

2015-2020年中国艺术品拍 卖市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国艺术品拍卖市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitaxiuxian1411/Q87504F31F.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-11-08

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国艺术品拍卖市场分析与投资前景研究报告》共九章。介绍了艺术品拍卖行业相关概述、中国艺术品拍卖产业运行环境、分析了中国艺术品拍卖行业的现状、中国艺术品拍卖行业竞争格局、对中国艺术品拍卖行业做了重点企业经营状况分析及中国艺术品拍卖产业发展前景与投资预测。您若想对艺术品拍卖产业有个系统的了解或者想投资艺术品拍卖行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

艺术品有多种不同分类方法，在艺术品拍卖行业，一般把艺术品大致分为：中国书画（古代、近现代、当代）、瓷杂（瓷器、杂项）、油画及当代艺术和其他等大类。

2012年，中国艺术品拍卖市场总成交额达632.71亿元，同比下降34.67%；2013年，中国艺术品拍卖市场总成交额为644.63亿元，同比增加1.88%。

2013年，中国书画板块成交总额为354亿元，占市场份额54.92%；作品上拍360335件，同比上一年度增长64278件，成交了160544件。2013年度，瓷器杂项市场共计上拍155163件，成交69480件，较2012年分别增长6046件和4717件，成交额达163.31亿元，同比减少了18.56亿元。2013年该板块上拍21118件，比2012年增加2789件；成交12953件，比2012年增加2483件，成交额比2012年度增幅14.72%，为63.94亿元。

拍卖电子商务平台的搭建，也有利于为低端拍品、新人新作提供一个比传统拍卖大的多的交易平台和受众群落。电子商务互动便捷，可以随时随地形成交易等种种传统商务模式所不具备的特点，这不仅有利于推动拍卖交易规模的扩张，拍卖行业多元化发展。可以说，受到淘宝网启示、甚至正在和淘宝网合作的艺术电子商务必将为中国艺术品交易翻开新篇章，形成新格局。

报告目录：

第一章 艺术品拍卖行业相关概述 13

第一节 艺术品相关概述 13

一、艺术品的定义 13

二、艺术品的分类 13

第二节 拍卖行业相关概述 13

一、拍卖的相关定义 13

二、拍卖的基本特点 14

三、拍卖业务流程分析 14

四、拍卖行主要拍卖方式 16

五、拍卖行一般经营范围 17

第三节 艺术品拍卖相关概述 17

一、艺术品拍卖的定义 17

二、艺术品拍卖的形式 18

三、艺术品拍卖的功能 18

四、艺术品拍卖的作用 19

第二章 全球艺术品拍卖市场概况 21

第一节 全球艺术品拍卖市场分析 21

一、艺术品拍卖市场国际环境 21

二、全球艺术品拍卖市场规模 21

第二节 全球知名艺术品拍卖行分析 22

一、苏富比拍卖行 22

（一）企业发展概况 22

（二）拍卖成交金额 22

（三）主要拍卖作品 23

（四）企业最新动态 23

二、佳士得拍卖行 24

（一）企业发展概况 24

（二）拍卖成交金额 24

（三）主要拍卖作品 25

（四）企业最新动态 26

三、菲利普斯拍卖行 27

（一）企业发展概况 27

（二）拍卖成交金额 27

（三）主要拍卖作品 27

（四）企业最新动态 28

四、邦瀚斯拍卖行 29

（一）企业发展概况 29

（二）拍卖成交金额 29

(三) 主要拍卖作品 29

(四) 企业最新动态 30

第三节 2013年全球十大艺术家 30

一、全球十大艺术家成交排行 30

二、十大艺术家作品交易情况 32

(一) 安迪·沃霍尔 (1928-1987年) 32

(二) 巴勃罗·毕加索 (1881-1973年) 33

(三) 张大千 (1899-1983年) 34

(四) 让-米歇尔·巴斯奎特 (1960-1988年) 35

(五) 齐白石 (1864-1957年) 36

(六) 朗西斯·培根 (1909-1992年) 37

(七) 格哈德·里希特 (生于1932年) 37

(八) 罗伊·利希滕斯坦 (1923-1997年) 38

(九) 赵无极 (1921-2013年) 39

(十) 克劳德·莫奈 (1840-1926年) 40

第三章 中国艺术品拍卖行业发展环境分析 41

第一节 2013年中国宏观经济环境分析 41

一、中国GDP增长情况分析 41

二、工业经济发展形势分析 42

三、社会固定资产投资分析 43

四、全社会消费品零售总额 44

五、城乡居民收入增长分析 46

六、居民消费价格变化分析 47

七、对外贸易发展形势分析 48

第二节 艺术品拍卖行业政策环境分析 49

一、艺术品拍卖行业监管体制 49

二、艺术品拍卖相关法律法规 50

(一) 《中华人民共和国拍卖法》 50

(二) 《文物拍卖管理暂行规定》 58

(三) 《文物艺术品拍卖规程》 61

(四) 《拍卖管理办法》 70

(五)《外商投资拍卖企业的规定》 81

(六)《中国文物艺术品拍卖企业自律公约》 83

三、拍卖行业相关税收政策 86

第三节 艺术品拍卖行业社会环境分析 88

一、人口环境分析 88

二、教育环境分析 89

三、文化环境分析 90

四、科技环境分析 91

五、生态环境分析 92

六、中国城镇化率 93

第四章 中国艺术品市场发展概况 94

第一节 艺术品市场发展分析 94

一、中国艺术品市场发展历程 94

二、中国艺术品市场发展状态 95

三、国内艺术品消费群体分析 96

四、艺术品市场发展基本特征 96

五、艺术品市场发展趋势分析 97

第二节 艺术品市场交易运作方式 98

一、拍卖市场交易 98

二、通过画廊或艺术博览会交易 98

三、通过私人藏家或捐客进行交易 99

四、通过艺术家工作室或本人交易 99

第三节 艺术品市场运行分析 99

一、艺术品市场结构分析 99

二、艺术品市场稳定发展 99

三、艺术品市场重整布局 100

四、艺术品市场规模分析 100

第四节 私人消费人群艺术品投资分析 101

一、艺术品投资品类 101

二、艺术品投资持有时间 102

三、艺术品投资途径 103

- (一) 国内购买 103
- (二) 拍卖行 103
- (三) 海外购买 103
- (四) 经纪委托代理 103
- (五) 金融机构 103

四、艺术品投资考虑因素 103

- (一) 稀缺性 103
- (二) 艺术家知名度 104
- (三) 艺术品风格 104
- (四) 个人喜好 104
- (五) 价格 104
- (六) 专业人士意见 104
- (七) 市场走势 105

五、艺术品投资信息来源 105

- (一) 朋友推介 105
- (二) 社交活动 105
- (三) 俱乐部或协会 105
- (四) 专家介绍 105
- (五) 专业书籍 105
- (六) 经纪推荐 105
- (七) 其他渠道 106

第五章 中国拍卖市场发展分析 107

第一节 中国拍卖行业发展现状 107

- 一、中国拍卖行业发展概述 107
- 二、拍卖企业资质评定情况 108
- 三、拍卖行业政策基本稳定 108

第二节 国内拍卖行业市场竞争状况 109

- 一、国内拍卖市场竞争形式分析 109
- 二、拍卖企业激增市场竞争加剧 110
- 三、拍卖行梯队差异化竞争显现 110

第三节 2013年拍卖行业经营状况 111

一、国内拍卖成交规模分析	111
二、拍卖行业业务结构分析	111
(一) 拍卖业务种类结构分析	111
(二) 拍卖业务来源结构分析	112
(三) 拍卖区域市场结构分析	113
三、2013年按种类细分业务经营状况	114
(一) 房地产拍卖业务分析	114
(二) 机动车拍卖业务分析	115
(三) 文物艺术品拍卖分析	116
(四) 农产品拍卖业务分析	118
(五) 股权债权拍卖业务分析	119
(六) 无形资产拍卖业务分析	120
四、2013年按业务来源细分经营状况	120
(一) 法院委托拍卖业务分析	121
(二) 个人委托拍卖业务分析	121
(三) 政府部门委托拍卖业务	122
(四) 金融机构委托拍卖业务	122
(五) 破产清算拍卖业务分析	123
(六) 其他机构委托拍卖业务	123
五、拍卖行业细分市场贡献率	123
(一) 拍卖业务佣金情况分析	123
(二) 拍卖行业税收社会贡献	124
第四节 拍卖存在问题及发展策略	125
一、拍卖行业发展存在的问题	125
(一) 拍卖法律法规仍不完善	125
(二) 从业人员整体素质不高	125
(三) 政府部门职能定位不明	125
(四) 拍卖市场恶性竞争严重	126
二、拍卖行业发展策略及建议	126
(一) 健全完善拍卖行业法律体系	126
(二) 培养和造就高素质拍卖人才	126
(三) 转变政府职能为拍卖业服务	126

（四）加快拍卖企业建设拓展市场 127

第六章 中国艺术品拍卖市场发展分析 128

第一节 中国艺术品拍卖市场概述 128

一、中国艺术品拍卖的历史 128

二、艺术品拍卖市场发展现状 128

三、艺术品拍卖企业经营特点 130

四、中国艺术品拍卖发展趋势 132

第二节 国内艺术品拍卖市场分析 133

一、艺术品拍卖成交情况分析 133

（一）2011年春拍市场成交额 133

（二）2011年秋拍市场成交额 133

（三）2012年春拍市场成交额 134

（四）2012年秋拍市场成交额 135

（五）2013年春拍市场成交额 136

（六）2013年秋拍市场成交额 137

二、艺术品拍卖市场规模分析 138

三、艺术品拍卖市场结构分析 138

（一）2012年艺术品春拍市场结构 138

（二）2012年艺术品秋拍市场结构 139

（三）2013年艺术品春拍市场结构 141

（四）2013年艺术品秋拍市场结构 143

（五）艺术品市场结构发展趋势 144

四、国内不同价格艺术品拍品数量 145

五、2013年春拍不同价格艺术品拍品 146

六、2013年秋拍不同价格艺术品拍品 148

第三节 国内书画拍卖市场分析 151

一、国内书画拍卖市场总体状况 151

二、古代中国书画拍卖市场分析 151

三、近现代书画拍卖市场分析 152

四、中国当代书画拍卖市场分析 153

五、书画名家作品拍卖市场分析 154

(一) 张大千书画市场行情分析	154
(二) 齐白石书画市场行情分析	155
(三) 徐悲鸿书画市场行情分析	155
(四) 李可染书画市场行情分析	155
(五) 黄胄书画市场行情分析	156
六、2013年春书画拍卖市场分析	156
七、2013年秋书画拍卖市场分析	159
第四节 瓷器杂项拍卖市场分析	162
一、国内瓷器拍卖市场趋于稳定	162
二、瓷器杂项类成交情况分析	162
三、瓷器杂项的多元发展趋势	163
四、瓷器杂项地区发展情况	163
五、2013年瓷器拍卖市场行情	164
(一) 瓷器：高端拍品价格坚挺	164
(二) 杂项：高价频出热点颇多	165
第五节 国内古琴拍卖市场分析	167
一、古琴拍卖市场发展历程	167
二、申遗成功古琴成新宠	168
三、古琴高价频现因素分析	168
四、国内古琴拍卖市场分析	169
五、古琴拍卖市场前景分析	170
第六节 古典家具拍卖市场分析	171
一、古典家具特质及投资特点	171
二、古典家具现身各级拍卖场	171
三、古典家具拍卖市场行情分析	173
四、国内古典家具拍卖创新高	173
五、黄花梨家具拍卖市场分析	174
第七节 油画及当代艺术拍卖市场	176
一、2012年油画及当代艺术拍卖市场	176
二、2013年油画及当代艺术拍卖市场	177
(一) 2013年春拍市场	177
(二) 2013年秋拍市场	180

第八节 艺术品拍卖区域竞争情况分析 187

一、港澳台拍卖市场竞争力分析 187

二、京津唐拍卖市场竞争力分析 188

三、长三角拍卖市场竞争力分析 188

四、珠三角拍卖市场竞争力分析 189

第七章 中国重点艺术品拍卖企业分析 190

第一节 中国嘉德国际拍卖有限公司 190

一、企业基本情况 190

二、企业组织架构 190

三、企业业务范围 191

四、企业拍卖业绩 191

五、企业发展动态 194

第二节 北京保利国际拍卖有限公司 194

一、企业基本情况 194

二、企业组织架构 194

三、企业业务范围 195

四、企业拍卖业绩 195

五、企业发展动态 196

第三节 北京翰海拍卖有限公司 198

一、企业基本情况 198

二、企业组织架构 198

三、企业业务范围 198

四、企业拍卖业绩 199

五、企业发展动态 199

第四节 西泠印社拍卖有限公司 200

一、企业基本情况 200

二、企业组织架构 200

三、企业业务范围 201

四、企业拍卖业绩 201

五、企业发展动态 202

第五节 北京匡时国际拍卖有限公司 202

一、企业基本情况	202
二、企业组织架构	202
三、企业业务范围	203
四、企业拍卖业绩	203
五、企业发展动态	203
第六节 中贸圣佳国际拍卖有限公司	204
一、企业基本情况	204
二、企业组织架构	204
三、企业业务范围	205
四、企业拍卖业绩	206
五、企业发展动态	206
第七节 北京华辰拍卖有限公司	206
一、企业基本情况	206
二、企业组织架构	207
三、企业业务范围	207
四、企业拍卖业绩	207
五、企业发展动态	208
第八节 北京荣宝拍卖有限公司	208
一、企业基本情况	208
二、企业组织架构	208
三、企业业务范围	209
四、企业拍卖业绩	209
五、企业发展动态	210
第九节 上海朵云轩拍卖有限公司	210
一、企业基本情况	210
二、企业业务范围	210
三、企业拍卖业绩	210
四、企业发展动态	211
第十节 北京诚轩拍卖有限公司	211
一、企业基本情况	211
二、企业组织架构	211
三、企业业务范围	212

四、企业拍卖业绩 212

第八章 中国艺术品拍卖公司经营策略分析 213

第一节 艺术品拍卖公司客户管理 213

一、客户管理理论的形成与内涵 213

二、艺术品拍卖公司客户管理需要 214

第二节 艺术品拍卖公司客户及其管理现状 215

一、客户的规模及构成情况分析 215

二、客户关系发生及其管理流程 217

第三节 艺术品拍卖公司客户管理基本架构 217

一、理念培育 217

二、制度设计 218

三、技术支持 219

四、学术引导 220

第九章 博思数据关于中国艺术品行业投资分析 223

第一节 艺术品拍卖市场前景展望 223

一、艺术创作前景 223

二、艺术品投资前景 223

三、艺术品拍卖前景 224

第二节 艺术品拍卖市场规模预测 225

第三节 艺术品拍卖行业投资风险分析 226

一、宏观经济风险 226

二、法律政策风险 226

三、交割能力风险 227

四、拍卖欺诈风险 227

五、赝品风险分析 228

六、投资周期风险 228

第四节 艺术品投资风险控制策略 228

一、基于投资原则的风险控制策略 228

（一）避免“羊群效应” 228

（二）避免“贪心不足” 229

(三) 避免“追涨杀跌” 229

二、基于技术手段的风险控制策略 229

(一) 分散投资 229

(二) 分批介入 230

(三) 长期持有 230

(四) 建立艺术专家顾问团队 230

三、基于制度保障的风险控制策略 231

(一) 建立画家投资指数等级 231

(二) 建立艺术保险体系 232

(三) 健全艺术品投资基金 232

第五节 艺术品拍卖行业投资机会分析 232

一、艺术品拍卖成外资首选领域 232

二、未来玉器拍卖市场前景看好 233

三、古籍投资收藏市场机会分析 234

图表目录

图表 1 委托拍卖程序 15

图表 2 拍卖竞买流程示意图 16

图表 3 拍卖行主要拍卖方式 16

图表 4 2011-2013年全球艺术品拍卖市场规模 22

图表 5 2008-2013年苏富比拍卖行拍卖成交金额 23

图表 6 协和医院系列之三 26

图表 7 菲利普斯拍卖行主要拍卖作品 28

图表 8 2013年全球十大艺术家作品成交额 31

图表 9 2008-2013年中国国内生产总值及增长变化趋势图 42

图表 10 2013年国内生产总值构成及增长速度统计 42

图表 11 2013年规模以上工业增加值及增长速度趋势图 43

图表 12 2008-2013年中国全社会固定资产投资增长趋势图 44

图表 13 2008-2013年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 45

图表 14 2013年中国主要消费品零售额及增长速度统计 46

图表 15 2008-2013年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 47

图表 16 2008-2013年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图 47

图表 17 2013年中国居民消费价格月度变化趋势图 48

图表 18 2008-2013年中国进出口总额增长趋势图 49

图表 19 2008-2013年中国人口总量增长趋势图 88

图表 20 2013年中国人口数量及其构成情况统计 88

图表 21 2006-2013年中国各级各类学校招生人数统计 90

图表 22 2008-2015年中国城镇化率变化趋势图 93

图表 23 艺术品投资品类 102

图表 24 艺术品投资持有时间 102

图表 25 2010-2013年中国拍卖成交额同比增速与GDP增速对比图 107

图表 26 2008-2013年中国拍卖行业成交总额 111

图表 27 2013年各类拍卖业务成交额比重 112

图表 28 2011-2013年委托结构情况 113

图表 29 2011-2013年中国东、中、西部地区成交额 114

图表 30 2010-2013年房地产拍卖业务成交状况统计 115

图表 31 2010-2013年机动车拍卖业务成交状况统计 116

图表 32 2010-2013年文物艺术品拍卖业务成交状况统计 117

图表 33 2010-2013年农产品拍卖业务成交状况统计 119

图表 34 2010-2013年股权、债券拍卖成交总额统计 120

图表 35 2010-2013无形资产拍卖成交总额统计 120

图表 36 2009-2013法院委托拍卖成交额统计 121

图表 37 2009-2013个人委托拍卖成交额统计 121

图表 38 2009-2013政府部门委托拍卖成交额统计 122

图表 39 2009-2013金融机构委托拍卖成交额统计 122

图表 40 2009-2013年破产清算委托拍卖成交额统计 123

图表 41 2009-2013年其他机构委托拍卖成交额统计 123

图表 42 2010-2013年中国拍卖行业佣金情况统计 124

图表 43 2013年各类拍卖业务佣金状况 124

图表 44 中国艺术品拍卖市场成交情况 133

图表 45 中国艺术品拍卖市场成交情况 134

图表 46 2012年春中国艺术品拍卖市场成交情况 135

图表 47 2012年秋中国艺术品拍卖市场成交情况 136

图表 48 2013年春中国艺术品拍卖状况 137

图表 49 2013年秋中国艺术品拍卖状况 137

图表 50 2009-2013年中国艺术品拍卖市场规模 138

图表 51 2012年春拍各艺术品类成交额占比 139

图表 52 2012年秋各艺术品类成交额占比 140

图表 53 2012年秋各艺术品类成交量占比 141

图表 54 2013年春各艺术品类成交额占总成交额比例图 142

图表 55 2013年春各艺术品类成交数量占总成交数量比例图 142

图表 56 2013年秋艺术品类成交额占总成交额 143

图表 57 2013年秋各艺术品类成交数量占比 144

图表 58 2009-2013年不同价格区间中国艺术品拍品数量 145

图表 59 2013年春不同价格区间中国艺术品成交额分布表 146

图表 60 2013年春五千万以上拍品盘点 147

图表 61 明末/清18世纪黄花梨架几案 148

图表 62 2013年秋不同价格区间成交额占比 149

图表 63 2013年秋不同价格区间成交数量占比 149

图表 64 2013年秋五千万元以上拍品盘点 149

图表 65 赵无极1958年作抽象 150

图表 66 2013年春各地区中国书画上拍数量比例图 157

图表 67 2013年春各地区中国书画成交金额比例图 157

图表 68 北京匡时2013年春拍“中国古代书法”专场TOP10 158

图表 69 2013年秋各地区中国书画上拍量占比 160

图表 70 2013年秋各地区中国书画成交金额比例 161

图表 71 2013年秋入围中国艺术品拍卖TOP20的中国古代书画榜单 161

图表 72 近年古琴拍卖TOP20榜单 170

图表 73 2013年春黄花梨拍卖情况统计 175

图表 74 2013年春各地区油画及当代艺术上拍数量比例图 178

图表 75 2013年春各地区油画及当代艺术成交金额比例图 179

图表 76 2013年春入围中国艺术品拍卖TOP100的油画及当代艺术名单 179

图表 77 2013年秋各地区瓷器杂项上拍数量比例图 181

图表 78 2013年秋各地区瓷器杂项成交金额比例图 181

图表 79 2013年秋入围中国艺术品拍卖TOP100的油画及当代艺术榜单 185

图表 80 中国嘉德国际拍卖有限公司组织机构图 191

图表 81 中国嘉德国际拍卖有限公司业务范围	191
图表 82 北京保利国际拍卖有限公司部门设置	195
图表 83 西泠印社拍卖有限公司业务范围	201
图表 84 2009-2013年西泠印社拍卖有限公司拍卖成交金额统计	201
图表 85 北京匡时国际拍卖有限公司业务部门	202
图表 86 中贸圣佳国际拍卖有限公司组织架构图	205
图表 87 北京华辰拍卖有限公司业务部门	207
图表 88 2009-2013年北京华辰拍卖有限公司成交统计	207
图表 89 2008-2013年上海朵云轩拍卖有限公司成交金额统计	210
图表 90 2010-2013年北京诚轩拍卖有限公司拍卖成交情况	212
图表 91 2015-2020年中国艺术品拍卖市场规模预测	

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitaxiuxian1411/Q87504F31F.html>