2019年中国艺术品市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测

报告大纲

观研报告网
www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国艺术品市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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：http://baogao.chinabaogao.com/feijinshu/461704461704.html

报告价格：电子版: 8200元　纸介版：8200元　电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联 系 人: 客服

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

【报告大纲】

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
（一）按国家市场结构分析
（二）按成交价格区间分析
（三）按拍卖行的市场结构
（四）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
（一）纽约艺术品市场特点
（二）纽约艺术品市场规模
（三）主要艺术品成交情况
二、伦敦
（一）伦敦艺术品市场特点
（二）伦敦艺术品市场规模
（三）主要艺术品成交情况
三、巴黎
（一）巴黎艺术品市场特点
（二）巴黎艺术品市场规模
（三）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
（一）企业发展概况
（二）拍卖成交金额
（三）主要拍卖作品

（四）企业最新动态
二、佳士得拍卖行
（一）企业发展概况
（二）拍卖成交金额
（三）主要拍卖作品
（四）企业最新动态
三、菲利普斯拍卖行
（一）企业发展概况
（二）拍卖成交金额
（三）主要拍卖作品
（四）企业最新动态
四、邦瀚斯拍卖行
（一）企业发展概况
（二）拍卖成交金额
（三）主要拍卖作品
（四）企业最新动态
第五节 西方艺术家作品交易情况
一、安迪沃霍尔
二、巴勃罗毕加索
三、格哈德里希特
四、马克罗斯科
五、弗朗西斯培根
六、让-米切尔巴斯奎特
七、胡安米罗
八、亚历山大卡尔德）
九、爱德华蒙克
十、克劳德61莫奈

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
（一）国内购买
（二）拍卖行
（三）海外购买
（四）经纪委托代理
（五）金融机构
四、艺术品投资考虑因素
（一）稀缺性
（二）艺术家知名度
（三）艺术品风格
（四）个人喜好
（五）价格
（六）专业人士意见
（七）市场走势
五、艺术品投资信息来源
（一）朋友推介
（二）社交活动
（三）俱乐部或协会
（四）专家介绍

（五）专业书籍
（六）经纪推荐
（七）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
（一）知识面宽
（二）眼力好
（三）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
（一）香港
（二）澳门
（三）台湾
（四）日本
（五）英国
（六）法国
（七）美国
（八）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
（一）新古董出口——风险重重
（二）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
（一）《个人所得法》相关规定
（二）《公益事业捐赠法》及捐赠的免税规定
（三）《艺术品市场管理条例》
六、艺术品进出境的限制
（一）《美术品经营管理办法》
（二）《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、艺术品消费者权利保护
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、2016-2019年中国油画投资收益率
二、2016-2019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
二、齐白石
三、黄胃
四、徐悲鸿
五、陆俨少
六、赵无极
七、傅抱石

八、黄宾虹
九、李可染
十、吴冠中
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
（一）古代国画
（二）近代国画
（三）当代国画
（四）古代书法
（五）近代书法
（六）当代书法
第二节 瓷器杂项
一、瓷器杂项艺术品市场结构
（一）瓷器艺术品市场供需结构
（二）瓷器艺术品市场交易体系
（三）瓷器艺术品市场定价机制
（四）瓷器艺术品市场退出机制

（五）瓷器艺术品市场商品制度
（六）瓷器艺术品市场支撑体系
二、影响瓷器艺术品价格的因素
（一）职称与称号
（二）社会认知
（三）工艺及造型
（四）历史价值
（五）市场潜力
（六）购买偏好
三、影响瓷器艺术品价格的分析工具
（一）价值构成分析法
（二）价格形成分析法
（三）价格形成机制分析法
四、瓷器杂项主要类别概述
（一）青花
（二）彩瓷
（三）色釉瓷
（四）外销瓷
（五）玉器
（六）文玩杂项
第三节 西画雕塑
一、西画艺术品市场概述
（一）西画艺术品市场特征
（二）西画艺术品市场潜力
（三）西画艺术品投资趋势
二、雕塑艺术品市场概述
（一）雕塑艺术品市场现状
（二）雕塑艺术品投资价格
（三）雕塑艺术品投资收益渠道
（四）雕塑艺术品收藏影响因素
三、当代装置艺术发展分析
（一）中国当代装置艺术概述
（二）当代装置艺术拍卖情况
（三）当代装置艺术发展前景
四、西画雕塑主要类别概述

（一）油画
（二）版画
（三）雕塑
（四）影像
第四节 当代工艺
一、当代工艺品艺术内涵
二、当代工艺市场发展现状
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
（一）金银珠宝
（二）名石化石
（三）雕品工艺
（四）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、2016-2019年画廊100强分析
二、2016-2019年我国网络人气画廊评选

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
（一）博物馆数量规模分析
（二）博物馆观众规模分析
（三）博物馆藏品规模情况
二、博物馆经营指标分析
（一）从业人员结构分析
（二）陈列展览情况分析
（三）藏品数量及修复统计
（四）收入来源统计分析
（五）支出统计情况分析
（六）资产及房屋面积统计
三、文物商店经营分析
（一）从业人员规模分析
（二）藏品数量统计
（三）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
（一）艺术馆的吸引力
（二）艺术馆科技水平
（三）艺术馆的知名度
（四）艺术馆人才队伍
（五）艺术馆资金实力
二、公众满意度因素分析
（一）形象宣传
（二）展品诠释
（三）展览空间
（四）公共服务设施
（五）配套服务
三、制度改革创新分析
（一）机构设置改革
（二）人事制度改革
（三）分配制度改革
四、服务提升发展分析
（一）营造人性化的展览氛围

（二）更新艺术信息服务理念
（三）创新艺术信息服务方式
第三节 艺术馆可持续发展策略
一、增强艺术馆资金能力分析
（一）争取政府财政支持
（二）重视展览的经济效益
（三）适宜发展文化产业
二、艺术馆资源利用分析

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、艺术品拍卖企业经营特点
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
（一）2019年春拍市场成交额
（二）2019年秋拍市场成交额
三、艺术品拍卖市场结构分析
（一）2019年艺术品春拍市场结构
（二）2019年艺术品秋拍市场结构
（七）艺术品市场结构发展趋势
四、2019年春拍不同价格艺术品拍品
五、2016-2019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
（一）张大千书画市场行情分析
（二）齐白石书画市场行情分析
（三）徐悲鸿书画市场行情分析
（四）李可染书画市场行情分析
（五）黄胄书画市场行情分析
六、2019年春书画拍卖市场分析
七、2019年秋书画拍卖市场分析
八、2019年春书画拍卖市场分析
九、2019年秋书画拍卖市场分析
十、2016-2019年春书画拍卖市场分析
十一、2019年秋书画拍卖市场分析
第五节 瓷器杂项拍卖市场分析
一、国内瓷器拍卖市场趋于稳定
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、瓷器杂项地区发展情况
五、2019年瓷器拍卖市场行情
（一）瓷器：藏家理性观望 市场遇冷规模缩减
（二）杂项：量增价升 新品类价格走高
六、2019年瓷器拍卖市场行情
（一）瓷器：明代瓷器价值回归
（二）杂项：佛像领跑古董杂项 紫砂板块热点频频
七、2016-2019年瓷器拍卖市场行情
（一）瓷器：高端拍品价格坚挺
（二）杂项：高价频出热点颇多
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
五、黄花梨家具拍卖市场分析
第八节 油画及当代艺术拍卖市场
一、2019年油画及当代艺术拍卖市场
（一）2019年春拍市场
（二）2019年秋拍市场
二、2019年油画及当代艺术拍卖市场
（一）2019年春拍市场
（二）2019年秋拍市场
二、2016-2019年油画及当代艺术拍卖市场
（一）2016-2019年春拍市场
（二）2016-2019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
（一）份额化交易模式
（二）产权交易模式
（三）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
（一）标的物价值特点
（二）投资收益来源
（三）投资收益控制模式

（四）投资收益增长周期
四、艺术品证券交易风险分析
（一）价值确立风险
（二）交易泡沫风险
（三）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
（一）艺术品质押融资信托
（二）艺术品投资信托基金
（三）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
（一）委托人
（二）受托人
（三）受益人
二、艺术品信托运行机制
（一）签订信托合同
（二）信托公司对信托财产进行管理
（三）分配信托受益
（四）艺术品信托的终止
三、艺术品信托立法现状
（一）相关法律法规概述
（二）现行立法存在的问题及对策
四、艺术品信托的监管
（一）监管法律关系的主体

（二）监管法律关系的客体
五、艺术品信托准入与退出制度
（一）市场准入制度
（二）经营环节制度
（三）市场退出制度
第三节 艺术品信托市场环境
一、集合信托市场发行情况
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、2019年艺术品信托清算情况
二、2019年艺术品信托清算情况
三、2016-2019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
（一）专业艺术品核保
（二）专业艺术品理赔
（三）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
（一）佣金
（二）会费
（三）广告收入
四、艺术品电商交易模式
（一）网上画廊
（二）网上拍卖
（三）网上商城
（四）网上信息流
五、艺术品电商网站类型
（一）专营中国书画
（二）专营古玩网站
（三）专营当代艺术
（四）主营高端艺术复制品
（五）以“网上美术馆”介入电商
（六）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
（一）北京艺术区发展情况
（二）艺术品交易市场特点
（三）艺术品展览情况分析
二、上海
（一）上海艺术区发展情况
（二）艺术品交易市场特点
（三）艺术品展览情况分析
三、广东
（一）广东艺术区发展情况
（二）艺术品交易市场特点
（三）艺术品展览情况分析
四、其他地区艺术品交易展览分析
（一）浙江
（二）江苏
（三）山东
（四）河北
（五）湖北
（六）四川
（七）湖南
（八）河南
（九）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

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
（一）中心基本情况

（二）中心发展优势
（三）艺术品交易情况
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、深圳鸿盛环球文化艺术品有限公司
八、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（ART BASEL）
（一）展会基本情况
（二）审查评定标准
（三）展会交易情况
（四）展会最新动态
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（ART BEIJING）
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
（一）博物院概况
（二）设施布局

（三）馆内典藏
（四）展览信息
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
（一）企业发展简况分析
（二）企业产品服务分析
（三）企业经营状况分析
（四）企业竞争优势分析
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
（一）网站经营情况

（二）网站业务模式
（三）网站会员服务
（四）网站竞争优势
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
（一）公司基本情况分析
（二）艺术品保险业务情况
（三）艺术品保险发展优势
（四）艺术品保险案例解析
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 2020-2026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
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
（一）避免“羊群效应”
（二）避免“贪心不足”
（三）避免“追涨杀跌”
二、基于技术手段的风险控制策略
（一）分散投资
（二）分批介入
（三）长期持有
（四）建立艺术专家顾问团队
三、基于制度保障的风险控制策略
（一）建立画家投资指数等级
（二）建立艺术保险体系
（三）健全艺术品投资基金

图表目录：

图表2016-2019年中国GDP及增长率统计
图表 2019年国内生产总值统计
图表2016-2019年工业经济增长情况
图表2016-2019年中国社会固定投资额以及增长率
图表 2019年中国全社会固定资产投资统计
图表 2019年年末中国人口数及其构成
图表2016-2019年中国普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数
图表2016-2019年中国研究与试验发展（R&D）经费支出
图表2016-2019年中国城镇新增就业人数
图表2016-2019年中国国家全员劳动生产率
图表 艺术品行业产业链
图表2016-2019年中国艺术品行业总产值情况
图表2016-2019年中国艺术品行业价格走势
图表详见报告正文……（GY XZN）

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提

供商与综合行业信息门户。《2019年中国艺术品市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。
更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：http://baogao.chinabaogao.com/feijinshu/461704461704.html