

中国拍卖行业现状调研及未来五年投资策略研究报告

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《中国拍卖行业现状调研及未来五年投资策略研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jinrongyinhang/214799214799.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

近年来我国拍卖业稳步发展，拍卖已逐渐成为重要的商品流通渠道，在国民经济发展中发挥日益重要的作用。一是拍卖行业 and 市场规模不断扩大。2011年末，全国有拍卖企业5486家，国家注册拍卖师总数首次突破1万人，行业注册资本总额超过90亿元。二是价格发现、公平交易等作用进一步显现。拍卖成为政府部门公平、公正出让土地使用权、处理罚没资产和涉诉资产的主要交易方式，三是市场化程度逐步提高。除法院、政府部门、金融机构、破产清算组等传统委托来源外，其他机构委托、个人委托等民间委托的私有财产拍卖业务稳步增长，我国已经成为世界最重要的文物艺术品拍卖交易市场之一。四是专业化分工不断加强。一些拍卖企业在各类拍卖业务的细分市场上各有专长，主营业务不断明晰，形成了艺术品拍卖、资产拍卖等专业分工。五是拍卖方式逐步丰富。一些地方拍卖协会及企业在开展传统拍卖业务的同时，建立了网络拍卖平台，积极开拓网上拍卖业务，取得初步成效。

2011年，拍卖行业拍品结构基本稳定。其中，土地使用权及来自二级市场的房地产拍卖业务持续十年，继续成为拍卖市场最大的拍品种类，全年成交4656.7亿元，占全行业成交总额的74.4%。值得关注的是：2011年，文物艺术品拍卖表现抢眼，全年成交576.2亿，较2010年的397亿元增长45.1%，创文物艺术品拍卖板块在业内比重的历史新高；同时，随着国务院及政府相关部门对农产品流通领域的日益重视，包括花卉、茶叶等在内的农产品拍卖业务连续两年持续增长，2011年成交17.3亿元，以68%的年增长速度成为各拍卖业务板块中名副其实的“增长王”；此外，其他未划分种类拍卖业务成交总额为380.1亿元，同比增长31.7%。这三类业务的增长基本受益于行业近年来着力培养的社会化和专业化的非政府类市场，其未来发展前景值得期待。

1-3月，全国拍卖业实现成交总额670.52亿元，从拍卖标的看，房地产宏观调控政策引发的全国范围内房地产领域持续降温在拍卖领域表现明显。1季度，土地使用权和房地产拍卖成交额出现大幅下滑，分别成交315.73亿元和207.48亿元，同比及环比降幅均超过50%。在新业务领域，受情人节效应”等节日因素影响，农产品拍卖保持了较快的增长速度。此外，除艺术品拍卖进入季节性调整有所下降外，机动车、无形资产、股权、债权、产权和其他标的类别成交额基本保持稳定。

从委托来源看，1季度，全国拍卖业务的拍卖项目来源结构基本稳定，各委托部门的成交额同比均有不同程度下降，累积影响季度成交额明显缩减。其中，政府委托拍卖业务作为土地使用权等业务的主要委托来源，受2011年以来房地产调控政策影响，1季度，政府委托拍卖业务成交351.48亿元，同比下降70.3%。

随着现代科学技术的发展，各种专业性的设备、仪器使得对某些拍卖标的的鉴定、评估更为容易可以预见，运用信息化手段管理，将加强国内外拍卖企业、协会间的交流、沟通和协调、管理，推动行业的发展，让拍卖行业进入信息网络化管理时代。“十二五”期间，我国拍卖行业发展面临良好发展机遇，随着拍卖行业法律法规和制度体系完善；专业化市场培

育将全面提升拍卖企业经营管理水平，形成一批适应市场经济和行业发展要求、具有市场竞争力的骨干拍卖企业；未来拍卖行业的社会公信力和认知度、拍卖交易在商品流通中的重要性大幅提升。随着网络拍卖的兴起，拍卖行业迎来新的增长点，市场发展前景广阔。

目录：

第一章 拍卖行业的相关概述

第一节 拍卖行业的概述

- 一、拍卖的相关定义
- 二、拍卖的基本特点
- 三、拍卖业务流程分析
- 四、拍卖行主要拍卖方式
- 五、拍卖行一般经营范围

第二节 拍卖企业资质评估指标

- 一、拍卖企业的规范性
- 二、拍卖企业的诚信度
- 三、企业持续发展能力
- 四、拍卖企业经营规模
- 五、拍卖企业社会贡献

第三节 拍卖关联行业发展分析

- 一、资产评估行业发展分析
- 二、担保市场发展状况分析
- 三、2011年银行业发展分析
- 四、典当行业业务发展分析

第二章 2011年国际拍卖行业发展分析

第一节 国际拍卖市场发展现状

- 一、2010年全球十大拍卖纪录分析
- 二、全球拍卖成交价最高的艺术品
- 三、国际当代艺术市场拍卖成交额
- 四、伦敦当代艺术拍卖获巨大成功

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) 按拍卖行的市场结构

(三) 按艺术门类市场结构

(四) 按时期市场结构分布

第三节 世界主要国际拍卖行业发展分析

一、英国拍卖市场主要特征分析

二、独具特色法国拍卖行业分析

三、荷兰花荷拍卖市场稳定增长

四、德国艺术市场拍卖现状分析

第四节 国际知名拍卖行发展现状分析

一、苏富比拍卖行

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业业务经营范围

(四) 企业在华业务分析

(五) 企业经营策略解析

二、佳士得拍卖行

(一) 企业发展状况简述

(二) 企业经营现状分析 63 •

(三) 企业业务范围分析

(四) 企业在华业务拓展

(五) 企业经营策略解析

三、利氏兄弟拍卖行

(一) 企业发展状况简述

(二) 企业经营现状分析

(三) 企业业务范围分析

(四) 企业业务拓展情况

(五) 企业经营策略解析

四、格里塞巴赫

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业业务经营范围

(三) 企业经营状况分析

(四) 企业经营策略分析

第三章 中国拍卖行业市场运行环境分析

第一节 宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、全社会固定资产投资分析

四、社会消费品零售总额分析

五、城乡居民收入与消费分析

六、对外贸易的发展形势分析

第二节 拍卖行业政策环境分析

一、拍卖行业监管体制分析

二、拍卖行业相关法律法规

(一) 《中华人民共和国拍卖法》

(二) 《文物拍卖管理暂行规定》

(三) 《文物艺术品拍卖规程》

(四) 《拍卖管理办法》

(五) 《外商投资拍卖企业的规定》

三、拍卖行业相关税收政策

第三节 拍卖行业社会环境分析

一、国内私人财富市场分析

(一) 私人财富蕴含巨大市场价值

(二) 高净值人群数量构成情况

(三) 高净值人群地域分布情况

(四) 高净值人士财富管理渠道

(五) 高净值人群投资行为研究

二、国内奢侈品消费市场分析

(一) 中国奢侈品消费增长迅猛

(二) 奢侈品消费人群年龄趋向

(三) 奢侈品市场呈现趋势分析

(四) 奢侈品市场增长空间广阔

第四章 中国拍卖行业发展状况分析

第一节 中国拍卖行业发展现状

一、中国拍卖行业发展概述

二、拍卖企业资质评定情况

三、拍卖企业新业务探索涌现

四、政府与机构助推拍卖发展

第二节 拍卖行业经营状况分析

一、国内拍卖成交规模分析

二、拍卖行业业务结构分析

(一) 拍卖业务种类结构分析

(二) 拍卖业务来源结构分析

(三) 拍卖区域市场结构分析

三、按种类细分业务经营状况

(一) 房地产拍卖业务分析

(二) 机动车拍卖业务分析

(三) 文物艺术品拍卖分析

(四) 农副产品拍卖业务分析

(五) 股权债权拍卖业务分析

(六) 无形资产拍卖业务分析

四、按业务来源细分经营状况

(一) 法院委托拍卖业务分析

(二) 个人委托拍卖业务分析

(三) 政府部门委托拍卖业务

(四) 金融机构委托拍卖业务

(五) 破产清算拍卖业务分析

(六) 其他机构委托拍卖业务

五、拍卖行业细分市场贡献率

(一) 按种类细分业务贡献率

(二) 拍卖业务佣金情况分析

(三) 不同委托方的佣金情况

(四) 拍卖行业税收社会贡献

第三节 拍卖存在问题及发展策略

一、拍卖行业发展存在的问题

(一) 拍卖法律法规仍不完善

(二) 从业人员整体素质不高

(三) 政府部门职能定位不明

(四) 拍卖市场恶性竞争严重

二、拍卖行业发展策略及建议

(一) 健全完善拍卖行业法律体系

(二) 培养和造就高素质拍卖人才

(三) 转变政府职能为拍卖业服务

(四) 加快拍卖企业建设拓展市场

第五章 中国拍卖行业市场竞争格局分析

第一节 国内拍卖行业市场竞争状况

一、国内拍卖市场竞争形式分析

二、拍卖企业激增市场竞争加剧

三、拍卖行梯队差异化竞争显现

第二节 国内拍卖市场集中度分析

一、拍卖行业市场集中度分析

二、拍卖行业资本集中度分析

三、国内拍卖企业集中度分析

第三节 艺术品拍卖区域竞争格局分析

一、港澳台拍卖市场竞争力分析

二、京津唐拍卖市场竞争力分析

三、长三角拍卖市场竞争力分析

四、珠三角拍卖市场竞争力分析

第四节 中国拍卖行业市场竞争策略分析

第六章 中国艺术品拍卖市场发展分析

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、中国艺术品拍卖具体特征

五、艺术品拍卖企业经营特点

第三节 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) 2010年秋拍市场成交额

(二) 2011年春拍市场成交额

(三) 2011年秋拍市场成交额

三、艺术品拍卖市场结构分析

(一) 艺术品春拍市场结构

(二) 艺术品秋拍市场结构

(三) 艺术品市场结构趋势

四、不同价格艺术品拍品数量

第四节 国内艺术品拍卖市场特点

- 一、海外回流趋势进一步加强
- 二、实力买家企业收藏显头角
- 三、藏家专场成拍卖市场亮点
- 四、香港艺术市场仍具有优势
- 五、艺术市场金融化趋势凸显

第五节 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) 齐白石书画市场行情分析
 - (二) 张大千书画市场行情分析
 - (三) 吴冠中书画艺术市场分析

第六节 瓷器杂项拍卖市场分析

- 一、国内瓷器拍卖市场稳中有升
- 二、2011年瓷器杂项类成交情况
- 三、瓷器高估突出致明星拍品遇冷
- 四、当代玉器拍卖市场行情走势
- 五、杂项热门品类市场渐成气候
- 六、翡翠成品拍卖市场行情分析

第七节 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、国内古琴拍卖大事记
- 六、古琴拍卖市场前景分析

第八节 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

第九节 油画及当代艺术拍卖市场

第七章 2011年中国房地产拍卖市场分析

第一节 中国房地产市场运行分析

一、中国房地产开发景气指数

二、中国房地产开发投资情况

三、房地产开发企业资金来源

四、商品房屋建筑与销售情况

第二节 国内房地产拍卖市场现状

一、房地产拍卖相关概述

(一) 房地产拍卖的概述

(二) 拍卖中房地产来源

(三) 房地产拍卖的流程

(四) 房地产拍卖的原则

(五) 房地产拍卖的税费

二、房地产拍卖的具体条件

(一) 房地产拍卖标的具备条件

(二) 房地产拍卖竞买人的条件

三、房地产拍卖市场迅速崛起

四、房地产拍卖中存在的问题

第三节 房地产拍卖业务开展情况

一、房地产拍卖业务地域特征分析

二、企业对房地产拍卖业务参与度

三、房地产拍卖在企业经营中地位

四、房地产拍卖佣金水平分布情况

第四节 房地产拍卖中应注意的环节

一、准确界定拍卖房地产的权属

二、合理确定房地产的拍卖底价

三、明确拍卖成交后的资产移交

四、拍卖规则成交确认尽量细致

五、提供完善的房地产拍后服务

第五节 房地产拍卖市场发展策略分析

一、房地产拍卖核心竞争力分析

二、房地产拍卖企业的优劣势分析

三、房地产拍卖企业业务拓展考虑

四、房地产拍卖企业发展策略分析

第八章 2011年中国机动车拍卖市场分析

第一节 国内机动车拍卖市场环境

一、中国机动车保有量分析

二、国内民用汽车保有量分析

三、国内私人汽车保有量分析

四、公路营运汽车拥有量分析

第二节 国内二手车交易市场分析

一、二手车交易市场相关概述

(一) 二手车交易市场的内涵

(二) 二手车交易市场的功能

(三) 二手车交易市场的形式

二、国内二手车交易规模分析

三、国内二手车市场发展特点

四、中国二手车市场发展对策

第三节 机动车拍卖市场相关概述

一、二手车拍卖的定义与原则

二、机动车拍卖主要优势分析

三、国内机动车拍卖主要流程

四、机动车拍卖中心主要业务

五、机动车拍卖应注意的问题

第四节 国内机动车拍卖市场分析

一、机动车拍卖业务增长原因

二、国内二手车拍卖市场现状

三、风投涉足二手车拍卖网站

四、车商大力支持二手车拍卖

第五节 国内二手车拍卖市场前景

第九章 2011年中国其他领域拍卖市场分析

第一节 国内土地使用权拍卖

一、土地使用权拍卖相关概述

二、土地使用权拍卖主要程序

三、土地使用权拍卖公证审查

四、土地使用权拍卖相关法规

五、土地使用权办理程序及流程

(一) 土地使用权拍卖前期工作

(二) 土地使用权拍卖操作程序

(三) 土地使用权拍卖后期工作

六、土地使用权拍卖市场分析

(一) 土地使用权拍卖市场现状

(二) 土地使用权拍卖成交总额

(三) 土地使用权拍卖业务结构

(四) 国有建设用地使用权拍卖

(五) 土地拍卖区域市场新动向

第二节 国有资产拍卖市场分析

一、国有资产拍卖登记程序

二、国有资产评估相关程序

三、国有资产产权拍卖程序

四、规范国有资产拍卖相关建议

五、国有企业破产资产拍卖探讨

第三节 无形资产拍卖市场分析

一、无形资产拍卖的相关概述

二、无形资产拍卖的运作要素

三、无形资产拍卖的发展现状

四、无形资产拍卖将逐渐兴起

五、无形资产拍卖的市场前景

第四节 葡萄酒拍卖市场分析

一、葡萄酒拍卖的主要优点

二、全球主流葡萄酒拍卖行

三、全球葡萄酒拍卖市场现状

四、葡萄酒拍卖市场发展特点

五、葡萄酒拍卖成投资新领域

第十章 2011年中国网络拍卖市场分析

第一节 国内网络拍卖市场环境

一、网民规模及互联网普及情况

二、中国网络购物用户规模分析

三、中国网络购物市场规模分析

四、中国网上支付交易规模分析

五、网上支付行业未来发展趋势

第二节 网络拍卖的相关概述

一、网络拍卖市场概述

二、网络拍卖交易特点

三、网络拍卖主要优点

四、网络拍卖信息系统架构

第三节 国内网络拍卖市场发展分析

一、拍卖企业开展网络拍卖状况

二、国内网络拍卖市场特点分析

三、国内网络拍卖规则建设情况

四、中国拍协网络拍卖平台介绍

五、国内艺术品网拍已渐成气候

第四节 网络拍卖价格形成及影响因素

一、网络拍卖价格的形成机制

二、网络拍卖价格的影响因素

三、拍卖评价信息对定价影响

四、网络拍卖的定价策略分析

第五节 网络拍卖市场发展策略分析

一、加强对网络拍卖行为监管

二、网络拍卖消费者选择策略

三、网络拍卖经营者策略分析

第十一章 2011年中国主要省区拍卖行业发展分析

第一节 北京市拍卖行业发展分析

一、北京市拍卖行业发展环境

二、北京市拍卖行业发展现状

三、北京市拍卖行业主要特点

四、北京市拍卖市场成交分析

五、北京市主要拍卖企业分析

第二节 上海市拍卖行业发展分析

一、上海市拍卖行业发展环境

二、上海市拍卖行业发展现状

三、上海房地产拍卖成交情况

四、上海市拍卖行业配套政策

五、上海市拍卖市场发展态势

第三节 江苏省拍卖行业发展分析

一、江苏省拍卖行业发展环境

二、江苏省拍卖行业发展现状

三、江苏省拍卖行业发展特点

四、江苏省拍卖区域市场分析

第十二章 中国拍卖行业重点企业竞争力分析

第一节 中国嘉德国际拍卖有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业组织架构分析

三、企业业务范围分析

四、企业拍卖业绩分析

五、企业发展策略分析

第二节 北京保利国际拍卖有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要业务部门

三、企业人力资源分析

四、企业经营状况分析

五、保利秋季拍卖分析

第三节 北京翰海拍卖有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要组织机构

三、企业发展历程分析

四、企业主要业务范围

五、企业经营资质分析

六、企业经营状况分析

七、企业拍卖业绩分析

第四节 北京嘉禾国际拍卖有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业资质荣誉情况

三、嘉禾连锁机构分布

四、嘉禾拍卖项目情况

五、嘉禾拍卖成功案例

第五节 中联国际拍卖有限公司

一、企业发展基本情况

二、中联国际拍发展历程

三、中联国际拍组织架构

四、企业经营模式分析

五、中联国际拍业务范围

六、中联国际拍资质荣誉

第六节 北京亚特兰国际拍卖有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、公司经营范围分析
- 三、企业经营优势分析
- 四、企业资质荣誉分析

第七节 北京荣宝拍卖有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、荣宝拍卖组织结构
- 三、荣宝拍卖经营优势
- 四、荣宝拍卖资质荣誉
- 五、荣宝拍卖秋拍业绩

第八节 荣宝斋（上海）拍卖有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、荣宝斋的发展历程
- 三、企业组织架构分析
- 四、企业经营理念分析
- 五、企业专场拍卖分析

第九节 中都国际拍卖有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要经营范围
- 三、组织结构分支机构
- 四、企业资质业务特色
- 五、企业经营主要优势
- 六、企业经营策略分析

第十节 中国西泠印社拍卖有限公司

第十三章 未来五年中国拍卖行业发展前景分析

第一节 未来五年中国拍卖行业SWOT分析

- 一、中国拍卖行业发展优势分析
- 二、中国拍卖行业发展劣势分析
- 三、中国拍卖行业发展面临机遇
- 四、拍卖行业发展面临威胁分析

第二节 未来五年中国拍卖行业发展前景分析

- 一、拍卖行业面临的形势与机遇
- 二、拍卖行业的发展任务与目标
- 三、中国拍卖市场发展前景分析

第三节 未来五年中国拍卖市场前景预测分析

- 一、拍卖市场成交总额预测分析
- 二、中国拍卖业务种类结构预测
- 三、拍卖行业细分市场预测分析
 - (一) 土地使用权拍卖前景分析
 - (二) 房地产拍卖市场前景分析
 - (三) 艺术品拍卖市场前景分析
 - (四) 机动车拍卖市场前景分析
 - (五) 农产品拍卖市场前景分析

第十四章 未来五年中国拍卖行业投资前景分析

第一节 未来五年中国拍卖行业投资环境分析

- 一、国内宏观经济发展环境分析
- 二、中国拍卖行业政策环境分析
- 三、中国拍卖行业发展保障措施

第二节 未来五年中国拍卖行业投资机会分析

- 一、艺术品拍卖成外资首选领域
- 二、未来玉器拍卖市场前景看好
- 三、古籍投资收藏市场机会分析
- 四、拍卖行业区域投资潜力分析

第三节 未来五年中国拍卖行业投资风险分析

- 一、宏观经济风险
- 二、法律政策风险
- 三、交割能力风险
- 四、拍卖欺诈风险
- 五、赝品风险分析

第四节 未来五年中国拍卖行业投资策略分析

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jinrongyinhang/214799214799.html>