

Amaten 白皮书

An obsolete system

陈旧落后的系统

Security Issues

安全问题

“礼品卡”通常是以一次性代码的形式呈现，可以在指定的商店或者零售店兑换成固定面值的商品。礼品卡通常有一个固定的到期日（如3个月），超过这个日期就不能再兑换了。零售商的礼品卡目前有两种形式：电子礼品卡（可以通过电子邮件购买和发送/赠送的在线礼品卡代码）和实体礼品卡（通常是塑料卡或纸质卡，上面写着可赎回的一次性代码）。在这两种情况下，中心化的账本系统确定谁赎回了零售商保存的礼品卡的货币价值。想要兑换电子礼品卡或实体礼品卡的用户将在零售商网站的某个区域输入一次性代码。如果代码与尚未兑换的代码的集中列表匹配，则会从零售商的中心化账本中删除该代码，并在用户账户中存入（例如）10美元。

中心化的账本或列表系统天生就容易受到外部或内部恶意篡改、编辑或损坏。黑客可能会获取这些代码或礼品卡中的其他敏感信息，并恶意地兑换或在线销售这些代码。在这种情况下，如果礼品卡的密码被出售给了买家或已经在零售店进行使用，那么这些人就必须相信兑换码没有被篡改。这就像给锁配钥匙，但只能希望沿途没有人复制钥匙。据估计，62%的礼品卡损失是由不诚实的员工造成的；13%是伪造卡造成的；13%是被盗卡造成的（Nelson, 2007）。

礼品卡欺诈不仅对消费者来说是昂贵的，对零售商和商家来说也是昂贵的。最终，商家将被追究欺诈行为或恶意或欺诈行为的责任，这些行为可能会对他们的声誉和品牌产生影响。

Trust Issues

信任危机

除了安全性之外，中心化账本系统的另一个明显的固有缺陷是信任。许多中小企业实际上被排除在经营礼品卡计划之外，原因是无法对信任进行审查。这阻碍了该行业参与者的数量，并限制了其规模的全部潜力。例如，对于商店X或零售商Y，我必须相信当我购

买礼品卡时，他们的中心化列表中的数据是正确和有效的，并且我必须相信，当我兑换卡时，我将被记入卡的全部“面值”。整个兑换过程发生在中心化系统的后台，因此用户无法看到礼品卡代码发生了什么，或如何存储。

对于大公司来说，用户可以相信他们有库存，有足够的周转率来支持礼品卡计划，同时相应的金额面值确实已记入礼品卡。不过，很多用户会发现他们的礼品卡毫无价值，因此欺诈也成为了礼品卡的通用问题。这意味着风险转移到了消费者身上，他们必须在网上手工输入卡号，或者在收银台查询卡是否可以兑换。

Inefficiency Issues

低效问题

当前的礼品卡模式也非常低效。目前，发送礼品卡的最快方法是通过电子邮件——电子邮件的安全性仅与用户的电子邮件服务器一样。用户的体验是次优的，需要许多手动步骤来购买、发送和兑换礼品卡。

用户在使用和发送电子礼品卡时，往往会对自己的体验感到非常不满。某大型商家电子礼品卡上的很多热门评论都是“一颗星”，这些评论中都有共同的不满意见。（这是亚马逊网站上评价最低的产品）。首先，许多用户抱怨礼品卡中存在欺诈行为——许多评论的用户表示无法兑换他们的礼品卡，因为他们的礼品卡已经过期或已被兑换。其次，许多用户对他们的用户体验普遍感到不满。问题包含当礼品卡通过邮件发送的时候，放出的动画不正确，同时如果礼品卡兑换错误，用户也无法获得补偿。

从商家的角度来看，目前的礼品卡模式也是非常低效的。如果他们希望设置和维护礼品卡计划，他们有两个广泛的选择：要么自己设置基础设施，要么雇佣第三方为他们运行计划，建立定制的软件和基础设施，维护基础设施，确保其安全性，并将员工投入到客户服务中，这无疑是非常昂贵的。通常只有规模较大的零售商和公司才能实现这一目标，而且用户体验仍然是次优的，同时第三方在运行礼品卡计划的费用结构上也可能非常昂贵。

最后，我们还发现，现有的礼品卡计划是信息不对称的以及孤立的，因为不同的中心化系统、API和软件被用来运行不同零售商的礼品卡解决方案，而且零售商通常使用昂贵的第三方解决方案来运行他们的礼品卡计划。

当前系统的低效程度通过未使用的礼品卡数量可以显示出来，许多礼品卡在日本每年都会被闲置——2017年，约占日本礼品卡总价值9%（相当于11亿美元）的礼品卡被闲置或者过期：

表2：日本礼品卡 – 未使用价值趋势分析（单位：百万美元），2013-2022						
	2013	2014	2015	2016	2017	CAGR2013-2017
未使用金额	783.8	875.0	963.7	1054.2	1146.9	9.99%
增长率（%）		11.6%	10.1%	9.4%	8.8%	
	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR2018-2022
未使用金额	1202.1	1257.9	1309.1	1352.7	1391.1	3.72%
增长率（%）	4.8%	4.6%	4.1%	3.3%	2.8%	

Secondary Markets

二级市场

二级市场的礼品卡很少见，而且容易出现一些错误和欺诈行为。一些较大的交易所可以提供流动性，例如日本的Amaten，但目前礼品卡模式固有的问题和效率低下，仍然对这些交易所的运作产生负面影响。

这是因为礼品卡交易所无法连接每个商户礼品卡活动的中心化数据库，而且礼品卡在交易前无法核实是否已被兑换。在某些情况下，可以输入一个密码来检查礼品卡的余额，但是许多零售商不允许这样做。通常一次性礼品卡无法检查，卖家可能会欺诈性地出售已经兑换的卡。

由于这个原因，交易所通常不允许订单簿上出现“出价方”的订单，因为卖方可以出售已经赎回的卡，使买方可能没有追索权。这使得一些流动性流出市场，因为卖家不能立即出售给出价者，然而这在证券和加密货币的二级市场是可能的，并且还阻止做市商从中套利，并从买卖价差中获利。

打击二级市场上的欺诈活动对交易所和用户来说既具有挑战性，可谓是费时费力。许多二级市场都设定了时限，买家可以在时限内检查卡的余额（例如，30分钟），如果卡已被兑换，买家可以在时限内要求退款。但是，如果买家在未使用信用卡的情况下要求退款，则该系统也可能遭到欺诈。这样一来，欺诈行为在二级市场和交易所的买卖双方都普遍存在，通常是交易所和无辜的用户必须为这种欺诈行为买单。

通常，交易所要求存款作为防止欺诈的抵押品。如果该体系更值得信赖，这是可以避免的，从而让较小的买家和卖家将更有能力参与二级市场。

The Solution: Amaten powered by Aelf

解决方案：基于Aelf底层基础的Amaten系统

Amaten正在自己的区块链网络上建立世界上首个去中心化礼品卡生态系统, 该区块链网络是基于Aelf的首个侧链之一。这个区块链解决方案将具有内在的安全性和防欺诈性, 能够每秒处理数万笔交易, 与现有的商户基础设施无缝集成, 并将促成全新的卓越用户体验—从而永远改变礼品卡的现状。

Amaten's existing infrastructure and market position

Amaten现有的底层基础设施以及市场定位

Amaten在日本市场拥有独特的定位和稳固的地位, 可以将礼品卡1.0升级为革命性的新礼品卡2.0。Amaten是一家于2012年在日本成立的礼品卡交易所, 它是市场的领导者, 目前控制着日本礼品卡二级市场的70%以上份额, 年收入超过1.1亿美元。自2016年以来, 其收入增长了近45%, 因此就收入和交易量而言, 它是日本最大的礼品卡市场。Amaten拥有8万多用户, 用户群平均每年增长20%—预计2019年交易量将达到110万笔。目前, 有23种礼品卡在Amaten交易所上市交易 (亚马逊、iTunes等)

Amaten以其优质的客户服务而闻名, 由于其电视广告和营销活动而在日本家喻户晓。

Amaten's blockchain platform value proposition

Amaten区块链平台价值定位

Amaten区块链系统将允许商家创建基于AMA-2协议的去中心化礼品卡 (礼品卡通证化)。Amaten将为商家创建应用程序, 以便轻松地与他们现有的中心化基础设施集成。通过AMA-2协议发出的礼品卡除了可以在Amaten.com创建的全新销售渠道进行售卖, 还可以在可以在他们自有的销售渠道进行售卖。Amaten将通过创建DAPP给所有用户使用, 打造礼品卡数字钱包, 并与商家直接集成进行兑换, 同时创建礼品卡交易的二级市场。这个生态系统的燃料是AMA通证, 它是支撑整个Amaten链的通证, 是创建新礼品卡、转账和交易费用的唯一媒介。

在Amaten区块链上发行新礼品卡的商家可以更改不同的参数, 使每张礼品卡符合其规格。自定义的设置可以由商家实现: 例如, 礼品卡可以“激活”, 并在特定日期或日期之间或满足特定条件时 (例如, 当用户的礼品卡钱包超过特定的总面值时) 可转让/兑换。这些礼品卡可以设定到期日期 (就像传统的礼品卡), 如果达到指定日期, 它们会自动“销毁”。这些礼品卡还可以被赋予一个设定的面值参数-交易货币也可以定制。例如, 商家

可以创建一张面值10美元的礼品卡，也可以创建一张0.001 BTC礼品卡。“面值”是指可以在商家商店兑换的金额，商人需要支付AMA结算的创建费用。

现在，用户将能够以一种无需信任的方式向世界各地的任何人发送礼品卡，所有交易都将在Amaten链上得到有效的管理和处理。用户将从商家处购买，并保证他们的礼品卡受到保护。Amaten区块链将有能力为全球礼品卡市场提供服务，减少用户和零售商之间的成本和障碍。因此，除了日本以外，Amaten扩大了更大的潜在市场。亚洲仍然是最大的礼品卡投资地区，特别是中国和韩国，但是其礼品卡的平均消费仍然远远低于美国的人均水平。然而，送礼作为亚洲文化的一部分是根深蒂固的。此外，这些特定市场非常习惯使用数字货币，这会将使用基于区块链的数字礼品卡逐渐成为大众的习惯。

Users

用户

用户可以通过智能手机上的Amaten应用程序直接与Amaten区块链进行互动。Amaten应用程序将保存用户的安全钱包和Amaten帐户。基于Aelf技术，在Amaten链中发送任何交易（包括子通证）时，用户必须在AMA中支付交易费用。基于用户的Amaten应用程序，他们将能够直接从商家购买礼品卡或在Amaten交易所进行交易。一旦礼品卡进入用户的应用程序，它可以立即赠送给任何其他人，也可以跟商家进行兑换。

当用户购买礼品卡时，Amaten系统还可以向他们提供自定义设置和新增选项。例如，创建交易：用户可以选择发送卡片的日期和时间，比如在某人的生日或结婚纪念日。用户还可以使用动画或个性化注释，也可以将视频信息或图片与礼品卡一起发送。当用户使用Amaten交易所，这些信息也会同步。

同时，Amaten为了让用户获得更好的体验，会为加入Amaten生态系统的用户进行奖励。随着用户购买/销售或者发送礼品卡的时候，他们可以获得AMA通证，这些AMA可以进行交易或者进行其他操作，同时用户也可以使用AMA兑换礼品卡或者商品折扣。

Merchants

商户

Amaten正在为任何规模或收入的商家开发专业软件，此软件将监控Amaten链上到特定钱包的转入交易，这些被监控的钱包将是“销毁”的钱包，即用于兑换礼品卡通证的钱包。当通证被发送到这些钱包时，它们会被自动销毁，并且在区块链中保存该交易不可篡改的公开记录。Amaten的软件将记录所有进入这些钱包的交易，并将记录两个关键参

数：发送通证的钱包地址和发送的礼品卡数量。例如，假设用户向相应商家的钱包发送了一张价值10美元的礼品卡，这笔交易将永久记录在区块链中，Amaten的软件将提取交易，并将发送者的钱包地址和礼品卡总价值放入一个安全的私人分类账中。然后，该分类账会将钱包地址和通证兑换量推送到商家现有的礼品卡分类账中，任何拥有通证从中发送的累积钱包地址的用户都会将兑换的礼品卡记入商家的账户。用户可以将其Amaten钱包地址链接到商家的一个帐户，从而即使用户兑换了通证，随后才向商户注册了钱包地址，数据推送也意味着只要他们注册了地址，商户就知道将他们兑换的通证金额记入账户，但要受到期限的限制。

因为兑换的历史记录保存在一个不可变的公共账本上，所以不可能欺诈性地兑换礼品卡。即使有人能够侵入商家的私人账本，商家也可以很容易地与Amaten区块链进行交叉引用，识别出任何欺诈行为。

上面的例子是针对那些已经建立了一定基础的商家，他们希望能够轻松无缝地与Amaten区块链集成，但是对于那些可能没有自己现有礼品卡基础设施的小型商家和中小企业来说，情况又如何呢？在这种情况下，事情其实更简单：

完全基于Amaten软件的中小企业或商户可以根据Amaten为他们构建的数据库，轻松地运行他们的整个赎回私人账本。商家可以很容易地获得报告和下载数据库的副本，看看谁需要兑换多少资金，或者他们可以将数据库直接集成到自己的商店中，商家会每月向Amaten支付少量费用来使用这个软件。

商家还将获得独特的新营销工具，其中一个工具是“空投”，即商家制作礼品卡通证，并将其发送给众多潜在客户，以激励更多的人来他们的商店购买他们的产品。例如，假设一个商家正在创建10000张新的礼品卡，当用户兑换其中一张时，可以在商家商店获得10美元。随后，商家可以从Amaten区块链中随机选择10000个钱包地址，并将这些礼品卡发送到这些钱包地址。商家也可以定制化营销活动，使其更有针对性，例如只向钱包里有一定资产的用户空投礼品卡。商家甚至可以根据用户历史的活动来创建空投营销列表，这将成为商家非常有效的，有针对性的营销工具。

商家还可以使用完全在区块链上运行的自动用户积分活动，注册该计划或创建自己的忠诚代币计划的商家可以指定用户获得奖励必须满足的条件。

Amaten digital gift card exchange value proposition

Amaten数字礼品卡交易所价值定位

Amaten交易所将是Amaten生态系统的关键支柱—提供流动性和信任。Amaten交易所将

只列出最高质量的礼品卡，并要求商户满足最低财务以及审核要求，以便其礼品卡有资格上线交易所。交易所将集中使用先进的订单匹配系统，专门从事新一代基于区块链的礼品卡交易。后端基础设施将类似于Binance等其他加密货币交易所，因此从现有加密货币交易所购买知识产权和基础设施可能具有商业意义。Amaten交易所将为商户提供一个有价值的礼品卡一级市场分销渠道，因为商户可以直接在Amaten交易所列出新一代礼品卡发行，并根据自己的意愿设定发行价格。交易市场将融入去中心化的生态系统，并从一级和二级市场的角度提供良好的流动性。礼品卡将同时在法币和数字货币板块上线，这将为商家创造良好的套利机会，从而增加市场深度和流动性。

虽然理论上，任何支付创建费的人都可以创建礼品卡发行，但Amaten只会在其交易所列出最高质量和最值得信赖的礼品卡，这将有利于在交易所上保护用户权益，同时促进高品质礼品卡的提供。它还将允许商家直接出售他们的新礼品卡，以换取他们选择的法币和加密货币。这将是商家礼品卡的主要市场发行形式，仅对公司账户完成验证的商家开放。同时，商户将被要求满足最低财务标准，才能继续在Amaten交易所上线。要求如下：

- 商户礼品卡发行总额的面值不得超过其财政年度收入的20%
- 商户必须满足最低违约要求-如果商家对礼品卡的违约率（拒绝兑换卡）超过该最低值，则其所有礼品卡必须下线
- 商户在发放礼品卡前必须至少运营2年
- 商人在其商业活动中必须具有良好的信誉和道德
- 商户必须每年提交礼品卡计划的报告，以保持上线

Amaten交易所将拥有先进的交易界面，允许使用各种技术指标，这将有助于推动交易所的交易量。Amaten还将向提供流动性的做市商提供更好的交易费用。与目前的Amaten礼品卡交易不同，新一代礼品卡交易所将允许以卖方和买方的方式下订单，这将大大提高流动性，这些资产将以最大安全性的方式托管，并将带有多重安全认证的钱包来存储其中的资产。Amaten将在管理交易所时采用最佳做法和适当的尽职调查，并确保交易所高度安全。

Amaten市场最终将提供加密货币市场所需的真实流动性，最终让这些用户能够通过数字货币购买商家的产品和服务。

AMA

AMA通证是Amaten区块链的原生通证，并且也是系统中的燃料。AMA在Amaten生态系统中有几个应用场景，例如AMA将用于支付礼品卡创建和交易费用，以及激励用户获得各种促销和折扣，并且对用户和商家的奖励。由于AMA的发行总量是固定的，随着越来越多的用户参与Amaten交易所礼品卡的销售和购买，那么AMA的需求将会上升。区块链的无边界特性将使Amaten网络在新的区域获得发展，同时也会有更多的礼品卡应用，从

而进一步扩展AMA的使用效果。

Allocations

通证分配

AMA整体发行量是5亿，其发行价为0.04美金，并且通证分配模式如下：

%	数量 (AMA)	分配给
5%	5000000	种子轮
25%	125000000	直接上市
15%	75000000	技术开发
15%	75000000	市场宣发
20%	100000000	团队和顾问
20%	120000000	团队保留

通过直接上市和其他方式筹集的资金将按以下方式使用。

- 升级Amaten数字基础设施并进行系统升级，以提供全功能区块链礼品卡市场
- 招聘和培训开发人员和员工，以管理和维护对用户的高质量服务
- 15%的资金将用于通过全球营销持续推广Amaten，品牌，公关和各种业务发展。
- 基金会预留20%的资金，从而应对紧急事件。

Direct Listing

直接上市

AMA将首次公开上线交易所，由Bithumb Global主办，整个过程将遵循该交易所法律专家概述的规则和条例。

AMA Utility and Value

AMA使用性和价值

AMA可用于在Amaten网络上交换礼品卡和其他数字资产。AMA是核心的数字货币，可用于但不限于以下场景：

- 个人销售或购买礼品卡
- 个人支付交易费用
- 对于礼品卡发行公司，抵押AMA可以在Amaten网络上发行礼品卡
- 支付任何其他费用

虽然也可以使用ELF通证进行交易，但是使用AMA令牌将为用户提供有吸引力的折扣。

根据下表，折扣金额将逐年减少。

年份	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
折扣率	30%	20%	10%	5%	0%

AMA Quarterly Burn

AMA季度销毁

根据流通量和交易量，每季度将销毁适量的AMA，直到只剩下总量的50%，销毁至初始总量50%的时间将会根据市场变化进行调整。最终，2.5亿（占总5亿份的50%）AMA将继续流通。

AMA Vesting Period

AMA锁仓时间

对于未通过直接上市方式发行剩余75%通证，将通过以下机制进行锁仓。所有的AMA代币将在上市后分为五个阶段进行释放。

阶段	第一个阶段	第二个阶段	第三个阶段	第四个阶段	第五个阶段
释放	20%	20%	20%	20%	20%

The Amaten DAPP on the Aelf blockchain

Aelf区块链上的Amaten DAPP

Amaten成立的初衷是颠覆全球礼品卡业务。因此，基于最灵活、最先进、最安全的区块链构建生态系统至关重要，Amaten选择Aelf区块链作为基础区块链协议，从而可以充分发挥潜力。

Aelf可以让Amaten DAPP拥有以下创新的功能：

1. Aelf侧链上部署Amaten-Aelf生态系统侧链，在这种情况下，Amaten保证了计算和网络资源的安全，保证了其性能以满足更多用户的需求。同时，其他的DAPP不会干扰Amaten的性能，防止类似以太坊上的Crypto Kitties之类的事件，从而对Amaten进行干扰。
2. 支持每秒超过10000笔交易，以便将来的业务扩展，并行处理和集群节点特性。与以太坊、EOS和其他公链相比，Amaten推动了区块链性能的边界，其交易速度足以让Amaten服务于世界各地的用户。
3. 以一种方便和安全的方式开发DAPP的新功能 - DAPP需要不断发展，以便更好地为用户和商家服务。Aelf提供了丰富的开发工具和调试工具，可以帮助Amaten团队，也可以帮助开发人员轻松设计他们想要的功能。

Aelf开发团队还与Amaten团队合作，在设计和开发方面提供指导和支持。

Gift Card Tokens

礼品卡通证

礼品卡通证是可以在Amaten区块链上创建的子通证，这些礼品卡通证必须满足某些最低的代码要求，并且必须满足Aelf合约标准2（ACS2）的几个基本功能。

```
function totalSupply() public constant returns (uint);
function balanceOf(address tokenOwner) public constant returns (uint balance);
function allowance(address tokenOwner, address spender) public constant returns (uint
remaining);
function transfer(address to, uint tokens) public returns (bool success);
function approve(address spender, uint tokens) public returns (bool success);
function transferFrom(address from, address to, uint tokens) public returns (bool success);

event Transfer(address indexed from, address indexed to, uint tokens);
event Approval(address indexed tokenOwner, address indexed spender, uint tokens);
```

此外，礼品卡子通证的标准还具有以下参数：

- 面值
- 名称
- 基础货币
- 有效期

商家将能够通过网站界面轻松创建新的礼品卡发行，允许他们自定义参数并支付必要的创建费用。该网站界面将由Amaten创建和托管，并将直接与区块链上部署的新智能合约交互。

所有符合礼品卡标准要求的Amaten子通证均可在Amaten交易所上市，但这将由Amaten全权决定。理论上，任何能够支付创建费的人都可以在Amaten区块链上创建和部署自己的智能合约和礼品卡，但除非这些智能合约和礼品卡来自经过验证的商户，且商户本身满足最低限度的报告和发行要求，否则不会在Amaten的交易所上市。

Amaten' s Proprietary Merchant Software

Amaten的专用商户软件

Amaten将为商家创建定制软件，以方便和无缝地与Amaten区块链进行集成。该软件将在Amaten生态系统中具有几个关键功能，使商家更容易利用Amaten区块链，并与之进行互动。

该软件将能够从由Aelf提供支持的Amaten链中收集数据，例如，通过观察和记录所有进入特定商家销毁钱包的交易，然后以更容易被商家使用的方式记录在一个集中的数据库中。随后，商家可以通过API将该数据库与现有的客户数据库集成。这意味着，任何将区块链钱包地址与其账户关联的客户，在兑换礼品卡代币并将其发送至商家的销毁钱包时，都将获得相应的金额。任何在“认领”或将其钱包地址与账户关联之前赎回通证的客户，只有在关联了这些钱包地址后才会被记入。Amaten钱包将支持所有子通证格式，因此一旦通证发送到用户指定的Amaten钱包，子通证将相应地显示和存储。

因为该软件可以与商家现有的基础设施集成，这意味着Amaten区块链将更容易访问，商家的设置成本更低，商家更容易管理用户赎回。

商家也可以使用Amaten软件作为一体化的解决方案，因此不需要任何数据库集成。Amaten商家软件将是商家使用的唯一用户数据库。在这种情况下，商家可以直接将数据库与其网站集成（例如通过phpMyAdmin或与网站后端集成的mysql）。这意味着Amaten

的商家软件不仅能解决商家与区块链整合的问题，而且还能为商家提供管理整个礼品卡项目的解决方案。即使是传统的egift卡计划也可以使用Amaten的商家软件进行管理，这与新的Amaten区块链礼品卡计划并行。

Amaten User Apps and Wallets

Amaten用户应用以及钱包

User Interface and Front End

用户界面和前端

用户可以在Amaten应用程序上添加联系人或朋友。这意味着，如果用户想向好友列表中的其他用户赠送礼品或发送礼品卡，他们可以很容易地做到这一点。为了实现这一点，用户需要将他们的朋友与应用程序上的钱包地址关联起来—这可以通过二维码来实现，从而简化这一过程。

用户可以创建定时转账，以便他们可以指定将来事务发生的日期和时间。例如，如果我联系人列表中的一个朋友在3天内过生日，我想在这一天给他们发送一张礼品卡，我可以创建一个定时转账，在3天内给他们发送一张礼品卡。

该应用程序将与Amaten交易所无缝集成，以使用户可以将其Amaten钱包地址与Amaten交易所连接起来。这意味着用户可以选择即时买卖礼品卡—通过美元、日元、BTC、ETH或AMA进行结算（他们可以自己选择）。用户可以在Amaten交易所看到自己的余额，也可以使用Amaten应用程序/钱包进行交易。

用户也可以很容易地将他们的钱包地址与他们的商户账户联系起来。这意味着，如果我在Amaten应用程序上创建一个新的钱包地址/帐户，我可以单击一个按钮，它将带我进入商家的网站。然后我可以选择登录到我的帐户与该商家，一旦我登录，它现在已经把钱包地址与我的商家帐户相关联。每个账户可以关联多少个不同的钱包地址取决于商家。

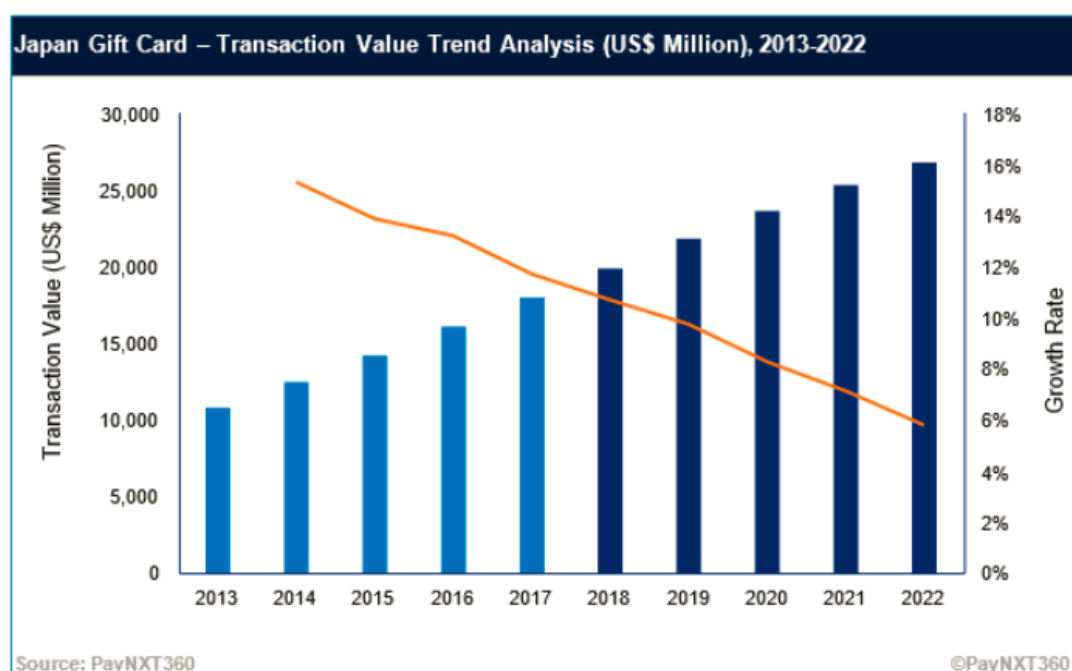
Web Versions

网页版本

Amaten应用程序/钱包将有一个网络版本，就像Amaten自己版本的“myetherwallet”。这意味着，对于希望在电脑上访问钱包的用户来说，这是个不错的选择。

A General Overview of Gift Cards in Japan

日本礼品卡概览



全球礼品卡行业每年的交易额超过5850亿美元。在日本，这是一种非常流行的送礼方式。2017年，该行业规模为179亿美元，预计到2022年将增长至267亿美元。礼品卡为收礼者提供了自由来选择他们想要购买的产品或服务。通过销售礼品卡，商家基本上可以预售其库存或服务，用未来的承诺换来现在的资金。这也是一个很好的商业工具：收到礼品卡比收到同等的现金礼物会导致更多的购买行为。CEB的记录显示，65%的消费者会比可礼品卡面值多花38%，礼品卡也会影响消费者购买产品的选择。

Below is a table showing Gift Card Transaction Value in Japan, and forecasts to 2022:

下表显示了日本礼品卡交易量，并预测到2022年：

Japan Gift Card – Transaction Value Trend Analysis (US\$ Million), 2013-2022						
	2013	2014	2015	2016	2017	CAGR 2013 – 2017
Transaction Value	10,828.0	12,483.4	14,213.3	16,087.8	17,968.8	13.50%
Growth Rate (%)		15.3%	13.9%	13.2%	11.7%	
	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR 2018 – 2022
Transaction Value	19,888.0	21,823.2	23,626.2	25,308.6	26,771.4	7.71%
Growth Rate (%)	10.7%	9.7%	8.3%	7.1%	5.8%	

在日本（2017年）179亿美元的礼品卡交易中，约80亿美元是因为所谓的“开放”礼品卡

（通常可重新收费，可在多个不同的零售店或商店兑换），90亿美元是“特定”（仅可在一个特定品牌/商店兑换的礼品卡）。

Competitive Analysis

竞争分析

竞争大致可分为以下几类：

1. 允许礼品卡交易的其他交易平台；
2. 现有大型礼品卡发行商，可能决定开发自己基于区块链的解决方案；
3. 其他基于区块链的竞争对手
4. 数字货币和实体产品的兑换服务商

Existing secondary gift card marketplaces

现有二手礼品卡交易市场

目前，许多在线平台允许用户以折扣价购买礼品卡，或者允许用户出售不需要的礼品卡。现在的Amaten就是其中之一，而且按市场份额计算，它在日本是最大的。

然而，这些平台都面临着同样的问题：

欺诈风险：交易对手的信任是一个巨大的问题，因为无法事先核实礼品卡是否已被赎回。大多数平台都是通过直接与卖家进行交易来解决这个问题的，一旦所有的检查都完成了，就会立即付款，这也让他们获得了巨大的折扣。然而，这种折扣通常不会转嫁给买家。

平台的高利差：如上所述，由于平台作为交易对手方，它们能够从售出的每一张礼品卡的巨大利润中获利，甚至40%也不是什么稀罕事。

缓慢且低效：由于买家和卖家无法直接交易，礼品卡从卖家转移到最终消费者进行兑换的“周转”时间很长。此外，对于不想要的礼品卡卖家来说，这是一个漫长的过程，因为他们必须等待平台的验证，然后平均再花两周时间才能收到资金。

Amaten 2.0解决了所有这些问题，它促进了交易双方之间的直接、无风险和即时的交

易，而不需要中间人。在前面的章节中已经详细解释了这一点。

也就是说，这些平台中的许多都是活跃使用的，并且在各自的市场有很强的渗透力。由于他们中的一些已经建立了强大的客户忠诚度和品牌知名度，Amaten必须在其营销方法上充满创新，才能在这些市场上取得成功。

主要的竞争对手如下：

美国：Card Cash、Gyft、Blackhawk Network（拥有Cardpool、Gift card mall、Cash Star）、Wolfe LLC（拥有Gift Card Granny、Gift ya、Otto等）

英国：One 4 All Gift Card, Zeek

菲律宾：Gifted（与菲律宾最大的电子商务网站有合作关系）

其他：Sure Gifts（尼日利亚）、Sellebrate（印度）、Zingoy（印度）、Gift Cards Wild（加拿大）

Gift card issuers developing their own blockchain protocol solution

正在开发区块链协议的礼品卡发行商

即使是规模最大的礼品卡发行商也存在欺诈和效率低下的问题，其平台上的负面评论就证明了这一点。有一种风险是，他们手中有着巨大的资源，他们可能会开发自己的区块链解决方案，包括礼品卡和其他流程。据传亚马逊正在开发一些基于区块链的解决方案，尽管是为了改善其全球业务。

由于以下原因，此类竞争对Amaten来说是低风险的：

发生概率低：将礼品卡计划转移到区块链上需要大量的资源投资，鉴于这不是其业务的关键部分，大多数发卡机构很难进行全面推动。

在Amaten的目标市场中所占的比例相对较小：Amaten的愿景是为礼品卡创建一个高效的生态系统，这样即使是小企业也能以经济高效的方式发行礼品卡。因此，Amaten的目标是广泛针对中小企业，而不是局限于大型企业。

此外，即使是计划进军区块链的公司，也会寻找合作伙伴将开发外包，这也是Amaten可以抓住的机会。

Other blockchain based competitors

其他区块链竞争对手

Amaten已经成为日本礼品卡行业的老牌玩家，因此具有竞争优势，并正在努力开发一个全方位、基于区块链的礼品卡生态系统。然而，在Amaten之前，有一种类似的解决方案正在被开发并销售给商家，从而获得很大的先发优势。

因为一旦商家已经采用了竞争对手的基于区块链的解决方案，他们的转换成本预计会很高，因此这在本质上将成为一场非常残酷的市场争夺战。

截至发稿时，唯一算是竞争对手的是Rouge Network。这家合资公司将使用以太坊区块链来发行门票和优惠券，而不是专门针对礼品卡市场。

它的优惠券业务确实与Amaten有一些相似之处，Amaten应该密切关注他们的发展并保持领先。

可以让用户通过数字货币购买产品和服务的供应商

Amaten的目标用户群之一将是拥有大量数字货币的人，而且他们正在寻找将数字货币变现为真实物品的方法。

最近，Coinbase和WeGift合作推出了首个提供直接将数字货币提取到电子礼品卡中的交易平台，但是这项服务只对欧洲和澳大利亚的用户开放。

这是Amaten的目标之一，旨在帮助全世界的消费者使用法币或加密卡购买各种商店的礼品卡。

如果We Gift平台扩张且市场良好，或者其他类似公司成立，那么市场就有可能出现激烈竞争和相互蚕食的局面。

Amaten's Team

Amaten团队

TOM KANAZAWA – Chairman

TOM KANAZAWA – 主席

积极进取的IT企业家和风险资本家。Tom在20多岁的时候，那时候日本IT和互联网发展初期，于1996年在日本成立了第一家移动内容提供商。同样是在2007年，Tom以Mizuho Capital为投资者，在日本创立了第一家照片分享内容初创公司，后来被Janguru Corp.收购。

几年后，2010年，他加入了IT风投公司“Net Age”，担任管理合伙人。最终，在2012年启动了Amaten交易所。

KAZUYOSHI MATSUZAWA - MANAGING DIRECTOR

KAZUYOSHI MATSUZAWA –董事总经理

2001年毕业于东京大学，主修理工科专业，工作是一名程序员，其加入一家技术元件制造商公司，负责使用EDA工具验证半导体运行。Kazuyoshi开发并设计了用于测试和质量验证的自动化流程。2007年下半年，他加入了andit公司，担任高级程序员和开发人员。他负责业务开发、搜索服务、图片共享服务、动画以及社交游戏。

Head Hunter于2014年加入Amaten，被任命为首席运营官。Kazuyoshi推动了交易所的快速发展以及专有平台的开发。2016年底，他被提升为董事总经理。

MINORU MORISE – CHIEF MARKETING OFFICER

MINORU MORISE – 首席营销官

2008年从美国毕业后，Minoru加入了IT风险投资公司SEO，在那里他被指派协助市场营销、网站开发和加盟业务。Minoru在2013年加入了大型通信公司软银，而且他被要求通过广告活动以及开发新的服务推销活动，从而最大化收入。在Tom的说服下，他最终于2015年加入Amaten，担任首席营销官，负责所有营销任务和客户服务。Minoru能够快速增加用户数量、提供产品规划、改进Amaten服务以及网站架构，因此在业务的巨大增长中发挥了重要作用。

MASAKUNI KATO - CHIEF TECHNOLOGY OFFICER

MASAKUNI KATO – 首席技术官

2000年毕业后，Masakuni建立了零售系统开发和电子商务咨询解决方案业务。看到业务的迅速发展，他于2003年成立了Airs，作为一家软件编程和开发服务提供商。2006年，他开发并发布了非常流行的博客搜索服务“TagClick”。2008年下半年，该搜索引擎被卖

给了大型数字营销提供商Irep公司。

2014年,他被任命为总工程师和项目经理,负责Amaten交易所专有软件的开发。Masakuni和他的团队能够开发出一个非常高效的自动匹配平台,专门针对礼品卡,每天可以处理数千笔交易,以及连接到日本7家主要银行的独特API。与此同时,Airs成长为日本主要博客服务的网络软件提供商。它还专注于电子商务业务的SaaS系统、乐器的iPad应用程序和照片共享应用程序。

YUSUKE SASAKI - SENIOR DEVELOPER

YUSUKE SASAKI – 高级开发工程师

Yusuke是日本自卫队中央空军司令部的工程师,直到25岁,他开始从事自由软件开发工作。他为使用声音验证工具、CAD、CAM软件开发和FPD检测仪器软件为客户开发了不同的软件。2006年,他被指派为项目经理,负责开发和实施使用AutoCAD插件应用程序的发动机车辆优化设计。

Yusuke于2009年加入AIRS,此后一直专注于电子商务SaaS Web系统、Android或苹果iOS应用程序、预防和灾害信息系统以及EC社交网络附属应用程序的开发。

2015年,他被任命为Amaten数字交易所的首席工程师和项目经理。Yusuke目前正在开发TCP/UDP接口、WebSocket和mDNS。

KEN TSUBOI CHIEF TECHNOLOGY OFFICER (AMATEN 2.0)

KEN TSUBOI – 首席技术官 (AMATEN 2.0)

Ken是一位软件工程师,也是日本畅销书作家。他写了几本关于加密货币和Ripple的XRP的书,曾连续12周位居亚马逊榜首。他被昵称为“Ripple先生”,因为他是第一个在日本代表和推广XRP的日本人。他还管理7个完整的XRP匹配服务器。Ken在建立自己的软件开发公司之前曾在软银集团工作。2014年,他推出了第一个日本的加密货币交易所,这是日本有史以来第二个推出的交易所。Ken还开发了自己的数字钱包专用技术,在日本拥有超过4万名用户。

Ken还专门从事智能合约开发、智能手机操作系统用户界面、交易平台匹配引擎、电子支付加密和终端认证系统。他被选为Amaten的主要技术合作伙伴,负责Amaten区块链协议和礼品卡交易平台的开发。

HITOSHI YUNOKI- ENGINEER PROJECT MANAGER (AMATEN 2.0)

HITOSHI YUNOKI- 工程项目经理 (AMATEN 2.0)

Hitoshi从3岁起就开始编程了,当时他的父亲给了他第一台卡西欧电脑。初中时,他自学

编程后，开发了自己的e-learning项目。后来，他从大学毕业，主修自动化机器人控制系统工程。Hitoshi在一家机器人制造商公司工作，后来加入了另一家IT公司，他开发了社交在线多人游戏。2015年，他被ken说服，加入Tokyo Gateway。此后，除了平台匹配引擎和智能合约，Hitoshi已经开发了多个区块链项目。他还被东京地方政府选中，帮助创建“neighborhood”本地加密货币，从而可以推广当地城市。

References

参考文献