



**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. SeyyedMohammad 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

رییس 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 برندسازی را در نظر می گیرد. بر اساس مطالعات موردی و تجزیه و تحلیل داده ها، قیمت بالای NFT به عوامل مختلفی نسبت داده می شود، برای جذب مخاطبان گسترده رویکرد بازاریابی شرکت ها عمدتاً خلاقانه شده است. NFT توانایی رشد در کل بخش فرهنگی را دارد، اما به دلیل فقدان آثار هنری NFT و احتمال سودآوری 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 برندسازی 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، برندسازی NFT

## 1. مقدمه

آثار هنری تولید شده با توکن های غیر قابل 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 فردشان 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 غیر قابل 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 «غیر قابل 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) و غیره را در شبکه بلاک چین قرار دهند، 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 غیرهمگن و پتانسیل کاربردهای عمیق، بهره برداری کامل و درک ارزش بازار این توکن ها را ممکن می سازد. علی رغم اینکه چندین محقق مطالعات مرتبطی 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، به ویژه برای بخش های هنر و برندسازی تمرکز خواهد کرد تا تجزیه و تحلیل دقیق تری انجام دهد. ابتدا مروری 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 موردی 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 برند 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 مداوم از NFT ها درآمد کسب کنند، و هیجان اینترنتی متعاقب آن ارزش بیشتری ایجاد می کند [7]. بر اساس فرضیه کین [8]، درجاتی 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 و غیره است. علاوه بر این، حباب خاصی در بازار توسط بازار پرحاشیه و مکانیسم ارزیابی قیمت معیوب ایجاد شده است و احتمالاً سفته 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 برند و ساخت IP برند 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 پوشاک بررسی می کند. نویسنده بیان می کند که در عصر وب 3.0، برندهای مد باید یک مدل اشتراک گذاری دوجانبه زنجیره ای از "فضای مجازی و 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 موردی 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 ارزش های اجتماعی در عصر مدرن، بشریت از طریق ترکیب NFT و AI به سمت دنیای مجازی پیش می رود [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 حوزه های مختلف است، که همگی ممکن است کیفیت ارزش 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 بازی ها، متاورس و اقتصاد مالی اعمال می شود. از نظر بازار، بسیاری از شرکت های معروف داخلی و خارجی، به ویژه برخی از شرکت های اینترنتی، وارد حوزه NFT شده اند. آنها پر از امکانات بالقوه با ارزش بازار بالا هستند.

در حال حاضر، چن پیشنهاد می کند که سال 2021 meta-universe meta-year باشد. از آنجایی که همه گیری جهانی کرونا، تقاضا و تمرین مردم را برای سرمایه گذاری در فعالیت های فضای مجازی افزایش می دهد، گول های اینترنتی اجتماعی برای ایجاد مسیر متاورس با یکدیگر رقابت می کنند. متاورس به یک مسیر جدید برای تسریع طرح اقتصاد دیجیتال تبدیل شده و NFT می تواند در این زمینه سریعتر توسعه یابد [12]. لیانگ رشد انفجاری آثار هنری NFT را بر اساس فروش کل آثار هنری NFT و کلکسیون های NFT از 4.6 میلیون دلار در سال 2019 به 11.1 میلیارد دلار در سال 2021، بیان کرد. 74 درصد از کلکسیونرهای 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 بخش بندی بازار و تغییر سهم فروش مستقیم و فروش مجدد، سفته بازی هستند [13]. هو همچنین در مقاله خود اشاره می کند که در طول رونق آثار هنری NFT، پلتفرم های معاملاتی NFT در بازار ظهور کرده اند. همچنین خانه های حراج، پلت فرم های وام دهی و بسیاری دیگر از کالاهای مبتنی بر NFT به شدت مورد توجه قرار گرفته اند. 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 نقص ها، و بسیاری از عوامل ناشناخته اقتصادی و سیاسی وجود دارد.

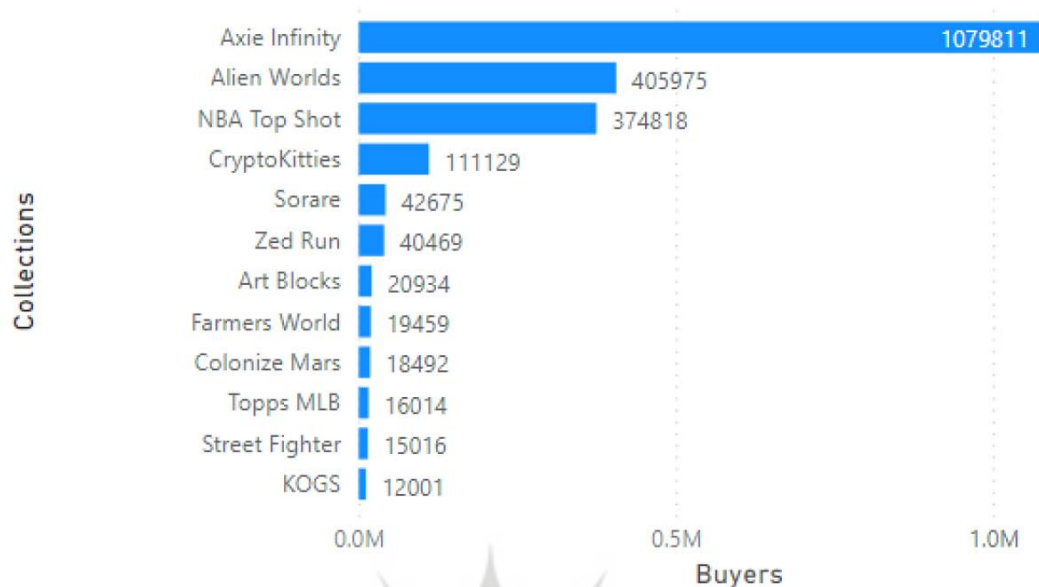
### 3. توضیحات اساسی NFT

NFT یا توکن های غیر قابل معاوضه یک «رمز عبور غیرهمگن» مبتنی بر بلاک چین هستند. همانند بیت کوین، اتر و سایر ارزهای مجازی، NFT نیز برای تراکنش ها به بلاک چین متکی است. با این حال، مهم ترین ویژگی رمزهای عبور NFT منحصر به فرد بودن آنهاست، زیرا برخلاف توکن های قابل معاوضه، اعتبار دیجیتالی غیرقابل تقسیم و منحصر به فرد دارند. غیر همگن به این معنی است که هر کوین یک شناسه منحصر به فرد و متمایز را نشان می دهد و کوچکترین واحد آن 1 است، برخلاف بیت کوین که می توانید حتی 0.1 بخرید. مالکیت NFT مالکیت گردآورنده بر دارایی دیجیتالی را اثبات می کند. داده های موجود در بلاک چین را نمی توان جعل کرد و در هر زمان می توان آنها را احراز هویت کرد، که تضمین می کند NFTهایی که کلکسیونرها می خردند واقعی و کمیاب هستند، و آنها را به در بین مجموعه داران محبوب می کند.

NFT در حال حاضر در متاورس، کلکسیون ها، هنر، بازی ها و دارایی ها و اسناد دنیای واقعی استفاده می شود، در حالی که بخش کلکسیون های هنری بالغ تر و بازار داغ تری دارد. تا 24 سپتامبر 2021، شش پروژه از 10 پروژه برتر NFT در جهان در رده کلکسیون و دو پروژه در رده بازی ها 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).

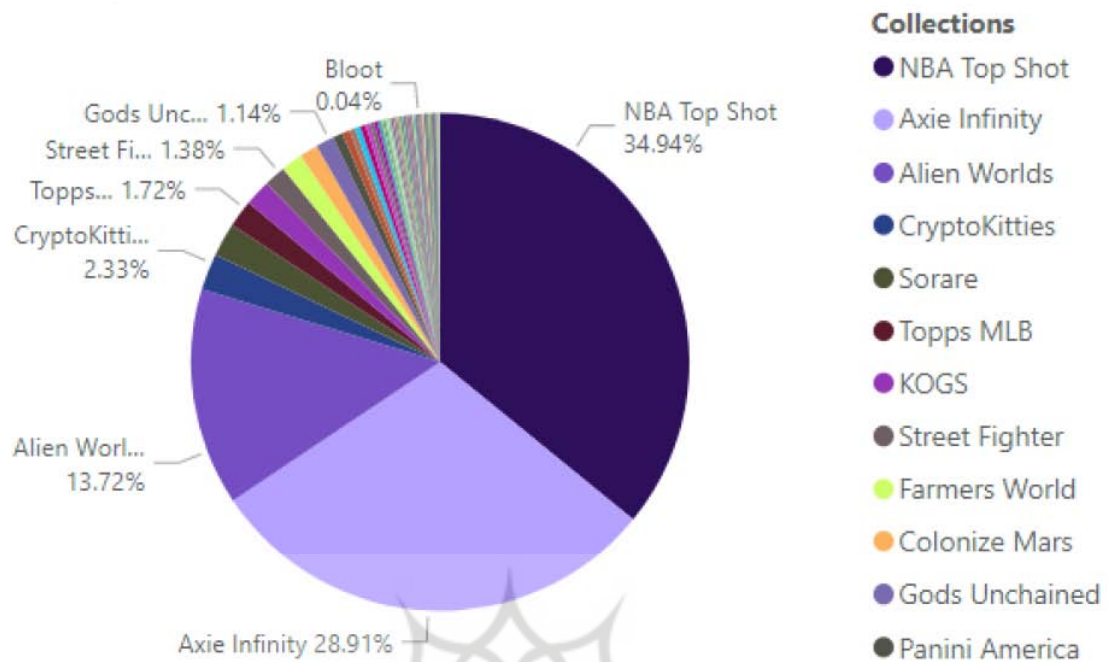
شکل 1: تعداد خریداران

### Buyers by Collections

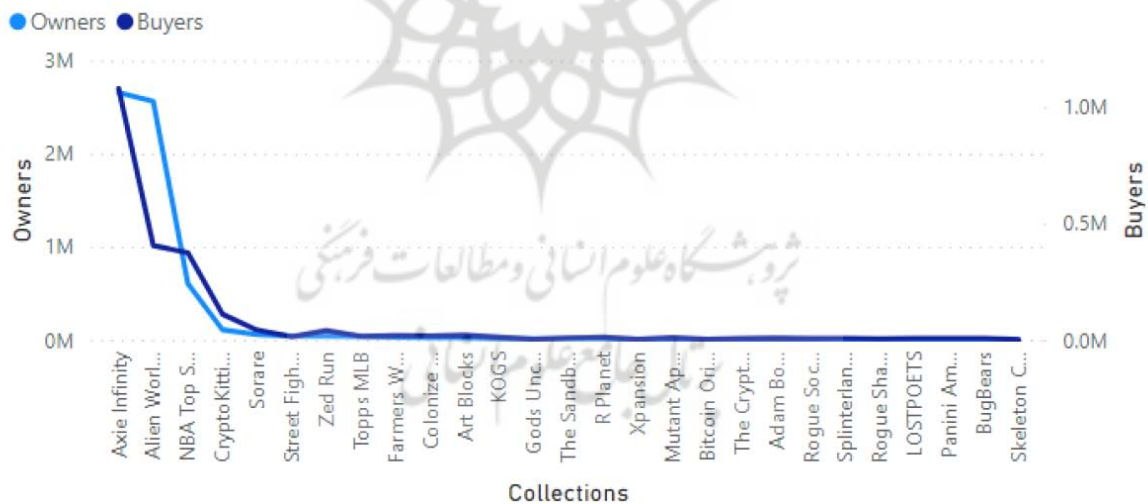


شکل 2: تعداد مالکین و خریداران

### Txns by Collections



شکل 3: NEU: مالکان و خریداران بر اساس مجموعه ها



شکل‌های 1-3 نشان می‌دهند که مجموعه‌های NBA Top Shot، Axie Infinity و Alien Worlds مرسوم‌ترین سری‌های حال حاضر هستند و از نظر خریداران، مالکان و حجم تراکنش به‌طور قابل‌توجهی از سایر کلکسیون‌ها پیشی گرفته‌اند. آنها ممکن است پرچم‌دار بازار NFT در نظر گرفته شوند و هر تغییری در آنها تأثیر قابل‌توجهی بر کل بازار خواهد داشت.

از بازار داخلی، شرکت‌های اینترنتی پیشرو چینی وارد NFT شده‌اند، به‌عنوان 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 محتوا، ارائه راه‌های جدید تحقق برای تولیدکنندگان محتوای فعلی و مسائل اجتماعی، تغییر اساسی وضعیت اسفبار فعلی ناشی از انگیزه‌های ناکافی برای تولیدکنندگان به دلیل مشکلات

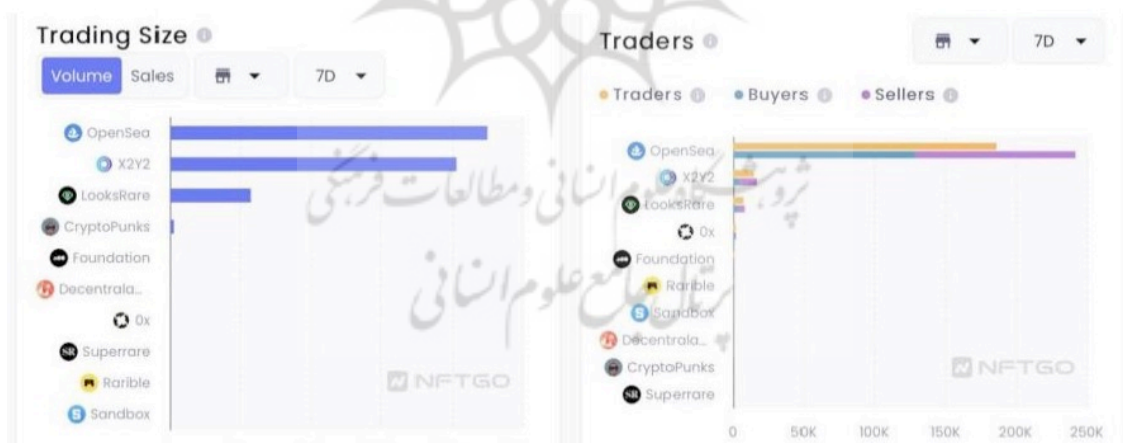
در حفاظت از مالکیت معنوی، و ترویج مداوم فرآیند مشروعیت بخشیدن به صنعت محتوای دیجیتال و ارتقاء حفاظت از حق مالکیت محتوای دیجیتال است.

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 Mgc Eden. در حال حاضر، بازار NFT خارجی یک بازار نوفا 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) می بینیم 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. ویژگی های سودمند آن به شرح زیر است.

- دیجیتالی سازی: به دلیل شناسه دیجیتال منحصر به فرد خود، از حقوق مصرف کنندگان محافظت می کند.
- شفافیت: به دلیل قابلیت ردیابی در بلاک چین شفافیت فرآیند تراکنش را تضمین می کند.
- کمیابی: هر مجموعه به تعداد محدود منتشر می شود که می تواند کمیابی آن را نیز تضمین کند.
- اصالت: می توان 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 ویژگی های NFT است که آن را به جایگاه فعلی رسانده است. ما به بررسی دلایل محبوبیت NFT می پردازیم. اولاً، به دلیل نیاز مبرم به معاملات هنری، بیشتر معاملات هنری در قالب مذاکرات خصوصی انجام می شود که ذاتاً شفافیت کمتری دارند. کلکسیون های NFT یک بازار ثانویه جهانی کامل، شفاف، قابل اعتماد و مقرون به صرفه دارند، به لطف باز بودن داده های بلاک چین و ویژگی های دارایی قابل برنامه ریزی رمزهای عبور، کاربران می توانند 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 کردند و شروع به ادغام با فضاهای مجازی کردند. مردم زمان بیشتری را صرف فعالیت و تعامل در فضاهای مجازی می کنند و ارزش کالاها و خدمات مجازی را می پذیرند، و NFT زمینه بزرگی برای شکوفایی هنر دیجیتال فراهم کرده است. نکته سوم این

است که هر NFT را می توان بر اساس صادرکننده اصلی خود ردیابی کرد و هر تراکنش را قابل تأیید می کند و اصالت کالا و همچنین حقوق خریدار و فروشنده را تضمین می کند ، که باعث می شود NFT ها 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 کانالی جدید برای تقویت تعامل خود با دنبال کنندگان و طرفداران خود استفاده می کنند و NFT به پیوندی بین این دو تبدیل شده است و اهداف خود را در دنیای دیجیتال تحقق می بخشد. در نهایت، هنرمندان و خوانندگان مشهور متعددی کالاهای NFT را منتشر کرده اند و مشارکت این شرکت ها 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 نمی شود. در حالی که استفاده از NFT در بازی ها در حال رشد است (به عنوان مثال، تجارت اقلام درون بازی)، سایر صنایع مختلف، به ویژه آنهایی که در تولید محتوای 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 بازی ها، نمایش های تلویزیونی، فیلم ها، انیمیشن ها، انتشارات و بسیاری دیگر از حوزه های تولید محتوا باشد، امکان کاوش دقیق NFT می تواند 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 می کند. از این رو، بررسی NFT ممکن است به ما در درک بهتر چشم انداز بازار کمک کند. علاوه بر این، اگرچه همه ی تبلیغاتی در بخش کلکسیون های دیجیتال فعلی وجود دارد، وجود و توسعه کلکسیون های دیجیتال به ویژه به عنوان یک حوزه مهم NFT، ارزش و اهمیت واقعی دارد. نکته آخر این است که درک منطق پشت رشد NFT، نحوه عملکرد و نحوه انتشار آن به ما کمک می کند تا ارزش و پتانسیل موجود در آن را کشف کنیم. بنابراین، بررسی NFT ضروری است.

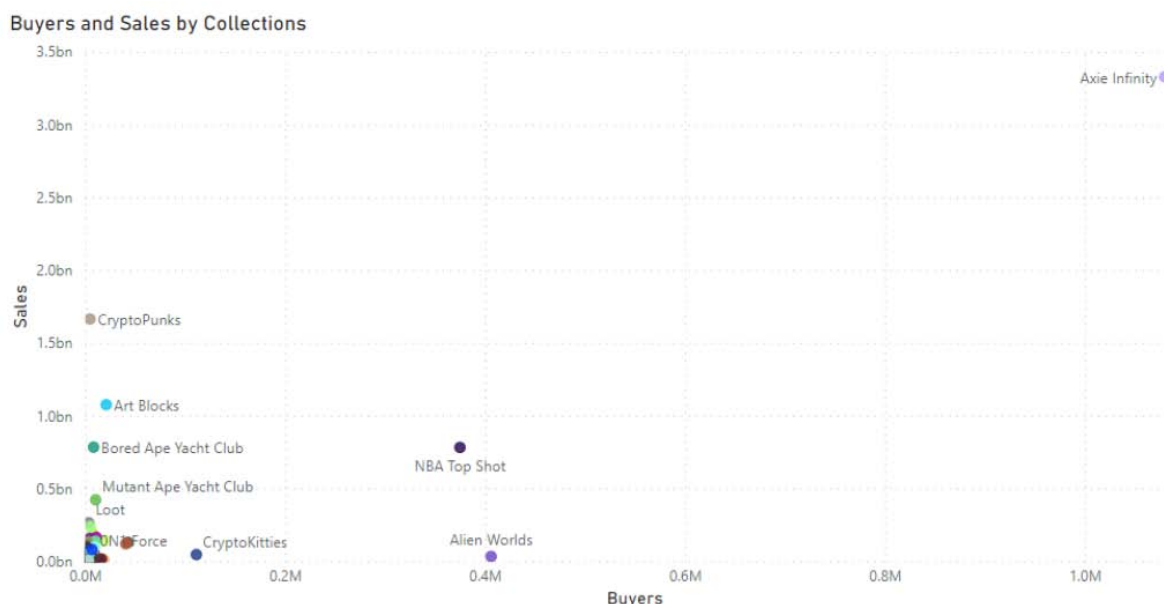
#### 4. تحلیل تجربی

##### 4.1 دلایل قیمت بالای NFT

مدل پیش بینی داده های بزرگ برای مصرف برق کاربر در نرم افزار Clementine پیاده سازی شده است. اکثر NFT ها شبیه به ایده یک مدل کفش جدید یا یک اسباب بازی داغ، معمولاً هزینه ای بابت دست اولی بودن دارند. هزینه اقلام P1 به مرور زمان با افزایش محبوبیت آن افزایش خواهد یافت. برای یک پروژه کامل، پروژه های NFT خارج از کشور اغلب در هزاران واحد (هر بار 6000 تا 10000) ارائه می شوند. با این حال، یک مدل شروع سرد اغلب برای پروژه های خانگی استفاده می شود. این نشان می دهد که نویسندگان NFT های خود را در مقادیر کم پست می کنند.



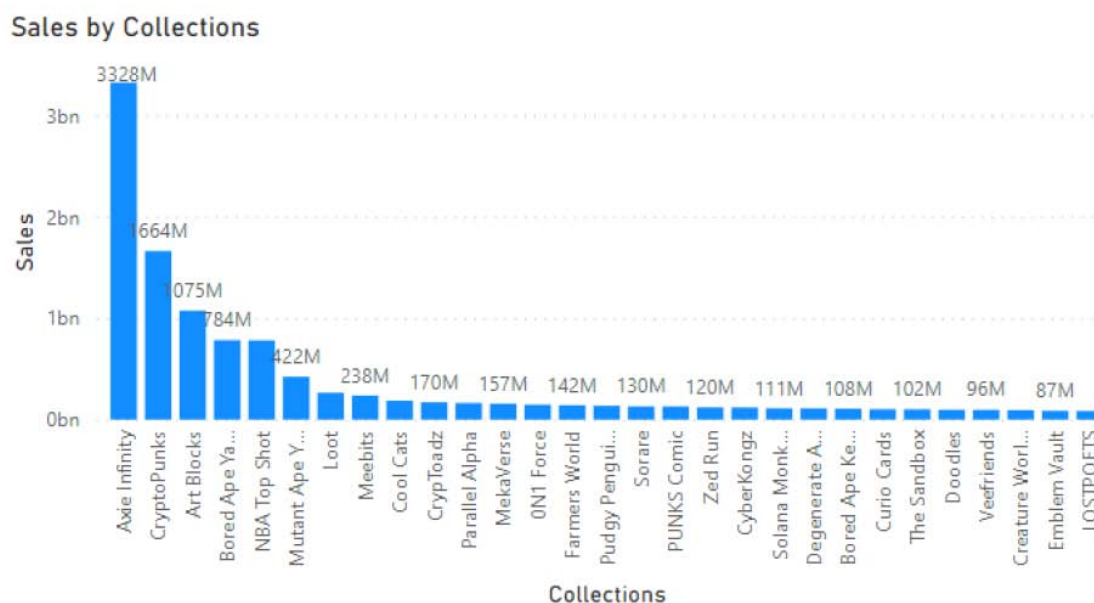
شکل 5: انسجام بین خریداران و فروش



200 فیگور اول Nerdy Ape برای پروژه Nerdy Ape 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) بلافاصله 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 کف 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 قبلاً 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 5 و 6 ارائه شده است، سه فروشنده برتر Axie Infinity و CryptoPunks و Art Blocks هستند و هر چه تعداد خریداران بیشتر باشد، ممکن است کل فروش بالاتری نداشته باشد. تا حدودی، این نشان‌دهنده 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 شرکت‌کنندگان 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 برندسازی در NFT تمرکز می‌کنیم. در مورد زمینه های 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 عکس ها و فیلم های دو بعدی و سه بعدی می شود. 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 می دهد، بلکه به موزه اجازه می دهد در یک محیط جدید زنده بماند.

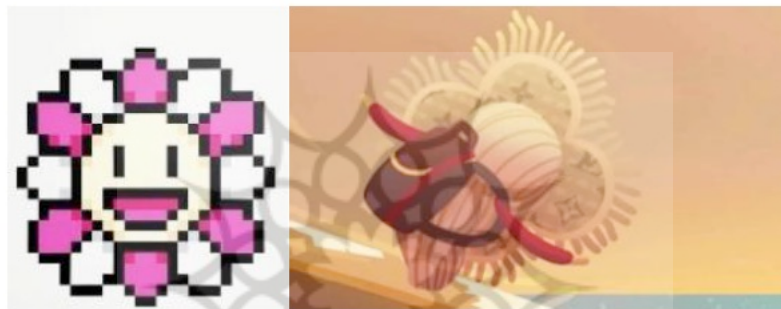
ثانیاً، هنرمندانی نیز وجود دارند که به آرامی شروع به کشف NFT و توسعه آن می کنند. تاکاشی موراگامی وقتی اولین بار اعلام کرد که در هنر NFT فعالیت خواهد کرد، شاخه گل 108 پیکسلی موراگامی را راه اندازی کرد. از مجموعه این گل (همانطور که در پانل سمت چپ شکل 7 نشان داده شده است). یک ایموجی پیکسلی به قیمت 144 اتر 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 می گیرد. 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 می تواند بسیاری از موانع واقعی را پشت سر بگذارد. حفاظت از حق مالکیت NFT و این واقعیت که همچنان حدود 10 درصد از بسیاری از تراکنش ها را به نویسنده منبع پرداخت می کند، هم می تواند درآمد را افزایش دهد و هم از منافع سازنده برای خود هنرمندان محافظت کند. این یک نوآوری اقتصادی است.

با توجه به صنایع برند، برند لوکس Louis Vuitton برنامه بازی Louis: The Game (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، طلسم خانه مد را در سفر خود به پاریس دنبال می کند و 30 NFT را برای بازیکنان ارائه می کند تا در طول مسیر جمع آوری کنند که ده تای آن توسط هنرمند دیجیتال Beeple طراحی شده است. NFT ها قابل جمع آوری هستند اما برای فروش نیستند. این یک تجربه اجتماعی منحصر به فرد است.

دوم اینکه Burberry نیز وارد NFT شده است. در آگوست 2021، Burberry با Mythical Games همکاری کرد تا اولین محصول NFT خود را عرضه کند، که از طریق Blankos Block Party، یک اسباب‌بازی 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 برند خود در محیطی که هنر و طراحی را تجلیل می‌کند، ارزشی را برای جامعه بازی ایجاد کند. گوچی، یک برند بین‌المللی، شروع به آزمایش قلمرو جدید VFT کرده است. در فوریه امسال، گوچی از همکاری متقاطع با برند قدیمی Superplastic برای راه‌اندازی مجموعه "NFT" SuperGucci 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 برند و این واقعیت که هر NFT با یک فیگور سرامیکی به ارتفاع 20 سانتی‌متر 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 شده‌اند. این استراتژی بازاریابی از کمبود کالا استفاده می‌کند. بنابراین، رویکرد بازاریابی NFT ممکن است به‌صورت آزادانه به‌عنوان بهره‌برداری از ارزش ویژه، توسعه تجارب اجتماعی، و اتخاذ برند مشترک NFT بر اساس موارد فوق‌الذکر تحلیل شود.

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



5. تجزیه و تحلیل داده‌ها

داده‌های ارزش بازار و داده‌های مربوط به تعداد فعالان در NFT به‌طور 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 معامله‌گران NFT که می‌توان در NFTGO جستجو کرد، به‌طور کلی نسبت به سال گذشته بالاتر است، که از شکل‌های 8 و 9، داده‌های 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 (Profilepicture) PFPNFT 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 موردی همراه با تحلیل داده‌ها برای انجام پژوهش استفاده شده است. از آنجایی که نتایج مطالعات موردی 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 ردیابی 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 خواهند شد. با استفاده از NFT، متاورس می‌تواند یک سیستم مالی مؤثر داشته باشد که خدماتی با موانع کم، کم‌هزینه و بسیار مؤثر را به کاربران ارائه دهد. با این حال، صنعت NFT فاقد یک چارچوب نظارتی 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 مصرف‌کنندگان و ارزش تجاری IP، که اکنون بیشتر شبیه حساب است، غیرممکن است.

## 7. جمع‌بندی

به طور خلاصه، ما رشد و آینده بازار NFT را با در نظر گرفتن بخش هنر و برندسازی بر اساس مطالعه موردی 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 جفت‌سازی خلاقانه NFT با زمینه‌های مختلف برای جذب نسل Z نهفته است. علاوه بر این، برندها NFT را با استفاده از حقوق و علائق محدود، ایجاد تجربیات اجتماعی مثبت و برندسازی مشترک محدود ترویج می‌کنند. بدیهی است که NFT 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 برند 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 Yuyuoshi, 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.