

中国数字藏品行业研究报告



摘要及简介



2









营销建设指南



榜单评选说明

- NFT是基于区块链技术上,映射特定资产的非同质化通证。 NFT的核心价值在于 "数字内容资产化",是虚拟世界产权确权和交易流通的机制;
- 数字藏品是NFT的一种应用形式,两者都具有不可篡改、不可分割、唯一性等特征,同时,两者最大的差异性表现在数字藏品不具备NFT的金融属性及社交属性;
- 政策驱动力: 当前政策对行业高度警惕的同时也加大力度支持藏品行业的发展;
- 融资驱动力: 国内相关赛道企业投融资日益活跃, 市场向好;
- **用户偏好驱动力**:用户对购买数字藏品时的需求偏好、消费偏好、平台模式态度存在一定差异性;
- 中国数字藏品市场交易主体包括:内容创作版权方、服务提供方及用户方;行业产业链主要涉及技术提供方、交易平台方及项目衍生发行方;
- 市场规模:中国数字藏品市场规模2021年达到2.8亿人民币;
- **应用场景**:国内数字藏品应用场景以典型场景为主,未来应用场景将不断扩展,助力藏品流通;
- 当企业进入数字化转型的新时代,数字藏品营销将成为数字营销新模式,助力品牌可持续化发展;通过打造个性化的数字藏品营销解决方案及独特的藏品玩法, 增强用户粘性,提升品牌价值;
- "数字藏品 领航者"评选由内部及外部评团综合评定得出;
- 行业评选参考指标包括数字藏品平台区块链技术能力、平台运营能力、平台内容能力;

来源:艾瑞咨询研究院自主研究绘制。



NFT数字藏品行业概览	1
中国数字藏品行业驱动力分析	2
中国数字藏品产业链及应用场景分析	3
中国数字藏品营销方式探索	4
中国数字藏品未来展望	5
iResearch-数字藏品领航者	6

NFT:元宇宙的数字资产确权



NFT进一步拓宽数字内容资产化边界

NFT (Non fungible token,非同质化代币)是映射特定资产的非同质化通证,绝大部分是基于以太坊ERC协议上,即 在以太坊上铸造与发行。通过区块链标记了用户对于特定资产的所有权,使得NFT成为该特定资产公认的可交易性实体。 同时,NFT具有不可替代、不可分割、不可篡改等特征。NFT的核心价值在于"数字内容资产化",是虚拟世界产权确权 和交易流通机制。主要应用于版权保护、版权交易、内容发行、IP价值衍生变现等。

■ NFT特征 🭕













可验证

透明公开

有效性

不可篡改

可访问性

可交易性

元数据及所有权可 公开验证

从铸造、交易、流转 全周期公开

永久有效,已发行藏 品始终可以买卖交易

信息存于区块链上不 能讲行修改

用户可以访问实时所 有权状态

可任意交易及交换

NFT核心价值 🭕



推动数字内容资产化

任何一种形式的资产(实体资 产、虚拟资产)都可以被造成 NFT, 为数字内容资产化

解决确权问题,知识产权 得到保护

NFT是基于区块链分布技术上, 进行注册及存储, 因此具有唯 一性、不可篡改的属性。为知 识产权保护提供新思路

提高资产流动性,降低交 易成本

无论是实体资产(数字货币、 土地等)还是多样性的数字内 容(图片、音视频、游戏道具) 都可以铸造成NFT,提高了数 字内容的流动性和可交易性。 诵讨内嵌式的智能合约提高交 易转让效率

与传统模式相比,创作者 获取更多利益

明确了内容创作者的权益,减 少中心化平台佣金分成。通过 内嵌的智能合约,创作者从后 续的流转中持续获得收益

来源: 艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

数字藏品:NFT合规下中国特色化探索



数字藏品是NFT的一种应用形式,国内数字藏品总增长态势

数字藏品是通过加密运算技术,将图片、音频、模型等数字资产或实体写入智能合约,具有独立认证代码和元数据,可供收藏、交易、流通。在保护其数字版权的基础上,实现真实可信的数字化发行、购买、收藏。我国数字藏品与NFT本质区别在于国内数字藏品不具备NFT的资金属性及社交属性,与虚拟货币划清了明确的界限。

国内数字藏品总额及数量一年之间大幅增长,从每月发行的数字藏品数量来看,从2022年2月开始,单月的发行数量突破百万级别。其中,5月发行数量最高达到496.9万件。已发行数字藏品平均单价呈上升趋势,2022年5月达到最高。

2021-2022年各月份国内数字藏品发行数量

2021-2022年各月份国内数字藏品单件平均价格



来源:Forechain、艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

NFT数字藏品行业发展历程



艾 瑞 咨 谙

NFT整体行业发展可分为三个阶段,国内数字藏品从2021年进入快速扩张期

NFT数字藏品行业发展历程



(2017年-2019年)

实现现象级应用

(1993年-2016年) 产生数字资产标准

1993年

加密交易卡出现表达形式是依托加密学和数学呈现形式,随机排列组成一个系列的套卡

2012年

Colored Coin 的出现,第一次将资产发行到区块链,为NFT的应用奠定了基础

2014年

Counterparty 被创立, 点对点的金融平台出现, 底层区块链技术出现。将热门的(momo)悲伤蛙做成区块链应用

2017年06月

总部位于纽约的软件公司Larva Labs的 两位创始人编写智能合约将一万个网络 头像存储在以太坊上,取名

CryptoPunks 开创了数字图片作为加密资产的时代,自此NFT诞生

2017年10月

NFT第一个正式项目**CryptoKitties**推出,用户在游戏中可以托养、购买"电子宠物"小猫。除金钱交易外所有贩售及驯养过程皆为公开。该收藏游戏项目在2017年引起了以太坊的网络拥堵

发展阶段 (2020年-至今)

完善基础设施后,进入行业上行期

2020年

NBA Top Shot打响出圈第一枪。数字版球星卡吸引到了众多 NFT 爱好者、NBA 球迷、实体球星卡收藏家的关注与积极参与, 单日交易额可达 4500 万美元

2021年

数字艺术家Beeple的作品《Everydays: The First 5000 Days》在佳士得网拍中 从底价100美元,最终成交价6934.6万美元成交2022年

Decentraland-基于元宇宙的 NFT 项目,具有无限的可定制性



2021年6月

阿里旗下平台鲸探(原蚂蚁链粉丝粒)发行一批"NFT"付款码 皮肤。每款限量发行8000份

2021年8月

幻核app推出第一批限定开售300枚有音《十三邀》数字藏品 2021年10月

支付宝小程序"蚂蚁粉丝粒"(现鲸探平台)及幻核平台内页中, "NFT"字样更换为"数字藏品"

来源: 艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

国外NFT与国内数字藏品对比



国外NFT市场发展成熟,炒作风险难以规避;中国数字藏品探索合法合规的特色发展路径

国外NFT与国内数字藏品差异性

Section1:整体市场探索

国外:市场集中度高,买方市场为核心的模式,完全开放的二级交易市场

总体来看,目前国外市场资源比较集中,呈现供大于求的市场现状。

主要表现在海外市场外全开放的二级交易市场,铸造数量远大于市场需求;并且,目前海外市场基础设施、交易平台流程都比较完善,良好的交易环境促进更多的创作者进行内容创作。

国内:以交易平台为主流交易渠道,禁止加密货币炒作。目前国内市场并未开放二级交易市场

国内为了规避交易模式出现国外模式的加密货币炒作。目前,国内核心交易平台主要采用PGC的模式发布数字藏品。

Section2: 技术层面-底层基础设施

国外:基本生成都在公有链上,并使用虚拟货币进行交易

链的方式:国外市场主要以公有链为主,如ETH、Flow等。

控制权限:国外NFT为用户掌握私钥。

国内:联盟链为主,少数平台架构在公链上

链的方式:绝大部分生成在联盟链上,禁止虚拟货币的使用。

国内市场主要的流通集中在一级市场。 控制权限:数字藏品中心化为主。

Section3: 运营方面-发形方式及背书机制

国外:作品创作以个人创作为主,个人发行无背书

用户在创作过程中可生成独有的专辑,并且可灵活的针对专辑内容形式进行修改。从背书机制角度来看,海外创作者在完成创作后无背书是一个共识状态,并且可以自由交易。

国内:创作及定价方式都由平台方决定,由平台方发行

用户不具有独自二次创作的权利。国内定价方式以市场统一售价为主,由平台方进行作品的定价发行,发行内容需审核,一定程度上规避了炒作的交易风险。

来源:艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。



NFT数字藏品行业概览	1
中国数字藏品行业驱动力分析	2
中国数字藏品产业链及应用场景分析	3
中国数字藏品营销方式探索	4
中国数字藏品未来展望	5

预览已结束, 完整报告链接和二维码如下:

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_46705

