

2016-2022年中国拍卖行业发展现状分析及市场供需预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国拍卖行业发展现状分析及市场供需预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/284309.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

以委托寄售为业的商行当众出卖寄售的货物，由许多顾客出价争购，到没有人再出更高一些的价时，就拍板，表示成交。另称减价抛售；电卖：大拍卖。

我国拍卖法中已确认公开、公平、公正及诚实信用为拍卖活动必须遵守的基本原则。

拍卖也称竞买，“资本主义制度一种买卖方式”，这是79年版本辞海中的解释，相隔十年以后出了第二版，上面是这样说的：“拍卖也称竞买，商业中的一种买卖方式，卖方把商品卖给出价最高的人”，应该说这是一大进步，是改革开放的结果。拍卖品不是都是处理商品，外面很多拆房子，换季拍卖等，实质上是一种大甩卖、贱卖，我们所说的拍卖是一种高档次的行为，不是削价处理，价格是不固定的，必须要有二个以上的买主，要有竞争，价高者得，没有这三个条件的不能称为拍卖。

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1章：中国拍卖行业背景 15

1.1 研究背景及方法 15

1.1.1 行业研究背景 15

1.1.2 行业研究方法 15

1.1.3 主要统计指标 16

1.1.4 专业名词解释 16

1.2 拍卖行业的定义 17

1.2.1 拍卖的定义及涵盖领域 17

1.2.2 拍卖的基本特点 18

1.2.3 拍卖业务流程分析 18

1.2.4 拍卖行业主要拍卖方式 19

1.2.5 拍卖行业经营范围 22

1.3 拍卖行业投资要点 22

1.3.1 拍卖行业佣金水平 22

1.3.2 拍卖行业主要风险 23

1.3.3 拍卖企业设立流程 23

1.4 拍卖企业资质评估指标分析 25

1.4.1 企业规范性 25

1.4.2 企业诚信度 26

1.4.3 企业可持续发展能力	26
1.4.4 企业经营规模	28
1.4.5 企业社会贡献	30
1.5 拍卖行业关联行业发展分析	31
1.5.1 资产管理行业发展分析	31
1.5.2 资产评估行业发展分析	32
1.5.3 土地储备行业发展分析	33
1.5.4 银行业相关业务发展分析	34
1.5.5 典当行业相关业务发展分析	37
第2章：中国拍卖行业运行环境分析	39
2.1 拍卖行业政策环境	39
2.1.1 行业主要法规分析	39
(1) 《中华人民共和国拍卖法》	39
(2) 《中华人民共和国文物保护法》	40
(3) 《文物艺术品拍卖规程》	41
(4) 《拍卖管理办法》	42
(5) 《设立分公司的规定》	43
(6) 《外商投资拍卖企业的规定》	44
(7) 其它相关法规	45
2.1.2 行业税收政策	46
2.1.3 行业监管政策	47
2.1.4 房地产宏观调控政策	48
2.1.5 相关土地政策	50
2.2 拍卖行业经济环境	53
2.2.1 消费者消费信心指数分析	53
2.2.2 行业与GDP走势相关性分析	53
2.2.3 宏观流动资金对拍卖行业的影响	54
2.2.4 国家宏观经济环境预测	55
2.2.5 “十二五”行业发展规划	56
(1) 文物事业“十二五”规划	56
(2) 房地产“十二五”规划	57
(3) 汽车业“十二五”规划	58
(4) 国土资源“十二五”规划	60
2.3 拍卖行业社会环境	61
2.3.1 国民奢侈品消费状况分析	61

2.3.2 国内私人财富投资状况分析 62

(1) 国内财富人群规模 62

(2) 国内私人财富分布 63

(3) 私人财富投资方式 64

第3章：拍卖行业发展状况分析 66

3.1 国际拍卖行业发展分析 66

3.1.1 国际拍卖行业市场规模分析 66

3.1.2 国际拍卖行业市场结构分析 67

3.1.3 国际上市拍卖企业发展分析 68

3.2 国际知名拍卖企业分析 69

3.2.1 佳士得拍卖行 69

(1) 企业发展状况简述 69

(2) 企业经营现状分析 69

(3) 企业业务范围分析 70

(4) 企业在华业务拓展分析 70

(5) 企业经营模式解析 70

3.2.2 苏富比拍卖行 70

(1) 企业发展状况简述 71

(2) 企业经营现状分析 71

(3) 企业业务范围分析 71

(4) 企业在华业务拓展分析 71

(5) 企业经营模式解析 72

3.2.3 其他国际拍卖企业在华业务扩张分析 72

3.3 国内拍卖行业经营状况分析 72

3.3.1 拍卖行业发展规模分析 72

3.3.2 拍卖行业业务结构分析 73

(1) 行业业务种类结构 73

(2) 行业业务来源结构 74

(3) 行业区域市场结构 75

3.3.3 拍卖行业细分市场贡献率分析 76

(1) 按种类细分业务贡献率 76

(2) 按来源细分业务贡献率 77

3.3.4 拍卖行业细分业务分析 78

(1) 司法委托拍卖业务 78

(2) 破产清算组业务 78

3.4 国内拍卖行业利润结构分析	79
3.4.1 拍卖行业拍卖品来源	79
3.4.2 拍卖行业收入结构	80
3.4.3 拍卖行业利润分析	80
3.5 国内拍卖行业竞争格局	82
3.5.1 第八次拍卖企业资质评定结果分析	82
3.5.2 拍卖企业分布现状分析	82
3.6 国内网络拍卖行业发展分析	83
3.6.1 中拍协网络拍卖平台分析	83
3.6.2 网络拍卖行业发展现状	83
(1) 客户群体	83
(2) 平台建设	84
(3) 交易规模	84
(4) 地区发展	84
(5) 法制监管	84
3.6.3 网络拍卖行业前景分析	85
(1) 网络环境分析	85
(2) 市场供求分析	86
3.7 拍卖行业案例分析	86
3.7.1 艺术品拍卖案例	86
3.7.2 土地使用权拍卖案例	87
3.7.3 汽车拍卖案例	87
3.7.4 网上拍卖案例	89
第4章：中国艺术品拍卖市场调研分析	90
4.1 海外艺术品拍卖市场发展分析	90
4.1.1 海外艺术品拍卖市场发展状况	90
4.1.2 艺术品拍卖市场国际环境分析	90
4.1.3 海外艺术品拍卖价格走势分析	91
4.1.4 海外艺术品拍卖市场结构分析	92
(1) 区域分布	92
(2) 拍行分布	93
(3) 门类分布	94
(4) 时期分布	95
4.1.5 海外艺术品拍卖市场发展趋势	96
4.1.6 海外艺术品拍卖市场动态分析	97

- 4.2 国内艺术品市场发展分析 98
 - 4.2.1 艺术品行业政策与规范 98
 - 4.2.2 艺术品市场规模分析 99
 - 4.2.3 艺术品消费群体分析 100
 - 4.2.4 艺术品市场结构分析 102
 - 4.2.5 艺术品市场发展趋势 103
- 4.3 国内艺术品拍卖市场发展分析 106
 - 4.3.1 艺术品拍卖市场发展综述 106
 - 4.3.2 艺术品拍卖专场情况分析 107
 - (1) 春季专场 107
 - (2) 秋季专场 108
 - 4.3.3 艺术品市场交易规模分析 109
 - 4.3.4 艺术品市场资金来源分析 110
 - 4.3.5 艺术品区域交易市场分析 111
 - (1) 北方拍卖市场 111
 - (2) 南方拍卖市场 111
 - (3) 香港拍卖市场 111
 - 4.3.6 艺术品拍卖成交价格分析 111
- 4.4 国内艺术品拍卖细分市场分析 112
 - 4.4.1 艺术品拍卖细分市场结构分析 112
 - (1) 2014年春拍市场结构 112
 - (2) 2014年秋拍市场结构 114
 - (3) 市场结构变化趋势 115
 - 4.4.2 中国书画拍卖市场分析 115
 - (1) 古代中国书画拍卖市场分析 116
 - (2) 近现代中国书画拍卖市场分析 117
 - (3) 当代中国书画拍卖市场分析 117
 - (4) 中国书画拍卖市场主要趋势 118
 - 4.4.3 中国瓷器杂项拍卖市场分析 119
 - (1) 瓷器拍卖市场分析 119
 - 1) 春季拍卖会 119
 - 2) 秋季拍卖会 120
 - (2) 杂项拍卖市场分析 121
 - 1) 雕刻艺术品市场 121
 - 2) 家具艺术品市场 122

3) 古籍善本市场 122

(3) 瓷器及杂项拍卖市场主要趋势 122

4.4.4 油画及当代艺术拍卖市场分析 123

4.4.5 其他艺术品拍卖市场潜力分析 124

4.5 国内艺术品拍卖市场区域竞争格局 124

4.5.1 国内艺术品拍卖行业区域竞争格局分析 124

(1) 各拍卖区域市场规模对比分析 125

(2) 艺术品拍卖区域市场结构分析 125

4.5.2 重点艺术品拍卖市场竞争力分析 128

(1) 京津唐拍卖市场竞争力分析 128

(2) 港澳台拍卖市场竞争力分析 129

(3) 长三角拍卖市场竞争力分析 130

4.6 国内艺术品金融市场发展分析 131

4.6.1 艺术品的投资属性分析 131

4.6.2 艺术品的投资风险分析 131

4.6.3 艺术品金融市场发展分析 132

4.6.4 艺术品金融化瓶颈分析 133

4.7 艺术品拍卖市场趋势与建议 134

4.7.1 2014年艺术品拍卖市场现状 134

(1) 市场延续调整 134

(2) 香港仍具优势 134

(3) 市场信心下滑 134

(4) 古代书画关注度提升 135

4.7.2 艺术品拍卖市场发展趋势 136

(1) 宏观经济影响 136

(2) 资本的双重影响 137

(3) 细分领域走向 137

(4) 市场定位整合 138

4.7.3 艺术品拍卖价格走势预测 138

第5章：中国公物及其他拍卖市场调研分析 140

5.1 国内非艺术品拍卖市场分析 140

5.1.1 非艺术品拍卖市场分析 140

5.1.2 非艺术品拍卖专场情况分析 140

5.2 国内房地产拍卖市场分析 140

5.2.1 房地产拍卖的界定 140

5.2.2 房地产拍卖行业业务来源	140
5.2.3 房地产拍卖程序分析	141
5.2.4 房地产市场运行分析	142
(1) 房地产开发投资完成情况	142
(2) 商品房销售情况	143
(3) 房地产开发企业资金来源情况	144
5.2.5 房地产拍卖市场规模	145
5.2.6 房地产拍卖优劣势分析	146
5.2.7 房地产拍卖行业发展趋势	146
5.2.8 房地产拍卖市场最新动向	147
5.3 国内机动车拍卖市场分析	147
5.3.1 机动车拍卖行业业务来源	147
5.3.2 机动车拍卖程序分析	147
5.3.3 机动车市场运行分析	149
5.3.4 机动车拍卖市场规模	150
5.3.5 机动车拍卖行业发展趋势	151
5.3.6 机动车拍卖市场最新动向	151
5.4 国内土地使用权拍卖市场分析	152
5.4.1 土地使用权拍卖行业业务来源	152
5.4.2 土地使用权拍卖程序分析	152
5.4.3 土地市场运行分析	152
5.4.4 土地使用权拍卖市场规模	153
5.4.5 土地使用权拍卖行业发展趋势	153
5.4.6 土地使用权拍卖市场最新动向	154
5.5 国内其他资产拍卖市场分析	154
5.5.1 股权、债权拍卖	154
5.5.2 无形资产拍卖	155
第6章：重点区域拍卖行业发展特点分析	156
6.1 传统拍卖省（市）发展分析	156
6.1.1 广东省拍卖行业发展分析	156
(1) 广东省拍卖行业发展规划	156
(2) 广东省拍卖行业配套政策	159
(3) 广东省拍卖行业现状分析	160
(4) 广东省拍卖行业发展机会	161
6.1.2 山东省拍卖行业发展分析	162

(1) 山东省拍卖行业发展规划	162
(2) 山东省拍卖行业配套政策	162
(3) 山东省拍卖行业现状分析	162
(4) 山东省拍卖行业发展机会	163
6.1.3 浙江省拍卖行业发展分析	164
(1) 浙江省拍卖行业发展规划	164
(2) 浙江省拍卖行业配套政策	165
(3) 浙江省拍卖行业现状分析	165
(4) 浙江省拍卖行业发展机会	166
6.1.4 北京市拍卖行业发展分析	168
(1) 北京市拍卖行业发展规划	168
(2) 北京市拍卖行业配套政策	168
(3) 北京市拍卖行业现状分析	169
(4) 北京市拍卖行业发展机会	169
6.1.5 江苏省拍卖行业发展分析	170
(1) 江苏省拍卖行业发展规划	170
(2) 江苏省拍卖行业配套政策	171
(3) 江苏省拍卖行业现状分析	171
(4) 江苏省拍卖行业发展机会	172
6.1.6 上海市拍卖行业发展分析	174
(1) 上海市拍卖行业发展规划	174
(2) 上海市拍卖行业配套政策	174
(3) 上海市拍卖行业现状分析	175
(4) 上海市拍卖行业发展机会	175
6.2 新兴拍卖省（市）发展分析	176
6.2.1 四川省拍卖行业发展分析	176
(1) 四川省拍卖行业发展规划	176
(2) 四川省拍卖行业配套政策	176
(3) 四川省拍卖行业现状分析	177
(4) 四川省拍卖行业发展机会	178
6.2.2 辽宁省拍卖行业发展分析	179
(1) 辽宁省拍卖行业发展规划	179
(2) 辽宁省拍卖行业配套政策	179
(3) 辽宁省拍卖行业现状分析	180
(4) 辽宁省拍卖行业发展机会	180

6.2.3 安徽省拍卖行业发展分析 182

- (1) 安徽省拍卖行业发展规划 182
- (2) 安徽省拍卖行业配套政策 182
- (3) 安徽省拍卖行业现状分析 183
- (4) 安徽省拍卖行业发展机会 183

6.2.4 福建省拍卖行业发展分析 185

- (1) 福建省拍卖行业发展规划 185
- (2) 福建省拍卖行业配套政策 186
- (3) 福建省拍卖行业现状分析 187
- (4) 福建省拍卖行业发展机会 187

6.2.5 湖北省拍卖行业发展分析 189

- (1) 湖北省拍卖行业发展规划 189
- (2) 湖北省拍卖行业配套政策 189
- (3) 湖北省拍卖行业现状分析 190
- (4) 湖北省拍卖行业发展机会 190

第7章：中国拍卖行业主要拍卖企业经营分析 193

7.1 拍卖行业企业总体经营状况分析 193

7.2 拍卖行业企业个案经营状况分析 195

7.2.1 中国嘉德国际拍卖有限公司 195

- (1) 企业发展状况分析 195
- (2) 企业业务范围分析 196
- (3) 企业组织架构分析 197
- (4) 企业经营资质分析 197
- (5) 企业经营规模分析 197
- (6) 企业拍卖专场分析 198
- (7) 企业拍卖业绩分析 198
- (8) 企业经营优劣势分析 199
- (9) 企业最新发展动向分析 199

7.2.2 北京保利国际拍卖有限公司 200

- (1) 企业发展状况分析 200
- (2) 企业业务范围分析 200
- (3) 企业人力资源分析 200
- (4) 企业经营规模分析 200
- (5) 企业拍卖专场分析 201
- (6) 企业拍卖业绩分析 201

(7) 企业经营优劣势分析 202

7.2.3 北京匡时国际拍卖有限公司 202

(1) 企业发展状况分析 202

(2) 企业业务范围分析 203

(3) 企业经营规模分析 204

(4) 企业拍卖专场分析 204

(5) 企业拍卖业绩分析 205

(6) 企业经营优劣势分析 206

(7) 企业最新发展动向分析 206

7.2.4 北京翰海拍卖有限公司 206

(1) 企业发展状况分析 206

(2) 企业业务范围分析 207

(3) 企业经营资质分析 207

(4) 企业人力资源分析 207

(5) 企业经营规模分析 207

(6) 企业拍卖专场分析 208

(7) 企业拍卖业绩分析 208

(8) 企业经营优劣势分析 209

(9) 企业最新发展动向分析 209

7.2.5 中国西泠印社拍卖有限公司 210

(1) 企业发展状况分析 210

(2) 企业业务范围分析 210

(3) 企业经营规模分析 210

(4) 企业拍卖专场分析 211

(5) 企业拍卖业绩分析 211

(6) 企业经营优劣势分析 211

(7) 企业最新发展动向分析 212

……另有31家企业分析

第8章：拍卖行业发展趋势与前景预测 295

8.1 拍卖行业市场风险分析 295

8.1.1 艺术品拍卖行业市场风险 295

8.1.2 房地产拍卖行业市场风险 295

8.1.3 机动车拍卖行业市场风险 296

8.1.4 土地使用权拍卖行业市场风险 297

8.2 拍卖行业存在的问题分析 298

8.2.1 行业运行机制	298
8.2.2 行业经营结构	298
8.2.3 行业人力资源	298
8.2.4 行业内外竞争	299
8.3 拍卖行业进入壁垒及退出机制	299
8.3.1 拍卖行业进入壁垒分析	299
8.3.2 拍卖行业退出机制分析	300
8.4 拍卖行业发展趋势	300
8.4.1 拍卖标的发展趋势分析	300
8.4.2 拍卖行业发展趋势分析	301
8.5 拍卖行业发展前景	302
8.5.1 拍卖行业细分市场发展前景	302
(1) 艺术品拍卖行业前景分析	302
(2) 房地产拍卖行业前景分析	302
(3) 机动车拍卖行业前景分析	303
(4) 土地使用权拍卖行业前景分析	304
8.5.2 拍卖行业创新模式发展前景	304
8.6 拍卖行业发展建议	305
8.6.1 拍卖行业创新发展建议	305
8.6.2 拍卖行业细分市场建议	306
8.6.3 拍卖行业区域竞争建议	307
8.6.4 拍卖行业企业策略建议	307

图表目录：

图表1：拍卖行业业务流程图	19
图表2：拍卖企业规范性评估表（单位：分）	25
图表3：拍卖企业诚信度评估表（单位：分）	26
图表4：拍卖企业可持续发展能力评估表（单位：分）	27
图表5：拍卖企业经营规模评估表（单位：分）	28
图表6：拍卖企业社会贡献评估表（单位：分）	30
图表7：2008-2014年国有建设用地供应情况（单位：万公顷）	33
图表8：2008-2014年土地出让及招拍挂出让面积和价款变化情况（单位：万公顷，千亿元）	34
图表9：2011-2014年分机构人民币贷款情况（单位：亿元）	35
图表10：2014年商业银行贷款主要行业投向（单位：%）	36
图表11：2014年不同金融机构不良贷款情况（单位：亿元，%）	37

图表12：2014年典当行业地区发展情况（单位：亿元，%）	38
图表13：《中华人民共和国拍卖法》分析	39
图表14：《中华人民共和国文物保护法》分析	40
图表15：《拍卖管理办法》分析	42
图表16：《最高人民法院关于人民法院委托评估、拍卖和变卖工作的若干规定》分析	46
图表17：《关于加强拍卖师监督管理的规定》分析	48
图表18：2010-2014年房地产宏观调控政策分析	48
图表19：2010年以来我国土地监管政策一览	51
图表20：2007-2014年消费者信心指数走势	53
图表21：2009-2014年季度拍卖成交额增长率相对于GDP增长的放大效应（单位：%）	54
图表22：2010-2014年中国艺术品拍卖市场成交额增长率与M1增速对比（单位：%）	55
图表23：2010-2020年中国经济理想增长情况（单位：万亿元）	56
图表24：“十二五”期间新能源汽车发展战略目标	59
图表25：“十二五”期间政策层面发展新能源汽车的具体构想	60
图表26：2011-2017年中国高净值人群数量分析（单位：万人）	63
图表27：中国高净值人群的区域分布情况	64
图表28：中国高净值人群在资产配置上的差异（单位：%）	65
图表29：2014年国际拍卖行业成交金额分析（不包含中国）（单位：%）	67
图表30：2013Q3国际上市拍卖公司经营情况（单位：百万美元）	68
图表31：2009-2014年拍卖成交额增速与GDP增速比较（单位：%）	73
图表32：2011-2014年拍卖行业业务结构情况（单位：%）	74
图表33：2014年拍卖业务来源结构情况（单位：%）	75
图表34：2010-2014年拍卖行业区域市场结构变化情况（单位：%）	76
图表35：2014年各标的的贡献率（单位：亿元，%）	77
图表36：2014年各委托来源的贡献率（单位：亿元，%）	77
图表37：社会委托、法院委托拍卖标的佣金率对比（单位：%）	78
图表38：2014年度全国拍卖行业盈亏企业数量占比（单位：%）	81
图表39：2014年各类拍卖业务佣金状况（单位：%）	81
图表40：拍卖企业资质评定结果统计（单位：家）	82
图表41：2005-2014年中国网民规模与普及率（单位：万人，%）	85
图表42：全球艺术品市场综合指数走势	91
图表43：2004-2014年全球艺术品拍卖价格演变（单位：美元，%）	92
图表44：2014年全球艺术品成交额按国家分布情况（单位：%）	93
图表45：2014年全球艺术品拍卖额按拍卖行分布情况（不包含中国）（单位：%）	94
图表46：全球艺术品拍卖额（美术类）按艺术品门类分布情况（单位：%）	95

图表47：2004-2014年全球艺术品（美术）拍卖额按时期分布情况（不包含中国）（单位：%） 96

图表48：2009-2014年全国文物拍卖企业数量增长情况（单位：家） 100

图表49：收藏艺术品的高净值人士按职业分布情况（单位：%） 101

图表50：收藏艺术品的高净值人士按地区分布情况（单位：%） 102

图表51：2014年中国各类艺术品份额（单位：亿元） 104

图表52：2010-2014年中国各类艺术品成交额同比增长情况（单位：亿元） 105

图表53：2010-2014年全球艺术品拍卖市场总成交额中国份额变化情况（单位：%） 106

图表54：2009-2014年春中国艺术品拍卖状况（单位：家，场，件，百万元，%） 107

图表55：2014年春季中国艺术品拍卖公司成交额排名与专场数对比（单位：百万元，场） 108

图表56：2008-2014年秋中国艺术品拍卖状况（单位：家，场，件，百万元，%） 109

图表57：2014年秋季中国艺术品拍卖公司成交额排名与专场数对比（单位：百万元，场） 109

图表58：2007-2014年全国文物艺术品拍卖成交额趋势图（单位：亿元，%） 110

图表59：2014年不同价格区间作品分布表（单位：亿元，万元，%） 112

图表60：2014年春拍各艺术品类成交额占总额成交量比例（单位：%） 113

图表61：2014年秋拍各艺术品类成交量占总额成交量比例（单位：%） 114

图表62：2000-2014年中国书画与瓷杂、油画及当代艺术市场份额（单位：%） 115

图表63：2000-2014年中国书画市场走势（单位：件，百万元） 116

图表64：2000-2014年中国瓷器杂项成交量和成交金额走势图（单位：件，百万元） 119

图表65：2000-2014年中国瓷器杂项成交量和成交金额走势图（单位：件，百万元） 120

图表66：2014年秋中国瓷器杂项成交量和成交金额地区情况（单位：%） 121

图表67：2000-2014年中国油画及当代艺术拍卖成交量和成交金额走势图（单位：件，百万元） 123

图表68：2008-2014年中国奢侈品及其他市场拍卖成交量和成交金额走势图（单位：件，百万元） 124

图表69：2007-2014年各地区中国艺术品拍卖成交量走势（单位：件） 125

图表70：2014年春拍各地区中国书画上拍数量及成交额占比（单位：%） 126

图表71：2014年春中国瓷器杂项成交量占比和成交金额占比地区情况（单位：%） 127

图表72：2014年春中国油画及当代艺术成交量和成交金额地区情况（单位：%） 128

图表73：2014年京津地区拍卖企业规模统计（单位：亿元） 129

图表74：2014年京津地区拍卖企业运营统计（单位：%） 129

图表75：2014年春中国瓷器杂项成交量和成交金额地区情况（单位：%） 130

图表76：2014年长三角地区拍卖企业规模统计（单位：亿元） 131

图表77：2014年长三角地区拍卖企业运营统计（单位：%） 131

图表78：2010-2014年艺术市场信心指数走势 135

图表79：2014年第三季度艺术市场关注度（单位：%） 136

图表80：2014年中国艺术品价格走势判断（单位：%） 138

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/284309.html>