

2018-2024年中国拍卖市场 深度评估与发展机遇研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国拍卖市场深度评估与发展机遇研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/N03827P0U4.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

拍卖也称竞买，“资本主义制度一种买卖方式”，这是79年版本辞海中的解释，相隔十年以后出了第二版，上面是这样说的：“拍卖也称竞买，商业中的一种买卖方式，卖方把商品卖给出价最高的人”，应该说这是一大进步，是改革开放的结果。拍卖品不是都是处理商品，外面很多拆房子，换季拍卖等，实质上是一种大甩卖、贱卖，我们所说的拍卖是一种高档次的行为，不是削价处理，价格是不固定的，必须要有二个以上的买主，要有竞争，价高者得，没有这三个条件的不能称为拍卖。

拍卖的三个基本特点（或基本条件）： 拍卖必须有两个以上的买主：即凡拍卖表现为只有一个卖主（通常由拍卖机构充任）而有许多可能的买主，从而得以具备使后者相互之间能就其欲购的拍卖物品展开价格竞争的条件。 拍卖必须有不断变动的价格：即凡拍卖皆非卖主对拍卖物品固定标价待售或买卖双方就拍卖物品讨价还价成交，而是由买主以卖主当场公布的起始价为基准另行应报价，直至最后确定最高价金为止。 拍卖必须有公开竞争的行为：即凡拍卖都是不同的买主在公开场合针对同一拍卖物品竞相出价，争购以图，而倘若所有买主对任何拍卖物品均无意思表示，没有任何竞争行为发生，拍卖就将失去任何意义。

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国拍卖市场深度评估与发展机遇研究报告》共八章。首先介绍了拍卖行业市场发展环境、拍卖整体运行态势等，接着分析了拍卖行业市场运行的现状，然后介绍了拍卖市场竞争格局。随后，报告对拍卖做了重点企业经营状况分析，最后分析了拍卖行业发展趋势与投资预测。您若想对拍卖产业有个系统的了解或者想投资拍卖行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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1章：中国拍卖行业背景 15

1.1 研究背景及方法 15

1.1.1 行业研究背景 15

1.1.2 行业研究方法 15

1.1.3 主要统计指标	16
1.1.4 专业名词解释	16
1.2 拍卖行业的定义	17
1.2.1 拍卖的定义及涵盖领域	17
1.2.2 拍卖的基本特点	18
1.2.3 拍卖业务流程分析	18
1.2.4 拍卖行业主要拍卖方式	19
1.2.5 拍卖行业经营范围	21
1.3 拍卖行业投资要点	21
1.3.1 拍卖行业佣金水平	21
1.3.2 拍卖行业主要风险	22
1.3.3 拍卖企业设立流程	23
1.4 拍卖企业资质评估指标分析	24
1.4.1 企业规范性	24
1.4.2 企业诚信度	25
1.4.3 企业可持续发展能力	26
1.4.4 企业经营规模	28
1.4.5 企业社会贡献	29
1.5 拍卖行业关联行业发展分析	31
1.5.1 资产管理行业发展分析	31
1.5.2 资产评估行业发展分析	31
1.5.3 土地储备行业发展分析	32
1.5.4 银行业相关业务发展分析	35
1.5.5 典当行业相关业务发展分析	38
第2章：中国拍卖行业运行环境分析	40
2.1 拍卖行业政策环境	40
2.1.1 行业主要法规分析	40
1 《中华人民共和国拍卖法》	40
2 《中华人民共和国文物保护法》	41
3 《文物艺术品拍卖规程》	41
4 《拍卖管理办法》	42

5 《设立分公司的规定》	43
6 《外商投资拍卖企业的规定》	45
7 其它相关法规	46
2.1.2 行业税收政策	46
2.1.3 行业监管政策	47
2.1.4 房地产宏观调控政策	47
2.1.5 相关土地政策	49
2.2 拍卖行业经济环境	51
2.2.1 消费者消费信心指数分析	51
2.2.2 行业与GDP走势相关性分析	52
2.2.3 宏观流动资金对拍卖行业的影响	53
2.2.4 国家宏观经济环境预测	54
2.2.5 “十三五”行业发展规划	55
1 文物事业“十三五”规划	55
2 房地产“十三五”规划	56
3 汽车业“十三五”规划	57
4 国土资源“十三五”规划	59
2.3 拍卖行业社会环境	60
2.3.1 国民奢侈品消费状况分析	60
2.3.2 国内私人财富投资状况分析	62
1 国内财富人群规模	62
2 国内私人财富分布	64
3 私人财富投资方式	65
第3章：拍卖行业发展状况分析	68
3.1 国际拍卖行业发展分析	68
3.1.1 国际拍卖行业市场规模分析	68
3.1.2 国际拍卖行业市场结构分析	68
3.1.3 国际上市拍卖企业发展分析	69
3.2 国际知名拍卖企业分析	70
3.2.1 佳士得拍卖行	70
1 企业发展状况简述	70

2	企业经营现状分析	71
3	企业业务范围分析	71
4	企业在华业务拓展分析	71
5	企业经营模式解析	72
3.2.2	苏富比拍卖行	72
1	企业发展状况简述	72
2	企业经营现状分析	72
3	企业业务范围分析	73
4	企业在华业务拓展分析	73
5	企业经营模式解析	74
3.2.3	其他国际拍卖企业在华业务扩张分析	74
3.3	国内拍卖行业经营状况分析	74
3.3.1	拍卖行业发展规模分析	74
3.3.2	拍卖行业业务结构分析	75
1	行业业务种类结构	75
2	行业业务来源结构	77
3	行业区域市场结构	78
3.3.3	拍卖行业细分市场贡献率分析	78
1	按种类细分业务贡献率	79
2	按来源细分业务贡献率	79
3.3.4	拍卖行业细分业务分析	80
1	司法委托拍卖业务	80
2	破产清算组业务	81
3.4	国内拍卖行业利润结构分析	82
3.4.1	拍卖行业拍卖品来源	82
3.4.2	拍卖行业收入结构	83
3.4.3	拍卖行业利润分析	83
3.5	国内拍卖行业竞争格局	84
3.5.1	第七次拍卖企业资质评定结果分析	84
3.5.2	拍卖企业分布现状分析	85
3.6	国内网络拍卖行业发展分析	85
3.6.1	中拍协网络拍卖平台分析	85

3.6.2 网络拍卖行业发展现状 86

1 客户群体 86

2 平台建设 86

3 交易规模 86

4 地区发展 86

5 法制监管 87

3.6.3 网络拍卖行业前景分析 87

1 网络环境分析 87

2 市场供求分析 88

3.7 拍卖行业案例分析 89

3.7.1 艺术品拍卖案例 89

3.7.2 土地使用权拍卖案例 89

3.7.3 汽车拍卖案例 90

3.7.4 网上拍卖案例 91

第4章：中国艺术品拍卖市场调研分析 92

4.1 海外艺术品拍卖市场发展分析 92

4.1.1 海外艺术品拍卖市场发展状况 92

4.1.2 艺术品拍卖市场国际环境分析 92

4.1.3 海外艺术品拍卖价格走势分析 94

4.1.4 海外艺术品拍卖市场结构分析 95

1 区域分布 95

2 拍行分布 96

3 门类分布 97

4 时期分布 98

4.1.5 海外艺术品拍卖市场发展趋势 99

4.1.6 海外艺术品拍卖市场动态分析 100

4.2 国内艺术品市场发展分析 101

4.2.1 艺术品行业政策与规范 101

4.2.2 艺术品市场规模分析 102

4.2.3 艺术品消费群体分析 103

4.2.4 艺术品市场结构分析 104

4.2.5 艺术品市场发展趋势	105
4.3 国内艺术品拍卖市场发展分析	106
4.3.1 艺术品拍卖市场发展现状	106
中国历年艺术品成交总额	
2015年艺术品成交额城市TOP10对比图	
2015纯艺术品成交额城市TOP10占比图	
4.3.2 艺术品拍卖专场情况分析	107
1春季专场	107
2秋季专场	108
4.3.3 艺术品市场交易规模分析	111
4.3.4 艺术品市场资金来源分析	112
4.3.5 艺术品区域交易市场分析	113
1北方拍卖市场	113
2南方拍卖市场	113
3香港拍卖市场	113
4.3.6 艺术品拍卖成交价格分析	114
4.3.7 主要拍卖艺术品内容分析	114
4.4 国内艺术品拍卖细分市场分析	116
4.4.1 艺术品拍卖细分市场结构分析	116
12016年春拍市场结构	116
22016年秋拍市场结构	117
3市场结构变化趋势	118
4.4.2 中国书画拍卖市场分析	119
1古代中国书画拍卖市场分析	120
2近现代中国书画拍卖市场分析	123
3当代中国书画拍卖市场分析	127
4中国书画拍卖市场主要趋势	131
4.4.3 中国瓷器杂项拍卖市场分析	134
1瓷器拍卖市场分析	135
1春季拍卖会	135
2秋季拍卖会	136

- 2杂项拍卖市场分析 137
 - 1雕刻艺术品市场 137
 - 2家具艺术品市场 138
 - 3古籍善本市场 139
 - 3瓷器及杂项拍卖市场主要趋势 139
 - 4.4.4 油画及当代艺术拍卖市场分析 140
 - 4.4.5 其他艺术品拍卖市场潜力分析 146
 - 4.5 国内艺术品拍卖市场区域竞争格局 147
 - 4.5.1 国内艺术品拍卖行业区域竞争格局分析 147
 - 1各拍卖区域市场规模对比分析 147
 - 2艺术品拍卖区域市场结构分析 148
 - 4.5.2 重点艺术品拍卖市场竞争力分析 149
 - 1京津唐拍卖市场竞争力分析 150
 - 2港澳台拍卖市场竞争力分析 151
 - 3长三角拍卖市场竞争力分析 152
 - 4.6 国内艺术品金融市场发展分析 152
 - 4.6.1 艺术品的投资属性分析 152
 - 4.6.2 艺术品的投资风险分析 153
 - 4.6.3 艺术品金融市场发展分析 153
 - 4.6.4 艺术品金融化瓶颈分析 154
 - 4.7 艺术品拍卖市场趋势与建议 155
 - 4.7.1 2016年艺术品拍卖市场现状 155
 - 1市场扩张迅速 155
 - 2香港仍具优势 155
 - 3龙头企业盛况 156
 - 4风险逐步积累 157
 - 4.7.2 艺术品拍卖市场发展趋势 158
 - 1宏观经济影响 158
 - 2资本的双重影响 159
 - 3细分领域走向 159
 - 4市场定位整合 159
 - 4.7.3 艺术品拍卖价格走势预测 160

第5章：中国公物及其他拍卖市场调研分析 162

5.1 国内非艺术品拍卖市场分析 162

5.1.1 非艺术品拍卖市场分析 162

5.1.2 非艺术品拍卖专场情况分析 162

5.2 国内房地产拍卖市场分析 163

5.2.1 房地产拍卖的界定 163

5.2.2 房地产拍卖行业业务来源 163

5.2.3 房地产拍卖程序分析 163

5.2.4 房地产市场运行分析 164

1 房地产开发投资完成情况 165

2 商品房销售情况 165

3 房地产开发企业资金来源情况 166

5.2.5 房地产拍卖市场规模 166

5.2.6 房地产拍卖优劣势分析 167

5.2.7 房地产拍卖行业发展趋势 168

5.2.8 房地产拍卖市场最新动向 168

5.3 国内机动车拍卖市场分析 169

5.3.1 机动车拍卖行业业务来源 169

5.3.2 机动车拍卖程序分析 169

5.3.3 机动车市场运行分析 171

5.3.4 机动车拍卖市场规模 172

5.3.5 机动车拍卖行业发展趋势 173

5.3.6 机动车拍卖市场最新动向 173

5.4 国内土地使用权拍卖市场分析 174

5.4.1 土地使用权拍卖行业业务来源 174

5.4.2 土地使用权拍卖程序分析 174

5.4.3 土地市场运行分析 175

5.4.4 土地使用权拍卖市场规模 175

5.4.5 土地使用权拍卖行业发展趋势 176

5.4.6 土地使用权拍卖市场最新动向 176

5.5 国内其他资产拍卖市场分析 177

5.5.1 股权!债权拍卖 177

5.5.2 无形资产拍卖 177

第6章：重点区域拍卖行业发展特点分析 179

6.1 传统拍卖省市发展分析 179

6.1.1 广东省拍卖行业发展分析 179

1 广东省拍卖行业发展规划 179

2 广东省拍卖行业配套政策 183

3 广东省拍卖行业现状分析 184

4 广东省拍卖行业发展机会 184

6.1.2 山东省拍卖行业发展分析 185

1 山东省拍卖行业发展规划 185

2 山东省拍卖行业配套政策 185

3 山东省拍卖行业现状分析 186

4 山东省拍卖行业发展机会 187

6.1.3 浙江省拍卖行业发展分析 189

1 浙江省拍卖行业发展规划 189

2 浙江省拍卖行业配套政策 189

3 浙江省拍卖行业现状分析 190

4 浙江省拍卖行业发展机会 191

6.1.4 北京市拍卖行业发展分析 192

1 北京市拍卖行业发展规划 192

2 北京市拍卖行业配套政策 193

3 北京市拍卖行业现状分析 194

4 北京市拍卖行业发展机会 194

6.1.5 江苏省拍卖行业发展分析 195

1 江苏省拍卖行业发展规划 195

2 江苏省拍卖行业配套政策 195

3 江苏省拍卖行业现状分析 196

4 江苏省拍卖行业发展机会 196

6.1.6 上海市拍卖行业发展分析 198

1 上海市拍卖行业发展规划 198

2上海市拍卖行业配套政策	198
3上海市拍卖行业现状分析	199
4上海市拍卖行业发展机会	199
6.2 新兴拍卖省市发展分析	201
6.2.1 四川省拍卖行业发展分析	201
1四川省拍卖行业发展规划	201
2四川省拍卖行业配套政策	201
3四川省拍卖行业现状分析	201
4四川省拍卖行业发展机会	201
6.2.2 辽宁省拍卖行业发展分析	202
1辽宁省拍卖行业发展规划	203
2辽宁省拍卖行业配套政策	203
3辽宁省拍卖行业现状分析	203
4辽宁省拍卖行业发展机会	204
6.2.3 安徽省拍卖行业发展分析	205
1安徽省拍卖行业发展规划	205
2安徽省拍卖行业配套政策	205
3安徽省拍卖行业现状分析	205
4安徽省拍卖行业发展机会	206
6.2.4 福建省拍卖行业发展分析	208
1福建省拍卖行业发展规划	208
2福建省拍卖行业配套政策	210
3福建省拍卖行业现状分析	211
4福建省拍卖行业发展机会	211
6.2.5 湖北省拍卖行业发展分析	213
1湖北省拍卖行业发展规划	213
2湖北省拍卖行业配套政策	213
3湖北省拍卖行业现状分析	213
4湖北省拍卖行业发展机会	215

第7章：中国拍卖行业主要拍卖企业经营分析 217

7.1 拍卖行业企业总体经营状况分析	217
--------------------	-----

7.2 拍卖行业企业个案经营状况分析 219

7.2.1 中国嘉德国际拍卖有限公司 219

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.2.2 北京保利国际拍卖有限公司 227

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.2.3 北京匡时国际拍卖有限公司 231

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.2.4 北京翰海拍卖有限公司 234

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.2.5 中国西泠印社拍卖有限公司 238

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.2.6 北京海士德国际拍卖有限公司 244

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.2.7 北京九歌国际拍卖有限公司 246

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.2.8 上海天衡拍卖有限公司 250

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析	
7.2.9 北京中嘉国际拍卖有限公司	252
(1) 企业发展简况分析	
(2) 企业经营情况分析	
(3) 企业经营优劣势分析	
7.2.10 南京经典拍卖有限公司	255
(1) 企业发展简况分析	
(2) 企业经营情况分析	
(3) 企业经营优劣势分析	
第8章：拍卖行业发展趋势与前景预测	349
8.1 拍卖行业市场风险分析	349 (ZY LII)
8.1.1 艺术品拍卖行业市场风险	349
8.1.2 房地产拍卖行业市场风险	349
8.1.3 机动车拍卖行业市场风险	350
8.1.4 土地使用权拍卖行业市场风险	351
8.2 拍卖行业存在的问题分析	352
8.2.1 行业运行机制	352
8.2.2 行业经营结构	352
8.2.3 行业人力资源	352
8.2.4 行业内外竞争	352
8.3 拍卖行业进入壁垒及退出机制	353
8.3.1 拍卖行业进入壁垒分析	353
8.3.2 拍卖行业退出机制分析	353
8.4 拍卖行业发展趋势	354
8.4.1 拍卖标的发展趋势分析	354
8.4.2 拍卖行业发展趋势分析	354
8.5 拍卖行业发展前景	355
8.5.1 拍卖行业细分市场发展前景	355
1 艺术品拍卖行业前景分析	355
2 房地产拍卖行业前景分析	356
3 机动车拍卖行业前景分析	357

- 4土地使用权拍卖行业前景分析 357
- 8.5.2 拍卖行业创新模式发展前景 357
- 8.6 拍卖行业发展建议 358
- 8.6.1 拍卖行业创新发展建议 358
- 8.6.2 拍卖行业细分市场建议 359
- 8.6.3 拍卖行业区域竞争建议 359
- 8.6.4 拍卖行业企业策略建议 360 (ZY LII)

图表目录：

- 图表1：2012-2016年拍卖行业发展走势单位：家，% 2
- 图表2：2013-2016年中国艺术品拍卖成交额增长情况单位：亿元 3
- 图表3：拍卖行业业务流程图 19
- 图表4：拍卖企业规范性评估表单位：分 25
- 图表5：拍卖企业诚信度评估表单位：分 25
- 图表6：拍卖企业可持续发展能力评估表单位：分 27
- 图表7：拍卖企业经营规模评估表单位：分 28
- 图表8：拍卖企业社会贡献评估表单位：分 30
- 图表9：2016年批准用地类型和地区分布单位：% 33
- 图表10：2013-2016年国有建设用地供应情况单位：万公顷 33
- 图表11：2013-2016年土地出让及招拍挂出让面积和价款变化情况单位：万公顷，千亿元 34
- 图表12：2016年全国房企土地储备排行榜单位：万平方米 35
- 图表13：2015-2016银行业金融机构不良余额和不良率走势图单位：亿元，% 36
- 图表14：2016年各季度银行业金融机构不良规模及占比情况单位：亿元，% 36
- 图表15：2016年商业银行不良分种类情况单位：亿元，% 36
- 图表16：2016年不同金融机构不良情况单位：亿元，% 38
- 图表17：2013.01-2016.11消费者信心指数走势 51
- 图表18：2013-2016年季度拍卖成交额增长率相对于GDP增长的放大效应单位：% 53
- 图表19：2013-2016年中国艺术品拍卖市场成交额增长率与M1增速对比单位：% 54
- 图表20：“十三五”期间新能源汽车发展战略目标 57
- 图表21：“十三五”期间政策层面发展新能源汽车的具体构想 59
- 图表22：2013-2016年中国高净值人群数量及构成单位：% 63
- 图表23：2013-2016年中国高净值人群的可投资资产规模及构成单位：% 63

图表24：2016年中国高净值人群的区域分布情况 64

图表25：中国高净值人群按职业与可投资资产规模细分单位：% 66

图表26：中国高净值细分人群在财富目标上的差异单位：% 66

图表27：中国高净值细分人群在风险偏好上的差异单位：% 67

图表28：中国高净值细分人群在资产配置上的差异单位：% 67

图表29：2016年国际上市拍卖公司经营情况单位：百万美元，% 70

图表30：2013-2016年苏富比经营情况单位：百万美元，% 73

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/N03827P0U4.html>