

NFT產業策略分析報告(範例)

以師園鹽酥雞為例

國立臺中教育大學 數位內容科技學系

吳智鴻 教授、劉倩妤

EMAIL:CHWU@MAIL.NTCU.EDU.TW



完成項目

Part I.

- 在opensea平台上架一個項目
- 說明你為何要上架這個項目

Part II 產業策略分析



Part I

口頭報告：NFT上架 (例如Game、教育、運動)

1. 在opensea平台上架一個NFT項目
 2. 截圖你上架的NFT & 網址
 3. 說明你為何要上架這個項目
-





Part II

口頭報告：搜尋一個NFT成功的案例 (例如Game、教育、運動)

1. 案例介紹 & NFT截圖

2. 成功案例策略分析

用SWOT分析、

商業模式圖分析、

Google Trend分析。

3. 你的新企畫(提出構想的NFT新產品，可以怎麼設計與應用，例如：VR+NFT)



Part I. Opensea 上架

我上架Opensea的NFT Collection: STEAM education



Stem education steam#1



Search items, collections, and accounts



Edit

Cancel listing

8

0

STEAM education

steam#1

Owned by you

Sale ends July 9, 2022 at 11:19pm CST

Current price

0.01 (\$26.43)

Buy now

Description

Link:

Price History

<https://opensea.io/assets/matic/0x2953399124f0cbb46d2cbacd8a89cf0599974963/95645619723931435165963614504181991406333231338153065254415824627766818504705/>

Stem education ComputaionalThinking_STEAM_Makecode_Lecture

The screenshot shows the OpenSea interface for an asset titled "STEM & CT 課程". The asset is a PDF document with a cover page that includes a diagram with four quadrants: "折解問題" (Problem Solving), "模式辨別" (Pattern Recognition), "運算思維" (Computational Thinking), and "演算法" (Algorithms). The text on the cover page describes the course content, mentioning PPT, video, and software introduction, as well as hardware and software elements used in the development of a space destruction game.

OpenSea Search items, collections, and accounts

Edit Sell

STEM education

ComputaionalThinking_STEAM_Makecode_Lecture

Owned by you

Price History

All Time

No item activity yet

Description

Created by you

Here is the ppt lecture for STEAM activity in makecode arcade platform to develop a space destroy game.

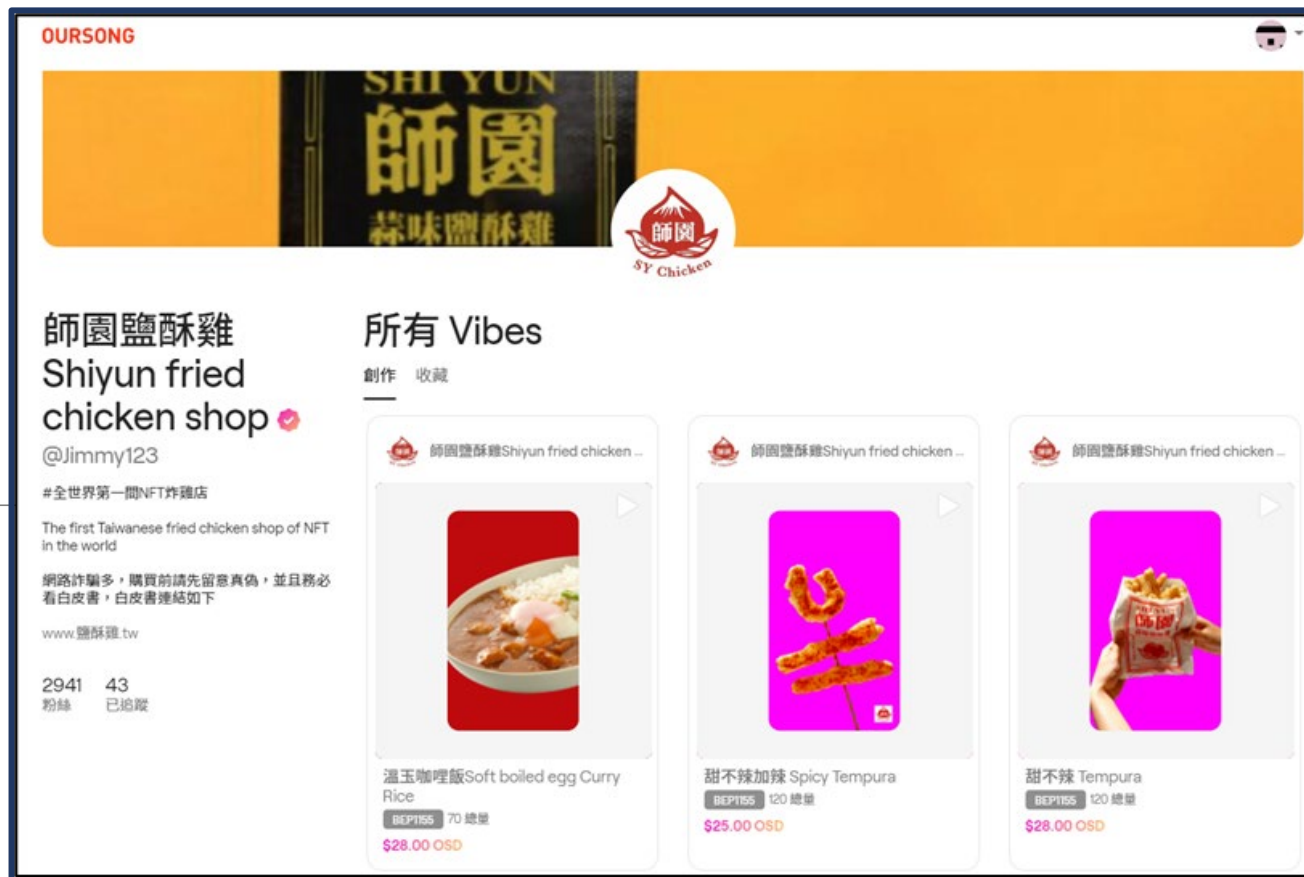
Link:

<https://opensea.io/assets/matic/0x2953399124f0cbb46d2cbacd8a89cf0599974963/95645619723931435165963614504181991406333231338153065254415824629965841760257/>

Part II. 產業策略分析

師園鹽酥雞

使用目前較少人使用的OURSONG作為銷售平台，藉以推廣自家鹽酥雞產品(目前1OSD約為1美金)



運作模式

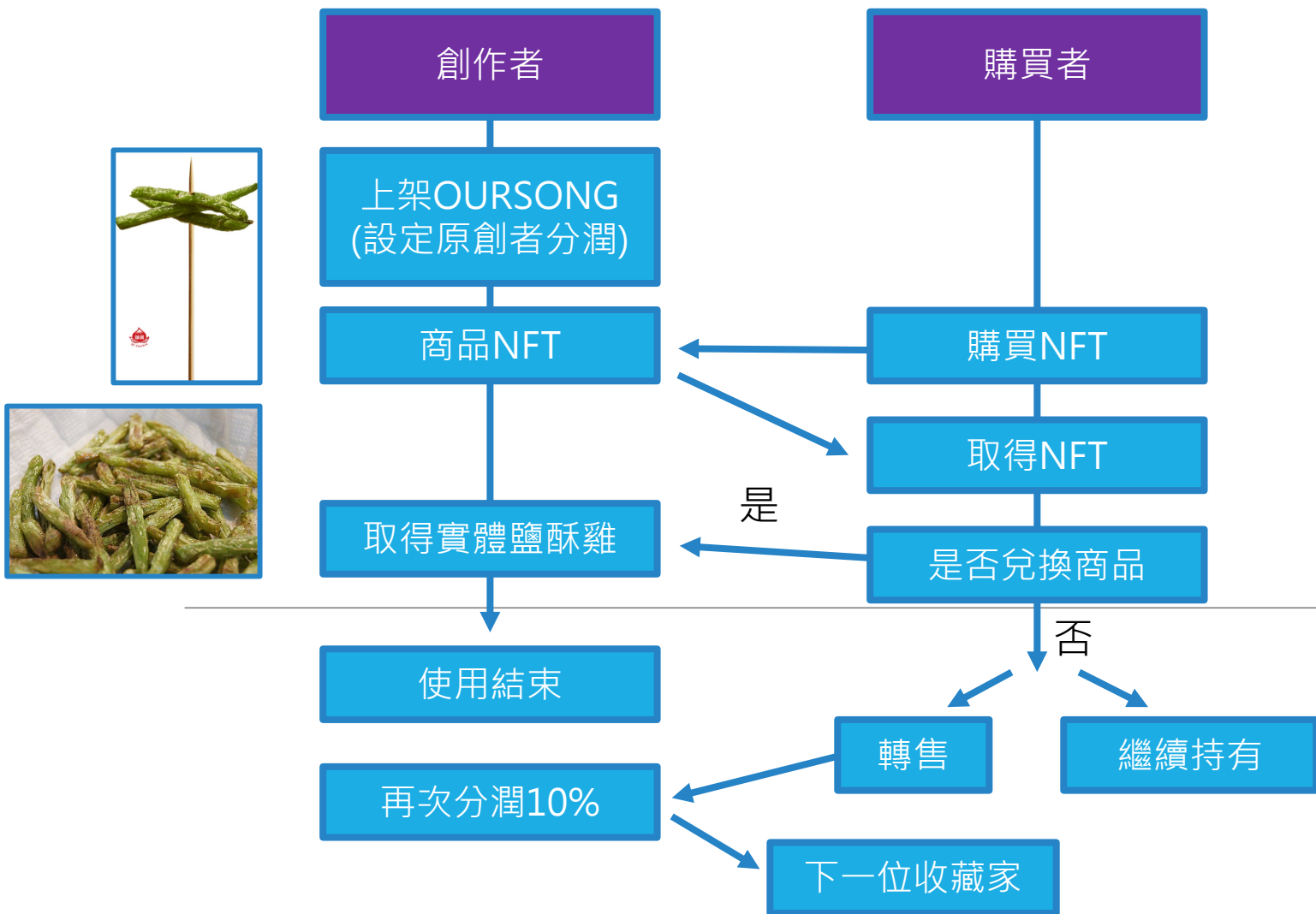
- 師園鹽酥雞使用目前較少人使用的OURSONG作為銷售平台而非目前最多人的Opensea，其原因為相比Opensea，OURSONG介面基於普及化的核心概念打造，介面使用上親民，容易吸引許多不太懂NFT或是單純喜愛收藏的人前往購買

販售特色

- 在販售上師園鹽酥雞將網路與實體做結合，購買OURSONG的NFT產品後可前往實體店面兌換相對應產品，透過此方式達成了線上與現下的宣傳，加上新穎的宣傳方式讓師園鹽酥雞快速的被許多人知道
-



05 NFT應用-鹽酥雞



運作流程圖

將店內的鹽酥雞等餐點變為「NFT」，只要是持有過師園NFT的人，都可以免費換該商品一次，如A買到四季豆NFT，可以至師園門市換取免費的四季豆一份。若A將四季豆賣給B，則B可以至師園門市換取免費的四季豆一份，以此類推

分潤

製作 Vibe 時可設定10%作為後續銷售的原創者分潤。舉例來說，製作了一個 Vibe，並且以 \$100 出售，分潤為 10%。收藏將購買後用 \$200 售出。由於原創者分潤機制，作為內容的創作者，你可以獲得該售價的 10%，即 \$20

05 NFT應用-台灣師大龍泉商園

1 銅樂時尚鍋物 韓式部隊鍋 買一送一 釋香叻沙鍋 買一送一	2 佐之味甜不辣 甜不辣 買一送一 綜合湯 買一送一	3 燈籠油味 豬腿肉 買一送一	4 雲南小鎮 月亮蝦餅 買一送一 椒麻雞 買一送一	5 許記生煎包 生煎包 買一盒送一份	6 木木口茶果飲 蜂蜜檸檬 買一送一 虎紋黑糖拿鐵 買一送一
7 阿諾可麗餅 海鮮雞蛋可麗餅 買一送一 香脆巧克力可麗餅 買一送一	8 雞房重地鹽水雞 全雞任選15樣 買一送一 全雞任選6樣 買一送一	9 龍泉居-禮盒 珍珠奶茶 折5元 炒飯金品項 折10元	10 寶島牛肉麵 牛肉泡麵冷肉龍眼 買一送一 牛丼飯 買一送一	11 光哥鱈魚意麵 花枝炒麵 買一送一	12 牛魔王牛排館 沙朗牛排 買一送一 菲力牛排 買一送一
13 阿發當歸鴨 當歸鴨腿 買一送一 蚵仔煎 買一送一	14 騎士基 雞排 買一送一 飲料 買一送一	15 師園鹽酥雞 鹽酥雞 買一送一 飲料吧內用 免費暢飲	16 牛老大牛肉麵 紅燒半筋牛肉麵 買一送一 木須肉炒麵 買一送一	17 好雞匯鹽水雞(師大店) 半雞+五配菜 買一送一 半雞+兩配菜 買一送一	師大 龍泉商園

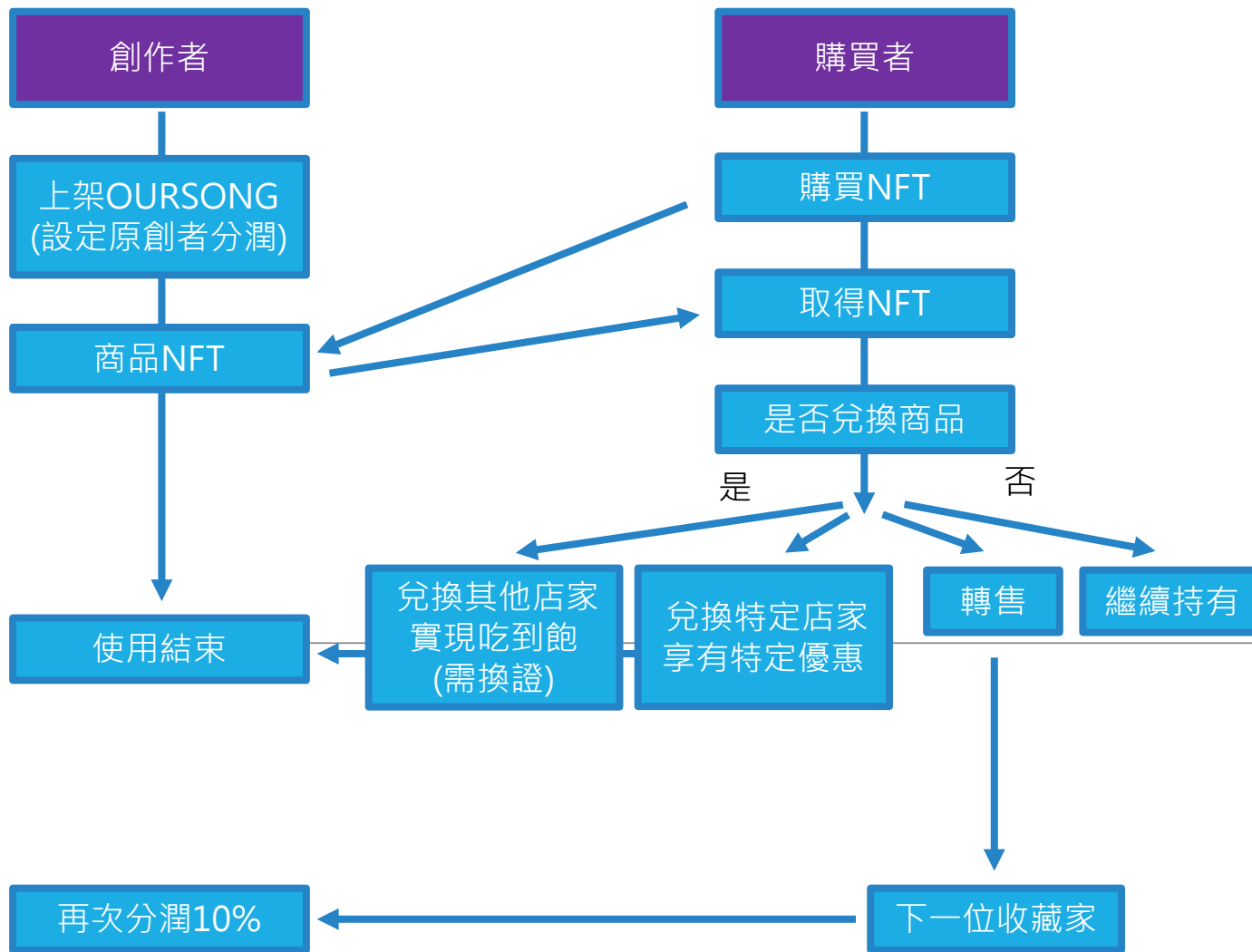
運作模式

- 與師園鹽酥雞相同皆使用OURSONG上架商品，不同的地方為師大龍泉商園是以整個商圈作為NFT販售，持有不同店家NFT所享有的優惠也不同

販售特色

- 以整個商圈作為發想結合NFT販售商品，享有台灣師大龍泉商園NFT即享有1年六次的夜市吃到飽(每間店限兌換一次)

05 NFT應用-台灣師大龍泉商園



運作流程圖

持有者除了可享超過15間台北師大商圈知名小吃買1送1之外，還加碼享有師大龍泉商圈超過15間「美食吃到飽」的福利

若參與夜市吃到飽活動，需持NFT至師大龍泉商圈協會櫃檯換證

若購買光哥鱈魚意麵，可至實體店面享有特定優惠[花枝炒麵買一送一]，還可將此NFT兌換證享受吃到飽服務

05 NFT應用-鹽酥雞

商業模式圖

- 台灣鹽酥雞店「師園鹽酥雞」在NFT銷售平台OURSONG中販售自家的鹽酥雞產品，其產品包含：甜不辣、炸魷魚、雞排等，以創新的銷售方式吸引許多人前往購買鹽酥雞NFT產品，而師園鹽酥雞也提供給購買NFT產品的人可來店免費獲得相對應產品的服務，若此產品轉賣後則另一位獲得此NFT產品的人可再前往兌換，以此類推，將網路與實體店面做連結，藉由網路流通迅速的優勢來讓自家的鹽酥雞產品能夠更快速的被更多人知道



內在因素Internal Factors	
優勢Strength	劣勢Weakness
1. 全世界第一間NFT炸雞店 2. 多種商品提供給客人選擇 3. 購買後可至實體店面兌換	1. OURSONG使用者數量不高 2. 未與其他廠商合作
外在因素External Factors	
機會Opportunity	威脅Treat
1. 獨特販售方式吸引消費者目光 2. 網路銷售提升知名度	1. NFT上漲導致無人購買 2. 將店面商品移至網路上販售創新度不足 3. 店面覆蓋率

SWOT分析

- 與實體店面相比，師園鹽酥雞與NFT結合讓更多人知道自家產品，同時利用於網路上購買NFT產品後可至實體店面購買的方式讓虛擬與實體產生連結，如此獨特的銷售方式成功吸引了許多消費者的目光，藉由網路銷售的方式提升知名度，儘管如此，與Opensea相比OURSONG的使用者相對而言較少，因此在宣傳上的數量有限，加上因為是宣傳自己的產品未與其他廠商合作或是提供創新的想法來販售，以及NFT產品於網路上持續的上漲，如此現象可能導致風潮易退去，或是某些地區可能沒有師園鹽酥雞實體店面，透過網路銷售實體兌換的方式會造成某些人的不便利進而不選擇於網路上購買此產品，同時因為是直接將實體產品移至網路上販售，並未提供其他特殊優惠，若是附近便有師園鹽酥雞實體店面的人會選擇直接前往購買的機會較高



Google Trend

由Google Trend搜尋可發現NFT與元宇宙為今年快速竄升「什麼」關鍵字的第四與第五名，NFT搜尋熱度在2021年12月到達顛峰，如圖20，而元宇宙的搜尋熱度在2021年11月到達顛峰，如圖21，可發現2021年因元宇宙的盛行讓許多人針對這些方面感興趣。

而師園鹽酥雞的搜尋熱度在2021年11月達到顛峰，如圖22，師園鹽酥雞NFT於2021年11月27日首度於OURSONG公開發行，此時間與NFT、元宇宙、搜尋熱度最高峰時間相近，可發現三者相輔相成，而師園鹽酥雞也成功跳出，在2021年11月成功販售NFT作品。

Google Trends

由Google Trend搜尋可發現NFT與元宇宙為今年快速竄升「什麼」關鍵字的第四與第五名，NFT搜尋熱度在2021年12月到達顛峰，如圖20，而元宇宙的搜尋熱度在2021年11月到達顛峰，如圖21，可發現2021年因元宇宙的盛行讓許多人針對這些方面感興趣。

而師園鹽酥雞的搜尋熱度在2021年11月達到顛峰，如圖22，師園鹽酥雞NFT於2021年11月27日首度於OURSONG公開發行，此時間與NFT、元宇宙、搜尋熱度最高峰時間相近，可發現三者相輔相成，而師園鹽酥雞也成功跳出，在2021年11月成功販售NFT作品。

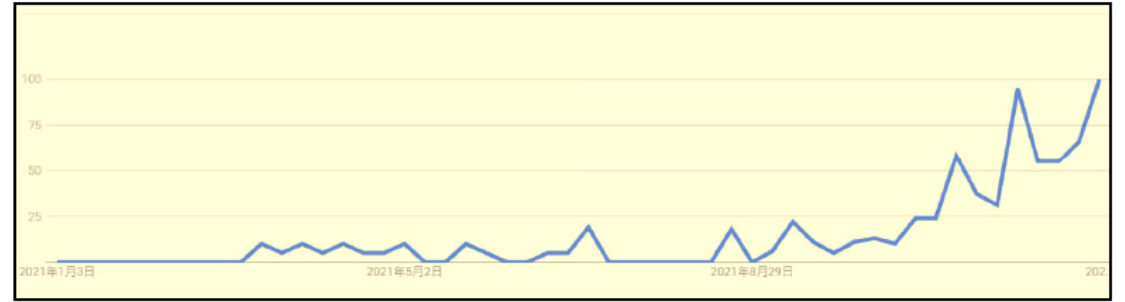


圖 20 NFT 搜尋熱度的趨勢變化
(參考網址：<https://reurl.cc/02d1oA>)

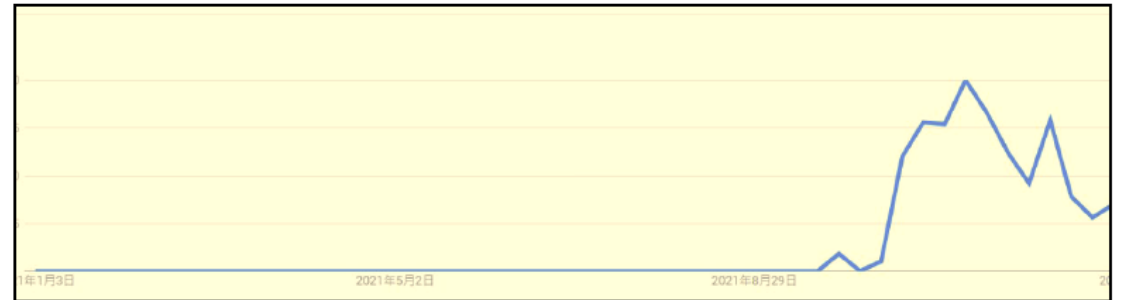


圖 21 元宇宙搜尋熱度的趨勢變化
(參考網址：<https://reurl.cc/6Ed52r>)

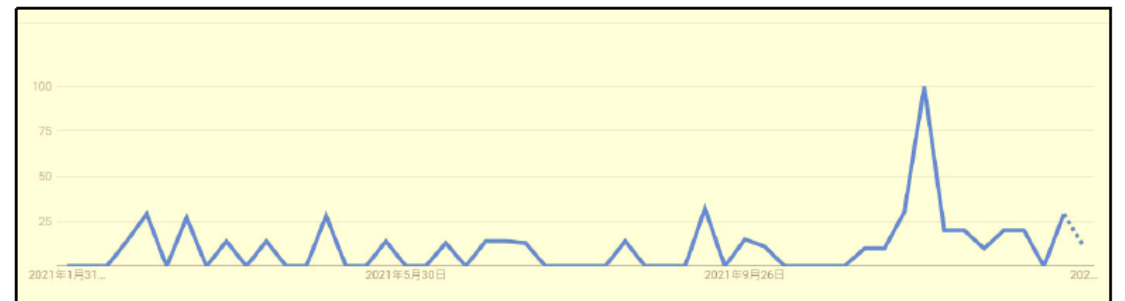




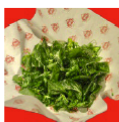
圖 22 師園鹽酥雞搜尋熱度的趨勢變化
(參考網址：<https://reurl.cc/Y9qela>)

師園鹽酥雞成交紀錄人數分析

觀察成交紀錄人數，在OURSONG中，系統會顯示最後10位的成交時間，而交易時間超過一個月以前則會以「一個月以前」表示，一個月以內若有交易則會呈現簡單時間，此研究以「一個月以內」為統稱。

由表格可知19項產品中「一個月以內」交易人數大於「一個月以前」交易人數有5項，而19項產品皆有販售，由此可知**大部分產品在最近一個月內是沒有人願意購買的**，願意購買的產品有：**四季豆(14.90SD)、全世界第一個炸雞排(99 OSD)、九層塔(12 OSD)、多點九層塔(10 OSD)、溫玉咖哩飯(30 OSD)**，可能的原因為這些產品在師園鹽酥雞中屬於熱銷商品，或是這些商品在OURSONG中價格較為便宜因此仍有上漲的可能性，依一個月內成交人數排序，見表6：

依成交紀錄排序

產品	圖片	總量	販售中	目前價格 OSD	漲幅	成交紀錄人數 (一個月以前)	成交紀錄人數 (一個月以內)
四季豆		500	40	14.9	1390%	0	10
溫玉咖哩飯		70	4	30	5900%	0	10
多點九層塔		100	5	10	43.06%	0	10
九層塔		100	15	12	9.19%	1	9

產品	圖片	總量	販售中	目前價格 OSD	漲幅	成交紀錄人數 (一個月以前)	成交紀錄人數 (一個月以內)
全世界第一個炸雞排		120	12	99	4650%	2	8
甜不辣加辣		120	12	24.9	248900%	6	4
師園咖哩飯		70	6	20	3900%	6	4
炸湯圓		100	8	15	66.67%	6	4
全世界第一個鹽酥雞(黑)		100	8	90	8900%	7	3
第一顆炸豆腐		100	6	19	3700%	7	3
炸雞皮(全球首發) fried chicken skin		100	6	35	75%	8	2
甜不辣		120	5	18	63.64%	8	2

依成交紀錄排序

產品	圖片	總量	販售中	目前價格 OSD	漲幅	成交紀錄人數 (一個月以前)	成交紀錄人數 (一個月以內)
炸魷魚 (全球首發) fried squid		100	10	80	3900%	9	1
花椰菜		100	7	30	2900%	9	1
全世界第一個鹽酥雞(黃)		100	6	67.5	6650%	10	0
全世界第一個鹽酥雞(紅)		100	11	50	4900%	10	0
香菇 mushroom		80	4	15	1400%	10	0
杏鮑菇 king trumpet mushroom		80	5	10	900%	10	0
雞排-切 (全球首發)		120	12	45	2150%	10	0

師園鹽酥雞漲幅分析

從漲幅中可發現，甜不辣加辣的漲幅最高，從原本的105B漲至24.90SD，漲幅為248900%，其次為鹽酥雞產品，分別為鹽酥雞（黑）8900%、鹽酥雞（黃）6650%，而甜不辣、鹽酥雞皆為師園鹽酥雞中的熱銷商品，可能原因為實體店面的熱銷商品移至網路上販售時依舊具有買氣，而漲幅最少的為九層塔，漲幅為9.19%。

依漲幅高低排序

產品	圖片	總量	販售中	目前價格 OSD	漲幅	成交紀錄人數 (一個月以前)	成交紀錄人數 (一個月以內)
甜不辣加辣		120	12	24.9	248900%	5	4
全世界第一個鹽酥雞(黑)		100	8	90	8900%	7	3
全世界第一個鹽酥雞(黃)		100	6	67.5	6650%	10	0
溫玉咖哩飯		70	4	30	5900%	0	10
全世界第一個鹽酥雞(紅)		100	11	50	4900%	10	0
全世界第一個炸雞排		120	12	99	4650%	2	8

產品	圖片	總量	販售中	目前價格 OSD	漲幅	成交紀錄人數 (一個月以前)	成交紀錄人數 (一個月以內)
炸魷魚 (全球首發) fried squid		100	10	80	3900%	0	1
師園咖哩飯		70	6	20	3900%	0	4
第一顆炸豆腐		100	6	19	3700%	0	3
花椰菜		100	7	30	2900%	0	1
雞排-切 (全球首發)		120	12	45	2150%	0	0
香菇 mushroom		80	4	15	1400%	0	0


依漲幅高低排序

產品	圖片	總量	販售中	目前價格 OSD	漲幅	成交紀錄人數 (一個月以前)	成交紀錄人數 (一個月以內)
四季豆		500	40	14.9	390%	0	10
杏鮑菇 king trumpet mushroom		80	5	10	00%	10	0
炸雞皮 (全球首發) fried chicken skin		100	6	35	75%	8	2
炸湯圓		100	8	15	6.67%	6	4
甜不辣		120	5	18	3.64%	8	2
多點九層塔		100	5	10	3.06%	0	10
九層塔		100	15	12	0.19%	1	9

師園鹽酥雞價格分析

從價格高低中可發現，炸雞排的價格為所有產品中最高，目前價格為990SD，其次為鹽酥雞(黑)，目前價格為900SD，價格最低的為多點九層塔，目前價格為100SD，九層塔在OURSONG中所販售的價格為最低，結合上述分析可得知九層塔為目前漲幅最低且價格最低廉的產品，而全世界第一個鹽酥雞（黑）為目前OURSONG中漲幅最高且價格昂貴的產品，至於炸雞排則是目前成交人數多、漲幅高且價格高的產品。

依價格高低排序

產品	圖片	總量	販售中	目前價格 OSD	漲幅	成交紀錄人數 (一個月以前)	成交紀錄人數 (一個月以內)
全世界第一個炸雞排		120	12	99	4650%	2	8
全世界第一個鹽酥雞(黑)		100	8	90	3900%	7	3
炸魷魚(全球首發) fried squid		100	10	80	3900%	9	1
全世界第一個鹽酥雞(黃)		100	6	67.5	6650%	10	0
全世界第一個鹽酥雞(紅)		100	11	50	4900%	10	0
雞排-切(全球首發)		120	12	45	2150%	10	0

產品	圖片	總量	販售中	目前價格 OSD	漲幅	成交紀錄人數 (一個月以前)	成交紀錄人數 (一個月以內)
炸雞皮(全球首發) fried chicken skin		100	6	35	75%	8	2
溫玉咖哩飯		70	4	30	3000%	0	10
花椰菜		100	7	30	2000%	9	1
甜不辣加辣		120	12	24.9	248900%	6	4
師圓咖哩飯		70	6	20	3000%	6	4
第一顆炸豆腐		100	6	19	3700%	7	3
甜不辣		120	5	18	63.64%	8	2

依價格高低排序

產品	圖片	總量	販售中	目前價格 OSD	漲幅	成交紀錄人數 (一個月以前)	成交紀錄人數 (一個月以內)
香菇 mushroom		80	4	15	1400%	10	0
四季豆		500	40	14.9	1390%	0	10
杏鮑菇 king trumpet mushroom		80	5	10	900%	10	0
九層塔		100	15	12	9.19%	1	9
多點九層塔		100	5	10	43.06%	0	10

你的新企畫(提出構想的NFT新產品，可以怎麼設計與應用，例如：VR+NFT)

企劃發想

你的企劃為何會成功的因素?