



Predix Ai

白皮書

目录

1. 序事.....	4
2. 專案概要.....	7
3. 專案初心與時代背景.....	10
3.1 專案初心.....	10
3.2 時代背景.....	10
4. 專案誕生邏輯.....	11
4.1 未來，本身就是最有價值的交易對象之一.....	11
4.2 判斷，應該擁有價格.....	11
4.3 共識，應該透過公開規則完成結算.....	11
5. 專案介紹.....	12
5.1 面向大眾參與.....	12
5.2 鏈上事件交易.....	13
6. 專案核心價值.....	17
6.1 讓未來事件進入公開市場.....	17
6.2 讓判斷形成價格.....	17
6.3 讓共識完成結算.....	17
6.4 讓流動性沉澱未來定價權.....	17
7. 專案優勢.....	18
7.1 大眾參與門檻更低.....	18
7.2 事件場景更加豐富.....	19
7.3 傳播適配性更強.....	20
7.4 結算邏輯更清晰.....	21
7.5 長期擴展空間更大.....	21
8. 競爭邏輯.....	24
8.1 不是只做一個工具，而是爭取成為生態入口.....	24
8.2 不是只承接專業交易員，而是面向大眾市場.....	25
8.3 不是只做結果競猜，而是做未來判斷的價格化系統.....	26
8.4 不是只做流量承接，而是做流動性沉澱.....	26
8.5 不是只追逐單點爆發，而是搭建長期擴展的預測網絡.....	27
8.6 系統協同，才是Predix Ai的真正競爭核心.....	28
9. 產品與專案機制.....	30
9.1 六層產品機制.....	30
9.2 事件市場層.....	31
9.3 價格形成層.....	32
9.4 結算驗證層.....	33
9.5 流動性承接層.....	34
9.6 傳播擴散層.....	34
9.7 生態擴展層.....	35
9.8 專案邏輯閉環.....	36
10. 技術架構.....	38
10.1 整體架構分層.....	38
10.2 核心技術模組.....	41
10.3 技術原則.....	42
10.4 技術總結.....	43
11. 代幣經濟學.....	45

11.1 基礎參數.....	45
11.2 代幣分配.....	45
11.3 經濟學原則.....	46
12. 代幣模型.....	47
13. 三年路線圖.....	55
14. 未來願景.....	57
15. 風險提示.....	58



1. 序事

在傳統金融市場的發展歷程中，絕大多數交易行為長期圍繞「已經發生的事實」展開。無論是企業財報、經濟數據、政策落地，還是資產價格的歷史表現，市場往往是在既有資訊披露之後，再圍繞這些被確認的結果進行重新定價。換言之，傳統市場更擅長對過去作出反應，卻未必真正高效地承載人類對於未來的判斷、預期與共識。

然而，隨著全球資訊傳播速度不斷加快，社交網絡成為輿論發酵的核心場域，熱點事件、公共議題、金融敘事與市場情緒以前所未有的頻率相互作用，真正影響價值形成的關鍵變數，已經越來越多地從「過去發生了什麼」，轉向「未來將如何發生」。

一個政策是否會正式落地，一個資產是否會突破關鍵區間，一個熱點是否會演化為長期趨勢，一個人物、一個專案、一個產業是否即將進入新的階段，這些問題本質上都不再只是資訊判斷，更不是簡單的是非猜測，而是關於未來結果、機率預期與市場定價權的競爭。它們背後所反映的，不僅是資訊差，更是認知差、判斷差與共識形成能力的差異。

也正因如此，未來不應只停留在討論層面，而應該進入市場層面。

當未來判斷可以被公開表達，它只是觀點；

當未來判斷可以被交易，它便成為倉位；

當未來判斷可以被定價，它便形成價格；

當未來判斷最終可以被驗證並完成結算，它就真正成為一個可持續運轉的市場。

這意味著，未來不再只是抽象的想像，不再只是社交媒體中的情緒波動，也不再只是少數專業人士的推演模型。未來本身，將成為一種可參與、可交易、可結算、可沉澱流動性的市場對象。而誰能更高效地組織這種市場，誰就更有機會在新一代數位經濟體系中佔據「未來定價權」的核心位置。

Predix Ai 正是在這樣的背景之下誕生。

Predix Ai 不是一個單純的競猜應用，也不是一個依賴中心化後台設定賠率與裁定結果的傳統式平台。它所要構建的，並不是一個圍繞短期情緒運轉的娛樂產品，而是一個面向大眾參與的鏈上事件交易與預測網絡。這個網絡試圖將未來事件、市場判斷、價格形成與結果結算，統一納入同一套公開、透明、可驗證的規則體系之中。

讓每一次判斷，不只是表達態度，而是真正進入市場；

讓每一次參與，不只是追逐結果，而是在共識形成過程中留下價格痕跡；

讓每一次結算，不再依賴模糊解釋，而是建立在規則可見、過程可查、結果可驗證的基礎之上。

Predix Ai 所關注的，並不是「讓更多人去猜」，而是「讓更多人能夠圍繞未來建立真實市場」。

它希望推動預測市場從一個相對小眾、專業化、工具化的領域，逐步走向一個更加開放、更加高頻、更加大眾化的生態入口。

它試圖讓未來事件不再停留於內容討論，而進入交易系統；

讓市場共識不再停留於輿論聲量，而轉化為價格表達；

讓價值流轉不再停留於中心化分配，而透過鏈上規則完成公開結算。

從更深層的意義上說，Predix Ai 所面對的，不只是一個產品機會，而是一個時代機會。

在 Web3 世界裡，資產的發行、交易與流轉機制已逐步成熟，但「未來事件的公開定價」仍然是一個遠未被充分開發的市場。

今天的大多數內容平台，只能承載討論；

大多數資訊平台，只能分發資訊；

大多數社交平台，只能放大情緒；

而真正能夠把「判斷—價格—結算」連成閉環的平台，仍然極為稀缺。

Predix Ai 所要做的，正是填補這一空白。

它希望建立一個屬於未來的市場基礎設施：

讓未來事件擁有交易入口，

讓判斷擁有價格，

讓共識擁有結算路徑，

讓流動性最終沉澱為未來定價權。

因此，Predix Ai 的目標，從來不只是成為一個預測平台。

它更希望成為新一代鏈上預測市場生態的入口，成為未來事件與市場共識的連接器，成為內容、熱點、價格與結算之間的橋樑，並最終成長為 Web3 世界裡「未來定價權」的流動性中心。

「交易未來，結算共識」，並不只是一句口號。

它所表達的，是 Predix Ai 對下一代市場結構的理解：未來可以被表達，

未來應該被交易，

未來值得被定價，

而未來的共識，終將透過公開規則被結算。

這是 Predix Ai 的起點。

也是 Predix Ai 試圖參與定義的下一個時代方向。

2. 專案概要

專案名稱： Predix Ai

專案定位： 面向大眾參與的鏈上事件交易與預測網絡

專案願景： 成為新一代鏈上預測市場生態入口，讓未來事件、市場共識與價值結算在同一套公開規則中完成流轉

長期遠景： 成為 Web3 世界裡「未來定價權」的流動性中心

Slogan： 交易未來，結算共識

Predix Ai 是一個讓大眾用戶也能參與未來事件交易、表達市場判斷，並透過鏈上規則完成結果結算的預測市場網絡。它並不只是提供一種新的產品互動形式，也不僅僅是將「預測」這一行為搬到鏈上，而是在更深層次上，試圖重新定義未來事件、市場共識與價值流轉之間的關係。

在傳統市場體系中，絕大多數價值發現建立在已發生事實的基礎上。市場依據既有資訊作出判斷，再圍繞已確認結果完成價格調整。然而在當今這個資訊高速傳播、敘事快速切換、情緒與共識即時變化的時代，越來越多真正影響價值形成的關鍵變數，其實來源於「未來將如何發生」，而不是「過去已經發生了什麼」。

政策是否會落地，市場是否會突破關鍵區間，熱點是否會演化為長期趨勢，某個專案、某個人物、某個產業是否會進入新的階段，這些都屬於對未來的判斷。過去，這類判斷大多停留在輿論表達、社交討論或內容傳播層面，缺乏統一的市場承接機制，也缺乏透明、公開、可驗證的結算框架。Predix Ai 所要做的，正是把這些原本分散、模糊、情緒化的未來判斷，逐步轉化為一個可以被表達、被交易、被定價、被結算的開放市場。

因此，Predix Ai 的核心意義，不在於製造短期熱度，也不在於把預測做成簡單的互動玩法，而在於推動未來事件市場化、推動判斷價格化、推動共識結算化。

它希望把「觀點」變成「倉位」，把「判斷」變成「價格」，
把「結果」變成「可驗證的結算」。

在這一邏輯下，用戶不再只是旁觀者，也不再只是內容消費者，而是能夠以真實參與的方式，將自己的認知、判斷與市場行為映射到公開規則之中。

從產品層面看，Predix Ai 所承載的不是單一的競猜機制，而是一套圍繞未來事件展開的市場網絡。未來事件在這裡不再只是討論對象，而是市場對象；市場共識不再只是情緒聲量，而是價格表達；結果兌現不再依賴中心化裁定，而是透過公開規則完成鏈上結算。

從戰略層面看，Predix Ai 的願景，是成為新一代鏈上預測市場生態入口。這裡的「入口」並不只是流量入口，更是未來事件進入市場、用戶判斷進入價格、價值流轉進入結算的系統性入口。

而從更長期的生態遠景來看，Predix Ai 追求的不只是成為一個預測平台，而是成為 Web3 世界裡「未來定價權」的流動性中心。

未來最有價值的能力之一，不只是描述現實，而是定價未來。

誰能吸引更多用戶表達判斷，
誰能承接更多流動性形成價格，
誰能讓更多結果在公開規則下完成結算，
誰就更有機會在未來的數位經濟體系中佔據關鍵位置。

Predix Ai 所相信的是：

未來不該只是被討論，未來應該被交易；

判斷不該只是被表達，判斷應該擁有價格；

共識不該只是停留在聲量層面，共識最終應該透過規則完成結算。

這正是 Predix Ai 的起點，也是 Predix Ai 希望持續推動的方向。

交易未來，結算共識。

這不僅是 Predix Ai 的品牌表達，更是對下一代市場結構的核心理解。



3. 專案初心與時代背景

3.1 專案初心

Predix Ai 的初心，不是製造更短暫的市場情緒，也不是去追逐一次性的熱點流量，而是建立一個可持續運行的未來事件市場。

在傳統社交媒體與資訊平台中，大多數人都在不斷表達對未來的看法，但這些看法往往停留在評論、討論與情緒層面，無法形成真正的價格，也無法沉澱為長期有效的市場共識。

Predix Ai 要做的，是讓判斷進入市場，讓市場形成價格，讓價格完成結算，從而賦予「未來判斷」真正的經濟密度。

3.2 時代背景

在 Web3.0 世界中，資產交易已相對成熟，但「未來事件的公開定價」仍是一條被嚴重低估的賽道。現實中，高關注度話題幾乎都圍繞未來展開：某個事件會不會發生，某項政策會不會落地，某個資產會不會突破區間，某個產業會不會進入下一階段。它們本質上都不

是單純的資訊問題，而是機率、判斷與共識問題。你提供的原始資料正是基於這一背景，將 Predix Ai 定位為面向未來事件的鏈上市場，而不是單純的內容平台。

換句話說，未來本身就是一個尚未被充分開發的市場。誰能夠更高效地承接判斷、更透明地形成價格、更可信地完成結算，誰就更有機會成為未來市場的基礎設施。

4. 專案誕生邏輯

Predix Ai 的誕生，建立在三個核心判斷之上：

4.1 未來，本身就是最有價值的交易對象之一

過去的事實固然重要，但市場真正最關注的，永遠是尚未發生的結果。未來之所以有價值，不是因為它模糊，而是因為它承載著最大的預期差與最大的定價空間。

4.2 判斷，應該擁有價格

當觀點只能停留在語言層面，它只是表達；當判斷能進入市場、成為可交易倉位，它才真正具有了價值密度。Predix Ai 認為，判斷不應只存在於「說法」，而應存在於「價格」中。這個核心邏輯，正是原始資料中「讓判斷形成價格」的延展。

4.3 共識，應該透過公開規則完成結算

真正具備生命力的預測市場，不應依賴後台賠率與中心化裁定，而應依賴公開的市場機制形成價格，並透過透明、可驗證的規則完成結果結算。只有結果可結算、市場可信任、記錄可驗證，預測市場才具備持續擴張的基礎。

Predix Ai 的使命，就是把這三件事連接起來：

讓未來進入市場，讓判斷進入價格，讓共識進入結算。

5. 專案介紹

Predix Ai 不是一個單純的預測小遊戲，也不是傳統意義上依靠後台設定賠率、由中心化主體決定輸贏結果的競猜平台。Predix Ai 所要構建的，是一個圍繞未來事件、市場判斷、鏈上價格形成與公開規則結算而展開的預測市場生態。

在 Predix Ai 的體系中，用戶不再只是被動「等待結果」的旁觀者，而是能夠圍繞未來事件主動形成判斷、參與交易、表達預期，並透過市場行為推動價格形成。當事件結果最終落地後，整個市場再依據公開、透明、可驗證的規則完成結算。也就是說，Predix Ai 並不是把「猜測」搬到鏈上，而是把「未來判斷」轉化為一種真實的市場參與方式，把原本停留在內容、輿論與情緒層面的觀點，轉化為可交易、可定價、可結算的市場對象。

從更深層次來看，Predix Ai 所構建的並不是一個孤立的功能模組，而是一套以未來事件為核心標的、以市場共識為價格表達、以公開規則為結算基礎的鏈上預測市場網絡。在這一網絡中，未來不再只是被討論的對象，而是被市場化的對象；判斷不再只是社交層面的發聲，而是可以進入價格系統的價值表達；結算也不再依賴模糊解釋與中心化裁定，而是透過規則完成可驗證的價值流轉。

Predix Ai 希望推動的，不只是「讓用戶參與預測」這件事本身，而是讓預測市場真正從小眾工具走向大眾入口，從專業場景走向廣泛場景，從單點產品走向網絡化生態。

5.1 面向大眾參與

Predix Ai 並非只服務專業交易員，也並非只面向少數長期活躍在加密市場中的重度用戶。它所追求的，是讓更多普通用戶也能夠理解預測市場、進入預測市場，並在足夠低的門檻下參與未來事件的定價過程。

長期以來，預測市場之所以難以真正大規模普及，一個重要原因就在於多數產品的理解門檻過高。很多用戶在進入此類平台時，首先面對的是複雜的金融術語、抽象的產品結構與較強的專業判斷門檻。這使得預測市場雖然具備獨特價值，卻常常侷限於少數認知能力較強或經驗較豐富的參與者之中。

Predix Ai 希望改變這一點。它試圖把複雜的市場邏輯，轉化為更容易被大眾理解的參與邏輯。用戶並不需要先掌握複雜的金融衍生品知識，也不需要具備高門檻的交易背景，只需要理解一個核心概念：你對未來的判斷，可以透過市場價格被表達。

這一點非常關鍵。因為 Predix Ai 所做的，並不是降低市場本身的價值密度，而是降低用戶進入市場的理解門檻。它希望讓用戶在更直觀的互動體驗中理解預測市場，讓「判斷未來」這件事，不再只是專業人士的遊戲，而逐步成為更廣泛用戶都可以參與的鏈上市場行為。

這也意味著，Predix Ai 在產品設計、內容表達、互動結構與市場呈現方式上，都需要圍繞「大眾可理解、大眾可參與、大眾可傳播」這一核心方向展開。換句話說，Predix Ai 的大眾化，不是簡單地追求用戶數量，而是透過更低的理解門檻與更清晰的參與邏輯，讓更多人真正進入未來事件定價體系之中。

5.2 鏈上事件交易

Predix Ai 所交易的，不只是某一種資產本身，而是「事件結果」本身。

這意味著，Predix Ai 的核心市場對象，不侷限於傳統意義上的價格漲跌，也不侷限於單一類型的金融標的。它所面向的是更廣義的未來事件市場：某個市場事件是否會發生，某個熱點是否會演化為趨勢，某項政策是否會落地，某個產業是否會進入新階段，某個體育結果是否會兌現，某個公共議題是否會朝著某個方向發展。

因此，Predix Ai 的事件市場可以覆蓋多個維度，包括但不限於：

- ◆ 市場類事件

- ◆ 熱點類事件
- ◆ 體育類事件
- ◆ 政治類事件
- ◆ 社會類事件

Web3 敘事類事件

社群化、專題化、場景化的垂直事件市場

這種設計使得 Predix Ai 與傳統資產交易平台形成明顯區別。傳統平台主要圍繞資產本身展開交易，而 Predix Ai 所關注的是未來結果、事件機率與市場共識之間的關係。它交易的不是「某個東西是什麼」，而是「某個結果會不會發生」。

從市場結構上看，這種鏈上事件交易模型具備天然的擴展性與高頻性。因為現實世界中的高關注度內容，本質上幾乎都可以被轉化為某種形式的未來判斷題。只要某個問題具有不確定性、具有關注度、具有結果邊界，並且可以在未來被驗證，它就具備進入預測市場的潛力。

更重要的是，當事件結果進入鏈上市場之後，它不再只是討論對象，而會在買賣行為中形成價格。價格在這裡不只是數字變化，而是集體判斷的即時表達，是市場對於未來結果機

率的連續修正。也正因如此，Predix Ai 希望透過鏈上事件交易，建立一個比傳統內容平台更真實、比傳統競猜平台更透明、比傳統討論場域更具價值承載能力的未來事件市場。

5.3 可擴展的預測網絡

Predix Ai 不是單一頁面，也不是一次性產品，更不是一個只能服務某一個固定場景的封閉式系統。它從一開始所定位的，就是一個可擴展的預測網絡。

「網絡」這一概念，意味著 Predix Ai 的目標並不只是上線若干市場供用戶參與，而是逐步連接更多類型的事件、更多層級的用戶、更多內容場景以及更多流動性入口，最終形成一個具有持續擴張能力的鏈上預測生態。

首先，在事件維度上，Predix Ai 不會停留在單一類別。未來它可以持續擴展不同類型的事件市場，從高關注度的公共熱點，到專業垂直領域的專題市場；從短週期事件，到階段性結果市場；從大眾關注議題，到社群驅動的市場。事件越豐富，市場供給越多元，平台的活躍度與生態彈性就越強。其次，在用戶維度上，Predix Ai 並不只面向一種固定人群。它既可以服務於對未來判斷敏感的普通用戶，也可以吸引具備更強研究能力和市場判斷力的深度參與者。不同層級用戶進入同一個預測網絡，不僅會帶來交易深度，也會推動更豐富的價格形成與共識碰撞。

再次，在內容維度上，Predix Ai 具備與熱點傳播、社交媒體、社群討論深度融合的天然屬性。每一個事件市場，本身都可以成為一個內容單元、一個傳播節點、一個話題入口。當事件市場本身具備可討論性、可參與性與可驗證性時，平台就擁有了從交易場景向傳播場景外溢的能力。這會使 Predix Ai 不再只是一個市場工具，而成為一個連接內容、討論、判斷與結算的綜合網絡。

最後，在流動性維度上，Predix Ai 的長期擴展，不僅體現在市場數量增加，更體現在不同入口、不同場景、不同參與方式之間的協同能力。未來，Predix Ai 可以逐步連接更豐富的流動性來源、更靈活的參與機制以及更多生態合作節點，使單一市場的參與行為，逐步演化為整個預測網絡中的價值流轉行為。

因此，Predix Ai 的「可擴展性」，並不只是功能增加，而是生態結構不斷豐富、市場類型不斷延展、參與關係不斷加深的過程。它最終希望形成的，不是幾個分散的預測市場，而是一個具備持續生長能力的鏈上預測生態系統。

Predix Ai 是一個面向大眾參與、圍繞未來事件展開、以市場價格表達判斷、以公開規則完成結算、並具備持續擴展能力的鏈上預測市場網絡。

它不是把預測做成簡單遊戲，也不是把競猜做成鏈上包裝，而是在更深層次上，把未來事件市場化、把市場判斷價格化、把結果結算規則化。

它希望讓更多人不只是討論未來，而是能夠真正參與未來；不只是圍觀市場，而是能夠進入市場；不只是表達觀點，而是能夠把觀點轉化為價格，把價格轉化為結算。

這，正是 Predix Ai 作為一個預測市場生態的真正意義所在。



6. 專案核心價值

Predix Ai 的核心價值，可以概括為四個層面。

6.1 讓未來事件進入公開市場

未來事件不應只停留在內容討論層，而應進入公開的交易系統之中。當未來事件被市場化之後，它就擁有了更清晰的參與方式、更直接的價格表達，以及更透明的價值流轉路徑。

6.2 讓判斷形成價格

在 Predix Ai 中，價格不再只是資產標籤，而是集體判斷的即時表達。市場價格本質上是群體對未來結果機率的連續重估，是一種動態共識曲線。

6.3 讓共識完成結算

Predix Ai 透過公開規則，把「誰判斷得更準」交給結算機制，而不是交給中心化裁定。預測市場最重要的不是猜，而是結算；沒有結算，預測只是情緒；有了結算，預測才能成為市場。

6.4 讓流動性沉澱未來定價權

誰擁有更強的流動性，誰就更有能力承接未來市場的定價需求。Predix Ai 的長期目標，不只是成為一個預測平台，而是成為未來事件的市場入口、價格形成的流動性中心、判斷能力的交易樞紐，以及內容、熱點與資產之間的鏈上橋樑。

7. 專案優勢

Predix Ai 的優勢，並不體現在某一個單點功能的堆疊上，也不只是體現在「預測市場」這一賽道標籤本身，而在於它試圖圍繞使用者參與、事件供給、傳播效率、結算可信度與生態擴展能力，建立一套更適合下一代鏈上預測市場發展的綜合型優勢結構。

在傳統預測市場產品中，常見的侷限往往集中在幾個方面：理解門檻偏高、參與人群偏窄、事件覆蓋範圍有限、傳播效率不足、市場與結算脫節，以及平台難以從單一功能持續走向網絡化生態。而 Predix Ai 的產品設計與長期方向，正是圍繞這些行業痛點展開，試圖以更加大眾化、更加高頻化、更加透明化、更加可擴展的方式，推動預測市場從小眾工具型產品走向更廣泛的鏈上市場入口。

從整體上看，Predix Ai 的優勢主要體現在以下五個方面。

7.1 大眾參與門檻更低

相比偏專業化的預測市場產品，Predix Ai 更強調面向大眾的產品表達方式。它並不試圖一開始就把使用者帶入複雜的金融衍生品語境，也不依賴大量專業術語來定義參與邏輯，而是選擇以「未來事件判斷」作為使用者理解和進入市場的核心入口。

這一點非常重要。因為預測市場雖然在邏輯上並不複雜，但很多同類產品在表達方式上天然更偏向專業交易者，使得普通使用者在第一次接觸時，就容易被市場術語、複雜結構和抽象規則勸退。Predix Ai 希望改變這種狀況。它所強調的不是先教育使用者成為專業交易員，而是先讓使用者理解一件足夠直觀的事情：你對未來的判斷，是可以進入市場並形成價格的。

這種面向大眾的設計思路，使 Predix Ai 更具普及潛力。使用者不需要先掌握複雜的衍生品模型，也不需要具備深厚的金融背景，只要能夠理解某個事件具有不確定性、能夠判斷

它未來是否會發生，就已經具備了進入市場的基本認知條件。換句話說，Predix Ai 所做的，是把預測市場從「少數人能理解的金融結構」，轉化為「更多人都能參與的未來判斷市場」。

這不僅意味著使用者基數的擴大，更意味著市場表達邊界的拓寬。當更多普通使用者能夠進入預測市場，未來事件的價格表達將不再僅僅由少數專業群體主導，而更有可能成為更廣泛社會認知與市場共識的綜合體現。這是 Predix Ai 在使用者入口層面最核心的優勢之一。

7.2 事件場景更加豐富

Predix Ai 的市場對象，並不侷限於某一類資產價格或某一種固定標的，而是面向更廣義的未來事件。它所承接的，不只是價格漲跌本身，而是各種具有不確定性、關注度和結果邊界的未來結果。這意味著，Predix Ai 在事件供給層面擁有更強的延展性。相比只圍繞單一金融標的運轉的產品，Predix Ai 可以覆蓋更豐富的市場場景，包括但不限於市場類、熱點類、體育類、政治類、社會類、Web3 敘事類，以及更垂直、更專題化、更社群化的事件市場。進一步來看，它也可以根據事件結構的不同，逐步擴展出二元結果市場、多結果市場、階段性事件市場和熱點專題市場等多種形態。

多場景本身就是一種競爭力。因為場景越豐富，意味著內容供給越多元，使用者進入市場的理由越充分，平台的活躍週期也越容易被拉長。單一場景產品往往容易受到單一賽道熱度的影響，而 Predix Ai 面向的是更廣泛的未來事件集合，這種結構天然具備更強的生態彈性與更高的參與頻率。

更重要的是，豐富的事件場景會直接提高平台對不同使用者群體的承接能力。不同興趣偏好、不同認知背景、不同資訊來源的使用者，都可以在不同類型的事件市場中找到適合自

己參與的入口。這樣的結構有利於形成更複雜、更豐富、也更真實的價格共識，從而使平台不再依賴某一個單一垂類市場存活，而具備跨主題、跨熱點、跨社群持續運轉的可能性。

因此，Predix Ai 的優勢不僅在於「可以做很多事件」，而在於它本身從設計邏輯上就是一個圍繞未來事件供給建立的開放型市場框架。事件場景越豐富，平台就越具備形成持續網絡效應的基礎。

7.3 傳播適配性更強

Predix Ai 具備非常鮮明的傳播屬性。因為每一個事件市場，本身就不僅是一個交易單元，同時也是一個天然的話題單元、討論單元和傳播單元。

與傳統交易產品不同，未來事件本身往往天然具有社交傳播價值。一個事件為什麼值得參與，並不只是因為它可交易，更是因為它本身就具備爭議性、關注度、情緒牽引力或公共討論基礎。也就是說，Predix Ai 中的市場對象，本身就是適合被討論、被轉發、被圍觀、被延展傳播的內容載體。

這使得 Predix Ai 在傳播適配性上擁有天然優勢。熱點內容可以驅動使用者關注，社交討論可以推動市場參與，社群博弈可以強化價格波動，而價格變化又會進一步反哺傳播熱度，最終形成「事件—討論—參與—價格—再傳播」的自循環結構。

這種結構與傳統內容平台、傳統交易平台都不相同。內容平台往往只能承接討論，交易平台往往只能承接交易，而 Predix Ai 則有機會同時承接討論與交易。它把熱點變成市場，把討論變成參與，把情緒變成價格，把傳播變成流動性入口。這種傳播與市場的融合能力，是 Predix Ai 非常重要的增長優勢。

從長期來看，傳播適配性越強的平台，就越容易形成自增長機制。因為它不需要完全依賴外部流量投放來拉動參與，很多事件本身就可以成為流量源、話題源和裂變源。當事件市

場具備足夠強的傳播張力時，Predix Ai 就不僅是一個功能平台，更會逐步成為一個「市場化內容網絡」。

7.4 結算邏輯更清晰

預測市場能否長期成立，最關鍵的問題從來都不是「讓使用者參與猜測」，而是「如何讓結果被市場信任地結算」。一個預測市場如果缺乏清晰、透明、可驗證的結算邏輯，就很難建立長期公信力；而沒有公信力，市場規模越大，爭議和不確定性反而越容易放大。

Predix Ai 在這一點上的方向非常明確：它希望將長期可信度建立在公開規則、可驗證數據與可信機制之上，而不是建立在中心化解釋、人工裁定或模糊口徑之上。也就是說，Predix Ai 所強調的，不只是讓使用者「參與預測」，而是讓使用者知道：這個市場最終如何被判定、如何被結算、如何被驗證。

這一優勢對於預測市場來說極其關鍵。因為市場越大、參與人數越多、事件越複雜，結算公信力的重要性就越高。早期一個小型平台或許還能依賴中心化解釋維持運轉，但當市場逐步擴大後，結算標準的不透明、判定過程的不清晰、結果依據的不一致，都會迅速侵蝕平台的信任基礎。

Predix Ai 所追求的，是讓結果結算盡可能進入一套可理解、可查詢、可複核的規則體系之中。這樣的邏輯，不僅有利於提升使用者參與信心，也有利於提升市場價格形成的有效性。因為只有當參與者相信結算規則是清晰且可信的，價格本身才更有可能真實反映市場預期，而不是被不確定的結算風險所扭曲。從這個角度看，Predix Ai 的結算邏輯優勢，不只是「更透明」而已，而是關係到整個平台能否從短期熱度型產品，真正成長為長期市場型基礎設施的關鍵。

7.5 長期擴展空間更大

Predix Ai 的目標，並不是停留在若干單點事件市場的堆積，而是從一開始就具備走向網絡化生態的潛力。它未來不僅可以擴展到更多類型的事件市場，也可以進一步延伸到 KOL 專區、賽事專題、社群玩法、子市場建立與創作者協作系統，從而不斷打開新的增長邊界與生態邊界。

這一點意味著，Predix Ai 從設計邏輯上就不是一個封閉產品，而是一個具備「持續長出新層」的平台結構。單一產品的生命週期往往受制於單一玩法、單一使用者群、單一流量渠道，而 Predix Ai 則有機會透過不斷拓展事件供給、參與場景與協作機制，形成更立體、更可持續的網絡化生態。

這種擴展空間有兩個層面的意義。

第一，它意味著平台未來的增長不只依賴於「更多使用者進入同一個市場」，還可以依賴於「更多市場被建立出來」「更多專題被構建起來」「更多角色參與生態協作」。也就是說，增長方式將不再只是橫向流量增長，還包括縱向生態增長。

第二，它意味著 Predix Ai 的未來邊界並不只是一套交易介面，而可能逐步演化為連接內容生產、社群互動、熱點承接、價格形成與結果結算的綜合型網絡。在這樣的結構中，平台不再只是服務交易，而是服務整個圍繞未來判斷展開的價值流轉過程。

因此，Predix Ai 的長期擴展空間，決定了它不是一個短期產品邏輯，而是一個具有平台化和網絡化潛力的長期生態邏輯。它今天可以從事件交易切入，未來則有可能成長為更大範圍內的未來事件市場基礎設施。

Predix Ai 的專案優勢並非單一技術優勢，也不是單一玩法優勢，而是一套圍繞使用者入口、事件供給、傳播效率、結算公信力與生態延展能力所形成的系統優勢。

它讓更多普通使用者能夠進入預測市場，

讓更多未來事件能夠進入價格系統，

讓更多市場討論能夠自然形成傳播閉環，

讓更多結果能夠在公開規則下完成可信結算，

並讓整個平台具備從產品走向網絡、從單點走向生態的長期成長能力。

Predix Ai 的價值，不只是它今天提供了什麼樣的市場參與方式，更在於它為未來的鏈上預測市場提供了一種更具開放性、更具普及性、更具擴張性的演進路徑。



8. 競爭邏輯

Predix Ai 的競爭邏輯，並不是去簡單複製某一個既有平台的路徑，也不是試圖在某一個單點能力上與所有同類專案進行線性比較。Predix Ai 所理解的競爭，不是單一功能之間的競爭，而是系統能力之間的競爭；不是局部產品設計之間的競爭，而是生態組織方式、市場承接能力與長期擴展邏輯之間的競爭。在預測市場賽道中，不同平台往往各自擁有不同的優勢方向。有的平台更強在產品入口，能夠快速吸引用戶注意力；有的平台更強在流動性基礎設施，能夠為市場提供更高效率的交易承接；有的平台更強在內容傳播效率，能夠藉助熱點與社群形成高頻流量；有的平台更強在結算可信度，能夠透過更清晰的規則建立市場公信力；也有的平台更強在社群驅動能力，能夠依靠高黏性用戶群維持長期活躍。

但 Predix Ai 並不希望把自己限定為其中某一種能力模型的複製者。它理想中的路徑，是在預測市場這一賽道中，逐步形成屬於自己的組合型能力優勢。也就是說，Predix Ai 不追

求只在某一個維度「極致突出」，而是希望圍繞入口、內容、市場、流動性、結算與生態延展能力，構建一個更完整、更均衡、更具長期競爭力的協同結構。

從這個角度來看，Predix Ai 的競爭策略可以概括為以下幾個層面。

8.1 不是只做一個工具，而是爭取成為生態入口

很多產品的競爭終點，是成為一個功能工具；而 Predix Ai 的競爭起點，則是成為一個生態入口。工具型平台的價值，往往體現在完成某一項具體功能，例如提供預測介面、提供交易功能、提供價格展示或提供某類熱點參與方式。但入口型平台的價值，不只是完成某個動作，而是能夠持續承接用戶、內容、市場與流動性的進入，並在這一過程中形成生態中心位置。

Predix Ai 所希望構建的，不只是一個「可以參與預測」的工具，而是一個讓用戶進入鏈上未來事件市場的起點。用戶透過 Predix Ai 進入的，不只是某一個事件頁面，而是進入一種新的市場參與方式；進入的不只是單次操作，而是一整套圍繞未來判斷展開的表達、交易、結算與共識形成系統。

這意味著，Predix Ai 的競爭目標，不是做一個功能性補充產品，而是爭取在鏈上預測市場中佔據「第一入口」或「關鍵入口」的位置。誰能夠成為入口，誰就更有機會承接後續的流量、交易、內容、社群與流動性網絡。也正因如此，Predix Ai 更重視整體生態的承接能力，而不是單一功能的短期表現。

8.2 不是只承接專業交易員，而是面向大眾市場

傳統意義上的預測市場，長期存在一個明顯問題：它在邏輯上是開放的，但在產品表達上往往是專業化的。這使得很多平台雖然具備市場價值，卻在實際增長中天然更偏向少數有經驗的交易者，難以真正走向大眾市場。

Predix Ai 的競爭方向之一，就是主動跳出這種過度專業化的限制。它並不把用戶定義為「必須先懂市場的人」，而是希望讓更多普通用戶也能理解未來事件市場、進入未來事件市場，並在足夠低的門檻下參與價格形成過程。

這是一種非常關鍵的競爭選擇。因為大眾市場與專業市場之間的差異，不只是用戶數量的差異，更是網絡效應規模的差異。專業市場可以形成深度，但大眾市場才能形成更大的廣度；專業市場可以形成精密結構，但大眾市場更有機會形成更高頻的內容供給、更廣泛的共識表達與更強的傳播能力。

Predix Ai 因此並不只把自己看作服務於「預測高手」或「資深玩家」的平台，而是試圖把未來判斷這件事從少數人的能力，變成更多人都能參與的市場行為。誰能更早完成這種大眾化改造，誰就更有機會在下一輪預測市場競爭中佔據更高的位置。

8.3 不是只做結果競猜，而是做未來判斷的價格化系統

很多外部觀察者在理解預測市場時，容易把它簡單歸類為「猜結果」的平台。但真正有長期價值的預測市場，並不是圍繞「猜」展開，而是圍繞「價格」展開；不是圍繞「結果娛樂化」展開，而是圍繞「未來判斷市場化」展開。

Predix Ai 的競爭邏輯，正是在這裡與簡單競猜模型形成本質區隔。它並不是希望把未來事件做成更熱鬧的互動玩法，而是希望把原本停留在討論層面的未來判斷，轉化為可以被市場表達的價格系統。

在這一邏輯中，事件不是孤立內容，而是價格形成的對象；用戶不是單純下注者，而是市場判斷的參與者；平台不是賠率分發者，而是價格承接與結果結算的組織者。價格在這裡所代表的，也不只是交易訊號，而是市場對於未來機率與結果預期的持續修正。

這意味著，Predix Ai 的競爭，不在於「誰能把某個題目做得更刺激」，而在於「誰能讓更多未來判斷真正進入價格系統」。一旦平台具備了將判斷價格化的能力，它就不再只是一個活動頁面，而是開始具備成為市場基礎設施的可能性。

8.4 不是只做流量承接，而是做流動性沉澱

在很多網際網路產品邏輯中，流量是第一目標；但對於預測市場而言，真正決定長期生命力的，不只是流量有多大，而是流動性能否沉澱。

短期流量可以帶來熱度，熱點事件可以帶來討論，社交傳播可以帶來關注，但如果這些注意力不能被轉化為穩定的市場參與、可持續的價格形成與持續的交易深度，那麼熱度過後，平台依然難以留下真正的市場結構。

Predix Ai 所強調的，是從「流量承接」進一步走向「流動性沉澱」。這意味著平台不能只是把用戶帶進來，更要讓用戶的參與形成市場深度，讓事件市場在持續交易中沉澱價格，

讓價格在不斷修正中沉澱共識，讓共識在結果結算後繼續回饋到下一輪參與中。

這也是 Predix Ai 與純傳播型產品、純熱點型產品之間的關鍵區別。傳播只能帶來關注，市場才能留住價值；流量只能製造瞬間放大，流動性才能形成長期支撐。Predix Ai 希望把事件關注、用戶參與、價格變化與資金承接連接起來，讓每一次熱點不只是一輪曝光，而是一次可累積的市場生成過程。誰能夠更有效地把短期關注沉澱為長期流動性，誰就更有機會在預測市場賽道中建立真正穩固的競爭壁壘。

8.5 不是只追逐單點爆發，而是搭建長期擴展的預測網絡

許多產品在早期都依賴單點爆發：一個熱點事件、一輪強傳播、一種玩法創新，確實可以快速帶來關注度。但單點爆發的侷限也很明顯，它往往只能解決「被看見」的問題，卻不能解決「長期增長」的問題。

Predix Ai 並不否認單點事件對於平台起量的重要性，但它並不把競爭目標停留在某一次爆發式傳播或某一個爆款市場上。相反，它更重視如何透過不同類型事件、不同市場結構、不同參與群體與不同內容節點之間的連接，逐步搭建一個可以長期擴展的預測網絡。

網絡與產品之間的差別，在於前者具備不斷長出新連接的能力。一個產品可能只解決一類需求，而一個網絡則可以不斷接入新的事件、新的用戶、新的話題、新的社群與新的流動性節點。Predix Ai 所追求的，是從單一市場走向多市場，從單一功能走向多角色協作，從單點參與走向持續生態生長。

這意味著，Predix Ai 的競爭邏輯天然面向長期的。它不是只希望在某一波市場週期裡獲得短期聲量而是希望在更長時間維度裡，逐步形成更豐富的事件供給能力、更穩定的流動性承接能力、更強的內容傳播能力以及更清晰的結算公信力。

8.6 系統協同，才是Predix Ai的真正競爭核心

因此，Predix Ai 的核心競爭力，並不在於某一個單一功能做到絕對最強，也不在於某一個局部體驗做到與眾不同，而在於它試圖形成一種系統協同優勢。

這個系統協同，體現在多個層面：

➤ 入口與內容之間的協同

讓用戶因事件進入平台，讓平台因事件不斷獲得新的參與理由。

➤ 內容與市場之間的協同

讓討論不只是傳播，而是進入價格系統，形成真實市場表達。

➤ 市場與流動性之間的協同

讓參與不只是熱度，而是沉澱為交易深度與價格發現能力。

➤ 流動性與結算之間的協同

讓市場不只是活躍，而且可信；不只是有參與，而且有可驗證結果。

➤ 結算與生態擴展之間的協同

讓每一次被驗證的市場，反過來強化用戶信任，推動更多事件與更多用戶進入系統。

也就是說，Predix Ai 真正要構建的，不是一個單點優勢，而是一整套可以相互強化的生態結構。入口帶來用戶，用戶帶來交易，交易帶來價格，價格帶來共識，共識透過結算沉澱信任，信任再推動更多市場擴張。這個循環一旦建立，Predix Ai的競爭力就不再來自某一個局部，而來自整個系統本身。

Predix Ai 的競爭邏輯，本質上是一種「組合型能力競爭邏輯」。

它不是只做一個工具，而是爭取成為生態入口；

不是只承接專業交易員，而是面向更廣泛的大眾市場；

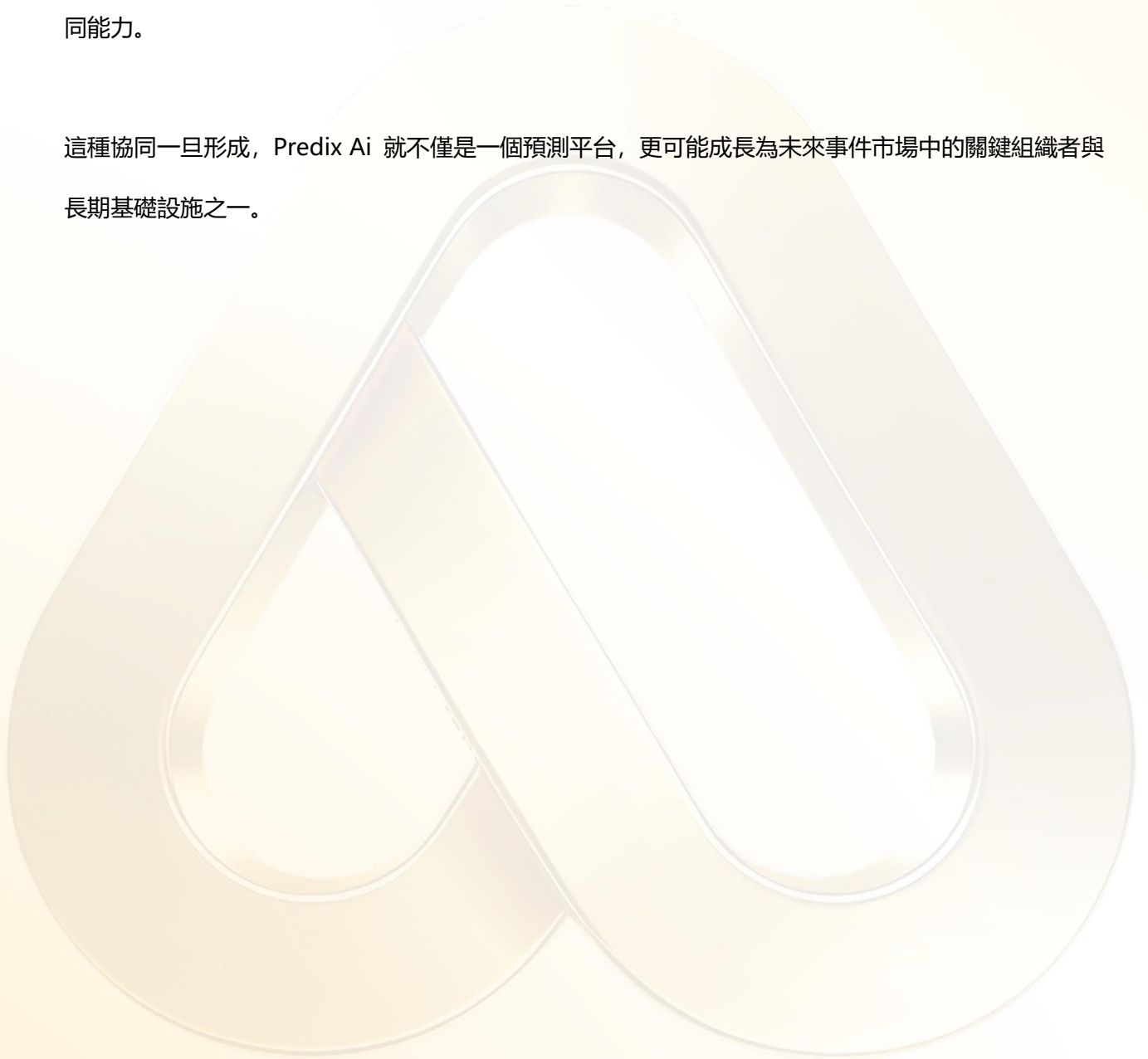
不是只做結果競猜，而是做未來判斷的價格化系統；

不是只追逐短期流量，而是推動流動性沉澱；

不是只依賴單點爆發，而是搭建長期擴展的預測網絡。

Predix Ai 的核心競爭，不在於單一維度最強，而在於入口、內容、市場、流動性與結算之間的系統協同能力。

這種協同一旦形成，Predix Ai 就不僅是一個預測平台，更可能成長為未來事件市場中的關鍵組織者與長期基礎設施之一。



9. 產品與專案機制

Predix Ai 的產品與專案機制，並不是圍繞單一頁面或單一功能展開，而是圍繞「未來事件如何進入市場、市場如何形成價格、價格如何完成結算、結算如何反哺下一輪市場」這一完整邏輯展開。換言之，Predix Ai 所構建的，不是某一個孤立的預測工具，而是一套圍繞未來事件、市場判斷、價格形成、公開結算與生態擴展而持續運轉的鏈上預測市場機制。

在傳統內容平台中，未來事件更多停留在討論層；在傳統競猜平台中，結果更多依賴中心化設定與裁定；而在 Predix Ai 的產品邏輯中，未來事件將被轉化為市場對象，用戶判斷將被轉化為交易行為，市場共識將透過價格表達，最終再由公開規則完成結果結算。這樣的結構，使 Predix Ai 不再只是承接短期參與，而是能夠沉澱長期市場關係與持續信任結構。

從整體上看，Predix Ai 的產品機制可以圍繞六大層展開：事件市場層、價格形成層、結算驗證層、流動性承接層、傳播擴散層、生態擴展層。這六層並不是彼此割裂的功能模組，而是構成一個相互嵌套、相互強化的產品系統。事件市場提供內容入口，價格形成承接用戶判斷，結算驗證建立市場可信度，流動性承接維持交易連續性，傳播擴散放大市場影響力，生態擴展則為平台帶來持續增長與長期網絡化演進的空間。

9.1 六層產品機制

Predix Ai 的六層產品機制，本質上是在回答一個核心問題：一個未來事件，如何從「被關注的話題」轉變為「被交易的市場」，並最終轉變為「被驗證、被結算、被沉澱」的共識記錄。

如果只有事件而沒有市場，用戶的判斷只能停留在表達層；

如果只有交易而沒有價格邏輯，市場就無法形成真實共識；

如果只有價格而沒有結算驗證，市場就無法建立長期公信力；

如果只有結算而沒有流動性與傳播，市場就無法持續擴大；

如果只有單次參與而沒有生態擴展，平台就難以從產品成長為網絡。

Predix Ai 透過六層機制，將一個未來事件的完整生命週期組織起來：

- 由事件市場層決定「什麼可以進入市場」
- 由價格形成層決定「判斷如何被表達為價格」
- 由結算驗證層決定「結果如何被公開確認並結算」
- 由流動性承接層決定「市場如何持續運轉」
- 由傳播擴散層決定「市場如何被放大、被傳播、被持續關注」
- 由生態擴展層決定「平台如何從單一產品走向長期網絡」

這六層共同構成了 Predix Ai 的底層產品結構，也共同定義了 Predix Ai 區別於普通競猜產品、單點熱點工具與傳統中心化平台的根本機制優勢。

9.2 事件市場層

事件市場層，是 Predix Ai 的第一層，也是整個系統的內容源頭與用戶入口。Predix Ai 圍繞未來事件建立交易市場，意味著平台所承接的，不只是資產漲跌，而是各種具有不確定性、關注度和結果邊界的未來結果。

在這一層中，平台並不是簡單地羅列事件，而是透過對事件結構的組織，把未來問題轉化為可被市場承接的交易對象。根據產品形態的不同，事件市場可進一步分為：

- 二元結果市場：圍繞某個事件是否發生、某個結果是否出現展開，結構清晰，適合大眾快速理解與參與。
- 多結果市場：圍繞多個可能結果展開，使市場能夠承接更複雜、更細分的未來判斷。
- 階段性事件市場：適用於具有時間推進屬性或分階段演化特徵的事件，使市場不僅判斷終局，也能夠判斷過程。

- **熱點專題市場**：圍繞高關注度社會、市場、體育、政治、Web3 敘事或社群熱點形成連續專題，提高平台對流量與討論的承接能力。

事件市場層的重要性在於，它直接決定了 Predix Ai 的內容供給邊界，也決定了平台能否形成持續不斷的市場入口。未來事件越豐富，市場供給就越多元；供給越多元，用戶進入平台的理由就越充分；入口越充分，平台就越有可能形成更高頻的參與結構和更強的生態彈性。

更重要的是，事件市場層本身並不只是「內容展示層」，而是將未來事件標準化、市場化的第一步。一個事件只有在被組織為市場對象之後，用戶的判斷才有可能進入交易系統，價格才有可能形成，共識才有可能被公開記錄。

9.3 價格形成層

如果說事件市場層解決的是「什麼進入市場」，那麼價格形成層解決的就是「市場如何表達判斷」。

在 Predix Ai 中，用戶圍繞事件結果進行買賣，市場透過供需關係形成動態價格。平台並不依靠後台預設賠率來決定價格，也不透過中心化方式替代市場判斷，而是讓價格在真實參與中逐步形成。也正因如此，Predix Ai 的價格並不是一個靜態數字，而是一種持續變化的市場語言。

在 Predix Ai 的敘事中，價格即機率，價格即共識。

價格所反映的，不只是成交本身，而是參與者對於未來結果的集體預期，是市場對某一事件發生機率的動態修正，也是群體認知在交易行為中的即時投影。

這一層之所以重要，在於它把「判斷」從抽象的觀點，轉化為具體的市場訊號。沒有價格形成層，用戶的參與只是表達；有了價格形成層，用戶的表達才真正變成可計算、可比較、可累積的市場共識。

從更深層來看，價格形成層還承擔著三個關鍵作用：

- **它使未來事件具備了被量化表達的能力。**
- **它使市場參與不再停留在「支持或反對」的口頭層面，而進入真實博弈層面。**
- **它讓平台能夠持續形成價格曲線、市場熱度與事件共識記錄，為後續結算與生態擴展提供基礎。**

因此，價格形成層不僅是交易機制，更是 Predix Ai 把未來判斷市場化的核心橋樑。

9.4 結算驗證層

預測市場最根本的問題，從來不只是「如何讓用戶參與」，而是「如何讓市場相信結果能夠被正確結算」。因此，結算驗證層是 Predix Ai 整個產品機制中最關鍵的可信度基礎。

當事件結果最終落地後，系統將依據公開規則、可驗證資料來源或可信機制完成最終結果結算。也就是說，Predix Ai 並不把市場的終局交給模糊口徑，也不把結果交給隨意解釋，而是試圖將結算建立在盡可能清晰、透明、可驗證的基礎之上。

這一層的重要性在於，沒有結算驗證，市場即使在短期內形成熱度，也無法形成長期信任；而沒有長期信任，平台就不可能從短期流量產品成長為真正的市場基礎設施。結算驗證層之於 Predix Ai，就像清算體系之於金融市場，是整個系統能夠長期運轉的制度基礎。

結算驗證層至少承擔四個作用：

- **結果確認**：明確事件最終以何種結果完成判定。
- **規則執行**：按照既定規則對不同參與方向進行收益與結果歸屬處理。
- **爭議邊界管理**：確保複雜事件或高關注度事件有清晰的判定依據與處理路徑。
- **信任沉澱**：讓每一次市場結算都成為下一輪市場參與的信任憑證。

Predix Ai 長期可信度的核心，不在於某一次市場是否火爆，而在於用戶是否相信：這個市場的結果是可驗證的，這個平台的結算是有依據的，這套規則是公開透明並且可持續執行的。

9.5 流動性承接層

在預測市場中，判斷本身並不會自動形成市場，只有當判斷被流動性承接，市場才真正存在。沒有流動性，價格難以形成，深度難以建立，用戶體驗難以穩定，市場也就無法持續運轉。

因此，流動性承接層的作用，是確保事件市場具備連續性、可參與性與價格效率。它所承接的，並不只是「交易動作」，而是整個市場的深度基礎與可持續運轉能力。

在 Predix Ai 的產品邏輯中，流動性承接層至少包含以下意義：

- 讓事件市場不只是存在，而是真正「可交易」
- 讓用戶參與不只是表達，而是能夠被真實匹配與承接
- 讓價格變化不只是情緒波動，而是具備市場深度支撐
- 讓平台不只是形成短期熱點，而是形成連續交易結構

流動性承接層越穩，用戶對價格的信任就越高；價格越有效，市場的吸引力就越強；市場吸引力越強，更多用戶與更多事件就越可能進入平台，形成正向循環。

也就是說，流動性承接層不僅是交易效率問題，更是 Predix Ai 能否把「未來判斷」真正沉澱為「未來市場」的關鍵基礎。它是價格形成層的支撐，也是結算驗證層得以發揮作用的前提。

9.6 傳播擴散層

Predix Ai 的一個鮮明特徵，在於每一個事件市場都天然具備傳播屬性。一個具有爭議性、公共關注度或社群討論度的未來事件，往往天然能夠觸發討論；討論會帶來更多關注；關注會帶來更多參與；參與會帶來價格變化；而價格變化又會反過來強化討論熱度。

這種「討論—參與—價格—再討論」的循環機制，使傳播擴散層成為 Predix Ai 的天然增長引擎。

在傳統內容平台中，熱點可以形成傳播，但未必能夠形成市場；

在傳統交易平台中，市場可以形成價格，但未必天然適合傳播；

而在 Predix Ai 中，事件既是內容單元，又是交易單元，因此傳播與交易並不是割裂的，而是彼此促進的。

傳播擴散層的重要性在於，它讓平台的增長不只是依賴硬性投放或單純營運，而是能夠藉助事件本身的討論價值、爭議價值、公共價值與社交價值形成自傳播閉環。每一個事件市場都可能成為一個話題入口、一個內容節點、一個社群討論中心，甚至是一個外部流量入口。

這意味著，Predix Ai 所擁有的並不是單一市場功能，而是一種「市場化傳播」能力。熱點可以轉化為參與，參與可以轉化為價格，價格可以再次轉化為傳播，從而推動平台在產品層與增長層同時運轉。

9.7 生態擴展層

如果前五層解決的是「一個市場如何被建立、被交易、被結算、被傳播」，那麼生態擴展層解決的就是「平台如何從若干市場成長為長期網絡」。

在長期演進中，Predix Ai 不會止步於官方創建市場，而可能逐步開放更多協作方式與生態角色。未來，Predix Ai 可以逐步延伸到：

- 專題社群
- 創作者協作
- KOL 市場
- 子市場創建
- 社群專題玩法
- 更多共建型生態模組

這一層意味著，Predix Ai 的未來並不只是「平台供給市場、用戶參與市場」的單向結構，而是可能逐步演化為「更多角色共同構建市場、共同組織內容、共同沉澱流動性」的網絡型結構。

生態擴展層之所以重要，是因為任何一個平台若想具備長期生命力，都不能只依賴官方單邊供給。真正具備網絡效應的系統，往往能夠不斷吸引新的參與角色、新的事件供給者、新的傳播節點與新的價值協作者進入，從而形成持續生長的生態結構。

因此，Predix Ai 的生態擴展，不只是功能增加，而是平台邊界的打開。它讓 Predix Ai 有機會從「一個預測市場產品」逐步成長為「一個鏈上未來事件市場網絡」。

9.8 專案邏輯閉環

在六層機制的協同下，Predix Ai 的整體專案邏輯閉環可以概括為：

事件產生關注：

- 用戶形成判斷
- 判斷進入交易市場
- 價格形成共識
- 流動性承接交易
- 結果落地並完成結算
- 市場記錄沉澱信任
- 更多用戶進入下一輪事件市場

這一閉環看似簡單，但實際上構成了 Predix Ai 的核心系統邏輯。

首先，外部世界中的未來事件不斷產生關注，這是平台內容供給的起點；

其次，用戶圍繞這些事件形成判斷，並將判斷帶入市場；

隨後，市場透過交易形成價格，使分散的判斷轉化為可見的共識表達；在流動性支撐下，價格得以持續修正，市場得以連續運轉；

當結果最終落地後，結算機制完成驗證與處理，使整個事件市場獲得結果閉環；

而每一次被驗證的市場，又會沉澱為平台信任資產，推動更多用戶進入更多事件，形成下一輪循環。

一旦這一閉環持續運轉，Predix Ai 就不再只是某一個單獨的預測功能，而會逐步成長為一個不斷自我強化的市場網絡。事件越多，參與越多；參與越多，價格越有效；價格越有效，結算越有意義；結算越可信，用戶越願意持續參與；而這種持續循環，正是 Predix Ai 從產品走向生態、從功能走向基礎設施的關鍵路徑。

Predix Ai 的產品與專案機制，並不是由若干孤立功能拼接而成，而是一套圍繞未來事件市場化、用戶判斷價格化、結果結算規則化、平台增長網絡化而構建的完整系統。

事件市場層提供入口，

價格形成層表達共識，

結算驗證層建立信任，

流動性承接層維持連續性，傳播擴散層放大市場影響，生態擴展層打開長期邊界。

正是在這六層機制的共同作用下，Predix Ai 才不僅是一個「讓用戶參與預測」的產品，而是一個試圖把未來事件、市場共識與價值結算組織為長期鏈上網絡的預測市場生態。

10. 技術架構

Predix Ai的技術架構，並不是為了單純支撐一個事件頁面或一套交易介面，而是為了支撐一個能夠長期運轉的鏈上事件交易與預測網絡。它所面對的並不是傳統內容平台的單向資訊分發問題，也不是傳統中心化競猜系統中簡單的後台賠率分配問題，而是一個更複雜的系統命題：如何讓未來事件能夠被標準化地創建、被市場化地交易、被公開規則地結算，並在此基礎上持續承接流動性、沉澱數據、擴展生態。

Predix Ai 的技術體系必須同時滿足幾個要求：

- 一是前端體驗層要足夠直觀，使普通用戶也能低門檻進入；
- 二是市場引擎層要足夠穩定，使事件創建、參數配置、交易表達與價格形成具備標準化能力；
- 三是結算層要足夠清晰，使結果判定、數據校驗與收益分配能夠形成可信閉環；四是合約層要足夠嚴謹，使關鍵狀態、關鍵資金與關鍵規則具備可驗證性；
- 五是系統層要保留持續擴展能力，使平台能夠從單點產品逐步進化為網絡化生態。

從這個角度看，Predix Ai 的技術架構並不是若干獨立模組的拼裝，而是一套圍繞「事件進入市場—市場形成價格—結果完成結算—結算反哺生態」的完整系統工程。其底層邏輯，是把未來事件轉化為鏈上可組織、可計算、可執行、可擴展的市場對象。

10.1 整體架構分層

Predix Ai 的公開技術架構，可劃分為七個核心層級。七層並不是簡單的上下堆疊關係，而是一個由互動、事件、交易、結算、資金、鏈上狀態與數據增長共同構成的協同系統。

1) 使用者互動層

使用者互動層是 Predix Ai 面向市場的最外層。它承接使用者透過 Web、App、Wallet 等入口進入平台後的全部核心行為，包括市場瀏覽、事件檢索、倉位建立、價格查看、持倉管理、結算結果展示、獎勵領取與鏈上狀態查詢。

這一層的技术目標，不只是「把功能顯示出來」，而是把複雜的底層市場機制轉化為使用者可以理解的可視化互動。對於大眾使用者而言，他們不一定關心底層價格撮合細節或結算驗證邏輯，但他們必須能夠清晰地看到自己參與了什麼事件、當前價格如何變化、持倉處於什麼狀態、未來如何結算、結果為何如此判定。因此，使用者互動層承擔的是「複雜系統的可理解表達」職責。

2) 事件引擎層

事件引擎層是 Predix Ai 的內容組織核心。它負責將「現實世界中的未來事件」轉化為「平台中的標準化市場對象」。在這一層中，系統需要完成事件創建、市場類型選擇、結果結構定義、事件分類管理、開始與結束時間設定、參與規則設定、風險邊界控制與生命週期推進。

事件引擎層要回答的核心問題是：

一個未來事件，如何被標準化地裝配成一個可交易的市場。

如果沒有這一層，平台只能停留在零散的事件展示層面，無法形成統一的市場結構。事件引擎層的存在，使 Predix Ai 未來可以承接二元結果市場、多結果市場、階段性事件市場與專題化市場，並為後續交易、結算與數據增長提供統一底層對象模型。

3) 交易定價層

交易定價層是 Predix Ai 的市場運行核心。它承接使用者圍繞事件結果的買賣行為，並透過市場供需關係形成動態價格。它負責處理訂單表達、頭寸建立、價格更新、市場深度展示、成交記錄同步、倉位狀態計算以及價格曲線生成。

Predix Ai 的關鍵不是讓後台給出一個賠率，而是讓市場本身形成價格。因此，這一層本質上不是「顯示價格」，而是「生產價格」。價格在這裡所代表的，不只是數值變動，而是市場參與者對於未來結果機率的持續博弈與動態修正。

技術上，交易定價層必須保證三個能力：

第一：價格響應必須即時，能夠反映參與行為；

第二：狀態同步必須穩定，避免前後端數據錯位；

第三：倉位邏輯必須精確，確保每個使用者的參與方向、成本、數量與待結算收益均可被清晰記錄。

4) 結算驗證層

結算驗證層決定 Predix Ai 能否建立長期公信力。對於預測市場而言，交易並不是終點，真正的終點是結果如何被確認、如何被驗證、如何被執行結算。

這一層負責結果確認、可信數據接入、結果來源校驗、爭議處理機制、結算觸發條件判斷以及收益與虧損結果的執行分發。也就是說，它既包括「判定邏輯」，也包括「執行邏輯」。

Predix Ai 的結算驗證層必須盡可能避免模糊解釋與臨時裁定，而是要將結果確認建立在公開規則、可驗證數據來源或可信機制之上。因為只有當使用者相信結果判定路徑是清晰的、可複核的、不是隨意改變的，市場價格本身才具備長期意義。

5) 流動性與資金層

流動性與資金層，是 Predix Ai 整體市場可持續運轉的資金基礎。它負責承接市場流動性、管理資金池狀態、處理參與資產的進出、執行獎勵分配、監控資金邊界並控制關鍵資金操作權限。

它與傳統 DeFi 中單一資金池管理有所不同，因為 Predix Ai 所面向的是事件市場結構，流動性不僅關乎交易效率，還關乎市場能否形成連續性、價格能否具備深度、使用者能否形成穩定參與預期。

這一層還需要特別重視安全隔離。因為市場資金、結算資金、獎勵資金與平台激勵資金在邏輯上可能並不完全相同，若邊界不清，極易在後期放大營運風險與信任風險。因此，Predix Ai 的資金層設計必須強調用途隔離、權限隔離、路徑可追蹤與狀態可審計。

6) 鏈上合約層

鏈上合約層是 Predix Ai 的規則執行核心與可信狀態承載核心。關鍵交易記錄、關鍵頭寸映射、事件狀態切換、結果結算、代幣互動、獎勵發放與關鍵狀態證明，都需要在這一層完成可驗證處理。

這一層並不意味著所有邏輯都必須上鏈，而是意味著所有影響信任的關鍵邏輯，都必須有清晰的鏈上承載邊界。Predix Ai 作為一個鏈上事件交易與預測網絡，其可信度並不來自「宣稱透明」，而來自「關鍵狀態可驗證」。

因此，鏈上合約層的設計重點不只是功能是否完備，而是結構是否清晰、權限是否收斂、執行是否可審計、升級是否可控。一個合格的預測市場合約系統，不只是能運行，還必須能被驗證、能被解釋、能被複查。

7) 數據與增長層

Predix Ai 不是單一交易系統，它天然具備內容傳播與市場增長屬性。因此，數據與增長層不只是輔助層，而是平台形成長期網絡效應的重要一環。

這一層負責行情數據介面、事件熱度分析、傳播鏈路追蹤、使用者行為分析、參與路徑識別、內容推薦、市場排序、營運輔助與增長策略支援。其本質作用，是把平台運行中沉澱的大量行為與市場數據，重新轉化為增長能力、推薦能力與生態擴展能力。

Predix Ai 的許多核心增長優勢，實際上都需要依賴這一層來放大。因為事件是否值得被突出展示、哪些市場更容易傳播、哪些使用者更傾向參與某類事件、哪些題材具備更強的裂變潛力，這些都不是憑直覺決定的，而必須建立在持續的數據沉澱與分析能力之上。

10.2 核心技術模組

Predix Ai 的核心技術模組，不應被理解為鬆散的功能拆分，而應被理解為一組圍繞事件對象、市場狀態、結果判定與激勵流轉而建立的執行單元。

事件市場合約模組

此模組用於承載事件創建、結果定義、狀態管理、參與參數與規則邊界。它是平台中每一個事件市場的鏈上骨架。每個事件進入系統後，必須具備可識別的唯一標識、可追蹤的生命週期狀態以及可執行的規則參數，否則後續交易與結算都無法標準化。

交易與頭寸模組

該模組負責記錄用戶參與方向、成交價格、持倉變化、未結算狀態與最終收益歸屬。它本質上是市場行為的帳本層。無論前端互動如何簡化，底層都必須確保：用戶的每一次參與，都能被清晰映射為一段可查詢的頭寸狀態。

結算模組

結算模組在事件結果確認後啟動，根據既定規則將市場結果轉化為可執行的價值流轉。它不僅負責「計算結果」，還負責「執行結果」。因此，它既依賴結果驗證模組，也需要聯動資金與合約模組。

數據驗證模組

此模組用於接入預設結果來源、公開數據來源或可信驗證機制，為事件結果判定提供外部依據。由於預測市場的標的具有多樣性，因此這一層必須具備适配不同事件類型的擴展能力，而不是只綁定單一數據結構。

激勵分發模組

該模組負責代幣釋放、分紅池發放、節點 / NFT 空投執行以及生態激勵記錄。它的作用不只是「發放獎勵」，而是確保整個平台的激勵邏輯具備規則性、週期性與可追蹤性。

10.3 技術原則

Predix Ai 的技術架構長期應遵循四個底層原則，這四個原則並不是工程口號，而是決定平台能否從產品走向基礎設施的邊界條件。

公開透明

關鍵規則必須可見，核心狀態必須可驗證。Predix Ai 的可信度，不應建立在敘事上，而應建立在狀態證明上。用戶需要相信，事件規則不是事後修改的，結算結果不是臨時決定的，關鍵數據不是不可查詢的。

模組化擴展

市場類型、事件品類、結果結構、結算方式與數據來源機制，都必須保留持續擴容空間。

Predix Ai 的目標不是只服務於某一類固定市場，而是逐步形成可擴展的預測網絡，因此底層架構必須天然支援模組替換與功能擴展。

安全可控

關鍵資金流、關鍵結算動作、關鍵權限必須具備嚴格邊界。特別是在預測市場中，結果確認與資金分發是最敏感的兩個環節，因此權限設計、暫停機制、升級邏輯、異常處理與審計留痕，都必須前置考量，而不是事後補救。

高傳播適配

Predix Ai 不是封閉交易系統，而是具備天然傳播屬性的事件市場網絡。因此，產品數據、市場熱度、價格變化、結果結算與事件進程，都應具備可展示、可引用、可擴散的技术結構，以適配社交傳播與社群裂變。

10.4 技術總結

Predix Ai 的技術架構，最終要服務的並不是「將若干功能拼接出來」，而是將未來事件真正組織為一個可交易、可驗證、可擴展、可持續運轉的鏈上市場系統。

使用者互動層解決的是參與門檻，

事件引擎層解決的是事件標準化，

交易定價層解決的是判斷如何形成價格，

結算驗證層解決的是結果如何形成信任，

流動性與資金層解決的是市場如何持續運轉，鏈上合約層解決的是關鍵規則如何被驗證，

數據與增長層解決的是平台如何持續擴張。

七層形成穩定協同後，Predix Ai 就不再只是單純的預測頁面集合，而會逐步成為一個擁有事件組織能力、市場定價能力、結果結算能力與生態擴展能力的鏈上預測網絡。



11. 代幣經濟學


Predix Ai 平台代幣為 AIC (Ai Coin) ，總量為 10 億枚，並採用 0 稅模型。

11.1 基礎參數


- 代幣名稱：Ai Coin
- 代幣簡稱：AIC
- 總量：1,000,000,000
- 交易稅：0稅

11.2 代幣分配


根據資料，AIC 的公開分配結構如下：

 **50%: Ai Fi LP 挖礦**


用於流動性挖礦釋放，週期為 50 天，每天 1%，總計 5 億枚。

 **5%: 空投節點**


用於節點參與者激勵。

 **5%: 空投 NFT**

用於 NFT 參與者激勵。

 **20%: 底池**

用於平台市場運轉、流動性承接或關鍵市場支撐。

 **4%: Ai Fi 分紅池**

用於生態分配與激勵回流。

 **16%: 預測平台開發費用**

用於產品研發、系統建設、技術迭代與營運基礎投入。



分配總和為100%，結構完整。

11.3 經濟學原則

Predix Ai 的代幣經濟學，不應僅僅圍繞「發幣」展開，而應圍繞「市場構建」展開。

AIC 的作用，應服務於四個核心方向：

- **支撐市場流動性**
- **激勵早期參與者**
- **綁定生態協作者**
- **推動平台長期擴展**

AIC 並不是單獨存在的交易符號，而是 Predix Ai 預測市場網絡中的激勵與價值協調媒介。

12. 代幣模型

Predix Ai 的產品機制解決的是「未來事件如何進入市場、市場如何形成價格、結果如何完成結算」，那麼 AIC 所承擔的，就是把這一整套市場行為進一步組織為一個可持續運轉的價值系統。

AIC 並不是一個孤立存在的交易符號，也不只是為了滿足代幣發行層面的形式需求而被設定出來。它在 Predix Ai 生態中的真正意義，在於作為平台運行、市場參與、激勵協同與長期網絡擴展之間的價值連接器。換句話說，AIC 不只是一個 Token，它更像是 Predix Ai 生態內部的一種統一價值介面——連接市場、連接參與者、連接流動性，也連接平台未來的增長結構。

Predix Ai 所構建的不是單一資產交易平台，而是一個圍繞未來事件判斷展開的鏈上市場網絡。這樣的網絡天然需要一個具備統一承接能力的核心代幣，用於支持市場運行、激勵分發、流動性組織以及生態協同。AIC 的定位，正是在這一背景下被賦予的。它既服務於平台早期冷啟動，也服務於中期市場擴張，更服務於長期網絡效應的沉澱。

從整個生態結構來看，AIC 至少承擔四個層面的功能價值。

1. AIC 是 Predix Ai 的流動性媒介

任何鏈上市場想要長期成立，首先都必須解決「價值如何進入系統並在系統內部流轉」的問題。Predix Ai 面向的是未來事件市場，而不是單純的資訊討論場域，因此它需要一個能

夠在事件市場、激勵池、生態資金層之間形成統一承接的價值媒介。AIC 的第一個核心角色，就是承擔這一職責。

它的存在，使平台不同層級的價值活動擁有統一計量與流轉基礎。無論是早期市場參與、流動性池構建、平台內部激勵，還是後續生態協同與獎勵回流，AIC 都可以作為其中的核心價值載體。也正因如此，AIC 並不只是「可以交易」，而是「可以被用於組織市場」。

這類設計的關鍵，不在於代幣能否流通，而在於它能否真正成為市場內部的價值骨架。只有當一個代幣具備足夠清晰的流動性角色，它才不會只是短期交易對象，而會逐步具備市場內部節點資產的屬性。AIC 的價值基礎，首先來自它在生態中的承接作用，而不是來自單純的敘事包裝。

2. AIC 是早期參與與持續參與的激勵媒介

Predix Ai 並不是一個依靠自然流量就能瞬間長成的系統。無論是事件市場的初期活躍度，還是用戶對平台機制的理解與適應，都需要透過明確的激勵設計來完成早期冷啟動。因此，AIC 的第二個重要角色，是作為參與激勵媒介，吸引並綁定第一批進入系統的用戶、節點、NFT 持有者、LP 用戶和生態協作者。

這一點非常重要。因為對一個處於早期階段的預測市場網絡而言，最難建立的並不是「有沒有概念」，而是「有沒有真實參與」。如果沒有足夠的初始流動性、沒有足夠的早期參與深度、沒有足夠的第一批共建者，那麼市場就很難從概念走向真實運行。

AIC 的激勵屬性，正是為了回應這一問題。它既是參與的獎勵工具，也是共建的綁定工具。平台透過節點、NFT、流動性與生態協作相關的分配結構，不是簡單地做一次發放動作，而是在建立一種更長期的參與關係：讓早期進入者不是短暫停留的流量，而是平台成長過程中的利益協同者。

因此，AIC 在激勵層面的作用，不應被理解為「發幣拉人」，而應被理解為「用價值分配把早期市場結構建立起來」。它所要激勵的，不只是短期參與熱情，而是早期網絡形成所必須的深度、黏性與協同關係。

3. AIC 是平台生態內部的協同媒介

Predix Ai 並不是只靠事件交易這一件事運轉。隨著平台向更完整的生態結構推進，未來一定會涉及市場激勵、分紅池安排、生態合作、社群共建、內容協同、長期擴展預算等多個層面的資金與價值協調。AIC 在這一層的作用，就是作為生態內部的協同媒介，承擔連接不同功能模組與不同參與角色的統一價值介面。

這一點決定了 AIC 不是一個「只服務交易」的代幣，而是一個「服務生態運行」的代幣。它不僅承接流動性，也承接平台內部的價值回流；不僅承接用戶參與，也承接生態發展中的協同支出。平台在設計分紅池、合作資源、激勵機制和後續擴展計畫時，需要有一個足夠統一、足夠可調度的價值層，否則整個生態在擴展過程中就很容易出現割裂。

因此，AIC 的協同意義，不在於它功能很多，而在於它讓平台在不同階段、不同模組之間擁有一個共同的價值核心。它把市場、用戶、合作方、激勵池和平台未來擴展這幾個原本容易分散的部分，放進了同一個價值框架裡。一個真正有潛力成長為網絡型生態的專案，核心代幣一定不只是一個「買賣標的」，而必須是一個「協同中樞」。AIC 的設計方向，正是在朝這個目標靠攏。

4. AIC 是 Predix Ai 網絡效應的價值表達媒介

Predix Ai 的長期目標，並不是做一個局部功能產品，而是做一個圍繞未來事件定價能力持續增長的預測網絡。網絡與產品最大的不同，在於前者會隨著參與者增多、事件供給增多、流動性沉澱加深而不斷強化自身價值結構。

在這個過程中，AIC 的角色也不會停留在早期激勵或流動性承接上。隨著平台事件市場逐步增加、用戶參與頻率逐步提高、市場價格不斷形成、結算記錄持續沉澱，AIC 會越來越像 Predix Ai 網絡效應的一種價值表達工具。

也就是說，AIC 的長期意義，並不只來自它今天承擔了什麼功能，而來自它未來能否伴隨平台網絡效應同步成長。一個代幣如果只能服務於平台冷啟動，那它的生命週期很短；但如果它能夠伴隨平台從產品走向網絡、從流量走向流動性、從參與走向共識沉澱，那麼它的價值結構就會更具長期性。

Predix Ai 之所以需要 AIC，不只是因為市場需要代幣，而是因為平台未來如果真的成長為一個圍繞「未來定價權」展開的市場網絡，就必須有一個能夠承接這種網絡效應的核心價值媒介。AIC 的深層邏輯，正在這裡。

0 稅模型的意義

AIC 採用 0 稅模型，這一設計本身就說明，Predix Ai 對代幣機制的理解，並不建立在「高稅維持短期價格結構」的路徑上，而是更傾向於把重心放在市場效率、參與友好度與價格發現機制上。

這是一種比較克制、也比較考驗營運能力的模型。因為很多專案會透過高稅設計建立短期防線，例如限制買賣、製造通縮錯覺、透過交易稅來提供表面上的價值支撐。但 Predix Ai 在 AIC 的設計上並沒有把核心邏輯放在這裡，而是選擇以更低摩擦的方式，讓市場交易本身變得更順暢。

0 稅模型的延伸意義

0 稅模型帶來的第一個直接意義，是降低用戶參與摩擦。對於一個需要高頻互動、需要不斷形成價格、需要承接熱點事件的預測市場而言，用戶進入與退出的成本越低，市場活躍

度通常越容易建立。尤其是在平台希望吸引大眾用戶參與時，過高的交易摩擦會嚴重削弱用戶對市場的直覺體驗，而 0 稅則更適合形成輕量、直接且連續的參與感受。

第二個意義，是提升價格發現效率。預測市場的核心不只是「有人參與」，更在於「價格能否真實反映判斷」。如果交易本身被過多稅制扭曲，那麼市場價格就很容易偏離真實供需關係，用戶也更容易把代幣視為高摩擦工具，而不是高效率媒介。AIC 的 0 稅模型，有利於讓價格形成更接近真實市場回饋。

第三個意義，是更適合高頻事件市場的發展。Predix Ai 並不只是承接低頻的大事件，它未來天然會承接大量熱點型、階段型與高互動型事件市場。這樣的市場結構，對流動性效率與用戶參與速度的要求更高。如果代幣本身具備過強的稅制約束，就會削弱高頻市場的運行效率。0 稅模型在此，是更貼合平台產品結構的設計。

但反過來說，0 稅模型也意味著一件事：專案方不能依賴交易稅去補貼一切，也不能把代幣價值維持邏輯建立在稅收回流之上。它要求平台必須在市場深度、用戶增長、生態協同與流動性組織上做得更扎實。因為沒有稅收兜底，真正能支撐代幣長期運轉的，只能是平台本身的市場活力與生態組織能力。

因此，AIC 的 0 稅，並不是「沒有設計」，恰恰相反，它是一種更依賴長期能力的設計。它將代幣的生命力更多交還給平台自身的市場品質，而不是交給稅制幻覺。

釋放模型的結構理解

在 AIC 的總量分配中，Ai Fi LP 挖礦部分佔 50%，並採用「50 天、每天 1%、每日 1000萬枚」的釋放節奏。這個結構非常鮮明，它並不屬於那種偏保守、偏長期線性釋放的傳統模型，而是一種明顯服務於平台前期啟動的加速型釋放設計。

從結構意圖來看，這部分釋放並不是為了製造長週期稀缺敘事，而是為了盡快完成市場冷啟動。對於 Predix Ai 這樣的專案而言，早期最重要的不是「把釋放壓得多慢」，而是「能否快速建立足夠的流動性與參與深度」。如果沒有前期足夠的流動性，事件市場很難形成交易效率；如果沒有足夠的參與深度，平台就很難讓價格具備參考意義；如果價格不具備意義，整個預測市場的價值就難以真正被用戶感知。

因此，這 50% 的 LP 挖礦釋放，更像是一種啟動燃料。它的目標並不是單純地「發出更多代幣」，而是在最初階段迅速建立市場的幾個關鍵條件：具備足夠的流動性承接、具備足夠的早期用戶參與、具備足夠的市場厚度支撐產品體驗，以及具備足夠的第一批網絡參與者願意留下來。

這類加速釋放模型也天然意味著專案必須同步具備較強的後續承接能力。因為前期釋放快，代表後續平台需要更快建立實際使用場景、用戶黏性與生態認同，否則容易出現「前期激勵很強，後期支撐不足」的問題。因此，這一模型並非不可行，而是必須與平台增長節奏、事件市場活躍度與流動性管理能力一同評估，不能孤立理解。

節點與 NFT 的角色

在 AIC 的分配結構中，節點空投與 NFT 空投各佔 5%。這兩部分比例雖然不高，但從結構意義上看非常關鍵。因為它們說明，Predix Ai 並不希望整個生態只圍繞二級市場交易展開，而是希望將「身份」「早期貢獻」「社群共建」與「生態成長」等關係納入代幣模型之中。

節點的存在，通常意味著平台希望建立更具組織性的早期協同網絡。它代表的不是普通流量進入，而是更深層的生態參與。節點空投的意義，在於將平台發展與一部分早期結構性參與者綁定，讓他們不只是旁觀市場，而是被納入平台成長邏輯之中。

NFT 的角色則更偏向身份化、社群化與長期連結。Predix Ai 若要成長為一個網絡型生態，僅有交易用戶是不夠的，它還需要形成社群認同、參與身份與長期歸屬感。NFT 空投的設置，本質上是在為這種「非純交易型關係」預留價值介面。它讓平台未來在社群組織、會員結構、專題活動與長期權益設計上，擁有更豐富的空間。

因此，節點與 NFT 在 AIC 模型中的意義，不只是兩塊空投份額，而是兩種不同的早期協同方式：節點偏向結構性共建，NFT 偏向身份性連結。

這說明 Predix Ai 想要建立的，並不是一個只依賴買賣驅動的短線市場，而是一個將參與關係、社群結構與平台成長綁定在一起的生態系統。

底池與分紅池的結構意義

AIC 分配中，20% 用於底池，4% 用於 Ai Fi 分紅池。這部分結構的存在，說明 Predix Ai 在設計代幣模型時，並不只是考慮「如何把代幣分出去」，而是同步考慮了「市場如何承接」「生態如何回流」「平台如何保持協同穩定」等更長期的問題。

底池的意義，首先在於市場基礎承接。對於一個圍繞未來事件運行的預測市場而言，市場並不是靠空洞敘事維持，而是靠真實流動性與真實參與深度維持的。底池的存在，本質上是在為平台早中期市場運行提供基礎支撐，使系統在面對事件擴展、市場承接與用戶增長時，不至於缺乏底層資金結構。

而分紅池的意義，則更多體現在生態內部的持續激勵與價值回流。一個平台如果只有前期發放，而沒有後續回流，很容易在擴展過程中形成單向消耗結構；但若平台能在增長之外，

同時保留一個穩定的回流與協同池，那麼在後續激勵安排、生態共建、合作分配與長期參與者維護上，就會更具彈性與穩定性。

因此，這兩部分結構共同說明了一點：Predix Ai 對 AIC 的理解，並不是單純將其視為一個流通型代幣，而是將其納入一個更完整的市場與生態框架中設計。

20% 底池，解決的是市場承接問題；

4% 分紅池，解決的是生態回流問題。

一個解決「市場如何運行」，一個解決「生態如何留存」，兩者共同構成了 AIC 在中長期運行中的穩定結構基礎。

AIC 模型總結

AIC 的代幣模型，本質上並不是圍繞「短期價格刺激」構建，而是圍繞 Predix Ai 作為一個預測市場網絡，如何完成啟動、運轉、協同與擴展而設計。

它首先是流動性媒介，為事件市場與生態資金層提供統一承接；

它同時也是激勵媒介，用於吸引並綁定第一批參與者與共建者；

它還是協同媒介，連接平台內部不同模組、不同角色與不同階段的發展需求；

隨著平台持續成長，它也有機會進一步成為 Predix Ai 網絡效應的價值表達媒介。

0 稅模型說明，Predix Ai 更重視市場效率與真實價格發現，而非依賴交易稅構建短期支撐；前置加速釋放說明，平台更重視早期冷啟動與流動性建立，而非過度依賴長期延遲釋放敘事；

節點與 NFT 結構說明，平台重視社群身份與早期共建，而非僅依賴純二級流通邏輯；

底池與分紅池的安排，則說明專案在設計代幣模型時，已將市場承接與生態回流同步納入考量。

因此，AIC 的核心意義，不在於它是否是一個「可交易的代幣」，而在於它能否真正成為 Predix Ai 市場網絡中的價值中樞。

如果 Predix Ai 未來能夠持續擴展事件市場、沉澱用戶判斷、形成價格共識並建立可信結算，那麼 AIC 的價值邏輯就不會停留在代幣表層，而會逐步嵌入整個生態的運行結構之中。



13. 三年路線圖

第一階段：基礎啟動期（第 1 年）

此階段的目標，是完成 Predix Ai 從概念到市場入口的冷啟動。

核心任務

- 完成品牌體系、官網體系、白皮書體系與專案對外表達統一
- 完成 AIC 代幣基礎部署與生態參數公示
- 上線首批事件市場產品
- 建立基礎交易、價格顯示、結算結果展示與用戶持倉介面
- 啟動 Ai Fi LP 挖礦與節點 / NFT 空投計畫
- 完成首批社群建設與市場教育
- 聚焦「未來事件可以交易」的市場心智建立

預期成果

- 建立首批用戶與首批流動性
- 驗證事件市場的基礎交易閉環
- 形成初步品牌認知與傳播樣板
- 完成從「概念專案」到「市場型產品」的第一步跨越

第二階段：市場擴張期（第 2 年）

此階段的目標，是讓 Predix Ai 從單一產品，走向更豐富的事件網絡與更高頻的市場場景。

核心任務

- 擴展更多事件類別：市場、體育、社會、政策、熱點、Web3 專題等
- 上線多結果市場與階段性事件市場
- 提升價格形成效率與結算驗證能力
- 建立更系統化的流動性承接機制
- 增加 KOL 專區、社群專題、主題市場

- 建立更強的社群媒體傳播與增長營運體系
- 推動 AIC 在平台內更多功能位的協同使用

預期成果

- 提高事件市場密度與更新頻率
- 提高用戶留存與再參與率
- 形成平台自身的「內容 - 市場 - 傳播」聯動效應
- 初步建立「未來事件市場入口」的品牌認知

第三階段：生態網絡期（第 3 年）

此階段的目標，是讓 Predix Ai 從「平台」升級為「網絡」，從「入口」升級為「中心」。

核心任務

- 推動更多子市場、專題市場與生態協作入口開放
- 逐步建立創作者協作、社群共建與專題聯動機制
- 推動更多鏈上組件與外部場景聯動
- 強化數據、市場、內容與價格之間的系統協同
- 建立 Predix Ai 的長期生態治理與公共規則體系
- 讓 AIC 更深度融入平台增長與生態協同機制

預期成果

- Predix Ai 從事件交易產品走向預測市場網絡
- 平台具備更高層級的市場沉澱能力與流動性承接能力
- 逐步形成「未來定價權」中心的雛形
- 成為 Web3 中具有代表性的鏈上預測市場生態入口之一

14. 未來願景

Predix Ai 的願景，並不止於成為一個讓用戶猜測結果的平台，而是成為 Web3.0 世界裡「未來定價權」的流動性中心。這一表述本身，來自於核心專案定位。

Predix Ai 希望完成三件事：

第一，讓未來事件不再只是討論對象，而成為公開市場對象。

第二，讓用戶判斷不再只是情緒表達，而成為價格表達。

第三，讓價格與結果不再停留在敘事層，而進入公開可驗證的結算層。

當越來越多的人習慣用市場，而不是爭論來表達對未來的看法；

當越來越多的事件透過公開規則，而不是後台裁定完成結算；

當越來越多的流動性開始承接「未來本身」的定價需求；

Predix Ai 的價值，就不再只是產品價值，而會逐步演化為一種市場基礎能力。

Predix Ai 希望在未來的 Web3 世界中，成為連接未來事件、市場共識、流動性承接與公開結算的關鍵橋樑。

15. 風險提示

Predix Ai 所面向的是一個極具潛力，但仍處於早期階段的賽道。

未來事件市場的價值，在於它連接了判斷、機率、價格與結算；而其難點，也在於需要長期解決流動性、產品理解、結果驗證、規則透明與生態擴展等多重問題。

因此，Predix Ai 的公開白皮書，不應只是一份市場宣傳材料，更應是一份長期建設聲明：

我們不是在做短期情緒承接工具，而是在搭建一個圍繞未來定價權的鏈上市場網絡。

同時需要說明的是，本文檔中的路線圖、技術架構擴展表述與未來生態規劃，屬於基於現有資料整理出的公開版本規劃性描述；

具體上線節奏、市場功能邊界、技術實現方式與營運推進進度，應以後續官方實際披露、鏈上數據與產品發布為準。



Predix Ai

T H A N K S

WHITEPAPER