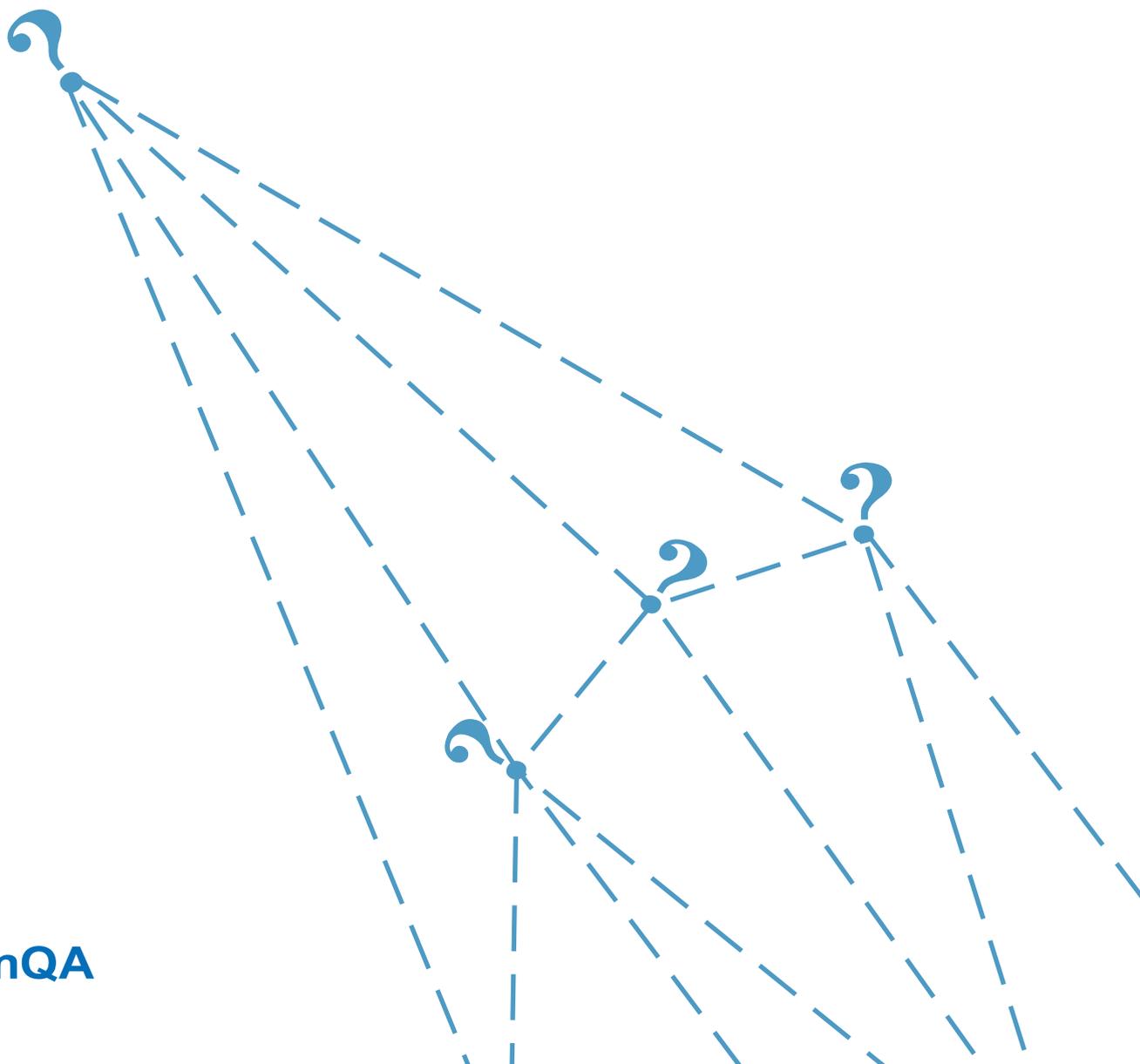


# 链问 ChainQA

百人百问（第四期） 2018年3月29日

TAC溯源链专场

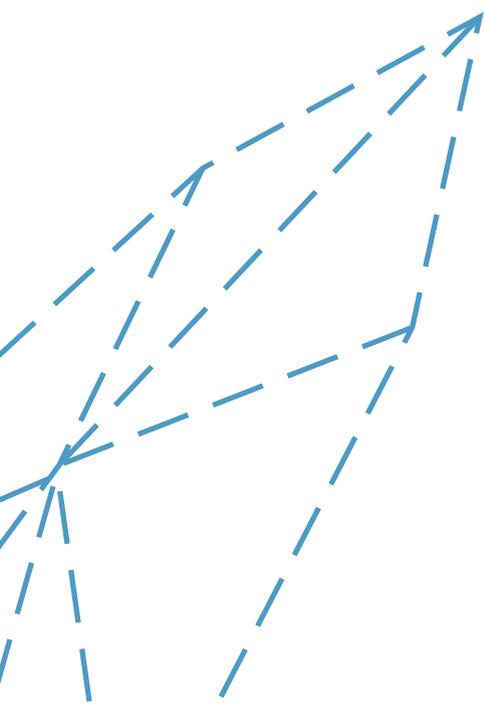


# 目录

## CONTENTS

### TAC溯源链专场

前言	3
项目介绍	5
人员团队	9
百人百问	11
总结	44



# 前言

## 为什么做链问ChainQA?

全球互联网发展超过20年，经历过无数次行业发展的此起彼伏，热点概念的浪潮冲击，却从来没有哪一次感受比区块链来得更汹涌的。一方面，各种全新理念让区块链前景无限，甚至可以颠覆一切；但另一方面，又有那么多的疑点似乎又让人捉摸不透。不仅仅普通用户对很多概念生涩，甚至许多踏入区块链业内的从业者也怀揣着各种疑问忐忑而行。

对区块链似懂非懂的焦虑，让我们觉得必须要做一个这样的项目。而有问题不要怕，更不要骗自己，发问答问就是建立最好的共识。

## 用什么理念来做区块链的“百人百问”?

简单而言，对“区块链”来说，什么是区块？什么是链？字面理解就是，区块就是去中心化，它认为单中心是靠不住的；链就是建立共识，而这个共识就是大家都信任的标准，然后牢固的不可更改的真实记录下形成共识的这一切。

我们希望借鉴区块链的机制和思想来做一个在线的去中心化的区块链项目问答平台。这项工作比传统VC的DD更简单易懂，又比一般的媒体报道更专业和更全面一点，至少共识程度更高。这是因为，我们让每个参与的区块链项目可以被上百人“拷问”，然后形成的“问答”内容，对于降低对项目信息理解的难度，增加项目的透明度有很大的帮助。从而促进好项目的信心值，同时那些过度包装的区块链概念项目（甚至欺诈项目）将自然淘汰。就是链问ChainQA机制希望实现的效果。

从连接到链接。互联网建立了连接，却没能建立完整的信任，而区块链则搭起了“链接”，促进了信任的有效形成。所以，链接下的区块链建立的不仅仅是连接，更是共识，而以往，传统互联网只是把大家低成本拴在一起而已。

而怎么建立共识呢？共识的基础又是什么呢？是信任！在区块链上，建立信任的基础是必须所有数据都在链上，都是非人工可以干预的，所以说AI是区块链的生产资料，它的原理是通过机器的数据记录不可更改性来实现这种信任的基础。相应地吸取区块链的思想和原理，我们今天虽然无法实现每个发问者是机器式的程序化发问，但却可以借鉴共识理念来搭建这个链问Chain QA“百人百问”的社群。

在链问ChianQA这个群里，100%的发问邀请者都是专业人士，包括区块链方向的专业投资者、从业者、技术专家、媒体代表和一些币客（大散）。我们相信大家都是希望看到行业长期持续健康发展的，也愿意通过认真的发问和交流获得更好的行业认知。

## 链问ChainQA的流程又是怎样的？

具体而言，“区块链百人百问”项目---链问ChainQA，将通过社群（微信群、Telegram群等），在全球征集各类区块链项目100个，我们前期将每周遴选1-2个项目入群，接受社群百人的疑问解答、技术拷问、商业逻辑判断等一系列可能问题，每位发问者均可根据项目方的回答表现和自身的判断，给予项目一个总分为5分的评分机会。而所有对话内容将予以100%对外披露，并通过中英文向全球社区发布。

在这里，我们不谈主义，少说趋势；不谈情怀，只说问题。比如，这个链究竟解决了哪些问题？团队上、技术上、商业逻辑上都准备好了吗？

为了避免误伤空气币，我们前期一般劝非严肃自律的区块链创业者绕行。当然，我们特别欢迎各位推荐自己认为靠谱的项目来链问Chain QA接受挑战。

一般而言，我们每期链问的周期在48-72小时，也就是2--3天。第一天是项目的介绍日，我们会安排项目方通过社群做一个简单项目介绍，并发布白皮书或者相关成果介绍的资料。让发问者有24小时可以消化所发布的资料，第一个24小时原则上不做问答，但可以接受发问者的提问。项目方可以基于这些发问先充分准备回答的内容。第二天，也就是第二个24小时内，是项目的答评日，所有的发问者请大胆发问，问题越专业越好，越犀利越好。项目方创始人或负责人将在当日全程解答所有的问题。24小时内全部答问。最后，所有提问者将有权基于项目方的所有回答予以打分。第三天，我们将基于所有的问答内容进行传播，也就是活动的传播日，让项目更透明地面向大众，在全球中英文发布，实现更好的共识的记录，让看不懂白皮书的区块链爱好者、关注者至少看得懂链问ChainQA。

## 一、TACchain项目介绍

溯源链Traceability Chain (简称TAC) 是通过区块链技术搭建的溯源平台，通过与以太坊的双主链跨链协议，利用区块链独特的不可篡改的分布式账本记录特性，构建溯源云平台，通过落地项目的子链及对应DAPP应用来解决企业在商品原料采购、生产、仓储、流转、分销、终端消费过程中的信息溯源、防伪验真、精准营销难题，为技术开发者提供快捷高效的开发云服务集合，为品牌企业和消费者解决“可信任”难题。

溯源链Traceability Chain生态包含主链和云平台、开发者、企业、消费者。

商业模式方面，TAC搭建基础区块链平台，提供智能合约接口，开发者通过平台为品牌客户提供区块链溯源防伪技术解决方案，品牌客户支付相应的费用；消费者通过免费的扫码查询可以获得品牌企业提供的不同奖励。

溯源链在商业模式方面的设计，核心理念是薄利多销，让更多技术开发者加入生态，推动更多的品牌客户将商品上链。这样就可以让溯源链快速地进入市场，占领市场。

在2017年5月28日的贵阳数博会上，就茅台酒的防伪打假问题，腾讯CEO马化腾表示，未来基于云端的、融合了区块链技术的联网防伪方式，要远比依靠防伪商标的传统防伪方式更为有效。区块链技术是一个中性的存在。它像是一个账本，可以记录所有的交易数据，可以用于验证信息的真伪。

其一，区块链不同于常见的中心化信息存储机构，去中心化的特性决定了区块链由众多节点共同维护数据的开放性和平等性。

其二，验证过的信息添加至区块链将会被永久储存，单个节点将无法实现对数据的修改，所以区块链的数据稳定性更高，并具有不可篡改性和不可抵赖性。

其三，任何人都可以在公开的接口查询区块链的数据，在整个系统中分享和交换数据，因此区块链保持了系统信息的高度开放性和透明性。

以太坊创始人V神Vitalik Buterin也说：“溯源”业务是非常棒的区块链落地应用。

区块链为溯源业务提供了一个绝佳的机会。溯源，指追踪记录有形商品或数字商品的流转链条，通过对每一次流转的登记，实现从源头的信息采集记录、追溯原料来源、生产过程、检验批次、物流流转、防伪鉴证，根据溯源信息优化供应链，提供供应链金融服务等目标。把区块链技术应用在溯源、防伪、优化供应链上的内在逻辑和数据存证场景非常类似——数据不可篡改和加盖时间戳。

传统的溯源系统要么使用今天的中心化账本模式，要么由各个市场参与者分散孤立地记录和保存，是一

种信息孤岛模式。在中心化账本模式下，谁作为中心维护这个账本变成了问题的关键。无论是源头企业，还是渠道商保存，由于其自身都是流转链条上的利益相关方，当账本信息不利于其自身时，都很可能选择篡改账本或者谎称账本信息由于技术原因而灭失了。

Traceability Chain是一个全球化的项目，从中国起步，积累经验，打磨平台，随着项目的推进，溯源链将把技术研发中心和市场拓展中心设在硅谷，辐射北美和欧洲，在其他区域，我们继续坚守最快的应用落地，最广泛的行业拓展，专注于溯源、防伪、供应链应用，为全球的商品流通解决好“可信任”，借助区块链的产业变革，为整个生态获得更大的价值增值。

## 本区块链项目的当前进展和应用情况简述

### 一、商业模式可行

- 1.打造全球最大的区块链溯源防伪平台（全球玩家，IBM、蚂蚁金服、京东）
- 2.技术服务公司在平台上为品牌企业做开发，实现品牌商品上链（技术服务公司红海竞争，品牌商对商品使用区块链又需求）
- 3.按照商品上链的个数（码量）进行收费（单价低，企业可以接受）

### 二、团队经验

- 1.创始人王鹏飞（快拍物联董事长）成功连续创业，过去十五年做了两家公司，第一家天下网两轮美元融资，之后卖给日本上市公司DENA，第二家公司快拍物联做了8年，从二维码识别到防伪追溯解决方案，2012年获得VC投资，2015年12月挂牌新三板；
- 2.公司核心技术和产品团队为原快拍物联、天下网成员，多年一起创业，执行力高，也吸引了外部的技术、市场、资本、海外拓展合伙人；
- 3.区块链技术有井通公司、太一云、北航的区块链专家指导，有纸贵科技做底层技术支持，确保高效出产品，可快速商用落地；
- 4.团队有美元融资之后并购的经验，有人民币融资之后新三板挂牌上市经验，同时也有二级市场和市值管理的经验；
- 5.融过资，烧过钱，赚过钱，分过钱；
- 6.团队有做移动互联网用户产品平台的经验，也有做企业服务大客户的经验。

### 三、产业经验

- 1.8年的二维码、RFID技术开发和防伪溯源解决方案的经验；
- 2.对溯源防伪的市场很熟悉

- 3.对品牌企业在溯源防伪上的需求和预算及决策过程比较熟悉
- 4.对政府和第三方组织在溯源防伪行业的力度及需求有深刻的理解
- 5.服务数十家大型客户，上千家中小企业
- 6.对接了部委溯源公共服务平台，各防伪追溯相关的行业协会及第三方组织

#### **四、技术开发进度**

- 1.基于以太坊的ERC20代币已经生成
- 2.主网已经在最后的开发，目前在做部署测试
- 3.网络节点测试正在进行，3月底测试，4月份上线公测
- 4.DAPP钱包和用户社区正在开发，预计4月份上线公测
- 5.应用接口准备，已经和2家技术服务公司在做接口讨论和细节规划

#### **五、社群**

- 1.微信群500人行业交流群1个，400人潜在投资人1个，200人媒体朋友群1个
- 2.电报群1.7万人，
- 3.beechat群6000多人
- 4.微博粉丝2万多人
- 5.twitter粉丝1000多人
- 6.微信公众号2000多人
- 7.与C50区块链万里行社群建立了合作
- 8.与中国天使投资人学院建立战略合作
- 9.与区块链投资学院建立战略合作
- 10.与般若PRABOX合作共建社群
- 11.正在与几家已经上交易所的基金会洽谈社群共享发展的合作
- 12.已在币圈、链圈、媒体圈微信群、电报群、beechat、般若BOX、线下沙龙等渠道空投1.5万人，空投TAC数量在50万个左右。

#### **六、媒体**

- 1.金色财经、深链财经、火星财经建立对接合作
- 2.上方传媒、tokensky、耳朵财经战略合作

- 3.与国内数十家币圈、链圈、科技自媒体建立了广泛的合作关系
- 4.维护200人的溯源链媒体微信群，汇集了国内90%的链币圈媒体
- 5.作为嘉宾参与线上和线下的媒体活动，溯源链已经在区块链行业中成为热门项目
- 6.已与人民网区块链频道、新华社区块链频道建立对接联系；与财新传媒、财经杂志、21世纪经济报道、每日经济新闻、经济观察报、证券时报、中国证券报等纸媒区块链记者，36氪、虎嗅、钛媒体链得得等科技媒体区块链记者建立比较好的联系。
- 7.已经与央视经济频道、央视证券资讯频道、北京卫视关注区块链的节目组建立了联系。

## 七、公共关系

- 1.已申请北京市区块链技术应用协会副会长；
- 2.与质检总局、食药监、工商总局、商务部相关溯源防伪的部门和下属的协会、组织都建立了比较好的对接关系
- 3.已担任中国反侵权假冒联盟副理事长；
- 4.与中国编码中心、中国标准化研究院、中国检验检疫学会对接，在相关领域深度合作
- 5.中国食品报洽谈，可以深度合作，建合资公司共同拓展区块链溯源平台业务落地

## 八、竞争分析

- 1.唯链，超过100亿市值，以奢侈品防伪为主，主打商品在区块链上的映射，公链未上线，预计2018年第三季度上线。
- 2.沃尔顿链，近100亿市值，以FRID在服装等领域的溯源防伪应用为主，公链未上线，预计2018年第二季度上线。
- 3.蚂蚁金服区块链溯源防伪，目前披露为内部应用，以支持天猫和菜鸟的跨境业务为主。
- 4.京东区块链溯源防伪平台，对外说是开放，具体没有找到外部接入的案例，内部以海淘跨境为主。
- 5.IBM区块链溯源防伪，主要为沃尔玛等500强公司提供咨询和系统集成服务。
- 6.溯源链可以通过上面的竞争力与相关友商进行差异化竞争，以技术和市场占有进行价值提升。

白皮书地址：<https://www.linksfin.com/Documents/TACchain-whitepaper-CN.pdf>



王鹏飞

快拍物联董事长，清华大学经管学院EDP，王鹏飞先生是中国移动互联网领域早期开创者之一，同时也是互联网圈内知名的连续创业者，2012年第26届“北京五四青年奖章”获得者，2009年上海市“上海IT青年十大新锐”。

2004年王鹏飞在上海创办中国最大的手机社交游戏网站天下网，经历两轮美元基金的风险投资后，2009年天下网被国外的上市公司DENA并购。

2010年3月，王鹏飞到北京二次创业，最终锁定物联网领域中的二维码技术服务作为创业的方向，创立北京灵动快拍信息技术有限公司，推出中国第一款拥有自主知识产权的中文版二维码识别软件“快拍二维码”，此举也成为中国二维码行业发展中重要的里程碑。2014年灵动快拍与世纪云联合并为北京诚品快拍物联网科技股份有限公司，王鹏飞先生出任董事长，快拍物联于2015年12月在新三板挂牌上市。

王鹏飞先生2015年创立发起了“激荡新三板俱乐部”，汇集数百家新三板上市公司的董事长及投资基金合伙人，券商、律所、会计、媒体等新三板领域的专家，在北京、上海举办了数场千人大会，在各行各业和投资金融领域汇集了广泛的人脉和资源。

王鹏飞先生兼任中国自动识别协会理事、中国反侵权假冒创新战略联盟副理事长，北京青商会理事。



杨华刚

硕士，毕业于上海交通大学，管理学专业，中级职称。

上海软富信息技术有限公司总经理，在企业信息化有15年咨询与实施经验，曾任职ORACLE中国、用友软件等著名企业，2011年涉足追溯行业，拥有多项专利和软件著作权等知识产权，结合RFID、条形码、传感器等技术，在制造业、家居、食品、零配件等多个行业均有成功案例。服务对象有上海烟草、福建高速、福建水泥、冠福家用、东风汽车、海天味业、中国中车、上海宝冶集团等知名公司。



于国华

十三年工作经验，2008年至今先后在西部证券、长城证券、中国国际金融股份有限公司从事企业上市、上市公司并购重组、上市公司价值管理等投资银行业务，有着丰富的境内外公司上市、上市公司资本运作和价值管理的实操经验。近十年先后参与完成多家企业的上市安排、上市公司的并购重组和价值管理。在证券公司工作之前，于先生在上市公司三一重工从事财务审计工作。



TONY

陈有杰先生是北美购房网，旧金山分部的负责人。陈先生15年前开始在北京创业和投资。他管理的资金 TT Capital Management 是 d.cn 的第一个投资人。投资后该公司获得启明 vc和软银的投资。他也是“One Chinese a Day”的开发者。该应用在 amazon 应用商场的付费教育应用里排名第一。陈先生曾经在清华大学做过访问教师，分享产业经验。陈先生拥有UC Berkeley 本科和 Stanford 研究生学历。

陈先生负责溯源链美国市场的拓展和硅谷的投资者关系。



王小瑛

加入溯源链之前，在联想从事品牌、公关、产品营销相关工作。曾先后在中国经营报社、腾讯财经中心、凤凰财经中心、搜狐财经中心，以及《家族企业》杂志社等多种媒体平台服务十几年。在内容生产与运营、品牌策略与传播、活动策划与执行、公关体系建设与管理，以及产品营销，包括事件营销、KOL营销、圈层营销和会议营销等方面经验多。毕业于哈尔滨工程大学金属材料与热处理专业和清华大学人文学院编辑出版专业。

## 二、百人百问

### 1.1 提问者



朱汉文

区块链投行人士

评分：2.8

### 1.2 对话



朱汉文

我做过食品溯源项目的，流通环节如果没有责任制度保障，溯源系统只是解决一个记录问题，如果用链去只能起到防篡改，却不能保证反欺诈，请问我们项目方如何做反欺诈（流通环节造假）？还有节点如何维护？

关于反欺诈,我们是这样想的:

- 1、流通环节和各个环节都是有责任保障制度的，要不就没有上链的意义了；
- 2、流通环节造假可以使用“防转移”的标签工艺来解决，实物和标签是一体的，流通环节不能轻易的进行产品调包；
- 3、溯源链的节点有3个部分组成，品牌商，质检等第三方公信力机构，社群代表，都是云主机模式，对节点有奖励机制；



王小琰

### 2.1 提问者



于立娟

中国互联网协会微商工作组秘书长

评分：4.18

### 2.2 对话



于立娟

社交电商上中，厂商、经销商是自由组合的，有数以万计的经销商甚至

是自由就业的自然人从事多个层级的产品销售，如何在这样碎片化的场景下进行溯源从而保证产品真伪？

电商的应用是这样：

- 1、电商产品或者社交电商的产品有其特殊的应用场景和销售体系，我们从产品的生产和仓储，物流，分销环节进行数据的采集和记录；
- 2、电商商品核心是保障品牌持有人对商品质量的背书，加上生产和流转过过程的信息化追溯，配合相应的防伪标签，达到防伪效果；
- 3、针对中小型企业，可以使用SAAS服务来降低成本，可以按照月度付费；



王小瑛

### 3.1 提问者



汪斯怡

谷歌美国项目经理、区块链投资者

评分：2.7

### 3.2 对话



汪斯怡

区块链确实可以让数据分享更透明化，其不可篡改性也避免了某些程度上的数据后期处理，但是数据在初始阶段是如何有效被验证的？如果初始数据就被造假，那区块链的特性的用处会不会正好适得其反？

- 1、数据上链真实性保障上部已经聊到一些；
- 2、商业模式方面，商家之前在溯源防伪方面已经有需求，很多企业也上了系统；
- 3、随着区块链的共识加强，品牌企业对区块链溯源防伪需求明显增加，是属于用户倒逼和市场创新双重驱动；
- 4、从成本结构看，和过去防伪追溯来看基本上没有发生变化，所以品



王鹏飞

牌商家的上链积极性目前看很高，特别是重视营销的创新型品牌。

## 4.1 提问者



王鸣

雷鸣资本创始合伙人，雾链联合创始人

评分：3.8

## 4.2 对话



王鸣

区块链的核心之一是机器信任，线下产品如何做到去中心化的链上溯源，贴二维码还是其他？谁来确保负责鉴别和贴码过程不作恶？

- 1、上面部分已经提到了关于如何保障上链信息真实性的举措
- 2、最后标签查验入口是二维码和RFID标签
- 3、商品的鉴别是企业的质控和第三方质检来完成的，有专业的监测报告
- 4、贴码部分是企业内控的一个重要组成部分，大型企业都是机器的自动贴标，标签的用量和企业的产品是一一对应的，中小型企业如果是人工贴标的话也是有标签和产品的手动对账，确保数据一致，不被内部人员偷出造假。



王鹏飞

## 5.1 提问者



郑杰

原CCTV2记者、北美区块链电台节目主持人

评分：3.25

## 5.2 对话



郑杰

请您描述一个TAC溯源链目前最大的硬伤或急需解决的痛点？并简述该如何解决这一问题？

我个人看来，TAC溯源链是否真正能从源头上解决食品造假问题，值得思考。比如，卖得火热的“区块链橙子”，但橙子从选种-种植-收获-销售的全过程，每一个环节都是受中心化（人）管理的，“链橙”里的区块链信息也是受人为控制的，TAC溯源链将如何有效预防和杜绝“挂着真的区块链的二维码，卖着假的区块链橙子的橙子”这种现象？

- 1、从我个人的体会，吃到几次链橙，可能运气比较好，都是挺不错的，应该都是真的原产地的商品；
- 2、一个商品上链，都有一个子链的链主，可能是当地政府，行业协会，或者一个品牌企业，在每一个环节，链主有责任和有动力来对上链信息的真实度进行奖惩，确保信息的准确；
- 3、区块链系统一旦启动，区块信息都是自动的，除非控制多数节点；
- 4、挂真码的假货问题上谈到了“防转移”的标签工艺可以解决。



王鹏飞

## 6.1 提问者



邢天翼

连续创业者，区块链从业者，个人投资者，留美计算机博士

评分：3.66

## 6.2 对话



邢天翼

数据上了区块链以后就不能篡改，但是去中心化，不代表系统和应用环境中完全的去人工化，只要有人工，或者人为的参与，就不能完全的保证上链的数据真实有效，这个问题如何解决？

- 1、准确的讲，有人为因素，不能保障上链信息“完全”真是有效；
- 2、上面已经讲了一些相应的举措来增加信息的准确度；



王鹏飞

3、对于新技术和新业务模式的应用落地，结合过去的产业经验，我觉得创新都是在不完美的情况下开始的，随着落地不断的升级和改进完善，最后达到一个相应的“完美”，区块链应用于溯源和防伪领域也是如此，先从0到1，先从优质的企业开始，逐步在行业内普及，如果一直等到理论上100%完善才去落地，那可能已经失去了很多的市场机会。

## 7.1 提问者



陈登科

“互联网金融”砖家，最近活跃在区块链

评分：3

## 7.2 对话



陈登科

如何保障上链环节的真实性。企业的应用，高度中心化，区块链切入的逻辑是？

我们定位不是类似政府做的第三方查验平台，我们是搭建技术的底层，提供相应的智能合约接口，和产业相关方制定上链的标准化工作，平台本身不去做产品质量背书，而是让消费者和品牌商的信任增加数字化的补充。如果消费者本身不了解这个品牌，溯源链平台也不能说这个产品好，而是可以告诉消费者，这个品牌的产品在从原材料到加工，仓储，物流，分销的环节上做了相关的记录，这些记录是品牌商公示给消费者的，也确保了商品是从这个品牌企业厂家出来的。

不过随着社区越来越大，倒是可以通过其他方面的功能和逻辑来让消费者进行更多品牌的监督，也可以引入反侵权假冒的执法部门来做相应的数据对接和打假工作。

上链真实性的保障

1、品牌企业与种植和养殖的农户是一种合同的契约关系，所以他们录入的上链信息是合同的一个组成部分，必须保证信息的真实、准确，否则经过检测报告证明作假，会承担相关的法律责任；



王鹏飞

- 2、通过相关的监测、检验机构和当地政府相关机关的监测和报告、证明资料对产品的质量做第三方认证，相关信息上链；
- 3、通过物联网的传感器更多的从人工采集升级为机器采集，提升上链信息的准确度；
- 4、品牌企业本身有对产品质量要求的诉求，所以品牌企业会在各个环节通过奖惩机制加强上链信息的真实度，保障产品质量，提升客户的满意度。

区块链溯源防伪就是解决企业中心化信息存储方式所造成的消费者的信任度低，也解决中心化方式内部违规的潜在隐患。



陈登科

- 1、您说的养殖种植，体现的利益方是厂商。
- 2、第三方检测是对 食品药监 农业局 工商局负责，他们是职责所需。
- 3、机器采集无法避免人工介入的问题。
- 4、品牌溢价最后还是靠厂商的自觉。

结论就是，厂商、外部监管是最主要的利益体现者，区块链用还是不用，他们都有充分的动力去推动溯源应用。区块链在这个场景中似乎不是强需求。

用了区块链就更好了，茅台，五粮液，洋河已经走在前列了。



王鹏飞



陈登科

中心化的，或者联盟链，就足够了啊。

中心化的弊端还是比较多，用户信任度不高。联盟链也可以解决这个问题。



王鹏飞

## 8.1 提问者



王英雄

海外华人资讯网的创始人

评分：3.8

## 8.2 对话



王英雄

防伪打假是非常传统和应用广泛的行业，TAC是如何跟传统的做防伪行业竞争对手竞争的？TAC在效率上或者在应用上如何让传统用户来接受你们的产品？可否举个例子，比如一个白酒之前有一套电话防伪系统，你们如果让这个白酒厂家换用你们的系统？

1、我们和传统防伪公司是合作关系，他们是我们链上的技术开发合作伙伴，他们基于溯源链的接口做开发。

2、关于区块链防伪特点的上面已经做了一个说明，增强信任感，消除内部隐患，增加信息安全度，都是传统客户选择区块链溯源防伪解决方案的原因。



王鹏飞

## 9.1 提问者



左云

极客网和九点钟区块链社群创始人

评分：3.8

## 9.2 对话



左云

溯源涉及一个物品、食品或商品的贴码--溯源码的标准，也许每个行业都有一个溯源代码标准。不知道溯源链如何解决的？是按照目标大企业客户的标准还是自己有一套标准？若是自己的标准，如何让其他人采纳呢？

溯源链Traceability Chain (简称TAC) 是通过区块链技术搭建的溯源平台，通过与以太坊的双主链跨链协议---以太能满足么？

- 1、每个企业如果有自身的编码，可以使用溯源链提供的编码中间件做对接；
- 2、溯源链推荐中国企业使用商品二维码的国家标准；未来这个也将成为全球GS1标准，企业为了更好的进行全球化，会逐步选用这个标准；
- 3、以太坊主要是使用其外部流通的便捷，周边生态的完善；
- 4、我们自己的主链是更方便的使用，业务承载都在主链，目前测试TPS达到数百个，可以满足基本的业务需求；

我们做了主网和以太坊的跨链，目前正在开发智能合约，正式推出应该是全球还比较少的实现token跨以太坊的案例。



王鹏飞

## 10.1 提问者



于立娟

中国互联网协会微商工作组秘书长

评分：未打分

## 10.2 对话



于立娟

有数以万计的经销商甚至是自由就业的自然人从事多个层级的产品销售，这样的销售环境对成本控制要求更高，如果降低溯源成本？并且：社交电商的企业多为创新型企业，IT知识能力并不很强，如何减少学习的复杂度让企业更轻便的使用区块链溯源？

通过SAAS方式配合相应的教程，还是比较容易上手。当然，初期上溯源链的项目还是有一些专业的要求，包括商品也是附加值比较高的，先让一部分商品上起来。



王鹏飞

## 11.1 提问者



柏文洁

毕业于中科大少年班、连续创业者、区块链创业者

评分：3

## 11.2 对话



柏文洁

恶溯源运行起来很好，但信任是需要成本的，溯源上链也是需要成本的，基本上超市里能够溯源的都是贵的有机蔬菜。如果只是少量的商品，意义和市场都不大，更普适的如何解决成本问题呢？增加区块链的话，只能解决技术问题，并不太能解决成本问题？对于普通商品而言，除非平台方有要求，这个成本显然不愿意增加。换言之，可能京东一类的还更有可能，如何PK获取自己的商品用户呢？

分阶段商品上链，高附加值的商品先来，和传统市场上做溯源防伪的类似。

第一步是企业自身有需求，可以承担这个成本，第二步是随着系统完善，技术服务价格下降，中小企业可以进入，第三步是随着我们溯源链DAPP生态的用户群的人增多，反向的销售能力越来越强，也可以吸引更多商家加入。

如果京东，天猫会给上链企业增加很多销量，那客户当然愿意支付成本，不过这个不是溯源链的优势。

当然，第三方电商平台做防伪追溯也不是没有先例，阿里推出的满天星计划刚开始声势也很大，也有不少企业为了推广位而来，不过现在的结果，“下线”。有综合的原因。

溯源链本质上也是在做生态 上链环节即便算增加了一丢丢费用 但B端企业在生态的其他环节上还有很多获得收益的机会 比如 分享闲置服务器的算力参与挖矿。。。可能整体算下来 是挣钱 不是花钱。



王鹏飞



王小瑛

## 12.1 提问者



张路

硬创邦 CEO

评分：3.5

## 12.2 对话



张路

看您的简历中提到早期创业做二维码的经历，当时很多SP公司甚至包括移动运营商也推广过二维码，但最终将二维码技术应用普及从而获得最大收益的却是支付宝和微信，二维码只是一种技术手段，却无法形成商业的闭环。回到溯源的问题，像天猫已经形成从原料采购、物流、支付、商户、用户的整个商业闭环，像蚂蚁金服已经在溯源的区块链解决方案上投入重金和人力，甚至专利数都是全球领先。

作为区块链的创业公司，如何形成商业闭环，如何跟阿里和蚂蚁金服这样的巨头竞争？这个领域即使是有区块链加持，是否也和互联网一样，是大者通吃？

大公司，他们是互联网、移动互联网时代的中心、既得利益者，的确有很多优势。去中心化的区块链，底层逻辑上就与这些大公司的核心利益相冲突，让大公司像溯源链这样ALL IN区块链，无异于让大公司放弃核心利益，自宫这件事，很难。

大公司与大公司之间，还玩竞争割据，总是逼迫企业二选一，让大公司化敌为友破除边界，至少目前看还很不现实。溯源链就不会有这些发展边界问题。

一个新时代的开创者都是从旧时代的边缘开始的，而且冲击者甚至颠覆者也都不会以我们可以想象的方式出现。比如，共享经济出现前，没人会预料到石油的最大冲击会是共享经济；也不会有人提前预料到方便面的最大冲击来自外卖平台。

我们还处于区块链落地应用的初期，无论大公司、小公司，都还需要一



王小瑛

起培育市场、开拓市场，对未来为时尚远的竞争做过多构想，价值不大，就跟跑马拉松一样，跑者在路途上不会总想着终点，而是不断给自己暗示、做好当前和下一路段的应对。

## 13.1 提问人



符德坤

槟果分布式电商系统开发者，区块链项目投资者

评分：3.5

## 13.2 对话



符德坤

你们设计的溯源区块链重点是解决的什么问题？如何区别于京东、蚂蚁等中心化公司的溯源链，以及已经发币成功并且团队相当豪华的十几个溯源链？

- 1、溯源链解决的问题，让开发者很方便的使用溯源链为品牌客户进行上链的溯源防伪。
- 2、京东、蚂蚁的区块链溯源系统更多是内部使用或生态内，TAC溯源链更开放，也是第三方，做平台，开发者都可以使用。
- 3、对比唯链、沃尔顿，我们TAC溯源链的优势是行业经验丰富，执行效率高。



王鹏飞

借着说说溯源链项目本身的优劣势问题：

优势：

团队的行业优势：就像很多伙伴提问时提到的，企业做溯源，涉及的环节很多、链条很长，没有在传统溯源领域的多年积淀，是很难快速切入打开市场的。溯源链的团队，以王总为首，包括我们的商务部和产品部同事，很多都是王总做快拍物联时就跟着王总的员工，对溯源防伪业务很熟悉.....



王小瑛

团队的生态优势：大伙都知道，王总算是个连续创业者，从天下网到快拍物联再到溯源链，他这样的持续创业者进入区块链，一起进来的还有聚集在他周围的产业生态，包括企业客户，尤其是食品、药品行业的客户，包括原来是竞争关系的很多技术服务公司，现在都变成了可以帮助溯源链一起构建溯源大生态的关键盟友。另外，溯源生态，既连接B端，也连接C端，溯源链的团队在做天下网时代积累的互联网化的C端运营经验，也是在其他溯源项目上还没有看到的.....

团队的技术优势：通过引入区块链技术战略合作伙伴，已经建立了一支高执行力的技术队伍。溯源链的主平台在4月份就会进入公测。听说，唯链的主链会在第三季度上线，沃尔顿的主链是第二季度上线，目前看，溯源链很有希望成为2018落地最快的区块链应用平台。

劣势：

相对于一些竞品，溯源链算进入区块链比较晚的，不可避免地丧失了一些先发优势。比如，更友好的资金环境.....

相应地，我们也因此获得了一些后发优势，比如技术层面的摸索成本下降，可以直接从商用层面做布局。

## 14.1 提问人



任鑫

要发车媒体创始人&Get创始人&前今夜酒店特价创始人

评分：3.6

## 14.2 对话



任鑫

怎样说服合作方应用溯源链？如果是对合作方更有影响力的组织（比如某东某宝）推一样的服务，感觉上品牌方服务方会优先或者被迫选择他们的。（你们有什么更多的案例说明你们BD能力会更强吗？）

## 15.1 提问者



李耀东

策源科技CEO，企业服务领域连续创业者，区块链技术和区块链投资的从业者

评分：4.75

## 15.2 对话



李耀东

溯源的基础就是原始数据的准确，如何确保数据的采集准确最好的方式IoT的模式，在溯源链的整个过程中如何确保有效的数据采集？以及和IoT结合的时候大量的第三方API对接。如何处理？

物联网的发展会促进区块链追溯的效果提升，对于传感器的接入，溯源链制定了相应的规范，对每一个传感器也做了标示和上链，对第三方有统一的接口，从数据的原始信息到数据的上传进行加密，确保信息的准确和传输的安全。



王鹏飞



李耀东

最后标签查验入口是二维码和RFID标签，还有别的吗？

目前都是这两种，过去刮刮卡加打电话，发短信模式基本上很少了，再新的好像也没有见到商用的。



王鹏飞

## 16.1 提问者



汪斯怡

谷歌美国项目经理、区块链投资者

评分：未打分

## 16.2 对话



汪斯怡

在商业模式方面，似乎都是品牌商家在付出，品牌商家要支付给开发人员，还要支付给C端用户吸引大众来扫码查看数据，能否进一步解释一下溯源链这个ecosystem是如何布局成长的？

- 1、数据上链真实性保障上部已经聊到一些；
- 2、商业模式方面，商家之前在溯源防伪方面已经有需求，很多企业也上了系统；
- 3、随着区块链的共识加强，品牌企业对区块链溯源防伪需求明显增加，是属于用户倒逼和市场创新双重驱动；
- 4、从成本结构看，和过去防伪追溯来看基本上没有发生变化，所以品牌商家的上链积极性目前看很高，特别是重视营销的创新型品牌。



王鹏飞

溯源链本质上是在做生态 上链只是品牌商家在生态上参与的第一个环节，平台给品牌商设计了很多盈利机会。



王小瑛

## 17.1 提问者



程天宇

链天下总编

评分：4.2

## 17.2 对话



程天宇

溯源的源头在哪一级？比如牛奶，是追溯到奶农这一级，还是能到饲料这一级？广泛地说就是能到原材料层面吗？种子层面吗？

- 1、从技术上来讲，是可以追溯到饲料这一级的，包括原材料和种子



王鹏飞

2、实际过程中根据品牌商的意愿，来进行级别的定义

3、一般会选择一个性价比，追溯太粗，效果不好，消费者感触不深，追溯太深，细节比较多，执行难度大，技术开发成本也高一些。

## 18.1 提问者



蒋宇捷

信天创投合伙人，前傲游、腾讯、百度相关技术负责人，区块链投资者

评分：3.2

## 18.2 对话



蒋宇捷

溯源链要做的是主链。众所周知这一块开发难度是非常大的，但是从白皮书来看，无论是团队还是顾问，基本没有区块链行业的深厚开发经验，会让人对项目的开发能力存在疑虑，这一块打算如何解决，是否存在只有构思但是实际开发很难落地的情况？

链化的深浅，企业自主可控。技术上，现阶段，溯源链采取的策略是引入战略技术伙伴。这也是我们得以快速进入公测的一个主要原因。



王小琰

我们技术底层合作伙伴是纸贵科技，他们在区块链底层研发多年，所以给我们定制做相关的开发工作。我们的主网马上进入测试期，预计4月中下旬可以公测。



王鹏飞



蒋宇捷

看到溯源链项目打算使用IPFS，而目前IPFS传闻存在延迟上线的可能，这一块是否会影响溯源链的开发及上线计划，打算如何解决？

是的 这个有一些影响，我们目前已经找到了一个替代的分布式存储的解决方案，可以先配合主网上线，等IPFS上线稳定之后，我们会结合其



技术优势进行整合。

王鹏飞

## 19.1 提问者



严彬

北极光合伙人

评分：3.5

## 19.2 对话



严彬

这个溯源链项目是在你原来创业的快拍物联的基础上加了个区块链的技术壳吗？还是说有什么更升级的变化？

目前项目和快拍物联没有股权关系，我本人是快拍物联董事长，股东。这个项目是新公司，做新业务。



王鹏飞

做快拍物联，是自己做千金，做溯源链，是升级做母亲。



王小琰

## 20.1 提问者



王鸣

雷鸣资本创始合伙人，雾链联合创始人

评分：未打分

## 20.2 对话



王鸣

溯源链竞争足够多，hlc.innk等本质上都是确权和溯源，落地上溯源链有什么具备优势的具体落地场景？确保更好落地和更容易被应用？

2018 溯源链发挥过往行业积累 会先聚焦在食品 药品领域。



王小琰

我们充分发挥合作伙伴的积极能动性，让技术开发公司和营销公司借助溯源链来赚钱，借助区块链的风口来做销售。我们就是做好技术服务，市场宣传。



王鹏飞

## 21.1 提问人



李明顺

好贷创始人，链问ChainQA发起人

评分：未打分

## 21.2 对话



李明顺

为什么在这些领域呢？有什么优势呢？

主要是市场的需求度高，消费者关注度高，企业的积极性高。

过去我们在食品和药品里也有很多的客户已经有积极的需求，便于尽快落地。



王鹏飞

## 22.1 提问人



任鑫

要发车媒体创始人&Get创始人&前今夜酒店特价创始人

评分：未打分

## 22.2 对话



任鑫

溯源链是否很难落地，感觉上需要链条所有环节都配合才行，怎样让大家都配合呢？

实际上看落地的标准，目前有一些大客户，已经有自身的复杂的溯源系统，可以通过改造直接上链，强化信息的准确度；而有一些客户，想做



王鹏飞

粗线条的关键步骤上链，那就容易一些，正对关键的环节做上链。我们目前只是建议企业更细化，而最后是靠企业来选择，我们是做技术平台，做好标准，做好规范，最后公示给消费者。而不是强迫企业怎么样做。

要说方法：就是靠消费者倒逼，引导市场的声音，让消费者告诉品牌，他们希望看到什么样的溯源。

前期接洽的在坐等溯源链主链上线的行业客户也不少了呢，接近20家。



王小瑛

## 23.1 提问者



李明顺

好贷创始人，链问ChainQA发起人

评分：未打分

## 23.2 对话



李明顺

可以透露有多少客户在等吗？比如？

接近20家，名字还不方便透露。



王小瑛

## 24.1 提问者



赵建文

区块链创业者

评分：3.9

## 24.2 对话



赵建文

05年，我创业做过条码比价，接触过各种编码标准。问题是，除了QR

码，还有EAN码，UPC码，DM码等等，这些码的标准并不统一，如何将这此码入链，和商品的防伪有机结合起来？

实际上从消费者的使用习惯出发，目前做新编码意义都不大，QR已经成为默认的标准。面对消费者的使用都是QR和NFC。

这块我们是推中国物品编码中心主导的“商品二维码”国家标准，这个标准我之前的公司快拍物联也参与发起制定。



王鹏飞

## 25.1 提问人



刘润

知名咨询专家、区块链知名专家

评分：3

## 25.2 对话



刘润

防伪问题可以归纳为：1) 实物造假；2) 实物到识别码的匹配；3) 识别码到数据库的匹配。我的理解是，第三点技术已经非常成熟（二维码，刮刮卡，rfid等等），但都无法根治造假问题，因为造假问题的核心是1)和2)。所以，满世界都是挂着真码的假货，和连挂码都不屑的假货。区块链我的理解，也只是擅长解决第3)个问题。请问，第1)，第2)个问题怎么办？

我们灵动快拍公司在2012年做过一个全球的二维码产业研究（长城战略咨询承担），认识到二维码只是一个连接器，不能支撑后端的商业模式和闭环，同时微信扫一扫推出，对未来扫码入口可能会垄断，我们就开始逐步向后开始做营销，溯源，防伪的解决方案和SAAS系统。同期最早的索尼手机和三星手机支持NFC，我们推出快拍NFC识读，也在电子标签做了一些常识。

针对区块链溯源项目，二维码和RFID标签其实就是一个网址入口的介质，不区分QR码，DM码等码制，主要是微信扫一扫已经垄断入口，大家都默认使用QR码，最新版本的IPHONE手机支持了NFC的开放接口，



王鹏飞

我们也在调研测试，以后可以使用IPHONE手机来感应NFC电子标签，进行防伪和溯源的查验。

对移动做的比较早，最早移动做的二维码是被读业务，把二维码通过彩信发送到手机里，作为一个电子凭证，中国移动2012年还做了一个平台，招标，灵动快拍是联合中兴通讯一起中标，不过被读业务很快就被APP代替了，本身没有发展太好，新大陆旗下翼码公司做这块比较多，不过也没有怎么赚钱。我们也给万达电影院提供过类似的凭证支持。

从趋势上看，二维码逐步会被电子芯片替代，不过需要一些时间，毕竟纸质印刷（包含一物一码的可变印刷）还是比较低成本。未来会是包材一体化的趋势，在包装上直接赋码，不用贴标签。

- 1、实物造假如果是品牌企业自身，那不是造假是产品质量问题，是真的次品，这个是由品牌商来做保障的，溯源防伪系统可以保障实物是品牌企业生产的，并存在链上存储了相关的流程记录；
- 2、实物到识别码的匹配是一个“防转移”的问题，这个在传统防伪领域已经有了很多成熟的工艺，最简单的是易碎纸的标签或封口贴，酒类采用比较多的是瓶盖使用后不可再用，其他的思路大部分是破坏式的一体化结合，只要产品使用，防伪标签就失效了。
- 3、区块链在第一个问题上解决了实物真实性的流转追踪（防转移标签携带着的情况下），第二个问题是传统防伪标签的工艺解决的，和区块链无关。

## 26.1 提问者



孔华威

上海计算机研究所所长，知名区块链专家

评分：3.1

## 26.2 对话



孔华威

惩罚机制由谁发起，确认和执行？（我的前提是，发现有造假以后，不能由消费者发起，通过消息传播来惩罚）？



王鹏飞

- 1、惩罚机制目前没有上链
- 2、这个我们会随着业务的推进来和品牌企业、消费者一起来寻找一个大家都认可的方式进行假货的维权模式
- 3、企业在打假方面都有不少的预算，也很希望各方，特别是消费者可以参与进来，所以未来应该可以寻找到更好的模式，只是目前还不是链上的最重要的事情，就放在接下去的工作之中；
- 4、“假货”认定是一个比较复杂的问题，个人无法认定，第三方检测部门也无法准确核验或者有权利做假货鉴定结果，只有品牌企业才可以确定是否是假货，因此打假的核心牵头方是品牌企业，他们会鼓励消费者来做打假举报。

## 27.1 提问者



曹振

区块链工具产品创业公司

评分：3.5

## 27.2 对话



曹振

溯源防伪作为电商平台的一个基本服务，就像二维码对于微信加好友、扫码支付一样，有天然的结合点，大公司在交易、生态、用户规模上有极大的优势，极有可能出现创业公司种树、大公司摘果的情况。作为一个平台提供服务，会有一个两难问题：如果闭源，会产生信任问题，如果开源，大平台会照抄，一旦模式验证成功，大公司携规模优势杀入，如何构建护城河？产业链条很长，如何保证对整个产业链的控制力？

第一，关于开源，我们选择大部分开源，而不是100%的开源，第二大平台目前已经杀入，市场很大，大家各自做自己特色，按照过去溯源防伪市场的情况，大公司目前没有看到成功的经验和优势。我们过去做了8年，经历了很多，对各种势力进入这个领域都有接触，市场很复



王鹏飞

杂，大家八仙过海。第三是平台力，我们坚持做平台，不直接面对客户，做好开放，薄利多销，多交朋友，少树敌人。



曹振

Token同时具有Utility和Security属性，价格波动会让参与方很难准确衡量投入产出比，不超发会导致囤积和炒作，各环节都可以赚取和花费token，极可能会出现类似坐庄、套利、造假等现象造成经济系统混乱，不知是否考虑过类似的问题？

目前还没有看到这样的情况，因为相对来看，溯源链的设计比较简单，专注做平台，技术开发者和服务品牌客户，商品上链收取token做燃料，品牌商也可以使用token进行做营销互动，也可以奖励给DAPP力的购买企业商品的消费者。

针对主网所具备的2级token积分的发放功能，我们有一些规划，可以给上链的品牌企业做积分的改造升级，让企业积分流动性变的更好，溯源链也可能会成为积分版ERC20，token的活跃度就变的更高。



王鹏飞

## 28.1 提问者



任鑫

要发车媒体创始人&Get创始人&前今夜酒店特价创始人

评分：未打分

## 28.2 对话



任鑫

记录不可篡改不代表记录是真实的（比如我买一批真货，换假货出给京东，然后真货留着线下自己卖.....），这点如何解决？曾经听说过一个溯源方案里是有奖励『举报者』的，让更多人有益激励来维护真实性，白皮书里没看到类似方案，那么怎么解决真实性问题呢？

刚才提到了防伪三要素之一的防转移特性，所以想偷梁换柱，做不到，或者难度相当大，看到很多人担心这个问题，因为大家没有真的去尝试



王鹏飞

过，大部分商品都会让你很难转移包装物，更不要说防伪标。

溯源防伪一个重要的特征是一物一码，一旦码扫了之后就失效，所以要积极的鼓励用户扫码，查验，也鼓励用户进行举报，方便企业打架。这些细节的产品设计都在解决方案商的系统中，我们在白皮书中就没有做细化。

## 29.1 提问者



刘平阳

花瓣网的CEO

评分：4.5

## 29.2 对话



刘平阳

1、现有溯源体系运转中存在什么问题？区块链在其中的应用主要改变了什么？这些问题的解决是不是带来新的价值转移？

2、溯源本身能防止造假吗？比如同一个条形码可以被批量复制的情况，这个怎么个解决？是否全过程匹配相应地影像内容上链？

3、企业在使用的形式，是基于公链还是联盟链？如果是公链，是否牵扯企业的销售数据的隐私问题？

没有上链的溯源体系 没办法解决人为篡改 盗用问题 尤其是中心本身内部的引发的。比如 前段时间国酒茅台的溯源系统 两位经理被判刑的事情。



王小琰

区块链就做到上链信息的不可篡改，包括内部人员。关于防止码的造假，这个是防复制的问题，目前有比较成熟的解决方案，第一是一物一码，第二是遮盖和放在内部不可见。目前使用的基于联盟链改造的公链，针对隐私部分做了比较好的处理，兼顾了消费者的知情权和企业的商业机密。



王鹏飞

## 30.1 提问者



郭刚

溯源领域资深从业者，慧聪集团兆信总经理

评分：3

## 30.2 对话



郭刚

- 1、溯源链的核心能力之一是商品的源头数据准确采集(原材料来源、加工品质、检验检疫结果、经销商数据等)，对于跨多个行业的基础数据采集，可靠的解决方案是什么？
- 2、客户上链后是否有财务性回报？客户是否需要做生产线改造？投入一般是多少？财务回报周期大概是多少？
- 3、ICO计划发行规模如何？核心客户是否有持续性投入预算？Token价值持续提升的原因是什么？
- 4、客户(特别是大型品牌企业)对数据安全要求极高，因为涉及税收、品牌保护、配方或工艺保密、销售渠道管控等很多因素，对客户数据安全的保障措施有哪些？

- 1、对于跨多行业的基础信息采集会有一个过程
- 2、强势的品牌商可以要求其原材料供应商和相关各方都进行上链
- 3、其他品牌企业先对其可控制的数据来源进行上链，然后对供应商和经销商来做出影响或者要求，也加入品牌商的子链系统。
- 4、对于非实际控制环节的上链信息，品牌企业可以要求这些合作伙伴签署信息真实准确的合同条款，作为其采购合同的一个组成部分。

针对客户，如果过去有溯源系统，可以只用做软件改造升级，如果没有溯源系统，就需要来搭建，和传统溯源防伪是一样的。溯源链不做ICO。

核心客户的持续投入是看市场的反馈，从传统溯源防伪行业的特点来



王鹏飞

看，续费率还是比较高的，特别是做了生产线改造的企业。token升值的原因是有更多的企业上链，有更多的商品上链，和过去兆信在电码防伪时代的商业模式类似，卖码的授权。

## 31.1 提问者



叶振

星河资本投资人、区块链投资者

评分：3.5

## 31.2 对话



叶振

溯源和打假是两种不同的需求。无论真假都能溯源，比如全聚德的鸭子。但我们生活中大部分的商品都是没有品牌的功能性商品，是没有辨别真假的刚需的，有些商品品类假货甚至有助于真货的品牌。于此同时，我们生活中的大部分物品，使用者也不会考虑到去溯源。那么，我们溯源链的使用场景是针对哪些物品？其次，回到物流的例子，目前物流公司利用二维码技术来追溯商品的物流状态，在中心化的系统中已经非常高效，事实上没有有出现规模不可控的造假。请问，区块链技术在溯源上比起传统的二维码标签能否在兼顾效率的同时提升安全性？

随着消费的升级，我们认为品牌还是一个趋势，从吃饱到吃好，所以我们溯源链理解的市场是针对品牌商品做溯源和防伪。

溯源和防伪使用的场景还是消费者觉得必要的，当然不是100%的消费者，应该是大部分群体的需求，在食品安全，药品，母婴用品，化妆品，奢侈品等有很强烈的市场需求。

传统的溯源已经是比较高效的，只是公信力差一些，比如物流的中心化系统在做供应链金融时候就会感觉到公信力的乏力，最后的趋势是上链。区块链溯源不是替代二维码而是替代中心化的存储。

目前看效率没有提升，甚至下降，但是安全度有极大的提升，信任感有很高的共识。



王鹏飞

区块链不是孤立的存在 区块链溯源系统 对企业的价值 也不只是防伪、溯源，背后还有上链之后的可挖潜的大数据威力。



王小瑛

## 32.1 提问者



刘思宇

90后区块链投资者，TOPFUND合伙人

评分：3.5

## 32.2 对话



刘思宇

做溯源的很多，溯源链以什么经济模型推动token价值的上升？

溯源链的设计比较简单，专注做平台，技术开发者服务品牌客户，商品上链收取token做燃料，品牌商也可以使用token进行做营销互动，也可以奖励给DAPP力的购买企业商品的消费者。

针对主网所具备的2级token积分的发放功能，我们有一些规划，可以给上链的品牌企业做积分的改造升级，让企业积分流动性变的更好，溯源链也可能会成为积分版ERC20，token的活跃度就变的更高。

我们目前觉得 现在处于一个早期的摸索阶段，我们不愿意去想太多，太远，就先把我们确定的模式做出来，在跑中变换姿势。



王鹏飞

## 33.1 提问者



陈智华

视觉中国联合创始人前CTO、区块链关注者

评分：3.75

## 33.2 对话



陈智华

商品有一个消费周期，从生产到消耗，在这个周期结束之后溯源信息还永久保存在区块链每一个节点里，是否有这个必要？无用数据能否删

除？

这个问题问的很好，目前还都是保存在链上的，以后根据实际情况，当数据量特别大的时候，到时候和社区里的用户们一起再来商议是否删除。



王鹏飞



陈智华

有一个中心化的机构对于落地商家进行资质和合规这些线下因素进行验证对于消费者来说可能更加可信。溯源链是否会做这样的审核？还是仅提供技术支持？

我们溯源链本身不去做，而是让第三方的监管部门来加入，让上链的信息变的更可信任。

我们溯源链会对品牌企业基本信息做审核，一些有风险的企业我们也会不通过审核，我们为TAC溯源链的品牌负责。同时我们会和标准化研究院一起来推动上链标准的制定，让企业和消费者能达到上链信息的准确度共识。



王鹏飞

溯源链作为平台方，重心都会放在不断丰富完善有利于生态良性发展的平台机制上，包括引入权威机构，建立权威节点。



王小瑛

## 34.1 提问者



**冰强**

数学中国联合创始人，Dcost创始人

评分：2.7

## 34.2 对话



冰强

溯源链 Traceability Chain 生态包含主链和云平台、开发者、企业、消费者，防伪打假的核心矛盾是渠道与生产商的矛盾，然后传导到消费者，

项目的生态里好像没有过多提到渠道控制，渠道是不稳定的因素也是防伪打假的核心环节，不知道团队如何考虑解决这个矛盾？

关于打假的关键，我们可能和冰强总的理解不同，我们认识传统品牌商的渠道有可能售假，但是数量有限，更多的比例还是非法的团体在操作，我们在生态中，企业实际上是包含了相关方的，从原材料，到加工厂，到仓储，物流，分销。我们认为未来打假的核心在于消费者的参与，只有消费者能积极参与，才能真正帮着企业找到假货，找到销售网点，保护消费者权益。



王鹏飞

## 35.1 提问人



王佳伦

游戏与区块链媒体人

评分：3

## 35.2 对话



王佳伦

防伪溯源是最适合区块链的，也因此很多人都在做，前几天看到新闻蚂蚁金服跟茅台合作防伪，感觉这更多的是一个B2B的生意，更适合应用链，但是TAC的计划好像是个主链，开发者要在你的链上开发DAPP然后才能给企业做防伪溯源使用，这样是否有些多此一举，你做主链的逻辑是什么？

因为目前的以太坊和其他一些主链不能很好的满足溯源防伪类型应用的落地，比如上链的速度慢，单次成本高，隐私保护不够，所以我们针对商品的溯源防伪业务特点做了主链。

开发者不用做DAPP，只用根据我们的接口做开发即可。和传统溯源防伪系统兼容起来也比较容易。



王鹏飞



王佳伦

从白皮书来看TAC的token在用户层使用有点类似你们之前做的快拍二

二维码，对于企业来说是一个营销平台，对于用户来说是过来撸羊毛赚taken,但是防伪验证是工具性的需求，以后阿里，京东平台都会提供，就像快拍最早做二维码，用户只能下载快拍来使用，但是微信，淘宝，京东等都有二维码扫描功能之后用户就不再需要快拍，TAC的用户平台如何避免这个问题？

第一是扫一扫可以使用微信，连接小程序使用。

我们直接开发DAPP的目的是更好的让用户来使用后续的深度服务，比如用户挖矿游戏，比如营销互动答题，还有诚品商城，这些使用APP的体验更好，也便于我们和用户互动，以后一些社区投票，钱包，等都可以植入DAPP中。

过去快拍二维码核心是太单薄，只是一个扫码，现在我们有了后端的服务和内容，就可以逐步培养社区的用户群体。类似公信宝，网易星球都是我们学习的榜样。



王鹏飞

## 36.1 提问者



谢承

栖息谷&奋斗者 创始人

评分：3.2

## 36.2 对话



谢承

溯源链为商品生产到消费全流程过程中的各参与方创造了什么新的价值？这些价值创造是否需要额外成本？参与方是否认可成本与价值的匹配？Token的经济系统设计能否实现价值创造？

之前的回答里已经有了一些类似的内容，我再简单说一下，溯源链提供



的是信任的增强，通过区块链共识来做基础。基本不需要额外成本，如果企业已经有了溯源和防伪的基本系统。

王鹏飞

目前看企业的积极性比较高，消费者也对这块比较认同，未来随着供应链金融的完善，企业相关方的积极性也会更强。

## 37.1 提问人



徐坤

天风证券区块链研究中心研究总监

评分：3.8

## 37.2 对话



徐坤

在整个生态里，TAC的价值如何流转流通起来的？

之前有类似的解答。



王鹏飞



徐坤

所有溯源防伪过程增加的费用是不是最后还是消费者买单了？

我们充分考虑到客户的数据隐私，这些信息都是存在客户自己的云服务中，哪些是需要上链的，企业调用智能合约，还是继续存在客户自己的云服务，只是不能更改，索引上链。



王鹏飞

## 38.1 提问人



董乐

电子科技大学教授，ACM SIGAI CHINA 主席，VALSE 秘书长

评分：3.2

## 38.2 对话



董乐

TAC有无上交易所的计划？如有，节点如何。

TAC也接触了一些交易所，目前具体时间表还没有定，我们先做技术，推出主网，DAPP。

预计是今年4月-5月份有上市计划。



王鹏飞

### 39.1 提问人



江涛

原和讯CTO、区块链投资者

评分：2.5

### 39.2 对话



江涛

溯源链是个很好的概念。现在很多企业通过自建溯源库方式，通过短信、二维码等很容易可以实现，现在通过区块链的唯一好处就是上链以后不能修改，但是如果像刚才举例那样，茅台酒的溯源库被修改发生在上链之前，那么上链后才发现，这个漏洞就无法被弥补，这种情况下怎么处理？另外，对企业来说，最重要的是打假，溯源只解决其中一小部分问题。打假的难处在于，即使你发现了某个小县城有一个商品出现异常情况，处理的成本和时间都是很大的，因为很多经销商本身就同时卖正品和仿品，异地的取证处理都很麻烦。如何在打假方面有更多考虑，来说服企业愿意把信息上链？

区块链的特点是只要上链就不能更改，但是可以增加该信息的补充，也都一一记录，茅台的问题在于原始信息被泄露，这块我们使用区块链进行数据的加密存储，在数据转移的过程中也加密，一直到消费者通过扫一扫查验，原始数据都不会明文存在，溯源链的技术人员也无法获得明文的信息。

关于打假的执行，结合区块链，目前还是在探索阶段，实际上有可能让



王鹏飞

法院认定区块链信息作为证据，结合品牌商的假货鉴定报告文书，向侵权方提起诉讼。

## 40.1 提问者



应正

LAX 100VC数字投行

评分：4

## 40.2 对话



应正

这个市场环境下的项目，除了勇气还有梦想，你们募资情况如何，硬顶达到了么？另外，团队白皮书都是真人真名，国内身份，比很多白皮书真实，你们不怕监管和政策风险么？你们做了哪些合规化的工作和预防措施？

我们也接触了一些机构投资人，大家对我们的产品很期待，因为忽悠的人太多，所以大家都比较谨慎。我们认为只要合规，做事，服务实体经济，做好充分的业务信息披露和财务信息披露，就可以成为业内的规范榜样。有一些业务国内法规不允许，就先做国外来开展，国内就按照法规来做国内的业务，这个不矛盾。我们也相信未来规范的企业会有许可可以拿到。



王鹏飞

## 41.1 提问者



伍雪君

3点钟硅谷的群主,区块链项目投资人

评分：4

## 41.2 对话



伍雪君

其实其它行业的人是不懂区块链的。TAC要如何说服那么多行业的人使用？针对非区块链行业商家，推广模式是什么？时间和成本是怎么预算？

第一是通过技术开发公司向品牌企业做销售，这些公司有动力来做推动。推广模式类似加盟，不过不收加盟费和技术使用费，只收一个商品的上链费用1分钱。

上链的时间如果是SAAS类的就很快，如果定制开发就需要一些时间。



王鹏飞

### 三、总结

防伪和打假领域一直是民生的热点，溯源的需求也很刚性，物联网和区块链的出现，让溯源防伪应用带来了新的机会，也戴上了新的光环。本期“链问ChainQA”“拷问”的项目——“溯源链TAC”。它的产品诉求就是通过区块链技术构建溯源云平台，来解决企业在商品原料采购、生产、仓储、流转、分销、终端消费过程中的信息溯源、防伪验真、精准营销等难题；为技术开发者提供快捷高效的开发云服务集合；为品牌企业和消费者解决“可信任”等难题。

可以说，“溯源链TAC”是前四期链问ChainQA项目中，与人们的生活最息息相关的项目了。所以，本期的讨论也非常激烈。不过，考虑到现实问题，今天溯源的许多数据并非是在线上产生的，从线下向线上、链上传递的过程中，究竟会不会产生误差，甚至产生新形态的造假？这是运营团队面对的一个棘手问题，也是很多发问嘉宾非常关心的话题。此外，溯源是一个大市场，它和社会零售业、电子商务息息相关，一方面大平台如阿里巴巴、京东、腾讯等都在这个领域内积极布局，另一方面新兴的明星区块链项目也有布局这个领域，“溯源链TAC”这个完全独立的第三方创业公司如何杀出重围，做出一个可靠的行业公链，并走出竞争的泥潭。这也是特别多的发问嘉宾疑惑的地方。

值得期待的是，“溯源链TAC”的项目创始人王鹏飞是一个积极的连续创业者，有着较为深厚的行业资源和沉稳的耐力。这也是许多给予项目高分的评价者的乐观体现。同时，项目方在现场回答表现上积极应对和胸有成竹，也让“拷问者”被这种有备而来的状态所打动。

当然，并不是所有的观察者都表现的很乐观，也有一些发问者认为这个项目是可有可无的，并认为项目团队在未来的商业合作中将很难落地。团队目前缺乏全职的资深技术合伙人以及仅靠外包技术战略合作伙伴也给项目埋下了一个管理风险。而对于项目的基础解决方案、代币激励机制的有效性、生态参与方的价值创造及经济系统构建上的规划，每一步都步履艰辛。

作为本次发问的组织方，链问ChainQA对溯源防伪作为区块链的重要使用场景持非常乐观的态度，也会积极观察这一市场的每一个竞跑者。我们相信，只要“溯源链TAC”团队在实际操作过程中能够根据市场环境快速调整，并且有足够的耐心等待行业成熟，应该有机会成为一家比较有竞争力的方案平台商，我们祝福“溯源链TAC”顺利成长并取得成功。

## TAC 溯源链：3.48

	打分者	评分		打分者	评分
1	朱汉文	2.8	2	于立娟	4.18
3	汪斯怡	2.7	4	王鸣	3.8
5	郑杰	3.25	6	邢天翼	3.66
7	陈登科	3	8	王英雄	3.8
9	左云	3.8	10	柏文洁	3
11	张路	3.5	12	符德坤	3.5
13	任鑫	3.6	14	李耀东	4.75
15	程天宇	4.2	16	蒋宇捷	3.2
17	严彬	3.5	18	赵建文	3.9
19	刘润	3	20	孔华威	3.1
21	曹振	3.5	22	刘平阳	4.5
23	郭刚	3	24	叶振	3.5
25	刘思宇	3.5	26	陈智华	3.75
27	冰强	2.7	28	王佳伦	3
29	谢承	3.2	30	徐坤	3.8
31	董乐	3.2	32	江涛	2.5
33	应正	4	34	伍雪君	4

最终，通过3个小时的链问ChainQA问答环节，“TAC溯源链”一共接受了35位提问者的“拷问”，最终也收获了34个打分，最终的评分为:3.48分。

118.39分 / 34 = 3.48分

最终“TAC溯源链”平均得分为： 3.48分

**本报告仅供学习参考，不作为投资建议。投资有风险，入市需谨慎。**



链问ChainQA

主办方：GoodChain

项目联系：qa@chainqa.io

16839 Gale Ave. Ste. 207 City of Industry, CA 91745, USA



Telegram



Wechat