

首战告捷 | 「得藏在线拍」

文 / 雅昌艺术网
图片设计 / 黄雅倩

首月交易额突破

1500万



2020年，一场疫情让现实世界的艺术活动停滞了，艺术这个高度依赖现场体验的行业正在遭受巨大的冲击，全球的传统线下拍卖会纷纷取消或延期，而疫情也让线上艺术品交易成为必然选择。今年3月上线的雅昌得藏在线拍便是其中的佼佼者，上线仅1个月的时间，GMV便突破1500万元，浏览量超3174.4万人次，月活84.3万人，新注册用户超2.46万人。

数据是一方面，用户粘性也是非常重要的事情，而雅昌得藏在线拍的用户粘性高于行业平均水平，且忠诚度非常的高。参与3月雅昌得藏在线春拍的入驻商户中邦天地（北京）国际拍卖有限公司拍卖

三月 我们的大事件

同心抗疫，慈善义拍，
笔墨聚力，传递真情，
累计商户近**200家**，上线品类丰富，
给您多样化的艺术体验。

三月 大家都在关注什么？

最具特色的专场：
315去伪存真 鉴藏专享-当代名家鉴证备案专场
(单场PV: 7800, 成交率63%)

最热门的专场：
【文物局已备案】御范奇珍-私藏古董珍品专场
(单场PV: 1.4w, 成交率高达85%)

最受追捧的专场：
我们加油吧！雅昌慈善义拍-先锋超专场
(单场PV: 11.2w)

不可错过每一份关注 不要辜负每一份信任
我们的努力 只为您的满意。

机构负责人表示：“这次应该是中国拍卖历史上第一次有专业组织的以在线形式出现的春拍活动！在线拍卖拉近了藏家与拍卖公司间的距离，它不受空间和个人时间的限制，可以在任何方便的时间参与竞价，免去了不必要的舟车劳顿。对于商家而言省去了高昂的场地租金人工劳务费用，用高清图片呈现拍品的全貌也减少了对拍品在运输展览等过程中不必要的损坏。随着科技的不断发展5G技术的广泛应用，在线拍卖也会不断发展改善用户体验，未来视频展示和3D器物展示甚至VR技术也能为用户提供身临其境的感觉。”

藏家李先生认为：“雅昌在融合艺术品市场信息资源的同时，给广大的收藏爱好者提供更加丰富的艺术品作品，方便快捷以及公开公正的购买途径。在未来，我期待有更多元化、更加新颖的参拍方式，建立更加严格的艺术品筛选机制，保证交易过程中双方的利益。”

当大家都涌入线上交易之时，雅昌得藏在线拍是如何取得上述好成绩的呢？雅昌得藏的优势在哪？在线交易是否会成为未来艺术品交易重要手段？大数据是如何助力雅昌得藏在线拍呢？我们不妨来听听雅昌文化集团副总裁、首席技术官尹晖先生是如何回答的。



尹晖
雅昌文化集团副总裁
雅昌文化集团首席技术官

Q: 雅昌艺术网&艺术头条

A: 雅昌文化集团副总裁、首席技术官尹晖

Q: 受疫情影响，部分艺术品交易转战线上，雅昌得藏在线拍 app 在此期间做了哪些尝试？

A: 这次疫情给艺术品行业带来了严峻考验，最直观地影响便是多家拍卖行的春拍延期。面对这一状况，雅昌得藏在线拍于3月1日上线，并推出一系列扶持政策：一、中拍协艺委会成员机构，入驻雅昌得藏在线拍，首年免2万元入驻保证金，并配送广告资源；二、机构或者文化公司入驻雅昌得藏在线拍，第一个季度免保证金，第一个季度配送广告资源；三、具备直播带货能力的商户优先入驻，专场优先排期，第一个季度免保证金。

雅昌得藏在线拍首月GMV突破1500万元，近200家商户入驻。其中，3月份最受追捧的专场是“我们加油吧：雅昌慈善义拍-先锋组”，单场超11.2万人次围观，这一成绩离不开大家的鼎力支持。新冠肺炎疫情爆发后，形势最严重的疫区是大家最牵挂的。各行各业都以强烈的热情和使命感，以自己的方式驰援。今年2月份中旬，雅昌迅速联合中拍协艺委会、BOE画屏联合发起“我们加油吧”慈善义拍，得到40多家机构支持，希望为此次疫情提供来自艺术行业的一份厚重支持。另外，很多画廊和艺术家非常关注雅昌在线拍平台，纷纷主动与我们接洽上拍事宜，未来将推出系列线上春拍专题、雅昌鉴证备案作品专题、文物局备案专题、日本文化艺术专题、珠宝玉石专题等。

事实上，我们从去年便开始布局雅昌得藏在线拍，市场调研显示艺术品在线交易的主流是“直播+社交+拍卖+鉴宝”，众所周知雅昌的优势之一便是海量数据，拍卖电子图录收录了

接下来 我们将为您带来什么？

推出系列线上春拍专题 推荐优质拍品鉴证备案作品专题、文物局备案专题、日本文化艺术专题、珠宝玉石专题等、精彩不断.....



我们还将陆续上线更多功能，
店铺、直播拍、限时拍、小程序、
大数据系统等，满足拍卖公司、文化机构及个人商户网拍需求的同时，更好地服务广大藏家和艺术爱好者。



20 余年的海内外拍卖行成交记录，我们 AMMA 每年都会出春秋拍市场报告。为了更好的满足用户个性化的需求，雅昌得藏从去年开始陆续上线了艺术品估值功能、定制艺术家市场报告、高清图等服务，打造了一系列收藏课程用来培育艺术市场，形成了从收藏知识学习，上拍前数据分析研究，拍品多维度展示到在线拍卖服务的一整套端到端服务，形成了商业服务闭环，用户反响热烈。

此外，一些大机构在在线拍软件方面有诉求，希望我们帮忙开发一整套的线上服务，包括在线拍、同步拍、直播等，也希望雅昌帮忙运营。

总的来说，疫情让大家开始重新思考艺术领域的数字化，数字化于艺术而言不再是一个辅助性的手段，而成为了标准配置。

Q: 那么，在线交易是否会成为未来艺术品交易重要手段？未来藏家是否会在线上下单重要的大额拍品？

A: 从发展趋势来看，艺术品的线上交易会成为未来艺术品交易的重要手段。艺术品电商的优势显而易见，突破时空局限、提高交易效率、降低成本，在某种程度上可以称之为区别于艺术品一、二级市场的新路径。2019 年 3 月，巴塞尔艺术展发布报告称，纯艺和古董的线上市场表现不俗，在 2018 年销售总额达到 60 亿美元，比起 2017 年增长了 11%。

相较于一级市场，二级市场的艺术品在线交易更为成熟，不论苏富比还是富艺斯的线上拍卖成交额都在不断攀升。2019 年苏富比亚洲区网上拍卖专场增加至 10 场，成交额翻了四倍，网上买家人数也较往年增加一倍。富艺斯网拍总成交额达 7500 万

美元，比前一年增长了 50%；在其全球的现场拍卖会上，有 35% 的拍品由网上竞投买家获得，65% 的拍品有网上买家参与竞投。

值得注意的是，2019 年发布的中国拍卖行业协会发布的《2018 中国文物艺术品拍卖市场统计年报》则显示，同年全国网拍总成交额为 8.28 亿元。这一数字仅占全球总额的 2%，与中国传统拍卖市场约 30% 的全球份额相去甚远，可见目前国内艺术品电商业态并不算成熟，侧面说明中国艺术品在线交易的发展空间大。

目前来看，大额的艺术品交易还不多，原因很多，一个是支付通道限制，另一个是艺术品比较特殊，对于高标的艺术品，有意愿购买的藏家习惯现场上手。随着 5G 来临、技术的革新，艺术品线上将会更为活跃，未来不排除高额线上交易的可能性。





得艺 | 我们加油吧！雅昌慈善义拍—先锋组专场（一）

油画及当代艺术,油画含丙烯,版画,雕塑,其他,综合材料,当代水墨

在线拍

39 件拍品 11.2W 次围观

Q: 作为资深互联网从业者，能否分享得藏在线拍 APP 是如何借助大数据来为用户服务的呢？

A: 作为互联网公司，我们十分重视大数据平台建设，2019 年我们通过对大数据一期平台的建设，实现了对 C 端用户的精准分层，通过数据分析可以看到用户感兴趣的品类偏好，实现精准营销和线上触达。与此同时，雅昌旗下拥有庞大的媒体矩阵，多方位多角度的为用户提供媒体宣传、引流和用户精准推送服务，未来将与艺术头条 app 联动来观察用户的线上行为，以便全方位满足用户的需求。

去年下半年，我参加了佳士得“Art+Tech 艺术科技峰会：虚实之间”，发表了题为“大数据与艺术市场·聚焦雅昌”的主题演讲，与会专家、学者们一致认为 5G、VR、AR 等技术手段对拍卖业务、画廊等机构的帮助是非常明显的。雅昌得藏在线拍正致力于构建一个新的拍卖生态，涵盖“估值+市场数据报告+直播（收藏课程）+社交+拍卖”，简而言之，便是重塑传统艺术品的线下交易模式，让数字化平台更多的为机构和藏家服务。

Q: 雅昌得藏在线拍 app 未来的规划是怎么样？

A: 雅昌艺术网的定位是为艺术圈不同人群，包括艺术家、藏家、广大艺术爱好者，提供这种综合的数字化和大数据的服务。从这一点上来看，我们其实是一个“科技+艺术”的跨界服务商，我们的核心资产就是艺术大数据。我们力图打造一个三级火箭模式，它由两大主要平台去完成，分别艺术头条和得藏（雅昌拍卖图录 app），艺术头条 APP 以快捷资讯为一级火箭，得藏以数据查询和搜索作为一级火箭，实现引流；艺术头条以艺术号社交、看展、票务作为二级火箭，以头条商城作为三级火箭完成商业变现。得藏做垂直领域完成对拍卖机构和藏家的一体化服务，以数据和基于收藏的社交为一级火箭，以估值和鉴宝等高粘性应用为二级火箭，以在线拍为三级火箭。通过这样的模式和平台打造，在移动互联网时代，为艺术圈层的数字化提供端到端的服务能力。