

# NFT元宇宙經濟學

文／廖肇弘

不論你相不相信，元宇宙熱潮已經火速席捲全世界。

上一篇文章「一檔ETF讓你買遍元宇宙概念股」刊出後，獲得非常多關注與迴響，我曾在文中提及：「只要人們還是需要戴上笨重怪異的VR眼鏡才能進入元宇宙，那大概就只是消遣娛樂，永遠也無法成為人類生活日常」，「市場每隔一陣子就會出現一堆Buzzwords讓市場有些新鮮話題，熱鬧一下也不錯...」。

不過才短短幾天，元宇宙就從虛幻走向現實，從一個Buzzword成為影響全世界的 Bravo World，這也正好驗證了加密貨幣圈的一句名言：「幣圈一天，人間十年」。從上篇文章到這篇文章，在元宇宙的世界中其實已經過了好幾個世代。

如果繼續以如此不可思議的速度發展下去，那麼元宇宙經濟學必然即將成為一門企業顯學，而且很快就會成為企業必修課！

## 引爆元宇宙經濟學的關鍵核心NFT

元宇宙的熱潮無庸置疑，但之前很多討論都與 AR/VR/XR 的應用場景有關。曾有網友戲稱，東方版的VR虛擬實境就是古老的觀落陰，AR擴增實境則是陰陽眼，雖有幾分戲謔，倒也不失貼切。

不過，引爆這波元宇宙經濟學的關鍵核心，其實不是 AR/VR/XR，而是 NFT（Non-Fungible Token，非同質化代幣）。

我們當然理解，區塊鏈是一種加密技術，當元宇宙中的各種元素，都可以區塊鏈加密、鑄造或上鏈之後，其去中心化、不可竄改的特性，就可將所有的虛擬物件，產生真實價值。「NFT就是建立在區塊鏈上的一串識別代碼，以智能合約自動執行協議，具有不可替

代、不可拆分及獨一無二的特性，據此產生特殊的經濟價值。」

在元宇宙中，透過區塊鏈加密上鏈的NFT，就可將虛無飄渺的元宇宙中的任何元素鑄造並轉化為真實世界中的資產，再透過比特幣或以太幣等加密貨幣，就可將各種虛擬資產和代幣，具體轉化為真實世界的鈔票，這就是元宇宙經濟學的發展基礎與基本模式。

## NFT創造的驚人交易

其實我們不需要了解太多技術細節，最近許多令人咋舌的NFT天價交易新聞早已佔據國內外媒體版面。例如：

- Twitter創辦人 Jack Dorsey 將其2006年3月22日發出的全世界第一則推特貼文「just setting up my twtr」，鑄造成NFT之後以290萬美元，約新台幣8,073萬元成交，平均一個英文字母402萬新台幣。
- 美國39歲數位藝術家Beeple的數位插圖作品「Everydays: The First 5000 Days」，以6,935萬美元結標，超過19.3億新台幣。NFT讓原本沒沒無名的數位藝術家瞬間躋升成為目前在世最有價值的三大畫家。

不要以為這股熱潮只在國外而已，讓我們看看國內的例子：

- 馬來西亞鬼才歌手黃明志將其創作曲目「玻璃心」透過OpenSea平台推出NFT，短短12小時就完售超過2,300萬新台幣，開創了華人音樂圈進軍元宇宙的歷史紀錄。
- 更接地氣的例子是，師大夜市的店家師園鹽酥雞，將數張產品照片製作成NFT，以1美元起標，註明購買該NFT的持有者，均可至實體店兌換商品一次，短短一天之內，鹽酥雞NFT的價格就飆升超過百倍以上，震撼了許多餐飲同業。

你還覺得NFT只是科技玩家們的小遊戲？那我們再來看看一些大廠的案例：

同樣是音樂圈，國際流行音樂巨擘環球音樂，日前宣布將與NFT界赫赫有名的「無聊猿」(Bored Ape Yacht Club)合作，組成一個元宇宙虛擬樂團。國內的NFT平台OURSONG也宣布跟進，將打造一支台灣出品的無聊猿虛擬樂團。可以預見，未來元宇宙中的虛擬樂團將多如過江之鯽。

- 為了加速佈局元宇宙，Nike近日宣布收購虛擬球鞋公司RTFKT以加速品牌數位轉型的腳步，融合體育、創意、遊戲及文化為客戶提供創新服務。RTFKT是2020年才成立的新

創公司，主要利用遊戲引擎、NFT及區塊鏈打造虛擬產品銷售。Nike以收購新創公司的方式進入元宇宙，未來發展各界都在期待。

- Adidas則搶先一步與無聊猿俱樂部、Gmoney和Punks幾個NFT數位藝術社群合作，產生接近三萬個聯名NFT，總共售出約值2,300萬美元的5,924顆以太幣(ETH)，這可說是Adidas近期最大增長的產品品項，未來發展潛力一樣充滿想像空間。

## 「企業元宇宙」的新世界

當然，各種令人難以想像的交易紀錄和商業模式未來還會層出不窮，快速發展中的元宇宙經濟學仍有許多未知領域需要繼續探索。

不過，對於企業來說，或許並不是每家公司都能夠上太空，但要在元宇宙中創建新企業王國，卻不是那麼遙不可及。

除了數位藝術品之外，不論是生產實體商品或虛擬商品的企業，未來都要思考如何在元宇宙中可以更有效地交易；具備高度品牌識別IP智財權的企業，例如Mattel、Disney、或本土的霹靂布袋戲、百年老店品牌...等，都可能是第一波受惠於元宇宙NFT經濟的對象；不

久的將來甚至如生前契約、維護合約、理財或法律顧問合約...等等，各種可以契約形式存在的服務，也都可能搭上元宇宙NFT的風潮而從中受益。

稍微發揮一點想像力，下列這些商業應用或許很快就會出現在元宇宙中：

- 2B企業應用：品牌行銷、粉絲經營、供應鏈管理、各式專業認證...等
  - 去中心化的金融應用：DeFi抵押、各式保險保單、虛擬資產抵押貸款...等
  - 元宇宙資產管理：元宇宙不動產買賣仲介、元宇宙資產開發、維運管理及租賃服務...等
  - 體育娛樂業：元宇宙演唱會、元宇宙球賽、元宇宙KTV...等。
  - 虛擬服務業：元宇宙導遊、元宇宙舒壓館、元宇宙諮商所...等。
  - 社交服務：元宇宙交友中心、元宇宙社區營造、元宇宙人力媒合...等。
  - 各式票務：演唱會或車票等各式門票或票證買賣...等
  - 法律服務：元宇宙各式訴訟服務、專利權認證、知識產權鑑價、元宇宙信託服務...。
- 未來，或許所有的企業主管應

該都要試著思考：如何在元宇宙中創造品牌價值？如何在元宇宙中提升全球不同據點員工的凝聚力及向心力？如何將商品或服務透過元宇宙進行交易？或是如何運用元宇宙加速進軍全球市場？

千萬不要以為這些想法不切實際，誰能預測到一張無聊猴或加密貓的JPG怪異圖檔，如今的價值是數億元？別忘了元宇宙包山包海，有夢最美，連鹹酥雞都可以上元宇宙了，沒有什麼是不可能的。

## 結語

當然，我知道對許多企業朋友來說，才剛剛看懂數位轉型是啥，還在苦苦掙扎著應該如何轉型，現在就談企業元宇宙會不會太早了？

我的看法是，套句加密貨幣圈的名言：「幣圈一天，人間十年」，現在就很像當初網際網路與電商發展的初期一樣，誰能未卜先知地知道當時大企業根本看不上眼的Google、Amazon、Facebook...等等新創公司小朋友，如今會成為撼動世界的企業巨擘？

讓我們再回顧一下歷史：1997年5月15日Amazon以每股18美元掛牌IPO，如果你當時慧眼獨具，抱持對電商的信仰，撐過2000年的.com 泡沫，一直持股到2021年11月底（股價約3,500



作者廖肇弘博士，多年來任職於工研院及資策會等科技研究機構，曾任國內外多所大學EMBA教授及微軟、IBM、PwC、華為等世界500強企業顧問。曾主持許多大型專案及政府計畫，專注於數位經濟與創新管理等議題，兩岸三地學員已超過數萬人，是活躍於兩岸產官學研界的資深數位專家。

美元），表面股價上漲約195倍，但如果加計歷次股票分割等數據回測，則是增值698.5倍！也就是說1997年如果你投資1,000美元Amazon股票一直持股至今，價值會變成698,504美元（約1,935萬新台幣）。

歷史總是不斷輪迴。十年二十年之後再回首，如果未來你最大的競爭對手或是稱霸元宇宙的大企業，可能就是現在你根本看不上眼的小朋友或小玩具，到時候或許也不用太過訝異就是了。