

中国拍卖行业市场运行分析及发展趋势与投资前景研究报告(2024-2029版)

报告简介

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给出价最高的买主的一种现货交易方式。

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、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及拍卖行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国拍卖行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析,重点分析了国内外拍卖行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力,以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了拍卖行业的整体发展动态,对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于拍卖产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值,对于研究我国拍卖行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大具有学术和实践的双重意义。

报告目录

第一章 拍卖行业相关概述

第一节 拍卖业基础概述

一、拍卖的起源与兴起

二、拍卖业的原则

三、拍卖业术语

第二节 拍卖业的运营模式分析

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“拍卖”

第三节 拍卖业务的流程

第二章 2019-2023年国际拍卖产业运行态势分析

第一节 2019-2023年国际拍卖业运行环境分析

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 2019-2023年国际拍卖业运行总况

一、国际拍卖市场动态聚焦

二、国际拍卖成交情况

三、国际拍卖业存在的问题探讨

第三节 2019-2023年国际拍卖重点国家市场透析

一、美国

二、意大利

三、德国

四、英国

五、法国

第四节 2024-2029年国际拍卖业前景预测

第三章 2019-2023年中国拍卖业运行环境解析

第一节 2019-2023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 2019-2023年中国拍卖行业政策环境分析

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 2019-2023年中国拍卖行业社会环境分析

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 2019-2023年中国拍卖业运行新形势分析

第一节 2019-2023年中国拍卖业运行总况

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 2019-2023年中国拍卖企业分析

第三节 现阶段中国拍卖业面临的壁垒分析

第五章 2019-2023年中国拍卖业市场运行态势剖析

第一节 2019-2023年中国拍卖业市场亮点聚焦

第二节 2019-2023年中国拍卖市场细分领域透析

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 2019-2023年中国拍卖业三大中心分析

一、北京

二、上海

三、广东

第六章 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023年中国拍卖行行业竞争新格局分析

第一节 2019-2023年中国拍卖业竞争总况

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 2019-2023年中国拍卖业企业集中度分析

第四节 2024-2029年中国拍卖业竞争趋势分析

第九章 国际拍卖业四大霸主运行浅分析

第一节 佳士得(christies)

第二节 索斯比

第三节 克里斯蒂

第四节 苏富比(sothebys)

第十章 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

第二节 西泠拍卖

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 2024-2029年中国拍卖行业投资价值与投资策略分析

第一节 2019-2023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 2024-2029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 2024-2029年中国拍卖行行业投资风险预警

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 投资观点

第十二章 2024-2029年中国拍卖业前景展望与趋势预测分析

第一节 2024-2029年中国拍卖业前景预测分析

一、中国拍卖业市场规模预测分析

二、中国艺术品及拍卖市场前景预测

三、中国拍卖行企业发展前景

第二节 2024-2029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

图表目录

图表：2019-2023年中国gdp总量及增长趋势图

图表：2022年中国三产业增加值结构图

图表：2019-2023年中国cpi、ppi月度走势图

图表：2019-2023年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2019-2023年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2019-2023年中国城乡居民人均收入增长对比图

把握投资 决策经营！

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20220222/247225.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)