

TEFAF
全球艺术品
市场报告 2015



TEFAF

(英) 克莱尔·麦克·安德鲁 编著
上海文化艺术品研究院 编译出版
上海自贸区国际艺术品交易中心 联合发布

TEFAF 全球艺术品 市场报告 2015

欧洲艺术基金会

(英) 克莱尔·麦克·安德鲁 编著
上海文化艺术品研究院 编译

图书在版编目(CIP)数据

TEFAF全球艺术品市场报告. 2015 / (英) 安德鲁编著 ; 上海文化艺术品研究院编译. — 上海 : 中西书局, 2015. 4
ISBN 978-7-5475-0833-6

I. ①T… II. ①安… ②上… III. ①艺术市场—研究报告—世界—2015 IV. ①J114

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第073653号

TEFAF欧洲艺术基金会版权所有

TEFAF全球艺术品市场报告2015

(英) 克莱尔·麦克·安德鲁 编著 上海文化艺术品研究院 编译

责 编 刘寅春
出 版 上海世纪出版集团
中西书局 (www.zxpress.com.cn)
地 址 上海市打浦路443号荣科大厦17F (200023)
发 行 上海世纪出版股份有限公司发行中心
经 销 各地新华书店
印 刷 上海丽佳制版印刷有限公司
开 本 889×1194毫米 1/20
印 张 11.7
版 次 2015年4月第1版 2015年4月第1次印刷
书 号 ISBN 978-7-5475-0833-6/J·115
定 价 168.00元





请关注TEFAP中国微信号

前言

我们荣幸地向大家推出欧洲艺术基金会的最新全球艺术品年度市场报告。本研究由Arts Economics展开，对全球市场做出调查，报告显示2014年是艺术品销售创纪录的一年，全球总销售额达510亿欧元。

本年度的报告探讨了人们购买艺术品的众多不同方式，包括近些年表现越来越抢眼的在线艺术销售。它还涉及到了艺术博览会的角色，如欧洲艺术博览会（马斯特里赫特），并认为通过为艺术收藏者提供聚点，艺术博览会继续为国际艺术品市场的增长和扩张作出重大贡献。

在探讨艺术品市场的经济影响时，该研究认为它不

仅直接提供了大约280万个工作岗位，还在周边行业产生了另外438000个就业机会，包括在艺术博览会上的就业机会。并强调了保持良好商业环境以促进艺术品市场繁荣的重要性。

安东尼·布朗（Anthony Browne）再次承担了整个项目的协调工作。我们代表欧洲艺术基金会对他的辛勤工作表示感谢。

威廉·巴龙·范·戴登
(Willem Baron van Dedem)

President

威廉·范·罗延
(Willem van Roijen)

Chairman

致谢

本报告中的信息均基于**Arts Economics**直接收集并分析的数据，来源包括艺术品经销商、拍卖行、艺术品和古董收藏者、艺术品和金融数据库、产业专家以及其他艺术品行业业内人士。报告中并未提及数据收集和分析方法。（参见关于数据来源的附录。）

作为该研究每年的重要组成部分，我们在全球范围内对艺术品和古董交易商进行了调查访问。特别感谢法国国际艺术品经销商联合会的埃里卡·博舍罗——没有她的帮助我们的调查就难以成行——以及世界各国艺术品经销商协会的主席。我还想对所有参与我们的调查和访谈的艺术品经销商表达最诚挚的谢意。

感谢所有参与我们调查的艺术品拍卖行，特别是佳士得拍卖行的洛尔·康布利夫和苏富比拍卖行的维姬·赫斯特。

我想对在调查采访中与我分享信息和经验的所有在线公司表示特别感谢，这有助于我们对艺术品市场这一非常有趣的层面产生更加透彻的理解。还要感谢艺术博览会的组织方及其公关公司在搜集访

客数量方面提供的帮助。

本报告的美术品拍卖数据由Artnet提供。乔纳森·易（音）用他的勤奋、谨慎和耐心帮助整理了这个复杂的数据集，对此我深表感谢。雅昌艺术市场监测中心（AMMA）提供了中国的拍卖数据，关予和徐翠云一直支持着对关于中国拍卖市场的研究，我对她们的帮助深表感谢。

特别感谢为本报告的研究提供协助的所有人，尤其是对中国艺术品市场持续提供见解的张义（音），以及在在线艺术品市场研究方面作出重要贡献的安德鲁·克鲁格。

最后，我尤其感谢安东尼·布朗。他不仅花费了大量的时间和精力协调整个研究项目，更为我们提供了他对艺术品贸易行业的宝贵见地。

克莱尔·麦克安德鲁博士
Arts Economics

主要 成果概览

主要发现包括

- 2014年全球艺术品市场比上一年增长7%，销售额略高于510亿欧元，创下最高历史记录。
- 销售量也增长了6%，达3900万件，但成交量仍少于2007年市场高峰时的水平。
- 2014年全球艺术品市场的销售额主要分布在三个重要艺术品市场：美国（39%）、中国（22%）和英国（22%）。
- 2014年有大约1530件拍品以超过一百万欧元的价格成交（其中包括成交价超过一千万欧元的96件），比2013年的数字增加了将近17%。这些拍品的总成交额占美术品市场总销售额的48%，但数量只占0.5%。
- 据估计，2014年经销市场（包括经销商和画廊销售以及艺术品贸易内的私人销售）的销售额占全球艺术品和古董市场的52%左右，即大约264亿欧元。
- 2013年，全球进口艺术品和古董销售额总计193亿欧元，比上一年增长10%，达到历史最高水平。美国 and 英国的进口额相当于全球所有进口艺术品和古董总额的62%。
- 2013年的全球出口也比上一年增长10%，达到198亿欧元的历史高峰值。美国和英国的出口额加在一起占全球艺术品总出口额的60%。
- 2014年，战后和当代艺术是美术品市场的最大板块，占有所有美术品销售额的48%。战后和当代艺术的拍卖销售额达59亿欧元，比上一年增长19%，达历史最高水平。
- 美国是战后和当代艺术品的全球性销售中心，销售额占市场总额的46%。

- 现代艺术的销售额位列第二，占全球美术品拍卖市场的28%，拍卖销售额为33亿欧元。
- 2014年，全球至少有180场大型国际性艺术博览会，涵盖美术和装饰艺术。顶尖的22场艺术博览会吸引了超过一百万名访客。
- 2014年，在艺术博览会上成交的销售额占所有经销商销售额的40%，即大约98亿欧元，成为位列画廊内交易之后的第二大交易渠道。
- 据保守估计，2014年的在线艺术品销售额达33亿欧元，约为全球艺术品和古董总销售额的6%。
- 中端市场已经成为在线销售的焦点，大多数成交额为约1000美元至5万美元。
- 2014年的艺术品市场由遍布全世界的大约309,000家公司组成，其中大多数是小型企业，雇员总数约为280万人。
- 2014年，全球艺术品贸易行业为业务直接相关的外部支持服务支付了129亿欧元。据估计这些开支至少提供了另外315,745个工作岗位。
- 艺术博览会是第二大开支，花费23亿欧元，占总开支的19%，尽管这些开支都是由经销商产生的。

摄影作品版权

Harry Heuts

第 16, 38, 62, 104, 108, 116, 122, 132, 142, 150,
182, 192, 208页

Loraine Bodewes

第 14, 20, 44, 56 66, 74, 80, 154, 164, 174, 198,
214, 224页



目录

前言	9	3.5 超高净资产人士	130
致谢	11	3.6 高净资产人士及其对艺术品和古董的配置	134
主要成果概览	13	3.7 平均收入与艺术品市场	137
		3.8 艺术品买家	145
		3.9 结论	149
第一章 2014年全球艺术品市场形势	19		
主要结论	21	第四章 艺术博览会	153
1.1 艺术品市场概览	22	主要结论	155
1.2 全球艺术品和古董市场分布	24	4.1 艺术博览会的出现	156
1.3 拍卖销售额	26	4.2 艺术博览会的地区性分布	158
1.4 美术品拍卖价格	32	4.3 艺术博览会的访客	159
1.5 经销商销售	41	4.4 参展商数量	162
1.6 艺术品跨境贸易	49	4.5 艺术博览会的销售额	166
第二章 各板块交易	65	第五章 在线销售	173
主要结论	67	主要结论	175
2.1 美术品各板块	68	5.1 简介和背景	176
2.2 战后和当代艺术	70	5.2 在线艺术品市场的发展	177
2.3 现代艺术	78	5.3 在线艺术品市场的结构	183
2.4 印象派和后印象派	86	5.4 网站流量和全球覆盖范围	194
2.5 古典艺术	92	5.5 中国的电子商务	204
2.6 装饰艺术板块	101	5.6 结论和展望	206
2.7 20世纪和21世纪设计	101		
2.8 中国装饰艺术和古董	109	第六章 艺术品市场的经济影响	213
		主要结论	215
第三章 全球财富和艺术收藏的模式变化	115	6.1 就业	216
主要结论	117	6.2 艺术品市场对周边行业的经济影响	218
3.1 经济增长	118		
3.2 世界财富	121	附录 - 数据来源记录	223
3.3 高净资产财富	125	附录 - 目前针对可移动文化遗产进行立法的国际形势	229
3.4 全球百万富翁及财富	127		

图表

第一章 2014年全球艺术品市场概况

表1a.	全球艺术品市场：销售额与成交量	22
表1b.	全球艺术品与古董市场销售额增长	23
表1c.	2006 年至2014年间美国、英国和中国的全球市场份额	24
表1d.	2007年至2014年间各国美术品平均拍卖价格	33
表1e.	2014年上拍作品在各成交价格区间的比例	37
表1f.	2014年高于及低于5万欧元的拍卖销售	39
表1g.	2012年至2014年全球经销商销售额在各价格区间的比例	46
表1h.	2013年全球艺术品和古董进出口金额统计	52
表1i.	概要统计：欧盟艺术品和古董进出口	54
表1j.	新兴市场的艺术品和古董进口（百万欧元）	60
表1k.	新兴市场的艺术品和古董出口（百万欧元）	61

图1a.	2014年各国在全球艺术品市场中的销售额比例	25
图1b.	2014年各国在欧盟艺术品市场中的销售额比例	25
图1c.	2004年至2014年全球拍卖市场销售额	26
图1d.	2014年各国在全球美术品拍卖市场中的销售额比例	27
图1e.	2014年各国在全球美术品拍卖市场中的成交量比例	28
图1f.	2004年至2014年中国艺术品拍卖市场的销售额	29
图1g.	2004年至2014年中国拍卖市场上拍量与成交量及流拍率	30
图1h.	2014年美术品拍卖的平均价与中位价	35

图1i.	2014年全球美术品拍卖各价格区间的拍品销售量与总销售额比例	36
图1j.	成交价低于5万欧元、高于5万欧元及高于100万欧元的拍品在美术品拍卖市场中的市场份额	40
图1k.	2012年至2014年经销商板块各价格区间销售额占比	42
图1l.	经销商库存周转周期占比所需的平均时间	45
图1m.	2014年各价格水平在全球经销商销售成交量中所占的份额	46
图1n.	2003年至2013年美术品和古董的全球进口额（十亿欧元）	49
图1o.	2003年至2013年美术品和古董的全球出口额（十亿欧元）	50
图1p.	各国在全球美术品和古董进口额中的比例	51
图1q.	各国在全球美术品和古董进口额中的比例	53
图1r.	艺术品和古董进出口在欧盟内部和欧盟外部之间的比例	58

第二章 各板块

表2a.	2014年战后和当代艺术板块的价格	75
表2b.	2014年战后和当代艺术板块排名前20的艺术家	76
表2c.	2014年战后和当代艺术板块的最高成交价	77
表2d.	2014年现代艺术板块的价格	83
表2e.	2014年现代艺术板块排名前20位的艺术家	84
表2f.	2014年现代艺术板块的最高价格	85

图 表

表2g.	2014年印象派和后印象派板块的价格	89	图2m.	2004年至2014年20世纪和21世纪设计板块的销售	102
表2h.	2014年印象派和后印象派板块排名前20的艺术家	90	图2n.	2014年各国在20世纪和21世纪设计板块的市场份额	103
表2i.	2014年印象派和后印象派板块的最高价格	91	图2o.	2014年20世纪和21世纪设计板块在各价格区间的销售	105
表2j.	2014年各国在古典美术大师绘画板块全球市场中的份额	94	图2p.	2011年至2014年中国装饰艺术品拍卖市场的销售	109
表2k.	2014年古典美术大师板块的价格	96	图2q.	各国在中国装饰艺术品拍卖市场中的份额	110
表2l.	2014年古典美术大师板块排名前20位的艺术家	99	图2r.	2014年中国装饰艺术品在各价格区间的销售	111
表2m.	2014年古典美术大师板块排名前20的最高价格	100			
表2n.	2014年20世纪和21世纪设计板块的价格	106			
表2o.	2014年20世纪和21世纪设计板块排名前20的最高价格	107			
表2p.	2014年中国装饰艺术板块的价格	112			
表2q.	2014年中国装饰艺术板块排名前20的最高价格	113			
图2a.	2014年美术品拍卖市场各板块的市场份额	69	表3a.	各国家和地区的GDP年增长率（%）	120
图2b.	战后和当代艺术板块：2004年至2014年	71	表3b.	最富有的10%的人拥有的国民财富比例	123
图2c.	2014年各国及地区在战后和当代艺术板块中的市场份额	72	表3c.	2000年至2016年的高净资产财富	126
图2d.	2014年战后和当代艺术板块在各价格区间内的销售比例	73	表3d.	“美元百万富翁”的人数	129
图2e.	现代艺术板块：2004年至2014年	78	表3e.	2014年超高净资产人士及其财富	131
图2f.	2014年各国在现代艺术板块的市场份额	81	表3f.	2014年高净资产人士对首饰、艺术品和收藏品的配置	136
图2g.	2014年现代艺术板块在各价格区间内的销售比例	82	表3g.	2014年各国国民财富在人口中的分配情况	139
图2h.	2014年印象派和后印象派板块的拍卖销售	86	表3h.	一些国家的人均GDP和增长率	140
图2i.	2014年各国在印象派和后印象派板块中的市场份额	87			
图2j.	2014年印象派和后印象派板块在各价格区间的销售比例	88	图3a.	全球前1%财富拥有者的国籍分布	124
图2k.	2004年至2014年古典美术大师和欧洲古典美术大师 绘画销售	93	图3b.	高净资产人士的全球总人数	125
图2l.	2014年各价格区间的销售情况	95	图3c.	2010年至2014年“美元百万富翁”的全球人数及其财富	127
			图3d.	2014年超高净资产人士的人口分布	133
			图3e.	2014年超高净资产人士的财富分布	133
			图3f.	2014年各地区在激情投资上的配置情况	135

第三章 全球财富和艺术收藏的模式变化

表3a.	各国家和地区的GDP年增长率(%)	120
表3b.	最富有的10%的人拥有的国民财富比例	123
表3c.	2000年至2016年的高净资产财富	126
表3d.	“美元百万富翁”的人数	129
表3e.	2014年超高净资产人士及其财富	131
表3f.	2014年高净资产人士对首饰、艺术品和收藏品的配置	136
表3g.	2014年各国国民财富在人口中的分配情况	139
表3h.	一些国家的人均GDP和增长率	140
图3a.	全球前1%财富拥有者的国籍分布	124
图3b.	高净资产人士的全球总人数	125
图3c.	2010年至2014年“美元百万富翁”的全球人数及其财富	127
图3d.	2014年超高净资产人士的人口分布	133
图3e.	2014年超高净资产人士的财富分布	133
图3f.	2014年各地区在激情投资上的配置情况	135

TEFAF

全球艺术品

市场报告 2015

欧洲艺术基金会

(英) 克莱尔·麦克·安德鲁 编著
上海文化艺术品研究院 编译



请关注TEFAP中国微信号

目录

前言	9	3.5 超高净资产人士	130
致谢	11	3.6 高净资产人士及其对艺术品和古董的配置	134
主要成果概览	13	3.7 平均收入与艺术品市场	137
		3.8 艺术品买家	145
		3.9 结论	149
第一章 2014年全球艺术品市场形势	19		
主要结论	21	第四章 艺术博览会	153
1.1 艺术品市场概览	22	主要结论	155
1.2 全球艺术品和古董市场分布	24	4.1 艺术博览会的出现	156
1.3 拍卖销售额	26	4.2 艺术博览会的地区性分布	158
1.4 美术品拍卖价格	32	4.3 艺术博览会的访客	159
1.5 经销商销售	41	4.4 参展商数量	162
1.6 艺术品跨境贸易	49	4.5 艺术博览会的销售额	166
第二章 各板块交易	65	第五章 在线销售	173
主要结论	67	主要结论	175
2.1 美术品各板块	68	5.1 简介和背景	176
2.2 战后和当代艺术	70	5.2 在线艺术品市场的发展	177
2.3 现代艺术	78	5.3 在线艺术品市场的结构	183
2.4 印象派和后印象派	86	5.4 网站流量和全球覆盖范围	194
2.5 古典艺术	92	5.5 中国的电子商务	204
2.6 装饰艺术板块	101	5.6 结论和展望	206
2.7 20世纪和21世纪设计	101		
2.8 中国装饰艺术和古董	109	第六章 艺术品市场的经济影响	213
		主要结论	215
第三章 全球财富和艺术收藏的模式变化	115	6.1 就业	216
主要结论	117	6.2 艺术品市场对周边行业的经济影响	218
3.1 经济增长	118		
3.2 世界财富	121	附录 - 数据来源记录	223
3.3 高净资产财富	125	附录 - 目前针对可移动文化遗产进行立法的国际形势	229
3.4 全球百万富翁及财富	127		