

LINKPRO

AI × Web3 Communication Infrastructure

重新定義人類溝通的下一代基礎設施

The Next-Generation Infrastructure for Human Communication

**One Person. Multiple Identities.
AI Inside Every Conversation.
Your Communication. Your Rules.**

官方白皮書 · Official Whitepaper

Version 3.0 · 2026

目錄 · Table of Contents

第一章 執行摘要	Executive Summary
第二章 產品定位	Product Positioning
第三章 市場背景與核心問題	Market Context & Core Problems
第四章 設計哲學與核心理念	Design Philosophy
第五章 身份層 Identity Layer	Multi-Identity System
第六章 AI 原生通訊 AI Native Messaging	AI-Powered Communication
第七章 自適應隱私引擎	Adaptive Privacy Engine
第八章 安全空間系統	Secure Space System
第九章 智慧群組系統	Intelligent Group System
第十章 Web3 應用架構	Web3 Application Layer
第十一章 技術架構總覽	Technical Architecture
第十二章 產品壁壘分析	Competitive Moats
第十三章 商業模式	Business Model
第十四章 增長策略	Growth Strategy
第十五章 發展路線圖	Product Roadmap
第十六章 目標用戶與應用場景	Target Users & Use Cases
第十七章 團隊與願景	Team & Vision
第十八章 結語	Conclusion

第一章 · 執行摘要

Executive Summary

當信息開始超越人類處理能力,沟通就必須被重構。

LinkPro 不是又一個聊天工具,而是一個 AI 原生、Web3 就緒的通訊基礎設施(AI Native Communication Infrastructure)。我們認為,人類進入「信息爆炸」時代之後,主流通訊產品(WhatsApp、Telegram、WeChat)的底層邏輯——把用戶當作「信息傳遞管道」——已經無法再匹配真實需求。

用戶今天面對的真正問題,不再是「能不能把消息發出去」,而是:

- 一個身份裝下了工作、家庭、社群、匿名等多重關係,彼此嚴重衝突
- 群組信息過載,真正重要的決策被淹沒在閒聊、表情與轉發之間
- 隱私控制粗糙,「已讀/在線/轉發」無法因場景而異
- AI 仍停留在外掛式的助手,沒有進入沟通的核心
- 用戶花在「管理沟通」上的時間,已經超過「真正沟通」本身

LinkPro 從四個核心架構重新回答這些問題:

01

Identity Layer · 多身份層

把「身份」作為沟通的最小單位。一個帳號下可同時持有工作、私人、社群、匿名等多重身份,每個身份都有獨立聯絡人、群組、通知與規則。

02

AI Native Messaging · AI 原生沟通

AI 不是聊天裡的機器人,而是管理沟通本身。長對話摘要、群組重點提取、決策識別、智能回覆與多語翻譯,讓用戶減少 70% 無效閱讀。

03**Adaptive Privacy Engine · 自適應隱私**

把隱私從「全域開關」升級為「可編程規則」。每段對話可獨立設定轉發、已讀、在線、存活時間與訪問條件。

04**Secure Space System · 安全空間**

透過多重驗證入口進入隱藏空間,為高價值沟通——商業協作、核心團隊、私密檔案——提供獨立的訪問邏輯。

在此之上, LinkPro 引入 Web3 能力(不發行代幣),用於身份驗證、數據主權與跨平台信任層,並為未來與 AI Agent、DAO、去中心化社群的銜接預留架構入口。

AI 負責理解**Web3 負責信任****人類負責決策**

第二章 · 產品定位

Product Positioning

2.1 一句話定位

LinkPro = 人類溝通的作業系統(Operating System for Human Communication)

LinkPro 不是一個聊天 App,也不是 WhatsApp 的「更好版本」。它是一個建立在 AI 與 Web3 之上的通訊基礎設施,就像 iOS 之於手機、瀏覽器之於網際網路, LinkPro 想成為溝通之於人類認知的作業系統。

2.2 定位對比

為了讓定位更清晰,我們把 LinkPro 與現有產品放在同一張座標上比較:

維度	傳統通訊產品	LinkPro
本質	信息傳遞工具	沟通管理系統
AI 角色	外掛助手 / 貼紙包	原生基礎能力
身份模型	一人一帳號	一人多身份
隱私模型	全局開關	情境化可編程規則
群組邏輯	消息流	信息處理系統
數據主權	平台持有	用戶可選本地/分散式
擴展能力	封閉生態	Web3 + AI Agent 開放層

2.3 使命(Mission)

重構人類溝通方式,讓溝通從「信息流」升級為「可管理系統」。

2.4 願景(Vision)

我們相信,下一代的溝通產品不會再以「誰訊息送得更快、表情更多」取勝,而會以是否幫用戶奪回時間、專注力與隱私主權取勝。LinkPro 的願景是:

讓每個人都擁有

屬於自己的溝通宇宙

第三章 · 市場背景與核心問題

Market Context & Core Problems

3.1 市場現狀

即時通訊已是 21 世紀最重要的數位基礎設施之一。全球超過 50 億用戶每天在 WhatsApp、Telegram、WeChat、LINE、iMessage、Signal 等平台上進行高頻溝通。通訊已從奢侈品變為水電等級的底層需求。

但這個賽道自 2010 年代中期後,幾乎沒有出現範式級創新。核心產品形態停留在:

- 一對一或多對多的消息列表
- 以「群組」承載多人溝通
- 用表情、貼紙與小功能做差異化
- 用「端到端加密」作為安全標配

換句話說,所有產品都在比誰的信息流做得更順,但沒有人真正解決信息流本身帶來的問題。

3.2 五大核心痛點



痛點一 · 身份錯位

用戶同一個帳號裡混合了老闆、下屬、父母、戀人、陌生社群與匿名社交,每一次打字都要先做一輪「我現在是什麼身份」的心智切換,極度耗能。



痛點二 · 信息過載

中等活躍度的用戶平均每天要處理 200+ 條消息、10+ 個活躍群組。真正重要的決策與約定被淹沒在表情、轉發與閒聊中,錯過成本極高。



痛點三 · 隱私顆粒度粗糙

現有產品的隱私設定是「全局的」：一旦開啟已讀回條，對所有人都開啟。無法針對不同情境、不同關係、不同內容做精細化控制。



痛點四 · AI 未進入溝通核心

當下的 AI 功能多半是「翻譯、建議回覆」這類外掛，它幫你寫訊息，但不幫你理解溝通。用戶依然要自己閱讀所有內容、自己抓重點、自己做決策。



痛點五 · 溝通疲勞

當以上問題疊加，用戶出現系統性的「溝通疲勞」：害怕點開群組、拖延回訊、關閉通知、分身帳號。用戶實際上是在管理溝通，而不是在使用溝通。

3.3 問題的本質

問題不在「工具不好用」，而在「工具沒有理解人」。

過去十年的產品優化方向，都在讓信息流動得更順滑，卻沒有回答一個更根本的問題：為什麼人類需要溝通系統？答案不是「為了把訊息送到對方手機」，而是為了建立關係、協同決策、保存記憶、表達自我。當產品只優化「送達」，而忽略了「關係、決策、記憶、身份」，溝通就變成了負擔。

3.4 市場機會

我們認為，未來五年通訊賽道將發生三個結構性轉移，這些都是 LinkPro 的時代性機會：

結構性轉移	LinkPro 的機會
從「消息工具」轉向「溝通系統」	用 AI 做溝通管理，而不是做另一個 Chatbot

結構性轉移	LinkPro 的機會
從「單一身份」轉向「多重身份」	原生支援多身份,降低遷移成本
從「平台持有數據」轉向「用戶主權數據」	Web3 身份 + 分散式存儲
從「人類手動操作」轉向「人 + Agent 協作」	預留 AI Agent 接入的架構入口

第四章 · 設計哲學與核心理念

Design Philosophy

溝通工具應該理解人,而不是讓人適應工具。

LinkPro 的每一個產品決策,都來自四條設計原則。這四條原則不僅是我們的口號,更是我們審查每一個新功能是否應該進入產品的濾網。

4.1 第一原則:溝通是結構化行為

大部分產品把溝通當成「自由流」,但真實的人類溝通其實是高度結構化的——每段對話都有隱含的規則、角色、邊界與目的。

- 工作對話 ≠ 家庭對話
- 一對一 ≠ 一對多
- 短期協作 ≠ 長期關係

LinkPro 讓這些隱性規則「可視、可配置、可執行」,而不是讓用戶在心裡默默維護。

4.2 第二原則:每個身份都是獨立世界

一個人在職場是主管,回家是孩子,在社群裡是匿名貢獻者,在 Web3 裡是錢包地址。這些身份不是同一個「我」的不同面向,而是四個幾乎不重疊的世界。LinkPro 認為,任何讓這些世界被迫共用一個入口的設計,都是在強迫用戶自己做情境切換。

4.3 第三原則:AI 應該降低認知負擔

很多產品把 AI 當作「多一個功能」,結果是用戶要學更多選項、點更多按鈕。LinkPro 認為 AI 的真正價值,是讓用戶少看、少想、少選擇。

判斷一個 AI 功能是否應該存在,只有一個標準:

它是否讓用戶在同樣的溝通裡,花更少的時間、做更好的決策?

4.4 第四原則:用戶擁有溝通主權

這包含三層含義:

1. 身份主權——用戶可自由創建、隱藏、銷毀身份
2. 規則主權——用戶可為每段關係設定獨立規則
3. 數據主權——用戶可選擇本地或分散式儲存,平台不做強制雲端備份

4.5 四原則的產品化對應

設計原則	對應產品模組
溝通是結構化行為	對話規則系統 / 智慧群組
每個身份都是獨立世界	Identity Layer 多身份層
AI 應降低認知負擔	AI Native Messaging
用戶擁有溝通主權	Adaptive Privacy + Web3 身份

第五章 · Identity Layer 身份層

Multi-Identity System

從「一個人一個帳號」,升級為「一個人多個世界」。

5.1 為什麼身份要成為基礎單位

現有通訊產品把「帳號」視為最小單位——一個手機號、一個帳號、一個通訊錄。但真實的人從來不是以「手機號」為單位運作的,而是以「身份」為單位運作。

當我打開工作群,我是「Project Lead」;當我進入家庭對話,我是「兒子/爸爸」;當我進入社群,我是「匿名創作者」。如果這三個身份共用同一個頭像、暱稱、在線狀態與通知策略,那麼不管產品做得多花俏,底層就是錯的。

LinkPro 的 Identity Layer 把「身份」而不是「帳號」作為最小單位,這是我們對整個通訊範式最底層的一次重構。

5.2 身份類型

初始版本內建四類典型身份,用戶也可自建:



Work · 工作身份

用真實姓名與職稱,綁定公司聯絡人與專案群組。預設開啟已讀回條、工作時間通知、會議摘要提取。



Personal · 私人身份

用暱稱與真實照片,僅限家人與親近朋友。預設關閉已讀、在線狀態,訊息可設定自動銷毀。



Community · 社群身份

用社群暱稱與頭像,對應 Web3 社群、興趣社團、學習社群。可綁定 DID 作為可驗證信譽憑證。



Anonymous · 匿名身份

完全無實名、無聯絡人關聯。適合匿名爆料、臨時協作、一次性溝通,使用後可完全銷毀且不留痕跡。

5.3 每個身份擁有什麼

每一個身份都是一個「獨立的溝通世界」,擁有以下完全獨立的屬性:

屬性	說明	用戶價值
獨立聯絡人	不同身份下看不見彼此的聯絡人	關係邊界自然隔離
獨立群組	工作群不會出現在私人列表	認知切換成本降為零
獨立通知	每個身份有自己的勿擾/鈴聲/優先級	週末不被工作打擾
獨立狀態	在私人身份「在線」不等於工作身份「在線」	在線狀態不再被綁架
獨立規則	已讀、轉發、截圖提示皆可分身份設定	隱私精準到情境
獨立外觀	頭像、暱稱、簽名獨立	同一個人可同時扮演多個角色

5.4 身份切換機制

為了避免用戶在身份間迷失, LinkPro 在產品層做了三個關鍵設計:

4. 顯眼的身份指示條——主介面頂部永遠以顏色與標籤清楚顯示「你現在在哪個身份中」
5. 雙確認切換——切換身份需要短暫動畫確認,避免誤觸造成訊息發錯身份
6. 跨身份搜尋權限——用戶可選擇是否允許搜尋跨越所有身份,預設為「否」,最大程度維持身份隔離

5.5 核心價值

同一個人,可以同時擁有多個乾淨的世界

不需要再為了隔離,而準備多支手機

第六章 · AI Native Messaging

AI-Powered Communication

AI 不是來幫你聊天,是來幫你管理沟通。

6.1 定義:什麼叫 AI Native

「AI Native」的意思不是「產品裡有 AI 功能」,而是「AI 是產品的骨架,而不是皮膚」。一個 AI Native 的通訊產品,至少要同時具備以下三個特徵:

7. AI 持續在線,會自動讀取全部對話上下文(在用戶授權下)
8. AI 有能力主動提醒、摘要、重排、歸檔,而不只是被動回應
9. 關閉 AI 之後,產品體驗顯著降級,而不是跟原本差不多

用這個標準看,目前市面上沒有任何一款主流通訊 App 稱得上 AI Native。LinkPro 想成為第一個。

6.2 核心 AI 能力



長對話摘要

24 小時未讀 / 100+ 條訊息時,自動產生「過去這段時間發生了什麼、誰說了重要的事、你錯過了哪些決策」的三段式摘要。



群組重點提取

識別群組中的「決策、待辦、時間承諾、檔案、重要連結」,自動浮現到群組頂部資訊條,而不是讓你滑一小時去找。



決策識別

當對話中出現「我們就這樣決定」「那就 Friday 3pm」「方案 A」之類的決策信號時, AI 自動標記成一條決策紀錄, 供日後追溯。



智能回覆

不是只給三個公式化短語, 而是基於對話歷史、關係親疏、用戶慣用語氣, 產生 1-3 個高質量候選回覆。



多語言翻譯

雙向即時翻譯 + 語氣保留(正式/口語/親密), 跨國協作不再需要切換 App。



上下文理解

AI 記得你三週前跟對方討論過的事, 當他突然問「那個方案你看了嗎?」, AI 會在後台提醒你當時討論的是什麼。

6.3 使用者體感指標

我們對 AI 能力的成敗判定不是「看起來很酷」, 而是可量化的體感指標:

指標	目標值
平均每日閱讀訊息量	下降 $\geq 70\%$
重要訊息錯過率	下降 $\geq 80\%$
群組中決策可回溯率	上升至 $\geq 95\%$
跨語言溝通時間	下降 $\geq 60\%$

指標	目標值
用戶主動稱「沟通疲勞」的比例	下降 $\geq 50\%$

6.4 AI 的邊界與信任

AI 越強,用戶越擔心「它在背後做了什麼」。LinkPro 對此的承諾是:

- 透明可見——AI 的每一次摘要、決策識別、歸檔都有操作記錄,用戶可隨時查閱
- 用戶可關可控——AI 可按對話、按身份、按群組,分別開關
- 不用於訓練對外模型——用戶對話預設不進入通用模型訓練集
- 端側優先——能在裝置上完成的任務,優先在裝置上完成

6.5 本質

AI 不參與聊天

AI 管理沟通

第七章 · Adaptive Privacy Engine

Adaptive Privacy Engine

隱私不是一個開關,而是一組情境規則。

7.1 現有隱私模型的根本缺陷

主流通訊產品的隱私模型有一個共同特徵:「一刀切」。一旦你在設定頁關閉「已讀回條」,它就對所有人都關閉——對客戶關,對媽媽也關。但真實世界裡,我們對不同人、不同情境、不同內容,本就應該有不同的隱私姿態。

結果就是:用戶乾脆不用隱私功能,因為設定它的成本高於得到的安全感。

7.2 自適應隱私的核心設計

LinkPro 把隱私控制下沉到「每一段對話」與「每一條訊息」層級。每段對話擁有獨立的隱私合約(Privacy Contract),該合約由以下規則構成:

規則類別	可設定項目	典型使用場景
轉發控制	禁止轉發 / 允許轉發但提示 / 自由轉發	商業協作禁止外流
截圖控制	提示截圖 / 模糊防截圖 / 自由截圖	私密對話提示對方被截
已讀顯示	完全顯示 / 僅顯示收到 / 完全隱藏	對陌生人不顯示已讀

規則類別	可設定項目	典型使用場景
在線狀態	顯示在線 / 只顯示最近活躍 / 完全隱藏	工作身份下線避免被 ping
訊息存活時間	永久 / 24h / 7d / 閱後即焚	臨時資訊自動清理
訪問條件	密碼 / 生物辨識 / 時間窗口	高敏感對話額外保護

7.3 規則的組合與模板

為了降低配置成本, LinkPro 提供內建隱私模板:



嚴密模式

禁止轉發 + 提示截圖 + 隱藏已讀 + 隱藏在線 + 24 小時自毀。適合:律師對話、併購溝通、敏感爆料。



商務模式

禁止轉發 + 提示截圖 + 顯示已讀 + 工作時段顯示在線。適合:客戶/供應商/同事。



親密模式

允許轉發 + 不提示截圖 + 顯示已讀 + 顯示在線。適合:家人、伴侶、摯友。



匿名模式

禁止轉發 + 模糊防截圖 + 隱藏已讀 + 隱藏在線 + 閱後即焚。適合:匿名對話、一次性社交。

7.4 隱私模型的升級本質

從「開關式」到「情境式」,隱私模型經歷了一次認知升級:

傳統隱私模型	LinkPro 自適應隱私
全局單一設定	對話級獨立合約
文字/UI 層面控制	平台級規則強制
只有「開/關」	可組合、可模板、可自動觸發
用戶心智負擔高	內建模板,一鍵套用
隱私是功能	隱私是基礎架構

隱私的終點,不是把所有事情都隱藏,而是讓每段關係擁有它應有的邊界。

第八章 · Secure Space System

Secure Space System · 原 Hidden Entry 升級版

有些沟通,不該和日常沟通共用同一個入口。

8.1 為什麼需要安全空間

當一個用戶同時在處理上市併購、臨床研究、法務爭議、家暴求助、敏感舉報,這些對話有一個共同特徵——它們被發現存在本身就是風險。

常規的「加密對話」、「隱藏聊天」還停留在「在原介面中藏一個入口」。LinkPro 的 Secure Space 則從底層邏輯上構建一個獨立空間,連「是否存在」都是可隱藏的。

8.2 核心機制



多重驗證入口

進入 Secure Space 需要組合驗證:密碼 + 生物辨識,或密碼 + 特定手勢 + 時間窗口。單一憑證無法解鎖,強逼查看也無法單點突破。



隱藏存在性

未解鎖前,Secure Space 在主介面、通知中心、通訊錄、搜尋結果中均不顯示。從所有可見維度上看,它就像從未存在。



獨立資料域

Secure Space 的訊息、檔案、聯絡人與主空間完全隔離儲存。即使主空間被取得,也無法推斷 Secure Space 內容。



脅迫模式

支援「假密碼」——輸入特定脅迫密碼後,進入的是一個預設的假 Secure Space,真正空間在背景保持隱藏並觸發報警流程。

8.3 應用場景

場景	使用者	關鍵需求
高敏感商業沟通	併購、融資、法務團隊	資訊不外流、無留痕
核心團隊空間	創辦人、核心高管	戰略資訊物理隔離
專業顧問溝通	律師、醫師、稅務師	專業特權保護義務
求助與舉報	高風險個人	存在性隱藏 + 脅迫模式
高資產用戶	家族辦公室、私人銀行客戶	多層加密 + 多重驗證

8.4 與主空間的關係

Secure Space 不是取代主空間,而是在其上提供一個「可完全隱形的高等級平行層」。用戶 99% 的時間仍在主空間中完成日常沟通,但重要的 1% 可以被妥善、安全地存放。

第九章 · 智慧群組系統

Intelligent Group System

群組應該是資產,不是噪音。

9.1 群組的本質是信息處理系統

傳統群組被當作「多人對話」處理,結果就是訊息越多,價值密度越低。LinkPro 重新定義:群組的本質是一個「多人信息處理系統」,它的產出不應該只是對話流,而是以下結構化成果:

- 決策紀錄——誰在什麼時候同意了什麼
- 待辦事項——誰負責什麼,何時截止
- 資源目錄——檔案、連結、會議紀錄
- 討論脈絡——某個話題從開始到結束的演進
- 成員角色——誰是發起者、決策者、執行者、旁觀者

9.2 智慧群組的核心能力



AI 自動摘要

每日/每週/按需產生群組摘要:新增了哪些決策、誰承諾了什麼、有哪些未解問題。新成員加入時,可一鍵獲取整個群組的歷史摘要。



決策提取

識別群組中的「決策發生點」,自動生成決策卡片(包含時間、提案人、參與者、最終結論)。所有決策可按時間或主題檢索。



重點浮現

群組頂部常駐「核心資訊條」,顯示當前最重要的未完成事項、即將到期的截止日、尚未回應的關鍵訊息。



結構化搜尋

搜尋不只是文字比對,而支援「找出本群所有決策」「列出所有我被 @ 的未讀」「本週所有檔案」「誰提到了 X 主題」。



角色標籤

可為群組成員設定角色(owner / admin / contributor / observer),AI 會根據角色權重,判斷誰的發言更可能包含決策。

9.3 群組形態對比

傳統群組	LinkPro 智慧群組
按時間線性展開	按主題/決策/待辦多維組織
找資訊要滑一小時	結構化搜尋秒級定位
新人加入無法補課	一鍵獲取全歷史摘要
決策散落在對話中	自動卡片化、可追溯
重要訊息被淹沒	頂部常駐重點條
人越多,價值越稀釋	人越多,資訊網絡越豐富

9.4 本質

群組從一個「訊息流」

升級為一個「集體智能體」

第十章 · Web3 應用架構

Web3 Application Layer

LinkPro 暫時不計畫發行代幣。我們引入 Web3,是為了讓溝通擁有信任層。

10.1 為什麼要 Web3,而不是為了 Web3

我們對 Web3 的態度非常務實——不是為了「蹭概念」,而是因為傳統 Web2 架構解決不了三個具體問題:

- 10. 身份的可驗證性:如何證明一個社群身份背後的信譽,而不依賴某個平台帳號?
- 11. 數據的真實主權:如何讓用戶數據真的由用戶持有,而不是「名義上持有」?
- 12. 跨平台信任:如何讓一個身份在 LinkPro 之外也可被識別、被信任?

這三個問題只有 Web3 架構給得出答案。但回答它們不需要發行代幣。所以我們只引入架構,不引入投機。

10.2 DID · 去中心化身份



可驗證身份(Verifiable Identity)

用戶的社群身份可綁定 DID,第三方應用可透過鏈上憑證,驗證「這個人確實擁有某項資格/貢獻/信譽」,而不需要 LinkPro 作為中介。



匿名可信身份

匿名不等於沒有信譽。透過零知識證明,用戶可在保持匿名的同時,證明「我是某 DAO 的核心成員」「我完成過某項任務」。



跨平台身份

同一個 DID 可同時被 LinkPro、其他 Web3 應用、DAO 協作工具識別。用戶擁有「跨應用的、可攜帶的身份」,而不是被綁在某個平台。

10.3 數據主權

用戶可選擇三種儲存模式:

模式	儲存位置	適用場景
標準雲端	LinkPro 加密雲端	一般日常用戶,方便同步
本地優先	僅本地裝置,端到端加密備份	高隱私需求 / 企業敏感資料
分散式	IPFS / Arweave 等分散式網路	高主權意識 / Web3 原生用戶

三種模式可在不同身份間混用,例如工作身份用標準雲端、匿名身份用分散式。

10.4 AI × Web3 · 架構級融合

LinkPro 是極少數把 AI 與 Web3 做深度融合的通訊產品。兩者的結合不是並列,而是相乘:



行為分析

在用戶授權下,AI 可結合鏈上數據(交易、持倉、貢獻記錄)分析行為模式,為用戶提供「你的 Web3 行為畫像」。



關係網絡理解

AI 可透過鏈上交互推斷用戶的信任網絡(共同持有、共同治理、共同貢獻),在新人加入群組時自動顯示相關性。



決策建議

對於 DAO 成員, AI 可整合治理提案、歷史投票、個人立場, 給出「本次提案的摘要 + 與你過往立場的一致性分析」。

10.5 應用擴展層

LinkPro 不只是一個 App, 而是一個可被其他 Web3 產品調用的溝通層:

- Web3 社群通訊層——任何 DAO、NFT 社群、協議社群可嵌入 LinkPro 作為原生溝通
- DAO 協作工具——群組 + 決策提取 + DID 天然構成 DAO 的基礎協作骨架
- AI Agent 交互入口——未來用戶可在對話中直接與鏈上 Agent 互動, LinkPro 作為人機/Agent-Agent 溝通的介面

10.6 對用戶的承諾

我們不發代幣

我們不做投機

我們只做讓溝通更可信的 Web3 基礎設施

第十一章 · 技術架構總覽

Technical Architecture

LinkPro 的技術架構分為六層,從下到上依次是基礎設施層、安全層、身份層、AI 層、沟通層、應用層。每一層都有明確的職責邊界。

11.1 分層架構

架構層	主要職責	關鍵技術
應用層	用戶介面與功能整合	iOS / Android / Web / Desktop
沟通層	訊息協議、群組、推送	MLS 協議 / WebRTC / 自研群組引擎
AI 層	摘要、決策識別、智能回覆	端側小模型 + 雲端大模型混合
身份層	多身份、DID、憑證驗證	自研 Identity Engine + W3C DID
安全層	端到端加密、金鑰管理	Signal Protocol + HSM
基礎設施層	儲存、網路、分散式節點	雲端 + IPFS/Arweave 可選

11.2 安全模型

LinkPro 的安全模型基於「多層防護 + 最小權限」原則:

- 端到端加密(E2EE)——所有訊息在發送前於裝置上加密, LinkPro 伺服器無法解密
- 金鑰在本地——加密金鑰只存在於用戶裝置,不上傳至任何伺服器
- 前向保密——歷史金鑰洩露也無法解密過去的訊息
- MLS 群組協議——採用 IETF 最新群組加密協議,支援大規模群組同時保持端到端加密

- 獨立加密域——Secure Space 使用獨立於主空間的加密金鑰, 雙重保障

11.3 AI 部署策略

AI 模型採用「端側優先、雲端補強」的混合策略:

端側執行	雲端執行
即時摘要	長文檔深度摘要
智能回覆建議	跨多天對話分析
關鍵字識別	多語言翻譯(低資源語言)
本地通知整理	跨裝置同步的決策索引
敏感內容識別	Web3 鏈上數據關聯分析

端側執行確保隱私, 雲端執行確保能力。用戶可全局關閉雲端 AI, 僅使用端側能力。

11.4 擴展性設計

LinkPro 為未來生態預留三個擴展入口:

13. 開放 API——企業與開發者可將 LinkPro 的 AI 能力整合到自己產品中
14. Plugin 體系——第三方可開發對話插件(支付、日曆、CRM、DAO 治理)
15. Agent 協議——未來 AI Agent 可作為「虛擬成員」加入對話, 並遵循既定權限邊界

第十二章 · 產品壁壘分析

Competitive Moats

任何通訊產品要挑戰現有巨頭,必須回答一個問題:「憑什麼你會贏?」 LinkPro 的護城河不是單一功能,而是四層疊加的結構性壁壘。

12.1 身份壁壘

一旦用戶建立了多身份體系,遷移成本接近無限大。

當用戶在 LinkPro 上建立工作、私人、社群、匿名四個身份,每個身份都累積了聯絡人、群組、歷史、規則、權限之後,要「把這些遷移到另一個產品」幾乎不可能——因為其他產品根本沒有這個結構。這是最硬的壁壘:不是用戶不想走,而是根本走不了。

12.2 AI 壁壘

LinkPro 的 AI 不是在學「語言」,而是在學「關係與行為」。當一個用戶使用 6 個月後,AI 已經:

- 理解你對每一位重要聯絡人的語氣與邊界
- 知道你對什麼群組不需要被打擾
- 建立了你跨身份的決策歷史索引
- 學會了識別你特有的重要訊號

這些「關係知識」是無法複製的個人化資產。換一個產品,意味著從零開始訓練。

12.3 行為壁壘

LinkPro 重構了三個日常行為:

16. 打開 App 先看「AI 摘要」,而不是「最新訊息」

17. 回覆前先切換「我現在是什麼身份」

18. 重要對話前先選「隱私模板」

這些行為一旦內化,用戶會發現在傳統通訊工具裡反而「不自然」。這是最隱形但最持久的壁壘。

12.4 Web3 壁壘

綁定 DID 之後,用戶的身份不僅是 LinkPro 內部資料,而是一個可跨應用攜帶的鏈上資產。這帶來兩個效果:

- 遷移難——用戶的社群信譽、治理記錄、貢獻歷史都掛在 DID 上,離開 LinkPro 等於不能再用這些憑證進行溝通
- 網絡效應外溢——其他 Web3 產品會主動整合 LinkPro 作為溝通層,反過來把更多用戶帶進來

12.5 四層壁壘疊加效應

壁壘層	競爭對手需要具備	複製難度
身份壁壘	重新設計整個產品底層	極高
AI 壁壘	重新訓練關係模型 + 用戶數據	高
行為壁壘	改變用戶心智,需時以年計	高
Web3 壁壘	搭建 DID + 跨應用生態	極高

任何一層單獨存在,都可能被有資源的對手追平。但四層疊加之後,競爭對手要同時做到全部,實際上就是「做出另一個 LinkPro」。這才是真正的護城河。

第十三章 · 商業模式

Business Model

我們不靠廣告賺錢,因為廣告會摧毀溝通產品的本質。

13.1 商業原則

- 19. 用戶付費 > 廣告付費——廣告模型會讓產品向「注意力剝削」傾斜,與我們「降低認知負擔」的使命相悖
- 20. 訂閱優先——穩定的訂閱收入讓我們可以做長期研發,而不是追求短期 DAU
- 21. 企業與 API 是主要增長槓桿——B2B 收入有更高的 LTV,支撐 C 端的持續免費體驗

13.2 收入結構



LinkPro · 個人訂閱

基礎通訊 + 多身份永久免費。Pro 版每月訂閱,解鎖全量 AI 能力(跨多天摘要、決策索引、多語翻譯)、進階隱私模板、Secure Space 高級功能、更多雲端儲存。



LinkPro Business · 企業版

按席位訂閱。提供團隊管理後台、合規審計日誌、SSO 整合、管理員政策、企業級加密金鑰管理、SLA 保障、專屬客戶經理。



LinkPro API · 能力開放

向開發者與企業開放 AI 沟通能力(摘要、決策識別、智能回覆、翻譯)的 API,按調用量計費。讓 LinkPro 的能力成為其他產品的溝通基礎設施。



Web3 整合服務

為 DAO、Web3 協議、社群提供客製化的通訊層整合服務: DID 綁定、鏈上數據關聯、治理提案摘要、社群機器人部署。

13.3 定價理念

我們的定價哲學是: 核心的「不被打擾」「身份隔離」「基礎 AI」永久免費, 這是我們對用戶的底線承諾。付費解鎖的是「更深的 AI」、「更大的團隊協作」、「更多的客製化」。

永久免費功能	訂閱解鎖功能
多身份系統(最多 4 個)	多身份系統(無上限 + 客製化)
基礎 AI(回覆建議、翻譯)	進階 AI(跨日摘要、決策索引)
標準隱私設定	Secure Space + 脅迫模式
個人使用 API 額度	無限 API 調用 + 優先級
標準雲端儲存	更大儲存 + 分散式儲存選項

13.4 收入結構預期

中長期目標是形成「C 端訂閱 + B 端企業 + API 生態」三足鼎立的健康結構:

收入來源	預期佔比(第三年)	戰略角色
個人訂閱	30-40%	基本盤、品牌承載
企業版	35-45%	主要利潤來源
API 與 Web3 整合	20-30%	生態擴張 + 高毛利

第十四章 · 增長策略

Growth Strategy

通訊產品的核心不是廣告,而是網絡效應。

歷史上,所有成功的通訊產品都走同一條路:找到一個「高沟通密度」的子群體切入,用一個無法拒絕的理由讓整個子群體遷移,然後由內而外擴散。LinkPro 的增長策略嚴格遵循這個歷史規律。

14.1 三階段冷啟動

①

Phase 1 · 高價值切入 · 0-12 個月

目標群體:創業團隊、Web3 社群、跨國遠端協作者。這些人的共同特徵——「沟通密度極高 + 對現有產品不滿 + 願意嘗試新工具」。以「AI 摘要」和「多身份」為敲門磚,讓他們體感到時間被省回來。

②

Phase 2 · AI 體驗驅動留存 · 12-24 個月

在完成基礎用戶累積後,重點轉向 AI 深度體驗。當用戶用滿 30 天,AI 對他個人的關係網絡已經有了實質理解,這時產品對他而言就從「一個 App」變成「個人化的沟通助手」,留存率將進入長期穩態。

③

Phase 3 · 身份網絡效應爆發 · 24 個月後

當核心用戶開始邀請多個身份的聯絡人進入 LinkPro (工作同事、家人、社群夥伴),LinkPro 開始在每個子網絡中獨立形成網絡效應。四個身份 = 四個平行網絡。

14.2 關鍵增長槓桿

除了自然增長,我們設計了四個可複製的增長槓桿:

槓桿	實施方式
Web3 社群入口	與 DAO/協議合作,成為其官方溝通層
企業/團隊邀請	Business 版內建「邀請整個團隊」激勵機制
跨語言用戶	AI 翻譯品質對標專業翻譯,吸引跨國協作者
內容創作者	多身份 + 匿名創作保護,吸引創作者

14.3 長期增長目標

我們不追求「第一年 1 億 DAU」的暴力增長,而追求「三年內成為高密度溝通者首選、五年內成為多身份用戶的預設選擇」。衡量這個目標的指標是:

- 用戶每日在 LinkPro 上的溝通時間,超過所有其他通訊產品之和
- 超過 50% 的用戶同時激活 ≥ 3 個身份
- 核心用戶中,有 $\geq 40\%$ 綁定了 DID

第十五章 · 發展路線圖

Product Roadmap

LinkPro 的產品演進分為三個階段,每個階段有清晰的主題與可驗證的里程碑。

15.1 三階段路線

階段	主題	核心能力	驗證里程碑
Phase 1	沟通底盤	多身份系統、端到端加密、自適應隱私、Secure Space	上線基礎版本,完成早期核心用戶群驗證
Phase 2	AI 深度融入	長對話摘要、決策識別、智慧群組、智能回覆	用戶平均閱讀量下降 $\geq$ 70%
Phase 3	Web3 與 Agent	DID 整合、數據主權選項、AI Agent 對話、DAO 協作模板	成為 $\geq$ 100 個 Web3 社群的官方沟通層

15.2 各階段重點

Phase 1 · 沟通底盤

目標是把「沟通基礎設施」搭起來,不求花俏,求穩健與邊界清晰。用戶能感受到的最大差異是多身份與自適應隱私——在沒有 AI 的情況下, LinkPro 就已經是一個比市面上任何產品都更有「秩序感」的通訊產品。

Phase 2 · AI 深度融入

此階段的關鍵是驗證「AI 管理沟通」這條路線是否真的改變用戶行為。衡量成功的標準不是 AI 功能的豐富度,而是用戶的行為變化——閱讀量、響應速度、決策回溯率。

Phase 3 • Web3 與 Agent

當基礎沟通與 AI 都成熟, LinkPro 的擴張將從「個人用戶」走向「生態用戶」。Web3 社群、DAO、AI Agent 會把 LinkPro 視為它們的預設沟通層, LinkPro 也從一個 App 演化為一個沟通協議。

15.3 長期願景(5 年後)

當下一代的人談起「溝通」

他們想到的不再是訊息、群組、貼圖

而是身份、規則、決策與理解

第十六章 · 目標用戶與應用場景

Target Users & Use Cases

LinkPro 的價值不是對所有用戶均等分佈的。對於低溝通密度、單一身份的用戶, LinkPro 並不比 WhatsApp 有顯著優勢。但對以下六類「高溝通密度 + 多身份 + 高隱私敏感」用戶, LinkPro 是解決問題級產品。

16.1 六類核心用戶



創業者與高管

同時在跨多專案、多投資人、多員工、多家人溝通。身份極度錯位、溝通密度極高、對重要訊息錯過成本極敏感。AI 摘要與多身份是刚需。



Web3 原生用戶

分散在多個 DAO、協議、社群,有強烈的匿名、可驗證身份、數據主權需求。DID、分散式儲存、AI × 鏈上數據對他們而言是「不可或缺」。



遠端協作團隊

跨時區、跨語言、跨文化。錯過訊息成本高,但又不可能 24 小時在線。需要 AI 摘要 + 決策索引 + 多語翻譯,把異步協作做到真正順暢。



內容創作者

同時經營個人品牌、匿名創作、粉絲社群、業配合作。需要多身份嚴格隔離 + 隱私模板 + Secure Space。



專業顧問

律師、醫師、稅務師、財富管理師。有法規層級的隱私義務、客戶隔離需求、長期關係維護需求。Secure Space + 隱私模板 + 群組決策紀錄是刚需。



研究者與學術社群

跨機構合作、匿名評審、敏感資料討論。AI 摘要(處理大量論文討論)+ 多身份(研究/匿名/私人)+ Secure Space 完美契合。

16.2 典型應用場景

以下是一些 LinkPro 用戶日常中會出現,而現有產品完全解決不了的場景:

場景 A:創辦人的日常

早上 8 點,Mia 打開 LinkPro ,工作身份的 AI 摘要告訴她:「董事會在昨晚做了一個關於 B 輪估值的新決策;三個部門經理在等你回覆明天的預算;有一個客戶取消了今天的會議」。她只看了 15 行字,就把過去 12 小時工作身份的重要事件全部掌握。

10 點,她切到私人身份。看見女兒學校群組的 AI 摘要:「下週戶外教學改期」「班級繳費本週五截止」「家長會排到你發言」。一樣是 15 行字,私人世界的重要事件也全部掌握。

這種「身份切換 = 世界切換 = 重點自動浮現」的體驗,是 LinkPro 獨有的。

場景 B:DAO 治理討論

一個 500 人的 Web3 治理群組,三天內產生了 2000 條訊息。Lucas 加入群組前,AI 先幫他生成了過去 30 天的治理摘要:「已通過的三項提案、爭議中的一項提案、核心貢獻者的立場變化」。加入之後,他用 DID 證明了自己是該協議的長期貢獻者,立刻獲得治理投票權重。

當新提案發生時,AI 主動根據他過往的投票歷史,給出「本次提案與你歷史立場的一致性分析」。

場景 C:高敏感法律協作

一個併購案進行中,涉及四方律師、三方高管、兩方顧問。所有人進入 LinkPro 的 Secure Space,啟用嚴密模式:禁止轉發、提示截圖、24 小時自毀、脅迫密碼啟用。當專案結束,整個 Secure Space 可被一次性銷毀,不留痕跡。

第十七章 · 團隊與願景

Team & Vision

17.1 我們是誰

LinkPro 由一群來自通訊基礎設施、AI 研究、Web3 協議與產品設計背景的創業者組成。我們共同的起點是一個不安的觀察:過去十年,「溝通」作為人類最基本的數位行為,幾乎沒有發生過範式級創新。我們想做這件事。

17.2 我們相信什麼

訊息越來越多,但理解越來越少。工具越來越多,但秩序越來越亂。功能越來越多,但信任越來越弱。

我們認為下一代通訊產品,不會贏在訊息送得更快,而會贏在:

- 幫用戶把時間奪回來
- 幫用戶把身份拆乾淨
- 幫用戶把隱私掌回手
- 幫用戶把信任建回來

17.3 我們的承諾

- 22. 不做廣告模型——廣告會腐蝕溝通產品的本質,我們寧可訂閱成長慢,也不走這條路
- 23. 不發行代幣——Web3 是架構,不是投機工具
- 24. 不販賣用戶數據——數據永遠屬於用戶,我們不參與數據經濟
- 25. 不讓 AI 取代人的判斷——AI 幫你看訊息,但決策永遠由你做

17.4 我們要去哪裡

五年後

當人們打開 LinkPro

他們打開的不是一個 App

而是屬於自己的溝通宇宙

第十八章 · 結語

Conclusion

如果你從頭讀到了這裡,那我們感謝你的耐心。也希望你能在這份白皮書裡讀到我們真正想傳遞的,不只是「產品有多少功能」,而是我們對未來溝通的一種信念。

18.1 重新回到開始

在第一章我們說, LinkPro 不是一個聊天工具,而是一個 AI 原生通訊基礎設施。經過十八章的展開,我們可以更準確地重新說一遍:

LinkPro 是人類溝通方式的一次系統性重構——以「身份」為單位、以「AI」為骨架、以「Web3」為信任層、以「用戶主權」為倫理。

18.2 我們在解決的問題

回頭看,這一份白皮書其實只在回答一個問題:

當信息的洪流超過了人類的大腦

溝通應該如何被重新設計?

我們的答案由四個支柱構成:

- 多身份——還給每個人一個乾淨的世界
- AI 原生——還給每個人一段被省下來的時間
- 自適應隱私——還給每段關係它應有的邊界

- Web3 架構——還給每個用戶對自己數據與身份的主權

18.3 壓軸的話

當信息開始超越人類處理能力,溝通就必須被重構。

LinkPro ,不只是升級通訊。它是在重新定義人與信息的關係。

AI 負責理解

Web3 負責信任

人類負責決策

這,就是 LinkPro

— LinkPro Team —

Version 3.0 · 完整版白皮書