# 雅昌新模式：走向未来的艺术图书

张东 出版事业部

雅昌艺术书店

在电商平台迅猛发展的冲击下，传统图书的业态正在发生着巨大的变化，一方面不断有电商销售奇迹、贝索斯收购《华盛顿邮报》等具有行业标志性事件发生，另一方面社会上传统书店如“光和作用”、“学而优”等昔日名店纷纷倒闭或艰难维持，业内“哀鸿遍野”。

传统图书真的会最终走向电子化？未来图书销售的实体渠道，完全会被电商平台所取代？艺术图书没有未来？

我们的答案是否定的。

## 数字出版迅猛发展

数字出版经过这些年来的迅猛发展，尤其是苹果开放式平台模式的革命性创举，我们已经基本看清了数字出版的模式与特征：交互性、多媒体应用、社会化功能等，这些特征是数字出版的核心价值。但要体现这些核心价值，内容商必须从策划、编辑开始，就要按数字出版的要求对内容进行多媒体采集、技术团队跟进提升产品体验等等，这不仅意味着一定的难度，同时成本也是一个突出的问题。再加上电子化阅读，其实更适合利用

碎片化时间进行浅阅读，电子屏幕容易造成视觉疲劳等，因此，数字化出版，并不适合所有内容题材与门类，也不适合所有的内容出版商。从最近的传统报纸发行量及其经营状况、国民阅读率调研的数据以及国外一些重要出版商图书高端化实践结果来看，整个行业有可能夸大了数字出版对传统出版的冲击，事实上，数字化手段很有可能只是内容出版的一种方式，或者，只是一种很重要的辅助手段，未来由数字出版、数字化阅读一统天下的局面，应当来说是个伪命题，尤其对于艺术图书和艺术出版这一类特别强调物理性阅读的内容类别而言，更应当如此。

关于电商平台，它的核心价值是低折扣、读者数据库BI分析应用、快捷物流与便利的支付。图书电商平台对实体书店的冲击是全球性的，然而，我们也应当看到，为什么还是会有那么多的独立书店在逆势而起？诚品书店、方所书店、Pageone、法国的collet书店、日本的鸟屋书店等等，这些实体书店，经营状况良好，并没有被电商环境下“Find here, not buy here”所摧毁？原因在于这些实体书店，研发出了能够提供独特价值的运营模式，祭出了全新的价值主张，即全新体验、专业选品、优质服务与美学空间的巨大差异化价值。

## 左手艺术“工具书”，右手图书“艺术品”

雅昌文化集团因为长期关注艺术领域，有更多的机会接触到国际上一流的艺术出版商与发行商。我们发现，这些艺术出版商中，有许多与我们对艺术图书的理解是高度一致的：如前微软CTO纳森、Tashen、Steidl、Parkstone等等，他们非常认可“艺术图书就是艺术品”这一观点。

长期以来，国内的艺术出版社，更多的是关注艺术图书的“工具书”价值与“技法书”属性，而没有重视对艺术图书“艺术品”这一审美属性的开发。我们知道，艺术创作，除了具有普世价值以外，它其实也反映了艺术创作本身的唯一性与稀缺性，而承载了表达艺术创作价值的艺术图书，也应当天然地具有这些相应的属性——唯一性与稀缺性，即“艺术品”性，这就说明艺术图书还应当有欣赏收藏、投资升值、装置、礼物等等功能。在雅昌看来，艺术图书的出版，应当具有“工具性”与“艺术品”性两极，如果只看到艺术图书的“工具性”这一极，必然导致艺术图书工具书、技法书、字帖书等等同质化严重的“红海”局面，相反，如果强调艺术图书“工具性”与“艺术品性”平衡发展的出版观点，则有可能为我们传统的艺术图书出版，带来新的发展机遇。

随着电商平台的迅猛发展，对传统出版与传统图书渠道，都是很严峻的挑战。事实上，我们很清楚，之所以造成我们传统艺术图书出版只重视艺术图书“工具性”价值的挖掘或忽视其他，最重要的原因就是高品质或者较高端艺术图书缺乏流通手段，没有流通就没有市场，没有市场就没有出版，从而使艺术图书的艺术品性得不到重视与相应匹配的呈现。

高端艺术图书、高品质艺术图书真的没有需求吗？很多事实证明，高端及高品质艺术图书是有市场需求的，而且从某种程度上来说，还是刚性需求：比如艺术家对类似于《宋画全集》、《黄永玉全集》、《傅抱石全集》这些高品质图书的需求是很大的，社会上正在蓬勃发展的新兴中产阶级，对能够提升艺术品味的艺术图书如《世界艺术博物馆》、《艺术之书》是有很大需求的。但是，这类书在一渠道及电商平台上，展示效果不好，在二渠道上，也很难进行大范围铺货——没有展示的机会与亲切的触摸体验，自然没有好的销售。

对于社会上一些购买力更强的精英人群，如企业家与各类型的社会成功人士，他们同样具有强烈的艺术精神与文化生活需求，但是，让他们到网上去淘书、让他们到人群汹涌的书店去选书购书，这其实也不现实——传统图书销售行业，因为购买环境的问题，失去的何止是一大批核心客户！

另外一个更为重要的且最不可忽略的现实就是：出版社基本上不知道读者是谁、他们在哪里？他们的偏好是什么？供求双方基本是阻隔状态。这种现实长期存在，让人很难不心生疑窦：这到底是图书电商平台过于强大，还是因为我们传统图书销售创新能力太弱，没有及时应变，才造成了目前这样的局面？传统图书发行行业要发展，必须打破这种内容商与读者的阻隔状态，挖掘出真正的实体书店的核心价值、研发出差异化的发展模式。

## 加快“艺术图书中心”的建设

正是在这样的艺术出版“平衡发展”观点及实体书店差异化价值主张深入、长期的理解基础上，万捷董事长指导我们形成了“艺术图书中心”项目的构想，并加快了在深圳、上海和北京建设“艺术中心”的步伐。值得强调的是，雅昌艺术图书中心项目，聘请了

台湾诚品书店及广州方所书店运营团队作为项目的具体指导咨询团队，更是赋予了该项目的专业支持与技术保障。

雅昌联合世界著名艺术机构、国内专家学者，倾力打造“艺术欣赏标准”，首创图书馆式艺术书店，颠覆传统艺术图书依赖代理渠道的被动发行方式。

雅昌艺术图书中心依托丰富的客户资源及先进的IT技术，突出卓越的购买、服务及阅读体验，开展主动营销及精准营销，特别是利用丰富的国内外艺术内容资源，发展雅昌优质的艺术出版，最终实现雅昌文化集团在艺术服务领域全产业链的贯通。

雅昌艺术图书中心引导民众学会审美、享受审美，点燃大众艺术梦想，积极履行“艺术为人民服务”的神圣宗旨与社会责任，为读者提供高清艺术阅读、艺术欣赏和艺术馈赠等全新体验,让寻找艺术图书成为赏心悦目的美妙之旅。

雅昌艺术图书中心项目，已经在为国内的艺术出版行业注入了新的希望，从一个非常独特的角度，提出了从概念创新到模式创新等全面提振艺术图书市场、应对电商平台挑战的解决方案，我们深信这将是一个非常有价值的探索与实践。同时我们也希望雅昌所打造的这一艺术图书销售与出版平台，能将国内外的艺术出版商团结起来，通过雅昌的艺术中心及精准营销网络——这一体验式艺术图书流通平台，为国内外的艺术出版社、出版商及其他艺术机构，提拱迅速扩大高品质艺术图书销售额、读者数据库智能分析共享、国际优质出版资源共用等优质服务与显著价值，共同在电商浪潮的冲击下，培育出艺术图书面向未来的蓝海市场，探索出一条迅速发展壮大之路！