第一图书网, tushu007.com

<<艺术品市场分析与特征价格>>

图书基本信息

书名：<<艺术品市场分析与特征价格>>

13位ISBN编号：9787305105944

10位ISBN编号：7305105945

出版时间：2012-10

出版时间：南京大学出版社

作者：陆霄虹

页数：208

字数：240000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

内容概要

陆霄虹编著的《艺术品市场分析与特征价格》内容介绍：在市场上，所有的商品价格都是可变动的。
就像拿破仑时期的锡非常珍贵，所以拿破仑用锡器吃饭，他的将军们用银器吃饭，但是现在锡的价格比银要便宜很多。
也许只有一样东西是不变的，就是极力追求那些稀世珍宝的心，这是人类与生俱来的本能之一。
也正是这个原因，艺术市场才能蓬勃发展起来。
收藏家和投资者怀揣着不同的目的，穿梭其中，寻找艺术品价格变动的线索。
这也是我试图在这本书里想要找到的东西。
但是我必须承认，影响艺术品价格的随机因素如此之多，要准确地预测价格变动是不可能的。
在那些可量化的因素之外，还有永远无法捉摸的社会流行趋势、宏观经济环境和每个人的独特品位等等。

书籍目录

第一章 绪论
一、问题的提出
二、艺术品的属性
三、特征价格、特征价格模型、价格特征
四、方法与形式
五、研究范畴的讨论
第二章 中国当代艺术品市场概述
一、市场结构分析
二、价值与价格
三、本章小结
第三章 拍卖与价格
一、近代我国的拍卖发展线索
二、拍卖的价格
三、本章小结
第四章 特征价格
一、艺术与金融
二、艺术品价格指数
三、特征价格模型
四、理论基础
五、两个假设条件和两个函数概念
六、消费者需求和市场均衡
七、变量选择
八、本章小结
第五章 模型建构
一、数据分类
二、数据来源
三、模型建立及模型检验
四、本章小结
第六章 中国画的特征价格
一、关于中国画
二、当代中国画的特征价格
三、本章小结
第七章 油画的特征价格
一、油画作品的特征价格
二、中国画和油画的特征价格比较
三、本章小结
第八章 价格调整
一、研究数据的分类依据
二、油画作品特征价格调整
三、本章小结
第九章 结论
一、主要研究结论
二、主要创新之处
三、主要实践意义
四、研究的不足和进一步研究的展望

第一图书网, tushu007.com

参考文献
附录1 样本拍卖公司简介
附录2 关于“ 影响绘画作品拍卖成交价格的因素 ”之问卷调查
后记

章节摘录

（2）艺术服务者　　除了艺术家之外，艺术服务者也是为艺术作品增值的重要成员。
他们包括策展人、经纪人、批评家。
他们为艺术家的作品提供了多方面的服务。
策展人为这些艺术作品策划与公众见面的机会和方式；经纪人寻找最适合这些艺术作品的消费者、收藏者、投资者；批评家为艺术作品的学术价值定位，向公众解释、评论这些作品，使公众更易于接受这些艺术。
除此之外，还有更直接地提供实际服务的人群，比如展览设计师。
他们则为具体的展示设计空间环境，烘托展示的氛围，包括展台、灯光、音响、多媒体放映等等细节的安排。
（3）其他生产者　　其他生产者还包括艺术材料的生产者，他们生产艺术创作必需的原材料，像颜料、画布、纸张、铅笔等；工艺生产者，他们辅助艺术家实现艺术构想，例如雕塑稿件的翻制工艺、锻造工艺等；艺术日用产品设计、生产者，他们经过创意设计、生产出艺术化的日常生活用品，例如漂亮的茶杯、鼠标等。
2.销售者　　在一个市场化程度较高的艺术品市场中，艺术品销售者是一个不可或缺的环节，他们中的一部分充当了艺术经纪人的角色，担负着包装和推广艺术家的职责。
大多数的艺术作品都需要通过销售者出售。
销售者通常有自己公开的营业场所和固定的客户群，作品在他们手里流通速度较快，接触的消费者面较广，虽然他们分割了很大一部分利益，但是对大部分艺术家而言是有利的。
所以，为了保障双方的诚信和利益，有些艺术家甚至拒绝向收藏家或投资者直接出售自己的作品。
（1）宣传机构　　媒体在当代社会已经不可或缺，艺术市场也是一样。
无论是传统的平面媒体、电视媒体，还是当今十分受到关注的网络、手机等新媒体，它们都为艺术作品的广泛宣传起到了极大的作用。
……

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com