

NFT本土化尝试——2022中国数字藏品行业研究报告

“元宇宙”产业系列洞察

亿欧智库 <https://www.iyiou.com/research>

Copyright reserved to EqualOcean Intelligence, May 2022

- ◆ NFT (Non-fungible Token)，即非同质化通证，物理层面是一串机器生成的文字。其基于区块链技术，具有可验证性、透明性、有效性、不可篡改性等特征，可以理解为是“去中心化的虚拟资产或实物资的数字所有权证书”。NFT 的价值在于资产的数字化映射，可将资产的相关权利内容、过往交易流转信息等记录在智能合约的标示信息中，并在对应的区块链上给该特定资产生成一个无法篡改的独特编码。NFT 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，凭借区块链技术不可篡改、记录可追溯等特点记录产权并确保真实性与唯一性，并通过NFT 的交易流转实现特定资产的价值流转；
 - ◆ 2021年是NFT的破圈之年，3月，加密艺术家 Beeple耗费5000多天创作而成的巨型拼贴NFT作品《Everydays: The First 5000 Days》登陆顶级拍卖行佳士得，并以 6900 万美元的天价成交，成为在世艺术家作品中排名第三高的艺术品，在加密艺术圈、NFT 圈、传统艺术圈等多个领域均引起了极大的轰动；5 月，Bored Ape Yacht Club (BAYC) 诞生，成为NFT头像类收藏品“头部蓝筹”，在价格涨幅、知名度、社会影响等方面达到了前所未有的高度，吸引各界名流竞相购入，截至目前地板价已达120ETH，约33万美元；12 月，加密艺术家 Pak 的作品《Merge》吸引了人们的眼球，该项目总交易额高达 9200 万美元，一举刷新 Beeple 所取得的记录；
 - ◆ 而NFT在发展过程中存在诸多风险，因其主要依托公链发行，通过加密货币交易，自带较强的金融属性，市场炒作空间大、热情高，产生了巨大的价值泡沫，从而滋生了诈骗、洗钱等一系列安全问题；于是，国内企业借鉴NFT模式，充分利用区块链技术对于资产数字化、所有权等方面的突出作用，剥离NFT资产的属性，遵循本土化、合规化的原则，在监管合规范围内，纷纷开始探索我国区块链数字藏品的发展路径。阿里拍卖于520拍卖节推出NFT数字艺术专场；6月，蚂蚁链粉丝粒推出“敦煌飞天、九色鹿”付款码皮肤；8月，腾讯幻核推出有声《十三邀》数字收藏NFT...
-
- ◆ 基于此背景，亿欧智库《NFT本土化尝试——2022中国数字藏品行业研究报告》将立足全球视角，对NFT与数字藏品的概念进行深刻辨析；从全产业链角度详细拆解、分析我国数字藏品行业发展现状；对当前数字藏品赋能实体经济的主流应用场景进行分析研判；从而预测其未来发展趋势及挑战。

The background of the slide features a complex, abstract design. It consists of numerous blue cubes of varying sizes, some of which are arranged in a grid-like pattern. These cubes are interconnected by thin, light blue lines that create a sense of depth and connectivity. The overall color palette is a range of blues, from light to dark, creating a modern and technological feel.

目录

CONTENTS

数字藏品行业综述

数字藏品产业链分析

数字藏品应用场景分析

数字藏品未来趋势展望

The background of the slide features a complex, abstract digital structure. It consists of numerous small, light blue cubes arranged in a grid-like pattern, with some cubes slightly offset to create a 3D effect. These cubes are interconnected by thin, glowing blue lines that form a network. The overall color palette is a range of blues, from light to dark, set against a dark background.

数字藏品行业综述

NFT之于数字藏品——产权确认及交易的底层机制

- ◆ NFT (Non-Fungible Token) ，即非同质化通证，物理层面是一串机器生成的文字。其基于区块链技术，具有可验证性、透明性、有效性、不可篡性等特征。可以理解为是“去中心化的虚拟资产或实物资的数字所有权证书”；
- ◆ NFT的核心价值主要体现在推动数字内容资产化，保证数字资产的唯一性，真实性和永久性，提高数字资产的交易流动性，刺激“创作者经济”的持续发展；
- ◆ 当前，全球NFT市场品类较为集中，绝大部分NFT都是基于以太坊ERC(Ethereum Request for Comment)协议的，即在以太坊上被铸造与交易。

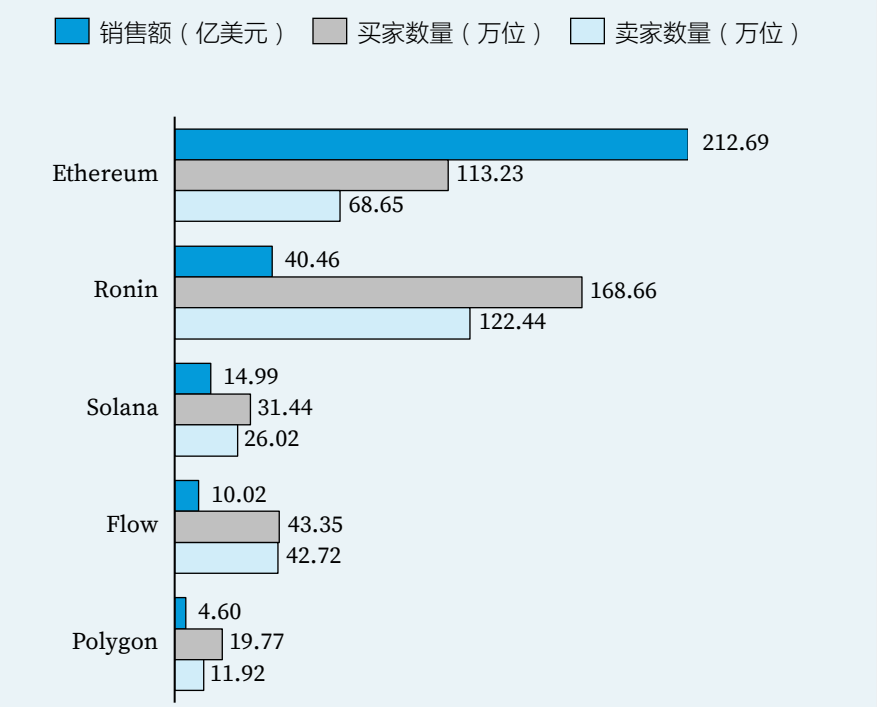
NFT六大特征

可验证性	<ul style="list-style-type: none">NFT元数据及所有权可被公开验证	透明性	<ul style="list-style-type: none">NFT铸造、销售、购买全周期活动透明、公开，人人可查	可访问性	<ul style="list-style-type: none">用户可以访问NFT的实时所有权状态
有效性	<ul style="list-style-type: none">NFT永久有效，即所有已发行NFT始终可以用来交易	不可篡性	<ul style="list-style-type: none">NFT元数据及铸造、销售、购买周期活动记录持续被存储，不可篡改	可交易性	<ul style="list-style-type: none">NFT可以任意交易和交换

NFT四大核心价值

推动数字内容资产化	保证数字资产唯一性、真实性和永久性	提高数字资产的交易流动性	刺激“创作者经济”的持续发展
<ul style="list-style-type: none">NFT拓宽了数字资产的边界，数字资产不再只是指数字货币，任何一种独特性资产都可以被铸成NFT，无论是实体资产还是各式各样的数字内容	<ul style="list-style-type: none">NFT内嵌智能合约帮助创作者证明NFT的真实性及所有权；去中心化储存保证资产永久性存在，不会因中心化平台停止运营而消失	<ul style="list-style-type: none">NFT大幅提高资产交易效率和降低交易成本，省去了传统收藏品交易真伪鉴定的环节，增强资产的流动性，吸引更多的数字资产的买家进行交易活动	<ul style="list-style-type: none">去中心化的交易模式提高了内容创作者的商业地位，减少了中心化平台的抽佣分成。创作者可通过NFT内嵌的智能合约从后续的流转中获得持续的版税收益

不同区块链上的NFT历史销售额（数据截止日期：2022.4）



NFT发展可以分为四个阶段，2021年正式破圈走入主流视野

- ◆ NFT的相关概念，普遍被认为最早被Hal Finney于1993年由提出，但受限于技术不成熟，仅停留在概念阶段；当前所广泛流通的NFT直到2017年6月才诞生，Larva Labs 将CryptoPunks项目发布在以太坊公链上。同年，Dapper Labs所发行的游戏CryptoKitties将NFT概念推向高潮；2018-2020年，NFT进入爬坡期，NFT生态项目不断涌现，其应用领域也不断扩展，覆盖游戏、音乐、艺术品等领域；
- ◆ 2021年，NFT行业正式破圈，交易数量和交易金额等指标呈现爆炸性增长态势。3月Beeple的NFT作品《Everydays:The First 5000 Days》以近7000万美元被拍卖引发关注，开启“NFT热”；这一记录在12月被Pak的作品《Merge》以9200万美元刷新。同时，国内企业借鉴NFT 模式，利用区块链技术纷纷开始探索我国区块链数字藏品的发展路径。



来源：NFTgo，Nonfungible，亿欧智库根据公开资料整理

全球NFT市场量价齐升，个人和机构投资者跑步入场

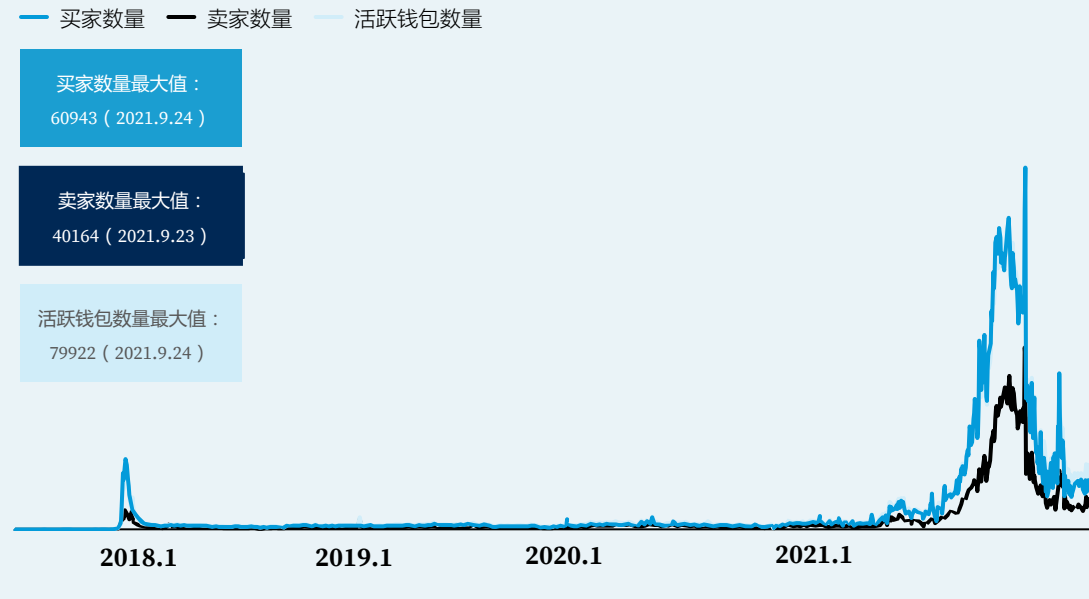
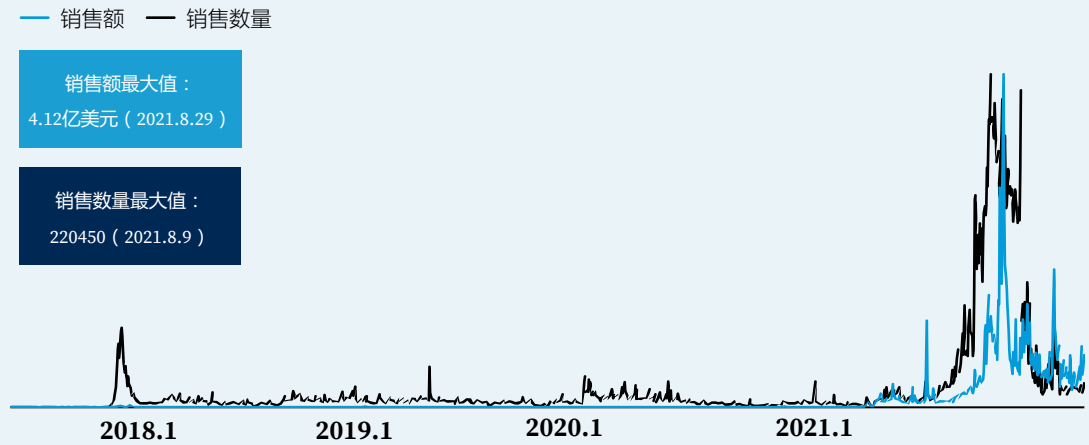
- ◆ 随着主要区块链基础设施的成熟以及公众对NFT接触和理解的加深，NFT产业相关项目正成为新的投资风口。在多个NFT艺术品在拍卖市场创纪录的成交价推动下，越来越多的资金流入NFT及相关的公司和项目。其中数字足球NFT收藏平台Sorare在一年中完成3轮融资，估值暴涨至43亿美元，其他头部项目有NBA Top Shot的开发团队Dapper Labs、头部NFT交易市场OpenSea、区块链游戏及NFT开发商Animoca Brands等；
- ◆ 在NFT交易市场，NFT销售额、销售数量、交易者数量等主要指标迅速提高。均在2021年8、9月出现历史峰值，投资者交易热情被点燃。

2021年全球NFT市场重点投融资事件

公司名称	国家	融资轮次	融资金额	主要投资方
Forte	美国	A轮	1.85亿美元	Griffin Gaming Partners领投，Union Grove Venture Partners、A16z、Battery Ventures、Canaan
Sorera	法国	A轮	5000万美元	Uber、Benchmark领投，Accel、Alexis Ohanian、Antoine Griezmann
		B轮	5.32亿美元	Softbank
		战略投资	6.8亿美元	Softbank领投，Atomico、D1 Capital、Bessemer Ventures、Eurazeo、IVP、Hillhouse
Sky Mavis	越南	B轮	1.52亿美元	A16z
Dapper Labs	加拿大	C轮	3.05亿美元	Coatue领投，Michael Jordan、Kevin Durant
		D轮	2.5亿美元	Coatue Venture 领投，A16z、Google Ventures、Version One Ventures
Animoca Brands	中国	未透露	1.39亿美元	Coinbase Ventures
Opeasea	美国	A轮	2300万美元	A16z领投，Naval Ravikant、Mark Cuban、3LAU
		B轮	1亿美元	A16z领投，Coatue、CAA、Michael Ovitz、Kevin Hartz、Kevin Durant、Ashton Kutcher

来源：Crunchbase，Nonfungible，亿欧智库整理

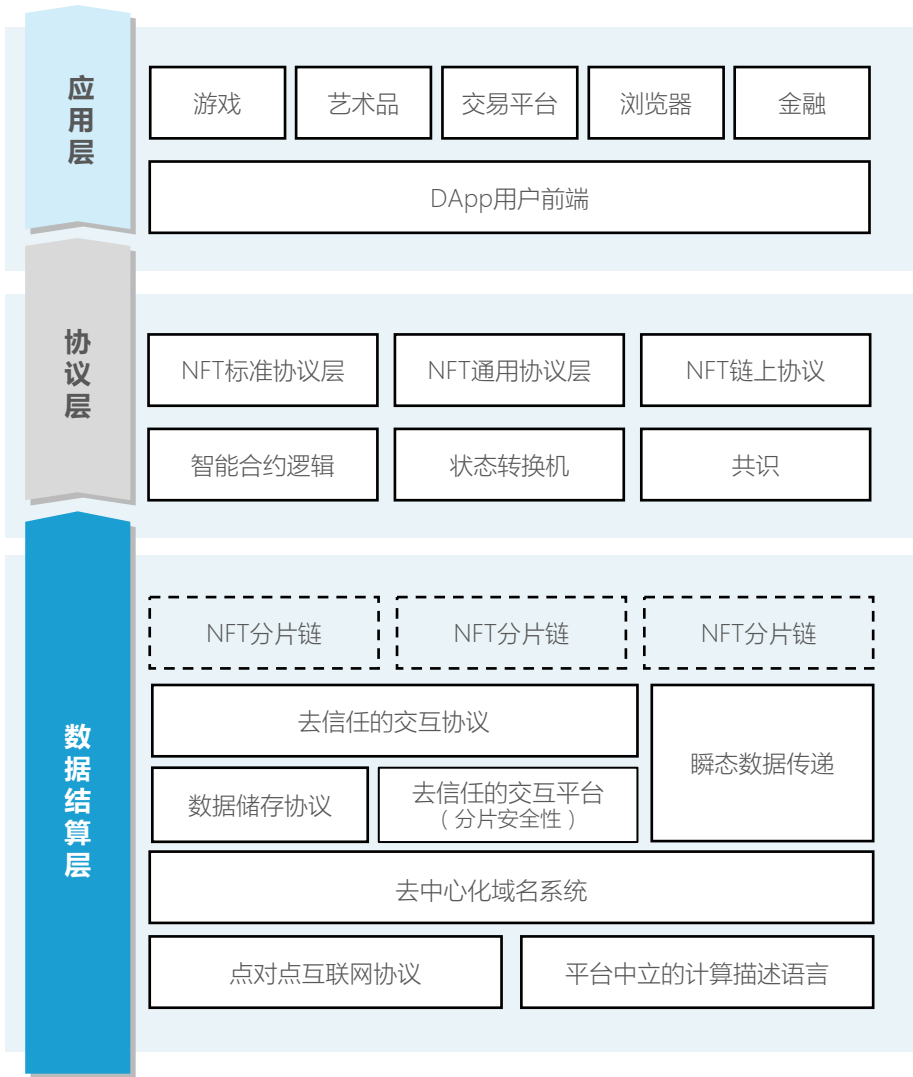
2018—2021全球NFT市场发展指标



NFT技术架构包括数据结算层的各大底层公链、协议层各类技术标准及应用层NFT应用解决方案

- ◆ NFT数据结算层的搭建包含点对点互联网协议、平台中立的计算描述语言、数据储存协议、去信任的交互平台、去信任的交互协议、瞬态数据传输、去中心化域名系统等；当前NFT应用搭建最多的数据结算层公链是以太坊(Ethereum)，除此之外WAX、COcos-BCX、MixMarvel、Polkadot、Kusama、Cosmos、Conflux等也是活跃在结算层的主流公链。NFT数据结算层的性能和互操作性将极大影响应用层的衍生和发展；
- ◆ NFT协议层的核心是NFT标准协议层和NFT通用协议层；NFT标准协议层包含ERC-721、ERC-1155和ERC-798等，NFT通用协议层包含NFT动态协议、NFT跨链协议、NFT金融协议、NFT分割重铸等。NFT协议层制定了NFT的特殊规则，扩充了其应用与交易范围；
- ◆ NFT应用层主要类别有DApp、游戏、艺术品、交易平台、等。主要服务于开发用户可直接使用的NFT应用解决方案，为用户提供生态支持服务，提高用户体验，并为NFT应用场景提供应用界面。

NFT技术栈架构



- NFT应用层即是大众所熟知的NFT游戏、DApp，或与智能合约、NFT协议交互的Web应用程序；
- 例如在交易平台，NFT应用于其发行与交易；对于艺术品，应用于其稀缺性、艺术性的呈现；对于金融产业，应用于具体的NFT金融产品

- NFT协议层作为数据结算层与应用层间的模块包含特殊计算规则，在数据结算层上嵌套一个新运作逻辑和规则；
- NFT技术协议基于以太坊发展，以太坊作为智能合约平台，链上标准均为针对特定功能构建，并可自动创建对资产可追溯且可验证的所有权

- NFT数据结算层的价值体现在价值的记录与结算，实现NFT生态的安全性和一致性，当前NFT应用搭建最多的数据结算层以公链为主；
- 以太坊在市场上保持较大领先优势，是NFT应用搭建首选公链；其余公链中，TRON公链NFT项目数量约为以太坊的半数左右；Flow由于NBA Top Shots项目的上线，位列NFT生态销售额第一DApp，生态有望引来高增长；WAX凭借Alien Worlds在钱包活跃度上处于领先；Solana与去中心化存储平台Arweave通过桥接，使用去中心化存储项目存储NFT在内的数据信息；币安智能链采用同以太坊相同的EVM，以太坊项目可以一键迁移至币安智能链；Matic提供二层扩容解决方案，同时使用Plasma框架和分散的股权证明验证器网络确保资产安全

数字藏品之于NFT——我国本土化、合规化的探索尝试

- ◆ 在全球市场，NFT在发展过程中存在诸多风险。NFT主要依托公链发行，通过加密货币交易，自带较强的金融属性，市场炒作空间大、热情高，产生了巨大的价值泡沫，从而滋生了诈骗、洗钱等一系列安全问题；
- ◆ 从我国监管层面来看，公链具有诸多不可控因素，面临监管缺失。2021年9月，中国人民银行、中央网信办等十部门联合发布《关于进一步防范和处置虚拟货币交易炒作风险的通知》，明确了比特币、以太坊等虚拟货币不具有法偿性，不应且不能作为货币在市场上流通使用；
- ◆ 而考虑到区块链技术对于资产数字化、所有权等方面的突出作用，我国相关机构剥离了NFT资产的属性，遵循本土化、合规化的原则，在监管合规范围内，探索尝试在联盟链上发行数字藏品，充分发挥区块链技术在数字版权保护方面的价值，为数字作品的确权及流转提供创新解决方案；数字藏品在联盟链上发行能够将其金融属性降得更低，更多地集中在对创作者版权的保护问题上，维护其应有权益；且我国各数字藏品平台未开放二次交易，仅支持个人收藏及使用或无偿转让，限制其流通，大大削弱了炒作风险。

我国虚拟货币相关政策

政策名称	发布部门	发布时间	主要内容
《关于防范比特币风险的通知》	中国人民银行等5部委	2013-12	<ul style="list-style-type: none">明确比特币是一种特定的虚拟商品，不具有与货币等同的法律地位，不能且不应作为货币在市场上流通使用；规定各金融机构和支付机构不得以比特币为产品或服务定价，不得买卖或作为中央对手买卖比特币，不得直接或间接为客户提供其他与比特币相关的服务
《关于防范代币发行融资风险的公告》	中国人民银行等7部门	2017-9	<ul style="list-style-type: none">明确代币发行融资本质上是一种未经批准非法公开融资的行为，涉嫌非法发售代币票券、非法发行证券以及非法集资、金融诈骗、传销等违法犯罪活动；规定任何组织和个人不得非法从事代币发行融资活动
《关于整治虚拟货币“挖矿”活动的通知》	国家发改委等11部门	2021-9	<ul style="list-style-type: none">宣布虚拟货币“挖矿”活动将被正式列为淘汰类产业
《关于进一步防范和处置虚拟货币交易炒作风险的通知》	中国人民银行等10部门	2021-9	<ul style="list-style-type: none">明确比特币、以太坊等虚拟货币不具有与法定货币等同的法律地位；相关业务活动属于非法金融活动；境外虚拟货币交易所通过互联网向我国境内居民提供服务同样被定性为非法金融活动

国内不同机构对数字藏品的定义

定义	特征
虚拟数字商品	<ul style="list-style-type: none">每一个数字藏品都代表特定作品、艺术品和商品或其限量发售的单个数字复制品，不可篡改、不可分割，也不能互相替代；数字藏品与虚拟货币等同质化代币存在本质不同，有特定作品、艺术品和商品的实际价值做支撑，也不具备支付功能等任何货币属性；一经售出，不支持退换
虚拟权益证明	<ul style="list-style-type: none">在区块链技术支持下，用来对数字艺术、门票等任何种类的数字商品进行确权，具有唯一性和不可分割性，且无法被复制和随意篡改；一经兑换，不支持退换
数字化资产	<ul style="list-style-type: none">永久保存且独一无二，增强了艺术品的流动性，并有效解决艺术品数字形态的唯一性、真实性和永久性，实现了确权与溯源的能力
非同质化数字商品	<ul style="list-style-type: none">基于区块链的数字藏品是使用区块链技术通过唯一标识确认权益归属的数字作品、艺术品和商品，能够在区块链网络中标记出其所有者，并对后续的流转进行追溯，包括但不限于数字图片、音乐、视频、电子票证、数字纪念品等形式

- 蚂蚁链
- 幻核
- 元视觉
- 可信区块链推进计划

全球市场与中国市场NFT（数字藏品）主要区别

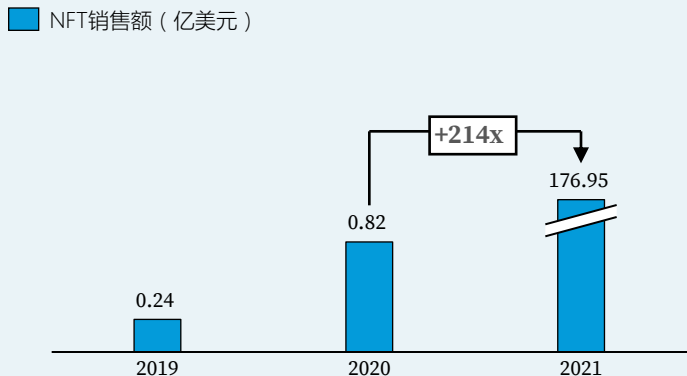
区块链区别	交易货币	涨跌幅	侵权问题
全球市场主要以公链为主，如ETH、Flow等	海外市场可使用以太坊、RARI币等加密货币	涨跌幅较为宽松	侵权难以受理
中国市场主要以联盟链为主，如蚂蚁链、至信链等	中国市场可使用人民币、数字人民币的法币交易	涨跌幅受控	版权需认定

来源：政府信息，鲸探，幻核，元视觉，亿欧智库根据公开资料整理

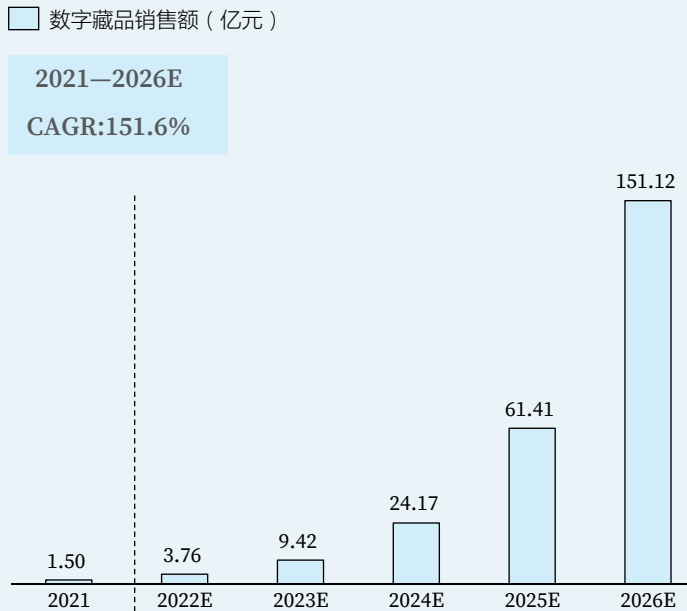
互联网巨头抢滩登陆数字藏品市场，发行种类差异化明显；参考海外，我国数字藏品市场规模前景广阔

- ◆ 相比海外NFT市场的蓬勃发展，我国数字藏品市场还处于相对早期与不成熟的阶段。2021年6月至10月，数字藏品仍以NFT的命名存在于交易平台，直到10月23日，蚂蚁链粉丝粒及幻核发售的NFT全部改名为数字藏品，明确数字藏品独特的市场定位和发行意义；
- ◆ 国内企业中，抢先布局的为头部互联网平台，发行项目种类涉及艺术收藏品、音频视频、游戏皮肤等。阿里拍卖率先于520拍卖节推出NFT数字艺术专场，拍卖万文广、猫爹雨海等艺术家创作的共计66件数字藏品；随后蚂蚁链粉丝粒于6月推出基于敦煌美术研究所IP的“敦煌飞天、九色鹿”付款码皮肤；腾讯8月2日旗下数字藏品平台幻核与《十三邀》共同开发有声《十三邀》数字收藏NFT；除此之外，京东、网易等互联网平台厂商相继推出旗下数字藏品平台与产品。值得一提的是，新华社于12月发行首套新闻数字藏品，一定程度上反映了我国官方对于数字藏品价值的肯定；
- ◆ 市场规模层面，参考2021年全球NFT市场销售额超过200倍的巨幅增长与当前元宇宙热潮，辅以我国监管合规因素，亿欧智库基于自建模型测算，认为2026年我国数字藏品销售额将超过150亿元人民币。

2019—2021全球NFT销售额



2021—2026E中国数字藏品销售额



2021年各平台探索性数字藏品项目



项目名称	《U107-无废星球系-柜族之梵高》等	“敦煌飞天、九色鹿”付款码皮肤	有声《十三邀》数字收藏NFT	胡彦斌《和尚》20周年黑胶NFT	JOY&DOGA	新闻数字藏品
发行时间	2021-5-20	2021-6-23	2021-8-3	2021-8-10	2021-12-17	2021-12-24
发行平台	阿里拍卖	蚂蚁链粉丝粒	幻核	腾讯音乐	灵稀	新华社
项目简介	• 淘宝阿里拍卖聚好玩520拍卖节推出NFT数字艺术专场，拍卖知名艺术家万文广、海爹雨海等所作的数字艺术品	• 两款皮肤基于敦煌美术研究所创作的IP推出，用户可以10支付宝积分+9.9元进行兑换，购买后NFT皮肤会显示在付款码上方	• 腾讯幻核联合十三邀共同开发有声《十三邀》数字收藏NFT，定价18元、限量300件	• 用户可在QQ音乐平台开启购买资格的抽签预约，限量发售2001张单价199元，开售后迅速被抢空	• 京东上线灵稀数字藏品交易平台，推出JOY&DOGA数字藏品作为平台首发藏品，价格9.9元人民币一枚，每版数量为2000份	• 精选2021年新闻摄影铸成首套“新闻数字藏品”预发行11张，每张限量10000份，还将推出仅发行1份的特别版本，全部免费上线

来源：政府信息，鲸探，幻核，元视觉，Nonfungible，亿欧智库根据公开资料整理

The background is a dark blue gradient with a 3D isometric arrangement of light blue cubes. Some cubes are stacked into a grid-like structure in the center, while others are scattered around, connected by thin, glowing light blue lines that suggest a network or data flow.

数字藏品产业链分析

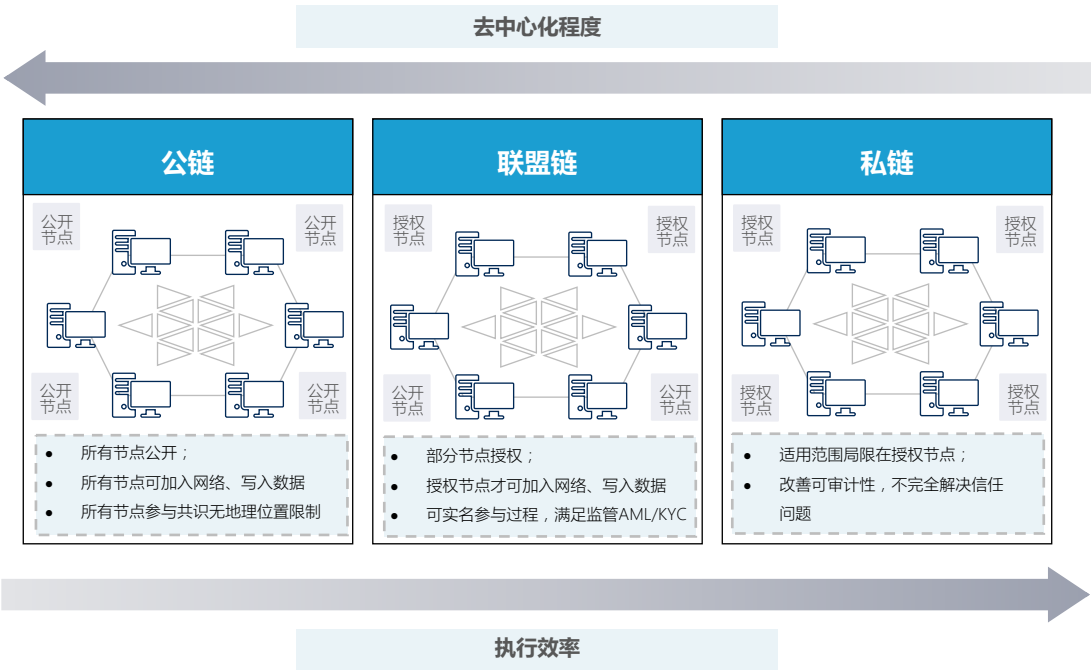


来源：亿欧智库根据公开资料整理，由于篇幅原因仅显示各分类下部分企业

联盟链为数字藏品提供基础技术支持，保障生态安全、稳定、可控

- ◆ 区块链技术是数字藏品的底层技术基础设施，按去中心化程度，区块链可分为公链、联盟链及私链，公链节点参与完全自由，无需认证；联盟链主要是用在授权节点间，去中心化程度相对公链降低，私链在组织内部搭建，仅授权节点可参与。在国内，为数字藏品提供区块链技术支持的主要为联盟链；
- ◆ 对于数字藏品来说，虽联盟链为非完全去中心化的区块链，安全性相对于公链来说较低，但在管控炒作、数据存储和节点计算能源消耗等方面均具备优势。联盟链中心方可控制链上数字藏品的铸造和交易规则，限制二手交易和场外交易，规避数字藏品的过度炒作，维持生态可控；存储端，联盟链无须经过大量节点验证，可以把较大的图片上传至链上，避免数字藏品所映射的内容丢失或被篡改；能源消耗上，联盟链只需授权节点验证，消耗较低，无须耗费大量算力，符合国家“双碳政策”方向。

区块链根据去中心化程度分类



搭载NFT/数字藏品的公链、联盟链多维度对比

	公链	联盟链
准入限制	无准入限制	有准入限制
承载性能	吞吐量存在瓶颈，交易速率慢	1000-10000笔/秒
共识机制	PoW/PoS/DPOS等	分布式一致性算法
记账人	链上所有参与者	联盟链上成员协商确认
中心化程度	完全去中心化，安全性较高	未实现完全去中心化，安全性低于公链
交易机制	NFT 铸造上链、交易、流转需要支付 Gas 费	上链和发售的算力成本低，按照数字藏品项目发售总额的百分比收取服务费
交易管控	完全去中心化保证资产的唯一性和真实性，具有限量发行、独一无二的特性，易导致炒作	联盟链的联盟方可以控制 NFT 铸造和交易规则，对炒作有较好的管控
存储方式	公链上的 NFT 映射的数字内容一般存储在链下的中心化存储服务器或去中心化的存储服务器中	联盟链无须经过大量节点验证，可以把较大的图片上传至链上
能源消耗	算力要求和能源消耗较高	能源消耗较低
原生产确权	• 区块链技术虽然能够对已上链的数字内容进行信息溯源，保证数字内容上链后的真实性和所有权归属，但在数字内容被铸成NFT之前的资产确权环节却存在漏洞，铸币平台无法确认数字内容的版权归属	

来源：亿欧智库根据公开资料整理

国内头部梯队联盟链开发方多为互联网/金融巨头；BSN-DDC跨链交易或成未来重要交易技术场景

亿欧智库

- ◆

2021年，我国区块链专利申请数量约1.6万件，在全球占比84%，位居第一。其中，腾讯、百度和支付宝申请数量排名前三。头部互联网及金融企业基于自身业务，先后布局区块链平台。国内为数字藏品提供区块链技术支持的主要为联盟链，如阿里巴巴的蚂蚁链、腾讯的至信链、百度的超级链、京东的至臻链、趣链科技的趣链区块链等。仅有小部分项目或平台搭载在公链上。国内各大联盟链中接入数字藏品平台数量最多的蚂蚁链，达到11个；
- ◆

BSN是由国家信息中心牵头，会同中国移动、中国银联等单位联合发起建立的公共基础设施网络。BSN-DDC是BSN联合10个区块链底层技术公司和15个网络平台门户共同建立的基础网络，DDC的属性功能类似NFT。目前我国的数字藏品基本铸造在联盟链上，导致数字藏品的交易市场半径有限，BSN-DDC提供了国内跨链交易的技术场景，可能会成为数字藏品交易的发展方向之一。

2021全球区块链技术专利数量国家分布及2021中国区块链专利申请数量前十企业



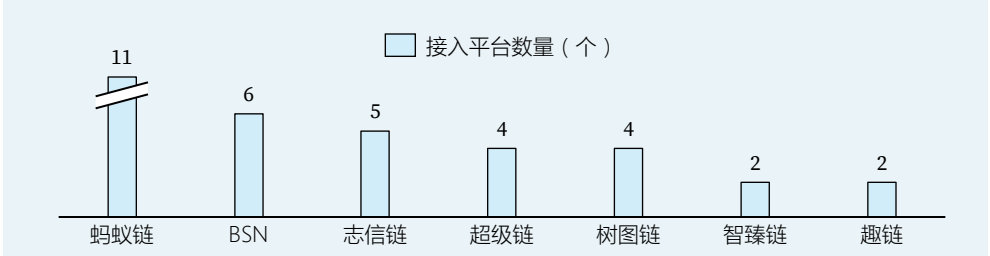
中国主要联盟链

	成立时间	开发公司	典型解决方案
蚂蚁链	2015年	蚂蚁金服	跨境支付、供应链金融、电子票据
至信链	2021年	腾讯、中国网安、枫调理顺	版权保护、金融类案速裁、在线信贷业务存证、电子证照、农产品溯源
超级链	2015年	百度	版权溯源、金融、智慧政务、司法
智臻链	2016年	京东	物流追溯、知识产权保护、疫苗追溯、公益追溯
趣链区块链	2016年	趣链科技	应收帐款、资产证券化、房屋租赁、电子化证明、电子合同等
长安链	2021年	北京微芯研究院、清华大学、北京航空航天大学、腾讯、百度等	供应链金融、碳交易

BSN-DDC基础网络联盟链发起方



2021中国各联盟链接入数字藏品平台数量



来源：智慧芽，亿欧智库根据公开资料整理

交易平台层与基础设施层深度绑定，头部效应初显，搅局者络绎不绝

- ◆ 国内数字藏品交易平台层与底层基础设施深度绑定，凭借自主研发联盟链技术实力、行业权威性及平台流量优势，基于互联网大厂的交易平台成为“头号玩家”，占据绝大部分市场份额；其次，拥有成熟联盟链数字藏品解决方案及优质创作者内容、IP的腰部平台也相继涌现；
- ◆ 市场定价层面，国内交易平台为防止投机炒作及潜在洗钱风险，普遍拥有“定价主导权”，即对同一系列的数字藏品采取统一的市场售价。且绝大多数平台未开放二级市场交易，少量平台支持购买行为一定时段后的转赠行为；
- ◆ 数字藏品内容层面，主流交易平台基本采用PGC模式发行数字藏品，定期发布基于优质内容、IP且经审核的数字藏品，不允许用户个人自行铸造数字藏品；仅少部分交易平台准许PUGC、UGC藏品的发行、交易，但此类藏品缺乏权威背书，质量良莠不齐，未进入当前市场主流视野。

中国部分数字藏品交易平台对比

	运营公司	搭载区块链	内容形态	是否可转卖	定价区间	销售情况
鲸探	阿里巴巴	蚂蚁链	PGC	不可转卖、可转赠	1.11-39	全部藏品售罄
幻核	腾讯	至信链	PGC	不可转卖、可转赠	0-118	全部藏品售罄
希壤	百度	超级链	PGC	不可转卖	-	全部藏品售罄
灵稀	京东	智臻链	PGC	不可转卖	-	全部藏品售罄
网易星球	网易	网易区块链	PGC	不可转卖、可转赠	-	全部藏品售罄
元视觉	视觉中国	长安链	PGC	不可转卖	1-1999	全部藏品售罄
红洞数藏	趣链科技	趣链区块链	PGC	不可转卖	0-69.9	全部藏品售罄
Hi元宇宙	博骏文化	骏途链	PGC	不可转卖、可转赠	0-599	全部藏品售罄
洞壹元典	数码视讯	超级链	PGC	不可转卖	0-19.9	全部藏品售罄
薄盒	擎盒科技	树图区块链	PGC	不可转卖	0-299	全部藏品售罄
唯一艺术	唯艺	ETH、Polygon	PUGC	可转卖	0.01-99999.99	藏品可购买
NFT中国	原与宙科技	ETH、BSC、HECO等	UGC	可转卖	-	藏品可购买

数字藏品交易平台购买流程（以幻核为例）



来源：亿欧智库根据公开资料整理

◆ 据不完全统计，当前国内数字藏品交易平台超过百家，同时新平台也如雨后春笋般陆续建立，为更加客观、清楚地评价各交易平台发展状况，为行业从业者及对收藏者提供参考，亿欧智库建立“中国数字藏品交易平台‘BPCI’评价模型”；该评价体系由技术、产品两大维度构成，并在遵循指标代表性、稳定性、变动协调性与敏感性以及数据可获取性等原则的基础上确立了四大二级指标，即区块链技术能力、平台搭建能力、数字藏品内容力及数字藏品大众影响力。亿欧智库通过行业专家的调研访谈和数据梳理，结合采取调查问卷的方式所收集到的一手数据，保证评价体系的客观性和可靠性，并由此对我国数字藏品交易平台进行矩阵划分。



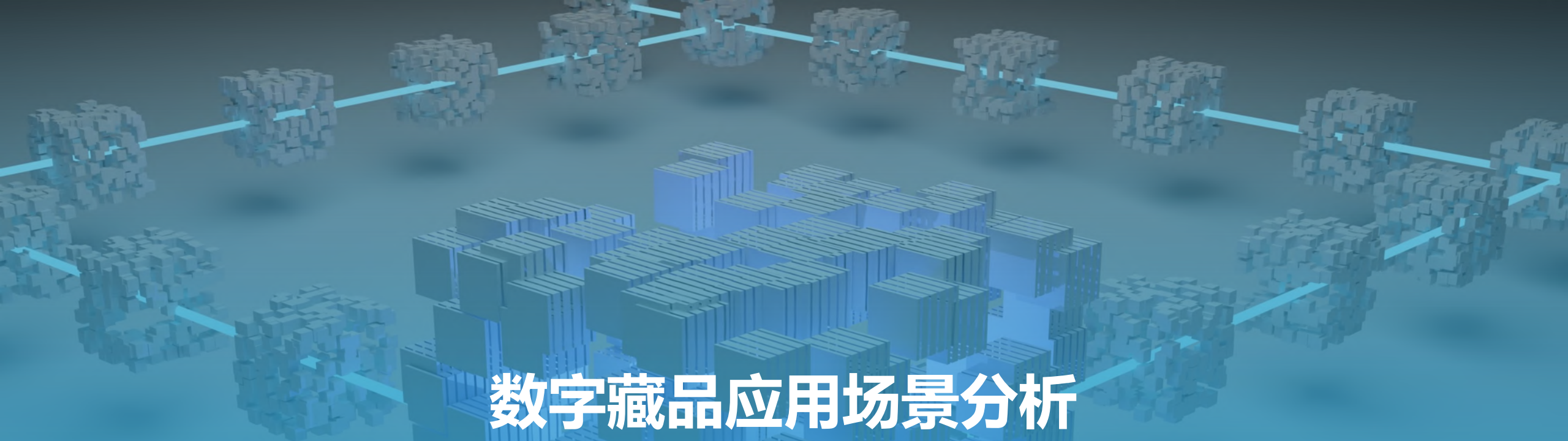
来源：亿欧智库自主绘制

数字藏品内容品类多样性突出，项目创作发行层百花齐放

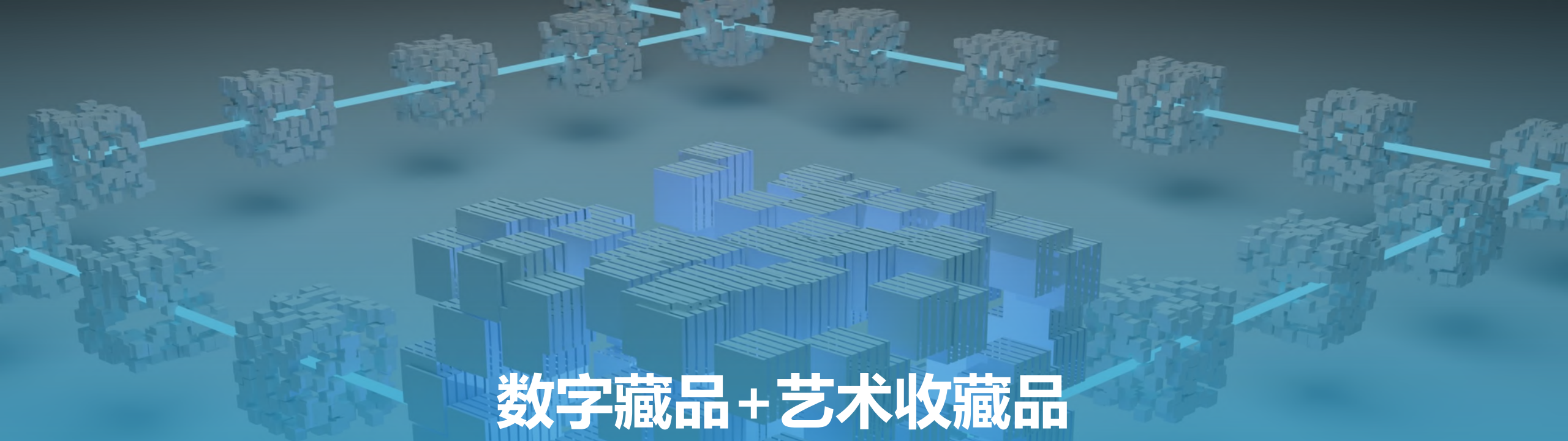
- ◆ 项目创作发行层分为数字藏品内容、IP的创作方，版权的持有方和数字内容的发行方；
- ◆ 从我国当前数字藏品内容品类的分布来看，覆盖众多行业，以文博、书画、影视、动漫等品类最为常见，所以创作方及版权持有方包含各地博物院、美术馆、电影制作公司、动漫工作室乃至个人艺术家、设计师等多种类别。代表性案例有湖北省博物馆上线的数字藏品“越王勾践剑”，发售仅三秒钟即售罄；荣宝斋推出齐白石作品数字藏品，5款藏品12500份开售即售罄；电影《奇迹·笨小孩》数字藏品为藏品持有者赋予商用版权，专属线下活动，商标申用，联名定制等多项权益；
- ◆ 数字内容发行方则主要针对数字藏品的发行，其可以是版权方持有方也可以是被授权方，对原型作品进行数字化创作，并以数字化的方式来呈现。代表性案例有奥飞娱乐对其旗下IP喜羊羊发行大电影同款数字藏品；曲江文旅发行“大唐开元”系列数字藏品；华录百纳发行铸造《雄狮少年》电影同名数字潮玩藏品等。



来源：亿欧智库根据公开资料整理



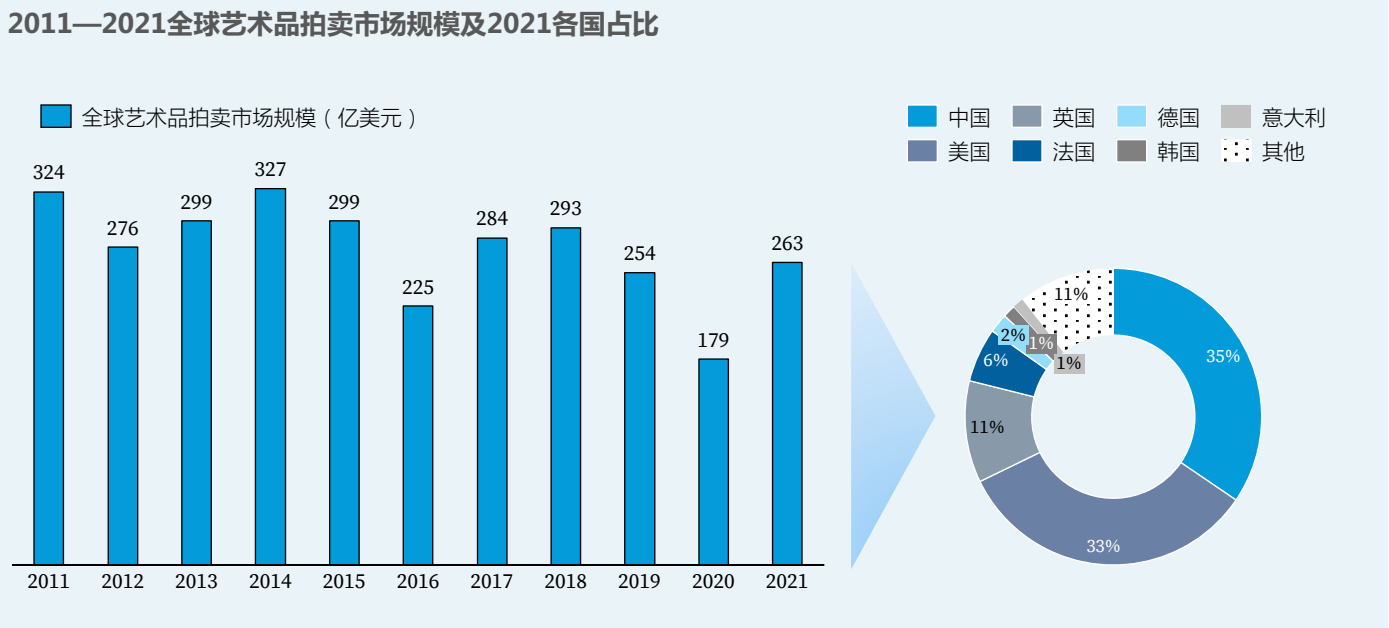
数字藏品应用场景分析



数字藏品+艺术收藏品

数字藏品解决传统艺术收藏品市场顽疾，激发交易活力

- ◆ 2021年，全球传统艺术收藏品拍卖市场规模约263亿美元，继2020年受疫情影响大幅下跌之后重返增长正轨，其中我国占比35%，已超过美国的33%，成为全球第一大艺术收藏品交易市场。且亚洲地区艺术品拍卖市场成交额Top5拍卖行均隶属我国，分别为香港佳士得、香港苏富比、北京保利拍卖、中国嘉德、香港富艺思；
- ◆ 在传统艺术收藏品市场，主要存在赝品以及定价两大顽疾，而数字藏品通过实体数字化映射、元数据上链等技术手段赋予了艺术品额外价值，拓宽其传播渠道，充分调动了艺术品创作者和消费者的能动性，是推动我国艺术收藏品拍卖市场持续增长的新型产品形态。



传统艺术品拍卖市场所存在的问题

赝品难辨

- 艺术收藏品普遍价值高昂，众多资金的涌入，导致不法行为的滋生，赝品比比皆是，拍卖公司不对真假负责，监管乏力

定价主观

- 艺术收藏品具备审美、历史价值、人文价值等主观因素，市场普遍缺乏有效的定价机制

数字藏品在艺术收藏品领域应用价值分析

艺术收藏品物理价值

- 实体艺术品其本身价值得到认可，如商品价值，情感价值，历史价值，教育价值等

数字藏品附加价值

- 实体艺术品数字化映射上链，可追踪交易流转记录
- 链上节点共享账本保证数字藏品真实性
- 交易渠道拓宽，受众范围增大，实现更具有综合性质的市场定价
- 数字化传播降低观赏门槛，利于文化传播传承

艺术收藏品创作者	艺术收藏品消费者
<ul style="list-style-type: none">• 确权机制保障创作者版权，解决盗版泛滥的问题，扩大作品传播范围，提高创作者积极性	<ul style="list-style-type: none">• 数字藏品赋能实体艺术收藏品，制造稀缺性且数字藏品所有权公开可见，提高消费者购买积极性

数字藏品赋能传统艺术收藏品交易

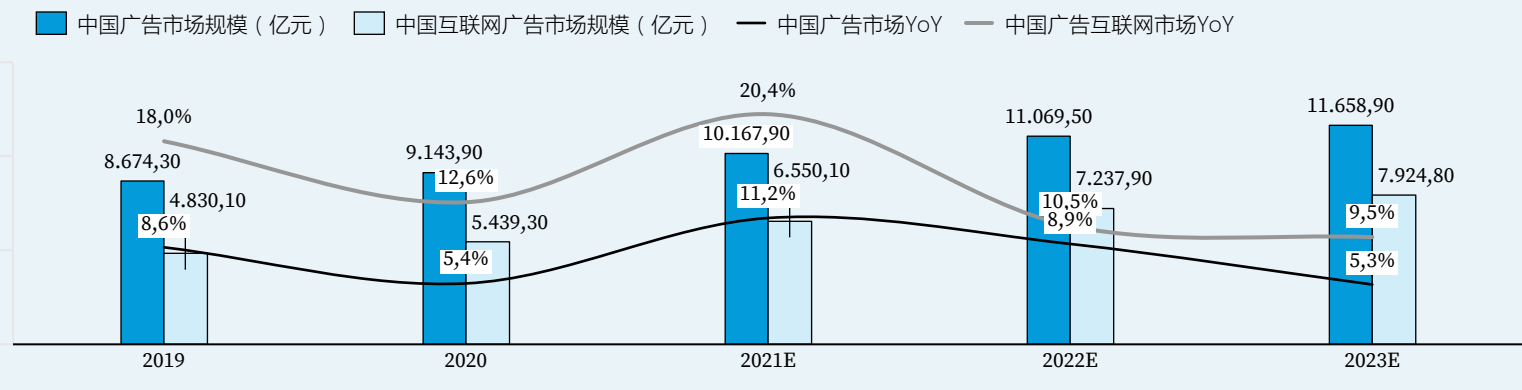
The background is a 3D digital illustration. It features a central cluster of blue rectangular blocks of varying heights, arranged in a grid-like pattern. Surrounding this central cluster are several spherical objects, each composed of smaller blue cubes. These spheres are interconnected by thin, glowing blue lines that form a network across the scene. The overall color palette is a range of blues, from light sky blue to deep navy blue, set against a dark, gradient background.

数字藏品+品牌营销

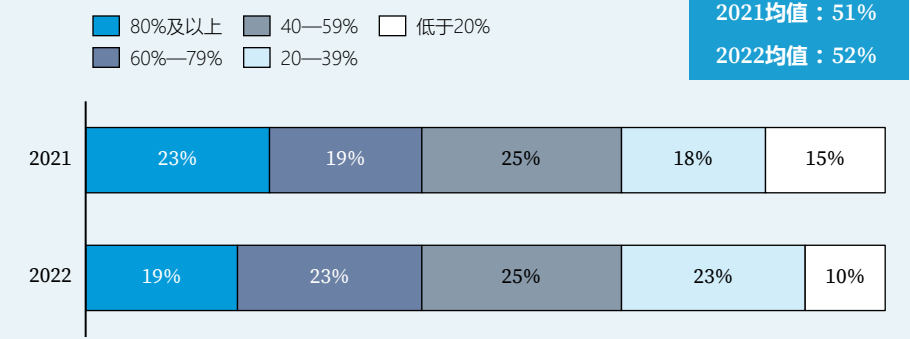
我国互联网广告市场持续增长，数字营销是品牌数字化的重要切入点

- ◆ 当前，品牌数字化转型是大势所趋，而营销数字化将是其重要的切入点。在我国广告市场方面，相比传统媒介广告，互联网广告市场存在更大的增长潜力。2021年我国互联网广告市场规模预期突破6000亿元，年复合增长率20.4%，远高于整体广告市场的11.2%；据《2022中国数字营销趋势调研》的统计结果，各品牌广告主在数字营销上的费用投入占总营销费用均值连续两年超过50%。且85%的品牌在2021年增加或维持已有数字营销投入费用不变，仅15%的品牌减少了其数字营销费用；
- ◆ 亿欧智库认为，获取私域流量、直接形成销售转化、积累客户数据是品牌数字化营销的主要目的。而相比“一锤子买卖”，对于品牌来说则更加希望将公域流量背后的目标用户沉淀在品牌自有的私域流量池中，使营销行为从单次触达转化为多次、反复触达，解决品牌流量困境和营销获客成本攀升的问题，实现品牌的可持续发展。

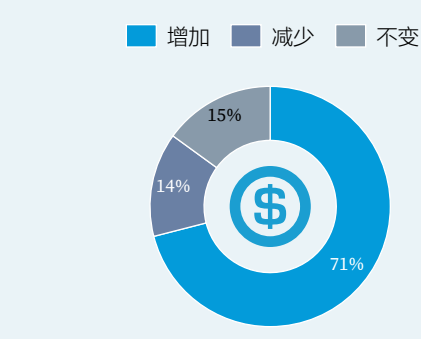
2019—2023E中国广告及互联网广告市场规模



2021—2022中国品牌数字营销费用占总营销费用占比



2021中国品牌数字营销费用变化



品牌数字营销主要目的

获取私域流量

- 相比公域流量，私域流量沉淀在品牌或个人渠道，可随时随地及反复触达，实现一对一精准的用户运营，给予品牌深度服务客户的可能性

直接销售转化

- 通过线上营销直接销售产品，广撒网从而在目标客户群体范围内争取最大曝光量，引起消费者共鸣，从而引导消费者进行直接购买行为

积累客户数据

- 收集和积累消费者大量数据，经过处理后预测消费者购买某种产品的可能性并利用数据给产品以精确定位，有针对性地制作营销信息达到说服消费者去购买产品的目的

品牌线上营销主要目的优先级

来源：QuestMobile，《2022中国数字营销趋势调研》，亿欧智库根据公开资料整理

数字藏品天生基于线上，未来或成品牌数字营销标配

- ◆ 在品牌私域流量的获取上，数字藏品具备“天生线上”的基因，品牌本身可以凭其自有渠道精准汇集目标用户，提升品牌IP价值，获取私域流量；数字藏品所采用区块链技术，其技术特征可助力品牌基于数字藏品搭建会员管理体系，为品牌在虚拟空间下的品牌用户运营提供新方式；长期来看，数字藏品为用户提供的兼具趣味性、社交性，稀缺性的内容有利于品牌与用户之间维持更为长期的联系；
- ◆ 在海外，众多品牌抢滩使用数字藏品背后的NFT技术开展数字营销。例如：LV推出了基于NFT的游戏应用程序“Louis: The Game”；Burberry在“Blankos Block Party”游戏中推出“Sharky B”系列NFT商品；麦当劳推出限量版NFT“McRib”；Flyfish Club以NFT的形式给食客提供会员资格。而国内品牌也开始尝试数字藏品营销，奈雪的茶采用“直播+盲盒+潮玩+数字藏品”全套策划，发布数字藏品；安踏围绕冰雪主题发行冬奥纪念版数字藏品；伊利推出“冠军闪耀2022”数字藏品；美的发布“美的2022Dr.M”数字藏品头像，免费赠送给用户。

海外NFT及国内数字藏品品牌营销案例

海外

LV : Louis: The Game



Burberry: Sharky B



McDonald's : McRib NFT



Flyfish Club Membership NFT



中国

奈雪的茶 : NAYUKI



安踏 : 高能冰雪



伊利 : 冠军闪耀2022



美的 : Dr.M头像



数字藏品品牌营销价值分析



“天生线上”基因赋能品牌私域流量获取

- 随着未来虚实共生消费场景的建立与完善，在未来的消费空间中，数字藏品的覆盖场景将不断拓展，打通虚实消费场景间所存在的壁垒。一方面，品牌本身则可以凭其自有渠道精准汇集目标用户，帮助品牌获取私域流量如基于品牌自有社区开放数字藏品的购买、搭建数字藏品使用场景。另一方面，可将数字藏品当做进入社区的凭证，开发其社交价值，用户可以相互交流，分享感受



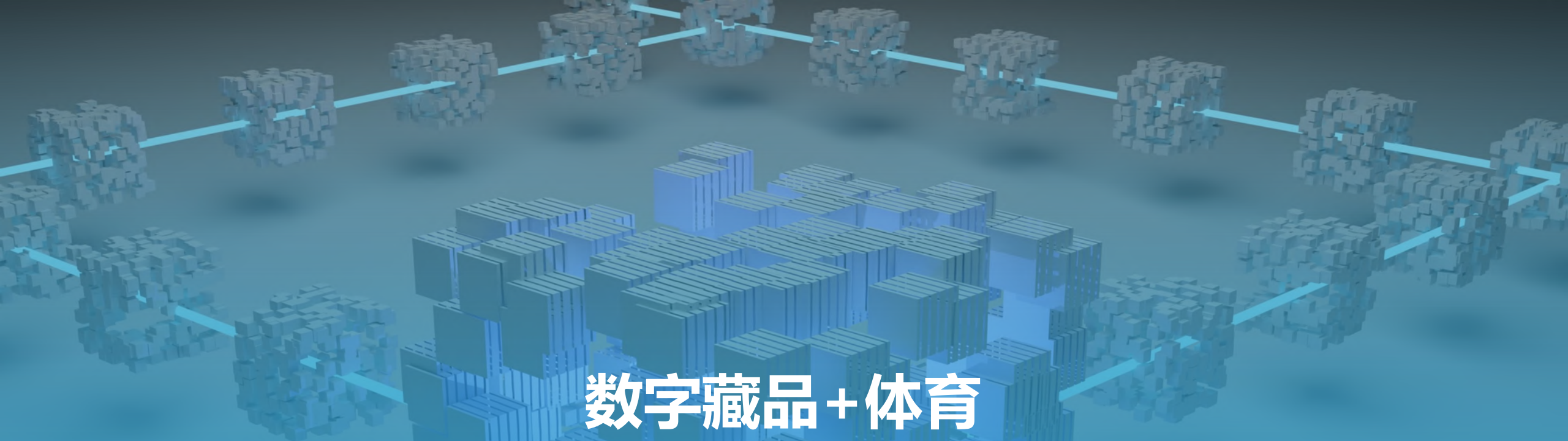
区块链技术特征适配会员管理体系

- 区块链技术可对数字内容进行认证，这一技术特征与当前品牌数字营销涉及的会员管理、品牌积分和激励体系等有天然的适配性。不断发展的网络环境为未来虚拟空间下的品牌用户运营，提供了一种新思路和新方式



长期持有数字藏品加深品牌用户联系

- 相比周期性、暂时的数字营销活动，数字藏品的出现为用户提供了长期的趣味性、社交性，创造出稀缺和专属的内容。用户长期持有数字藏品也会促使其与品牌维持更为长久的联系，这也是数字藏品营销的重要价值



数字藏品+体育

体育数字藏品是原生体育资产的数字化表达，兼具收藏与实用价值

- ◆ 数字藏品与体育结合通过多种途径推动该产业发展，并赋予体育产业巨大的商业潜力。体育数字藏品价值与被映射的体育资产原生价值保持高度一致，且粉丝群体对体育数字藏品的共识也是影响其发展的重要因素。对于粉丝群体来说，体育数字藏品兼具收藏与实用价值，如记录赛事精彩时刻、体育明星签名、大型体育赛事门票等数字藏品满足了体育迷的收藏需求；部分体育明星发行的数字藏品包含与粉丝互动的相关权益，使得两者之间的关系更接近；固定场景下，体育数字藏品可作为粉丝验证身份的象征，如购买某只球队发行的数字藏品门票可获得球队赠送的周边礼品，加强球迷社区的认同感；
- ◆ 全球范围内，体育数字藏品中最为成功的项目毫无疑问是由Dapper Labs与NBA联手打造的“NBA Top Shot”。截止2022年4月，该项目销售额在所有NFT项目中位列第六，体育类项目中位列第一；在国内，国际奥委会于北京冬奥会期间推出“冰墩墩官方数字盲盒”，引导更多国内体育IP和数字藏品这一全新的产品形态相结合，为体育产业的数字化探索和体育精神的数字化传承打开广阔想象空间。

体育数字藏品粉丝价值分析




- 相对现实世界的体育收藏品，粉丝获得体育数字藏品的途径更加便捷，粉丝们可以收集精彩时刻、数字签名、大型体育赛事的数字门票，保存时间也更持久

收藏价值



- 体育数字藏品加强了粉丝与热爱的运动、球队、明星的参与感、互动感。部分体育数字藏品包含粉丝与体育明星互动的相关权益，使得两者之间的关系更接近

互动感、参与感



- 体育数字藏品可作为粉丝验证身份的象征。如粉丝通过购买某只球队发行的数字藏品门票可获得球队赠送的周边礼品，加强球迷社区的认同感

身份象征

NBA Top Shot项目简介（数据截止日期：2022.4.20）

9.82亿美元

- 项目历史总交易额，位列所有NFT项目第六位

1908万次

- 项目历史总交易次数，位列所有NFT项目第一位

42.59万位

- 项目历史总卖家数，位列所有NFT项目第三位

41.86万位

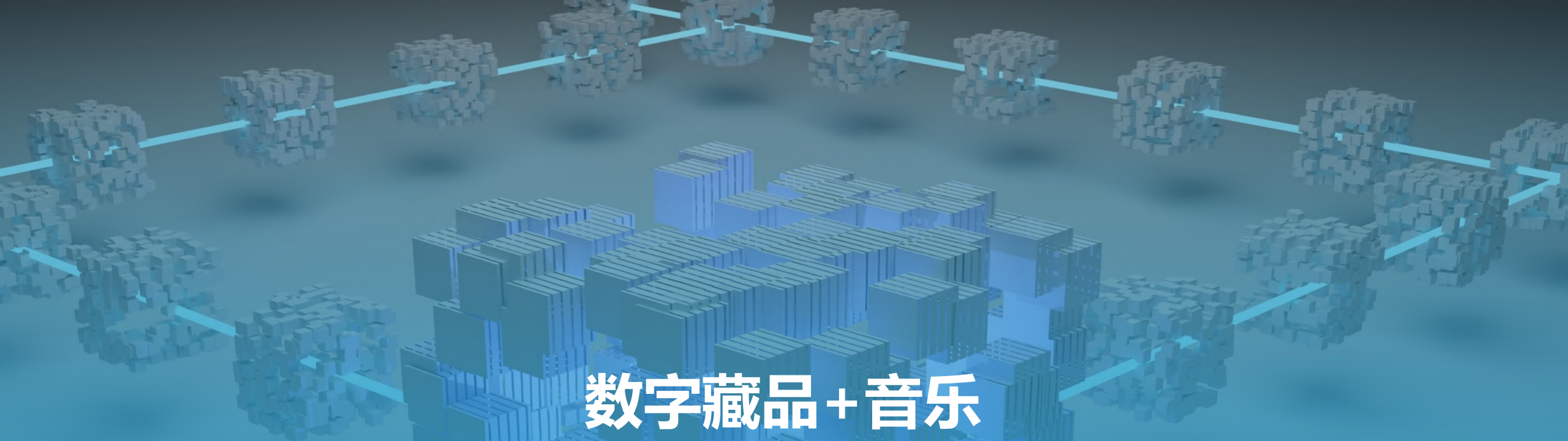
- 项目历史总买家数，位列所有NFT项目第三位



- NBA Top Shot是目前体育NFT市场中最知名的平台；
- NBA Top Shot由知名链游开发团队Dapper Labs与NBA联手打造，允许球迷通过游戏化方式购买和销售正版NBA球星高光集锦，并且为球迷提供NBA比赛中精彩视频片段的市场交易平台。视频为经NBA认证的数字收藏品，其所有者拥有使用、复制和展示高光集锦的权利，满足了球迷们购买、收藏明星球员相关稀缺资产的诉求

国内体育类相关数字藏品案例



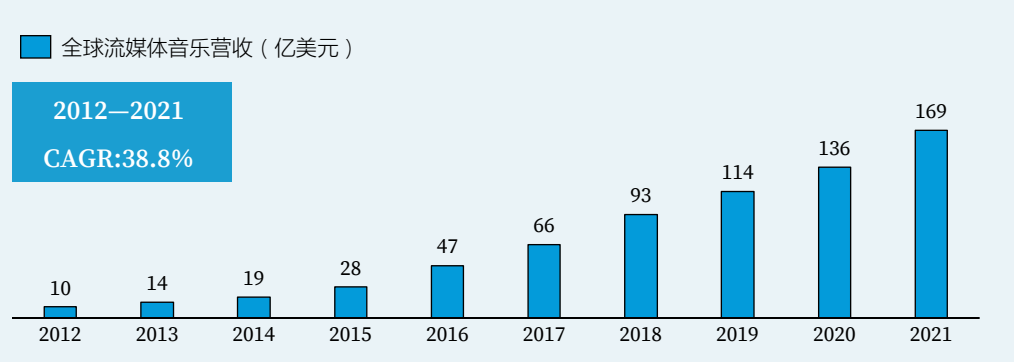


数字藏品+音乐

音乐数字藏品将变革流媒体音乐时代价值分配链条，推动音乐民主化

- 过去十年中，全球流媒体音乐产业营收以年复合增长率38.8%的惊人速度快速增长，2021年总营收达到169亿美元，早已取代实体唱片成为全球音乐产业的支柱。在流媒体狂欢下，流媒体平台、版权商成为利益分配的最大获益者，而大部分音乐人作为内容创作方在价值链中缺乏话语权，缺少收入来源，而音乐数字藏品可以使音乐人摆脱中间商实现收益自主。数字藏品基于区块链技术，音乐人可自行铸造发行作品，完全拥有版权，所获收入也将大部分归为音乐人本身。除此之外，音乐与数字藏品的结合还具备永久、独特的收藏性、拓展粉丝权益、给与新入机会等附加价值；
- 基于海外NFT市场的火爆，音乐NFT的铸造发布平台首先出现在海外，当前主流平台有sound.xyz、Rocki、Audius等。2021年2月，音乐人3LAU的Ultraviolet NFT专辑拍卖筹集了1170万美元，打破行业记录；腾讯音乐“TME数字藏品”是国内首个音乐数字藏品平台，将发布数字专辑及限量周边产品，挖掘音乐艺术作品的独特收藏价值。

2012—2021全球流媒体音乐营收



典型音乐NFT/数字藏品平台

	sound.xyz	Rocki	Audius	TME
支持区块链	以太坊	BSC	以太坊、Solana	至信链
入驻音乐人	Gigamesh、oshi、Marian Hill	Nick Warren、John Digweed、Guy J	deadmau5、3LAU、RAC	胡彦斌、张楚、罗大佑、腾格尔
描述	<ul style="list-style-type: none">平台帮助音乐人创建音乐NFT，通过嵌入式智能合约保留其作品所有权。艺术家可获得每次转售10%的收入	<ul style="list-style-type: none">砍掉不必要的中间环节让音乐人与粉丝直接互动；采用代币分成的方式，为音乐人提供全新的收入渠道	<ul style="list-style-type: none">去中心化音乐共享和流媒体协议，旨在将艺术家放在行业中心，大幅提高艺术家自由表达的能力并确保艺术家可从其作品播放流中获得大部分收入	<ul style="list-style-type: none">TME数字藏品是腾讯音乐推出的一种基于区块链技术的创新型电子收藏品，包括视频、语音、黑胶唱片、明星周边等，与实物一样具有收藏价值

海外音乐NFT及国内音乐数字藏品案例

海外

坂本龙一《595 music notes》

3LAU《Ultraviolet》

Whitney Houston Demo Track

中国

阿朵《WATER KNOW》

罗大佑《岁月留声》系列数字黑胶

腾格尔《天堂》25周年纪念数字黑胶

音乐数字藏品价值分析



永久、独特的收藏属性

- 永久性、独特性是所有类别数字藏品最基本的价值基础，音乐数字藏品也不例外，数字藏品使所有权、稀缺性、可交易性和流动性共同催生了一个生态系统，让音乐成为真正的永久资产



音乐产业价值链重构

- 音乐数字藏品最大限度地减少中间商和中介机构的参与，粉丝可以直接拥有音乐人的作品，且大部分利润归音乐人所有。音乐人处于价值链的顶端，同时拉近了与粉丝的距离，促进整个生态的良性循环



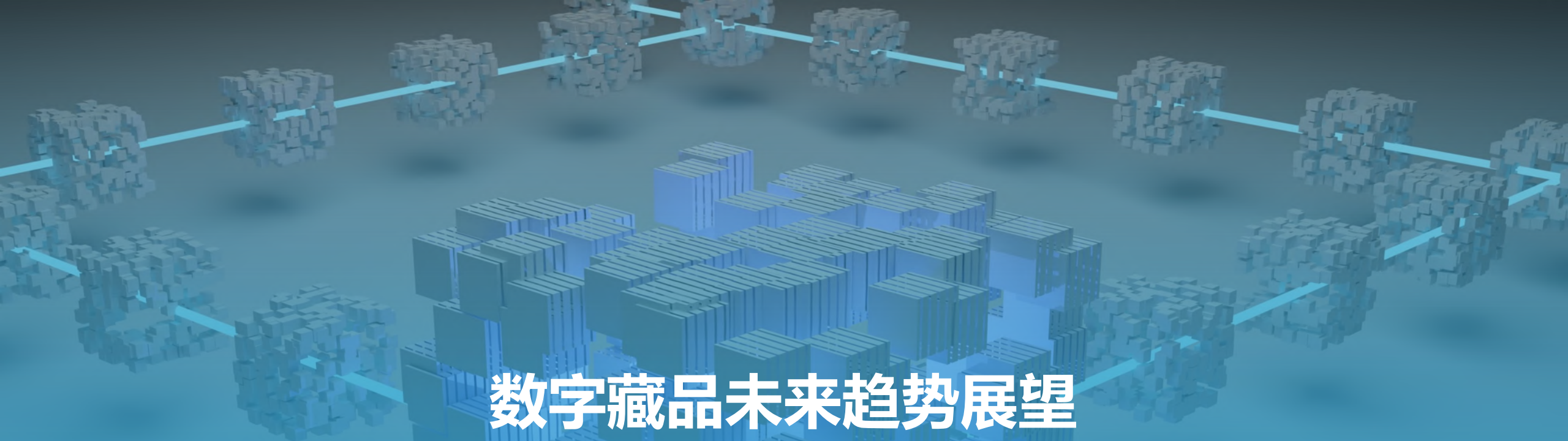
拓展粉丝权益

- 音乐数字藏品可被设计成多种产品形态，给与粉丝差异化权益，如歌曲的首听权、代表粉丝身份的令牌徽章，与音乐人见面会等一系列特殊的VIP权利



给与新晋音乐人机会

- 新音乐人有很大的机会，发行音乐数字藏品门槛更低，音乐人可定制内容以适应特定受众，并直接将作品上传，而无需行业中间人



数字藏品未来趋势展望

◆ 数字藏品作为全新的产品形态，在我国的发展刚刚起步，相比我国对防范虚拟货币交易风险已推出大量监管政策，对于数字藏品的监管规范仍处于真空状态。当前行业面临来自金融、平台规范、消费者权益、数据等方面的风险。而在官方监管尚不完备的现状下，国内数字藏品行业各方开启积极的自我规范行为，如微信公众号对炒作、二次售卖数字藏品的公众号及小程序进行封禁，新一代人工智能产业技术创新战略联盟牵头发布《中国数字藏品自律公约》，中国互联网金融协会等部门提出《NFT相关金融风险的倡议》，对于防止数字藏品金融化，发挥数字藏品行业本身的文化价值具有重要意义。预计未来较长一段时间内，我国将陆续出台并细化相关法律条文对行业进行约束，引导行业合规发展。

当前我国数字藏品行业主要风险



金融风险

- 尽管国内主流数字藏品交易平台已采取多种手段规避数字藏品的金融交易属性，如禁止二次交易，在平台屏蔽相关关键字，但仍无法根除数字藏品场外交易的存在，也因此其可能带来非法集资、洗钱、诈骗等一系列风险



平台风险

- 平台质量良莠不齐，发行主体泛滥，市场上存在相关技术服务公司打出几万元就可以提供建立发行平台的广告，而一些诈骗平台采取雇佣水军对数字藏品进行营销宣传，售卖后即关闭平台卷款潜逃



消费者权益风险

- 当前国内对数字藏品权益定义不够明确，完全由平台提供的服务协议来界定，消费者处于弱势地位；购买环节使用外挂抢购的现象泛滥，从而导致支付问题频出，且不能得到及时解决



数据风险

- 国内平台所发行的数字藏品元数据储存是中心化的，若元数据故丢失或是储存元数据的服务器发生异常，会导致数字藏品的元数据缺失或访问失败



我国数字藏品市场环境向合规化发展

2022-3 腾讯微信

多个数字藏品平台小程序/公众号遭微信封禁

- 根据国家相关法规，为防范虚拟货币交易炒作风险，微信公众号平台近日对炒作、二次售卖数字藏品的公众号及小程序进行规范化整治

2022-4 人工智能产业技术创新战略联盟牵头

发布《2022中国数字藏品自律公约》

- 达成“合理公平、诚信守法”、“共同探索打造基于技术的开放生态合作关系”、“赋能实体经济”、“充分保护用户合法权益”、“打击恶意炒作”等 10 项共识

2022-4 中国互联网金融协会、中国银行业协会、中国证券业协会

发布《关于防范 NFT 相关金融风险的倡议》

- 坚持守正创新，赋能实体经济。发挥 NFT 在推动产业数字化、数字产业化方面的正面作用；
- 坚守行为底线，防范金融风险。坚决遏制 NFT 金融化证券化倾向，从严防范非法金融活动风险

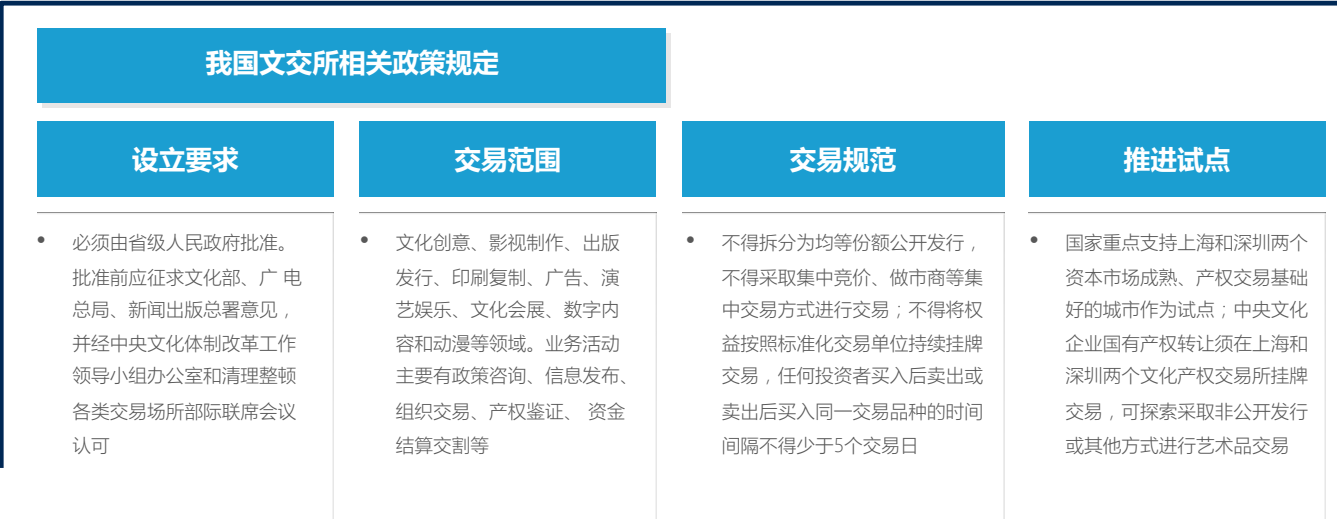
具备政府官方资质背景的文交所或成我国数字藏品二级市场开放落脚点

- ◆ 文化产权交易所（文交所）是为文化企业提供交易、拍卖、投融资等服务的综合服务平台，其设立需要资质要求，具备官方背景。国家级文交所由中宣部等中央部委直接策划和支持，由国务院部际联席会议验收通过，目前国家级文交所包括上海文交所和深圳文交所两家。地方级文交所由省或市人民政府批准设立，由国务院部际联席会议验收通过。当前各地文交所均对数字文化的内容有探索，考虑到其业务性质、交易对象与数字藏品交易平台存在较多重叠，亿欧智库认为文交所或成我国数字藏品二级市场开放落脚点，交易规则也将基于现有文交所规则的基础上制定完善；
- ◆ 海文交首先在数字藏品领域进行尝试，授权开设NFT发展中心，凭借拥有专业的研究专家及成熟的区块链运用技术团队，致力打造中国版NFT。仅有获得授权的机构有交易许可，目前基于文昌链作为底层区块链技术的一起 NFT App，未来可直接跨链在幻核以及 OpenSea 等平台进行交易。

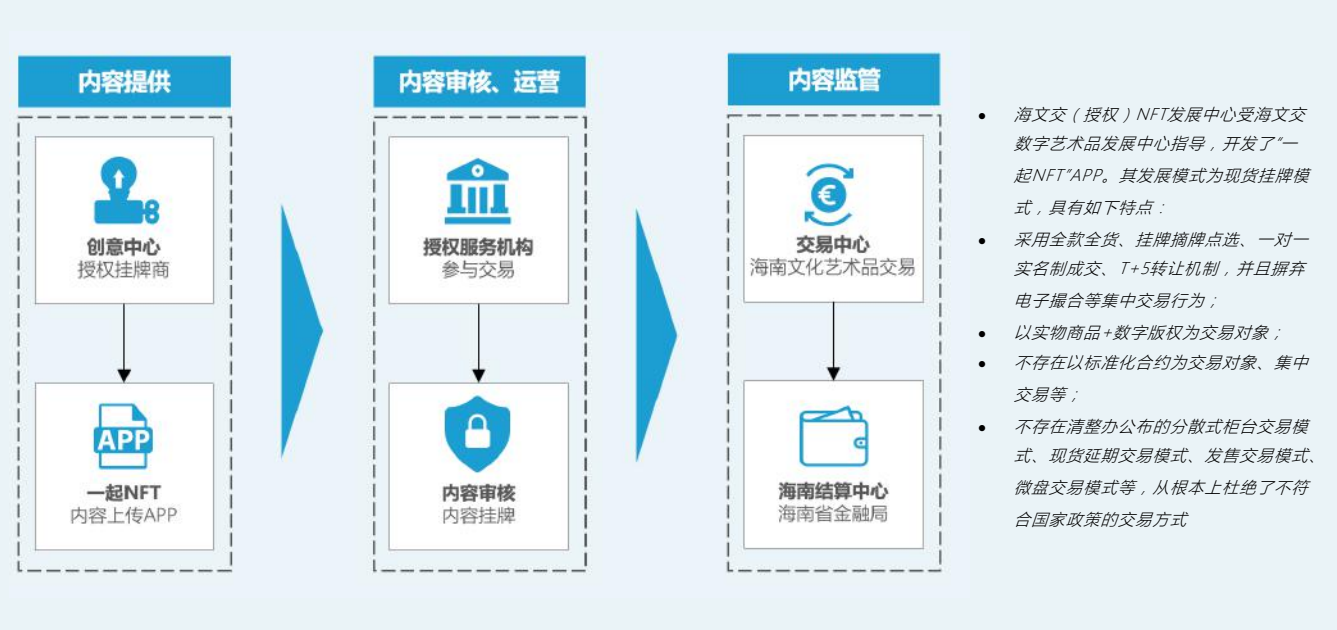
我国主要文交所发展现状及数字文化内容探索

	成立年份	级别	股东情况	数字文化内容探索
上海文交所	2009年	国家级文交所、国内首家文交所	上海联合产权交易所、上海报业、精文投资	<ul style="list-style-type: none">联合新华网构建国家级数字文创新治理生态矩阵，建立国家级版权交易保护联盟链
深圳文交所	2010年	国家级文交所	深圳广播、深圳报业、深圳国际文化	<ul style="list-style-type: none">与国家信息中心联合成立“数字创意联合发展中心”；筹划建设数字资产托管交易平台等
北京文交所	2015年	综合性文化产权交易平台	北京文化投资、北京东方文化资产、中国文化产业投资集团	<ul style="list-style-type: none">与三人行建立数字文化创意产品交易平台，平台定位于数字文化创意产品的在线交易
海南国际文化艺术品交易中心	2020年	唯一拥有线上线下艺术品交易资质的股份制企业	大唐西市文化产业投资集团	<ul style="list-style-type: none">数字艺术品交易中心上线运营，探讨推动构建文化艺术品区块链和大数据平台等新型信息基础设施
江苏文交所	2012年	省级文交所	江苏凤凰出版、江苏爱涛文化、江苏广电总台、南京文投	<ul style="list-style-type: none">提出“文化+创意+科技+资本”的文化产业集约化服务体系，发挥资本在文化资源配置中的作用

来源：中央政府网，宣传部，海文交官网，亿欧智库根据公开资料整理

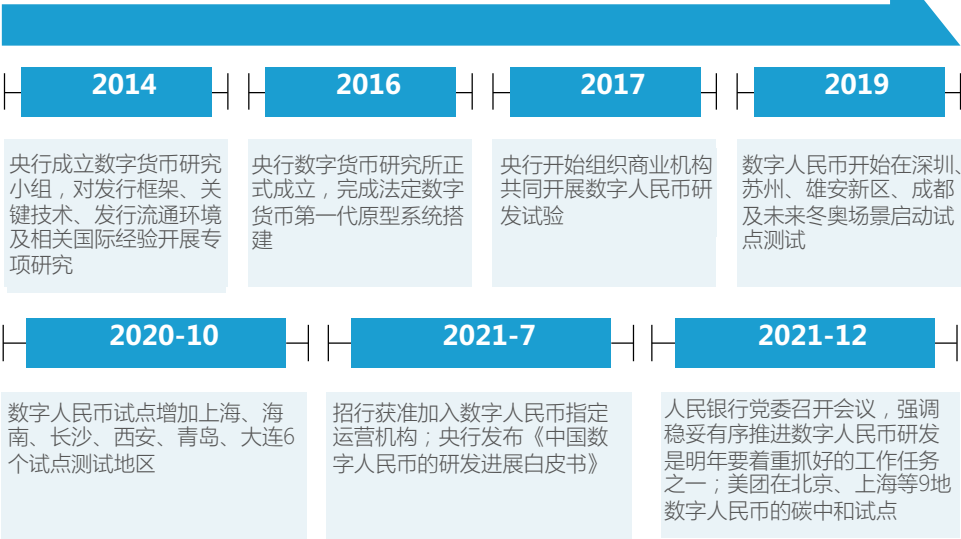


海文交率先在数字藏品领域进行前沿化尝试



- ◆ 2021年是我国数字人民币落地元年，数字人民币APP安装量同比增长超过30倍，其试点应用场景覆盖北京冬奥会和多个互联网平台。亿欧智库认为，相比海外交易NFT所使用的加密货币，数字人民币由我国央行进行信用担保，更具有稳定性，且有利于监管部门对于数字藏品炒作、诈骗、洗钱等违法犯罪行为的防范，是解锁数字藏品未来赋能更多实体经济领域的钥匙；
- ◆ 长期来看，未来数字藏品赛道必向多元化发展，成为我国数字经济重要的基础设施，其与数字人民币的结合将为我国搭建规范完善的数字资产确权体系，打造丰富多彩的数字内容生产生态。

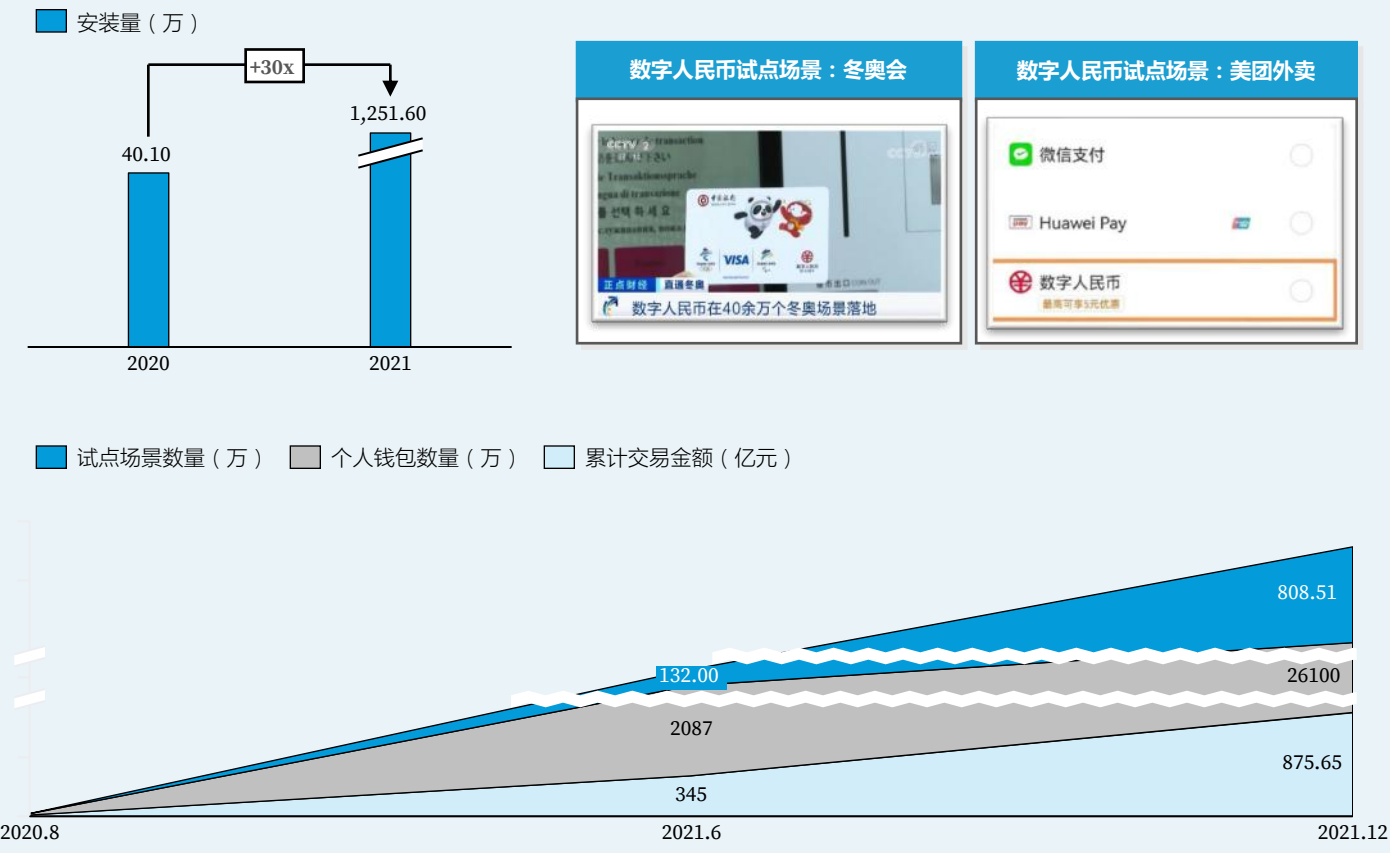
我国数字人民币发展历程



数字藏品和数字人民币共同打造数字经济底座



2021年我国数字人民币APP安装量同比增长超过30倍，试点场景、钱包数量等指标提升明显



来源：中国人民银行，国新办，亿欧智库根据公开资料整理

◆ 团队介绍：

亿欧智库（EqualOcean Intelligence）是亿欧EqualOcean旗下的研究与咨询机构。为全球企业和政府决策者提供行业研究、投资分析和创新咨询服务。亿欧智库对前沿领域保持着敏锐的洞察，具有独创的方法论和模型，服务能力和质量获得客户的广泛认可。

亿欧智库长期深耕科技、消费、大健康、汽车、产业互联网、金融、传媒、房产新居住等领域，旗下近100名分析师均毕业于名校，绝大多数具有丰富的从业经验；亿欧智库是中国极少数能同时生产中英文深度分析和专业报告的机构，分析师的研究成果和洞察经常被全球顶级媒体采访和引用。

以专业为本，借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势，亿欧智库的研究成果在影响力上往往数倍于同行。同时，亿欧EqualOcean内部拥有一个由数万名科技和产业高端专家构成的资源库，使亿欧智库的研究和咨询有强大支撑，更具洞察性和落地性。

◆ 报告作者：



焦天一
亿欧智库 高级分析师
Email : jiaotianyi@iyiou.com

◆ 报告审核：



王彬
亿欧 总裁
Email : wangbin@iyiou.com



王辉
亿欧智库 副院长
Email : wanghui@iyiou.com

◆ 版权声明：

本报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于智库的专业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。本报告的信息来源于已公开的资料，亿欧智库对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽可能的追求但不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映亿欧智库于发布本报告当日之前的判断，在不同时期，亿欧智库可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。亿欧智库不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，亿欧智库对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者可自行关注相应的更新或修改。

本报告版权归属于亿欧智库，欢迎因研究需要引用本报告内容，引用时需注明出处为“亿欧智库”。对于未注明来源的引用、盗用、篡改以及其他侵犯亿欧智库著作权的商业行为，亿欧智库将保留追究其法律责任的权利。

◆ 关于亿欧：

亿欧EqualOcean是一家专注科技+产业+投资的信息平台和智库；成立于2014年2月，总部位于北京，在上海、深圳、南京、纽约有分公司。亿欧EqualOcean立足中国、影响全球，用户/客户覆盖超过50个国家或地区。

亿欧EqualOcean旗下的产品和服务包括：信息平台亿欧网（iyiou.com）、亿欧国际站（EqualOcean.com），研究和咨询服务亿欧智库（EqualOcean Intelligence），产业和投融资数据产品亿欧数据（EqualOcean Data）；行业垂直子公司亿欧大健康（EqualOcean Healthcare）和亿欧汽车（EqualOcean Auto）等。

◆ 基于自身的研究和咨询能力，同时借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势；亿欧EqualOcean为创业公司、大型企业、政府机构、机构投资者等客户类型提供有针对性的服务。

◆ 创业公司

亿欧EqualOcean旗下的亿欧网和亿欧国际站是创业创新领域的知名信息平台，是各类VC机构、产业基金、创业者和政府产业部门重点关注的平台。创业公司被亿欧网和亿欧国际站报道后，能获得巨大的品牌曝光，有利于降低融资过程中的解释成本；同时，对于吸引上下游合作伙伴及招募人才有积极作用。对于优质的创业公司，还可以作为案例纳入亿欧智库的相关报告，树立权威的行业地位。

◆ 大型企业

凭借对科技+产业+投资的深刻理解，亿欧EqualOcean除了为一些大型企业提供品牌服务外，更多地基于自身的研究能力和第三方视角，为大型企业提供行业研究、用户研究、投资分析和创新咨询等服务。同时，亿欧EqualOcean有实时更新的产业数据库和广泛的链接能力，能为大型企业进行产品落地和布局生态提供支持。

◆ 政府机构

针对政府类客户，亿欧EqualOcean提供四类服务：一是针对政府重点关注的领域提供产业情报，梳理特定产业在国内外的动态和前沿趋势，为相关政府领导提供智库外脑。二是根据政府的要求，组织相关产业的代表性企业和政府机构沟通交流，探讨合作机会；三是针对政府机构和旗下的产业园区，提供有针对性的产业培训，提升行业认知、提高招商和服务域内企业的水平；四是辅助政府机构做产业规划。

◆ 机构投资者

亿欧EqualOcean除了有强大的分析师团队外，另外有一个超过15000名专家的资源库；能为机构投资者提供专家咨询、和标的调研服务，减少投资过程中的信息不对称，做出正确的投资决策。

◆ 欢迎合作需求方联系我们，一起携手进步；电话 010-57293241，邮箱 hezuo@iyiou.com



 亿欧智库

网址：<https://www.iyiou.com/research>

邮箱：hezuo@iyiou.com

电话：010-57293241

地址：北京市朝阳区霞光里9号中电发展大厦A座10层

查看更多研究报告请访问亿欧网
www.iyiou.com

- 更有超多垂直领域研究报告免费下载 -



扫码添加小助手
加入行业交流群

