

2021-2027年中国艺术品市场运营态势与投资策略分析报告

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

《2021-2027年中国艺术品市场运营态势与投资策略分析报告》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/wenhuatiyu/S57750MNHI.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

艺术品是艺术家智力劳动成果的结晶。它作为一种特殊商品流通于艺术市场，与其他商品相同的是，它也具备普通商品的基本属性：使用价值和价值；不同的是，艺术品的使用价值体现在精神层面而不是物质层面上，它是以满足人们的某种审美需要和精神需要为目的的。因此，艺术品的使用价值受到主观因素的影响极大。

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国艺术品市场运营态势与投资策略分析报告》共十七章。首先介绍了艺术品行业市场发展环境、艺术品整体运行态势等，接着分析了艺术品行业市场运行的现状，然后介绍了艺术品市场竞争格局。随后，报告对艺术品做了重点企业经营状况分析，最后分析了艺术品行业发展趋势与投资预测。您若想对艺术品产业有个系统的了解或者想投资艺术品行业，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

三、全球艺术品拍卖价格走势

四、全球艺术品拍卖市场结构

第三节欧美典型艺术品市场分析

一、纽约

二、伦敦

三、巴黎

第四节全球知名艺术品拍卖行分析

- 一、苏富比拍卖行
- 二、佳士得拍卖行
- 三、菲利普斯拍卖行
- 四、邦瀚斯拍卖行

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*卡尔德（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

四、艺术品投资考虑因素

五、艺术品投资信息来源

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

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

第三节国际艺术市场的中国身影

一、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

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

六、艺术品进出境的限制

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
- 二、中国艺术品市场发展状态
- 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、2015-2019年中国油画投资收益率
- 二、2015-2019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）

十一、朱德群（1920-2014）

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、何家英

五、靳尚谊

六、崔如琢

七、黄永玉

八、史国良

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

第二节瓷器杂项

一、瓷器杂项艺术品市场结构

二、影响瓷器艺术品价格的因素

三、影响瓷器艺术品价格的分析工具

四、瓷器杂项主要类别概述

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

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

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、2018年画廊100强分析

二、2019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

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

二、博物馆经营指标分析

三、文物商店经营分析

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

二、公众满意度因素分析

三、岗位管理与制度创新分析

四、公共文化服务方式创新分析

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

二、艺术馆要树立科学发展观的理念

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

三、艺术品拍卖市场结构分析

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

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、2019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、2018年油画及当代艺术拍卖市场

二、2019年油画及当代艺术拍卖市场

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

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

四、艺术品证券交易风险分析

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

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

二、艺术品信托运行机制

三、艺术品信托立法现状

四、艺术品信托的监管

五、艺术品信托准入与退出制度

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、2018年艺术品信托清算情况

二、2019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

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

四、艺术品电商交易模式

五、艺术品电商网站类型

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
- 二、上海
- 三、广东
- 四、其他地区艺术品交易展览分析

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

第十六章中国艺术品交易平台及机构分析

第一节典型艺术品交易中心分析

- 一、北京天宝润德古玩文物艺术会展中心
- 二、北京皇城艺术品交易中心
- 三、上海古雅艺术品交易中心
- 四、上海誉宝艺术品交易中心
- 五、无锡耘林艺术品交易中心
- 六、雁塔艺术品交易中心
- 七、厦门国际艺术品金融交易中心

第二节国内外艺术品博览会分析

- 一、巴塞尔国际艺术博览会（ArtBasel）
- 二、欧洲艺术古董博览会（TEFAF）
- 三、香港巴塞尔艺术展（香港国际艺术展）

- 四、香港国际古玩及艺术品博览会
- 五、亚洲艺术博览会
- 六、中国艺术博览会
- 七、艺术北京博览会（ArtBeijing）
- 八、中艺博国际画廊博览会（CIGE）
- 九、中国艺术品产业博览会
- 十、中国书画艺术品博览会
- 十一、上海双年展
- 十二、上海艺术博览会
- 十三、广州艺术品交易博览会
- 十四、西湖艺术博览会
- 十五、中国—东盟（广西）艺术品交易博览会
- 十六、中国（兰州）艺术品收藏博览会
- 十七、西部国际艺术品、礼品、收藏品博览会

第三节国内重点艺术馆分析

- 一、故宫博物院
- 二、中国美术馆
- 三、中央美术学院美术馆
- 四、北京画院美术馆
- 五、尤伦斯当代艺术中心
- 六、上海当代艺术馆
- 七、上海当代艺术博物馆
- 八、民生现代美术馆
- 九、广东时代美术馆
- 十、广东美术馆
- 十一、深圳美术馆
- 十二、何香凝美术馆
- 十三、江苏省美术馆
- 十四、湖北美术馆
- 十五、成都当代美术馆
- 十六、今日美术馆

第四节国内艺术品拍卖公司分析

- 一、中国嘉德国际拍卖有限公司
- 二、北京保利国际拍卖有限公司
- 三、北京翰海拍卖有限公司
- 四、西泠印社拍卖有限公司
- 五、北京匡时国际拍卖有限公司
- 六、中贸圣佳国际拍卖有限公司
- 七、北京华辰拍卖有限公司
- 八、北京荣宝拍卖有限公司
- 九、上海朵云轩拍卖有限公司
- 十、北京诚轩拍卖有限公司

第五节典型艺术品电商网站分析

- 一、雅昌艺术网
- 二、嘉德在线
- 三、赵涌在线
- 四、博宝网
- 五、99艺术网

第六节国内重点艺术品保险企业分析

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

第十七章 2021-2027年中国艺术品行业投资分析

第一节中国艺术品市场前景展望

- 一、艺术创作前景
- 二、艺术品投资前景
- 三、艺术品拍卖前景

第二节中国艺术品投资周期分析

第三节中国艺术品投资主要特征

- 一、艺术品资产化
- 二、艺术品投资全民化
- 三、艺术品投资资本化、金融化

四、艺术品投资单一化、符号化

五、艺术品投资全球化、国际化

第四节中国艺术品行业投资风险

一、经济周期性风险

二、政策法规性风险

三、艺术品交易风险

四、艺术品真伪风险

五、艺术品价值风险

六、艺术品价格风险

七、艺术品金融产品风险

第五节中国艺术品投资风险控制策略

一、基于投资原则的风险控制策略

二、基于技术手段的风险控制策略

三、基于制度保障的风险控制策略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/S57750MNHI.html>