



中国艺术品市场白皮书

中国艺术品市场 年度研究报告(2009)

中华人民共和国文化部文化市场发展中心发布

西 沐◎著/////王西京◎绘





THE JOURNAL OF THE AMERICAN MEDICAL ASSOCIATION
PUBLISHED WEEKLY
Subscription price, Five Dollars Per Annum in Advance
Single Copies, Fifteen Cents
Entered as Second-Class Matter, May 2, 1912
Acceptance for mailing at special rate of postage provided for in
Act of October 3, 1917, authorized on July 16, 1918
Postage paid at Chicago, Ill.
Postmaster: Send address changes in this journal to THE JOURNAL OF THE AMERICAN MEDICAL ASSOCIATION, 535 North Dearborn Street, Chicago, Ill. 60610

THE JOURNAL OF THE AMERICAN MEDICAL ASSOCIATION
PUBLISHED WEEKLY
Subscription price, Five Dollars Per Annum in Advance
Single Copies, Fifteen Cents
Entered as Second-Class Matter, May 2, 1912
Acceptance for mailing at special rate of postage provided for in
Act of October 3, 1917, authorized on July 16, 1918
Postage paid at Chicago, Ill.
Postmaster: Send address changes in this journal to THE JOURNAL OF THE AMERICAN MEDICAL ASSOCIATION, 535 North Dearborn Street, Chicago, Ill. 60610

THE JOURNAL OF THE AMERICAN MEDICAL ASSOCIATION
PUBLISHED WEEKLY
Subscription price, Five Dollars Per Annum in Advance
Single Copies, Fifteen Cents
Entered as Second-Class Matter, May 2, 1912
Acceptance for mailing at special rate of postage provided for in
Act of October 3, 1917, authorized on July 16, 1918
Postage paid at Chicago, Ill.
Postmaster: Send address changes in this journal to THE JOURNAL OF THE AMERICAN MEDICAL ASSOCIATION, 535 North Dearborn Street, Chicago, Ill. 60610

中华人民共和国文化部文化市场发展中心发布

中国艺术品市场白皮书

中国艺术品市场年度研究报告(2009)

西 沐 · 著 王西京 · 绘

中国书店

图书在版编目(CIP)数据

中国艺术品市场年度研究报告. 2009/西沐著.—北京:

中国书店, 2010.5

ISBN 978-7-80663-835-4

I. 中 II. 西 III. 艺术—市场—研究报告—中国—

2009 IV.J124

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第068294号

中国艺术品市场年度研究报告(2009)

西沐 著 王西京 绘

责任编辑 辛迪 李亚青

出 版 中国书店

地 址 北京市宣武区琉璃厂东街115号

邮 编 100050

电 话 010-63150310

发 行 全国新华书店经销

设计制作 刘 宁

编辑校对 张婵祺

印 刷 北京翔利印刷有限公司

开 本 889毫米×1194毫米 1/16

印 张 22 印张

版 次 2010年5月第1版 第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-80663-835-4

定 价 298.00元

前言

中国艺术品市场已进入新的发展时期

《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。

首先，我们要看到中国艺术品市场发展过程中的一个基本态势：（1）金融危机后，中国艺术品市场经过一段时间的调整，整合能力迅速增强，以大中华圈为

中心的推动,再加上印度艺术品市场的不断兴起,特别是香港与北京的呼应,推动了亚洲艺术品市场复苏与整合发展的步伐,逐步成为世界艺术品市场发展的一个新的亮点。(2)随着中国艺术品市场的发育与壮大,在中国资本市场迅速发展的态势下,中国艺术品资本在不断壮大与积累,并在此基础上,中国艺术品资本市场的发展不断泛生与发育。(3)以诚信体系为核心的中国艺术品市场体系的建设越来越受到关注,秩序化、规范化运作的观念与认识须有相应的体系与体制来保障已初步成为共识。(4)随着收藏规模与参与人数的不断扩展,中国艺术品市场的收藏文化不断地形成与发展,收藏正在由雅好研究、鉴赏投资,逐步成为一种新兴的文化时尚,文化成为一种新的品牌资源。(5)围绕中国艺术品市场发展的四大瓶颈而展开的攻坚会有进一步的深入进展。分别是:以资产评估及资产化为核心的中国艺术品资本市场的发育与发展已不断有所突破;以征信体系为核心的中国艺术品市场诚信体系的建设已引起广泛的重视与关注;以市场主体的发育与发展为核心的市场体系的建设与发展已逐步地纳入到各级政府的议事视野,其中,推动文化产业的发展是一个重要的突破口;以审美文化重建为核心的中国艺术品市场环境建设也日益引起学界、政府及藏界的热议与关注,如何构建既充分体现本民族审美趣向又与面向世界的审美文化体系同步,已成为中国艺术品市场发展的热点问题之一。(6)在国家(政府)营销、礼品市场、投资市场及有关环境美化及个人趣味把玩等消费要求的持续推动下,中国艺术品市场正在完成新的格局分配与架构:一是中国书画大板块,古代及近现代经典力作会持续大幅拉升;二是油画及当代艺术板块出现了迅速的分化倾向,那些更多地关注民族文化背景、阐释民族文化精神的创造之作,会被人们重新审视其存在的价值,古典、写实、实验与抽象,都会找到市场的突破口;三是瓷器及古玩杂件,真品、精品始终会吸引人们的投资目光,不断出现新的涨幅是极其正常的,资源的稀缺性是它们永远被关注与追逐的内在原因。稀缺性、完美性及鉴赏性可能会使这一板块有更多、更好的表现。另外,当代工艺艺术品市场会有一个迅速扩张壮大的过程,特别是那些既有物理价值,又具艺术价值的工艺艺术品,价值成长的前景非常广阔。在这里,时尚性的消费是极其重要的一种支撑。(7)中国艺术品市场在调整与全球性金融危机的双重制衡下,2010年会不断释放出更多回暖的信号,而这种信号的释放,除了画廊经营者最先有觉察之外,更具标示意义与吸引注意力的是聚集在拍卖市场。(8)中国艺术品市场的理论研究进入深入化、系统化阶段。(9)中国艺术品市场人才的培养问题已初步地提上日程。当然,2010年中国艺术品市场将面临货币政策收紧的考验,这是中国艺术品市场2010年发展的一个最大的变量。

其次,我们要设定中国艺术品市场转型的战略目标:(1)站在国家文化利益的高度,增强中国艺术品中心定价能力,这不仅需要文化战略的支撑,更需要体制的强力创新及政策的有力保证。(2)在中国艺术品市场理论的研究推动下,随着国家文化战略的不断实施,艺术品市场体系及支撑体系的建设一步步进入人们的视野,迫切需要创造条件与优化环境,加强中国艺术品市场体系的能力

建设。(3) 强化艺术品市场机制及支撑体系建设与公共艺术政策,特别是政策法规支撑体系、财税支撑体系、信息支撑体系、市场中介体系及人才培育支撑体系等成为中国艺术品市场发展与深入前行的一个重要前提。(4) 按照艺术品市场的发展规律,用国际化的视角与理念,建立相应的教育体系,强化人才培养,推动中国艺术品走出去是一项国家战略与世纪课题。(5) 提高认识,制订中国艺术品市场发展战略,加大市场扶持的力度,把中介体系的建设作为艺术品市场体系建设的重要工作来抓,多层次、多方面地发展中介机构,特别是艺术品资本市场的中介机构。

第三,我们还要在科学分析与实证研究的基础上,找准中国艺术品市场转型的突破口:(1) 观念与认识,以科学发展观为指导,尽快制定艺术品市场发展的战略规划,强化艺术市场培育、引导工作,提高全社会对艺术品市场认识和参与度。(2) 中国艺术品资本市场的发展壮大是从长远上保证中国艺术品市场壮大规模的内在动力。(3) 中国艺术品市场以征信体系为核心的诚信体系的建设,是中国艺术品市场做大做强的最为有力的支撑。

第四,还要不断地提高中国艺术品市场理论研究及政策的能力与水平:

(1) 用科学的方法、理性的态度,从中国艺术品市场发展的最深层面、运作过程及其发展趋势等几个方面进行定性与定量相结合的研究,用客观与平实的眼光还当下中国艺术品市场一个真面目,同时,也力图站在世界艺术品市场发展的角度,来多视角、多层面地分析与探讨中国艺术品市场发展的态势,从而使更多参与中国艺术品的投资者能及时地把握中国艺术品市场的脉搏。(2) 重视发展中国艺术品市场的功能,其功能表现在五个方面:①为艺术品的流通及广大艺术爱好者的交流提供一个宽松的平台。②不断推动中国艺术品价值的形成,使艺术品形成艺术价值、学术价值、市场价值和历史价值。③促动审美的大众化过程。④扩大中国艺术品的美育功能。⑤完善产业形式及产业链,使中国艺术品逐步发展成为一个产业。(3) 推进中国艺术品市场发展政策的实施。在战略的指导下,国家政策的制定对于理顺中国艺术品市场内部结构、促进市场完成转型、构建产业链和大通道等都具有重要意义。如果说战略的选择会为中国艺术品市场的发展提供宏观导向和总体思路,那么政策的落实会为中国艺术品市场发展提供具体解决问题的措施并付诸于行动。

另外,中国艺术品市场的转型期,最为重要的是培育中国艺术品市场的主体与构建中国艺术品市场的体系,这是我们一切工作的切入点与落脚点,也是中国艺术品市场转型的关键与难点。因此,我们说,中国艺术品市场的转型问题,是一个系统性的社会工程,不可能一蹴而就,更不可能立竿见影,要花大力气改造与吸纳传统力量的惯性,这是非常重要的一点。

3. 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。

4. 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。

5.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。

6.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。

7.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。

当然,全球性的金融危机在过去一年里给予了人们太多反思的机会,同时,也为中国艺术品市场的发展提供了不少机遇。问题是我们如何抓住世界艺术品市场在全球金融危机的冲击下所展现出的利益格局及地缘优势的消长与变化,抓住全球金融危机使亚洲力量的崛起而带给亚洲艺术品市场整合能力的不断提升这一契机,更好地谋划中国艺术品市场在世界艺术品市场发展过程中的新趋势与应有的地位,更快、更好地适时打造与推出中国艺术品市场的世界中心概念与地位,从而推动中华民族文化艺术创造能力及其资源整合能力的跃迁。所有这些努力将为推动世界文化与文明进程的发展,具有极其重要的意义。

由此可见,中国艺术品市场的发展虽然还面临着这样或那样的众多问题,但最为重要的仍是战略与关注的问题。只有从国家战略的高度上进一步认识中国艺术品市场发展的重要性,从国家与民族文化发展的高度上去关注与推动中国艺术品市场的发展,中国艺术品市场才能不断地突破各种障碍与制约,在国运与国力的不断提升中,一步步地走向健康、和谐、可持续发展之路。也唯有如此,构建中华民族文化与艺术全球话语权的愿望才能进一步落到实处。中华民族文化与艺术的振兴,才能真正借助当代经济发展的成果与体制运作的力量,达到一个别人难以企及的高度,这正是我们所希望看到的!

需要特别说明的是,中国艺术品市场白皮书是在多个相对独立的课题研究的基础上整合而成,由于研究的问题的材料相近、时间进程相仿,根据研究的需要,相关部分在不同报告中有相互借用参照情况,导致有些部分会有一些内容存在一定量的重复,而这种重复对每个相对独立的课题研究来说又是必不可少的。所以,在报告的发布中,为了保证各部分研究与编制的完整性与独立性,对重复的部分未作大的调整,以期使研究报告更完整、更系统、更清晰地呈现在人们面前,而又不失充分的科学分析与论证。我想,这才是至关重要的。

西沐

2010年2月19日

前 言

中国艺术品市场已进入新的发展时期

第一部分 全球金融危机后世界艺术品市场格局的变化/1

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，北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、下滑
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了更多新的看点
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

研究概要

本报告通过对中国画廊业市场进行深度的分析、研究,逐步揭示了中国画廊业的市场规模、行业增长率、区域分布、发展趋势等内容,从而在一个相对高点上,研究探讨了中国画廊业市场进入机制、政策环境、发展障碍、市场机会和发展潜力,并在此基础上,对中国画廊业的发展对策及政策建议进行了深度分析。

一、中国画廊业面对严酷的市场环境/10

二、中国画廊业所面对的中国艺术品市场/11

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/18

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/27

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/35

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/38

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/44

1. 影响全球的金融危机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/50

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

研究概要

本报告在对中国艺术品市场进行深度系统分析的基础上,进一步研究了中国艺术品市场的规模、增长率、区域分布、市场微观数据、发展趋势、市场份额及市场预测等相关的内容,指出了中国艺术品市场发展的基本趋势与进程,并对中国艺术品市场的进入机制、政策环境、发展障碍、市场机会和发展潜力等进行了深度分析与报告。

一、中国艺术品市场发展的基本状况/51

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/124

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/127

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,

物质欲望膨胀难抑

6. 艺术传媒在不规范的市场面前失去公信力, 艺术传媒的发展出现失衡
7. 博览会的主旨与品位在杂浮的利益之中失落
8. 中国艺术品市场金融化的路程漫长、障碍繁多

四、中国艺术品市场化的进程分析/137

1. 中国艺术品市场的规模扩展面临着环境、政策及资本投入等问题。其中, 最为核心的是要解决资本的准入问题
2. 中国艺术品市场的标准问题
3. 中国艺术品市场的运作机制问题, 主要是进入机制、退出机制及运作平台的建立与搭建
4. 艺术品创作人才及市场化人才的培养问题
5. 中国艺术品市场体系的规划与建设问题
6. 相关理论、发展战略及措施的研究与资讯的交流合作问题

五、中国艺术品市场面临的困境与机遇/143

1. 中国艺术品市场的转轨问题
2. 中国艺术品市场的金融化问题
3. 中国艺术品市场的主体建设问题
4. 世界经济衰退下的中国艺术品市场新动向
5. 中国艺术品市场的转轨需要市场体制及国家公共政策的适度超前支撑
6. 国家文化战略具体化是中国艺术品市场转轨的指挥棒, 其中, 投入与法制是极为重要的两翼

六、中国艺术品市场发展的对策研究与政策分析/153

1. 中国艺术品市场的发展要正视全球金融危机所带来的冲击, 更应看到这种冲击所带来的新的环境变化与机遇
2. 以科学发展观为指导, 尽快制定中国艺术品市场发展的战略规划, 强化艺术市场培育、引导工作, 提高全社会对中国艺术品市场的认识和参与度
3. 提高认识, 制订中国艺术品市场发展战略, 加大市场扶持的力度
4. 把中介体系的建设作为中国艺术品市场体系建设的重要工作来抓, 多层次、多方面地发展中介机构, 特别是中国艺术品资本市场的中介机构
5. 重视行业管理, 大力发展中国艺术品资本市场, 培育市场主体
6. 按照中国艺术品市场的发展规律, 用国际化的视角与理念, 建立相应的教育体系, 强化人才培养
7. 创造条件与优化环境, 加强中国艺术品市场体系的能力建设
8. 强化中国艺术品市场机制及支撑体系建设与公共艺术政策
9. 站在国家文化利益的高度, 增强中国艺术品中心定价能力
10. 中国艺术品走出去是一项国家战略与世纪课题

七、报告编制说明/162

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

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

研究概要

本报告对中国艺术品资本市场发育及其支撑体系进行了深入系统的分析,从中国艺术品资本市场发育的状况、发育中存在的问题、发育的趋势、发育的基本原则、发育的体系架构、发育的突破口等几个方面,对中国艺术品资本市场发育展开了系统研究,指出中国艺术品市场现在正在进入资本化时代,针对面临的支撑体系缺乏的现状,深入开展了中国艺术品资本市场支撑体系研究。

一、艺术品、艺术品资本及其艺术品资本市场/163

1. 从资本到艺术品资本
2. 资本与资本的发展形态
3. 艺术品资本与艺术品资本市场

二、中国艺术品市场与中国艺术品资本市场/169

1. 中国艺术品市场发展的趋势
2. 中国艺术品市场金融化的趋势明显,价值投资趋势正在形成
3. 价值投资下中国艺术品身份的转型
4. 中国艺术品市场在发展中培育金融市场的第六极

三、中国艺术品资本市场发育的状况/179

1. 中国艺术品资本市场发育的历史
2. 精神消费的兴起与中国艺术品资本市场发育环境
3. 中国艺术品市场进入资产保值阶段
4. 中国艺术品资本市场发育状态

四、中国艺术品资本市场发育中的问题/190

1. 中国艺术品资本市场发育的环境问题
2. 中国艺术品资本市场发育的体系问题
3. 中国艺术品资本市场发育的主体问题
4. 中国艺术品资本市场发育的运作问题
5. 中国艺术品资本市场发育的支撑问题

五、中国艺术品资本市场发育的趋势/203

1. 中国艺术品资本市场发育的宏观趋势
2. 中国艺术品资本市场发育的微观趋势

六、中国艺术品资本市场发育发展的基本原则/211

1. 有利于促进中国艺术品市场健康发展的原则
2. 尊重市场经济一般规律的原则
3. 弘扬创新精神，敢为人先的原则
4. 保护民族艺术的原则
5. 选择最佳时机原则
6. 风险控制与稳定持续发展的原则

七、中国艺术品资本市场发育的体系架构/219

1. 中国艺术品资本市场发育的指导思想
2. 中国艺术品资本市场发育的基本目标
3. 中国艺术品资本市场发育的目标实现的策略分析
4. 中国艺术品资本市场发育的基本进程

八、中国艺术品资本市场发育的突破口/229

1. 中国艺术品资本市场发育的突破口选择与原则
2. 专门性艺术投资基金是近期推动中国艺术品资本进入的重要选择

九、中国艺术品资本市场缺乏艺术品市场体制的支撑/236

1. 中国艺术品市场的发展需要体制的支撑
2. 中国艺术品市场体制的基本要素
3. 中国艺术品市场体制的发展态势
4. 中国艺术品市场体制的基本架构
5. 中国艺术品市场体制的培育与运作

十、中国艺术品资本市场支撑体系研究/247

1. 战略支撑体系
2. 政策支撑体系
3. 法律支撑体系
4. 市场支撑体系
5. 技术支撑体系
6. 人才支撑体系
7. 投入支撑体系
8. 制度创新支撑体系

十一、报告编制说明/263

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

第五部分 中国艺术品市场标准化建设研究报告

研究概要

本报告对中国艺术品市场的标准化建设进行了研究与分析,从中国艺术品市场标准体系建设的重要性入手,在对中国艺术品市场标准体系的现状、存在的问题调研分析的基础上,借鉴发达国家的技术标准体系,充分考虑到中国艺术品市场标准体系的特殊性,提出建立中国艺术品市场标准体系的基本原则和需要把握好的几个关系,以及建立具有中国特色的艺术品市场标准体系的研究方法,从而有助于建立具有中国特色的艺术品市场标准体系。

一、中国艺术品市场标准体系的重要性/266

1. 中国艺术品市场标准体系的建设是市场大发展、大繁荣的重要前提
2. 中国艺术品市场标准体系的建设是提升我国艺术品市场竞争能力的重要手段
3. 中国艺术品市场标准体系的建设是中国艺术品市场创新与发展的基础
4. 中国艺术品市场标准体系的建设为市场体系的建设提供了正确的导向
5. 中国艺术品市场标准体系的建设有利于以艺术价值为导向的市场价值体系建设
6. 中国艺术品市场标准体系的建设有利于中心定价能力的建设,提升话语权
7. 中国艺术品市场标准体系的建设是市场规范化、有序化发展的重要保证
8. 中国艺术品市场标准体系的建设为文化法制化建设打下良好基础

二、中国艺术品市场标准体系的现状/271

三、中国艺术品市场的标准体系存在的问题/274

1. 中国艺术品市场标准化意识薄弱
2. 中国艺术品市场标准具有滞后性
3. 中国艺术品市场标准的不全面性

四、发达国家适应市场经济发展的国家技术标准体系分析/277

1. 特色不一的标准体系
2. 政府授权民间机构主导的管理体制
3. 财政支持与标准化经费来源多元化
4. 经验与启示

五、中国艺术品市场的特殊性决定了中国艺术品市场标准的特殊性/281

1. 中国艺术品市场标准体系建设的基本特点
2. 中国艺术品市场标准化管理重点环节
3. 中国艺术品市场标准化运行机制要点
4. 中国艺术品市场标准定位

六、建立中国艺术品市场标准体系的基本原则/283

1. 坚持政府主导统一规划的原则
2. 坚持加强领导共同参与的原则

3. 坚持有所为、有所不为的重点保障原则
4. 坚持市场主体与需求导向的原则
5. 坚持发挥专家作用自主创新的原则
6. 坚持制定与实施并重的原则
7. 坚持普遍性和特殊性相结合的原则
8. 坚持制定权与领导权的国际化原则

七、中国艺术品市场标准体系建设的几个关系/285

1. 应该处理好政府主导和共同参与的关系
2. 应该把握好普遍性和特殊性的关系
3. 处理好重点保障、需求导向的关系
4. 要处理好中国艺术品市场化发展的需要与实施中国艺术品市场标准化的关系
5. 要处理好创建中国艺术品市场品牌与实施中国艺术品市场标准化的关系
6. 要处理好建立与完善以市场主体为核心与发展市场体系的关系
7. 要处理好中国艺术品市场标准化进程与中国艺术品市场领域科技进步的关系

八、建立具有中国特色的艺术品市场标准体系的研究方法/287

1. 建立现代中国艺术品市场质量标准评价系统
2. 现代中国艺术品市场运营的研究
3. 中国艺术品市场终端环节的标准研究
4. 赝品、伪劣作品、市场非法炒作行为的限量基础研究
5. 中国艺术品市场标准数据库与自动判别系统的研究

九、建立具有中国特色的艺术品市场标准体系/292

1. 中国艺术品市场组织机构标准化
2. 中国艺术品市场艺术作品标准化
3. 中国艺术品市场运作流程的标准化
4. 中国艺术品市场管理标准化
5. 中国艺术品市场标准化工作的监管

十、推动具有中国特色的艺术品市场标准体系的建议与对策研究/295

1. 深化认识，加强支持力度
2. 夯实基础，完善管理制度
3. 建立中国艺术品市场标准化理论研究机制
4. 培养中国艺术品市场标准化建设人才
5. 加强中国艺术品市场标准的宣传度和奖励机制
6. 建立监督检查体系
7. 建立标准化示范体系
8. 建立标准化信息咨询服务体系
9. 重视服务体系标准的制定与实施
10. 编制涉及中国艺术品市场发展安全的标准