



中国艺术品市场白皮书

中国艺术品市场 年度研究报告(2010)

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

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(2010)

· 西 沐 · 著

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. 2010年/西沐著.

— 北京: 中国书店, 2011.5

ISBN 978-7-5149-0076-7

I. ①中… II. ①西… III. ①艺术市场—研究报告—
中国—2010 IV. ①J124

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第067468号

中国艺术品市场年度研究报告(2010)

西沐 著

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 23 印张

版 次 2011年5月第1版 第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5149-0076-7

定 价 298.00元

前言

怎样才能做大做强中国艺术品市场

随着春风吹醒了沉睡的树芽，又到了一年一度对外发布《中国艺术品市场白皮书——中国艺术品市场年度研究报告（2010）》的时候了。面对去年中国艺术品市场火热的景象以及今年中国艺术品市场何去何从的忐忑，已有太多的人在关注《中国艺术品市场白皮书——中国艺术品市场年度研究报告（2010）》的发布。过去4个年度的《中国艺术品市场白皮书》的发布，都没有像今年这样让人感到纠结与责任重大。我想，作为第5个年度的《中国艺术品市场白皮书——中国艺术品市场年度研究报告（2010）》的发布，标志着一种新的开始，不仅仅是对中国艺术品市场的分析与研究，更是在中国艺术品资本市场的推动下中国艺术品市场转型的开始。对此，我们充满期待。

今天，《中国艺术品市场白皮书——中国艺术品市场年度研究报告（2010）》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已经进入规范化、科学化的轨道。

中国艺术品市场经过一段时间的不断发展，在具备一定市场基础的同时，也聚集起了一定的市场规模，这是中国艺术品市场转型及上台阶、上规模的前提。当前，中国艺术品市场系统的要素、结构、机制及其环境，只能支撑现有的市场基础与规模，要做大做强中国艺术品市场，从近期看，如果不考虑艺术品本身，就是要尽快推进中国艺术品市场资产化的步伐；从远期看，就是要大力发展中国艺术品资本市场，且自始至终把中国艺术品市场的征信体系建设作为诚信体系建设的核心来抓。同时，围绕这条主线，搞好理论研究、理性精神培育等环境建设与优化措施。

1. 中国艺术品市场资产化进程是当前推动中国艺术品市场规模化的核心环节

在中国艺术品市场逐渐成为一种文化产业的背景下，艺术品资产化发展更是一项具有远瞻性的操作，需要站在中华民族文化战略的高度上来进行，因为中国艺术品本身彰显的就是中国文化的高度。艺术品资产化的运作实务单凭敢于“吃螃蟹”的勇气还远远不够。站在中华民族文化战略高度上的艺术品资产化运作实务，能够有效地摆脱短视行为，走出一味依靠民间力量的狭小圈子，使艺术品资产化运作更加规范化，更加依赖公共艺术政策，并且能够在体制上有所创新与探索。

首先，体制创新与探索要以制度经济学为理论指导，建立一个由政府主导、风险可控、按市场规律引导和规范艺术品市场交易行为与方向的、有自己商业模式和系列政策配套，并辅之以高科技手段、金融衍生工具运用为一体的、适合大

众参与的新型艺术品投资市场，以避免资本进入市场后的非理性行为。

其次，要规范与发展中国艺术品资产化的市场体系建设，在环境的优化、标准的建立、评估体系的完善、交易渠道与平台的建设及信息共享等方面取得进步，为艺术品资产化打下基础。金融业的支撑对于成熟的艺术品市场必不可少，金融机构的发展也会因为艺术品的介入而更加多元化。因此，要将现代金融业的经营理念与技术引入艺术品投资，摒弃不规范的做法，重建艺术品投资的运作流程和价值链，为艺术品资产化打下良好基础。具体来说：

(1) 在市场体系建设上，要建立艺术品的产权认证体系、保真体系，确保进入交易流程的艺术品产权明晰、真实可靠；出台有关艺术品投资的法律法规，从制度层面完善政策体系的配套；建立与艺术品市场体系、国家经济发展战略及文化产业政策相结合，不断翻新的艺术品投资和理财的方式，为艺术品投资提供更正规的艺术品资产化服务体系；建立畅通的艺术品流通体系，促使艺术品资本化过程中出现的担保、抵押和变现得以实现；加大中国艺术品市场整治力度，建立风险监管体系。

(2) 在优化环境上，虽然艺术品投资的回报率在过去10年超过了股市，但是，严格来说，针对艺术品投资的工具还很少，加之交易不透明、拍卖不保真、缺乏权威的指数体系，中国艺术品市场并不具备进行投资的支撑条件。所以，优化投资环境对于艺术品资产化十分重要，这主要有赖于政府因势利导，规范市场行为，鼓励大众参与，优化环境，培育投资氛围。

(3) 在建立标准上，要完成不同层次的艺术品市场标准化建设，特别是准入的标准设计，既可对进入交易市场的艺术品产权真实性、流传的有序性进行有效控制，又可对中国艺术品市场资产化过程的规范化进行控制。

(4) 在评估体系的完善方面，要使各种艺术品都有一定的价格判定标准，让艺术品资产价值量化。评估的权威性与真实性是银行、保险及投资者介入的前提，也能改变目前艺术品评估无法可依的混乱局面。

(5) 在交易渠道及平台建立方面，可以进行系列指数的发布，也可以进行艺术品交易市场的微观结构理论及交易制度设计研究，以研究成果来避免艺术品市场中的黑幕交易，更可以充分利用高科技手段，解决艺术品网上交易和远程支付，搭建一个公正、科学、现代化的交易平台。更应强调的是，要建立相应的退出机制及便于资本进出的渠道，使中国艺术品市场发展成为一个活跃的投资产业。

(6) 在信息共享方面，要加强相关机制建设，可以将市场中重大信息尤其是相关指数的发布迅速、准确地提供给买卖双方，实现买卖双方信息的公开、透明与对称。

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

随着中国经济的快速发展，中国艺术品市场的快速发展促进了艺术品投资的兴起与繁荣，在持续升温的市场环境中，各种类型的投资人纷纷将目光转向这一

新兴的领域，中国艺术品资本市场开始萌芽、发育。但中国艺术品市场中的环境问题、标准问题、退出机制问题、市场运作问题等种种尚不健全的市场机制，迫切需要对中国艺术品资本市场发育及其支撑体系进行研究与实践突破。因为只有完善而强大的资本市场，才会产生强大的艺术品市场；同样，只有全球化的艺术品资本市场，才会出现全球化的艺术品市场。可以说，在需求的推动下，中国艺术品资本市场的不断壮大，才是中国艺术品市场迅速发展的最直接的动力。

中国经济的大趋势正在推动着资本市场的扩张与投资环境的重塑，资本市场的扩展也催化着众多产业进行结构性重组。这时，艺术品投资的发展不可避免地受到了资本市场扩张的影响，有限资金制约着中国艺术品市场的发展空间和规模的扩大，长不快、长不大成为阻碍市场发展的一个瓶颈。特别是资本无界性与全球流通的特性，以及在全球化背景下文化趣味的交融和多元背景，将支撑包括中国艺术品在内的市场需求，这使得市场运作处在了一个前所未有的畸形情境中。艺术品资本市场在西方社会已发展得较为成熟，但在中国还只是初露端倪。中国艺术品资本市场的建立需要有敢于突破禁区的观念意识与创新精神，而支撑体系对于任何一个成熟的市场都是必不可少的，艺术品资本市场也不例外。中国艺术品资本市场作为一个新兴的专业市场，一开始就面临许多亟待解决的问题，有赖于对中国艺术品资本市场发育及其支撑体系进行系统、深入的研究。因此，需要将现代市场管理中的经营理念与技术引入艺术品资本市场中，着重研究诸如艺术品资本市场体系的建设、艺术品资本市场环境、艺术品市场标准、艺术品评估体系、艺术品交易渠道及平台、艺术品资本市场信息共享等等，还需要从机构及政策方面研究，依靠国家的力量，在国家层面建立相应的权威指导管理及监管机构，形成一个自上而下的权威系统，并逐渐将这种权威的力量辐射到各地方艺术品资本市场，保证艺术品资本市场的健康发展。

另外，建立起一个广泛的相互支撑的国际化资本渠道和网络，通过在一定时期内自由调配供需等方式化解危机是完全可能的。中国艺术品市场的未来固然与市场环节和结构的是否健全及高效有关，与营销和运作智慧、策略有关，但还有一个更重要、更本质的方面，那就是艺术品的质量，只有高品质的货源才能长久支撑市场价值，避开市场危机。

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最为有力的支撑

诚信机制的缺失是中国艺术品市场面临的一个十分突出的矛盾和问题。诚信危机成为制约中国艺术品市场发展的最重要的瓶颈，已严重制约着中国艺术品市场的发展。在艺术品的实际交易、收藏过程中，艺术家包装炒作、人为造市，艺术品拍卖机构假拍假卖，甚至艺术品鉴赏家和鉴定家也受金钱诱惑，任意左右艺术品的价值、价格，这些都是缺乏诚信的表现，出售赝品、伪劣艺术品，艺术品的信息披露有限等问题，都可以归因于艺术品市场诚信机制的缺乏。目前，信用制度的缺失可以说已经成为制约中国艺术品市场发展的重要因素。健康的市场秩序和完善的机制是任何一个成熟市场的基本标志。对待诚信的问题，仅仅通

过行业自律来解决还远远不够。中国艺术品市场制度和法规的建立需要与中国艺术品市场发展的速度保持一致。中国艺术品市场良好的秩序必须通过法律、法规的完善才能确保，而良好的市场约束机制才是确保中国艺术品市场长期稳定发展的基石。

征信原是指为了满足从事信用活动的机构在信用交易中对信用信息的需要，专业化的征信机构依法采集、调查、保存、整理、提供的企业和个人的信用信息活动。征信体系在国外发达国家建立的比较成熟，整个社会对信用度极其重视，一个企业或个人如果曾经有过信用方面的不良纪录，那这个企业或一个人在社会中将寸步难行。

在我国，征信体系的研究刚刚开始建立，并且主要是限定在银行信贷业务中，在其他行业、领域几乎没有涉及。而事实上，中国艺术品市场在发展过程中，诚信危机已经成为制约中国艺术品市场发展的关键问题，而信用体系的缺失是问题的核心，所以，建立征信体系是突破中国艺术品市场发展瓶颈的重要举措。因此，对从事艺术品活动各环节的机构或个人建立信用信息，在进行艺术品市场交易时，使交易的双方都能很公平、客观地获得对方的诚信度，以保证艺术品交易的可靠。

4. 理论研究与理性精神的培育是中国艺术品市场发展壮大的重要前提与不可缺少的环境建设

中国艺术品市场由于缺乏理论的支撑及运作的规范，参与市场的主体层面不高，资本进入缓慢，进入市场运作的资本过度分散，投机意识浓重，过度的投机与急功近利致使中国艺术品市场乱象丛生。从不少方面来看，中国艺术品市场已有不断沦落趋向，似乎成为进行投机的一个游戏场。更为可怕的是，不少投身于中国艺术品市场的参与者将这种游戏化的怪象当成了中国艺术品市场发展的一种特性与规律，在更大与更深的层面误导着中国艺术品市场的发展。缺乏理论的指导和科学系统的分析与研究，中国艺术品市场的发展趋势就有可能被投机分子所利用，他们要么故作高深，要么装神弄鬼，用近似巫术般的手法，让很多藏家及爱好者进入他们的圈套，在糊里糊涂中，成就了做局者的超额利润。这种局面如果不改变，中国艺术品市场就永远是一个地摊儿化的大集市，市场运作或收藏就近似于一种休闲化的娱乐，毫无历史责任感或国家文化利益方面的承担可言。面对这一局面，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，从而有利于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。

虽然说理论是灰色的，但当我们面对一个理性缺失的市场，唯一能够做的就是以科学的方法，去不断地恢复与培育失衡而又气息微弱的市场理性。可见，中国艺术品市场只有进入了市场化的发展轨道，在相关科学理念及方法的

指导下，按照市场经济的科学理论与产业运作的规律，中国艺术品市场才会不断走向一个新的轨道，从而得到迅速的发展。

中国艺术品市场在经历了无序化增长之后，会不断进入规范化发展的轨道，虽然这一转机还需要一个漫长的过程。就像春寒虽然寒冷，但毕竟在寒风中传递了春的消息。中国艺术品市场的发展要从艺术品资产化入手，进而大力发展中国艺术品资本市场，以及从以征信体系的建设为核心入手，不断构建与完善中国艺术品市场诚信体系的建设，加强理性精神的培育、优化环境建设，是当前中国艺术品市场发展壮大的最为切实与可行的动力与支撑。

在去年《中国艺术品市场白皮书——中国艺术品市场年度研究报告（2009）》发布的前言中我们指出，要关注中国艺术品市场转型的战略目标，我们曾设定中国艺术品市场转型的战略目标为以下五点：

（1）站在国家文化利益的高度，增强中国艺术品的中心定价能力，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研究的推动下，随着国家文化战略的不断实施，中国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）强化中国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养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，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，特别是发展中国艺术品资本市场的中介机构。

我想，以上战略目标也应是中国艺术品市场在2010年发展的重要目标。

需要特别说明的是，《中国艺术品市场白皮书——中国艺术品市场年度研究报告（2010）》是在多个相对独立的课题研究的基础上整合而成的，由于所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与参照的情况，即有些部分会存在一些内容上的重复，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，我们对重复的部分未做大的调整，以期使研究报告能更完整、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

2011年1月27日

前 言

怎样才能做大做强中国艺术品市场

第一部分 新世纪10年中国艺术品市场的一些反思/1

研究概要

新世纪10年中国艺术品市场走过了积累与迅速发展期。中国艺术品市场在发展的轨迹上,呈现出螺旋式上升的趋势;在发展的状态及趋势上,表现为多元化及资本化取向。中国艺术品市场的特质化发展显现,形成了初步的主体市场体系,体制的发展也有了自己的基本要素及架构,最终在认识与战略问题上取得了突破。新世纪10年中国艺术品市场需要思考的前沿问题包括资本市场问题、诚信体系建设问题、当代性及其价值构建问题、批评问题、收藏文化建设的问题、中心定价原则问题及其相关人才培养问题。

1. 新世纪10年中国艺术品市场发展的轨迹问题
2. 新世纪10年中国艺术品市场发展的态势问题
3. 新世纪10年中国艺术品市场发展的特质问题
4. 新世纪10年中国艺术品市场的体系问题
5. 新世纪10年中国艺术品市场的体制问题
6. 新世纪10年中国艺术品市场的政策问题
7. 新世纪10年中国艺术品市场发展若干前沿问题的思考

第二部分 中国画廊业发展态势及其评价报告

研究概要

画廊业是中国艺术品市场主体的重要组成部分,画廊业所面对的中国艺术品市场以极其顽强的生命力与勃然而起的动力进行着艰难而又富有创造的转型。2010年,中国艺术品拍卖市场的热度传递到了画廊层面,画廊的发展出现了维稳的势头,一些投资性资金开始进入画廊业,但从总体来看,画廊业起点低、竞争环境无序、自我约束能力差、交易秩序混乱、可持续发展支撑乏力的局面未有根本改观,画廊的进一步发展尚待时日。对于中国画廊业,我们应从进入机制、政策环境、发展障碍、市场机会和发展潜力等方面进行深入研究与探讨,进而深度分析中国画廊业的发展对策及政策建议。

一、中国画廊业所面对的中国艺术品市场/9

1. 中国艺术品市场的整合能力不断增强，以北京为中心的中国艺术品市场在世界艺术品市场的地位不断提升
2. 中国艺术品市场金融化起航，中国艺术品资本市场不断发育壮大
3. 中国艺术品市场体系建设与创新进入攻坚阶段
4. 中国艺术品市场参与人群的规模增长迅速，收藏文化不断兴起
5. 在国内外市场的拉动下，中国艺术品的时尚消费崛起，市场结构的多元化趋势明显
6. 中国艺术品拍卖市场资本聚合能力空前，品牌意识与国际竞争能力迅速提升
7. 中国艺术品市场经营人才问题成关注点，理论的支撑作用亟待强化
8. 中国文化走出去将取得积极效果，中国艺术品市场中的园区经济产业化与艺术活动经济化趋势成为热点
9. 围绕形成以中国艺术品市场机制为中心的公共艺术政策及其支撑体系进入人们的视野
10. 艺术传媒的再造已是风雨欲来，箭在弦上

二、火热的中国艺术品拍卖市场/13

1. 火热的中国艺术品拍卖市场为中国画廊业走向繁荣提供了条件
2. 中国艺术品市场正在从“藏家时代”进入“资本时代”
3. 资本的“避险”行为导致过度关注经典路线
4. 火热的中国艺术品拍卖打开中国艺术品投资的空间

三、中国画廊业发展的现状/19

1. 中国画廊业发展的基本状况
2. 中国画廊业总体起点低
3. 中国画廊业面对无序的竞争环境
4. 画廊自我约束能力差
5. 中国艺术品市场交易秩序混乱，利益关系失衡
6. 画廊积累不够，可持续发展支撑乏力

四、中国画廊业发展的基本趋势/28

1. 画廊的发展进入维稳的阶段
2. 艺术品精品缺失，画廊难为无米之炊
3. 画廊的进一步发展尚待时日
4. 收缩战线，集中优势力量，保存实力，积极准备迎接市场的新变化
5. 网上画廊成为画廊业发展的重要看点
6. 高层次的专业画廊呼之欲出

五、中国画廊业存在的问题及其成因分析/34

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

六、中国画廊业发展面临的困境及可抓住的机遇/37

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. 中国画廊业面对中国艺术品市场的错位而找准发展的方向与潜力
3. 中国画廊业面对弱势强化能力建设
4. 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
5. 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/42

1. 加强可持续发展能力的建设
2. 制定中国画廊业发展的规划，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
4. 采取多种措施，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
6. 强化人才培养
7. 加强画廊业的能力建设
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/48

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

中国艺术品市场作为中国改革开放后的一个新兴市场，在发展中存在着众多的障碍与问题，也面临着各种机遇与挑战，更有光明的未来与前景。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导致中国艺术品市场的中心定价能力低下、中国的文化影响力衰退。在艺术资本的推动下，中国艺术品市场加快了国际化与金融化进程，中国艺术品资本市场运作进入了实操阶段。中国艺术品市场主体建设所面临的发展的政策、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不快、长不大的主要症结。在整个社会大的市场体制及国家公共政策的支持下，积极进行有效的转轨，加强市场的主体建设，制定促进市场发展的基本思路、战略目标、发展规划和政策措施，使市场向着金融化方向发展，是中国艺术品市场发展所面临的机遇与挑战。

一、中国艺术品市场发展的基本状况/50

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. 进入资本时代的中国艺术品市场
5. 2011年中国艺术品市场的走势与热点
6. 中国艺术品市场概述
7. 中国艺术品市场正患上价格焦虑症
8. 中国艺术品市场新一轮行情特点与标示
9. 中国艺术品市场正在面临新的转轨，艺术资本还不懂建构
10. 全球金融危机下的中国艺术品市场中的资产保值
11. 中国艺术品市场发展过程中市场主体的发展存在的问题
12. 中国艺术品市场中心定价能力有待提高
13. 国家文化战略及公共艺术政策的支撑还需深化，中国艺术品市场的基本面还需要支撑

二、中国艺术品市场国际化与金融化问题/112

1. 国际化与金融化是一个问题的两个进程
2. 艺术资本推动艺术品市场国际化与金融化进程
3. 中国艺术品资本市场运作进入实操阶段
4. 中国艺术品资本市场要发展更要规范
5. “文交所”危热的背后是中国艺术品资本市场之困

三、中国艺术品市场存在的问题及其成因分析/119

1. 中国艺术品市场正在进行结构性调整
2. 聚焦“经典”是中国艺术品市场的一种避险行为
3. 天价是中国艺术品市场避险情绪的总爆发
4. 中心定价权是中国艺术品市场的软肋
5. 中国艺术品市场主体的建设出现新的转机
6. 学术标准缺失，学术腐败滋生，艺术批评的状态需要改变
7. 艺术追求在市场化过程中发生错位，警惕艺术大跃进对艺术战略资源的乱开乱挖
8. 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
9. 中国艺术品资本市场及艺术品市场的发展缺失体制的支撑

四、中国艺术品市场化的进程分析/137

1. 中国艺术品市场如何面对下一次调整
2. 培育中国艺术品资本市场是中国艺术品市场金融化的核心
3. 中国艺术品市场的发展需要标准的支撑
4. 中国艺术品市场的运作机制问题
5. 艺术品创作人才及市场化人才的培养问题
6. 中国艺术品市场体系的规划与建设问题
7. 资本条件下的中国艺术品市场诚信体系建设

五、中国艺术品市场面临的困境与机遇/150

1. 资本时代中国艺术品市场收藏文化建设面临新的需求
2. 价格与价值的背离是市场演进的一种动力
3. 中国艺术品市场新的价格机制的建构
4. 文交所已破题，规范发展是关键
5. 中国艺术品市场的转轨问题
6. 中国艺术品市场的主体建设问题
7. 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

六、中国艺术品市场发展的对策研究与政策分析/172

1. 提高认识，站在国家文化战略的高度，积极制订中国艺术品市场的发展战略规划，加大对中国艺术品市场扶持的力度
2. 以科学发展观为指导，在中国艺术品市场发展战略规划的指导下，强化体制创新的力度，引导中国艺术品市场的培育、发展工作，提高全社会对中国艺术品市场的认识和参与度
3. 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，重点是鉴定与评估机构

4. 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
5. 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
6. 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
7. 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
8. 站在国家文化利益的高度，进一步利用市场机制整合资源，形成合力，增强中国艺术品中心定价能力

七、报告编制说明/178

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展态势及其评价报告

研究概要

中国艺术品资本市场逐步进入发展阶段，艺术品投资、收藏与资本相结合是中国艺术品市场发展壮大的根本保证。中国艺术品资本市场的兴起与发展既是一种资本行为，更是一个市场化的过程，艺术资本是艺术发展过程中不可避免的一种价值呈现形式。中国艺术品资本时代的到来不仅仅会改写一些价格纪录，更为重要的是，它会改变更多的中国艺术品市场理念、规则与手段。中国艺术品资本市场的规模扩展面临着环境、政策及资本投入等问题，以及中国艺术品市场的标准问题、运作机制问题、艺术品创作人才及市场化人才的培养问题等等。中国艺术品资本市场的主体——艺术品质押、艺术品典当、艺术品信托、艺术品保险、艺术品金融化咨询、艺术品租赁、艺术品产权交易等的发育状况决定着中国艺术品资本市场发育的程度。中国艺术品资本市场建设的关键在于支撑体系的建设，包括战略支撑体系、政策支撑体系、法律支撑体系、市场支撑体系、技术支撑体系、人才支撑体系、投入支撑体系和制度创新支撑体系等。中国艺术品资本市场运作已经进入实操阶段，中国艺术品市场金融化的宏伟蓝图正在绘就。

一、中国艺术品资本市场的发展现状/180

1. 中国艺术品市场投资结构的分化加剧，二元化市场结构正在形成
2. 中国艺术品市场金融化主体发育面临新的困境
3. 中国艺术品资产化提速
4. 中国艺术品市场机制及支撑体系建设与公共艺术政策备受关注
5. 中国艺术品市场的国际化、区域化发展
6. 中国艺术品市场金融化的宏伟蓝图已经开始描绘

7. 中国艺术品资本市场运作进入实操阶段

二、中国艺术品资本市场发展的态势/184

1. 中国艺术品资本市场发展的宏观态势

2. 中国艺术品资本市场发展的微观态势

三、当下中国艺术品资本市场的思考/189

1. 中国艺术品市场走势的概括

2. 资本的注入对中国艺术品资本市场的影响

3. 天价拍品的出现使中国艺术品市场进入一个新的时期

4. 资本的大量注入会造成高档艺术品垄断

5. 更多地关注当代艺术家及其作品

6. 对当代存世艺术家及其作品的准确判断

7. 大环境对中国艺术品市场的影响

四、中国艺术品资本市场面临的问题/194

1. 学术标准缺失，学术腐败滋生呈现普遍发生状态

2. 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

3. 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

4. 博览会的主旨与品位在杂浮的利益之中失落

5. 中国艺术品市场金融化的路程漫长、障碍繁多

五、中国艺术品资本市场的进程分析/198

1. 中国艺术品资本市场的规模扩展面临着环境、政策及资本投入等问题

2. 中国艺术品资本市场的标准问题

3. 中国艺术品资本市场的运作机制问题

4. 艺术品创作人才及市场化人才的培养问题

六、中国艺术品资本市场发育的主体形态/202

1. 艺术品质押

2. 艺术品典当

3. 艺术品信托

4. 艺术品保险

5. 艺术品金融化咨询

6. 艺术品租赁

7. 艺术品产权交易

七、我们为什么需要艺术品资本市场/221

1. 中国艺术品资本市场是中国艺术品市场转型的重要推动力

2. 中国艺术品资本市场的核心价值观已参与到中国艺术品价值构建的过程之中
3. 中国艺术品资本所特有的内在动力与发展趋势是打开与整合各种形式壁垒的第一推手与强势力量
4. 中国艺术品资本市场文化的不断兴起与扩散，为中国艺术品市场的新发展打下重要的基础
5. 中国艺术品资本市场主体及其体系的建立，将拉动中国艺术品市场主体、体系及其支撑体系的迅速发展，并在发展的过程中形成新的格局
6. 中国艺术品资本市场的发育与发展是中国艺术品市场融入现代经济发展与世界艺术品市场的一条必由之路
7. 中国艺术品资本市场是推动艺术品资产化、艺术品投资大众化，以及美育群众化的重要手段，也是中国文化精神培育与传递的加速器

八、中国需要怎样的艺术品资本市场/225

1. 中国艺术品资本市场表现出的基本特征
2. 中国艺术品资本市场发展中存在的问题
3. 中国艺术品资本市场的发展战略
4. 中国艺术品资本市场的主体与体系建设

九、中国艺术品资本市场支撑体系研究/232

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、如何打造中国艺术品资本市场：政策与建议/247

十一、报告编制说明/250

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，成交额屡创新高，天价拍品迭出，一派繁荣景象，标示着中国艺术品拍卖市场进入了新一轮的进程。同时，中国艺术品拍卖市场的世界性格局正在形成，结构发生着深刻的变迁，成为艺术品资本的角力平台，并且在资本的推动下，其机制及相关法则有所改变。但是，中国艺术品拍卖市场火热的行情并不代表中国艺术品市场进入了繁荣期，传统藏家与资本投资的角色在市场中正在更迭，中国艺术品资本市场正在形成；而艺术品拍卖市场中假价、假画、假拍等现象严重地制约与伤害着中国艺术品市场的发展，使人们产生了信任危机。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并走高，亿元拍品将会更多地出现，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资本化、社会化、大众化。

一、中国艺术品拍卖市场的一些看点/251

1. 从中国艺术品市场发展的轨迹看拍卖市场的进程
2. 2010年拍卖市场出现的格局
3. 2010年拍卖市场的一些看点
4. 关于2010年拍卖的一些思考

二、拍卖：“火热”并不等于“繁荣”/260

1. 中国艺术品拍卖市场火热的行情预示着中国艺术品市场进入了一个新的进程
2. 传统藏家与资本投资的角色在市场中更迭
3. 拍卖市场不等于中国艺术品市场
4. 中国艺术品资本市场正在形成

三、拍卖的信任危机对中国艺术品市场发展的影响/262

1. 拍卖现形记
2. 拍卖的神殿也受质疑
3. 拍卖，如何面对不可承受之重

四、拍卖的一些情况/268

1. “疯狂”拍卖局面的存在
2. 中国拍卖市场的命运
3. 违背市场规律的操作得到改进将是一个漫长的过程
4. 藏家在拍卖市场中应注意的问题

五、中国艺术品拍卖市场的展望/272

1. 中国艺术品拍卖市场的行情还会持续并走高，亿元拍品将会更多地出现，价值