2024-2029年中国艺术品电商行业发展现状与发展前景预测报告

报告简介

在全球拍卖中，中国市场保持了第二位。美国、英国和中国这三个最大市场的销售额占全球市场总价值的84%。其中美国是全球最大的市场，占销售额的44%。其销售额达到299亿美元，达到迄今为止记录最高的水平。英国恢复了其第二大艺术市场(21%)的地位，而中国退居第三(19%)，其销售额达到129亿美元，同比下降3%。

在线销售包括传统的线下交易商和拍卖行的在线销售，或者通过自己的网站或第三方平台进行销售，再加上网上零售和拍卖公司通过自己的账户进行销售的报告价值和估值。这些在线销售总额占全球艺术品和古董销售额的9%。这一比例略低于全球在线零售行业。

然而，网上销售的一般价格仍主要在中低价位。调查显示，大多数仅在网上的公司仍在5000美元及以下的市场上销售他们的大部分作品，只有不到10%的交易价格超过25万美元。

虽然在线上艺术品市场，以价格较低的销售占主导地位，但有证据表明，一些收藏家越来越愿意在网上支付高价，尤其是来自老牌卖家和特定平台的高价。

研究结果表明，尽管市场并不是最密集的部分，但也存在较高水平的活动，即使其数量不是很大。年轻的收藏家在网上购买艺术品和古董时往往表现出更大的舒适感，然而，随着年龄的增长，所能接受的价格会上升。93%的千禧一代HNW收藏家表示，他们是从一个在线平台上购买的，而大多数婴儿潮一代以前从未在网上购买过艺术品。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国艺术品电商行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新与技术等进行了分析，并重点分析了中国艺术品电商行业发展状况和特点，以及中国艺术品电商行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对国际艺术品电商行业发展态势作了详细分析，并对艺术品电商行业进行了趋向研判，是艺术品电商生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前艺术品电商行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 艺术品电商行业发展综述

第一节 艺术品电商行业基本情况

一、主流艺术品交易模式

1、拍卖行

2、艺术品电商

3、文化产权交易所

4、模式对比分析

二、艺术品电商定义

三、艺术品电商经营特点

第二节 最近3-5年中国艺术品电商行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 艺术品电商行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

五、行业下游产业链相关行业分析

六、上下游行业影响及风险提示

第二章 艺术品电商行业市场环境及影响分析

第一节 艺术品电商行业政治法律环境

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析

一、艺术品电商产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、艺术品电商产业发展对社会发展的影响

第三章 国际艺术品电商行业发展分析及经验借鉴

第一节 国际艺术品电商市场总体情况分析

一、国际艺术品电商行业发展概述

二、国际艺术品电商行业发展现状

三、国际艺术品电商行业发展特点

四、国际艺术品电商行业市场规模

五、国际艺术品电商行业竞争格局

第二节 国际主要国家(地区)市场分析

一、欧洲

1、欧洲艺术品电商行业发展概况

2、欧洲艺术品电商市场交易额及交易量

3、2024-2029年欧洲艺术品电商行业发展前景预测

二、美国

1、美国艺术品电商行业发展概况

2、美国艺术品电商市场交易额及交易量

3、2024-2029年美国艺术品电商行业发展前景预测

三、日本

1、日本艺术品电商行业发展概况

2、日本艺术品电商市场交易额及交易量

3、2024-2029年日本艺术品电商行业发展前景预测

第三节 国际艺术品电商行业重点企业发展分析

一、佳士得

1、 公司介绍

2、 公司艺术品电商业务发展现状

3、 公司艺术品电商业务交易额及交易量

二、苏富比

1、公司介绍

2、公司艺术品电商业务发展现状

3、公司艺术品电商业务交易额及交易量

第四章 中国艺术品电商行业运行现状分析

第一节 艺术品市场交易情况

一、中国艺术品总体交易情况

二、中国线下艺术品交易情况

1、线下艺术品交易现状

2、线下艺术品交易规模

3、线下艺术品交易方式

4、线下艺术品交易机构

第二节 中国艺术品电商行业发展状况分析

一、中国艺术品电商行业发展阶段

二、中国艺术品电商行业发展概况

三、中国艺术品电商行业发展现状

四、中国艺术品电商行业发展特点

五、中国艺术品电商行业商业模式

第三节 中国艺术品电商行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第四节 中国艺术品电商行业财务指标总体分析

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

第五节 中国艺术品电商用户分析

一、用户定位

1、高端人群

2、中产阶级人群

3、大众人群

二、用户需求

1、环境装饰

2、礼品馈赠

3、投资收藏

三、用户特征

第五章 电商艺术品类型市场需求分析

第一节 书画书法

一、书画书法电商交易现状

二、书画书法电商交易方式

三、书画书法电商交易规模

四、重点书画书法电商交易情况

1、水墨画

2、油画

3、版画

第二节 钱币邮票

一、钱币邮票电商交易现状

二、钱币邮票电商交易方式

三、钱币邮票电商交易规模

第三节 雕刻雕塑

一、雕刻雕塑电商交易现状

二、雕刻雕塑电商交易方式

三、雕刻雕塑电商交易规模

第四节 陶瓷紫砂茶器

一、陶瓷紫砂茶器电商交易现状

二、陶瓷紫砂茶器电商交易方式

三、陶瓷紫砂茶器电商交易规模

四、重点陶瓷紫砂茶器电商交易情况

1、陶瓷

2、紫砂

3、茶器

第五节 古董珠宝

一、古董珠宝电商交易现状

二、古董珠宝电商交易方式

三、古董珠宝电商交易规模

四、重点古董珠宝电商交易情况

第六节 其他艺术品交易情况分析

一、其他艺术品电商交易现状

二、其他艺术品电商交易方式

三、其他艺术品电商交易规模

第六章 艺术品电商平台发展分析

第一节 艺术品综合类电商平台

一、嘉德拍卖

1、平台介绍

2、平台定位

3、主要艺品类型

4、平台发展现状

5、平台交易规模

二、雅昌艺术网

1、平台介绍

2、平台定位

3、主要艺品类型

4、平台发展现状

5、平台交易规模

三、博宝艺术网

1、平台介绍

2、平台定位

3、主要艺品类型

4、平台发展现状

5、平台交易规模

第二节 艺术品专业类电商平台

一、赵涌在线

1、平台介绍

2、平台定位

3、主要艺品类型

4、平台发展现状

5、平台交易规模

二、艺术小红花

1、平台介绍

2、平台定位

3、主要艺品类型

4、平台发展现状

5、平台交易规模

第三节 综合类电商艺术平台

一、综合电商平台优势

1、品牌优势

2、平台优势

3、技术优势

4、用户基数优势

二、京东艺术

1、平台介绍

2、平台定位

3、主要艺品类型

4、平台发展现状

5、平台交易规模

三、国美超市

1、平台介绍

2、平台定位

3、主要艺品类型

4、平台发展现状

5、平台交易规模

第四节 艺术品移动电商

一、阿里拍卖

1、平台介绍

2、平台定位

3、主要艺品类型

4、平台发展现状

5、平台交易规模

二、hihey艺术网

1、平台介绍

2、平台定位

3、主要艺品类型

4、平台发展现状

5、平台交易规模

三、翰墨千秋艺术交易中心

1、平台介绍

2、平台定位

3、主要艺品类型

4、平台发展现状

5、平台交易规模

四、微拍堂

1、平台介绍

2、平台定位

3、主要艺品类型

4、平台发展现状

5、平台交易规模

第七章 艺术品电商行业区域市场分析

第一节 华北地区艺术品电商行业发展分析

一、北京地区艺术品电商行业发展分析

二、天津地区艺术品电商行业发展分析

三、山东地区艺术品电商行业发展分析

四、陕西地区艺术品电商行业发展分析

第二节 华东地区艺术品电商行业发展分析

一、上海地区艺术品电商行业发展分析

二、江苏地区艺术品电商行业发展分析

三、浙江地区艺术品电商行业发展分析

四、福建地区艺术品电商行业发展分析

第三节 华中地区艺术品电商行业发展分析

一、安徽地区艺术品电商行业发展分析

二、江西地区艺术品电商行业发展分析

三、湖北地区艺术品电商行业发展分析

四、河南地区艺术品电商行业发展分析

第四节 西部地区艺术品电商行业发展分析

一、四川地区艺术品电商行业发展分析

二、重庆地区艺术品电商行业发展分析

三、云南地区艺术品电商行业发展分析

第五节 其他地区艺术品电商行业发展分析

一、广东地区艺术品电商行业发展分析

二、辽宁地区艺术品电商行业发展分析

三、黑龙江地区艺术品电商行业发展分析

第八章 2024-2029年艺术品电商行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、艺术品电商行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、艺术品电商行业集中度分析

1、市场集中度分析

2、企业集中度分析

3、区域集中度分析

三、艺术品电商行业swot分析

1、艺术品电商行业优势分析

2、艺术品电商行业劣势分析

3、艺术品电商行业机会分析

4、艺术品电商行业威胁分析

第二节 中国艺术品电商行业竞争格局综述

一、艺术品电商行业竞争概况

二、艺术品电商行业竞争格局

三、中国艺术品电商行业竞争力分析

1、中国艺术品电商行业竞争力剖析

2、中国艺术品电商企业市场竞争的优势

3、民企与外企比较分析

4、国内艺术品电商企业竞争能力提升途径

四、艺术品电商行业主要企业竞争力分析

1、重点企业资产总计对比分析

2、重点企业从业人员对比分析

3、重点企业营业收入对比分析

4、重点企业利润总额对比分析

5、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 艺术品电商行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

二、跨国公司在华投资兼并与重组分析

三、本土企业投资兼并与重组分析

四、企业升级途径及并购重组风险分析

五、行业投资兼并与重组趋势分析

第四节 艺术品电商市场竞争策略分析

第九章 2024-2029年艺术品电商行业领先企业经营形势分析

第一节 北京大艺博展文化传播有限公司

一、企业概况

二、企业经营分析

三、企业经营策略

四、企业发展战略

第二节 哈嘿(北京)电子商务有限公司

一、企业概况

二、企业经营分析

三、企业经营策略

四、企业发展战略

第三节 中国嘉德国际拍卖有限公司

一、企业概况

二、企业经营分析

三、企业经营策略

四、企业发展战略

第四节 上海赵涌信息技术有限公司

一、企业概况

二、企业经营分析

三、企业经营策略

四、企业发展战略

第五节 深圳市雅昌艺术网股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营分析

三、企业经营策略

四、企业发展战略

第六节 北京阿里拍卖有限公司

一、企业概况

二、企业经营分析

三、企业经营策略

四、企业发展战略

第七节 翰墨千秋(北京)网络科技有限公司

一、企业概况

二、企业经营分析

三、企业经营策略

四、企业发展战略

第八节 杭州微拍堂文化创意有限公司

一、企业概况

二、企业经营分析

三、企业经营策略

四、企业发展战略

第九节 北京京东世纪贸易有限公司

一、企业概况

二、企业经营分析

三、企业经营策略

四、企业发展战略

第十节 国美电器有限公司

一、企业概况

二、企业经营分析

三、企业经营策略

四、企业发展战略

第十章 2024-2029年艺术品电商行业前景及趋势预测

第一节 2024-2029年艺术品电商行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第二节 2024-2029年中国艺术品电商行业发展预测

一、2024-2029年中国艺术品电商行业市场规模预测

二、2024-2029年艺术品电商市场发展潜力

三、2024-2029年艺术品电商市场发展前景展望

四、2024-2029年艺术品电商细分行业发展前景分析

第三节 2024-2029年艺术品电商市场发展趋势预测

一、2024-2029年艺术品电商行业发展趋势

二、2024-2029年细分市场发展趋势预测

第十一章 2024-2029年中国艺术品电商行业投资机会与风险防范

第一节 艺术品电商行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、活跃投资机构分析

第二节 中国艺术品电商行业投资现状分析

一、艺术品电商产业投资经历的阶段

二、艺术品电商行业投资状况回顾

三、中国艺术品电商行业风险投资状况

四、中国艺术品电商行业的投资态势

第三节 艺术品电商行业投资特性分析

一、艺术品电商行业进入壁垒分析

二、艺术品电商行业盈利因素分析

三、艺术品电商行业盈利模式分析

第四节 2024-2029年艺术品电商行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、艺术品电商行业投资机遇

第五节 2024-2029年艺术品电商行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第六节 中国艺术品电商行业投资建议

一、艺术品电商行业主要投资建议

二、中国艺术品电商企业融资分析

第十二章 2024-2029年艺术品电商行业面临的困境及对策

第一节 艺术品电商行业面临的困境

第二节 艺术品电商企业面临的困境及对策

一、重点艺术品电商企业面临的困境及对策

1、重点艺术品电商企业面临的困境

2、重点艺术品电商企业对策探讨

二、中小艺术品电商企业发展困境及策略分析

1、中小艺术品电商企业面临的困境

2、中小艺术品电商企业对策探讨

三、国内艺术品电商企业的出路分析

第三节 中国艺术品电商行业存在的问题

一、行业存在的问题

二、艺术品电商难做大的原因

1、商品定位与市场认识

2、商品真伪与品相环节

3、商品仓储与物流环节

三、艺术品电商行业发展的建议对策

第四节 中国艺术品电商市场发展面临的挑战与对策

第十三章 艺术品电商行业发展战略研究

第一节 艺术品电商行业发展战略研究

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

第二节 对中国艺术品电商品牌的战略思考

一、艺术品电商品牌的重要性

二、艺术品电商实施品牌战略的意义

三、艺术品电商企业品牌的现状分析

四、中国艺术品电商企业的品牌战略

五、艺术品电商品牌战略管理的策略

第三节 艺术品电商经营策略分析

一、艺术品电商市场细分策略

二、艺术品电商市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、艺术品电商新产品差异化战略

第四节 艺术品电商行业投资战略研究

一、2024-2029年艺术品电商行业投资战略

二、2024-2029年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及发展建议

第一节 艺术品电商行业研究结论及建议

第二节 艺术品电商子行业研究结论及建议

图表目录

图表：艺术品电商行业生命周期

图表：艺术品电商行业产业链结构

图表：2019-2023年国际艺术品电商行业市场规模

图表：2019-2023年国际艺术品电商行业竞争格局

图表：2019-2023年欧洲艺术品电商行业市场规模

图表：2019-2023年美国艺术品电商行业市场规模

图表：2019-2023年日本艺术品电商行业市场规模

图表：2019-2023年佳士得艺术品电商行业交易额及交易量

图表：2019-2023年苏富比艺术品电商行业交易额及交易量

图表：2019-2023年中国线下艺术品交易市场规模

图表：2019-2023年中国艺术品电商行业企业数量分析

图表：2019-2023年中国艺术品电商行业人员规模分析

图表：2019-2023年中国艺术品电商行业资产规模分析

图表：2019-2023年中国艺术品电商行业市场规模分析

图表：2019-2023年中国艺术品电商行业盈利能力分析

图表：2019-2023年中国艺术品电商行业偿债能力分析

图表：2019-2023年中国艺术品电商行业营运能力分析

图表：2019-2023年中国艺术品电商行业发展能力分析

图表：2019-2023年中国艺术品电商行业用户规模分析

图表：2019-2023年中国书画书法电商交易规模

图表：2019-2023年中国钱币邮票电商交易规模

图表：2019-2023年中国雕刻雕塑电商交易规模

图表：2019-2023年中国陶瓷紫砂茶器电商交易规模

图表：2019-2023年中国古董珠宝电商交易规模

图表：2019-2023年中国艺术品电商行业集中度分析

图表：2019-2023年中国艺术品电商行业竞争格局

图表：2024-2029年艺术品电商行业市场规模预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)　Emai：kf@51baogao.cn

本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20190516/119608.shtml

在线订购：点击这里