

NFT的火热让人们重新意识到数字世界的到来，虽然它目前所表现的形式五花八门，有NFT头像、NFT艺术品、NFT电影等等，还绑定着各种不菲的价格，像欧易NFT市场这种交易平台也不断开设，但是通过对于NFT的深入了解，我们发现它所代表的能力绝不仅仅是数字证明或者所有权那么简单，它的还有更为深层的意义。



从概念上来讲，NFT是Non-fungible token (非同质化通证)的缩写，是目前基于以太坊(Ethereum)——一个开源的、有智能合约功能的公共区块链平台——发布的一种加密资产，也称为“非同质化代币”。其本质是一个身份验证的数字技术或者一份加密数字权益证明。

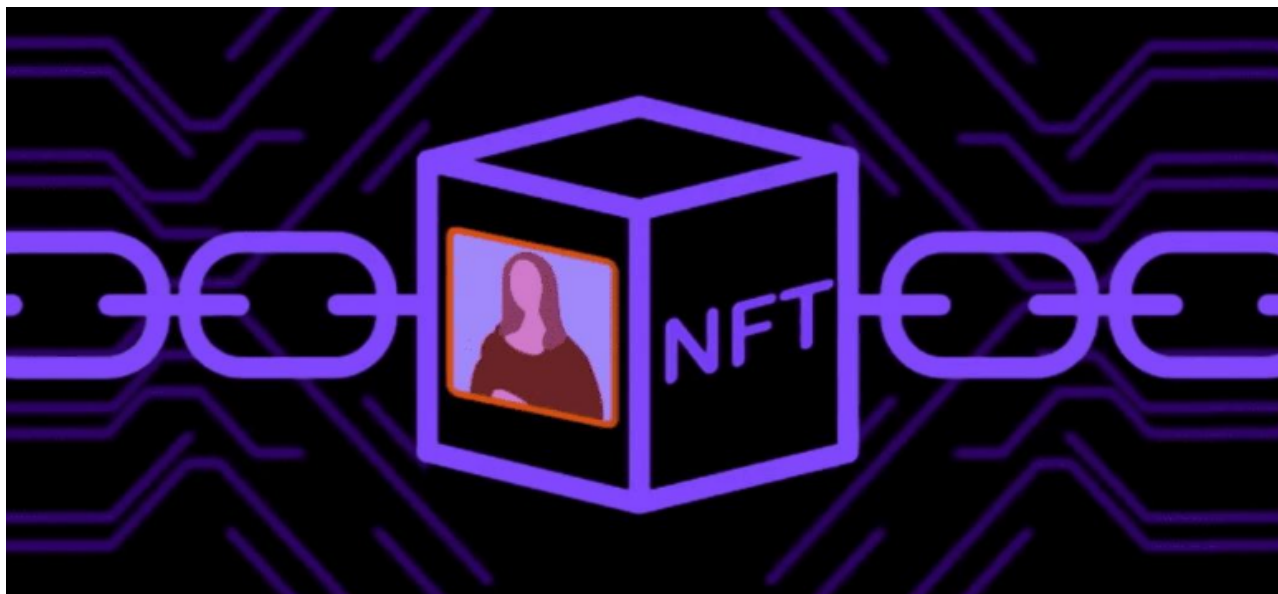
不同于同质化代币，比如比特币、以太坊等等的可替代、可接近无限拆分，每一个NFT都有其唯一的序列号，正如每张钱币都有单独编码，不可分割或替代。此序列号具备可延续性，任何变动都将永久存在于区块链中，不能被破坏、更改、移除或者复制。NFT同时具有易得性，看的见，摸不着。这些特征决定了NFT理论上可以和现实世界中的任何商品绑定，对其所有权进行数字编码，从而对数字资产确权。

“去中心化”，是NFT所寄生的区块链的信条与使命。



早在2017年NFT就以一款加密猫游戏而出圈，然而当时人们对于它的认可程度并不高，也并不理解，真正进入2021年之后，各种天价NFT作品出现，才让我们看到了一个全新的数字世界。2020-2021年的疫情让人们更加意识到了虚拟空间的重要性，互联网交易与数字网络支付体系更深渗透到生活的方方面面，NFT成为新的国际交流模式火爆出圈。可以说疫情将NFT推向了一个新通道。

每一位名流的站台，都会引起NFT价值的一次无上限疯涨。从推特CEO Jack Dorsey 250万美元拍卖出的“五个单词”推文，到天价NFT艺术品的频繁拍卖，从每周发生的各花式“论坛”“展览”“拍卖”，到几乎每天都有各行业大品牌推出自己NFT，如NBA、漫威、可口可乐、宝洁、奥迪、麦当劳、《Playboy》等.....美国NFT的潮头与当年微信和支付宝刚出现时相似。显然，这一浪波及了整个世界。对一些产业来说，也许NFT还只是一种针对Z世代的品牌年轻化战略，但长远看，更像是资本玩家面对一个不确定世界的又一次资产对冲。



在很多地方对于NFT的热潮也是积极响应，阿里、腾讯等互联网大厂也纷纷入局，头部交易平台欧易也推出专注于NFT领域的一站式交易平台，让每一位用户都可以直接参与NFT的投资、收藏及交易。欧易NFT市场中囊括了众多知名艺术家、游戏开发商和各界名流的数字作品，包括全球首部高水准3D长篇动画剧《灵笼》NFT、仿古珐琅彩金雉鸡双耳瓶NFT等，这些都是在OEC发售的独家限量版数字藏品。