

2022年卡塔尔世界杯已经开赛，当全球目光聚焦于此，世界杯经济也随之风生水起，从周边商品到酒店餐饮，再到不计其数的赞助商，这一场世界杯经济的狂欢，还走入了虚拟世界。

在本届世界杯上，出现了不少数字世界的身影。比如阿根廷国家队队服上出现了加密交易所币安的Logo，足球场边的护栏上出现了加密交易所Crypto.com的广告、元宇宙的观赛平台.....

除了广告赞助外，还有各个国家队的粉丝代币，以及明星们发行的NFT都是这届世界杯上的“加密货币元素”。而这些虚拟资产的价值，也随着世界杯的“战况”剧烈波动。

图源：新华社

阿根廷爆冷输球

粉丝代币一日大跌30%

昨夜，沙特阿拉伯队爆冷2:1战胜阿根廷队，掀起的波澜震动了虚拟世界。阿根廷足球队粉丝经济代币\$ ARG在战败后遭强势沽空，而以沙特阿拉伯人为原型的 NFT The Saudis，从原本的地板价大涨30%。

仅仅一夜之间，万千阿根廷粉丝心态崩了，粉丝代币也跟着雪崩。专注体育娱乐的区块链Chiliz发行的阿根廷足球队粉丝经济代币Argentine Football Association Fan (\$ ARG)，在阿根廷球队爆冷战败后，\$ ARG出现了极强的卖空方。

据OKX加密货币交易所的交易图表，\$ ARG从昨天18:00开始持续下跌，从7.22美元的高位下挫到4.56美元，日内震幅高达45%。截至发稿前，\$ ARG稍有反弹，报价5.10美元，日内跌幅超30%。

图源：Socios.com代币网站

粉丝代币（Fan token）是粉丝经济的产物，它的本质是一种加密货币，是粉丝和明星之间链接Token化的产物，这几年，在体育、娱乐领域尤其风靡。

球迷代币网站Socios.com官方表示，据统计2021年各类粉丝代币为其合作伙伴俱乐部共创造了近2亿美元的收入。

不过，狂热的炒作狂欢背后，往往暗藏着暴跌风险。自世界杯开幕以来，此前一直

被投资者热炒的世界杯足球概念代币集体下跌。

截至发稿，全球市值最大的世界杯概念币CHZ已从最高点0.266下跌到0.181，下跌超30%；而几大夺冠热门的球队也是如此，巴西国家队粉丝代币BFT、西班牙国家队粉丝代币SNFT、葡萄牙国家队粉丝代币POR、法国国家队粉丝代币FRA近期都出现明显下跌，跌幅大多在10-20%左右。

“一般来说，资产有自己的定价和估值逻辑，判断价值很重要的因素是它能否产生现金流，以及市盈率等指标，但这类数字资产本身并不产生现金流，它是通过炒作的方式，支撑它的价格，不断地击鼓传花，因而风险极高。所以不值得鼓励。” 看懂研究院研究员由曦告诉天目新闻记者，一旦热度褪去，就有暴跌的可能性，而后入场的人就成了亏损的“接盘侠”。

## NFT、元宇宙成为场外的狂欢

### 有球迷也有投机者

哪里有流量，哪里就有生意。2022年卡塔尔世界杯上，“元宇宙”“NFT”成为赛事营销的新亮点，俨然成了球场之外的狂欢。

例如，近期中国移动打造了首个以世界杯为主题的云原生社交互动观赛平台“星际广场”，动感地带数智虚拟代言人橙络络、咪咕数智达人家族的古逸飞、尤子希，以及徐梦桃、王濛、刘畊宏的数智人也一同亮相世界杯元宇宙场景。

而在卡塔尔世界杯的现场，球场边的广告栏也出现了加密货币交易平台Crypto.com的广告。作为官方赞助商，Crypto将出现在2022年卡塔尔世界杯的体育场内外，并为其用户提供参加比赛和赢得官方商品的机会。

图源：世界杯直播截图

早在今年5月，国际足球联合会（FIFA）便宣布与公链项目Algorand达成赞助协议及技术合作协议。Algorand将成为FIFA的官方区块链平台，并提供官方区块链支持的钱包解决方案。

“世界杯这类大型赛事的热度极高，自然会吸引广告。对品牌来说，可以在短期内迅速提高知名度，而对于广告主来说，他们也希望不断寻找新的流量入口，引入元宇宙、NFT等新生事物，吸引受众的注意。” 文旅创新创业研究院执行院长张德欣告诉天目新闻

前不久，知名球星梅西以投资人和品牌大使的身份加入法国NFT交易卡牌游戏Sorare。截至目前，Sorare已经取得了全球超过23个职业足球联赛的280个足球俱乐部的授权，覆盖了包括英超、西甲、德甲、意甲、欧冠这些球迷群体关注的足球联赛中的知名俱乐部，比如利物浦、皇家马德里、巴塞罗那、拜仁慕尼黑、尤文图斯等。

图源：内马尔社交平台官方账号

近日，巴西足球明星内马尔宣布将在世界杯期间联合第九城市旗下的NFTSTART推出其首个NFT系列。葡萄牙足球明星C罗日前在社交网站上写道：“我的NFT系列将于11月18日推出，这是你加入我的Web3社区并拥有我职业生涯中标志性时刻的机会，并在收藏品投放时收到一份惊喜。”

球迷元仔告诉天目新闻，现在的人都在向元宇宙迁移，想要抓住年轻用户，就得玩一些新鲜的花样。“许多互联网平台都在推球星NFT产品，作为铁杆球迷，有的人会愿意为偶像的NFT买单，但像梅西等球星的NFT很稀有，购买也有门槛，导致价格被炒得很高，上百万美元的球星NFT都不罕见。”

相比NFT收藏者、俱乐部的球迷，或许虚拟世界更多的是投机者，因此这场热闹也充斥着泡沫与陷阱。

在由曦看来，体育赛事结束后，相关NFT价格也将很快跌入低谷。“明星NFT数量已有泛滥之势，当世界杯结束后，随着热度下降，投机者们大量退场，NFT价格一定是会降低的。因此，投资这类数字资产必须谨慎，警惕炒作的风险。”