



## 割韭菜式拉新，套娃式画饼

与盈利思路配套的是，平台需要靠一波又一波所谓的营销手段，来让市场始终保持活跃状态。只要市场「活起来」，平台就能持续「赚下去」。这种刺激市场的模式，目前也主要有两种——

一是「拉新」，用一系列优惠手段，拉新人入场。

怀揣着来元宇宙「尝鲜」和「致富」梦想的新人，在二级市场里高价购买藏品，让藏品的身价不断被抬高。可以说，只要有新韭菜不断入局、不断抬价，数字藏品的

泡沫就能越吹越大。而平台拉新的手段，也可谓层出不穷，不仅送空投礼物和优惠券，甚至一度还给「拉新大户」送车、送房、送金条。

二是所谓的「活动策划」。

「在数字藏品平台工作，每天的大部分时间，都在被逼着想活动策划。但哪有什么新鲜的活动，不过是依葫芦画瓢地画大饼，各家平台都在比拼，看谁的大饼最大最具吸引力。」一位数字藏品行业的从业者不禁感叹。

目前流行的「活动策划」，主要就是——空投、勋章、合成这几个概念。

所谓「空投」，就是送礼品。不论是过年、过节、还是拉新，把一些jpg图片制作成数字藏品，作为礼品空投给用户，是笼络人心的最低成本手段。

「勋章」概念比「空投」要高级一点，就是给来得最早、消费最高、拉新最积极的一批用户赋予一些特殊的权力，比如藏品的优先购买权、免费获得权等等，并且其「勋章图片」也会被制成藏品的形式，可以展示和在二级市场进行交易。

而「合成」，则是当「空投」和「勋章」都玩过之后，产生的一种更加无脑的「大乱炖」。简单来说，就是用户可以用几种指定的藏品或者勋章来合成一个更大的「大勋章」，这种「大勋章」被赋予了更高一级的特权。

内测勋章、公测勋章、志愿者勋章、创世王者勋章、拉新王者勋章.....不断合成、不断加码、不断画饼。无法想象，假如这套逻辑不被终止，是不是会有「超级勋章」、「超级大勋章」、「超级大大勋章」这样的「套娃式勋章」永无休止地演进下去。

## 除了「暴富」，还有「装13」

蜂拥而至的投机过后，必然会遭遇竭泽而渔的反噬。

只是，谁也没曾料到，洗牌来得这么快——

从5月以来，多家平台被哄炒至万元的藏品一夜之间猛跌80%不止，让用户直哭：「赔得底裤都不剩」。

近日，多家数字藏品平台更是相继跑路。

