

2017-2022年中国艺术品市场深度分析及投资战略 研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国艺术品市场深度分析及投资战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201609/452308.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

艺术品(artwork)，一般指造型艺术的作品。一般的艺术品可视为含有两个成分：一是作品上的线、形、色、光、音、调的配合，寻常称为‘形式的成分’或‘直接的成分’；一是题材，寻常称为‘表现的成分’或‘联想的成分’。

2016年1-6月中国艺术品、收藏品及古董出口金额为306,698千美元，同比增长31%。2016年1-6月中国艺术品、收藏品及古董出口量统计表如下表所示：

2016年1-6月中国艺术品、收藏品及古董出口量统计表	月份	金额（千美元）
金额同比（%）	1月 93723 128.8	2月 17402 -29.7
	3月 15873 -16.1	4月 75479 13.7
	5月 76741 97.6	6月 39573 -16.7

数据来源：中国海关，智研咨询整理

2016年1-6月中国艺术品、收藏品及古董出口金额统计图

资料来源：中国海关，智研咨询整理

智研咨询发布的《2017-2022年中国艺术品市场深度分析及投资战略研究报告》共十七章。首先介绍了艺术品产业相关概念及发展环境，接着分析了中国艺术品行业规模及消费需求，然后对中国艺术品行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国艺术品行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国艺术品行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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、2015年中国油画投资收益率135
 - 二、2015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202

第六节 国内画廊百强竞争力分析204

一、2014年画廊100强分析204

二、2015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) 2013年春拍市场成交额243
 - (二) 2013年秋拍市场成交额244
 - (三) 2014年春拍市场成交额245
 - (四) 2014年秋拍市场成交额246
 - (五) 2015年春拍市场成交额247
 - 三、艺术品拍卖市场结构分析248
 - (一) 2015年艺术品春拍市场结构248
 - (二) 2015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、2015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、2015年春书画拍卖市场分析271

七、2015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、2015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、2014年油画及当代艺术拍卖市场290

二、2015年油画及当代艺术拍卖市场291

(一) 2015年春拍市场291

(二) 2015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、2015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、姒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 2017-2022年中国艺术品行业投资分析515 (ZY CW)
 - 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 2013-2016年全球拍卖行成交金额31
- 图表2 2013-2016年美术类艺术品拍卖成交总额31
- 图表3 2013-2016年全球艺术品拍卖价格指数变化趋势图32
- 图表4 2015年按国家划分美术类艺术品拍卖成交总额33
- 图表5 2013-2016年艺术品销售价格区间分析图34
- 图表6 2015年全球艺术品拍卖额按拍卖行分布35
- 图表7 2013-2016年全球艺术品拍卖额（美术类）按艺术品门类分布37
- 图表8 2013-2016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

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201609/452308.html>