

2023-2029年中国艺术品市场深度分析与投资战略研究报告

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

《2023-2029年中国艺术品市场深度分析与投资战略研究报告》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/202306/373508.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

艺术品是艺术家智力劳动成果的结晶。它作为一种特殊商品流通于艺术市场，与其他商品相同的是，它也具备普通商品的基本属性：使用价值和价值；不同的是，艺术品的使用价值体现在精神层面而不是物质层面上，它是以满足人们的某种审美需要和精神需要为目的的。因此，艺术品的使用价值受到主观因素的影响极大。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国艺术品市场深度分析与投资战略研究报告》共十五章。首先介绍了艺术品行业市场发展环境、艺术品整体运行态势等，接着分析了艺术品行业市场运行的现状，然后介绍了艺术品市场竞争格局。随后，报告对艺术品做了重点企业经营状况分析，最后分析了艺术品行业发展趋势与投资预测。您若想对艺术品产业有个系统的了解或者想投资艺术品行业，本报告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

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

第三节 欧美典型艺术品市场分析

一、纽约

二、伦敦

三、巴黎

第四节 全球知名艺术品拍卖行分析

一、苏富比拍卖行

二、佳士得拍卖行

三、菲利普斯拍卖行

四、邦瀚斯拍卖行

第五节 西方艺术家作品交易情况

一、安迪*沃霍尔（1928-1987年）

二、巴勃罗*毕加索（1881-1973年）

三、格哈德*里希特（1932年出生）

四、马克*罗斯科（1903-1970年）

五、弗朗西斯*培根（1909-1992年）

六、让-米歇尔*巴斯奎特（1960-1988年）

七、胡安*米罗（1893-1983年）

八、亚历山大*卡尔德（1898-1976年）

九、爱德华*蒙克（1863-1944年）

十、克劳德*莫奈（1840-1926年）

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

四、艺术品投资考虑因素

五、艺术品投资信息来源

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

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

第三节 国际艺术市场的中国身影

一、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

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
- 六、艺术品进出境的限制

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、艺术品消费者权益保护

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、2023-2029年中国油画投资收益率
- 二、2023-2029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（1898-1983）
- 二、齐白石（1864-1957）
- 三、黄胄（1925-1997）
- 四、徐悲鸿（1895-1953）
- 五、陆俨少（1909-1993）
- 六、赵无极（1921-2013）
- 七、傅抱石（1904-1965）
- 八、黄宾虹（1865-1955）
- 九、李可染（1907-1989）
- 十、吴冠中（1919-2010）

十一、朱德群（1920-2014）

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、何家英

五、靳尚谊

六、崔如琢

七、黄永玉

八、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

第二节 瓷器杂项

一、瓷器杂项艺术品市场结构

二、影响瓷器艺术品价格的因素

三、影响瓷器艺术品价格的分析工具

四、瓷器杂项主要类别概述

第三节 西画雕塑

一、西画艺术品市场概述

二、雕塑艺术品市场概述

三、当代装置艺术发展分析

四、西画雕塑主要类别概述

第四节 当代工艺

一、当代工艺品艺术内涵

- 二、当代工艺市场发展概况
- 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

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、2021年画廊100强分析

二、2022年画廊100强分析

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
- 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
- 二、博物馆经营指标分析
- 三、文物商店经营分析
- 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
- 二、公众满意度因素分析
- 三、岗位管理与制度创新分析
- 四、公共文化服务方式创新分析
- 第三节艺术馆可持续发展策略
- 一、用科学发展观指导艺术馆发展实践
- 二、艺术馆要树立科学发展观的理念

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
- 三、艺术品拍卖市场结构分析

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

第五节瓷器杂项拍卖市场分析

- 一、国内瓷器拍卖市场两头翘将成趋势
- 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、2022年瓷器拍卖市场行情

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

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

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

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

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
- 二、艺术品信托运行机制
- 三、艺术品信托立法现状

第三节 艺术品信托市场环境

- 一、艺术品信托市场发行情况
- 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

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、2018年艺术品信托清算情况

二、2022年艺术品信托清算情况

第七节艺术品信托发展展望

一、艺术品信托面临的问题

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

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

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

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

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

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
- 四、艺术品电商交易模式
- 五、艺术品电商网站类型

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 2023-2029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

第五节 中国艺术品投资风险控制策略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202306/373508.html>