

# 艺术电子商务案例与分析

● 路炜峰 刘骞 编著

云南大学出版社

# 艺术电子商务案例与分析

◎ 路炜峰 刘 骞 编著

艺术学

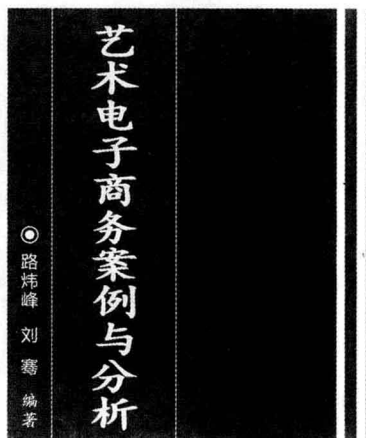
图书在版编目(CIP)数据

艺术电子商务案例与分析/路炜峰编著. —昆明:  
云南大学出版社, 2010

ISBN 978-7-5482-0022-2

I. ①艺… II. ①路… III. ①艺术—电子商务—案例  
—分析 IV. ①J114②F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第026638号



策划编辑: 柴 伟  
责任编辑: 柴 伟 朱光辉  
封面设计: 卢 斌

出版发行:  云南大学出版社

印 装: 昆明佳迪兴隆印刷有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 29.5

字 数: 370千

版 次: 2010年4月第1版

印 次: 2010年4月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5482-0022-2

定 价: 60.00元

地址: 云南省昆明市一二一大街182号云南大学英华园(邮编: 650091)

发行电话: (0871) 5033244 5031071

网址: <http://www.ynup.com> E-mail: [market@ynup.com](mailto:market@ynup.com)

## （总序）

## 杏坛拈花

2000年9月，历史将我推到了云南艺术学院院长的位置上。

深感责任重大的我，首先想到的事情是：一所边疆综合艺术院校的生存状态与发展可能是什么。如何不辜负上级组织和广大教职工的厚望，在自己的任期里达到新的发展高度，获得新的办学收成。

在我上任前一年，1999年，我们刚刚开展过一次活动，就是云南艺术学院的建设发展40周年校庆。那一次活动给我留下了悠长的思索：云南艺术学院在历届领导班子努力、一代又一代教职工奋斗和学生们的热情簇拥下走过了40年的艰辛道路，取得了桃李满天下的巨大成就，为今后的发展创造了一个历史高度和前进起点。在此基础上百尺竿头，更进一步，就成为新班子新生代的历史任务。在总结经验，盘点家当，为成绩骄傲的同时，我们面临的问题是：本科教育办学有较长历史，但没有研究生教育层次；实践型队伍创作能力强，但理论成果少；历史的错综与道路的曲折，体现在校园建筑的犬牙交错状态与后院因为缺少投资而闲置荒芜的情况当中；规模小、社会影响力不够而被提议“合并”的悬剑仍在项上……硬件建设与软件建设的迫切性，成为新里程途中首先遇到的关隘。

勒紧裤带，创造条件建设校园。我们设法获得政府的支持，废除了穿过校园、将校园一分为三的不合理的城市规划道路，从而获得了校园被占用的近20亩土地；建成了美观、现代、受人交口称赞的12 000平方米的四号教学楼；购买了后门外4 300余平方米的楼房成为五号教学楼；购买了紧邻校园的

倒闭工厂的20亩土地，拓宽了校园空间；建设起了13 000平方米的现代化学生公寓留学生楼和完成了虽然不豪华但是在云南省属最高专业水准的12 000多平方米的展演中心——剧场、展厅、藏画室、陈列室。极大地满足了教学发展的需要，扩大了办学规模，后来顺利通过了2004年的教育部的本科教育水平评估，获得了“良好”的等级。

但是，这个等级绝对不仅仅靠这些办学条件的创造，更重要的因素，来自教学、研究、创作展演鼎足而三、齐头并进的发展成果。认识到这些，并在常态工作中变为现实，实在是教师艺术家们、同事们殚精竭虑思考云南艺术学院的生存和发展问题时凝聚起来的群体智慧和在实践过程中付出的共同努力。

我们明确云南艺术学院教学、研究、创作展演三位一体的人才培养模式；建立基点（核心课程）、热点（新学科新领域课程）、特点（传统优势和地域资源课程）的课程结构体系；强调地处边疆、便于与民间艺术互动、与地方经济、文化建设结合的发展立足点；突出教学中的实习、实训、实践、实战、实用环节借以增强云南艺术学院学生动手能力，成为办学亮点；探索云南艺术学院依托地区资源和政府支持能够长足发展、具有不可替代性意义和寓个性价值于共性原则的教学体系；我们开始凝练大舞台（戏剧、舞蹈、音乐）、大美术（国画、油画、版画、壁画、雕塑、公共艺术、视觉传达、平面广告、环境艺术、室内装潢、产品包装……）、多媒体（电影摄影、电视摄影、录音剪辑、电脑辅助设计、广播电视编导与制作、动画绘画、动画制作、摄影广告、电视广告、网络设计）和新交叉（艺术生产与管理、艺术经纪人、艺术法规、民族艺术与人类学、教育与戏剧）4个学科大类，将综合艺术院校的综合优势、交叉能力发挥到最大。在明确的思路被教学单位贯彻和被艺术教育家、学者们掌握的情况下，成绩巨大。云南艺术学院的学术能力、学科建设能力、专业建设能力和课程设置能力，有了巨大的发展和长足的进步。有了戏剧学、音乐学、美术学、设计艺术学、舞蹈学和艺术学6个硕士学位授权点；有戏剧学、音乐学、美术学3个已经建成挂牌的云南省级重点学科和艺术学1个在建的省级重点学科；有戏剧（影视）文学、和声、绘画3个省级重点专业，有“戏剧概论”、“视听语言”、“作曲”、“图形创意”4门省级精品课程；有了被国家权威机构组织5 500余名专家认真“定性”评审、在学术影响力、社会贡献率的9项指标“定量”衡量后、从24 300余份期刊中筛选出来、最后认定的“全国中文核心期刊（艺术类）”

的《云南艺术学院学报》作为学术高地与交流平台与国际国内风云对接的窗口；有全省“艺术类师资培训基地”的重托；成为云南省博士学位授权单位、授权点建设单位……硕士点、艺术硕士点、教师硕士课程教育点、艺术本科教育、艺术专科教育、艺术高等职业教育、留学生教育，云南艺术学院的办学，已经逐渐进入了教学、研究、创作展演的良性循环。

我们正在由传统的教学型走向教学研究型大学，而创作展演，是检验教学研究和服社会、贡献文化产品的关键。

我们的转型发展中，研究平台的建设和锻炼队伍的措施，就显得十分重要。通过研究项目和创作项目来锻炼队伍，检验研究成果，经验证明是一种良好的方法。

2001年8月，我们组织出版了云南艺术学院重点学科丛书第一、第二辑共20本，主要分布在戏剧学、美术学和音乐学3个学科，还有艺术学。8年过去，除了不断支持特色教材丛书和精品课程丛书的出版之外，学院各个教学单位和研究单位，也不断支持教职工出版研究和教学成果。我始终认为，一个学校的办学传统和办学成果，一定要有物化形式来承载，否则，在人事代谢、岁月沧桑之后，一所有历史的学校，它的办学成败、优劣、特色和常态，都将会随风而逝，将会成为一种不确定的民间传说。我们积极推动的云南艺术学院特色教材丛书、云南艺术学院精品课程丛书和云南艺术学院重点学科丛书就是重要的物化形式。加上其他不同形式的出版物、制度化的规章制度等等，都成为云南艺术学院办学历史的承载平台，同时会成为学校发展的现实推进器。教材建设、课程建设、专业建设和重点学科丛书建设，就是实实在在的办学核心内容，通过这些建设使师资队伍的建设有了看得见、摸得着的一些措施、手段和重要检验标准。应该说，成效是显著的。把恒常的工作和持续的努力回顾一下，来路的景点集中起来观察，成果丰硕。而且，学科建设的成果扩大到了设计艺术学、电影电视学，舞蹈学，艺术学。不但是艺术史、艺术理论、艺术欣赏、艺术家研究，而且，对艺术人类学、艺术教育领域的研究也有重要收获。尤其是艺术教育学内容的艺术教育政策、艺术教育规律、艺术发展生态等等的研究，在艺术教育被“艺术考生热潮”推动着迅猛发展、办艺术教育成为办学热点的时候，显得具有强烈的现实针对性。8年前，我在为重点学科丛书写序的时候，书写的是《必要的基石》，讲述的是学术“兴校、强校、名校”的道理；今天，怀着喜悦的心情，打量我

他们在学术基石上有了长足发展的教学单位、学科点和专业，抚摸坚实的学术基石上沃土沛然的杏坛，阅读教师们捧献出的杏坛执鞭生涯中产生的研究成果，就像是在欣赏艺术教育的杏坛中争奇斗艳的花朵，芬芳扑面，清新怡人。

身在杏坛27年，如果算上自己念师范中文系的4年岁月，就是31年。从未离开教学岗位和研究领域的我，在与同行探讨教学、交换心得的过程中，自信懂得教师、职工和艺术教育家们的情感方式和情感内容，深知他们的喜怒哀乐，深知耕耘在校园里的教师们那琐屑的辛苦与平凡的伟大，深知杏坛中人那份苦口婆心的后面有多少“三更灯火五更鸡”的自我激励、自我要求、自我敦促的修为。我要在云南艺术学院新的重点学科丛书（第三、四、五辑）出版之际，向云南艺术学院的辛勤园丁鞠躬致敬，感谢他们对云南艺术学院党委和行政一代又一代的领导班子的支持和信任，感谢他们在我学习教育管理、办学育才的这9年中用认真教学、热情创造和潜心研究的实际行动对我的认同和帮衬。

阳春三月，花艳南疆。常言：杏花，春雨，江南。但是，我熟悉的是南疆，不是江南。也曾江南看花，花繁春深；更多南疆踏春，春深如海。南疆花香拂面的时候，我往往油然而生一番比较的心思：较之江南的杏花，亭台楼阁，柳丝烟雨，令人生怜；南疆的杏花顶骄阳、远好雨、亭亭于高山野坝，却别有一种倔强的热烈、艳丽的天然，使人生慕。

云南艺术学院的艺术教育家们，就是南疆的杏花了。在繁忙教学工作、管理、服务的间隙，在重要的社会资源分配的末梢和幸运青眼顾盼的盲点，他们的顽强坚持和奋力拼搏，往往比生活在占尽天时地利的中心城市的教育家、艺术学者们付出的多得多。而且，获得的艺术影响和社会名声，还远不如后者。正因为如此，他们是可敬的、为数更多的一群人。中国大地上，更为广阔的艺术空间里，春光是由他们铺就的。

正逢云南艺术学院建校50周年的日子，出版重点学科丛书意义特殊。杏坛拈花，不敢微笑，只有回顾的记忆和瞻望的沉思。因为，我不是智者，我只是杏坛执鞭的一个劳作者，和作者们一样。

是为序。

吴 戈

2009年仲春于昆明麻园

# 艺术信息技术系列丛书序言

## 生活与艺术一体 艺术融科技一炉

——艺术信息技术学科放谈

互联网无远弗届地覆盖下的当今世界正在持续地发生着深刻的变化，激荡着人们的生活，置换着人们的观念，正如俗话说，唯一不变的就是变化本身。世间万物连同历史都将通过数字压缩技术才能进入信息时代开启的“新文明史”，没有进入的将不再进入，转而消失在漫漫历史长河之外。

迄今为止，我们从事的艺术学科为互联网和信息行业中被听觉和视觉可感受的部分作出了重大贡献：界面、符号、形象、动画、音响的设计制作，还有源源不断的影视、音乐、舞蹈、戏曲、美术、摄影作品、各类明星、娱乐、时尚、谈资等等。打开电脑，除了文字剩下的就是艺术学科的舞台，艺术使网络信息技术编织这个世界神经的过程充满鸟语花香，令人赏心悦目。可是从中也必须冷静地看到，艺术学科所提供的是装饰性的外包服务，在信息行业该属于边缘性的工作，其核心技术从硬件到软件皆是来自大洋彼岸，使这些原装而来的核心技术及其衍生物得以在本土实用化推广的是需要逻辑坚硬、数字敏感的理工学科，艺术学科只是被动的使用各类现成软件作为辅助手段封闭在各自的专业领域，成为网络的被动消费者。如前述，网络已成为社会的神经系统，如审视本学科领域在社会发展中的地位和作用，网络是

不容回避的必由之路。与社会联系的紧密度，向社会辐射的广度和渗透的深度跟与网络的联系、辐射、渗透的程度是成正比的，是共进退的关系。把握好这个关系，将直接关系到该学科领域对社会发展进程的贡献。

艺术学科担负着向社会提供优质精神产品的重任，为适应社会经济文化的快速发展，艺术学科面临着自身调适的问题。艺术要走下殿堂，走向民间，拉近与人民群众的距离，结合社区文化建设和新农村建设中群众文化馆站的建设，使各艺术门类都有机会直接为群众服务，建立一种长期机制并扎下根来，实现艺术的生活化和生活的艺术化；艺术品要有更快捷、通畅的渠道实现其商品属性和商业价值，并在日益扩大的受众中流通；艺术教育应从目前的以技能训练为主完成初、中、高级专业教育从而保证专业队伍的延续和扩大，以维持自身的再生需要，到面向社会大众以审美教育为主，用整个艺术史为背景和素材通过不同阶段和方式的学习全面提高全民族的美育素养，使之成为和谐社会的牢固基石之一。

艺术学科在拓展和满足社会服务需求的过程中，对以信息技术为标志的现代科技的依赖也在与日俱增，这种“依赖”表现为一种“共生”，一种对新领域的携手共进，合作开发出新的数字产品形成新的服务项目或消费方向。如称为电子商务的网上购物，国外已有在网上对伦敦著名商业中心的全程建模，任何地点的人们通过网上就能身临其境在某商业中心逛街并实时采购。网上实景参观著名博物馆、美术馆、艺术中心，应该也能实现。画廊可以在网上举办展览、拍卖和交易艺术品，给艺术家和艺术品建立详细的档案。美术教师为学生讲解名家们的经典作品不仅依靠史料，更能通过技术手段“透过现象看本质”，对颜料的敷设层层剖析，复原作者的作画过程和步骤，从而解密名家们看家的艺术语言之谜。经过对样本的提取、分解、整理，对历代大量的作品从构图、造型、设色、用笔、用墨经过深入解析后形成谱系，可随时通过检索进行全方位的即时比照，现在对某些文字材料能做到的事，将来在图形上也能完美再现。如输入“梅花”，历代画过梅花的名家作品凡有梅花的部分都会各自呈现，供读者浏览，或按用色、用笔、用墨分门别类地进行比照，这对研究者、创作者和观赏者都是乐事。在此基础上，还能往娱乐化方向作深度开发，有如“卡拉OK”之于歌曲演唱；通过专门的软件，绘画爱好者可以在电脑前对景或凭想象就能画出经典的大师笔

法,如齐白石风格的鱼虾、黄宾虹风格的山水等。从美术引申出去,电影、戏剧、舞蹈、设计,以此类推,都能通过数字文化的储存、提取、对照进行多视角的审视,如对中外舞蹈家的肢体语言进行局部的分解比较以利观摩教学,甚至可能作介入式的观赏,任何人借助电脑都可以在经典大片中任选角色体验明星的表演之梦,自己的容貌可以和中外表演艺术家同台同屏幕出演或者取而代之,再伟大的艺术作品都有普通观众介入体验的途径和可能,艺术将展示其亲切包容的一面。这种可能性已存在于现有的信息技术之中,只是还没有被开发利用,困难之处在于搞艺术的不懂电脑,搞电脑的不熟悉艺术,要使分属自然科学和人文科学的两大类技术实行零距离整合,首先要解决两大学科人才培养方面的零距离突破。

目前,各艺术院校开设的相关专业和课程无不是使用现有的数字产品直接作为艺术表现的手段、素材或工具,如影像、新媒体、动漫等都是对浅表的现成物的搬用,真正深入信息技术的核心就是要介入逻辑编程的设定,而这是现有的艺术教育结构无法解决的。

云南艺术学院从2001年开始在图书馆建电子阅览室,2002年开始建校园网作为信息化建设的开端,2004年尝试网络的应用开发,网管中心、艺术学重点学科(艺术学研究所)与美术学院史论系合作建成首门网络课程“中国美术史”为信息技术服务于教学积累了经验。2006年教育部批准的我院新增硕士点“艺术学”中就有“艺术与信息技术”这一崭新的研究方向,并于2007年开始招生,以该方向导师路炜峰老师申报成功的中国高等教育学会和省教育厅的两个相关课题为基础,在省内综合院校相关学科的积极支持下组成教学团队,从全国各地计算机本科毕业的生源中招收研究生,开始在艺术院校中开展结合艺术特色的信息技术学科的教学和研究。该方向设有艺术电子商务、艺术教育技术、艺术资源信息管理三个子方向,学院期望通过结合课题和实务研究的研究生教育,解决该学科的基础理论、基础(通用)知识和基本技能的构建,培养适用的教学师资,为学院近期内开设“艺术信息技术”本科专业并实施教学做好教材与师资的准备。

以现有技术培养人才,以培养的人才开发新的技术,逐步积累梯次深入,建设以工学为主,服务艺术,强化外语的复合型、创新型、适应市场能力强的新型学科,为学院调整学科和专业结构迈出实质性的一步。

自然科学与人文科学的结合，理工学科与艺术学科的融汇在沿海地区综合类大学中已初见端倪，我们要改变在面向新科技、新挑战的时候却无所作为的精神状态，认真学习，加紧研究，抓住先机不放松，切实做好课题研究与人才培养相结合，基础理论与实务研发相结合、课程建设与培养模式研究相结合，边研究，边教学，边实践，边出成果。这批拟订的成果涵盖了理论研究与实务操作技术，可直接用于教学，体现了当初设定学科方向的初衷，也是作为艺术信息技术学科的奠基。学科的前景洒满社会主义市场经济机遇的阳光，学科的身后则倾注了社会对发展期许的殷切目光。

感谢这套系列丛书的编纂者们付出的辛劳与努力。

李小明

2009年6月8日

# 前言

广义电子商务(e-business),早在20世纪50年代中期就已经出现。当时,西方一些科技比较发达的国家便开始尝试将现代信息技术应用于商务领域,形成了电子商务的早期萌芽。

互联网用于商业,或者在互联网中从事商贸活动则始于20世纪90年代初期。当时计算机技术、现代通信技术的发展正在由专业应用步入广泛普及的阶段,作为这些先进技术的结晶——互联网(Internet)——开始走进老百姓的视野。互联网不仅可以服务于军事、国防以及高科技尖端领域,还逐步出现在教育、医疗、政务、咨询、商贸等领域的实践活动中。其中,围绕互联网中商贸应用的电子商务、e-commerce、狭义电子商务、网络营销、网上银行、在线支付与安全技术、物流配送、第三方支付、第三方物流、Business-to-Business、Business-to-Customer、Customer-to-Customer、Government-to-Customer以及网商、网货、网规等概念的不断涌现,标志了电子商务逐渐走向实用、走向成熟的过程。

进入2009年,中国大陆的电子商务已经走过了她的第十个年头。十年间,中国的电子商务有了较大的发展,各行各业都在实践中积极探寻着适合本行业特点、有效且丰富的电子商务模式,但是目前与发达国家相比中国的电子商务仍然处于初级发展阶段。据有关数据统计,2005年美国通过互联网即实现了约1.5万亿美元的购买额,从2000年起,5年间其电子商务的销售额增加了约60%,同期世界各国的年均增长达73%。2008年,美国有网络购物经

历的网民占其网民总数的76%，韩国占网民总数的57.3%，中国仅为20%。

网民基数的快速增长，是互联网应用普及、发展的重要基础。据中国互联网络中心2009年初的数据显示：目前中国以2.98亿网民的数量成为全球网民第一大国。2008年，中国网络购物交易额占社会消费零售总额的比例首次超过1%，达到1.24%。当前的金融危机又给电子商务的发展带来了新的机遇，许多国家的网络购物额不降反升。最近，为了帮助中小企业过冬、拉动就业、开拓内贸市场，中国国内首届网商交易会于2009年5月在广州召开。主办方称：该次网交会希望通过交易会的形式为中小企业搭建商机桥梁，创造全新的供货渠道和就业机会。随着电子商务服务水平的提高，网规的完善，诚信的树立以及更广泛的网络普及，在不久的将来中国也一定会与世界各国一样迎来电子商务飞跃发展的阶段，实现电子商务作为社会主流商务模式的格局。

一个国家电子商务的整体发展水平与其各行各业电子商务的发展密切相关。随着各国人民生活水平的提高，艺术文化领域孕育的艺术文化市场日趋繁荣。2003年以来，作为发展中国家的中国艺术市场有了令世界瞩目的发展。与此同时，中国艺术市场的电子商务正在缩短着与国外发达国家的距离。目前，在互联网中国内外艺术类电子商务经营活动覆盖了美术、设计、音乐、舞蹈、戏剧、游戏、民族艺术等领域的市场，其中涌现出许多优秀的案例。本书针对艺术文化领域，筛选了部分在电子商务实践中具有代表性的典型应用案例，并按不同门类艺术进行归类，通过对案例的梳理、比较、分析，希望为电子商务在艺术文化领域、行业中更广泛、深入的应用和研究提供借鉴。由于互联网中每一门类艺术的网站都有许多，鉴于篇幅的限制，本书在每一章的最后一节，作为广泛学习和研究的资源又罗列了若干同类艺术电子商务网站并对其中的每一个网站进行了简单的介绍。

本书的编写过程中，参考、引用了国内外大量相关文献和著作，检索了许多网站，由于篇幅有限，在书中不能一一标注，笔者特向原作者和网站表示深深的谢意。参加本书资料收集、整理和部分初稿写作的人员有（按姓氏笔画）：付孟琪、李艳丽、陈晓雨、张俊梅、段红坤。此外，王冠伟、戴铭同学对书稿文字进行了认真的读校，在此深表感谢。

近年来，艺术文化领域的电子商务发展迅速，新技术、新观念，独特个

性化的营销模式，贴心、细心、人性化的服务方式，清晰明确的网站功能，漂亮抓人的页面设计等应用实践层出不穷。对于基于互联网的电子商务，求新、求变、适时调整已成为固有的主题。这些特点加大了案例梳理的工作量，也增加了案例分析的难度，加之笔者水平有限，书中定会存在一些疏漏和错误，诚请读者批评指正。

# 目 录

|                              |              |
|------------------------------|--------------|
| 杏坛拈花（总序）                     | .....吴 戈 001 |
| 艺术信息技术系列丛书序言                 | ..... 001    |
| 前言                           | ..... 001    |
| 第一章 美术类                      | ..... 001    |
| 1.1 嘉德在线                     | ..... 002    |
| 1.2 Flickr网站                 | ..... 017    |
| 1.3 雅昌艺术网                    | ..... 026    |
| 1.4 同类网站资源                   | ..... 039    |
| 第二章 音乐类                      | ..... 057    |
| 2.1 苹果数字在线音乐商店（iTunes store） | ..... 058    |
| 2.2 DoFaLa音乐网                | ..... 071    |
| 2.3 A8音乐网站                   | ..... 085    |
| 2.4 同类网站资源                   | ..... 097    |
| 第三章 摄影类                      | ..... 107    |
| 3.1 微利图库网站iStockphoto        | ..... 108    |
| 3.2 Corbis图片网                | ..... 122    |

|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| 3.3 易图网                         | 132 |
| 3.4 同类网站资源                      | 142 |
| 第四章 设计类                         | 149 |
| 4.1 Zazzle网站                    | 150 |
| 4.2 视觉中国                        | 166 |
| 4.3 亚洲CI网                       | 178 |
| 4.4 同类网站资源                      | 190 |
| 第五章 民间艺术类                       | 201 |
| 5.1 NOVICA网站                    | 202 |
| 5.2 中国民间艺术中心                    | 212 |
| 5.3 中国艺购网分析                     | 223 |
| 5.4 同类网站资源                      | 247 |
| 第六章 表演类                         | 263 |
| 6.1 纽约城市芭蕾舞团                    | 264 |
| 6.2 中国曲艺网                       | 276 |
| 6.3 Broadway网                   | 287 |
| 6.4 同类网站资源                      | 304 |
| 第七章 影视类                         | 315 |
| 7.1 YouTube网站                   | 316 |
| 7.2 土豆网                         | 333 |
| 7.3 Netfilx网站分析                 | 345 |
| 7.4 同类网站资源                      | 359 |
| 第八章 其他种类                        | 377 |
| 8.1 礼品: Gifts                   | 378 |
| 8.2 综合: deviantART网站            | 386 |
| 8.3 在线游戏: 梦幻西游                  | 398 |
| 8.4 艺术电子资源: 方正阿帕比 (Apabi) 艺术博物馆 | 416 |
| 8.5 同类网站资源                      | 437 |

# 第一章 美术类