



元宇宙系列跟踪报告 4： ANIMOCABRANDS:估值50 亿美金的 NFT 游戏商



1.1 Animoca Brands：公司简介

Animoca Brands：2014 年正式成立于中国香港，主要业务为移动游戏的发行，旗下手游数量一度达到 800 余款。2017 年通过收购初代区块链游戏《Cryptokitties》转型进军链游领域，此后通过持续投资和收购大量 NFT（不可替代代币）链游项目，成为全球最大的区块链游戏投资者。公司愿景在于通过区块链和 NFT 的生态建设，赋予在线用户对数字资产的稳定产权，以构建更开放的元宇宙网络。截至 2021 年底，公司累积投资超过 150 个 NFT/元宇宙项目；2020 年，公司在 BlockchainGamer.biz 发布的当年区块链 50 强企业排行榜中名列第五。

1.2 Animoca Brands：发展历程

2014 David Kim Animoca Brands,

2015 年 1 月于澳大利亚证交所 (ASX) 上市，但业绩平淡；2017 年年底，收购《CryptoKitties》进入区块链和 NFT 市场，该款游戏以收集、繁殖和出售“电子宠物”小猫为特点；2018 年-2019 年，公司持续投资热门区块链公司如链游《Sandbox》发行商 Pixowl、链游《Axie Infinity》发行商 SkyMavis、NFT 交易平台 OpenSea、区块链虚拟现实平台 Decentraland 等，押注区块链游戏的生态发展；2020 年 3 月，受到澳交所 (ASX) “内部治理问题、大量参与加密货币活动，以及交易违规情形”的问询压力，正式退市。但公司因为不再受到上市监管的约束，反而获得在区块链领域大展拳脚的空间；2020 年退市后，公司更加专注于自有资产

的开发和拓展，积极依托旗下游戏公开发行代币如 SAND 代币 (Thesandbox)、REVV 代币 (F1DeltaTime)，同时举办 NFT 质押挖矿、NFT 拍卖等活动，进一步建设区块链游戏的市场生态；2021 年，公司分别于 5 月、7 月、10 月进行共三轮融资，合计融资 2.03 亿元；2022 年 1 月，公司完成 B 轮融资合计 3.5 亿美元。

2.1 NFT：2021 年破圈成为关注热点

NFT (Non-FungibleToken)，即非同质化代币：是基于区块链技术的、用于标识数字资产的加密货币令牌，可以在公开市场上自由交易。

每项 NFT 资产都具备独一无二和不可分割的特性，目前的主流形态以数字收藏品为主，包括数字音频、视频、图片等，目前业内也在对更具备实用性的 NFT 资产进行探索，如医疗、财务记录等数据资产。

2017 年云养猫游戏《CryptoKitties》(加密猫) 的爆火使 NFT 概念首次进入大众视野，但在经历 2018 年加密货币市场的强烈动荡后，NFT 市场再度回归到不温不火的状态，虽然保持着稳健的增长速度，但绝对体量仍不明显。2021 年，NFT 概念跟随在线虚拟经济重新升温，不断出现“天价” NFT 资产交易，使得其一度成为加密货币市场最为吸睛的热点。

2021 年 NFT 市场规模迎来迅速增长：据 GoinGecko 数据，2020 年全球 NFT 资产总市值仅 3.17 亿美元，2021 年上半年即飙升到 127.25 亿美元；从交易额上看，据 NonFungible 数据，2020 年全球 NFT 交易额仅

3.38 亿元，2021Q1 单季度交易额就超过了 2020 年全年，达到了 5.09 亿元，截至 2021Q3 单季度，交易金额已达到 59.15 亿元，同时买家/卖家/活跃钱包数也在持续攀升；从类型占比上看，数字收藏品仍是主要的 NFT 成交资产。

2022 年迄今 NFT 市场交易热度明显下降：伴随元宇宙概念的降温，NFT 的市场交易明显下滑，据 NonFungible 数据，目前全球 NFT 市场的日度交易量，由日成交 22 万个的峰值（2021 年 8 月）下降到 1 万个（2022 年 3 月；截至 3 月 10 日）；日均成交金额也由 4.11 亿美元下降至 2000 万美元；同时 NFT 的买家/卖家/活跃钱包数量也在减少。

业务模式：广泛投资+运营，拓展 NFT 相关布局

公司凭借持续外部融资，积极布局区块链行业热门项目，并运营赋能：公司投资类型不断丰富，从最初的区块链游戏项目，深入到区块链底层的托管和钱包等基础设施技术，公司逐渐具备 NFT 全产业链的一体化解决方案能力。依靠在区块链和 NFT 市场的先发优势和深入理解，公司对旗下产品进行区块链化改造，通过与外部品牌 IP 的合作、NFT 和同质化代币的发行等手段，进一步教育用户、完善行业生态建设。据公司官网，其旗下 NFT 相关投资项目超过 180 项，其中区块链游戏项目达 58 项，在加密钱包、区块链基础设施、区块链金融、交易平台、电子竞技等方面也有所布局。

作为过去专注移动游戏的发行商，AnimocaBrands 的 NFT 布局版图中明显以区块链游戏作为核心。依靠 NFT 保护用户产权和所有权、开放的

加密代币经济成为区块链游戏的两大主要特点：NFT 依托于 ERC-721 协议开发，具有独一无二的特性，可以作为用户对游戏资产所有权的证明；同时，开发商可以在公开交易所发行粉丝代币，游戏内所有奖励或 NFT 资产的交易都可以使用粉丝代币进行。

Play-to-Earn 模式（P2E 模式）即“玩中赚，赚中玩”：这一模式以多种方式体现：一方面，大多数区块链游戏中，玩家可以通过质押持有的 NFT 获取收益；另一方面，在交易市场上，玩家持有的 NFT 资产可能因稀有度的变化和游戏等级的提高而发生增值，玩家可以通过公开出售 NFT 获得收益。虽然 P2E 模式远未开发出 NFT 的全部价值，但在目前市场早期阶段，已经成为市场上受到较多关注的应用形式。

基于 NFT 和加密货币技术创建的区块链游戏与传统游戏在付费模式、开发模式和道具使用模式有着明显的不同：付费模式不同：以传统移动游戏为例，大多为先提供免费内容，再通过运营策划刺激玩家内购；而在链游中玩家需要先付费购买 NFT 道具，才能参与游戏内容的体验；游戏开发模式不同：由于 NFT 不可分割、独一无二的特性，游戏研发商在产品期就

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_39529

