

编辑导语：数字藏品和NFT两者非常相似，可以理解为技术相同，但是数字藏品是目前NFT比较完善的商业模式。本文作者对国内外NFT数字藏品市场进行了分析，感兴趣的小伙伴们一起来看一下吧。

据新京报发布数字藏品数据分析显示：

“00后”和“90后”数字藏品意向藏家占绝大多数，数字藏品意向藏家中“90后”占比约37%排名第一，“00后”占比约27%排名第二；男性占76%，而女性仅为17%。此外，数字藏品意向藏家主要集中在北京、上海、广东、山东、江苏等地。

2021年被称为“数字藏品”元年，数字藏品共创造了超816万总交易量和超65亿美元的总交易额。

一、了解定义NFT和数字藏品

1. 什么是数字藏品？

数字藏品（DigitalCollectibles）的原理是通过加密运算技术将图片、音频、模型等数字资产或实体资产写入智能合约，具有独立的认证代码和元数据，可供收藏、交易、流通，表现形式主要有图片、音乐、视频、3D模型等，主要是国内的NFT玩法，目的减少炒作，保持资产价值平稳。

2. 什么是NFT？

非同质化通证（Non-FungibleToken，NFT）是一种架构在区块链技术上的，不可复制、篡改、分割的加密数字权益证明，其映射实体收藏品等实物资产和图像、音乐、游戏道具等虚拟资产。NFT的核心价值在于“数字内容资产化”，依托区块链技术保证数字资产的唯一性、真实性和永久性，增强其流动性，并有效解决上链资产的确权问题，解决版权保护痛点。

国外NFT作品基于去中心化的公链发行，比如以太坊链，Poylgon，Solana等，允

许跨链交易，转卖到任何一个平台，它的价值由市场来决定，这也形成了NFT容易被炒作的特征。

3. 两者的区别

笔者认为两者可以理解为技术相同，数字藏品是目前NFT比较完善的商业模式。在中国的监管环境下，数字藏品本身是禁止炒作的，国内的数字藏品更多体现的是商品确权价值。

国外NFT是匿名的，而国内购买数字藏品购买需要实名制认证。同时数字藏品不能通过虚拟货币购买，只能以人民币或数字人民币购买，而国外NFT可以通过多种渠道进行购买如ETH、USDT、SOL。数字藏品国内暂时不能随意流通买卖，对于二级市场交易严格约束，可以减少投机和炒作现象的出现。

而NFT可以在全球用户手中购买流通不受限制，所有权归属不同。购买NFT后所有权属于购买者，可以进行二次加工和商业行为，而购买数字藏品，并未获取该版权，几乎没有任何商业活动的使用权。

4. 两者的共性特点

二、发展历程回顾

1. NFT市场发展四阶段

数据来源：天风证券2021年NFT行业分析

NFT相关概念最早于1993年由Hal Finney提出。直到2017年6月，世界上第一个NFT项目CryptoPunks才正式诞生。同年，一款叫CryptoKitties的游戏将NFT概念推向高潮。2018-2020年，NFT进入建设期，NFT生态不断发展。2021年，NFT行业进入快速扩张期，交易量和交易额迅速提高，9月6日的30日交易额达到了28.42亿美元。

2. NFT逻辑流程图

三、国内外企业布局

1. 全球规模分析

数据来源：天风证券2021年NFT行业分析报告

2017年10月，一款叫作CryptoKitties（加密猫）的游戏引爆NFT市场，NFT市场活跃钱包数量及市场交易量迅速提高。2017年底至2018年初，活跃钱包数量达到了5.6万个，30日市场交易量超过70万。

2020年底至2021年初，随着区块链游戏AxieInfinity热度持续上升，《Everydays：TheFirst5000Days》以69,346,250美元的成交额成为在世艺术家拍卖作品的第三高价，各界明星开始参与铸造和购买NFT等事件或现象的出现，NFT市场获得消费者广泛关注。NFT市场30日活跃钱包数量持续增加，10月4日超过了15万个。

NFT市场交易活跃度持续提高，三季度NFT交易量和交易额大幅提升，8月31日的30日交易量达到68.26万，9月6日的30日市场交易总额达到28.42亿美元。

2. 各国产业链分布

数据来源：天风证券2021年NFT行业分析

全球和国内NFT产业链分为三环节：上游基础通信层有底层公链、侧链、联盟链、开发工具、存储、钱包等组成，中游项目创作平台层有综合、数藏、游戏、粉丝经济等组成，下游衍生项目应用层有二级市场、数据计算、社区交流、社交活动、金融交易组成。上游为NFT铸造和交易提供基础设施支持，中游根据铸币协议铸造NFT并在一级市场发行，下游则围绕一级市场铸造NFT衍生出NFT二级市场、数据平台和社交平台等。

数据来源：广发证券发展研究中心

四、PEST分析

1. P（Political）政治环境

2019年10月习近平总书记在中央政治局第十八次集体学习时强调“要把区块链作

为核心技术自主创新的重要突破口，明确主攻方向，加大投入力度，着力攻克一批关键核心技术，加快推动区块链技术和产业创新发展”。

2021年3月《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》将区块链作为新兴数字产业之一。2021年6月工业和信息化部、中央网络安全和信息化委员会办公室联合发布《关于加快推动区块链技术应用和产业发展的指导意见》急需结合区块链的技术特点，选择适合应用的领域，与应用场景进一步深度融合。

2021年10月由中央网信办、中央宣传部、国务院办公厅等18部委联合，组织开展国家区块链创新应用试点行动，颁布《关于组织申报区块链创新应用的通知》。

2021年11月中共中央政治局委员、国务院副总理刘鹤向2021中国5G+工业互联网大会开幕式致辞指出，数据正在成为关键生产要素。要研究推进数据确权和分类分级管理，畅通数据交易流动，实现数据要素市场化配置，合理分配数据要素收益。

2. E (Economic) 经济环境

2017年11月虚拟宠物CryptoKitties上线一个月后，最高成交价达到75万元人民币/只。

2021年3月数位图片收藏品《Thefirst5000days》在佳士得以接近7000万美元的价格成交，成为在世艺术家拍卖作品的第三高价格。同月Twitter联合创始人JackDorsey发布的第一条推文“justsettingupmytwtr”以超过291万美元的价格成交拍卖。

总结：

火热的市场氛围，促进许多玩家关注并追风进入其中。让许多投资者开始进行小资产试错，未来可能呈现的虚拟数字资产。有数字藏品爱好者告诉笔者：在技术新起时，要勇于做第一个吃螃蟹的人，收藏一些稀缺性高的藏品留给下一代作为纪念品很有独特价值。

3. S (Social) 社会环境

1) 价值追捧和纪念

数字藏品作为唯一的产权，能够保证区块链内的数字资产版权问题，有迹可循了创

作者和转手信息。国内外互联网巨头看类数字藏品更多的价值在于生产要素配置。看准数字藏品行业的增长潜力，立足自身资源优势，布局数字藏品业务，寻求新的增长点。

2) 艺术价值认可

人们产生购买它的欲望来自对作者、文化的认同给予一定的溢价。就像购买传统艺术品一样，是基于对这个数字资产的艺术价值的认可。

3) 搭建闭环生态需要

各平台社交生态急需自己可控的货币交易系统，NFT因其独特的热度吸引各企业关注，打造自己企业的私域货币进行变现如Soul币、QQ币、CF点卷等。

4) 社交身份货币使用

不可复制属性作为一种“身份象征”，成为大众在虚拟空间表达自我展示追逐个性的一种方式，周杰伦、林俊杰等明星纷纷购买数字藏品。并发布在微博、国外社交平台，为NFT行业带来话题流量，推动人们追捧，在明星煽风点火下，数字藏品得到大众认可与跟风。

4. T (Technology) 技术环境

- 区块链1.0是区块链的初形：能实现可编程货币，是与转账、汇款和数字化支付相关业务应用。通过这一特点，区块链首先搅动金融市场银行和移动支付市场。
- 区块链2.0是可编程金融：开启人们尝试将智能合约添加到区块链系统中，形成可编程金融，其中以智能合约为代表。例如股票、债券、期货、贷款、抵押、产权、智能财产，促进了互联网卷商的火速发展如东方财富、同花顺。
- 区块链3.0价值互联网的内核：区块链3.0能够对于每一个互联网信息和字节进行产权确认、计量和存储，从而实现资产可追踪、控制和交易目前多用于版权问题如数字藏品、三维资产上。

总结：

使用区块链技术目的是让账目和交易更安全、透明、减少第三方收费，让人们生活便利的初心却被部分人做为炒作割韭菜的利器。

四、NFT核心价值体现

1. 互联网价值对比

NFT互联网核心价值在于以下三点：

1. 数字内容资产化：在当下互联网，我们仅拥有数字内容使用权，无法使数字内容成为我们个人资产，NFT的出现拓宽了数字资产的更多应用，同时打开人们数字内容想象创作空间
2. 依托区块链技术：保证资产的唯一性、真实性和永久性，并有效解决维权问题
3. 去中心化的交易模式：一定程度上提高了内容创作者的商业地位，减少中心化平台抽佣分成

2. NFT爆火案例

Beeple售卖的天价NFT作品

该作品是美国插画艺术家Beeple将自己14年来创作的5000幅作品铸造的NFT。最终成交价6934万美元。该作品的售价直接打破了艺术拍卖市场的记录，Beeple-跃成为在世身价第三高的艺术家。大跌所有人的眼镜，连Beeple都没想到自己通过集合5000副作品合成的NFT既然买出了如此天价，这次事件让人们重新审视数字藏品的独特个性与唯一的稀缺价值！

Beeple新作品：Self-Doubt

笔者观察新的营销方式即将拉开序幕，数字化的立体表现手法打破了，人们平常对艺术的认知，可以看到在未来收藏品+科技产生的无穷力量。会出现许多颠覆传统营销的作品、手段、玩法出现，而数字藏品将数字作品与区块链确权天然结合，必然会引来更多用户关注，哪个品牌抢占了数字藏品的先峰，就搭上了话题+流量+新营销的快车。

六、技术带来的风险

1. 周董发布愚人节玩笑

周杰伦发过一条Instagram动态，说他账号里的NFT被钓鱼网站给偷了。因为恰逢愚人节，为了表明自己不是开玩笑，周董还加上了「这不是愚人节玩笑」的Tag。

2. NFT清洗交易

某一NFT的持有者，通过在自己不同的数字钱包之间进行反复频繁交易，从而产生像股票庄家拉高股价，这样能人为地创造出该NFT或NFT系列十分繁荣抢手的假象，从而吸引他人高价购买“接盘”。数据显示，2021年全年共有110名NFT交易者通过“清洗交易”获利890万美元，而买家们则浑然不觉。

除了以上行为，犯罪分子也可以用赃款购买或铸造NFT，然后通过清洗交易，再将NFT卖给不知情的人，从而实现赃款的洗白。

总结：

笔者分析随着NFT数字藏品的价格日益高涨也吸引了众多黑客、不法分子的目光。其中最常见的诈骗手法就是钓鱼诈骗，同时在生活中，笔者发现国内许多同期开户或不经常使用银行卡，被限额和封卡，因国家需要打击电信诈骗和推广国家反诈APP，需本人持户口和工作单位证明银行卡未涉及钓鱼、电信诈骗、洗钱等活动，银行卡进行身份验证措施。

七、未来机会观察

1. 数藏消费动机

笔者分析数藏对品牌营销产生以下长远影响：

- 使用虚拟品牌形象，强化品牌线上宣传
- 推动品牌建立丰富私域内容闭环
- 通过话题流量吸引年轻用户
- 打造线上线下差异化三维宣传风格
- 限量发行数字藏品加强用户复购心智

2. 数藏助力各行业

笔者发现数字藏品对文创行业发展意义非凡，主要有以下六点：

1. 通过数字化手段对文物进行展示和宣传
2. 通过AR（增强现实）让文物在历史课本中栩栩如生
3. 可泛化出文物周边开发如故宫的雪糕、联名活动等
4. 三维复原技术恢复受损文物，让文物再一次活在我们眼前
5. 通过文物—3D扫描—3D打印延伸价值链，家家都可摆放文物模型并进行历史科普宣传
6. 可突破空间限制进行立体赏析文物，同时带来沉浸式体验

3. 目前数藏市场主要玩法

目前发现国内外NFT市场比较成熟的应用领域涉及行业有以下：

- 收藏品/艺术品是NFT市场规模最大的应用领域
- NFT+游戏，将NFT资产作为游戏中的角色、道具、虚拟资产等
- 虚拟世界，NFT项目对应虚拟世界中的虚拟资产
- NFT+公用事业，NFT项目具体包括区块链域名等
- NFT+DeFi（去中心化金融）例如NFT抵押贷款或将NFT用于保险、债券、期权等金融产品中

八、总结建议

1. 总结

目前市场已落地的数字藏品应用场景有：文物文玩、摄影作品、艺术画作、游戏人物、戏曲音乐、表情头像、动漫形象、体育明星等。同时，随着技术应用的进一步成熟与产业发展的进一步规范，数字藏品的应用场景会不断挖掘和扩大。

可以推测未来国内数字藏品市场的铸造、发行、销售、流转都会有中国政府监管和管控、严防炒作、割韭菜等行为。

数字藏品在中国的发展路径不同于海外市场的商业模式，国内政策目前对数藏NFT市场来看严防炒作、割韭菜，由政府审批开放的数字艺术品交易二级市场试点。这样将会极大地压缩违规开放的二级市场空间，将数藏NFT交易市场引回正轨，合规化平稳发展的市场策略。

2. 建议

有意入局创作者、发行机构需注意以下几点：

- 虚拟品牌形象，需团队管理规模大
- 线上线下曝光，在平台流量购买成本高
- 潮流话题运营，定位不明吸引不了人
- 三维交互宣传，投入成本高管理难
- 限量随机性强，不被群众认可价值
- 明星名气加持，被恶意炒作市场风险

本文由 @自信遨游 原创发布于人人都是产品经理，未经作者许可，禁止转载。

题图来自Unsplash，基于CC0协议。