

NFG电商结合文交所怎么落地？电商新经济模式如何赋能实体经济

产品名称	NFG电商结合文交所怎么落地？电商新经济模式如何赋能实体经济
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋403室
联系电话	15766340569 15766340569

产品详情

NFG电商结合文交所怎么落地？电商新经济模式如何赋能实体经济

元宇宙NFG电商（通证积分）+私域电商百种经济模型+文交所+二级市场增值流通

多元化营销战略，引爆市场热点：微三云借助其SaaS架构和丰富的营销模式库，搭配微三云开发的NFG电商系统能够灵活应用于各类商城场景，激发用户参与热情，促进销售额tisheng

数字化电商搭配微三云百种经济模式，各种分销模式，经济模型，通证积分系统，通证积分商城搭建，通证商城搭建，元宇宙NFG,小程序开发，商城开发，APP开发，商城搭建，小程序搭建，分销商城搭建，NFG电商系统搭建，链动2+1商城，推三返一系统搭建，消费增值商城，循环购商城，SaaS商城搭建，SaaS源码，七人拼团商城.....

什么是电商数字化IPO？

"NFG"是"Non-Fungible Goods"的缩写，意为非同质化商品。

NFG 是非同质化商品的缩写，它可以利用元宇宙技术，在 NFT 的基础上实现数字经济与实体经济的深度融合，每一个 NFG 都是独一无二、不可分割的，当一件作品被造成 NFG 后，这个作品就会拥有区/块链上独一无二的标识。

NFG 属于元宇宙的概念，主要是通过区/块链技术、VR 技术为基础，结合社交和电商零售，实现元宇宙的商业化应用，帮助企业品牌打造非同质化商品的交易、流通和溯源。在元宇宙电商中，NFG指的是那些具有独特性和不可替代性的数字商品，比如虚拟艺术品、游戏道具、音乐、视频等。把实物商品映射成唯一性的NFG数字化商品，实现实物商品的确权、流通、交易、增值等，赋能、推动企业私域电商的进一步健康发展。

企业可以通过以下方式利用元宇宙实现增值：

创建和销售NFT：企业可以利用元宇宙平台创建和销售独特的数字商品，如古董、潮玩、字画、会员卡、具有权益属性类虚拟资产、股票、期权、游戏道具等。这些商品可以通过区/块/链技术确保其独特性和所有权，为企业带来增值机会。

提供虚拟体验和服务：企业可以在元宇宙中提供虚拟体验和服务，如虚拟展览、虚拟演唱会、虚拟旅游等。这些虚拟体验和服务可以吸引用户，增加品牌曝光度和用户黏性。

社交互动和用户参与：元宇宙提供了丰富的社交互动功能，企业可以通过与用户的互动来增加用户参与度和忠诚度。例如，企业可以在元宇宙中举办线上活动、社交聚会等，与用户进行互动。

跨界合作和创新：元宇宙为企业提供了跨界合作和创新的机会。企业可以与其他行业的企业合作，共同开发新的产品和服务，创造更多的商业机会。

总之，通过利用元宇宙实现增值，企业可以扩大市场份额，增加品牌价值，提升用户体验，创造更多的商业机会。但同时，企业也需要注意保护用户隐私和数据安全，建立可信赖的交易和合作机制。

其实，元宇宙电商是NFT交易与商城模式结合下的应用场景，它可以提供给其他用户进行交易，还可以免费上架商品和产品。这种方式降低了创作者和收藏家进入NFT平台买卖商品的门槛，还可以为创作者提供了一种标记数字资产所有权的方法，独一无二、不可复刻、减少交易摩擦，帮助数据互通和流转。

NFT被称为非同质化商品，它可以赋能实体企业，解决高端商品交易的溯源难题，用时间和权益重构品牌生态，最终实现数字经济与实体经济的深度融合。现在，数字藏品已经成为了时代最直接的应用和新的流量入口。

企业已经布局并建立了自己的数字采集系统，发展了自己的平台，希望借此机会实现企业的升级。通过NFG电商系统，用户可以在线上平台消费购买商品，并且有两种选择，一是选择提货，平台就需要发货给用户。

二是用户选择再次在平台溢价出售，当商品成功出售后，平台和用户都会盈利，实现共赢。整个交易流程，线上数字世界和线下物质世界相互映射，传导价值，只要商品在这个平台流通，就会产生价值，平台曝光度增加，企业也会不断增值，流通即价值！

第一部分文交所简介：文交所采用政策引导，市场化运作方式，遵循“公开、公平、公正、规范”的原则，以文化物权、债权、股权、知识产权等各类文化产权为交易对象，依法开展政策咨询、信息发布、产权交易、项目推介、投资引导、项目融资、权益评估、并购策划等服务，为各类文化产权流转提供交易平台及专业服务，建设集文化产权交易、投融资服务、文化企业孵化、文化产业信息交流和人才培养为一体的综合服务平台。

第二部分 微三云百种私域电商经济模型

第三部分：微三云NFG基础功能介绍

1. 空投：针对关系户、创始会员，内部人员、团队长福利空投
2. 白名单与预约白名单：针对关系户提前获得首发抢购权益，或者提前开启白名单预约，避免首发当天并发问题和科学家恶意抢单问题
3. 专题发行与抢购：铸造上链发行，支持纯NFT发行和虚实结合NFG发行
4. 二级挂售交易：方便用户变现和流通

5.拍卖：针对有拍卖证的平台，目前唯一合法的交易方式

6.作者版权分成

7.历史藏家分成

8.盲盒

9.合成

10.虚实结合拍卖担保交易

11.NFG自动增值去泡沫模型功能

第四部分：NFG+多商城相互赋能模式

第一：NFG平台纯NFT通证+外部多商城引流

1.NFG平台限量发行某纯NFT通证，跟多个有会员基础的电商平台合作，联合发行NFG系列纯NFT

2.电商平台设置新的返利新活动，但参与活动需要持有NFT作为燃料，引导客户到NFG平台购买NFT，从而从多个电商平台引流用户到NFG平台，

3.NFG平台可以联合电商平台共同发行某个NFT，不同的电商平台可共同发行不同的NFT或者不同的NFT

4.NFT可以上架对接青岛文交所交易合法变现

第二：NFG平台+赋能多商城平台或连锁品牌线下门店

1.NFG平台限量发行虚实结合NFG通证，跟多个有会员基础的电商平台合作，或者跟线下练多门店品牌方联合发行虚实结合产品NFG

2.用户购买NFG后，除了可以挂卖交易增值变现，也可以到指定电商平台兑换产品，或者到指定连锁品牌线下门店提货兑换实物产品交割，NFG平台为其他电商平台输送会员，或者NFG为线下门店输送会员

3.NFG平台可以联合连锁品牌发行会员NFG，不持有品牌NFG可以到线下门店享受一系列有优惠折扣或者其他会员权益

4.NFG可以上架对接青岛文交所交易合法变现

第三部分：NFG平台盈利方式规划

第一：与有会员基数的电商平台合作发行NFG

利用平台的NFG增值机制，吸引电商平台的客户购买NFG，为电商平台去泡沫，平台收取交易手续费和NFG发行费用抽成

第二：与无会员基础的新电商平台合作：联合发行NFG，收取合作门槛开户费，技术费等费用，合作发行NFG抽成

第三：与实体连锁店品牌方合作：联合发行产品NFG或者会员卡NFG，收取发行费用抽成

第四：为新零售平台操盘手或者需要转型新零售的传统企业老板，提供各种分销模式和返利模式系统，收取策划费，咨询费，软件费用（软件开/发可以跟微三云合作）

第五：对接文交所NFG交易专版，为众多返利平台提供去积分通证泡沫解决方案，收取10%-30%手续费

第六：积累原始会员和忠实团队长，为未来自己做品牌，孵化多个自由品牌连锁经营做准备，为多品牌同步线下招商加盟全国复制和融资上市做准备，为打造多个上市公司集群矩阵做准备

第四部分：微三云NFG系统优势

1.系统底层，腾讯区块/链底层自主开/发模仿721协议智能合约，与至信链平行，但没有二级交易限制，没有交易量限制，铸造和交易不产生GAS费，没有初始门槛25万费用限制，只需要每月几千块的节点费用，无限量发行，后期可以延伸做自己生态体系的交易所

从运营角度可进可退，尽进可以申请商标自创区块/链品牌，比如叫如艺链、元舟链，退可以说是腾讯区块/链提供技术服务

2.支付解决方案：汇聚支付，易宝支付，商城支付，区块/链支付

3.超级APP上架：正常来说数藏类目要有区块/链服务备案才能上架，通过超级APP可以免备案间接上架。

4.SaaS架构：可以孵化生态系统的过个平台，后期做生态平台交易所

音乐版权NFG平台

书画艺术NFG平台

玉石翡翠NFG平台

沉香种植NFG平台

博物馆NFG平台

古董NFG平台

邮票NFG平台

古钱币NFG平台

.....

5.对接云平台200多种创新营销模式方案组合，帮助更好地营销NFT

6.虚实结合发行逻辑，更容易符合国家相关政策法规

7.自带NFG自动增值经济模型：去泡沫增加平台现金流

8.与NFG交易所打通，彻底为平台解决出入金问题、合规缴税问题、平台返利去泡沫问题

附：NFG基础知识

第一：NFG的基础——NFT基础知识

1.NFT，全称为Non-Fungible Token，指非同质化代币，简单的说就是把你的照片、声音、文字、视频放到区块/链上去，变成具有唯一性、不可分割和稀有性数字作品，再通俗一点就是给每一个物都配上一个链上数据独一无二、不可篡改的身份证号。

1)唯一性，其实就是不可复制，你没办法在区块/链生成一张一模一样的数字作品，因为NFT数字作品是储存在区块/链上的，有唯一的编码（身份证号），而传统的作品，通过复制粘贴就可以完成一份变两份的操作，然后重复复制粘贴，一份可以轻松变成成千上万份，并且保存在自己电脑，想要用的时候再进行复制粘贴就行了，说到这，你就大概理解了这一个唯一性，也就是有唯一的数字编码，并且这个编码没办法篡改。

2)不可分割性怎么理解呢？通俗一点就是NFT作品没办法像比特币或者咱们的人民币一样，100块可以换成100张1块的使用，一份就是完整的一份。

3)稀有性也就很好理解，因为一旦生成了相应的NFT，那就是独一无二，世上仅此一份，有唯一编码，这便是稀有性。可能很多朋友有收藏数字藏品的习惯，比如鲸探里里面的数字藏品，一件文物做成了1万张“一模一样”的NFT，请注意，并非一模一样，因为每一张NFT都有自己独特的编码，编码具有唯一性，可追溯。

2.同质化通证与非同质化通证：同质化如BTC，usdt,你手上的一个比特币跟我手上的一个比特币是一样

的，NFT非同质化则是，你手上的那个跟我手上的那个绝对是不一样的。

3.公链NFT和联盟链NFT：公链去中心化，国际认可，永/久保存，但有铸造交易GAS费，还有国家政策问题，如果做自己品牌需要基于主流公链开/发一条侧链

联盟链去中心化差一些，而且不一定能永/久保存，但符合国内法规，并且没有固定gas费用，用微三云系统可以直接自己做一个联盟链品牌

第二：NFG是什么：NFT的延伸，虚实结合，与实物产品或权益绑定

一、虚实结合产品NFG营销

品牌企业限量发行产品，比如限量珍藏版产品，茅台酒，耐克鞋，劳力士手表，爱马仕包包，钻石珠宝，结合元宇宙热点营销，更接近年轻人消费思维习惯

二，不方便直接交易的虚实结合物权NFR类NFG做营销

古董，玉石翡翠，林地林权，房地产，沉香树

三.纯权益类，帮助平台收钱：代理，加盟商，团队长，分红权，区域运营中心，门店入驻权，股权，连锁店会员权益，电商平台会员权益，社交权益，产品众筹、活动众筹

普通玩法不够新颖，结合元宇宙概念马上就高大上很多

四.平台去泡沫：购物币资产消泡、积分消泡，上NFG交易所

五.企业品牌营销，或者帮助平台链接品牌IP：营销策划公司，比如车企

1.发行车企公司企业品牌NFG（品牌宣传），持有NFT拥有新车上线优先购买、优先排队提车、额外汽车用品赠送等权益

2.发行试驾勋章NFG，抢到后可以服务点免费试驾

3.发行车展门票NFG，抢到后可以免费车展接待

4.发行会议NFG：上下游年终会议参会资格，抽奖凭证

5.车企会员NFG，凭勋章可以享受多少次洗车，保养打折，多少公里保修，不同等级享受不同服务（比如买不同系列不同级别的车获得不同勋章）

6.进阶版会员勋章：发行一个系列比如20个NFG，其中还有稀有款，集齐20枚可以到线下门店兑换一辆新款汽车。

7.元宇宙车展，数字空间体验试驾新车，VR3D场景，身临其境

8.汽车补贴营销NFG，比如新能源车，抢到该NFG，可以获得购买汽车打折权益或者抵现金权益，可以联合政/府部门进行新能源车的补贴方案，类似疫情期间政/府推出的免费发放消费券活动，让政/府协助宣传，本地居民可以线上秒杀抢拍，政/府不用掏钱又可以得到正面宣传，车企让出部分补贴，获得大量持有购车代金券NFG的粉丝潜在客户

六、NFG公益：

NFG发行售卖进行公益项目捐助，支付宝鲸探和腾讯幻核、加密空间都有开展过，更有利于获得政治支持和塑造平台公益形象

总而言之，微三云元宇宙NFG+多商城互相赋能解决方案拥有巨大的潜力，可以为企业带来巨大的竞争优势。通过将云计算和元宇宙技术相结合，它能够实现多商城的互相赋能，为企业带来更高效的运营模式和更优质的用户体验。随着云计算和元宇宙技术的不断发展，这一解决方案将会进一步完善和扩展，为企业创造更多的商机。

详情了解私信小编，获取资料！！！！

知识拓展：以下为网络转发内容，如有侵权请联系删除

代理商/微商/订货系统

打破传统代理商线下囤货销货模式，保留代理低进货价优势，为代理构建线上销货通道，长期盈收。

行业痛点

传统零售线上线下联动 利益分配成难题

电商冲击，线下渠道利益受损，对转型产生对抗心理，影响行业健康发展，均衡线上线下利益分配成关键

消费升级 便捷消费提出挑战

传统零售人随货走，货随场走，物业依赖性强，无法针对精准人群做营销，无法适应消费者移动消费习惯

数字化转型困难 人货关系难调

依赖于传统渠道零售，缺乏数字能力，影响生产、销售，核心竞争力下降，亟需实现全系统数字化，赋能渠道，优化资源结构

电商零售红利期已过 竞争逐渐增大

流量的瓶颈逐渐显露，现有电商平台过多，用户分散，电商红利不再，获客成本趋高，难以突破

渠道覆盖群体受限

电子商务受技术、行业、商品属性等影响，无法在线实现全渠道营销

可见不可触 体验影响售后

虚拟场景，即时消费缺失，影响消费体验，增加售后成本

平台模式

代理商预存货款模式

统一向平台充值货款

订单奖励，需扣除货款及奖励

代理分销奖，手动/自动发放，支持3级（建议2级内）

代理计酬奖，可设置发放时间及梯度比例

扣货款情况下，除区域奖励外，其他奖励由代理出

代理商折扣可每个商品单独设置

可设置货款保证金，低于所设金额触发警戒线

可设置最低充值货款

充值方式：微信/支付宝/线下（银行卡）

游客平台分配至，按人或按区域

自购/非自购模式

代理商奖励支持单独账户发放模式

逐级模式

代理商预存货款模式

基因链就近原则向上级充值货款

订单奖励，需扣除货款及奖励

差价奖励，零售订单才做结算，货款充值不做结算

扣货款情况下，除区域奖励外，其他奖励由代理出

代理商折扣可每个商品单独设置

可设置货款保证金，低于所设金额触发警戒线

可设置最低充值货款

充值方式：微信/支付宝/线下（银行卡）

游客平台分配至，按人或按区域

自购/非自购模式

代理商奖励支持单独账户发放模式

平台模式和逐级模式区别？

“平台模式”与“逐级模式”的区别在于贷款的充值方式和奖励

“平台模式”所有代理商统一向平台充值，代理与代理之间无差价收益

“逐级模式”代理商向上级充值，不同级别代理之间赚取差价

订单归属：

1、基因链上离购买者最近的代理商，

2、开启代理商自购，订单归属代理商自己，

3、未开启代理商自购，订单归属上级代理，

4、在平台开启了区域订单奖励开关，没有上级的按下单地址分配

5、未开启区域订单奖励开关，没有上级的归属平台

订单奖励：1、订单支付后扣除货款，订单完成后结算奖励，

2、当最近的代理商货款不足，则订单归属平台，

3、推广员和店长的分销奖励由订单归属的代理商出，

代理奖励：1、分销奖励：按货款充值计算，走推荐关系，不同身份不同深度设置，类似于高级销售员

2、月度计酬：统计团队每月充值货款金额，按照设置的月度计酬梯度比例分配

订单归属：1、基因链上离购买者最近的代理商，

订单奖励：1、订单支付后扣除货款，订单完成后结算奖励，

2、当最近的代理商货款不足，则往上找货款充足的代理，

代理奖励：逐级模式，充值货款无分销奖励和月度计酬奖励，也不计算不同级别代理商间的差价，

零售订单：最近的代理商扣除货款，获得零售奖励，基因链上比最近的代理商等级高的获得差价；

逐级模式举例：

社交电商系统功能介绍：

深圳市商城源码开发、微商模式、代理商功能、订货系统、微三云