

HKD.com 下季啟數碼藝術品交易

上架免費 允比特幣以太幣交易

藝術家 Beeple 的 NFT (非同質化代幣) 作品，早前拍賣中以約 6,935 萬美元天價成交，晉身歷來身價最貴的 NFT，備受市場注目。在香港，數字資產交易所 HKD.com 擬推出首個數碼藝術品 NFT 交易平台，營運模式類似拍賣行，藝術家可透過一口價或拍賣方式，交易包括數碼藝術品、動畫、音樂、電影等加密收藏品，料將於第 3 季出爐。

● 香港文匯報記者 馬翠媚

根據 HKD.com 介紹，平台將向藝術家提供一個網上作品發布、推廣、交易及支付服務，買家可透過一口價或拍賣方式進行交易，平台支持指定法定貨幣、主流數字貨幣包括比特幣、以太幣及泰達幣等，以及具有場外法定貨幣交易服務。

提供實體店展銷場地

至於收費方面，平台營運初期將會推行較彈性收費，擬於半年至 1 年時間以免費上架作招徠，不過若交易完成則仍會抽佣，另外亦提供實體店展銷場地服務。

NFT 是種新形態的虛擬資產，目前主要是基於

區塊鏈上發行的數位內容，包括數碼設計、數碼音樂、數碼影片等數碼創作，並透過區塊鏈技術產生獨一無二的標記，保證數碼化作品的真實性與可追溯性，同時可用作認證作品主人的擁有權。雖然 NFT 可使用的範圍相當廣泛，不過目前在藝術界的應用及增長速度較快。

HKD.com 創辦人兼行政總裁楊凱文表示，留意到香港現時數碼創作市場缺乏一個具公信力的交流溝通平台，因此公司計劃推出的 NFT 平台亦較專注本地市場，香港會有專業團隊和本地創作人接洽，以推動相關發展。不過，他指暫時未有計劃推出平台幣，主因擔心波動性太大等。

虛幣交易平台用戶逾萬

HKD.com 去年 9 月已開通網上虛

擬幣交易平台，位於九龍的實體交易所今年初正式投運。楊凱文透露，現時實體交易所每日平均有 50 個至 150 個訪客，當中 10% 人會即時開戶或購買虛擬貨幣，而平台現有逾萬位註冊用戶，日均交易額達 7 位數，目標年內註冊用戶達 10 萬人。

另外，港府針對「虛擬資產供應商 (VASP)」牌照監管諮詢已於 1 月底結束，其中建議僅限「專業投資者 (PI)」買賣，楊凱文回應指，相信專業投資者會有自己常用平台，亦了解個人風險承受能力，又透露公司客戶以散客居多，對於世界各地開始陸續加強加密貨幣監管，他強調公司有合規團隊，因此會繼續在合法的情況下，加強推廣數字資產。



● HKD.com 創辦人兼行政總裁楊凱文表示，計劃推出的 NFT 平台較專注本地市場，會有專業團隊和本地創作人接洽，以推動相關發展。



● 藝術家 Beeple 創作的 jpg 數碼圖像作品「每天：最初的 5000 天」(上)及 Twitter 創辦人 Jack Dorsey 在 Twitter 的首條推文皆成天價藝術品。

收藏家熱捧 NFT 作品賣出天價

香港文匯報訊 (記者 馬翠媚) 隨著比特幣年內屢創新高、資金湧入加密貨幣資產大炒之際，透過區塊鏈技術發行的數碼資產，以 NFT「非同質化代幣」(Non-Fungible Token) 概念之名也熱爆全球，同時亦成為富豪間備受追捧的投資新貴，有 NFT 作品更賣出天價。

雖然 NFT 可使用的範圍相當廣泛，在藝術上應用亦開始為人所熟悉，而這些加密藝術更大大打破一般人對「藝術」刻板印象。到底加密藝術是什麼？簡單來講，NFT 其實是一種數字資料的所有權，當

數字資料經過由智能合約編寫的鑄造過程後，就會成為獨一無二、可永久保存的數字資產，而當 NFT 結合藝術創作就生成加密藝術，如果要更貼切地形容，NFT 就如同作品的「證書」。而對於加密藝術作品而言，其好處是轉移交易上可以做到如同加密貨幣般交易的方便。

網上推文亦是藝術

而加密藝術範圍是非常廣泛，甚至可以形容是顛覆想像，由畫作、音樂、短片皆有。舉些例子，由 Twitter 創辦人 Jack Dorsey，在 Twitter 上發表史上第一條推文，以 NFT 形式，在今年 3 月以 290 萬美元等值以太幣售

出。美國數碼藝術家 Beeple 所創作的 jpg 數碼圖像作品「每天：最初的 5000 天」，同樣在今年 3 月在佳士得 NFT 拍賣，以 6,935 萬美元天價賣出。本地音樂監製陳奕仁今月初亦發行 NFT 新歌，並將其放上平台拍賣。

除一些名人外，亦有不少誇張例子，包括有職業網球手以 NFT 方式拍賣右手一處皮膚的擁有權，又有人把放屁聲錄製成 MP3 檔案以 NFT 方式拍賣。雖然在 NFT 方式下可以有無限可能，亦為藝術家帶來新出路，不過有市場人士認為，目前難以就 NFT 作品估價，亦擔心高價收藏背後已出現大量泡沫，憂慮未來有機會出現「前來看發達、後來者遭殃」的可能。

特刊

郵儲銀行

科技賦能零售轉型 八大核心競爭力凸顯

責任編輯：米春改 版面設計：劉坻坻

中國郵政儲蓄銀行 (下稱「郵儲銀行」) 定位於服務「三農」、城鄉居民和中小企業，致力於為中國經濟轉型中最具活力的客戶群體提供服務，並加速向數據驅動、渠道協同、批零聯動、運營高效的新零售銀行轉型，努力建設成為客戶信賴、特色鮮明、穩健安全、創新驅動、價值卓越的一流大型零售銀行。

清晰的零售銀行戰略。郵儲銀行擁有覆蓋城鄉的實體網絡和數量龐大的零售客戶，以「三農」、城鄉居民和中小企業群體為重點服務對象，結合自身優勢及資源稟賦，確定了獨具特色的零售銀行戰略並一以貫之予以執行。郵儲銀行建立了從戰略分析制訂到組織實施、監控評估、優化調整的戰略管理體系，既保持戰略定力，又主動應變求變，構建了差異化的競爭優勢，樹立了良好的品牌形象，取得優良的經營業績，充分體現了成長潛力。

截至 2020 年末，郵儲銀行擁有近 4 萬個網點，服務個人客戶 6.22 億戶；資產規模首次突破 11 萬億元，達到 11.35 萬億元，較上年末增長 11.12%；負債規模 10.68 萬億元，較上年末增長 10.43%。全年實現營業收入 2865.37 億元，同比增長 3.40%；實現淨利潤 643.18 億元，同比增長 5.38%；淨息差和淨利差分別為 2.42% 和 2.36%，保持行業領先。

獨特的「自營+代理」運營模式。郵儲銀行與控股股東郵政集團建立了穩定、透明、公平、互惠的業務委託代理關係，依託「自營+代理」運營模式，成為中國網點數量眾多、地域覆蓋廣闊、服務深度下沉的商業銀行。郵儲銀行發揮郵政集團資源優勢，在客戶、渠道和產品等方面建立多維度、多層次的協同機制，深化銀郵、銀證、銀保合作，為客戶提供綜合金融服務解決方案。

獨具優勢的個人金融。郵儲銀行充分發揮遍佈城鄉的網絡優勢，服務覆蓋我國 40% 以上人口的客戶，彰顯零售特色。大力推進網點系統化轉型與財富管理體系建設，加快數字化轉型與場景化獲客，打造以消費信貸、小額貸款和信用卡為支撐的零售信貸服務體系，構建「用戶引流、客戶深耕、價值挖掘」三位一體的發展模式，激發零售業務高質量發展新活力。個人銀行營業收入佔比、管理零售客戶資產、個人存款規模等關鍵指標保持領先優勢。

截至 2020 年末，郵儲銀行個人存款首次突破 9 萬億元，佔存款總額比重為 87.81%；個人貸款佔貸款總額比重為 56.92%；管理零售客戶資產 (AUM) 達到 11.25 萬億元，較上年末增加超過 1 萬億元；個人銀行業務收入同比增長 12.17%，佔營業收入的 69.15%，較上年提升 5.41 個百分點。

突破式發展的公司金融。郵儲銀行積極發揮公司金融業務在零售銀行戰略中的重要作用，聚焦板塊協同與批零聯動，一手抓客戶營銷拓展，完善客戶服務與管理體系，發力服務中小企業客群和產業鏈客群，加強線上場景營銷，推動建立「商行+投行+資管」的綜合化經營模式，實現客戶規模快速增長；一手抓基礎能力建設，完善產品體系，優化業務流程，推動網點疊加公司業務功能，提升隊伍能力素質，強化科技賦能。郵儲銀行公司



金融業務後發優勢顯著，轉型發展取得明顯成效。截至 2020 年末，郵儲銀行公司貸款餘額達 1.98 萬億元，較上年末增加 2372.21 億元。

根基深厚的資金資產業務。郵儲銀行憑借顯著的網絡優勢和強大的資金實力，是同業業務市場上重要的中長期資金融出方，具有較強的市場影響力。郵儲銀行資金資產業務產品豐富，資質全面，為合作機構提供集融資、理財、代理、託管及諮詢為一體的綜合金融服務。通過多年穩定的資金融通和代理銷售業務，郵儲銀行積累了豐富的同業客戶資源，積攢了良好的市場口碑，為深化金融同業合作打下良好基礎。

截至 2020 年末，郵儲銀行金融投資 3.91 萬億元，較上年末增加 2396.20 億元，增長 6.52%；理財資產管理規模突破萬億元，產品淨值化率較上年末提升 24.18 個百分點；託管資產規模達 4.27 萬億元，較上年末增加 2970.41 億元。

健全有效的全面風險管理。郵儲銀行始終堅持風險為本，秉承審慎穩健的風險偏好，持續完善「全面、全程、全員」的全面風險管理體系，常態化開展風險評估，推動風險偏好有效傳導落實，專業風險管理質效全面提升。資本管理高級方法實施有序推進，從風險治理體系、信貸作業流程管控、授信客戶評級問題治理、內部評級風控模型適用性等方面持續建設。面對疫情爆發，郵儲銀行積極作為，持續做好疫情期間全面風險監控和化解，保持穩健發展態勢，資產質量持續保持優良水平，體現出較強的風險抗壓能力。

截至 2020 年末，郵儲銀行不良貸款率 0.88%，不到行業平均水平的一半；關注類貸款佔比 0.54%，較上年末下降 0.12 個百分點，不到行業平均水平四分之二；逾期貸款佔比 0.80%，較上年末下降 0.23 個百分點；撥備覆蓋率 408.06%，較上年末上升 18.61 個百分點。

商業可持續的普惠金融。郵儲銀行作為普惠金融的倡導者、先行者、推動者，長期專注於普惠金融服務，在服務鄉村振興、城鄉融合發展中發揮積極作用。在依託傳統實體網絡、專業隊伍優勢的基礎上，不斷深化金融

科技應用，加快數字化轉型進程，拓展線上服務渠道，提高運營效率及風險防控智能化水平，降低運營和風險成本，打造了「線上+線下」融合、協同的立體網絡，持續服務更加廣泛的基礎客戶群體，推動客戶與銀行價值的共同成長。

小額貸款業務開辦以來，郵儲銀行累計發放貸款超 5 萬億元，服務近 4000 萬人次，切實滿足普惠小額資金需求。截至 2020 年末，郵儲銀行涉農貸款餘額 1.41 萬億元，較上年末增加 1496.76 億元；普惠型小微企業貸款餘額 8012.47 億元，較上年末增加 1480.62 億元；個人消費貸款餘額 2.36 萬億元，較上年末增加 3456.01 億元。

加速提升的信息科技能力。郵儲銀行將信息科技視為業務發展的核心驅動力，實施科技領軍人才建設，科技人才隊伍快速增長，持續提升自主研發能力和金融科技创新能力。「十三五」IT 規劃圓滿收官，信貸業務平台等十六大企業級平台全部投產上線，實現全行業務架構和應用架構藍圖，產品創新能力和用戶體驗全面提升，基於開放式平台，服務超過 6 億客戶的超大規模銀行業務核心系統有效支撐郵儲銀行的數字化轉型。建設大數據平台、雲計算平台、區塊鏈平台和「郵儲大腦」人工智能平台，打造金融科技中台能力，實現客戶營銷、運營管理、風險管理的新技術賦能，支持大型零售銀行戰略。

2020 年，郵儲銀行在信息科技領域投入 90.27 億元，佔營業收入的 3.15%；總行科技人才數量較上年再翻一番。在金融科技領域，郵儲銀行取得了一系列新進展：「十三五」IT 規劃圓滿收官，企業級信息化平台搭建完成，業技深度融合，產品敏捷迭代，數字化場景生態建設加快推進，持續打造「金融+服務」生態圈；獲批加入國家數字人民幣試點，啟動系統自主研發，加快打造便捷、多元的數字人民幣應用場景；獲得國有大行中首家直銷銀行牌照，中郵郵惠萬家銀行致力打造金融服務鄉村振興、科技助力美好生活的創新聯接平台。