

<<2009中国艺术品市场年度报告>>

图书基本信息

书名：<<2009中国艺术品市场年度报告>>

13位ISBN编号：9787535636140

10位ISBN编号：7535636144

出版时间：2010.4

出版时间：湖南美术出版社

作者：文化部文化市场司

页数：57

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>

<<2009中国艺术品市场年度报告>>

内容概要

随着人均GDP的持续增高，文化传承意识的日渐增强，国人对文化产品及服务的需求日趋旺盛，中国正在发展成为“文化经济大国”。

中国艺术品市场作为一个日趋国际化的产业平台，将成为传承文化的有机载体，成为当代时尚文化的推广旗帜，成为中外文化交流的纽带桥梁。

通过产业平台的延伸，带动制造业转型升级，带动现代服务业品质提升，带动旅游产业个性化发展，带动城市生活美好升华。

总之，中国艺术品市场及其相关产业将在社会经济文化领域中占有更加重要的地位。

《2009中国艺术品市场年度报告》收录了中国艺术品市场的生态关系、2009年中国艺术品市场概况、政府政策与行业规范等内容。

<<2009中国艺术品市场年度报告>>

书籍目录

关键词研究方法中国艺术品市场的生态关系2009年中国艺术品市场概况政府政策与行业规范中国艺术品市场结构分析2009年全球艺术品市场概况中国艺术品市场在国际市场中的地位与作用中国艺术品市场发展的制约因素分析中国艺术品市场发展趋势分析结语附录一 2009年中国画廊业调研与分析附录二 2009年中国艺术品拍卖市场报告

章节摘录

(一) 艺术保险的普遍缺失。

按国际惯例, 艺术品保险范围包括艺术品失窃后的赔偿和损坏后的赔偿。

在国外艺术品保险比较发达的国家, 通常每一种艺术运作的行为, 每一种保障都是不同的—这样可以针对艺术品所面对的危险性提供比较完整的保险方式。

安盛艺术品保险 (AXA ART) 是艺术品保险领域的国际知名企业, 分支机构遍及世界发达国家和地区, 其运作经验和模式值得我们借鉴。

目前, 我国白有的艺术保险服务, 一般是由展览服务公司或艺术物流公司附设, 通过他们与保险公司的洽谈合作进行保险, 尚没有独立、专门的保险公司直接承保个人艺术品, 这主要在于艺术品保险本身涉及较强的专业性和特殊性。

中国艺术品的投保意识同样亟待加强。

(二) 艺术物流亟须专业化。

艺术物流在国外有数十年的历史, 市场相当成熟, 一般大型展会和博物馆级藏品交流展览都会请专门的艺术物流公司来做。

中国艺术物流还属于起步阶段, 除一些国家级博物馆采用专业艺术物流服务外, 大量画廊、拍卖行、美术馆、艺术家和收藏家仍以普通货物运输的方式运输作品。

而即便是国家级美术馆也仅仅在大型展览时才会采用这种。

昂贵的运输方式。

把艺术品当成货物运输, 往往会出现一些纰漏, 导致作品损坏。

国内艺术物流的瓶颈是收费较高和专业程度不足。

(三) 展览展示的水平亟待进一步提高。

狭义的说, 艺术展览服务包括了展览工程、展具租赁, 设计装饰、现场搭建等等。

更为全面的业务则包括了出入境事务、安排相关活动及协助办理签证等等。

国内专业性的艺术展览服务公司尚在少数, 大多仍由一般的展览服务公司承接。

从目前来看, 除了博览会和大型拍卖会以外, 画廊等中小型展览组织方很少愿意请专业的艺术展览服务公司提供服务。

(四) 艺术仓储有待发展。

随着艺术品收藏投资成为热点, 同时, 艺术品对仓储和摆放环境要求较高, 所以专业的艺术仓储有很好的市场发展前景。

国际上, 瑞士银行和德意志银行等均对其私人银行客户提供相关业务。

目前, 国内出现了一些承担艺术仓储的公司或机构, 但大多处于发展的初级阶段, 有的仍依附于物流公司, 专业服务水平相对较低, 跨界合作能力差, 有的仓储设备简陋, 无法达到客户的基本要求。

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>