

身着“飞天”服饰，外观呈风化磨损迹象，但形象却是个卡通娃娃——这是上海文博爱好者刘洁在“5·18国际博物馆日”购买的敦煌研究院数字藏品。

她发现，今年各个博物馆推出的数字藏品和去年有了明显变化：“以前博物馆发售的数字藏品，就是文物的虚拟影像；今年发售的全是基于文物二次创作的文创产品形象。”

今年4月，国家文物局相关部门表示“文博单位不应直接将文物原始数据作为限量商品发售”，一石激起千层浪。

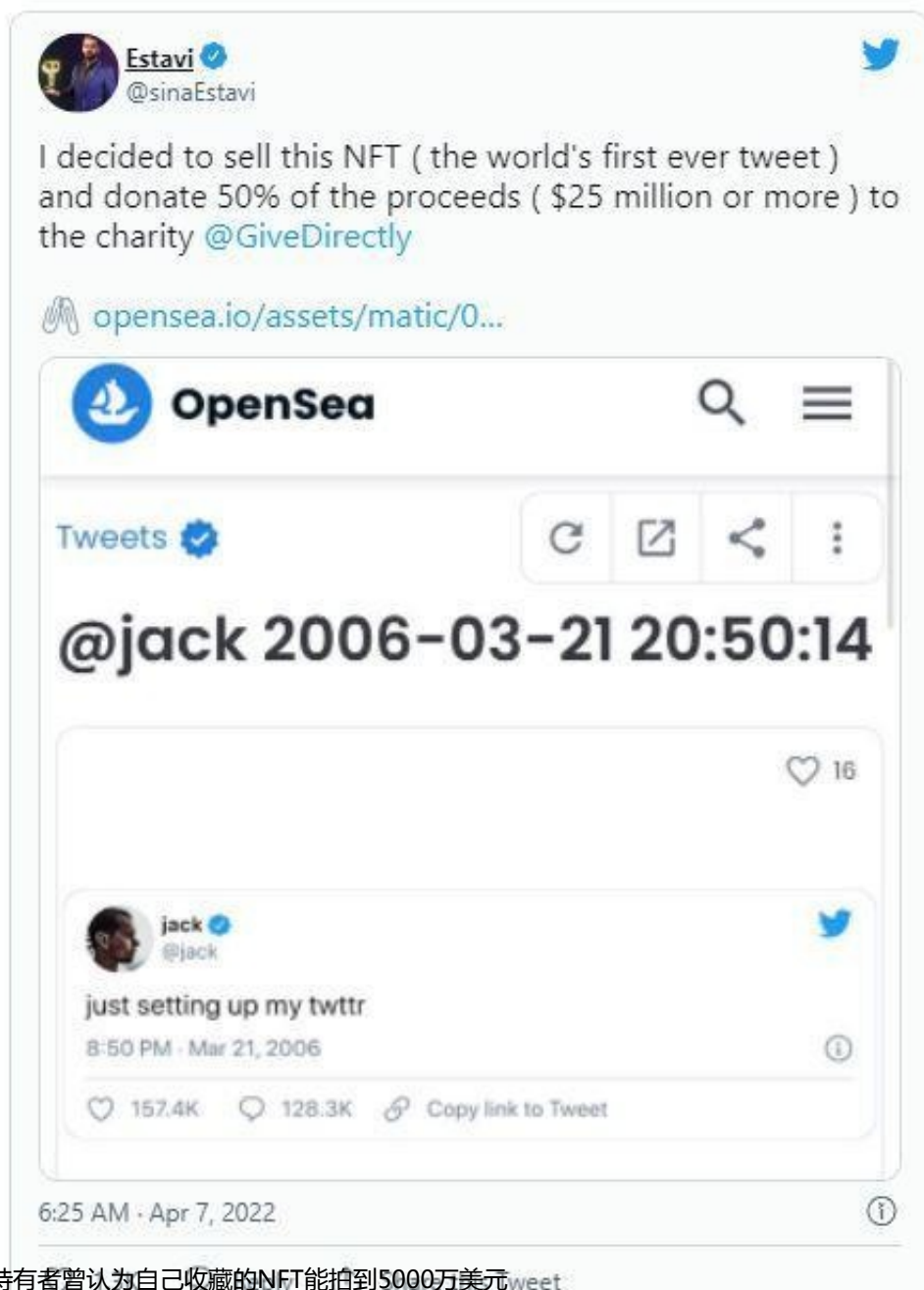
“在文物信息资源开发利用中，文博单位要坚持公益属性。”在一些业内人士看来，博物馆开发数字藏品的首要目的仍然是传播阐释文物价值，应防止以“收藏”之名演变为炒作乃至金融化。

把文物放进手机

去年10月29日中午12点，湖北省博物馆镇馆之宝“越王勾践剑”数字藏品上线发布，限量1万份。当时逾60万人在线抢购，短短3秒即告售罄。

“刚一看到上线，按下购买键就没有了。”刘洁还记得，这款数字藏品就是孤悬于黑色背景上的越王勾践剑，在那些演示这款数字藏品的视频里，这件文物可以旋转，可以放大看细节。随后，她在湖北省博物馆的微博下看到，许多文博爱好者评论期待该馆另一件镇馆之宝曾侯乙编钟也能推出数字藏品，并且“最好能加入声音”

。



持有者曾认为自己收藏的NFT能拍到5000万美元

“那些天价交易或许只是南柯一梦，禁止数字藏品交易是在保护普通消费者权益。”近期，海外许多NFT所有者的投资直线跳水，社交媒体推特的联合创始人杰克·多西首条推文曾拍出了290万美元的价格，这次交易被认为是NFT交易的里程碑式事件，拍得者称其“数字时代的《蒙娜丽莎》”。然而今年3月当时拍得者标价4800万美元转卖时，首轮报价竟然不足300美元，最后的最高开价也只有约1万美元。

“改头换面”能否遏制？

今年国际博物馆日，刘洁发现各大博物馆推出的多款数字藏品纷纷变脸：西安碑林博物馆的数字藏品“无上妙笔”，把碑文写在了折扇上；故宫博物院的“太平宝象

”，则将象印改成了积木拼接的模样。

今年4月，国家文物局相关部门召开的数字藏品有关情况座谈会上，提出“文博单位不应直接将文物原始数据作为限量商品发售”“消费者要远离因盲目炒作产生的风险”。5月初，中国文物交流中心就发布一份声明，称有平台擅自以其名义发售三星堆文物本体原型数字复刻品，“相关作品没有对文物原型进行二次创作且不具备再次创作特征”，侵犯了中心和博物馆合法权益。随后相关平台采取了下架停售措施。