

2021年中国古玩市场分析报告- 市场供需现状与投资商机研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国古玩市场分析报告-市场供需现状与投资商机研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/537230537230.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

古玩，又称文物、古董等，是古代遗存下来的文化遗存物质，包括传世品和地下出土品。被视做人类文明和历史的缩影，融合了历史学、方志学、金石学、博物学、鉴定学及科技史学等知识内涵。

古玩主要分为四大类，分别是陶瓷、书画、玉器、杂项。其具体情况如下：

古玩分类

类别

内容

陶瓷

陶瓷是陶器和瓷器的总称。中国人早在约公元前8000-2000年(新石器时代)就发明了陶器。陶瓷材料大多是氧化物、氮化物、硼化物和碳化物等。常见的陶瓷材料有粘土、氧化铝、高岭土等。陶瓷材料一般硬度较高，但可塑性较差。除了在食器、装饰的使用上，在科学、技术的发展中亦扮演重要角色。陶瓷原料是地球原有的大量资源黏土经过淬取而成。而粘土的性质具韧性，常温遇水可塑，微干可雕，全干可磨;烧至700度可成陶器能装水;烧至1230度则瓷化，可完全不吸水且耐高温耐腐蚀。其用法之弹性，在今日文化科技中尚有各种创意的应用。

书画

书画是书法和绘画的统称。 也称字画。书，即是俗话说所谓的字，但不是一般人写的字，一般写字，只求正确无误，在应用上不发生错误即可。倘若图书馆和博物馆把一般人写的字收藏起来，没有这个必要。图书馆和博物馆要保存的是字中的珍品。历史上有名的书法家写的真迹，在写字技巧上有很多创造或独具一格的，我们称之为书法艺术。

玉器

玉器，是指用玉石雕刻成的器物。玉器包含古玉，自雕琢成器算起100年以上的玉器称为古玉或古玉器。现代玉饰的品种款式多种多样，有:各玉珠串、各玉手镯、各玉发夹、翡翠挂件、套装饰品、各玉戒指、金镶玉品、各玉腰带等琳琅满目，除岫玉、玛瑙、密玉等玉料外，还采用翡翠、青金、鸡肝石、孔雀石、东林石、珊瑚、水晶、芙蓉石、木变石等等玉石原料。规格款式不断翻新，单珠串就有平串、宝塔串、花色串、异形串、随形串等等。这些珠宝玉饰通过精心的配带，会给人们的生活、衣饰起到珠联璧合的效果。

杂项

主要包括竹、木、牙、角、文房四宝、漆器、绣品、铜器、佛像、鎏金器物等，以及一些无法准确归类的物品如挂饰、手串、核桃等，最大的特点是易于把玩。数据来源：公开资料整理

古玩收藏法规

序号

古玩收藏法规内容

1

境内地下、内水和领海中遗存的一切文物属于国家所有

2

古文化遗址、古墓葬、石窟寺属于国家所有。国家指定保护的纪念建筑物、古建筑、石刻、壁画、近代现代代表性建筑等不可移动文物，除国家另有规定的以外，属于国家所有

3

国家机关、部队、全民企业、事业组织收藏的文物属于国家所有

4

私人只能收藏祖传、民间流传的各种文物，严禁倒卖牟利，严禁私自卖给外国人

5

私人携带文物出境，须经省级文化部门鉴定，发给出口许可证并事先通告海关

6

凡在1949年以前(含1949年)生产、制作的具有一定历史、艺术、科学价值的文物，原则上禁止出境。其中，1911年以前(含1911年)生产、制作的文物一律禁止出境

7

文物商店及其委托代理机构是各地区统一文物收购部门

8

可售文物需经文物部门鉴定，并铃盖火漆标识方能出售

9

购买文物应取得专用文物销售发票

10

购买文物可要求取得文物鉴定证书数据来源：公开资料整理

从古玩市场消费者资产情况来看，资产在50w-100w消费者比例占50.73%；1000w以上的消费者所占比例较小，但是大多数较高价值的古玩产品都是由这类消费者消耗的。

古玩行业消费者资产等级结构 数据来源：公开资料整理

从古玩行业消费者年龄结构来看，主要集中在30-50岁，其中30-39岁占比47%，40-49岁占比32%。

古玩行业消费者年龄结构 数据来源：公开资料网

近年来，在古玩行业中存在着“未来古玩已死”的说法，由于资本的集中，且古玩行业主要活跃于少数有钱人中，古玩行业的未来让人担忧。为了避免古玩行业“消亡”，现阶段，需要加大力度宣传、挖掘潜在古玩买家，让不同阶段的爱好者融入古玩行业中。

古玩行业未来发展预测

年份

预测内容

2020年

曾经的古玩网已转换模式为纯交易平台,或进行学术交流的平台。普通古玩价格高涨,玩城的老板卖家将以非常艺术的方式包装有残的古董,新的艺术品将成为店家的日常流水。各种古董艺术品牌领衔主演时尚收藏界,古董艺术设计师品牌市值超越爱马仕被全球争相报道

2021年

古董成为稀缺品种,固定价格高企,拥有精品古董成为少数人身份和品味的象征

2022年

古董和旧货的区别被广泛认同,嗜着和藏家的数量减少三分之二,古董的价格达到其应有的价值,并以稳定而缓慢的速度增值,理性投资占居市场主导,财富进一步集中到少数人手中,由此产生了新的高素质从业群体——古董经纪人

2023年

古董投资成为银行业为富人理财的最大卖点,国内信托业开始对社会公众发售古董投资信托计划,古董投资积极营运而生

2024年

拥有古玩是品味与财富的象征,古董成为上流社会的标签。成为家族文化传承的载体数据来源:公开资料整理

古玩行业发展的主要措施

数据来源:公开资料整理(CBB)

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国古玩市场分析报告-市场供需现状与投资商机研究》涵盖行业最新数据,市场热点,政策规划,竞争情报,市场前景预测,投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据,以及我中心对本行业的实地调研,结合了行业所处的环境,从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势,洞悉行业竞争格局,规避经营和投资风险,制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构,拥有资深的专家团队,多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告,客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业,并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据,海关总署,问卷调查数据,商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局,部分行业统计数据主要来自国家统计局

及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国古玩行业发展概述

第一节 古玩行业发展情况概述

- 一、古玩行业相关定义
- 二、古玩行业基本情况介绍
- 三、古玩行业发展特点分析
- 四、古玩行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、古玩行业需求主体分析

第二节 中国古玩行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、古玩行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国古玩行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国古玩行业生命周期分析

- 一、古玩行业生命周期理论概述
- 二、古玩行业所属的生命周期分析

第四节 古玩行业经济指标分析

- 一、古玩行业的赢利性分析
- 二、古玩行业的经济周期分析
- 三、古玩行业附加值的提升空间分析

第五节 中国古玩行业进入壁垒分析

- 一、古玩行业资金壁垒分析
- 二、古玩行业技术壁垒分析
- 三、古玩行业人才壁垒分析
- 四、古玩行业品牌壁垒分析
- 五、古玩行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球古玩行业市场发展现状分析

第一节 全球古玩行业发展历程回顾

第二节 全球古玩行业市场区域分布情况

第三节 亚洲古玩行业地区市场分析

- 一、亚洲古玩行业市场现状分析
- 二、亚洲古玩行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲古玩行业市场前景分析

第四节 北美古玩行业地区市场分析

- 一、北美古玩行业市场现状分析
- 二、北美古玩行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美古玩行业市场前景分析

第五节 欧洲古玩行业地区市场分析

- 一、欧洲古玩行业市场现状分析
- 二、欧洲古玩行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲古玩行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界古玩行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球古玩行业市场规模预测

第三章 中国古玩产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品古玩总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国古玩行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国古玩产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国古玩行业运行情况

第一节 中国古玩行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国古玩行业市场规模分析

第三节 中国古玩行业供应情况分析

第四节 中国古玩行业需求情况分析

第五节 我国古玩行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国古玩行业供需平衡分析

第七节 中国古玩行业发展趋势分析

第五章 中国古玩所属行业运行数据监测

第一节 中国古玩所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国古玩所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国古玩所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国古玩市场格局分析

第一节 中国古玩行业竞争现状分析

- 一、中国古玩行业竞争情况分析
- 二、中国古玩行业主要品牌分析

第二节 中国古玩行业集中度分析

- 一、中国古玩行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国古玩行业市场集中度分析

第三节 中国古玩行业存在的问题

第四节 中国古玩行业解决问题的策略分析

第五节 中国古玩行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国古玩行业需求特点与动态分析

第一节 中国古玩行业消费市场动态情况

第二节 中国古玩行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 古玩行业成本结构分析

第四节 古玩行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国古玩行业价格现状分析

第六节 中国古玩行业平均价格走势预测

- 一、中国古玩行业价格影响因素
- 二、中国古玩行业平均价格走势预测
- 三、中国古玩行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国古玩行业区域市场现状分析

第一节 中国古玩行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区古玩市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区古玩市场规模分析
- 四、华东地区古玩市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区古玩市场规模分析
- 四、华中地区古玩市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区古玩市场规模分析
- 四、华南地区古玩市场规模预测

第九章 2017-2020年中国古玩行业竞争情况

第一节 中国古玩行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国古玩行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国古玩行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 古玩行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国古玩行业发展前景分析与预测

第一节 中国古玩行业未来发展前景分析

一、古玩行业国内投资环境分析

二、中国古玩行业市场机会分析

三、中国古玩行业投资增速预测

第二节 中国古玩行业未来发展趋势预测

第三节 中国古玩行业市场发展预测

一、中国古玩行业市场规模预测

二、中国古玩行业市场规模增速预测

三、中国古玩行业产值规模预测

四、中国古玩行业产值增速预测

五、中国古玩行业供需情况预测

第四节 中国古玩行业盈利走势预测

一、中国古玩行业毛利润同比增速预测

二、中国古玩行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国古玩行业投资风险与营销分析

第一节 古玩行业投资风险分析

一、古玩行业政策风险分析

二、古玩行业技术风险分析

三、古玩行业竞争风险分析

四、古玩行业其他风险分析

第二节 古玩行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国古玩行业发展战略及规划建议

第一节 中国古玩行业品牌战略分析

一、古玩企业品牌的重要性

二、古玩企业实施品牌战略的意义

三、古玩企业品牌的现状分析

四、古玩企业的品牌战略

五、古玩品牌战略管理的策略

第二节 中国古玩行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国古玩行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 古玩行业竞争力提升策略

- 一、古玩行业产品差异性策略
- 二、古玩行业个性化服务策略
- 三、古玩行业的促销宣传策略
- 四、古玩行业信息智能化策略
- 五、古玩行业品牌化建设策略
- 六、古玩行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国古玩行业发展策略及投资建议

第一节 中国古玩行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国古玩行业营销渠道策略

- 一、古玩行业渠道选择策略
- 二、古玩行业营销策略

第三节 中国古玩行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国古玩行业重点投资区域分析
- 二、中国古玩行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiyule/537230537230.html>