



BRANDAFARIN JOURNAL OF MANAGEMENT

Volume No.: 3, Issue No.: 40, Jul 2023

P-ISSN: 2717-0683 , E-ISSN: 2783-3801

NFT future trends in craft, art and brand promotion

Dr. Seyyed Mohammad Mohajer®

President of Tarjoman Oloom Higher Education Institute

Abstract

Non-fungible token (NFT) is a relatively new concept and a hot topic in the development of this field. The artwork produced in the NFT format has made it a lucrative market, with great interest in NFT applications in gaming, the metaverse, and the financial economy. Therefore, this research paper examines the development trend of the NFT market in the context of the metaverse and its future prospects, especially considering several important areas, for example, the art and branding industry, for a more detailed analysis. Based on case studies and data analysis, the high price of NFT is attributed to various factors, in order to attract a wide audience, companies' marketing approach has become mostly creative. NFT has the potential to grow in the entire cultural sector, but due to the lack of NFT artwork and the possibility of excessive speculation, it is challenging to sustain long-term prosperity. Overall, this article examines the value and potential of NFT using current research and detailed statistics, particularly in the fields of branding and art. These results reveal further research avenues on the NFT market landscape.

Keywords: Non-Fungible Token, Metaverse, NFT Artwork, NFT Branding

روندهای آینده NFT در پیشبرد صنایع دستی، هنر و برند

دکتر سیدمحمد مهاجر

رئیس موسسه آموزش عالی ترجمان علوم

چکیده

توکن غیر قابل تعویض (NFT) یک مفهوم نسبتاً جدید و موضوعی داغ در توسعه این حوزه می باشد. آثار هنری تولید شده در قالب NFT آن را به بازاری پردرآمد تبدیل کرده است، به طوری که علاقه زیادی به کاربرد NFT در بازی ها، متاورس و اقتصاد مالی وجود دارد. بنابراین، این مقاله پژوهشی، روند توسعه بازار NFT را در زمینه متاورس و چشم انداز آتی آن را بررسی می کند، به ویژه برای تجزیه و تحلیل دقیق تر چندین زمینه مهم، به عنوان مثال صنعت هنر و برنده سازی را در نظر می گیرد. بر اساس مطالعات موردنی و تجزیه و تحلیل داده ها، قیمت بالای NFT به عوامل مختلفی نسبت داده می شود، برای گیرد. جذب مخاطبان گسترده رویکرد بازاریابی شرکت ها عمدتاً خلاقاله شده است. NFT توانایی رشد در کل بخش فرهنگی را دارد، اما به دلیل فقدان آثار هنری NFT و احتمال سوداگری بیش از حد، حفظ رونق طولانی مدت چالش برانگیز است. به طور کلی، این مقاله ارزش و پتانسیل NFT را با استفاده از تحقیقات فعلی و آمار دقیق، به ویژه در زمینه های برنده سازی و هنر بررسی می کند. این نتایج مسیرهای تحقیقاتی بیشتر در مورد چشم انداز بازار NFT را آشکار می کند.

کلمات کلیدی: توکن غیر قابل تعویض، متاورس، NFT آثار هنری، برنده سازی NFT

۱. مقدمه

آثار هنری تولید شده با توکن های غیرقابل معاوضه (NFT) به بازار غیرفعال هنر اجازه رشد و همچنین دگرگونی به صورت آنلاین را داده است. سود روزافزون NFT در بازار، علاقه مجموعه داران و محققان را به این ابزار جایگزین توسعه داده است. بازار توکن های غیر قابل معاوضه در سال های اخیر در حال رشد هستند. مفهوم NFT در اصل برگرفته از یک استاندارد توکن اتریوم است که هدف آن تشخیص هر توکن با علائم قابل تشخیص است. این نوع توکن را می توان با ویژگی های مجازی / دیجیتال به عنوان شناسه های منحصر به فرد شان پیوند داد. با NFT ها، همه دارایی های نشانه گذاری شده را می توان آزادانه با مقادیر سفارشی شده با توجه به سن، نادر بودن، نقدشوندگی و غیره معامله کرد. توجه عمومی به NFT ها در سال 2021 افزایش یافت، زمانی که بازار آنها رکورد فروش را تجربه کرد، اما اطلاعات کمی در مورد ساختار کلی و تکامل بازار آن وجود دارد [2]. از نظر بازار، شرکت های داخلی و خارجی زیادی وارد حوزه NFT شده اند، به ویژه برخی از شرکت های اینترنتی. همچنین، از جنبه اقتصادی، معامله گران نه تنها می توانند خریدار NFT های دست اول شوند، بلکه می توانند کلکسیون های دست دوم NFT را به این شکل به فروش برسانند تا از طریق پلت فرم معاملاتی NFT سود بالایی کسب کنند.

توکن های غیرقابل معاوضه (NFT) اسناد مالکیت قابل انتقال به دارایی های دیجیتالی هستند، به عنوان مثال، هنر، آیتم های درون بازی، کلکسیون ها یا موسیقی. رویداد ها و ظرفیت بازارها از اوایل سال 2021 رشد قابل توجهی داشته اند. با استفاده از داده های روزانه بین ژانویه 2018 و آوریل 2021، نشان می دهیم که شوک قیمت بیت کوین باعث افزایش فروش NFT می شود. علاوه بر این، شوک های قیمتی تعداد کیف پول های NFT فعال را کاهش می دهند. این نتایج نشان می دهد که بازارهای ارزهای دیجیتال (بزرگ تر) بر رشد و توسعه بازار NFT (کوچک تر) تأثیر می گذارند، اما اثر معکوس وجود ندارد [3].

NFT مفهوم مخالف رمزهای عبور همگن (FT)، توکن های قابل معاوضه است. ویژگی های «غیرقابل معاوضه» آن به دلیل این است که هر NFT یک هویت دیجیتالی منحصر به فرد (Token ID) دارد. Token ID زمان ایجاد، سوابق تراکنش ها و

سایر اطلاعات را ثبت می کند، هر NFT اطلاعات مالکیت و فرآیند تراکنش دارایی های دیجیتال را ثبت می کند، که به حل مشکلات طولانی مدت مالکیت نامشخص و سرقت آثار هنری دیجیتال کمک می کند. بنابراین، زمینه آثار هنری دیجیتال در حال حاضر به یک سناریوی کاربردی مهم برای NFT تبدیل شده است [4]. بلاک چین به کاربران سمت مشتری یا سازمانی اجازه می دهد تا داده های شخصی یا داده های تجاری (مانند شناسه های شخصی، گواهی ها، داده های مالی شرکت یا حتی داده های صنعتی خاص) وغیره را در شبکه بلاک چین قرار دهنند، به همین دلیل توکن های غیر همگن تبدیل به موضوع داغ بعدی در صنعت اینترنت شده اند [5]. با بررسی رشد NFT و کاربردهای آن در صنایع متعدد امروزه، می توان مشاهده کرد که تقاضای مصرف کننده به توسعه متنوعی دست یافته است و مفهوم متاورس به تدریج در حال توسعه است. این دیدگاه جدید، توسعه توکن های غیر همگن و پتانسیل کاربردهای عمیق، بهره برداری کامل و درک ارزش بازار این توکن ها را ممکن می سازد. علی رغم اینکه چندین محقق مطالعات مرتبط را در مورد تأثیر NFT بر بازار هنر و معرفی گرایش های بالقوه توسعه آینده NFT انجام داده اند، هنوز توضیح منسجمی در مورد تأثیر اقتصادی NFT بر سایر بخش ها وجود ندارد. بنابراین، این مطالعه بر تأثیر NFT بر اقتصاد در زمینه متاورس، بهویژه برای بخش های هنر و برنده سازی تمرکز خواهد کرد تا تجزیه و تحلیل دقیق تری انجام دهد. ابتدا مروی بر «دلایل قیمت بالای NFT»، «استراتژی بازاریابی NFT» و «وضعیت و چشم انداز بازار NFT» بر اساس ادبیات تحقیقاتی قبلی ارائه خواهیم کرد. با در نظر گرفتن این موضوع، ما محتوای تحقیقاتی خود را توسعه داده و دانش پایه NFT را توضیح می دهیم: پیشینه مطالعه، اهمیت مطالعه، ویژگی ها و توسعه NFT. و دلایل رشد NFT. این مطالعه موردي و تجزیه و تحلیل داده ها برای بررسی نحوه عملکرد NFT، حوزه های کاربردی و تأثیر اقتصادی آن، با هدف بررسی چگونگی تأثیر NFT بر مجموعه های هنری و بازاریابی برنده دنبال می شود. در نهایت، روند توسعه آتی و جهت گیری NFT پیش بینی شده است.

2. بررسی ادبیات

2.1 دلایل قیمت بالای NFT

به گفته وانگ [6] NFT ها به دلیل منحصر به فرد بودن، ضد تحریف بودن، کارایی در گردش، سهولت تایید حقوق مالکیت و قابلیت ردیابی بسیار ارزشمند هستند. او همچنین پیشنهاد کرد که فروش یک کار در بین دامنه ها و فاکتور ارزش ارزهای دیجیتال بر قیمت NFT ها تأثیر می گذارد و نوسان قیمت و همچنین ارزش بالقوه NFT ها بسیار زیاد است [6]. بر اساس فرضیه وانگ، هنرمندان می توانند به طور مدام از NFT ها درآمد کسب کنند، و هیجان اینترنتی متعاقب آن ارزش بیشتری ایجاد می کند [7]. بر اساس فرضیه کین [8]، درجه ای از حباب بازار برای NFT ها به دلیل فقدان یک چارچوب معتبر برای ارزش گذاری آنها وجود داشته است. برای شرکت در مجموعه VeeFriends باید NFT خریداری کنید. دارندگان پس از آن واجد شرایط شرکت در VeeCon هستند که بر تجارت، بازاریابی، خلاقیت، کارآفرینی، نوآوری، رقابت و سرگرمی تمرکز می کند. مجموعه VeeFriends به دنبال ارائه اطلاعات باورنکردنی به همه کاربران است.

بنابراین ارزش بالای پایدار NFT نتیجه نادر بودن، متمایز بودن و ارزش افزوده آن از نظر اجتماعی، تجاری، سرگرمی وغیره است. علاوه بر این، حباب خاصی در بازار توسط بازار پر حاشیه و مکانیسم ارزیابی قیمت معیوب ایجاد شده است و احتمالاً سفتة بازی بازار قیمت های بالای موجود را تشدید می کند.

2.2 استراتژی بازاریابی NFT

بازاریابی NFT هنوز در مرحله شناخت اولیه است، برخی از ابزارهای بازاریابی ممکن است ارزش بیشتری داشته باشند، اما در حال حاضر تعامل زیادی وجود ندارد. در بازاریابی NFT، خروجی فرهنگ برنده و ساخت IP برنده جایگزین جمع آوری ترافیک ساده شده است. در حال حاضر، لینگ سیستم ارزش، مدل تولید و استراتژی بازاریابی کالاهای دوره دیجیتال NFT را در عصر وب 3.0، عمدتاً در صنعت پوشک بررسی می کند. نویسنده بیان می کند که در عصر وب 3.0، برندهای مد باید یک مدل اشتراک گذاری دوچانبه زنجیره ای از "فضای مجازی واقعی" را در تحول اولیه دیجیتالی سازی توسعه داده، علاقه مندی های بین مد دیجیتال و فیزیکی را بررسی کرده و یک پارادایم جدید برای توسعه صنعت مد ایجاد کنند [9]. بای استراتژی های بازاریابی NFT مورد استفاده در تجارت لوازم آرایشی را با استفاده از چند مطالعه موردي بررسی می کند. او استدلال می کند که NFT در حال حاضر در سطح بازاریابی اولیه برای تجارت لوازم آرایشی داخلی است و مشخص نیست که

تا چه حد پیشرفت خواهد کرد تا به درستی توسعه و درآمدزایی از طریق لوازم آرایشی NFT داشته باشد [10]. شی و ژانگ ادغام NFT با فناوری هوش مصنوعی را پیشنهاد می کنند تا NFT بتواند کشش بیشتری در بازار داشته باشد. به دلیل تغییر مداوم ارزش‌های اجتماعی در عصر مدرن، بشریت از طریق ترکیب NFT و AI به سمت دنیای مجازی پیش می‌رود [11].

با توجه به تحقیقات ارائه شده در بالا، بدیهی است که NFT دارای پتانسیل قابل توجهی برای رشد است و بسیار همگرا است، قادر به ادغام و برقراری ارتباط با حوزه‌های مختلف است، که همگی ممکن است کیفیت ارز اجتماعی قوی آن را نشان دهند.

2.3 وضعیت و چشم انداز بازار NFT

NFT، به عنوان یک حوزه نوظهور، از سال 2021 توسعه روزافزونی را نشان داده است. سود بازار آثار هنری به شکل NFT در حال افزایش بوده و توجه گسترده را به خود جلب کرده است. در همین حال، در زمینه متاورس، NFT به تدریج در بازی‌ها، متاورس و اقتصاد مالی اعمال می‌شود. از نظر بازار، بسیاری از شرکت‌های معروف داخلی و خارجی، به ویژه برخی از شرکت‌های اینترنتی، وارد حوزه NFT شده‌اند. آنها پر از امکانات بالقوه با ارزش بازار بالا هستند.

در حال حاضر، چن پیشنهاد می‌کند که سال 2021 meta-universe meta-year نامیده شود. از آنجایی که همه‌گیری جهانی کرونا، تقاضا و تمرین مردم را برای سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های فضای مجازی افزایش می‌دهد، غول‌های اینترنتی اجتماعی برای ایجاد مسیر متاورس با یکدیگر رقابت می‌کنند. متاورس به یک مسیر جدید برای تسريع طرح اقتصاد دیجیتال تبدیل شده و NFT می‌تواند در این زمینه سریعتر توسعه یابد [12]. لیانگ رشد انفحاری آثار هنری NFT را بر اساس فروش کل آثار هنری NFT و کلکسیون‌های NFT از 4.6 میلیون دلار در سال 2019 به 11.1 میلیارد دلار در سال 2021، بیان کرد. 74 درصد از کلکسیون‌های HNW مورد بررسی، NFT مبتنی بر آثار هنری را با میانگین هزینه سرانه 9000 در سال 2021 خریداری کرده بودند. علاوه بر این، کلر مک اندرو، نویسنده اصلی گزارش، این دیدگاه را بیان کرد که بخش قابل توجهی از این معاملات از نظر تغییر بخش‌بندی بازار و تغییر سهم فروش مستقیم و فروش مجدد، سفته‌بازی هستند [13]. هو همچنین در مقاله خود اشاره می‌کند که در طول رونق آثار هنری NFT، پلتفرم‌های معاملاتی در بازار ظهور کرده‌اند، همچنین خانه‌های حراج، پلت فرم‌های وام دهی و بسیاری دیگر از کالاهای مبتنی بر NFT به شدت مورد توجه قرار گرفته‌اند. با این حال، بازار NFT نیز دارای مشکلاتی است، به عنوان مثال، ارزش فرهنگی آثار هنری هنوز آشکار نشده است و ارزش اقتصادی به اندازه کافی پایدار نیست [14].

با توجه به تحلیل فوق، وضعیت فعلی بازار NFT هنوز نسبتاً مثبت است و در حال حاضر مزایای اقتصادی خوبی را به همراه دارد و توسعه این حوزه به طور مداوم در حال گسترش و توسعه مخاطبان است. با این حال، به دلیل توسعه ناقص NFT برخی از نقص‌ها، و بسیاری از عوامل ناشناخته اقتصادی و سیاسی وجود دارد.

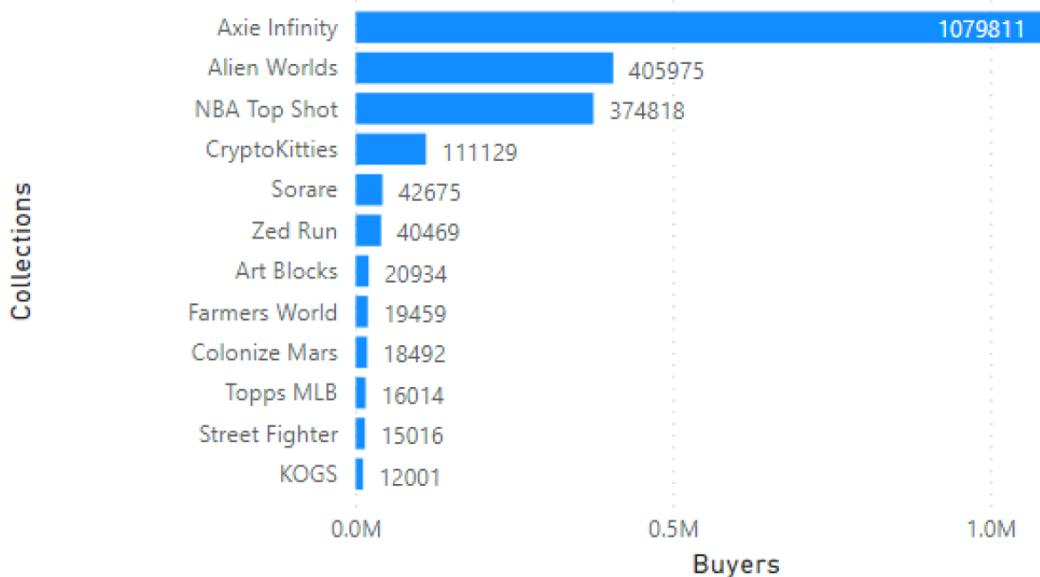
3. توضیحات اساسی NFT

NFT یا توکن‌های غیر قابل معاوضه یک «رمز عبور غیرهمگن» مبتنی بر بلاک چین هستند. همانند بیت‌کوین، اتر و سایر ارزهای مجازی، NFT نیز برای تراکنش‌ها به بلاک چین مตکی است. با این حال، مهم ترین ویژگی رمزهای عبور NFT منحصر به فرد بودن آنهاست، زیرا برخلاف توکن‌های قابل معاوضه، اعتبار دیجیتالی غیرقابل تقسیم و منحصر به فرد دارد. غیر همگن به این معنی است که هر کوین یک شناسه منحصر به فرد و متمایز را نشان می‌دهد و کوچکترین واحد آن 1 است، برخلاف بیت‌کوین که می‌توانید حتی 0.1 بخرید. مالکیت NFT مالکیت گرددآورنده بر دارایی دیجیتالی را اثبات می‌کند. داده‌های موجود در بلاک چین را نمی‌توان جعل کرد و در هر زمان می‌توان آنها را احراز هویت کرد، که تضمین می‌کند NFT‌هایی که کلکسیونرها می‌خرند واقعی و کمیاب هستند، و آنها را به در بین مجموعه‌داران محبوب می‌کند.

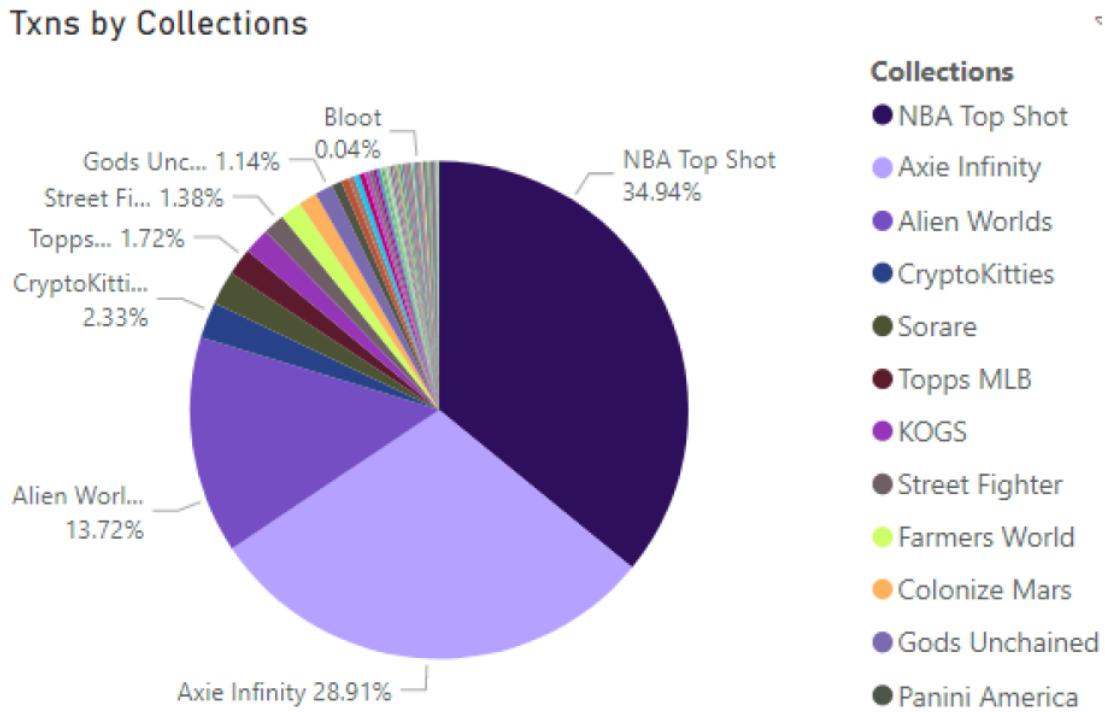
NFT در حال حاضر در متاورس، کلکسیون‌ها، هنر، بازی‌ها و اسناد دنیای واقعی استفاده می‌شود، در حالی که بخش کلکسیون‌های هنری بالغ‌تر و بازار داغ‌تری دارد. تا 24 سپتامبر 2021، شش پروژه از 10 پروژه بتر NFT در جهان در رده کلکسیونی و دو پروژه در رده بازی‌ها قرار داشتند، پروژه شماره یک NFT Axie Infinity است، که فروش 2.1 میلیارد دلاری داشت (همانطور که در شکل 1 نشان داده شده است).

شكل 1: تعداد خریداران

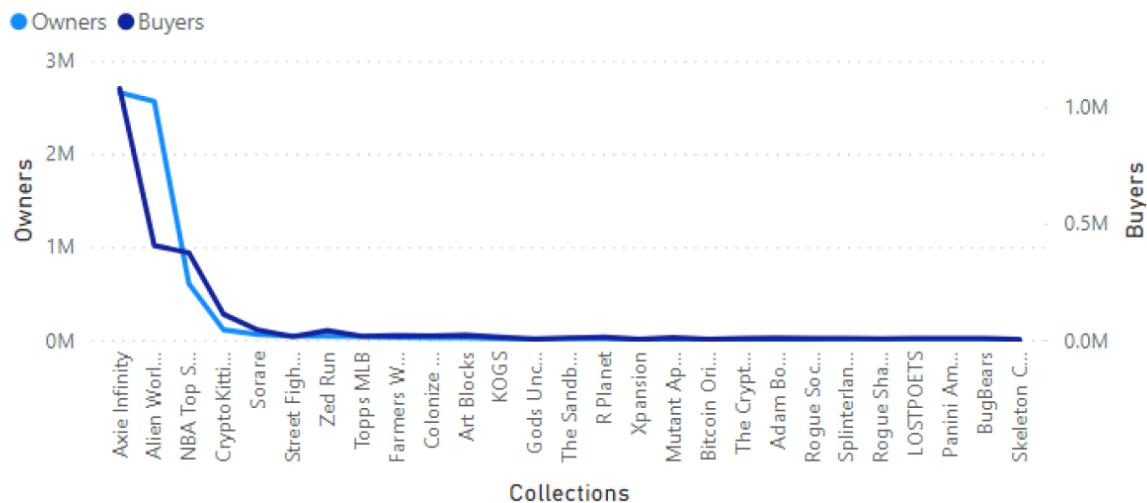
Buyers by Collections



شکل 2: تعداد مالکین و خریداران



شکل 3: مالکان و خریداران بر اساس مجموعه ها



شکل های 1-3 نشان می دهند که مجموعه های Alien Worlds و Axie Infinity و NBA Top Shot مرسوم ترین سری های حال حاضر هستند و از نظر خریداران، مالکان و حجم تراکنش به طور قابل توجهی از سایر کلکسیون ها پیشی گرفته اند. آنها ممکن است پرچم دار بازار NFT در نظر گرفته شوند و هر تغییری در آنها تأثیر قابل توجهی بر کل بازار خواهد داشت.

از بازار داخلی، شرکت های اینترنتی پیشرو چینی وارد NFT شده اند، به عنوان مثال، Li's Ant Chain، Tencent's Zixin Chain and Baidu's Super Chain توسعه فعلی بخش NFT داخلی عمدتاً در حوزه حمایت از حقوق مالکیت دیجیتال ، ایجاد یک الگوی جدید از اقتصاد تولیدکنندگان محظوظ ، ارائه راه های جدید تحقیق برای تولیدکنندگان محظوظ فعلی و مسائل اجتماعی، تغییر اساسی وضعیت اسفبار فعلی ناشی از انگیزه های ناکافی برای تولیدکنندگان به دلیل مشکلات

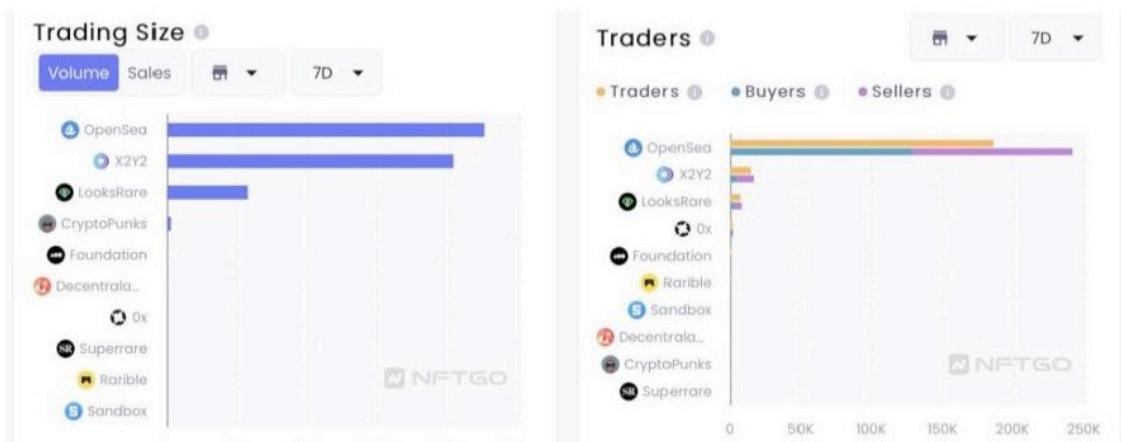
در حفاظت از مالکیت معنوی، و ترویج مدام فرآیند مشروعیت بخشیدن به صنعت محتوای دیجیتال و ارتقاء حفاظت از حق مالکیت محتوای دیجیتال است.

در مقایسه با بازار داخلی، NFT خارجی مدت‌ها پیش ظهور کرده و در سال‌های اخیر به سرعت در حال گسترش بوده است، به طوری که بازار NFT روند پر نوسانی را نشان می‌دهد، از OpenSea اصلی تا سه گانه X2Y2 و Mgic Eden. در حال حاضر، بازار NFT خارجی یک بازار نوعاً خریدار است. کشورهای خارجی تجربه بیشتری در بازار NFT، فناوری و زیرساخت دارند که کل زنجیره صنعت را نسبتاً کامل می‌کند و فرآیند را آسان‌تر می‌کند. با ورود سرمایه، بازار خارجی نوعی رشد تصاعدی از خود نشان داده است.

بر اساس آمار و رتبه بندی بازارهایی که بخشی از NFTGO هستند (شکل 4) می‌بینیم که OpenSea، بزرگترین پلتفرم معاملاتی NFT در جهان و محبوب ترین پلتفرم معاملاتی در بازار NFT است و همچنان این جایگاه را حفظ کرده است. ثانیاً بر اساس اطلاعاتی که در مورد NFT در دسترس است، NFT مزایای بسیاری دارد. ویژگی‌های سودمند آن به شرح زیر است.

- دیجیتالی سازی: به دلیل شناسه دیجیتال منحصر به فرد خود، از حقوق مصرف کنندگان محافظت می‌کند.
- شفافیت: به دلیل قابلیت ردیابی در بلاک چین شفافیت فرآیند تراکنش را تضمین می‌کند.
- کمیابی: هر مجموعه به تعداد محدود منتشر می‌شود که می‌تواند کمیابی آن را نیز تضمین کند.
- اصالت: می‌توان آن را برای از بین بردن جعل و تقلب منتشر کرد
- منحصر به فرد بودن: هر قطعه NFT حاوی یک قطعه کد منحصر به فرد است و این اطلاعات برای همیشه غیرقابل تغییر است.

شکل 4 اندازه و تعداد معامله گران



این ویژگی‌های NFT است که آن را به جایگاه فعلی رسانده است. ما به بررسی دلایل محبوبیت NFT می‌پردازیم. اولاً، به دلیل نیاز مبرم به معاملات هنری، بیشتر معاملات هنری در قالب مذاکرات خصوصی انجام می‌شود که ذاتاً شفافیت کمتری دارند. کلکسیون‌های NFT یک بازار ثانویه جهانی کامل، شفاف، قابل اعتماد و مفروض به صرفه دارند، به لطف باز بودن داده‌های بلاک چین و ویژگی‌های دارایی قابل برنامه‌ریزی رمزهای عبور، کاربران می‌توانند به راحتی کلکسیون NFT را مبادله و انتقال دهند و همچنین امکان حراج اقلام کلکسیونی با هزینه بسیار کم فراهم است. ثانیاً، تأثیر COVID-19 باعث کاهش تماس و برخورد افراد در دنیای فیزیکی شده است. در این فرآیند، مردم بیشتر به فضاهای مجازی دیجیتال عادت کرده‌اند و شروع به ادغام با فضاهای مجازی کرده‌اند. مردم زمان بیشتری را صرف فعالیت و تعامل در فضاهای مجازی می‌کنند و ارزش کالاها و خدمات مجازی را می‌پذیرند، و NFT زمینه بزرگی برای شکوفایی هنر دیجیتال فراهم کرده است. نکته سوم این

است که هر NFT را می‌توان بر اساس صادرکننده اصلی خود ردیابی کرد و هر تراکنش را قابل تأیید می‌کند و اصالت کالا و همچنین حقوق خریدار و فروشنده را تضمین می‌کند، که باعث می‌شود NFT‌ها در حال حاضر با ارزش واقعی در بازار هنر کریپتو پشتیبانی شوند.

نکته پنجم این است که سازندگان از فناوری بلاک چین موجود در NFT برای یافتن کاتالوگ جدید برای تقویت تعامل خود با دنبال کنندگان و طرفداران خود استفاده می‌کنند و NFT به پیوندی بین این دو تبدیل شده است و اهداف خود را در دنیای دیجیتال تحقق می‌بخشد. در نهایت، هنرمندان و خوانندگان مشهور متعددی کالاهای NFT را منتشر کرده‌اند و مشارکت این شرکت‌ها و افراد مشهور با دیده شدن کافی در دنیای فیزیکی عامل مهمی در توسعه NFT بوده است.

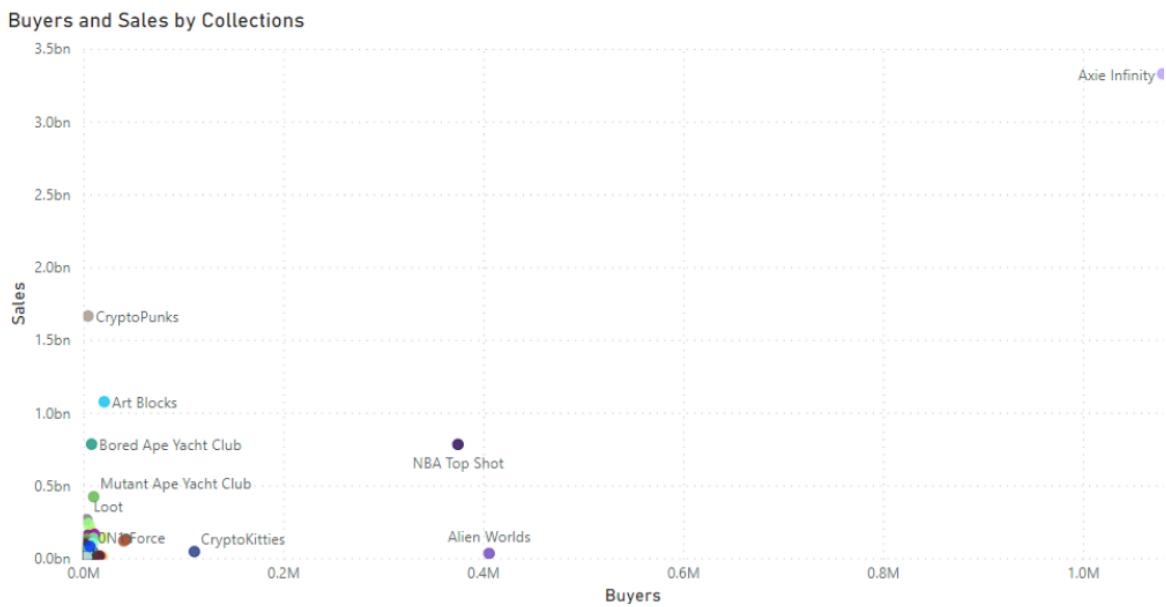
امروزه، حوزه NFT به طور قابل توجهی رشد کرده است و ارزش بازار زیادی دارد، بنابراین مطالعه اهمیت NFT بسیار مهم است. ارزهای دیجیتال در حال حاضر بر بازار هنر غالب هستند و این انقلاب به بازار هنر محدود نمی‌شود. در حالی که استفاده از NFT در بازی‌ها در حال رشد است (به عنوان مثال، تجارت افلام درون بازی)، سایر صنایع مختلف، به ویژه آنها که در تولید محتواهای دیجیتالی مانند موسیقی یا ویدیو نقش دارند، نیز در حال آزمایش این فناوری هستند. از آنجایی که NFT وعده داده است که یک حوزه کاملاً جدید کاربردی برای فناوری بلاک چین باشد و خارج از بخش مالی سنتی مانند بازی‌ها، نمایش‌های تلویزیونی، فیلم‌ها، اینمیشن‌ها، انتشارات و بسیاری دیگر از حوزه‌های تولید محتوا باشد، امکان کاوش دقیق NFT می‌تواند کمک بزرگی برای آینده باشد. ثانیاً، NFT ابزار جدیدی است که نیازهای خاصی از سازندگان، کاربران و گردآورندگان تعداد زیادی از اشیاء دیجیتال و غیر دیجیتال را برآورده می‌کند. از این‌رو، بررسی NFT ممکن است به ما در درک بهتر چشم انداز بازار کمک کند. علاوه بر این، اگرچه هجمه‌ی تبلیغاتی در بخش کلکسیون‌های دیجیتال فعلی وجود دارد، وجود و توسعه کلکسیون‌های دیجیتال به‌ویژه به عنوان یک حوزه مهم NFT، ارزش و اهمیت واقعی دارد. نکته آخر این است که درک منطق پشت رشد NFT، نحوه انتشار آن به ما کمک می‌کند تا ارزش و پتانسیل موجود در آن را کشف کنیم. بنابراین، بررسی NFT ضروری است.

4. تحلیل تجربی

4.1 دلایل قیمت بالای NFT

مدل پیش‌بینی داده‌های بزرگ برای مصرف برق کاربر در نرم افزار Clementine پیاده سازی شده است. اکثر NFT‌ها شبیه به ایده یک مدل کفش جدید یا یک اسباب بازی داغ، معمولاً هزینه‌ای بابت دست اولی بودن دارند. هزینه اقلام P1 به مرور زمان با افزایش محبوبیت آن افزایش خواهد یافت. برای یک پروژه کامل، پروژه‌های NFT خارج از کشور اغلب در هزاران واحد (هر بار 6000 تا 10000) ارائه می‌شوند. با این حال، یک مدل شروع سرد اغلب برای پروژه‌های خانگی استفاده می‌شود. این نشان می‌دهد که نویسنده‌گان NFT‌های خود را در مقادیر کم پست می‌کنند.

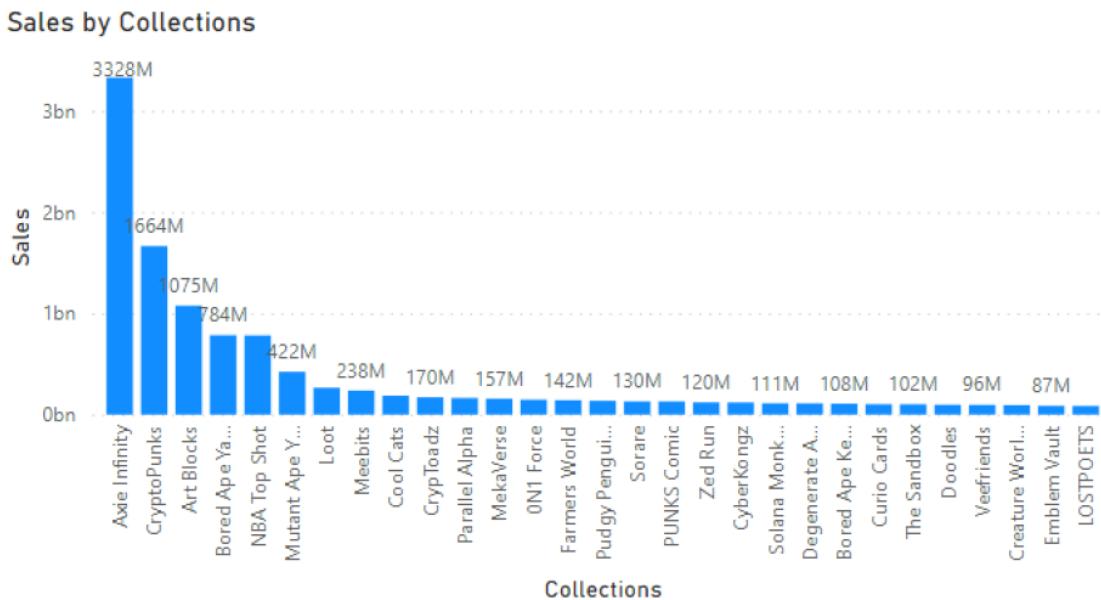
شکل ۵: انسجام بین خریداران و فروش



200 فیگور اول Nerdy Ape برای پروژه در طی چند هفته به صورت مرحله‌ای ارسال شد. امتیاز قیمت برای نسخه اولیه 399 (درجه A، استاندارد) و 999 (درجه R، نادر) بود. با این حال، برخی از کالاها (مانند Nerdy Ape) بلاfaciale نادر بودن خود را آشکار می‌کنند، در حالی که برخی دیگر تحقیق و تجزیه و تحلیل را به شما واگذار می‌کنند. یا ممکن است آنها را به تدریج از طریق اعلامیه‌های رسمی افشا کنند. با بازگشت به Nerdy Ape، قیمت بازار در طول زمان و با محبوبیت این پروژه تغییر کرده است. قیمت یک Nerdy Ape در حال حاضر کمتر از 1000 RMB است. هزینه ارزان‌ترین Nerdy Ape موجود در بازار، قیمت کف است. سقف قیمتی Nerdy Ape یا تا حد زیادی در بازار ثانویه نامشخص هست یا بیش از هزاران دلار قیمت دارد. این نشان می‌دهد که اکثر فعالان تمایلی به فروش Nerdy Ape خود در رتبه R ندارند. ثانیاً آن را از منظر انسانی بررسی کنید. در 1 می 2021، قیمت اولیه آن بیش از 1000 بود. در 18 فوریه 2022، قیمت کف آن 1.8 میلیون بود (که همچنان در نوسان است) که در کمتر از یک سال تقریباً 1800 برابر افزایش قیمت داشت. این یک پیروزی بزرگ برای مصرف‌گرایی است که مردم از آواتارهای اینترنتی استفاده می‌کنند، جایی که قبل از آن "اسکرین شات" می‌گرفتند، اکنون می‌خواهند آنها را "تحت تملک" در بیاورند. از این رو، این نوسان بین احساسات و سرمایه‌گذاری منطقی، فعالان را به سمت هزینه‌های شدید سوق داده است که در نهایت 1800 برابر افزایش می‌یابد.

پس از آن، ما به دو مجموعه دیگر از داده‌ها نگاه می‌کنیم. همانطور که در شکل ۵ و ۶ ارائه شده است، سه فروشنده برتر Axie Infinity، CryptoPunks و Art Blocks هستند و هر چه تعداد خریداران بیشتر باشد، ممکن است کل فروش بالاتری نداشته باشد. تا حدودی، این نشان دهنده نوسانات کل بازار و این واقعیت است که برخی از کلکسیون‌های با ارزش بالاتر در یک حباب هستند و می‌توانند "به دست افرادی سپرده شوند که نمی‌توانند آنها را بفروشند". شکی نیست که Axie Infinity در بخش کلی پیشرو است. قیمت اولیه، فعالیت روانی شرکت کنندگان و بیانیه رسمی ارائه شده توسط پروژه IP همگی می‌توانند بر قیمت NFT تأثیر بگذارند.

شکل 6: تعداد فروش ها



4.2 بازاریابی NFT

در استراتژی بازاریابی، ما بر کاوش در برخی از حوزه‌های جدید NFT از جمله بخش هنر و صنعت برنده‌سازی در تمرکز می‌کنیم. در مورد زمینه‌های هنری، موزه دیجیتال NFT اکنون یک استراتژی بازاریابی جدید است. NFT China موزه زندگی دیجیتال را به عنوان یک متاورس مستقل توسعه داد. مجموعه دیجیتالی موزه مجازی در اولین حضور خود از 12 قطعه هنری تشکیل شده است. این قطعات شامل اشیاء و تجربیات سه بعدی تعاملی و همچنین عکس‌ها و فیلم‌های دو بعدی و سه بعدی می‌شود. NFT China یک محیط مجازی است که ترکیبی از هنر و فناوری است و توسط تیمی از مهندسان و هنرمندان طراحی شده است. هدف موزه NFT، نشان دادن پتانسیل عظیم و بکر هنر دیجیتال و NFT است. این ترکیب جدید نه تنها NFT را توسعه می‌دهد، بلکه به موزه اجازه می‌دهد در یک محیط جدید زنده بماند.

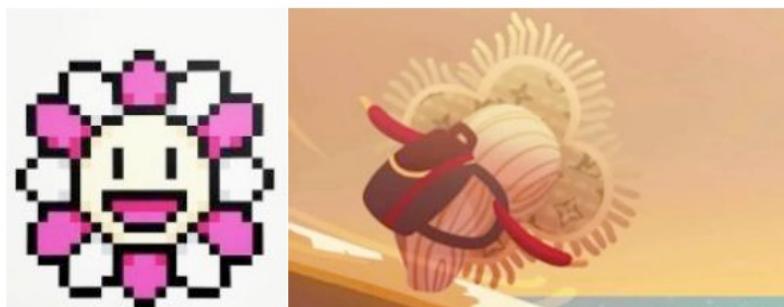
ثانیاً، هنرمندانی نیز وجود دارند که به آرامی شروع به کشف NFT و توسعه آن می‌کنند. تاکاشی موراکامی وقتی اولین بار اعلام کرد که در هنر NFT فعالیت خواهد کرد، شاخه گل 108 پیکسلی موراکامی را راه اندازی کرد. از مجموعه این گل (همانطور که در پانل سمت چپ شکل 7 نشان داده شده است). یک ایموجی پیکسلی به قیمت 144 اتر یا حدود 300000 دلار فروخته شد. او در نهایت همه آثارش را از OpenSEA بیرون کشید زیرا به زمان بیشتری نیاز داشت تا مشخص کند چه چیزی و چگونه باید خود را به این موضوع اختصاص دهد.

تمام تولیدات NFT خلاقانه و مفهومی است و در چارچوب تغییرات اجتماعی بزرگتر صورت می‌گیرد. این که هنرمندان ممکن است با مفاهیم و ابزارهای جدید تغییر کنند، هنوز یک مولفه مثبت است. با توجه به همه گیری، تجارت و ارتباطات آنلاین افزایش یافته است. دیجیتالی سازی هنر یا هنر دیجیتال می‌تواند بسیاری از موانع واقعی را پشت سر بگذارد. حفاظت از حق مالکیت NFT و این واقعیت که همچنان حدود 10 درصد از بسیاری از تراکنش‌ها را به نویسنده منبع پرداخت می‌کند، هم می‌تواند درآمد را افزایش دهد و هم از منافع سازنده برای خود هنرمندان محافظت کند. این یک نوآوری اقتصادی است.

با توجه به صنایع برنده، برنده لوکس Louis Vuitton (همانطور که در پانل سمت راست شکل 7 نشان داده شده است) را برای جشن 200 سالگی تاسیس آن در 4 اوت 2021 راه اندازی کرد. بازی Vivienne طلسخانه مد را در سفر خود به پاریس دنبال می‌کند و 30 NFT را برای بازیکنان ارائه می‌کند تا در طول مسیر جمع‌آوری کنند که ده تای آن توسط هنرمند دیجیتال Beeple طراحی شده است. NFT‌ها قابل جمع‌آوری هستند اما برای فروش نیستند. این یک تجربه اجتماعی منحصر به فرد است.

دوم اینکه Burberry NFT نیز وارد شده است. در آگوست 2021 Mythical Games با همکاری Burberry تا اولین محصول NFT خود را عرضه کند، که از طریق Blankos Block Party دیجیتال وینیلی به نام Blankos که در بلاک چین وجود دارد، به نمایش گذاشته خواهد شد. این برند می‌گوید که امیدوار است با تشویق بازیکنان به تعامل با برنده خود در محیطی که هنر و طراحی را تجلیل می‌کند، ارزشی را برای جامعه بازی ایجاد کند. گوچی، یک برند بین المللی، شروع به آزمایش قلمرو جدید VFT کرده است. در فوریه امسال، گوچی از همکاری متقطع با برنده قدیمی Superplastic برای راه اندازی مجموعه "SuperGucci" NFT خبر داد که قرار است 250 قطعه NFT ایجاد کند و در سه قسمت منتشر شود. این مجموعه در سه مرحله منتشر خواهد شد، و براساس ویژگی کمیابی، محبوبیت برندو این واقعیت که هر NFT با یک فیگور سرامیکی به ارتفاع 20 سانتی متر عرضه می‌شود، و همچنین این واقعیت که کسانی که دارای GUCCI NFT هستند برای انتشار بیشتر GUCCI NFT در لیست سفید قرار خواهند گرفت، به بازار عرضه می‌شود. در نتیجه، NFT های گوچی از زمان عرضه اولیه تقریباً ده برابر شده اند. این استراتژی بازاریابی از کمبود کالا استفاده می‌کند. بنابراین، رویکرد بازاریابی NFT ممکن است به صورت آزادانه به عنوان بهره‌برداری از ارزش ویژه، توسعه تجارب اجتماعی، و اتخاذ برنده مشترک NFT بر اساس موارد فوق الذکر تحلیل شود.

شکل 7 : Louis: The Game (پانل سمت چپ) و "Murakami.Flowers" (پانل سمت راست)



5. تجزیه و تحلیل داده ها

داده های ارزش بازار و داده های مربوط به تعداد فعالان در NFT به طور کلی روند صعودی دارند و فعالیت بازار در ابتدای سال 2022 به اوج خود رسید و از آن زمان کاهش یافته است. با این وجود، طبق نمودارها، ارزش بازار NFT در مقابل حجم و دارندگان و معامله گران NFTGO که می‌توان در NFTGO جستجو کرد، به طور کلی نسبت به سال گذشته بالاتر است، که از شکل های 8 و 9، داده های 10 ژوئن مشاهده می‌شود. (2022).

شکل 8 ارزش بازار و حجم معاملات NFT در یک سال

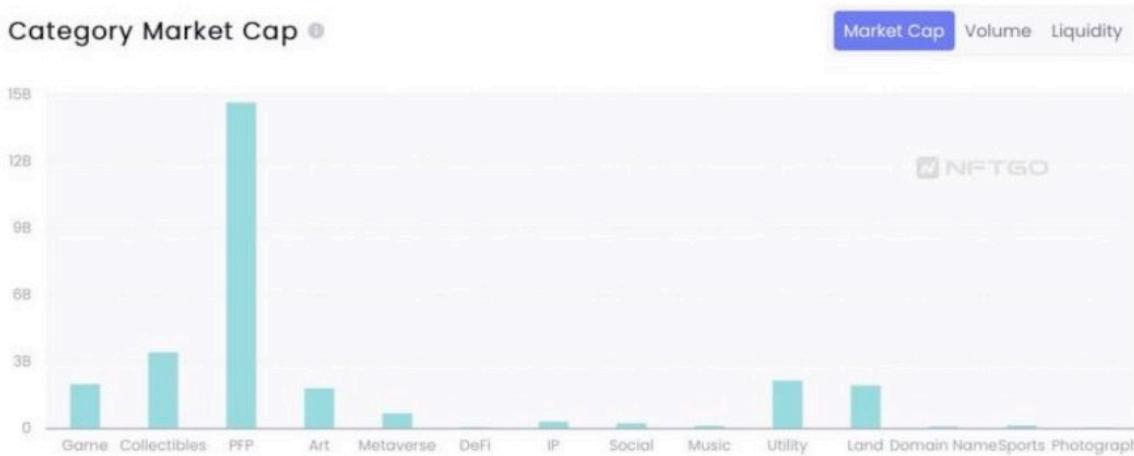


شکل 9 دارندگان و معامله گران NFT در یک سال



مسیر PFP (تصویر مجازی)، یکی از حوزه های NFTGO محبوبتر، رشد انفجاری را نشان می دهد و بالاترین درصد داده های ارزش بازار را دارد، همانطور که از داده های ارزش بازار دسته بندی نشان داده شده در شکل 10 مشخص است. همه حوزه های دیگر در مقایسه با آن، ارزش بازار نسبتاً پایینی دارند و حوزه هایی مانند مجموعه ها و بازی ها در رتبه دوم قرار دارند. توسعه تصاویر مجازی (PFPNFT) (Profilepicture) بسیار فراتر از مجموعه های دیجیتال ساده است. در واقع، PFPNFT بیشتر شبیه یک پادشاهی مجازی و یک پاسپورت دیجیتال است، زیرا یک اجماع فرهنگی مبتنی بر تصاویر IP را با یک جامعه بر اساس یک هویت واحد برای NFT ترکیب می کند. (PFPNFT) (Profilepicture) بسیار فراتر از مجموعه های دیجیتال ساده پیشرفت کرده است.

شکل 10 طبقه بندی بازار



6. محدودیت ها و چشم انداز آینده

از آنجایی که تحقیقات NFT هنوز در مراحل ابتدایی خود است، در حال حاضر رایج ترین تکنیک های تحقیق مطالعات موردی و تجزیه و تحلیل داده ها هستند که فاقد نظریه ها و تکنیک های منسجم هستند. علاوه بر این، مطالعات اندکی در

مورد NFT وجود دارد، که عمدتاً بر روی اصول و مثالهای کاربردی تمرکز دارند. در این مقاله از رویکرد مطالعه موردنی همراه با تحلیل داده‌ها برای انجام پژوهش استفاده شده است. از آنجایی که نتایج مطالعات موردنی ماهیت ذهنی دارند، به عنوان مثال، موقعیت‌های انتخاب شده از فردی به فرد دیگر متفاوت است، بنابراین، آنها را نمی‌توان به سادگی تعمیم داد. این مطالعه به اندازه کافی دقیق و کامل نیست زیرا بررسی نمونه‌هایی از کل بازار زمان زیادی می‌برد و این مقاله تنها با مشاهده چند نمونه محدود این کار را انجام می‌دهد.

در بخش‌هایی مانند مجموعه‌های هنری، فیلم‌های دیجیتال، موسیقی، حق ثبت‌ها، مالکیت معنوی و احتمالاً کل اقتصاد فرهنگی، NFT پتانسیل رشد را دارد. علاوه بر این، از آنجا که NFT می‌تواند قابلیت ریدیابی IP را فراهم کند، می‌تواند از حقوق و منافع مالکان IP در آینده محافظت کند، و مالکان را قادر می‌سازد تا فضای بازار پایین‌دستی را به شیوه‌ای مطمئن و ایمن رشد دهند. متاورس‌های آینده در نهایت میان پلتفرمی و کاملاً توسط کاربر ساخته خواهد شد. با استفاده از NFT، متاورس می‌تواند یک سیستم مالی مؤثر داشته باشد که خدماتی با مواعن کم، کم‌هزینه و بسیار مؤثر را به کاربران ارائه دهد. با این حال، صنعت NFT قادر یک چارچوب ناظری خاص است. از آنجایی که آثار هنری NFT بسیار نادر هستند، تمایل به هجمه تبلیغاتی بیش از حد وجود دارد، و حفظ رونق طولانی مدت صرفاً بر اساس تازگی برای مصرف کنندگان و ارزش تجاری IP، که اکنون بیشتر شبیه حباب است، غیرممکن است.

7. جمع بندی

به طور خلاصه، ما رشد و آینده بازار NFT را با در نظر گرفتن بخش هنر و برنديسازی بر اساس مطالعه موردنی و روش تجزیه و تحلیل داده‌ها بررسی و ارزیابی می‌کنیم. بر اساس تحلیل‌ها، فقدان قضاوت ادراکی و عقلانی و عدم شفافیت سیستم قیمت‌گذاری در کنار هم به سوداگری قیمت‌های بالای NFT کمک کرده است. علاوه بر این، استراتژی بازاریابی NFT در چفت سازی خلاقانه NFT با زمینه‌های مختلف برای جذب نسل Z نهفته است. علاوه بر این، برندها NFT را با استفاده از حقوق و علایق محدود، ایجاد تجربیات اجتماعی مثبت و برنديسازی مشترک محدود ترویج می‌کنند. بدیهی است که دارای پتانسیل قابل توجهی برای رشد در آینده است و علیرغم محدودیت‌های این مطالعه از نظر عدم عمق تحقیق، کمبود مطالعات فعلی، تکنیک ضعیف و کمبود زمان، ارزش NFT را در بسیاری از بخش‌ها نشان داده است. در نهایت، اهمیت این کار در تلاش آن برای ارزیابی ارزش و پتانسیل NFT در پرتو تئوری‌ها و مقررات جاری است. این نتایج یک دستورالعمل برای شکل‌گیری و توسعه NFT، از جمله قیمت، استراتژی بازاریابی و ارتقای برندهای ارائه می‌دهد.

8. منابع و مراجع

Ante L. The non-fungible token (NFT) market and its relationship with Bitcoin and Ethereum [J]. FinTech, 2022, 1(3): 216-224.

Wang Xiaowei. Cold thinking in the gold rush: the construction and challenges of NFT art [J]. China Art, 2021 (04): 20-24.

Ling Jingqi. Should fashion be reset in the era of WEB 3.0? --The production and marketing model and value system of NFT digital fashion goods [J]. Fashion Designer, 2022 (06): 10-16.

Shi Yuyoshi, Zhang Chuyao. Prospects for the integration of NFT and artificial intelligence technology [J]. Electronic Components and Information Technology, 2021, 5(11): 95-98.

Chen Jidong. Legal imagination beyond the metaverse: digital identity, NFT and pluralistic regulation [J]. Research on the rule of law, 2022 (03): 43-54.

Bai Jiayi. The cosmetic industry also began to follow the trend of NFT, is it a business opportunity or hype? [J]. China Cosmetics, 2022(04): 82-83.