



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国艺术品市场需 求预测及战略咨询报告

一、调研说明

《2015-2020年中国艺术品市场需求预测及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/250616.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

第一章 全球艺术品市场发展概述 30

第一节 艺术品相关概述 30

一、艺术品的定义 30

二、艺术品的分类 30

第二节 全球艺术品拍卖市场分析 30

一、艺术品拍卖市场国际环境 30

二、全球艺术品拍卖市场规模 31

三、全球艺术品拍卖价格走势 32

四、全球艺术品拍卖市场结构 32

（一）按国家市场结构分析 32

（二）按成交价格区间分析 33

（三）按拍卖行的市场结构 35

（四）按艺术门类市场结构 35

第三节 欧美典型艺术品市场分析 37

一、纽约 37

（一）纽约艺术品市场特点 37

（二）纽约艺术品市场规模 38

（三）主要艺术品成交情况 38

二、伦敦 40

（一）伦敦艺术品市场特点 40

（二）伦敦艺术品市场规模 40

（三）主要艺术品成交情况 40

三、巴黎 41

（一）巴黎艺术品市场特点 41

（二）巴黎艺术品市场规模 42

（三）主要艺术品成交情况 42

第四节 全球知名艺术品拍卖行分析 43

一、苏富比拍卖行 43

（一）企业发展概况 43

（二）拍卖成交金额 43

- (三) 主要拍卖作品 44
- (四) 企业最新动态 44
- 二、佳士得拍卖行 44
 - (一) 企业发展概况 44
 - (二) 拍卖成交金额 45
 - (三) 主要拍卖作品 45
 - (四) 企业最新动态 46
- 三、菲利普斯拍卖行 47
 - (一) 企业发展概况 47
 - (二) 拍卖成交金额 47
 - (三) 主要拍卖作品 47
 - (四) 企业最新动态 48
- 四、邦瀚斯拍卖行 49
 - (一) 企业发展概况 49
 - (二) 拍卖成交金额 49
 - (三) 主要拍卖作品 50
 - (四) 企业最新动态 50
- 第五节 西方艺术家作品交易情况 51
 - 一、安迪沃霍尔 (1928-1987年) 51
 - 二、巴勃罗毕加索 (1881-1973年) 53
 - 三、格哈德里希特 (1932年出生) 55
 - 四、马克罗斯科 (1903-1970年) 57
 - 五、弗朗西斯培根 (1909-1992年) 59
 - 六、让-米切尔巴斯奎特 (1960-1988年) 61
 - 七、胡安米罗 (1893-1983年) 62
 - 八、亚历山大卡尔德 (1898-1976年) 63
 - 九、爱德华蒙克 (1863-1944年) 64
 - 十、克劳德莫奈 (1840-1926年) 65

第二章 中国艺术品消费人群分析 68

第一节 中国艺术品消费群体分布 68

一、国家机构收藏 68

- 二、国营、私营、民营企业收藏 68
- 三、以鉴赏为主的传统投资者 68
- 四、将书画作为礼品的公关族 68
- 五、以赢利为目的纯粹投资者 69
- 六、艺术品消费者 69
- 七、学习、研究者 69
- 第二节 艺术品消费动机分析 69
 - 一、收藏 69
 - 二、投资 69
 - 三、装饰 70
 - 四、研习 70
- 第三节 艺术品私人消费群体财富分析 70
 - 一、私人财富的市场价值 70
 - 二、消费人群构成结构情况 72
 - 三、消费人群地域分布情况 73
 - 四、消费人士财富管理目标 75
 - 五、消费人群投资行为研究 76
- 第四节 私人消费人群艺术品投资分析 78
 - 一、艺术品投资品类 79
 - 二、艺术品投资持有时间 79
 - 三、艺术品投资途径 80
 - (一) 国内购买 80
 - (二) 拍卖行 80
 - (三) 海外购买 80
 - (四) 经纪委托代理 81
 - (五) 金融机构 81
 - 四、艺术品投资考虑因素 81
 - (一) 稀缺性 81
 - (二) 艺术家知名度 81
 - (三) 艺术品风格 81
 - (四) 个人喜好 82
 - (五) 价格 82

(六) 专业人士意见 82

(七) 市场走势 82

五、艺术品投资信息来源 82

(一) 朋友推介 82

(二) 社交活动 82

(三) 俱乐部或协会 83

(四) 专家介绍 83

(五) 专业书籍 83

(六) 经纪推荐 83

(七) 其他渠道 83

第五节 私人消费人群艺术品投资趋势 83

一、艺术品未来投资意向 83

二、艺术品追加投资趋势 84

三、艺术品基金的购买率 85

四、艺术品基金购买意向 86

五、艺术品投资多元化趋势 86

第三章 中国艺术品国际买家分析 88

第一节 中国艺术品国际买家分析 88

一、中国艺术品商人国际化动因 88

二、最早的艺术品"国际买手" 88

三、现阶段国际买手主要特征 88

(一) 知识面宽 88

(二) 眼力好 89

(三) 语言加地理 89

第二节 中国艺术品买家海外淘宝地图 89

一、海外淘宝之博览会篇 89

二、海外淘宝之拍卖篇 91

三、海外淘宝之古董店铺、集市篇 92

(一) 香港 92

(二) 澳门 93

(三) 台湾 93

(四) 日本 94

(五) 英国 95

(六) 法国 96

(七) 美国 96

(八) 比利时 97

第三节 国际艺术市场的中国身影 98

一、TEFAF：无与伦比的博览会 98

二、西方审美下的中国古董 99

三、展会里的中国力量 100

第四节 海外回流文物的二次交易 100

一、海内外文物艺术品价差 101

二、回流文物二次交易优劣势 101

三、海外淘宝风险与机会并存 1

(一) 新古董出口——风险重重 1

(二) 传统收藏家——机会多多 1

第四章 中国艺术品市场立法监管情况 103

第一节 中国艺术品市场立法的现实依据 103

一、艺术品立法要解决的问题 103

二、艺术品法律修订调整基础 103

三、艺术品市场立法方向路径 104

第二节 中国艺术品立法现状分析 105

一、艺术品法律体系 105

二、艺术品行政法规 105

三、艺术品部门规章 105

四、艺术家权益保护 105

五、国家对艺术品市场的调控 106

(一) 《个人所得税法》相关规定 106

(二) 《公益事业捐赠法》及捐赠的免税规定 106

(三) 《艺术品市场管理条例》 107

六、艺术品进出境的限制 107

(一) 《美术品经营管理办法》 107

（二）《文物进出境审核管理办法》 109

第三节 艺术品交易市场的规范 110

- 一、画廊的设立及经营 110
- 二、艺术家私下交易与画廊独家代理问题 110
- 三、艺术作品交易中的著作权问题 111
- 四、《拍卖法》相关规定 111
- 五、艺术品档案问题 112
- 六、“打假”问题 113
- 七、艺术品消费者权益保护 115

第四节 中国艺术品市场监管模式 116

- 一、艺术品市场监管的意义 116
- 二、艺术品市场监管的背景 116
- 三、艺术品市场监管的特点 117
- 四、艺术品市场监管的原则 118
- 五、艺术品市场监管的设计 120
- 六、艺术品市场监管的突破口 121
- 七、艺术品市场监管的关键点 122

第五章 中国艺术品市场总体态势 124

第一节 国内艺术品市场分析 124

- 一、中国艺术品市场发展现状 124
- 二、中国艺术品市场发展状态 125
- 三、国内艺术品消费群体分析 126
- 四、艺术品市场发展基本特征 126
- 五、艺术品市场发展趋势分析 127

第二节 中西方艺术品市场对比 128

- 一、中西方艺术审美观差异 128
- 二、中西方艺术品价格差异 128
- 三、中西方艺术品收益差异 130
- 四、中西方艺术品拍卖差异 131
- 五、中西方艺术品收藏差异 132
- 六、中西方艺术品捐赠差异 132

第三节 中国艺术品市场交易运作方式 134

- 一、拍卖市场交易 134
- 二、通过画廊或艺术博览会交易 134
- 三、通过私人藏家或捐客进行交易 135
- 四、通过艺术家工作室或本人交易 135

第四节 中国艺术品投资收益率分析 135

- 一、2014年中国油画投资收益率 135
- 二、2014年中国书画投资收益率 136

第五节 中国艺术家作品交易额排行榜 137

- 一、张大千（1898-1983） 137
- 二、齐白石（1864-1957） 137
- 三、黄胄（1925-1997） 137
- 四、徐悲鸿（1895-1953） 138
- 五、陆俨少（1909-1993） 138
- 六、赵无极（1921-2013） 138
- 七、傅抱石（1904-1965） 138
- 八、黄宾虹（1865-1955） 139
- 九、李可染（1907-1989） 139
- 十、吴冠中（1919-2010） 139

第六节 中国在世艺术家作品交易情况 139

- 一、周春芽 139
- 二、曾梵志 140
- 三、范曾 141
- 四、朱德群 143
- 五、何家英 144
- 六、靳尚谊 145
- 七、崔如琢 146
- 八、黄永玉 146
- 九、史国良 148

第六章 中国艺术品细分类别概述 149

第一节 中国书画 149

- 一、中国书画艺术市场概况 149
- 二、中国书画艺术市场特点 149
- 三、书画艺术品造假现状 150
- 四、书画艺术品管理体制 153
- 五、书画艺术品真假鉴定 153
- 六、书画市场进入策略选择 155
- 七、书画艺术品主要类别概述 156
 - (一) 古代国画 156
 - (二) 近代国画 157
 - (三) 当代国画 158
 - (四) 古代书法 160
 - (五) 近代书法 160
 - (六) 当代书法 160
- 第二节 瓷器杂项 161
 - 一、瓷器杂项艺术品市场结构 161
 - (一) 瓷器艺术品市场供需结构 161
 - (二) 瓷器艺术品市场交易体系 161
 - (三) 瓷器艺术品市场定价机制 162
 - (四) 瓷器艺术品市场退出机制 162
 - (五) 瓷器艺术品市场商品制度 162
 - (六) 瓷器艺术品市场支撑体系 163
 - 二、影响瓷器艺术品价格的因素 163
 - (一) 职称与称号 163
 - (二) 社会认知 163
 - (三) 工艺及造型 163
 - (四) 历史价值 164
 - (五) 市场潜力 165
 - (六) 购买偏好 165
 - 三、影响瓷器艺术品价格的分析工具 165
 - (一) 价值构成分析法 165
 - (二) 价格形成分析法 165
 - (三) 价格形成机制分析法 166

四、瓷器杂项主要类别概述 166

(一) 青花 166

(二) 彩瓷 167

(三) 色釉瓷 168

(四) 外销瓷 169

(五) 玉器 170

(六) 文玩杂项 171

第三节 西画雕塑 172

一、西画艺术品市场概述 172

(一) 西画艺术品市场特征 172

(二) 西画艺术品市场潜力 172

(三) 西画艺术品投资趋势 173

二、雕塑艺术品市场概述 174

(一) 雕塑艺术品市场现状 174

(二) 雕塑艺术品投资价格 175

(三) 雕塑艺术品投资收益渠道 175

(四) 雕塑艺术品收藏影响因素 176

三、当代装置艺术发展分析 177

(一) 中国当代装置艺术概述 177

(二) 当代装置艺术拍卖情况 178

(三) 当代装置艺术发展前景 179

四、西画雕塑主要类别概述 180

(一) 油画 180

(二) 版画 181

(三) 雕塑 182

(四) 影像 184

第四节 当代工艺 185

一、当代工艺品艺术内涵 185

二、当代工艺市场发展现状 185

三、当代工艺市场投资潜力 186

四、当代工艺市场收藏陷阱 186

五、当代工艺主要类别概述 187

- (一) 金银珠宝 187
- (二) 名石化石 187
- (三) 雕品工艺 187
- (四) 当代陶瓷 188

第七章 中国画廊业发展分析 189

第一节 中外画廊经营方式对比 189

- 一、定位策略比较分析 189
- 二、融资方式比较分析 189
- 三、代理方式比较分析 190
- 四、营销模式比较分析 191

第二节 中国画廊业发展现状 191

- 一、画廊行业总体格局 191
- 二、市场竞争日益加剧 191
- 三、外资画廊撤出中国 192
- 四、品牌集中趋势增强 192
- 五、内地画廊国际拓展 192
- 六、开始关注青年艺术 193

第三节 中国画廊区域性差异 193

- 一、区域表现冷热不均 193
- 二、港台市场更为成熟 193
- 三、二线城市成为新兴势力 194

第四节 中国画廊市场发展态势 194

- 一、画廊亟须建立完善机制 194
- 二、青年艺术家成发展重点 195

第五节 画廊与艺术家关系分析 196

- 一、画廊寻找艺术家的途径 196
- 二、画廊选择艺术家的标准 198
- 三、艺术家选择画廊的标准 200
- 四、画廊推广艺术家的方式 2

第六节 国内画廊百强竞争力分析 204

- 一、2012年画廊100强分析 204

二、2013年画廊100强分析 208

第八章 中国艺术品行业人才分析 212

第一节 艺术人才培养现状分析 212

一、艺术人才资源供需情况 212

二、艺术人才培养资源分布 212

三、艺术人才培养层次结构 212

四、艺术人才培养机制现状 212

五、艺术人才供给质量问题 213

六、艺术教育政府支持力度 213

第二节 艺术品投资顾问供需分析 213

一、艺术品投资顾问需求现状 213

二、国内外艺术品投资顾问对比 213

三、国内艺术品投资顾问人才现状 214

四、艺术品投资顾问人才需求前景 214

第三节 艺术品鉴定评估人才供需分析 215

一、艺术品鉴定评估人才市场现状 215

二、艺术品鉴定评估人才供需缺口 216

三、艺术品鉴定评估人才供给模式 217

四、艺术品鉴定评估人才需求前景 218

第四节 艺术品市场管理人才供需分析 218

一、艺术品市场管理人才市场现状 218

二、艺术品市场管理人才供需缺口 219

三、艺术品市场管理人才供给模式 219

四、艺术品市场管理人才需求前景 220

第九章 中国艺术馆发展分析 221

第一节 博物馆发展现状分析 221

一、博物馆规模现状分析 221

(一) 博物馆数量规模分析 221

(二) 博物馆观众规模分析 221

(三) 博物馆藏品规模情况 222

二、博物馆经营指标分析 222

(一) 从业人员结构分析 222

(二) 陈列展览情况分析 222

(三) 藏品数量及修复统计 223

(四) 收入来源统计分析 223

(五) 支出统计情况分析 223

(六) 资产及房屋面积统计 224

三、文物商店经营分析 224

(一) 从业人员规模分析 224

(二) 藏品数量统计 224

(三) 经营情况统计 225

四、群众艺术馆数量 225

第二节 艺术馆改革创新分析 226

一、艺术馆发展要素分析 226

(一) 艺术馆的吸引力 226

(二) 艺术馆科技水平 226

(三) 艺术馆的知名度 226

(四) 艺术馆人才队伍 226

(五) 艺术馆资金实力 227

二、公众满意度因素分析 227

(一) 形象宣传 227

(二) 展品诠释 227

(三) 展览空间 227

(四) 公共服务设施 228

(五) 配套服务 228

三、制度改革创新分析 228

(一) 机构设置改革 228

(二) 人事制度改革 229

(三) 分配制度改革 229

四、服务提升发展分析 230

(一) 营造人性化的展览氛围 230

(二) 更新艺术信息服务理念 231

(三) 创新艺术信息服务方式	232
第三节 艺术馆可持续发展策略	233
一、增强艺术馆资金能力分析	233
(一) 争取政府财政支持	233
(二) 重视展览的经济效益	233
(三) 适宜发展文化产业	233
二、艺术馆资源利用分析	234
第十章 中国艺术品拍卖市场分析	235
第一节 中国艺术品拍卖市场概述	235
一、中国艺术品拍卖的历史	235
二、艺术品拍卖市场发展阶段	235
三、艺术品拍卖市场发展现状	237
四、艺术品拍卖企业经营特点	239
五、中国艺术品拍卖发展趋势	240
第二节 国内艺术品拍卖市场分析	241
一、海外艺术品拍卖市场状况	241
二、艺术品拍卖成交情况分析	243
(一) 2012年春拍市场成交额	243
(二) 2012年秋拍市场成交额	244
(三) 2013年春拍市场成交额	245
(四) 2013年秋拍市场成交额	246
(五) 2014年春拍市场成交额	247
三、艺术品拍卖市场结构分析	248
(一) 2013年艺术品春拍市场结构	248
(二) 2013年艺术品秋拍市场结构	249
(三) 2014年艺术品春拍市场结构	251
(四) 2014年艺术品秋拍市场结构	253
(五) 艺术品市场结构发展趋势	254
四、2014年春拍不同价格艺术品拍品	255
五、2014年秋拍不同价格艺术品拍品	258
第三节 国内艺术品拍卖市场特点	261

- 一、实验水墨在转型期的孵化 261
- 二、青年艺术家市场构建起步 261
- 三、藏家专场成拍卖市场亮点 262
- 四、各路新招争夺市场话语权 263
- 五、长三角和珠三角逆势而上 265
- 第四节 国内书画拍卖市场分析 265
 - 一、国内书画拍卖市场总体状况 265
 - 二、古代中国书画拍卖市场分析 265
 - 三、近现代书画拍卖市场分析 266
 - 四、中国当代书画拍卖市场分析 267
 - 五、书画名家作品拍卖市场分析 268
 - (一) 张大千书画市场行情分析 268
 - (二) 齐白石书画市场行情分析 269
 - (三) 徐悲鸿书画市场行情分析 269
 - (四) 李可染书画市场行情分析 270
 - (五) 黄胄书画市场行情分析 270
 - 六、2014年春书画拍卖市场分析 271
 - 七、2014年秋书画拍卖市场分析 273
- 第五节 瓷器杂项拍卖市场分析 276
 - 一、国内瓷器拍卖市场趋于稳定 276
 - 二、瓷器杂项类成交情况分析 276
 - 三、瓷器杂项的多元发展趋势 277
 - 四、瓷器杂项地区发展情况 278
 - 五、2014年瓷器拍卖市场行情 278
 - (一) 瓷器：高端拍品价格坚挺 278
 - (二) 杂项：高价频出热点颇多 279
- 第六节 国内古琴拍卖市场分析 281
 - 一、古琴拍卖市场发展历程 281
 - 二、申遗成功古琴成新宠 282
 - 三、古琴高价频现因素分析 283
 - 四、国内古琴拍卖市场分析 283
 - 五、古琴拍卖市场前景分析 284

第七节 古典家具拍卖市场分析 285

- 一、古典家具特质及投资特点 285
- 二、古典家具现身各级拍卖场 286
- 三、古典家具拍卖市场行情分析 287
- 四、国内古典家具拍卖创新高 288
- 五、黄花梨家具拍卖市场分析 288

第八节 油画及当代艺术拍卖市场 290

- 一、2013年油画及当代艺术拍卖市场 290
- 二、2014年油画及当代艺术拍卖市场 291
 - (一) 2014年春拍市场 291
 - (二) 2014年秋拍市场 294

第十一章 中国艺术品产权交易市场分析 301

第一节 文化产权交易市场发展分析 301

- 一、文化产权交易市场现状 301
- 二、文化产权交易机构统计 3
- 三、文化产权交易所的性质 3
- 四、文化产权交易所的分布 3
- 五、文化产权市场交易流程 303
- 六、文化交易所市场交易模式 304
 - (一) 份额化交易模式 304
 - (二) 产权交易模式 306
 - (三) 类期货交易模式 306

第二节 国内艺术品证券化市场分析 306

- 一、艺术品证券化的背景 306
- 二、艺术品证券化路径选择 307
- 三、艺术品证券化特性分析 308
 - (一) 标的物价值特点 308
 - (二) 投资收益来源 308
 - (三) 投资收益控制模式 308
 - (四) 投资收益增长周期 309
- 四、艺术品证券交易风险分析 309

(一) 价值确立风险	309
(二) 交易泡沫风险	309
(三) 文交所信用风险	310
第三节 艺术品产权交易市场概况	310
一、艺术品产权交易市场现状	310
二、艺术品产权交易市场乱象	311
三、艺术品产权交易法律政策	312
四、艺术品产权交易模式分析	313
五、艺术品产权交易机构统计	314
六、艺术品产权交易市场前景	314
第十二章 中国艺术品信托市场分析	316
第一节 艺术品信托基本概述	316
一、艺术品信托基本概念	316
二、艺术品信托主要形式	316
(一) 艺术品质押融资信托	316
(二) 艺术品投资信托基金	316
(三) 艺术家共同信托 (APT)	316
第二节 艺术品信托法律问题分析	317
一、艺术品信托法律关系中的当事人	317
(一) 委托人	317
(二) 受托人	318
(三) 受益人	318
二、艺术品信托运行机制	319
(一) 签订信托合同	319
(二) 信托公司对信托财产进行管理	319
(三) 分配信托受益	319
(四) 艺术品信托的终止	319
三、艺术品信托立法现状	320
(一) 相关法律法规概述	320
(二) 现行立法存在的问题及对策	321
四、艺术品信托的监管	322

(一) 监管法律关系的主体	322
(二) 监管法律关系的客体	324
五、艺术品信托准入与退出制度	324
(一) 市场准入制度	324
(二) 经营环节制度	325
(三) 市场退出制度	326
第三节 艺术品信托市场环境	326
一、集合信托市场发行情况	326
二、艺术品信托政策背景	327
三、艺术品信托市场环境	328
第四节 艺术品信托产品发行及成立情况	328
一、艺术品信托总体发行情况	328
二、艺术品信托产品发行规模	329
三、艺术品信托产品平均期限	329
四、艺术品信托产品平均收益	330
五、艺术品信托产品成立情况	330
第五节 艺术品信托资金运用方式及主要投向	331
一、艺术品信托资金运用分析	331
二、艺术品信托类别情况分析	332
第六节 艺术品信托到期清算情况	333
一、2013年艺术品信托清算情况	333
二、2014年艺术品信托清算情况	334
第七节 艺术品信托发展展望	335
一、艺术品信托面临的问题	335
二、艺术品信托前景展望	337
第十三章 中国艺术品保险市场分析	338
第一节 艺术品保险基本概述	338
一、艺术品保险的定义	338
二、艺术品保险的必要性	338
三、艺术品保险业务范围	339
四、艺术品保险积极意义	339

第二节 艺术品保险实施细节	340
一、艺术品保险公司的选择	340
二、艺术品保险投保流程	341
三、投保人常规风险类别	341
四、保单细节及保费确定	342
五、艺术品保险前置风险	343
六、出险后的修复及赔偿	344
七、失窃艺术品的处置	344
第三节 国内艺术品保险市场现状	345
一、艺术品保险发展进程	345
二、艺术品保险政策依据	345
三、艺术品保险市场空间	345
四、艺术品保险供需情况	346
五、艺术品保险外资进入情况	347
第四节 国内艺术品保险市场问题	347
一、艺术品真伪难辨	347
二、艺术品价值评估难题	348
三、保险公司服务缺失	348
四、艺术品保险风险难以分散	349
五、高额保费远超支付能力	349
六、私人藏品难投保	349
七、第三方鉴定认证机构匮乏	350
第五节 国外艺术品保险市场发展启示	350
一、要做到承保对象广泛	350
二、要有非常完整产业链	350
三、要有很强的承保能力	350
四、要倾力于防灾防损	351
五、投保和理赔的流程要简单	351
第六节 艺术品保险市场发展关键点	351
一、中国艺术品保险市场的运营	351
（一）专业艺术品核保	351
（二）专业艺术品理赔	352

- (三) 艺术品保险营销 352
- 二、艺术品保险市场产品研发 352
- 三、艺术品保险市场鉴定及评估 353
- 四、艺术品保险市场包装、运输及仓储 354
- 五、艺术品保险市场的修复 355
- 六、艺术品保险市场风险教育及理念教育 355
- 七、艺术品保险市场的国际化 356

第十四章 中国艺术品电子商务分析 357

第一节 艺术品电子商务可行性分析 357

- 一、国内电商大势所趋 357
- 二、艺术品电商平台增多 358
- 三、消费者对网购使用率 358
- 四、相关法律标准的健全 359

第二节 艺术品电子商务发展现状 359

- 一、艺术品电商经营现状 359
- 二、艺术品电商发展规模 360
- 三、艺术品电商盈利模式 360

(一) 佣金 360

(二) 会费 360

(三) 广告收入 361

四、艺术品电商交易模式 361

(一) 网上画廊 361

(二) 网上拍卖 361

(三) 网上商城 362

(四) 网上信息流 362

五、艺术品电商网站类型 362

(一) 专营中国书画 362

(二) 专营古玩网站 362

(三) 专营当代艺术 362

(四) 主营高端艺术复制品 362

(五) 以"网上美术馆"介入电商 363

(六) 以专业化、细分化经营策略网站 363

第三节 艺术品电子商务发展困境 363

一、赝品泛滥，公信力缺失 363

二、投机严重，市场虚假繁荣 363

三、支付、物流、保险体系不完善 364

四、中高价艺术品不适合于电商 365

第十五章 中国艺术品区域市场分析 367

第一节 重点地区艺术品交易情况 367

一、北京 367

(一) 北京艺术区发展情况 367

(二) 艺术品交易市场特点 369

(三) 艺术品展览情况分析 371

二、上海 373

(一) 上海艺术区发展情况 373

(二) 艺术品交易市场特点 374

(三) 艺术品展览情况分析 375

三、广东 376

(一) 广东艺术区发展情况 376

(二) 艺术品交易市场特点 377

(三) 艺术品展览情况分析 378

四、其他地区艺术品交易展览分析 379

(一) 浙江 379

(二) 江苏 381

(三) 山东 382

(四) 河北 383

(五) 湖北 383

(六) 四川 384

(七) 湖南 384

(八) 河南 384

(九) 台湾 385

第二节 国内重点艺术区发展分析 385

- 一、798艺术区 385
- 二、北京宋庄艺术区 389
- 三、草场地艺术区 390
- 四、深圳大芬油画村 391
- 五、深圳22艺术区 393
- 六、厦门乌石浦油画村 393
- 七、成都蓝顶当代艺术基地 394

第十六章 中国艺术品交易平台及机构分析 395

第一节 典型艺术品交易中心分析 395

一、北京天宝润德古玩文物艺术会展中心 395

(一) 中心基本情况 395

(二) 中心发展优势 395

(三) 艺术品交易情况 396

二、北京皇城艺术品交易中心 397

三、上海古雅艺术品交易中心 398

四、上海誉宝艺术品交易中心 399

五、无锡耘林艺术品交易中心 400

六、雁塔艺术品交易中心 401

七、姁信国际艺术品交易中心 4

八、厦门国际艺术品金融交易中心 404

第二节 国内外艺术品博览会分析 404

一、巴塞尔国际艺术博览会 (Art Basel) 404

(一) 展会基本情况 404

(二) 审查评定标准 405

(三) 展会交易情况 405

(四) 展会最新动态 406

二、欧洲艺术古董博览会 (TEFAF) 407

三、香港巴塞尔艺术展 (香港国际艺术展) 410

四、香港国际古玩及艺术品博览会 413

五、亚洲艺术博览会 414

六、中国艺术博览会 415

- 七、艺术北京博览会 (Art Beijing) 416
- 八、中艺博国际画廊博览会 (CIGE) 422
- 九、中国艺术品产业博览会 423
- 十、中国书画艺术品博览会 425
- 十一、上海双年展 426
- 十二、上海艺术博览会 427
- 十三、广州艺术品交易博览会 432
- 十四、西湖艺术博览会 433
- 十五、中国—东盟 (广西) 艺术品交易博览会 434
- 十六、中国 (兰州) 艺术品收藏博览会 435
- 十七、西部国际艺术品、礼品、收藏品博览会 437
- 第三节 国内重点艺术馆分析 438
 - 一、故宫博物院 438
 - (一) 博物院概况 438
 - (二) 设施布局 438
 - (三) 馆内典藏 439
 - (四) 展览信息 439
 - 二、中国美术馆 440
 - 三、中央美术学院美术馆 441
 - 四、北京画院美术馆 443
 - 五、尤伦斯当代艺术中心 445
 - 六、上海当代艺术馆 448
 - 七、上海当代艺术博物馆 450
 - 八、民生现代美术馆 453
 - 九、广东时代美术馆 455
 - 十、广东美术馆 457
 - 十一、深圳美术馆 459
 - 十二、何香凝美术馆 460
 - 十三、江苏省美术馆 462
 - 十四、湖北美术馆 463
 - 十五、成都当代美术馆 465
 - 十六、今日美术馆 466

第四节 国内艺术品拍卖公司分析 468

一、中国嘉德国际拍卖有限公司 468

(一) 企业基本情况 468

(二) 企业组织架构 469

(三) 企业业务范围 470

(四) 企业拍卖业绩 470

(五) 企业发展动态 472

二、北京保利国际拍卖有限公司 473

三、北京翰海拍卖有限公司 476

四、西泠印社拍卖有限公司 478

五、北京匡时国际拍卖有限公司 480

六、中贸圣佳国际拍卖有限公司 482

七、北京华辰拍卖有限公司 484

八、北京荣宝拍卖有限公司 486

九、上海朵云轩拍卖有限公司 488

十、北京诚轩拍卖有限公司 489

第五节 典型艺术品电商网站分析 491

一、雅昌艺术网 491

(一) 网站经营情况 491

(二) 网站业务模式 491

(三) 网站会员服务 491

(四) 网站竞争优势 491

二、嘉德在线 492

三、赵涌在线 493

四、博宝网 495

五、99艺术网 498

第六节 国内重点艺术品保险企业分析 5

一、中国人民财产保险股份有限公司 5

(一) 公司基本情况分析 5

(二) 艺术品保险业务情况 505

(三) 艺术品保险发展优势 505

(四) 艺术品保险案例解析 506

- 二、中国太平洋财产保险股份有限公司 507
- 三、中国出口信用保险公司 508
- 四、丰泰保险（亚洲）有限公司 510

第十七章 2015-2020年中国艺术品行业投资分析 515

第一节 中国艺术品市场前景展望 515

- 一、艺术创作前景 515
- 二、艺术品投资前景 515
- 三、艺术品拍卖前景 516

第二节 中国艺术品投资周期分析 517

第三节 中国艺术品投资主要特征 518

- 一、艺术品资产化 518
- 二、艺术品投资全民化 519
- 三、艺术品投资资本化、金融化 519
- 四、艺术品投资单一化、符号化 520
- 五、艺术品投资全球化、国际化 520

第四节 中国艺术品行业投资风险 521

- 一、经济周期性风险 521
- 二、政策法规性风险 521
- 三、艺术品交易风险 522
- 四、艺术品真伪风险 522
- 五、艺术品价值风险 523
- 六、艺术品价格风险 524

第五节 中国艺术品投资风险控制策略 524

一、基于投资原则的风险控制策略 524

- （一）避免"羊群效应" 524
- （二）避免"贪心不足" 525
- （三）避免"追涨杀跌" 525

二、基于技术手段的风险控制策略 525

- （一）分散投资 525
- （二）分批介入 526
- （三）长期持有 526

(四) 建立艺术专家顾问团队 526

三、基于制度保障的风险控制策略 526

(一) 建立画家投资指数等级 526

(二) 建立艺术保险体系 527

(三) 健全艺术品投资基金 528

图表目录:

图表1 2011-2014年全球拍卖行成交金额 31

图表2 2003-2014年美术类艺术品拍卖成交总额 31

图表3 2003-2014年全球艺术品拍卖价格指数变化趋势图 32

图表4 2014年按国家划分美术类艺术品拍卖成交总额 33

图表5 2003-2014年艺术品销售价格区间分析图 34

图表6 2014年全球艺术品拍卖额按拍卖行分布 35

图表7 2003-2014年全球艺术品拍卖额(美术类)按艺术品门类分布 37

图表8 2009-2014年苏富比拍卖行拍卖成交金额 43

图表9 协和医院系列之三 46

图表10 菲利普斯拍卖行主要拍卖作品 48

……

图表34 艺术品投资品类 79

图表35 艺术品投资持有时间 80

图表36 高净值人群艺术品投资意向 84

图表37 艺术品投资者未来投资趋势 85

图表38 艺术品基金的知晓率和购买率 86

图表39 艺术品基金购买意向 86

图表40 2014年中国油画投资收益率情况 136

图表41 2000-2014年周春芽作品拍卖成交情况统计 139

图表42 2000-2014年曾梵志作品拍卖成交情况统计 141

图表43 2000-2014年范曾作品拍卖成交情况统计 142

图表44 2001-2014年朱德群作品拍卖成交情况统计 143

图表45 2000-2014年何家英作品拍卖成交情况统计 144

图表46 2000-2014年靳尚谊作品拍卖成交情况统计 145

图表47 2000-2014年崔如琢作品拍卖成交情况统计 146

图表48 2000-2014年黄永玉作品拍卖成交情况统计 147

图表49 2000-2014年史国良作品拍卖成交情况统计 148

图表50 2014年中国古代国画拍卖成交价格排行 157

图表51 中国近代著名画家列表 157

图表52 2014年中国近代国画拍卖价格统计 158

图表53 当代国画艺术家作品成交额排名 158

……

图表82 中国艺术品拍卖市场成交情况 244

图表83 中国艺术品拍卖市场成交情况 245

图表84 2013年春中国艺术品拍卖市场成交情况 246

图表85 2013年秋中国艺术品拍卖市场成交情况 246

图表86 2014年春中国艺术品拍卖状况 247

图表87 2014年秋中国艺术品拍卖状况 248

图表88 2013年春拍各艺术品类成交额占比 249

图表89 2013年秋各艺术品类成交额占比 250

图表90 2013年秋各艺术品类成交量占比 251

图表91 2014年春各艺术品类成交额占总成交额比例图 252

图表92 2014年春各艺术品类成交数量占总成交数量比例图 252

图表93 2014年秋艺术品类成交额占总成交额 254

图表94 2014年秋各艺术品类成交数量占比 254

图表95 2014年春不同价格区间中国艺术品成交额分布表 256

图表96 2014年春五千万以上拍品盘点 257

图表97 明末/清18世纪黄花梨架几案 258

图表98 2014年秋不同价格区间成交额占比 259

图表99 2014年秋不同价格区间成交数量占比 259

图表100 2013年秋五千万元以上拍品盘点 259

图表101 赵无极1958年作抽象 260

图表1 TOP10拍卖公司中国纯艺术拍卖总额对比 264

图表103 2014年春各地区中国书画上拍数量比例图 271

图表104 2014年春各地区中国书画成交金额比例图 271

图表105 北京匡时2014年春拍"中国古代书法"专场TOP10 272

图表106 2014年秋各地区中国书画上拍量占比 275

图表107 2014年秋各地区中国书画成交金额比例 275

图表108 2013 年秋入围中国艺术品拍卖 TOP20的中国古代书画榜单 275

图表109 近年古琴拍卖TOP20榜单 284

图表110 2014年春黄花梨拍卖情况统计 289

图表111 2014年春各地区油画及当代艺术上拍数量比例图 292

图表112 2014年春各地区油画及当代艺术成交金额比例图 293

图表113 2014年春入围中国艺术品拍卖TOP100的油画及当代艺术名单 293

图表114 2013 年秋各地区瓷器杂项上拍数量比例图 295

图表115 2013 年秋各地区瓷器杂项成交金额比例图 295

图表116 2013 年秋入围中国艺术品拍卖TOP100 的油画及当代艺术榜单 299

图表117 部分文化产权交易所列表 303

图表118 文交所分布地图 303

图表119 文化产权交易市场交易流程图 304

图表120 中国艺术品市场主要法律法规列表 320

图表121 关于金融部门支持文化产业的部分政策 327

图表122 中国艺术品信托市场环境分析 328

图表123 2011-2014年艺术品信托发行规模统计 329

图表124 2010-2014年艺术品信托发行年限统计 329

图表125 2011-2014年艺术品信托平均预期收益率统计 330

图表126 2011-2014年中国艺术品信托成立参与机构数量情况 330

图表127 2011-2014年中国艺术品信托成立数量情况 330

图表128 2011-2014年中国艺术品信托成立规模情况 331

图表129 2011-2014年中国艺术品信托平均期限情况 331

图表130 2011-2014年中国艺术品信托平均收益率情况 331

图表131 中国艺术品信托类别情况 332

图表132 2013年艺术品信托产品清算情况 333

图表133 2014年中国艺术品信托清算情况 334

图表185 99艺术网核心资源 499

图表186 99艺术网服务领域 500

图表187 99艺术网合作伙伴列表 500

图表188 99艺术网受众群体 5

图表189 99艺术网访客按收入分类情况 5

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/250616.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。