

# 2018-2023年中国美术馆产业市场发展现状调查与 未来发展前景预测报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国美术馆产业市场发展现状调查与未来发展前景预测报告》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/qikantushu/309598309598.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

### 一、国有民营体制下美术馆所处的困境

虽然国有民营体制下的美术馆依靠其独特的运营模式取得了一些开创性的成果，但它的诞生不足七年，与国有官方美术馆和民营美术馆相比，还有着方方面面的尴尬和困境。

#### 1、认证政策不明

21世纪以来，中国的民营美术馆迅速崛起，以西安美术馆为代表的国有民营体制下的新型美术馆已经问世6年，但国有民营美术馆亟需的认证政策始终没有出台，身份界定的不明晰，是其当下面临的最大尴尬。2009年，西安美术馆以“西安曲江创造力文化艺术有限责任公司”的方式在国家工商行政管理局登记注册，这种以营利为目的的企业身份，无论是在与公立美术馆还是私立美术馆争取政府资金、政策扶持的竞争中，都陷其于不利。

最新出炉的《国家艺术基金（一般项目）2016年度传播交流推广资助项目申报指南》中第五条申报条件就明确规定：

“（一）本项目的申报主体为单位或机构。申报项目的单位或机构应同时具备以下条件：1.2013年1月1日前在中华人民共和国内地同级行政机关登记、注册的单位或机构。因事业单位体制改革重新登记、注册的，登记、注册时间可与改革前连续计算；”国家经费难以申请，地方经费也同样面临类似尴尬。就西安美术馆为例，2015年陕西省博物馆协会向其会员西安美术馆发布《2015年西安民办、行业博物馆考核专项资金项目申报指南》，指南中明确指出：“专项资金支持对象：经市文物行政主管部门核准，在省、市民政部门依法登记的，且管理规范，财务管理制度和会计核算体系健全的各类具有独立法人资格的民办和行业博物馆。”西安美术馆资产虽属国有，但政府却未在民政局以美术馆名义注册备案。如果按民营美术馆申报，只是委托西安曲江创造力文化艺术有限责任公司来运营，西安曲江创造力文化艺术有限责任公司虽有权力运营西安美术馆，但在官方上并未按照民营美术馆来注册，两边落空，导致了资金申请上非常被动。

同时，因为身份认证不明，艺术家会在向美术馆捐赠作品时对作品的归属权产生质疑，这在一定程度上也限制了国有民营体制下美术馆收藏工作的展开，在学术方面造成了天生缺陷。

#### 2、税收政策不利

欧美国家的民营美术馆之所以能健康发展，丰厚的资金支持是其良性运转强大的基石。然而，与国内情况截然不同的是，西方民营美术馆的资金并非直接来源于政府，而是通过政府制定扶持政策，吸引社会多元资金向其注入。目前，国内美术馆也已对政策扶持的缺失达成广泛共识：“根据数据统计发现，85%的私人美术馆认为缺乏政策扶持是目前制约其发展的重要因素，70%认为缺乏税收相关政策。艺术基金会制度不完善，赞助和免税体制不成熟。”“由于没有民营美术馆相关法律、法规，致使国内企业无心捐赠，国外基金无法介入，导致美术馆资金来源单一化。”

在国外，政府美术馆有完善的赞助、税收、文化倾斜政策，企业或个人向美术馆提供赞助，或是向美术馆捐赠艺术品，都可以获得不同程度的减税甚至免税，同时，美术馆又尽力回馈赞助人、捐赠者荣誉、社会名声，“使得捐赠博物馆、美术馆变成一种新的文明意识和品位。”很多财团都想成为艺术机构基金会成员，这是一种身份的象征，于是，他们纷纷赞助美术馆。

在中国，长期以来我国对非营利组织采取的是适度从紧的政策，强调国家对非营利组织的管理和监督。因此我国对非营利组织采取的是管理为主、扶持为辅的政策。“在2007年财政部国家税务总局颁布的《关于宣传文化所得税优惠政策的通知》中所涉及，其中，对于宣传文化事业的捐赠者提供的免税制度并不优厚，甚至捐赠者捐赠后还另交纳税金，这严重打击了捐赠者的积极性。”“截止到2008年底，对非营利性（包括民营、国有）的美术馆免税，税务部门和民政部门的标准是：美术馆所接受捐赠的部分，美术馆方可以享受免税；提供捐赠的组织或企业可将相当于捐赠额度12%的企业成本进行免税。”由此可见，虽然从国家的税收政策来看是鼓励对于非营利组织的捐赠，但是与西方捐赠大力免税的政策相比，这些税款的减免显得微不足道。“加之在减免税额实际操作层面，繁琐的手续甚至令企业和个人出现放弃享有优惠政策的现象。”并且，这些税收政策的支持只是针对拥有“非营利”身份的组织，对于民营美术馆而言，只有成为民办非企业单位的才可以享有。在现有体制下，以西安美术馆为代表，注册为“西安曲江创造力文化艺术有限责任公司”的国有民营体制下的美术馆，在性质上就被划归为以营利为目的的企业范畴，从而无法享受免税的政策优惠。可以说，缺少了免税这一核心，对于国有民营体制下的美术馆的健康发展十分不利。

此外，国外的税收优惠政策还细化到美术馆的商店营利。以西安美术馆为例，其下设的艺术生活体验馆销售图书、期刊、艺术创意产品、艺术衍生品，其利润全部投入美术馆日常运营，但艺术生活体验馆获得的这部分经营利润仍要交付25%的营业税。然而，美国的博物馆和商店是一个体系，只要不卖画，都可以享受免税政策。

3、运营资金缺乏 综上所述，资金问题是国有民营体制下美术馆要取得发展的重中之重，美术馆的展览策划、典藏、学术研究、公共教育、宣传推广、人才引进等方方面面都直接依赖资金的多寡。

然而，以西安美术馆为代表的国有民营体制下的美术馆，虽然在发展过程中不断摸索、不断创新，逐渐构建起了自己资金来源的模式，但这些资金的稳固性与国有性质美术馆相距甚远，更不能与西方发达国家相提并论。

以西安美术馆2015年的全年运营情况为例，2015年运营总开支为1134万元（其中主营业务成本450万元，主营业务税金及附加41万元，管理费用644万元，），获政府的拨款扶持400万元，（见附表3）来自政府的拨款扶持资金只占美术馆运营总支出的三分之一，要达到美术馆所预期的运营效果，这部分资金远远解决不了实质性的问题。其次，从馆藏方

面来讲，以尤伦斯当代艺术中心、泰达当代艺术博物馆、今日美术馆为代表的民营美术馆逐渐形成了各自关于当代艺术的体系性收藏，但收藏是我当代艺术作品数量均在1000-2000件左右，这个数字显然无法与国有性质的中国美术馆相媲美，中国美术馆的藏品已达到了10万余件以上。然而，馆藏却觉得这一个美术馆的学术定位和方向，不充足的馆藏肯定影响其馆在学术领域的发展和地位。

表：2015年西安美术馆年度财务支出明细表

另外，没有足够的经费支持，国有民营体制下的美术馆难以借助外界力量聘请独立策展人。“久而久之，美术馆就变成了承接展览的展场，现有团队在没有专业人士的指导下，将会更加恶化，无法提升美术馆运营的整体专业性。”

4、专业人才缺乏 除了资金和政策缺乏支持以外，缺乏专业人才已成为制约美术馆发展的又一重要因素。“截止2012年底，全国文化系统所属美术馆共有265家，主要集中在北京、上海、广东等大城市及东部发达地区。此265家美术馆共有从业人员2782人，其中专业人员1497人，平均每馆不足6人，人力资源匮乏，专业人员尤其缺少。”“龙美术馆、广东当代艺术中心、53美术馆等多家美术馆纷纷表示这个行业需要大量的专业人才做储备。”然而，西安美术馆在人才方面与以上所提及美术馆有异曲同工之处，由于地处于二线城市的西安，文化艺术产业本身就滞后于北上广等城市，这方面的人才更是少之又少，虽说坐落于陕西的大专院校数量在全国排名第三，但到目前为止，陕西所有大专院校尚且没有与美术馆专业对等的相关专业，所以在人才输出方面还处于匮乏阶段。导致这一现象出现主要有以下两方面原因：

其一，中国没有此方面的人才储备库。美术馆学是集美术学、艺术行政管理学、艺术展览策划学等学科为一体的综合性学科，然而在中国大专院校没有对口专业的输出，“高校教学系统与实践中所需的职业技能不相匹配，具备艺术专业素养同时也能够承担社会功能的人很稀缺”。

其二，我国相关人事政策的空白缺席。不论是国有民营体制下的美术馆还是民办非企业单位的美术馆，员工的专业技术职务评定、工资待遇、人事档案、社会保险等方面既没有系统的法律规定，一般来说国有美术馆的员工属于国家事业编制，而民营美术馆员工又不能与之享受同等待遇，增加了工作的不稳定性，使民营美术馆丧失了部分吸引人才的筹码。国有民营体制下的美术馆虽然在人事机制方面自主、灵活，但这种灵活也对应着人才频繁流动，而理应重点制定的人事规划也无从执行。正是这种人事政策的不明性加大了国有民营体制下美术馆的人才流动机率，进一步制约了国有民营体制下的美术馆专业化水平的提高。

## 二、国有民营体制下美术馆未来的可行性和发展方向

任何美术馆在没有相关成熟政策的约定或扶持、充分资金的确保和专业人才的配备前提条件下，都等同于巧妇难为无米之炊，自身没有建立很好的可循环体系，没有足够强的造血功能和强有力的人才储备更谈不上可持续发展，所以国有民营体制下的美术馆在现阶段必须从根本上完善政策、重视专业人才，建构人才储备库和进一步扩充资金来源，积极寻求基金会、企业和个人赞助和捐赠；加强艺术衍生品开发及创收；合理利用场地出租、商业活动等零售收入比重；节能降耗、开源节流争取建立一套独有的运营模式，成为中国美术馆业的第三种运营模式，完善现阶段我国美术馆业的生态和格局。

### 1、改善政策

(1) 完善认证法规 以西安美术馆为例，国有民营体制下的美术馆作为公益性的非营利组织，在目前的政策环境下却不能合法注册。改变这一状况的当务之急，“第一应加强对非营利组织设立的立法工作。虽然我国已有《社会团体登记管理条例》等非营利组织法律法规，但现有法律体系中对非营利组织的界定、合法地位、基本权利和义务、设立和管理、法律责任等诸多要素仍缺乏统一、明确的规定，有必要尽快构建非营利组织和政府之间的新型合作关系，建立统一、明确的相关法律体系。第二，放宽非营利组织登记注册的制度。当前我国的非营利组织缺乏有利和足够宽松的制度空间，目前，应该着手尽快简化非营利组织设立的手续、降低非营利组织设立的门槛，尽力破除众多对非营利组织登记注册的限制。”

国有民营体制下美术馆的发展与政策应该是同步长成的，一个符合本国国情特色的新型美术馆体制的健康成长，有赖于关照其生成的政策土壤，尽快制定与其配套的法规政策、监督体系才能促进国有民营体制下美术馆的发展壮大。

(2) 改善税收政策 首先，应当构建起我国整个非赢利组织的税收法律体系。“完整的非盈利组织法律体系应包括民法、组织法、税法等法律规章的综合。从便于税收管理的角度和我国税收制度特点看，可预先在税法中对非赢利组织进行规制，建议在即将制订颁布的《税收基本法》中规定对非盈利组织的确认标准和基本税收政策，这既有利于非盈利组织的发展，又有利于防止产生税收漏洞。”

其次，“调整制定和规范旨在激励捐赠行为的捐赠税收制度”。为了支持国有民营体制美术馆的发展，国有民营体制下的美术馆应该被列为免税对象，或者即使被列为税收对象，也应该享有许多减税甚至免税优惠政策。并且，“扩大优惠税种和扩大税收优惠对象，以及扩大享受捐赠税收扣除优惠的范围和捐赠渠道。这样将会大力促进基金会的成立与发展。同时，设立专门部门或者增进民政部门在对非盈利艺术机构的确认标准、监督体系以及基本税收政策的职能，一方面有利于组织的发展，另一方面也有利于防止产生税收漏洞。”

通过借鉴学习欧洲、美国等国有民营美术馆的成功经验，我们坚信，只要以健全完善的政策为背景，我国国有民营美术馆就一定可以茁壮成长且发展推广至全国。

2、筹集资金 “美国博物馆的筹资局面是典型的多元化，结合了私人和支持，包括拨款、贷款和税收；个人、组织和企业捐赠；赚取收入（门票、展览费用、礼品店及画册收入、饭店和食品店收入、会员缴纳的会费和活动费，产品许可权费、公共出版物、场馆租赁费、借展及举办巡回展览所得收入）。”从美国的经验可以看出，美术馆的整体运转，更多需要依靠多方面社会资源的运用，而不是仅仅依靠政策扶持或是场地租赁，收入更加多元化，事实证明只有具有稳固的多元化收入，国有民营体制美术馆才可以良性健康地可持续发展。

（1）发展基金会 艺术基金会在中国是一种新生的事物。无论是公募基金会还是非公募基金会，目前在中国都面临着很大的筹款压力。中国国家艺术基金会尚处在起步阶段，2013年12月30日，由国家财政拨款支持、国务院批准的国家艺术基金有中华人民共和国文化部和财政部联合宣布成立，由文化部部长蔡武出任国家艺术基金理事长。国家艺术基金旨在支持艺术的“创作生产、宣传推广、征集收藏和人才培养”。国家艺术基金的成立进一步体现我国对艺术事业发展的支持，是政府职能转变在文化艺术方面所迈出的又一大步。我们有理由期待国家艺术基金会在推动中国文化艺术发展中将会发挥的作用。

在中国，一个对美术馆全方位支持的经济环境正在形成。“2014年美国拥有700万个百万美元资产家庭，为世界第一。中国紧随其后为400万家”。而在2013年，“中国的百万美元资产家庭总数还是240万”，中国私人财富的强劲增长势头自不待言。“2015年中国个人可投资资产1千万元人民币以上的高净值人群规模已超过100万人，全国个人总体持有的可投资资产规模达到112万亿人民币。”这些数据表明，一个有充足财力的新贵阶级已在中国形成，这奠定了美术馆筹建发展基金会的基础。

基金会的繁荣离不开相关政策的扶持。“一方面要明确基金会在税收优惠等方面的政策，另一方面要加强对基金会的监督鼓励民间基金会的成立和发展，鼓励海内外民间资金的进入。”国内目前虽然已有一些基金会出现，但大多数都是靠私人或企业单一地注入资金。“很多国内的艺术机构都将基金会建立在国外，比如长征空间就把长征基金建在美国，这样更容易吸收更多资金。”因为国内现在还未成为鼓励捐赠的良好税收政策环境——中国还没有一个艺术类的基金会有全额捐赠免税的优惠待遇，只有在税收制度相对完备的前提下，私人、企业通过赞助美术馆才可以在税收方面获得实优惠。由此可见，制定和调整捐赠和税收制度，是基金会能否在中国发展的决定性因素。

（2）筹建理事会 “理事会、基金会、学术委员会‘三会制度’一直是国际通用的美术馆运行管理模式”。在美国，理事会对于美术馆的发展具有重大意义，不仅影响着美术馆的政策制定，管理运营，在资金提供上也给予了莫大贡献。美国政府虽然会给私立美术馆一定的资金、场地帮助，但私立美术馆的运作还是取决于理事会。

“这里面的人都是美国最有钱的人，但他们把个人财富转化为美术馆”。如今，建立一个类似于美国私人美术馆的理事会不再遥遥无期，“例如爱佑慈善基金会的理事会就聚集了一批中国首屈一指的私营企业家，称之为‘富豪俱乐部’也并无不妥，这样的富豪们愿意投身公益慈善事业，为之出钱出力，本身应该说是在我国公益慈善事业发展的道路上非常有意义的一个里程碑”。目前，我国已有今日美术馆、中间美术馆等民营美术馆和关山月美术馆成立了理事会，虽然结构较单一，与国外理事会还有一定差距，但我们有理由相信，在我们的努力下，这方面的差距可在一定时间内缩小，也是国有民营美术馆在稳固的多元化资金来源方面值得借鉴和学习之处。

(3) 加强与商业合作 除了以上资金引入方法外，国有民营体制美术馆更要学会利用社会资源，更多的走向社会，寻求与商业合作。向社会要钱的过程是一个不断向社会推广文化艺术、争取社会参与文化工作的过程，也是在不断接受社会的检验、检查、监督的过程。这样，美术馆才能够发挥出自己的活力，而同时得到社会的检验和认可。其次要重视加强艺术品二次开发，艺术衍生品店除了具有对艺术品二次开发的功能之外，也是美术馆公共教育的延伸，是对美术作品的再一次解读，也是可以带回家的艺术品，其不仅可以起到宣传推广的作用，更是美术馆资金来源的重要组成部分，美国大都会博物馆和现代艺术博物馆（MoMA）每年在艺术衍生品创收方面可以占到美术馆总资金收入的40%。

3、完善自我，提升学术专业度 国有民营体制下的美术馆要发展，得到社会全方位的赞助至关重要，这就意味着美术馆要在社会保持一流的品牌形象，美术馆的整体品质要不断地提升。同一个城市，赞助商都找最好的美术馆赞助，以此提升他的影响力、放大他的社会效应。如果不是一流的美术馆很难得到赞助。

首先，从管理上来说，国有民营体制下的美术馆还没有形成自己较为清晰的经营模式。在探索的过程中，应该加强内部管理，增加与国内、国外美术馆的馆际交流，博采众长，与国际接轨，注意积累经验，集思广益，找到适合此新型体制的管理模式。

其次，重视专业人才。相比之下，中国民营美术馆的人才是缺乏的，机制不够完善。民营美术馆不但要大量的争取人才，引进人才，更要努力改变现有机制，留住人才。同时，国有民营体制下的美术馆同样应该重视人才，当然还应重视对员工的内部专业培训。目前国内美术馆事业日新月异，然而美术馆的工作人员专业知识储备难以应对，甚至有一些员工并非专业出身，及时引导员工更新其知识体系，使从业者保持鲜活的战斗力和专业敏感度，从而保证美术馆的专业水平。另外，还应建议中国众高等院校设置专业学科和建立培养美术馆专业人才的机构，为美术馆的发展提供专业后援。

第三，以教育为基石，服务大众。美术馆的一切工作都可以归结为给不同的观众提供教育。公共教育的两大功能和职责包括“普及性传播和专业性传播两个方面。具备专业艺术



知识结构的受众是美术馆的常规造访者，他们既是美术馆知识生产的受益者，同时又敦促美术馆的知识生产高质高量，某种程度上可以说是美术馆知识生产的‘质检员’。非专业的社会公众则是美术馆知识生产的‘温度计’，美术馆的知识生产通过普及性的公共教育与社会广大公众产生互动。”最后，加强学术建设。学术研究是公共传播的幕后推手，一方面注重美术馆所在地域的近现代美术史的梳理，这是各美术馆的主要职责；另一方面注重对美术馆所在地域的当代美术思潮的梳理。通过这两方向的研究，担当起美术史的参与者、见证者与书写者，并通过这些研究，建构起自己的话语系统和话语权，作为美术馆，将来无论是进行学术研究，还是策划展览，都有明确的学术定位。

观研天下发布的《2018-2023年中国美术馆产业市场发展现状调查与未来发展前景预测报告》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。 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。

## 【报告目录】

### 第一部分 环境篇

#### 第一章 中国当代艺术发展综述

##### 第一节 中国当代艺术的概念综述

##### 第二节 中国当代艺术的发展历程

##### 第三节 中国当代艺术市场总体特点

#### 第二章 2017年中国当代艺术发展环境分析

##### 第一节 2017年中国宏观经济运行环境分析

###### 一、2017年中国GDP增长情况分析

###### 二、2017年全社会消费品零售总额

###### 三、2017年城乡居民收入增长分析

###### 四、2017年居民消费价格变化分析

##### 第二节 中国当代艺术发展社会环境分析

###### 一、2017年中国文化环境分析

## 二、“十三五”文化艺术业固定资产投资

### 三、国内私人财富市场调研

- (一) 私人财富蕴含巨大市场价值
- (二) 高净值人群构成结构情况
- (三) 高净值人群地域分布情况
- (四) 高净值人士财富管理目标
- (五) 高净值人群投资行为研究

### 第三节 中国当代艺术发展政策环境分析

#### 一、“十三五”文化改革发展规划纲要

#### 二、中国艺术品市场主要法律法规

#### 三、全国美术馆发展扶持计划

#### 四、艺术品经营管理办法

### 第二部分 现状篇

## 第三章 2017年全球当代艺术品市场调研

### 第一节 全球艺术品拍卖市场调研

- 一、艺术品拍卖市场国际环境
- 二、全球艺术品拍卖市场规模
- 三、全球艺术品拍卖价格走势
- 四、全球艺术品拍卖市场结构
  - (一) 按国家市场结构分析
  - (二) 按成交价格区间分析
  - (三) 按拍卖行的市场结构
  - (四) 按艺术门类市场结构

### 第二节 2017年全球当代艺术市场发展分析

- 一、2017年全球当代艺术作品拍卖成交规模
- 二、2017年全球当代艺术作品拍卖成交价格

## 第四章 2017年中国当代艺术发展分析

### 第一节 2017年中国当代艺术发展评点

- 一、双年展
- 二、美术馆
- 三、水墨元年
- 四、批评理论界
- 五、行为 影像 音乐

## 六、画廊业 拍卖行 艺术区

### 第二节 中国当代艺术分类探析

#### 一、中国当代书画发展分析

(一) 2017年当代水墨异军突起

(二) 当代艺术作品拍卖价格排名

(三) 当代国画艺术家作品成交额

(四) 当代国画艺术家作品成交价

#### 二、中国当代油画发展分析

(一) 中国油画发展渊源

(二) 油画艺术家作品成交额

(三) 中国油画历年成交规模

#### 三、中国当代雕塑发展分析

(一) 中国当代雕塑发展概述

(二) 中国当代著名雕塑家

(三) 中国当代雕塑投资现状

#### 四、中国当代装置艺术发展分析

(一) 中国当代装置艺术概述

(二) 当代装置艺术拍卖情况

(三) 当代装置艺术趋势预测

### 第三部分 创作篇

## 第五章 中国当代艺术创作发展情况分析

### 第一节 中国当代艺术家们的2014

一、张晓刚

二、周春芽

三、曾梵志

四、方力钧

五、宋冬

六、岳敏君

七、刘小东

八、王广义

九、刘炜

十、徐冰

十一、张恩利

### 第二节 中国当代艺术区发展分析

## 一、中国当代艺术区发展现状

### 二、北京798艺术区

#### （一）艺术区历史

#### （二）艺术区简介

#### （三）798艺术中心

#### （四）798艺术空间

#### （五）798画廊

#### （六）798艺术区发展方向

### 三、北京宋庄艺术区

#### （一）艺术区概况

#### （二）艺术区结构

#### （三）艺术区发展现状

### 四、草场地艺术区

### 五、深圳大芬油画村

## 第三节 2017年中国画廊行业发展分析

### 一、画廊行业发展历程

### 二、画廊行业规模

### 三、2017年画廊行业特点分析

#### （一）品牌集中化趋势增强

#### （二）外资画廊撤退

#### （三）国际化拓展

#### （四）关注青年艺术

### 四、中国画廊排行榜

### 五、香格纳画廊

#### （一）画廊概述

#### （二）2017年画廊发展情况

### 六、佩斯北京

#### （一）画廊概述

#### （二）2017年画廊发展情况

### 七、长征空间

#### （一）画廊概述

#### （二）2017年画廊发展情况

### 八、大未来?林舍画廊

#### （一）画廊概述

#### （二）2017年画廊发展情况

## 九、当代唐人艺术中心

### (一) 画廊概述

### (二) 2017年画廊发展情况

## 十、麦勒画廊

### (一) 画廊概述

### (二) 2017年画廊发展情况

## 十一、偏锋新艺术空间

### (一) 艺术空间概述

### (二) 2017年空间发展情况

## 十二、诚品画廊

### (一) 画廊概述

### (二) 2017年画廊发展情况

## 十三、星空间

### (一) 画廊概述

### (二) 2017年画廊发展情况

## 第四部分 收藏展览篇

## 第六章 中国当代艺术作品收藏及展览分析

### 第一节 中国当代艺术馆发展情况分析

#### 一、中国当代艺术收藏机构发展现状分析

#### 二、广东美术馆

##### (一) 美术馆概况

##### (二) 美术馆设施

##### (三) 美术馆典藏

#### 三、深圳美术馆

##### (一) 美术馆概况

##### (二) 美术馆展览

##### (三) 美术馆典藏

#### 四、何香凝美术馆

##### (一) 美术馆概况

##### (一) 美术馆定位

##### (三) 美术馆典藏

#### 五、上海当代艺术馆

##### (一) 艺术馆概况

##### (二) 艺术馆设施

(三) 艺术馆发展状况

六、民生现代美术馆

(一) 美术馆概况

(二) 美术馆设施

(三) 美术馆发展状况

七、尤伦斯当代艺术中心

(一) 艺术中心概况

(二) 艺术中心设施

(三) 艺术中心发展状况

八、成都当代美术馆

(一) 美术馆概况

(二) 美术馆定位

(三) 美术馆典藏

九、上海当代艺术博物馆

(一) 博物馆概况

(二) 博物馆设施

(三) 博物馆运营目标

十、广东时代美术馆

(一) 美术馆概况

(二) 美术馆发展状况

十一、龙美术馆

第二节 中国当代艺术品私人收藏发展阶段

一、二十世纪九十年代初期

二、二十世纪九十年代后期

三、2000-2006年

四、2006年至今

第七章 中国当代艺术展览发展分析

第一节 2017年中国艺术展览分析

第二节 2017年中国主要艺术展览

一、香港国际艺术展

二、第九届上海双年展

三、中国西部国际艺术双年展

第五部分 市场篇

## 第八章 2016-2017年中国当代艺术品拍卖市场发展分析

### 第一节 2017年中国艺术品市场调研

- 一、中国艺术品市场发展现状
- 二、中国艺术品市场发展状态
- 三、国内艺术品消费群体分析
- 四、艺术品市场发展基本特征
- 五、艺术品市场发展趋势分析

### 第二节 中国艺术品拍卖市场调研

- 一、海外艺术品拍卖市场状况
- 二、艺术品拍卖成交情况分析
  - (一) 2017年春拍市场成交额
  - (二) 2017年秋拍市场成交额
  - (三) 2017年春拍市场成交额
  - (四) 2017年秋拍市场成交额
  - (五) 2017年春拍艺术品排名
- 三、艺术品拍卖市场结构分析
  - (一) 艺术品春拍市场结构
  - (二) 艺术品秋拍市场结构
  - (三) 艺术品市场结构趋势
- 四、不同价格艺术品拍品数量

### 第三节 中国书画拍卖市场调研

- 一、中国书画拍卖市场总体状况
- 二、中国当代书画拍卖市场调研
- 三、2017年春拍书画拍卖成交率

### 第四节 油画及当代艺术拍卖市场

- 一、2017年油画及当代艺术拍卖市场
- 二、2017年油画及当代艺术拍卖市场

## 第九章 中国当代艺术品交易平台发展分析

### 第一节 国内外知名艺术品拍卖行分析

- 一、苏富比拍卖行
  - (一) 企业发展基本情况
  - (二) 企业经营状况分析
  - (三) 企业业务经营范围
  - (四) 企业在华业务分析

(五) 企业经营策略解析

二、佳士得拍卖行

(一) 企业发展状况简述

(二) 企业经营现状分析

(三) 企业业务范围分析

(四) 企业在华业务拓展

(五) 企业经营策略解析

三、中国嘉德国际拍卖有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业组织架构分析

(三) 企业业务范围分析

(四) 企业拍卖业绩分析

(五) 企业投资策略分析

四、北京保利国际拍卖有限公司

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业主要业务部门

(三) 企业人力资源分析

(四) 企业经营状况分析

(五) 保利秋季拍卖分析

第二节 文化艺术品交易所发展分析

一、天津文交所

(一) 文交所简介

(二) 文交所业务结构

(三) 文交所流通艺术品

(四) 文交所艺术品交易情况

二、深圳文交所

(一) 文交所简介

(二) 文交所业务结构

(三) 文交所发展动态

三、上海文交所

(一) 文交所简介

(二) 文交所业务范围

(三) 文交所交易流程

四、郑州文交所

(一) 文交所简介



- (二) 文交所业务范围
- (三) 文交所流通艺术品
- (四) 文交所艺术品交易情况

## 第六部分 投资篇

### 第十章 我国当代艺术品投资现状分析

#### 第一节 我国当代艺术品投资的主要特征

- 一、中国当代艺术品资产化
- 二、当代艺术品投资全民化
- 三、当代艺术品投资资本化、金融化
- 四、中国当代艺术品单一化、符号化
- 五、当代艺术品投资全球化、国际化

#### 第二节 我国当代艺术品投资的交易运作方式

- 一、选择在拍卖场进行交易
- 二、选择通过画廊或艺术博览会进行交易
- 三、通过私人藏家或捐客进行交易
- 四、通过艺术家工作室或艺术家本人交易

#### 第三节 中国艺术品投资收益率分析

- 一、2017年中国油画投资收益率分析
- 二、2017年中国书画投资收益率分析
- 三、2017年春拍中国书画投资收益率

#### 第四节 我国当代艺术品投资的投资周期

### 第十一章 当代艺术品的投资前景与风险控制

#### 第一节 当代艺术品投资前景分析

- 一、当代艺术品经济周期性风险
- 二、当代艺术品政策法规性风险
- 三、当代艺术品交易性风险
- 四、当代艺术品真伪风险
- 五、当代艺术品价值风险
- 六、当代艺术品价格风险

#### 第二节 当代艺术品投资的风险控制策略

- 一、基于投资原则的风险控制策略
  - (一) 避免“羊群效应”
  - (二) 避免“贪心不足”

(三) 避免“追涨杀跌”

二、基于技术手段的风险控制策略

(一) 分散投资

(二) 分批介入

(三) 长期持有

(四) 建立艺术专家顾问团队

三、基于制度保障的风险控制策略

(一) 建立画家投资指数等级

(二) 建立当代艺术保险体系

(三) 健全艺术品投资基金

第七部分 前景趋势篇

第十二章 2018-2023年中国当代艺术趋势预测趋势

第一节 2018-2023年中国当代艺术发展趋势

一、中国当代艺术创作趋势分析

二、中国当代艺术收藏趋势分析

三、中国当代艺术拍卖趋势分析

第二节 2018-2023年中国当代艺术趋势预测与建议

第三节 2018-2023年中国当代艺术拍卖规模预测

图表目录

图表 1 2017年国内生产总值构成及增长速度统计

图表 2 2016-2017年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表 3 2016-2017年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表 4 2016-2017年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表 5 2016-2017年农村居民人均纯收入及增长趋势图

图表 6 2017年中国居民消费价格月度变化趋势图

图表 7 “十二五”期间中国文化艺术业投资分行业情况

图表 8 2016-2017年亚洲高净值私人银行总资产增减情况

图表 9 2017年中国高净值人士和超高净值人士人数增长

图表 10 中国高净值人士财富等级分布

图表 11 中国高净值人士人口统计特征(一)

图表 12 中国高净值人士人口统计特征(二)

图表 13 中国高净值人士按城市和区域分布

图表 14 中国高净值人士的理财目标

图表 15 中国高净值人士的风险偏好

图表 16 中国高净值人士可投资资产分配比例

图表详见报告正文（BGZQJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qikantushu/309598309598.html>