Mint Ventures

超级碗广告金主 Limit Break 和它的 DigiDaigaku NFT：一场真正的 Web3 游戏范式实验

Scarlett Wu 博博

2023.02.28

关于 Mint Ventures

Mint Ventures 是由深度研究驱动的加密投资机构，也是 Web3 领域的长期价值投资者。我们致力于找到关于区块链商业与赛道的独特洞察，在全球范围内寻找和帮助优秀的 Web3 项目，与它们一起创造价值，共同推进 WEB3 发展。我们管理的风险基金横跨一二级市场，既会参与优秀早期项目的私募融资，也直接投资于二级市场。

联系我们

@Mint_Ventures

Mint Ventures

info@mintventures.fund

声明：

本研究报告仅供参考，不作为投资决策的依据，也不提供或打算用作法律、投资、财务或其他建议。

关于作者

Scarlett Wu

北京外国语大学经济学学士。作为 Mint Ventures 的投资经理，擅长元宇宙，游戏及代币经济学领域。在加入 Mint Ventures 前曾涉足传统风投机构以及游戏 / 人工智能初创企业，热衷于与创业者共同建设项目及行业。

@0xscarlettw

scarlettwu@mintventures.fund

博博

Mint Ventures 外部研究伙伴，主要研究应用层的游戏化体验，元宇宙内容创作与相关的 NFT 应用。

@0x_bobo

drhaiboli@sina.com

Mint Ventures

目 录

一 . 报告要点 5

1. 核心投资逻辑 5

2. 主要风险 6

3. 估值 6

二 . 项目基本情况 7

1. 项目业务范围 7

2. 项目历史和路线图 8

2.1 Gabriel Leydon: F2P 的开拓者，携 F2O 归来 8

Game of War: Fire Age 机制创新的胜利 9

Mobile Strike & Final Fantasy XV：“新坛装老酒” 12

2.2 从无人知晓 Free Mint 到炙手可热准蓝筹，DigiDaigaku 简史 15

2.3 可期待的未来 18

Free to Own 宇宙：以 DigiDaigaku 为核心的游戏集团 18

Metaverse：模糊边界的游戏化生活 19

后续时间线预估 20

3. 业务情况 23

3.1 NFT 系列 23

3.2 核心游戏 29

4. 团队情况 30

三 . 业务分析 34
1. 行业空间及潜力 34
PGC 打造的 MMO 35
PGC + UGC 打造的沙盒游戏 36
2. 项目竞争格局 36
3. 通证模型分析 39
3.1 基本情况介绍 39
4. 风险 48
四 . 初步价值评估 51
1. 五个核心问题 51
2. 估值水平 53
五 . 参考内容与致谢 54

Mint Ventures

一 . 报告要点

1. 核心投资逻辑

1. Free to Own 范式的优越性

a. 充分利用了区块链特性，让游戏资产链上化，更容易定价、流转，这是信任的基础，更是项目核心收入来源——资产交易版税——的基础

b. 创作者主动把经济利益的获取方式长期化（用版税替代一次性发售），这就在商业模式上保证自己与玩家 / 社区利益的一致性，更容易获得玩家的用户和长期建设投入，形成真正有凝聚力和生命力的社

c. 通过 NFT 游戏资产的预发和渐进式运营，保证核心的游戏项目上线前，已经具备了一个充满活力和期待的社区，降低了传统 Free to Play 游戏上线遇冷的风险。

2. 现金充足，估值低谷

a. 融资：Limit Break 曾宣布 2 亿美元融资，目前现金充足，有长期建设的计划

b. 版税：仅 DigiDaigaku Genesis 交易量近 20k ETH，发布四个月已有版税收入 1000 ETHa.

3. 源源不断的机制创新和灵活快速的执行力

a. 配合融资信息放出 (Free, Own) 叙事，一开始就吸引了整个加密圈的火热讨论

b. 遇到版税挑战后，试图从技术上推动 NFT 和 Web3 游戏的高度融合，新叙事的想象空间更大

c. 抓住 BTC NFT 热点，或成为第一个官方进驻 BTC 生态的 NFT 蓝筹

4. 顶级团队，传统游戏 / Web3 玩法皆备

a. Machine Zone 出身的团队，Free to Play 玩法的元老级人物，擅长把握巨鲸用户的心理，曾有单个用户在游戏中消费 $8M，推出的游戏 Game of War: Fire Age 用户的付费金额是移动游戏玩家平均一年付费总额的五倍

b. 团队技术实力过硬，顶住了超级碗的流量压力让 free mint 操作丝滑，可编程版税协议具有创意

c. 通过创始人强大的号召力和“邪教化社区”的高凝聚力，跟多个项目达成合作（castaways, etherorc），一己之力带火其它游戏的社区，印证了自身流量的可迁移性。其中合作项目小木筏 Castaways 持续火爆，目前拥有 12 万月活跃用户

5. Digi 或将充分享受 Limit Break 蓬勃发展的价值捕获

a. 后续将实行的可编程版税协议，或将对现有的 Digi 系列持有人分成交易版税。

b. 预计发布的游戏中，可能会对 Digi 系列的 NFT 设计更多价值捕获。另外，Machine Zone 的游戏里不乏一掷上百万美元的鲸鱼玩家，而 2022 个 Digi Genesis 对于用户数千万、甚至可能上亿的游戏来说，有着绝对的稀有度。

2. 主要风险

目前核心资产 DigiDaigaku 系列 NFT 主要面临两个方向的潜在风险，一个是 NFT，一个是游戏。

NFT 方面，由于 Digi 系列 NFT 生态关系复杂，很容易让玩家短期内难以快速抓住生态重心。

游戏则面临三个挑战：能否交付较高的游戏质量，实现良好的用户留存？庞大的 NFT 体系和项目的价值捕获能否良好地串珠成线？游戏产品和内容 IP 能否迎合年轻用户的审美？

从近期 Digi 超级碗广告的表现来看，其物料相对单薄，效果或不及预期。

详见「三、业务分析 - 风险」部分。

3. 估值

考虑到 Digi 系列 NFT 的市值仅 $40M 左右，而 Limit Break 一级市场的估值虽然暂未公布，按出让 20% 股份的保守估计，为 10 亿美元，仅融资金额就有 2 亿美元。后续项目建设节奏稳定，现金流充足，且有游戏预期支撑，笔者谨慎认为 DigiDaigaku 系列 NFT 的目前市值处于低估区间。

详见「四、初步价值评估 - 估值水平」部分。

二 . 项目基本情况

1. 项目业务范围

Limit Break 是一家 Web3 游戏公司，目前游戏仍在开发中，于 2022 年 8 月发行了 DigiDaigaku NFT 系列。

DigiDaigaku 生态（后简称为 Digi 生态）由一系列 NFT 组成，其中主要包括两类：

(1) 核心 NFT，也叫“工厂” NFT，可以持续获得 Digi 生态发展过程中的空投和赋能

(2) 材料 NFT，通常由空投所得，用户通过特定方法燃烧材料 NFT 来生成核心 NFT

Charted by Mint Ventures, 2022.02.22

在 DigiDaigaku 推出时，创始人 Gabriel Leydon 强调了其经营理念为 Free-to-Own （缩写为 F2O，字面意思为免费拥有）。Gabriel Leydon 随后进一步解释了 F2O 的含义：第一，所有 NFT 免费获得，不收取一级铸造费用**（而是从交易费用中收取 10% 的创作者版税）**。第二，核心 NFT 将在生态发展的过程中持续获得新 NFT 的空投。

目前 Limit Break 和 Digi 生态均没有发行代币。

2. 项目历史和路线图

2.1 Gabriel Leydon: F2P 的开拓者，携 F2O 归来

纵观 Limit Break CEO Gabriel Leydon（下文简称 Gabe）的职业经历，可以看到一条跟 Digi 类似的“英雄之旅”叙事。1998 年，19 岁的 Gabe 高中毕业，在一家游乐场工作，每小时收入 3.25 美元，他对自己的评价是“一个无名无姓的失败者，感觉永远不会出头”。有一天，游乐场试运行了一款名为 San Francisco Rush, Alcatraz Edition 的赛车游戏，每周锦标赛的奖金是 500 美元，身为游乐园工作人员的 Gabe 拥有无限的代币，而游戏是他一生中最擅长的事情。于是，19 岁的 Gabe 深深沉迷于赛车游戏的锦标赛，每天玩十几个小时，以至于对自己的小拇指造成了永久性的伤害。

由于对这款赛车游戏的擅长，很多人甚至会从 LA 开车到 San Francisco 来见 Gabe，这让他获得了自己的第二份工作——雅达利（Atari）的街机游戏测试。这本是一个相当简单和机械的工作：玩游戏，抱怨游戏，让开发者改进 ..... 他渴望游戏提升难度，作为一个硬核玩家来说，更大的比分差距和技术碾压的快感代表着自己的实力和地位，所以他不停地抱怨。有一次，游戏制作人 Steve Richie 听到了他的抱怨，他问 Gabe：“你知道游乐园最赚钱的街机是什么？”于是 Gabe 发现了一个打破他幻想的事实：最赚钱的赛车游戏是 Cruis'n in USA，这款赛车游戏特点在于，就算踏板碎裂、方向盘失灵，玩家也毫无知觉——赛车永远会按预设的轨道前行，而玩家永远会拿到第三名。

这个 19 岁的瞬间奠定了 Gabe 整个职业生涯对游戏的理解：游戏不仅仅是游戏本身，它是一门生意，游戏制作人是艺术家，更是商人。他说：

> 当你面试游戏设计师时，会发现他们都知道如何加入宠物系统、设计等级等等。他们都知道如何玩宝可梦，他们可能玩过上千年（夸张）的龙与地下城 .....
>
> 但他们并不知道如何设计游戏在游戏体验之外，作为一门生意的另一面，或者说，他们实际上讨厌这一面。所以当我询问“如何设计一个价值一百万的功能”时，我会观察对方的理解，如果对方讨厌游戏商业化的那一面，那他一定不会擅长于此。

> So when you interview game designers, they all know how to add pets. They all know how to make levels or whatever. They all know how to play Pokemon. They've all been playing Dungeons and Dragons for thousands of years. They know how to do this stuff. But they don't know how to do the other side at all and they actually hate it. So that's why I ask the question because if you hate the business side of it, you're not going to be good at it.

Gabe 在街机游戏行业工作了 7 年的时间，先是 Atari，接着去了 Tsunami Visual 和 Global VR，并设计了第一款服务于美国陆军的街机游戏。

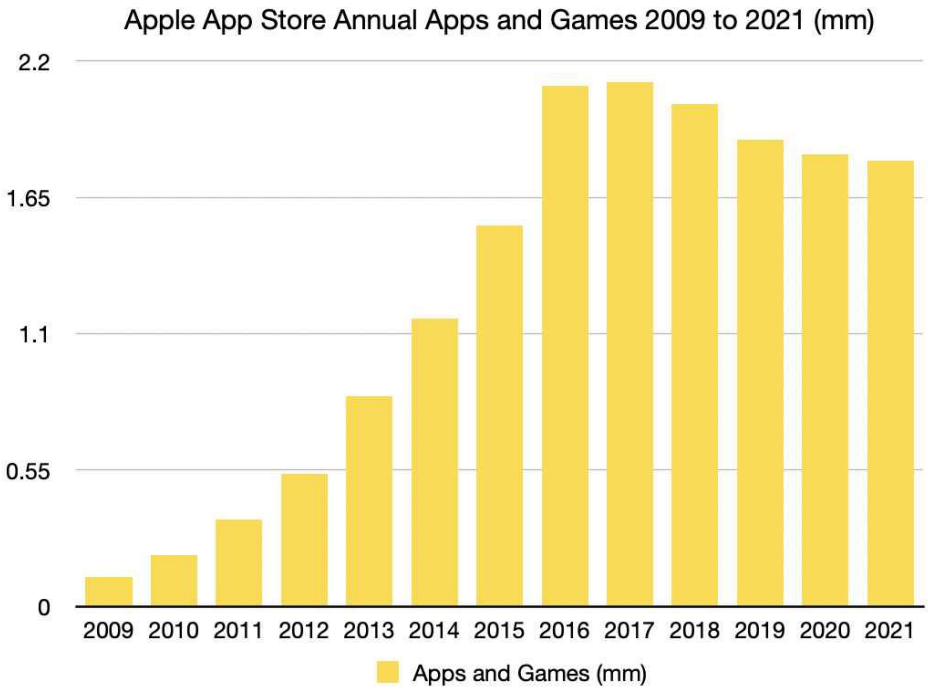
离开街机行业后，Gabe 拉着好友 Halbert Nakagawa 去了 Y Combinator。在这个硅谷知名的孵化器里曾诞生过 Airbnb, Coinbase, Doordash, Dropbox 等一系列人们耳熟能详的项目，也孵化了游戏化约会平台 Addmired，即 Machine Zone 公司的前身。那是 2008 年，Facebook 在 2006 年尝试让开发者基于自己的平台生态创建应用，社交小游戏开发商 Zynga 无疑是其中最具代表性的参与者。线上扑克，农场游戏 ..... 巅峰时期，Zynga 的农场小镇用户量达到了 8000w，这在全球仅 30% 的家庭拥有电脑、iPhone 1 才刚刚发布半年的当时，是不可想象的。

因为 Zynga 的成功，Addmired 选择在 Facebook 的竞品 Myspace 上开发社交小游戏，但结果相当惨淡——Zynga 选择融更多的钱，疯狂在 Facebook 上投放以获得更高的曝光，一度成为 Facebook 最大的广告商，而 Gabe 他们三个人的小团队只能选择每况愈下的社交平台 Myspace，拿着早期投资苦苦挣扎。于是他们选择另辟蹊径：既然 Zynga 还没有涉足移动市场，不如为 iPhone 做游戏。2009 - 2012 年，Admirred 一共做了 13 款游戏，包括四款 iOS 上的游戏 Original Gangstaz, iMob, iMob2 和 Global War Riot，虽然没有激起很大的水花，仍然是较为创新的尝试。

Game of War: Fire Age 机制创新的胜利

2012 年 10 月，Machine Zone 推出了游戏 Game of War: Fire Age，这是一款 SLG（战争策略模拟）游戏，Gabe 声称自己将 A 轮的融资全部押注在这个项目，组建了 80 个人的团队，开发时间 18 个月，完全投入在这个项目中。2013 年，游戏开始在美国市场发行，并在 2014 和 2015 年成为最畅销的 App 之一。在解释它划时代的创新之前，有必要给出一些前置信息让大家重新理解那是一个怎样的时代：

- 2012 年 iPhone 5 面世，App Store 的 App 数量尚处早期，商业化也在探索阶段。2010 - 2013 年，Apple 对开发者的收入分配仍处在爆发前的爬坡期。



Source: businessofapps Charted by Mint Ventures

- 而在 Machine Zone 开发 Game of Wars 的时期，移动游戏也处在《愤怒的小鸟》时代——以休闲游戏为主，虽然有大量高质量游戏涌现，但大多受限于「主机 /pc 游戏照搬」的窠臼，并忍受着盗版 / 破解版对收入的侵蚀。

2011 年 12 月，游戏媒体 Gamesbrief 用相当欣喜的语气描述道：下列几款游戏很可能在 2011 年收入超过 2000 万美元——对比现在顶级手游数十亿美元的流水，当时的手游行业确实是相当早期。

Rank	Title	Price	Category
1	Tap Zoo	Free	Games
2	Angry Birds	$ 0.99	Games
3	Zombie Farm	Free	Games
4	Tap Pet Hotel	Free	Games
5	Poker by Zynga	Free	Games
6	Smurfs Village	Free	Games
7	Texas Poker	Free	Games
8	Haypi Kingdom	Free	Games
9	Infinity Blade	$ 5.99	Games
10	MotionX GPS Drive	$ 0.99	Navigation

https://www.gamesbrief.com/2011/12/9-games-make-at-least-20-million-on-the-appstore-in-2011/

就在这样一个手游的收入远远没有被开发的时期，Machine Zone 推出了 Game of War: Fire Age，它的创新之处有 3 点：

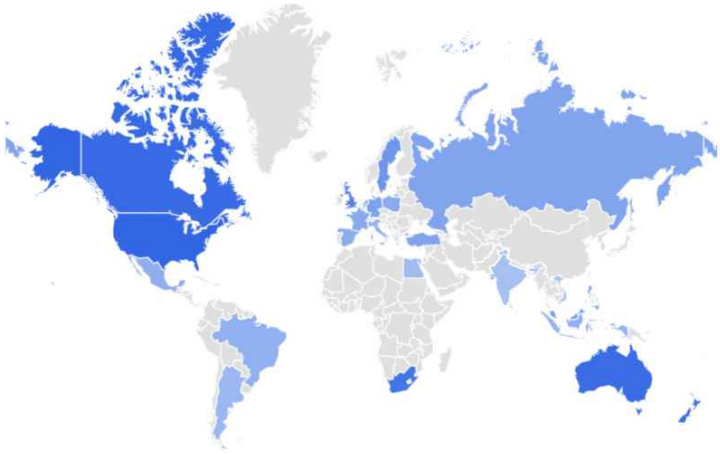
1. 全球大型多人实时在线（MMO）： 王国的战争 24 小时都可能发生，玩家随时都可能需要拿起手机保卫自己的国家，或者跟其他国度作战。虚拟和现实的边界被模糊，人们可能走在路上接到来自公会朋友的电话，请求对方帮忙夺回自己的英雄。

2. 精妙的氪金机制设计： Game of War 是最早做出 F2P（Free to Play，指免费游玩 + 游戏内购的游戏类型）游戏系统的移动游戏之一，现在我们耳熟能详的付费加速、购买皮肤，或者高价获取顶级装备，都几乎是由他们一手开创，且通过对用户心理的精准把握，将用户的消费欲望提升到极致。

他们是出名对巨鲸（游戏中大额消费的玩家）友好的游戏，而巨鲸也从未辜负他们的期待：**2015 年，Game of War 玩家的平均消费高达 $550（约合人民币 4000 元），而当年，游戏玩家在移动游戏的年平均消费为 $86.5（约合人民币 600 元）。**

3. 内置实时对话系统 & 自动翻译：内置的游戏聊天室可以让 3.2M 用户同时在线聊天，信息发送的延时在 200 毫秒内——Gabe 在 2013 年的 GDC（一年一度的游戏开发者大会）上曾经形容：军队也会对这样的聊天系统有需求。

另外，由于这款游戏覆盖全球用户，他们在本地化上也下了大功夫：世界频道的所有聊天都会自动翻译成用户的母语，即使用户下线，信息也会使用用户的母语推送。玩家可以相当丝滑地体验和全世界的用户一同战斗、狂欢的感觉。

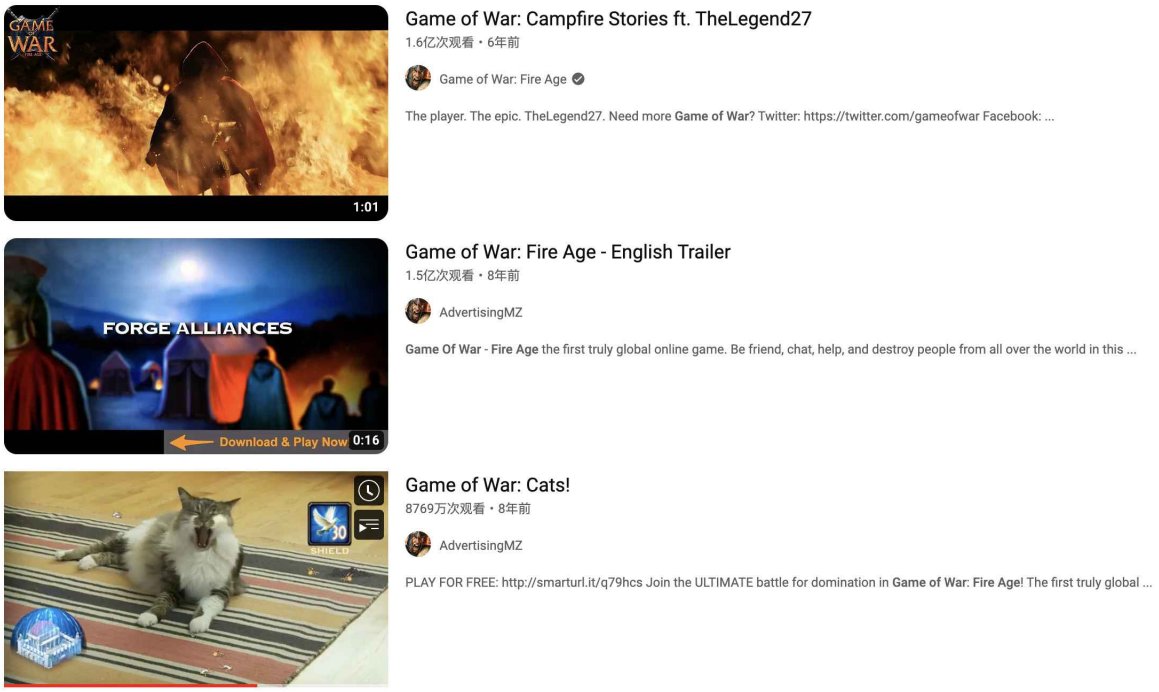


Google Trend: Game of War: Fire Age 热度 (2011 - 2023)

对于尚处早期的移动游戏行业而言，这无疑是巧妙的创新，尽管游戏的画质较为粗糙、深度和节奏控制站在现在的视角下并不尽人意，并不妨碍 Game of War 成为 Machine Zone 的印钞机。这一次，他们吸取了在 Admirred 被 Zynga 广告轰炸的教训，选择了大量的广告和投放：

- 2014 年，Game of War: Fire Age 的市场推广花销为 4000 万美元（而 11 年， 仅仅 3 年前，游戏媒体提及“这些移动游戏的年收入超过 2000 万美元”时还是一种惊艳的语气）。
- 2014 年，Game of War: Fire Age 在超级碗投放广告，给游戏带来了强劲的用户增长。

- 如果在 YouTube 搜索 Game of War: Fire Age，你将会看到 Machine Zone 投放的广告收看量，前三条分别是 1.6 亿次、1.5 亿次、8769 万次播放。这不是自然的用户播放，而是投放的功劳。



YouTube Game of War: Fire Age 关键词搜索，按热度排序

对此，业内人士的解读是：当你发现每投出 1 美元，都能产生高于 1 美元的收入，那为什么不呢？巅峰时期，（除中国外）全世界的男性都会至少每天 2 次刷到 Machine Zone 为旗下游戏投放的广告。

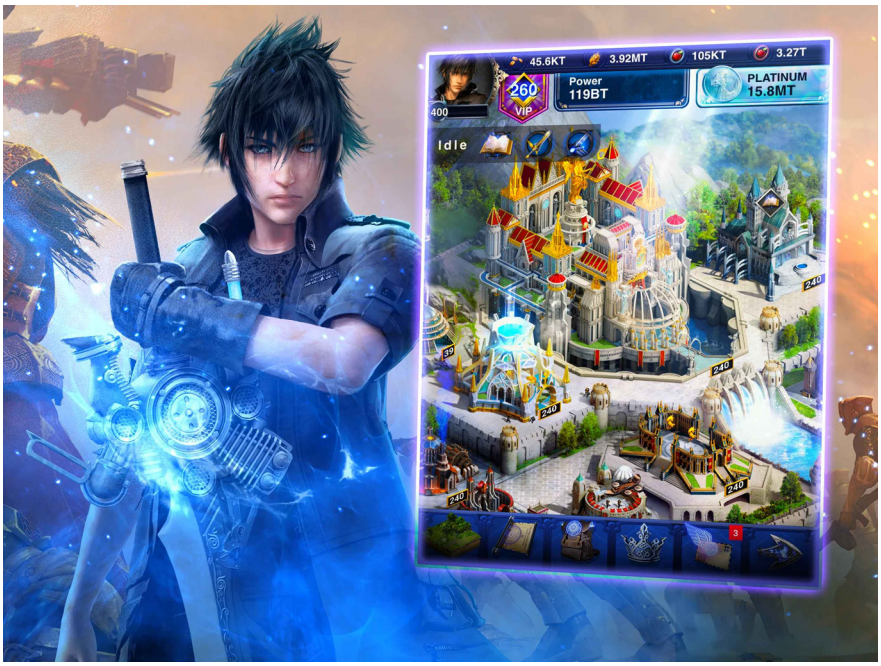
2014 年，Machine Zone 完成了 JP Morgan 2.5 亿美元的投资，据《财富》杂志的报道，估值至少在 30 亿美元，足以一窥当时 Game of War 的辉煌。

Mobile Strike & Final Fantasy XV：“新坛装老酒”

2015 年，Machine Zone 推出 Mobile Strike，这款游戏的机制跟 Game of War: Fire Age 极其相似，略有不同的是 Game of War 定位背景在中古世纪，而 Mobile Strike 则定位在现代战争，更符合年轻人的审美。

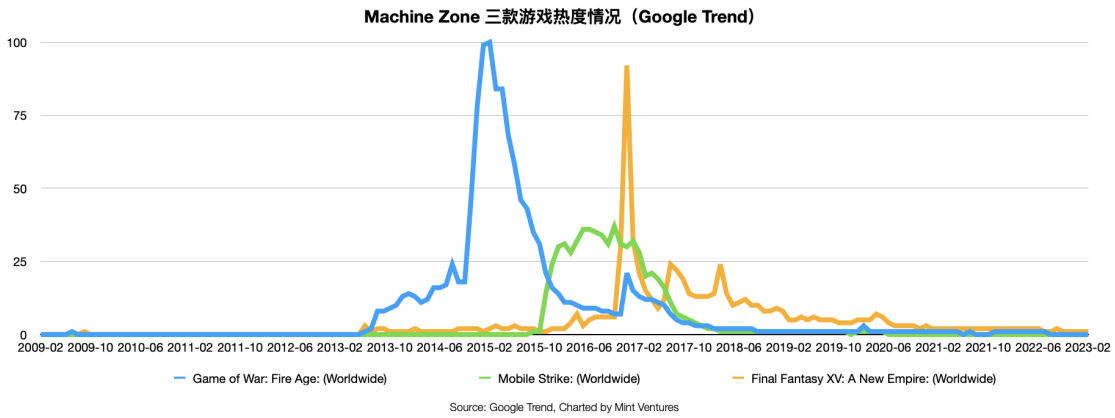
左 Game of War: Fire Age; 右 Mobile Strike

2016 年，Machine Zone 品牌升级为 MZ, 并完成新一轮估值 50 亿美元的融资，强调公司在社交和数据分析等游戏基础设施技术上的优势。同年 11 月，Machine Zone 和 Square Enix 合作推出了《最终幻想 15：新帝国》，这是一款最终幻想 15 的衍生手游。从游戏界面上看，几乎是 Game of War 和 Mobile Strike 的换皮复刻，除了采用最终幻想系列的皮肤和资源设置，**各项玩法跟之前的系列极其相似**。



Final Fantasy XV: a New EmpireFinal Fantasy XV: a New Empire

而此时，市面上不断创新的游戏百花齐放。2015 年，腾讯推出《王者荣耀》；2016 年，市场上有利用 AR + LBS 技术极具创新的 Pokemon Go，也有 Supercell 研发并至今火热的《部落冲突：皇室战争》，深度、创新玩法、社交——**消费者的品味已经提升，换汤不换药的游戏复刻并不会带来持续火爆的结局**。《最终幻想 15: 新帝国》虽然在声量上依旧较高，但热度的下降飞速，Google Play 显示的实际下载量也远低于之前两款游戏。



这三款游戏的收入也呈下滑趋势。

游戏名称	发行时间	收入
Game of War: Fire Age	2013	$3B
Mobile Strike	2015	$1.4B
Final Fantasy XV: A New Empire	2016	$1B*
Source: Limit Break官网，Charted by Mint Ventures *这是根据收入分成预估的游戏总收入		

2.2 从无人知晓 Free Mint 到炙手可热准蓝筹，DigiDaigaku 简史

时间	事件
2021.06.08	Gabe 作客知名商业播客 Invest Like the Best, 讲述自己对设计数字经济系统的理解。（此时或已开始融资）
2022.07.27	Limit Break（DigiDaigaku 母公司）的投资人，Standard Crypto 创始人 AlokVasudev 在 Invest Like the Best 提及自己曾投资 Gabe 创立的公司，并被 Gabe 转发。 这是 Limit Break 在公开市场上的第一次曝光，虽然大多数人都对此一无所知。
2022.08.04	Gabe 在 Twitter 正式宣布自己和好朋友、也是 Machine Zone 的 cofounder Halbert Nakagawa 一同成立新公司 Limit Break，并列出投资人名单，在末尾表示“虽然现在没有更多分享的内容，我们会马上有小惊喜给大家”。 Paradigm 创始人 Matt Huang 转发并推荐了 Gabe 21 年的播客，表示：想要了解公司背后的理念，这期播客值得一听。
2022.08.09	Gabe 在 Twitter 宣布“明晚 freemint”（现已删除）
2022.08.10	北京时间 08.10 凌晨 2 - 3 点，DigiDaigaku freemint 开始，即使没有做任何社区合作 / 推广，2022 个 Digi 仍在 17 分钟铸造一空。在一开始零星几个低于 1 E 的销售后，地板价直接稳在 3 E 左右。 这次 freemint 在细节上也设置得相当用心，只允许通过网页前端进行铸造，有效避免了机器人拥有大量 NFT 的情况发生。
2022.08.11- 2022.08.28	Gabe 主持与投资人的 Twitter Space，讲述 Digi 的理念，并与著名游戏公会 YGG，知名 VC Delphi Digital 多次互动，转发 meme 造梗的同时，投票决定 Digi 下一步计划——空投。

2022.08.29	宣布 Limit Break 的融资金额为 $200M，并展开了 Free to Own 的叙事，CZ 转发并评论“VC 又在老坛装新酒创造莫须有的叙事”。当晚，DigiDaigaku Genesis 的地板价最高到达 16.8 ETH，将热度推向高潮。 Gabe 在推特宣布会跟自己过往投资过的项目合作打造 Free to Own 宇宙，他曾投资 YGG, Castaways_gg 等多个 Web3 项目。
2022.09.03	向 DigiDaigaku Genesis 的持有者空投 DigiDaigaku Spirits，开售地板价 4.3 ETH.
2022.09.04	燃烧 DigiDaigaku Spirits 获得 DigiDaigaku Heros 活动开始，Heros 的血统由燃烧 Spirit 的钱包是否拥有 DigiDaigaku Genesis 及其号码是否对应决定： • 持有者拥有和 Spirits 相同序号的 Genesis, 则 Hero 的血统为 Royal • 持有者拥有和 Spirits 不同序号的 Genesis, 则 Hero 的血统为 Warrior • 持有者仅拥有 Spirits，则 Hero 的血统为 Rogue • 另外，2022 个 DigiDaigaku Genesis 中有 5 个 Mythic（1/1）NFT，它们合成的 Hero 有 Mythic 血统，因为稀有血统的加成会有一定溢价，用户会愿意放弃 Royal 血统选择将不同序号的 Spirits 和 Mythic 血统的 Genesis 合成，得到 Mythic Warrior 从生态地位上，Royal > Warrior > Rogue, 从实际地板价看，用户更青睐稀缺的 Mythic Warrior Hero，目前地板价是其它属性地板的 2 倍左右。
2022.10.02	给 DigiDaigaku Genesis 持有者空投 Castaways Adventure Key, 持有者将获得 Castaways 中跟自己 Genesis 模样相似的小女孩角色，并参与排行榜争夺。排行榜前列将获得 Castaways 的定制奖品，以及岛屿奖励（当时地板价 4E 左右）。 Castaways Adventure Key 开盘价 0.9 E.
2022.10 - 2022.11	DigiDaigaku 南瓜雕刻活动，将挑选 2 个雕南瓜的视频进入 2023 年超级碗的广告。数百人踊跃参与南瓜雕刻，最终 2 人入选。

2022.11.01	向 DigiDaigaku Genesis 和 DigiDaigaku Hero 空投 Dark Spirits，其中： • 每个 DigiDaigaku Genesis 持有者获得 2 个 Dark Spirits • DigiDaigeku Hero ◦ 每个 Royal 和 (Mythic) Warrior 持有者获得 2 个 Dark Hero Spirits ◦ 每个 Rogue 持有者获得 1 个 Dark Hero Spirits
2022.11.17	向 DigiDaigaku Genesis 持有人空投 EtherOrcs Adventure Key, 类似 Castaways Adventure Key, 持有者获得 EtherOrcs 中的特殊角色，争夺排行榜奖励。
2022.12.02	Dark Spirits 和 Dark Hero Spirits 系列开图，引入燃烧生成药水的机制： • 仅燃烧一个 Dark Spirits 或 Dark Hero Spirits，成为 Villain Potion • 燃烧一个 Dark Spirits + Dark Hero Spifits，成为 Super Villain Potion 药水将为后续的 Villain 系列赋能，使得 Villain 在游戏中拥有不同等级的武器和属性增强。
2023.01.27	DigiDaigaku Masked Villain 发售，总量 10,000 个，采用 Free Mint 形式，Genesis 和 Hero 均可直接在官网 Claim NFT，其余 6000 个 Masked Villain 在 FreeNFT.xyz 抽奖分发，发售地板价 0.45 ETH. FreeNFT 也是 Gabe 曾投资的项目，将作为 Free to Own 生态的发射台。除 DigiDaigaku 曾在该平台上抽奖外，Castaways_gg 和 Dimensionals 都将与 FreeNFT 合作。该平台俨然成为了高质量 Freemint 项目方的首选，主要优势在于： • 有强大的防机器人能力，筛选出来的账户真人比例较高，影响力较大 • 能带动高质量社区增长，Castaways_gg 创始人在一代岛的发售时 Twitter 涨粉较为缓慢，FreeNFT 推广二代岛屿 Freemint 时 Twitter 一周内涨粉 26.9 万（目前总粉丝数 33.6 万）
2023.02.13	DigiDaigaku 广告亮相超级碗，并在这场上千万人瞩目的盛会上开展 DigiDaigaku Dragon 的 Free Mint，据报道，这场 30 秒的广告将花费 $650M.
2023.02.16	宣布 DigiDaigaku Genesis 将在 BTC 上发布对应系列，DigiDaigaku Genesis 的持有人将获得免费的 BTC DigiDaigaku Genesis.

2.3 可期待的未来

Free to Own 宇宙：以 DigiDaigaku 为核心的游戏集团

在展开 Gabe 眼中的元宇宙之前，我们需要先定义一下“Free to Own 是什么？”，在 Digi 的叙事里，Free to Own 是跟 Free to Play 相对应的概念，他们所处的时代背景也是如此相似：

Free to Play

- **诞生背景：**游戏价格昂贵（5 - 60 美元），因此盗版横行
- **F2P 对用户侧的改变：**更多用户接触和享受游戏，为自己真正认为值得的服务和体验付钱
- **F2P 对创作者的改变：**创作者不仅承担开发成本和营销成本，还需要承担用户付费之前的运营成本，没有理所当然的收入；但一旦运营得当，能获得远大于 60 美元的收益

Free to Own

- **诞生背景：**NFT 价格昂贵，因此 1）受众受限 2）项目方很容易因为快钱失去持续工作的动力
- **F2O 对用户侧的改变：**更多对 Web3 一无所知的用户获得 NFT，跟社区一起玩；社区对项目的认可决定更合理的价格
- **F2O 对创作者的改变：**不再能通过短期画饼赚到快钱，而是用长时间的社区、产品建设让用户看到项目的实力，从而为资产定价，项目方通过资产流转交易的税收获得现金流

由此可见，**Free to Own 对 Web3 Game 的影响很可能是类似 Free to Play 对传统一次性付费游戏影响的改革**，而 Gabe 认为，从 Free to Play 走向 Free to Own 的重要区别在：

- **Free to Play：**开发者花好几年制作游戏，发行并期待人们足够喜欢，下载和赚钱，但其中 99% 的项目因为没有获得足够多的用户注意力而失败
- **Free to Own：**游戏资产先于游戏给到了用户手中，建立一个忠诚、高粘性的社区给游戏源源不断的关注

此外，跟所有 Web3 游戏遇到的问题相似，NFT 化游戏资产会让游戏设计师放弃一部分对经济系统的掌握，这对游戏设计来说是一个挑战。但鉴于 Machine Zone 几乎是第一个创新式地引入 Free to Play 资产经济模型的厂商，且在之前的游戏中获得惊人收入（尤其是巨鲸上百万美元的大额投入），我们**有足够的理由相信他们有望在完成 Free to Play 的成功创新之后，再次成功挑战“放弃部分经济模型控制权，但仍然能持续运转 & 产生高额收入游戏”的新范式。**

同为 Free to Own 生态的项目有：

1. Free to Own 生态发行平台：

a. freenft.xyz，Free to Own 项目的发行、抽奖平台。该平台的优势在于能够更好地进行定向用户的筛选和防机器人，目前已发行了 DigiDaigaku Masked Villain 系列和 Castaways_gg 二代岛系列，已俨然成为高质量 Free to Own NFT 发行的首选。

2. Free to Own 游戏：

a. Castaways_gg，荒岛社交、建造玩法的沙盒游戏，Gabe 是项目的投资人之一，现正在公开测试中，最火热的阶段日活高达 12w.

2022 年 5 月，其母公司 Branch_gg 宣布 $12.5M 融资，投资人包括 Mechanism Play, TCG Crypto, Dragonfly Capital, Polychain, Coinbase Ventures, Three Arrows Capital 和 Polygon Studios 的 CEO Ryan Wyatt 等。

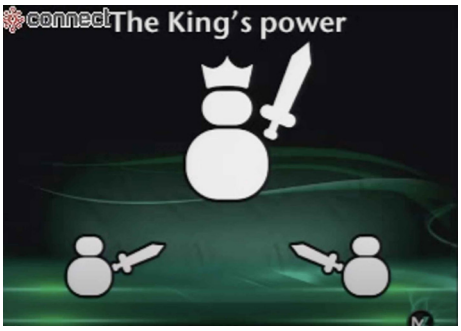
b. Dimentional，由 Mino Games 推出，核心游戏内容暂未放出。Mino Games 为这个新项目融资 $15M, Standard Crypto 领投，Boost VC、Collab Currency、Earl Gray Capital 和 Konvoy Ventures 跟投。此外，Mino Games 的联合创始人 Josh Buckley 创立了 Buckley Ventures，他也是 Limit Break 的投资人、董事会成员。

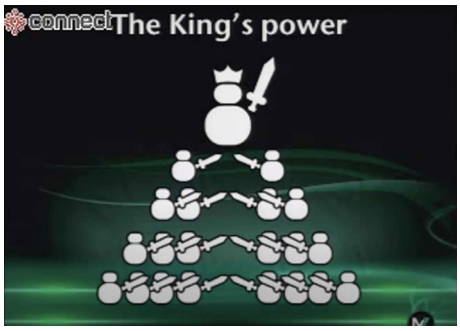
Metaverse：模糊边界的游戏化生活

在 Gabe 9 年前的一场分享里，他对在场的游戏从业者提出了这样一个问题：如何让一个人感觉自己在统治世界？成为一个国王需要怎样的要素？不是王冠，不是宝剑 —— 数字资产在游戏里比比皆是，它们并不具有实质上的稀缺性，Gabe 给出的答案是：**国王能够统领他人。**

这是 2014 年的分享，也是 Game of War: Fire Age 刚刚完成尚未正式推向市场的时期，但 Gabe 已经提炼了游戏的思路：

- 为了追求“统治世界”的感觉，用户愿意付出一切
- 为了留住愿意付出一切的用户，需要有足够数量的普通用户，让“国王”享受到绝对权力





• 而如果要更多普通用户加入，游戏必须免费

2019 年，Eugene Wei 写过一篇在互联网界流传甚广的文章《地位即服务》(Status as a Service)，讲述人类如何将互联网生活变成“地位竞争的游戏”，接着和社交网络一起共同进化。他提到了两个定律：

> • 人们是寻求地位的猴子
>
> • 人们终究会找到最大化社交资本的最有效方式

> • People are status-seeking monkeys*
>
> • People seek out the most efficient path to maximizing social capital

当代社会的人们似乎比原来更需要在虚拟世界“统治世界”的乐趣，信息差被互联网磨平，在小社区里可以自鸣得意的人看到无数排行榜上的光鲜亮丽发现自己一文不值。Gabe 在一次访谈里提及：在早期的美国，当人们说“西部是充满机会的地方”，机会之地的意思是，越往西，那里的人越来越少，有越来越多的机会成为所在社区的重要人物。

> “如果我是一名铁匠，并且是周围一百英里唯一的铁匠，那么我的手艺好坏并没有关系，因为我是这附近唯一会做马蹄铁的人。
>
> 我们正处在这个竞争激烈的时代，飞机、火车、互联网应运而生，我们有社交网络、论坛、聊天室、俱乐部会所等等，基本相当于我们有实时排行榜，显示谁重要，谁不重要。世界变得如此竞争激烈，令人心碎的竞争。擅长某事不再重要了，你必须做到最好。
>
> **所以我们处于这种竞争激烈的状态，这让人们觉得自己无关紧要 —— 他们本来就无关紧要，这就是事实。所以你最终会进入这些在线社区，这是一种找到归属感的诱人而简单的方式，这些东西实际上奖励花费的时间，而不是技能。所以如果我花更多的时间，我就会变得更重要。**
>
> 与 Twitter 相比，游戏为线上社区提供了更复杂和深入的结构。他们可以有等级、国王、王后、武器、王国，以及任何你想要的，你可以随便编造，以设计一个结构更复杂的社区。游戏成为一个让人迷失的地方，因为它们有更复杂的结构、精妙的设计。

而这就是 Gabe 沉迷于电子游戏最初的原因 —— 高中毕业没有念过大学的 19 岁的少年，在游乐场工作，突然发现“会玩游戏”可以成为当地游戏玩家社区瞩目的明星。过往 Machine Zone 发布的游戏曾有用户一掷八百万美元，只为了获得在游戏中让社区崇拜、追随的快感，未来 Limit Break 的游戏也极有可能是遵循类似的理念：让一掷千金的用户在虚拟世界体验王者的快感。

后续时间线预估

2023.02.12（北京时间 02.13）的超级碗结束后，Digi 龙的大规模宣传拉开帷幕，仍有近 5000 个龙蛋选择抽奖空投给幸运用户，据 Gabe 在 Twitter Space 中的透露，龙蛋的抽奖可能会持续一周。

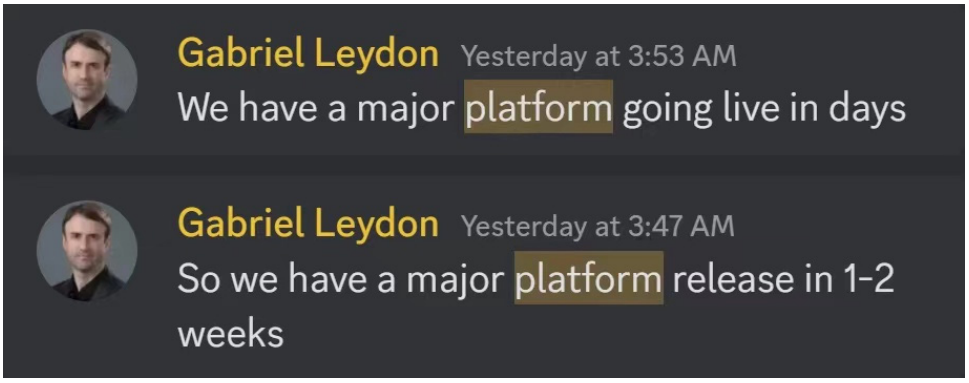
下一步动作将是可编程版税协议的应用。2023 年 1 月，Limit Break 发布了一个开源的可编程可选版税协议，如果应用得当，很可能是影响整个游戏 NFT 生态的协议：

• 这是一个对用户的可选协议 - 任何现有项目都可以部署这项协议，用户通过质押 NFT 自由选择加入

• 该协议将版税变为可编程操作，意味着：1）创作者可以从合约层面上强制版税 2）创作者可以选择将版税与特殊持有者分成，比如第一个 mint NFT 的用户，或者第一个质押 NFT 的用户，更多游戏化的玩法可以挖掘

• 协议设置了很多游戏化的功能，比如设置 NFT 价格的上限 / 下限，虽然限制了一部分流动性，但可能部分解决游戏制作人对 Web3 游戏经济控制能力较弱的问题

对于可编程版税的事实，由于 OpenSea 今日推出的限时零版税活动，或将在短期造成阻碍（之前可编程版税的实施逻辑是仅给支持版税的 Seaport 白名单，其它平台如 Blur，必须通过 Seaport 从而无法绕开版税），对此，Gabe 在社区 Digi Cult 中提到，将通过实施自己的 NFT 交易平台实现强制版税：



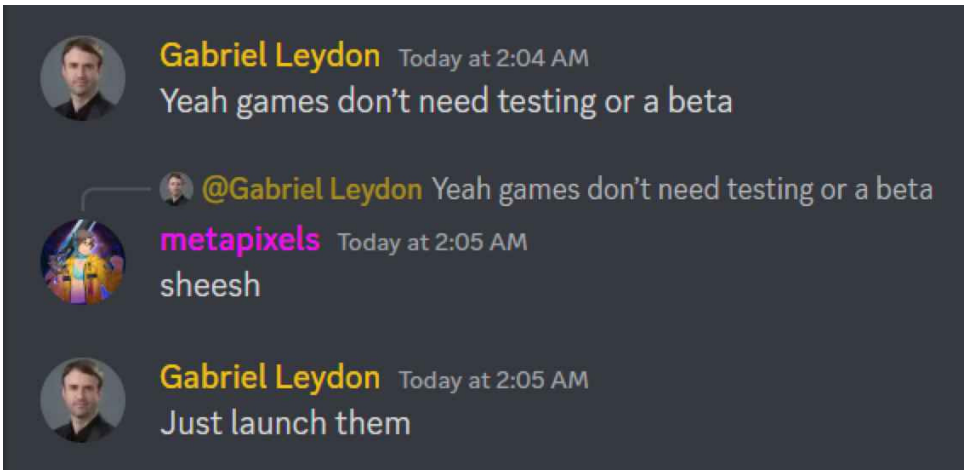
Source: DigiCult https://discord.gg/digicult 2022.02.20

而这次可编程版税协议，很可能会将 DigiDaigaku 系列的后续版税（部分）返回给核心持有者，甚至可能通过游戏中的价值捕获让核心持有者得到更多收入分成。

另外，虽然 Gabe 对游戏推出时间只字不提，但可以从以下事实推测，游戏发布很可能并不遥远：

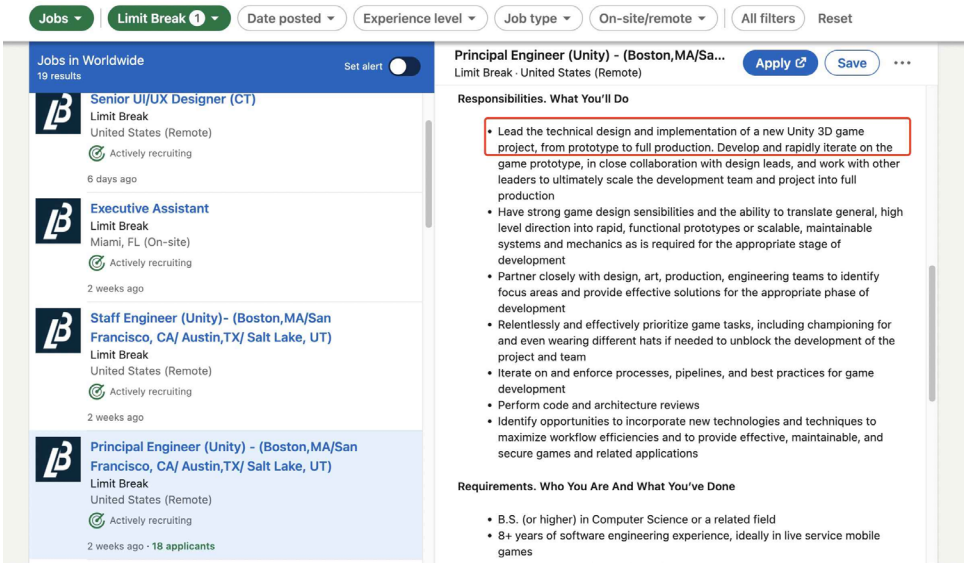
• Machine Zone 的第一款游戏 Game of War: Fire Age 开发时间为 18 个月，这是在早期融资资源受限时的开发时长。而 Limit Break 从 2 亿美元的融资到现在，已经过去了 17 个月（投资人 Josh Buckley 加入董事会的时间为 2021 年 8 月）

• 在仅 DigiDaigaku 持有人可进入的 DigiCult Discord 社区中，Gabe 对用户游戏测试的问题给出如下回答：“游戏并不需要测试或者 beta 版本，发布就是了”（可以猜测游戏可能大量借鉴 Game of War: Fire Age 的模式，从而达到无需测试即可丝滑畅玩的效果）



Source: DigiCult https://discord.gg/digicult

但根据 LinkedIn 的招聘情况，项目开发可能还需要一段时间。



Source: LinkedIn

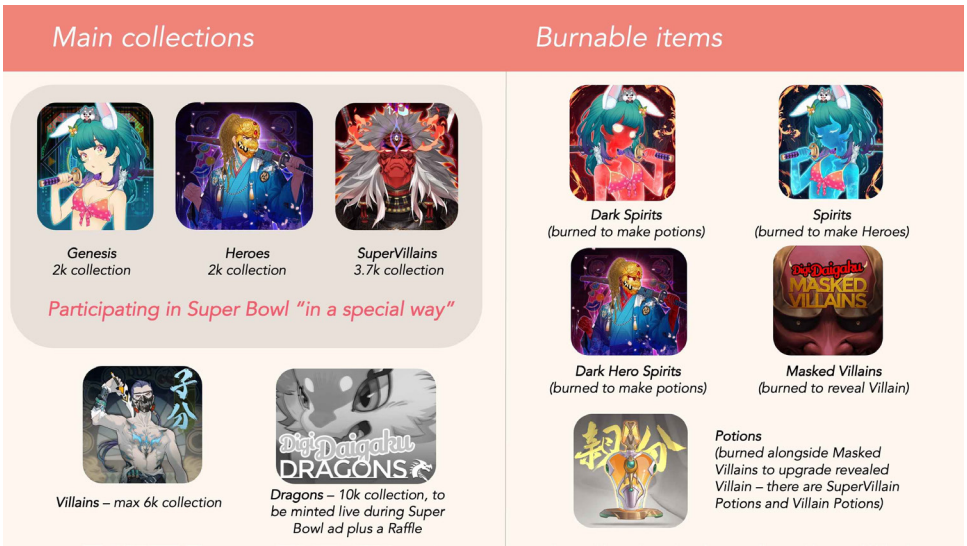
3. 业务情况

3.1 NFT 系列

Limit Break 公司目前积极推进的部分为 NFT 生态的构建。

DigiDaigaku 旗下的 NFT 系列较为复杂，但可以概括为三类：核心 NFT，材料 NFT，和第三方合作 NFT。

其中核心 NFT 能够享受 Digi 生态源源不断的空投，并在未来 Limit Break 推出的游戏中获得赋能。



Source: DigiCult https://discord.gg/digicult

1. 核心 NFT（Genesis，Heroes，Super Villains，Villains）

根据 DigiDaigaku 创立的 Free to Own 理念：所有 NFT 免费铸造，核心 NFT 将作为“工厂 NFT”，能够获得整个生态发展过程中的空投和其他赋能。

根据官方定义，Digi 生态旗下的核心 NFT 包括 Genesis （创世），Heroes （英雄），Super Villains （超级反派）和 Villains （反派）。

其中：**创世为 Digi 生态的绝对核心**，社区共识最坚固，价值最高，价格波动相对较小；**英雄为生态的第二核心**，目前价值为创世的 1/5；超级反派和反派的定位还不清晰，但从近期的龙之精华空投来看，**超级反派的生态定位低于英雄，反派甚至没有获得空投。**

（1）Genesis，创世系列

介绍：创世系列总量 2022 只，拥有整个生态的最高地位。通过 Freemint 获得。

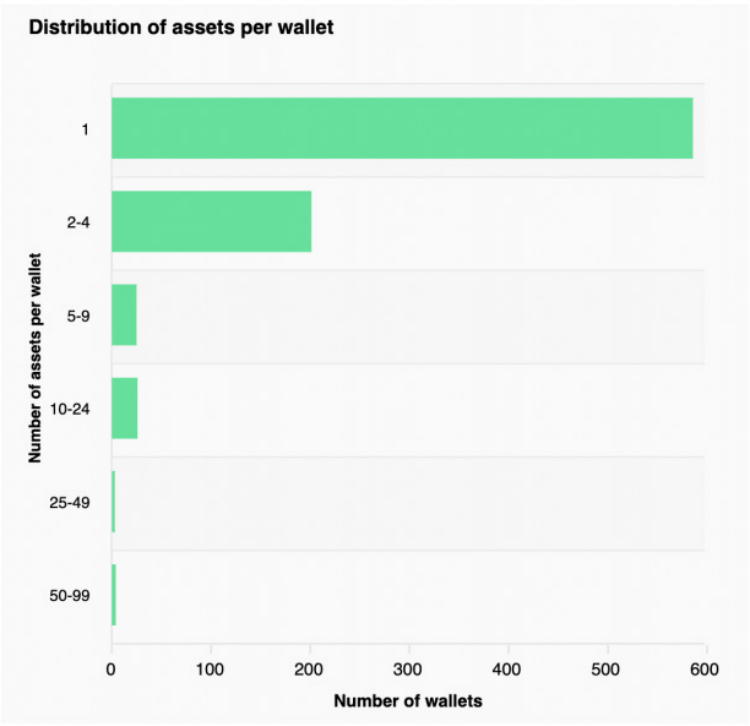
未来潜在的游戏赋能猜想：在 Digi 生态中，社区最关注的 NFT 特征是 NFT 所持有的道具。

创世系列持有的道具主要为手机，滑板，麦克风，草莓蛋糕，奶茶等功能道具，少数创世持有武士刀等武器。

相比于其他核心 NFT 系列，创世 NFT 未来在游戏中的作用应该偏向于重辅助（恢复 / 强化 / 传送 / 控制）与资源生产，轻战斗类的角色，并作为光明阵营的角色。

系列名	DigiDaigaku Genesis
数量	2022
独立持有地址数	848
Holder 地址的蓝筹持有情况	
NFT持有地址分布	

Collection	Mutual Holders	Assets owned in DigiDaigaku Genesis	Assets owned in collection
Otherdeed for Otherside	99 (11.67%)	188 (9.30%)	384
CLONE X - X TAKASHI MURAKAMI	78 (9.20%)	194 (9.60%)	353
Azuki	69 (8.14%)	148 (7.32%)	137
BEANZ Official	62 (7.31%)	150 (7.42%)	548



Charted by Mint Ventures, Source: uniq.cx

（2）Heroes，英雄系列

介绍：总量最多为 2022 只，目前仅铸造了 1908 只，拥有仅次于创世系列的生态地位。通过燃烧精灵来铸造。

未来潜在的游戏幅能猜想：英雄系列主要持有的道具为葫芦，手机等功能道具，以及剑，球棒，苦无，弓箭等武器。

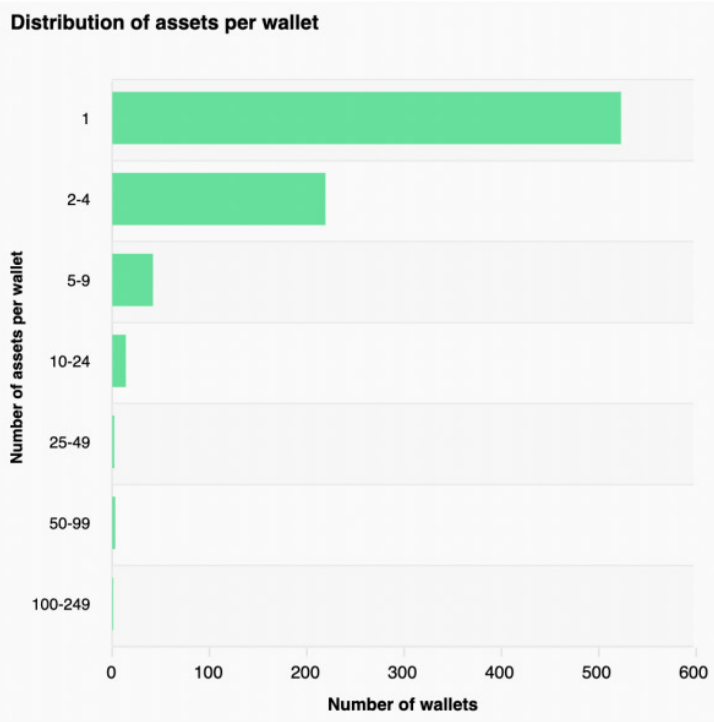
相比创世 NFT，英雄系列应该偏向于轻辅助，重战斗的角色，并作为光明阵营的角色。

系列名	DigiDaigaku Heros
数量	2022
独立持有地址数	808

Holder 地址的蓝筹持有情况

Collection	Mutual Holders	Assets owned in DigiDaigaku Heroes	Assets owned in collection
DigiDaigaku Genesis	589 (72.90%)	1577 (82.70%)	1579
Otherdeed for Otherside	86 (10.64%)	151 (7.92%)	287
CLONE X - X TAKASHI MURAKAMI	58 (7.18%)	129 (6.76%)	228
Terraforms by Mathcastles	48 (5.94%)	239 (12.53%)	629
BEANZ Official	43 (5.32%)	95 (4.98%)	146

NFT持有地址分布



Charted by Mint Ventures, Source: uniq.cx

（3）Super Villains，超级反派系列

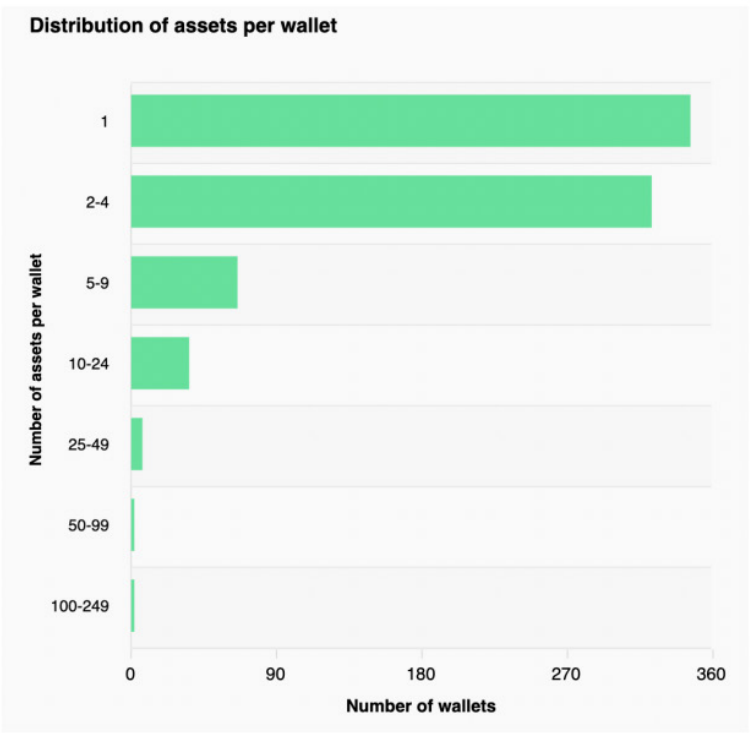
总量最多 3700 只，是最新的主系列。通过燃烧蒙面反派 + 使用超级反派药水铸造。

目前铸造了 2665 个，在超级碗活动中也获得了龙之精华的空投。超级反派是黑暗阵营的角色。

系列名	DigiDaigaku Super Villains
数量	2665
独立持有地址数	787
Holder 地址的蓝筹持有情况	

Collection	Mutual Holders	Assets owned in DigiDaigaku Super Villains	Assets owned in collection
DigiDaigaku Genesis	420 (53.64%)	2082 (78.12%)	1173
Otherdeed for Otherside	63 (8.05%)	163 (6.12%)	177
CLONE X - X TAKASHI MURAKAMI	43 (5.49%)	169 (6.34%)	119
RTFKT Animus Egg	39 (4.98%)	88 (3.30%)	75
Terraforms by Mathcastles	36 (4.60%)	312 (11.71%)	435
The Captainz	34 (4.34%)	97 (3.64%)	83

NFT持有地址分布



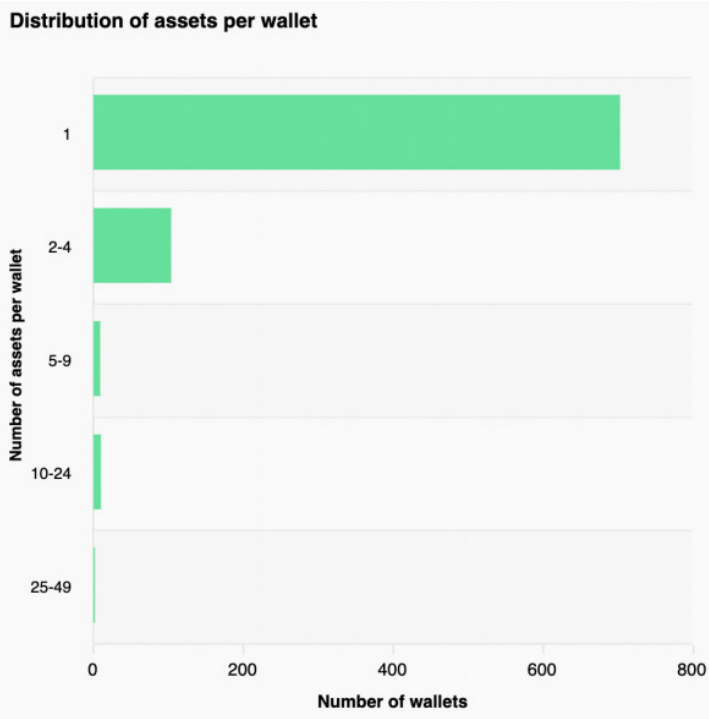
Charted by Mint Ventures, Source: uniq.cx

（4）Villains，反派系列

总量最多为 6000 只，是数量最多的主系列，通过燃烧蒙面反派铸造。目前仅开图了 1235 枚。在超级碗活动中，反派系列没有获得龙之精华的空投。反派是黑暗阵营的角色。

系列名	DigiDaigaku Villains（已开图）
数量	1235
独立持有地址数	83
Holder 地址的蓝筹持有情况	
NFT持有地址分布	

Collection	Mutual Holders	Assets owned in DigiDaigaku Villains	Assets owned in collection
DigiDaigaku Genesis	83 (10.01%)	238 (19.27%)	356
Otherdeed for Otherside	48 (5.79%)	77 (6.23%)	146
The Captainz	26 (3.14%)	33 (2.67%)	38
BEANZ Official	24 (2.90%)	40 (3.24%)	45
The Potatoz	22 (2.65%)	26 (2.11%)	34

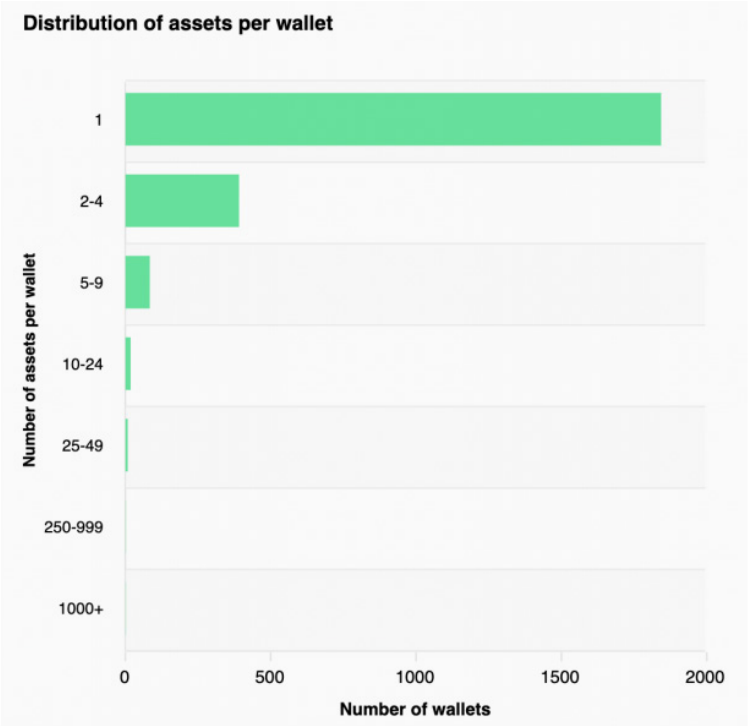


Charted by Mint Ventures, Source: uniq.cx

系列名	DigiDaigaku Masked Villains（未开图）
数量	4676
独立持有地址数	2342
Holder 地址的蓝筹持有情况	

Collection	Mutual Holders	Assets owned in DigiDaigaku Masked Villains	Assets owned in collection
Otherdeed for Otherside	176 (7.48%)	4293 (91.81%)	427
DigiDaigaku Genesis	162 (6.89%)	533 (11.40%)	397
The Captainz	105 (4.46%)	283 (6.05%)	187
Kubz	79 (3.36%)	126 (2.69%)	192
BEANZ Official	75 (3.19%)	142 (3.04%)	181

NFT持有地址分布



Charted by Mint Ventures, Source: uniq.cx

2. 材料 NFT（Spirits，Dark Spirits，Dark Hero Spirits，Masked Villains，Potions）

材料 NFT 一般是对主系列发放的空投，不能直接获得生态发展过程中的空投和赋能。需要燃烧材料来获得主系列，参与生态玩法。

（1）Spirits，精灵系列，Genesis 系列空投所得。

（2）Dark Spirits，黑暗精灵系列，Genesis 系列空投所得。

（3）Dark Hero Spirits，黑暗英灵系列，Heroes 系列空投所得。

（4）Masked Villains，蒙面反派系列，Genesis 和 Heros 系列空投所得。

（5）Potions，药水系列，分为反派药水（燃烧单个 Dark Spirit 或 Dark Hero Spirit 所得）和 超级反派药水（同时燃烧一个 Dark Spirit 和 Dark Hero Spirit 所得）。

3. 第三方游戏的合作 NFT （Castaways Adventure Key，Ether Orcs Adventure Key）

（1）Castaways Adventure Key，小木筏游戏冒险钥匙。持有者可以在小木筏游戏中获得对应的 Genesis 人物形象。

（2）Ether Orcs Adventure Key，以太坊兽人冒险钥匙。持有者可以在游戏中参与特殊玩法，但第三方游戏 Ether Orcs 创始人近日宣布不再维护游戏内容。

4. 神秘的“龙 NFT”与“龙之精华 NFT”

在超级碗活动中，通过二维码扫描，向超级碗观众发放了 4000 枚龙 NFT，并通过抽奖发放了 1000 枚龙 NFT。后续还会通过抽奖形式发放剩余的 5000 枚龙 NFT。

同时，Gabriel Leydon 也在推特公布了核心 NFT 的福利：所有创世，英雄和超级反派将空投龙之精华 NFT。龙之精华 NFT 将用于孵化并强化龙 NFT，类似药水系列对反派系列的作用。

其中“龙之精华 NFT”应该属于材料 NFT，但龙 NFT 可能不属于核心 NFT

即使龙 NFT 可能不能被归类到核心 NFT 中，无法获得生态的持续空投，但作为超级碗活动重点推出的系列，应该有较为重要的后续的生态玩法，可编程版税协议可能也会优先加入到龙 NFT 的开图中。

DigiDaigaku 旗下 NFT 2022 年发售至今的二级市场销售情况见第四节：估值水平。

由于所有的 Digi 系列均为 Freemint 或空投所得，不收取一级铸造费用，Digi 生态所有 NFT 的创作者版税比例较高，为 10%。但近期 Blur 的火热，用户可以以 0.5% 的创作者版税自由交易，大大降低了项目方的版税收入。

为解决此问题，Limit Break 计划推出可编程版税协议，通过质押更新 NFT 合约，将版税在链上强制执行的同时，将后续产生的版税分给参与到质押的用户。

3.2 核心游戏

由于团队目前对游戏的具体情况只字不提，我们只能根据 Machine Zone 之前的游戏情况对后续游戏进行猜测。

已知的几个信息是：

• Machine Zone 之前发布的游戏都以“Pay to Win”（付费获得胜利）著称，不到 1% 的玩家产生 99% 的收入。因此，这次 Limit Break 的游戏推广策略可能仍然是“Whale hunting”大户狙击。

• 从 Gabe 之前的采访推测，这很可能也是他进军 Web3 游戏的原因：Web3 的用户付费意愿极高，且单个用户的 LTV（生命周期价值）远大于 Web2，计划中的游戏将同时引入传统游戏用户和 Web3 用户，并通过 Free to Own 模式将更多传统游戏的巨鲸引入 Web3 生态。从这个逻辑来看，如果真的能用游戏化和社交设计让用户沉迷，Limit Break 的游戏收入可能十倍于 Machine Zone 数十亿的游戏收入。

• 此外，游戏和即将应用的版税协议都将给 Digi 系列的 NFT 一定价值捕获。

4. 团队情况

根据官网，团队情况介绍如下：

1. Gabriel Leydon CEO & 联合创始人

有天赋的游戏创造者，拥有 23 年的游戏开发和设计经验。Gabe 是 Machine Zone 的前 CEO，2008 年联合创办 Machine Zone。他是免费手机游戏的先驱，是游戏设计、全球虚拟经济、货币化、移动应用、规模营销和建立团队方面的专家。他是一位经验丰富的企业家和技术领导者，持续关注建立一个独特的、极具天赋和雄心的免费游戏专家和卓越的开发人员团队。

2. Halbert Nakagawa 主席 & 联合创始人

经验丰富的企业家和技术领袖，持续专注于建立一个独特的、极具天赋和雄心的免费游戏专家和卓越的游戏工程师团队。2008 年，创办了 Machine Zone，这是一家社交移动游戏公司，专注于发布极具吸引力的国际 f2p 移动游戏。Machine Zone 已经发布了一些热门游戏，如《战争游戏：火力时代》，创造了超过 30 亿美元的收入；《移动攻击》，由阿诺德·施瓦辛格主导，创造了超过 14 亿美元的收入；以及《最终幻想 15：新帝国》，基于 Square Enix 公司授权开发，收入超过 10 亿美元。

3. Zachary Kelman 首席法律官

Kelman 先生被广泛认为是美国虚拟资产法律和监管领域的领导者和专家。他撰写了大量关于虚拟资产法律事务的文章，并在活动和采访中发表演讲，还起草了美国立法提案，并为各国的虚拟资产监管政策提供建议。在加入 Limit Break 之前，Kelman 管理着一家美国律师事务所，专注于围绕虚拟资产和加密货币的监管事务，并担任领先的加密资产新闻出版物 Cointelegraph 的总顾问。在担任管理合伙人期间，他为整个行业的数十个虚拟资产项目提供咨询。他曾是 Coins.PH 的首席合规官和 Bitt.com 的 CLO，以及之前在摩根士丹利和瑞士信贷的合规 / 法律事务。

4. Thomas Hong 首席创意官

在讲故事和涂鸦方面有超过 20 年的经验，Hoon 从十几岁起就开始专业地制作漫画、电影和游戏。在他的职业生涯中，他爱上了世界建设和创造新的 IP，同时磨练了开发艺术作品的有效管道的技能，为《星球大战》系列漫画、《神话》等多种可收集的卡牌游戏、《战争游戏：火力时代》等大型多人在线游戏和《吉他英雄》等主机游戏贡献了他的艺术和创意。他的作品可以在 PC、手机和传统印刷媒体等多个平台上找到。

5. Mary Costello 首席人才官

在识别组织领导者和提供创新的战略招聘解决方案方面有 25 年的经验，是一位出色的人才招聘主管。Mary 在 2022 年初加入 Limit Break，担任首席人才官。在开发全球架构框架和实施可扩展的人才方法方面具有专长。在此之前，玛丽是许多高科技和湾区公司的全球人才和高管搜索副总裁，包括 Machine Zone、Splunk、Trade Desk 和 SoFi。她是一个充满激情的领导者，真正关心人，专注于成长、发展和极限突破的成功。

6. Jai Kim 首席技术官

Jai Kim 是 Limit Break 的首席技术官，自 2021 年公司成立以来一直负责开发。自 2012 年以来，他一直在专注移动游戏的开发，曾在 Machine Zone 担任手游开发和技术领导职务，参与了《战争游戏》，《移动攻击》和《最终幻想 15：新帝国》。他曾在 EA 担任过技术总监。

7. Neal Nakagawa 首席营销官

拥有超过 10 年的识别潜在增长市场和打磨营销策略的经验，以提高公司收入。Neal 于 2022 年加入 Limit Break，担任首席营销官。在加入 Limit Break 之前，Neal 创立了一家咨询公司，专门为风险投资公司和游戏开发商提供增长营销和游戏开发方面的建议。Neal 曾是 Machine Zone 的高级营销总监，他建立了一个营销专家团队，确定核心业务需求，以支持大规模的营销媒体采购。

8. Brendan Burke 设计部主管

拥有 14 年 F2P 游戏、经济设计、货币化和管理经验的游戏主管。布兰登于 2022 年加入 Limitbreak，设计新一代的 Web3 集成游戏。2009 年，他是 Playnomics（被 Unity Technologies 收购）的创始团队成员，并担任其 PlayRM 平台的研发主管，为现场游戏管理构建数据科学工具。2013 年，他加入 Machine Zone，担任研发副总裁，建立了他们的数据科学、现场运营、产品管理和人工智能 / 机器学习工具团队，以优化《战争游戏》的玩家体验，并在《最终幻想》中实现收入管理自动化。2019 年，他在 Wildlife Studios 担任出版和工作室的货币化战略副总裁，建立经济设计、现场运营和工具团队，

管理他们的休闲游戏组合，并加入 Limitbreak 之前担任 SIB 项目的 Web3 游戏 EIR。

9. Richard Heins 生产部主管

经验丰富的产品、运营和研发领导人，在技术、一级商业咨询和生物技术行业有 19 年的经验。理查德于 2022 年加入 Limit Break，负责游戏和 NFT 产品的交付。他直接负责生产和艺术团队，确保业务高效运行，人员、流程和技术的正确组合。在加入 Limit Break 之前，理查德曾在电通国际担任产品副总裁，在 Machine Zone 担任高级产品经理，在波士顿咨询集团担任顾问，在桑迪亚国家实验室担任生物技术研究员，并拥有约翰霍普金斯大学化学和生物分子工程的博士学位。

10. Maz Mirabedini 平台副总裁

拥有超过 17 年的建设基础设施支持高可用和可扩展产品的经验。Maziyar 于 2022 年初加入 Limit Break，担任平台副总裁。他以其技术和实践的方法而闻名，擅长建立伙伴关系和信任。在加入 Limit Break 之前，Maziyar 在多家公司担任领导职务，如 People.ai 和 Machine Zone，他建立了高绩效的团队，以高质量服务级别协议构建核心基础设施。

11. Jodi Pittman 财务副总裁

会计和财务主管，具有管理财务团队的丰富经验，范围从小型技术创业公司到大型全球公共注册公司。她于 2022 年加入 Limit Break，担任财务副总裁。在加入 Limit Break 之前，她管理着自己的会计咨询业务，专门负责建立世界级的财务团队和会计政策的制定和应用以及合规。她曾是 Machine Zone 的会计副总裁。

从 LinkedIn 可见，目前 Limit Break 的团队人数为 45 人。从核心团队介绍可以看出，成员主要来自 Machine Zone 的核心团队，其多年的共事经验能够让 Limit Break 的工作有着配合娴熟，相互信任的优势。而且全员实名露脸，在传统游戏领域享有盛誉的团队，在 Web3 游戏领域也较为少见，也能让用户对其产品交付更加放心。

三．业务分析

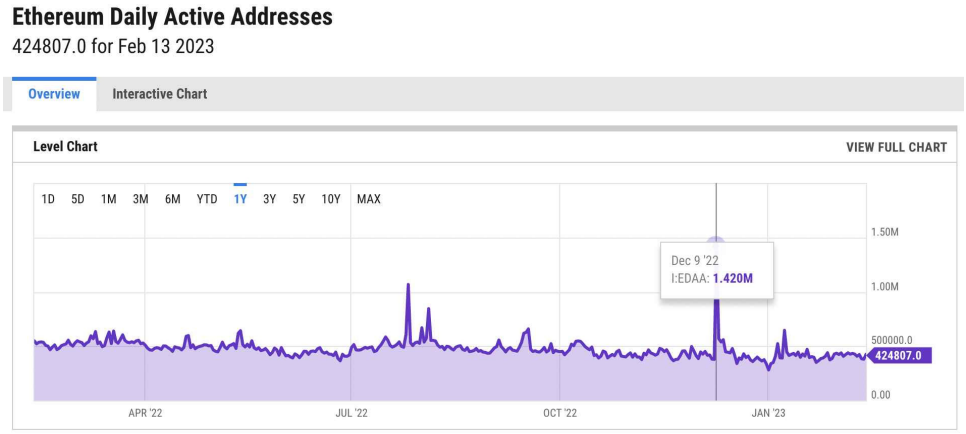
1. 行业空间及潜力

虽然目前 DigiDaigaku 系列的 NFT 以 PFP 的形式存在，后续系列的价值由之前系列的价值决定，但由于他们背后由一款能够串珠成线的游戏支撑，实际价值来源于游戏中的价值捕获。

另外，Digi 生态并不局限于 Limit Break 的游戏本身，在 Gabe 的描述中，Digi 生态中的 NFT 也可以在其它游戏中穿梭，成为其它游戏中拥有尊贵皮肤的玩家（比如 Castaways_gg）。

因此，我们认为 Limit Break 属于元宇宙 / 游戏赛道。

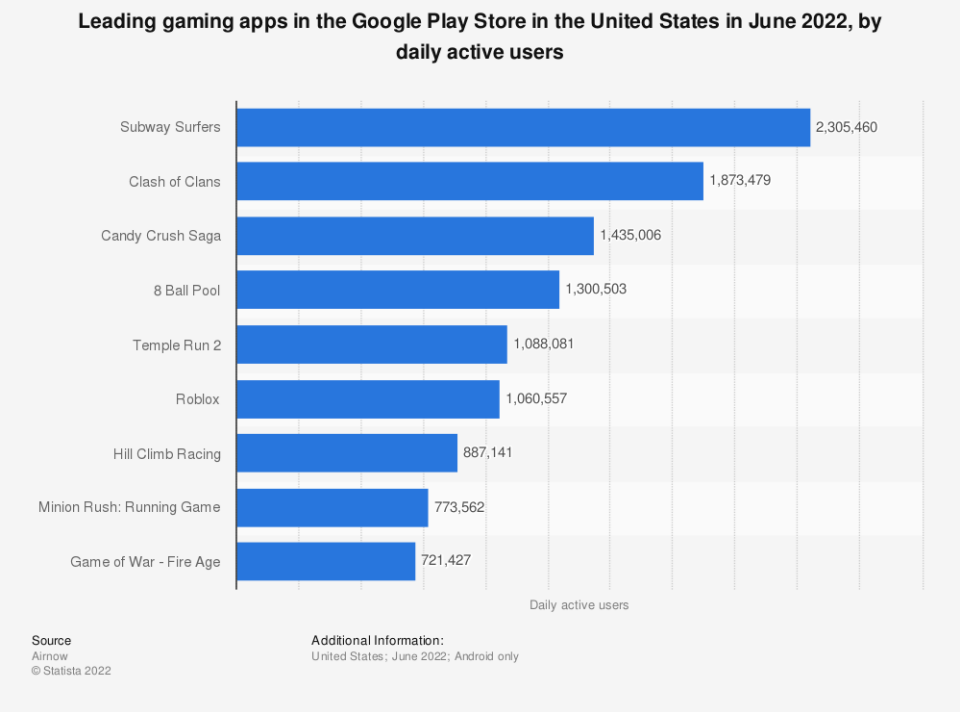
由于 Limit Break 的目标是让千万、上亿用户进入 Web3 世界开展游戏，可以从目前以太坊活跃地址数、持有 NFT 地址总数一窥潜在的市场空间：目前，以太坊活跃地址数 42 万，据 NFTGo 统计，持有 NFT 的地址总数 3.9M，不排除一人持有多个钱包的情况出现。



Source: YCharts

Source: NFTGo

而与此对应的是，Machine Zone 九年前推出的游戏 Game of War: Fire Age，2022 年 6 月，仅在美国安卓市场的 DAU 就达到了 72 万。



在之前《APE 质押临近、监管施压，关键时点重新审视 Yuga Labs 生态价值》中我曾对元宇宙赛道进行分析，将元宇宙赛道分为两方面：PGC（游戏制作人）+ UGC（用户生成内容）打造的多人游戏，和 UGC 打造的沙盒：

> 元宇宙（Metaverse）最初是科幻小说中的概念，逐渐被泛化成可以多人交互的虚拟世界。在这里，我们可以将赛道分为两个部分：由专业人士打造（PGC）的可操作性较强的多人游戏（MMO），以及由专业人士和玩家共同打造（PGC+UGC）、游玩和创作融合的多人沙盒游戏。前者以《使命召唤》，Free Fire 等游戏为代表，在 Web3 领域暂无兼具高完成度和影响力的对标项目；后者在 Web2 中的代表是 Roblox 和 Minecraft，而 Web3 中则是 Sandbox、Decentraland 和 NFT World。
>
> **PGC 打造的 MMO**
>
> 虽然目前 Web3 暂无完整发布的产品对标，但从游戏 NFT 价格和社区热度来看，前 Machine Zone 团队打造的 DigiDaigaku 和背后的游戏公司 Limit Break，可能会成为 Yuga Labs 旗下 NFT 和 Otherside 的强劲对手。**DigiDaigaku 和 Yuga Labs 采取的是两种截然不同走向元宇宙的方式：一个从游戏中的实际用例出发，专业团队游戏设计打造可玩性，从而吸纳海量用户进来游玩；一个从元宇宙的大图景出发，以 NFT IP 和土地销售吸纳用户，并试图打造世界观让 UGC 更好地生产和创作新的内容。**
>
> Limit Break CEO Gabriel Leydon 曾表示，自己希望通过游戏引入 10 亿用户拥抱 NFT 资产。目前 free mint 的 NFT DigiDaigaku 的地板价 12 ETH，空投给持有者的 Spirits 地板价也已 6 ETH。此前，Gabriel Leydon 宣布公司**获得来自 Paradigm, FTX 等顶级加密机构共计 2 亿美元的融资。**

> **PGC + UGC 打造的沙盒游戏**
>
> 自 Roblox 和 Unity IPO 以来，加上 2021 年 Facebook 改名为 META，元宇宙概念席卷全世界，相关概念项目也成为了资本市场的宠儿，也为各相关行业创造了强劲的增长推动力：AI、虚拟人、游戏……而在这波叙事中最为受益的还是类似 Roblox 的沙盒游戏，Sandbox 和 Decentraland 正是乘着一波叙事红利获得市值的飙升。

正如前文“Metaverse: 模糊边界的游戏化生活”中提到的，我们认为：

- 人类沉迷于虚拟世界是无可阻挡的趋势，**虚拟世界是用户逃离现实世界残酷竞争的伊甸园。**

- 相比纯粹的“体验”式、短时间大量消耗游戏设计师耗费数年打造的深度内容的游戏，**融入社交元素的游戏将事半功倍地达成病毒式传播 & 让用户沉迷。**人们可能会厌倦探索同一条故事线，但从来不会厌倦刷 Tik Tok, Instagram 和微信朋友圈。人类无法抗拒微妙社交地位竞争刺激的好胜心，和实时在线一切尽在掌中的快感。

结合上文提及的两种引入社交元素的方式，我们认为**通过设置“限制”，从核心玩法展开的社交游戏，可能比纯粹的沙盒更具短时间内获取大量用户的潜力**，这也是 Limit Break 的切入点。

2. 项目竞争格局

即使 2021 - 2022 年 Web3 游戏赛道的融资一浪高过一浪，真正让用户接受并长期使用的 Web3 游戏并不多。大多数游戏还在讨论“Web3 游戏能不能摆脱旁氏”的问题，如 Yuga Labs 这类加密原生的 IP 则在开发元宇宙项目 Otherside 的同时，用游戏化 NFT 的小游戏持续引领加密社区的淘金潮流。Gala Games 则选择收购传统互联网世界的休闲游戏公司，通过链改的方式引入更多新游戏。

项目名称	项目类型	融资金额	一级市场估值	全流通市值（代币）	二级市场估值（NFT）
Yuga Labs	NFT, 元宇宙	4.5 亿美元	40 亿美元	50 亿美元 *	33 亿美元
Gala Games	游戏平台	合计 2 亿美元（最近轮次 1 亿美元）	未知	20 亿美元	-
Limit Break	NFT, 游戏	2 亿美元	未知	未发售	4500 万美元

数据来源：Coingecko，NFTGo，Crunchbase, Mint Ventures 制图
* 仅计算 $APE 的全流通市值，并不严谨

但我们也必须看到，加密原生项目的现状仍然是一个小众狂欢的市场，Dookey Dash 虽然让用户烧掉了 42 万 $APE（约合 200 万美元）用于游戏内加速，实际玩家数量仅有 2.5 万。与此同时，Game of War: Fire Age，这款 Machine Zone 2014 年发布的游戏，2022 年 6 月的日活跃用户仍有 62 万。Limit Break 打算做的游戏在传统互联网有清晰的商业模式：当人们提及 Machine Zone 的时候，大家首先想到的是，他们从 1% 的玩家身上获得 99% 收入。对于这类巨鲸（在游戏中花费巨额资产）友好的游戏而言，问题不仅仅在于获取百万、千万级别的用户，还在于如何提升海量的用户里巨鲸的比例。而 Web3 世界完美契合 Limit Break 的需求：团队曾经在用户平均年消费 86 美元的移动用户手中获得平均消费 550 美元的好成绩，在用户平均年消费成百上千美元的 Web3 世界，他们的游戏收入将实现怎样的规模？

对比市面上同等社区规模、融资规模的项目，Limit Break 的优势可能在于：

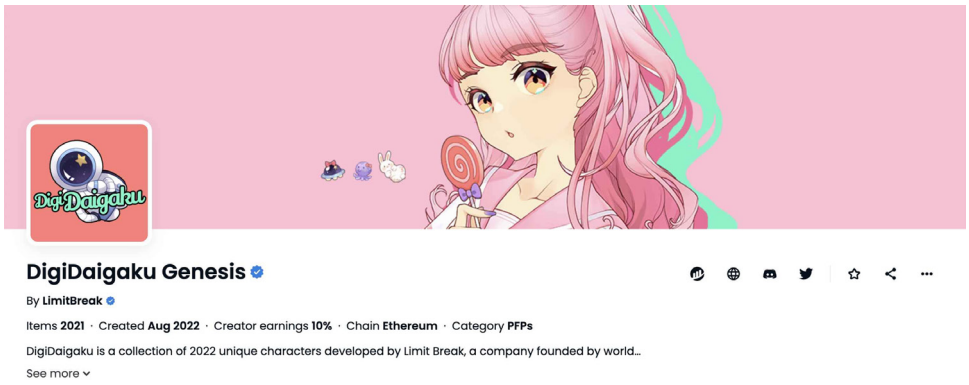
- **选择让传统世界的用户拥有免费 NFT 来加入 Web3 世界：**Limit Break 大部分融资将用于广告营销，并抓住用户的爽点，直接给新用户送免费 NFT，是为数不多真正试图引入大规模传统世界用户的非交易所项目。同时，其它项目难以望其项背的融资金额也在这方面成为了它的优势。回顾之前 Admirred 和 Zynga 之前实力差距悬殊的竞争，关键点不仅仅在于 Zynga 游戏设计，还在于其大规模融资带来的广告预算。

  相比于 Yuga 用社区内一小撮人的造富效应，一圈一圈通过空投给过往系列持有者缓慢推广到逐渐从低价 NFT 进入生态的玩家，Limit Break 选择同样造富，但在短短几个月里快速发售多个系列铺开市场。Villain 系列和 Dragon 系列都有大量的免费 NFT 是抽奖得到，对于非 Web3 世界的用户来说具有极大吸引力，加上超级碗活动的造势，是一种快速打开新市场的策略。

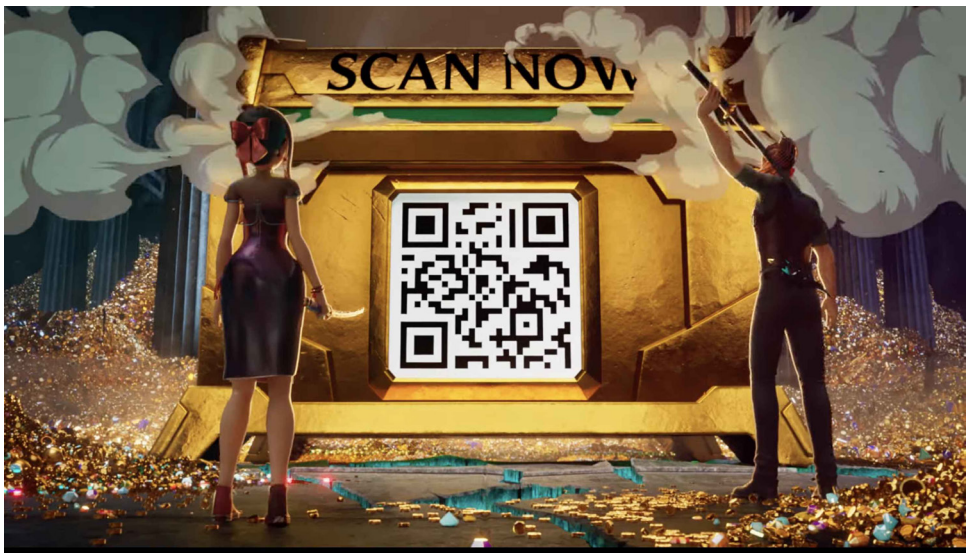
- **制造与现今加密世界的运行相当近似的大型多人实时在线游戏经验：**正如上文“Metaverse: 模糊边界的游戏化生活”中提到的，在虚拟世界获取社交资本，甚至转化成真正的资本已经成为了我们的生活，而 Web3 则是这个趋势的极端展现。Limit Break 的 NFT 发行和市场运营，都具有高度游戏化的特征，而 Machine Zone 之前的游戏，本身就是针对人性“成为虚拟世界的国王”这一需求而设计。我们可以推测，他们游戏设计的思路或许相当适合 Web3 的土壤。

作为一个围绕游戏打造的项目，除了「业务分析 - 风险」部分的内容外，我们担心的主要风险还是在游戏质量：画面和玩法。从预告片的画面来看，游戏本身的质量可能存在一定风险，这也在前段时间的 DigiDaigaku Villain 开图时有所显现：

- **画面和质感对现在的游戏制作水平来说，相当一般，与 DigiDaigaku Genesis 的精美大相径庭。**这可能在 Machine Zone 之前的游戏里也有所体现：Game of War: Fire Age 即使在 2014 年也属于「画面简陋」的类型。Gabe 在采访中表示，受到原神全球化的启发，希望打造日系风格的游戏，如果画面是 DigiDaigaku Genesis 的风格，很可能因为好看 anime waifu（二次元海外用户的“动漫老婆”称呼）吸引到大批二次元玩家，但如果持续以预告片的画面风格打造游戏，很难跟原神争夺市场。



DigiDaigaku Genesis Source: Opensea



Super Bowl ad, YouTube: Limit Break

• 其次，画面质量之外，Limit Break 团队游戏设计的思路是否能如我们所期待的完成划时代的创新也有待推敲，从 Machine Zone 过往的游戏质量看，虽然 Game of War 打造了划时代的创新，在 Machine Zone 的后期，竞争优势已经不复存在。模仿和抄袭的游戏层出不穷，新的玩法也不断刷新玩家的兴奋阈值，如果这次继续“新坛装老酒”，可能并不会达到用户和社区期待的效果。

游戏名称	发行时间	收入
Game of War: Fire Age	2013	$3B
Mobile Strike	2015	$1.4B
Final Fantasy XV: A New Empire	2016	$1B*
Source: Limit Break官网，Charted by Mint Ventures *这是根据收入分成预估的游戏总收入		

3. 通证模型分析

3.1 基本情况介绍

Limit Break 与 DigiDaigaku 系列尚未发行代币，但 Gabriel Leydon 在社交媒体近日暗示了 Digi Coin 的代币存在。超级碗预告片中四处散落的金币可能也是暗示了代币的存在。

Source: https://twitter.com/gabrielleydon/status/1627700103862489089

FreeNFT 的创始人 Igor 近日也在社交媒体上讨论代币的相关事宜，但同时也提出了 NFT 也可以作为代币这一理论，猜测可能会推出类似 ERC-1155 的同质化 NFT 作为 Digi 生态的 “代币”。

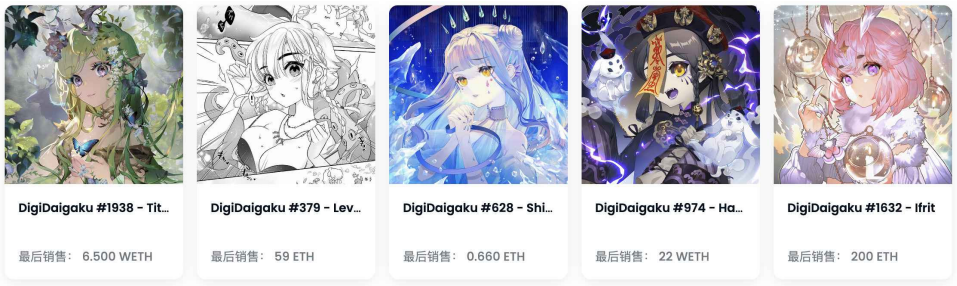
Source：https://twitter.com/igorlenterman/status/1626089539327627268

对于已经发行的四款核心 NFT 与新发布的龙 NFT，我们继续深入挖掘其中的细节。

3.1.1 创世系列

• 创世系列共 2022 个，是所有 Digi 系列的根源，后续所有的 NFT 都可以说是从创世系列空投所得，如果一位用户从发售之初就将创世系列与后续空投持有至今，那他就能获得生态内几乎所有的 NFT（龙 NFT 除外），并且都是最高等级。创世系列的某些特征也会在其空投中被继承，进而影响新 NFT 的等级和特征。是真正意义上的母体 NFT。是 Digi 生态最有潜力成为蓝筹的系列。

• 创世系列中，最稀有的 5 款 Mythic（神话）拥有最独特的作画和整个生态的最高定位，最高成交为 200 ETH。



通过神话创世 NFT 空投的英雄 NFT 与超级反派 NFT 也是对应的神话级别。

• 除了神话以外，社区最关心的 NFT 特征即是创世系列所持有的道具（通过特征中的 Prop 与 Prop2 筛选）。

创世系列持有的道具分为右手道具和左手道具，其中左手道具相对稀有，种类和右手道具一致，会出现双手同时持有道具的情况。

Digi 创世系列的道具统计				
右手道具	数量	左手道具	数量	共计
手机	246	手机	51	297
棒棒糖	242			242
珍珠奶茶	207	珍珠奶茶	67	274
滑板	205			205
泰迪熊	198	泰迪熊	102	300
蛋糕	184			184
麦克风	159			159
扇子	95	扇子	3	98
武士刀	57	武士刀	5	62
猫爪手套	9			9
猫爪手	4			4
Mint Ventures 制图 数据更新：2023.02.20				

• 尽管所有核心 NFT 都有能够获得空投的机会，但创世 NFT 能够获得空投物品中最优的品质。

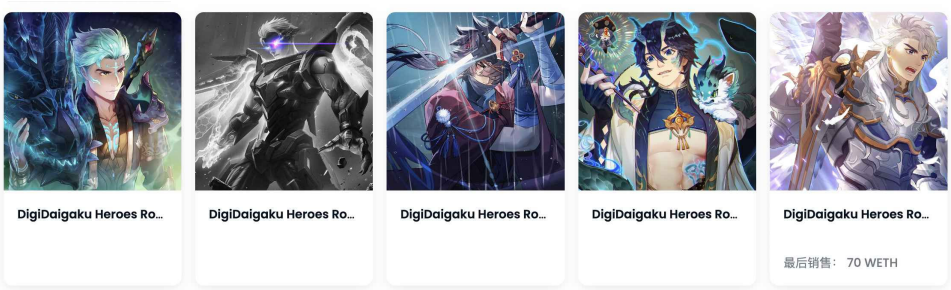
创世 NFT 除了能够享受 Digi 生态最高等级的空投权益，也可以作为头像类 NFT 被使用作社交头像，据创始人在 Twitter Space 透露，未来创世 NFT 还会在 Digi 系列的游戏中获得赋能，是整个 Digi 生态最核心的资产。

3.1.2 英雄系列

• 英雄系列最多 2022 枚，目前铸造了 1908 枚。

• 英雄 NFT 的铸造是通过燃烧精灵（Spirit） NFT 获得，但根据燃烧精灵 NFT 时是否持有相同编号的创世 NFT，是否持有创世 NFT 两个条件，引入了“血统”（Bloodline）的概念。

和创世系列一样，最稀有的 5 款 Mythic Genesis 通过燃烧精灵 NFT 会衍生出 5 款 Mythic Heroes，是英雄系列中最高贵的存在。



如果燃烧精灵时持有相同编号的创世，则获得最高等级的皇家血统（Royal）。

如果燃烧精灵时持有不同编号的创世，则获得第二等级的武士血统（Warrior）。

如果燃烧精灵时不持有创世，则获得第三等级的混混血统（Rogue）。

特别的是，燃烧精灵时，如果搭配神话等级的创世，将会获得神话武士（Mythic Warrior）。神话武士非常稀有，其地板价格远远高于皇家血统，所以导致作为材料的精灵 NFT 的价格也高于英雄 NFT 的地板价格。因为只要能够借到神话等级的创世进行搭配，那么就能够合成神话武士。

一个反常识的事实是，最高等级的皇家血统，目前数量是最多的（1725 枚，约占英雄系列的 90%）；而最低等级的混混血统，目前数量是最少的。由于部分 NFT 交易平台通过数量判断稀有度排名，混混数量少，稀有度排名高，不少新用户会误以为数量稀有的混混血统更加珍贵，并因此购入。

但在享受 Free to Own 生态的空投权益时，**混混血统有可能会拿到的更少**，在空投英雄黑魂 NFT 时，混混血统仅获得 1 枚，而其他血统均获得 2 枚。因此用户如果想长期持有英雄 NFT，应该注意。

• 英雄持有的道具中，武器的比例远远高于创世系列，除了葫芦精华，灵丹妙药，碳之本源，手机和极其稀有的龙宝宝以外，几乎全部都是各式各样的武器，强调了英雄未来在游戏中的战斗能力。

• 从定位来说，英雄 NFT 的定位在生态中仅次于创世 NFT，且其数量相比创世系列更少，创世系列能够获得的核心空投，英雄系列均会拥有，只是在等级上略低于创世系列。

• 创世和英雄是 Digi 生态中最核心的两组 NFT 系列。根据创始人描述，相同编号的创世和英雄被称为一组 Set（中文意为：配套），持有一组 Set 的用户在后续的生态中将获得更丰厚的回报。社区成员经常为了凑齐一组相同编号的创世和英雄，愿意溢价进行交易。

3.1.3 超级反派系列

超级反派的总量最多为 3700 枚，目前铸造了 2613 枚。

超级反派 NFT 的铸造相对复杂，首先需要燃烧 黑暗精灵 NFT 和 黑暗英灵 NFT 合成药水。

如果仅燃烧一种 NFT，那么只能获得普通反派药水 NFT。

如果同时燃烧 黑暗精灵 和 黑暗英灵 两种 NFT，那么就能获得超级反派药水 NFT。

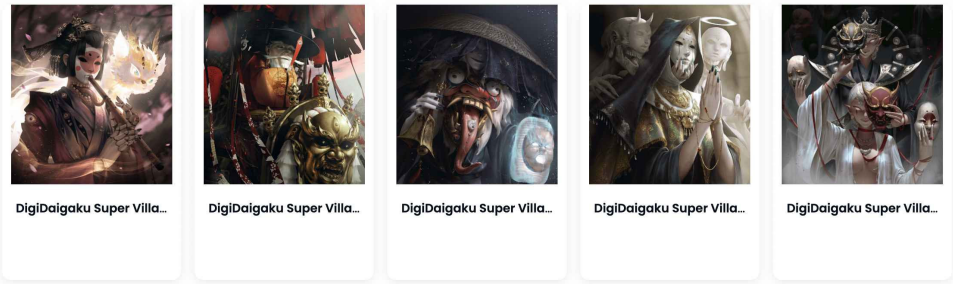
Source: Twitter @DigiDaigaku

然后将超级反派药水 NFT 用在未开图的反派 NFT 上，获得超级反派 NFT。

Source: Twitter @DigiDaigaku

与创世和英雄相比，超级反派 NFT 的道具全部为武器，极其强调其作战能力。

超级反派划分为 5 个等级： 至尊，亲分，最高顾问，若头，舍弟头。



Source：Opensea.io

最高等级的至尊数量仅 5 枚，由神话系列的创世和英雄衍生而来。

Source： *https://twitter.com/gabrielleydon/status/1621297442821128196*

亲分数量仅 91 枚，地板价是普通超级反派的近 10 倍，图像为红面鬼神。
最高顾问数量为 361 枚，地板价是普通超级反派的近 3 倍，图像为出拳的女反派，背景为紫色。
若头数量最多，为 2000 枚，是超级反派的地板，图像为男反派，背景为蓝色。
舍弟头数量为 187 枚，图像为女反派，背景为青色。

由于超级反派的图像在作画上，反派风格较强烈，用作 PFP 的用户相对较少，属性上更接近游戏角色类 NFT。
从定位来看，超级反派的地位低于英雄，在龙之精华的空投中获得的是最低等级的。

3.1.4 反派系列

反派系列的总量最多为 10000 枚，对创世和英雄系列均发放了空投，剩余的由 FreeNFT 平台抽奖发放。最终被领取了 8576 枚，剩余约 1400 枚被销毁。最初以 Masked Villain 的形式（相当于盲盒）存在，其中 2613 枚被使用超级反派药水升级， 1201 枚作为普通反派被开出，剩余 4762 枚作为盲盒存在。

Source： *https://twitter.com/gabrielleydon/status/1621297442821128196*

反派分为两个等级：使用普通反派药水对盲盒开图，能够获得 Kyodai（大哥）；直接对盲盒开图，能够获得 Kobun（小弟）。

反派的定位在 Digi 生态中目前是最低的，在龙 NFT 活动中并没有获得空投，

根据创始人 Gabriel Leydon 描述，超级反派与反派系列的开图玩法是为龙 NFT 的预演。

3.1.5 龙系列与龙之精华系列

龙的总量为 10000 枚，分为 10 种不同的属性，其中 5000 枚已在超级碗广告期间投放，剩余 5000 枚将从其官网抽奖发放。**是 Digi 生态第一款创世系列没有被直接空投的 NFT 系列。**

龙蛋本身具有十种不同的属性，其作用未明。

龙之精华将在后续空投给创世，英雄和超级反派系列，用于在开图时升级龙 NFT。其中创世系列获得的龙之精华等级最高，英雄系列次之，超级反派最次。

Source: Twitter @DigiDaigaku

作为在超级碗期间投放的新 NFT 系列，龙 NFT 是系列最神秘的。Limit Break 早期官网的宣传物料便是一张少女与龙的剪影图，“龙”这一意象在文学作品中也往往是较为重要的角色。

Source：Limit Break 早期官网

回顾可以发现，DigiDaigaku 生态的 NFT 虽然复杂，却有着极为森严的等级设定。在游戏尚未推出时，创世系列和英雄系列作为数量最少的两个系列，也是持续获得优质空投的两个系列，是生态中最优质的资产。为了彰显创世和英雄 NFT 的地位，尊贵 NFT 和普通 NFT 的价差应该会持续拉大。从另一个角度看，这也符合 Machine Zone 团队对游戏底层设计的理念：让鲸鱼用户享受国王的体验。

4. 风险

1. Digi NFT 生态体系过于复杂

DigiDaigaku 生态的 NFT 种类极其繁多。资产种类复杂，生态赋能不清晰，持有者需要承受较大的价格波动，对新人用户有着极高的学习成本，对项目传播形成阻力。

诚然，复杂的设计可以给用户提供更深度的体验，和更多可供研究的细节。但过于复杂的生态和目前尚不清晰的赋能也会使生态的价格大幅波动，这将导致学习门槛提高，用户转化率降低，最终可能导致 Digi 生态的发展不及预期，这是 Digi 生态的第一个风险点。

2. Digi 游戏开发进度或不及预期

尽管 Limit Break 高调地加入 Web3 游戏的竞争格局中，但秘密开发的游戏仍未透露一点信息。考虑到 Game of War: Fire Age 在相同的时间下使用 80 人团队，开发 18 个月才得以完成。而据 LinkedIn 显示，Limit Break 目前团队 45 人，且正在招聘大量画师、开发和 UI 设计，虽然 2021 年 8 月或已完成融资并开始策划，至今 16 个月，Digi 生态的游戏可能仍然还在开发当中。

近日，随着超级碗广告的投放， Limit Break 官网刚刚由原来的 “Stealth Mode” （隐形模式）转变为正式的官网，开始正式运营 Limit Break 品牌。官网上开放大量游戏开发的招聘职位，表示游戏将继续进行游戏内容的开发。

当然，Gabriel Leydon 在秘密开发了一年游戏后突然高调地开始发行 NFT 系列，显然是有备而来，整个 NFT 的运营节奏应该会和游戏的最终上线互相匹配。

但就目前的观察来看，Digi 生态不断膨胀，现有的叙事无法支撑生态膨胀的速度，而 Gabriel Leydon 也表示，游戏不会有对外测试阶段，而是直接放出，这个过程中也较难观察 Digi 游戏的质量。

3. 游戏推出后，能否在当下的市场吸引用户？

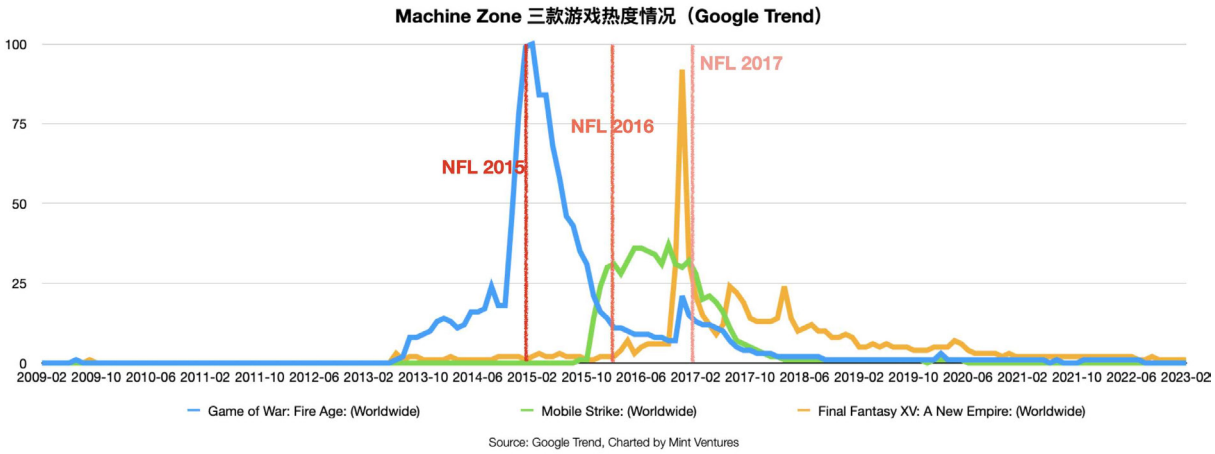
Limit Break 在团队上几乎照搬了其前身 Machine Zone。尽管 Machine Zone 团队成功在手游时代的初期就前瞻性的布局，开发出 Game of War 这样划时代的产品（见第二章第二节，项目历史和路线图），但后续的两款手游都只是在此基础上的缝缝补补。8 年后的今天，Limit Break 重新披挂上阵的新作品如果如之前的两部作品一般换汤不换药，很难在游戏用户中获得预期的声量和收入。

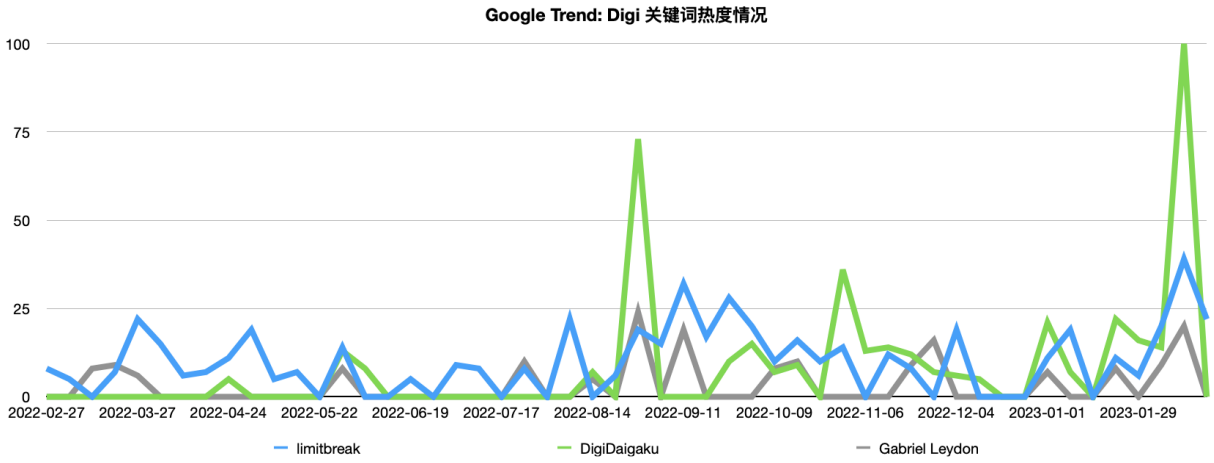
游戏推出后市场的反映不佳，是 Digi 生态的第三个风险点。

4. 超级碗广告的效果或不及预期

从超级碗广告到现在，Gabe 的 Twitter 粉丝增长 150k，现拥有 110w 粉丝，但在机器人充斥的 Twitter，这并不能说明广告的效果。650 万美元的广告涨粉 150k，没有游戏来承接后续流量，难以让人认定这是一次成功的广告。

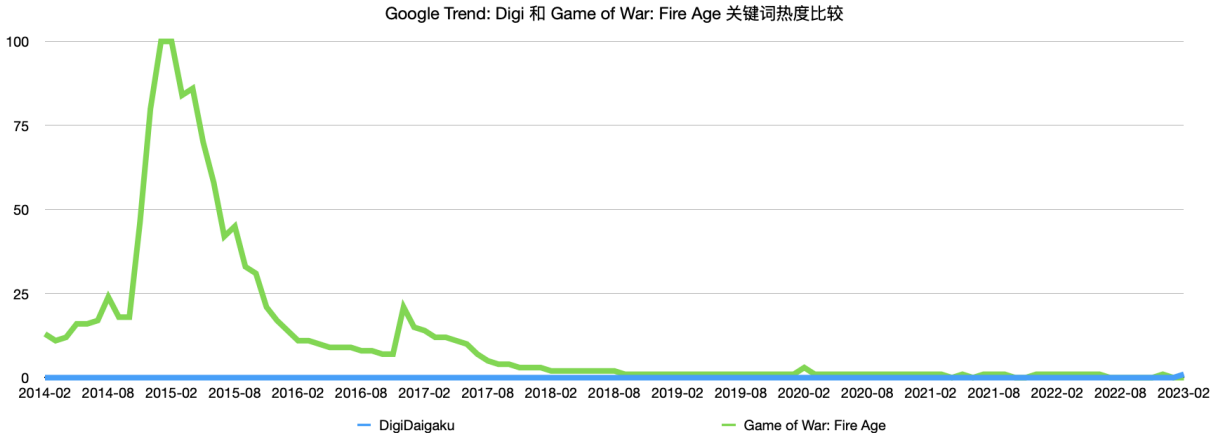
相比 MZ 之前几款游戏的超级碗广告对应的 Google Trend 关键词搜索，我们可以看到，Digi 这次的广告传播虽然暂时无法预测后续热度，仍然可以看到热度相比去年八月刚刚宣布融资时仅略高 30%。





Source: Google Trend, Charted by Mint Ventures

而相比 Machine Zone 最成功的广告——Game of War: Fire Age，Digi 在超级碗掀起的热度差距很大。



由于仅有 Gabe 的 Twitter 来承载热度，Digi 无法仅仅被一个广告点燃是必然的，后续 Dragon 的玩法也许是热度的重点所在。但无法否认，即使仅仅作为品牌露出，这次超级碗广告也不是一个优秀的范例：没有游戏玩法，没有引人入胜的叙事，也没有精美的画面。仅有简单粗暴的“扫描二维码获取 NFT”，也许能吸引一些好奇的用户，但大概率很难吸引纯粹的游戏玩家。

Mint Ventures

四 . 初步价值评估

1. 五个核心问题

项目处在哪个经营周期？是成熟期，还是发展的早中期？

从 NFT 的角度，DigiDaigaku 自 2022 年 8 月以来，已经完全发行了四个主系列（Genesis, Heroes, Super Villains, Villains），并完成了超级碗 Dragon 的发放。但 DigiDaigaku 的市场定价尚有较大波动，还有可编程版税协议作为后续重定价的预期，可认为处在发展的中期。

从游戏的角度，Limit Break 的游戏尚未发布，且尚未对外透露 NFT 属性之外的内容，可认为处在发展的早期。

项目是否具备牢靠的竞争优势？这种竞争优势来自于哪里？

项目核心的竞争优势在于三点：

- **源源不断的叙事创新：**从 Free to Own 的叙事，到超级碗广告免费送 NFT，再到可编程版税协议和 BTC DigiDaigaku, 团队不仅能敏锐地发现和跟踪市场的热点，还能富有远见地创造新的叙事，打造引领市场的热点。

- **Web2 和 Web3 的老手团队：**Limit Break 核心团队几乎是 Machine Zone 核心成员的平移，在传统游戏领域有丰富的经验和人脉资源；而从 Stealth launch freemint 的仅限前端防机器人，到可编程版税协议的开源和超级碗 Freemint 的丝滑体验，可以看出团队在 Web3 开发的技术实力十分扎实。

  另外，创始人 Gabe 是知名游戏公会 YGG 的早期投资人和顾问，也是 Castaways 的早期投资人，核心团队成员也有深入过 Web3 项目，深谙 Web3 玩法。

- **创始人的号召力打造的“邪教社区”（Cult）：**创始人 Gabe 有极强的感染力、创造力和人格魅力，经常深夜活跃在 Twitter Space 并获得数千听众的实时收听。Digi 社区因为 (Free, Own) 叙事和不断给 Genisis 持有者空投的机制，收获了一片忠实粉丝。

项目中长期的投资逻辑是否清晰？是否与行业大趋势相符？

投资 DigiDaigaku 系列 NFT 是在押注 Limit Break 即将推出的游戏和 Free to Own 生态的价值。而这也顺应了 Web3 领域的两个趋势：

- 杀手级应用引入大量传统互联网用户

- 通过版税，而非预售，将收入后置。避免团队拿到失去建设动力

先看游戏，Web3 游戏处于传统游戏用户正流入的早期发展阶段。而 Limit Break 过往游戏制作经验、

Free to Own 资产发行模式的创新、广告投放的经济实力和精准投放的能力，都让新游戏有迅速火爆、获得远超现有 Web3 用户规模的潜力。

其次看 Free to Own 生态，Castaways 在 Digi 合作过后的火热说明了 Free to Own 机制设计的可迁移性，而 DigiDaigaku Genesis NFT 也可能获得同类型生态的其它游戏的空投，这不仅是一个 PFP / 单款游戏内资产，而是进入 Free to Own 生态，成为尊贵会员的门票之一。

而对于版税这一近期市场的讨论热点，我们依然认为这将是 NFT，尤其是游戏 NFT 必须保留的关键功能：只有合适的利益分配机制，让项目方和社区从项目的蓬勃发展中长期获益，才能让 Web3 项目抛下短视、放眼长期，真正做出让用户满意的产品。

Limit Break 即将推出的可编程版税协议，将推动版税在链上执行，且提出了将版税分红于社区的尝试，在 NFT 合约层面做更多游戏化的设计，值得期待。

项目在运营上的主要变量因素是什么？这种因素是否容易量化和衡量？

1. PFP 的玩法更迭，新系列和游戏化玩法是否足够创新，是否能吸引到足够多忠实用户。

2. 游戏质量，但由于 Gabe 在 Discord 宣称不需要测试，很可能只有等到游戏上线才能见分晓。

项目的管理和治理方式是什么？ DAO 水平如何？

目前主要是作为中心化机构运营（这仍然是一家游戏公司），但可编程版税协议将重新拟定一系列的法律文件，保证版税分成的合规问题。

另外，DigiDaigaku Genesis 持有者可以加入 Digi Cult, 这是一个 token gated 私人俱乐部，成员可以在频道与 Gabe 互动，该社区也因为较为优质获得一些优质 NFT 项目的社区合作。

2. 估值水平

正如上文所述，在融资规模和未来前景上，Limit Break 可能是跟 Yuga Labs 同等级别的项目。

	A	B	C	D	E	F	G
1	**生态**	**一级市场融资金额/估值**	**NFT系列**	**NFT系列mCap**	**NFT Floor**	**NFT数量**	**交易量（发布**
2	Yuga Labs	4.5亿/40亿美元	BAYC	876k E	76.99 E	10k	956k E
3			MAYC	370k E	16.2 E	20k	355k E
4			BAKC	87k E	8.3 E	10k	179k E
5			Otherdeed	391k E	1.32 E	100k	510k E
6			Sewer Pass	76k E	2.58 E	26.5k	53k E
7			**Total**	**1628k E**			
8	Limit Break	2亿/未知	DigiDaigaku Genesis	26.41k E	8.63 E	2022	21.5k E
9			Heroes	3.224k E	1.69 E	1907	3.8k E
10			Super Villain	1.58k E	0.599 E	2644	0.16k E
11			Villains	0.1k E	0.091 E	1204	0.042k E
12			Spirits	0.3k E	2.36 E	134	1.73k E
13			Dark Spirits	0.27k E	0.2 E	135	0.98k E
14			Dark Hero Sirits	0.15k E	0.398 E	377	0.88k E
15			Super Villain Potion	0.33k E	0.549 E	604	1.25k E
16			Villain Potion	0.026k E	0.299 E	90	0.027k E
17			Masked Villain	0.44k E	0.09 E	4728	1.61k E
18			Dragon Eggs	2.63k E	0.263 E	10000	1.43k E
19			**Total**	**32.236k E**			

DigiDaigaku 生态的核心 NFT，按照 ETH = $1700 计算

（1）Genesis 创世系列，地板价 8.63 E，总量 2022，市值 $29.6M。

（2）Heroes 英雄系列，地板 1.69 E，总量 2022（已铸造 1883，因为有些人拿着 Spirit 没铸造，但随时可以铸造，所以等价为 2022 个）市值 $5.8M。

（3）Super Villain 超级恶棍系列，地板价 0.599 E，总量 3400（实际为 3174，但也应该按 3400 算，理由同上） 市值 3.4M。

（4）Villain 系列，地板价 0.09 E，总量 6000（因为部分白名单持有者没有铸造 , 实际要比理论少 1400 枚，但暂时按照 6000 枚计算）市值 0.9M。

目前，**核心 NFT 的市值累计仅 39.7 M，算上龙 NFT 也就 45M 左右。**预计发布的游戏中，可能会对 Digi 系列的 NFT 设计更多价值捕获。另外，Machine Zone 的游戏里不乏一掷上百万美元的鲸鱼玩家，而 2022 个 Digi Genesis 对于潜在用户数千万、甚至可能上亿的游戏来说，有着绝对的稀有度。另外，DigiDaigaku 系列的 NFT 对于加密原生玩家来说仍然小众，且超级碗预期兑现之后，由于没有看到游戏内容的放出，有部分用户选择离场，但近期 BTC NFT 的新玩法和可编程版税协议有望带来新一批忠实用户，短期内带来一定价格预期。

五 . 参考内容与致谢

本篇研报离不开 @xuxiaopengmint @fanyayun 的建议和审核。也感谢 @TooleinSH @Nemo_eth @ruyan768 的讨论和建议，以及 @sofadaoxyz 对 (Free,Own) 生态的挖掘，给我们提供了细节挖掘上的灵感。感谢 DigiDaigaku 中文社区，快速和完整的信息同步方便了我们对 Digi 生态的进展跟踪。

参考内容：

Do You Wanna Rule The World? 2014 https://www.youtube.com/watch?v=8AcQfmLIqVc

Machine Zone Funding, Fortune, 2014 https://fortune.com/2014/07/16/machine-zone-funding/

Status as a Service, Eugene Wei, 2019 https://www.eugenewei.com/blog/2019/2/19/status-as-aservice

Status Traps: Learning from Web2 Social Networks, Sriram Krishnan, 2022
https://a16zcrypto.com/social-network-status-traps-web2-learnings/

Designing Digital Economies, Colossus, 2021
https://www.joincolossus.com/episodes/14063850/leydon-designing-digital-economies?tab=transcript

How Web3 Onboards a Billion Users, Colossus, 2022
https://www.joincolossus.com/episodes/28317960/leydon-the-third-wave-of-nfts?tab=transcript

Market Overview, NFTGo, 2023 https://nftgo.io/analytics/market-overview

ETH daily Active Addresses, YCharts, 2023
https://ycharts.com/indicators/ethereum_daily_active_addresses#:~:text=Ethereum%20Daily%20Active%20Addresses%20is,27.16%25%20from%20one%20year%20ago.

What Happened with Game of War: Fire Age? Omniarch, 2022 https://www.youtube.com/watch?v=BIrBw7Ix2RI&t=299s

FreeNFT 整理 , @TooleinSH, 2023 https://twitter.com/TooleinSH/status/1624417171001720832?s=20

Thread on Castaways_gg, @CryptoBlockDan, 2023 https://twitter.com/CryptoBlockDan/status/1611064748015075328?s=20&t=HdtcE5T8lfHyG8bQFiDbuw