
2013 亚洲艺术品市场研究报告

ASIAN ART MARKET REPORT

主编

AMRC 艺术市场研究中心



ISBN 978-7-5356-6831-8



定价：58.00元

2013 亚洲艺术品市场研究报告

ASIAN **ART** MARKET REPORT

主编

AMRC 艺术市场研究中心

图书在版编目(CIP)数据

2013亚洲艺术品市场研究报告 / AMRC艺术市场研究中心

主编. — 长沙: 湖南美术出版社, 2014.3

ISBN 978-7-5356-6831-8

I. ①2… II. ①AMRC艺… III. ①艺术市场—研究报告—亚洲—2013 IV. ①J13

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第053323号

2013亚洲艺术品市场研究报告

出版人: 李小山

主 编: AMRC艺术市场研究中心

协 作: 韩国艺术市场研究所

课 题 组: 赵 力、徐镇洙(韩)、清水秀作(日)、马学东、张秀娟

课题组统筹: 张秀娟

撰 稿 人: 赵 力、徐镇洙(韩)、清水秀作(日)、马学东、张秀娟、
张 艺、郝佳欢、郝若楠、金亮星

责任编辑: 郭 煦

装帧设计: 杨 慧

出版发行: 湖南美术出版社(长沙市东二环一段622号)

经 销: 湖南省新华书店

制 版: 北京今日新雅彩印制版技术有限公司

印 刷: 北京永诚印刷有限公司

开 本: 787×1092 1/16

印 张: 7.5

印 数: 1-1500册

版 次: 2014年4月第1版 2014年4月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5356-6831-8

定 价: 58.00元

【版权所有、请勿翻印、转载】

邮购联系: 0731-84787105

邮 编: 410016

网 址: <http://www.arts-press.com>

电子邮箱: market@arts-press.com

如有倒装、破损、少页等印刷质量问题, 请与印刷厂联系调换。

联系电话: 010-84784156

目 录

Contents

前言 | 002

01 | 中国大陆艺术品市场 | 005

导言	006
一、画廊市场	006
二、拍卖市场	009
三、展会市场	012
四、产业金融化发展	014
五、收藏群体	016

02 | 中国香港艺术品市场 | 019

导言	020
一、画廊市场	020
二、拍卖市场	023
三、展会市场	025
四、收藏群体	028

03 | 中国台湾艺术品市场 | 031

导言	032
一、画廊市场	032
二、拍卖市场	035
三、展会市场	036
四、收藏群体	038

04 | 日本艺术品市场 | 041

导言	042
一、市场概况	043
二、画廊市场	045
三、拍卖市场	049
四、展会市场	052
五、公共机构	055

05 | 韩国艺术品市场 | 057

导言	058
一、画廊市场	059
二、拍卖市场	060
三、展会市场	064
四、艺术品进出口	065
五、税收政策	067

06 | 新加坡艺术品市场 | 069

导言	070
一、画廊市场	071
二、拍卖市场	072
三、展会市场	074
四、收藏群体	075
五、税收政策	077

07 | 印度尼西亚艺术品市场 | 079

导言	080
一、画廊市场	080
二、拍卖市场	082
三、艺术展会	085
四、艺术家	087
五、收藏群体	089

08 | 印度艺术品市场 | 091

导言	092
一、画廊市场	093
二、拍卖市场	095
三、展会市场	097
四、艺术家	098
五、收藏群体	101

09 | 中东地区艺术品市场 | 103

导言	104
一、画廊市场	105
二、拍卖市场	106
三、展会市场	109
四、艺术家	112
五、收藏群体	114

参考文献 | 116

2013 亚洲艺术品市场研究报告

ASIAN **ART** MARKET REPORT

主编

AMRC 艺术市场研究中心

前言

Preface

《亚洲艺术品市场研究报告》，是国内第一本专注于亚洲艺术品市场发展现状和未来趋势的研究报告，具有填补国内外亚洲艺术品市场研究空白的重要意义。

20世纪七八十年代，亚洲艺术品市场率先在日本以及由韩国、新加坡、中国香港、中国台湾为代表的“亚洲四小龙”区域萌动。20世纪80年代末至90年代初期，亚洲迎来了第一次的“市场巅峰”，不仅区域市场发展迅速，取得了很大成就，而且由于这一时期日本藏家大肆购买西方“印象派”等现代艺术作品，导致亚洲艺术品市场开始了国际化发展趋势，提升了亚洲对于全球艺术品市场的参与度。90年代以后日本泡沫经济破灭，日本艺术品市场行情一落千丈，至今仍未恢复到历史景气水平，与此同时中国的港澳台地区由于藏家队伍的激增和文化收藏气氛的扩大却出现了更稳健的发展，成为亚洲最抢眼的风景。进入21世纪以来，随着中国大陆、韩国、印度、中东地区的经济发展，亚洲艺术品市场格局出现了更多元的变化，亚洲艺术品市场也迎来了第二次的“市场巅峰”。其中最重要的力量是中国艺术品市场的崛起，尤其是在2010年、2011年中国艺术品市场甚至超越美国成为全球第一大艺术品市场，成为全球瞩目的焦点。由于体量巨大和成长迅速，中国艺术品市场的崛起也带动了亚洲其他国家如韩国、日本、新加坡、印度尼西亚、印度、中东地区艺术品市场的发展。一个显见的成果是，21世纪初亚洲艺术品市场的整体发展已经成为全球艺术品市场最重要的内容，既极大地改变了全球艺术品市场的格局，也对以美国、英国、法国为代表的成熟艺术品市场形成了冲击。

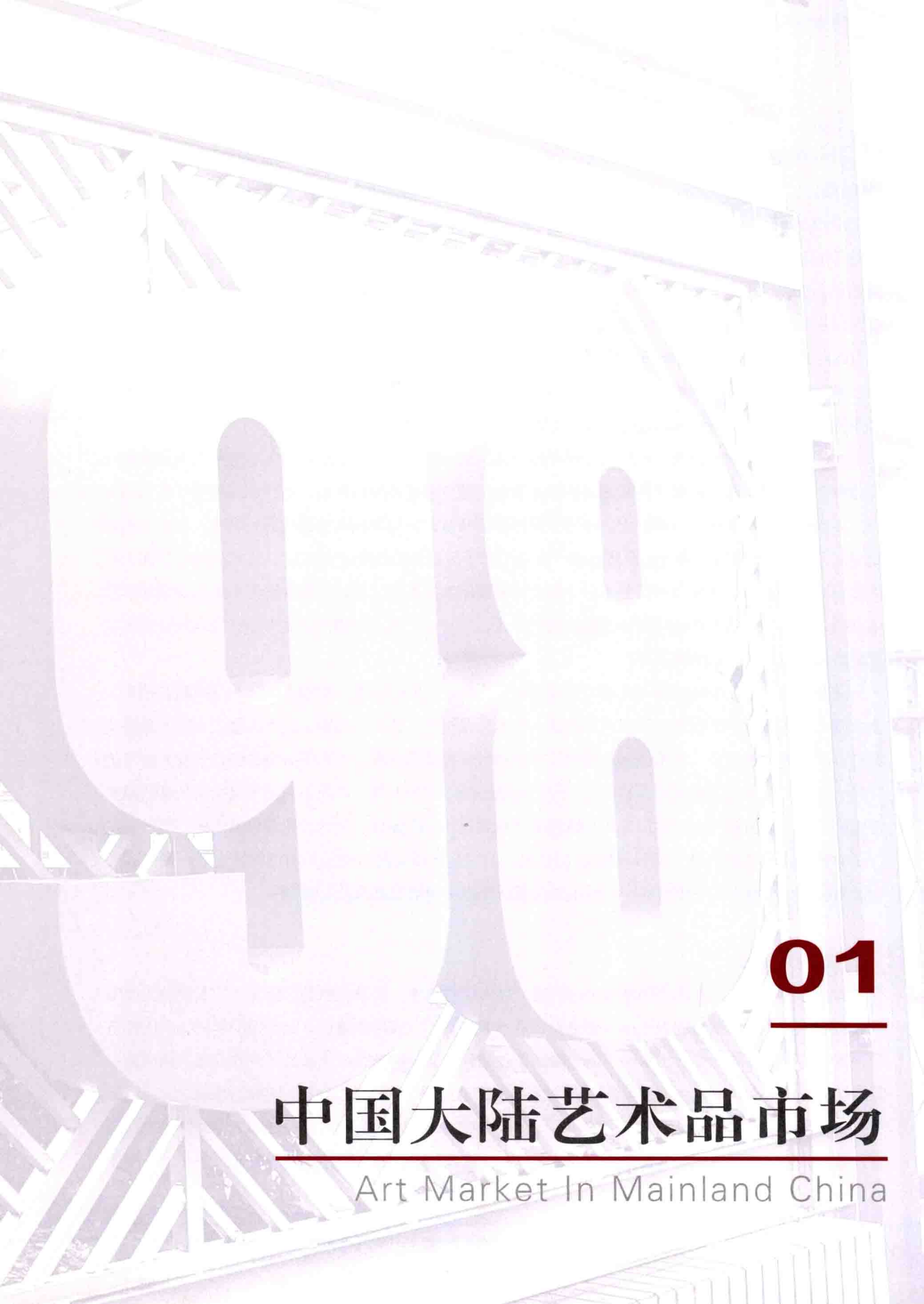
基于对亚洲艺术品市场的重视与关注，基于对从亚洲的内部加以观察的方法论和价值观，推出成系列的亚洲艺术品市场研究报告就很有必要了。我们编撰而成的《亚洲艺术品市场研究报告》就可以看作是某种回应。《亚洲艺术品市场研究报告》的体例，是立足于亚洲艺术品市场的现状特征，分成“中国大陆艺术品市场”、“中国香港艺术品市场”、“中国台湾艺术品市场”、“日本艺术品市场”、“韩国艺术品市场”、“新加坡艺术品市场”、“印度尼西亚艺术品市场”、“印度艺术品市场”、“中东地区艺术品市场”共计9章来加以论述和展开的。研究报告中大量运用历史研究、文献研究等方法，详细梳理20世纪70年代以来亚洲各国或地区艺术品市场的发展历程、发展现状，既注重市场间的区别与特色，又注重市场的联系与互动，力图让读者在掌握亚洲艺术品市场历史发展之后，进而了解目前的变化现状和整体特色，为艺术品市场的从业人员、收藏群体、投资机构提供专业的市场信息和可资参考的分析结论。

《亚洲艺术品市场研究报告》的撰写，体现了亚洲区艺术品市场研究专业团队的合作精神，是真正意义上的一次创新。研究报告以AMRC艺术市场研究中心研究团队为核心，广泛整合了亚洲区的专家学者和研究机构，并以此为契机成功地搭建起了针对亚洲艺术品市场的研究平台，形成了亚洲区艺术品市场的专业研究团队。平台和团队的建立，有助于我们

求同存异地全面把握亚洲艺术品市场发展的整体趋势、局部特征，能够从宏观、微观的两个维度给予亚洲艺术品市场健康持续发展以更多的支持，并通过研究方法和研究资源的整合与讨论找到促进亚洲艺术品市场共同发展的战略和路径。

在具体撰写中，“中国大陆艺术品市场”、“中国香港艺术品市场”、“中国台湾艺术品市场”、“新加坡艺术品市场”、“印度尼西亚艺术品市场”、“印度尼西亚艺术品市场”、“中东地区艺术品市场”，是由AMRC艺术市场研究中心负责写作。AMRC艺术市场研究中心成立于2007年，是国内首家专门致力于艺术产业研究、艺术品市场行情研究、艺术品评估的专业机构，同时也是国内首个艺术经济、艺术金融化的创研平台。中心的宗旨，是力图通过翔实的数据、客观的分析、学术的视角，对中国以及国际艺术品市场的发展特征与未来趋势进行专业研究。目前中心已与海内外知名美术馆、博物馆、艺术院校、收藏家、艺术基金会、艺术赞助人、知名专家等建立了深入的合作关系，创建了“AMRC艺术品文献与市场数据库”、“亚洲艺术品市场研究平台”、“艺术金融化国际创研平台”。战略合作伙伴包括：中国人民财产保险有限公司北京分公司、中国建设银行北京分行私人银行、建银国际文化产业投资基金、“安盛艺术保险”、“全球风险合作伙伴”、“中国拍卖协会艺术委员会”、“北京画廊协会”、“全球艺术收藏家论坛”、“艺术经济论坛”、“上海国际收藏论坛”、“北京中国书画收藏家协会”、“深圳文博会”、“艺术北京”、“青年艺术100”、北京文化艺术资源研究院、中国现当代美术文献研究中心、伦敦FAWM公司、德国Art Gate公司等。艺术市场研究中心常年承担多项国家级科研项目，并向政府、企业、机构提供专业咨询，如文化部《中国艺术品市场年度报告》、北京文化局《北京艺术品市场研究报告》，以及《中国艺术品市场行情报告》、《全球艺术品市场监测周报》、《艺术市场周报》、《爱艺术》等电子杂志，研究成果已成为国内外艺术投资决策的重要参考依据，影响力也正在逐日扩大。

研究报告中韩国市场部分的撰写是由韩国艺术市场研究所负责，所长徐镇洙（So Jinsu）多年来关注亚洲各国艺术品市场发展，每年都会撰写韩国艺术品市场的独立报告。日本市场部分的撰写是由清水秀作（Simizu Syusaku）负责，梳理了日本艺术品市场的发展历史和特殊的交易方式，让我们能够更加深入了解日本艺术品市场的特点。在此，我们要对徐镇洙、清水秀作表示衷心的感谢！与此同时，我们也向所有为报告的成功出版做出贡献的研究人员、热心朋友致以崇高的敬意！可以相信随着报告项目的持续进行，借助于这个亚洲艺术品市场的研究平台，亚洲区会取得越来越多的共识，人们对于亚洲艺术品市场的关注度也会越来越高；而AMRC艺术市场研究中心也越来越有信心将自己研究的视野从国内延伸到国际，从而更加深刻地理解国际市场的现状与趋势，把握亚洲乃至全球艺术品市场的发展脉动。



01

中国大陆艺术品市场

Art Market In Mainland China

导言

改革开放30年以来,中国已经形成社会稳定发展的新局面,拥有了构建和谐社会的有利条件。为构建和谐社会,实现全面建设小康社会的目标,以改革开放和科技进步为动力、坚持以人为本的科学发展观、以提高居民生活质量为目标,也已经成为社会的共识。中国艺术品市场在国家产业政策的引导下,整合传统艺术的优秀资源,吸收当代艺术的最新成果,向知识密集型的新兴产业转型,保持和增强了自身的社会影响力和社会引导力,在整个文化产业的比重上占据了重要地位。根据《中国文化产业发展报告2012—2013》的数据,2011年中国文化产业中主要行业的市场规模总计为6778.47亿元,其中艺术品市场2108亿元,是两个市场规模超过千亿元的行业门类之一,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大类的文化产业中名列前茅。2012年中国艺术品市场规模为1784亿元¹,继续在文化产业中占据较大的比重。

2000年以来,中国艺术品市场的经营主体一直以画廊业、艺术品拍卖业为主。近年来中国画廊业行业专业化程度提高,政策扶持及地区性行业协会的建立并逐步发挥作用,对行业发展给予有力的支持。中国画廊市场规模进一步扩大,保持了很好的活跃度,2012年画廊总数达到3106家,市场交易量超过4万笔。艺术品博览会市场发展也进一步呈现出了区域化的特征。画廊业、艺术品经纪和艺术品博览会交易的活跃,体现了中国艺术品一级市场的健康发展态势,而2013年中国艺术品拍卖市场的整体回暖,既体现了国内市场结构性调整的初见成效,同时也反映了中国艺术品市场已经向行业资源优化配置和规范化发展的持续迈进。

随着中国艺术品市场的深入发展,艺术品市场的产业外延效应进一步放大。艺术品画廊、拍卖、艺术博览会的经营活动也带动了艺术品仓储、艺术品保税区、艺术品运输、艺术品物流、艺术品展会服务、艺术品印刷包装、艺术品保险等相关产业和行业的协同发展,艺术品市场的综合带动效应日趋明显。近年来艺术品金融化的进展也在中国艺术品市场中有所反映。目前中国艺术品投资基金的融资渠道仍以艺术品信托为主,发行方式开始趋于“私募化”。以2012年为例,共有12家信托公司参与发行了34款艺术品信托产品,发行规模达33亿元,而文化产权交易所在经历清理整顿之后,通过联席会议验收的16个省市的文化产权交易所也进入重新定位和转型发展的历史新阶段。

一、画廊市场

画廊市场在中国艺术品市场体系中担当着一级市场的角色。中国大陆地区画廊业的发端始于改革开放之后,整体的发展过程表现出从无到有、从不成熟到相对成熟的特征。20世纪80年代,中国经济领域改革的进程逐渐加快,艺术品市场也得到了迅速的发展:针对民众艺术品消费的画廊、画店数量明显增加;针对国外艺术品消费者的销售单位因有效地依附在中国旅游业强劲发展的基础之上也得到了发展。而到了20世纪90年代,一些画廊开始摆脱传统的“画店”模式或旅游性的“美术品商店”模式,转入当代性的经营模式。重要标志为签约代理艺术家的国际性经营制度被引入中国,改变

1. 本章节报告中,除特别说明外,中国艺术品市场数据所取范围为中国大陆艺术品市场数据。

了过去纯然依赖艺术家已有名望进行“销售”的单一模式，催动了立足于对艺术家未来价值判断而采取的经纪决策。而这一时期，北京、上海地区已经有个别外资画廊进驻，并将中国艺术家介绍到了国外，也推动了早期中国画廊业的发展。

2000年以来，中国的画廊业迈入了全新的发展阶段。全国范围内人口百万以上的城市均有不同规模的画廊诞生，其中尤以北京、上海两大城市的画廊数量最多、增长最快。这一时期，部分专业画廊进入了所谓的“赢利时代”，而外资画廊大量涌入，也形成多元竞走的活跃景象。这种多元性，体现在画廊经营者的背景、操作手段、公关策略以及经营作品的风格定位等诸多方面。而在外资画廊方面，关心中国当代艺术创作，强调中外艺术的互通交流，注重对亚太地区艺术的推荐阐发，越来越成为他们的基本认识与共同愿景。据欧洲美术基金会报告显示，中国画廊市场规模呈现每年约10%的增长，其中北京画廊市场增长速度最快。截至2012年年底，据艺术市场研究中心对北京市画廊市场的实地调研显示，北京市目前有373家专业画廊。

近年中国画廊行业的发展特点是：

1. 规模放大

近年来中国画廊行业规模持续放大。尽管相比国际画廊行业来看，国内市场发展时间较短，但每年约10%的增长显示出这一市场良好的发展态势。根据专项调查显示，国内有3106家画廊，主要集中在北京、上海、广东、山东等省市。而来自欧洲美术基金会报告的数据显示，2012年中国画廊市场交易量高达42000笔。市场活跃度仍维持在较高的水平。

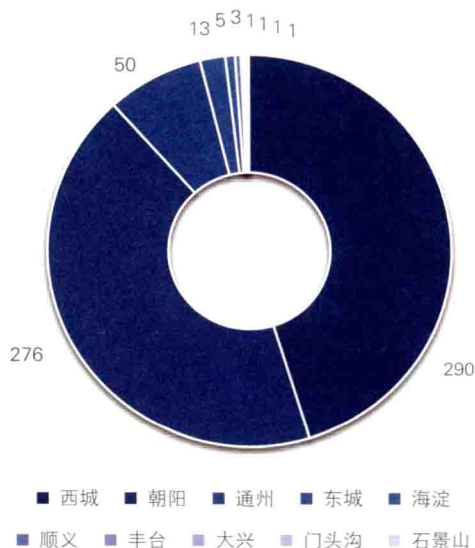
2. 品牌集中化

品牌集中化趋势增强是近年画廊行业的一大特征，主要表现在画廊尤其是知名画廊向重要艺术区聚集发展。以北京798艺术区为例，近两年先后有数家原址在草场地、酒厂等艺术区的知名画廊进驻798艺术区，如博尔励画廊、三潞画廊、索卡艺术中心等。此外也有一些画廊如草场地艺术区的北京野田当代画廊等选择在保留原空间的同时，在798艺术区开设新的空间。随着艺术市场的进一步发展，资源配置再度优化，北京各艺术聚集区画廊比重也出现调整，重要艺术聚集区受到更高的认可。此前北京市活跃度较高的几大艺术聚集区包括798艺术区、草场地艺术区、酒厂艺术区、观音堂画廊街等，而如今各画廊聚集区规模差距进一步加大。798艺术区画廊比重再度提升，以173家画廊占到北京市373家专业画廊数量的46.38%，份额高居各画廊聚集区榜首，知名画廊聚集区的品牌效应应进一步加强；而以艺术家资源丰富著称的北京宋庄艺术区，通过中国艺术品产业博览会的成功举办，初显品牌效应。

3. 外资退潮

近几年，外资画廊撤离中国的现象较为明显。自

北京地区画廊区域数量分布



2009年以来,受到经济大环境的影响,艺术品一级市场有所降温,艺术品市场整体调整,有业内人士称2012年国内画廊行业中仅有7%的企业有赢利。而随着艺术品进出口监管的加强,外资画廊的交易模式和艺术家资源引入等都受到了一定的冲击。在此次撤离中国的外资画廊以韩国画廊居多。据艺术市场研究中心2008年的调查,北京的14家韩国画廊,到2012年除少数几家画廊还在正常开放外,像昌阿特画廊、阿特塞帝画廊以及阿拉里奥画廊在内的多家韩国画廊均已关闭了在中国的画廊空间。

4. 国际拓展

中国大陆画廊出现国际拓展的新动向。继亦安画廊、偏锋新艺术空间、北京艺门画廊、当代唐人艺术中心到香港开设空间之后,总部位于北京草场地艺术区的站台·中国画廊,在2012年也增设了香港项目空间。香港作为亚洲艺术品市场交易中心之一,在国内外艺术交流领域起着重要的桥梁作用。中国大陆画廊进驻香港,不仅在地域上拓展了展示空间,同时也是融入国际文化艺术交流的重要表现。随着大陆画廊实力的增强,它们走向国际是必然的发展趋势。

5. 关注青年艺术

随着艺术品市场的深入发展,青年艺术家也逐渐得到市场的关注。在一级市场中,以青年艺术家为主的展览、活动,日渐增多,如2011年以来,相继出现“青年艺术100”、“宝马艺术发现展”、“青年艺术家扶持推广计划”等。自2011年9月启动的“青年艺术100”是一个关于青年艺术家的年度推广项目,2012年该项目在北京、香港、鄂尔多斯、成都、深圳等地巡展,并联合北京圣之空间等多家艺术机构推出青年艺术家专题展览。此外,2012年8月在中央美术学院美术馆开幕的“首届CAFAM未来展:亚现象·中国青年艺术生态报告”也从学术高度和角度对青年艺术家及他们的作品给予了充分的关注。

6. 行业协会发挥作用

行业协会在一级市场中的地位逐渐得到重视。一直以来,一级市场无序发展的状况受到各方面的关注,尤其是部分非专业画廊缺乏规范和信誉等问题,制约着画廊市场的整体发展。在这一情况下,文化部开展诚信画廊评选等工作,引导市场发展方向,与此同时行业规范和自律也成为公众关注的焦点。成立于2011年9月的北京画廊协会,2012年、2013年陆续开展了北京画廊周、画廊之夜、艺术地图,以及“画廊经理人培训”等活动,在艺术教育、宣传引导、社会慈善等领域得到社会各界的充分肯定。2012年6月“艺术红坊暨画廊联盟”正式在上海红坊文化艺术社区启动。



2012年度“青年艺术100”之北京启动展开幕

上海画廊联盟的出现、北京画廊协会的成立，标志着国内画廊业向更加有序、更加规范的方向又迈进了一大步。

二、拍卖市场

在中国，拍卖市场的出现可以追溯到19世纪晚期。1874年英国鲁意斯摩拍卖公司在上海最先开设了其在远东的子公司，随后英商的瑞和洋行、罗森泰洋行，法商的三法洋行，日商的新泰洋行，丹麦的宝和洋行等纷纷挂牌，开展拍卖业务。光绪末年北京的崇文门大街上也出现了由外国人经营的鲁麟洋行，这是北京地区最早的拍卖公司，主要从事衣物、家具等二手物品的拍卖。1945年抗日战争胜利后，当时的民国政府也大量采取拍卖的方式对大批敌伪资产进行处理，以图充裕国库。



北京画廊协会“画廊之夜”晚会现场

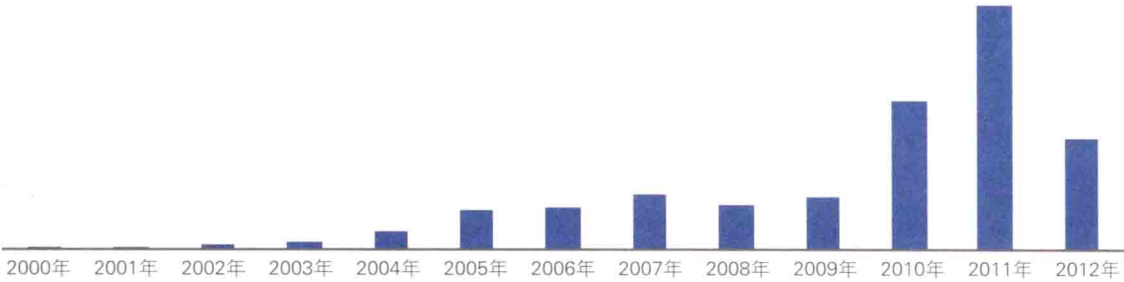
新中国成立后的1958年，旧中国遗留下来的最后一家拍卖行在天津关闭。1986年随着中国的改革开放，中国的拍卖业在中断了30年之后，于1986年在广州恢复成立了第一家拍卖机构——广州拍卖行。1996年是中国拍卖业历史上十分重要的一年，《中华人民共和国拍卖法》的颁布标志着中国拍卖业进入了以市场化、法制化、国际化为特征的新的历史阶段，而正是在这一背景下，中国艺术品拍卖市场逐步发展起来。2003年以后，中国艺术品拍卖市场除了在经营机构的数量、经营范围的种类、拍卖业绩的提高等诸方面继续保持快速拓展的态势之外，在经营模式上也与全球艺术市场进一步接轨，并逐渐以北京、上海为核心，形成所谓的中国艺术品拍卖市场的中心化发展态势。

近两年中国艺术品拍卖市场在自2009年以来的持续增长之后出现明显回调走势。以2012年为例，中国大陆艺术品拍卖公司，共计上拍461261件拍品，成交225993件，成交率为49%，成交总额达到442.03亿元，相比2011年有近半数的下滑。

2012年中国艺术品拍卖市场中分类市场成交数据

	上拍量（件数）	成交量（件数）	成交金额（亿元）
中国书画	270175	128493	273.42
油画及当代艺术	12235	7265	29.15
瓷器杂项	178851	90235	139.46
总计	461261	225993	442.03

2000—2012年中国艺术品拍卖市场成交额（亿元）²



2012年中国艺术品拍卖行业的具体发展特征是：

1. 成交下滑

根据艺术市场研究中心对中国各地艺术品拍卖行业的调研显示，2012年大陆艺术品拍卖公司共创出442.03亿元人民币的成交总额，相比2011年的825.82亿元，降幅达到46.47%。其中上半年成交额194.20亿元，下半年成交额247.83亿元。中国艺术品市场经过数年的快速增长之后行情调整，成交额下滑明显。

2. 格局变动

2012年艺术品拍卖市场格局发生重要变化，市场区域化竞争进一步加剧。首先是国



2012年中国拍卖公司成交总额排名

排名	公司名称	场次数量	专场数量	成交总额（万元）	总上拍量	成交量
1	北京保利国际拍卖有限公司	6	116	607,448	30139	19584
2	中国嘉德国际拍卖有限公司	8	121	478,980	31782	22389
3	北京匡时国际拍卖有限公司	2	35	220,840	4304	3022
4	北京翰海拍卖有限公司	7	66	178,964	13129	8353
5	广东保利拍卖行有限公司	2	3	171,375	2166	1417
6	西泠印社拍卖有限公司	2	44	148,789	6472	5608
7	上海朵云轩拍卖有限公司	5	44	120,694	8133	6836
8	北京九歌国际拍卖股份有限公司	2	21	100,952	3435	1055
9	北京歌德拍卖有限公司	2	27	90,083	3528	2650
10	中贸圣佳国际拍卖有限公司	3	27	87,127	6564	3101

2. 图表中，2000—2011年为包含港澳台市场的总成交数据，2012年度数据不包含港澳台地区拍卖数据，2012年港澳台地区拍卖成交额为128.09亿元。

内重要拍卖公司进军香港市场。中国嘉德和北京保利两家国内一流的艺术品拍卖企业相继宣布在香港启动拍卖业务。另一个表现就是国际知名艺术品拍卖公司苏富比正式进入中国。苏富比拍卖公司与中国国有企业——北京歌华美术公司签订合资经营合同，共同成立苏富比（北京）拍卖有限公司。而年底北京匡时国际拍卖有限公司宣布与上海恒利拍卖公司合并，合并后的新公司在业务资源和管理层上进行融合重组。拍卖公司实力因资源的再次优化配置得到大幅提升。

国内艺术品拍卖公司主动出击，国外艺术品拍卖巨头进入中国。这一进一出，使得国内艺术品拍卖公司与国际艺术品拍卖公司直接展开竞争。这无疑会使国内艺术品拍卖市场进入到一个更为精彩的发展阶段。同时，北京与香港两地对于亚洲艺术品拍卖市场中心地位的争夺也日趋白热化。

3. 税收贡献

中国拍卖行业协会2012年11月公布的数据显示：2011年全国文物艺术品拍卖企业共纳税14.62亿元，相比2010年的8亿元有大幅增长。就人均创税额来看，在拥有5714名从业者的全国文物艺术品拍卖行业中，人均创税额高达25.58万元，且近几年来相对稳定；而在企业总纳税额排行中的前20家文物艺术品拍卖企业，共计创造税收13.09亿元，占到此类企业纳税总额的89.54%。权重企业在行业税收贡献中占据着重要地位。同时，这20家企业主要来自北京和上海，这与拍卖市场的成交额比重有高度的一致性。

4. 加强营销

随着国内艺术品拍卖市场发展的不断成熟，艺术品拍卖更加注重文化营销。拍卖公司通过文化营销的方式使一些重要拍品的史料价值和学术价值得到了充分挖掘。新的市场操作模式不断地推陈出新，使得拍品的市场价值得到最大程度凸显。以北京匡时“过云楼藏书”整体拍卖为例，鉴于“过云楼藏书”在史学价值、文献价值上的重要地位，北京匡时首先在国家图书馆古籍馆举办“过云楼藏书”拍卖新闻发布会，并举办了“过云楼藏书”研讨会，邀请美术史家、古籍研究专家、文化领域权威专家等业内资深人士深入探讨其价值并结集成书出版。而在拍卖预展上，北京匡时也对过云楼的建筑风格和历史文化情境进行了经典再现。通过这一整套的文化营销模式，这批170余种、近500册的“过云楼藏书”最终以2.16亿元高价成交。使用文化营销的方式来提升拍品的认知度，更大程度挖掘了艺术品的文化内涵与价值，这种方式必然会成为很多拍卖公司今后发展的方向。



“过云楼藏书”拍卖新闻发布会现场

5. 提高行业规范

2012年艺术品拍卖市场行业规范度进一步提高。2012年9月，中国拍卖行业协会在北京举办2012年中国文物艺术品拍卖标准化达标企业名单发布活动及授牌仪式，同时发布《2012中国文物艺术品拍

卖标准化现状报告》。标准化的贯彻落实推动了文物艺术品拍卖从“数量增长”向“质量提升”的转变。而随着2011年发布的《中国文物艺术品拍卖企业自律公约》的推行，艺术品拍卖行业内违法违规行为有明显减少。

三、展会市场

中国博览会机制的引入，是与近代中国与西方世界不断接触、交流的进程相随的。从1851年开始的近一百年间，中国官方和民间商人或以实物参展、或以派员或组团参观的形式走进世界博览会。在大开眼界的同时，自觉或不自觉地接受了西方文明的洗礼，进而萌发了学习西方、追赶西方的强烈的使命意识。而在早期的博览会中，艺术品已经成为重要的展出内容，其中1929年6月在浙江杭州举办的“西湖博览会”更在陈列区的八馆、二所、三处室中专设有“博物馆”与“艺术馆”。

作为整个艺术市场中的组成板块之一，中国艺术品展会市场的发展依托于作为一级市场的画廊产业的发展状态，并与整个艺术品市场大盘的脉动保持着节奏上的一致性。随着2005年以来中国画廊业的急速发展与结构性提升，艺术品展会市场也对应着市场变动，呈现出行业整合和地域竞争的新局势；而在其中发生的结构性调整和品质提升，则是预示着这一市场领域具有了自律发展的逻辑与导向，并且真正成为有别于画廊市场和拍卖市场的第三极力量，对艺术市场的走向、艺术生态的建设发挥了积极的作用。在另一方面，作为大型会展活动，艺术展会得以真正融入当地城市的经济、文化的脉动之中，成为城市的文化品牌以及文化创意产业重要的组成部分，对于城市的文化行销、人文环境的改善与提升也具有明显的现实意义。

近年来，中国艺术品博览会相比此前的展会市场呈现出更为明显的区域发展趋势，尤其是在目前艺术品展会行业集中的香港以及内地的北京和上海这种区域的特征化发展表现更为明显。伴随着艺术品展会市场规模和数量的增加，在艺术品博览会区域化发展的同时，区域内部发展不平衡的现象也日益凸显。此外，随着中国经济环境和艺术品市场的变化，国内艺术品博览会在地域差异性发展的基础上，一些新的特征，如综合化发展的特点也已经呈现出来。

1. 综合性发展趋势

近年，国内综合性艺术品博览会明显增多。相比以展示艺术学术性和本体性为首要目的的纯艺术博览会，包含多种艺术形式和交易方式的综合性艺术博览会在展会成交额和参观人数等评估博览会质量的关键量化指标上，更容易引起社会的关注。随着近几年人们对于文化艺术需求的提升，满足群众这种文化需求的综合性艺术博览会数量也明显增多。以北京为例，据2012年艺术市场研究中心对艺术品展会市场的调研：2012年北京共举办了21个艺术品展会，其中纯艺术博览会仅有4家，包括第九届中国艺博国际画廊博览会（CIGE）、2012艺术北京博览会、第十五届北京国际艺术博览会、2012第二届中国国际文化艺术博览会（ART CHINA），而综合类博览会则有11家之多，占总量的52.38%。这类展会包括中国艺术品产业博览会、第七届中国北京国际文化创意产业博览会等产值较高的综合类艺术产业博览会；此外，还有6家以艺术设计、古董、工艺品等为主体的非纯艺术博览会。

就博览会参观人数来看，纯艺术博览会参观的观众主要以专业人士和艺术爱好者居多，参观人数