

2017-2022年中国艺术品拍 卖市场全景调查与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国艺术品拍卖市场全景调查与发展趋势研究报告》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.abaogao.com/b/wenhuatiyu/883827VWAE.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

2014年，中国艺术品及工艺品市场规模2137亿元，预计在2020年将达到6000亿，年复合增长率18.89%。其中，拍卖行业一马当先，引领市场回暖风向，市场规模在未来五年将达到近3000亿，年复合增长率36.68%；工艺品市场继续发力，在2020年市场规模将达到1800亿，年复合增长率8.55%；综合性艺术品交易电商发展过程爆发力惊人，预计2020年规模将发展到750亿，年复合增长率59.82%；因受目前政策、文化认可度和质量的限制，工艺美术品和艺术衍生品出口额维持40亿左右现状，但从长远来看仍有较大的发展空间；目前画廊、艺术经纪、艺术博览会发展缓慢，行业模式不明晰，保守估计维持目前500亿的市场规模。

2020年艺术品及工艺品市场规模将出现大幅上升

中国艺术品拍卖市场成交量于2008年至2011年期间出现爆发式增长，2011年成交额达到最高点975亿人民币。而后在2012年，市场开始回落调整，进入低迷期，2015年中国大陆艺术品拍卖市场规模收缩至300亿人民币。

拍卖市场规模于2011年达到顶峰后开始收缩，呈现低迷状态

艺术品拍卖市场规模在2000年到2007年小幅增长，2008年受金融危机影响短暂回调后，2009年又开启了新一轮爆发式增长，大规模增量资金为追求高收益率将目标锁定于艺术品市场。1994年开始的中国社会主义市场经济体制改革，使得内地市场环境整体趋好，煤炭、地产、黄金等行业开启轮番牛市，大批富豪企业家和企业集团在短时间内大量涌现。

2008年后房屋平均销售价格稳步增长

2011年前黄金价格波动上升

2008年金融危机爆发后，房地产市场投资回报率大幅降低，全球股市、债市跳水，新兴富豪企业家为了自身资产的保值增值开始关注艺术品市场，增量资金大规模涌入定价尚不完善艺术品拍卖市场，以期获得高收益率。随着拍品价格屡创新高，艺术品投资板块逐渐成为新的市场投资热点，这也解释了为什么艺术品拍卖市场在2008年至2011年呈现爆发式增长。

2008年金融危机使得2009年房地产投资增速下滑

中国大陆天价拍品大多出现在2011年前后

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国艺术品拍卖市场全景调查与发展趋势研究报告》共九章。首先介绍了艺术品拍卖相关概念及发展环境，接着分析了中国艺术品拍卖规模及

消费需求，然后对中国艺术品拍卖市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国艺术品拍卖面临的机遇及发展前景。您若想对中国艺术品拍卖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家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 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 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) 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 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

近年来，百万以上拍品的成交量下降，但单品的成交价格并未走弱。傅抱石的《毛主席诗意

》在 2011 年拍出 2.3 亿天价，尽管 2012 年起拍卖市场持续低迷，但其作品《云中君和大司命》仍于 2016 年拍出 2.3 亿。重器成交量的下滑是由于收藏者的惜卖情绪，而非定价过高的原因。艺术品兼具投资属性和艺术属性，每一位收藏者对于自己珍藏的艺术品都有着十分复杂的情感，如果出售艺术品的价格在购买成本上没有一个显著的提升，收藏者大多倾向于继续收藏而非出售。艺术品市场整体的惜卖情绪引发的重器成交量下滑，使得艺术品拍卖行业近些年持续低迷，行业景气度下降。

据《2015 胡润套现富豪榜》统计，2015 年资本市场总套现 860 亿元，其中 30 位大陆富豪套现超 13.5 亿。与此同时，一些新兴产业的崛起也造就了一批财富新贵。而他们手中的可投资资产都有可能进入艺术品投资领域。2015 年中国个人可投资资产 1 千万人民币以上的高净值人群规模已超过 100 万人，自 2008 年起，7 年复合年均增长率达到了 64%，人数攀升的同时，高净值客户的可投资资产规模也在逐年上升。高净值客户群体的财富增值需求更高，随着其可投资资产规模的不断上升，他们将更加偏爱拥有长期收益性和稳定性的投资品，而艺术品独特的投资属性也会因此受到他们的热情追捧。一方面，艺术品可以满足高净值客户群体分散风险的需求，另一方面，稀有的艺术珍品也会提升他们的身份和品味。

2016 年福布斯全球排行榜中，上榜的 1810 名亿万富翁有 251 位来自中国大陆，占到了总数的 14%，中国也成为世界上仅次于美国，亿万富翁第二多的国家。其中，中国富豪王健林的排名升至第 20 位，他也成为了福布斯全球富豪榜公布 30 年以来首次进入 20 强的中国内地富豪。而有着“中国书画收藏界之王”之称的王健林，其收藏历史已长达 20 年，藏品总价值高达几十亿元。随着国内越来越多顶级富豪进入到艺术品拍卖市场，未来成交的拍品数量和价格可能呈现快速增长势头，从而全面点燃市场的投资热情，进一步推动整个行业的发展。

假设高净值客户群体及其可投资资产规模在 2014-2020 未来六年的年复合增长率保持 2013-2015 的年复合增长率水平。预计在 2020 年，我国将有超过 300 万的高净值客户，可投资资产规模将超过 100 万亿元。根据《2015 年中国个人财富报告》，高净值客户对境内其他投资（含艺术品）的比例在 2015 年初上升达 10%，而新富人群进行另类投资的比例较之更高。假设约 1.5% 的可投资资产流入艺术品拍卖行业，预计 2020 年我国艺术品拍卖市场（含港澳台地区）理论可实现约 3000 亿的规模。

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 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、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、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) 春拍市场成交额133

(二) 秋拍市场成交额133

(三) 春拍市场成交额134

(四) 秋拍市场成交额135

(五) 春拍市场成交额136

(六) 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) 艺术品春拍市场结构138

- (二) 艺术品秋拍市场结构139
- (三) 艺术品春拍市场结构141
- (四) 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、春拍不同价格艺术品拍品146
- 六、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、春书画拍卖市场分析156
 - 七、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、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、油画及当代艺术拍卖市场	176
二、油画及当代艺术拍卖市场	177
（一）春拍市场	177
（二）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、津京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 中国艺术品行业投资分析223 (ZY ZM)

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 全球艺术品拍卖市场规模22
图表5 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 全球十大艺术家作品成交额31
图表9 中国国内生产总值及增长变化趋势图42
图表10 国内生产总值构成及增长速度统计42
图表11 规模以上工业增加值及增长速度趋势图43
图表12 中国全社会固定资产投资增长趋势图44
图表13 中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图45
图表14 中国主要消费品零售额及增长速度统计46
图表15 城镇居民人均可支配收入及增长趋势图47
图表16 中国农村居民人均纯收入及增长趋势图47
图表17 中国居民消费价格月度变化趋势图48
图表18 中国进出口总额增长趋势图49
图表19 中国人口总量增长趋势图88
图表20 中国人口数量及其构成情况统计88
图表21 中国各级各类学校招生人数统计90
图表22 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 中国拍卖成交额同比增速与GDP增速对比图107
图表26 中国拍卖行业成交总额111
图表27 各类拍卖业务成交额比重112
图表28 委托结构情况113
图表29 中国东、中、西部地区成交额114
图表30 房地产拍卖业务成交状况统计115

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/883827VWAE.html>