

## 撬动百亿级影像艺术市场

文/张旭东 影像事业部

2014年3月，上海，中国大陆首次莫奈专业画展，55件作品，40幅真迹，数量、规模史无前例，开幕仅两天内接待超过6000人次观展。与画展同样火爆的，是莫奈作品影印品。据统计，画展期间，合计售出2000余幅莫奈画作衍生品。

“欣赏完这些撼人心魄的艺术杰作，还有接近原作风貌的影印品可以带回家，亲民的价格和精致的工艺，我们普通人是非常乐意接受的。”许多人首次尝试影像艺术品，就立刻感觉到了影像的艺术魅力。这些广受好评的名画影印品，来自一家前卫的艺术品机构——北京雅昌影像艺术有限公司（以下简称雅昌影像）。

“在国内，影像艺术是一个新颖、前沿行业，还未受到足够重视。而据估算，行业市场容量在300亿元左右，摄影收藏、家庭装饰、艺术礼品构成了庞大的用户需求所在。”雅昌影像总经理原义光认为，进军影像艺术行业，正值当时。

一个极富想象力的影像艺术产业，开始清晰浮现在众人眼前。

“但关键是要把握好用户需求，一定要以最优质的作品内容打动消费者，我们的影像艺术产品是有故事的，它基于艺术的高度，展现人性的温度，体现思想的锐度，囊括世界的广度，沉淀历史的厚度。”雅昌影像原义光认为，“通过有故事的影像艺术品，使用户体验从‘艺术与我无关’转变为‘属于我的影像艺术品’，真正培育大众对于影像艺术的忠诚度”。

雅昌影像已悄然打造百万级正版作品库，囊括了摄影、美术、海报等各类作品，它们均来自于中外顶级艺术家和艺术机构，例如李少白、贺子毅、王琛等知名摄影师，故宫博物院、中华艺术宫、华盖创意、中国摄影家协会、AMANA等艺术机构。

结合个人兴趣，挑选喜欢的内容，用户可以轻松的将影像艺术品带回家。除了丰富的摄影作品外，雅昌影像还为用户提供更丰富的视觉艺术品，从代表中国古典文艺巅峰的故宫典藏《五牛图》、《浴马图》等传世名画经典，到现代艺术先锋的知名画家宋洋《Bad girl》系列绘画，更有《忍者神龟》全球限量旅行本等新奇精美的产品创意……这些内容精美的正版艺术品，正在走进更多人的生活。

围绕丰富多样作品内容，雅昌影像为用户构建起O2O体验式营销。目前，雅昌影像京东旗舰店、雅昌影像天猫旗舰店、雅昌影像新浪商城、雅昌影像故宫旗舰店、雅昌影像中华艺术宫旗舰店已纷纷与消费者“见面”。选中满意的内容，一键下单，工匠式影像艺术品，即刻轻松拥有。

“未来，真正能够从影像艺术市场蓝海中脱颖而出的，是有内容、有渠道、有技术的全产业链式的创新型机构，其中，版权内容最为关键。”有分析人士表示。



雅昌签约摄影家