

2019-2025年中国拍卖市场供需格局及未来发展趋势报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国拍卖市场供需格局及未来发展趋势报告》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/386138.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

拍卖(auction) 是专门从事拍卖业务的拍卖行接受货主的委托，在规定的时间与场所，按照一定的章程和规则，将要拍卖的货物向买主展示，公开叫价竞购，最后由拍卖人把货物卖出出价最高的买主的一种现货交易方式。

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，卖方把商品卖出出价最高的人”，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：

第一章 拍买行业相关概述

第一节 拍买业基础概述

一、拍买的起源与兴起

二、拍买业的原则

三、拍买业术语

第二节 拍买业的运营模式分析

一、增价拍卖

二、标准增量式拍卖——大宗积压物资的拍卖活动

三、速胜式拍卖

四、反向拍卖——即“拍买”

第三节 拍卖业务的流程

第二章 2016-2018年国际拍买产业运行态势分析

第一节 2016-2018年国际拍买业运行环境分析

一、经济环境及影响分析

二、文化产业政策及影响分析

第二节 2016-2018年国际拍买业运行总况

一、国际拍买市场动态聚焦

二、国际拍买成交情况

三、国际拍买业存在的问题探讨

第三节 2016-2018年国际拍买重点国家市场透析

- 一、美国
- 二、意大利
- 三、德国
- 四、英国
- 五、法国

第四节 2019-2025年国际拍买业前景预测

第三章 2016-2018年中国拍买业运行环境解析

第一节 2016-2018年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 2016-2018年中国拍买行业政策环境分析

- 一、《中华人民共和国拍卖法》
- 二、《中华人民共和国公司法》
- 三、《文化产业振兴纲要》
- 四、其它相关产业政策法规

第三节 2016-2018年中国拍买行业社会环境分析

- 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

第四章 2016-2018年中国拍买业运行新形势分析

第一节 2016-2018年中国拍买业运行总况

- 一、中国传统拍卖业悄然步入“网络时代”
- 二、中国拍卖业洗牌在即
- 三、全球瞩目中国藏家购买力
- 四、当代书画、现当代陶艺等两极分化继续加剧

第二节 2016-2018年中国拍买企业分析

- 一、拍卖公司继续百花齐放
- 二、中国批准16家拍卖企业第一类文物拍卖经营资质
- 三、拍卖公司上市加速

四、新公司不断抢食市场份额的

五、老牌拍卖公司亟待突围

第三节 现阶段中国拍卖业面临的壁垒分析

第五章 2016-2018年中国拍买业市场运行态势剖析

第一节 2016-2018年中国拍买业市场亮点聚焦

一、“抢”字成春拍流行词

二、茶文化藏品成拍卖会热点

三、内地拍卖市场总成交额再创新高

四、三大藏家将再掀拍卖狂潮

五、更多拍品加入亿元俱乐部

六、中国艺术品“亿元榜单”记录

第二节 2016-2018年中国拍买市场细分领域透析

一、瓷器玉器

1、嘉德

2、北京华辰

3、北京保利

二、当代书画、油画

1、投放量

2、成交率

第三节 2016-2018年中国拍买业三大中心分析

一、北京

二、上海

三、广东

第六章 2016-2018年中国网上拍卖业探析

第一节 拍卖与网上拍卖分析

一、拍卖

二、网上拍卖

三、网上拍卖的主要方式

第二节 网上拍卖的主要特点分析

一、拍卖标的范围不同

二、参与拍卖活动的空间不同

三、拍卖活动结束方式不同

四、拍卖活动的成本不同

五、中介机构的服务不同

第三节 我国网上拍卖面临的问题及其解决办法

- 一、网上拍卖的法律风险及其对策
- 二、网上拍卖的信用困惑及其规范措施
- 三、网上拍卖的非法行为及其解决办法
- 四、网上拍卖的征税问题
- 五、网上拍卖的线下交易难题
- 六、网上拍卖的欺诈行为及其防范措施
- 七、网上拍卖中卖主操纵价格问题

第七章 2016-2018年中国拍卖行的市场营销策略分析

第一节 拍卖市场营销组合

- 一、拍卖的特点
- 二、拍卖市场营销组合

第二节 拍卖物方向分析

- 一、拍卖物方向的选择
- 二、拍卖物的征集
- 三、拍卖物的组合

第三节 拍卖行底价策略

- 一、无底价拍卖
- 二、底价拍卖
- 三、有底价确定的方法底价确定的方法有比较法

第四节 拍卖行的渠道策略

第五节 拍卖行的促销策略

- 一、促销目标
- 二、促销策略

第六节 拍卖行的拍卖技巧

第八章 2016-2018年中国拍卖行行业竞争新格局分析

第一节 2016-2018年中国拍买业竞争总况

- 一、整体竞争态势
- 二、潜在进入者与替代产品

第二节 国内外企业竞争力对比分析

- 一、成长、盈利能力对比分析
- 二、抗风险、偿债能力对比分析
- 三、综合竞争能力对比分析

第三节 2016-2018年中国拍买业企业集中度分析

第四节 2019-2025年中国拍买业竞争趋势分析

第九章 2016-2018年国际拍卖业四大霸主运行浅分析

第一节 佳士得 (CHRISTIE S)

- 一、企业概况及网络分布
- 二、企业业务范围及规模分析
- 三、近三年佳士得成交总额同比分析
- 四、中国艺术品所占份额
- 五、企业动态分析

第二节 索斯比

第三节 克里斯蒂

第四节 苏富比 (SOTHEBY S)

第十章 2016-2018年中国拍卖业主体企业竞争力分析

第一节 中国保利集团公司

- 一、企业概况
- 二、保利春拍交易额创新高

第二节 西泠拍卖

- 一、企业概况
- 二、西泠拍卖五周年秋拍大典聚焦
- 三、西泠拍卖京、沪、杭三地齐襄盛举
- 四、西泠拍卖交易额分析

第三节 北京匡时国际拍卖有限公司

第四节 中国嘉德国际拍卖有限公司

第五节 北京翰海拍卖有限公司

第六节 北京荣宝拍卖有限公司

第七节 上海朵云轩拍卖有限公司

第八节 中贸圣佳国际拍卖有限公司

第九节 北京长风拍卖有限公司

第十一章 2019-2025年中国拍卖行业投资价值与投资策略分析

第一节 2016-2018年中国拍卖业投资概况

- 一、中国拍卖业投资特性
- 二、中国拍卖业投资环境分析
- 三、外资进出对中国本土拍卖业影响

第二节 2019-2025年中国拍卖业投资机会分析

- 一、中国拍卖业区域投资潜力分析
- 二、中国拍卖业投资热点分析

第三节 2019-2025年中国拍卖行业投资风险预警

- 一、市场运营机制

二、竞争风险

三、本国筹资的重要性

四、其它风险

第四节 权威专家投资观点

第十二章 2019-2025年中国拍买业前景展望与趋势预测分析

第一节 2019-2025年中国拍买业前景预测分析

一、中国拍买业市场规模预测分析

二、中国艺术品及拍买市场前景预测

三、中国拍卖行企业发展前景

第二节 2019-2025年中国网上拍卖的发展趋势

一、我国网上拍卖市场潜力巨大

二、网上拍卖区域分析

三、行业性质的B2B模式网上拍卖将获得长足发展

四、网上拍卖物品的种类将越来越丰富

五、各种网上拍卖技术和方法将得以创新和应用

部分图表目录：

图表 2016-2018年中国GDP总量及增长趋势图

图表 2018年中国三产业增加值结构图

图表 2016-2018年中国CPI、PPI月度走势图

图表 2016-2018年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2016-2018年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 2016-2018年中国城乡居民人均收入增长对比图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/386138.html>