

2013

中国艺术品市场年度报告

China Art Market Annual Report

主编 文化部文化市场司

人民美術出版社

2013

中国艺术品市场年度报告

China Art Market Annual Report

主编 文化部文化市场司

人民美術出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

2013中国艺术品市场年度报告 / 中央美术学院艺术
市场分析研究中心 (CAFA/AMRC) 著. -- 北京: 人民美
术出版社, 2014.9

ISBN 978-7-102-06951-7

I. ① 2… II. ① 中… III. ① 艺术市场—研究报告—
中国—2013 IV. ① J124

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第210368号

2013中国艺术品市场年度报告

编辑出版 **人 民 美 术 出 版 社**

(100735 北京北总布胡同32号)

<http://www.renmei.com.cn>

发行部: (010) 56692185

(010) 56692193

邮购部: (010) 65229381

主 编 文化部文化市场司
学术支持 中央美术学院艺术市场研究中心 (CAFA/AMRC)
责任编辑 尹 然
责任印制 赵 丹
制版印刷 北京图文天地制版印刷有限公司
经 销 新华书店总店北京发行所

2014年9月第1版 第1次印刷

开本: 787毫米×1092毫米 1/16

ISBN 978-7-102-06951-7

定价: 58.00元

版权所有 侵权必究

目 录 Contents

02	研究方法
04	市场大数据
06	市场概况
09	影响力分析
12	政府政策与行业规范
17	市场结构分析
72	国际市场概况
74	国际地位和市场作用
76	制约因素分析
80	年度关键词
83	大事记

目 录 Contents

02	研究方法
04	市场大数据
06	市场概况
09	影响力分析
12	政府政策与行业规范
17	市场结构分析
72	国际市场概况
74	国际地位和市场作用
76	制约因素分析
80	年度关键词
83	大事记

研究方法

报告运用统计学定量分析的方法，对我国艺术品市场进行客观分析，以厘清市场内部结构和社会经济发展的互动关系，展现我国艺术品市场的阶段特点，总结我国艺术品市场的发展规律，把握我国艺术品市场的未来趋势。报告还运用历史研究和文献研究的方法，通过历史性的比对以及引用国内外专业研究机构的重要研究成果，在宏观、微观两个层面上对我国艺术品市场现状及其变化特点进行考察，并对市场未来做出科学判断。此外，报告还大量运用调研法，即通过抽样的基本步骤，以画廊、艺术品拍卖公司、艺术品博览会为分析对象，通过问卷、访谈等方法进一步了解研究的对象，为分析研究打下坚实的基础。

本报告中的数据均以我国大陆地区艺术市场为统计和调研对象，未包含我国港澳台地区艺术市场。由于大陆地区艺术市场与港澳台地区艺术市场在市场基础、经济环境、发展历程等方面存在明显的区域差异，分别统计和调研两者市场状况，更有利于客观、清晰的观察我国艺术市场的现状及发展趋势。报告提供和使用的行业数据来源是：全球艺术品拍卖市场的数据来源于法国艺术价格网（www.artprice.com）、欧洲美术基金会（TEFAF）等权威研究机构发布的数据；我国艺术品拍卖市场的数据来源于中国拍卖行业协会、雅昌艺术网（www.arttron.net）以及中央美术学院艺术市场分析研究中心（CAFA/AMRC）的整合统计数据；画廊和艺术品博览会的数据来源于中央美术学院艺术市场分析研究中心通过抽样跟踪调研而最终获得的行业数据。本报告严肃认真地对所有数据进行了反复核对，部分数据与其他公布数据不一致，主要因为本报告在统计范围和方法论上采取了更具客观性和科学性的态度，同时也反映了目前国内艺术市场研究领域缺乏统一标准的事实现状。

报告合作单位艺术市场分析研究中心（CAFA/AMRC）下设于中央美术学院国家艺术与文化政策研究所，其宗旨是力图通过翔实的数据、客观的分析、学术的视角，对我国以及国际艺

术品市场的发展特征与未来趋势进行专业性研究。该中心与海内外知名美术馆、博物馆、艺术院校、收藏家、艺术基金会、艺术捐助人、知名专家等建立了深入的合作关系，拥有“中国艺术品文献与市场数据库”，自 2007 年起独立策划、编著、出版了《中国艺术品市场研究报告》系列丛书，并承担多项国家级、省市级的学术课题和合作项目。

市场大数据

2003 亿

2013 年我国艺术品市场的整体成交较 2012 年有所回升，市场交易总额达到 2003 亿元，同比增长 12%。

24%

据欧洲美术基金会发布的全球艺术品市场数据：2013 年中国占全球艺术品市场交易总额的 24%，蝉联全球第二大的艺术品交易国的位置，已经成为全球艺术品市场增长重要的推动力。

3366 家

据不完全统计，目前国内共计有专业画廊 3366 家，这些专业画廊主要分布在北京市、上海市、天津市、山东省、广东省、福建省、江苏省、安徽省。

438 亿

2013 年我国艺术品拍卖市场的成交额达到 438 亿元，与 2012 年的 442 亿元基本持平，反映出我国艺术品拍卖市场仍然处在调整期。

190%

据国家海关信息网公布的权威数据：2013 年我国艺术品进出口总额由 6.23 亿美元增至 18.12 亿美元，增幅约为 190.85%。其中，艺术品进口额由 2012 年的 8766.48 万美元增至 7.7

亿美元，同比增长 778.35%，出口额由 2012 年的 5.35 亿美元增至 10.41 亿美元，增幅约为 94.58%。进口、出口和进出口三项数据均有明显增长。艺术品进口税税率的降低促进了国内艺术品进口的发展，出口增长显示中国与国外文化艺术交流活跃度的提升。

30 亿

随着第二次互联网发展热潮的来临，艺术品网上交易这种艺术品交易的新模式 2013 年在国内迅速发展。据不完全统计，2013 年国内艺术品网上交易额达到 30 亿元。

市场概况

2013年,我国艺术品市场的整体成交较2012年有所回升,市场交易总额为2003亿元,同比增长12%。2013年,国内画廊、艺术经纪、艺术博览会、拍卖市场、艺术品出口、艺术品网上交易的原创艺术品交易额为1003亿元,同比增长5%。

2013年,我国画廊、艺术经纪、艺术博览会一级市场的交易额为475亿元,同比增长3%;艺术品拍卖市场成交额为438亿元,与2012年基本持平;艺术品出口额为60亿元,同比增长76%;艺术品网上交易额为30亿元,同比增长67%;此外,现当代原创工艺美术品(工艺画、陶瓷、玉器、珠宝首饰、家具、织锦、刺绣、编织、地毯、壁毯、漆器、金属等)的交易额为

2013年中国艺术品市场数据表

序号	市场分类	金额(亿元人民币)
1	画廊、艺术经纪、艺术博览会	475
2	艺术品拍卖(原创艺术品)	438
3	艺术品出口	60
4	艺术品网上交易	30
5	现当代原创工艺美术品	800
6	艺术授权品、艺术复制品、艺术衍生品	200
总计		2003

800 亿元，同比增长 23%；艺术授权品、艺术复制品、艺术衍生品的交易额为 200 亿元，同比增长 11%。

2013 年，国内艺术品市场结构进一步优化。尽管画廊、艺术经纪和艺术博览会以及艺术品拍卖的增长在 2013 年较为温和，但得益于艺术品出口、艺术品网上交易、现当代原创工艺美术品、艺术授权品、复制品、艺术衍生品的交易额较大幅度的增长对整体市场行情的回升起到了重要的支撑作用。

2013 年，画廊市场受经济不景气影响的经营困境已有明显好转。据中央美术学院国家艺术与文化政策研究所 2013 年对全国各省市画廊的调研，中国内地共有 3366 余家专业画廊，这些画廊所在的都是人口在百万以上的城市。这些专业的画廊主要分布在东部地区，而中西部地区的数量较少。一个地区画廊市场的规模与所在地区经济发展水平成正比。随着网络科技的发展，画廊的经营方式也出现了新变化，除了线下的实体经营之外，很多画廊充分利用微博、微信等自媒体进行品牌宣传和营销，同时也借助互联网在线上交易艺术品，带动艺术品网上交易的活跃。

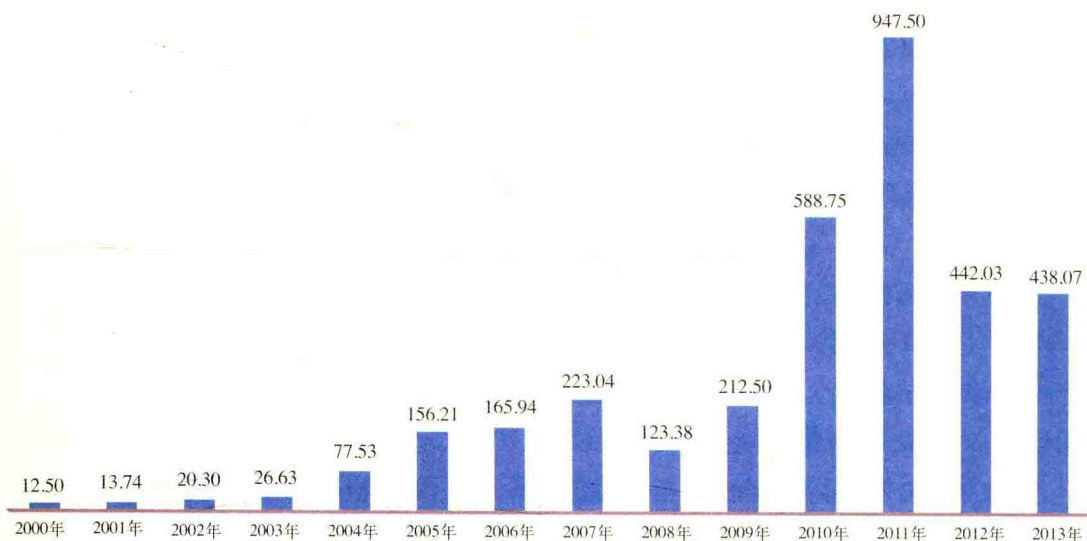
2013 年我国艺术品拍卖市场发展平稳，全年共有 321 家拍卖公司举办了 677 场拍卖会。全年共计上拍 51 万件艺术品，成交 24 万件，总成交率 47%，总成交金额为 438 亿元（不含港、澳、台地区拍卖市场成交额）。其中，中国书画、油画及当代艺术品等纯美术品成交额为 330.71 亿元，同比增长 9%。此外，网络拍卖和微信拍卖的迅速发展成为拍卖市场的新亮点。

2013 年国内艺术品博览会行业竞争更趋激烈，在香港的税收及相关政策优势条件下，北京和上海两地举办的艺术品博览会发展压力陡增。艺术品博览会行业内部的激烈竞争使各个博览会进一步强化自己的品牌，同时也注重修炼内功。

2013年国内艺术品金融化步伐放缓,艺术品基金、艺术品信托发行数量和募集规模都有明显缩小。2013年有29款艺术品信托(基金)到期兑付,涉及资金额26.42亿元,对于很多在2010和2011年募集发行的艺术基金来说,由于当时购买艺术品的成本较高,所以他们能否按时对付发行基金许诺的高收益存在很大困难。2013年只有4家信托公司参与发行了13款艺术品信托产品,与2011年有18家共计发行44款产品的情形形成鲜明反差。此外,经历发展阵痛的文化艺术品产权交易所仍处于一个重新定位、寻找新的发展模式和调整发展方向的阶段。

2013年我国艺术品购买力整体水平与2012相比有所提高。艺术投资者投资意愿的回升、艺术消费时代的临近、公共收藏的增长、企业收藏的快速兴起是2013年国内艺术品购买力提升的主要原因。我国的企业收藏在2013年保持增长,企业用于艺术品收藏或者投资的资金规模近600亿元,企业已经日益成为艺术市场中越来越重要的购买力量。此外,艺术复制品、艺术授权品主要面向更广大的艺术消费人群,全年交易额在200亿元,同比增长11%,这部分市场发展潜力巨大。大城市的高净值人群、中产阶级家庭是艺术品消费的主力军。5000至5万元是目前艺术品消费人群能承受的作品价格,5万元的消费水平也比去年的4万元有所提高。

2000-2013年中国艺术品拍卖市场成交额(亿元)



影响力分析

十八届三中全会审议通过了《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》提出了建设社会主义文化强国，增强国家文化软实力，必须坚持社会主义先进文化前进方向，坚持中国特色社会主义文化发展道路，培育和践行社会主义核心价值观，巩固马克思主义在意识形态领域的指导地位，巩固全党全国各族人民团结奋斗的共同思想基础。坚持以人民为中心的工作导向，坚持把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一，以激发全民族文化创造活力为中心环节，要进一步深化文化体制改革。

此外，要进一步完善文化管理体制，建立健全现代文化市场体系，尤其是强调鼓励非公有制文化企业发展，降低社会资本进入门槛，允许参与对外出版、网络出版，允许以控股形式参与国有影视制作机构、文艺院团改制经营。支持各种形式小微文化企业发展。建立多层次文化产品和要素市场，鼓励金融资本、社会资本、文化资源相结合。完善文化经济政策，扩大政府文化资助和文化采购，加强版权保护。健全文化产品评价体系，改革评奖制度，推出更多文化精品。同时还要构建文化服务体系和提高文化开放水平，尤其是坚持政府主导、企业主体、市场运作、社会参与，扩大对外文化交流，加强国际传播能力和对外话语体系建设，推动中华文化走向世界。理顺内宣外宣体制，支持重点媒体面向国内国际发展。培育外向型文化企业，支持文化企业到境外开拓市场。

随着国家对文化产业的高度重视和相继推出的多项扶持政策，21 世纪势必将成为我国文化产业高度发展的世纪，而此次十八届三中全会也为中国正式进入“大文化时代”拉开了帷幕。

2013 年我国艺术品市场蓬勃发展，影响力具体表现在：

一、在文化产业占重要位置

艺术品市场经过近 10 年的增长，成交额基本呈现稳步上升的走势。艺术品市场不仅在整个文化市场也在整个文化产业中的地位越来越重要。根据目前已经公布的文化产业数据，2013 年我国图书、期刊、报纸、音像制品的营业收入达 18246.4 亿元，2013 年我国数字出版产业总收入达 2540.35 亿元，2013 年动漫产业产值达 870 亿元，2013 年中国电影票房达 217.69 亿元，2013 年演出市场的总经济规模 463 亿元。而我国艺术品市场在 2013 年的交易额达到 2003 亿元，在图书、期刊、报纸、音像制品和电子出版物、数字出版、电影、动漫、网络音乐、网络游戏、演艺、艺术品 9 大类中排名第三位。

二、传播文化价值

艺术品市场既是文化市场重要的组成部分，同样也承担着文化传承、推广和传播中国优秀文化艺术的重任。

目前，全国共有 3400 余家专业画廊，共举办艺术展览 20000 余次，印制展览画册 20000 余种。画廊在经营艺术品的过程中，用举办展览、出版等方式也在积极从事对于文化艺术的推广和交流。画廊也成为除了美术馆、博物馆之外重要的向大众普及当代艺术创作发展。2013 年，国内的 321 家拍卖公司共举办 677 场拍卖会，共计上拍 51 万余件艺术品。拍卖市场多年来的繁荣发展使更多人意识到文化艺术品具有的历史价值、艺术价值、收藏价值，在更多的人加入到收藏艺术品行列中的这个过程中，艺术品市场也在无形中传播着和弘扬着中国文化艺术的价值。

三、促进对外文化贸易

据文化部发布的《2013 年全国文化发展统计公报》，2013 年全国文化系统批准对外文化交流项目 2159 起，66338 人次参加。这也是文化“走出去”政策大方向的具体体现。广义的“走出去”概念包括对外文化宣传、对外文化交流和对外文化贸易三种形式，由政府、行业协会和企业等不同的实施主体主导。对外文化贸易是推动中华文化“走出去”的新方式和新模式，是建立可持续的对外文化交流、对外文化宣传的重要手段，关系到国家软实力的提升和国际影响力的营造，正成为我国文化“走出去”的主流形式。

自 2012 年起，国内的画廊开始在香港设立分支机构，在香港这个更为国际化的贸易中心、艺术品交易中心展示和推广中国当代艺术家的创作，展现中国当代艺术的创作面貌，有效的促

进中外文化之间的交流。而中国嘉德、北京保利两家拍卖公司自 2012 年开始在香港举行常规拍卖，中国嘉德 2013 年在香港举行了两次拍卖，成交额达 8.05 亿港元。经过一年的稳定发展，这两家拍卖公司获得了亚洲区藏家的认可，增强了海外藏家对于中国艺术品拍卖公司的了解，也提高了中国艺术品拍卖交易的透明度。

各国之间的艺术品进出口贸易额是文化贸易和文化交流的重要内容。2013 年我国艺术品、收藏品及古董进出口额有大幅度提升。进口额由 2012 年的 8766.48 万美元增至 7.7 亿美元，同比增长 778.35%，出口额由 2012 年的 5.35 亿美元增至 10.41 亿美元，增幅约为 94.58%。艺术品贸易顺差接近 16 亿元人民币。进出口总额由 6.23 亿美元增至 18.12 亿美元，增幅约为 190.85%。

所以，越多越多的艺术机构和艺术家在国际舞台上的亮相，艺术贸易顺差的增长都是我国经济发展和综合国力实力的具体体现。

四、处于全球优势地位

2013 年中国艺术品市场的交易总额达到 2003 亿元，同比增长 12%。欧洲美术基金会的统计数据，2013 年中国艺术品市场的成交额为 114 亿欧元，同比增长 8%，所占全球艺术品市场交易总额的份额为 24%，蝉联了全球艺术品交易第二大国的位置。中国艺术品市场已经成为全球艺术品市场向前发展的决定性力量之一，地位正从新兴艺术品市场逐渐变成全球艺术品市场新的交易中心转变。中国艺术品市场在全球艺术品市场全球化的竞争中保持着领先地位。

政府政策与行业规范

2013年我国艺术品市场的政府政策和行业规范进一步健全。针对艺术品市场中的经营主体，文化部陆续发布了《拍卖监督管理办法》、《文化部办公厅关于开展艺术品鉴定管理试点工作的通知》、《国务院关于印发中国（上海）自由贸易试验区总体方案的通知》，这一系列政策和行业规范的密集发布显示出政府规范艺术品市场决心，并且这些政策和行业规范明确针对当下艺术品市场现状，具有很强的可行性，这些政策和行业规范的出台肯定会对国内艺术品市场的健康发展起到积极的促进作用。

针对美术馆的发展，文化部陆续出台了《文化部办公厅关于开展2012年度全国美术馆发展扶持计划相关工作的通知》、《关于请支持开展民办博物馆规范化建设评估工作的通知》、《文化部关于开展全国美术馆藏品普查工作的通知》、《民办博物馆设立标准（征求意见稿）》等多项通知。充分反映出政府对全国美术馆、博物馆、尤其是民办博物馆发展的重视。

在对重要艺术品的保护方面，文化部陆续出台了《1949年后已故著名书画家作品限制出境鉴定标准（第二批）》、《第三批禁止出境展览文物目录》。这对于保护文物及防止近现代书画家重要作品流失到海外起到了重要的保护作用。

2013年中国拍卖行业协会、北京画廊协会等行业协会组织继续发挥重要作用。12月18日，中国拍卖行业协会和全球顶尖网络艺术品研究平台 Artnet 全球有限公司在北京联合发布《2012年全球中国文物艺术品拍卖市场统计年报》。这份报告为政府部门和市场人士提供了一份全面研判中国文物艺术品拍卖在全球市场的动态信息。

2013年，山东省潍坊市成立了画廊协会，这是继北京画廊协会、上海画廊联盟之后国内第三个专业的画廊行业协会。画廊行业协会的陆续成立，说明画廊行业正在朝着有组织、有序的方向发展。画廊协会的出现将加强画廊与政府相关部门之间的沟通，同时也有助于画廊间的

资源互补,也会在发展中塑造画廊行业的整体形象,协调同业之间的关系,增强国内画廊的实力,并促进国内画廊与海外画廊界的互动与交流。2013 年年度,文化部文化市场司正在酝酿出台《画廊行业经营规范》和《画廊从业人员规范》,期望从画廊经营源头和画廊从业人员素质这两个方面规范画廊市场的经营运作和发展,增强画廊可持续发展的能力。

《拍卖监督管理办法》

1 月 5 日,国家工商行政管理总局出台《拍卖监督管理办法》。为了规范拍卖行为,维护拍卖秩序,保护拍卖活动各方当事人的合法权益,根据《中华人民共和国拍卖法》等法律法规,制定《拍卖监督管理办法》,该办法自 2013 年 3 月 1 日起施行。2001 年 1 月 15 日国家工商行政管理局令第 101 号公布的《拍卖监督管理暂行办法》同时废止。该办法中删除“不经拍卖竞价程序处分拍卖标的”的条文,这表明新办法对拍卖市场的干预减弱,并可能形成对拍卖公司私人洽购业务的推动。

《文化部办公厅关于开展 2012 年度全国美术馆发展扶持计划相关工作的通知》

1 月 28 日,文化部出台《文化部办公厅关于开展 2012 年度全国美术馆发展扶持计划相关工作的通知》。“全国美术馆发展扶持计划”是文化部“国家美术发展工程”的重要组成部分,对入选该计划的项目,文化部将给予奖励性扶持。“2012 年度全国美术馆发展扶持计划”将通过评选,对于全国美术馆在 2012 年内实施的优秀项目进行奖励性扶持。扶持内容为国家重点美术馆优秀展览项目、优秀公共教育和推广项目。