



淘派通过数字藏品让普通人简单便捷地接触元宇宙，并协助知名品牌和机构布局元宇宙。图为淘派发行的派对猫、中国航天、联合利华 & 苏翊鸣。

及确认时间方面世界领先，链上生态繁荣、互联互通，并且独有的代付机制消除了用户接触数字货币的隐患，在合规及拥抱监管层面走在了前列”。

当大众熟知的茶饮品牌“奈雪的茶”和全球知名餐饮品牌麦当劳基于树图链推出了各自的 NFT 后，焦雨晴表示，很多大的品牌和机构纷纷找到树图寻求元宇宙的布局，“其实品牌想去布局元宇宙大多也都是从数字藏品入手，它相当于整个元宇宙里的资产。人们先要持有一些自己的数字资产，才能具体应用到元宇宙里的各个场景”。

什么才是真正的数字藏品？数字藏品怎么和 Web3、元宇宙结合？如何以虚促实、数实结合？为了解决品牌和生态方的疑问，淘派携手树图技术团队，开发了淘派平台。

打个通俗易懂的比方，淘派就好比是基于区块链技术的“淘宝”。并结合 MPC（多方安全计算）、门限签名等技术自主研发了 Fiat-to-NFT 解决方案，确保用户资产安全。

“在淘派上，用户可通过支付宝、银行卡等熟悉的支付形式，购买入驻艺术家、品牌方或影视、动漫、游戏等知名 IP 发行的数字藏品。”焦雨晴表示，“淘派发行的数字藏品是真实上链且公开可查询的。是真正属于用户的真数字藏品。即使有一天淘派不在了，也不会影响用户资产的权属和安全。我们也和树图公有链上的各种生态项目互联互通，比如一家叫 Anyweb 的产品，是专门做区块链账户托管的。两者打通之后，用户可以在淘派看到自己 Anyweb 中的资产，也可以在 Anyweb 上查看淘派里收藏。其他的还有 ODin 三国元的资产互通，莫塞元宇宙的淘派文化岛，Metaforo 的验资分群，Fanbook 的资产核销与进化等等。”

焦雨晴强调，类似的生态企业接入得越多，品牌方会有更多场景和商业机会，用户也有更多玩法和乐趣。

8月16日，腾讯旗下的数字藏品平台幻核关停。“这也是联盟链一直被业界诟病的地方，不但资产没有保障，连如何处置自己的数字资产，用户都是被动的。”焦雨晴坦言，“永远不要试图相信一个自己无法参与记账的账本。”

在焦雨晴看来，于品牌或 IP 而言，数字藏品应该是与用户建立强连接的载体、布局元宇宙的工具，通过一系列运营和营销活动，真正实现以虚促实，虚实结合，加速商家传统产业的破圈。“企业一定要充分理解数字藏品的意义和价值。如果企业发行数字藏品只是为了赚一波快钱，没有长期的运营规划，我们会认为这是对自身 IP 和粉丝的消耗。我们更愿意帮助企业通过数字藏品与粉丝深度绑定，与实物、会员、版权收益等权益相结合，基于平台的资源优势，与明星 IP、时尚、体育、文创等多品牌联动，赋能企业元宇宙数字化新营销。”

“在合作品牌的选择中，淘派从一开始就坚持和理解数字藏品的国内知名品牌或 IP 方合作。目前，淘派和树图已与中国青年报达成深度合作，作为国家“青春元宇宙”计划数字藏品和区块链技术独家支持单位。其他合作方包括中国航天、芒果智娱等 200 余家知名机构。其中影视类合作方包含中国影视第一股华策影视、国内一流影视公司欢娱影视、顶级动漫及游戏 IP 凹凸世界；消费品类合作方包括联合利华（清扬）、上海时装周 8 年赞助商 Limitless、潮牌 bosie，还包括多家著名的文化遗产机构、非遗作品版权方、博物馆博物院、文化艺术机构等，在积极赋能地方党媒数字宣传、宣传中国航天伟大事业、传播中国传统文化和艺术、弘扬正能量方面始终向前。”