

最近有很多小伙伴咨询关于余文乐nft的问题，小编结合多年的经验整理出来一些余文乐NFT头像对应的资料，分享给大家。

## 一.背景

4月，随着moonbirds短时间破纪录交易额引爆市场，bayc土地即将发行带领yuga club家族蓝筹猛涨，村上隆花和NBA在科学家们几百万份邮件和漏洞攻击中无法抵挡，pass通证类项目也在细分赛道中逐渐真香，NFT市场整体迎来了一波小行情。

但蓝筹市场的火热，也加剧着NFT市场本就严重的马太效应，就如那句老话，金钱往往流向不缺钱的人，苦难往往流向能吃苦的人，对应到NFT市场中，优质项目的入场券流向了不缺钱的鲸鱼和顶尖科学家口袋，破发归零土狗项目流向了没钱希望暴富但被割的韭菜

对于普通投资者来说，参与蓝筹或者热门NFT项目的门槛越来越高，虽然现在也有一定的解决方案，比如购买蓝筹项目的代币，NFT碎片化、NFT的质押、NFT流动性平台目前也有了雏形和方案，但除了apecoin之外，其余还没有规模化进入和应用到主流NFT交易场景和用户群体中，对于普通投资者来说，在高昂的资金门槛、先进科技的降维打击、水涨船高的gaswar的夹击中，能够提前埋伏并参与到蓝筹项目是具备一定难度的

其次，对非蓝筹的中小项目方日子也不好过，伴随着整体市场的大熊市背景，中小项目破发、公售mint不完的情况比比皆是，个人感触比较深的是白名单，从2-3月每天熬夜尬聊拉人头肝等级，到现在手上一堆白名单送都送不掉，也能反映出中小NFT项目的遇冷

虽然现在大部分中小项目确实打着做产品，实际却做着镰刀的事情，不过随着NFT玩家的认知逐步提升，各种优质分析工具的运用，再加上熊市的流动性不足，蓝筹项目吸血等问题，割韭菜项目也很难在主流市场有曝光。但其中也不乏有少数确实想做事的项目方，但在每天约有300+项目发行市场，如何在资源有限的情况下抓住用户注意力，是个难题

所以今天想分析下热门项目成功的底层逻辑是什么？非蓝筹项目方如何破局，以及对加密新手的一点点建议，纯属个人看法，欢迎理性探讨

整体目录如下

NFT项目成功的底层逻辑是什么？

信任问题-如何降低信任成本？

价值问题—产品带给用户的独特的价值是什么？

非蓝筹项目方的困局和破局点

写给加密新玩家的建议

二.NFT项目成功的底层逻辑什么？

去中心化、链上身份证明、确权、唯一性、解决信任问题.....NFT和其他web3产品一样，在各种媒体报道中被打上了web3相关的“精英范”标签，但在目前还是以投机为主的市场情绪和用户下，我还是建议NFT当做一个普通投资品来看待，所以我尽量尝试从商业的底层逻辑来分析为什么NFT会火？

既然是投资品，其实可以借用其他投资品框架进行分析，比如房子，如地段、学区、城市人口流入、政策、房产商，这些投资因素在NFT上都会有类似的体现，比如开发商对应的项目团队，要评估团队背景怎么样会不会跑路，地段对应着NFT里的稀缺性和流动性，政策区域规划代表着项目团队的roadmap，代表着未来的周边配套生态

那么NFT项目的底层逻辑是什么？我认为NFT项目的底层逻辑是共识+稀缺+流动性，bayc，azuki，doodles等蓝筹都有众多的研报或者文章在分析其成功原因，无论是提到强大社区共识、鲜明美术风格、团队背景等等，这些模块都在不断加强和巩固上述的底层逻辑

那么共识+稀缺+流动性如何在项目上进行体现呢？翻译为一句通俗的话语来描述，有足够多的用户相信购买你的NFT是有价值的，这就引出了这两个问题，首先是怎么解决信任的问题?其二你的产品（NFT）能够给用户带来什么价值？

二.信任问题-如何降低信任成本？

信任的问题在于怎么快速降低信任成本，加快用户决策，比如你为什么会购买某某明星或专家代言的产品，因为专家明星的公信力和背书降低了你和商品之间的信任成本，帮助你更快的进行决策，反映到NFT上，个人认为主要包含以下6个模块

1.项目团队

NFT项目终究是人来主导运营的，项目团队的背景实力强劲，很容易获得市场青

睐，比如moonbirds背后是web2大佬kevin rose和他资金实力雄厚的proof鲸鱼社区，强大的个人履历和社区力量，让无数人愿意为其加杠杆，造就了4月nft市场的奇迹

## 2.有影响力的明星或者ip资源

各路明星加持的bayc，国产的杰伦熊，余文乐zombie，最近艺术家独立行情的方力钧、jamesjean等，明星除了作为天然流量的入口外，还能吸引web2的粉丝带着热钱参与到NFT市场来，但目前也存在很多明星看到NFT赚钱效应想进来收割一波的现象

## 3.有资本站台，有能力做市商

资本或者说做能力做市商，通过市值管理、扫、拉地板、引起fomo情绪等方式，能够快速提升项目的热度，这是我个人认为热门项目成功的必要条件

## 4.项目团队的做事能力如何？roadmap是否靠谱能落地？

NFT新项目的白皮书在BAYC、AZUKI等老大哥的带领下，逐渐变得“千篇一律”，打造生态、DAO、治理token、gamfi、衍生品、土地、虚拟特权、优质白单、上太空、下地狱.....个人理解roadmap 需要找到一个既让用户对项目后续发展有足够想象力的期许，同时也可实际路径能落地的平衡点

## 5.市场营销

社交媒体的有效粉丝量级，新闻报道，Twitter指数，社区互动量级指标，都反应着市场对项目方的认可程度

## 6.官网设计

官网是用户能直观感受项目方做事能力的第一窗口，优秀的官网能够对第一印象有较大加成，比如clonex的官网，网页3d动画效果做的十分炫酷和科技感

## 三. 价值问题—产品带给用户的独特的价值是什么？

NFT的赚钱效应，吸引着越来越多项目团队的加入，除了热门蓝筹项目外，普通项目逐渐从2-3月卖方市场变为了买方市场，白名单不再成为项目方肆意玩弄用户肝脏的工具，在整体市场偏熊市、用户水平和认知逐渐提升的背景下，NFT产品也应回归其本身的产品价值，故对于用户来说，我为什么买你？你能带给我什么价值？

## 1.投资价值

在整体以投机为导向的市场，能不能挣钱永远是第一要义，用户购买的NFT背后主要推动力还是从利益出发，影响投资决策的原因也五花八门，背后团队、资本站台、IP资源、蓝筹持有者、fomo情绪、社区合作等等，综合来说都是项目方实力的体现

## 2.情感价值

很多项目的爆火有很大一部分原因是代表某类用户群体情感、价值观的映射，比如说mfer背后的玩世不恭的极客和加密原住民的形象，wow、coven代表女性社区力量的崛起，这类社区往往具备很强的共识和凝聚力

## 3.权益价值

购买NFT我能享受到什么独特的权益吗？比如会推出衍生品周边，尊享优质项目白名单，身份认证，token空投等，在pass类项目上还会包含付费类工具使用权利，虽然这块也是很多项目营销的重点，但做到比说到更重要，也是考察项目团队实际做事能力的指标

## 4.艺术价值

你的NFT设计是否有独特艺术价值？用户是否愿意去作为社交货币去进行传播，二次创作等，设计风格代表着是什么用户群体，背后是什么价值观，是否具备一眼能在成千上万的项目中具备独特的辨识能力？

## 5.社区价值

是否有独特的社区价值，获得一些独特的优质项目信息或者身份认证

## 四.非蓝筹项目方的困局和破局点

首先，说完蓝筹项目是怎么火的？咱们来看看非蓝筹项目是怎么“死”的，除了纯割韭菜的项目外，没有背景、没有力量，营销能力孱弱等是主要原因，最终造就项目流动性枯竭，“白名单都烂在了地里”，送都送不出去

那么，中小项目的破局点在哪里？

热度、热度、还TMD的是热度，创造热度，创造话题，创造meme，有热度就有

热钱涌入，有热钱地板就会拉升，地板拉了，fomo情绪起来，会带动更多人入场。产品价值是很重要，但如果用户都没法从每天海量信息中看到你，产品价值就没有任何意义，我简单整理了常见的中小项目出圈的方式

### 1. 空投蓝筹holder：

空投给蓝筹NFT holder，由于蓝筹holder在NFT较大影响力，可快速帮助项目出圈  
风险：每天往蓝筹地址里送NFT的项目无数，凭什么帮你传播？需要动脑子思考怎么把自己项目和蓝筹holder的NFT或者社区文化精神结合，创造出真正有意思的东西，来博取蓝筹holder的会心一笑，比如richbaby可以让punk和bayc的持有者生孩子，在很多bayc和punk的蓝筹持有者的助攻下，地板价最高到过1.6e

### 2. 创造meme

meme点或者理解为中文里的梗文化，产品和当前热点事件结合，或者创作出有趣、流行的借势营销，基本每个月都有类似的meme nft，如NMSL，印尼小哥，iren edao美女照，国产良心等项目，有热度就意味着有热钱进来

风险：过分玩梗，没有后续产品价值来做支撑，大家只会把你当做一个热度项目，FOMO起来了的快，凉的也快

### 3. CC0协议

CC0协议，是指创作者放弃有NFT的一系列权限，公众可以任意使用，甚至作为商用

风险：有不少项目都是cc0协议，算不上核心竞争力，同时CC0意味着把版权都下方给用户，在后续项目长期运营中，可能会存在潜在的影响

### 5. “碰瓷”名人ip

名人和kol有着很大的影响力，通过制作专属的名人NFT或者KOL的形象或者其他创意设计，让名人为你进行传播

风险：和蓝筹社区类似，名人和kol不缺项目方的空投，如何设计出独特的形象并和名人kol的梗结合，需要有足够深洞察力和想象力

### 6. 独特的美术风格：

合格的审美是NFT成功的底线，但个人认为形成抓人眼球的独特美术风格，能够在成千上万的项目中，通过具有辨识化的风格符号，让大家能够以最低的成本辨识出来，才是美术风格的竞争力

风险：设计不出来

7.白嫖freemint：

在白单送都送不完的情况下，白嫖是一种比较好吸引用户的方式，可通过释放部分freemint名额吸引热度，再通过产品价值权益留住用户

风险：白嫖用户价值很低，而且相当多科学家会批量撸号，如果不能通过产品价值吸引到真实用户，面临着被嫖到一滴都不剩的风险，需要设计机制兜底

总结，对于项目方来说，NFT的发行的客观成本不高，但做成好项目的成本很高，需要团队、资金、营销、市值管理、社区运营等各个模块的配合。

随着NFT老玩家圈子逐渐成熟和认知提升，同时在新韭菜涌入较为缓慢的情况下，要去从底层逻辑思考你有什么独特的价值点，并结合创意玩法去做破圈和传播

五.写给加密新玩家的建议

学习的目的是为了扩大你的认知半径，学习的结果是为了缩小你的行动半径（来源-加密菩提），最近看到一句话很有感触，成熟的认知体系和果断的行动能力，才是支撑你在crypto世界长期生存并赚钱的能力

第二，稀缺的不是机会，是本金，是我某位同事的签名，crypto世界最吸引我的是，每个月能都有3-4个上车机会，但也有无数的陷阱等着收割你，稳定的场外现金流是即是维持生活的基本保障，也是每次亏损后再次出发的底气。

近两年，圈层仿佛成为了网络高频热词，被人们运于各个领域。正所谓“物以类聚人以群分”，对于个人而言，圈层影响着人生下限和自身的格局。而对于物品来说，圈层则赋予了它的背后的内涵和明面的价码。在以往，圈层之间似乎有着明确的边界，不同圈层之间的“壁垒”将人群加以区隔，让彼此之间井水不犯河水。

然而，在这个信息爆炸的时代，营销则让圈层之间的边界变得愈发模糊，尤其那些深入人心的品牌，反而善于利用圈层，以破圈、出圈再塑圈的方式推广自己，从而“圈”住更多消费人群。例如，此前IT大佬联想与故宫合作，推出多款中国元素笔记本，引发了业内的极大关注；著名运动品牌李宁与linefriends合作，让喜爱布朗

熊的消费者趋之若鹜.....

而就在不久之前，上汽荣威登录国拍的消息，激发了各圈层人群极大的关注热情，一系列颇有创意的营销打法，再次刷新了人们对于品牌营销的定义，为跨圈营销增添了又一生动案例。

### 《荣威元宇宙》首登国拍 获得各圈层人群持续关注

提及“元宇宙”，相信大家都不会感到陌生，这一最早出现在1992年出版的科幻小说《雪崩》当中的名词，最初仅仅用以描绘一个庞大的虚拟现实世界。不过，在各大科技巨头的推波助澜下，元宇宙在全球范围内掀起了新一轮的科技革命浪潮，甚至入选《柯林斯词典》2021年度热词。

面对来势汹汹的“元宇宙”，身为中国科技国潮第一汽车品牌的上汽荣威紧扣时代脉络，在不久前在官方微博宣布，将以一幅《荣威元宇宙》NFT数字艺术作品，登录国拍进行公开拍卖。该消息一经发布，便吸引了时尚、艺术、体育、美妆等各圈层的集体关注。汽车品牌跨圈元宇宙这一稀罕事，瞬间激发了广大瓜众的好奇心、引起了网友们的强势围观。

很多网友疑惑的表示：荣威登录国拍，这是什么神仙操作？甚至有人惊呼，难道现实世界已经Out了？荣威要转战元宇宙卖车了？面对大家的疑惑，上汽荣威又“趁热打铁”释放了更多消息，通过一张充满科技感和未来感十足的海报，首次披露“跨次元共同体”这一全新概念，并以“谁将成为荣威元宇宙第一人”的悬疑设置，进一步将人们的好奇心推向了更高潮。

自此之后，上汽荣威不断通过微博、微信、B站视频以及新闻媒体平台等多种方式，对《荣威元宇宙》登录国拍的消息进行全方位、不间断的预热，并通过NFT作品进行理念解读，作者进行介绍等方式，与各圈层人群展开积极互动，各圈层人群也通过不同的方式，了解《荣威元宇宙》拍卖的最新动态。

最终，在1月23日当天，经过多轮紧张、激烈的角逐，荣威首幅NFT数字艺术藏品《荣威元宇宙》，在所有人的共同注视下以100万人民币的高价，由80后著名艺术家叶圣琴女士拍得。

上汽荣威率先布局元宇宙 为品牌营销开辟了全新路径

如果在此次《荣威元宇宙》登录拍卖进行复盘，我们不难发现，此次《荣威元宇宙》NFT首登国拍，不仅是上汽荣威在时代变革中的一次全新尝试，更是汽车行业圈层营销的又一次创新。

事实上，自从“元宇宙”概念爆红网络之后，跟风者不胜枚举，但能够将品牌与元宇宙进行深度融合者却泛善可陈，而上汽荣威以《荣威元宇宙》拍卖为契机，率先叩开了元宇宙的大门，将品牌营销与元宇宙这一全新概念深度绑定，为汽车品牌圈层营销开辟了一条全新路径，成为了汽车行业布局元宇宙的先行者。诚如负责此次拍卖的拍卖师所言：“这次拍卖是上海国拍行的NFT第一拍，更是中国汽车行业的第一拍，上汽荣威能够抓住这个风口，大胆创新举行拍卖，我觉得非常了不起”。

另外，从营销广度而言，此次荣威登录国拍也极为成功。众所周知，经过多轮的网络传播和发酵，元宇宙已不再是小圈子的“秘密”，而是进入公众视野，成为了科技、时尚、艺术、体育、美妆甚至动漫在内多个圈层的共同“交集”。而此次上汽荣威首开行业先河，通过NFT作品拍卖这一创举，轻松打破汽车圈与各圈层之间的壁垒，形成跨多个圈层的集体共振，实现了品牌声量的倍增。另外，在营销手法上，荣威以“好奇心”为有力抓手，变被动为主动，由单向传递改双向互动，持续获得各圈层人群的好感和关注。

除了在圈层营销方式、手法上进行创新以外，上汽荣威对于元宇宙理念的运用也走在了众人前面。

自“元宇宙”横空出世以来，包括NBA巨星库里，余文乐以及周杰伦等明星纷纷涉足NFT领域，就连俄罗斯冬宫博物馆、大英博物馆等官方收藏机构也纷纷加入到拍卖NFT数字藏品的行列。不过，有别于明星、机构将实物作品通过NFT虚拟化的方式，此次《荣威元宇宙》NFT数字艺术藏品的拍卖，并非随大流的盲目跟随，而是以“次时代”的全新视角反其道而行之，变“铸造”为“创造”的脱虚向实之举，以一幅《荣威元宇宙》NFT艺术作品，将美好的理念通过技术与科技将“虚拟”化作“现实”，将一款全新的跨次元共同体——龙猫，带到每个人的身边。

截止到目前，《荣威元宇宙》NFT数字艺术藏品拍卖已尘埃落定，但此次荣威的跨圈营销未到达终点，未漏真容跨次元共同体龙猫，已经在多个圈层受众心中再次种下了一颗“好奇种子”。那么，这款“跨次元共同体”到底有哪些亮点？就让我们一同期待上述文章内容就是它的新消息吧！

要问近期最火热的概念是什么？相信非“元宇宙”莫属了。随着元宇宙热潮席卷全球，国内外各大科技巨头纷纷转战“元宇宙”。此前，社交媒体巨头Facebook改名Meta声称要重点布局元宇宙，百度也发布了首个元宇宙产品“希壤”、字节跳动也成立元宇宙公司Metaverse.....而就在刚刚，上汽荣威首登国拍的消息，再次引发了网友的强烈关注与好奇。

2022年1月15日，中国科技国潮第一汽车品牌——上汽荣威，官方微博宣布首次登录国拍，旗下首款NFT数字艺术作品“荣威元宇宙”将在国拍进行公开拍卖，标志

着上汽荣威迈开了进军“元宇宙”的步伐，成为了汽车圈布局元宇宙的先锋品牌。

## 元宇宙来势汹汹 NFT赋予“收藏”更多可能

元宇宙概念最早起源于美国作家史蒂文森在1992年创作的科幻小说《雪崩》中，用以描绘一个庞大的虚拟现实世界，在这个世界中人们能以数字化身的形态进行交流、生活与工作。不过，由于受到当时技术的限制，元宇宙始终停留在概念和理论的层面。而区块链、VR虚拟现实、AR增强现实等新兴技术的发展，有机会让元宇宙概念落地，并在科技公司和社交媒体的助推下，在全球范围掀起了新一轮的科技革命浪潮。

在“元宇宙”这一虚拟世界里，除了可以带来社会生活的沉浸式社交体验外，还存在着“数字艺术收藏品” NFT ( Non-FungibleToken )，这种区块链技术的运用，让人能够拥有不可分割且独一无二的“数字艺术收藏品”。由于“数字艺术收藏品”在区块链上拥有唯一的标识和权属信息，不能被盗用，所以用户一旦获得就相当于拥有了独一无二且无法同质化的数字资产。

就如同，在区块链这个游戏中，游戏中的资产归玩家所有，即使游戏宕机或服务器关闭，玩家依旧持有NFT资产，NFT资产也可以转换成代币在其他游戏中使用。可以说NFT的出现，赋予了这些艺术品更加强大的生命力和收藏价值。

## 上汽荣威官宣首登国拍 吹响进军元宇宙号角

随着元宇宙在全球热度持续走高，很多极具价值的藏品均可以铸造成“数字艺术收藏品”进行拍卖。例如，周杰伦旗下服饰品牌PHANTACi联合Ezek推出Phanta Bear(幻影熊) NFT系列；林俊杰宣布持有元宇宙“虚拟地块”；余文乐持有价值超千万美元艺术藏品.....就连俄罗斯冬宫博物馆、大英博物馆等官方收藏机构也纷纷加入到拍卖NFT数字藏品的行列当中。

除了流量明星、官方艺术机构以外纷纷涉足NFT领域以外，身为中国科技国潮第一汽车品牌的上汽荣威，也站在了布局元宇宙的风口的最前沿，以一幅名为“荣威元宇宙”的NFT数字艺术作品，登录国拍进行公开拍卖，由此吹响了上汽荣威进军元宇宙的号角！而汽车品牌跨界元宇宙的消息，不由激发了广大瓜众的好奇心、引起了网友们的热议，很多人感叹：几天不上网冲浪，感觉整个人都跟不上荣威的节拍。甚至有网友惊呼，难道现实世界已经Out了？荣威要转战元宇宙卖车了？

## 荣威积极拥抱元宇宙 引发各圈层用户集体关注

事实上，自“元宇宙”概念爆红之后，元宇宙已不再是小圈子的“秘密”。从概念到落地，从小众到潮流，元宇宙不仅在加速重构虚拟和现实的边界，同时也与科技、时尚、艺术、体育、美妆、设计诸多圈层中构建起了共同的“交集”。

尤其是在现今这个崇尚不同品牌、不同行业之间跨圈、出圈已成常态的时代，上汽荣威进军元宇宙，势必吸引时尚、艺术、体育、美妆等各圈层的集体关注，打破汽车圈与各圈层的次元壁垒，形成跨多个圈层的集体共振，从而创造更大的品牌声量。

2022年1月23日，NFT数字艺术作品“荣威元宇宙”将在国拍进行公开拍卖，至于结果如何？就让我们一同拭目以待吧！

相信经过小编对余文乐nft和余文乐NFT头像的介绍，你对余文乐nft了解更加地透彻了，感谢你对我们地支持与关注！