

雅昌影像：构建艺术品市场新生态

文/张旭东 《雅昌》编辑部

日前，第七届中国版权年会在京举办，本届年会主题为“大数据时代的文化与版权”。会上举办了以“跨界、融合、创新、共赢——大数据时代的文化与版权”为主题的论坛，相关专家学者、权利人、企业等各界人士通过主题发言、交流探讨等形式，共同分享了我国版权在互联网背景下的发展机遇。

期间，雅昌文化集团董事长万捷认为，没有知识产权的保护，就没有文化市场的繁荣，就不可能有文化市场的发展。利用IT技术和大数据，雅昌文化正在将每一个艺术家的作品数字化，用电子商务的方式进行个性化的出版，在保护的基础上，促进文化产业的繁荣。

近年来，虽然我国大众的版权保护意识已有所提升，但是对于版权的了解、关注多聚焦在影视、文学、绘画作品等方面，对于影像作品的版权和商业价值也没有足够的重视。而数码摄影技术、互联网技术的普及成为了双刃剑，在推动影像艺术相关产业发展同时，也增加了版权保护难度，使得影像艺术品、衍生品、图片站等摄影作品相关行业的发展遇到瓶颈。

早年，数码摄影还未盛行时，部分摄影师的版权保护意识较为薄弱，摄影作品发布的数量没有控制，大量作品外流，使其单品价值贬值。而数码摄影技术出现后，很多数码电子图片发布到网络后，由于图片清晰度高，直接被他人拷贝下来私用或商用。

而在影像艺术衍生产品方面，网络上大量同主题内容的摄影作品在售，尤其是对国际知名摄影大师作品的盗版使用更是猖獗，其版权的商业价值也无从说起。

图片站方面，大一点的图片站有专业的维权团队，小的图片站只有通过水印防止未付费下载，但是被下载后的图片保护工作却后继乏力。尤其是面对个人用户时，其对图片的盗用往往用于个人生活，追查难度更高。

正是由于种种乱象的存在，影像作品的市场和商业价值在大众群体中长期处于被低估的阶段。

而在国外，由于对版权保护工作的重视程度较高，相关制度保障也较完善，大众的美育教育水平较高，摄影作品及其相关产业的发展都较为成熟，形成了完整的产业链条，一批优秀企业携手版权作者，共同打造了一批优秀的影像艺术网络平台，如法国线上艺术品电商网



万捷董事长发表讲话



站 yellowkorner，德国艺术品信息网站 artnet，瑞典优秀摄影作品网站 1X 等。

但是值得欣慰的是，近两年国内也有一批影像艺术产业先行者出现，致力于正版影像内容的数据化、系统化，并对摄影作品的价值进行深度挖掘，开发出系列摄影艺术衍生产品，提供优秀的国内外影像作品给消费者，促进国内影像作品相关产业步入良性发展的轨道。

笔者持续关注了其中最具有代表性的几家行业先驱。网易 Lofter Art，其发展自网易 Lofter 轻博客，具有较好的受众基础，但是由于依托于媒体平台，所有产品均依靠外包生产，对品质的把控能力以及电商渠道用户体验设计都较薄弱；另一家以做摄影原创作品起家的浮图网，具有业内摄影艺术家资源优势，但受制于企业规模和资源，作品数量较少，多以限量版形态出售，价格较高，一般大众消费群体难以负担，不利于影像艺术衍生品在大众领域的推广。

2014年，作为国内网络媒体巨头的新浪网携手雅昌文化集团旗下雅昌影像，在新浪图片频道进行了一次全新的尝试，建立了为大众提供影像艺术衍生品在线购买的平台新浪影像商城。虽然起步较晚，但是依托雅昌文化集团在文化艺术领域多年储备的艺术家资源以及精湛的制作工艺，融合新浪的互联网基因和庞大图片浏览用户群体，其发

展势头强劲。

新浪图片用户可以通过新浪图片频道下导航条，直接进入影像商城，浏览雅昌影像提供的数十万张影像作品图片，选择喜欢的内容，直接在线购买。雅昌影像和新浪图片频道合作的影像商城，可以说真正为国内影像艺术爱好者提供了一个海量、便捷、高性价比的选购平台，同时也为庞大的摄影群体提供了一个摄影作品商业化的新路径，摄影师可以通过签约雅昌影像，以作品内容授权作为投入，直接分享产品销售利润。有志于此的摄影师，甚至可以通过网站发布的产品销售排行、推荐图片等方式，了解大众对于影像艺术品的审美需求，有的放矢的进行创作，实现收益的最大化。

“路漫漫其修远兮”，尽管有这些先行者的努力尝试，中国影像艺术衍生品的发展之路还很漫长。正如当代艺术家区志航所说：“在公众对艺术、尤其是当代艺术的认知极为缺乏甚至空白的情况下，公众不会分清艺术衍生品甚至艺术品与工艺品或装饰品的区别，也就不懂得欣赏，更无法满足市场需求。唯有公民对艺术存在的意义有感知，文化艺术得到普及，狭义的艺术衍生品市场才会水到渠成。”

持续关注正版影像艺术衍生品行业发展，究竟谁家能真正建立健康发展的行业生态体系，我们拭目以待。