

在 1960 年代，由于安迪·沃霍尔(Andy Warhol)，坎贝尔的罐头汤成为了一件艺术品。2021 年，为了庆祝其标签的重新设计，该公司加入了

NFT 的潮流：艺术家 Sophia Chang 创作了 100 件独特的 NFT 艺术品。他们的销售收入捐给了美国饥饿救济组织 Feeding

America。

同样在 2021 年，可口可乐拍卖了四件独家 NFT，其中包括公司历史的一部分，例如 1950

年代的自动售货机或夹克，但为数字世界重新诠释。收益再次用于慈善事业。

通过这样做，粉丝可以通过这些数字复制品与品牌保持联系，这反过来又有助于公司获得更多收入或提升其品牌形象(正如我们刚刚看到的，这些收入可以用于社会目的)。

推销

NFT

也可以成为运动队赚更多钱的一种方式。在美国，它正在成为一种将独家体育卡传统数字化的方式。在西班牙，职业足球联盟已与多家公司达成协议，为球迷制作视频和游戏等产品。

比赛

既不是拍卖也不是销售。在法国，麦当劳从其众多旗舰产品中创作了四件艺术品，并通过抽奖活动将它们送出。

房地产

除了艺术、休闲或娱乐，NFT 还有其他用途。2021 年，基辅(乌克兰)一套公寓的交易通过 NFT

完成，在满足买卖条件之前阻止资金转移。不可替代的代币还用于以传统契约的方式证明财产的所有者。

## 后勤

该行业的另一个技术例子是物流领域。NFT 用于在运输过程中跟踪和追踪货物。每个令牌唯一地标记一个包裹、一个批次或一个容器。

## 元界

### NFT

还提高了许多公司在其“数字总部”中的存在，其中一些策略如上所示。时装公司 Mango 今年 5 月宣布，基于 Joan Miró、Miquel

Barceló 和 Antoni Tàpies 的尽可能多的作品共同创作五件数字作品，这些作品与 100 件 NFT T 恤一起推出。

Mango 并不是唯一一家在其 Metaverse 中选择 NFT 的设计公司。Dolce & Gabanna

在一场虚拟时装秀中结合了实体服装和可穿戴数字艺术。一件名为 Glass Suit 的 NFT 物品以刚刚超过 100

万美元的价格被拍卖，出价的人也带着实物复制品离开了。

## 用于公共管理的 NFT

## 旅游

传统与数字世界并不冲突。当地节日可以使用 NFT 来开展令人惊讶的行动或接触新一代。

这就是萨拉戈萨市议会(西班牙)在庆祝圣女皮拉尔之际所做的。几天来，互联网用户访问了一个复制皮拉尔广场的网页;在那里，他们必须找到一个装有鹅卵石的篮子，以便在社交网络上分享，并参加抽奖活动，其中包括受历史悠久的当地巨人和大人物剧团启发的独家

NFT 等奖品。

## 新的收入来源

与我们在文章前面谈到的文化和艺术传播相关，政府可以利用 NFT

来补充其博物馆商店的利润。

已经有过几次经验了。佛罗伦萨(意大利)的乌菲兹美术馆以 140,000

欧元的价格出售了米开朗基罗的《通多多尼》的独特数字副本。圣彼得堡(俄罗斯)的冬宫也通过 NFT 拍卖其五件作品获得了收入。

排他性的概念使客户对 NFT 更感兴趣，他们以新的眼光接触品牌。我们已经看到了拍卖、竞赛、销售.....您将如何在公司和公共管理中应用这些 NFT?