TraderX 起步增长方案：fomo 拆解与冷启动打法

2026-09-26 • OrderK

摘要

fomo 用约 16 个月从零做到 190 万用户（截至 2026-08-31），几乎不靠付费广告，靠的是四个叠加的杠杆：极低入金摩擦（Apple Pay）、交易自动变成内容（公开持仓流与晒单卡片）、把手续费分给带来用户的人（25% 返佣与 Trader Rewards），以及一张由 140 位天使组成的站台网络。

TraderX 不应做“亚洲版 fomo”。fomo 的叙事是“看朋友在买什么”；TraderX 的叙事应是：**一个事件发生时，聪明钱在预测市场、永续、meme 三个市场里分别怎么下注。**预测市场在 fomo 仍是规划中的方向，这是 TraderX 的窗口。

本方案覆盖两个阶段：上线前 40 天的供给侧冷启动，以及上线后 30 天的首个“事件战役”，并给出激励参数、渠道矩阵、合规红线与目标节奏。

一、fomo 拆解：如何从零俘获用户

1. 关键时间线

时间	事件	增长意义
2026-08-31	用户突破 190 万；8 月交易量预计超 28 亿美元，月收入约 1700 万美元；收购 Mobula 数据技术	Robinhood Chain 贡献约 75% 日交易量
2026-08 下旬	日活交易者 8–10 万+（6 月初不足 1 万）	蹭热门链红利，一个季度涨一个数量级
2026-08-28	推出 Trader Rewards	付钱给能带动他人下单的观点发布者
2026-06-22	7500 万美元 B 轮，Index 领投，USV、Benchmark 跟投，估值约 5.5 亿美元	融资本身即媒体事件
2026-06-11	上线永续（Hyperliquid + Trade[XYZ]）	扩品类，永续很快占到一半以上交易量
2026-04-29	上线 Web 端	Web 后来约占 25% 交易量
2025-11	1700 万美元 A 轮（Benchmark）；12 万用户	140 位天使中有 3 人主动引荐 Benchmark
2025-06	接入 Apple Pay	周收入约从 5000 美元跳到 15 万美元，日交易量 300 万美元
2025-05-06	公测上线，仅支持 Solana	首批计划测试约 1 万用户
2025-02	200 万美元 pre-seed，140+ 天使	产品未上线先建站台网络

2. 服务于增长的产品功能

- **零门槛开户**：Apple ID 或邮箱登录，自动创建嵌入式钱包（Privy），USDC 作为“现金”展示，gas 由平台代付；可连接 X 找好友。
- **交易即内容**：买入、卖出、平仓、持仓时长、盈亏自动生成信息流事件，交易者不写一个字也在产出内容，绕开社交冷启动。
- **朋友持仓可见**：查看代币时显示哪些朋友持有、持有多少。
- **晒单卡片与排行榜**：信息流、评论、关注通知、交易论点、业绩曲线、排行榜。
- **Clans 战队**：每人只能加入一个战队，主页展示归属，把个人交易变成团队活动。
- **快速扩链扩品类**：Solana → Base → BNB Chain → Monad → Robinhood Chain，再到 Web 端和永续。

3. 激励方案

机制	内容
邀请返佣	邀请人获得被邀请人交易手续费的 25%；截至 2026-06 累计返佣超 200 万美元
被邀请人优惠	使用邀请码享 10% 手续费折扣

Affiliate 分层	无粉丝门槛，分层、月度奖金、专属联盟经理
Trader Rewards	观点促成他人下单即实时获得奖励；联创称累计发放约 400 万美元

4. 站台：用融资做分发

创始人列出 200 位梦想天使，逐个找引荐或直接打电话，140 位出资，包括 Solana 联创 Raj Gokal、前 Coinbase CTO Balaji Srinivasan、Polygon Labs CEO Marc Boiron，Kaito CEO 也在其中。这张网络后来促成 Benchmark 领投 A 轮，再到 Index 领投 B 轮。

5. 推广渠道

- **创作者网络**：100+ 创作者，仅可追踪链接就带来 20 万+ 用户。
- **TikTok 小博主 UGC**：“第一天用 100 美元交易”“如何提现”类教程，每条带邀请码。Meta 禁止加密交易应用投广告，这是付费渠道被封后的替代打法。
- **X 晒单与 KOL 刷邀请码**：大额盈利截图 + KOL 集中分享邀请码。
- **权威媒体与播客**：PR Newswire 首发，TechCrunch、Fortune、Blockworks、Bankless、20VC；官方 Learn 内容库做搜索。
- **App Store 排名**：进入财经类前 6，榜单即免费流量。

6. 局限

- CEO 承认 fomo 仍远比社交更偏交易，社交护城河未被证明。
- 增长有周期性：2026 Q1 收入环比 +287%，Q2 环比 −21.5%。
- 预测市场仍在规划中，未上线（截至 2026-07 公开资料）。

二、阶段 0：上线前 40 天，冷启动供给侧

交易产品冷启动最稀缺的不是用户，而是值得被关注的人。上线当天信息流里必须已有真实、有料的交易。

1. “100 位创世交易员”计划

对标 fomo 的 200 人天使名单。用自有数据筛人：PolyEdge 看 Polymarket 顶级钱包，FlowMax 与钱包分析工具看 HyperLiquid 交易员，SeaShell 看 Robinhood Chain 聪明钱。挑出 100 个真实盈利、风格鲜明的地址，逐个私信邀请。

给创世交易员的条件：创世徽章、终身较高返佣档、Trader Rewards 首期保底、50 个专属邀请码。

2. 天使与顾问网络：创始人背景站台

创始人 2017 年起做公链研发，是 Ethereum、Aptos、Raydium 源码贡献者，这是 founder-led 叙事的核心素材。拉一轮小额天使或顾问，金额不重要，覆盖面重要：

- 生态方：Hyperliquid、Polymarket、Robinhood Chain、Aptos 生态关键人物
- 华语与亚洲头部交易 KOL
- 交易所与做市圈人士

目标：上线当天有数十个有分量的账号愿意转发。

3. 协议方联合营销

TraderX 三条腿均使用协议原生 fee（builder code 等），带给协议的每笔交易都在为其创收。以此争取 Hyperliquid、Polymarket、Robinhood Chain 的官方转发、生态资助与 Demo Day 露出。

4. 聚宝盆作为种子池，与主 App 解耦

归零币持有者是精准的高风险偏好人群，适合做种子。但“平台代币兑换归零币”涉及发币、定价与监管风险。初期先用积分承接，代币兑换后置，避免主 App 一上线就背上代币叙事。

5. 候补名单 + 邀请码裂变

Waitlist 排位与邀请人数挂钩；创世交易员自带首批粉丝进场。

阶段 0 检查清单

- ☐ 用自有数据筛出 100 个创世交易员候选地址
- ☐ 创世交易员邀请话术与权益包定稿
- ☐ 天使 / 顾问名单（生态方、KOL、做市）列出并开始触达
- ☐ 与 Hyperliquid、Polymarket、Robinhood Chain 生态团队建立联系
- ☐ 候补名单页 + 邀请排位上线
- ☐ 聚宝盆积分规则定稿

三、阶段 1：上线后第 1–30 天，打出第一个“事件战役”

上线首月的两件事：把入金路径做到最短，用一个高关注事件证明“事件驱动三腿交易”的差异化。

1. 入金是第一优先级

fomo 最大的一次跃升来自 Apple Pay。TraderX 上线时必须有一条“最短入金路径”：

- 海外用户：Apple Pay / 银行卡 onramp
- 亚洲用户：从币安 / OKX 一键提币——预填地址、二维码、自动识别链与币种，到账自动换成 USDC

这条路径的顺畅程度，可能比任何营销活动都重要。

2. 事件战役取代普通拉新

选上线后第一个高关注事件（如一次 FOMC 或热门预测盘）做全平台战役：

- 首页“事件作战室”：同屏展示预测市场赔率、相关永续、相关 meme，以及聪明钱在三边的动作
- 每笔交易自动生成带归因链接的晒单卡片（“我在 X 事件上的三腿组合”）
- 事件结算后公布“最准预言家”与“最佳三腿组合”

晒单卡片的归因链接即第一阶段要做的 Attribution 链，一套基础设施同时服务产品与增长。

3. Clan 赛季

复用已有的 follow + clan 关系表，两周一个赛季。奖池从平台手续费收入按比例拨出，按战队 PnL 或事件预测准确率排名。队长通常是 KOL，会主动拉粉丝入队，黏性强于单纯发邀请码。

四、激励方案设计

头牌激励是“信号奖励”：它就是 TraderX“社交信号因事件归因被打分”的变现版，fomo 在上线 15 个月后才推出同类机制。

激励	建议参数	设计理由
邀请返佣	普通用户 20–25% 手续费分成；KOL 档前 90 天 40–50%，之后回落	对标 fomo 25%，开局给 KOL 更强的换平台理由
只做一级返佣	不做多级分销	多级易被认定为传销结构，并招来刷量
信号奖励	观点 / 信号被归因促成交易后，按比例分成给作者	核心差异化，对外宣传的主打激励
新用户	首月 gas 全包，首笔交易免手续费	降低第一笔交易的心理门槛
Clan 赛季奖池	手续费收入按比例拨出，双周结算	团队裂变，KOL 带粉入队
积分	可做，规则写清，不暗示空投	避免过早背上 TGE 预期

与“不自建记账扣费”原则兼容

手续费照常通过协议原生 builder fee 收取；返佣和奖励由公司从已收收入中定期链上发放 USDC。这是公司支出，不涉及托管用户资金，原则无需打破。

反作弊从第一天开始

- 返佣 T+7 结算，设冷却期
- 同设备、同资金来源账户做关联检测
- 条款保留纠正排行榜操纵的裁量权（fomo 同样如此）
- 对敲、多账号互邀、刷榜的奖励可追回

五、渠道矩阵

前两个月集中火力在 X、KOL 网络和 Telegram；英文权威媒体等有数据后再攻。

渠道	做法	优先级
X（英文 + 华语 CT）	创始人 build in public、事件复盘、晒单；创世交易员定期出信号	最高
KOL / 创作者网络	起步签 20–30 个中腰部交易 KOL，按可追踪链接付费，不按条付费	最高
Telegram	频道 + Bot 推送事件信号与聪明钱动作，一键跳转 App 下单	高
短视频教程	海外 TikTok / YouTube“如何用 TraderX 做三腿对冲”，每条带邀请码	中高
中文加密媒体	Foresight、Odaily、PANews、BlockBeats 深度稿，融资或数据里程碑时发	中
英文媒体与播客	有数据后再攻 The Block、Blockworks、Bankless	中（第 2–3 个月）
交易所内容平台	币安广场等分发事件复盘	中

推广内容需附风险提示与付费合作披露。

六、合规红线、目标节奏与执行要点

两条合规红线

1. **地区限制**：公司在香港、团队在北京，但中国大陆居民不能作为目标用户。上线前完成 IP 与地区限制，所有推广渠道和内容避开面向大陆用户，否则会给公司和团队个人带来实质风险。
2. **美国用户**：fomo 的永续同样排除美国用户。TraderX 的永续与预测市场需做司法辖区限制。

目标与节奏

时间	关键目标
上线前	签下 100 位创世交易员；候补名单 5000+；10+ 位生态方 / KOL 天使顾问
上线第 30 天	入金用户 3000；周活跃交易者 1000；邀请带来的新用户占比 > 40%
上线第 90 天	跑完 2 个 Clan 赛季；公布信号奖励累计发放金额；以数据启动下一轮融资叙事

数字需按预算和上线时的市场热度调整。真正要盯的是两个比率：注册→入金转化率，以及首周入金用户的四周留存。

Robinhood Chain 建议

2026-08-31，fomo 与 GMGN 合计拿下 Robinhood Chain 交易终端约 79% 的交易量。SeaShell 已在这条链积累聪明钱数据。建议 meme 腿上线时优先接 Robinhood Chain，但用“事件驱动 + 聪明钱”切入，不正面拼速度和费率。

团队配置

两人核心团队同时承担 40 天上线开发与增长，精力会很紧。建议尽早招 1 位中英双语社区 / KOL 运营，专职负责创世交易员与创作者网络——在 fomo 的打法里，这个岗位基本就是增长本身。

参考来源

fomo 数据均为公司自报或第三方整理，未经审计。

- TechCrunch：Benchmark 领投 fomo 1700 万美元 A 轮（2025-11-06）
- insights4vc：fomo 7500 万美元 B 轮与产品策略（2026-07-16）
- Odaily / Foresight News：fomo 如何吃透 Robinhood Chain 红利（2026-09-02）
- Yahoo Finance / PR Newswire：fomo 公测发布（2025-05-06）
- Blockworks：fomo 上线前预览（2025-03）
- UGC Roster：fomo 创作者增长打法分析（2026-08）
- Paul Erlanger LinkedIn（创作者网络与用户里程碑）
- Se Yong Park 在 X 上关于 Trader Rewards 的帖子（2026-09）