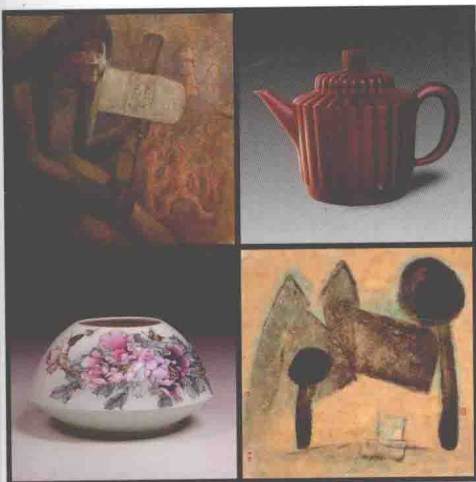


中国艺术品市场白皮书



中国艺术品市场 年度研究报告(2011)

中华人民共和国文化部文化市场发展中心/中国艺术品市场研究院发布

西沐◎著 子墨◎绘

中华人民共和国文化部文化市场发展中心/中国艺术品市场研究院发布

中国艺术品市场白皮书

中国艺术品市场年度研究报告(2011)

西沐·著///子墨·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. 2011年/西沐著.

-- 北京: 中国书店, 2012.7

ISBN 978-7-5149-0432-1

I. ①中… II. ①西… III. ①艺术市场—研究报告—

中国—2011 IV. ①J124

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第156704号

中国艺术品市场年度研究报告(2011)

西沐 著 子墨 绘

责任编辑 辛迪 李亚青

出 版 中国书店

地 址 北京市西城区琉璃厂东街115号

邮 编 100050

电 话 010-63150310

发 行 全国新华书店经销

设计制作 朱晓林

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 2012年7月第1版 第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5149-0432-1

定 价 298.00元

前言

中国艺术品市场转型与结构调整的两大抓手

二月春风动京城。一年一度的《中国艺术品市场白皮书：中国艺术品市场年度研究报告》完成并又要发布了，这是我们连续六个年度进行《中国艺术品市场白皮书：中国艺术品市场年度研究报告》的发布工作了。事实上，报告的影响已经远远超出了报告发布本身。可以说，它经历并见证了中国艺术品市场发展最迅速、影响最广泛的历史时期，我们一直为能够参与及为这一重要的历史时期服务而感到骄傲与自豪。

目前，在世界经济震荡的环境下，艺术品因其稀缺性而给投资者所创造的回报率可以说产生了巨大吸引力，越来越多的资金或是热钱不断涌入艺术品市场，进一步助推了市场行情的高涨，一下子聚集了太多市场的目光。市场基础缺失势必会给中国艺术品市场带来这样或那样的困局，目前，虽然还没有大规模地显现出来，还处于一种隐性的阶段，但我们必须正视这种现象。

一、创造消费需求：最大抓手

对于中国艺术品市场来讲，虽然在拍卖市场我们屡屡经历让人心惊肉跳的天价，但这并不代表中国艺术品市场已进入一个顶峰期。其实，相对于中国艺术品市场的规模来讲，拍卖市场的高价只是一种特别的市场现象，远远不是中国艺术品市场本身。相对于中国资本交易市场，中国艺术品市场的交易额可以说是足够小，小到几乎是微不足道。就以股票交易市场来讲，在行情不好的情况下，市场每天的交易额也近2000亿元人民币之多，而中国艺术品市场在2012年的拍卖总成交额可能会突破1000亿元人民币大关，艺术品市场的总成交额将接近4000亿元人民币大关，也就是说，中国艺术品市场在2012年的总成交额也仅是不足沪深两市股票两天的交易额，由此可见中国艺术品市场交易规模的成长空间之大。根据有关统计，我们也做过一个具体的分析：中国的GDP已超40万亿元人民币，按照常规计算推定，与其相配比的社会总资产应该为140万亿元人民币左右。根据巴克利银行的推荐数据：机构投资者与高端人士会配置5%的资产进行艺术品投资。如果我们用非常保守的5%来作为对艺术品的潜在的需求进行估计的话，按中国有140万亿元人民币的财富这样一个保守的数字，那么，中国艺术品市场潜在的需求就是7万亿元人民币。如果用可流动的有效需求只占总需求的1/3这个假定来计算，那也有2万多亿元人民币的规模。也就是说，2万多亿与不足4000亿的距离，这就是需要我们踏踏实实去走的。

中国艺术品市场转型的最终推手是精神消费的兴起与艺术消费需求的迅猛增加。中国艺术品市场除了对内面临发生深刻的转型以外，对外还面临着世界艺术

品市场正处在大发展、大调整、大变革的进程之中，但是，中国艺术品市场整合发展的潮流不可阻挡。世界艺术品市场多极化、全球化已深入进行，新兴市场国家和发展中国家艺术品市场需求增长迅速，而国际艺术品市场秩序正在发生深刻的变化。着力发掘艺术品市场的有效需求，推进可持续发展，是中国艺术品市场结构调整与转型的大趋势，进一步深化管理体制与创新改革，是中国艺术品市场转变方式、调整结构的根本动力。

那么，拓展中国艺术品市场成长空间靠的是什么呢？我们讲，最基本、最低层与最有效的是消费需求的培育与挖掘，当下，最为迫切的是发展与壮大中国艺术品资本市场。但是，中国艺术品资本市场的发展一定不要忽视一个基本的支撑，那就是有效需求的培养。如果中国艺术品资本市场找不到有效需求的支撑，其发展就可能成为投机者的工具，那么，这时，它就会成为一种破坏力极强的力量，使中国艺术品市场时刻处在不断震荡的危险边缘。只有当中国艺术品资本市场找到了有效需求的支撑，它才能真正地介入到艺术品价值构建的过程之中，艺术资本这时才有可能成为一支有力的建设力量。

中国艺术品市场转型要解决的矛盾是日益兴起的精神消费和艺术消费需求与越来越无法满足的艺术生产的供给的矛盾。我国股票市场市值大约在20万亿元人民币左右，国债及公司债市场就更小，据估计，三者加起来还不到35万亿元人民币的资本市场规模。按照有关方面计算推测，中国资本市场应有的金融资产近100万亿元人民币，但目前呈现出来的仅有35万亿元人民币。大部分钱都存在银行里找不到出路，在股市不好的情况下，只能用来炒房、炒地，甚至是炒农副产品。培育与发掘艺术消费需求应继续把制度创新作为转型发展的强大动力，要以更大的决心和勇气推进中国艺术品市场领域的全面改革，更加重视改革中国艺术品市场的顶层设计和总体规划，坚持改革的市场化取向，力争在中国艺术品市场主体、行政、财税、金融、价格等重点领域的改革上取得突破性的进展，并努力使中国艺术品市场的国际与国内市场进一步深度融合。当然，培育与发掘艺术品消费需求千万不能走我国乳品业的路子：不是走创新发展的路子，而是用降低市场标准及规范的“最省事”的方法。虽然这种办法既可以名正言顺地说是保护艺术家的市场利益，符合市场的事情让市场去做；又有利于市场降低成本，有关部门也容易管理，方便躲避责任，但是，无原则的自我发展最终损害的是艺术品消费者的利益，最后会形成中国艺术品市场中市场不愿做、市场运作主体做不了、政府推动又无力这样一个尴尬的发展局面。

艺术品资本市场是中国艺术品市场发展的重要动力，也是中国艺术品市场不断扩张的重要推手，但最终的支撑基础是艺术消费需求的发展状况。也就是说，艺术消费需求的发展状况决定着中国艺术品资本市场的前途与命运。换句话说，艺术消费需求的增长是中国艺术品资本市场的最终接棒者。

当然，在中国艺术品市场的发展过程中，要注意环境的培育问题，特别是舆论环境的引导问题。我们知道，中国的公众舆论中有这样一种趋势，似乎口水多、嗓门大就有理。事实上，这种以人数取胜的手法体现了社会中存在的非理性

的从众心理与日益恶化的社会心态，这种心理让“好事不出门、坏事传千里”。近些年来，中国艺术品市场非建设性的偏颇舆论盛行应引起我们足够的重视。因为，需求需要培育，而需求的培育需要创造，更需要尊重创造环境的养成。

二、培育退出机制及其体系：最重要抓手

前一些时间，我们反复强调创造消费需求与培育中国艺术品市场退出机制与体系的战略意义，其原因在于我们看到了一个不小的危机，那就是我们的需求结构过分单一，且未得到优化，大量的投资需求使不少艺术品并未最终到达消费的终端环节，而是更多地存于投资者的流通环节与中间环节，真正的资产配置市场还远未形成，再加上中国艺术品市场的稳定性不高，易被诱导与操控。虽然市场的核心问题仍是供需关系的矛盾与平衡，但更多的是受非经济因素偏好的影响与支配，特别是中国艺术品市场对环境变化的敏感度很高，波动及随机性因素对供需关系、甚至是市场状态的影响较大。这种格局的存在使市场始终都会面临一种危局，那就是市场的支撑一旦出现问题，或支撑的力度一旦弱化，在中间环节的这些存量艺术品，就会成为中国艺术品市场的若干“堰塞湖”，而过于迅猛增长的市场需要的肯定是越来越强大的支撑，这种越来越大的支撑需求一旦无法满足，会在某个节点上出现波动，而这种波动也许就会引起中国艺术品市场的惊涛骇浪。世界经济大势的不确定性让我们在今天有了更多、更强的忧虑。

在中国艺术品市场发展的层面，过度投资及短期获利出局的气氛不断强化，具有长期性及可持续性的投资支持不足，市场基本面的资本状况不令人乐观。在市场发展过程中，资产配置性需求还有待于进一步的挖掘。可以肯定的是，本轮过度的投资性的需求，在不远的几年间会对市场的流动性造成巨大的压力与挑战。所以，我们反复强调要创造性地挖掘消费需求，努力培育退出机制及其体系，这是在当下中国艺术品市场发展的过程中，一个必须正视而又无法绕开的问题。因为配置性市场的发展与发育可能需要更为艰苦与漫长的一个过程，投资资本的集中退去需要有新的更为可靠与坚实的对接基础，否则，这样退出对中国艺术品市场及其资本市场的发展将造成颇具破坏力的冲击，我们必须未雨绸缪。

关于艺术品市场，以下几个重要的理念我们应去关注并研究：一是在世界发达国家，艺术品并不是重要的投资标的物，只能算是另类投资，可以说占的比例并不大。据统计，2006~2010年，美国、日本、德国、中国是全世界四大财富最高的、人数最多的国家，富裕人士占全球富裕人士的53%，但个人投资比例最高的还是股票，而艺术品投资排在最后。二是在西方财富整合中，艺术品作为一种资产配置已深入人心。也就是说，在西方艺术品作为投资还不被大部分人所接受的时候，西方已经将艺术品作为资产配置的一个选项。所谓资产配置，就是用资产的多元化配置来分散资产风险。三是艺术资本与其他金融产品的关联度不大。艺术品的资本属性和其他金融商品的属性联动性只有0.04，非常小，这也是为什么艺术资本适合做资产配置的一个重要原因。据统计，在西方，把艺术品当成资产配置选项的部分几乎达到了22%，其规模蔚为壮观。四是艺术资本是一种特殊资本，同时，它也具有一般资本的特性。中国艺术品资本是一种精神消费资本，

中国艺术品资本市场具有特殊的经济效应。同时，中国艺术品资本市场具有增值性、安全性、运动性和主体性等一般资本市场的基本特征。所以，对艺术资本的认知需要更多的向度。我们反复提及创造市场的消费需求，是目前中国艺术品市场发展过程中最大的“疏导”工程，而培育与构建相应的退出机制则是“疏导”中的重点工程之一。同时，在这一过程中，我们还需要研究并重新认识艺术品投资的一些观念问题，破除一些不正确的认识，这对中国资本市场的发展具有重要的意义。事实上，当下，对于一些措施认识上的不足及规律掌握还不充分，都在阻碍我们前行的步伐，或者使我们不够自信，这是我们应该给予充分重视的一个方面。

我们想要看到的是，中国艺术品市场发展的潜力巨大，但发展的障碍很多，规模的成长是一个长期的艰苦过程。这里，有三个数据可以进行分析参考：个人总体持有可投资资产规模达60多万亿元人民币，艺术品市场的潜在需求是2万多亿元人民币，我国艺术品市场在2012年的交易额将达到4000亿元人民币，这就是我们面对的基本投资状况。60多万亿元人民币的社会资本，2万多亿元人民币的潜在需求，今年预计只有4000亿元人民币的实际交易，这就是中国艺术品资本市场发展的基本空间。

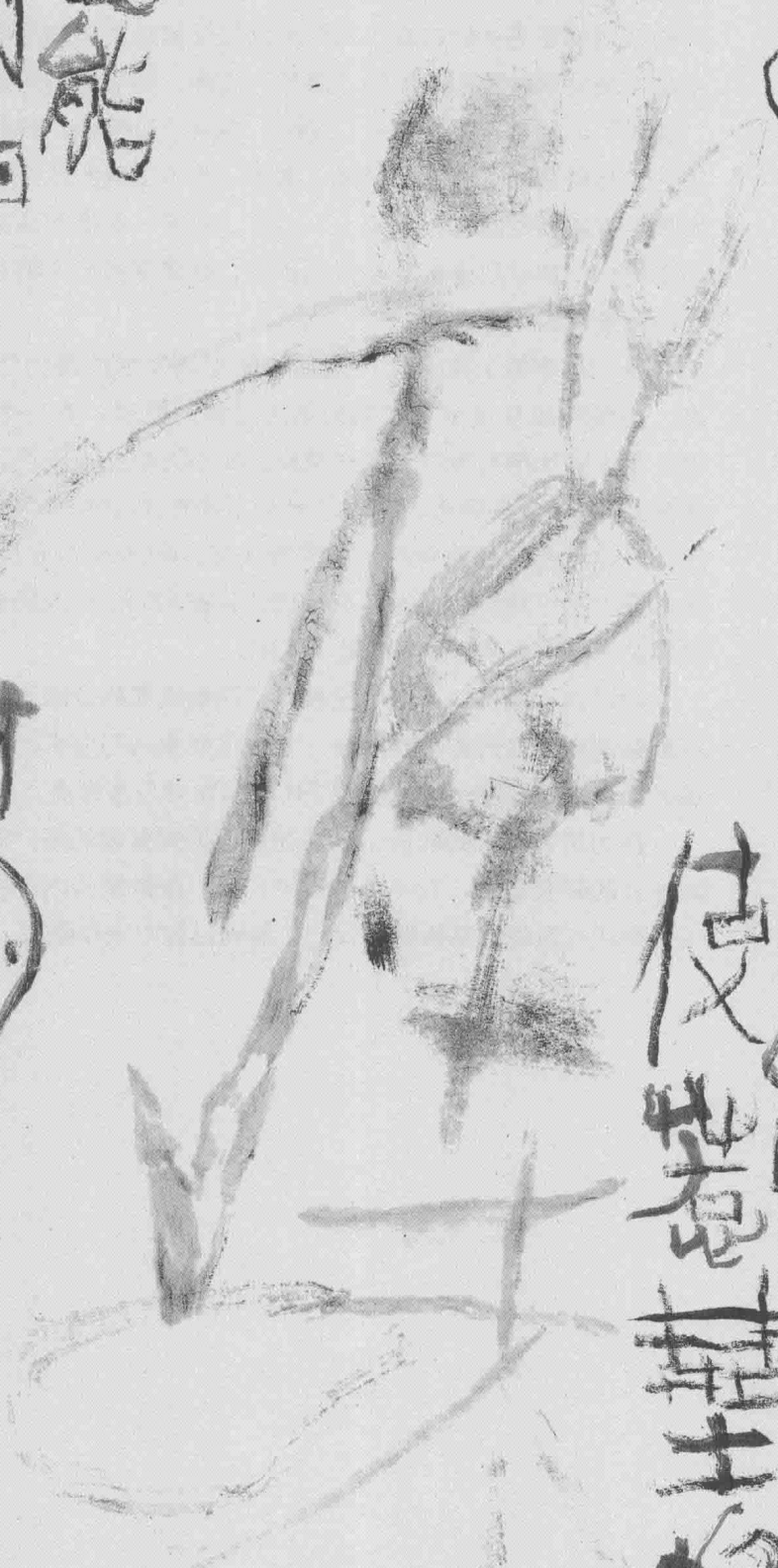
所以说，我们只有找准突破口，明确发展的战略、路径与措施，我们才能从战略高度上找到信心与办法，并去化解难题与危机，从而推动中国艺术品市场又快又好地发展，这是我们工作的出发点与落脚点。

作为研究报告的前言，我们在这里需要强调的是，由于各部分都是一个相对独立的研究报告，在不同报告中，有一些数据与内容会出现重叠或重复，为了保持研究报告的整体性，我们在编辑过程中未作删改。

智天了信獨之身是菩提樹心是
鏡台時時勤拂拭莫使
慧性染埃

惠能

菩提樹心是鏡台時時勤拂拭莫使慧性染埃
本來無物何處惹尘埃
子墨



前 言

中国艺术品市场转型与结构调整的两大抓手

第一部分 中国艺术品市场话语权的全球构建需要什么

研究概要

在中国艺术品市场以雄姿跻身世界艺术品市场之时，中国艺术品市场似乎更应在全球不断建构自己的话语权。中国艺术品市场话语权的全球建构需要打造中国文化精神高地，需要整合文化艺术战略资源，需要实力，需要有拿出好东西的能力，需要竞争力，需要价值标准的体系构建，需要战略与环境，需要人才，需要国际化视野。

一、中国艺术品市场话语权的全球建构需要打造中国文化精神高地/2

二、中国艺术品市场话语权的全球建构需要整合文化艺术战略资源/4

三、中国艺术品市场话语权的全球建构需要实力/5

1. 经济实力
2. 消费实力
3. 文化实力

四、中国艺术品市场话语权的全球建构需要有拿出好东西的能力/7

五、中国艺术品市场话语权的全球建构需要竞争力/9

1. 艺术竞争力
2. 市场竞争力
3. 传播竞争力

六、中国艺术品市场话语权的全球建构需要价值标准的体系构建/11

1. 学术评价标准
2. 艺术评价标准
3. 市场价值评价标准
4. 市场运作批评标准

七、中国艺术品市场话语权的全球建构需要战略与环境/13

八、中国艺术品市场话语权的全球建构需要人才/14

九、中国艺术品市场话语权的全球建构需要国际化视野/15

第二部分 中国画廊业发展态势及其评价报告

研究概要

科学技术的发展加速了中国艺术品市场交易制度的整合,给中国画廊业的发展既带来了机遇,也带来了挑战。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,从而在一个相对系统与深入分析的基础上,研究了画廊业面对的问题及新的情况,探讨了中国画廊业的市场进入机制、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、科学技术的发展加速了中国艺术品市场交易制度的整合/17

1. 创造公共交易平台
2. 建立规范化的权威支撑体系
3. 构建以会员制运营管理模式为基础的第三方资金结算机制
4. 稳妥的保险机制
5. 建立完善的监管体系

二、中国画廊业发展的现状/20

1. 中国画廊业发展的基本状况
2. 画廊业的作用一直未受到充分重视
3. 诚信缺失使代理制难以实行
4. 高税收成为画廊主的心病
5. 政策措施亟待落实

三、中国画廊业发展的基本趋势/28

1. 画廊的发展从维稳阶段走向上升阶段
2. 寻找艺术精品成为画廊的当务之急
3. 艺术品网上交易进入快速发展阶段
4. 新技术的融合与交易平台的建设使画廊业进入新的发展时期
5. 画廊的市场主体地位有待进一步强化
6. 专业化的高端画廊发展空间增大

四、中国画廊业存在问题的分析/35

1. 画廊业发展的政策、法规等环境问题
2. 画廊业发展的人才、资金等支撑问题
3. 画廊业发展的研究及运营拓展能力问题
4. 画廊业发展的行业管理与运作问题
5. 画廊业发展的服务标准及规范问题

五、中国画廊业发展中的新情况与突破口/38

1. 中国画廊业的发展面对“三座大山”
2. 中国画廊业的发展面临“四大挑战”
3. 中国画廊业的发展找准两个突破口

六、中国画廊业发展面临的困境与机遇/41

1. 中国画廊业面对规范混乱行为与提升营运水平的机遇
2. 中国画廊业面对错位找准发展方向与潜力的机遇
3. 中国画廊业面对弱势强化能力建设的机遇
4. 中国画廊业面对缺乏国际竞争力与实现国际接轨的经营机遇
5. 中国画廊业面对公共政策支持力度不够与拓展发展空间的机遇

七、中国画廊业发展的对策研究与政策分析/46

1. 围绕增强可持续发展能力建设加强画廊业管理的顶层设计
2. 制定中国画廊业发展的战略与规划提高全社会对画廊业的认识
3. 加强以法治建设为核心的市场治理工作加大市场规范的力度
4. 发展中国艺术品市场交易体系支撑体系建设
5. 重视画廊行业管理组织加强画廊业管理体制与体系的建设
6. 强化人才培养与吸引重视中国画廊业核心能力建设
7. 以画廊业的持续发展能力建设为核心培育支撑体系与公共艺术政策建设

八、报告编制说明/52

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

中国艺术品市场虽然已进入世界艺术品市场交易规模第一的位置，但作为一个新兴市场，仍存在市场规模小、监管力量薄弱、市场运作不完善、作品质量有待提高等因素，这导致中国艺术品市场的中心定价能力低下、影响力不强等状况还会较为长期地存在。在中国艺术品市场国际化与金融化进程的不断推动下，中国艺术金融产业运作进入了实操阶段，规模不断拓展，中国艺术品市场面临新的发展机遇。中国艺术品资本市场的发育与壮大，中国艺术品市场的规模在不断拓展的同时，市场热点会更加多元化，社会对中国艺术品市场的关注度也会进一步增强。中国艺术品市场体系交易制度与体系建设所面临的政策、法规等环境问题，发展的人才、资金等支撑问题，发展的研究、拓展等能力问题，发展的行业管理与运作问题以及发展的服务标准与规范问题，是中国艺术品市场主体长期长不快、长不大的主要症结。在整个社会大的体制及国家公共政策的支持下，我们必须积极进行战略规划，探索顶层设计，加强市场主体建设等，充分认识中国艺术品市场发展所面临的机遇与挑战，推动中国艺术品市场进行有效的转型转轨。

一、关注经典与典范是艺术品市场的王道/54

1. 世界艺术品市场正处于深刻地分化中
2. 市场对经典与典范的恒久性有了更深的认知
3. 经典与典范的示范带动性会不断发酵

二、全球化理念下的中国艺术品市场/56

1. 全球艺术品市场分化态势严峻
2. 中国艺术品市场交易份额占据世界第一
3. 中国艺术品具有极高的艺术价值
4. 中国艺术品在全球拍卖市场中价格飙升
5. 欧美艺术市场主要构成和特点
6. 世界范围内高端艺术品需求保持上升趋势
7. 中国艺术品市场的国际地位不断提升
8. 世界艺术品市场走向恢复性增长

三、中国艺术品市场概述/68

1. 中国艺术品市场的产业规模和成交额
2. 中国艺术品市场业态的基本结构与态势
3. 优化艺术品销售流程，发挥市场价值链的作用
4. 从全球视角看中国艺术品投资热
5. 机构投资使中国艺术品市场金融化趋势明显
6. 中国艺术品市场参与全球竞争成为必然

中国艺术品市场年度研究报告

目录

7. 中国艺术品市场环境已经发生变化
8. 中国艺术品市场机构竞争态势
9. 中国艺术精品价值提升将成为必然

四、中国艺术品市场发展的态势及关键进程点/78

1. 中国艺术品市场发展的现状
2. 中国艺术品市场发展的的问题
3. 中国艺术品市场发展的趋势
4. 中国艺术品市场发展的关键进程点

五、中国艺术品市场的底层结构分析/83

1. 市场发展最核心的是供给和需求的关系
2. 艺术品市场交易体系层面
3. 定价机制的分析
4. 艺术品市场金融化
5. 市场进程的分析
6. 中国艺术品市场出现了多元化、多极化的格局

六、中国艺术品市场逐步进入重要的平台期/87

1. 本轮行情的基本特点
2. 进入平台期发展的一些基本的标志
3. 平台期发展应关注的核心问题

七、中国艺术品市场违法成本过低/89

八、中国艺术品市场“有系无体”问题值得重视/91

1. 中国艺术品市场体系的发展与发育取得了初步成绩
2. 中国艺术品市场“有系无体”问题突出
3. 中国艺术品市场建立管理体制与体系的基本思路
4. 中国艺术品市场建立管理体制与体系的路径与措施

九、2012中国艺术品市场：混战中的“小年”/98

十、中国艺术品市场发展的对策研究与政策分析/101

1. 中国艺术品市场的发展急需顶层设计
2. 制订中国艺术品市场的发展战略规划
3. 强化中国艺术品市场体制创新的力度
4. 加强中国艺术品市场中介体系的建设
5. 重视中国艺术品市场行业管理
6. 建立中国艺术品市场人才培养体系
7. 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. 增强中国艺术品中心定价能力
10. 中国艺术品市场要在全球市场治理中寻找定位

十一、把握规律促动中国艺术品市场又快又好发展/108

1. 制定国家艺术品市场发展战略与规划是做大、做强的战略性举措
2. 规范并解决鉴定与评估问题是做大、做强的重要保证
3. 培育并积极发展中国艺术品资本市场是做大、做强的核心
4. 设计与构建中国艺术品市场体系及征信体系是做大、做强的根本性前提
5. 强化对中国艺术品市场的领导，加强监督与管理是做大、做强的重要抓手
6. 加大投入与强化法制是做大、做强中国艺术品市场的需要的两翼
7. 重视中国艺术品市场话语权的全球建构是做大、做强的战略需要

十二、报告编制说明/114

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 中国艺术品拍卖市场发展态势及其评价报告

研究概要

中国艺术品拍卖市场在2010年出现了火爆的行情之后，2011年春拍成交额又屡创新高，拍品天价迭出，可谓是一派繁荣景象，但在进入秋拍后，迅速出现了回调与分化，标示着中国艺术品拍卖市场正在进入新一轮进程。同时，拍卖市场的世界性格局正在形成，结构发生着深刻的变迁，并且日益成为艺术品资本市场的角力平台。在资本的推动下，中国拍卖市场的发展机制、法则及相关格局也在不断地发生着改变，中国拍卖市场的分化与集中同步进行。但是，拍卖市场的行情变化并没有改变中国艺术品市场发展的根本局面，传统藏家与资本投资的角色在中国艺术品市场发展中的地位与作用已在更迭，中国艺术金融产业正在拍卖行业的催生下形成；拍卖市场中的失信现象严重地制约与伤害着中国艺术品市场的发展，信任危机在宏观经济大环境不稳的情况下使人们产生了观望。在多方力量的关注及市场机制的制约下，中国艺术品拍卖市场的行情还会持续秋拍的趋势，拍卖的涨幅与规模扩张均会受到制约，在资本的推动下，价值发现的速度也会进一步加快，中国艺术品拍卖市场正在不断走向多元化、多极化的格局。

一、中国艺术品拍卖市场的态势/116

1. 中国艺术品拍卖市场再创纪录，区域性拍卖市场规模增涨迅速

2. 中国艺术品拍卖市场的结构发生明显变化, 热点集中并多元化
3. 中国艺术品拍卖市场受外界影响不大
4. 中国艺术品资本市场的发展进入平台期
5. 中国艺术品拍卖市场逐步进入重要的平台期
6. 中国艺术品拍卖市场的业态出现新的发展取向
7. 中国艺术品拍卖市场的阶段性风险, 冲击投资市场健康理念与文化的形成
8. 中国艺术品资本市场发育与发展是拍卖市场最主要的支撑

二、中国艺术品拍卖市场的一些回顾/122

三、中国艺术品拍卖市场出现的格局/125

1. 艺术品拍卖市场的世界性格局正在形成
2. 中国艺术品拍卖市场的结构正在发生深刻变迁
3. 中国艺术品拍卖市场正在成为艺术资本角力平台
4. 中国艺术品市场在拍卖业的推动下机制及法则的变化

四、中国艺术品拍卖市场的基本面/129

1. 考查市场大势
2. 看市场的结构
3. 市场行为层面
4. 大环境层面

五、中国艺术品拍卖市场的突出看点及分析/131

六、中国艺术品拍卖市场的新问题与机遇/134

1. 中国艺术品拍卖市场的新问题
2. 艺术品拍卖业的跨界与分化效应应得到充分重视
3. 2011年中国艺术品拍卖市场的机遇

七、中国艺术品拍卖市场的几个大的走势/137

八、中国艺术品拍卖市场的展望/139

1. 中国艺术品拍卖市场价值发现的速度进一步加快
2. 艺术资本市场投资与运作平台与艺术品拍卖市场竞争的态势
3. 拍卖交易成本增加促使中国艺术品市场走向资本化、社会化、大众化
4. 中国艺术品拍卖市场重新定位与分层整合在快速进行
5. 投资主体的变化使中国艺术品拍卖市场不断进入一个新的形态
6. 拍卖市场在资本的催化下对市场影响的传递进一步加速
7. 中国艺术品拍卖市场在世界艺术品拍卖市场中不断崛起
8. 中国艺术品拍卖市场在关注当代存世典范与经典上热点更多元化
9. 认真分析与选择最值得购买的艺术品

九、中国拍卖业的出路及思考/146

1. 迫切培育退出机制及其体系
2. 创造消费需求是中国艺术品市场转型与结构调整的最大抓手
3. 中国艺术品市场的发展急需立法

十、报告编制说明/150

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 中国艺术金融产业发展态势及其评价报告

研究概要

中国艺术金融产业是中国艺术品市场发展一定时期的必然结果，艺术与金融需要跨界而不是对立，跨界是有效地实现艺术与金融融合的重要手段，艺术金融的发展已是大势所趋，中国艺术品市场的发展需要金融化的推动，金融参与艺术产业需要文化与艺术的打磨。从世界艺术金融产业发展的基本态势可窥视出中国艺术金融中心的建立已形成竞争态势，中国艺术金融产业正在扬帆起航。但中国艺术金融产业在发展中面临着发育的环境问题、自身弱小的问题、体制体系问题、运作问题、支撑体系及政策问题等。科技进步在文化艺术与金融对接中发挥着越来越重要的作用，因此，我们必须抓住机遇，完善艺术金融市场体系，推进中国艺术金融产业的发展。

一、艺术与金融需要跨界而不是对立/151

1. 艺术金融的发展已是大势所趋
2. 中国艺术品市场的发展需要金融化的推动
3. 市场特别是资本已经或正在参与艺术品价值构建的过程之中
4. 金融参与艺术产业，急需文化与艺术的打磨
5. 艺术金融的发展最先要关注文化艺术资源的基本特性问题
6. 跨界是有效地实现艺术与金融融合的重要手段

二、世界艺术金融产业发展的基本态势/159

1. 发展中国家艺术金融产业市场成长迅速
2. 艺术金融产业全球化整合的步伐加快
3. 高端艺术品需求保持上升趋势
4. 世界艺术金融产业发展稳步上升
5. 中国艺术金融市场整合能力增强
6. 中国艺术金融产业正在扬帆起航

三、中国艺术金融产业发展中的问题与难点/161

1. 中国艺术金融产业发育的环境问题
2. 中国艺术金融产业自身弱小的问题
3. 中国艺术金融产业发展发育的体制、体系问题
4. 中国艺术金融产业发育的运作问题
5. 中国艺术金融产业发育的支撑体系
6. 中国艺术金融产业发育的政策问题

四、中国艺术金融产业发展的战略视角与路径/163

五、重视科技进步在文化艺术与金融对接中的作用/165

1. 科技进步正在推进艺术经济业态的整合与变化
2. 技术的融合发展使艺术金融科学化、社会化、大众化成为可能
3. 科技进步为艺术金融要素的平台化建设提供了技术保障
4. 科技进步为文化艺术与金融对接的支撑体系建设提供了基础
5. 科技进步将不断催生新的艺术金融产品的创新
6. 资本与科技的结合会成为中国艺术品市场新的创新极与增长极
7. 科技进步让文化艺术对接的环境优化问题变得更加有效与可控

六、完善艺术金融市场体系，推进艺术金融产业的发展/169

七、我国发展艺术金融产业空间巨大/172

第六部分 文交所发展态势及其评价报告

研究概要

文化艺术品（产权）交易所是中国艺术品市场迅猛发展到一定时期的产物，中国艺术品市场社会化、大众化、资本化时代正向我们走来。在大环境的催生下，文交所作为一个新的文化艺术交易形式在全国迅速兴起。作为一种全新的新生事物，文交所需要脚踏实地的创新，份额化与平台化取向是文交所交易创新过程中两个最为基础与根本的向度。遗憾的是，中国艺术品市场的不成熟也殃及了文交所的发展，清理整顿使文交所面临重新定位，但我们应当看到，艺术品份额化交易及其制度平台有其合理内核与价值，艺术品份额化是一种优秀的理论与不算成功的实践，文化艺术资产证券化会带来中国艺术品市场的深刻变化。

一、中国艺术品市场社会化、大众化、资本化时代正向我们走来/175

二、“文交所”危热背后是艺术品资本市场之困/178

三、文交所需要脚踏实地地创新/181