

市场持续升温 有藏品上市即秒光

# 数字藏品“火出圈”背后

不少文旅企业亦纷纷推出数字藏品平台，将地方文化、艺术、民俗、旅游等与创新的技术应用紧密融合，助力文旅产业升级



4月22日，以“沂蒙画卷”为主题的两款数字文旅藏品“世界第一人行悬索桥”和“望海楼”首发销售。

◆导报记者 戚展 济南报道

近期，数字藏品在国内的发展引起各方关注并积极参与。无论是互联网巨头的强势入局，还是初创公司的跃跃欲试，都让市场持续升温。不少文旅企业亦纷纷推出数字藏品平台，将地方文化、艺术、民俗、旅游等与创新的技术应用紧密融合，助力文旅产业升级。在疫情防控常态化背景下，景区打破常规、拥抱数字经济、创新营销手法、不断寻求新突破的努力，也为未来打开了更大的想象空间。

山东文化产业大发展，数字化藏品层出不穷释放了怎样的信号？在市场中反馈如何？连日来，经济导报记者通过深入调查走访，探寻数字藏品“上线即秒光”背后的产业“秘密”。

## 上线即“秒光”

2021年3月，泰山景区首期四款数字藏品上线销售，每件藏品售价25元，分别限量发售8000件，首期藏品上线即“秒光”。2022年4月22日15:00和15:30，山东文旅云官方授权太一集团元宇宙市场平台首发销售以“沂蒙画卷”为主题的两款数字文旅藏品——“世界第一人行悬索桥”和“望海楼”。这两款藏品均限量发行5000份，首批藏品上架即售罄。

“我们选择了‘五岳独尊’等知名度较高的石刻，其次还有‘虫二’‘虎’等故事性、趣味性较强的石刻作为首批藏品上线。”泰山景区相关负责人介绍，作为世界文化与自然双遗产、世界地质公园、国家级风景名胜景区、国家5A级旅游景区，泰山景区首次推出数字藏品，精心选择了“五岳独尊”“虫二”“如意”“虎”四款具有代表性的石刻景观。在藏品设计上，采用3D技术还原每一处细节，一勾一画，力求逼真，主要考虑了其社会效益，用数字化手段挖掘、呈现泰山文化价值。

数字藏品的市场反馈如何？消费者是否乐意买单？

经济导报记者梳理了2021年至今行业内高调发行且交易内容较为独特的几次交易发现，这些数字藏品基本是一经上线就被一抢而空。尤其是针对年轻消费者、价位在几十至几百元的限量品种，非常受欢迎。

如北京冬奥会后，冰墩墩被国际奥委会授权，制作成为NFT数字盲盒，以99美元的价格发售，限量500个，在国外数字交易平台上线。第二天，这些数字藏品的二手转卖价格就上涨到了700美元至2000美元之间。其中最高的报价，更是达到了8888美元。

“目前各大机构发行的数字藏品，单价都很便宜，且限量发售。与线下景区旅游买回纪念品不同，消费者花费不多就可以拥有独一无二的数字藏品。”中国长城学会国际交流部主任韩国伟说，如果9.9元就可以购买到一件限量发售的长城数字藏品，相信很多游客都愿意购买。

## 交易标准需明确

山东汉和文化传媒有限公司总经理张强一直在探讨和上交所的合作，从2013年开始，他就尝试将当代艺术品通过上交所平台进行交易。

“上交所目前有不少交易都是针对艺术品市场中顶级的、价值比较高的作品。作为民间艺术交易，还是应该避免大而全，做一些让交易人或者购买者实实在在可以触碰到的实际标的物。”张强曾尝试将中国书协、美协等当代艺术家的作品进行平台交易，数字藏品按照平尺交易，入市后价格都有较高涨幅。

一位从事多年艺术品投资交易的行业人士透露，很多人局者都抱着“一夜暴富”的心理。目前行业内数字藏品交易的参与者以互联网巨头为主，像“鲸探”的背后是支付宝、“幻核”的背后是腾讯、“灵稀”的背后是京东。这些发行数字藏品的公司，以互联网巨头为天然依托，充分利用了互联网巨头在移动互联网时代赋予的巨大流量，无需投放巨额广告就可以收获大量用户群体，将数字藏品与投资增值联系在一起。

“我曾经建议，艺术品做数字藏品需要有行业标准，比如一件青花、一幅墨宝，如何定价？是按照行价，还是重新定价？这就需要有个标准去衡量。”张强认为，一定要警惕把艺术品作为数字藏品进行“恶炒”的行为，这一行业需要有规则 and 标准制约，否则线上的“虚火”很容易引发线下交易行情的波动。

近两年，随着元宇宙的火爆，基于区块链技术的NFT也成功“出圈”，NFT交易平台也成了竞争的红海市场。不少普通消费者认为，一件看不见、摸不着的艺术品，凭什么能卖出如此惊人的价格？

“数字藏品NFT(Non-Fungible Token)，是指‘非同质化权益证明’。简单来说，当一件作品被铸成NFT之后，该作品就成为了区块链上独一无二的数字资产。”山东儒翔文化传媒有限公司总经理贾轶介绍，目前有不少数字藏品都是通过NFT进行交易，NFT可以把图片、声音、文字、签字、指纹等数字化信息进行编码，具备唯一性、安全性、不可篡改性以及庞大的数量和时间戳。

目前交易中，NFT这种新兴的艺术载体和虚拟表现形式，为艺术家提供更多元场景，来拓展人类创造力的新边界，也让其迅速“荣升”为艺术圈的“宠儿”。数字藏品领域隐藏的巨大价值，正吸引企业纷纷入局。据统计，2021年，中国数字藏品的发行平台已多达38家。

贾轶认为，目前国内的数字藏品发行平台渐渐地摸索出了一套适合国内政策和技术环境、合法合规的生存法则，但数字藏品想要在国内取得更加长远的发展，其藏品本身的文化价值打造、市场监管体制的构建以及二级市场的逐步放开是必然趋势。

## 景区纷纷“试水”数字藏品

近期，多家景区纷纷“试水”数字藏品，西安大唐不夜城推出“大唐开元·钟楼”“大唐开元·小雁塔”数字藏品；常州中华恐龙园推出以“恐龙”为主题的数字盲盒、上海海昌海洋公园推出主题为“虎鲸骑士团”的

数字盲盒……

“众多景区在做数字藏品的尝试。这是一种很好的营销策略和传播手段，是在疫情防控常态化背景下，景区打破常规、拥抱数字经济、不断寻求新突破的努力。”中国旅游产业信息化委员会副主任曾涛在接受经济导报记者采访时表示。

4月15日，山东省互联网传媒集团和山东文化产业交易所联手打造的山东首个国有数字藏品交易服务平台“海豹数藏”项目正式启动建设。该平台致力于与国内数字藏品管理、咨询、研究机构和平台等开展合作，助推山东省文旅产业高质量发展。

曾涛认为，目前山东省多家国企、文化平台启动数字藏品业务，在行业内具有较高的信用，在藏品制作上可能投入更高，这样的趋势也将推动山东数字藏品产业热潮。

作为“沂蒙画卷”两款数字文旅藏品的发售平台方，北京太一云技术股份有限公司副总裁李世保介绍，北京太一云技术股份作为专注于区块链领域的新三板挂牌企业，目前其文旅云公司正在加速建设“好客山东·云游齐鲁”智慧文旅平台，2022年也将充分利用元宇宙、数字孪生、区块链、VR/AR/MR技术，全力打造全域文化创意平台，建设集创作、授权、交易、分享、推广于一体的数字文化创意平台。

“在数字经济快速发展和疫情防控常态化的背景下，数字文旅产业正在成为激发消费潜力的新引擎。数字藏品与文旅行业有着天然的契合度，作为景区IP与虚拟技术相结合的载体，数字藏品具有为景区提供消费新热点、开拓营收新模式的功能力，在此领域布局也成为大势所趋。”4月23日，山东文旅景区投资集团党委书记、董事长朱爱军在受访时介绍，将景区大美风光与历史文化内涵通过全新的方式展现，是科技赋能文旅景区的新探索。个性化与互动性强是当下文旅IP主要的吸引力，有年轻市场基础的、文化属性强烈的数字藏品背后有着巨大的商机，这也是景区与省内文旅平台将继续探索的方向。

亚星化学“摘帽” ST美讯变回美国通讯

# 多只\*ST鲁股“挥别”风险警示

“摘帽”无疑是好事，但从2022年一季度报数据看，这三家公司仍面临一定的经营压力

◆导报记者 段每寿 济南报道

5月9日，\*ST亚星(600319.SH)停牌一天。此次停牌是好事，在5月10日复牌后，\*ST亚星股票简称将变更为“亚星化学”，正式撤销退市风险警示。

经济导报记者注意到，山东多家ST公司或\*ST公司都在积极开展“摘星去帽”工作，ST美讯已在4月27日将证券简称变更为美国通讯(600898.SH)，\*ST园城(600766.SH)也在4月26日公告拟申请撤销公司股票退市风险警示。不过，即便顺利“摘帽”，上述公司的经营仍面临一定困难，需要公司寻求突破路径。

## 亚星化学“归来”

“是受到了寒亭生产厂区搬迁关停的影响。”亚星化学证券部人士5月9日对经济导报记者表示，公司的“戴帽”与“摘帽”，与生产厂区关停和搬迁项目建设进展息息相关。

2019年9月，亚星化学收到潍坊市政府办公室下发的通知，于2019年10月31日前关停位于寒亭区北海路以东、民主街以北的生产厂区并实施搬迁。鉴于生产厂区全面停产，且预计未来3个月内无法全面恢复生产，公司向交易所申请对公司股票实施其他风险警示。2019年11月4日，亚星化学变更为ST亚星。

2020年，受停产因素影响，ST亚星仅能延续销售停产前生产的存货产品，全年实现营业收入4929万元，同比减少97.02%，归属于母公司股东的净利润为-2567万元。因触及“净利润为负值且营业收入低于1亿元”的规定，ST亚星于2021年4月30日被实施退市风险警示，证券简称变更为“\*ST亚星”。

2021年，\*ST亚星完成一期搬迁项目建设并顺利复产，营业收入实现恢复性增长，2021年实现营业收入1.92亿元；同时受到2021年房屋及其他附属物相应的补偿款按照与收益相关的政府补助计入当期损益的因素影响，2021年公司实现净利润1.93亿元，顺利扭亏为盈。

鉴于公司生产经营秩序已经恢复，经审计的2021年财务指标涉及退市风险警示的情形已消除和涉及的其他风险警示的情形已消除，\*ST亚星于3月6日公告拟向上交所申请撤销相关风险警示。最终在5月6日，\*ST亚星收到上交所同意公司股票撤销退市风险警示及其他风险警示的决定。

## \*ST园城“摘帽”在路上

经济导报记者注意到，在亚星化学之前，同为去年的“风险警示”群体，ST美讯已经变回美国通讯。

据了解，国美通讯2018年至2020年曾连续亏损，归属于母公司股东的净利润分别为-38192.46万

元、-85113.07万元、-25845.18万元，但未触及上交所规定的财务类强制退市情形，故在2020年年报公布后，公司股票在2021年5月19日由“\*ST美讯”变更为“ST美讯”。

2021年，ST美讯实现营业收入23568.85万元，归属于上市公司股东的净利润为-4000.22万元，扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后，公司2021年营业收入扣除后金额为21502.53万元。

ST美讯表示，公司2021年经审计财务指标触及及财务类强制退市情形，且不触及实施其他风险警示的情形，故公司向交易所提出撤销对公司股票实施其他风险警示的申请。最终，ST美讯在4月27日变回美国通讯。

\*ST园城“摘帽”则在路上。经济导报记者了解到，园城黄金2020年实现营业收入2622.78万元，归属于母公司股东的净利润-1542.57万元，扣非后的归母净利润为-787.89万元，因触及“净利润为负值且营业收入低于1亿元”的规定，公司股票在2020年年报披露后被实施“退市风险警示”。

2021年，\*ST园城实现营业收入22503.14万元，归属于母公司股东的净利润297.48万元，因财务指标涉及退市风险警示的情形已消除，\*ST园城在4月26日披露拟向上交所申请撤销对公司股票实施退市风险警示。

对于\*ST园城“摘帽”一事的进展，以及“摘帽”后公司经营有何计划，经济导报记者5月9日多次拨打\*ST园城联系电话，但始终无人接听。

## “摘帽”后仍不轻松

“摘帽”无疑是好事，但从2022年一季度报数据看上述三家公司仍面临一定的经营压力。

亚星化学一季报显示，公司2022年前三个月实现营业收入15454.29万元，同比增长1913倍，但归属于上市公司股东的净利润仍处于亏损状态，为-378.02万元。考虑到亚星化学2021年度扣非净利润为-7234.23万元，公司扭亏为盈仍需努力。

“今年能否盈利我无法回答，得看报表。”亚星化学证券部人士向经济导报记者表示，毕竟现在才5月初，一季报的数据不能代表全年。

国美通讯在2018年-2021年连续亏损4年的基础上，2022年一季度仍继续亏损，1-3月共实现营业收入5145.65万元，归属于上市公司股东的净利润为-1044.57万元，提升业绩仍是当务之急。

而\*ST园城2022年一季度营业收入仅为1100.75万元，归属于上市公司股东的净利润为-14.28万元，若未来三个季度仍与一季度类似，投资者又该担心公司面临“净利润为负值且营业收入低于1亿元”的情形了。

济南实现社会面动态清零

# 5月10日有序恢复堂食,11日初中毕业年级学生返校复课

导报讯(记者 吴淑娟)从5月9日举行的济南市新冠肺炎疫情防控新闻发布会上获悉，5月11日(周三)，济南市有意愿返校的初中毕业年级学生返校复课；不具备复课条件的个别学校，经属地疫情防控部门研判，可暂不复课。同时全力以赴做好其他未复课年级的复学复课准备工作。除历城区、济南高新区重点管控区域及全市其他封控区、管控区以外的区域，自5月10日零时起，有序恢复餐饮(堂食)经营活动。

2022年5月8日0时至24时，济南市报告无新增本土确诊病例、无新增本土无症状感染者，本轮疫情以来首次实现本土阳性感染者“零新

增”，连续4天无本土社会面新增阳性感染者，实现了社会面动态清零。全市本土无症状感染者解除医学观察12例。

5月8日下午，省市疫情处置工作组济南现场联合指挥部召开工作会议，指出当前全市疫情防控形势趋稳向好，全市上下要牢固树立底线思维，坚持统筹兼顾、综合施策、精准导向、落实责任，统筹推进疫情防控和经济社会发展各项工作，确保防疫不松懈、发展不停步、安全不放松。会议对守牢“外防输入”防线、帮扶各类市场主体、强化安全生产等工作作出安排部署。

不断调整优化社会面管控措

施，对封控区、管控区等重点区域逐一甄别评估，稳妥审慎推进解封和降级管理。5月8日0时至24时，全市封控区解除1个、降级7个，解除管控区4个、防范区7个。

扎实做好复学复课相关准备工作，成立多部门联合的复学复课工作专班，制定工作方案，压实属地管理责任，逐一核验中学校复课准备情况，并提供复课保障和支持。经研究决定，5月11日(周三)，全市有意愿返校的初中毕业年级学生返校复课；不具备复课条件的个别学校，经属地疫情防控部门研判，可暂不复课。同时全力以赴做好其他未复课年级的复学复课准备工作。

引导餐饮单位规范有序恢复堂食。堂食就餐人数按接待能力的70%实行限流，大厅桌间距离1米以上或隔桌就餐，单桌就餐人数严格控制在10人以内，每个包间限1桌。承办5桌及以上聚集性餐饮活动的餐饮单位，要提前1天向属地街道(镇)报备；举办5桌及以上聚集性餐饮活动的，举办方要提前1天向属地街道(镇)报备。

虽然济南市疫情防控形势趋稳向好，但“零新增”不代表“零风险”。随着疫情防控工作由应急处置转入常态化防控，必须毫不动摇坚持“外防输入、内防反弹”总策略和“动态清零”总方针，从严从紧筑牢防控屏障，持续巩固来之不易的疫情防控成果。