



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国艺术品市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2017-2022年中国艺术品市场发展现状及战略咨询报告》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/281822.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

艺术市场目前处于正在规范化的运作期，国内外的投资家、收藏家、艺术品服务机构无不希望金融机构介入艺术市场。一方面，艺术品体积小、易携带、投入少、回报高，没有房屋那般受场地及周边环境的限制和投资资金量大的担忧。另一方面，艺术品历来被投资人称为墙上的股票，属于中长期投资品，较股票的短期投机具有更大安全性，尤其是投资当代艺术品。 我国艺术品投资的市场分析

艺术品用途的范围很广，罕见的艺术品多用来收藏，随着室内对陈设配饰这一块的要求，用艺术品作为软装饰越来越流行。无论是家居或者酒店，都很重视装饰这个意义。乔顿艺术顾问在很多酒店陈设配饰用品里选用独特的艺术品，增添了一份集艺术与生活的又一重品位。

中国艺术品市场由于近几年艺术品元挖掘过度，加之宏观经济形势紧缩的影响，自2011年高点以来初步呈现疲软之势。2015年中国纯艺术品市场规模进一步萎缩，总成交额为48.59亿美元，全球市场份额由2014年的37.22%下滑至2015年度的30.19%，退居全球第二。 中国历年艺术品成交总额

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 艺术品行业运行现状

第一章 全球艺术品市场发展概述

第一节 艺术品相关概述

一、艺术品的定义

二、艺术品的分类

第二节 全球艺术品拍卖市场分析

一、艺术品拍卖市场国际环境

二、全球艺术品拍卖市场规模

今年上半年，全球艺术拍卖市场顶尖作品的成交数量下降，导致全球成交总额大幅缩水。但从局部市场来看，中国艺术品拍卖却是一枝独秀，逆市上扬，以超过23亿美元的总成交额夺得全球之冠。近日，全球知名艺术信息网站Artprice发布《2016年上半年艺术市场报告》显示，2016上半年，全球拍卖公司总共售出25.2万件艺术品，总成交额为65.3亿美元。与去年同期相比，全球艺术品的总交易数量上涨3.2%，但总成交额却下降25%；而中国艺术品总成交额却增长5.7亿美元，增幅达18%，其23亿美元的总成交额，在全球市场份额中占比高达35%，再居全球之首。

业内分析，中国艺术品市场逆市回升是由于今年拍卖市场更侧重于挖掘和增加顶级、中高端精品、生货投放，真正做到以“质”吸引藏家出手。对于部分人士据此认为中国艺术品市场“触底反弹”之说，有业内专家表示“持保留意见”，并坚称，目前国内艺术品市场依然处于调整期，整体市场仍不容乐观。 半年中国艺术拍卖成交额重回全球首位

三、全球艺术品拍卖价格走势

四、全球艺术品拍卖市场结构

- 1、按国家市场结构分析
- 2、按成交价格区间分析
- 3、按拍卖行的市场结构
- 4、按艺术门类市场结构

第三节 欧美典型艺术品市场分析

一、纽约

- 1、纽约艺术品市场特点
- 2、纽约艺术品市场规模
- 3、主要艺术品成交情况

二、伦敦

- 1、伦敦艺术品市场特点
- 2、伦敦艺术品市场规模
- 3、主要艺术品成交情况

三、巴黎

- 1、巴黎艺术品市场特点
- 2、巴黎艺术品市场规模
- 3、主要艺术品成交情况

第四节 全球知名艺术品拍卖行分析

一、苏富比拍卖行

- 1、企业发展概况
- 2、拍卖成交金额
- 3、主要拍卖作品
- 4、企业最新动态

二、佳士得拍卖行

- 1、企业发展概况
- 2、拍卖成交金额
- 3、主要拍卖作品
- 4、企业最新动态

三、菲利普斯拍卖行

- 1、企业发展概况
- 2、拍卖成交金额
- 3、主要拍卖作品
- 4、企业最新动态

四、邦瀚斯拍卖行

- 1、企业发展概况
- 2、主要拍卖作品

第五节 西方艺术家作品交易情况

- 一、安迪·沃霍尔（1928-1987年）
- 二、巴勃罗·毕加索（1881-1973年）
- 三、格哈德·里希特（1932年出生）
- 四、马克·罗斯科（1903-1970年）
- 五、弗朗西斯·培根（1909-1992年）
- 六、让-米歇尔·巴斯奎特（1960-1988年）
- 七、胡安·米罗（1893-1983年）
- 八、亚历山大·考尔德（1898-1976年）
- 九、爱德华·蒙克（1863-1944年）
- 十、克劳德·莫奈（1840-1926年）

第二章 中国艺术品消费人群分析

第一节 中国艺术品消费群体分布

- 一、国家机构收藏
- 二、国营、私营、民营企业收藏
- 三、以鉴赏为主的传统投资者
- 四、将书画作为礼品的公关族
- 五、以赢利为目的纯粹投资者
- 六、艺术品消费者
- 七、学习、研究者

第二节 艺术品消费动机分析

- 一、收藏
- 二、投资
- 三、装饰
- 四、研习

第三节 艺术品私人消费群体财富分析

- 一、私人财富的市场价值
- 二、消费人群构成结构情况
- 三、消费人群地域分布情况
- 四、消费人士财富管理目标
- 五、消费人群投资行为研究

第四节 私人消费人群艺术品投资分析

- 一、艺术品投资品类
- 二、艺术品投资持有时间
- 三、艺术品投资途径
 - 1、国内购买
 - 2、拍卖行
 - 3、海外购买
 - 4、经纪委托代理
 - 5、金融机构
- 四、艺术品投资考虑因素
 - 1、稀缺性
 - 2、艺术家知名度
 - 3、艺术品风格
 - 4、个人喜好

- 5、价格
- 6、专业人士意见
- 7、市场走势

五、艺术品投资信息来源

- 1、朋友推介
- 2、社交活动
- 3、俱乐部或协会
- 4、专家介绍
- 5、专业书籍
- 6、经纪推荐
- 7、其他渠道

第五节 私人消费人群艺术品投资趋势

- 一、艺术品未来投资意向
- 二、艺术品追加投资趋势
- 三、艺术品基金的购买率
- 四、艺术品基金购买意向
- 五、艺术品投资多元化趋势

第三章 中国艺术品国际买家分析

第一节 中国艺术品国际买家分析

- 一、中国艺术品商人国际化动因
- 二、最早的艺术品"国际买手"
- 三、现阶段国际买手主要特征
 - 1、知识面宽
 - 2、眼力好
 - 3、语言加地理

第二节 中国艺术品买家海外淘宝地图

- 一、海外淘宝之博览会篇
- 二、海外淘宝之拍卖篇
- 三、海外淘宝之古董店铺、集市篇
 - 1、香港
 - 2、澳门

- 3、台湾
- 4、日本
- 5、英国
- 6、法国
- 7、美国
- 8、比利时

第三节 国际艺术市场的中国身影

- 一、TEFAF：无与伦比的博览会
- 二、西方审美下的中国古董
- 三、展会里的中国力量

第四节 海外回流文物的二次交易

- 一、海内外文物艺术品价差
- 二、回流文物二次交易优劣势
- 三、海外淘宝风险与机会并存
 - 1、新古董出口——风险重重
 - 2、传统收藏家——机会多多

第四章 中国艺术品市场立法监管情况

第一节 中国艺术品市场立法的现实依据

- 一、艺术品立法要解决的问题
- 二、艺术品法律修订调整基础
- 三、艺术品市场立法方向路径

第二节 中国艺术品立法现状分析

- 一、艺术品法律体系
- 二、艺术品行政法规
- 三、艺术品部门规章
- 四、艺术家权益保护
- 五、国家对艺术品市场的调控
 - 1、《个人所得税法》相关规定
 - 2、《公益事业捐赠法》及捐赠的免税规定
 - 3、《艺术品市场管理条例》
- 六、艺术品进出境的限制

- 1、《美术品经营管理办法》
- 2、《文物进出境审核管理办法》

第三节 艺术品交易市场的规范

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

第四节 中国艺术品市场监管模式

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

第五章 中国艺术品市场总体态势

第一节 国内艺术品市场分析

一、中国艺术品市场发展现状

2016年6月中国艺术品、收藏品及古董出口量统计表

单位：千美元 商品名称 计量单位 6月 1至6月累计 比去年同期 \pm % 累计比去年同期 \pm %

数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	艺术品、收藏品及古董
39,573	-	306,698	-	-16.7	-	31	-	--

二、中国艺术品市场发展状态

发展过程中的资源资产化、资产金融化、资产证券化的问题进一步，发展空间大。人们越来越多地感到，解决中国艺术品市场发展过程中的诚信机制问题、定价机制问题、退出机制问题等，都要进一步推动与依赖资产化进程的发展。中国艺术品市场新动力的基本结构图

三、国内艺术品消费群体分析

四、艺术品市场发展基本特征

五、艺术品市场发展趋势分析

第二节 中西方艺术品市场对比

一、中西方艺术审美观差异

二、中西方艺术品价格差异

三、中西方艺术品收益差异

四、中西方艺术品拍卖差异

五、中西方艺术品收藏差异

六、中西方艺术品捐赠差异

第三节 中国艺术品市场交易运作方式

一、拍卖市场交易

二、通过画廊或艺术博览会交易

三、通过私人藏家或捐客进行交易

四、通过艺术家工作室或本人交易

第四节 中国艺术品投资收益率分析

一、2014年中国油画投资收益率

二、2014年中国书画投资收益率

第五节 中国艺术家作品交易额排行榜

一、张大千（1898-1983）

二、齐白石（1864-1957）

三、黄胄（1925-1997）

四、徐悲鸿(1895-1953)

五、陆俨少(1909-1993)

六、赵无极(1921-2013)

七、傅抱石(1904-1965)

八、黄宾虹（1865-1955）

九、李可染(1907-1989)

十、吴冠中（1919-2010）

第六节 中国在世艺术家作品交易情况

一、周春芽

二、曾梵志

三、范曾

- 四、朱德群
- 五、何家英
- 六、靳尚谊
- 七、崔如琢
- 八、黄永玉
- 九、史国良

第二部分 艺术品行业全景分析

第六章 中国艺术品细分类别概述

第一节 中国书画

- 一、中国书画艺术市场概况
- 二、中国书画艺术市场特点
- 三、书画艺术品造假现状
- 四、书画艺术品管理体制
- 五、书画艺术品真假鉴定
- 六、书画市场进入策略选择
- 七、书画艺术品主要类别概述

1、国画

2、书法

第二节 瓷器杂项

一、瓷器杂项艺术品市场结构

- 1、瓷器艺术品市场供需结构
- 2、瓷器艺术品市场交易体系
- 3、瓷器艺术品市场定价机制
- 4、瓷器艺术品市场退出机制
- 5、瓷器艺术品市场商品制度
- 6、瓷器艺术品市场支撑体系

二、影响瓷器艺术品价格的因素

- 1、职称与称号
- 2、社会认知
- 3、工艺及造型
- 4、历史价值

5、市场潜力

6、购买偏好

三、影响瓷器艺术品价格的分析工具

1、价值构成分析法

2、价格形成分析法

3、价格形成机制分析法

四、瓷器杂项主要类别概述

1、青花

2、彩瓷

3、色釉瓷

4、外销瓷

5、玉器

6、文玩杂项

第三节 西画雕塑

一、西画艺术品市场概述

二、雕塑艺术品市场概述

三、当代装置艺术发展分析

四、西画雕塑主要类别概述

1、油画

2、版画

3、雕塑

第四节 当代工艺

一、当代工艺品艺术内涵

二、当代工艺市场发展概况

三、当代工艺市场投资潜力

四、当代工艺市场收藏陷阱

五、当代工艺主要类别概述

1、金银珠宝

2、名石化石

3、雕品工艺

4、当代陶瓷

第七章 中国画廊业发展分析

第一节 中外画廊经营方式对比

一、定位策略比较分析

二、融资方式比较分析

三、代理方式比较分析

四、营销模式比较分析

第二节 中国画廊业发展现状

一、画廊行业总体格局

二、市场竞争日益加剧

三、外资画廊撤出中国

四、品牌集中趋势增强

五、内地画廊国际拓展

六、开始关注青年艺术

第三节 中国画廊区域性差异

一、区域表现冷热不均

二、港台市场更为成熟

三、二线城市成为新兴势力

第四节 中国画廊市场发展态势

一、画廊亟须建立完善机制

二、青年艺术家成发展重点

第五节 画廊与艺术家关系分析

一、画廊寻找艺术家的途径

二、画廊选择艺术家的标准

三、艺术家选择画廊的标准

四、画廊推广艺术家的方式

第六节 国内画廊百强竞争力分析

一、2012年画廊100强分析

二、2013年画廊100强分析

第八章 中国艺术品行业人才分析

第一节 艺术人才培养现状分析

一、艺术人才资源供需情况

二、艺术人才培养资源分布

三、艺术人才培养层次结构

四、艺术人才培养机制现状

五、艺术人才供给质量问题

六、艺术教育政府支持力度

第二节 艺术品投资顾问供需分析

一、艺术品投资顾问需求现状

二、国内外艺术品投资顾问对比

三、国内艺术品投资顾问人才现状

四、艺术品投资顾问人才需求前景

第三节 艺术品鉴定评估人才供需分析

一、艺术品鉴定评估人才市场现状

二、艺术品鉴定评估人才供需缺口

三、艺术品鉴定评估人才供给模式

四、艺术品鉴定评估人才需求前景

第四节 艺术品市场管理人才供需分析

一、艺术品市场管理人才市场现状

二、艺术品市场管理人才供需缺口

三、艺术品市场管理人才供给模式

四、艺术品市场管理人才需求前景

第九章 中国艺术馆发展分析

第一节 博物馆发展现状分析

一、博物馆规模现状分析

1、博物馆数量规模分析

2、博物馆观众规模分析

3、博物馆藏品规模情况

二、博物馆经营指标分析

1、从业人员结构分析

2、陈列展览情况分析

3、藏品修复数量统计

4、收入来源统计分析

- 5、支出统计情况分析
- 6、资产及房屋面积统计

三、文物商店经营分析

- 1、从业人员规模分析
- 2、藏品数量统计
- 3、经营情况统计

四、群众艺术馆数量

第二节 艺术馆改革创新分析

一、艺术馆发展要素分析

- 1、关于艺术馆的合理布局
- 2、关于艺术馆的规模优势
- 3、关于艺术馆的品牌意识品牌
- 4、关于艺术馆的营销理念

二、公众满意度因素分析

- 1、形象宣传
- 2、展览空间
- 3、公共服务设施

三、岗位管理与制度创新分析

- 1、人员与专业对口的岗位设置与管理
- 2、推行社会文化指导员职业资格
- 3、群艺馆文化馆工作人员的年度考核

四、公共文化服务方式创新分析

- 1、举办群众艺术节
- 2、开创免费文艺辅导品牌活动
- 3、推出群众文化艺术丛书
- 4、馆办群文刊物和网站
- 5、群众艺术团体建设

第三节 艺术馆可持续发展策略

一、用科学发展观指导艺术馆发展实践

- 1、以实现人的全面发展为出发点和落脚点--促进 艺术馆全面发展
- 2、以完善公共文化服务体系为第一要务--促进艺术馆可持续发展

二、艺术馆要树立科学发展观的理念

- 1、树立整体经营理念
- 2、树立继续教育的理念
- 3、坚持以人为本的理念

第三部分 艺术品行业深入分析

第十章 中国艺术品拍卖市场分析

第一节 中国艺术品拍卖市场概述

- 一、中国艺术品拍卖的历史
- 二、艺术品拍卖市场发展阶段
- 三、艺术品拍卖市场发展现状
- 四、艺术品拍卖特点
- 五、中国艺术品拍卖发展趋势

第二节 国内艺术品拍卖市场分析

- 一、海外艺术品拍卖市场状况
- 二、艺术品拍卖成交情况分析
 - 1、2012年春拍市场成交额
 - 2、2012年秋拍市场成交额
 - 3、2013年春拍市场成交额
 - 4、2013年秋拍市场成交额
 - 5、2014年春拍市场成交额
- 三、艺术品拍卖市场结构分析
 - 1、2013年艺术品春拍市场结构
 - 2、2013年艺术品秋拍市场结构
 - 3、2014年艺术品春拍市场结构
 - 4、2014年艺术品秋拍市场结构
 - 5、艺术品市场结构发展趋势
- 四、2013年春拍不同价格艺术品拍品
- 五、2013年秋拍不同价格艺术品拍品

第三节 国内艺术品拍卖市场特点

- 一、实验水墨在转型期的孵化
- 二、青年艺术家市场构建起步
- 三、藏家专场成拍卖市场亮点

四、各路新招争夺市场话语权

五、长三角和珠三角逆势而上

第四节 国内书画拍卖市场分析

一、国内书画拍卖市场总体状况

二、古代中国书画拍卖市场分析

三、近现代书画拍卖市场分析

四、中国当代书画拍卖市场分析

五、书画名家作品拍卖市场分析

1、张大千书画市场行情分析

2、齐白石书画市场行情分析

3、徐悲鸿书画市场行情分析

4、李可染书画市场行情分析

5、黄胄书画市场行情分析

六、2013年春书画拍卖市场分析

七、2013年秋书画拍卖市场分析

第五节 瓷器杂项拍卖市场分析

一、国内瓷器拍卖市场两头翘将成趋势

二、瓷器杂项类成交情况分析

三、瓷器杂项的多元发展趋势

四、2013-2014年瓷器拍卖市场行情

第六节 国内古琴拍卖市场分析

一、古琴拍卖市场发展历程

二、申遗成功古琴成新宠

三、古琴高价频现因素分析

四、国内古琴拍卖市场分析

五、古琴拍卖市场前景分析

第七节 古典家具拍卖市场分析

一、古典家具特质及投资特点

二、古典家具现身各级拍卖场

三、古典家具拍卖市场行情分析

四、国内古典家具拍卖创新高

第八节 油画及当代艺术拍卖市场

- 一、2012年油画及当代艺术拍卖市场
- 二、2013年油画及当代艺术拍卖市场
 - 1、2013年春拍市场
 - 2、2013年秋拍市场

第十一章 中国艺术品产权交易市场分析

第一节 文化产权交易市场发展分析

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

第二节 国内艺术品证券化市场分析

- 一、艺术品证券化的背景
- 二、艺术品证券化路径选择
- 三、艺术品证券化特性分析
 - 1、标的物价值特点
 - 2、投资收益来源
 - 3、投资收益增长周期
- 四、艺术品证券交易风险分析
 - 1、价值确立风险
 - 2、交易泡沫风险
 - 3、文交所信用风险

第三节 艺术品产权交易市场概况

- 一、艺术品产权交易市场现状
- 二、艺术品产权交易市场乱象
- 三、艺术品产权交易法律政策
- 四、艺术品产权交易模式分析

五、艺术品产权交易机构统计

六、艺术品产权交易市场前景

第十二章 中国艺术品信托市场分析

第一节 艺术品信托基本概述

一、艺术品信托基本概念

二、艺术品信托主要形式

1、艺术品质押融资信托

2、艺术品投资信托基金

3、艺术家共同信托（APT）

第二节 艺术品信托法律问题分析

一、艺术品信托法律关系中的当事人

1、委托人

2、受托人

3、受益人

二、艺术品信托运行机制

1、签订信托合同

2、信托公司对信托财产进行管理

3、分配信托受益

4、艺术品信托的终止

三、艺术品信托立法现状

1、相关法律法规概述

2、现行立法存在的问题及对策

四、艺术品信托的监管

1、监管法律关系的主体

2、监管法律关系的客体

五、艺术品信托准入与退出制度

1、市场准入制度

2、经营环节制度

3、市场退出制度

第三节 艺术品信托市场环境

一、艺术品信托市场发行情况

二、艺术品信托政策背景

三、艺术品信托市场环境

第四节 艺术品信托产品发行及成立情况

一、艺术品信托总体发行情况

二、艺术品信托产品发行规模

三、艺术品信托产品平均期限

四、艺术品信托产品平均收益

五、艺术品信托产品成立情况

第五节 艺术品信托资金运用方式及主要投向

一、艺术品信托资金运用分析

二、艺术品信托类别情况分析

第六节 艺术品信托到期清算情况

一、2013年艺术品信托清算情况

二、2014年艺术品信托清算情况

第七节 艺术品信托发展展望

一、艺术品信托面临的问题

二、艺术品信托前景展望

第十三章 中国艺术品保险市场分析

第一节 艺术品保险基本概述

一、艺术品保险的定义

二、艺术品保险的必要性

三、艺术品保险业务范围

四、艺术品保险积极意义

第二节 艺术品保险实施细节

一、艺术品保险公司的选择

二、艺术品保险投保流程

三、投保人常规风险类别

四、保单细节及保费确定

五、艺术品保险前置风险

六、出险后的修复及赔偿

七、失窃艺术品的处置

第三节 国内艺术品保险市场现状

- 一、艺术品保险发展进程
- 二、艺术品保险政策依据
- 三、艺术品保险市场空间
- 四、艺术品保险供需情况
- 五、艺术品保险外资进入情况

第四节 国内艺术品保险市场问题

- 一、艺术品真伪难辨
- 二、艺术品价值评估难题
- 三、保险公司服务缺失
- 四、艺术品保险风险难以分散
- 五、高额保费远超支付能力
- 六、私人藏品难投保
- 七、第三方鉴定认证机构匮乏

第五节 国外艺术品保险市场发展启示

- 一、要做到承保对象广泛
- 二、要有非常完整产业链
- 三、要有很强的承保能力
- 四、要倾力于防灾防损
- 五、投保和理赔的流程要简单

第六节 艺术品保险市场发展关键点

- 一、中国艺术品保险市场的运营
 - 1、专业艺术品核保
 - 2、专业艺术品理赔
 - 3、艺术品保险营销
- 二、艺术品保险市场产品研发
- 三、艺术品保险市场鉴定及评估
- 四、艺术品保险市场包装、运输及仓储
- 五、艺术品保险市场的修复
- 六、艺术品保险市场风险教育及理念教育
- 七、艺术品保险市场的国际化

第十四章 中国艺术品电子商务分析

第一节 艺术品电子商务可行性分析

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

第二节 艺术品电子商务发展现状

- 一、艺术品电商经营现状
 - 二、艺术品电商发展规模
 - 三、艺术品电商盈利模式
 - 1、佣金
 - 2、会费
 - 3、广告收入
 - 四、艺术品电商交易模式
 - 1、网上画廊
 - 2、网上拍卖
 - 3、网上商城
 - 4、网上信息流
 - 五、艺术品电商网站类型
 - 1、专营中国书画
 - 2、专营古玩网站
 - 3、专营当代艺术
 - 4、主营高端艺术复制品
 - 5、以"网上美术馆"介入电商
 - 6、以专业化、细分化经营策略网站
- ### 第三节 艺术品电子商务发展困境
- 一、赝品泛滥，公信力缺失
 - 二、投机严重，市场虚假繁荣
 - 三、支付、物流、保险体系不完善
 - 四、中高价艺术品不适合于电商

第十五章 中国艺术品区域市场分析

第一节 重点地区艺术品交易情况

一、北京

- 1、北京艺术区发展情况
- 2、艺术品交易市场特点
- 3、艺术品展览情况分析

二、上海

- 1、上海艺术区发展情况
- 2、艺术品交易市场特点
- 3、艺术品展览情况分析

三、广东

- 1、广东艺术区发展情况
- 2、艺术品交易市场特点

四、其他地区艺术品交易展览分析

- 1、浙江
- 2、江苏
- 3、山东
- 4、云南
- 5、湖北
- 6、四川
- 7、湖南
- 8、河南
- 9、台湾

第二节 国内重点艺术区发展分析

一、798艺术区

二、北京宋庄艺术区

三、草场地艺术区

四、深圳大芬油画村

五、深圳22艺术区

六、厦门乌石浦油画村

七、成都蓝顶当代艺术基地（AKLT）

部分图表目录：

图表：2011-2014年中国文物艺术品拍卖成交额

图表：2014年春拍艺术品投资风险系数排行

图表：2014年前10名最畅销中国艺术家

图表：2014年前10名在世国宝国画艺术家

图表：2014年前10名在世国宝油画艺术家

图表：2012年画廊100强

图表：2013年中国画廊分布地点比例

图表：2013中国画廊数量超过100家的省市分布

图表：2013年中国画廊总成交额分布

图表：2013年中国外资画廊比例

图表：运用自媒体进行宣传的画廊比例

图表：运用电商运营画廊比例

图表：2010-2014年博物馆数量及增长

图表：2010-2014年博物馆参观人次及增长

图表：2010-2014年博物馆文物藏品数量及增长

图表：2010-2014年博物馆从业人数及增长

图表：2010-2014年博物馆文物陈列展览数量及增长

图表：2010-2014年博物馆修复文物数及增长

图表：2010-2014年博物馆收入及增长

图表：2010-2014年博物馆支出及增长

图表：2010-2014年博物馆资产及增长

图表：2010-2014年博物馆实际使用房屋建筑面积及增长

图表：2010-2014年文物商店从业人数及增长

图表：2010-2014年文物商店文物藏品数及增长

图表：2010-2014年文物商店收入及增长

图表：2010-2014年文物商店支出及增长

图表：2010-2014年群众文化服务业机构数及增长

图表：2012年度海外地区各门类拍品成交数量分布图

图表：2012年度海外地区各门类拍品成交额分布图

图表：2013年秋拍北京保利拍卖有限公司专场 (成交率100%)

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/281822.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专业提供投资咨询报告、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。