





原创：谭婧

创造另一个现实，另一个世界，它与现实世界一样丰富。——元宇宙。

元宇宙（Metaverse）是一个共享的虚拟 3D 世界，具有交互性、沉浸式和协作性。只要虚拟世界是持久的，那些在其中的对象也将持久存在，允许数字商品从一个虚拟世界移动到另一个虚拟世界，甚至通过增强现实进入我们的世界。

虚拟现实没有边界，时尚界开始在商业方面探索它。NFT 最近一直是元宇宙最热门的话题，通常缩写为NFT。据 2021 年 Google 趋势数据显示，用户搜索 "NFT" 总次数多于 "加密"，或者 "任何加密货币"。

"Gucci Virtual 25"数字运动鞋



奢侈品牌Gucci、Louis Vuitton 和 Balenciaga 等已经涉足，还经常与 Fortnite 等流行游戏合作。

Gucci 于2021年 6 月在佳士得拍卖行以 25000 美元的价格出售了其标志性的 Aria NFT 系列，以纪念其成立 100 周年。

而Facebook 公司已将其名称更改为 Meta（如 Metaverse）此举标志着这家社交媒体巨头的未来发展方向。



中国香港已成为 NFT 亚洲创新热点地区，Hong Kong Sovereign Art

Foundation 和 Project Ark

等机构举办由本地艺术家参与的艺术品拍卖会。有机构将日韩流行音乐 J-pop 和 K-pop 明星的 NFT 销售给他们崇拜的粉丝群，并且还以法定货币付款。

香港新品牌视觉公司(Brand New Visio , BNV)由理查德·霍布斯创立。“我们将自己定位为元宇宙时尚市场，” 理查德·霍布斯说。

“从某种意义上说，在多佛街多品牌店（Dover Street），你可以购买，从 Comme des Garcons 到珠宝，从滑板到品牌 T 恤，从鞋子到 Iris Van Herpen 连衣裙。市场不拘一格，精心策划，这正是品牌厂商想要的。”



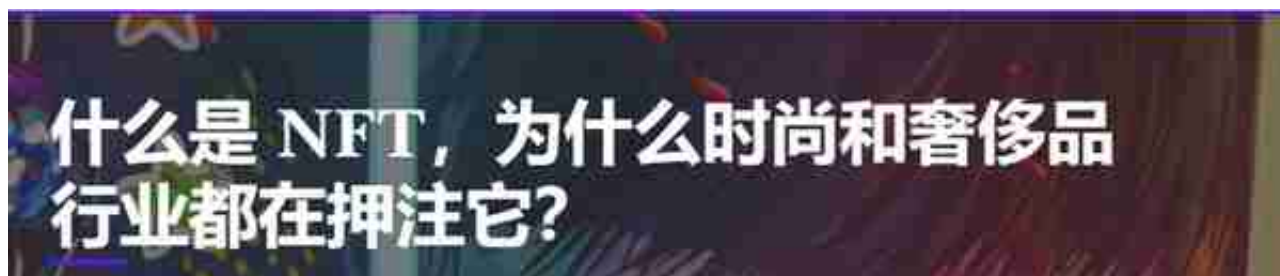




对于品牌而言，时尚 NFT 似乎是一种非常成功的营销工具，但它也是新兴数字艺术家利用和展示他们技能的一种方式，通常与大品牌合作。例如，威士忌品牌 Glenfiddich 与数字设计师 Stephanie Fung 的合作产生了 The Filigree Aesthetic，这是一个限量版 NFT 时尚系列，灵感来自 Grande Composition 艺术家的作品。

Stephanie Fung说：“数字可穿戴设备将成为 NFT 中的下一件大事，人们将能够在 AR、VR 或元宇宙中使用它们，你可以用数字技术做很多你无法通过现实生活中的服装实现的事情，例如动画图形、使材料发光或抵

抗重力。”

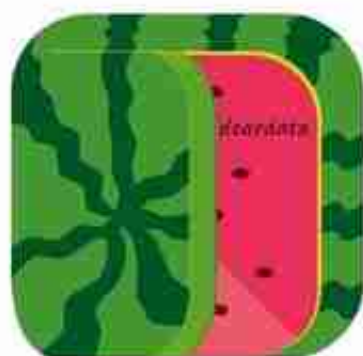


OpensSea 的规模，意味着它更像是一个杂乱无章的商店（如 Facebook Marketplace），而 BNV 和 WEAR 都旨在成为精心策划的设计师精品店。

许多人仍在努力了解 NFT，但数字世界发展迅速，精明的投资者不希望落后。尽管普通时尚达人还没有购买设计师 NFT，但饥饿的加密技术崇尚者人群已经在投资和交易它们。

唯有时间会给出答案。

（完）



deardata