

作者：Daren Matsuoka、Eddy Lazzarin、Chris Dixon、Robert Hackett

来源：a16z crypto

翻译：Moni

大约在 10 年前，知名风投 a16z 闯入加密行业。时光飞逝，如今整个市场发生了翻天覆地的变化。2022 年 5 月 17 日，a16z 发布了首份加密行业趋势年度概览报告。

为了让大家更快、更清晰地了解这份报告的主要内容，我们提炼了五个总结要点，你只需要 5 分钟就能充分了解这份报告说了些什么。下面，就让星球君（ID：o-daily）和大家一起来看下吧（文末有彩蛋）。

关键点#1：我们正处于第四个“价格创新”周期的中间段

任何市场都具有周期性，加密也不例外。

夏天让位于冬天的寒冷，冬天在炎热的夏天解冻，BUIDLer 们在黑暗时期取得的进步最终会在尘埃落定时重新引发市场的乐观情绪。最近，加密货币市场十分低迷，因为我们现在可能正在进入第四个“价格创新”（price-inovation）周期的中间段。虽然价格通常是衡量市场表现的滞后指标，但在加密货币中，价格却是领先指标。价格是一个钩子，数字推动了兴趣，然后推动了想法和活动，进而推动了创新。这种反馈循环称为“价格创新循环”，自 2009 年比特币问世以来，它一直是推动加密行业经历多次不同浪潮的引擎。

要知道，2000 年代初互联网泡沫破灭后发誓放弃科技和互联网的人都错过了十年来最好的机会：云计算、社交网络、在线视频流、智能手机等。

关键点#2 对于创作者来说，web3 比 web2 好得多

Web2 巨头的收购率很高，Web3 平台提供更公平的经济条款，比如，[Meta](#) 在 Facebook 和 Instagram 上拥有接近 100% 的用户接受率，而 NFT 市场 [OpenSea](#) 的这一指标只有 2.5%。但正如美国国会议员里奇·托雷斯（Ritchie Torres）所说，“当大型科技公司的吸纳率高于黑手党时，您就会知道我们的经济存在严重问题。”

2021 年，基于以太坊的 NFT（ERC-721 和 ERC-1155）的初级销售，加上 OpenSea 二级销售支付给创作者的版税，总计让创作者获得了 39 亿美元收入，而

Meta给指定创作者的费用只有 10 亿美元，只有前者的约四分之一。

考虑到 web2 与 web3 用户的数量，你会发现绝对值差距更大，因为 a16z 统计了 22,400 个 web3 创建者（基于 NFT 集合的数量），而在 Meta 平台上发布内容的用户有近 30 亿。虽然Spotify和YouTube向创作者支付的费用更高——分别为 70 亿美元和 150 亿美元——但“人均”差距是惊人的。根据我们的分析，web3 为每位创作者支付了 174,000 美元，而 Meta 为每位用户支付了 0.10 美元，Spotify 为每位艺术家支付了 636 美元，YouTube 为每个频道支付了 2.47 美元。

一句话，Web3 看似很小但却很强大。

关键点#3 加密正在对现实世界产生影响

金融系统现状已经让很多人感到失望，根据世界银行的数据，超过 17 亿人没有银行账户，而过去几年对去中心化金融（DeFi）和数字美元（基于美元的稳定币）的需求正在急剧增加。

另一方面，加密货币也在解决其他破碎的市场，比如：

\* Flowcarbon

正在通过使这些日益重要的账户单位在区块链上透明和可追溯来改进碳信用。

\* Helium是一个草根无线网络，正在对根深蒂固的电信巨头提出第一个合法的、分散的挑战。

\* Spruce 使人们能够控制自己的身份，而不是将这种权力拱手让给像谷歌和 Meta 这样的显示中介，它们通过数据挖掘商业模式从人们的信息中获利。

不仅如此，DAO 正在展示了陌生人如何经济地协调和合作以实现目标，NFT 授予人们关于个人资料图片、艺术品、音乐、游戏内物品、访问通行证、虚拟世界土地和其他数字商品的虚拟财产权。代币