

NFG艺术品虚拟跟现实交叉互通系统开发

产品名称	NFG艺术品虚拟跟现实交叉互通系统开发
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	东莞市
联系电话	18665158422 18665158422

产品详情

汹涌澎湃的 NFG热潮正在席卷全球

事先说明：本人从事软件开发营销系统，不在于任何平台运营，本文重点在于探讨商业逻辑和运营模式，系统本身不违法，系统属于工具，违法的是运营和如何操盘。软件开发电小编。

导读：

任何一套系统的背后，都应该是“用合适的技术解决行业的痛点以及用户的需求”，那么【NFG电商系统】解决的是哪些痛点和需求呢？我认为有以下几点：

1.当前及未来的主力消费群体从“物质消费”转向“精神消费”、“投资消费”

传统电商更多满足的是消费者的日常购物需求，而当前用户的需求早已不止于此，尤其是90后甚至00后这群用户，愿意为精神需求买单；

2.艺术作品市场缺乏合适的交易平台，创作者赚钱渠道少。

不管是实物古玩还是数字艺术作品，这些满足用户精神需求的东西，价值不小，但传统电商平台难以发挥这些“限量作品”的商业价值，且这类平台又比较少，这样就进一步导致艺术创作者的收入难有保障。

3.限量商品、艺术品如果不流通，不仅要成本（如租金），还不产生商业价值；

所以，nfG电商系统的出现，会给相关行业带来新一波互联网红利，咱们拭目以待！

感谢关注微三云nfG，关于nfG电商模式，后续将继续分享，助您快人一步抢占财富商机！

nfG 似乎是中国法项下zui有可能合规开展的涉通证业务，各方给予厚望。一方面投机者等待机会炒作一

把，赚快钱；另一方面传统文化艺术圈亟待技术迭代升级为 3.0。汹涌澎湃的 nfG 热潮正在席卷全球，如何甄别真技术和伪创新？为把握进阶机会，杜绝涉众风险，特撰写此文，仅供从业人员和相关人士参考。

nfG 新定义

本月，《韦氏词典》给 nfG 下了定义：

翻译成中文：（1）nfG 是一种唯一的数字表示，不能被复制、更换、切分，记录在区/块/链之中，用于检验真实性和所有权（例如特定数字资产或相关特定权利）；（2）可以用一个 nfG 来表征的资产。换句话说，nfG 是一种记录在区/块/链里，不能被复制、更换、切分的，用于检验特定数字资产真实性或权利的唯一数据表示。nfG 可以用来表征某个资产。

《韦氏词典》是从 nfG 的功能和性质来进行定义的，比较完整地阐述了 nfG 是什么，功能如何，这一定义可被我国相关产业参考吸收。其实，早在韦氏词典正式发布 nfG 定义之前，中国企业已经做了市场试水，将 nfG 译为“非同质化存证，将图片等存证在某联盟链，供购买者”访问、学习、研究、欣赏、下载缩略图、展示、分享”。同时，也有不少心术不正者，等待机会割韭菜。

我认为，在我国，nfG 的定义更宜为：基于区/块/链等加密技术产生的，具有（1）不可复制（2）不可修改（3）不能切分的确认权属和真实性的虚拟财产或财产性利益的凭证。

值得注意的是，在 F-nfGs 等项目的支持下，现在已经出现了碎片化的 nfG，这种新的应用方式冲击了 nfG 不能切分的基本性质，与比特币等同质化代币更为相像。为了确保 nfG 在中国合规发展，应当在概念上将 nfG 与 F-nfG（Fractionalized nfG）作区分，后者本质上是一种 Fractional interest，而不是一种单纯的凭证。

民法典与虚拟财产

关于虚拟财产是数据？债权？物权还是知识产权，学界是有一番血雨腥风的大讨论的。

数据学说主要的观点：电子数据缺乏民事客体要求的独立性，因此不能当作物，只能停留在数据层面保护；

债权学说主要观点：网络虚拟财产的权利人行权时，必须得到网络运营商的技术配合，受到服务器状态限制，无法脱离债权性质，不能上升为物权；

知识产权学说主要观点：网络虚拟财产属于网络运用上的智力成果，因而应当列入知识产权范畴，对于玩家，仅限于著作权中的使用权；

物权学说主要观点：网络虚拟财产是独立于人主观之外的客观存在，不是民事主体的行为，不可能成为债权客体。

数据说和债权学说，都强调了虚拟财产的依附性，受制于生产者或维护者，而以区/块/链等加密技术为依托的 nfG 恰恰是分布式的，一旦生成就不依赖于生产者和维护者，使用私钥可以 100% 掌控即所有权。因此，基于加密技术的 nfG 及其他类似虚拟商品就是数据说和债权说的反证，证明其逻辑不周延。

根据彼时《民法总则》（现已归入民法典之中）第五章民事权利，使用体系解释，排除了民事权利、民事权利变动归责，只能解释为民事权利对象，是一种物权（详见立法者杨立新《民法总则规定网络虚拟财产的含义及重要价值》一文）。

也就是说，最终，中国立法者力排众议，赋予我国公民拥有虚拟财产的权利，规定为物权。而物权的效力等级何其高也，不是部门规章、地方性法规就可以恣意限制和降低的，而是必须尊重和保护。结合2013年我国对于BTC比特币的定性为特定的虚拟商品，即这是赋予中国人一种新的物权即国人可合法地拥有虚拟财产。同理，我个人观点：nfG也是一种虚拟财产，中国人可持有。

问题来了，杜绝nfG滋生金融属性

笔者曾写过一篇关于二手首饰被金融化的文章，大众对于球鞋的炒作也见怪不怪，女性装饰品、男娃子的球鞋都能当成是传销、炒作、期货交易的对象，我们不能因为它们会被不法分子炒作，而因噎废食取缔首饰、球鞋的生产、买卖和使用吧。

把物理世界的首饰、球鞋，置换成数字世界的图片、歌曲，结论是一样的。鉴于此，我们真正应当杜绝的是炒鞋、炒画、炒虚拟商品带来的“个人风险向社会领域的转移”，而非取缔和杜绝这个商品本身。

治理路径：

一是直接出售、卖断数字艺术品nfG，只需ICP

许可，为了确保无虞，可到行业自律组织备案，建议允许进行盲盒销售等；

二是竞价问题，采用有拍卖牌照的专业公司专营方式处理，目前已有拍卖公司进行尝试，但应当注意拍卖的标的之法律性质以及合同约定的具体权益；

三是二级市场问题，地方金融牌照如省级保留交易所、交易中心可承接一部分功能，但限制交易规模和规定成交价格上限，采取合格投资人制度，严控个人风险向社会领域的传播；倘若对于地方金融牌照信心不足，可以在更高

级别牌照项下进行相关尝试，或者暂不开放二级市场，仅允许个人之间的偶发交易（非信息撮合）；

四是对于海外发币ICO又卖回给中国人的行为，结合9.4公告定性违法，坚决取缔；

五是对于利用nfG

传销、诈骗等行为，严厉用刑法打击，保护持有人财产权，维护社会管理秩序和金融管理秩序。

写在最后

nfG本身的技术问题，读者都是圈里人，无需赘述。飒姐是法学出身，还是从法律角度分析了nfG的内涵，以及在我国现有法律条件下，nfG作为虚拟商品其更宜定性为物权。同时，为了杜绝nfG炒作，给出了一些可能的治理路径。希望能给从业者和监管者一点参考，期待我国的技术创新与民众艺术需求的结合，能够开出美丽的花。

如何上线nfG电商平台：

1.首先要有一套nfG电商系统，它可以为你的每一个商品铸成唯一的nfG序列号（你可以把它理解为唯一的“身份证”）；

2.假设现在你手上有一个古董/名画，你可以用这个nfG电商系统给他生成一个专属nfG，然后就可以发布到平台交易了；

3.用户在平台（手机端）看到这个nfG古董/名画，有两个选择，一是直接购买，可以提货，平台寄送，放家里收藏；二是买了之后直接在这个平台上挂售出去，如果有其他人买了的话，那平台和这个卖家都能盈利（如果是创作者发布的古董，那意味着三方都可以赚钱）；

4.只要在这个平台流通，就会产生价值，流通即价值！nfG系统开发，数字藏品交易系统，数字藏品拍卖系统，数字藏品盲盒系统，nfG盲盒系统开发，nfG交易系统，天猫数字藏品代上架，蚂蚁链粉丝粒代上架，nfG中国代上架，Opensea平台代上架，nfG系统源码，NFR系统，NFR系统源码，数字产品交易系统源码

nfG分销系统搭建激励机制,nfG激励模式

微三云nfG+社交电商卖货方案

10大nfG卖货激励模式

快速裂变用户，实现销量翻倍

nfG推广奖励

让产品形成爆品，实现传播关系的裂变。

nfG绩效奖励

设置股东权重，激励推广贡献，壮大平台。

nfG区域奖励

平衡线上线下利益，迅速将品牌市场化。

nfG奖励

细化推广员等级，晋升优化团队。

nfG店铺奖励

额外奖励能力突出者，强化推广团队。

nfG消费奖励

根据用户消费额度，作一定标准的奖励。

nfG排队奖励

分期奖励礼包消费者，促进消费，增加粘性。

nfG积分奖励

通过店铺积分提现，加强粘性，沉淀用户。

nfG云店奖励

万店同源，轻模式运营快速整合B端资源。

nfG招商奖励

让用户为平台建立供应链实现双赢。

nfG多种营销提高工具

nfG，全民拼购，预售拼购，拼购，让卖货变得更好玩，有效降低引流成本

数字ID类nfG新项目“Cool

Cats”7月1日一经发售短短数小时便一售而空，官方售价为¥0.02eth。截至7月13日，“Cool Cats”交易均价已经达到¥0.85eth。仅仅13天平均涨幅达到惊人的42倍。

1.稀有性

近期所有数字ID类nfG发售都有着几个共同的特点，比如“Gutter Cat Gang”“Bored Ape Yacht Club”“Cool Cats nfG”。它的稀有性，它们都是发售总量不超过1万的，都是以编程方式随机生成的nfG的集合。都由独特的身体、帽子、面孔和服装组成，每一只都是的。限量一万这也就保证了它的价值。

反面例子来说，不限量的通胀属性“CryptoKitties”加密猫，没有繁殖限制，会随着时间的推移越来越多，也就导致了加密猫的价值愈来愈低，同期的限量10000的“CryptoPunks”却稳居交易榜首，居高不下。

当然还有着更加稀缺的属性，通缩。何为“通缩”？通缩是指此类nfG随着时间的推移会越来越少。比如近新推出的项目“Crazy Lizard Army”与“GOAT”，GOAT提出了合成机制，2个羊nfG可以选择想要的部位进行合成，变成一个全新的合成羊。而“Crazy Lizard Army”提出了进化的概念，3只蜥蜴进化为全新的物种龙，而三只蜥蜴永远的消失了。它们都是让现存的nfG越来越少，自然价值也会随着数量的减少而增加。

正是这种稀有性，让这种数字ID类nfG有了极大的升值空间。简单来说就是投入少回报大，比如“Bored Ape Yacht Club”从OpenSea上我们可以看到，截止目前，贵的那只无聊猴成交价已经突破了100 ETH要知道，它的成本仅仅为0.08ETH，相比发售价翻了1300多倍。这也让更多的人愿意购买这种数字ID类nfG。

2.社区性

社区的成立

首先nfG类项目，一开始是并没有社区这个概念的，不管是“CryptoPunks”或者是“Meebits”。目前它们动辄数十万的价格让更多的人无法参加进来，所以它们是比较“高冷”的。直到“Bored Ape Yacht Club”它的每一只猿猴的售价都是0.08ETH。这便提供了较低的入门成本，使所有用户站在同一起跑线，并且不用担心投资机构或巨鲸拥有优势，这种公平公正的方式吸引了不少投资者。然后它抛出了一个全新的概念。社区俱乐部。

“Bored Ape Yacht Club”首先设定好了故事背景。故事发生在十年后，每一个投身于加密领域的猿猴们都将会财富自由，但是那时所有流动性挖/矿都已无矿可挖，于是猿猴们开始变得无聊起来。那么猿猴们每天都在干什么呢？“Bored Ape Yacht Club”给出的回答是：在沼泽地的一个秘密俱乐部里与猿猴伙伴们一起玩耍。

社区有什么用？

首先，我们都是一个社区的人，那么就是朋友了，当我们打开推特、Discord、无数猿猴数字ID会充满我们的屏幕。它类似一个游戏的军团，让大家聚集在一起，让上千人自发地将nfG用作自己的数字ID；社区成员自发的做出二次创作；自发帮着官方宣传。你惊讶的发现，社区把所有购买者或者关注者聚集在了一起，形成了一个利益共同体的“DAO”。何为DAO？DAO(Decentralized Autonomous

Organization)去中心化的自治组织。

在这个社区的“DAO”你可以为以后的发展提出建议，官方会择优采纳，或者投票采纳，你真真实实的参与发展的历程，一起让社区这个“DAO”越来越好，这也让越来越多的人愿意投身其中，成为社区的一员。建立了利益共同体。

并且一般nfG创作方会将版权全部交给nfG持有者，用自己的nfG创作各种周边，二次创作的艺术品、衣服甚至是帽子或者其他的东西，越来越多的人穿着自己做的衣服，帽子。当然你也可以拿去售卖。“DAO”也拥有自己的活动，线下集会，还有社区成员自发的二次创作。

社区钱包的由来

有了社区这个概念后，社区还缺少一点东西，那就是资金，不管是nfG的再开发；周边商店的建立或活动的举行，全部都离不开钱，那么钱从哪儿来呢？这个时候“Bulls on the Block”提出了社区钱包的概念，它们从每次交易中，拿出2%作为社区资金，用于社区运营。自此社区钱包的概念兴起。

社区钱包它让社区有了激励机制，让更多的人贡献自己力量，获得更强的凝聚力。

社区总结

- 1.群体性：团结的圈子，超高的活跃度，极强的凝聚力。在这里你能找到志同道合；互帮互助的朋友。
- 2.参与性：参与建设，提出意见，获得奖励。你能帮助你喜欢的nfG变得更好。
- 3.发展性：随着持有nfG的发展，你手里的nfG会越来越值钱，你们是利益共同体。

社区的概念也让更多的人愿意购买这种nfG，不管作为ID证明自己是nfG投资者的一员，还是证明自己是社区的一员，又或者作为社区的建设者让自己的nfG变得更好。

3.数字ID类nfG的IP衍生

nfG整个的发展是多种多样的，有游戏的“ZED RUN”繁殖系统加上赛马；有着针对球迷向的“Sorare”；有着往元宇宙发展的“The Sandbox”售卖着元宇宙的土地。

那么数字ID类nfG呢？目前觉得好的应该是基于数字ID设定的衍生创作，不管是与服装行业合作的周边产品，或者进军游戏元世界的再次开发，都能拥有不错的前景。如“Bored Ape Yacht Club”就在设计制作游戏。

当然还有一些nfG项目另辟蹊径，比如“DeadHeads”提出动画的概念，让你可以成为动画系列的作者，社区投票参与指导“DeadHeads”剧本，“DeadHeads”将于整个社区为蓝图构筑，你购买的nfG角色，将在动画里面出现并且永远都活跃在互联网，这非常有意义与价值。：你的角色进入成为的。第二：随着动画的推出，火爆程度角色的价值也会提高。第三：参与剧本，自己和社区一起创作的动画自然有着难忘的经历，与荣誉。

4.引领潮流，名人效应

越来越多的人开始关注nfG，许多名人开始购买数字ID类项目。你打开推特发现，你关注的很多个KOL都在聊这些项目，并且把数字ID换成了它们，也就是说这个项目不仅仅是好，它还很潮，是一个非常cool的事情。

Flow 创始人 Roham 等人也换上了猿猴数字ID，麻吉兄弟；黄立成；柯震东；余文乐；吴建豪等人收藏了大批猿猴，而拳王泰森也收藏了酷猫。这些名人的推波助澜让这些数字ID项目变得更加受人追捧。

当我们购买数字ID类NFT项目，到底是买什么？

其实我觉得，我们购买数字ID类NFT项目是在购买一个身份证明，一个ID。我们生活在新的一代互联网，也就是元宇宙当中，在这样一个平行宇宙中我们需要一个数字身份，而这些 NFT 项目由于总量有限、社区共识等原因可以体现出一个人的社会地位与身份，所以这些可以用作数字ID、3D 化身等身份象征的 NFT 项目很容易火起来。它是我们在元宇宙中的角色，也是我们进入元宇宙的钥匙。

从7月13日的opensea的7日交易量排名上来看，位有6位都是数字ID类NFT，越来越多的人看好NFT项目，并进入了数字ID类NFT市场。目前NFT市场前5名项目的累计交易量已达近15亿美元，2021年上半年NFT总交易量超过25亿美元，NFT市场正在迅速扩大，并逐步占据主要数字资产交易领域。

为什么数字身份ID会大量？我觉得，现在是属于元世界早期，达到头号玩家那种“绿洲”元宇宙还需数年时间。而数字ID就像头号玩家里面的身份角色；或者是进入游戏时所需要的账号头像，未来的元世界都是去中心化的，现在我们购买的等于是账号ID。

未来没有人知道NFT与区/块/链会去向何方。现在一起参与NFT的人，同我一样是元宇宙新世界的开拓者，随着数字体验的构建，比如买卖交易、社交网络、收藏展示、游戏和虚拟世界，它的使用范围将会不断扩大。也许它可以帮助创建一个新的数字世界，我们将于NFT一起发展，一起去往前方。

更多的NFT分析，优质NFT项目请关注我们，为您带来手NFT资讯。

所有资讯内容不构成投资建议，市场有风险，投资需谨慎。