

大家好，感谢邀请，今天来为大家分享一下区块链数字藏品查询网站的问题，以及和区块链数字藏品怎么交易的一些困惑，大家要是还不太明白的话，也没有关系，因为接下来将为大家分享，希望可以帮助到大家，解决大家的问题，下面就开始吧！

本文目录

1. [区块链游戏真的能升值吗？](#)
2. [区块链什么是快照时间](#)
3. [区块链的快车，体育如何跟上？](#)

区块链游戏真的能升值吗？

说到区块链游戏，就不得不先说说，大名鼎鼎的CryptoKitties（以太猫），一只猫最高标价达到340万美元，截止到2017年12月20日，在CryptoKitties游戏中共繁殖出355619只猫，总交易额54572ETH，约合3亿人民币。

如果将以太猫看成是游戏道具的话，那么这可能是史上最贵的道具了。身为一个程序员，像这样一个游戏，其代码量也就只有不到1万行，而以往一个普通的网络游戏，代码量至少15万行起。

由此可见，区块链游戏的概念有多火。由于区块链的去中心化、信息不可篡改等特点，像以太猫这样的虚拟猫咪，被称为数字收藏品。

区块链游戏真的能升值吗？通过CryptoKitties（以太猫）的例子已经证明了，短期内伴随着区块链这波浪潮，会带动区块链游戏的蓬勃发展，一定还会出现下一个CryptoKitties。

不过大家也不要盲目乐观，根据HypeCycle（技术成熟度曲线）的规律，一项新的技术或者新的概念，会随着媒体曝光度及时间变化。

经历过发展的高峰之后，会转入到低谷，随后进入平稳的发展期。

所以理解这个变化规律，才能控制风险，把握住区块链游戏升值的机会。同时根据2/8原则，最后存活下来有价值的区块链游戏一定是少数。

受到CryptoKitties游戏的成功的影响，各种以宠物类为主题的区块链游戏，如雨后春笋般冒了出来。

我整理了一份国内比较知名，具有一定升值潜力的区块链游戏：

莱茨狗，出品公司百度加密兔，出品公司小米加密狗，出品公司蓝港互动宝利马，出品公司晨鑫科技玩客猴，出品公司合肥酷菲云鱼，出品公司极客网

国外有几个相对比较知名的区块链游戏，列出来给大家参考：

CrptoCelebrities（加密名人），交易总额：约1.5亿元
CrptoCountries（加密世界），交易总额：约1.5亿元

欢迎大家留言评论，看看还有哪些值得关注的区块链游戏，一同探讨，实现先挣它一个亿的小目标。

一个互联网老兵，每天聊聊互联网、区块链，欢迎关注我，非常感谢！

区块链什么是快照时间

快照时间就是平台对某代币用户时参量的查看时间。一般快照变化的是快照内容和快照时间。快照和慢照就是指得取照片的时间，为了相应人们对于取照片的时间，照相馆就设定了快照和慢照。通常网页快照的时间是搜索引擎蜘蛛最后一次访问该网页的时间。

区块链的快车，体育如何跟上？

过去几年以来，加密货币与数字代币已经在诸多行业当中成为强大的工具，体育行业自然也不例外。众所周知，体育粉丝对自己所支持的球员、队伍抱有巨大的热情，从门票到纪念品、再到各类收藏品与新闻消息，他们总是不断追求着自己感兴趣的一切。

随着世界向着在线平台的不断迈进，运动团队与组织也开始接受加密货币与数字代币，以帮助粉丝借此更便捷地访问独家内容与项目。这种面向加密货币的发展转变已经在体育领域生根发芽。早在2014年，NBA球队萨克拉门托国王队就开始接受比特币作为门票与商品的支付方式，这也开创了体育产业与加密货币携手的先河。

自那时起，一大批组织开始探索如何使用数字代币。

足球运动的加密货币之旅

足球运动无疑是迄今为止世界上最受欢迎的体育竞技项目。根据国际足联在2018

年俄罗斯世界杯之后进行的观众数据统计，超过35亿人观看了这场世界顶级赛事。这个数字也表明，世界上有半数人口都或多或少地关注着足球运动，意味着任何与足球品牌相关的产品或者广告商，都能够通过如此规模的曝光度获得巨大收益。

球迷们对于纪念品也表现出极大的关注与热情，包括球衣、签名款服装以及其它一切周边产品。各大球队在世界各地拥有庞大的球迷基础，他们也希望为支持自己的球队提供更加身临其境的体验。目前，欧洲不少大牌球队正采取基于区块链的解决方案，希望为粉丝提供多种代币驱动型实用工具，以帮助他们与球队完成互动。尤文图斯、巴黎圣杰曼、西汉姆以及罗马队都已经同基于区块链的球迷参与平台Socios建立起合作伙伴关系。

该平台帮助各支球队启动属于自己的粉丝代币，以供球迷们在平台之上使用。利用这些代币，他们可以参与投票——例如选择自己更喜爱的下赛季球衣，同时换取独家内容与纪念品。Socios提供两种投票机制：约束性投票与非约束性投票。约束性投票拥有强制力，意味着俱乐部必须执行投票结果。因此，如果球迷们投票支持更改球衣的颜色，俱乐部就一定得兑现承诺让运动员们换上新的战袍。由于投票完全在区块链平台上进行，因此结果将不会被篡改或者删除。

区块链代表着一系列非常有趣的用例，而各个备受瞩目的俱乐部在积极加入的同时也给区块链行业带来支持与信心。Socios的系统采用Chiliz加密货币。该公司最近宣布与主要加密货币交易平台Binance建立起新的合作伙伴关系，其中最重要的结果就是Chiliz币将正式在Binance交易所上市。

这一合作关系也体现出在体育领域应用区块链与加密货币的巨大潜力。正如Socios公司CEO Alex Dreyfus所指出，全球体育观众估计约有35亿人，而他们将全部成为潜在加密货币受众。

此外，葡萄牙足球俱乐部本菲卡从2019年6月开始通过加密货币平台Utrust接受使用加密货币支付商品与门票。此举主要是为了满足社交媒体上超过700万粉丝的需求。支持者们现在可以使用比特币、以太币以及Utrust币完成购买。

除了上述合作与协同之外，包括巴塞罗那队球星梅西在内的多位著名足球运动员，也开始推出自己的加密货币与区块链项目。

体育行业中的加密货币宣传

体育与博彩拥有着悠久的合作历史，博彩也与体育保持着密不可分的内在联系。事实上，加密货币的诸多天然性质也使其被广泛视为促进博彩活动的载体与手段。博彩企业在取得商业成功的同时，也成为全球各运动队伍的主要赞助商。目前，基于

加密货币的博彩企业开始脱颖而出，并开始为两家英超联赛大牌球队提供赞助。

2018年，英超重量级球队阿森纳与加州博彩公司CashBet签署了一项广告协议。后者将于2019年1月推出其原生加密货币CashBetCoin。通过此项交易，CashBet Coin的广告将出现在英超联赛期间作为阿森纳主场的酋长球场当中。我们已经就此事与阿森纳联系，希望核实这一合作伙伴关系是否会在2019年年内付诸实施。

另一支英超球队汉普顿流浪者则与加密货币交易所CoinDeal签订广告合作协议。在2018至2019赛季当中，该公司的标志已经出现在流浪者队的球衣袖口上。如今，双方同意继续保持合作关系，在新的赛季当中探索更进一步的宣传可能。

同样是在2018年年内，eToro在广告赞助方面就掀起“滔天巨浪”——包括以比特币形式支持多达七支英超联赛球队的合作资金。通过这项合作，球迷们将在球场侧广告牌及其他媒体之上看到eToro品牌的宣传内容。去年，纽卡斯尔、托特纳姆热刺、布莱顿与霍夫阿尔比恩、加的夫、水晶宫、莱斯特城以及南安普顿队都参与到交易当中。此外，这次合作还推出了eToroFC，旨在为行业成员提供教育材料、教程以及市场新闻。

2019年，加密货币企业与运动队伍之间签订了更多代言性协议。在美国，NBA球队克利夫兰骑士队宣布与加密货币交易所UnitedCoin建立新的合作伙伴关系，由后者在骑士队球场上进行广告宣传。此外，UnitedCoin还将通过俱乐部电子竞技队伍、骑士队社交媒体以及在线比赛期间持续发布宣传性内容。

接下来是迈阿密海豚队与Litecoin(LTC币)的合作，意味着LTC币成为该支NFL球队的官方加密货币。通过此次交易，Litecoin将可通过球队主场进行品牌宣传，海豚队的粉丝也可以使用Litecoin与比特币购买团队投资券，其中半数收入将被捐赠给球队支持的慈善机构。

体育领域中的首个加密收藏品

随着智能合约的出现，以太坊通过加密货币释放出新的潜力并迎来快速崛起。不久之后，体育界中类似CryptoKitties这样的项目也将大受欢迎，因为人们与以太坊用户类似，都希望牢牢把握住这些有价值的加密收藏品。

美国职业棒球大联盟球队洛杉矶道奇队在2018年9月的一项体育赛事中首先采用了这一概念——推出加密藏品。首批4万名球迷进入球场，并收取一个加密代币用以下载三名队员的数字摇头娃娃。在此之后，这些收藏品会被添加至用户的以太坊钱包当中。除了收藏用途之外，此次尝试也提供了新的有趣用例——像以太志这样的区块链平台，完全有能力为体育迷们提供收藏品以及其他独家享有的数字内容。

未来，一切又将走向何处？

不可否认，体育在世界各地拥有巨大的号召力与影响力。最受欢迎的体育赛事能够吸引高达数亿观众的目光，这对广告宣传而言无疑代表着可观的业务潜力。与此同时，考虑到加密货币与区块链技术仅仅存在了十多年时间，二者在这一领域的迅猛扩张同样令人印象深刻。

与欧洲各大足球球队、美洲各大橄榄球以及篮球队的合作，证明这种跨领域的携手将把更多新用户引导至加密货币与区块链的世界当中。

可以想象，未来可能会有越来越多的在线粉丝参与以及销售选项开始由代币化平台推动，而率先一步进行探索的团队也许比尚未行动的队伍更具先发优势与经验。体育一直成为人们团聚在一起的重要理由，也给我们很多人的生活带来巨大影响——相信只要与合适的平台开展合作，再辅以正确的活动与工具，这方面尝试必将获得成功。

END，本文到此结束，如果可以帮助到大家，还望关注本站哦！