

文 | 余洋洋 刘伊伦

编辑 | 吴睿

从最高峰赚了几十万元到手里的数字藏品无人接盘，资深玩家黄宇在过去的半年间，感受到了泡沫破裂的切肤之痛。他觉得自己现在可能是最期待行业走向合规的人，唯有这样，他此前花费万元购入的数藏才有可能高价转手。

他只是万千被套牢数藏玩家中的一员。今年8月，就连周杰伦、Justin Bieber等明星购入的NFT，相比最高点也已跌去超9成，甚至跌破发行价。曾一度炙手可热的数字藏品，正在尴尬地冷静下来。

许多人会记得它曾带来的万倍暴富神话——去年3月，NFT艺术品“Everydays: The First 5000 Days”在佳士得拍卖行以近7000万美元高价落槌，成交价是起拍价的近70万倍。去年最炙手可热的NFT头像项目无聊猿(Bored Ape Yacht Club)，短短一年多时间内最低成交价格翻了1837倍，一个头像价格动辄几十万美元。

这很快撩动了国内玩家入局。

去年电子烟行业尚火热时，一位电子烟公司创始人购入了十几个无聊猿头像。他很快发现，卖

掉这些头像的收入能顶

上他辛辛苦苦经营电子烟好几个月；

而36氪认识的一位企服创业者，决定不再等待中国SaaS的春天，卖掉了创办近10年的公司，全力投入NFT创业。

据元飞船数藏舰统计，今年三月份开始，国内每月平均诞生一百家数字藏品新平台。截至今年7月9日，国内上线的数字藏品交易平台数量高达820家。红杉中国、顺为资本、线性资本等明星机构以及敦鸿资产、紫竹创投等具有国资背景的投资机构，也相继在这个赛道出手。

看上去这么美的暴富梦境，为什么短短一年就被戳破？

第一盆冷水是加密货币浇的。今年6月以来，多国央行加息再叠加宏观经济影响，大量资本流出加密货币领域，引发多个币种大跌。

NFT最主流的交易币种以太币，在今年6月18日触底880美元，相比去年的最高点跌去近7成。手里的币贬值了，NFT玩家自然不愿意拿出更多的币交易。

但这只是诱因，更重要的问题还是出在NFT本身的泛滥。多位数藏平台创始人及玩

家告诉36氪，经过去年一年的膨胀，市场上已经有太多NFT待价而沽。但NFT玩家规模本身不大，市场情绪一起来，愿意高价接盘的人自然就少了。而许多NFT玩家也是国内数字藏品的核心用户，在国外信心被重创后，在国内平台的交易也开始趋于保守。

击鼓传花的游戏就这样陷入僵局。

最令人愕然的是两个背靠大厂的数藏平台也冷清下来，以小红书R-SPACE为例，自今年6月开始发售的许多藏品还未售出，与以往一秒售罄的状况形成鲜明对比。紧接着，腾讯裁撤数字藏品业务“幻核”的动作引发惊愕。有业内人士问我们：数字藏品还有未来吗？

我们试图在万物都在等待重建的2022年回答这个问题。通过对底层区块链企业、数藏交易平台、投资人、法律专业人士以及消费者的采访，36氪在本篇文章中会从以下几点分析：

- 1.数字藏品是什么？为什么受到热捧？
- 2.谁在买数字藏品？什么导致了它的短暂崩塌？
- 3.监管趋严后，数藏未来的商业模式会怎么进化？

生机与混乱：平均每月诞生100家数藏公司

虽然玩家们已经对「数藏」二字熟悉到腻味了，但我们仍有必要向许多一头雾水的圈外人士介绍——事实上，它至今仍是个非常小众的词汇和圈层：「数字藏品」是舶来后的改名，在国外，它叫做NFT（Non-Fungible Token），指非同质化代币——用于表示数字资产的唯一加密货币令牌，可以理解为数字资产或虚拟资产的所有权证明。

作为保存在区块链上的唯一数字凭证，NFT的载体既可以是一张图片、一段音乐，也可以是一种虚拟货币。NFT被保存在支持 NFT 的区块链之上，例如以太坊。

中文名字最初是腾讯赋予的。某数藏平台创始人告诉36氪，去年8月腾讯上线“幻核”，起初定位为“NFT交易平台”，为了规避潜在的政策风险，又迅速将“NFT”改为“数字藏品”。这一说法随后被国内从业者沿用至今。

2017年，世界上第一个真正意义上的NFT项目Cryptopunks在以太坊发布——它

首次完成了“上链”这一动作。随后三年，NFT进入发展期，OpenSea等明星交易所的出现为NFT交易提供了平台。据NFTGO数据显示，2021年，国外NFT市场价值总和由年初6174万美金增长到104.9亿美金，激增170倍。

这期间，NFT逐步从单一的图片扩展至游戏、音乐、虚拟世界土地、通行证等，交易内容更加丰富。

同时，NFT也与GameFi（加密游戏）

结合，

将NFT引入游戏中意味着各种装备、道具等游戏内资产可以在智能合约领取铸造，NFT成为游戏资产所有权的凭证和载体。这为NFT打开了游戏的巨大市场。

2021年，「数字藏品」行业在国内诞生。大厂纷纷入局，腾讯发布数字藏品平台“幻核”、阿里发布“鲸探”，小红书的数字艺术平台“R-SPACE”上线。大量数字藏品创业公司也在这一年成立，2021正式成为国内数字藏品元年。

NFT发展时间线 36氪制图

数

字藏

品产业链

非常简单：底层基

础设施链—内容创作方—数字藏品交

易平台。

内容创作者在数藏交易平台发布藏品，平台与区块链技术提供商达成合作为藏品提供上链服务，最终在数藏平台上进行藏品的售卖与交易。

区块链是数字藏品的底层基础设施。所有的交易记录与藏品的归属人都会被记载在链上且无法修改，并且该数字藏品具有唯一标识无法被篡改、盗版，以实现数字资产的确权与对版权的保护。

依据去中心化程度的不同，区块链由高到低分为公链、联盟链和私链。公有链是指全世界任何人都可读取、发送交易且交易能获得有效确认的区块链。国内数字藏品平台接入的链条以联盟链为主，优点是使用成本较低，且无须消耗大量算力。但缺点是安全性难以保证，这正是如今数字藏品遇冷的重要原因之一。

事实上，很多国产的联盟链控制在少数的几个联盟成员手里，并且其上层往往还有一个最高权限的主节点，

最高权限节点拥有

该联盟链的生杀大权，可以随时关闭

整条链。

那玩家怎么挑选靠谱的数藏平台？黄宇告诉36氪：“只看有没有资本背书。”的确，多家拿到融资的数藏平台也更快地成长为业内的头部企业，资本加速了行业的聚集。

2022年数藏平台融资状况 36氪制图

除此之外，拿不拿得到资质也是重要评判标准。唯一艺术投资方、敦鸿资产董事总经理郑华良告诉36氪，其投资唯一艺术的重要原因之一就是看重其平台资质，唯一艺术做为起步较早的数藏平台，资质较全，这样会规避掉很多可能的监管风险。

下一个环节是内容创作者，这个角色可以是任何人：博物馆、企业、知名IP、艺术工作室、各大数字藏品平台等。

之所以会这么多元化，一是技术门槛和发行成本低，二是作品能不能火极度随机，与创作者的身份和禀赋没有太大关系，一夜暴富的机会谁都有可能得到。

以NFT中国为例，个人艺术家发布数字藏品只需要在平台上传作品并提交审核，后续上链服务由平台提供，其发行成本不过是上链服务费与艺术创作成本。而带来的收益巨大，以熵湾艺术在iBox上发行的“天宫之手”系列藏品为例，共发行200份数字藏品，初始售价为499元，此系列就为创作者带来99800元的收入。

内容创作来源 36氪制图

交易平台则是数藏产业的核心参与方，向玩家提供展示空间、交易场所，并确定藏品的所有权归属。经过一年的发展，交易平台层形成三大梯队。一是幻核、鲸探、网易星球、R-SPACE等大厂旗下数藏业务。二是大浪淘沙后成长起来的头部创业公司，如唯一艺术、iBox、NFT中国、HOTDOG、稀物等。

三是数量庞大的小平台，占据平台总数超过百分之九十，他们中的多数靠炒作投机赚取暴利，速生速死。他们大多以网页的形式存在，以微信、QQ群组为主要运营阵地，允许

二级市场交易，一个历

史人物画像都能成为作为藏品出售。

生命周期最短的平台甚至只会存活几天，当击鼓传花的游戏结束，平台也迅速关闭跑路。

部分数字藏品平台 36氪制图

不投机炒作，谁在卖？谁会买？

国内数字藏品平台主要是PGC发行模式，由第三方内容平台生产，数藏平台主导发行、为藏品定价。

与其他生意中平台的强势不同，售卖数字藏品所取得的收入，只有一小部分进入了数藏平台的口袋。

某数藏平台创业者告诉36氪，依据IP的火爆程度，不同内容生产方和平台的分成比例不同，越是火爆的IP，平台能拿到的分成越低，大部分收入通常被内容生产方拿走，平台只收取一小部分服务费，通常在10%~20%左右。

UGC类型的数藏平台，其收入来源由收取创作者上链费用和发布少量官方数字藏品构成。

以NFTCN为例，发行数字藏品需要购买「燃料」，即数字藏品的上链费用，其iOS版本显示购买三次燃料需花费99元。

对于开放二级交易市场的数字藏品平台，还有一项收入来源于收取交易手续费。每次成功的换手，平台都会按比例收取相关的手续费。以唯一艺术为例，当发生二手交易时，平台会收取相关费用，包含5%的手续费和2.5%的版税，如寄售价格为1000元的数字藏品就需要缴纳75元给平台。

除了买卖发行，数藏如今最热闹的生意其实发生在营销领域。如今发一份数藏，几乎成了品牌们自证潮流的常规操作。以潮流护手霜品牌LEPEBBLE乐有石在HOTDOG上发布的护手霜实物盲盒为例，消费者在购买护手霜的同时，也获得了这个盲盒的唯一标识。12000分盲盒，一上线就秒售罄。这对品牌而言意味着高曝光、精准客群，以及冷启动下的百万营收。

HOTDOG创始人史明告诉36氪，数藏营销对企业而言堪称物美价廉。在快递到来之前，数藏盲盒就已经让用户享受到惊喜感，平台的AR技术也让品牌故事、产品记忆点更丰富地呈现，营销再深入一步；而这一切相对于明星、KOL直播带货来说，要划算太多。

入驻NFT中国部分企业/品牌 36氪制图

数藏营销的火爆，使得为B端企业提供数藏制作与营销售卖服务这件事成为一门生意。除了数

藏平台外，甚至有一批

以搭建联盟链起家的公司加入阵营。

成立于2017年的宇链科技，主业原本是为B端工业客户提供区块链软硬一体化解决

方案。去年他们和比亚迪合作发售汽车数字音乐典藏后，顺势成立团队专门孵化数字藏品业务，上线数字藏品搭建平台「宇盒」，为包括品牌方、政府单位等客户提供数字藏品上链、平台搭建、后期运营等服务。

数藏火爆背后，究竟是一群什么样的人在买单？

根据艾媒咨询调查数据显示，男性为数字藏品消费的主力军，占比58.4%。城市分布方面，新一线城市占比最高达到26.7%，一线城市占比25.7%，二线城市占比23.5%，并没有呈现出向特大城市聚集的情况。

数据来源：艾媒数据中心 36氪制图

就像
盲盒一样
，对特定IP的追随
，是驱动消费者购买数字藏品的最主要因素。

由于数字藏品独一无二、不可篡改的属性，它比盲盒等IP产品更能满足消费者追求“限量”的心理，甚至是潮人们彼此“相认”的密码。

资深数藏消费者Yilu告诉36氪，面对热门抢手、独一无二的IP版权品，占有欲会压倒性地战胜理性，他曾耗资13500元购下某IP的独版数字藏品。

同时也有近半数的消费者认为购买数字藏品是一种投资，可以带来收益，等待解套的黄宇告诉36氪，他购买数藏的核心逻辑在于能不能赚到钱。黄宇热衷于在国内各个平台“扫货”式购买数藏，他曾以不到两万的成本价购买过一套“创世数字藏品”，今年年初成交价最高达到20万。

数据来源：艾媒数据中心 36氪制图

链与运营，悬而未决

一个误解是，
在国内，运营一个数字藏品
平台并不是一门暴利生意。

36氪从接近腾讯幻核的人士处了解，幻核上线一年时间一共实现了约8000万元营收，但利润却不足400万，利润率不足5%。钱都花在哪儿了？上述人士告诉36氪，一是IP合作方抽成太高，二是幻核所搭载的至信链并不支持任何形式的交易或转增

，这导致藏品销量受限。

事实上，国内唯二两家搭载公链、并且支持二级市场交易的头部数藏平台NFTCN、唯一艺术，都在近期从公链切换至联盟链。

搭载公链意味着什么？自由的二级市场交易。所有的金融都一样，有流动性才有利可图。

海外NFT大多搭载公链。依托公链运营的NFT可以开放地进行多次交易，且能直接通过加密货币交易，缺点是伴随着巨大的金融监管风险，且交易能耗巨大，交易费用高昂。依据时间段的交易数量不一样，发生在公链上的每笔交易费用从几十到数十万元不等。

而国内数藏平台主要依托联盟链进行运营，联盟链的每笔交易成本低至几分钱，但同样存在问题：一是无法跨链交易，藏品流动性低。二是上文提到的安全性隐患，一旦运营方关停联盟链，用户血本无归。

现有的技术与场景之下，不同链都各自存在相应的缺陷。随着政策的完善、央行在内的国家队入场推动，国内区块链需要在当前两种不同链下找到平衡点。

“未来底层区块链更好地推动需要更多的合作”，HOTDOG创始人史明认为，区块链具备多方协同的属性，这其中并不是零和博弈，一链独大无法推动行业的发展，增加链上节点，打造具有公信力的链条才能将行业推动起来。

宇链科技联合创始人兼总裁徐新梅告诉36氪，跨链互通是行业发展的走向，将来实现的概率很高，但需要国家级的平台去牵头与落实。

除了上链与交易，国内外NFT / 数藏项目运营模式亦存在明显差异，这关乎虚拟资产是能绽放更多价值，还是沦为击鼓传花的游戏。

海外NFT采用

UGC的发行模式，从发行、交易到后续运营玩法多样，需要项目方与社区藏家共同合作，打造IP价值与影响力。

以海外头部项目无聊猿为例，发行IP周边、搭建元宇宙、空投土地等系列措施，赋予了无聊猿更高的价值。据NFTGO数据显示，无聊猿市值由21年6月份的3500万美元涨到22年4月份最高峰突破40亿美元。

国内数字藏品交易平台大多采取PGC模式，数藏平台对数藏的价格具有决定权。

弱化交易属性的同时，国内平台对于数字藏品的运营更显单调，以“合成”与“空投”为主，购买一次藏品，仅仅意味着获得了下一次发行藏品的优先购买权，继而击鼓传花，以至于数藏的实际价值常常受到诟病。

稀物市场负责人Owen告诉36氪，数字藏品代表的是参与整个IP发展过程中的一份权益，像无聊猿一样，把藏品打造成一个真正的知名IP才能焕发藏品的长期生命力，其带来的商业价值会远远超过缺乏后续运作的数字藏品。

NFT产业链 图源：中金公司研究部

2022数藏往哪走

与交易遇冷相伴的是，国内对数字藏品行业的监管政策逐渐清晰。

今年4月13日，中国互联网金融协会、中国银行业协会、中国证券业协会联合发布《关于防范NFT相关金融风险的倡议》，明确指出应确保NFT产品的价值有充分支撑，引导消费者理性消费，防止价格虚高背离基本的价值规律。

周泰研究员何宝明告诉36氪，该倡议从一定程度上体现了防范数字藏品行业投机炒作的监管态度，对于平台而言，如果恶意炒作数字藏品，将可能面临行政违法甚至刑事犯罪风险。

数字藏品在国内是否具备金融衍生应用的潜质？何宝明研究员告诉36氪，国内目前的政策导向是要求坚决遏制NFT金融化证券化倾向，从严防范非法金融活动风险。三协会发布的《倡议》明确要求不得在NFT底层商品中包含证券、保险、信贷、贵金属等金融资产，变相发行交易金融产品。在这一监管语境下，数字藏品在国内的金融衍生应用前景尚不明朗。

数字藏品相关政策文件 图源：安信证券

《倡议》是一个重要信号。何宝明研究员告诉36氪，防范数字藏品金融风险的监管

趋势将会逐步加强，虽然该《倡议》只是行业自律性文件，但互金协会等行业组织就前沿问题所作的自律引导和规范探索，其主要内容往往会在随后监管部门的正式文件和实际举措中有所体现。

36氪与国内多家头部数藏平台交流后发现，数藏行业的未来，绕不过两个关键词——实体商品和元宇宙。这恰好符合政策倡导的方向，坚决遏制数藏炒作与金融化，鼓励与实体经济结合。

作为一种营销方式，数藏已经初步展现了其与实体商品结合的价值。数藏所需的区块链、AR / VR技术，同样也是元宇宙的重要基础设施，且二者技术成熟度与商业化应用场景都有待探索。

如何将数藏更好与实体商品结合？以平台「稀物」为例，他们选择对数藏进行更重度的IP化运营。稀物今年发售的数藏IP“H-MAN小红人”系列，限售2500份，但每一份藏品均为独一无二的，且购买后，该藏品的版权同样被授予消费者，消费者既是IP的传播者，也能分享IP成长后的收益。

稀物市场负责人Owen告诉36氪，数字藏品可以作为IP的强化剂与各类实体消费场景相结合。一些在稀物上发售的项目方，会在线下同步开设IP联名店，如广州的湘西小妖网红餐厅，也有消费者自发与工厂合作生产公仔和T恤衫等实体商品。

至于元宇宙方向，在国外，NFT公司切入元宇宙的常用手段是发行元宇宙土地NFT做为虚拟资产凭证。2022年4月，无聊猿发布土地Otherside，正式进军元宇宙。国内数藏平台也积极布局元宇宙，为数字藏品搭载展示空间。

HOTDOG创始人史明告诉36氪，HOTDOG将在今年下半年搭载VR / AR技术，搭建AR展示空间以为藏品提供更丰富的展示空间以及可视化的展示形式，并伴随实体潮玩，方便将数藏与实体消费品更紧密结合。而在技术层面，HOTDOG还在探索AI智能生成数字藏品以及降低数字藏品生成门槛，将过程流程化、工具化。

NFT中国灵镜空间 图源：NFT中国官网

冷静对于当下的数字藏品市场或许的确是好事。当路径逐渐明确，在2021年乘着风口成长起来的中国数藏平台们，终于有心力去修炼更扎实的技术能力、更强的IP内容运营能力，挺过接下来的寒潮。

（感谢36氪同学刘士武、郭鹏超的支持）