

199元买入的数字藏品
朋友要花三万元买

与Cris的采访本来约在下午1点,他突然说,要推迟半小时,因为自己前几天太忙,忘了当天1点要去抢一件数字藏品——阿里拍卖的《圆明园十二兽首之马首》。

不过,1点03分的时候,Cris的微信就响了,“现在可以(采访)了”。发售10000份的“马首”,仅用了一分钟就售罄,Cris发来一张截图,红底灰字写着“暂无库存”,“抢不到也正常,十二兽首是4月份关注度最高的藏品,多少人排着队。”

说话间,Cris又定好了三个闹钟,接下去一周,阿里拍卖还会放出同系列鼠首、兔首、虎首三款藏品,在Cris看来,30000份,运气总会眷顾自己一次。

根据头豹研究院的数据,以蚂蚁链的销售额以及全球数字藏品增长率为基础,可预测出中国市场规模将在2026年达到295.2亿元。

在身边绝大多数人对数字藏品都一头雾水的时候,以Cris为例,或自信或盲从,身份、年龄、履历、背景各不相同的一小部分入局者,就已经把相当的热情和精力押注在数字藏品的“桌面”上。

和数字藏品逐渐捆绑在一起的,还有这根链条上的每一环,这些参与者显然已经做好了与机遇相处的准备,并愿意承受或享受由此带来的结果。

Cris身边的朋友,最近都有点怕跟他聚,因为哪怕喝个下午茶,也是“一半的时间都在说数字藏品”,按照Cris自己的说法,这种“分享欲”,真的“压都压不住”。

关系比较好的几个朋友,几乎都被展示过那款叫《吃石榴的黑岩食客》的藏品,画面也没什么特别,一个涂鸦画风的人,正拿着半颗石榴往嘴里塞。

但这款藏品却是Cris“有眼光”的最佳佐证,当时在“唯一艺术平台”上发售的时候,Cris花了199元买入,上个礼拜有朋友的朋友找来,委婉问能不能30000块卖给他,“现在已经成了SR级”。

不过Cris并未理会,对他来说,那种“人无我有”的优越感才是最重要的。事实证明,很多藏家入坑数字藏品,也都是因为这种独一性,“可以显摆”。

基于区块链技术要的就是独一无二

基于区块链技术,每一份数字藏品都有自己的属性值和编号,我所拥有的这一份,就是独一无二的。

小昕与数字藏品结缘纯属偶然。去年八九月份,她去杭州白马湖办事,正好现场在举办“中国国际版权展览”,展览中有一块就提到了数字藏品。当时看了也就看了,但没过几天,小昕一个朋友刚好开发了一款叫画版的App,专门做数字藏品,“我上去买了两幅画,就收不住了……”

到目前为止,小昕买数字藏品已经花了七八万元,其中单个藏品最贵的几千块,最便宜的十几二十块都有。不差钱的她,入手藏品始终有一个标准,“就是必须符合我审美趣味的”。

比如丰子恺漫画的藏品,小昕就买了好几个,“在这个时代,丰子恺漫画的那种治愈感,就更加来得珍贵。至于未来这几幅画到底能不能涨价,我真的不太关心。”

王子健是前阵子被某自媒体采访而走红的数字藏品藏家,他最“潇洒”的举动,就是花8888元,买下了大V“天才小熊猫”的



世界上第一个NFT项目——CryptoPunks像素头像。

一万份的『马首』仅用了一分钟就售罄

数字藏品一场虚火?

花了8万元的玩家,玩到了啥?半路出家的运营商,从哪赚到了钱?什么是数字藏品?简单地说就是把你的照片、声音、文字、视频放到区块链上去,变成具有唯一性、不可分割和稀有性的数字作品,再通俗一点就是给每一件物品都配上一个独一无二、不可篡改的身份证号。

图片、音频、视频……这些物品都可以数字化,NFT本身就是一种技术,一种区块链上的“非同质化通证”。看了名词解释也许你还没有明白,看完下面三个人的故事,你就知道备受关注的数字藏品有多火爆了。



数字藏品销售火爆,发售10000份的“马首”,仅用了一分钟就售罄。

延伸阅读

明星纷纷入局NFT,究竟谁在为他们买单

4月1日晚,周杰伦在社交平台发布消息称,其持有的名为BAYC#3738的“无聊猿”NFT产品被盗。而其价值超过50万美元,折合人民币超320万元。如今,没有入局NFT(Non-Fungible Token非同质化代币),似乎便是潮流的弃儿,何况大明星——一向对艺术收藏颇有心得的周杰伦,顺势进入NFT,发起了Phanta Bear项目。

在周杰伦之前,已有大量文体明星“入坑”NFT。2021年9月,篮球明星库里花了约18万美元买了一只蓝色的无聊猿(Bored Ape)头像。林俊杰、余文乐、陈柏霖等明星也纷纷成为粉丝,换上了无聊猿头像。余文乐的社交媒体和OpenSea头像,购买时花了120个ETH,另外他还有8个CryptoPunks,目前总价值也超过千万美元。徐静蕾也是NFT头像的狂热爱好者,她收藏的NFT高达700多个,不仅包括大热的无聊猿系列,也有小众特色的小熊NFT系列。

在某种程度上,明星NFT是粉丝经济的延伸。传统的商业变现路径,明星有创立潮牌、售卖周边等方式,而NFT给明星提供了更为粗暴直接的方式——只需几行代码,便可以快速获得数千万的收入。“文体明星入局NFT最主要的原因就是他们天然带粉丝,天然带流量。所以他运营和营销的目的,就是针对他的粉丝群体进行的。”在南京大学公关顾问、MBA兼职导师、资深NFT收藏者陈闽之看来,明星入局NFT,走的还是流量经济这一套。“因为NFT艺术是一个收藏品的概念,更多的是一个长期的、潜在的收藏价值,有内在的艺术价值在。但是明星的这些NFT项目,相对来说艺术价值并不高。”

据红星新闻

两个资深广告人
吃起数字藏品红利

跟世界级非遗龙泉官窑签完协议那一刻,郑鹏长出了一口气,他给合伙人发了张照片,对方回了八个字——“牛!晚上庆功喝一杯!”

两个资深广告人怎么都想不到,短短半年时间,他们已经从做方案、搭舞台、抬背景板的公关公司,摇身一变,吃起了数字藏品的红利。

属于传统行业的公关公司,

本来就已经很内卷了,加上时不时来一波的疫情,去年下半年,郑鹏手里已经黄掉了四五个几十万元的订单,“我一个朋友,直接关了自己的演出公司,加盟包子铺去了”。

从那时候起,郑鹏意识到,再不变,就是死路一条。

去年9月份,郑鹏无意中看到一条新闻,说的是扎克伯格正在全力布局元宇宙,当天下午,他就

在公司群里给所有人布置了一个任务——大家用各种方法和渠道,都去了解元宇宙。

郑鹏还特地把电影《头号玩

家》拷贝了下来,在会议室里带着员工们看了一遍,“我反复跟他们讲,不要觉得元宇宙离我们很远,但它可能突然就会来到我们身边。”

在关注元宇宙的过程中,郑鹏也慢慢了解到了数字藏品,特别是NBA球星库里花18万美元买了个数字头像的新闻,彻底刷新了郑鹏对数字藏品的认知,“到底是人傻钱多,还是潮流趋势?”

去年11月,阿里蚂蚁链开始发行数字藏品,郑鹏注册了一个账号,天天上去看,推了什么藏品?售价是多少?有多少人买?

一直到今年2月,江西南昌喊出,要打响中国元宇宙第一枪,郑鹏知道,“数字藏品是不是风口”已经不用再讨论了,现在要考虑的是,公司怎么进去这个领域?进去之后能做什么?

一天晚上,郑鹏跟合伙人一起,在西湖边讨论到次日凌晨1点。做IP方?不可能,IP方基本都是博物馆、著名艺术家;做平台?没这个资金和技术实力……最后两人一合计,那就做运营商,任何新兴产业的初期阶段,都离不开好的运营商,从之前的电商到直播,无一不是如此。

“做数字藏品界的MCN公司”,冲着这个目标,郑鹏成立了一家科技公司。

春节假期刚结束,公司就签约了国内著名画家,郑鹏至今还记得第一次去谈的场景,他洋洋洒洒讲了半个小时,最后画家一脸蒙:“所以……到底要怎么操作?”

郑鹏让画家选了四幅画,然后拿到高清扫描件,配上文案描述,直接就在某“腰部平台”上线发行了。过了1个多小时,郑鹏发现,销售账户里多了900多元钱,按照20元的单价来算,相当于(扣掉平台手续费)已经卖掉了50份左右。

兴奋之余,郑鹏马上联系画家,双方共同决定加推。最终,这个系列的数字藏品,让公司赚到了在数字藏品领域的第一桶金——40000元钱。

**没有什么不可能
是数字藏品最大的可能性**

跟郑鹏一样,许多人抱着“试一试”的心态进入数字藏品产业链,试图在鸿蒙初开中搜寻机会,然后迅速形成一种微妙的生存架构。

作为运营商,最难的不是找到IP,而是如何让这个IP顺利变成数字藏品,稳稳变现。

不久前,郑鹏刚刚签了河南开封府包公祠的IP,对方负责人50多岁,整个线上会议开到一半,似乎还是疑虑重重,跟郑鹏说,“要不你们还是飞过来一趟,我们当面再聊聊?”

这个时候,负责人的儿子、一个90后,正好从外面赶到了会议现场,听郑鹏讲完,年轻人显得非常有兴趣。第二天,郑鹏就接到了对方的电话,定了!直接签合同!“你看,90后就秒懂我们的玩法,确实他们也是数字藏品的消费主力军。”

就在采访前几天,郑鹏刚签下了世界非物质文化遗产——龙泉官窑的IP,一堆创意每天在郑鹏脑子里转着,比如让泰斗级画家的画“长”到龙泉官窑上;再比如,让当代动漫艺术跟龙泉官窑来个混搭……“没有什么不可能,这就是数字藏品最大的可能性。”郑鹏说。

据钱江晚报

扫码下载齐鲁壹点
找记者 上壹点

编辑:武俊 美编:继红 组版:洛青