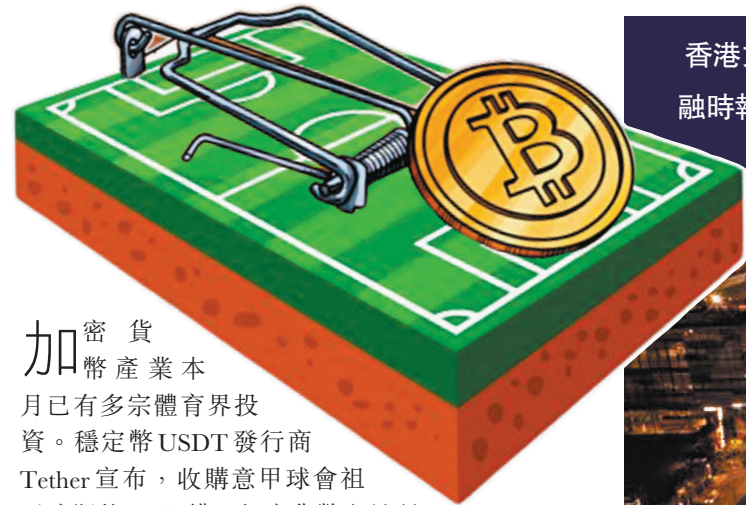


獲特朗普力撐刺激產業發展 圖吸引散戶擴張影響力

加密貨幣進軍體育市場 受眾易陷風險 專家促監管



加密貨幣產業本月已有多宗體育界投資。穩定幣USDT發行商Tether宣布，收購意甲球會祖雲達斯約5%股權。加密貨幣交易所Gato.io與Coinbase亦分別宣布，與一級方程式(F1)車隊紅牛及雅士頓·馬田達成合作協議，部分投資更是使用穩定幣付款。加密貨幣交易所XBO.com上周則宣布成為阿根廷國家足球隊官方贊助商。美國國家籃球協會(NBA)和部分高爾夫球賽事亦獲得加密貨幣企業贊助。

交易均價遠超去年同期

營銷機構SportQuake統計顯示，全球加密貨幣企業今年以來錄得22宗體育相關合作項目，與去年相關項目累計達117宗，超過此前一年的93宗。今年相關交易均價達430萬美元(約3,341萬港元)，遠超去年同期的260萬美元(約2,020萬港元)。去年所有交易累計價值達3.05億美元(約23.7億港元)，超出此前一年的2.47億美元(約19.2億港元)，不過仍落後於2022年峰值的6.81億美元(約52.9億港元)。

加密貨幣公司還與博彩業合作參與體育投資。加密博彩集團兼網絡賭場Sportsbet.io上月宣布，贊助桌球球員錦標賽及另外兩項主要桌球賽事。加密博彩集團Cloudbet上月也與美國綜合格鬥(MMA)聯賽組織方職業格鬥聯盟(PFL)簽署合作協議。

體育市場贊助需求高

英國體育商業贊助專家克勞解釋，加密貨幣公司的體育界贊助，有助以廣告形式增加曝光量，吸引潛在受眾成為散戶。由於多數體育代表隊都需要豐厚贊助維持經營，財力雄厚的加密貨幣公司參與贊助談判時，會擁有更多優勢。

專家警告，加密貨幣利用體育投資作推廣，可能導致缺乏投資經驗的粉絲誤入波動極大的加密貨幣投資，蒙受經濟損失。2021年，英國廣告監管機構批評英超球會阿仙奴推出的粉絲代幣促銷活動，指出該活動未能向球迷充分解釋投資風險。

克勞強調，體育代表隊選擇與加密貨幣公司合作前，必須詳細調查企業信譽、確認責任歸屬，「如果你將球會與加密貨幣品牌聯繫在一起，這便是向粉絲傳達球會對該品牌的信任，你最好確保背景調查足夠深入，避免讓你的粉絲後悔。」

香港文匯報訊 加密貨幣產業近期大舉進軍體育市場，投資並贊助多個體育項目。英國《金融時報》周日(2月23日)報道，美國總統特朗普重返白宮，刺激加密貨幣產業發展，迫切希望投資其他產業、吸引散戶交易，擴張影響力。專家警告此類贊助推廣方式，或令眾多缺乏投資經驗的普羅大眾陷入投資風險，呼籲當局加強監管。



●加密貨幣產業向體育界大增投資。圖為洛杉磯加密貨幣網體育館。 網上圖片

英超禁波衫登博彩公司廣告 加密貨幣或乘虛而入



●英超球員胸前展示了博彩贊助商廣告。 網上圖片

香港文匯報訊 英格蘭超級聯賽計劃在2025/26年度球季實施新規，禁止球會在球衣胸前廣告位置展示博彩贊助商廣告。《紐約時報》旗下體育事務雜誌《The Athletic》報道，博彩公司廣告被禁，令其他行業公司有機會加入成為贊助商，資產雄厚的加密貨幣公司或是球會的新選項。

歐洲現有五大足球聯賽中，西甲聯賽已實施博彩廣告禁令，其他聯賽相較英超，較少出現博彩公司贊助球會。美國費城天普大學霍士商學院運動品牌專家坎克爾分析稱，博彩公司退出後，金融或科技

公司為贊助商廣告競爭激烈，「其中部分公司因業務性質，可能與博彩行業一樣，被視作不道德或不受歡迎的選項。」

加密貨幣企業擁贊助優勢

體育經濟公司Octagon商業策略負責人哈達德卻指出，加密貨幣企業與博彩贊助商一樣財力雄厚，擁有競爭優勢，例如對於一支英超升班馬球會，球衣胸前廣告位若出售給博彩公司，每年贊助額可達500萬至600萬英鎊(約4,908萬至5,889萬港元)。如果球會選擇非博彩公司，贊助額可能會減半甚至更少。

體育營銷公司SMG創辦人高蘭德稱，2021/22球季正值加密貨幣行業風生水起，幾乎所有球會都得到相關贊助。但到2022年，加密貨幣平台FTX崩潰重創行業，只有少數企業仍堅持贊助體育界，「這些在加密行業寒冬期間保持強勁的品牌，會隨著美國加密貨幣市場再次火熱而回歸。如果體育市場價值持續上升，我們會看到更多加密貨幣公司加入。」

高蘭德表示，許多金融或科技公司近年贊助一級方程式(F1)賽車等體育項目，積累更多營銷經驗，「我們看到一些公司贊助F1車隊後，會展示其品牌形象，還將先進技術應用到車隊構建中。我認為在足球界，類似情況會愈來愈普遍。」

香港文匯報訊 加密貨幣可消費領域正逐步擴大。多間加密貨幣平台統計顯示，去年11月的黑色星期五傳統購物季，眾多消費者使用比特幣等加密貨幣進行網上交易。報告發現奢侈品行業尤其偏好使用加密貨幣的買家。分析認為這一現象說明，加密貨幣正在北美等市場發展為新興網上支付方式。

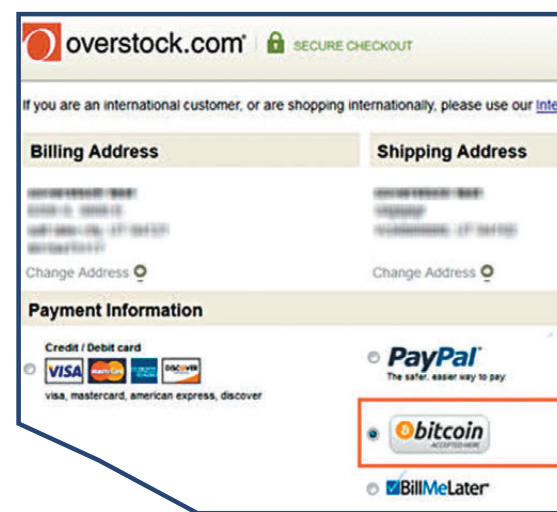
加密貨幣平台Binance(幣安)與Fivest發現，美國及海外都有不少用戶透過數碼銀包，使用加密貨幣購買奢侈品，相關產品包括精品服飾和手袋、珠寶、高級餐飲及旅行體驗等。BitPay等加密貨幣平台還推出數碼銀包與加密貨幣賬號的快速鏈接，用戶可以直接調用加密貨幣購買奢侈品，或進行慈善捐款等。

匯率變動影響較低

金融專家稱，在對於匯率變化較為敏感的奢侈品和大宗商品交易中，加密貨幣支付相較傳統支付方式可能更為便捷、快速且安全。高淨值消費者可以檢全球支持加密貨幣支付的商家，選擇最優惠的折扣，無須擔心匯率消費涉及的匯率變動或海外交易手續費等。

部分商家也嘗試接受加密貨幣支付，吸引更多高淨值消費者。美國網上零售商Overstock和電子產品零售商Newegg均支持加密貨幣支付，加拿大跨境電商Shopify正嘗試與加密貨幣交易平台Coinbase合作，開通加密貨幣支付途徑。服飾品牌Ralph Lauren與連鎖戲院AMC都陸續接受加密貨幣支付。專家預計在北美市場，支持加密貨幣的電商或會愈來愈多。

網上消費比特幣用量增 奢侈品佔最多



●美國網上零售商Overstock接受加密貨幣支付。 網上圖片

游說美當局撤回訴訟 圖鞏固產業影響力

香港文匯報訊 美國多間加密貨幣企業在去年大選期間投入巨資。美聯社報道，支持放寬監管的特朗普當選總統後，加密貨幣相關企業迅速展開行動，游說當局設法撤回對行業不利的訴訟，以及通過利好行業的法案，試圖在政界和主流金融體系中鞏固該產業影響力。

前總統拜登時期的美國證券交易委員會(SEC)主席根斯勒，主張強硬限制加密貨幣產業發展。加密貨幣交易所Gemini聯合創辦人溫克列沃斯在根斯勒被撤換後宣布，該交易所不會聘用任何麻省理工學院畢業生，以懲罰該校聘用根斯勒授課。加密貨幣平台Coinbase也宣布，公司不會與任何曾聘用根斯勒及相關SEC官員的律師行合作，宣稱根斯勒等人對加密貨幣行業「做了壞事」。

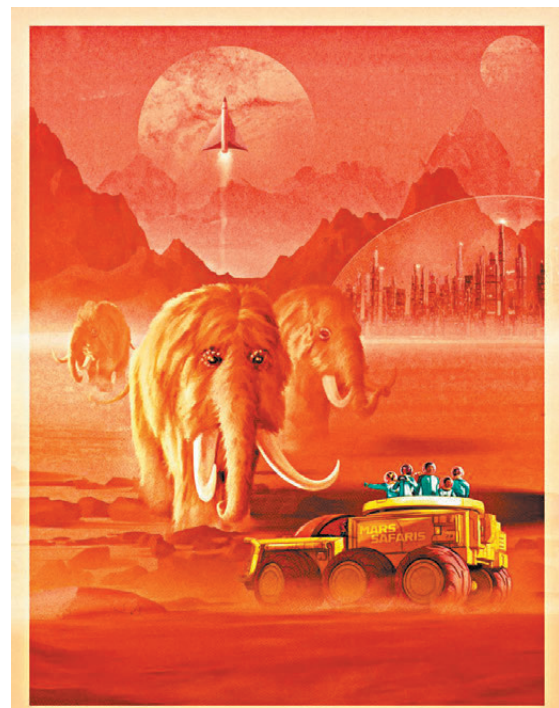
SEC改頭換面後，隨即要求聯邦法院暫停對全球最大加密貨幣交易所Binance(幣安)的訴訟。在支持加密貨幣產業的議員推動下，兩項利好該產業的法案有望通過，包括為加密貨幣交易所等企業運作設置明確規則等。

業界派系眾多 主張仍難達共識

不過報道指出，加密貨幣業界派系眾多，政策主張並非處處達成共識。數碼加密貨幣Ripple行政總裁加林豪斯早前宣稱，他希望特朗普政府的加密貨幣儲備包括多種數碼資產，而非僅限於比特幣。該發言引來大量比特幣支持者強烈抗議，認為此舉是挑戰比特幣的行業主導地位。

摩根大通的行業報告稱，雖然國會有意思通過利好加密貨幣的法案，但當中涉及如何持有並儲備穩定幣的條例，可能會給全球最大的穩定幣供應商Tether帶來重大挑戰。

●Gemini不滿前美國證券交易委員會主席，因而對其授課的麻省理工學院報復。圖為Gemini廣告。 網上圖片



●Gemini不滿前美國證券交易委員會主席，因而對其授課的麻省理工學院報復。圖為Gemini廣告。 網上圖片

投資加密貨幣「滿足虛榮心」 成美政商界通行證

香港文匯報訊 經濟學上

用「韋伯倫商品」(Veblen Good)一詞，形容一些價格昂貴、主要用於滿足買家虛榮心的炫耀性消費。《金融時報》社論認為，美國總統特朗普及其盟友馬斯克力撐加密貨幣，持有並投資加密貨幣成為進入美國政商界核心圈子的「通行證」。這類幾乎沒有基礎價值的數碼資產價格高企，或許已符合韋伯倫商品定義。

社論指出，投資者過往投資加密貨幣更多是出於盈利考量，而非將其用於彰顯身份地位。加密貨幣市場不乏資深投資者，他們投資加密貨幣是重視其投機性質和實用價值，相信其市場波動極大、潛在盈利機會較多、利潤相對豐厚。

如今特朗普入主白宮，大批國會議員及商界巨擘都是加密貨幣的支持者。社論分析，特朗普宣誓就職總統前，推出以自己和家人名字命名的迷因幣，凸顯他對加密貨幣的喜愛。在特朗普任內，金融業界相信持有加密貨幣不僅是投機盈利的途徑，更是變相提升持有人社會地位、從心理上設法融入政商界核心圈子的方式。

或影響奢侈品行業方針

加密貨幣波場(Tron)華裔創始人孫宇晨早前在蘇富比拍賣會上，以620萬美元(約4,826萬港元)購入一件用膠紙貼香蕉在牆上的藝術品。社論認為，此舉凸顯加密貨幣業者以誇張方式增加曝光度，換取潛在人脈資源和投資渠道，證明加密貨幣已成為某種韋伯倫商品。

社論最後形容，加密貨幣在富裕群體中冒起，可能影響奢侈品行業，「或許奢侈品企業需要思考，如何從設計更多款式的精品手袋，轉向與加密貨幣相關聯。」