

2012-2016年中国拍卖销售 渠道市场供需预测及投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2012-2016年中国拍卖销售渠道市场供需预测及投资方向研究报告》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.cction.com/report/201112/79401.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

以委托寄售为业的商行当众出卖寄售的货物，由许多顾客出价争购，到没有人再出更高一些的价时，就拍板，表示成交。另称减价抛售；甩卖：大拍卖。我国拍卖法中已确认公开、公平、公正及诚实信用为拍卖活动必须遵守的基本原则。

中国产业信息网发布的《2012-2016年中国拍卖销售渠道市场供需预测及投资方向研究报告》共十二章。首先介绍了中国拍卖行业的概念，接着分析了中国拍卖行业发展环境，然后对中国拍卖行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国拍卖行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国拍卖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。

第一章 拍卖行业相关概述

第一节 拍卖业基础概述

一、拍卖的起源与兴起

二、拍卖业的原则

三、拍卖业术语

第二节 拍卖业的运营模式分析

一、增价拍卖

二、标准增量式拍卖——大宗积压物资的拍卖活动

三、速胜式拍卖

四、反向拍卖——即“拍卖”

第三节 拍卖业务的流程

第二章 2011年国际拍卖产业运行态势分析

第一节 2011年国际拍卖业运行环境分析

一、经济环境及影响分析

二、文化产业政策及影响分析

第二节 2011年国际拍卖业运行总况

一、国际拍卖市场动态聚焦

二、国际拍卖成交情况

三、国际拍卖业存在的问题探讨

第三节 2011年国际拍卖重点国家市场透析

一、美国

二、意大利

三、德国

四、英国

五、法国

第四节 2012-2016年国际拍卖业前景预测

第三章 2011年中国拍卖业运行环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2011年中国拍卖行业政策环境分析

一、《中华人民共和国拍卖法》

二、《中华人民共和国公司法》

三、《文化产业振兴纲要》

四、其它相关产业政策法规

第三节 2011年中国拍卖行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

第四章 2011年中国拍卖业运行新形势分析

第一节 2011年中国拍卖业运行总况

一、中国传统拍卖业悄然步入“网络时代”

二、中国拍卖业洗牌在即

三、全球瞩目中国藏家购买力

四、当代书画、现当代陶艺等两极分化继续加剧

第二节 2011年中国拍卖企业分析

一、拍卖公司继续百花齐放

二、中国批准16家拍卖企业第一类文物拍卖经营资质

三、拍卖公司上市加速

四、新公司不断抢食市场份额的

五、老牌拍卖公司亟待突围

第三节 现阶段中国拍卖业面临的壁垒分析

第五章 2011年中国拍卖业市场运行态势剖析

第一节 2011年中国拍卖业市场亮点聚焦

一、"抢"字成春拍流行词

二、茶文化藏品成拍卖会热点

三、2010年内地拍卖市场总成交额再创新高

四、三大藏家将再掀拍卖狂潮

五、更多拍品加入亿元俱乐部

六、中国艺术品“亿元榜单”记录

第二节 2011年中国拍卖市场细分领域透析

一、瓷器玉器

1、嘉德

2、北京华辰

3、北京保利

二、当代书画、油画

1、投放量

2、成交率

第三节 2011年中国拍卖业三大中心分析

一、北京

二、上海

三、广东

第六章 2011年中国网上拍卖业探析

第一节 拍卖与网上拍卖分析

一、拍卖

二、网上拍卖

三、网上拍卖的主要方式

第二节 网上拍卖的主要特点分析

一、拍卖标的范围不同

二、参与拍卖活动的空间不同

三、拍卖活动结束方式不同

四、拍卖活动的成本不同

五、中介机构的服务不同

第三节 我国网上拍卖面临的问题及其解决办法

一、网上拍卖的法律风险及其对策

二、网上拍卖的信用困惑及其规范措施

三、网上拍卖的非法行为及其解决办法

四、网上拍卖的征税问题

五、网上拍卖的线下交易难题

六、网上拍卖的欺诈行为及其防范措施

七、网上拍卖中卖主操纵价格问题

第七章 2011年中国拍卖行的市场营销策略分析

第一节 拍卖市场营销组合

一、拍卖的特点

二、拍卖市场营销组合

第二节 拍卖物方向分析

一、拍卖物方向的选择

二、拍卖物的征集

三、拍卖物的组合

第三节 拍卖行底价策略

一、无底价拍卖

二、底价拍卖

三、有底价确定的方法底价确定的方法有比较法

第四节 拍卖行的渠道策略

第五节 拍卖行的促销策略

一、促销目标

二、促销策略

第六节 拍卖行的拍卖技巧

第八章 2011年中国拍卖行行业竞争新格局分析

第一节 2011年中国拍卖业竞争总况

一、整体竞争态势

二、潜在进入者与替代产品

第二节 国内外企业竞争力对比分析

一、成长、盈利能力对比分析

二、抗风险、偿债能力对比分析

三、综合竞争能力对比分析

第三节 2011年中国拍卖业企业集中度分析

第四节 2012-2016年中国拍卖业竞争趋势分析

第九章 2011年国际拍卖业四大霸主运行浅分析

第一节 佳士得 (CHRISTIE’S)

一、企业概况及网络分布

二、企业业务范围及规模分析

三、近三年佳士得成交总额同比分析

四、中国艺术品所占份额

五、企业动态分析

第二节 索斯比

第三节 克里斯蒂

第四节 苏富比 (SOTHEBY’S)

第十章 2011年中国拍卖业主体企业竞争力分析

第一节 中国保利集团公司

一、企业概况

二、保利春拍交易额创新高

第二节 西泠拍卖

一、企业概况

二、西泠拍卖五周年秋拍大典聚焦

三、西泠拍卖京、沪、杭三地齐襄盛举

四、西泠拍卖交易额分析

第三节 北京匡时国际拍卖有限公司

第四节 中国嘉德国际拍卖有限公司

第五节 北京翰海拍卖有限公司

第六节 北京荣宝拍卖有限公司

第七节 上海朵云轩拍卖有限公司

第八节 中贸圣佳国际拍卖有限公司

第九节 北京长风拍卖有限公司

第十一章 2012-2016年中国拍卖业前景展望与趋势预测分析

第一节 2012-2016年中国拍卖业前景预测分析

- 一、中国拍卖业市场规模预测分析
- 二、中国艺术品及拍卖市场前景预测
- 三、中国拍卖行企业发展前景

第二节 2012-2016年中国网上拍卖的发展趋势

- 一、我国网上拍卖市场潜力巨大
- 二、网上拍卖区域分析
- 三、行业性质的B2B模式网上拍卖将获得长足发展
- 四、网上拍卖物品的种类将越来越丰富
- 五、各种网上拍卖技术和方法将得以创新和应用

第十二章 2012-2016年中国拍卖行业投资价值与投资策略分析

第一节 2011年中国拍卖业投资概况

- 一、中国拍卖业投资特性
- 二、中国拍卖业投资环境分析
- 三、外资进出对中国本土拍卖业影响

第二节 2012-2016年中国拍卖业投资机会分析

- 一、中国拍卖业区域投资潜力分析
- 二、中国拍卖业投资热点分析

第三节 2012-2016年中国拍卖行业投资风险预警

- 一、市场运营机制
- 二、竞争风险
- 三、本国筹资的重要性
- 四、其它风险

第四节 专家投资观点

图表目录：（部分）

图表：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2011年年末国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2011年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201112/79401.html>