

链上实体或是出路



4 强监管频频，大厂都在放弃

赚快钱的时代过去了，行业将告别纯“收藏家”模式

事实上，今年以来数字藏品市场乱象不止，监管已频频出手，行业得以降温。今年4月，中国互联网金融协会等三协会联合发布《关于防范NFT相关金融风险的倡议》提出，坚持守正创新，赋能实体经济，坚守行为底线，防范金融风险。6月30日，在中国文化产业协会牵头下，百度、腾讯、蚂蚁、京东等近30家机构联合发起《数字藏品行业自律发展倡议》，反对二次交易和炒作、提高准入标准成为行业高质量发展的核心共识。

鲸探是较早遭遇危机的数字藏品头部平台。背靠阿里，鲸探发售的藏品常一件难求，在二级市场曾获得超十倍的溢价。今年5月，鲸探“滥发”的传言在社群中流传。8月2日，鲸探对当天发售的两款名为“奔向幸福”和“桃花运TAO”的藏品进行了下架处理，截至下架前，两款藏品均未售完。当时有消息指，鲸探用户量在减少。日前，新快报记者就鲸探藏品滥发、滞销的传言以及用户量情况联系鲸探方面，至截稿前，记者尚未得到回应。

在关停消息不断传出之际，腾讯旗下的幻核也难逃劫数。8月16日，上线刚过一年的幻核公告称，即日起停止数字藏品发行，所有通过其平台购买过数字藏品的用户可自行选择

继续持有或发起退款申请。在幻核以全身而退，有玩家戏称“回了本”。对于关停的原因，幻核称系基于公司聚焦核心战略的考量。记者梳理发现，幻核的关停有迹可循。今年6月，幻核曾出现产品滞销的情况，7月8日后幻核再无新藏品发售。

讨论和争议接踵而来。“赚快钱的时代过去了。”“幻核还是那个幻核，市场不再是那个市场。”“不开二级终究没出路。”“行业将告别纯‘收藏家’模式。”

记者了解到，与国外的NFT不同，国内数字藏品的二级流通限制因平台而异。不少头部数字藏品平台有着较严格的流通限制，如幻核不开放二级流转，鲸探仅支持转赠，且每次具有较长的“锁定期”。多数中小平台流通机制较宽松，通常支持直接二级交易。但在7月，部分中小平台先后宣布，接政府相关部门通知，关闭二级市场，只启用转赠功能，有平台甚至关闭转赠功能。

多位玩家表示，买数字藏品实质上是“买平台”。平台本身的背景、其未来二级交易的前景都会让玩家用脚投票。过去，不少玩家寄望于鲸探、幻核能进一步放开二级市场交易的限制，带动新玩家进场，从而大赚一笔。就目前来看，事与愿违。

业内说法

二级市场于平台而言是双刃剑

近日，新快报记者多个数字藏品社群中看到，仍有许多玩家沉浸于数字藏品拉新、合成、赋能。但同时，已有老玩家呈现疲态。“数字藏品现在都不怎么看了，‘躺平’了。”马真表示在经历行情起落后，现持有的数字藏品放着不动，等待利好消息。肖寒亦称，从7月份开始已经没再玩数字藏品了，现有部分持仓数字藏品被“套”。杨心湛则称，仍会定时查看市场行情，选择性购入有发展前景的新平台的藏品，“注意分散投资”。

实际上，市场的迷茫早有苗头。6月，“卖得出去叫NFT，卖不出去叫JPG”的观点在业内流传。有玩家发文称，从幻核滞销和鲸探滥发看到了行业的希望，“数字藏品本就不该是炒作之物，因喜欢而购买，因热爱而收藏才应该是数字藏品发行的初衷。”市场对此反应两极分化，赞同的人表示，数字藏品2.0不是短期的炒作牟利；反对的人称，没有流动性的东西，没人会埋单。

广州胜维科技有限公司为七级宇宙平台的运营公司。该公司CEO程庆华向新快报记者表示，数字藏品行业作为一个新兴业态，市场对于新生事物存在一定的认知差异和争论，这是可以理解的。就单个数字藏品而言，其价值在于权威机构和知名IP创作者对单个作品或文物，进行有限授权，使得文物或文化艺术作品的二次创作在区块链技术的保证，获得有限的稀缺性，并有可能成

为未来元宇宙世界的价值标的。

深圳市律师协会区块链法律专业委员会主任文婷告诉新快报记者，依据规则，玩家在不同平台购买数字藏品所获得的权益是不同的，在有些平台玩家仅获得藏品的所有权，但并未获得任何著作权，如鲸探，在有些平台可获得藏品的部分或全部版权中的财产权。

张天圆指出，目前我国未明确禁止数字藏品二次交易，但严格监管数字藏品炒价。二级市场对于平台而言是一把可怕的双刃剑，它在给平台带来用户爆炸性增长的同时，也在大幅透支平台的增长潜能。过热的二级市场让平台和早期参与者赚得盆满钵满，也大大增加了数字藏品真实藏家的人手难度与后期购入者的风险，带来更大的监管风险和更高的监管义务。张天圆认为，在今后一段时间内有关部门对开放二级市场还是持有比较谨慎的态度。

文婷进一步指出，数字藏品二级市场容易导致炒作的风险，无序放开二级市场，实质上不利于整个行业的良性发展。零壹研究院院长于百程告诉新快报记者，从监管方向看，数字藏品市场并不是一个投机市场，监管风险也一直存在。不建议投机者将数字藏品当成主要市场参与，购买也要基于其本身的价值理性判断，不要对其交易价值抱有太大期望。

行业出路

“链上”实体，更看重收藏价值

中国移动通信联合会元宇宙产业委员会常务委员张烽向新快报记者表示，数字藏品应当具有使用价值，即其实际给用户带来的权益是最关键的。境内外在这方面都有了一些探索，比如含版权授权的产品如无聊猿，或含其他权益如门票甚至实物商品等。

市场已有越来越多数字藏品“链上”实体。以广州东方博物馆为例，与陕西博骏文化控股公司合作，在数字藏品平台上线文物系列藏品。广州东方博物馆馆长张斌向新快报记者表示，博物馆布局数字藏品，主要是想利用新技术、新概念展现文物的价值，让更多文物藏品“线下线上”都活起来。

广东省博物馆（广州鲁迅纪念馆）副馆长陈邵峰也持同样态度。该馆以馆藏文物为原型，在鲸探上推出了三款数字藏品，限量发售8000份，每份售价为25元。陈邵峰告诉记者，未来数字藏品更应看重本身的收藏价值，通过收藏了解文化、了解世界。

陈邵峰表示，藏品首发的价格以及数量是鲸探方面根据商业的逻辑确定的，博物馆作为公益文化机构，发行数字藏品的主要目的不是营利。在数字藏品原型选择上会倾向于对非遗文化、岭南文化和博物馆文化传播有帮助的藏品，“数字藏品相当于文化和艺术的载体，通过发行数字藏品将馆内藏品和展览更加广泛传播，将购买（收藏）者吸引

到博物馆来”。程庆华介绍，数字藏品价格和发行量一般根据不同的IP来定，为了让数字藏品受众更广，发行价一般比较低。

陈邵峰说，在数字藏品推出后接收到文博爱好者的正向反馈，未来会考虑对数字藏品作进一步的赋能，如购买数字藏品获得优先的预约参观权等优惠措施。

“有一些数字藏品把一件艺术品分成好几块来卖，我们不会采取这种方式。”陈邵峰认为，虽然文化传播和商业发展都是通过发行数字藏品的方式，但二者的目的不同、逻辑不同。从监管层面来看，应该对二者进行相应的区分和规范，“不能因为商业操作的问题，影响了以数字藏品为手段的文化传播”。

陕西博骏文化控股公司有关负责人向记者坦言，目前数字藏品行业存在行业主管部门不清晰，数字藏品定位不明确，文化IP授权流程不严格，产品质量标准和发行管理办法缺失，平台上线无须资质审查，导致平台鱼龙混杂、产品质量参差不齐等问题，规范亟需进一步完善。

陈邵峰进一步指出，在发行数字藏品热潮下，较多平台想通过与文博馆合作分一杯羹。部分中小文博馆切不可盲目跟风，要综合考虑本身藏品的知名度、二创是否符合大众审美和文化品味，以及平台的可信度与可持续性等风险因素。