

時尚元宇宙- 服飾品牌的 NFT (non-fungible tokens) 案例研究

Fashion Metaverse - Case Study of NFT (Non-Fungible Tokens) been used in Apparel Brands

林雅齡*、張祐豪

Lin Aling, Chang Yu Hao

台南應用科技大學服飾設計管理系

Dept. of Fashion Design & Management Tainan University of Technology

alinglin@gmail.com

摘要

本文聚焦於時尚品牌使用非同質化代幣 (NFT, non-fungible tokens) 之趨勢和商機的案例研究。非同質化代幣(NFT)是區塊鏈技術中的一種應用方式，可用於創建獨特的數位商品，例如虛擬服飾。本研究試圖研究數個案例，包括Louis Vuitton、Gucci和The Fabricant等，探討服飾品牌如何使用NFT來創造獨特和有價值的虛擬商品，提高品牌忠誠度並探索新的商業模式。此外，本研究還提出了未來研究的方向，包括如何進一步推動NFT在時尚產業中的應用，以及如何實現NFT的可持續性和社會責任。本研究試圖深入探討時尚元宇宙，使用NFT的趨勢和商業機會的視角，並提出了一些重要的商業挑戰和未來研究的方向，期望能為時尚產業在使用NFT提供有價值的參考和啟示。

關鍵字：時尚品牌, 非同質化代幣(NFT), 元宇宙, 虛擬服飾

內容精要：

當今，NFT技術正開始在時尚元宇宙中發揮作用，為服裝品牌提供了一個創新價值與有潛力的商業模式。NFT技術可以幫助服裝品牌創造獨特的、不可替代的數位服裝作品，從而增強品牌在時尚元宇宙中的影響力和知名度。具體而言，服裝品牌可以通過NFT技術創建獨特的、限量的數位服裝作品，亦可以通過NFT區塊鏈技術實現供應鏈透明化，確保服裝產品的真實性和可追溯性，進一步增強品牌的誠信度和價值，將其銷售給收藏家和時尚愛好者，並在虛擬世界中建立更緊密的關係和互動。本研究發現時尚品牌使用NFT的主要目的，是創建和銷售虛擬服裝和數位身份，除作為行銷宣傳工具外，也藉以滿足消費者對追求數位擁有權和獨特性的需求。

致謝 本研究獲科技部的補助計畫案號：MOST-111-2637-H-165-001-，特此鳴謝。



上圖 Louis Vuitton 《LOUIS：THE GAME》。

下圖 GUCCI 推出數位藏品《Super Gucci》。

(圖片來源：LV 官網，下：OpenSea 網站)

