

<<中国艺术品市场年度研究报告>>

图书基本信息

书名：<<中国艺术品市场年度研究报告>>

13位ISBN编号：9787806638354

10位ISBN编号：7806638350

出版时间：2010-5

出版时间：中国书店出版社

作者：西沐 著

页数：320

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<中国艺术品市场年度研究报告>>

### 前言

《中国艺术品市场白皮书——中国艺术品市场年度研究报告(2009)》在大家的广泛关注下发布了，这是我国艺术品市场发展中的一件大事，它预示着中国艺术品市场的研究不断进入规范化、科学化的轨道。

在去年中国艺术品市场白皮书的研究与编制过程中我们指出，随着中国经济的快速崛起，中国艺术品市场得到了长足的发展。

在市场高速发展及世界金融危机的双重挤压下，中国艺术品市场所积累的大量问题不断消解，而一些涉及中国艺术品市场体制、运作机制、市场体系及政策方面的“硬”问题却不断显露，并且随着时间的推移及中国艺术品市场的纵深发展，成为不可逾越的障碍。

这明确地预示着，中国艺术品市场已经进入不断攻坚的基本阶段。

今年，这一结论还在等待破题。

好在春节前的一场瑞雪，使我们对中国艺术品市场的研究有了一些自然的感应，瑞雪兆丰年使人们对即将到来的虎年平添了几份期许。

因为在并不清晰的信息中，我们已经倾听到了中国艺术品市场前行的讯声，坚定而又不可动摇，也正是这么一种态势，促动着中国艺术品市场一步步地跨入一个新的发展时期。

在进入新的时期之前，我们可以将其主要的特征归纳为以下几个方面： 1. 中国艺术品市场在世界艺术品市场的地位迅速提升并巩固。

在国运的牵引与巨大消费能力的推动下，大中华圈的文化认同感进一步增强，北京作为世界文化中心之一的地位正在浮出。

同时，随着中国艺术品市场国际化与国际艺术品市场中国化的进程的推进，北京作为世界艺术品市场中心之一的格局正在不断显现出来。

表现在以亚洲艺术品市场整合能力增强为契机，逐步形成以香港为前沿、以北京为中心的世界艺术品市场新的增长极。

在这一增长极的发育过程中，北京作为世界艺术品市场中心之一的地位正在形成，并且，其发展的步伐可能超出人们的料想。

2. 中国艺术品市场正处在重要的转型期。

在这个特定的时期里，我们既要认真而务实地分析中国艺术品市场发展的基本态势，又要实事求是地进行战略规划与计划，设立科学而又严谨的发展目标，制定行之有效的政策与相应的对策，从而使中国艺术品市场的转型有序进行。

## <<中国艺术品市场年度研究报告>>

### 内容概要

《中国艺术品市场白皮书》指出，中国艺术品市场正在转型进入新的发展时期，表现在：一是中国艺术品市场在世界艺术品市场的地位迅速提升并巩固。

在国运的牵引与巨大消费能力的推动下，大中华圈的文化认同感进一步增强，北京作为世界文化中心之一的地位正在浮出。

表现在以亚洲艺术品市场整合能力增强为契机，逐步形成以香港为前沿、以北京为中心的世界艺术品市场新的增长极。

二是中国艺术品市场正处在重要的转型期。

三是中国画廊业承载了太多中国艺术品市场发展的希望，但是生存确实愈加困难，在很多时候，可以说是徘徊在生死线上。

四是中国艺术品市场诚信体系建设迫在眉睫，当下的重要问题是如何在建立相应的征信体系上下功夫，取得重要突破。

当然，诚信体系的建立与建设，还有赖于相关法律、法规体系的建设。

五是中国艺术品资本市场及其体系的建立与发育已进入重要的导入期，当前最为迫切的问题是解决好艺术品资本化的问题，当然这就涉及到中国艺术品的评估、交易及其会计原则等问题。

六是中国艺术品市场的规范化运作急待破题。

如何做到科学、有序及可持续发展，已经进入到中国艺术品市场发展的最为前沿化的问题。

其中，中国艺术品市场标准化工作的建设已在展开。

七是中国艺术品市场的理论研究及其相关人才培养问题已经日益显现，理论的支撑不到位及人才的培养空白越来越引起人们的热切关注，这关系到中国艺术品市场发展的基础问题。

## &lt;&lt;中国艺术品市场年度研究报告&gt;&gt;

## 书籍目录

前言中国艺术品市场已入新的发展时期第一部分 全球金融危机后世界艺术品市场格局的变化研究概要  
本报告通过对全球金融危机后世界艺术品市场格局变化的分析、研究,指出艺术品市场正在寻找稳定的  
支点与前行的方向,北京作为世界艺术品中心的地位呼之欲出。

随着全球艺术品市场体系盈利模式、结构和水平的变化,随之而来的是全球艺术品市场主体机构与体  
系的瘦身,全球艺术品市场中资本的流动减少,世界艺术品资本市场出现文化保护主义倾向,全球艺  
术品市场金融化正在成为一个世界问题,并在危机后将演绎成一个新的潮流与新的发展视角,重构全  
球艺术品市场发展架构已成为全球艺术品市场发展的重要议题.并且全球艺术品市场已成为世界文化交  
流的一个重要组成部分。

1.全球艺术品市场在全球金融市场未得到根本好转之前,元气尚难恢复,正在寻找稳定的支点与前  
行的方向2.随着全球艺术品市场区域结构的调整,全球艺术品市场亚洲力量的不断崛起,大中华圈的整  
合能力在增强,此京作为世界艺术品中心的地位呼之欲出3.全球艺术品市场整体规模在大的环境压力  
与冲击下收缩4.全球艺术品市场不同文化、不同区域间不断融合的迫切性、动力与势头在进一步增强5.

全球艺术品市场交易结构在成交萎缩的情况下正在发生分化,世界艺术品市场结构的变化趋势逐步  
明朗6.全球艺术品市场体系盈利模式、结构和水平的变化.随之而来的是全球艺术品市场主体机构与  
体系的瘦身7.全球艺术品市场中资本的流动减少,世界艺术品资本市场出现文化保护主义倾向,全球  
艺术品资本的流动受阻状况不会很快结束8.全球艺术品市场金融化正在成为一个世界问题,并在危机  
后将演绎成一个新的潮流与新的发展视角9.世界艺术品市场全球化分布正在酝酿新的发展极,在新  
发展极的推动下全球艺术品市场出现更多新的看点10.重构全球艺术品市场发展架构已成为全球艺术  
品市场发展的重要议题,并且全球艺术品市场已成为世界文化交流的一个重要组成部分第二部分 中国画  
廊业发展态势及其评价报告一、中国画廊业面对严酷的市场环境二、中国画廊业所面对的中国艺术  
品市场1.中国艺术品市场的发育虽然起步时间不长,但市场化意识已经确立2.礼品作为中国艺术品市  
场的主导性形态未能根本改变3.作为中国艺术品市场重要主体形式之一的画廊业.其应有的作用及地位  
还未完全建立,私下直接交易还是主要渠道4.中国艺术品市场的规模扩展遭遇环境及政策瓶颈,中国  
艺术品市场的成长空间受到较大的挤压5.中国艺术品市场忧患重重.正在低速中寻找新的突破口6.中  
画数据所反映的中国艺术品市场的一些新情况,从一个方面代表了中国艺术品市场的发展趋势7.研究、  
批评与传媒的作用正在失去公信力,各种传播逐渐成为一种广告性叫卖的趋势未能根本改观8.诚实  
守信代理体系缺失,市场化体系建设缓慢9.中国融资体系的制约,在一定程度上影响了中国艺术品市  
场整个行业的发展三、中国画廊业发展的现状1.中国画廊业发展的基本状况2中国画廊业发展的周  
期性及大环境对中国画廊业发展的影响3.画廊业总体起点低4.竞争无序5.自我约束能力差6.交易  
秩序混乱,利益关系失衡7.积累不够,可持续发展支撑乏力四、中国画廊业发展的基本趋势1.画廊  
的发展逆市而行2.观望而造成投资及交易不足,市场博弈的气氛增浓.画廊生存现状及环境堪忧3.  
随着国家经济发展大环境的变化及相关政策的出台,中国艺术品市场会经历2~3年左右的盘整,才  
会将相应的资金及购买力量传递到画廊层面4.收缩战线,搞好研究与选择,集中优势力量,保存实  
力,积极准备迎接市场的新变化是一种不错的选择5.网上画廊成为画廊业发展的重要看点6.在中  
国艺术品市场中,画廊的职能进一步细化,画廊的行为进一步规范,品牌意识得到强化,画廊整合已  
箭在弦上五、中国画廊业存在的问题及其成因分析1.发展的政策,法规等环境问题2.发展的人才、  
资金等支撑问题3.发展的研究及运营拓展能力问题4.发展的行业管理与运作问题5.发展的服务  
标准及规范问题六、中国画廊业面临的困境及机遇1.随着中国画廊职能的进一步完善、品牌影响  
力的提升,画廊行为会进一步规范,营运水平不高的问题会得到改善2.艺术品市场的错位严重制  
约了中国艺术品市场发展的步伐.但从另一个方面反映出中国画廊业的发展方向与潜力3.中国  
艺术品生产与市场的错位使暴利追求成为一种市场规则,艺术生产者直接面向市场使画廊成为一  
种障碍,这是一种危险的挑战.目前的形势是画廊用事实教育并培育规则的大好时机4.中国画廊  
业的学术研究能力没有得到提高,展览展示把关不严,一级市场的引导功能被削弱,强化画廊的  
能力建设面临新的机遇5.中国画廊业缺乏国际竞争力,要从理念与经营策略上不断实现与国际  
接轨的经营管理模式与规则6.对画廊业在中国艺术品市场的地位认识上存在偏差.理念上不到  
位,国家的公共政策支持力度不够七.中国画廊业发展的对策研究与政策分析1.影响全球的金融危  
机

## <<中国艺术品市场年度研究报告>>

在给中国画廊业带来困境的同时,新一轮经济复苏也为画廊业带来了洗牌、整合等一系列新的发展机遇,关键是要关注持续发展的能力2.以科学发展观为指导,尽快制定促进中国画廊业发展的规划,强化画廊业市场的培育、引导工作.提高全社会对画廊业的认识和支持力3.从战略层面上加强对画廊业发展重要性的认识,加大市场规范的力度,推动中国画廊业又快又好地发展4.采取多种措施,把中介体系作为中国画廊业发展的重要环节来抓,多层次、多方面地发展中介机构5.搞好行业规划.重视画廊行业管理,培育规范与权威的艺术品市场主体6.构建行之有效的画廊业人才培养规划与计划.把理论教育与案例实践结合起来,强化人才培养7.优化环境,加大公共政策力度.加强中国艺术品市场中介实体的能力建设8.培育艺术品市场运营机制及强化支撑体系建设与公共艺术政策八.报告编制说明1.报告目的2.研究范围3.研究对象4.研究区域5.数据来源6.画廊概念及口径的说明第三部分 中国艺术品市场发展态势及其评价报告一、中国艺术品市场发展的基本状况1.世界经济与艺术品市场2.国际视野下的中国艺术品市场3.中国艺术品市场的基本走势4.中国艺术品市场的热点5.2010年货币政策的变化是中国艺术品市场最大的变量6.中国艺术品市场概述7.中国艺术品市场发展的现状8.中国艺术品市场表现出的一些特质9.中国艺术品市场正在面临新的转轨10.谨慎看待中国艺术品市场的回暖11中国艺术品市场调整的一些新动向12.全球金融危机下的中国艺术品市场中的资产保值13.中国艺术品市场发展过程中市场主体的发展出现了新的困难与变化14.中国艺术品市场中心定价能力低下的问题非常突出15.国家文化战略及公共艺术政策的支撑还非常初级二、中国艺术品市场的国际化问题1.中国艺术品走出去的基本态势2.中国艺术品走出去存在的基本问题三、中国艺术品市场存在的问题及其成因分析1.中国艺术品市场规模小、监管力量薄弱、市场运作不完善、作品质量有待提高等因素都是导致其不具备强大定价能力的重要因素2.世界经济形势与中国艺术品市场的内在关联影响明显3.中国艺术品市场主体的建设面临更多困难4.学术标准缺失.学术腐败滋生呈现普遍发生状态5.艺术追求在市场化过程中发生错位,艺术创作群体的精神感悟力下降.....第四部分 中国艺术品资本市场发育及其支撑体系研究报告第五部分 中国艺术品市场标准化建设研究报告第六部分 中国艺术品市场信息化与征信体系建设研究报告附录后记参考文献

## <<中国艺术品市场年度研究报告>>

### 章节摘录

人类与文化学的研究告诉我们，文化的生存与发展处在一个生态化的状态之中，不同的文化间都存在一种竞合关系，每种文化都需要一个发展的空间，每种文化的发展与进化都需要足够资源的支撑。

而在现实的世界中，空间与资源恰恰是有限的，由此产生的问题便是，不同文化的生态化生存一定是通过竞争、合作以及相应的竞合状态而存在的，不同历史阶段的文化格局的形成也都是不同阶段下、不同文化间游弋、竞合、发展的结果。

在这个过程中，价值性不强、核心稳定性不高的文化种类就会逐步失去其独立性，并一步步地被同化，成为别的强势文化的组成部分，当然，其应有的文化价值也会解体与融化，而文化的消解是一个民族走向解体的前奏。

随着全球经济由去年的“触底”逐渐开始反弹，亚洲藏家尤其是中国内地买家开始在拍卖市场上活跃起来，并有把欧美藏家挤到“边缘”位置的趋势。

据香港佳士得公司统计，此前他们刚刚结束的秋季大拍中，来自亚洲区的买家所占比例高达86.4%，而中国买家就达69%，其中中国大陆买家的购买力最为强劲。

自2007年以来，伊朗、黎巴嫩、埃及等国当代艺术迅速成为迪拜艺术市场的交易热点，似乎正在证明中东市场自身价值判断力的凝聚成型。

而印度艺术品市场，正以迪拜作为蓬勃发展的新基地，不仅已经搭建起了从孟买—迪拜—伦敦—纽约针对印度艺术品的推广“走廊”，也为更多的非阿拉伯艺术品交易提供了展示与交易的平台。

大中华圈在文化大背景的认同过程中，正在形成一种新的市场力量，越来越多地在全球性的艺术品市场中发挥着积极作用。

一种文化背景下的市场整合，表面上是一种市场行为，而其本质却是文化话语权与定价权的争夺。

从此我们可以看出，在全球技术经济力量的不断消长中，全球性的艺术品市场发展的多元化动力将一步步浮出水面，这是一种不同竞合关系的表现，更是综合实力的象征，不以人的意志为转移。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>