

2018年中国艺术复制品行业分析报告- 市场深度调研与发展前景研究

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《2018年中国艺术复制品行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》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/wentibangong/344078344078.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

我国国内艺术复制品市场的形成始于本世纪初，在国民对艺术品消费欲望提升和国外艺术市场的客观经济效益推动下，为实现艺术文化的传承和发展，国内艺术复制品市场得到了发育和发展。

从近些年来艺术复制品消费市场异常活跃状态可以看出，人们开始摒弃以往对艺术复制品的错误观念，并实现消费转变，青睐于艺术复制品的消费。随着在艺术复制品消费投入的增加，人们在艺术复制品鉴赏能力上也得到了提升。

2005年，故宫博物院首次将其馆藏的绝世珍品古书画20件与官窑名瓷10件进行绝版复制，每件复制100件，这些艺术复制品在推向市场不到一周的时间便被国内艺术收藏家抢购一空。此外，2005年北京的古家具消费达到了4.2亿，故宫的古书画精品复制打包出售151幅定价为88万，很快便被艺术收藏家尽收囊中。由此可见，我国的艺术复制品市场从2005年开始便出现了一个利好的市场信号，艺术复制品收藏为艺术收藏家所追捧。

消费的增长然助长生产的进一步发展，艺术品复制的基本功能是实现艺术文化的传承和发展，根据国家博物馆的调查结果表明，国内购买艺术复制品主要包括个人行为和企业行为两种，其中个人行为占据市场份额的40%左右，而企业行为则为50%，剩下的为国外购买行为。从艺术品消费的目的来看，企业行为多为装饰、美化、提高室内文化层次等方面的考虑，而个人消费艺术复制品则表现为收藏、馈赠、家居装饰、提高艺术鉴赏力等方面的考虑，国外买家行为则呈现为投资、收藏、艺术爱好等方面的内容。在西方发达国家，人民购买艺术复制品已经习以为常，以较少的投入购买一件大师“传世之作”，无疑可以起到家居的艺术效果，从这个角度看，国内的艺术复制品市场才刚刚起步，但随着人们对艺术复制品价值的进一步可相信购买艺术复制品必将成为一种社会时尚。

中国艺术复制品的市场潜力是无限的，为此我国艺术复制品的发展必然要走产业化的道路，从我国现有的情况来看，我国艺术复制品的生产和经营已经慢慢显示其产业化的力量，从数字印刷技术的实现和产业化经营路径的形成中可见端倪。首先是数字印刷术的实现，荣宝斋之所以能在国内存活上百年而屹立不倒，雅昌之所以能在激烈的市场竞争中异军突起，根本的原因就是技术上的优势，在信息化网路化的背景下，产业化的实现不能再依靠单纯的手工丝网印刷或者木板水印，必须通过对新技术的运用来实现质量和数量的飞跃。纵观国内印刷技术的发展，以具备了产业化发展的技术力量。对比国外在艺术复制品产业化成功的经验，其中最为重要的是分工的细化，即对于产业化过程中的各个环节实现“各尽其能”、“各司其职”。近些年，我国已出现了一些富于创意的艺术复制品营销模式，如百雅轩的“曲径通幽”营销策略，为我国艺术复制品的产业化提供了“范本”。

行业进入壁垒

1、技术壁垒

互联网的发展打破了纸张统领天下的局面，现已经进入了一个信息化时代，效率化时

代，数字化时代，艺术品复制行业参与企业必须具有国内一流的数码采集及输出设备及技术，紧跟数字技术的迭代创新，进行技术的升级运用以硬实力服务软实力才可持续把握发展的市场，而高仿真艺术品的复制技术含量则更高，对色彩等生产管理标准质量控制提出了进一步要求，需要前期投入大量人力、物力进行数据采集及输出等专业领域的研究，才能赋予高仿真艺术品的收藏属性被市场所接纳认可，行业新进入者将难以在短时间内突破技术壁垒。

2、市场壁垒

艺术复制行业的进入受到一定条件的政策限制，依《印刷业管理条例》（中华人民共和国国务院令 第 315 号）规定，国家实行印刷经营许可制度，未依照本条例规定取得印刷经营许可证的，任何个人和单位不得从事印刷经营活动，在此基础上，从事数字印刷的印企还需满足《数字印刷管理办法》（新出政发〔2011〕2号）设立的市场准入门槛要求。同时，各行业大型客户选择合作印企时会多方考虑企业规模、实力及管理等因素是否匹配其供货需求，一旦建立对印刷企业品质和服务信任的桥梁，将会保持与印刷企业较高的合作黏合度，在业务开展中建立多层次的紧密联系，达成稳固的长期利益协作。

我国国内文化艺术品市场同国外相比尚不够成熟规范，如拍卖行选择直接从艺术家处征集作品进行拍卖，艺术家在未经过画廊推广、代理的情况下直接进入拍卖市场等，此类不规范行为的存在导致艺术品交易的链条被打乱，市场出现混乱与泡沫。随着艺术品市场规模的扩大、外资与机构投资者的介入，艺术品产业面临结构调整，各级市场参与者向集约化、规范化、品牌化发展。

资料来源：观研天下数据中心整理

观研天下发布的《2018年中国艺术复制品市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

第一章 2016-2018年中国艺术复制品行业发展概述

第一节 艺术复制品行业发展情况概述

一、艺术复制品行业相关定义

二、艺术复制品行业基本情况介绍

三、艺术复制品行业发展特点分析

第二节 中国艺术复制品行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、艺术复制品行业产业链条分析

三、中国艺术复制品行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国艺术复制品行业生命周期分析

一、艺术复制品行业生命周期理论概述

二、艺术复制品行业所属的生命周期分析

第四节 艺术复制品行业经济指标分析

一、艺术复制品行业的赢利性分析

二、艺术复制品行业的经济周期分析

三、艺术复制品行业附加值的提升空间分析

第五节 中国艺术复制品行业进入壁垒分析

一、艺术复制品行业资金壁垒分析

二、艺术复制品行业技术壁垒分析

三、艺术复制品行业人才壁垒分析

四、艺术复制品行业品牌壁垒分析

五、艺术复制品行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球艺术复制品行业市场发展现状分析

第一节 全球艺术复制品行业发展历程回顾

第二节 全球艺术复制品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲艺术复制品行业地区市场分析

一、亚洲艺术复制品行业市场现状分析

二、亚洲艺术复制品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲艺术复制品行业市场前景分析

第四节 北美艺术复制品行业地区市场分析

- 一、北美艺术复制品行业市场现状分析
- 二、北美艺术复制品行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美艺术复制品行业市场前景分析
- 第五节 欧盟艺术复制品行业地区市场分析
 - 一、欧盟艺术复制品行业市场现状分析
 - 二、欧盟艺术复制品行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟艺术复制品行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界艺术复制品行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球艺术复制品行业市场规模预测
- 第三章 中国艺术复制品产业发展环境分析
 - 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、全社会消费品艺术复制品总额
 - 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 中国艺术复制品行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
 - 第三节 中国艺术复制品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 中国艺术复制品行业运行情况
 - 第一节 中国艺术复制品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 中国艺术复制品行业市场规模分析
 - 第三节 中国艺术复制品行业供应情况分析
 - 第四节 中国艺术复制品行业需求情况分析

第五节 中国艺术复制品行业供需平衡分析

第六节 中国艺术复制品行业发展趋势分析

第五章 中国艺术复制品所属行业运行数据监测

第一节 中国艺术复制品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 中国艺术复制品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 中国艺术复制品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 2016-2018年中国艺术复制品市场格局分析

第一节 中国艺术复制品行业竞争现状分析

一、中国艺术复制品行业竞争情况分析

二、中国艺术复制品行业主要品牌分析

第二节 中国艺术复制品行业集中度分析

一、中国艺术复制品行业市场集中度分析

二、中国艺术复制品行业企业集中度分析

第三节 中国艺术复制品行业存在的问题

第四节 中国艺术复制品行业解决问题的策略分析

第五节 中国艺术复制品行业竞争力分析

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 2016-2018年中国艺术复制品行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国艺术复制品行业消费特点

第二节 中国艺术复制品行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 艺术复制品行业成本分析

第四节 艺术复制品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 中国艺术复制品行业价格现状分析

第六节 中国艺术复制品行业平均价格走势预测

一、中国艺术复制品行业价格影响因素

二、中国艺术复制品行业平均价格走势预测

三、中国艺术复制品行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国艺术复制品行业区域市场现状分析

第一节 中国艺术复制品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区艺术复制品市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区艺术复制品市场规模分析

四、华东地区艺术复制品市场规模预测

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、华中地区艺术复制品市场规模分析

四、华中地区艺术复制品市场规模预测

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、华南地区艺术复制品市场规模分析

第九章 2016-2018年中国艺术复制品行业竞争情况

第一节 中国艺术复制品行业竞争结构分析（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 中国艺术复制品行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国艺术复制品行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 艺术复制品行业企业分析（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

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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国艺术复制品行业发展前景分析与预测

第一节 中国艺术复制品行业未来发展前景分析

一、艺术复制品行业国内投资环境分析

二、中国艺术复制品行业市场机会分析

三、中国艺术复制品行业投资增速预测

第二节 中国艺术复制品行业未来发展趋势预测

第三节中国艺术复制品行业市场发展预测

- 一、中国艺术复制品行业市场规模预测
- 二、中国艺术复制品行业市场规模增速预测
- 三、中国艺术复制品行业产值规模预测
- 四、中国艺术复制品行业产值增速预测
- 五、中国艺术复制品行业供需情况预测

第四节中国艺术复制品行业盈利走势预测

- 一、中国艺术复制品行业毛利润同比增速预测
- 二、中国艺术复制品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国艺术复制品行业投资风险与营销分析

第一节 艺术复制品行业投资风险分析

- 一、艺术复制品行业政策风险分析
- 二、艺术复制品行业技术风险分析
- 三、艺术复制品行业竞争风险分析
- 四、艺术复制品行业其他风险分析

第二节 艺术复制品行业企业经营发展分析及建议

- 一、艺术复制品行业经营模式
- 二、艺术复制品行业销售模式
- 三、艺术复制品行业创新方向

第三节 艺术复制品行业应对策略

- 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2018-2024年中国艺术复制品行业发展策略及投资建议

第一节 中国艺术复制品行业品牌战略分析

- 一、艺术复制品企业品牌的重要性
- 二、艺术复制品企业实施品牌战略的意义
- 三、艺术复制品企业品牌的现状分析
- 四、艺术复制品企业的品牌战略
- 五、艺术复制品品牌战略管理的策略

第二节中国艺术复制品行业市场的关键客户战略实施

- 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 中国艺术复制品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

第十四章 2018-2024年中国艺术复制品行业发展策略及投资建议

第一节 中国艺术复制品行业产品策略分析

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 中国艺术复制品行业定价策略分析

第三节 中国艺术复制品行业营销渠道策略

一、艺术复制品行业渠道选择策略

二、艺术复制品行业营销策略

第四节 中国艺术复制品行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国艺术复制品行业重点投资区域分析

二、中国艺术复制品行业重点投资产品分析（FSW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/344078344078.html>