

谁在打“元宇宙月饼”的主意？当传统月饼遇上数字月饼

| | |
|------|---------------------------|
| 产品名称 | 谁在打“元宇宙月饼”的主意？当传统月饼遇上数字月饼 |
| 公司名称 | 东莞市微三云大数据科技有限公司 |
| 价格 | .00/件 |
| 规格参数 | |
| 公司地址 | 广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋301室 |
| 联系电话 | 14776427336 14776427336 |

产品详情

“万物皆能NFT”，近日，不少上市公司、月饼生产商、酒店以及元宇宙数字藏品平台纷纷推出“数字月饼”，吸引了一批潮流玩家。

前几天，一款区块链月饼的宣传海报引发大量网友围观。在这个月饼礼盒的名称为“区块链空气月饼”，产品特点标注为零糖零卡零脂，无饱腹感，礼盒中央还印有“我可能被割了？”海报的广告语更为夸张：“看着很贵，其实买的是空气”，“太好了我就爱当韭菜”。礼盒图上展示盒子里面有4个月饼盒，其中一个盒子呈打开状态，里面空空如也，并没有月饼。这实际上是一个微博博主制作的设计样品，后被流传到网上，引发围观。暂时有没有量产和销售不得而知，但是打着区块链的名义，并无区块链技术，炒作的概率更大。

谁在打“元宇宙月饼”的主意？

当传统月饼遇到元宇宙和NFT会发生什么？一家近半个世纪历史的丝绸企业，5年时间居然卖出了1000万枚月饼，“错位出圈”成了月饼界的级选手。

今年，这家企业又打起了“元宇宙月饼”的主意，创业板上市公司万事利在今年的中秋礼盒中创新结合了限定款数字藏品。

买万事利中秋礼盒，只需要手机扫一扫领取码，即可获得拥有专属区块链编码的数字藏品，消费者可以自己收藏或者转赠。今年，上市企业广州酒家也玩起了数字月饼，9月1日到9月10日，广州酒家集团 × @饿了么零售联合发行10000份“中国广式数字月饼”。

一个月前，全国月饼生产基地—合浦月饼小镇和南国早报宣布共同打造全国合浦大月饼主题的“数字藏品”，并进行全国发售。数字藏品将深度融合合浦大月饼历史魅力、合浦月饼小镇特色文化，为“合浦大月饼”打造款数字IP。

7月23日，中邮文创、哈根达斯推出联名月饼冰淇淋礼盒，公众可线上拍联名月饼获数字藏品。

月饼企业推出“购买实物产品+赠送数字月饼”的营销新方式，成为了企业打通元宇宙的跨界创新，可以吸引年轻消费群体关注传统文化，也提供了丰富多样的消费选择。

很多月饼企业推出元宇宙数字月饼，其实反映了这个行业的内卷。月饼市场现在市场竞争激烈。老品牌有稻花香，杏花楼月饼在竞争，新品牌有米旗，知味观等不断涌现抢市场。大家刚开始拼口感，后来拼设计、拼包装，再后来拼创意。这两年，“元宇宙”火了，大家就想怎么给月饼赋予元宇宙的概念，或者能不能干脆到元宇宙里卖月饼。这都是行业内卷的表现。另外，月饼本身有社交的功能，元宇宙的一个核心属性便是社交属性。

元宇宙是噱头还是黄金赛道

利用元宇宙，区块链进行炒作是常态，利用概念实施诈骗是违法犯罪。这与元宇宙，区块链本身无关，也就是说，也不能说元宇宙就是骗局。元宇宙的模式，是虚拟和现实完全融合，现在的技术完全达不到这种理想状态，即使不是骗局，也只是概念。很多资本为何会倾心元宇宙，一方面，它是一个若即若离，听起来高大上的概念，神秘感十足，其次，很多公司可以利用元宇宙大限度实现盈利。现在短视频是为了让你长时间刷它，外卖是让你多点它，游戏是让你多玩它。元宇宙则是让用户醒来，包括睡觉都泡在互联网里，沉浸在虚拟世界中，不可自拔。用户在里面的时间越长，科技公司赚取的钞票就越多，还可以卖VR，AR设备。

元宇宙当前还处于发展初期，因为其想象空间足够巨大，吸引资本进入，但很多资本往往并不是想着怎样发展元宇宙，探索元宇宙，而是通过元宇宙的概率先赚快钱。