

# “钢铁侠”强推，狗狗币要“上天” 这一波泡沫何时吹破？

## 一枚“空气币”的玩笑之旅

Dogecoin，有人称作“狗狗币/狗币”，诞生于2013年12月8日，基于Scrypt算法，是国际上用户数仅次于比特币的第二大虚拟货币。在经历今年以来的连番暴涨后，狗狗币已成为全球第五大加密货币。讽刺的是，这种加密币的诞生，竟然是基于创始人的一个玩笑，整个币圈的荒诞和疯狂由此可见一斑。

2013年，Adobe公司悉尼市场部门的帕尔默眼见当时互联网上两个最热门的话题——加密货币和狗狗(Doge)，于是发了条推文调侃说，“投资狗狗币(Dogecoin)，很确定它是下一个大事件。”为了搞笑，帕尔默还买下了Dogecoin.com的域名，并上传了一张照片，将柴犬放在硬币上，并在网站上留言让有兴趣让狗狗币成为现实的人联系他。

远在美国波特兰的Billy Markus一直想创造归属于自身的加密货币，他希望这类货币可以满足大量人的需求，而并不是像比特币那般为投机者服务。在看到帕尔默的网站和留言后，他给对方发了条推文，表述协作之意。之后两个人一拍即合，在帕尔默半开玩笑的推文后一周，Dogecoin问世了。

在国外最大网络社区之一reddit的网友们的推波助澜助力下，狗狗币很快就流行起来了，人们用它点赞、给小费，大量的用户共享和流通大大增加了其作为加密货币的价值，开始成为人们愿意用真金白银交易的货币。

有英国金融分析师这样表示，狗狗币的崛起是“博傻理论(Greater Fool Theory)”发挥作用的一个经典例子。人们购买加密货币，不是因为他们认为它有任何有意义的价值，而是因为他们希望其他人会涌入，推高价格，然后他们可以卖出，迅速赚一笔钱。

## 马斯克强推“出圈”

“钢铁侠”马斯克是加密货币的坚定支持者，因此曾被网民投票选为狗狗

两个月前还属于“廉价”“非主流”的加密货币狗狗币，最近真的是要“上天”了。

在4月1日愚人节当天，特斯拉创始人兼首席执行官埃隆·马斯克在社交媒体上表示，Space X(太空探索技术公司)将把一枚狗狗币带到月球上。马斯克话音刚落，沉寂多时的狗狗币价格就开始直线拉升，当日涨幅达19.50%，市值涨至80亿美元。4月15日，狗狗币再度大涨50%；4月16日再度暴涨，24小时内涨幅一度达250%，最高触及0.47美元/枚，总市值一度突破600亿美元，较今年年初时涨幅已近100倍。

这么一种基于玩笑诞生的“三无”加密币(无技术亮点、无强势背书、无应用落地)，真如马斯克所吹嘘的值得长期拥有吗？

■新快报记者 郑志辉



币CEO，马斯克也一度将自己推特简介改为“狗狗币前CEO”。

2020年底，马斯克开始通过其社交账号为狗狗币造势，在马斯克的数十条推文的疯狂加持下，从2020年底开始，至2021年2月初，狗狗币市场上交易价格暴涨500%，并且一度涨至1000%，市值逼近100亿美元。

也有人认为，狗狗币的这一波涨势，缘于曾带领散户成功做空GME狙击华尔街大佬的推特意见领袖WSB Chairman在1月28日曾发文称：“你们中

很多人在谈论狗狗币，那是什么，一种恶搞的加密货币？”

事件引发美国证券交易委员会从今年2月开始调查马斯克，判断他是否利用社交账号操纵狗狗币等加密货币。最终，特斯拉和马斯克与美证交会达成和解。作为和解协议的一部分，马斯克同意辞去董事会主席一职，特斯拉和马斯克都必须支付2000万美元的罚款。

对于这一轮狗狗币暴涨，OKEx Research首席分析师表示，无论是GME

股票的暴涨，还是狗狗币的拉高，可以用罗伯特·席勒的“叙事经济学”来解释，“美国散户大战华尔街机构空头”的叙事，加之媒体的推动下，形成的一种大众思维，众人纷纷加入这场叙事，带动了相关资产价格的上涨。

## 泡沫，又见泡沫

4月15日，狗狗币再度大涨50%；4月16日涨势持续，24小时内涨幅一度达250%，最高触及0.47美元/枚，总市值一度突破600亿美元，较一年前涨幅超过400倍。

受狗狗币暴涨影响，加密货币市场也沸腾了，比特币价格一度突破64000美元关口，再创历史新高；以太坊突破2200美元，创出历史新高。然而好景不长，上周六，主流加密币暴力跳水，比特币一夜之间缩水近10000美元，狗狗币也暴跌近乎腰斩。

日前，以太坊联合创始人Charles Hoskinson在社交平台表示，狗狗币没有一个稳定的开发团队，也没有独创的技术，只是近期因为马斯克的带货和一些人为操纵市场，它的价格飙升，这是一个泡沫，不可持续，未来必将崩盘，大量散户将遭受损失。

需要特别强调的是，有消息指，目前超过65%的狗狗币都分布在世界各地的98个钱包中，而单是其中最大的一个钱包就拥有所有狗狗币的28%。事实上，最大的五个钱包控制了40%的狗狗币供应。

此外，当前我国的央行数字货币正在各大城市试点，相信不久的将来就会进一步在各行业普及。央行数字货币作为国家信用背书的货币，直接挂钩人民币，才是真正意义上的数字法币。与此同时，对狗狗币、比特币等加密币，我国监管部门也很早就明确表示，其属于特定虚拟商品，存在较高的投机风险、较高的洗钱风险以及被违法犯罪分子或组织利用的风险。

## 乐橙、优点等多款智能门锁存安全风险

北京消协提醒消费者谨慎选购

新快报讯 记者陈学东报道 在智能家居领域，作为“入门”产品的智能门锁正逐步走进更多消费者的视野。不过，该行业仍处于发展初期阶段，难免存在问题。近日，北京市消费者协会对市场销售的智能锁产品开展了商品比较试验。比较试验结果显示，部分企业生产或经销的智能锁样品存在安全风险。

对此，北京消协邀请部分行业协会、检测机构共同约谈相关企业。乐橙、

优点、忠恒、琨山通用、劲固、黑帆、摩萨迪、移康、科裕等9家企业未参加约谈，被公开批评。北京消协要求9家企业限期整改，消除安全隐患。同时提醒消费者9个品牌产品存在隐患，谨慎选购。

资料显示，中国目前约有住房3.5亿套，而智能锁在国内的普及率不足10%，这也意味着有极大的开发空间。根据奥维云网地产大数据300+城市监测数据，2020年1-11月，精装智能门锁市场配套规模为172.3万套，同比增长23.4%。潜力巨大的市场吸引了众多企业入局。

据悉，除了凯迪仕、德施曼和耶鲁等专业智能锁具品牌，三星、海尔、美的等传统电器厂商也开始进入智能门锁市场。与此同时，阿里、小米、联想、360等互联网企业也在该领域进行投资布局，将其视为未来IoT布局的重要入口之一。

有业内人士表示，越来越多玩家入

局智能门锁赛道，在带来快速发展的同时，也导致了市场乱象丛生的情况出现。多家企业混战让智能门锁市场出现过度竞争的现象，北京市消费者协会副秘书长罗刚曾经在接受采访时表示：部分企业在生产过程中，只是把智能门锁当成一件普通的科技产品，而不是保障消费者财产生命安全的防护用具。从产品五花八门的网页宣传来看，可以看出，部分企业相比起智能门锁的安全防护能力，更重视营销效果。

有专家分析指出，企业数量多而不精，大量产品质量无法保证，另一方面，同质化的现象让部分企业不顾品牌发展和积累，用价格战的方式追求短期利益，直接仿别人的爆款，然后通过减配、降低品质、偷工减料等手段降低成本，这样一来，成本是降下来了，但品质也随之下降。智能门锁行业需要回归理性，进行一次大“洗牌”，将一批低质、低价，抱着投机心态的企业淘汰出局；而

对于企业而言，相比起五花八门的营销，扎实做好产品研发以及质量的管控，才是争夺市场的最好武器。

有业内人士给出了建议：一是不要过分看重价格，“一分钱一分货”的道理在智能门锁上同样适用，低价往往意味着生产商在做“减法”；二是在购买智能锁时，可以选购用料扎实的锁，具体表现为重量重一些，如果选择的是网购，要尽量选购信誉好的专卖店或自营店进行购买；三是尽量选择可靠的开锁方式，而不要盲目去追求各种奇特功能以及开锁方式，可以选择关闭智能门锁的IC卡解锁功能，减少被复制IC卡解锁的风险。



一起了解更多3C前沿资讯