

一件成交价超40万的落场球衣，让MatchWornShirt成为球衣迷的新狂欢地。

这件球衣是梅西在1月30日法甲联赛第20轮，对阵兰斯队时所穿。当时正值中国春节，巴黎圣日尔曼俱乐部在球衣背后印上了球员们的中文名字。从竞价列表来看，当价格超过19万元后，拍卖俨然成为了中国球迷的“内战”，最终成交价超40万元。俱乐部后续决定将这笔款项捐赠给慈善机构，而拍卖此件球衣的平台，就是MatchWornShirt。



Exclusive Memorabilia也是老牌英国足球签名纪念品公司，创立于2011年。作为能够与ICONS分庭抗礼的竞争者，C罗是其最大的底气，多年来皇马、曼联、葡萄牙国家队和各种记录款签名球衣都由该公司发行。此外，同类型的公司还包括ALLSTAR SIGNINGS，The DUGOUT和Perfect Memorabilia等。



MWS最新的一项资金来源来自区块链行业。3月17日，体育和娱乐区块链供应商C

hiliz宣布，已对运动员著名纪念品拍卖平台MWS进行战略投资并获得其20%的股份，具体金额未被披露。据SportBusiness消息，MWS套件将通过NFT在Chiliz链上进行身份验证，从而提供透明且可验证的方法来检验球衣。

球衣真假一直以来也是球衣收藏圈的顽疾。CFS是英国球衣交易平台Classic Football Shirts的简称，平台拥有了超过百万件球衣库存。即便如此，CFS也无法保证每一件球衣的真假。此番与区块链公司合作引进的新检测技术，或许能够较好解决这一问题。

币圈、NFT依旧式微的2022、2023年，投资实体体育藏品成为了区块链平台留给自己的备选方案。除了眼红体育藏品拍卖市场的疯狂，此举也为后续NFT体育藏品的回归而铺路。据Market Decipher估算，全球体育藏品市场规模在2021年达到260亿美元，预计到2032年增加至2272亿美元，年复合增长率达21.8%。从数据来看，NFT体育藏品也将在未来10年达到百亿美元的市场规模，尽管现阶段价格波动且仍不稳定。

在获得这笔资金后，尚未知道MWS是否还会扩大商品品类和进军全球更多市场。

实际上，MWS其实早在2020年就尝试开拓中国市场，但效果并不显著。

2020年的几桩事件，曾一度炒热足球（签名）球衣的市场：北半球创始人王涛，通过抖音平台开启了签名球衣的直播带货，每件商品定价上万元，期间引发了广泛热议；明星王一博也曾身着利物浦球衣参加综艺节目，间接为球衣市场带来热度。MWS也是从那时候起，悄然出现在中国社交媒体上。

