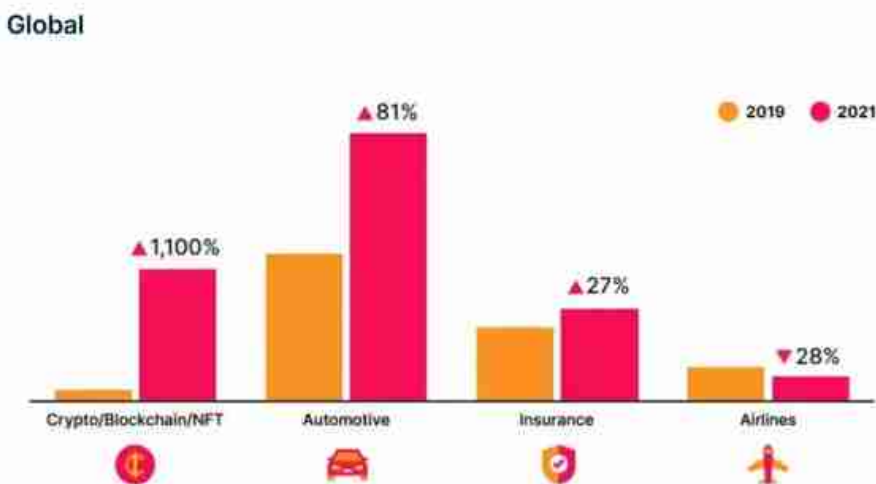


众所周知，去年出台的强监管政策对于国内发展加密货币交易业务的平台来说，无疑是一个沉重的打击。今年上半年发生了多起雷暴事件，直接加速了密码市场进入寒冬。行业遇冷集中资产交易轨道的参与者首当其冲。今年10月初，CoinDesk援引消息人士的话称，由于市场低迷，该交易平台的交易量持续萎缩。“有的日交易量不足百万，不足以支撑运营。”对于熊市交易平台通常会选择裁员，低成本运营。年初以来，Crypto.com比特币基地、CoinFLEX、Blockchain.com、瓦济克斯等公司相继宣布不同程度裁员，最高比例达到50%。。但纵观全球集中式资产交易轨道，Bitget却走上了一条完全不同的发展道路。不仅宣布将招募人数翻倍，还持续参与体育赞助，全球知名度和影响力持续上升。与略显低迷的市场相比Bitget的开发如火如荼。是什么让这个交易平台“逆风行驶”？换句话说，Bitget做对了什么？深耕衍生品交易市场Bitget成立于2018年。，最初为散户和机构投资者提供现货交易服务。在这种竞争对手众多、市场结构不确定的环境下，Bitget的优势没有显露出来。转折发生在2019年夏天。当时，Bitget决定提供现货交易，进入衍生品交易市场。创业公司突然开展新业务并不容易，更何况2019年的市场环境并不乐观。然而，事后看来，Bitget对交易市场有着敏锐的嗅觉，这一战略调整为其带来了良好的市场效果。。据相关消息，衍生品业务上线后，2020年平台日均交易额将达到10亿美元。随着一键跟单交易功能的推出，它已经积累了超过110万的跟单交易者，共赚了3亿美元。。率先布局，不断积累，为Bitget在集中交易市场赢得一席之地。根据10月28日CMC10的数据，即使在熊市下，Bitget美国24小时交易额突破100亿美元，排名全球第四。选择正确的轨道再加上连续施工，Bitget长久以来的优势和资本在这个行业的寒冬中得到充分的展现。今年6月，Bitget宣布仍计划在未来6个月内将员工人数增加一倍至1000人。无疑的Bitget这种营销策略与大多数竞争对手背道而驰。对此，比特大陆的董事总经理格欣陈解释说：Bitget业务覆盖全球50多个国家，交易量以前所未有的速度增长。。在过去的12个月里，我们的交易量增长了10倍以上。同时，我们的全球用户已经超过200万。虽然加密市场处于寒冬，但这给了Bitget一个招募人才的绝佳机会。。Bitget会打好基础，努力成长，为加密市场的下一个牛市做准备。据报道，Bitget去年在全球只有150名员工，目前有800名员工。如果我们继续扩大招生Bitget的运营成本会增加，这对于在熊市中发展的平台来说是非常具有挑战性的。这不仅考验能力，也间接考验实力。全球视野和布局Bitget的前期积累不仅体现在内部运营上，还体现在市场策略和布局上。它一直坚定地走全球化路线，也受益于“全球化。2019年推出衍生品业务后，Bitget聚焦全球市场，开始申请牌照，进军北美，走上全球化之路。全球化意味着选择面向服务和面向用户的发展战略。。在高度动荡的加密市场，与服务用户、开展交易业务同等重要的，还包括资产和资金的安全。在这方面，Bitget不仅从产品技术端提高安全性，还设立了2亿美元的交易保障基金。今年八月平台宣布将设立价值2亿美元(含6,000BTCs和8000万USDT)的交易保障基金，更好地保护用户资产；资产，并承诺在未来三年内保持基金价值稳定在2亿美元以上。。在保护全球用户资产的基础上，Bitget选择通过体育赞助打开全球市场的大门。去年，Bitget与著名足球队尤文图斯达成合作，成为其历史上第一个

袖标赞助商。今年双方延续了合作关系，比特杰成为球队2022-2023赛季的官方袖标搭档。不仅如此，比特捷还与土耳其足球俱乐部加拉塔萨雷建立了合作关系，并与世界知名足球运动员本田圭佑签约。后者将担任其日本地区的形象代言人。更值得注意的是，Bitget在10月21日宣布与梅西合作。作为国际传奇球星，梅西可谓家喻户晓，他曾6次获得欧洲金靴奖。今年11月，梅西将作为队长加入阿根廷国家队参加卡塔尔举办的世界杯，这是他第五次参加世界杯。很多人估计，这很可能是他的最后一届世界杯。当时，梅西已经与比特杰特达成了合作关系，将为体育迷提供一个了解其品牌和加密货币世界的机会。在这场即将到来的世界杯体育盛宴中，Bitget也将成为连接传统市场和加密世界的纽带，其品牌影响力将进一步扩大，以俘获更多的潜在用户。。推动Crypto进入主流如果说熊市扩大，设立交易保障基金是Bitget的内部建设，那么其持续参与体育赞助，则表明了这个交易平台打造行业的坚定决心。体育赛事属于全球性活动，不分国界和种族。像足球/篮球这样的运动有大量的观众/粉丝。通过赞助覆盖广泛群体的体育赛事，不仅精准有效地曝光了Bitget品牌，也鼓励了更多传统金融市场的投资者接触加密货币领域。，在一定程度上推动Crypto成为主流。根据尼尔森'；的研究报告，从球迷的角度来看，他们认为体育赛事中的品牌赞助是非常值得信赖的，因为有资金投入。更重要的是，相关数据显示赞助体育活动不仅能提高品牌知名度，还能带来更高的转化率。"平均而言，品牌指标(如认知度和考虑度)的每一次提升都能带动1%的销量增长"。从各行业对体育赞助的投入来看加密货币行业的参与者确实在大力推动Crypto进入公众视野。Cryptobuilders将链接包括体育、娱乐、消费品在内的IP，开展更多跨界活动将成为大势所趋。

New sports sponsorship deals by industry



Source: Nielsen Sports SponsorGlobe
Copyright © 2022 The Nielsen Company (US), LLC. All Rights Reserved.

行业的发展离不开独立个体的努力和自我提升，也需要建筑行业像Bitget这样的参与者的决心和信心。结论加密货币市场不可预测，无论散户、平台还是机构。无一例外，我们必须学会了解/控制各自的市场风险。从散户的立场来看，只要没有来自

满仓的投资，他们仍然可以通过周期性轮动从市场中获利。相比之下，集中式的资产交易平台面临的风险更大，市场对其也更残酷。从今年开始的情况，当寒冬突然来临，只有那些在牛市中积累了用户和资金的平台，才有希望坚持到下一个周期。市场从来不会让建筑商失望。本文来自投稿作品，不代表BlockBeats观点。有节奏的块状节拍提醒根据2018年8月银监会等五部门发布的《关于防范以「虚拟货币」「区块链」名义进行非法集资的风险提示》号文件，请广大市民理性看待区块链，不要盲目相信炒作的承诺。树立正确的金钱观和投资观，切实提高风险意识；发现的违法犯罪线索可积极向有关部门举报。