乐见的文化艺术作品，以数字科技促进大众艺术品市场的健康发展。人民网将开辟中国对外艺术展览专区，就中国对外文化集团授权内容进行独家发布，为其授权的艺术藏品提供数字化服务，定期策划发行数字藏品，并开发文创及衍生品。

此外，2022年2月，华媒控股在深交所“互动易”平台上表示杭州文化产权交易所为其参股公司。目前，杭州文交所正在试水数字藏品的发行，已在一些合作平台发行越窑青瓷“百朵向阳花开”、《城报》创刊号和《都市快报》创刊号数字藏品。

除众多官办媒体，国内各主流商业媒体和社交媒体平台也对数字藏品趋之若鹜。这股科技新旋风自2021年下半年吹到国内后，腾讯、阿里、百度、字节跳动、小红书等多家互联网巨头公司纷纷进军数字藏品领域，先后打造了各自的数字藏品产品发布/销售平台。

就目前发展现状来看，尽管新闻传媒业（尤其是国内传媒业）入局数字藏品所带来的盈利模式还未成型，但诸多尝试无疑为媒体将新闻内容转化成商业价值开辟了新的路径。这种将传统新闻资源以数字藏品新技术手段进行二次开发的探索，有可能帮助传统媒体走出困境起到“雪中送炭”的作用。

对新闻传媒业发展数字藏品的建议

随着数字藏品成功进入新闻传媒业的内容生产和流通链条，越来越多的新闻媒体发挥自身优势和资源涉足数字藏品，逐步探索建立专属的“非同质化”的新闻社区。但不可忽略的是，与所有新技术一样，借助数字藏品技术发展数字文化产业过程中仍存在一定风险。因此，笔者建议：

其一，坚守内容品质，慎重开拓布局。数字藏品及其作为基础设施支撑的“元宇宙”让内容的来源和形态更加丰富，为内容创作带来了无限想象力，也让传统媒体机构优质内容的价值得到了更多维度和更具有叠加效果的释放。但新技术的跃迁改变不了传播的本质属性，也改变不了平庸内容在竞争中丧失价值的命运。任何时代下，满足用户对内容价值的诉求是媒体实现核心价值的重要途径。新闻传媒业在借助数字藏品技术发展数字文化过程中，始终要守住内容价值，利用技术创新提升优质内容创作，满足用户多元化的内容消费需求。目前，发行新闻类数字藏品的门槛较高，国内外较为知名的新闻类数字藏品都由大型报业集团发行，其原因也正是基于这些机构才拥有数量足够多、品质足够优异的可以数字藏品化的新闻内容作品。可见，在目前阶段，数字藏品还不是整个新闻传媒业经营增收新渠道。新闻机构在开拓布局数字藏品市场方面，要慎重考虑投入产出比。

其二，坚守道德伦理，警惕投机风险。数字藏品市场尚不成熟，是一片全新蓝海。在水涨船高的拍卖额背后，作为新兴事物的数字藏品难免存在炒作和投机倾向，数字藏品市场的野蛮生长值得持续观察。2022年4月13日，中国互联网金融协会、中国银行业协会、中国证券业协会发布关于防范数字藏品相关金融风险的倡议，呼吁广大消费者树立正确的消费理念，增强自我保护意识，自觉抵制数字藏品投机炒作行为，警惕和远离数字藏品相关非法金融活动，切实维护自身财产安全。同时，也明确表示坚决遏制数字藏品金融化、证券化倾向，从严防范非法金融活动风险。这对于“正当红”的数字藏品来说，是及时和必要的。许多收藏家将数字藏品视为一种有暴利可图的投资，真正认同新闻价值、热爱新闻内容的人往往并非交易的参与者。对于新闻这一较为特殊的行业来说，发行数字藏品的行为本身也是在用自己的权威为加密经济背书，盲目发行数字藏品可能有损媒体自身的信誉和权威。

当然，作为区块链技术发展的最新成果，新闻传媒业在数字藏品的应用实践中已经积累了一定的经验，促进了数字内容的金融价值与传播价值的融合。未来，“新闻+数字藏品”的整体趋势将日趋明朗，在“元宇宙”语境下，我们仍然对新闻传媒业与数字藏品及整个数字文化产业融合并开辟出更加广阔的空间充满想象。

注释

[1]史安斌，叶倩：《区块链技术与新闻业变革：理念与路径》，载《青年记者》，2019（16）：75-78页。

[2]Sebastian Sinclair：《Associated Press 数字藏品 Artwork Sells for $180K in Ether》，2021-03-13。

[3]Samanth Subramanian，David Yanofsky：《We sold the first-ever 数字藏品 news article for $1800》，2021-03-22。

[4]Mitchell Clark：《The New York Times just sold an 数字藏品 for more than half a million dollars》，2021-03-25。

[5]Jacob Kastrenakes：《Time made a hypey crypto cover and is selling it as an 数字藏品》，2021-03-22。

作者简介

冯兆阳　西安报业传媒集团（西安日报社）中级经济师（工商管理）