

中国数字藏品行业现状深度研究与未来投资分析报告（2022-2029年）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国数字藏品行业现状深度研究与未来投资分析报告（2022-2029年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202204/586464.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

NFT产业初具规模，收藏品与艺术品成为数字藏品主要类型

2017年，DieterShirley在以太坊创建了ERC-721协议，同时其团队开发基于ERC-721协议开发了首款NFT游戏——Cryptokitties加密猫。用户可买卖并繁殖不同品种的虚拟猫，可以购买虚拟宠物猫并让它们繁殖后代猫咪，每只猫咪的属性由遗传决定。随后，同样于2017年，CryptoPunks像素头像项目诞生，这些像素头像总量上限为1万，任何两个像素头像都不能相同，拥有以太坊钱包的人当时可以免费领取CryptoPunks的像素头像，且可以将自己拥有的像素头像投入二级市场交易。

NFT（Non-fungibleToken）代表不可替代的代币，是可以用来表示独特物品所有权的代币。NFT让艺术品、收藏品甚至房地产等事物标记化。他们一次只能拥有一个正式所有者，并且他们受到以太坊等区块链的保护，没有人可以修改所有权记录或复制/粘贴新的NFT。

NFT与传统资产形式对比

属性

NFT

数字商品

实物商品

数字化

去中心化链

中心化服务器

非数字化

所有权

实际所有权

名义所有权

实际所有权

复制性

不可复制

可快速复制

不可复制

存续时长

永久

永久/非永久

非永久

流通性

自由流通

可被限制流通

可被限制流动

二次开发

支持

取决于所有者

会造成形态改变

资料来源：公开资料整理

从全球范围来看，NFT发展可分为萌芽期、发展期以及爆发期三个阶段。2021年，NFT进入爆发式增长时期。

NFT发展阶段

资料来源：公开资料整理

数字藏品是一种发行在区块链上的数字资产，是一种非同质化通证（Non-fungibleToken），其形式包括数字艺术品、照片、视频片段或数字交易卡等收藏品、艺术品及游戏、域名、金融产品、虚拟世界等虚拟物品类型，具有收藏、欣赏等价值。数字藏品更多地强调创作者的版权问题，数字藏品平台推出数字藏品的目的之一是为了帮助创作者维护应有的权益，所以中国的数字藏品没有开放二次交易这一环节，仅支持个人收藏及使用或无偿转让等功能，也因此更符合监管要求。

据统计，2021年，收藏品与艺术品交易规模达到85%以上，成为数字藏品的最主要交易类型。

资料来源：NonFungible，观研天下数据中心整理

国内互联网企业对数字藏品进行初步探索

国内数字藏品已经有了初步探索，以阿里巴巴、腾讯为代表的企业都进行了数字藏品的尝试。

（1）阿里巴巴

根据公开信息，在阿里520拍卖节上，阿朵、陆蓉之、高孝午等多名艺术家推出NFT数字艺术品公益拍卖的活动。所有NFT数字艺术品进行公开拍卖，最终所得捐献给壹基金旗下的“壹乐园音乐教室”公益项目。2021年5月25日，歌手阿朵在微博发布一条新作《WATERKNOW》demo，这也是国内第一支通过蚂蚁链对歌曲进行加密的区块链音乐作品。

（2）腾讯

2021年8月10日，腾讯音乐开启首批数字藏品（胡彦斌《和尚》20周年纪念黑胶NFT）预约活动。用户可在QQ音乐平台开启购买资格的抽签预约，限量发售2001张。抽签时间为8月14日10:00，正式发售时间为8月15日10:10。腾讯音乐成为中国首个发行数字藏品NFT的音

乐平台。根据凤凰网报道，接下来腾讯音乐还将发布张楚的个人音乐创作片段、摄影作品NFT《楚天广阔》，莫西子诗采风、创作的片段及书法作品NFT《诗意万物》，张尕怂的赛博朋克风格3D手办NFT《土潮歌》，以及周传雄、中国著名摄影家肖全和一棵小葱基于腾讯音乐人“伯乐计划”跨界联动，向最美人像作品“易知难”及三十年时光的致敬NFT《时光宛转·三十年易知难》等一系列“TME数字藏品”。

（3）网易

2021年12月21日，推出品牌旗下首套数字艺术藏品盲盒——“新年幸运多元宇宙”。该藏品将随网易严选虎年年货礼盒随机赠送，限量2022份，抽中的用户将会得到一个独一无二的加密货币令牌。

（4）京东

2021年12月17日，京东正式上线灵稀数字藏品交易平台，同时还推出了JOY&DOGA系列数字藏品作为平台首发藏品，相关平台收益将用于支持北京病痛挑战公益基金会开展困难罕见病患者公益援助等工作。

首批以京东形象代表吉祥物“Joy”为代表的数字藏品已正式开售，价格9.9元人民币一枚，每一版数量为2000份；消费者购买前需实名注册，一经购买，不得退换。购买后记录将会记录在京东旗下区块链网络之中，无法篡改。

（5）视觉中国

2021年12月26日，视觉中国旗下视觉艺术数字藏品平台——“元视觉”正式上线。根据企业介绍，“元视觉”平台的推出将在技术、发行、运营等各个环节为艺术家赋能，为视觉艺术数字藏品的艺术家、收藏家提供创作、保护、交易的全链条服务。未来，视觉中国还将依托旗下500px社区、Corbis历史经典影像等丰富的版权资源，发布经典、新锐及跨界艺术等多种类型不同形态的视觉艺术数字藏品。

联盟链提供技术支持，为数字藏品业务带来新的商业机会

在技术支持方面，中国的加密藏品平台均由联盟链提供底层技术支持：如蚂蚁链为支付宝、阿里平台的数字藏品提供技术支持；腾讯至信链为幻核提供技术支持；京东智臻链为灵稀提供技术支持，京东智臻链、蚂蚁旗下蚂蚁链、腾讯至信链均属于许可制区块链网络（联盟链）。

公有链与联盟链对比

公有链

联盟链

准入限制

无

有

承载能力

交易速率慢

1000-10000笔/秒

共识机制

PoW/PoS/Dpos等

分布式一致性算法

记账人

所有参与者

联盟成员协商确定

激励机制

需要

可选

中心化程度

去中心化

多中心化

资料来源：观研天下数据中心整理

区块链技术在比特世界中赋予数字文件不可篡改的特性，而不可篡改、不可复制性给予了数字文件以稀缺性，这为数字资产带来了价值。基于数字藏品的特性，数字藏品可以用于艺术、游戏、时尚、供应链、房地产、媒体、娱乐、体育、公益等场景，相关行业内企业也出现了数字藏品业务的布局厂商。

数字藏品业务带来新的商业机会

资料来源：公开资料整理

国内数字藏品平台与海外独立，未来监管介入是必然

海外主流的NFT流通场景在国内不合规，因此国内的数字藏品平台与海外的市场相对割裂、不可互通。

一直以来，国内对于虚拟货币的监管态度历来十分严厉。2021年9月24日，国家发改委等11部门发布《关于整治虚拟货币“挖矿”活动的通知》，宣布虚拟货币“挖矿”活动将被正式列为淘汰类产业；同时，央行等10部门发布《关于进一步防范和处置虚拟货币交易炒作风险的通知》明确虚拟货币不具有与法定货币等同的法律地位，相关业务活动属于非法金融活动。

尽管NFT并不等于虚拟货币，但是当前我国关于NFT还没有严格的法律规定和条文，且NFT与虚拟货币应用相同的技术基础，未来NFT的铸造、发行、销售、流转必然都会有监管的介入。

我国虚拟货币主要监管政策

时间

主要内容

2013年12月

中国人民银行等五部门联合发布《关于防范比特币风险的通知》，要求各金融机构和支付机构不得开展与比特币相关的业务。

2017年9月

中国人民银行、中央网信办、工业和信息化部、工商总局、银监会、证监会、保监会联合发布《关于防范代币发行融资风险的公告》，指出代币发行融资中使用的代币或“虚拟货币”不由货币当局发行，不具有法偿性与强制性等货币属性，不具有与货币等同的法律地位，不能也不应作为货币在市场上流通使用。

2021年5月

国务院金融稳定发展委员会第五十一次会议强调“打击比特币挖矿和交易行为，坚决防范个体风险向社会领域传递”

2021年9月

人民银行等十部门再次就虚拟货币交易问题发布了通知。人民银行表示虚拟货币例如比特币、以太币等，包括泰达币等所谓稳定币，均不具有与法定货币等同的法律地位，不能作为货币在市场上流通。虚拟货币兑换、虚拟货币衍生品交易等虚拟货币相关业务全部属于非法金融活动，一律严格禁止，坚决依法取缔。

资料来源：观研天下数据中心整理

观研报告网发布的《中国数字藏品行业现状深度研究与未来投资分析报告（2022-2029年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据

库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国数字藏品行业发展概述

第一节数字藏品行业发展情况概述

一、数字藏品行业相关定义

二、数字藏品特点分析

三、数字藏品行业基本情况介绍

四、数字藏品行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、数字藏品行业需求主体分析

第二节中国数字藏品行业生命周期分析

一、数字藏品行业生命周期理论概述

二、数字藏品行业所属的生命周期分析

第三节数字藏品行业经济指标分析

一、数字藏品行业的赢利性分析

二、数字藏品行业的经济周期分析

三、数字藏品行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球数字藏品行业市场发展现状分析

第一节全球数字藏品行业发展历程回顾

第二节全球数字藏品行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲数字藏品行业地区市场分析

一、亚洲数字藏品行业市场现状分析

二、亚洲数字藏品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲数字藏品行业市场前景分析

第四节北美数字藏品行业地区市场分析

一、北美数字藏品行业市场现状分析

二、北美数字藏品行业市场规模与市场需求分析

三、北美数字藏品行业市场前景分析

第五节 欧洲数字藏品行业地区市场分析

一、欧洲数字藏品行业市场现状分析

二、欧洲数字藏品行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲数字藏品行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界数字藏品行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球数字藏品行业市场规模预测

第三章 中国数字藏品行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 我国宏观经济环境对数字藏品行业的影响分析

第三节 中国数字藏品行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对数字藏品行业的影响分析

第五节 中国数字藏品行业产业社会环境分析

第四章 中国数字藏品行业运行情况

第一节 中国数字藏品行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国数字藏品行业市场规模分析

一、影响中国数字藏品行业市场规模的因素

二、中国数字藏品行业市场规模

三、中国数字藏品行业市场规模解析

第三节中国数字藏品行业供应情况分析

一、中国数字藏品行业供应规模

二、中国数字藏品行业供应特点

第四节中国数字藏品行业需求情况分析

一、中国数字藏品行业需求规模

二、中国数字藏品行业需求特点

第五节中国数字藏品行业供需平衡分析

第五章 中国数字藏品行业产业链和细分市场分析

第一节中国数字藏品行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、数字藏品行业产业链图解

第二节中国数字藏品行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对数字藏品行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对数字藏品行业的影响分析

第三节我国数字藏品行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国数字藏品行业市场竞争分析

第一节中国数字藏品行业竞争现状分析

一、中国数字藏品行业竞争格局分析

二、中国数字藏品行业主要品牌分析

第二节中国数字藏品行业集中度分析

一、中国数字藏品行业市场集中度影响因素分析

二、中国数字藏品行业市场集中度分析

第三节中国数字藏品行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国数字藏品行业模型分析

第一节中国数字藏品行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国数字藏品行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国数字藏品行业SWOT分析结论

第三节中国数字藏品行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国数字藏品行业需求特点与动态分析

第一节中国数字藏品行业市场动态情况

第二节中国数字藏品行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节数字藏品行业成本结构分析

第四节数字藏品行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素

三、其他因素

第五节中国数字藏品行业价格现状分析

第六节中国数字藏品行业平均价格走势预测

一、中国数字藏品行业平均价格趋势分析

二、中国数字藏品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国数字藏品行业所属行业运行数据监测

第一节中国数字藏品行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国数字藏品行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国数字藏品行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2018-2022年中国数字藏品行业区域市场现状分析

第一节中国数字藏品行业区域市场规模分析

一、影响数字藏品行业区域市场分布的因素

二、中国数字藏品行业区域市场分布

第二节中国华东地区数字藏品行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区数字藏品行业市场分析

(1) 华东地区数字藏品行业市场规模

(2) 华南地区数字藏品行业市场现状

(3) 华东地区数字藏品行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区数字藏品行业市场分析

- (1) 华中地区数字藏品行业市场规模
- (2) 华中地区数字藏品行业市场现状
- (3) 华中地区数字藏品行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区数字藏品行业市场分析

- (1) 华南地区数字藏品行业市场规模
- (2) 华南地区数字藏品行业市场现状
- (3) 华南地区数字藏品行业市场规模预测

第五节华北地区数字藏品行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区数字藏品行业市场分析

- (1) 华北地区数字藏品行业市场规模
- (2) 华北地区数字藏品行业市场现状
- (3) 华北地区数字藏品行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区数字藏品行业市场分析

- (1) 东北地区数字藏品行业市场规模
- (2) 东北地区数字藏品行业市场现状
- (3) 东北地区数字藏品行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区数字藏品行业市场分析

- (1) 西南地区数字藏品行业市场规模
- (2) 西南地区数字藏品行业市场现状
- (3) 西南地区数字藏品行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区数字藏品行业市场分析

- (1) 西北地区数字藏品行业市场规模
- (2) 西北地区数字藏品行业市场现状
- (3) 西北地区数字藏品行业市场规模预测

第十一章 数字藏品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国数字藏品行业发展前景分析与预测

第一节中国数字藏品行业未来发展前景分析

一、数字藏品行业国内投资环境分析

二、中国数字藏品行业市场机会分析

三、中国数字藏品行业投资增速预测

第二节中国数字藏品行业未来发展趋势预测

第三节中国数字藏品行业规模发展预测

一、中国数字藏品行业市场规模预测

二、中国数字藏品行业市场规模增速预测

三、中国数字藏品行业产值规模预测

四、中国数字藏品行业产值增速预测

五、中国数字藏品行业供需情况预测

第四节中国数字藏品行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国数字藏品行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国数字藏品行业进入壁垒分析

一、数字藏品行业资金壁垒分析

二、数字藏品行业技术壁垒分析

三、数字藏品行业人才壁垒分析

四、数字藏品行业品牌壁垒分析

五、数字藏品行业其他壁垒分析

第二节数字藏品行业风险分析

一、数字藏品行业宏观环境风险

二、数字藏品行业技术风险

三、数字藏品行业竞争风险

四、数字藏品行业其他风险

第三节中国数字藏品行业存在的问题

第四节中国数字藏品行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国数字藏品行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国数字藏品行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国数字藏品行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 数字藏品行业营销策略分析

一、数字藏品行业产品策略

二、数字藏品行业定价策略

三、数字藏品行业渠道策略

四、数字藏品行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202204/586464.html>