

AdFlow Token (AFT) 白皮書

結合 Web2 流量優勢與 Web3 激勵機制的去中心化廣告流量協議

版本：1.1

發布日期：2026年1月15日

法律聲明

本白皮書僅供參考，不構成任何形式的投資建議、要約或要約邀請。AdFlow Token (AFT) 的價值可能波動，投資者應在尋求獨立的財務、法律和稅務建議後，自行承擔所有風險。本文件中的前瞻性陳述涉及風險和不確定性，實際結果可能與預期存在重大差異。AFT 代幣的銷售和轉讓將受到適用法律法規的限制。本白皮書不構成對任何人在任何司法管轄區內購買或出售 AFT 代幣的招攬或要約，在該司法管轄區內，此類招攬或要約是非法的。

目錄

- 執行摘要
- 市場背景與機遇
- AdFlow 商業模式與生態系統
- 資產支撐機制與 RWA 結構
- 代幣經濟模型
- 投資參與方案與投資者保障
- 發展路線圖
- 團隊與治理
- 風險披露
- 結語

1. 執行摘要

AdFlow 協議旨在通過結合 Web2 成熟的廣告流量變現體系與 Web3 的去中心化激勵機制，解決當前數位廣告行業面臨的規模化瓶頸。我們的核心資產是基於 Google AdSense/AdMob 等平台的穩定廣告收益，這構成了 AdFlow Token (AFT) 價值的堅實基礎。

我們創新地提出「去中心化帳戶池」方案，以整合全球開發者和用戶的閒置帳戶資源，突破單一實體在 Google 等平台上遭遇的「帳戶牆」限制。AFT 代幣不僅是生態系統內的價值流通媒介，更通過獨特的利潤共享與通縮機制，將真實世界的廣告利潤直接轉化為代幣的內在價值支撐和社區回饋。

本白皮書將詳細闡述 AdFlow 的商業模式、代幣經濟、技術架構以及風險保障措施，展示我們如何構建一個可持續、高增長的去中心化廣告流量帝國。

關鍵指標	數值
代幣名稱	AdFlow Token (AFT)
總供應量	1,000,000,000 AFT
預售價格	0.05 USDT (5折優惠)
上市價格	0.10 USDT
初始完全稀釋估值 (FDV)	100,000,000 USDT
核心資產	Google AdSense/AdMob 廣告收益
利潤共享比例	每月淨利潤的 20% (10%回購銷毀, 10%投資者分紅)

2. 市場背景與機遇

2.1 兆級規模的數位廣告市場

數位廣告是一個擁有巨大體量且持續增長的市場。根據 Grand View Research 與 Statista 的數據，2024年全球數位廣告支出已達到 5,950 億美元，並預計在 2030 年突破 1.1 兆美元，年複合增長率維持強勁態勢。其中，移動廣告佔據超過 70% 的份額，成為絕對的主導力量，iOS 與 Android 平台的 eCPM（每千次展示收入）持續走高，變現效率極佳。

Google 作為行業巨頭，其廣告年收入超過 2,600 億美元。Google 的廣告網絡（AdSense/AdMob）憑藉高達 80% 的收益分成比例和穩定的結算機制，為全球開發者提供了最可靠的流量變現渠道，構築了深厚的生態護城河。

2.2 規模化擴張的「帳戶牆」瓶頸

儘管市場前景廣闊，但對於流量運營方而言，規模化擴張始終面臨著一道難以逾越的障礙——「帳戶牆」。主流廣告平台（尤其是 Google）對開發者帳戶的審核日趨嚴格，並對單一實體持有的帳戶數量進行限制。這種政策旨在防範欺詐和濫用，卻也無形中扼殺了合規運營者的增長潛力。

帳戶資源的稀缺性，使其成為流量市場中的一種「硬通貨」。單一帳戶的獲取成本高昂，審核週期漫長，這嚴重限制了新 APP 和網站的發行速度，從而制約了整體業務的擴張。此外，大規模的用戶獲取（UA）和產品開發需要巨大的前期資金投入，傳統融資渠道的緩慢和高成本，難以匹配瞬息萬變的市場節奏。

「Google 對於開發者帳戶的嚴格審核與數量限制，使得單一實體難以快速增加發行量。這種『帳戶牆』是目前所有流量公司面臨的最大擴張障礙。」

2.3 AdFlow 的破局之道

AdFlow 協議的誕生，正是為了解決上述核心痛點。我們認識到，單純依靠傳統的中心化模式已無法實現指數級增長。因此，我們轉向 Web3 的去中心化協作理念，提出了一套全新的解決方案：

資產真實世界錨定 (RWA)：將經過驗證的、穩定的 Google 廣告收益作為底層資產，為 AFT 代幣提供價值支撐。與許多缺乏底層價值的加密項目不同，我們的代幣擁有堅實的實體業務支撐，每一分廣告收入都是代幣價值的基石。

去中心化資源整合：通過代幣激勵，吸引全球用戶貢獻其閒置的開發者帳戶，共同組建一個龐大的、去中心化的發行網絡。這不僅解決了帳戶稀缺問題，更實現了風險的分散化。

利潤共享與風險共擔：建立透明的利潤分成和回購銷毀機制，讓所有生態參與者都能分享業務增長的紅利，同時通過去中心化結構分散風險。

3. AdFlow 商業模式與生態系統

3.1 穩健的 Web2 流量營運體系

AdFlow 的核心業務是一套標準化的 Web2 流量獲取與變現流程，我們已通過多年的實踐證明其穩定性和盈利能力。整個流程可分為四個關鍵環節：

環節	內容描述
流量獲取	通過全球買量 (UA)、自然搜索 (SEO)、社交媒體引流等多元渠道獲取高質量用戶流量
產品矩陣	運營多樣化的產品組合，包括實用工具類 APP、內容資訊類網站、休閒遊戲矩陣等
廣告對接	深度對接 Google AdSense/AdMob 及主流 DSP 競價平台，發揮高達 80% 的收益分成優勢

價值轉化

將數位流量轉化為實體利潤，部分利潤進入 AFT 回購資金池

我們的 APP 與網站矩陣每日能產生穩定的廣告收益。根據我們的運營數據，每日廣告收益可達 3,500 美元以上，平均 eCPM 在 4.50 至 12.00 美元之間，遠高於行業平均水平。這些真實、持續的現金流是 AFT 價值的根本保障。

3.2 去中心化帳戶池：突破增長極限

「去中心化帳戶池」是 AdFlow 模式的核心創新。我們通過 AFT 代幣激勵，吸引全球範圍內的個人或機構提供其 Google Developer 帳戶（未來將擴展至 iOS、小米等其他平台）。這些帳戶將構成一個龐大的、分佈式的應用發行網絡。

這種模式帶來了三大核心優勢：

無限擴張潛力：從根本上解決了「帳戶牆」問題，使發行規模可以隨生態的擴大而無限增長。帳戶資源即是項目的核心護城河。

去中心化風險隔離：通過整合全球用戶提供的帳戶，我們建立了一個去中心化的發行池，有效規避了傳統模式的集中化風險。每個帳戶獨立運營，單個帳戶的風險（如被封禁）不會影響到網絡中的其他節點，實現了真正的規模化、抗風險擴張。

低成本啟動：開發者無需承擔高昂的帳戶獲取和維護成本，可以專注於產品創新。

3.3 專業代營運實現雙贏合作

我們向全球的手機 APP 與網站開發者開放合作。許多開發者擁有優秀的產品，但缺乏專業的廣告優化與營運經驗。AdFlow 提供全方位的賦能服務，旨在實現雙贏：

服務類型	具體內容
專業代行營運	由資深團隊負責廣告填充優化與用戶增長，提升產品的變現效率，解決開發者運營難題。
透明利潤分成	建立基於區塊鏈或透明報表的廣告費分成機制，確保每一分收益都清晰可查，建立互信基礎。
生態資源對接	利用我們的發行網絡快速獲取全球用戶，實現產品的規模化增長，突破單一開發者的流量瓶頸。
全球開發者賦能	提供全方位的技术支持與市場洞察，幫助開發者專注於產品核心開發，實現技術與市場的完美結合。

「開發者專注產品，我們負責變現。利用深厚的行業經驗與資源，共同做大蛋糕，共享廣告利潤。」

3.4 生態系統角色與價值流動

AdFlow 生態系統主要由以下幾個角色構成，價值在生態系統中形成閉環：

角色	貢獻	收益
帳戶貢獻者	提供 Google Developer 等平台帳戶	每月固定 USDT 收益或 AFT 代幣獎勵
開發者	開發高質量的 APP 和網站	廣告收益分成（用 AFT 結算有額外獎勵）
AFT 持有者	提供資金流動性，參與生態治理	代幣價值增長、治理投票權、利潤分紅
AdFlow 核心團隊	提供技術、運營、市場支持	服務費（部分用於銷毀 AFT）

廣告平台支付的法幣利潤，一部分分配給開發者和帳戶貢獻者，另一部分（20%）進入利潤共享池。其中 10% 用於在二級市場回購並銷毀 AFT，另外 10% 用於向鎖倉期持有者分發利潤，從而將外部價值持續不斷地注入 AFT 代幣生態。

4. 資產支撐機制與 RWA 結構

AdFlow Token (AFT) 的核心價值根植於真實世界資產 (Real-World Asset, RWA)——即我們通過龐大 APP 及網站矩陣產生的穩定廣告收益。

4.1 核心資產：可驗證的廣告現金流

我們的主要資產是來自 Google AdSense 和 AdMob 平台的廣告收入。這是一種高品質的現金流資產，具備以下特點：

穩定性與可預測性：基於龐大的用戶基礎和成熟的廣告算法，收入流相對穩定，具備高度的可預測性。

透明度與可驗證性：所有收入數據均由 Google 等第三方權威平台提供，可隨時接受審計和驗證，確保了資產的真實性。

高流動性：廣告收益以美元等法幣結算，是高流動性的現金資產，能為代幣回購提供直接的資金支持。

我們承諾將每月廣告淨利潤的 20% 用於利潤共享，其中 10% 用於在二級市場回購並銷毀 AFT 代幣，另外 10% 用於向鎖倉期內的投資者分發紅利。這建立起從真實世界利潤到鏈上代幣價值與投資者回報的直接傳導路徑。

4.2 利潤驅動型 vs 情緒驅動型

與許多缺乏底層價值的加密項目不同，我們的代幣擁有堅實的實體業務支撐。每一分廣告收入都是代幣價值的基石。

比較維度	傳統加密項目（情緒驅動型）	AdFlow 模式（利潤驅動型）
價值來源	依賴市場炒作與情緒	基於真實廣告收益回購與分紅
價格特性	波動劇烈且不可持續	業務增長直接推動代幣價值
長期表現	缺乏實體支撐	具備長期抗跌性

「我們的目標是建立一個利潤驅動型的代幣經濟，而非單純的情緒驅動型。通過持續的銷毀與不斷增長的需求，打造長期的價值增長曲線。」

4.3 儲備證明與透明度

我們將建立一套完善的儲備證明 (Proof of Reserve) 機制，以增強投資者信心：

定期審計：我們將聘請獨立第三方審計機構，定期對財務報表和廣告收入進行審計，並公開發布審計報告。

鏈上數據監控：我們將開發一個公開的數據儀表板，實時或定期展示關鍵運營數據，如總廣告收入、淨利潤、回購金額、銷毀地址和 AFT 總流通量等。

智能合約透明化：所有與代幣回購和銷毀相關的智能合約代碼都將開源，並經過權威安全公司的審計，確保其按預設規則執行，不可篡改。

5. 代幣經濟模型

AFT 的代幣經濟模型是圍繞「價值捕獲」和「持續通縮」兩個核心理念設計的，旨在打造一個能夠自我增強的良性循環。

5.1 代幣基本參數

參數	數值
代幣名稱	AdFlow Token

代幣符號	AFT
總供應量	1,000,000,000 AFT (10億枚)
預售價格	0.05 USDT (50%折扣)
上市價格	0.10 USDT
初始完全稀釋估值	100,000,000 USDT

5.2 代幣分配

分配對象	比例	數量 (AFT)	說明
早期投資者與社群	50%	500,000,000	上市後鎖倉 1 年，隨後分期線性釋放
生態系統發展基金	20%	200,000,000	用於市場推廣、合作夥伴激勵、流動性提供等
團隊與顧問	15%	150,000,000	上市後鎖倉 1 年，隨後 36 個月線性釋放
流動性與交易所	15%	150,000,000	用於提供初始流動性及未來上市費用

5.3 代幣的核心功能與需求驅動

AFT 在生態系統中扮演著至關重要的角色，其內在需求由以下幾個方面驅動，形成強大的價值循環：

需求端增長：隨著生態網絡擴大（更多 Google 帳戶加入），對 AFT 用於結算和服務支付的需求將同步增加，形成強大的買盤支撐。

- **廣告費結算媒介：**開發者若選擇以 AFT 結算其廣告收益分成，可獲得額外 10-20% 的收益獎勵。這將直接激勵開發者持有並使用 AFT。
- **服務費支付：**生態系統內的所有增值服務，如專業代運營、技術支持、高級數據分析等，都必須使用 AFT 支付。這構成了 AFT 在生態內的剛性需求。
- **生態治理：**持有 AFT 的用戶將擁有對 AdFlow 協議重大決策的投票權，例如決定新 APP 的發行優先級、調整利潤分配參數等。持有量越大，話語權越重。

5.4 價值捕獲：利潤驅動的通縮與分紅機制

與許多依賴投機和情緒的加密項目不同，AFT 的價值捕獲機制是建立在真實利潤之上的。我們設計了強大的通縮與分紅引擎，確保代幣供應量持續減少，同時讓持有者分享生態發展的紅利。

三大核心機制：

機制類型	比例/規則	說明
利潤回購銷毀	每月淨利潤的 10%	從二級市場回購 AFT 並永久銷毀，實現持續通縮。
投資者分紅	每月淨利潤的 10%	用於向鎖倉期內的 AFT 持有者分發利潤，直接回饋社區。
服務費銷毀	服務費收入的 20%	生態內收取的 AFT 服務費部分直接銷毀，加速通縮。
違規懲罰銷毀	視情況而定	因帳戶違規導致的生態損失，通過銷毀質押的 AFT 進行補償。

供應端收縮：持續的利潤回購與服務費銷毀，使得 AFT 進入永久通縮狀態。在需求增長的同時，供應量不斷減少，從而推動單位代幣價值不斷提升。

5.5 財富效應模擬

隨著生態規模的擴大，利潤回購與分紅的力度將同步增強：

發展階段	帳戶規模	預計月度淨利潤	每月回購銷毀及分紅 (20%)
Phase 01	500 帳戶	\$500,000	\$100,000
Phase 02	2,000 帳戶	\$2,500,000	\$500,000
Phase 03	5,000 帳戶	\$7,500,000	\$1,500,000

這個模型確保了 AFT 的價值增長與其底層業務的健康發展緊密綁定，形成了一個正向的、可持續的飛輪效應：業務擴張帶動利潤爆發，利潤增長增強回購與分紅力量，回購銷毀減少流通量，最終實現 AFT 價格的持續支撐。

6. 投資參與方案與投資者保障

為了吸引不同類型的參與者，並為早期支持者提供最大的靈活性與保障，我們設計了兩種預售參與方案。

6.1 雙軌投資方案

方案	方案 A: 資源型投資 (推薦)	方案 B: 純資金投資
投入條件	1. 2,000 USDT + 提供一個 Google Developer 或 Apple Developer 帳戶 2. 4,000 USDT + 提供上述兩種帳戶 (雙帳號收益翻倍)	於 2026年6月30日前投入資金。每新增一個方案 A 投資者，會開啟一個方案 B 名額 (雙帳號則開啟兩個)，先到先得。
核心權益	可選擇每月領取 250 USDT 固定收益 (共16個月)，或選擇一次性兌換 4,000 USDT 等值的 AFT 代幣 (按 0.05 USDT 的5折優惠價，即 80,000 AFT)。	享有以 0.05 USDT 的 5 折優惠價購買 AFT 代幣的權利。
獨家保障	反悔權 : 在 2026年6月21-30日期間，可選擇將剩餘收益及本金換回 USDT。	不享有此項權利。

6.2 投資回報情境模擬 (以方案A, 2000 USDT為例)

投資策略	穩健型 (USDT)	混合型 (AFT+USDT)	進取型 (AFT)
操作方式	始終選擇領取 USDT 固定收益。	前期持有 AFT，在反悔期內將剩餘本息換回 USDT。	全程持有 AFT，享受代幣增值潛力。
回報計算	16 個月 x 250 USDT	前期 20,000 AFT (價值 \$2,000) + 後期 12 個月 USDT (價值 \$3,000)	80,000 AFT (初始成本 \$4,000)
最終帳面價值	4,000 USDT	5,000 USDT	8,000 USDT (按上市價 0.1 USDT 計算)
潛在增長	無	有限	若 AFT 價格漲至 0.2 USDT，價值可達 16,000 USDT

6.3 會員權益與保障機制

駿鑫會員專屬優惠: 現有駿鑫會員可以把本金及所有未提取 USDT 收益以 5 折優惠價轉化為 AFT 代幣。這為早期支持者提供了極具吸引力的資產倍增機會。兌換截止日期為 2026年2月28日。

上架前退款保障（反悔權）：方案 A 投資者可於 2026 年 6 月 21 日到 30 日間申請，於 7 月 1 日開始將剩餘本金和收益換回 USDT。若在此期間未申請，則默認鎖定為 AFT 持有者。這提供了極高的資金靈活性與安全保障。

上架後鎖倉機制：代幣上架後將進入 1 年鎖倉期。鎖倉期內禁止在交易所公開售賣，防止早期獲利盤衝擊市場價格。為確保鎖倉期內的流動性，2026 年 6 月 30 日後會員間可進行點對點 (P2P) 交易。

6.4 上市承諾與失敗回收機制

我們深知流動性對於一個代幣生態的重要性。為此，我們做出以下承諾：

上市保證：我們鄭重承諾，AFT 代幣將在 **2026 年內** 登陸至少一家加密貨幣交易所。這將為 AFT 提供公開的交易市場和初始流動性。

失敗回收機制：如果我們未能在 2026 年 12 月 31 日之前完成上市承諾，我們將觸發全面的回購機制。我們將於 **2027 年 3 月 31 日前** 啟動回收程序，並在 **2027 年 6 月 30 日前**，分批按投資者實際投入的金額，以 USDT 等值進行全額回購。

7. 發展路線圖

我們的目標是成為全球最大的去中心化廣告流量協議。為此，我們制定了清晰的三階段發展路線圖。

Phase 01: 資源整合與基礎建設（現在 - 2026 年中）

本階段的目標是完成初始資源積累和技術準備。主要里程碑包括：啟動 AFT 代幣預售計劃，吸引早期投資者和帳戶貢獻者；建立首批 500 個 Google Developer 帳戶池，並逐步擴展至 iOS、小米等其他平台；完成核心廣告變現系統的升級，優化利潤回購的智能合約。

Phase 02: 規模擴張與生態啟動（2026 下半年）

本階段的目標是登陸交易所，啟動回購機制，擴大生態規模。主要里程碑包括：AFT 代幣正式登陸至少一家主流交易所；啟動每月利潤回購銷毀機制，向市場展示真實的價值捕獲能力；接入超過 100 位外部 APP/網站開發者，豐富我們的產品矩陣；日均廣告曝光量突破 1 億次。

Phase 03: 協議化運作與去中心化治理（2027 年及以後）

本階段的目標是從項目方運營轉向社區驅動的去中心化協議。主要里程碑包括：推出去中心化的廣告分發協議，實現流量與廣告主的自動化、無需許可的撮合；逐步將生態治理權移交給 AFT 持有者組成的 DAO（去中心化自治組織）；成為全球最大的去中心化廣告流量協議。

8. 團隊與治理

AdFlow 項目由一支在數位廣告、流量運營和區塊鏈技術領域擁有豐富經驗的專業團隊領導。我們的核心團隊成員在 Google 廣告生態系統中深耕多年，積累了深厚的行業知識和資源網絡。

在治理方面，我們致力於逐步實現去中心化。在項目初期，核心團隊將負責日常運營和戰略決策。隨著生態的成熟，我們將逐步引入社區治理機制，最終目標是建立一個由 AFT 持有者主導的 DAO，實現真正的去中心化治理。

9. 風險披露

投資 AFT 代幣涉及多種風險，潛在投資者應仔細考慮。以下是主要的風險因素，但不限於此：

市場風險：加密貨幣市場具有高度波動性，AFT 的價格可能受到市場情緒、宏觀經濟環境等多種因素影響而劇烈波動。

監管風險：全球對加密貨幣和 RWA 的監管政策尚不明朗，未來的法規變化可能對 AdFlow 的運營模式和 AFT 的法律地位產生影響。

技術風險：智能合約可能存在未被發現的漏洞，儘管我們會進行嚴格審計，但無法完全排除被黑客攻擊的風險。此外，我們的系統也可能面臨其他技術故障。

運營風險：我們的商業模式在很大程度上依賴於 Google 等第三方廣告平台。如果這些平台的政策發生重大不利變化（例如，大規模封禁帳戶、降低分成比例），可能會對我們的廣告收入產生負面影響。儘管我們的去中心化結構旨在分散此類風險，但無法完全消除。

流動性風險：儘管我們承諾上市並提供 P2P 交易支持，但在鎖倉期內及市場環境惡劣時，AFT 的流動性可能仍然有限。

10. 結語

AdFlow Token (AFT) 代表了一種全新的嘗試——將 Web2 成熟的商業模式與 Web3 的去中心化精神相結合，打造一個真正由真實世界利潤驅動的代幣經濟。我們相信，通過去中心化帳戶池、利潤回購銷毀機制和透明的生態治理，AdFlow 能夠突破傳統流量公司的增長瓶頸，實現指數級的規模擴張。

我們誠邀全球的投資者、開發者和廣告流量愛好者加入 AdFlow 生態，共同構建 Web3 時代的廣告流量巨頭，重新定義流量變現的未來。

聯繫方式

如需了解更多信息或參與 AFT 預售，請通過以下方式聯繫我們：

官方網站: [待公布]

官方電郵: [待公布]

社群: [待公布]

版權聲明

© 2026 AdFlow Token Project. 保留所有權利。

本白皮書最後更新於 2026年1月15日。

'''