



物不只以稀為貴 NFT的交易本質與應用

Things Are Not Expensive Only Because of Rare - Transaction Nature and Application of NFT
希少価値のみならず、NFT とは？その本質と応用

NFT 熱潮來襲，企業、名人、大眾都想站在投資風口

具有異質性（互不等價）、完整性（無法拆分）、獨特性（獨一無二）的非同質化代幣（Non-fungible Token, NFT），在 2021 年 3 月初於英國藝術奢侈品拍賣行 Christie's 拍賣出價值約 6,930 萬美元的「Everydays: The First 5000 Days」數位藝術品後，獲得媒體廣泛報導。

許多企業、名人、大眾因而投入創作發行，在藝術、精品、遊戲等諸多領域衍生各式商業應用，連本業非區塊鏈的業者機關也推出 NFT 交易平台。如 2022 年 1 月 LINE 的「DOSI」NFT 平台；2022 年 2 月紐約證交所希望建立「加密貨幣與 NFT 交易所」與全球龍頭 OpenSea 競爭，日本樂天推出「Rakuten NFT」平台等。

基本上，買方購買 NFT 後並沒有獲得具體實物，但能買到發行方衍生的價值。簡言之，NFT 的交易本質可分為展現身分支持、享有增益價值及促進互動效率。以下分析各類本質與應用案例。

本質一：展現身分支持

由於 NFT 的特性，買方向發行者買的是「取得資格權限（Authority）」，或純粹的「支持藝術募資（Collectibles）」。取得資格權限，係指持有者購買 NFT 後，不需再額外花費，便能擁有一次或持續性的權限或資格，如同一種會員身分象徵。



NPE #0259



應用案例如港星杜汶澤發行 NFT「喱 DAO」，給持有者女團選拔投票權，並能參與商業重大決策；如 Greener DAO 依野生動物稀有性發行 NFT，持有者能參與資金運用等組織決策，並有限額 200 位的「與地球約會趴」出席權。

支持藝術募資，係指持有者因認可個人或企業發行方的 NFT 藝術價值或認同發行方本身，以購買並擁有 NFT 作為粉絲支持或捐贈的展現，此類持有者買的是與發行者情感連結及粉絲社群的身分認同。持有者除了純粹收藏，每次轉手時，發行方也能再持續獲得收益。

如新加坡創作歌手陳奐仁，2021 年 4 月發行首個 NFT 原創歌《Nobody Gets Me》，並提供持有者視訊對話 1 小時的資格；藝人周杰倫旗下潮牌 PHANTACi 與 Ezek 平台，於 2022 年元旦聯名限量發行 1 萬個起標 0.26 個以太幣 (ETH) 的 NFT「Phanta Bear」，即便周杰倫未參與其中，但 40 分鐘內便售罄獲得 2,600 ETH，以當時 1 ETH 相當 3,769.7 美元換算價值逾 980 萬美元。爾後 Ezek 宣布持有者於 2022 年各季能享有的權限。

2022 年 3 月 Forbes 引用區塊鏈分析公司 Elliptic 數據報導，烏克蘭政府及非政府組織為加強軍力，募到價值超過 6,325 萬美元的加密貨幣捐款，包含以太坊集團 UkraineDAO 的 NFT 藝術收藏品「烏克蘭國旗」所拍賣獲得 2,258 ETH，以當時 1 ETH 相當 2,834.47 美元換算價值逾 640 萬美元。

本質二：享有增益價值

為讓 NFT 交易有更多加值，企業發行者結合「擴大市場行銷 (Broadening the market)」或「買賣數位資產 (Digital assets)」的商業營運與活動應用，前者能扣合現實世界以營造行銷話題，後者利於維繫用戶忠誠或提升客單消費。擴大市場行銷，係指持有者可獲得發行方後續實體或網路商業活動的專屬或優先消費機會，或將 IP 授權合作方以共同盈利分潤。案例如 2022 年 3 月電商平台 Shopify 和 NFT 鑄造平台 Manifold Studio 合推 NFT 創作者工具「Manifold Merch Bridge」，讓創作者將實體商品限定銷售或提供給具驗證的 NFT 持有者。

美而快旗下禾東國際取得「無聊猿」NFT 持有者 IP 授權，獨家販售周邊實體商品，並將利潤與 NFT 持有者及合作夥伴分潤；頂呱呱於 2022 年 3 月上旬銷售數位盲盒 (Blind Box，概念類似福袋)，提供同時集齊 7 款 NFT 的持有者，限量 3 名獲得終身黑卡 1 張並享有終身 8 折優惠。買賣數位資產，係指持有者購買或達到特定條件時兌換的 NFT，具有建立在發行者營運生態上的其他數位功能或價值，甚至可於第三方平台交易。此類應用以遊戲業結合 NFT 的「玩賺模式 (Play to Earn, P2E)」為其典型。

案例如 2020 年 12 月 Capcom 發行「快打旋風」NFT 集換式卡牌，雖然卡牌本身無遊戲價值，但總銷售價值逾 200 萬美元，二級市場交易額價值也達 100 萬美元；同月，Ubisoft 在旗下遊戲「火線獵殺：絕境」發行 NFT 道具，玩家能依遊戲等級和遊玩時間兌換，其中一款限量道具兌換條件為遊玩 600 小時。



本質三：促進互動效率

建立在 NFT 交易上，還能讓個人成為創作者，形成「參與創作經濟（Economy of creators）」的體系或「改善現實效率（Faster process）」。參與創作經濟，係指創作者創作發行的 NFT 內容，可增進創作者、參與者對企業營運規劃的參與互動。

如 2022 年 2 月韓國遊戲開發商 XL Games（知名遊戲如「天堂」），在遊戲「上古世界」結合 NFT 讓玩家能製作、持有、交易 NFT 道具，後續更將開放玩家製作任務、地圖、副本，甚至參與遊戲修改計畫等，實現創作者、玩家及遊戲商之間的創作生態；同月，YouTube 宣布將藉由 Web 3.0 發展區塊鏈和 NFT 應用，開放創作者能讓觀眾收藏特定影音內容，以增加收入及和觀眾互動的機會。改善現實效率，係指持有者透過和發行者交易 NFT，節省原本現實世界的活動成本，以達到原本相同的目的。

案例如美國房地產交易平台 Propy，2021 年 5 月將位在烏克蘭基輔的一套公寓的房產權狀、公寓圖片、公寓牆上基輔塗鴉藝術家 Chizz 的數位藝術等 NFT 化，起標 2 萬美元；2022 年 2 月 Propy 再將佛州 1 間住宅權狀 NFT 化，亦即透過有限公司或信託連結業權，起標 65 萬美元。前述分別為全球頭兩個房地產 NFT 交易，過程如用行動支付般便捷。其過程為賣方先簽署特製的 NFT 法律文件將所有權轉給未來的買方，再將 NFT 拍賣並以加密貨幣收款。得標者填完相關資訊後將於 1 分鐘內成為擁有者。

歷史是否重演？NFT 熱潮下的議題

前述本質雖因區塊鏈讓原創作者看似能持續獲得版稅收益等好處，卻也產生新議題，如 NFT 投資炒作、加密貨幣價格波動、未授權發行、贗品發行、重複發行的所有權問題、資安攻擊、消耗龐大能源等。

儘管 NFT 的交易熱潮，不僅是物以稀為貴的限量發行，還有附加價值與效率改善等應用所致，但在許多議題未解之下，為避免 17 世紀的鬱金香泡沫和 20 世紀的龐氏騙局與豆豆娃泡沫等歷史重演，除衡量哪些是 NFT 特有的價值，尚待更完善的法規、資安與商業機制。

MIC AISP 網址：<http://mic.iii.org.tw/AISP>
 著作權所有，非經資策會書面同意，不得翻印或轉讓。

以上研究報告資料係經由 MIC 內部整理分析所得，並對外公告研究成果，由於產業倍速變動、資訊的不完整，及其他不確定之因素，並不保證上述報告於未來仍維持正確與完整，引用時請注意發佈日期，及立論之假設或當時情境，如有修正、調整之必要，MIC 將於日後研究報告中說明。敬請參考 MIC 網站公告之最新結果。

