



链塔智库

— Block Data —

沃尔玛数字货币 研究报告

2019年8月15日

目录

CONTENTS

前言

1. 沃尔玛数字货币设计以及布局

- 1.1 数字货币的发行以及对应的使用范围
- 1.2 账户设计上支持多种支付以及充值方式
- 1.3 其他设计

2. 沃尔玛数字货币的商业逻辑

- 2.1 低成本的支付
- 2.2 折扣
- 2.3 消费数据的利用
- 2.4 生态数据深层挖掘

3. 沃尔玛数字货币所带来的启示

- 3.1 合规风险较小
- 3.2 技术方案可替代性强
- 3.3 生态体量构成主要“护城河”

结语

前言

PREFACE

2019年8月1日，美国专利商标局公开了沃尔玛在2019年1月31日申请的关于区块链数字货币相关的专利。该专利允许沃尔玛发行与美元挂钩的稳定币并使用稳定币在沃尔玛以及合作伙伴中购买物品。

链塔智库分析了相关的专利申请情况，通过研究沃尔玛所申请的专利，发现沃尔玛这次推出的稳定币目标人群为低收入群体，核心竞争力在于在支付时能够提供一定数额的折扣。但该折扣的来源是沃尔玛通过分析用户相关的消费数据所得。本质上是将传统超市中“会员卡”以及“储值卡”两者进行结合成为一个基于区块链的支付系统。该商业模式几乎完全面向C端，沃尔玛及其合作伙伴可以通过这些消费数据来优化供应链。该模式凸显了沃尔玛加速挖掘自身生态中的尚未被利用的用户数据的决心，但从专利文件来看，没有相关的隐私保护专利，从这个角度来看，使用区块链技术的必要性存疑。在合规方面，就仅从区块链角度而言，其受到的监管压力将不如Libra，但是隐私相关问题也会成为合规难点。从数字货币角度而言，合规通过的可能性较大。最后，对于使用这种模式能否进行复制进行了探讨。

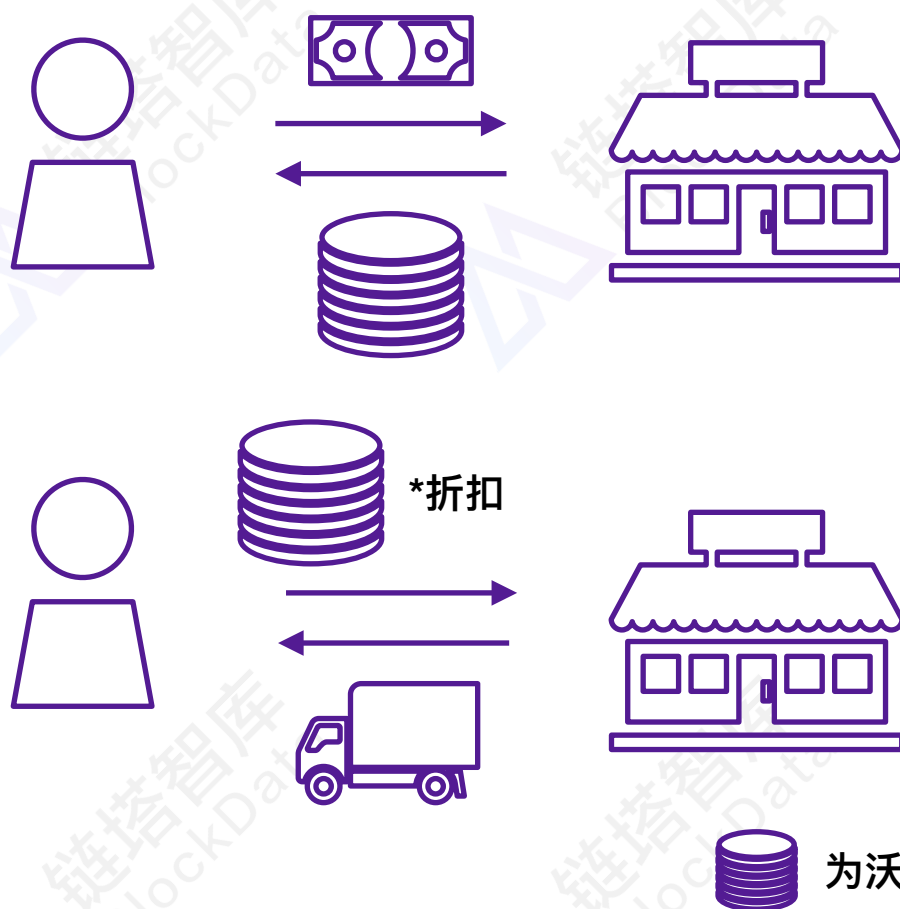
1. 沃尔玛数字货币设计以及布局

1.1 沃尔玛数字货币的发行以及对应的使用范围

沃尔玛的数字货币是锚定于美元的稳定币，但从专利描述来看，沃尔玛自身更愿意将其看作一个超市的“储值卡”。在充值卡中充值后就可以在沃尔玛及其合作伙伴中进行相关的消费。但相比一般的超市储值卡，沃尔玛更希望在数据方面有所突破，可以更准确地追踪用户购买的物品以及相关的消费模式等信息。

除此之外，沃尔玛也支持利用数字货币进行预购，来帮助消费者锁定价格。

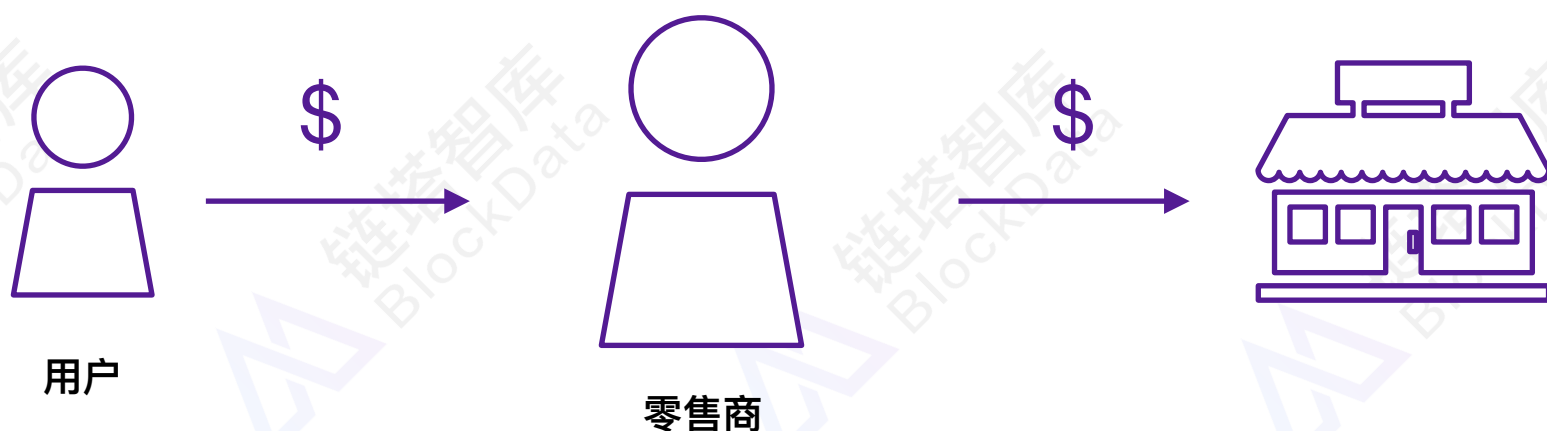
沃尔玛数字货币的发行以及使用



值得一提的是，沃尔玛同时考虑了目标人群如何购买数字货币的问题，而目标的低收入人群可能没有办法通过银行进行购买数字货币，从而沃尔玛数字货币的生态体系中特有一类名为零售商（Retailer）的人，帮助目标人群将手中的现金等兑换成沃尔玛数字货币。

而零售商的主要收入是通过持有相关的美元资产所产生的利息。持有的资产主要来自于用户预购等行为所产生的现金以及存款。

沃尔玛数字货币的发行以及使用



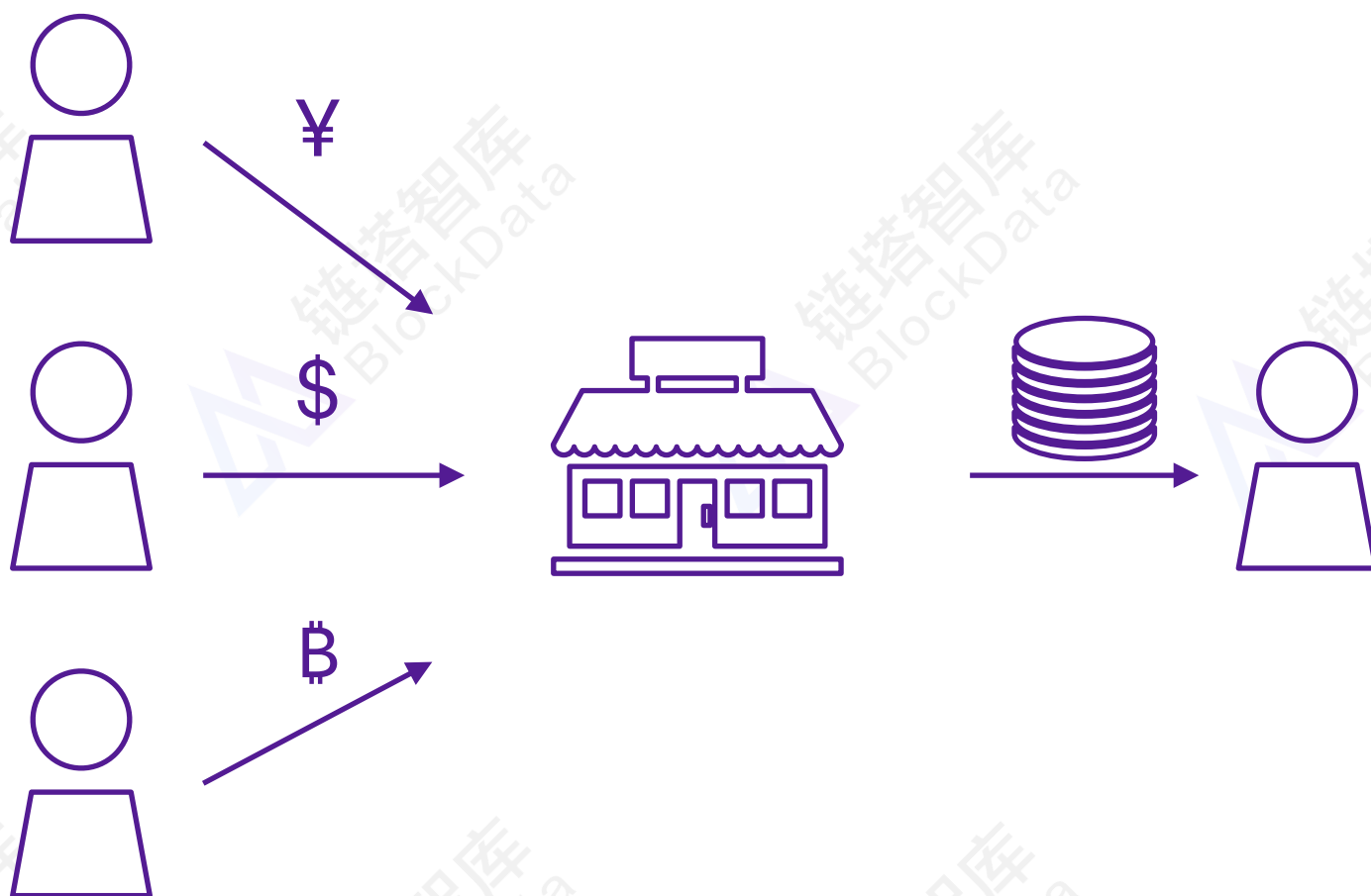
1.2 账户设计上支持多种支付以及充值方式

值得注意的是，沃尔玛数字货币的账户设计上支持多种充值手段，用户可以将美元、日元甚至比特币转换成沃尔玛的数字货币。而沃尔玛数字货币的目标人群，那些没有银行账户的人，可以向零售商进行相关的购买。

沃尔玛会根据用户的消费数据智能推荐的充值金额，来帮助用户更好地进行决策。

同时，沃尔玛还为数字钱包提供了多种的支付方式，包括银行卡、公司帐户等。

沃尔玛数字货币的充值方式



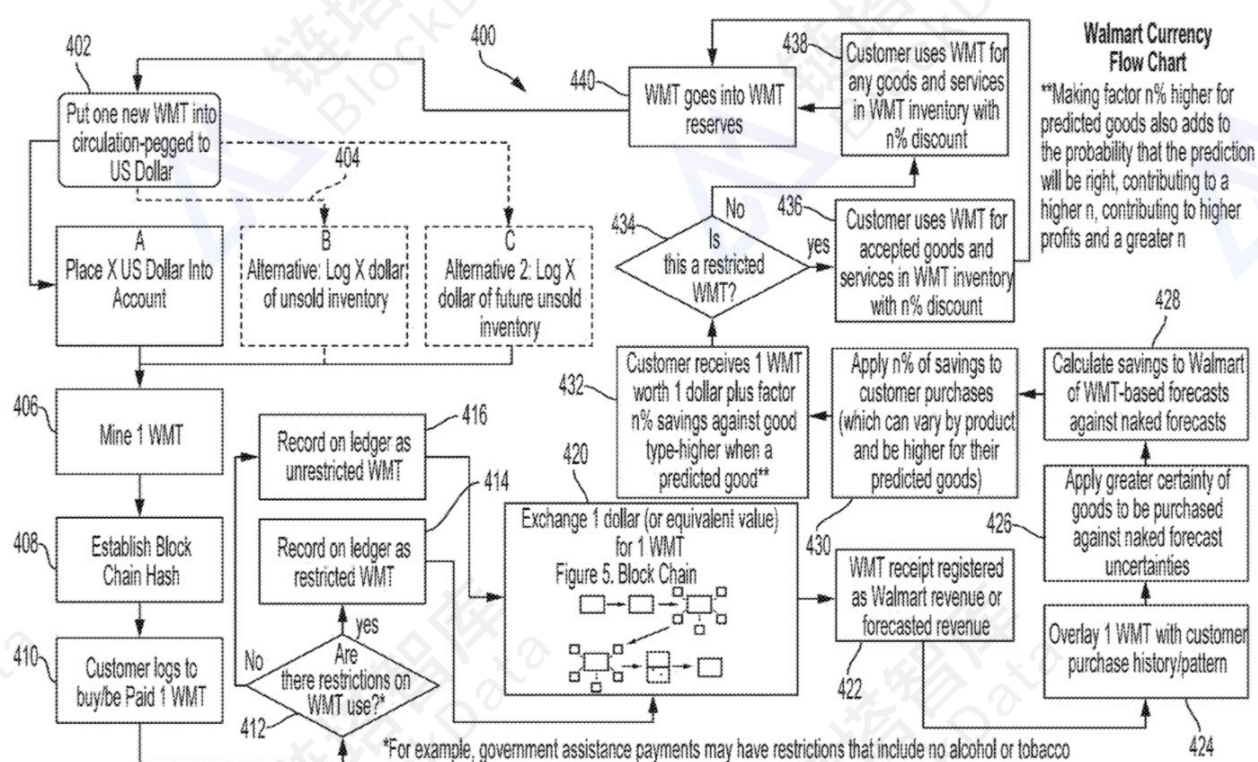
1.3 其他相关的设计

由于沃尔玛的目标人群是低收入群体，如何吸引低收入群体，沃尔玛给出的答案是折扣。但在折扣之外，沃尔玛还提供了一些其他的服 务，例如前文提及的预购服务。

这个预购服务在概念是其实更偏向于一个期货的概念，用户可以在任意时间以成交价获得该商品，在专利原文中所用的词语也是“digital currency futures”，这种方式有助于用户在一段时间内仍然保持相当的购买力，对于供应商来说提早确定也能减少一部分的生产不确定，这是一个双赢的设计。

同时，沃尔玛的数字货币也支持对于使用场景进行限制，比如说如果沃尔玛的数字货币仅能用于购买指定物品，那么持有者就不能使用其购买指定物品以外的物品

沃尔玛数字货币的流程图



2. 沃尔玛数字货币的商业逻辑

2.1 低成本的支付

沃尔玛所发行数字货币的目标人群主要是低收入人群（来源于专利说明书），这部分人群没法通过银行账户等进行服务，在结算时由于使用的是现金，也没有办法进行相关的服务。

而使用区块链技术，目标用户不需要相关的银行账户的同时也可以进行相关的追踪，以获得相关的信息，供沃尔玛进行相关的分析。

对非目标用户来说，基于区块链的支付系统可以为沃尔玛省去数额众多的转账手续费，同时沃尔玛的各种交易数据也全部都掌握自己手里，不存在泄露的可能性，这对于现在数据如金的时代而言十分重要。

这些共同导致了沃尔玛数字货币对于沃尔玛来说，收益可能会超出沃尔玛运行一个区块链系统所产生的成本。

2.2 折扣

沃尔玛在专利中表示，对于使用沃尔玛数字货币进行支付的交易会给予一定的折扣优惠。

这一折扣对于数字货币的目标用户来说可能会起到十分重要的作用，可以进一步地吸引目标用户更多地使用沃尔玛数字货币，从而提升了沃尔玛自身的交易量。同时对于非目标用户群体来说，折扣也未必没有吸引力，这些都促进了数字货币的使用以及交易量的提升。

这个折扣的来源并不是硬性的补贴，而是一个根据购买量以及对应产品而确定的一个数值。这个折扣的价值由两方面构成，一是用户通过兑换成数字货币锁定了资金用途，这部分锁定用途的成本需要商户进行一定程度的补偿；二是用户相关的消费数据使得沃尔玛以及合作伙伴所面临的存货不确定性减少，这部分减少的不确定性也值得进行一部分的补偿。这两者加起来决定了这个折扣很可能不是一个传统短期内用于抢夺市场的补贴，而是一个可以长久存在的一个折扣。

2.3 消费数据的利用

从前面关于折扣来源的分析可以发现，折扣的来源主要有资金锁定以及减少了不确定性。前一项事实上所有发行储值卡的超市都可以提供，而后一项的实施则需要大量的用户数据，通过分析这些数据，摸清用户的消费规律，从而合理安排库存，进而减少对应的成本。

如果将折扣与用户数据结合起来，可以发现折扣的本质可能就是用户将数据“卖”给了沃尔玛从而换来了折扣。而对于非目标用户来说，他们的隐私可能也没有那么安全，沃尔玛很早就已经与各大银行、支付系统进行合作，以获得相关的数据。典型的例子就是2018年时沃尔玛就因支付数据一度不再支持支付宝付款。

值得一提的是，沃尔玛的数字货币并没有尝试利用区块链技术管理数据隐私。其消费数据的收集范围、利用方式等在专利中也没有明确地进行表态

2.4 生态数据深层挖掘

结合这次的目标人群，可以发现沃尔玛这次的目标主要在于将原本在数据体系之外的低收入人群纳入到自身的数据体系，同时将数据所得反哺低收入人群，提供一定的折扣以及其他的服务。

这一举动补充了沃尔玛的数据收集体系，有利于沃尔玛能够更好地针对用户群体进行相关优化、节约供应链的成本等。

从本质上来说，这种以用户数据为核心的商业模式早已经充斥在生活之中，相关的丑闻也层出不穷：大数据宰客等。相较于京东等电商不同在于，沃尔玛这次可能面向的是线下人群，将线下的数据纳入到自身的数据体系中并加以利用。

但是，从目前来看，“多点”App也可以承担相似的功能，在折扣上“多点”提供积分，每一百积分可抵用1元，与沃尔玛的数字货币何其相似。更进一步说，沃尔玛这次的数字货币可以说是将传统超市的“储值卡”以及“会员卡”两者再加上数字化营销所得的产物。

沃尔玛数字货币与多点等的差异

	沃尔玛数字货币	储值卡加会员卡	多点
是否需要储值	是	是	否
是否给予折扣	是	是	是
折扣来源	用户数据	未知	商场活动以及积分兑换
能否进行线上营销	是	否	是
使用上是否受限制	是	否	否
目标人群	低收入人群	所有用户	所有用户

链塔智库研究绘制

www.blockdata.club

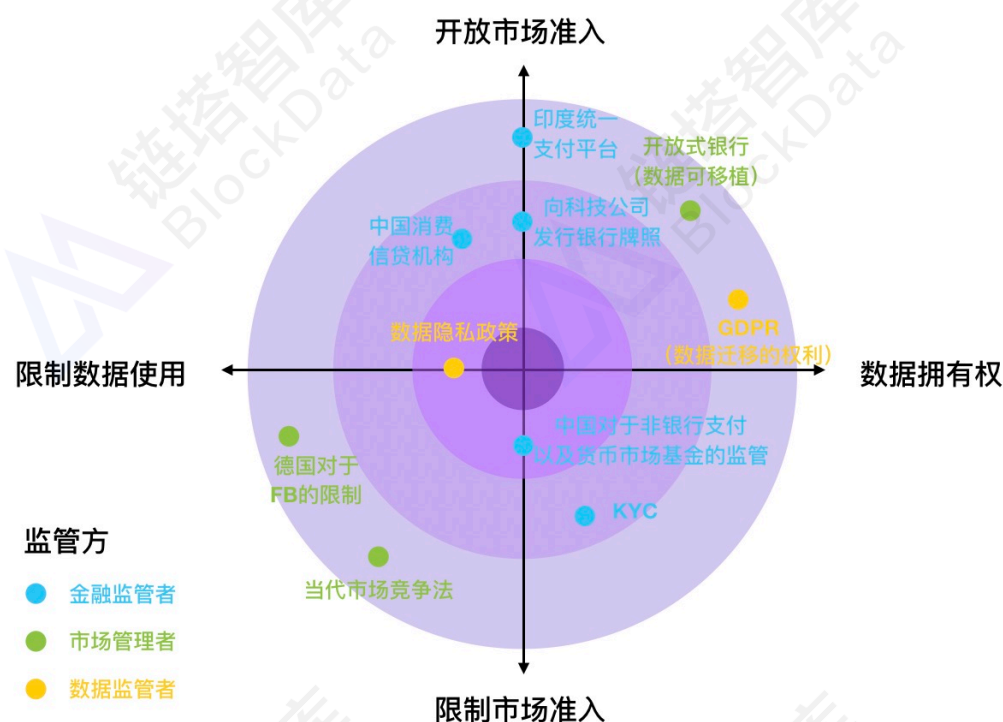
3. 沃尔玛数字货币所带来的启示

3.1 合规风险较小

从目前来看，沃尔玛的数字货币所面临的合规压力较小。正如之前论述的，沃尔玛的数字货币可以看作“储值卡”，只是使用区块链作为“储值卡”背后的技术支撑而已；从使用场景来说。沃尔玛的数字货币仅仅可以在沃尔玛及合作伙伴之中使用，仅仅能够用于购买商品，并不支持P2P等操作。

但是从数据隐私的角度而言，沃尔玛通过使用数字货币而收集到的相关个人数据，需要遵守相关的数据隐私以及保护条例。能否遵守这些隐私保护条例反而决定着沃尔玛的数字货币的成败，因为数据才是沃尔玛数字货币体系的核心。

沃尔玛数字货币所面临的数据监管



图片来源：BIS

www.blockdata.club

3.2 技术方案可替代性强

链塔智库在研究沃尔玛数字货币所申请的专利之后，一个较大的疑问就是为什么这个场景沃尔玛会选择使用区块链技术。

沃尔玛完全可以选择去做一个升级版的“多点”或者就和“多点”类似的软件，相似的功能完全可以达成，对于整个商业逻辑而言也没有影响。

唯一可能的原因在于沃尔玛曾经创立过相关的支付联盟，名为MCX(Merchant Customer Exchange)，然而MCX并不成功，其较慢的更新节奏，外部Apple Pay等劲敌的强势崛起，最终都导致了MCX的失败。由此沃尔玛可能会选择区块链技术作为一个新的突破口。

链塔智库为此还研究了沃尔玛的相关技术会不会用于供应链以及数据隐私，目前来看，与该专利相关的信息中并没有相关的内容。

3.3 生态体量构成主要“护城河”

目前沃尔玛的数字货币从专利公布的内容来看，可以简单地分成两端，一是将美元兑换成沃尔玛数字货币，二是使用相关的信息生成折扣。

第二步很明显与数字货币无关，而在第一步为什么一定要转换成数字货币，在成本有什么样的优势或者能否带来额外的好处，相比于其他的方案变成“储值卡”或者电子货币，似乎在效果上也没有什么特别大的区别。但是的确相较于银行信用卡，数字货币等方案可以为沃尔玛节约大笔的银行交易费用。

这个商业模式的成功与否与区块链技术关系不大，核心问题在于用户数据的使用以及对应的折扣的计算上，这会是沃尔玛数字货币的核心竞争力。

而数字货币则需要面对的是在高并发、数量多的小额交易下，系统如何能够继续稳定地运营。

这一案例复制起来难度较低但形成生态的难度较大，要能够利用用户数据对于供应链进行优化、对于用户进行定向的运营，从而产生成本上的节约，销售量上的增长。这就是说，这一模式成功的关键并不在于数字货币。

结语

CONCLUSION

- 沃尔玛数字货币的商业逻辑中，用户数据占据了绝对的核心位置。
 - 在沃尔玛数字货币中，区块链技术相较于其他的技术方案并没有展现出绝对的竞争力。
 - 仅从数字货币的角度而言，沃尔玛数字货币更接近于超市所发行的“储值卡”，也由此其通过监管的概率较大。
 - 这种区块链落地模式复制难度较低，生态形成的难度较大。在折扣较低的情况下，对用户的吸引力不足；在折扣较高但如果缺乏对应的成本节约的情况下，反而会导致企业加速亏损。
-