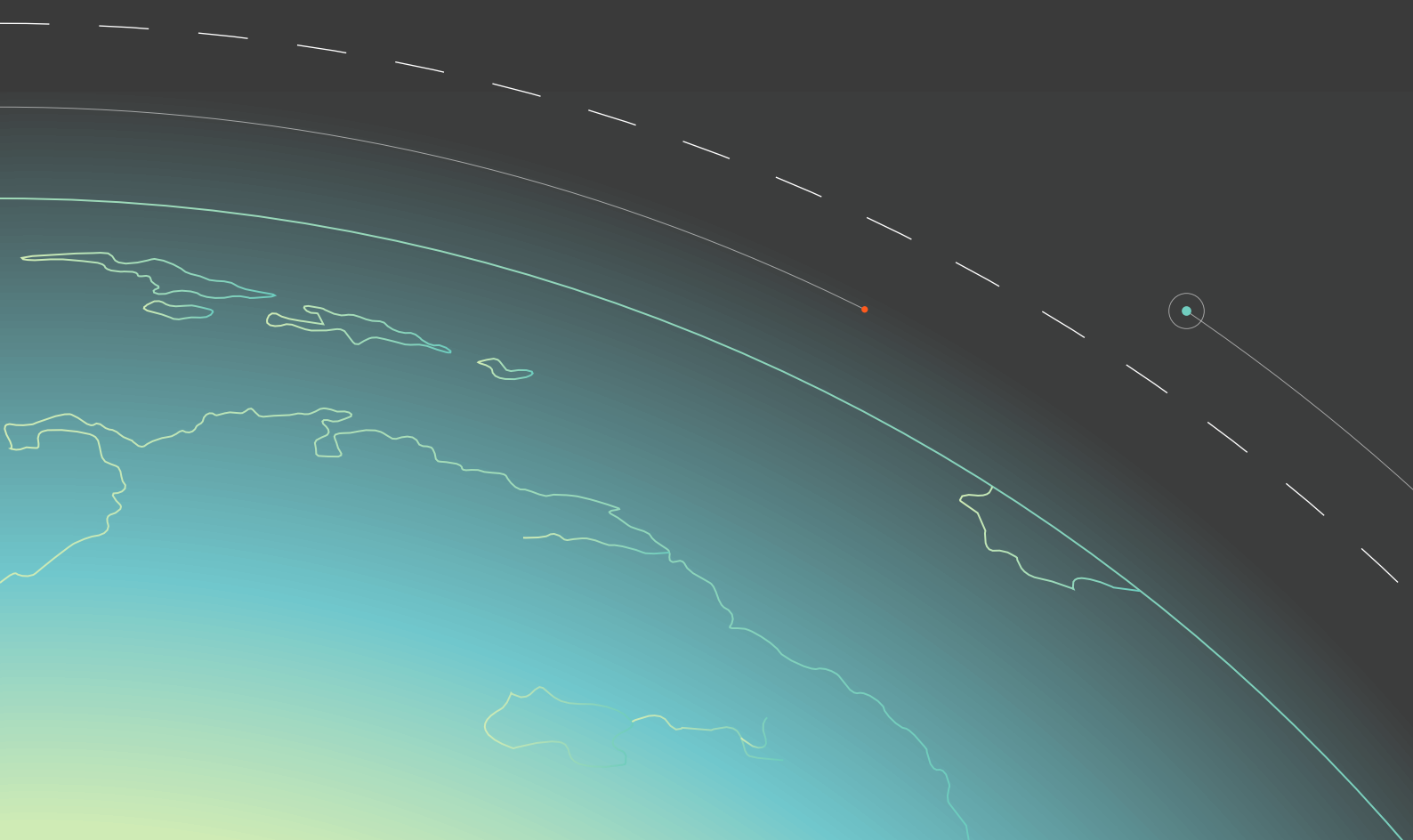




SRG Comunity  
Play&Earn


社 区


# 全球忠诚计划 立足于网络游戏世界



# 引言


全球网游市场不断发展, 网游玩家的应用内购买能给其所有者带来数十亿美元的收益。全球电子商务市场网游板块的交易量在 2016 年达到 952 亿美元, 并且还在快速增长。然而, 开发商面临两个阻碍货币化的关键问题:


 如何找到新玩家


 如何提高单个玩家带来的收益

目前, 第一个问题已经通过以下工具得到基本解决;

 CPI 网络

 内容关联广告

 视频门户网站上的广告

 流媒体服务中的广告

但是, 由于这些营销活动针对的是广大用户而非目标用户群体, 所以它们的效果往往不尽人意。与此同时, CPI 成本以每年 7% 的增长率在不断增长, 而忠诚用户平均获取成本如今为 2.90 美元/人, 相较于 2015 年的 1.44 美元/人, 它的年增长率更是高达 61%。

游戏开发商必须拿出 30-40% 以上的收入来投入广告当中, 才能保住榜首地位并保持稳定的意向用户流量。而且, 传统广告类型要求的投入越来越多, 但效果却越来越差。实际上, 游

戏行业的营销人员只有一个办法来解决这个问题, 那就是找到一种全新方法来吸引和留住用户。

# Top-rated games



# 市场分析

每天, App Store 和 Google Play 平均有 750 款新游戏上架<sup>1</sup>。绝大部分都得不到玩家的关注, 而大型开发商的作品以及一些幸运儿却能霸占榜首数月甚至数年之久。这里并无秘诀可言: 大型开发商广告预算高, 自然能排挤掉小项目。例如, Clash of Clans 每天的广告费用超过 300 万美元, 当然, 这样的投入也带来了效果, 比如 2016 年排行榜第一的排名以及近 10 亿美元的利润<sup>1</sup>。

但其实还有另一种成本较低的方法, 也就是所谓的病毒式广告。病毒式广告有很多成功案例, 其中最著名的案例是 Angry Birds 游戏。2009 年, 在其发行后的两个月, 其下载量超过 200 万次。一年后, 其下载量已经超过 5000 万次。两年后, 其下载量更是超过 2.5 亿次。许多人绞尽脑汁也想不通为什么 Angry Birds 会变得这么受欢迎。无论是游戏内容抓住了人类心理, 还是游戏玩法效果出奇的好, 玩家就是能从现实中脱离出来, 全身心沉浸于游戏中。回到 2009 年, 该公司当时并没有广告预算, 是病毒式营销帮助 Angry Birds 成为全球排名最高的应用之一。

如今, 微软、安海斯布希等许多大型美国公司都已经积极采用病毒式营销来推广他们的产品。病毒式营销的精髓在于通过个

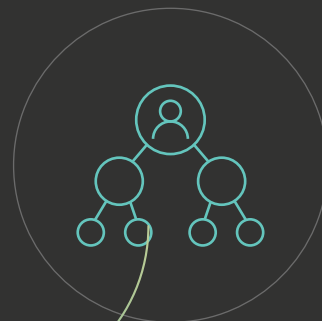
人推荐来传播信息。一个“病毒”可以创建于论坛、博客或者社区。如果受众感兴趣, 这条有关产品的原始信息就会四处传播并受到积极讨论, 从而产生巨大的目标用户流量。通常, 这是将许多一小群人、朋友或同事结合成一个具有独立意识形态的完整社区。这种目标用户流量非常有效, 因为用户都是自愿成为这个项目的一部分, 不需要额外的动机。网络游戏世界另一个货币化的成功案例是 Dota。到如今, 这个游戏不仅拥有完善的概念系统, 还拥有很好的游戏玩法。但在 2004 年, 当它推出第一版 Dota Allstars 的时候, 它实际上还处于开发之中, 然而, 这并不影响 Dota 社区以每月 100 万玩家的速度疯狂增长, 这都是病毒式营销的功劳。这个游戏已经经过多次改版, 被认为是 21 世纪最好的游戏之一。而且, Dota 社区也是全球最大的游戏社区之一, 表明玩家的强烈动机以及对游戏得到发展的渴望。

# 动机系统

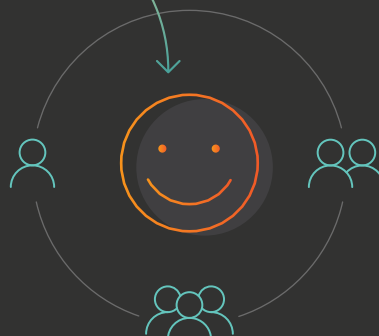
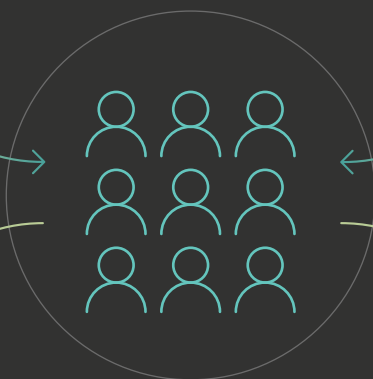
## Principles of classical marketing



## Principles of viral marketing



### Players



### User who came advertising:

- No motivation to stay in the game
- No friends in the game
- It makes no sense to invest for the sake of competition

### Result:

The player leaves the game due to lack of internal personal community and motivation system

### System of work with small groups:

- There is a motivation to stay in the game, because of friends are there
- There is competition
- There is no sense to leaving the project, as a community of friends was formed in one project

### Result:

The player stays in the game, as a motivated gaming community is formed

既然 Angry Birds 和 Dota 能够利用病毒式营销获得成功,那么我们为什么不通过给其他游戏进行病毒式营销来获利呢?因此我们决定创建一个系统,不仅能让玩家一边玩一边赚钱,还能让开发商花更少的广告钱获得更好的收益

---

# 项目的概念

Support Rich Games (SRG) 项目的概念是基于游戏开发商的问题而提出。

SRG 社区是首个基于忠诚计划与推荐系统原理并且使用以太坊智能合同的分散式游戏内平台。

本项目是一个能够同时兼容 PC 游戏和移动端游戏的应用程序。我们的任务是通过连接各个小型游戏社区,形成一股目标玩家流。在这个系统中,玩家一旦成为项目合伙人(推荐人),就能够通过推荐计划赚钱,在游戏空间内发展自己的业务。

SRG 社区创建一个内部生态系统,为项目合伙人(推荐人)提供推广工具,并在必要时提供任务培训。按照病毒式营销的原理,我们组建一个目标用户群体。这样,游戏开发商能够提高广告效率、节省广告成本,继而将节省下来的大部分资金用于完善游戏本身。而且,创建一个所有被推荐人互联的成熟社交系统,也符合我们各方的利益。这样,我们能够建立一个完整的动机系统,为合作的游戏项目提供并维持意向用户流量。而且,通过为玩家提供获取真实奖励的机会,我们能够解决“提高单个玩家收益”的转化问题,因为玩家将拥有额外的资金,而这笔钱大都会用于游戏中。

## 我们设有 2 种代币：



游戏点 (GMP 币) : SRG 社区用来向推荐人进行内部支付的代币。



SRG 代币 (SRG 币) : ICO 期间发售的利润分享型代币,这种代币让您有机会每半年分享一次利润。

# 工作原理

## 对于用户：

SRG 应用将推出以下 2 个版本：

1. 个人电脑 (Windows、Mac 操作系统) 版本。
2. 移动平台 (iOS、Android) 版本。

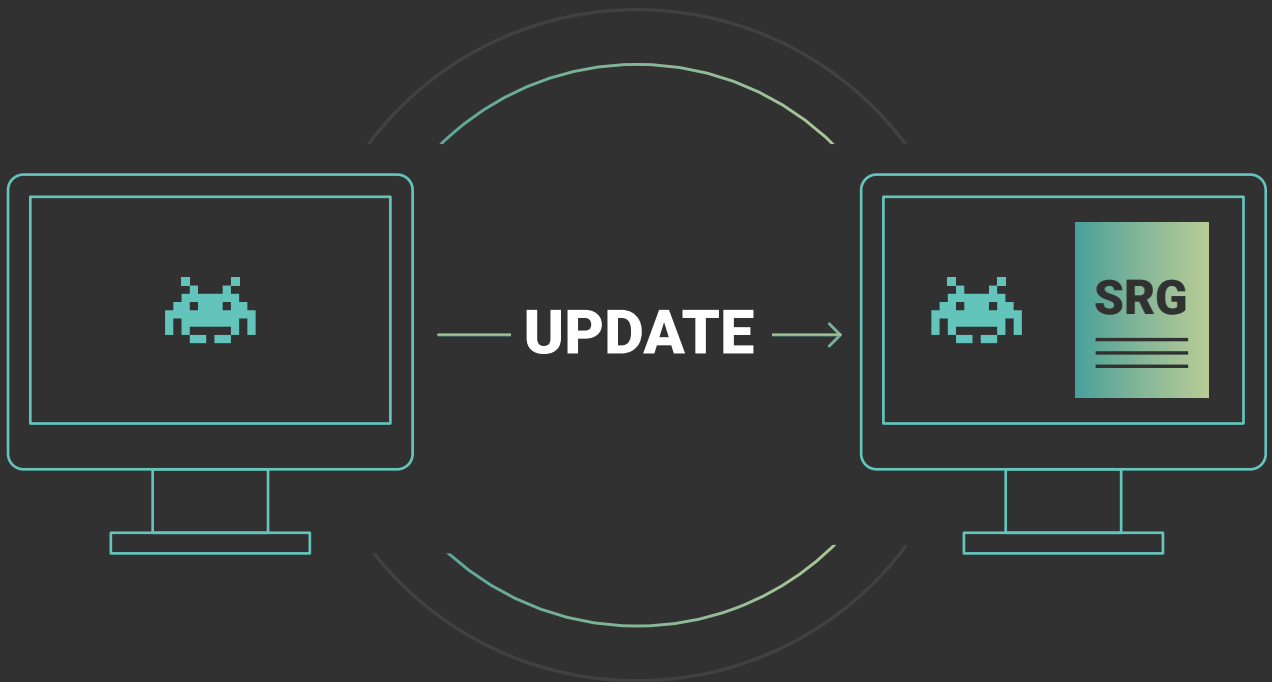


PC 版本拥有高级功能。任何用户都可以通过下载应用或点击推荐链接，注册并成为 SRG 社区成员。



## 对于开发商：

由于该模块拥有通用特性,能够兼容所有 PC 或 移动应用,因此,在开发商同意并接入模块之后,所有玩家的游戏都会同时更新,并获得我们平台的使用权限。



更新游戏后,用户将会看到一个额外的选项卡,通过它可以切换到 SRG 平台。如果用户感兴趣的话,他们随时可以注册并成为 SRG 社区成员。



## 实例：

我们跟一个游戏项目合作，它拥有 30 万左右的用户基数。接入模块后，该游戏的所有用户都可以通过接口进入 SRG 平台。根据我们的预测，随后至少会有 5-7% 的玩家注册我们的系统并成为项目的合伙人，这些人就是我们的推荐人，会为我们产生利润。



SRG 项目的推荐人将会以 GMP 币的形式获得奖励。

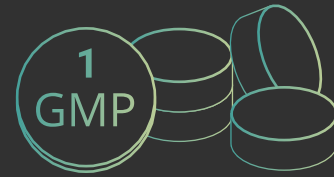
GMP 币是一种应用于多领域的新一代游戏虚拟货币,可以用于任意连接 SRG 系统的游戏中。此外,该代币还可兑换成以太币,并发送至合伙人的个人钱包。

GMP 币发行和赎回的成本价为 0.1 美元,但这并不妨碍它在市场上的自由交易。作为 SRG 流入法定货币的交换,SRG 统一发行必要金额的 GMP 币用于推荐计划中的内部支付,也就是 SRG 收益的 30%。因此,SRG 每获得 100 美元,就会发行 300 个 GMP 币。系统中的所有 GMP 币均有流通性强的法定货币作为保障。流动性资金水平始终相当于 100% 流通中的代币,从而确保 SRG 能够随时根据持有人要求赎回 GMP 币。

SRG 使用以太币从推荐人手中赎回的 GMP 币将会销毁处理。

要将 GMP 币兑换成以太币,推荐人必须开通一个支持以太币交易的钱包,而且应该在其 SRG 系统的个人钱包中指明这个钱包的地址。在这里,推荐人有必要创建一个将 GMP 币兑换为以太币的申请,并将需要兑换的 GMP 币发送至 SRG 公司地址。系统将在收到申请后启动回购:从推荐人手中回购的 GMP 币将会销毁处理,而推荐人则会在其个人钱包中获得等价值的以太币

。而对于游戏开发商来说,系统将会创建一个“个人档案柜”,通过这个“柜子”,游戏开发商可以接收报告和统计数据,而我们能够获取被推荐人及其游戏内购买的相关信息。所有来自开发商的资金转账都会以法定货币通过个人钱包完成。



# SRG 社区如何赚取收入

SRG 社区通过收取开发商佣金赚钱。报酬主要分为两种：



对于吸引新玩家。以当地货币的形式获取资金。



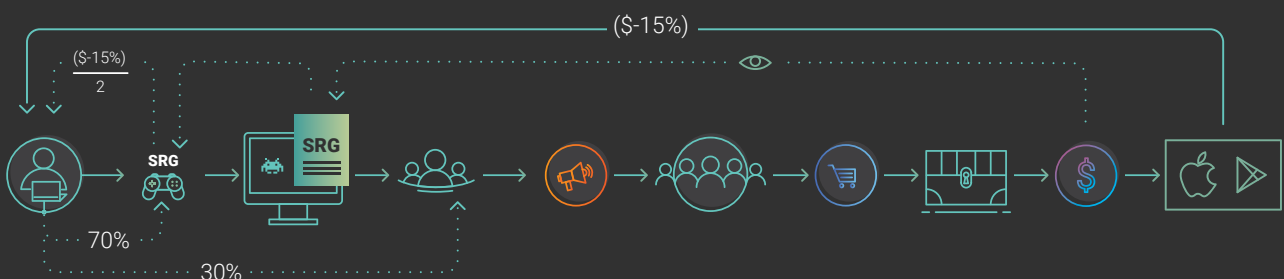
对于被推荐玩家完成的应用内购买。以当地货币和 GMP 币的形式获取资金。

下面我们分别探讨以当地货币的形式和以 GMP 币的形式获取报酬的案例：

## 情形一

### 移动端游戏中购买游戏内物品 (以当地货币支付)：

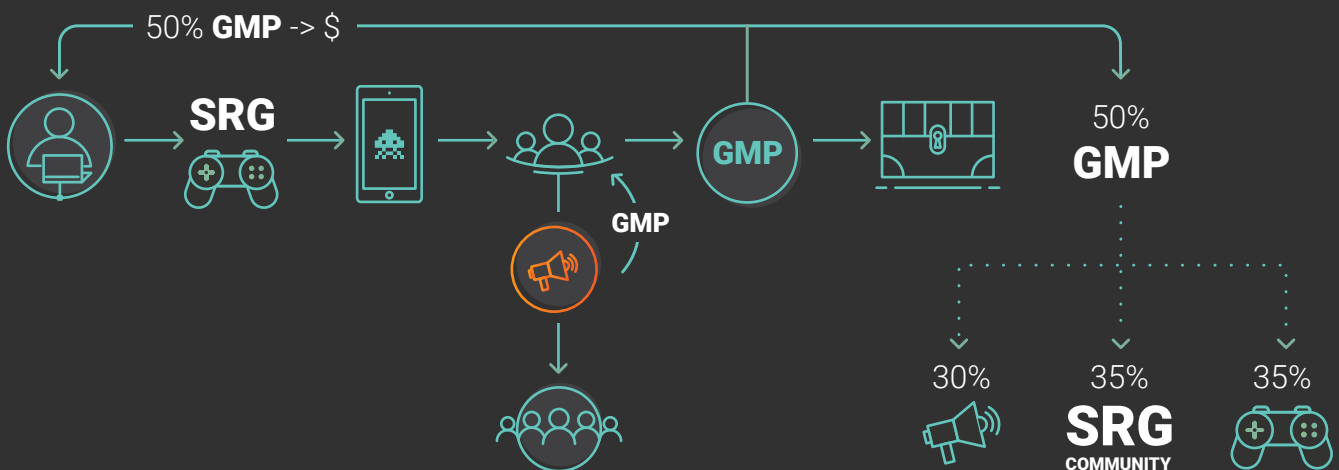
1. 开发商将 SRG 模块植入游戏中。
2. 玩家 (推荐人) 吸引其他玩家 (被推荐人) 进入游戏。
3. 被推荐人使用当地货币在游戏内进行购买。
4. SRG 服务追踪到游戏内购买。
5. 购买资金进入 App Store 或者 Play Market。
6. App Store 或 Play Market 将购买资金的 85%\* 以开发商适用的法定货币转给游戏开发商。
7. 购买完成后, SRG 立即将发票发送至游戏开发商的个人钱包。发票额度为扣除 15%\* 的 App Store 或 Play Market 服务佣金之后开发商收取金额的 50%。
8. 开发商向 SRG 支付, 包括:
  - 30% 用于酬谢推荐人
  - 70% 作为 SRG 收入
9. 这笔资金汇入 SRG 银行账户。



## 情形二

### 推荐人在移动端游戏中购买游戏内物品(以 GMP 币支付):

1. 开发商将 SRG 模块植入游戏中。
2. 玩家(推荐人)吸引其他玩家(被推荐人)进入游戏。
3. 推荐人通过吸引被推荐人并使其完成游戏内购买而获得 GMP 币奖励。
4. 推荐人使用 GMP 币进行应用内购买。
5. GMP 币流入独立的 SRG 账户。
6. SRG 以开发商适用的当地货币向其支付所花费 GMP 币的 50%。向开发商支付的这一笔钱从流动性资金池提取,而对应的 GMP 币作销毁处理。
7. 剩余 50% 的 GMP 币则是我们的总利润。
8. 总利润的分配:
  - GMP 币的 30% 返回至推荐系统(前期是此次购买拥有更高级别的被推荐人;如果没有,这 30% 则由 SRG 及其代币持有人平分)。
  - 35% 的代币流入 SRG 社区。
  - 还有 35% 属于 SRG 的净利润,随后分配给代币持有人。



## 下面通过一个涉及多笔交易的小例子来详细讲解这一业务模式：

所有计算都假定 App Store 或 Play Market 已经收取相应佣金。

### 1

第一次支付：200 美元（被推荐人使用当地货币购买游戏内物品）

1. 100 美元——游戏开发商；
2. 30 美元——推荐人（30 美元进入流动资金池，推荐人获得 300 GMP 币）；
3. 35 美元——SRG 社区；
4. 35 美元——代币持有人（留作以太币兑换以及后续支付）。

分配余额：35 美元  
流动资金池：30 美元  
市场上的代币：300 GMP 币

### 2

反向收购（推荐人想将 GMP 币兑换成以太币）：150 GMP 币

1. 15 美元——推荐人（按照现行汇率获得相当于 15 美元的以太币）；
2. 150 GMP 币——销毁；

分配余额：35 美元  
流动资金池：15 美元  
市场上的代币：150 GMP 币

# 3

第二次支付:400 美元(被推荐人使用当地货币购买游戏内物品)

1. 200 美元——游戏开发商;
2. 60 美元——推荐人(60 美元进入流动资金池,推荐人获得 600 GMP 币);
3. 70 美元——SRG 社区;
4. 70 美元——代币持有人(留作以太币兑换以及后续支付)。

分配余额:105 美元  
流动资金池:75 美元  
市场上的代币:750 GMP 币

# 4

第三次支付:600 GMP 币(推荐人使用 GMP 币购买游戏内物品)

1. 300 GMP 币——游戏开发商(开发商获得 30 美金),300 GMP 币由 SRG 社区使用流动资金回购并销毁;
2. 150 GMP 币——SRG 社区;
3. 0 GMP 币——推荐人(在此例中,购买游戏内物品的并非更高级别的推荐人,否则他/她将获得 30% 的 GMP 币);
4. 150 GMP 币——代币持有人(我们使用流动资金购买并销毁 GMP 币,而 15 美元流向余额账户,用于以太币兑换以及后续支付)。

分配余额:120 美元  
流动资金池:30 美元  
市场上的代币:300 GMP 币

因此,如果这时候要给代币持有人支付利润分红,那么供分配的利润为:120 美元。



# SRG 社区利润分配：

基于上例，半年的结果如下：

- 以当地货币形式的总资金：600 美元
- 用于支付的流动性准备金：30 美元
- 市场上的代币：300 GMP 币
- 推荐人：15 美元 + 150 GMP 币 (视为市场上的代币) + 游戏内物品
- SRG 社区的利润：105 美元 + 150 GMP 币 (视为市场上的代币)
- 游戏开发商：330 美元 (30 美元来自 GMP 币的回购)
- 代币持有人：120 美元



SRG 社区从公司的净利润中拿出 50 美元用来购买以太。然后通过以太坊智能合约将它支付给代币持有人。红利分配日将会在 SRG 社区网站提前公布。要获得相应红利, 代币持有人必须将它们存放到兼容 ERC20 且支持红利支付的电子钱包中。除了基本的充值钱包, SRG 社区将会在其网站公布其他此类钱包的名单。

## 红利的分配

红利分配流程分为两个阶段: 获取 SRG 代币在持有人之间的准确分配数据 (红利报告) 以及按照持有比例向代币持有人分配公司利润。

## 红利报告

为制作一个账户清单来计算红利, SRG 社区将在每次红利分配之前对区块链进行快照, 这样就能够确定选定区块中代币持有人之间的当前代币分配情况。这个关键单位的数量以及其推出的时间将会在 SRG 社区网站提前公布。

## 红利的支付与交易平台

目前, 交易平台不支持代币红利的自然积累, 所以在计算红利时, 代币必须存在您的个人钱包里。SRG 社区正在与一些最大的交易平台谈判, 希望能推出接收代币红利的功能, 一旦有所突破, 我

们会及时通知用户。

## 以太坊智能合约

红利分配的智能合约是为了根据代币持有人持有份额向他们分配公司利润。所有支付均将以以太币的形式进行。随着 SRG 代币持有人的地址通过区块链快照得以确认, 我们将会把红利分发至这些地址。

# 项目的主要特征

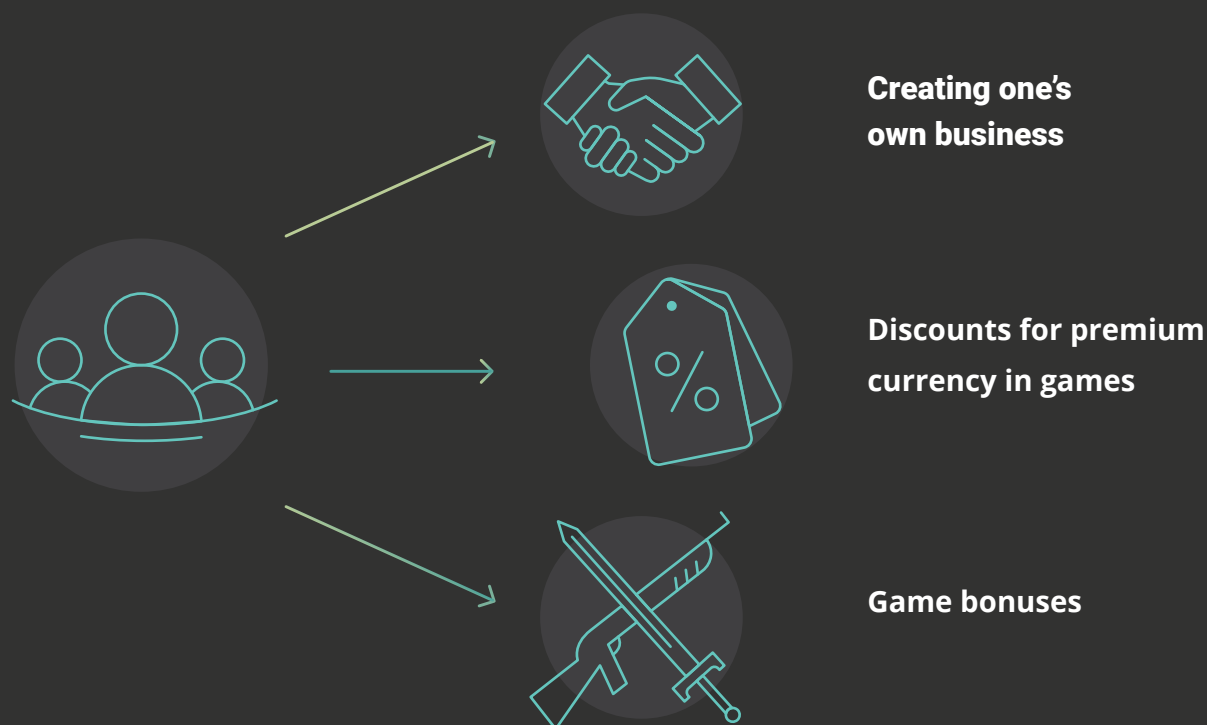
## 对于玩家的好处

开发自己的业务成为SRG 社区的合伙人，玩家就有机会基于忠诚计划开发自己的业务。动机系统能够创建一个深层次的客户网络，为合伙人提供高水平的收入。同时，合伙人还将拥有全套工具（从横幅到视频剪辑）来有效推广推荐链接，从而建立起推荐网络。玩游戏的同时还能经营业务，这种机会在业内的确算第一个。

游戏硬货币折扣由于我们与游戏开发商直接合作，因此 SRG 系统的参与者都有机会以 30-40% 的折扣购买任何游戏项目的硬货币。

游戏奖励游戏开发商提供的礼品和优质服务，根据合作伙伴关系而定。不仅推荐人可

以享受到奖励，被推荐人也可以。每个季度最活跃的推荐人将获得一份额外的丰厚奖励，这样不仅可以激发竞争精神，还可以提高玩家参与 SRG 系统的兴趣。

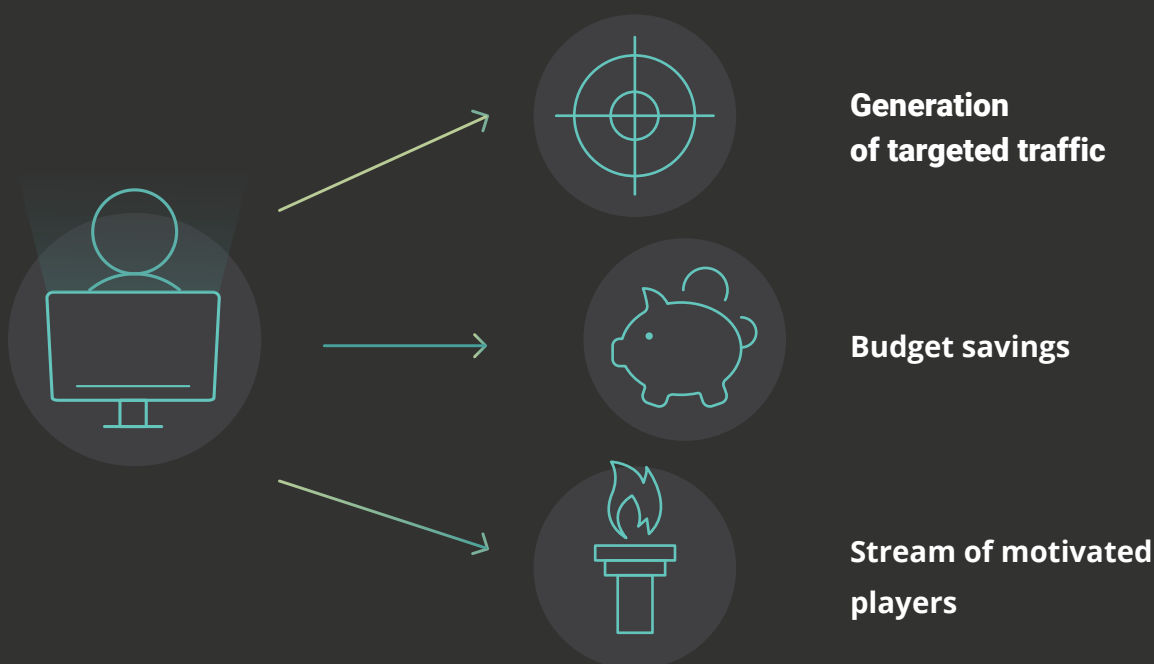


## 对于游戏开发商的好处

产生目标用户流量。由于 SRG 是网游世界一个基于点的 CPA 网络, 因此我们能够通过推荐系统吸引目标玩家, 从而完全排除机器人或低质量流量出现的可能。我们知道, 我们的推荐人有兴趣赚取收入与额外奖励, 而这些只能通过有针对性、高质量的推荐流程来获得。

节省预算。通过与 SRG 合作, 游戏开发商将大幅减少广告成本, 因为 SRG 模块可以免费接入他们的应用。在合作的情况下, 开发商将为 SRG 推荐系统带来的流量支付佣金。佣金是每笔玩家支付的 30-50%, 而这笔钱会用于营销以及奖励代币持有人。最终, 在这个新系统中, 开发商是先从玩家 (例如, 通过 App Store) 收到支付款项, 然后才需要支付这笔购买佣金, 从而节省了预算。

源源不断的意向玩家。通过 SRG 忠诚计划, 我们能够在任何游戏项目中启动病毒式营销, 在原有游戏玩家的帮助下, 吸引源源不断的意向玩家。此外, 由于许多其它游戏的玩家也连接了 SRG 平台, 项目的用户数量也会实现自然增☑。



目前, 我们已与俄罗斯 Mail.ru、Saber Interactive 等多家大型开发商建立合作关系



# 目标市场

我们系统将会积极发展，普及所有移动端游戏和电脑游戏受欢迎的国家和地区。不过，亚洲市场是我们的重中之重。我们这样做，有以下几个原因：



## 安装量

中国拥有最大数量的用户基数。在中国，顶级 iPhone 应用每天可以获得 350,000 次安装。而在日本，顶级应用每天在 iPhone 平台可以获得 77,000 次安装以及最高 100 万美元的流水，在 Android 平台更可以获得 53,000 次安装以及最高 150 万美元的流水。

## 消费在网游上的资金与活动资产

2016 年，东亚（中国、日本与韩国）用户在网游上一共消费了 127 亿美元。消费最多的是日本；根据出版物记载，1.32 亿人却消费了 62 亿美元，超过美国。亚洲移动端游戏用户数量最多的是中国，拥有 7.85 亿用户。2016 年，他们在 iOS 与 Android 平台一共消费了 52 亿美元。韩国以 13 亿美元排名第三，与中国、日本组成了“三巨头”。

## 对虚拟货币与区块链发展的积极态度

日本当局今年 4 月通过了一项有关虚拟货币

的法律。根据这项新法律，日本现已将比特币和以太坊合法化。因此，在日本，虚拟货币如今可用于相互结算。中国和韩国也要这么做。

## 每天网游游戏时间高达 5 小时

在亚洲国家，政府已经认识到电脑和移动端游戏过热的问题，这种现象年年有增无减。相对于线下娱乐或与朋友见面，越来越多的年轻人更喜欢把时间花在电脑和移动端游戏上。

# ICO 结构

## SRG 代币基本信息

**SRG 代币** SRG 代币是一种在 ICO 期间统一发行的代币, 让您有权每半年从 SRG 获取一份红利。ICO 期间发售的所有 (100%) 代币由公司拿出 50% 的利润提供。ICO 结束后, SRG 代币将可以在虚拟货币交易平台进行交易。ICO 期间未发售的代币将在 ICO 结束后立即销毁。

**支付承诺** SRG 将会拿出 50% 的利润作为奖励支付给代币持有人, 每半年一次。

**代号** SRG

**金额** 20 000 000 SRG

**代币单价** 2 美元

**增发** 无。100% 预先开采。未发售代币将予以销毁。

# SRG 代币的增值以及代币持有人的利润预测

由于 SRG 代币属于利润分享型,其对于代币持有人的价值直接由 SRG 社区的盈利能力决定。我们的战略目标是将大量游戏连接到 SRG 系统、完善社区并建立客户群。因此,我们将确保公司利润的稳定增长,从而使代币持有人得到的奖励每半年都能有所增加。这将导致市场对 SRG 代币的需求增加,因为它的盈利率会超过其竞争对手。

## SRG 系统连接游戏数量以及一年后 SRG 社区收入预测 (取决于连接游戏的数量):

日期	游戏数量	玩家数量	SRG 社区成员数量	公司年收入*
Dec 2017	100	5000000	500000	USD 4,080,000
Feb 2018	300	15000000	1500000	USD 12,240,000
May 2018	600	30000000	3000000	USD 24,480,000
Aug 2018	950	47500000	4750000	USD 38,760,000
Nov 2018	1350	67500000	6750000	USD 55,080,000
Feb 2019	1800	90000000	9000000	USD 73,440,000
May 2019	2175	108750000	10875000	USD 88,740,000

\* 连接游戏数量达到表中所列数字一年后的 SRG 社区公司收入。



## 代币持有人分配利润预测

日期	游戏数量	公司年收入	所有 SRG 代币年利润	单位 SRG 代币年利润*
Dec 2017	100	\$4,080,000.00	\$1,428,000.00	\$0.07
Feb 2018	300	\$12,240,000.00	\$4,284,000.00	\$0.21
May 2018	600	\$24,480,000.00	\$8,568,000.00	\$0.43
Aug 2018	950	\$38,760,000.00	\$13,566,000.00	\$0.68
Nov 2018	1350	\$55,080,000.00	\$19,278,000.00	\$ 0.96
Feb 2019	1800	\$73,440,000.00	\$25,704,000.00	\$ 1.29
May 2019	2175	\$88,740,000.00	\$31,059,000.00	\$1.55

\* 假定 ICO 期间 2000 万个代币全部发售, 连接游戏数量达到表中所列数字一年后每个 SRG 代币能够获得的利润。

# SRG 代币的分配

60%

给投资商

30%

给团队

(冻结 2 年, 作为新老员工的  
激励资金)

5%

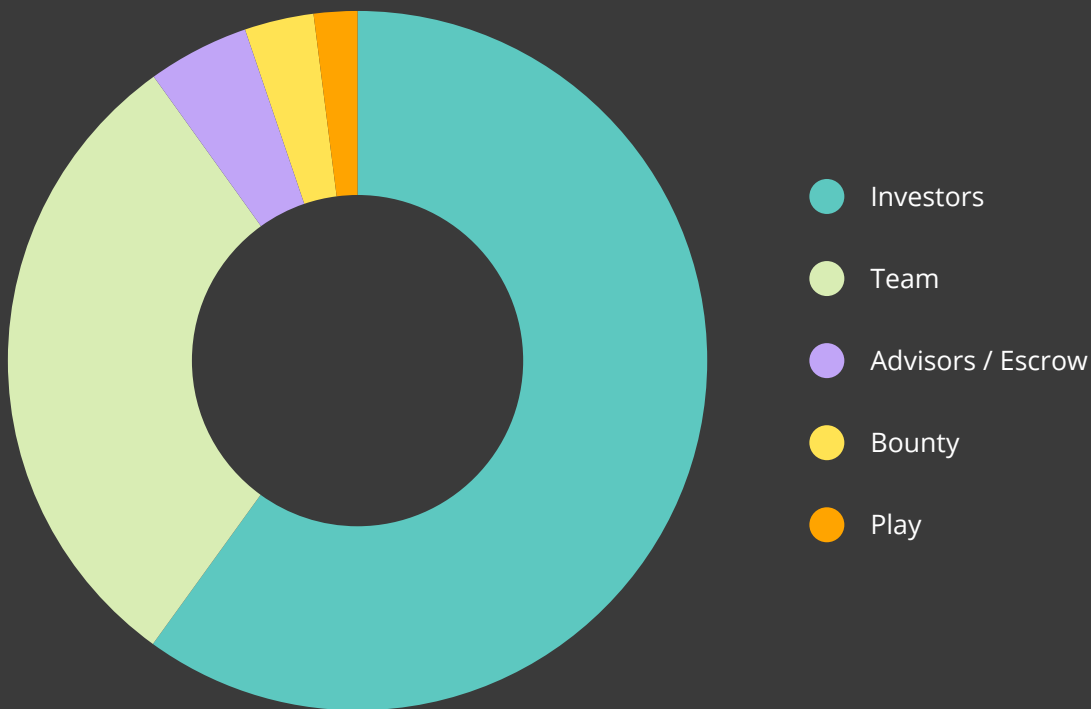
给顾问

3%

作为“奖励”

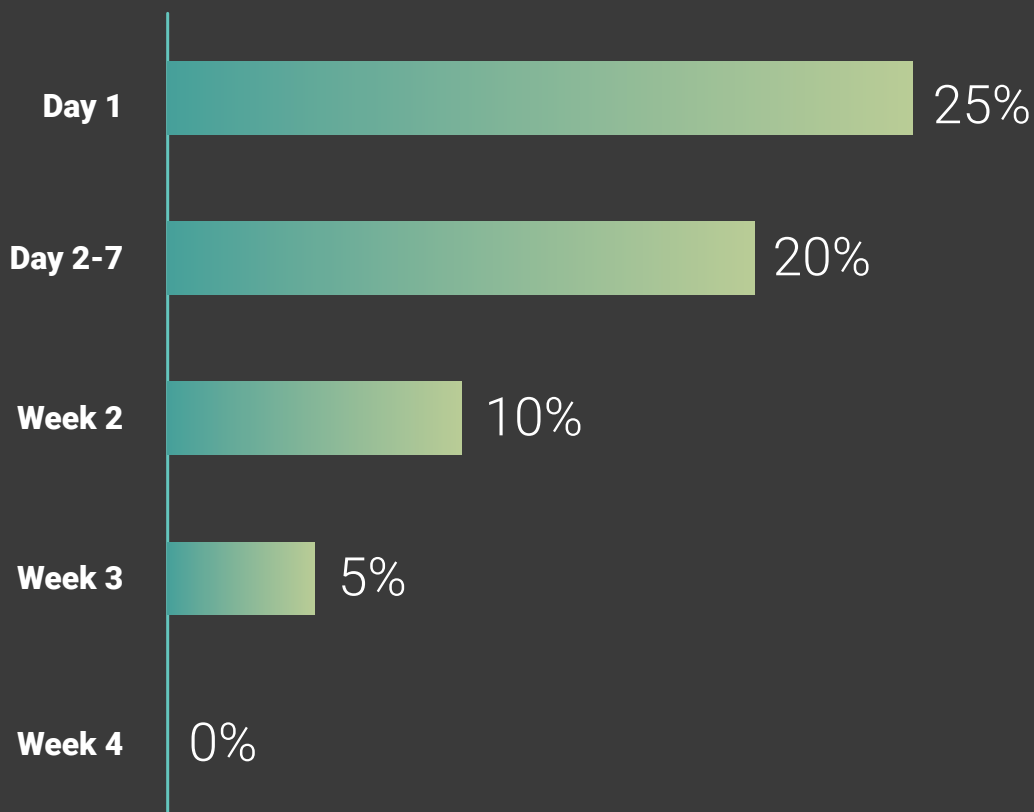
2%

作为彩票



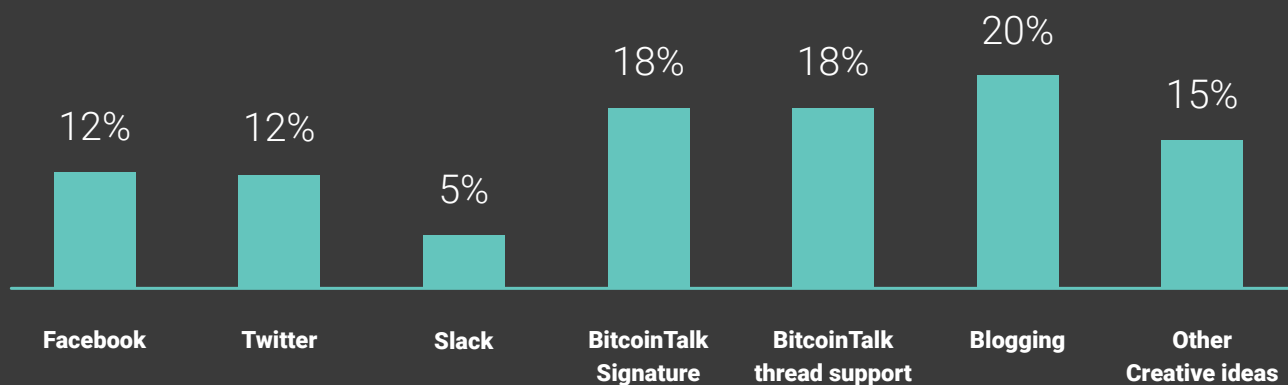
# 额外红利

对于早期投资商,我们提供一个额外红利计划,让他们能够获得更多代币,具体多少根据他们参与 ICO 的日期而定:



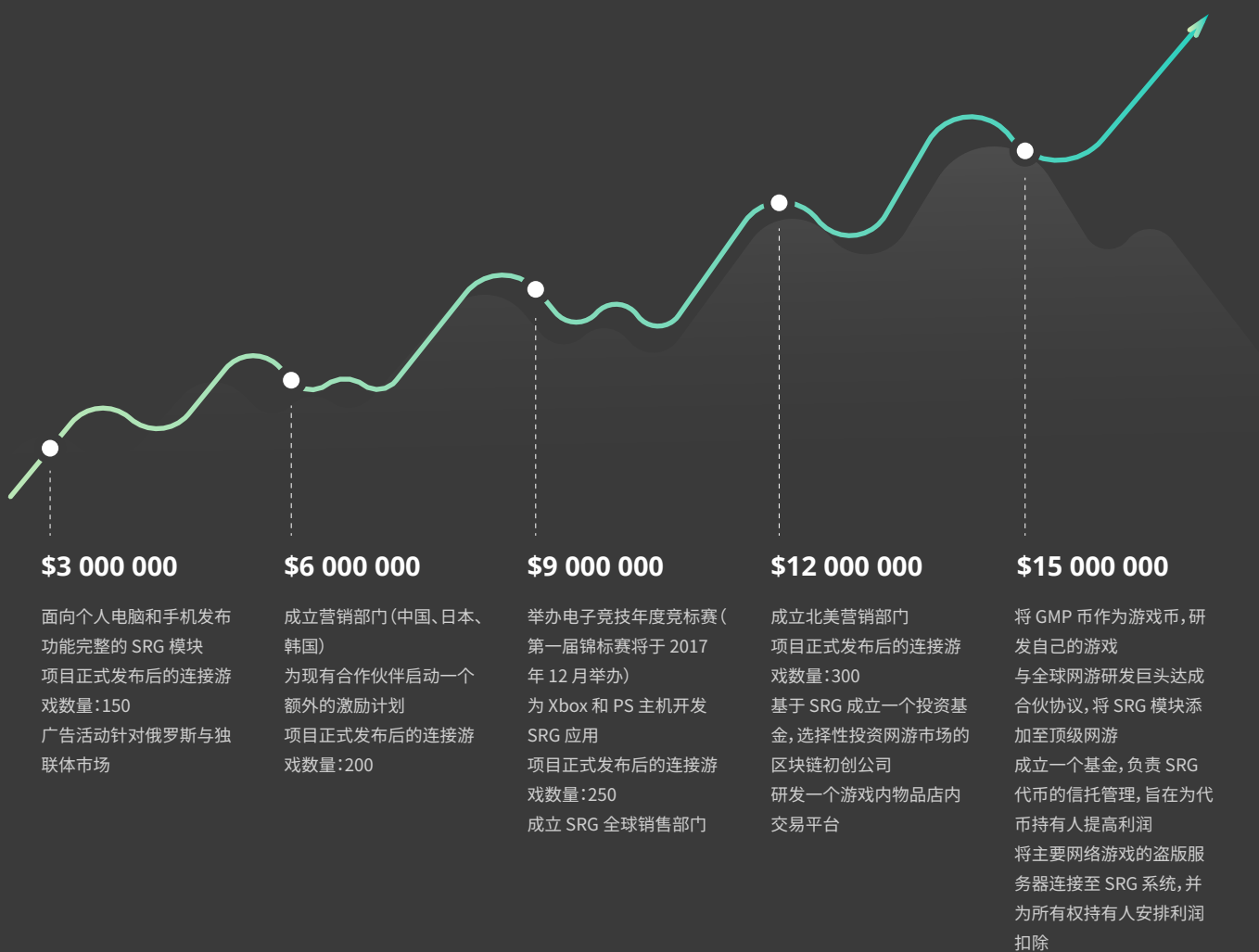
# “奖励”活动

对于“奖励”公司的补偿将在 ICO 完成后进行



# 路线图

SRG 已经为构建游戏基础制定了好几个营销策略。策略的选择直接取决于 ICO 的筹资金额。ICO 之后，我们就能够选择最适合进入市场的营销策略。目前，大约有 100 款游戏正在准备进行 Beta 测试。



# SRG 社区未来发展大事纪：

● **2017 年 6-8 月**  
开始面向个人电脑与移动端研发试用版 SRG

● **2017 年 9-10 月**  
在 SRG 社区启动 ICO

● **2017 年 11 月**  
在 30 款游戏中测试试用版模块  
(信息将在用户账户中提供)

● **2017 年 12 月**  
SRG 社区在 100-120 款游戏中发行 (Nord、Mail.ru)  
整个平台基于 GMP 全面运行

● **2018 年 2-5 月**  
在亚洲网游市场推出 SRG 应用, 再连接 500 款游戏

# 项目团队



**Petrov Nikita**

首席执行官兼创始人

SRG 的开发者与精神领袖,精通忠诚计划研发以及移动应用市场分析,曾于 2015 年获得美国“小企业创新研究计划(SBIR)”资金来开发一款即时通讯应用。



**Giovanni Manigrasso**

首席营销官

乔凡尼专注于用户体验领域以及网站与移动应用的开发。乔凡尼现担任研发与设计总监,负责协调意大利与国际开发项目。乔凡尼曾获意大利博科尼大学商业经济学学士学位,并在意大利和国际公司多渠道数字战略的管理与开发方面拥有 7 年的丰富经验。



**Alexander Fominykh**

项目经理

数字化机构 MashinHeads Ltd. 的董事兼联合创始人,精通网页与移动应用开发以及综合性网络营销,拥有 5 年以上项目经验,也是互联网项目 IRR.ru. 的创始人之一。



**Cheshunas Sergey**

业务开发主管

莫斯科某大型数字化机构的总监兼创始人。公司的基本情况:数字化战略、数字化营销、网页设计与网页开发。自 2010 年以来一直深耕网游推广。



## Maxim Saykin

主程(后端)

马克西姆拥有 9 年多的软件开发经验,曾在 Acronis、Kaspersky Lab、PT 等公司担任过团队负责人。



## Sergejs Toporkovs

開發者(後端)

Sergejs 是一名軟件開發人員,在有限的時間和資源下實施複雜的分佈式系統具有寶貴的設計經驗。超過 7 年的編程經驗。具有 Java, JavaScript, C#, Python, PHP, C / C++ 經驗的專業軟件顧問。



## Dmitry Sergeev

鉛開發商(前端)

德米特里擁有超過 15 年的軟件開發經驗。Dmitry 在管理,開發和支持關鍵任務應用程序方面擁有豐富的經驗,例如 Edi Mobile Sales, VIPUS, AKLIS。德米特里擁有里加技術大學計算機科學碩士學位



## Ruslan Kondrashin

軟件架構師

軟件系統開發的實踐經驗已超過 17 年。Ruslan 有經驗的組織軟件開發/連續交付過程(從 VCS 到生產環境)使用現代實踐,如敏捷,DevOps。他主要負責設計高負載和高可用性架構。核心技術技能: Java, JavaScript, DBMS, 消息傳遞, 容器。

# 合作伙伴

我们已经做了大量工作来与合作伙伴建立伙伴关系并签订合作协议。



Mail.Ru 集团是一家国际化 科技公司。公司旗下拥有 社交网络 “VKontakte”与 “Odnoklassniki”，以及一系列网游, 其中包括

Warface、Armored Warfare、Skyforge以及 Perfect World。

Mail.ru 成员将会协助 SRG 模块在游戏项目中的测试工作。申请数量预计为 100-120 家。



77agency - 是一家領先的獨立新媒體營銷機構, 為在線市場提供專業服務。該公司成立於2003年, 在倫敦, 米蘭, 裡加, 紐約和阿姆斯特丹設有辦事處, 在價值和重視細節方面快速建立了聲譽 - 向所選客戶和合作夥伴展示了全面的承諾。



Ambisafe - 自2010年以來一直在開發隱私發展。他們的經驗 範圍從2010年替代共識算法的發展到啟動 2014年第一款多貨幣錢包。他們最近的一些成就包括去 通過第一個bitcoin類的矽谷啟動加速器, 打破決賽

的SWIFT Innotribe啟動比賽, 並成為第一個實現數字錢包 MasterProtocol。現在Ambisafe是發展的領先公司之一大公司和世界知名創業公司的塊鏈解決方案。





Quinto Capital Partners為國內外企業提供專業服務：從分析現有基礎設施的效率，創建基礎設施到附屬公司和服務公司。該公司的辦事處位於歐洲和歐洲俄國。對於SRG, Quinto Capital提供法律援助。



幸運Kat工作室 - 是移動和電腦遊戲的開發商。創建具有陡峭流行文化的像素圖像類型的遊戲。在2014年的遊戲市場上, 銷售了50多場比賽。



T-Bull - 是一家專門從事移動設備遊戲開發, 生產和分銷的技術公司。該公司擁有為最受歡迎的移動平台準備的產品組合。弗羅茨瓦夫工作室總共下載的遊戲總數已經超過了1.85億。開發團隊T-Bull專注於創建FPS和賽車遊戲。該公司的辦事處位於波蘭和日本。

# 小结

本文件介绍了 SRG 平台附带的部分技术和营销解决方案。此外,随着以太坊区块链的发展,我们会积极采用网络的新兴功能。这让我们能够将 SRG 打造成网游世界最可靠、规模最大的分散式推荐系统。现在,我们给您一个机会,在 ICO 期间加入 SRG 社区,就能与我们共同成功。

---

# 词汇表

**推荐人**——SRG 系统用户, 积极吸引其他用户加入此系统。

**被推荐人**——SRG 联盟计划的参与者, 在另一名 SRG 参与者 (推荐人) 的推荐下注册使用此系统。

**客户网络**——由使用推荐链接注册的被推荐人组成的网络系统

**代币持有人**——SRG 代币所有人, 有权分享 SRG 社区的利润。

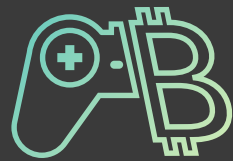
---

# 法律信息

请注意!SRG 代币不面向美国公民出售。如果您是美国公民,很不幸,您无权在 ICO 期间或在二级市场购买任何代币,包括 SRG 代币。如果您避开 ICO 提供的标准机制以其他任何方式获得代币,您可能需要承担美国法律规定的相应个人责任。购买 SRG 代币的责任完全由美国公民自行承担。

代币尚未也不会根据 1933 年(及其后修订)的美国证券法(《证券法》)进行登记,不得在美国境内提呈或出售给美国公民或公司(依据《证券法》S 规例),除非根据该法律规定正式登记或通过代表登记。

---



**SRG Comunity**  
Play&Earn