

DIP

全球艺术数字社区生态

——基于区块链的全球艺创文化发射站

摘要

本白皮书详细描述了 DIP 全球艺术数字社区生态的构思与设计。

DIP通过区块链技术，联合艺术家、拍卖行、博物馆、画廊等艺术生态节点，打造全球艺创文化发射站，旨在变革传统艺术产业固有形态及解决当下艺术产业正在发生的一些问题，保证艺术品的溯源和确权，提高艺术品流转效率，扩充新锐艺术家培养，加强艺术家智慧成果转化，并借由社区生态联合推动当代艺术认知，当代艺术品鉴，新锐艺术展览体验，公共艺术入驻生活乃至整个世界当代艺术市场的健康高效前行，构建分布式艺术产业链及整个经济生态。

**关键字：区块链技术 去中心化 艺术家培养 艺创空间 艺术品数字化交易平台
艺术品数据库**

目录

一、	我们的目标愿景	5
二、	艺术产业概况.....	5
	2.1 全球艺术市场.....	5
	2.2 当代艺术品市场.....	6
	2.3 艺术品爱好者	7
	2.4 艺术家.....	8
	2.5 艺展画廊	9
	2.6 拍卖市场	12
	2.7 艺术产业链.....	13
三、	艺术产业的痛点	13
四、	全球艺术数字社区	15
	4.1 DIP 区块链艺创文化社区.....	15
	4.2 DIP 解决的问题.....	16
五、	DIP 社区架构.....	17
	5.1 整体架构	17
	5.2 艺术家孵化.....	17
	5.3 艺术品金融.....	18
	5.4 艺术品交易	20
	5.5 艺术 IP 登记	23
	5.6 艺术品数据库.....	24
	5.7 艺创空间.....	25

六、	DIP 生态建设.....	25
6.1	DIP 基金会	25
6.2	token 生态经济.....	26
6.3	艺术网络社区.....	27
6.4	艺术家服务.....	30
6.5	DIP 展示	31
七、	DIP 平台技术实现.....	35
7.1	数据层.....	36
7.2	网络层.....	37
7.3	共识层.....	37
7.4	合约层.....	38
7.5	应用层.....	39
7.6	钱包架构.....	39
7.7	虚拟机结构.....	40
八、	DIP 团队及顾问.....	41
九、	免责声明.....	48
十、	风险提示.....	48
10.1	合规、运营风险	48
10.2	技术风险.....	48

一、 我们的目标愿景

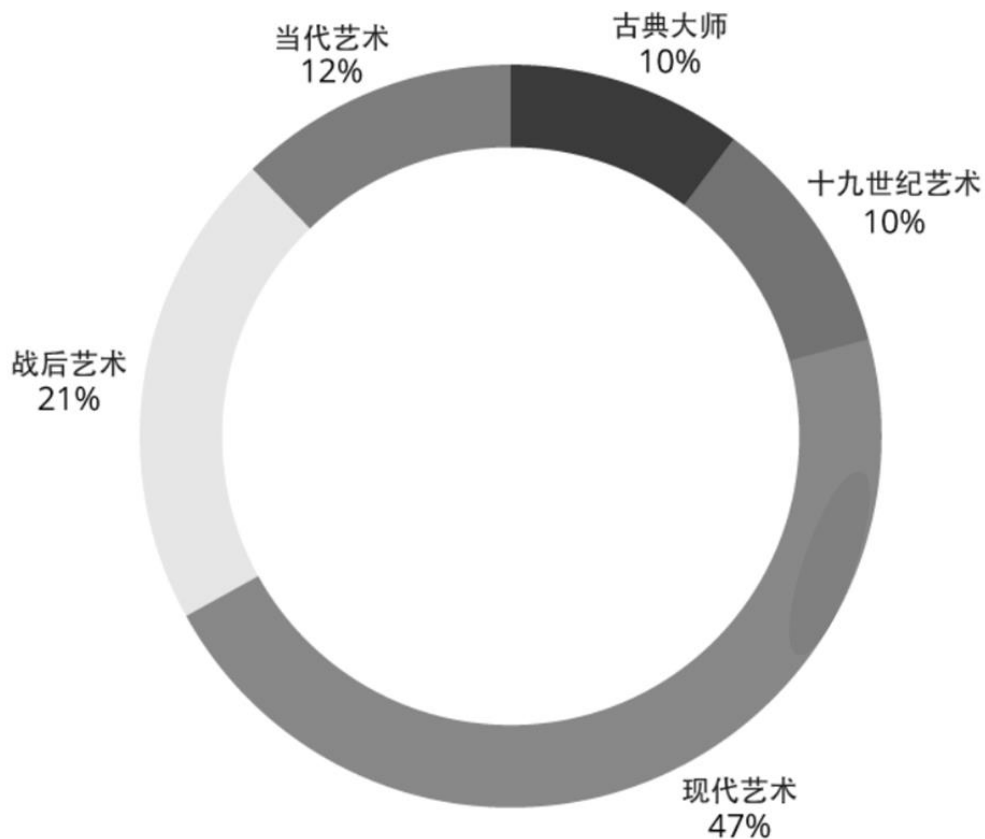
旨在聚集独立且有想法的艺术家，设计师和青年文化群体，打造一个基于区块链的艺术数字社区。关注青年新锐思想和原创文化，推广当代艺术、音乐、文学青年思潮。甄选最优艺术资源，整合最新艺术资讯，在艺术家的个人艺术品宣传、流转方面促成生态化社区发展。以落实艺术体验活动，艺术家产品经纪等艺术相关领域的延展来打造属于每一位青年艺术家以及艺术体验者的艺术生活体系。发展为一个链接艺术家、设计师、拍卖机构、艺术品和数字版权所有者、文创产品开发以及使用者、购买者与物联网设备并行的零距离、无边界、专业化智慧艺创文化空间。

二、 艺术产业概况

2.1 全球艺术市场

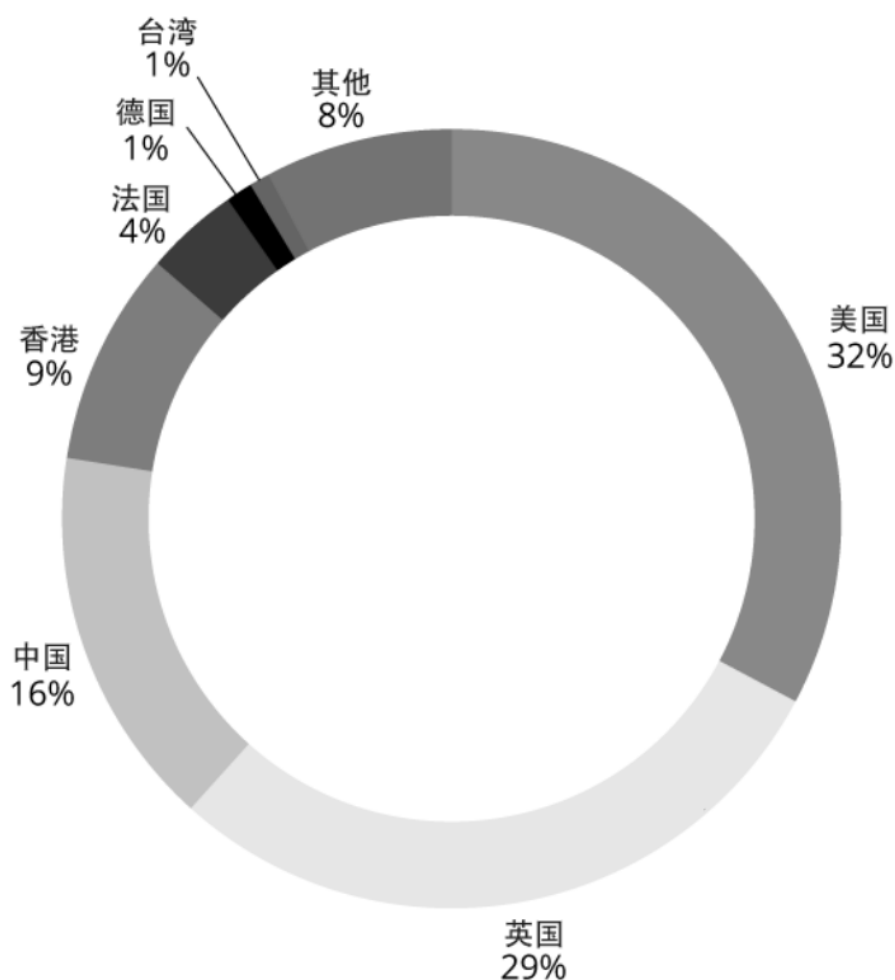
在全球艺术品市场中，现代艺术品仍在整个艺术品市场中拥有举足轻重的地位，当代艺术品的总成交量占据纯艺术品的 14%，总成交额占比 12%，无论是交易收入还是成交量，均超越了古典大师作品和十九世纪艺术品。但 21 世纪着实见证和迎接了当代艺术品的到来。相对于战后艺术品，当代艺术品在长期看来拥有更坚实的地位。2000 年，当代艺术品占全球拍卖品数量的 3%；18 年后的今天，这一数字已上升至 12%。这一变化的意义是显而易见的——收藏家越来越看重当下的创作。从今往后，当代艺术品已不能再被视为一个有赖于偶发购买、微不

足道的边缘市场。它和战后艺术品一道承担了艺术品市场“火车头”的角色。



2.2 当代艺术品市场

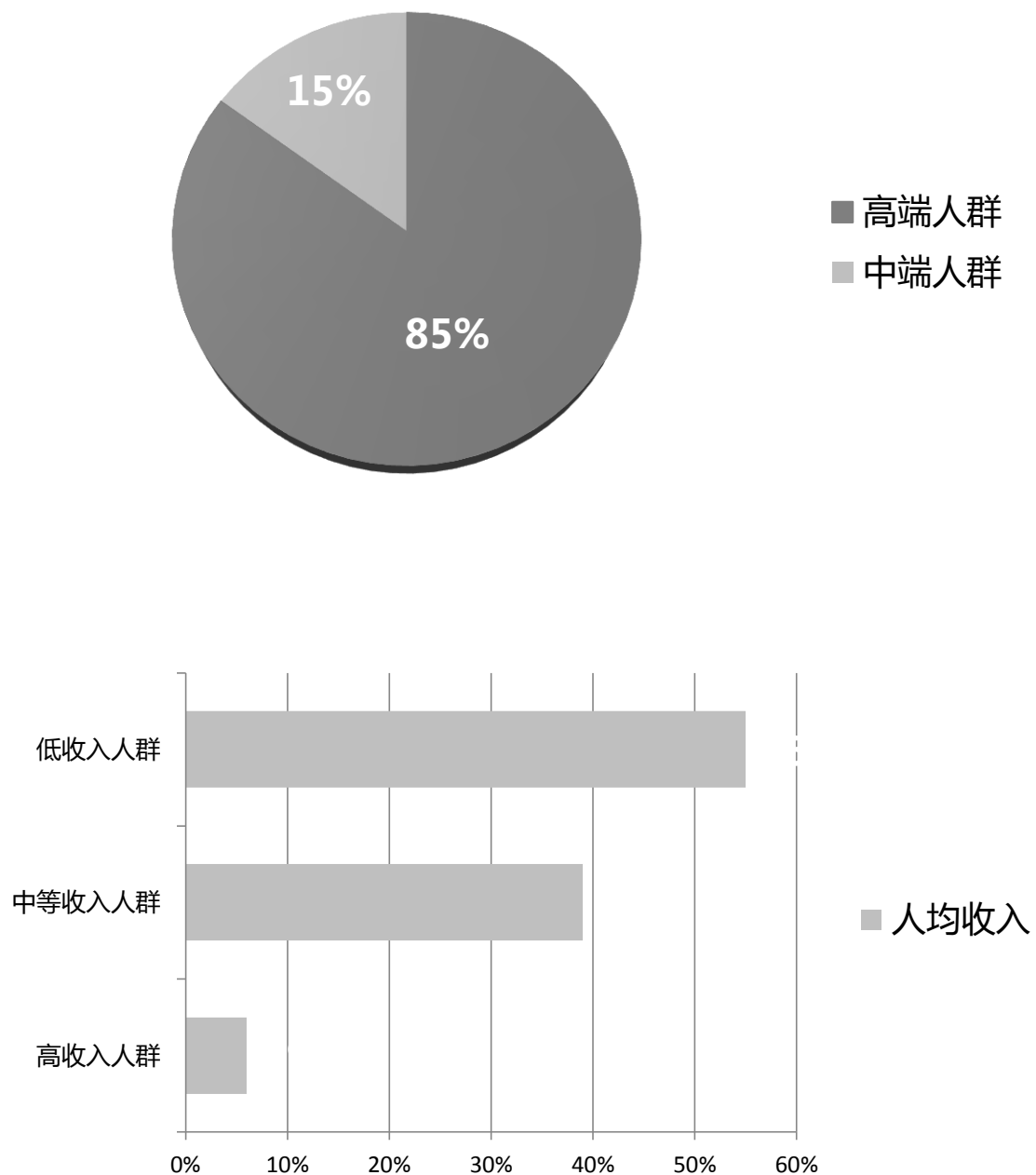
当代艺术品交易市场，美国稳居全球当代艺术品市场第一的位置，但纽约的霸主势力在今年略有萎缩。美国市场越来越多地集中于现代艺术品（尤其是2018年5月举行的洛克菲勒藏品拍卖会），2017年11月达芬奇的《救世主》创下的拍卖纪录更是标志性的事件。因此，和上一年度相比，美国当代艺术品市场的成交额下滑了16%。事实上，2016/17年度以7.05亿美元占据全球44%拍卖收入的美在今年仅创造6.12亿美元的收入，全球占比32%。英国（5.45亿美元）和中国大陆（2.98亿美元）则均取得了优异的成绩，分别上涨了55%和15%。大中华地区（包含香港和台湾）的市场占比稳定在26%，营收4.8亿美元。



2.3 艺术品爱好者

据数据显示，艺术品投资人群中，主要以高端人群和中端人群为主。高端人群占比85%，中端人群占比15%。与此同时，根据国家统计局所采用的世界银行标准，成年人每天收入在10~100美元之间，也即年收入3650~36500美元即为中等收入群体，按照人民币汇率1:7这种比率进行保守计算，以世界银行标准来算的中等收入标准为2.5万~25万元人民币。用这个标准再来计算国家统计局的数据，就能够看到全国低收入人群占比55%，中等收入人群占比39%，高收入人群占比6%。所以，2018年1月9日，国家统计局综合司副司长、新闻发言人毛盛勇表示，据保守测算，目前我国中等收入群体已超过3亿人，大致占全球中等

收入群体的30%以上。但艺术品投资的高门槛极大限制了中国艺术品市场规模的壮大和发展。



2.4 艺术家

在艺术市场中，青年艺术家的作品逐渐被全世界艺术爱好者关注，主要是因为这些艺术“黑马”今天还在市场的低端起步阶段，若干年后就有可能成为艺术市场

创天价的“大师”。全球现代及当代艺术板块中，70后（包括80后、90后）出生的艺术家们仅占非常小的份额，而且平均成交价明显低于整个战后及当代艺术板块的平均价。然而，成交份额、交易额以及拍品平均价格在近5年内呈连年上升的趋势，成交额也达到历史最高的3亿美元。美国在现代及当代艺术板块中占世界市场的统治地位，大约占46%，超出中国（22%）一倍多，中国许多青年艺术家没有通过在西方更为常规的画廊渠道进入艺术品市场，而是直接进入拍卖市场，这种短期获利的做法通常会缩短这些艺术家的艺术生涯。

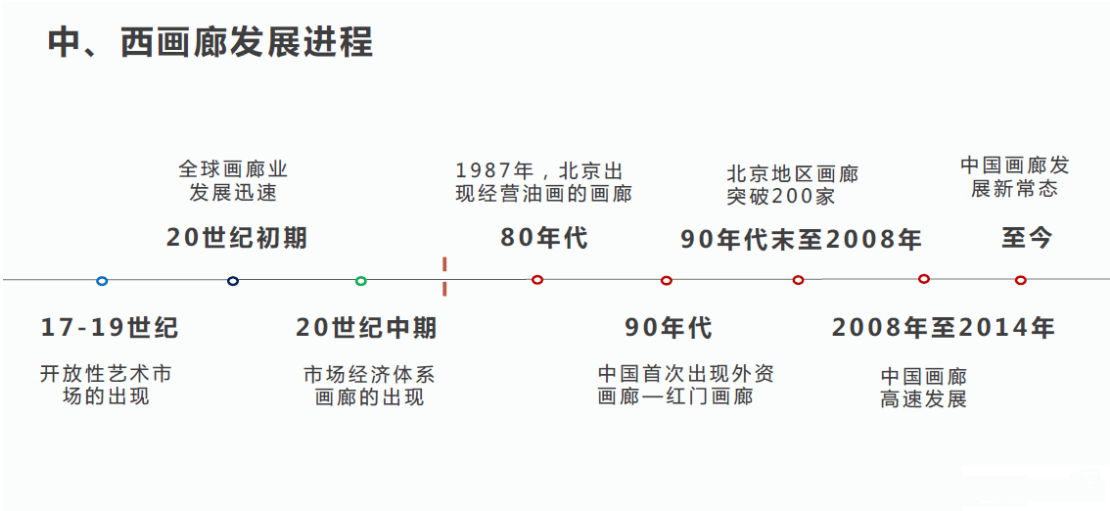
2.5 艺展画廊

2018年，画廊是举办展览最多的机构（55%），其次是博物馆、美术馆（29%）和非营利机构（15%）。在全球范围内，艺术展览的举办相较艺术市场的交易表现得更为分散。举办展览最多的3个国家依次为美国（21%）、德国（12%）和法国（10%），其中92%的展览内容是战后及现当代艺术。展览对本土艺术家的偏向明显，尤其是在美国、中国和法国，本土艺术家的展览占到50%。此外，2017年，中国举办本土艺术家的展览数量同比下降了37%，为10年来最低。

2.5.1 画廊

画廊是西方艺术世界的“舶来品”。16世纪，西方将搜集到的艺术品陈列于府邸的回廊，这是画廊的起源。现代意义的画廊模式诞生于19世纪的法国，自20世纪初，各类现代艺术流派相继出现，画廊发展呈现出突飞猛进的态势。

中国大陆的画廊诞生于 20 世纪 90 年代初，如外资画廊——红门画廊的出现。90 年代末至 2008 年，国内画廊无论从规模、数量上，都呈现出高速发展的态势，北京地区的画廊突破 200 家。



中国画廊经营现状

经营模式：从单一到综合经营方式。如艺术衍生品商店，艺术商城综合体，艺术酒店等多元化的商业模式。

代理方式：合作制和签约制是目前中国画廊代理艺术家的主要方式。

中国画廊代理艺术家时间普遍不长，代理时间在 1-3 年的约占 41%。中国画廊比较常见的抽成比例是：知名艺术家抽成比例约 75%，成长型艺术家约 50%，新晋艺术家最多 30%。行业中规范性很难通过传统模式产生标准化，于国际画廊运营模式统一。

2.5.2 博物馆

在艺创领域主要的亚洲和中东买家都在大量建设博物馆。每年开设 700 多家新博物馆，自 2007 年以来，标准化的博物馆产业已成为 21 世纪的全球经济现实。

2000 年至 2014 年期间开放的博物馆数量超过前两个世纪。

但是，从国际经验看，我国博物馆建设方面的发展空间仍然是巨大的。西方发达国家的经验表明，在城市化和社会发展达到一定水平之后，一般会达到平均每10-20万人左右应该拥有一座博物馆，许多历史文化遗产丰富的欧洲小国比如丹麦、比利时等已达到1-2万人拥有一个博物馆。根据《世界博物馆》不完全统计资料，全球现今有各类型博物馆数量超过30000多个，其中俄罗斯仍然保留下来了前苏联时期的博物馆数量，现今有5000多个；日本全国有各种国立、公立、私立、大学博物馆总数7000多个；法国的博物馆约有5500个；英国的博物馆有3000多个；意大利博物馆总量约在3500个左右，其中国立、地方公立的博物馆大约有3000个左右，专业类型非常齐全，体系非常完整。美国由于博物馆建设主体的高度多样化和运行方式的多样化，统计数字一直不太准确，但预估超过5000个。

2.5.3 独立空间

“独立艺术空间”这个看似简单的名词在中国显然需要被重新定义。用资金来源来衡量机构的“独立性”从中文语境上看似说得通，但显然与欧洲机构以政府资助作为主要资金来源的惯常模式冲突；用机构创始人的动机（比如对所谓主流艺术圈的态度）来界定“独立性”似乎更能引出有关专业性、合法性甚至公众关系的多样化阐释。

其实，界定一个空间是否“独立”并不难。最大的原因是这些空间均非政府或私人基金会创办，而是由自然人或自然人群体组织。言下之意是，独立艺术空间的创始人通常没有多少钱和背景，因此空间规模较小，生存困难。

2.5.4 艺博会

艺术博览会在近 20 年来发展迅速，2017 年全球性的重要艺博会共有 260 个，其中 50 个是近 10 年成立的。2017 年全球艺博会成交总额为 155 亿美元，同比增长 17%。与此同时，参展商成本也上升了 15%，达到 46 亿美元。在受调查的参展商中，每年平均参加博览会数量达到 5 个，本土与国际展会各占一半；2017 年画廊 46% 的交易都通过艺博会完成，同比上升 5%。从价格区间分布来看，以中低端为主，有近 40% 的作品价格不到 5000 美元，根据作品均价，从高到低分别为绘画、装置、雕塑等。

占比 89% 的画廊对艺博会的未来发展持乐观态度，但不同的画廊对艺博会在其发展策略中的位置和重要性则需进一步推敲：一是需要整合资源，专注于能带来更多机会的高质量博览会；二是不能只关心盈亏平衡，因为艺博会的亮相只是开始，吸引买家的注意并进而建立起私人化的关系才能推动持续经营。

2.6 拍卖市场

2017 年全球拍卖市场的成交额为 285 亿美元，同比上涨 27%，这主要与高端市场的交易有关。90% 的拍品单件成交价不足 5 万美元，只占到市场份额的 9%，而 2017 年仅巴斯奎特的《无题》和达·芬奇的《救世主》这两件作品的成交额就占到全年的近 2%。这两件作品又皆在美国纽约夜场成交，前者是纽约苏富比春拍，后者是纽约佳士得秋拍，对美国艺术品拍卖市场起到了导向作用。市场集中度的提高是现阶段明确的现象：50% 的成交额来自前五大拍卖行（佳士得、苏富比、保利、嘉德、海瑞德），而美国（35%）、中国（33%）、英国（16%）三大市场则占据了全球 84% 的拍卖市场份额。

中国拍卖市场 2017 年的上拍量 (3%)、成交量 (6%) 均小幅下降，流拍率在 2016 年由 57% 降至 52% 之后，2017 年控制在 53%。在过去的 10 年中，进入拍卖的拍品数量增加了 338% 达 3900 万件，而实际成交的数量只增加了 187%。流拍和交付问题较为严重，主要是因为拍品的真实性和来源受到质疑。

2.7 艺术产业链

2018 年，我国艺术产业探索新模式稳步发展，在“文艺 + 互联网”“文艺 + 城市化”“文艺 + 旅游”等方面出现了不少可资借鉴的消费模式。目前，仅购物中心艺术主题业态发展迅速，已渐成为购物中心吸引客流的特色之一，这种现象与艺术主题业态的特点不无关系，一方面艺术主题业态能够提升购物中心的艺术气息，而另一方面其对于购物中心的运营促进作用也是非常明显，无论是营业额提升亦或是商业租金提升方面都表现都较为明显。

2019 年，我国艺术产业还需以不同形态进入市场，满足不同群体的文化需求将得到更为突出的彰显；以艺术等形式带动地方经济发展的模式将得到更为广泛的复制。此外，在艺术生产与消费日渐丰富的语境中，艺术产业和公共文化服务的相关治理也将面临更为复杂的局面，需要一套更加完善的现代文艺治理体系。

三、 艺术产业的痛点

流通渠道狭窄、交换门槛高

因艺术品的稀缺性及高价值属性，导致艺术品投资金额较高，并且艺术品信息透明度低，使得投资者对艺术品鉴藏的专业性、资深的艺术积累等有很高要求，造成了艺术品投资准入门槛较高，普通人无法参与到相关的流通和投资中来。

艺术家培养缺失

中国的青年艺术家培养还处在萌芽阶段,这与目前中国艺术领域的教育培养方式有很大关系。中国围绕高校大规模培养化的艺术教育系统仍处于初级艺术教育阶段,存在人数多,个体化培养意识差,艺术资讯欠缺,思维逻辑模式化等问题。无法将艺术教育精英化培养贯彻于教育中,导致中国科班教育中呈现的艺术形式单一,创意性思维体现较弱等教学问题。艺术家的孵化成功率也较少,无法列入与国际化艺术家阵营,存在较大差距。

传统交易中心化发展

传统的交易方式包括画廊、博览会、私下交易等等,因信息不对称造成将近50%的高额佣金以及狭隘的交易途径,导致艺术品交易存在极大的风险和极高的交易成本,导致参与交易的人越来越少,艺术品交易的圈子越来越小,交易的对手经常会局限在社会地位相近、彼此有认同感的小圈层之中。

鉴定、授权机制不透明

由艺术品真假、来源引发的争议、不付款和索赔等事件经常可见;授权机制不透明,艺术品的模糊性增加了追踪和鉴定的难度,而赝品大量扰乱着市场,严重破坏了艺术品市场的诚信体系。

艺术品定价难以统一

艺术品是非标产品,对其估价既复杂也非常专业,艺术品的价值主要体现在人物价值(创作者)、艺术价值(作品质量)和市场价值(经济环境)等方面。其中艺术品质量是影响艺术品价格的重要因素,但艺术品定价对专家经验评估意见有着较高的依赖性,定价的主观性较强而造成价格很难统一。艺术品的价值经常会随着市场的脉搏,及艺术品经纪人对其的定价而改变。

艺术产业链滞固不前

完整的艺术产业链应该是以艺术品交易为中心，包括艺术品评估、抵押、基金、典当、保险、物流等方面，甚至延伸到艺术金融产品。但在中国，这个市场始终未形成产业链体系，仅仅处于单个群体的自由发展期。从运作的商业模式上看，内地艺术品基础交易呈现出私人化、碎片化、投机性、资源流通不畅的特点。从市场的供求关系上看，艺术品交易依旧呈现出供过于求、从众现象严重的态势。这个问题的解决一方面有赖于国民美育水平的整体提升，另一方面还是要回归到消解上述商业模式所导致的“不信任感”。

四、 全球艺术数字社区

4.1 DIP 区块链艺创文化社区

DIP 是依托区块链技术打造的艺术数字社区，通过连结艺术家、拍卖行、画廊、文创机构等艺术产业生态节点，构建一个集教育培养、艺术家孵化、IP 保护、艺术策展、艺术生活为一体的区块链艺创文化社区，构建分布式艺术产业链及整个经济生态。通过区块链实现艺术品的溯源和确权、智能合约加快交易流转、培养青年新锐艺术家、帮助艺术家实现智慧成果转化提供展现平台、社区艺术家和艺术品的真实动态评价、增加艺术品市场规模推动行业发展。为艺术爱好者提供优秀的艺术作品及高质的艺术服务，为艺术家提供完善的培养孵化及高效的智慧成果保护服务。配合独特的通证经济体系及分布式用户的共识机制，我们将塑造新的全球艺术生态，重新建立艺术行业的新标准。

4.2 DIP 解决的问题

艺术家社区孵化

大众对许多艺术创作者缺少足够的重视与关怀 ;很多优秀的艺术作品被市场忽视或埋没 ;当代很多艺术创造者在成名之前 ,没有经济能力去展示自身作品或是作品未能达到应有的估值。DIP社区为艺术家提供了展示艺术结晶的平台 ,给艺术家补给艺术产业资源 ,提供创作空间 ,为艺术家创作全周期提供保障。

去中心化高效智能交易

DIP 通过区块链技术打造去中心化艺术品交易平台 ,实现实时交易结算 ,并创建防篡改的可验证来源 ,提高艺术品交易的透明度 ,简化、自动化冗长的金融服务流程 ,减少前台和后台交互 ,节省大量的人力与物力 ,从而提高艺术品市场中的竞争力。

金融化艺术品投资

当下艺术品投资门槛颇高 ,无法满足大部分艺术爱好者的需求 ,DIP 通过对艺术品进行通证化处理 ,实现艺术品的资产证券化。这样既保证了中产阶级也可以参与到高端艺术品投资 ,同时高净值人群也可以通过份额化投资数件艺术品方式降低投资风险。

艺术品知识产权保护

艺术品市场缺乏合适的记录保留方式和艺术品来源实时验证是目前艺术品市场的痛点。DIP 通过区块链不可篡改、可追溯的特性为艺术品防伪和防欺诈提供了新的渠道 ,系统地保护艺术家的知识产权。

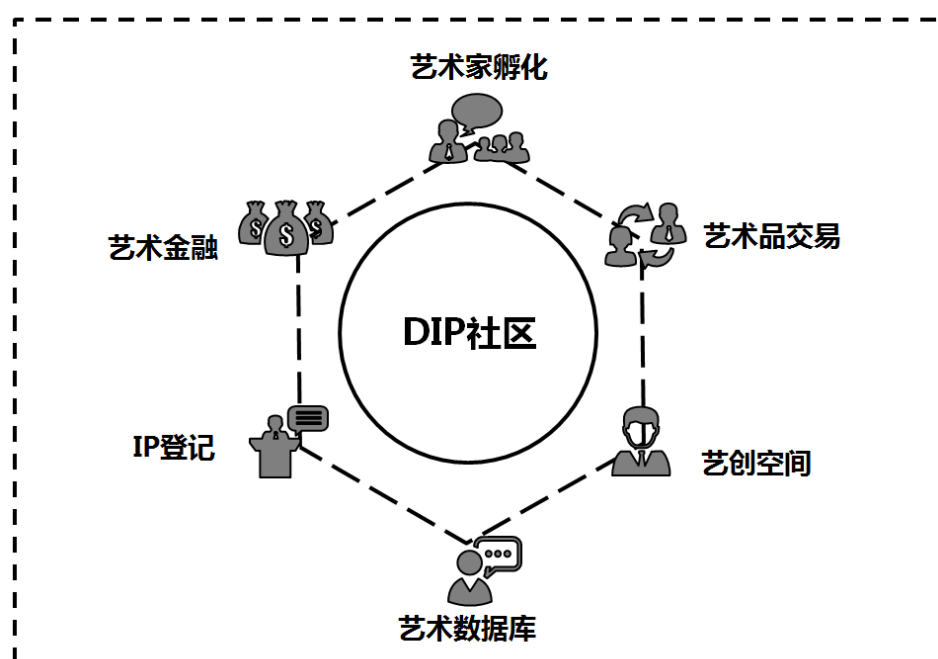
艺术品价值共识

艺术品的估值会受到作者的因素、流转的因素、持有人的因素等因素的影响 ,并

且每种因素都会使其估值产生根本上的差别。然而，对文化艺术品这一人类公认的文化遗产的增值属性与价值认可可是全社会公认的，社区共识可以代表全艺术品的价值，艺术品的流通与其金融价值的体现将达到空前的普及与高度。

五、 DIP 社区架构

5.1 整体架构

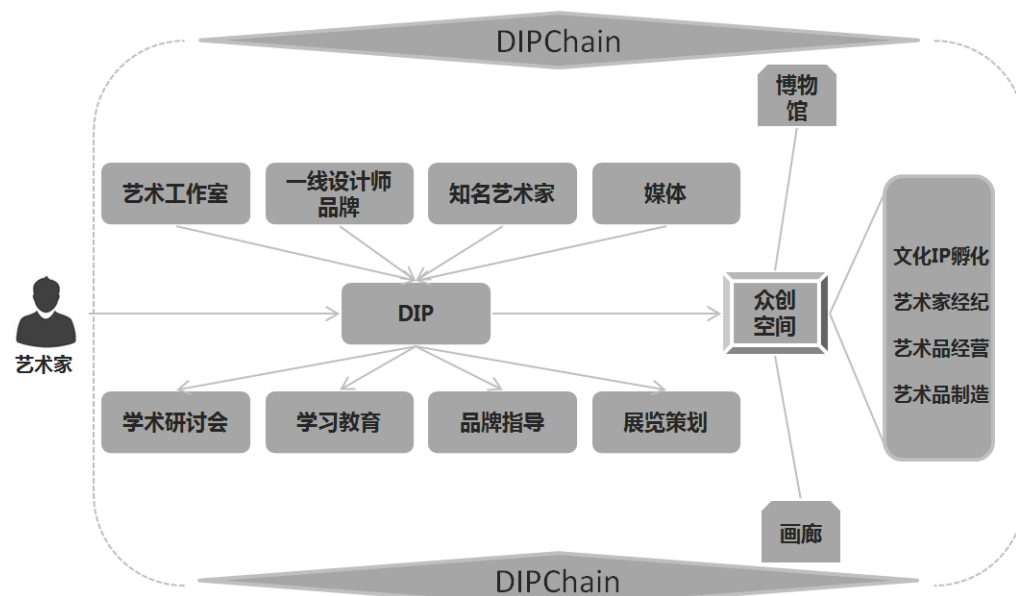


5.2 艺术家孵化

DIP掌握一线美国最优艺术产业资源，打造浸入式艺术培养空间，设计不同领域近40种工作室制深度体验，甄选顶级活跃于纽约一线的设计师品牌和当代艺术家，通过畅游异国项目，提供全面性、体系性、针对性、前卫性艺术教育，艺术品收藏以及艺术展览资源对接。提供优质展览策划，与资深业内人士交流机会，展览中期组织学术研讨会，以展览主题设置相关研讨命题，与纽约当地艺评家，

艺术家交流，邀请媒体参与，使艺术家的智慧成果得到最大程度的价值转化。

DIP作为中美文化桥梁，为艺术家提供一对一品牌指导及项目策划，实现个体履历背景提升，策划国内外个展 / 群展，推荐知名工作室实习机会，组织专业媒体发布等；并通过区块链完成艺术家孵化过程记录，保证艺术家成长历程可追溯，记录不可篡改，打造基于区块链的艺术家成长培养体系。



DIP突破传统画廊与青年文化之间的距离，打造未来艺术产业运营的创新方式。

逐步开拓青年艺术家孵化基地，以打造新生代文化力量，创新艺术家为核心，推进遍布纽约，北京，上海，深圳等线下众创空间，形成一个以集文化IP孵化，青年艺术家经纪，艺术品经营指导、制造的文化艺术生态系统。为艺术家提供层级不同的对接资源，按需求和培养模式提供博物馆，画廊空间，驻地艺术项目等需求。

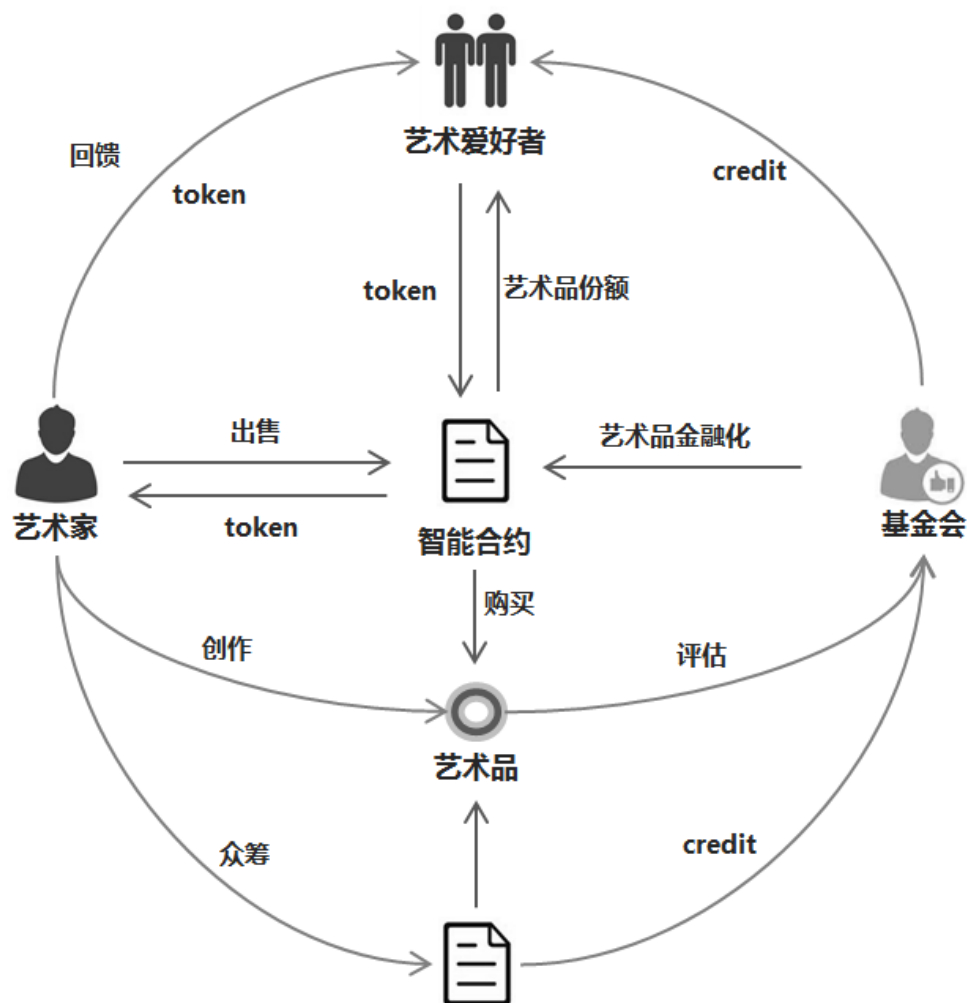
5.3 艺术品金融

艺术品资产证券化

DIP打造艺术品金融模块，通过艺术品金融平台，可以降低投资者准入门槛，使

更多的艺术爱好者参与进来，艺术金融平台中的每一件艺术品将通过DIP艺术专家委员会对艺术品进行价格评估，由基金会发起艺术品金融产品，认购结束后相应艺术品会生成独有通证，通过智能合约确认到每一个参与的艺术爱好者，艺术爱好者可以就艺术品所有权在社区中进行交易，获得价值提升。艺术品的未来拍卖情况，根据社区中艺术品持有者进行投票决定艺术品拍卖变现时间，拍卖结束后根据所持有相应艺术品通证分发对应价值转化。

同时DIP将提取一定时间内盈利资金设立艺术品交易风险保护池，用于艺术品交易过程中的用户损失补偿。



艺术家众筹

艺术家可以通过缴纳一定数量的 DIPC 进行平台入驻，通过认证的艺术师能够通

过智能合约生成其个人专有的 credit，艺术家粉丝或社区用户可以通过购买 credit 份额，共享艺术家艺术作品的收益。Credit 仅代表艺术品的收益能力，和艺术家成为偶像市场的热度指标，不作为资产流通。

例：艺术家 A 发起并创建 A-credit 的申请指令

1. 明确收益权利权限：比如某时间内艺术家艺术作品的社区收益权
2. 设置众筹时间，例如 1 个月
3. 根据用户数量释放相应额度（统一要求每位艺术家额度上线为 10000 份，根据参与用户不同，所释放的额度比例不同）
4. 回报起始收益标准及无效返还期限

众筹结束后，在权益期间内艺术品所有相关收益都将作为众筹收益，当艺术家 A 作品收益超过募集 DIPC 时，投资者开始实现收益，当收益达到起始回报标准时，投资者可自由选择兑现收益，即回收相应比例的 DIPC，当达到无效返还期时，艺术家收益未能实现正收益，则剩余 DIPC 按照比例返还给投资者。

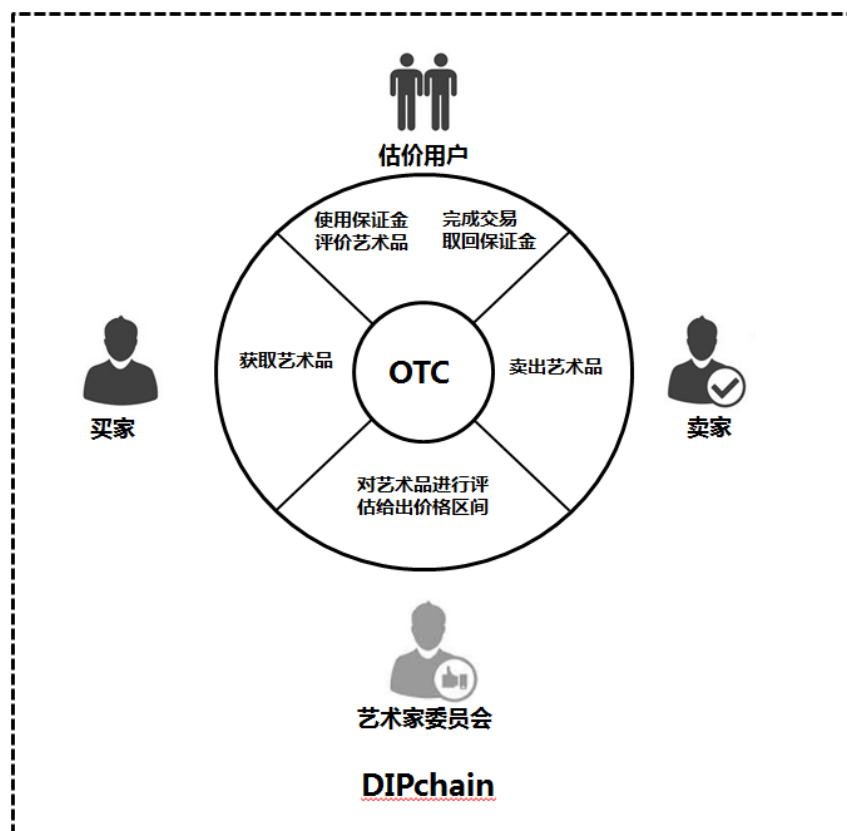
5.4 艺术品交易

艺术品交易是 DIP 基于智能合约搭建的艺术品交易模块，交易过程通过 DIPchain 完成并记录在链，整个交易过程透明可信，减少了交易过程中的虚假欺骗，通过独特的交易方式，使艺术品估值更加客观准确，推动 DIP 社区的健康发展。

艺术品 OTC

在 OTC 交易过程中，每一件艺术品的卖家，需要提交相应的 DIPC 作为保证金到对应的智能合约账户中，作为该艺术品的价值保证。卖家作为该艺术品的权益相

关者。每一个估价用户也需要提交相应的DIPC作为保证金到对应的合约账户，作为对于自己评价和估价的负责保证。估价者同时变成该艺术品的权益相关者。当艺术品所有权发生转变时，买家需要向该智能合约注入相应的价值金额，注入的金额由卖家出价和估计者估价综合计算所得。当交易完成后，卖家和估价者取回该艺术品成交过程中买家注入合约的相应价值金额，可以有盈余或亏损。



例：买家出价 $A = (\text{估价用户估价}B + \text{卖家保证金}C) / 2$

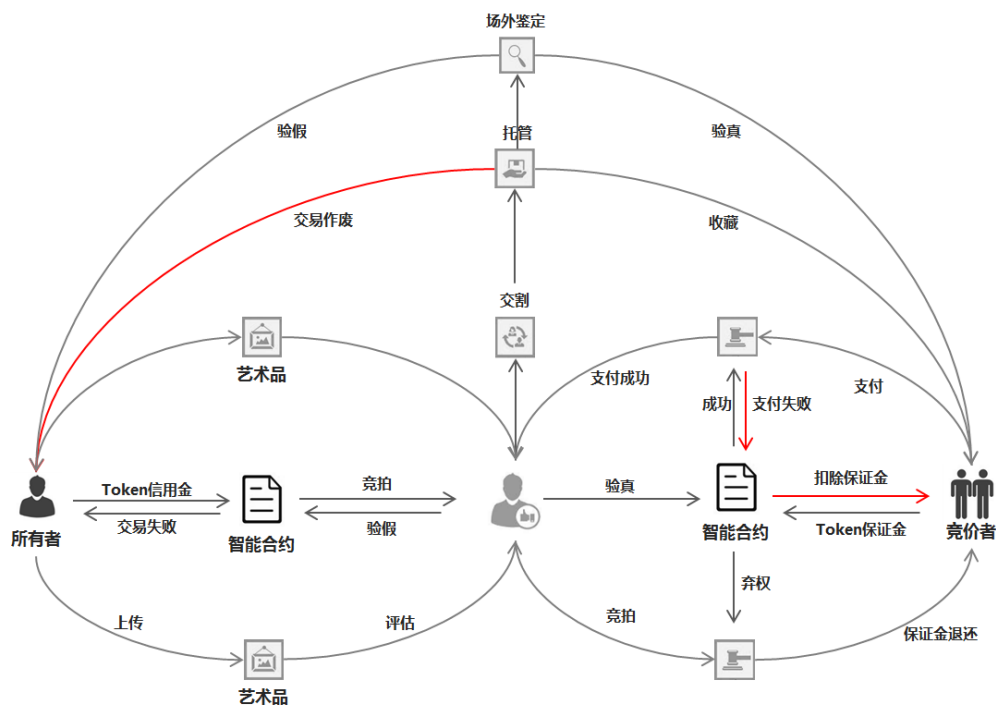
如 A 大于 C ，则卖家获得相应额外价格 $(A - C)$ ，估价正确用户获得错误用户保证金。

如 A 小于 C ，则卖家获得相应价格 A ，估价正确用户获得错误用户保证金。

艺术品竞拍

上拍的艺术品需要通过严格的尽职调查程序，这包括验证艺术品出处，保险单，

安全存储，独立评估，艺术品条件以及损失和被盜艺术登记处的验证，平台只列出具有原始记录的高品质艺术品。如某一作品在拍，用户可在区块链平台看到拍卖过程，可竞拍，可讨价还价。拍卖过程不会立即发生，而是发生在几天或几周内，以便每个人都能参与。



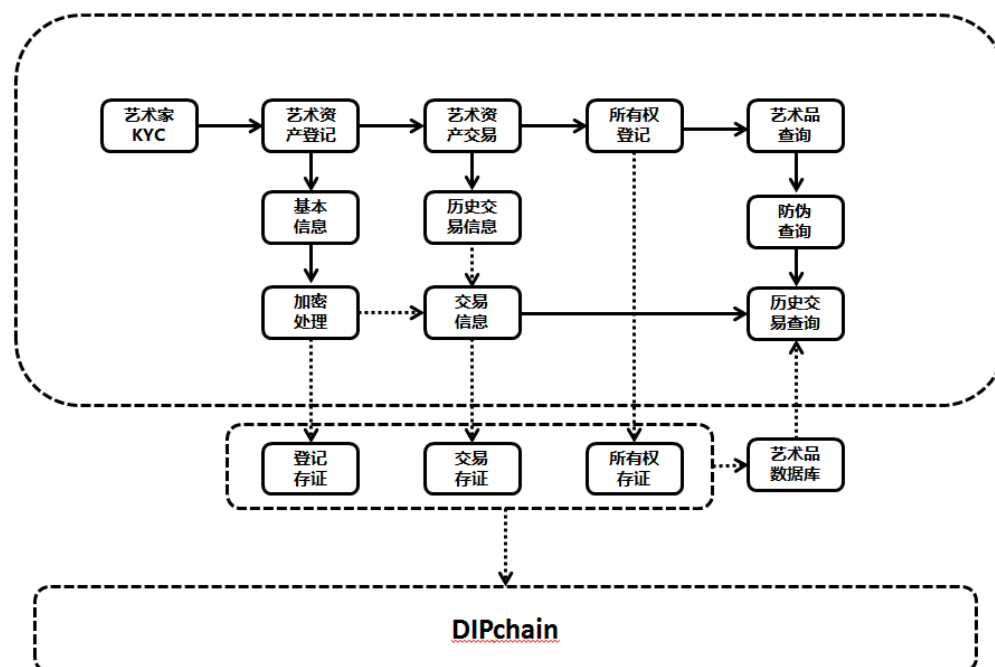
1. 艺术品所有者缴纳token信用金，通过智能合约发起竞拍，通过鉴定后的艺术品才将会被竞价者看到，平台所有的艺术品其真伪、价值、价格将由社区（普通用户、收藏家、专家、学者、专业机构）共同决定，其结果具有公平客观的性质，任何个人或机构都无法改变或影响其结果。
2. 经过社区评估的艺术品可以进入竞价交易流程，通过保证金制度，快速实现链上物权转移，违约支付行为将扣除竞价者所缴纳保证金。
3. 支付成功后进行艺术品交割，经过社区评估的专业托管机构（博物馆/画廊），在艺术品交割环节，根据用户的需求，为用户提供托管仓储服务。同时，可委托托管方（博物馆/画廊）收藏，增加其经济收入，而且还能为用户提供专业的保

管和养护服务，通过展出机会促进艺术品的增值。

4. 艺术品交割过程中的二次鉴定起到关键作用，一旦鉴定为赝品，则该艺术品交易失败，退还竞价者相应支付金，扣除原所有者token信用金，如果出现欺诈逃逸，将通过DIPchain进行广播，锁定该账户公钥，防止欺诈资金套现，同时从风险保护池补偿受损用户。

5.5 艺术 IP 登记

DIP 社区打造艺术品登记系统，建立艺术品溯源数据库，每一件艺术品通过高清随机取点扫描，生成独有的哈希指纹，并连同所有者信息、创作者信息及流转信息进行去中心化登记，通过区块链技术保证数据无法篡改，艺术品信息溯源可查。

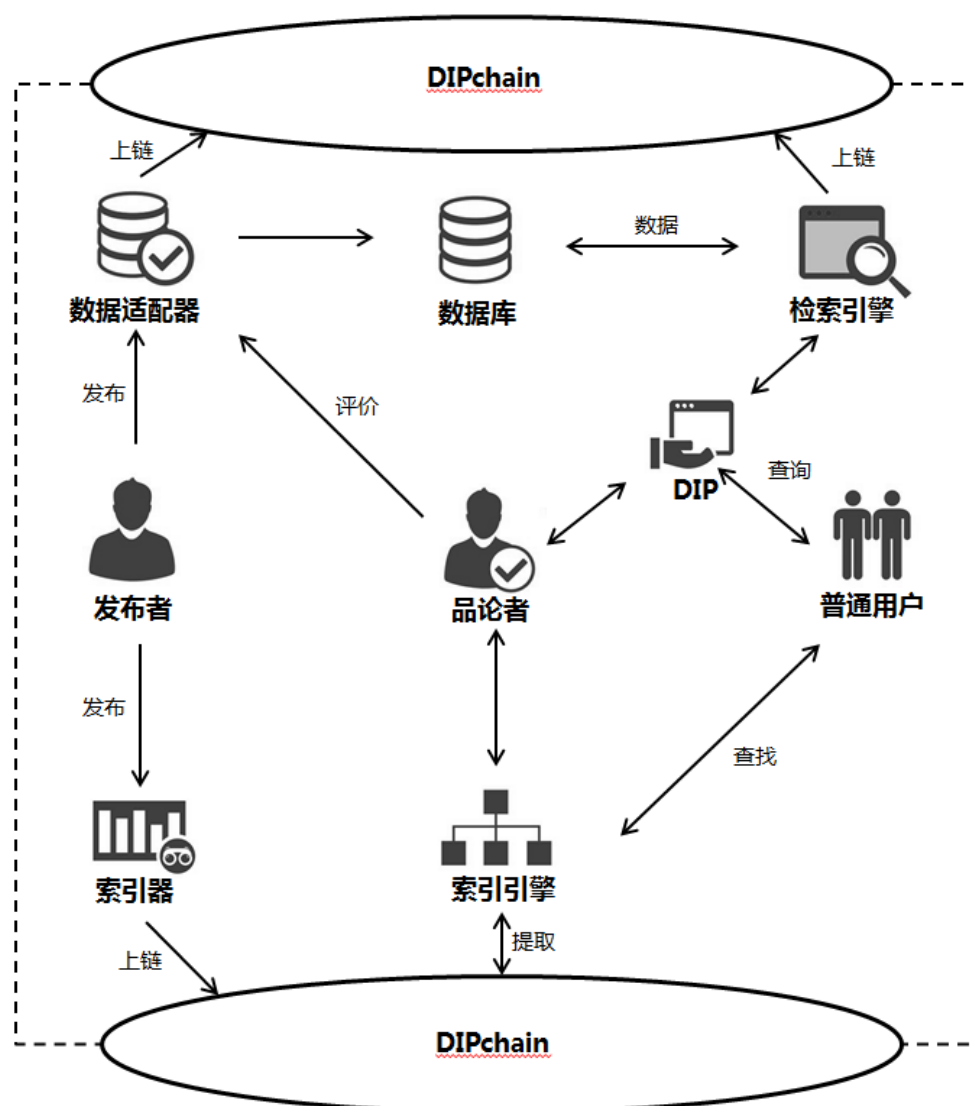


DIPchain 记录详细艺术品信息，使艺术品的流转交易历史(包括所有权、展览历史、成文记录、流转记录及其它关键信息)从此有据可循，所有人可以通过登记系统获得艺术品信息，这有助于建立艺术市场的诚信机制而降低假冒赝品流通率，

提高市场流动性，保证艺术品市场的绿色健康发展。

5.6 艺术品数据库

DIP 将通过社区信息共享构建一个高度完善可信的艺术品资料数据库。通过百度等线上搜索引擎查找，对于大多数普通艺术爱好者来说很难准确的描述艺术品找到对应的资料或者要耗费极大的功夫。基于此，DIP 希望通过汇集这些资料再借助分布式服务器对大数据进行储存，为艺术品玩家提供一个完善且易用的艺术品数据库。



从艺术品的完成或者某一可追溯时间点开始，对艺术品进行数字化处理，艺术家

和收藏者对数字化后的藏品信息进行发布,发布完成后,各个节点同步相关信息,同步后社区用户可以通过 DIP 社区搜索并查看艺术品相关信息,包括艺术品的照片、收藏者、所属艺术家、交易信息等。并可以对该艺术品进行评论,评论后的信息摘要同步上链,所有信息储存至分布式服务器中。在交易环节,艺术爱好者都可以通过信息摘要提取艺术品数据,查看艺术品的信息,有利于对该艺术品作出合理估值。

5.7 艺创空间

DIP将连接艺术家与艺术爱好者,以“艺术+生活”为主题打造全新艺术生活空间,希望实现艺术对生活、商业、教育及公益等多领域的介入,以多元化的呈现方式使艺术与设计相融合,使创意与生活相统一。“艺术生活空间”为新锐青年艺术家提供创作空间和创作资本,使艺术家全身心的投入到艺术创作中,不再为生活而苦恼,降低艺术爱好者成为艺术家的门槛。”艺术生活空间“为艺术爱好者和DIP社区成员提供全新的生活体验,享受充满艺术的居住环境,品尝艺术美食,畅游艺术世界,与艺术家亲密接触,体验艺术家创作过程,通过艺术家指导,创作属于自己的艺术作品。通过把艺术家、艺术爱好者、生活紧密相连,提高艺术新的社会认知,挖掘艺术新价值,打造全新生活方式,构建艺术产业链新蓝海。

六、 DIP 生态建设

6.1DIP 基金会

为促进全球艺术市场健康发展,扶持新锐青年艺术创作人才,打造DIP社区生态,

DIP将成立DIPART基金会，举办艺术博览会、大型艺术公益活动，使大众对青年艺术创作者产生更多重视与关怀；使更多的优秀艺术作品被市场认可和熟知；资助新锐青年艺术创作者，使没有经济能力去展示自身作品或继续创作的青年艺术家完成自己的创作梦想。同时基金会为保持良好的发展生态，将投资具有潜在价值的艺术品，发起艺术家众筹，使更多的艺术爱好者参与其中，支持更多的青年艺术家。

6.2 token 生态经济

为更好的打造艺术产业发展，实现艺术产业链的价值传递，DIP 社区将发行自己的通证“DIPC”。DIPC 是全球首个基于区块链艺术品数字社区开发的区块链资产，用于去中心化激励型在线综合艺术数字社区，利用区块链与分布式存储技术，构建去中心化的艺术数字社区支付体系。

艺术家用户

艺术家用户可在 DIP 社区通过 DIPC 进行艺术品的价值变现，通过艺术家殿堂入驻获得更多的 DIPC 激励和社区服务，参与社区艺术家培养计划，上传艺术品信息，共建艺术品大数据系统，获得 DIPC 鼓励金，同时，DIPART 基金将会通过 DIPC 扶持新锐青年艺术家。

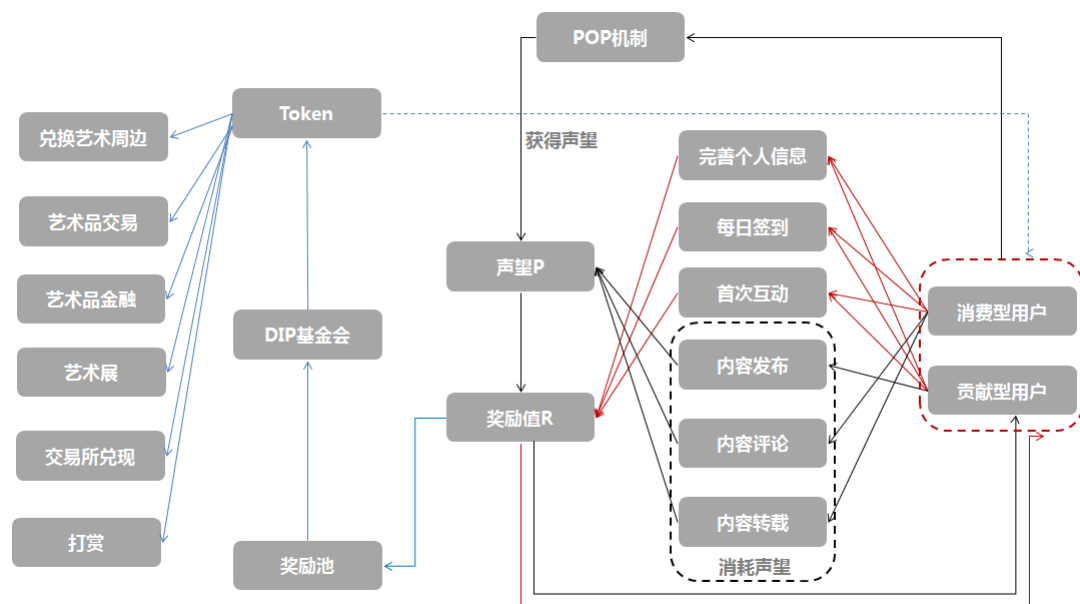
爱好者用户

爱好者用户可以通过 DIPC 购买或投资具有价值的艺术作品，通过 DIPC 支付画廊、艺博会等艺术活动费用。在 DIP 社区可参与社区线上活动，例如艺术品真假竞猜、艺术家殿堂入驻投票等。除此之外，艺术爱好者还可以通过 DIPC 对喜欢的艺术家进行打赏，参与艺术家众筹，购买艺术家周边等。

通过 DIPC 的发行、流通,激励,赋能社区用户,形成去中心化的自由交互社区。独特的通证经济模型,保持 DIPC 价值稳定增长,DIPC 除了可以通过数字货币交易所进行交易变现,DIP 社区也将会拿出利润的一部分用来回购用户手中的 DIPC,以保证 DIPC 拥有长期的增值空间。

6.3 艺术网络社区

DIPLive 是 DIP 设计的一个以“人人都是艺术家”为理念,为艺术家展示各自作品、艺术爱好者交流讨论而设计的生活社交网络社区,在这个平台上不同国籍、不同文化背景的艺术爱好者展示着他们的作品。同时社区用户可以进行艺术相关原创内容的发布、转载、评论以及评分,从而获得 token 奖励,我们希望通过社区 token 激励模型,吸引更多的艺术家、更多的艺术爱好者、更多的观众、更多的不同行业的专家,来和我们的艺术家聊艺术、聊生活,进行互动交流。



激励机制

DIP 社区每周会向社区用户投放一定量的 token (M) 用来激励社区用户,社区

用户可以通过艺术相关内容的发布、转载、评论等获得 token 奖励 (N)。通过对一周内社区用户发布内容所获得赞数、评论数、转载数等的统计，结合奖励系数生成社区用户的奖励值 R，根据社区用户的奖励值 R 的比例，发放奖励。

$$N_1 = M * \frac{R_1}{R_1 + R_2 + R_3 + \dots + R_n}$$

原创内容或评论，如果被点赞，能获得奖励值，奖励值的多少跟点赞人使用的艺术声望有关，内容或评论，获得的点赞越多，回复越多，那么就能获得更多的奖励；如果你的内容或评论被踩，也会扣除奖励值，奖励值可为负，待奖励值大于零后，才可以继续获得奖励。

$$R = P * W + \lambda$$

R 为奖励值，P 为声望，W 为权重参数，λ 为奖励值常数。

内容发布、转载、评论等会先扣部分艺术声望，目的是为了让社区拥有更高质量、更健康绿色的内容生态。

DIP 的内容评价算法为声望证明机制 POP (Proof of Prestige)，根据内容获得的净值评价权重来分配收益。

权重和声望

用户在社区的行为涉及到声望的消耗，对内容的评价分为赞和踩两类，赞和踩对声望的消耗可以不同，DIP 通过系统参数来调节比例。

一个账户拥有了 token 之后，根据时间积累声望，直到达到一个最大值

$$P_{\max} = \text{DAY} * \text{BALANCE}$$

之后停止增长。这里 DAY 是持币天数，BALANCE 为账户拥有的 token 余额。账户的内容发布、转载、评论等行为都会消耗声望，根据单次行为消耗因子 (e) 决定，它由用户本人选择，决定了用户的每次行为消耗多少比例的声望，每次用户行为需要消耗的声望数为

$$e * P$$

(消耗声望越高，优先级越高)

如果 $P_{\max} = 10$ ， $e = 0.2$ ，则一个用户一天积累的声望可以进行 5 次有效行为，而一个用户最大可能积累的声望数可以进行 50 次有效行为。

声望的引入基于两个目的：

1. 防止活跃用户占据过多的行为权重。
2. 防止通过注册僵尸用户来获取大量的行为权重。

无论哪种用户行为，单次有效行为所产生的行为权重

$$W = \log_a^P$$

其中 P 是此次行为消耗的声望，W 是权重参数，a 为系统系数，此参数的目的在于调节声望拥有量对行为权重的影响，如果 $W=1$ ，则所有有效行为所产生的

行为权重完全一致，与消耗声望无关，如果 $W=10$ ，则行为权重与消耗声望呈线性正相关。行为权重在初始版本中设定 $W=2$ ， $a=10$ ，即当消耗声望增加 10 倍时，所产生的权重增加 2 倍，所以在行为权重依然与消耗声望正相关的前提下，避免了大户对内容行为权重的决定性影响。

为了防止恶意用户发布侵权或违规的内容，DIP 有权力对该类内容进行冻结，被冻结的内容将无法继续接受评价，作者也无法获得常规状态下能够获得的回报。

打赏

除了上述所说的基于用户行为的回报外，用户也可以直接使用 token 代币对内容进行直接的打赏。

灵活 KYC

鉴于艺术品市场的特殊性，DIP 社区支持 KYC 验证，用户自由选择，匿名性保护了用户的个人隐私，使用户个人信息安全得到保障，KYC 使艺术品收藏家更加透明，使艺术品更具有价值升值空间

区块链艺术品

探索艺术品与科技结合，深挖新艺术、新科技概念，创造区块链概念艺术品，DIP 社区为艺术爱好者提供优质的艺术科技服务，例如隐藏私钥的区块链油画，供社区艺术爱好者收藏破解，同时可以定制艺术品区块链钱包，把钱包地址或助记词设计在画作或艺术周边中，以便来物理保存钱包密钥。

6.4 艺术家服务

DIP 通过整合拍卖行、画廊、文创机构及行业媒体等艺术产业机构，为艺术家提供优质的服务，使艺术作品得到最大渲染的曝光，挖掘优秀艺术作品，组织策划

展览，举办个展，或提供参与群展机会。根据艺术家需求规划展览开幕式酒会，邀请当代艺术评论家，画廊经理人，资深艺术爱好者参与开幕式活动。提供优质展览策划，与资深业内人士交流机会，展览中期组织学术研讨会，以展览主题设置相关研讨命题，与纽约当地艺评家，艺术家交流，邀请媒体参与，使艺术家的智慧成果得到最大程度的价值转化。

通过互联网高扩散度推广方式，征集艺术家设计师参与：根据艺术周所在地辐射范围，投放活动推广网站及艺术咨询平台广告，如 Timeout, Nymag, Artnet 等。

1. 英文活动报道:邀请权威大众媒体及顶级艺术类媒体观展，进行活动 真实报道，如 Artnet, China Daily等 **中文活动报道:**媒体通稿同步投放国内外门户网站。如CCTV、搜狐、网易、乐视网、今日头条等 **中英文采访视频报道:**对展览进行跟踪拍摄，发布至其媒体平台。如 Sinovision, Vice等

2. 网红宣传:邀请订阅量10万+ 纽约大号、网红博主，联合推送活动信息

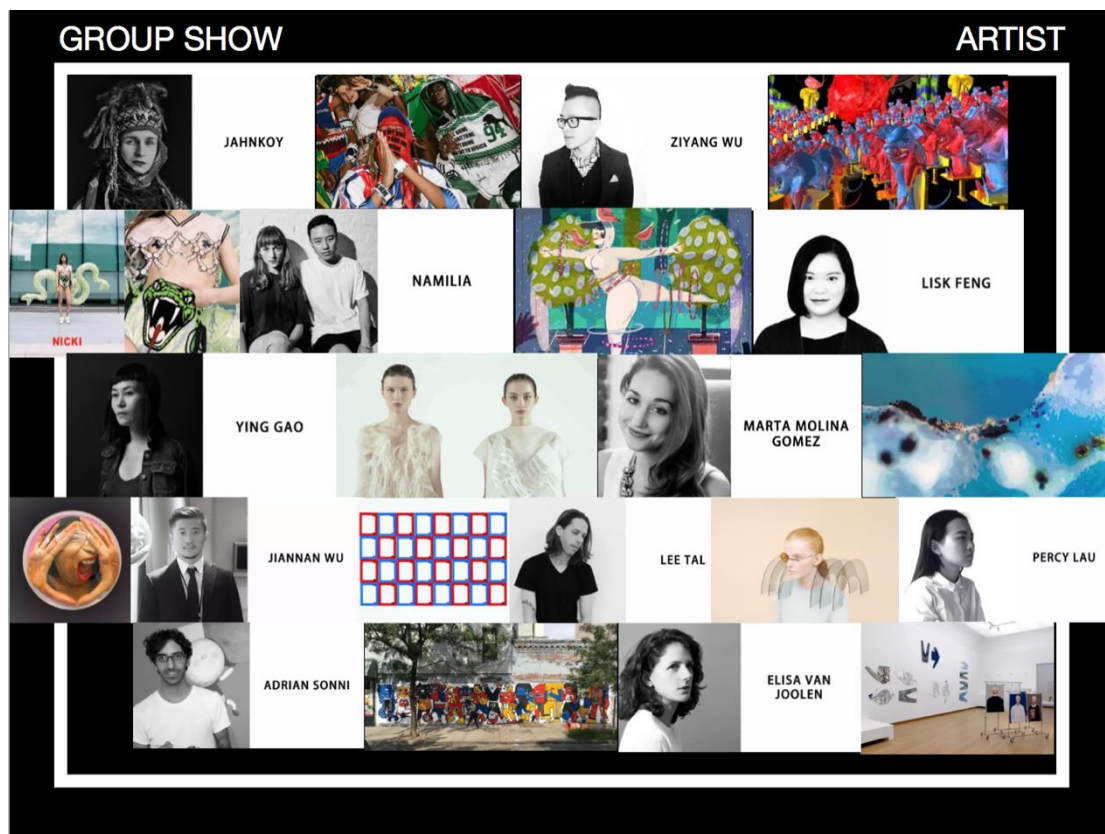
3. 线下推广:平面媒体，北京，上海，成都等地线下活动通过 DIP TALK 的交流平台，以艺术家设计师见面会形式宣传拉近潜在客户群对于项目的兴趣，掀起中国当代艺术文化进驻生活的新形势。通过媒体报道，拍摄视频的记录方式，全网上线，作为期刊类视频文化类节目。登陆优酷、YouTube，等视频媒介频道。

6.5DIP 展示

畅游异国项目

为期一个月的纽约设计高校 parsons 背景提升课程与独立品牌服装设计师

Amy crooks 课程结合，穿插顶级艺术家空间参观，大都会博物馆，惠特尼博物馆，MOMA纽约当代艺术博物馆私人讲解团，以及户外公共艺术点参观体验创作等形式，将体验者快速，直接带入最资深的艺术设计市场，创作环境，参观画廊，拍卖行等了解交易流程，引导学生，观者丰富多层面的理解顶级艺术设计圈。

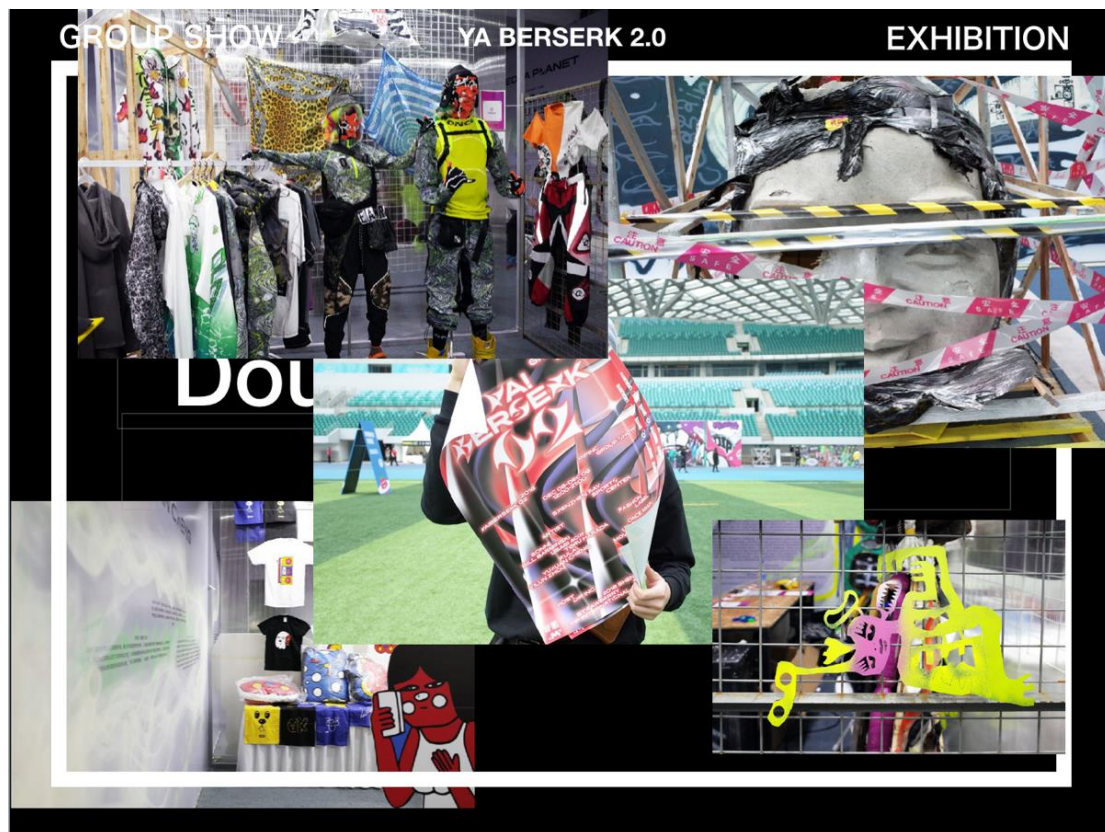


「 YA! BERSERK 」-狂暴！非正常事件

作为DIP艺展文创厂牌，是以先锋潮流跨界群展为主的多元艺术文化交流展览及大型文化活动。将潮流生活与其他艺术设计形式，如雕塑，视觉影像艺术，互动装置 等共同展出，营造一个全方位的艺术体验空间。 以艺术互动空间，潮流设

计师独立品牌集成的形式呈现并出售潮流单品，原创玩具，艺术家作品；并开展艺术家工坊等多元文化活动，进一步打开艺术、潮流与社会生活的边界。

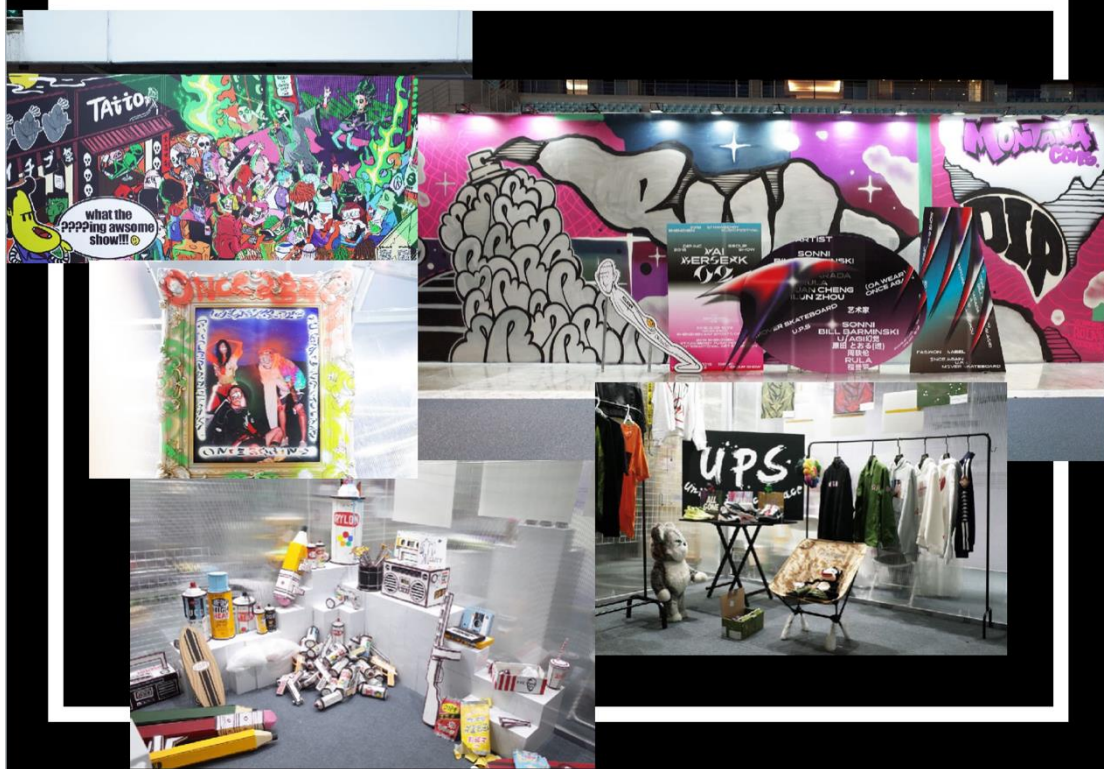
「YA! BERSERK」国内首展呈现了一场快速送达的街头行为。我们打包了来自美国纽约和洛杉矶两地的街头艺术家打造丰富的装置空间。作为巡展品牌，「YA! BERSERK」会贯穿潮流文化生活方式和国际一线新锐艺术形式艺术家，打造国内先锋文化艺术展览品牌。



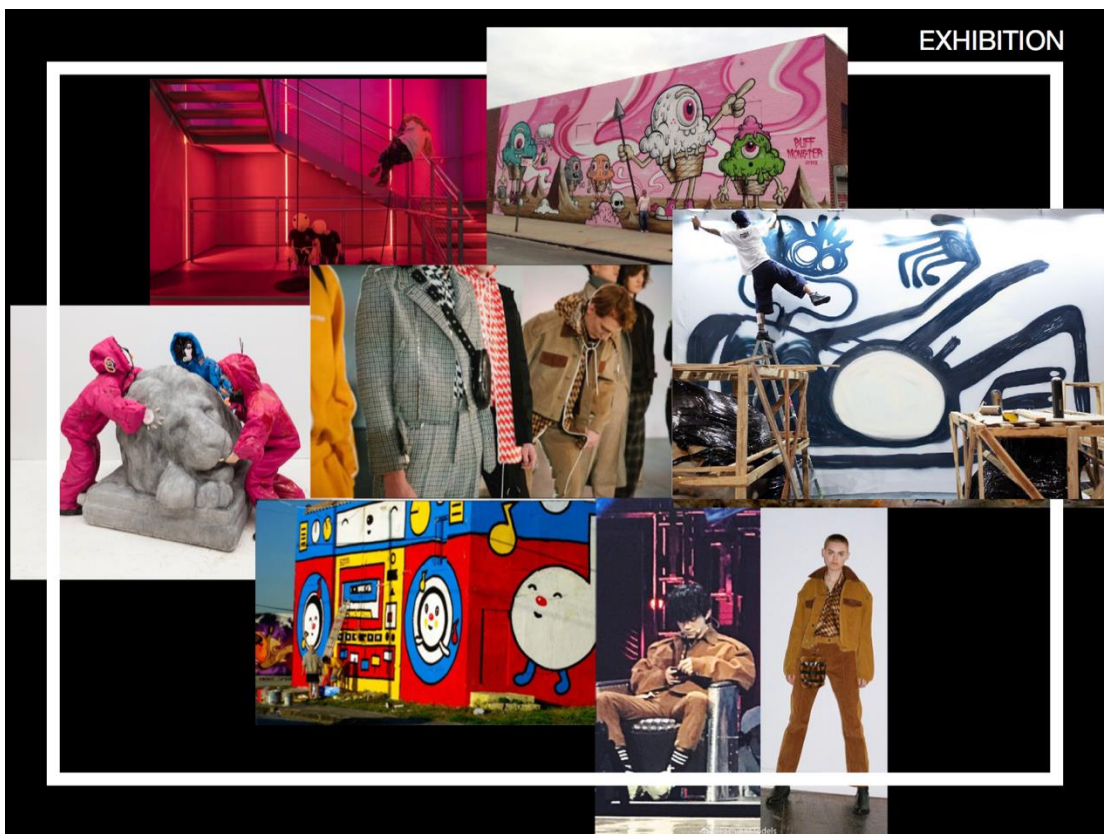
GROUP SHOW

YA BERSERK 2.0

EXHIBITION

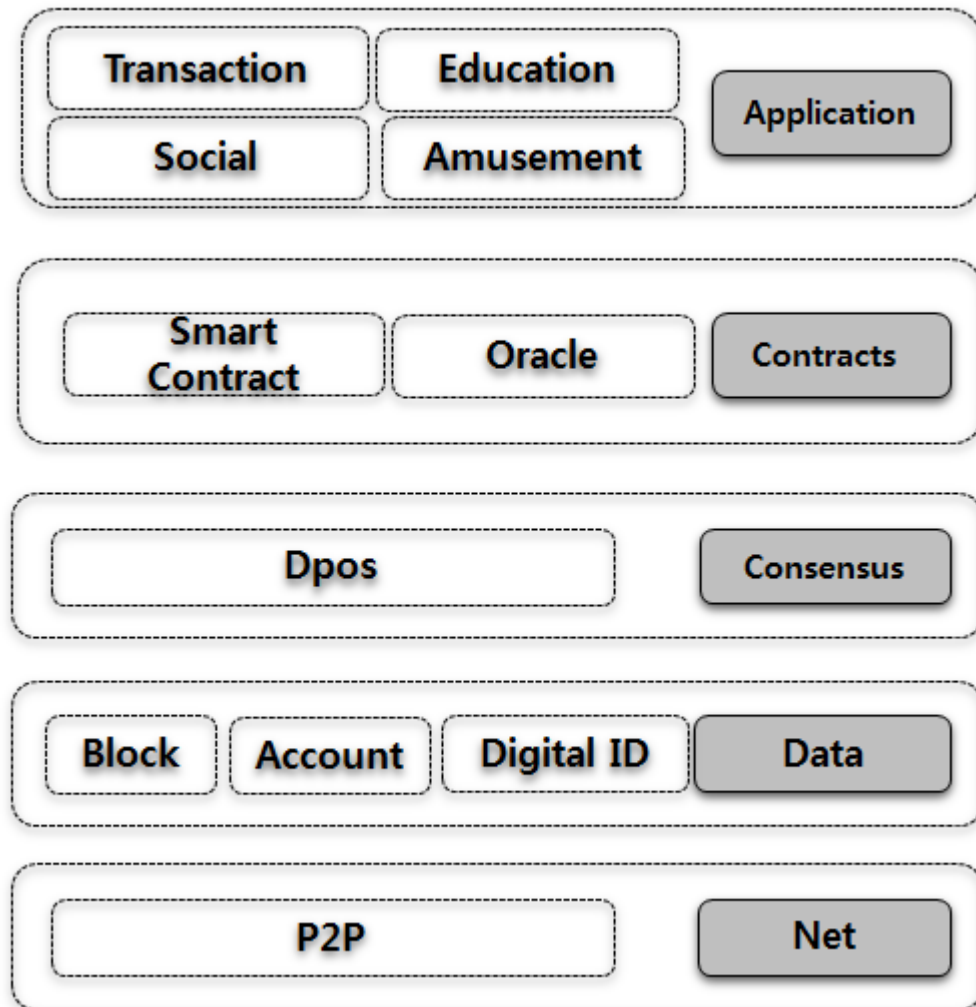


EXHIBITION



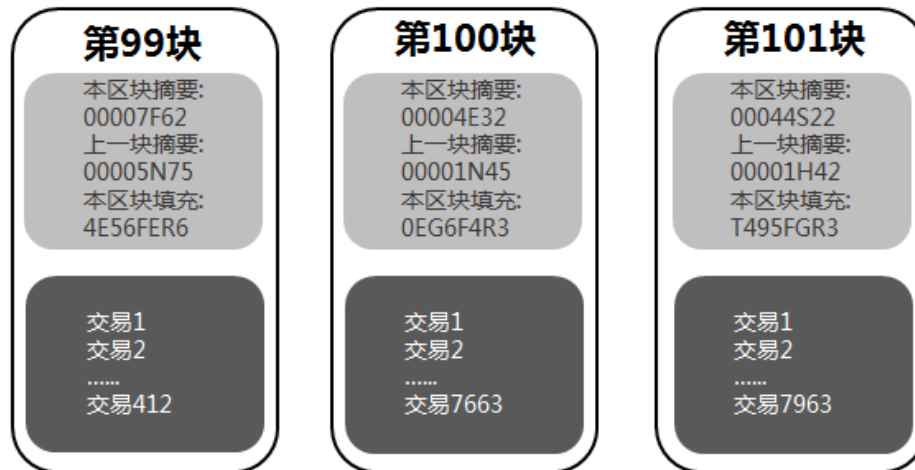
七、 DIP 平台技术实现

DIP架构共有五层，分别为数据层、网络层、共识层、合约层和应用层。

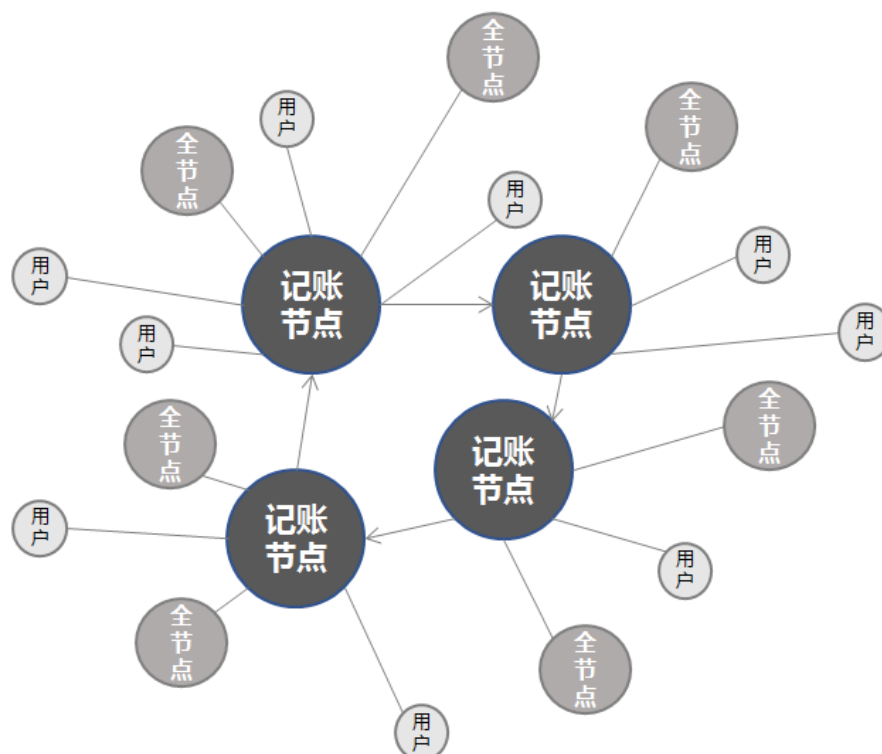


7.1 数据层

区块链链表的数据结构保证了数据的安全、可靠、可信、不可篡改。



基于区块链的高冗余存储机制,区块链存储对区块链的扩展性和性能都有一定的影响, DIP框架设计有多层次的节点系统, 根据不同的节点应用选择有不同的存储策略:



记账节点：DIP的核心角色，受DIP(TOKEN)持有人的委托负责参与共识机制、制造区块。

全节点：负责保存完整数据，但不参与共识，侦听并转播交易，作为记账节点的备选节点。

普通用户直接通过接口或客户端访问，不保存数据。

多层次节点系统的好处在于，DIP并不希望有节点都参与记账（挖矿）、存储完整数据、转播交易。因为并不是所有节点都有共同的诉求，都希望保存完整数据，DIP设计让整个系统有清晰的角色分工，专业的节点做专业的事情，既节约能源又提高了整个系统的效率。

7.2 网络层

P2P 协议（P2P Protocol），即对等计算机网络，是一种在对等者（Peer）之间分配任务和工作负载的分布式应用架构，是对等计算模型在应用层形成的一种组网或网络形式。P2P 协议（P2P Protocol）支持区块链网络中各节点的数据传输和信令交换，是数据分发或共识机制达成的重要通信保障，用来组织散布全球的参与数据验证和记账的节点。P2P网络中的每个节点均地位对等且以扁平式拓扑结构相互连通和交互，不存在任何中心化的特殊节点和层级结构，每个节点均会承担网络路由、验证区块数据、传播区块数据、发现新节点等功能。

7.3 共识层

DIP选择DPOS，使得区块准确的每 3 秒生成一个并且在任何时间点都只有一个被授权的生产者来生成区块。如果一个区块在规定时间内未被生产出来则这一

区块将被跳过。 当一个或多个区块被跳过发生时，在区块链中会有一个6秒及以上的间隔。

区块通过 $2n+1$ 名生产者轮流产生。 在每一轮的开始时， $2n+1$ 个唯一的区块生产者被选出。 获票最高的前 $2n+1$ 名自动在每轮被选中，如果一个生产者错过了一个区块并且在过去的24小时内没有生产任何的区块，那么它将被从候选中移除，直到它在区块链中通知它要开始再次生产区块的意图。这样通过最小化区块丢失数量（因被证实不可靠的节点不作为导致）来确保网络操作的稳定性。

在一般情况下，一个 DPOS 区块链不会经历任何的分叉，因为区块生产者是通过合作而非竞争的方式来生产区块。即便真的出现了分叉，共识也将自动的切换到最长的链上。之所以会这样运作，是因为区块添加到一个区块链分叉的速率与公用同一共识的区块生产者比例是相关的。换句话说，具有更多生产者的区块链分叉会比拥有较少生产的那一个条增长的速度更快。而且，没有一个生产者会同时在两个分叉上同时生产区块。如果一个区块生产者被抓到做这样的事儿，那么这个生产者将很可能被投票投出。这些双重生产行为对应密码学凭证可以用来自动的删除这些滥用者。

7.4 合约层

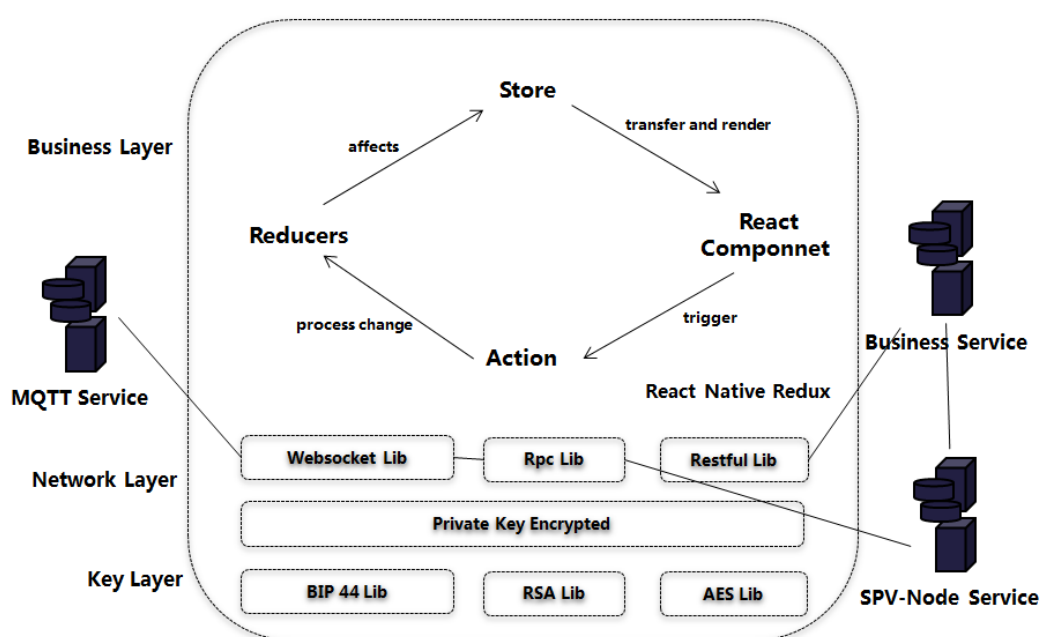
对于每一项智能合约，作为一项链上社区行为进行全生命周期管理，对智能合约的提交、部署、使用、注销进行完整可控的流程管理，并集成权限管理机制对智能合约操作的各项机制进行综合性安全管理。

DIP社区中的社区行为及用户交互均通过DIP智能合约来设定完成，包括交易合约、众筹合约、教育合约、社区活动合约等。

7.5 应用层

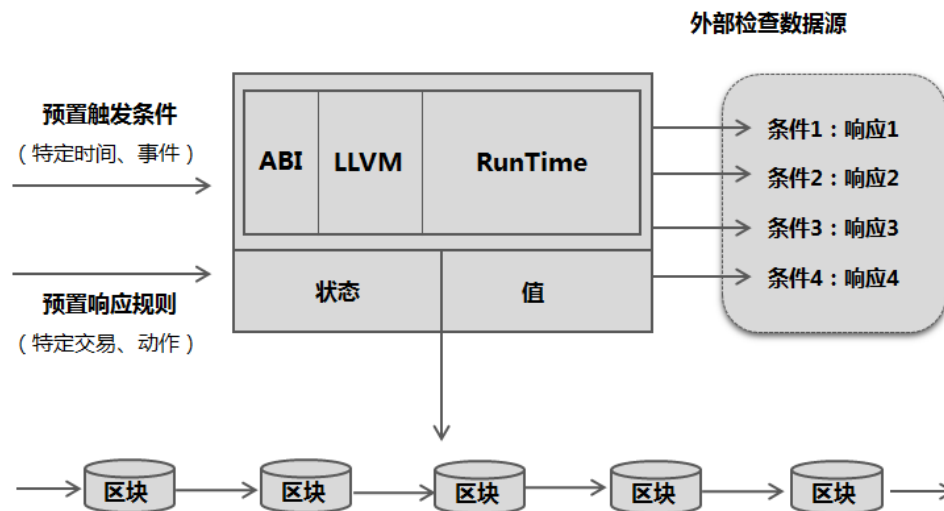
为了让更多的社区用户能快速在DIP社区上体验社区应用，DIP提供基于多语言的一系列底层数据访问和交互接口，增加基于艺术品交易平台逻辑的综合性服务包，包括登记存证、交易记录、所有权存证、数据查询引擎等有针对性的服务接口，除此之外也有艺术品鉴定、知识社区、学习培养等，应用层为整个DIP生态提供具体服务。

7.6 钱包架构



DIP 钱包实现了基于 MQTT 的即时通信和基于 BIP44 的 HD 公私钥管理，同时支持 DIP 的智能合约。该钱包可支持数据的下载以及资产的兑换、转账等。钱包使用 react-native 技术开发，实现跨平台和热更新。React Native 使你能够使用基于 JavaScript 和 React 一致的开发体验在本地平台上构建世界一流的应用程序体验。React Native 把重点放在所有开发人员关心的平台的开发效率上——开发者只需学习一种语言就能轻易为任何平台高效地编写代码。

7.7 虚拟机结构



DIP 的智能合约虚拟机基于 LLVM 实现，通过二进制接口（ABI）调用，除了构建智能合约的 runtime 环境意外，也提供给开发者编译和测试的环境。

LLVM 是构架编译器(compiler)的框架系统，以 C++编写而成，用于优化以任意程序语言编写的程序的编译时间(compile-time)、链接时间(link-time)、运行时间(run-time)以及空闲时间(idle- time)，对开发者保持开放，并兼容已有脚本。

目前 LLVM 已经被苹果 IOS 开发工具、Xilinx Vivado、Facebook、Google 等各大公司采用。

八、 DIP 团队及顾问



DIP 项目创始人 王鹏飞

俄罗斯人民友谊大学工程经济与工业发展进程专业博士。曾任菲纳姆环球集团 FINAM GLOBAL 亚太区中国总经理，某金融知名平台东南亚及美日韩等海外地区市场负责人，跨国公司管理经验丰富。区块链公司 CEO，拥有海外深度合作资源。2018 年创办艺术品区块链项目 DIP，担任项目总负责人。



DIP 项目联合创始人 胡乐音

在纽约生活探索的中国青年艺术家，主要研究多媒体视觉艺术，包括投影艺术、互动摄影、涂鸦艺术、视觉插画以及新媒体艺术领域。曾就读于北京理工大学、美国帕森斯艺术设计学院。自幼学习国画，2012-2014 年专注装置艺术。到纽约后，对于互动体验艺术形式进行深层次探索。在研究生阶段完成了很多互动体验的作品，在就读 design and technology 专业期间也获得了很多灵感，渐渐形成了自己的创作风格。作品“Emancipation of the street”在意大利威尼斯艺术之家展出。2016 年加入纽约艺术学生联盟(The Art Students League)驻地艺术家项目。



DIP 项目技术架构师 梁海

2008 年万车网技术总裁，负责集团技术团队、业务平台构建和计算器系统的开发构建。在产品研发和管理方面拥有丰富的经验。2015 年，负责组建智能科技公司，在智能穿戴领域进行布局，进行人工智能手表硬件的开发。2018 年联合创办 DIP 项目，任职项目技术的总负责人。



DIP 项目 CTO Alexey Zhokhov

9 年后端开发经验的全栈开发人员，富互联网应用程序前端开发(HTML5)，移动原生开发，UI/UX 设计，快速原型设计;5 年团队管理经验;

13 年设计并领导开发世界级的网络爬虫;实施和文件;爬虫程序包括 cookies 处理、HTML 解析和智能优化策略、微服务与消息队列 (msmq) 之间的通信;

14 年发明并实现 BI(商务智能)Web 插件 将 SQL 和 NoSQL 查询 (MongoDB) 可视化为图表结果 (称为 "Grails 控制台图表")

2015 年-17 年组织多个国家的网站,提高国内外的连接速度。将中国(阿里云)、德国(赫茨纳)、英国 (DigitalOcean) 等一些国家的云服务器和专用服务器结合起来。实现了服务器节点之间的高速数据库和文件存储同步。

18 年加入 DIP 团队，任职项目技术总负责人。



DIP 项目技术总监 Felix Khachatryan

RAU 大学硕士毕业，参与 UBANK 项目主导技术开发，推动 UBANK 成为俄罗斯市场第二大手机钱包。12 年加入 inTaxi，一家目前在俄罗斯 50 多个城市运营的运输网络科技公司，(俄罗斯唯一可实现全境租赁业务互通的汽车租赁公司)。13 年开发 GPS / GLONASS 在线监测系统，用于不同的细分市场。它有助于降低成本，提高安全性和安全性，通过实时管理优化车队运营。17 年设计开发 UTALK 软件，实现注册用户数量 1200 万，超过 200 万台预装应用程序的手机。18 年任职 DIP 项目副总裁兼技术总监。



DIP 项目总经理 王斌

曾任美国 SAS 公司统计软件大数据营销分析师，北美与亚太 STEM 拓展经理。2017 年担任深圳瑞柏泰电子银联易办事的支付系统项目总经理、涌智信息科技项目总监，负责集团业务团队的构建工作。比特币早期投资者，区块链行业早期布道者。2014 年开始参与比特币投资，2016 年创办区块链资讯社区。2018 年任职 DIP 项目总经理。



SONNI / 街头涂鸦 / 波普艺术家

Sonni阿根廷户外涂鸦艺术家，现居纽约布鲁克林。作品常混合多种媒介，包括铅笔、布面丙烯、木质雕塑与数码绘图，Art Basel美国国际艺术展。受邀美国 TED+Talk 视频演讲节目。被多家高流量先锋艺术文化媒体专访，例如 Juxtapoz视觉艺术杂志，OBEY, Pictoplasma NYC杂志，NewYork Street art news（纽约涂鸦艺术官方网站）等



BUFFMONSTER / 玩具造型艺术家

Buffmonster是纽约街头网红艺术家，经常使用明亮色彩和有趣的造型来创作户外涂鸦，他的灵感来源于重金属音乐，冰激凌，波普艺术，日本文化等。他担任主要策展人合作绘制世界各地的涂鸦作品，并被纳入Banksy的奥斯卡提名纪录片Exit Through the Gift Shop中。长期合作客户包括 Disney, Converse, Hello Kitty, Samsung, Nike and Coca-Cola等。现工作与 Stay Melty品牌下，3继续发行各种限量版收藏品，包括玩具，版画，衬衫等艺术家衍生品。粉丝量Facebook: 667K+ • Instagram: 141K+ • Twitter: 19K+



ANDREWHLADKY / 当代油画艺术家

毕业于伦敦 Wimbledon艺术学院，从事立体油画多年，通过平面雕塑的形式创作，作品曾多次入选纽约，伦敦，瑞士，西班牙等驻地艺术项目。2003年至今参与个展和群展总数50+。



Mc Bess / 艺术家 / 音乐人

Mc Bess(Matthieu Bessudo)，是一位居住在伦敦的法国插画师。他深受来自Fleischer Studios的复古漫画风格影响；他的作品因特有的模仿风格而被众人追捧。除了为The Dudes工作之外，Mc Bess是一名视频导演。近年来，他与多个知名品牌合作，如：Nike，Jack Daniels, Deezer，Nissan，London Tube等。



FUTURA / 当代艺术家

1955年11月17日出生于纽约州纽约市，Futura原名Mc-Gurr Leonard Hilton，他给自己取了“Futura 2000”这个霸气的艺名。Futura是美国当代涂鸦艺术家。在他的职业生涯中，他从20世纪70年代早期的纽约地铁涂鸦转变为20世纪80年代的Fun Gallery，与Jean-Michel Basquiat，Keith Haring，Kenny Scharf等主要艺术家一起参展。Futura的作品可以在Museo de Arte Moderna di Bologna，法国Musée de Vire和纽约市博物馆的藏品中找到。



BILL BARMINSKI / 街头艺术家/ Paper Lifestyle艺术家

个展：

2018 Full Bronze Micky Sculpture/ Fountain

2017 He Cuning Little Vixen, Vienna, Austria

曾被VICE，ARTNET，ARTFORUM等采访。合作品

牌：BANKSY，GOOGLE

Bill Barminski是一位纸板艺术。尽管他被称为画家，他的纸板艺术更是登峰造极。他独立的幽默感激发了一系列有趣的创作：纸板火箭，摩托车，混音带，防毒面具等。这种颠覆性的喜悦使得人们会想起童年时代无尽的想象力和无限的乐趣。



AZART
gallery



.itsliquid

Gateway Art Center NYC



ASIAN
AMERICAN
ARTS >alliance
Supporting Artists, Building Community

九、 免责声明

本白皮书只用于交流之用，其中包含的信息或分析不构成购买 DIP Token 的提议或劝导。本白皮书不构成也不可理解为提供任何买卖行为或任何邀请买卖任何形式证券的行为，也不是任何形式上的合约或者承诺。

十、 风险提示

10.1 合规、运营风险

合规、运营性风险是指项目方在认筹资金以及开展业务的过程中违反了当地法律法规，造成经营无法继续的风险。针对合规、运营性风险运营团队采取的避险方式为：

- 丨 运营团队和决策委员会采取分布式运作方式，排除单点风险；
- 丨 在开展业务的当地聘请专业律师，在法律框架下设计开展区块链的相关应用。

10.2 技术风险

市场风险是指 DIP 没有被市场接纳，或者没有足够用户使用，业务发展停滞，没有足够利润支撑。针对市场风险运营团队采取的避险方式为：

- 丨 基于成熟、开源、安全的区块链技术，采用已经被商业客户认可和验证过的架构开发 DIP 平台；
- 丨 项目组认筹足够资源后，吸纳更多的行业高端人才加入开发团队，奠定基础，充实力量，借鉴成熟开发经验。