

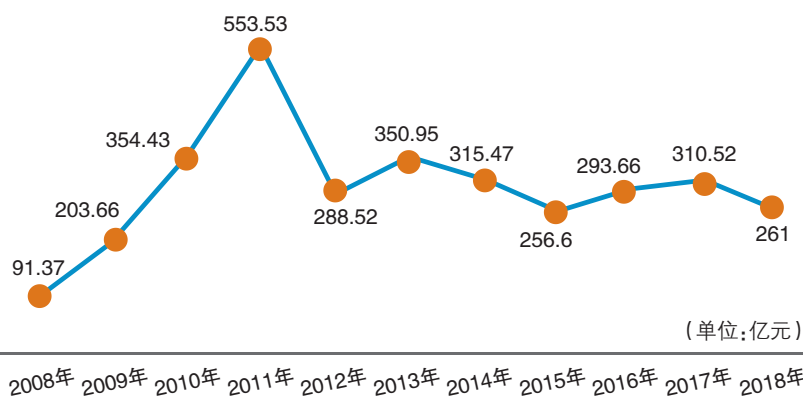
在此次艺势峰会现场,北京商报联合北商研究院正式推出“艺势报告”,以观察者的视角梳理行业数据、把脉市场动向、预判产业趋势。2018年艺术市场到底交上了一份怎样的答卷?2019年又将释放怎样的“势能”?

《2019艺势报告》发布

艺术市场的困局与破局

► 深度最广、持续时间最长的一次调整

2008-2018年中国文物艺术品拍卖成交额



■ 解读:在中国艺术品市场的历史进程中,这已是第三轮市场调整,但与此前不同,2011年之后的这轮调整,可以说是市场调整深度最广、持续时间最长的一次。以往所提到的“触底反弹”和“回暖”等乐观迹象迟迟没有出现。虽然偶尔也有热点板块走出独立行情,但市场大盘的调整态势似乎已经成为新常态。

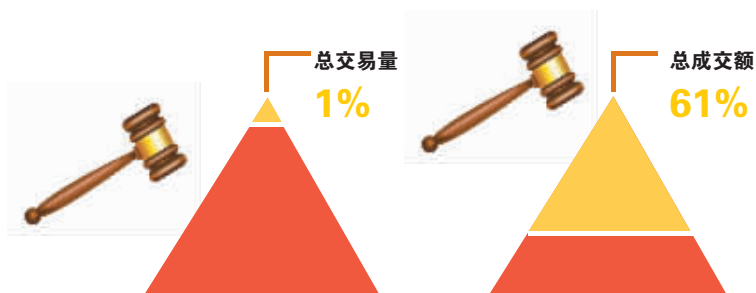
► 盘整动向1 转向线上

2018年,线上艺术品市场预计创下
60亿美元的新高,同比增长**11%**

线上交易
占全球销售额的**9%**

■ 解读:线上化的趋势已经不能阻挡。在国内,除了雨后春笋般的艺术品电商平台,国内传统拍卖行也都在试水线上交易,比如中国嘉德、匡时拍卖、西泠拍卖等都有自己的在线平台,并且逐渐成为这些传统企业的新增长点。

► 盘整动向2 两极分化



2018年,售价超过**100万**美元的艺术品

■ 解读:市场变化的第二个表现就是两极分化,精品的、有大来头的、有出版著录的艺术珍品屡创天价,而普品往往无人问津,且市场恐怕也很难出现明显扭转。两极分化使得艺术市场的马太效应凸显,优质的拍品资源和藏家资源在向规模大、实力雄厚的拍卖企业聚集,而中小型拍卖企业的发展空间会进一步被挤压。

► 盘整动向3 收藏模式转变



买家购藏

企业收藏
资本收藏

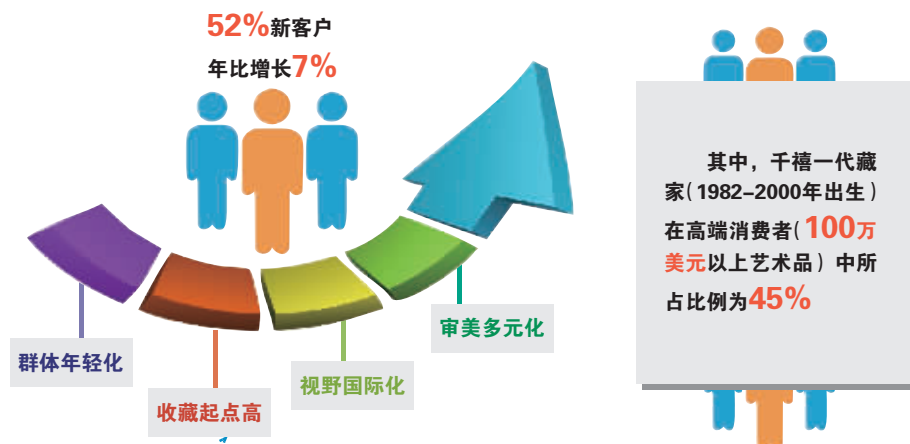
首轮:万达、龙美术馆、新疆广汇等

第二轮:苏宁、宝龙、华谊兄弟等

后续:阿里巴巴、恒大、新世界等

■ 解读:艺术品市场早已失去了最初跨入亿元时代的惊艳感,那么,目前最令业界振奋的事情是什么?那就是新买家的持续入场,有超过半数的买家是新面孔,尤其是千禧一代的买家入场,给市场注入了新的活力。其中,零星的、偶发性的藏家购藏逐渐转向有规模、有计划的企业收藏、资本收藏,打破了原有的收藏模式和价格体系,进一步加速了市场两极分化的进程。

► 新买家画像



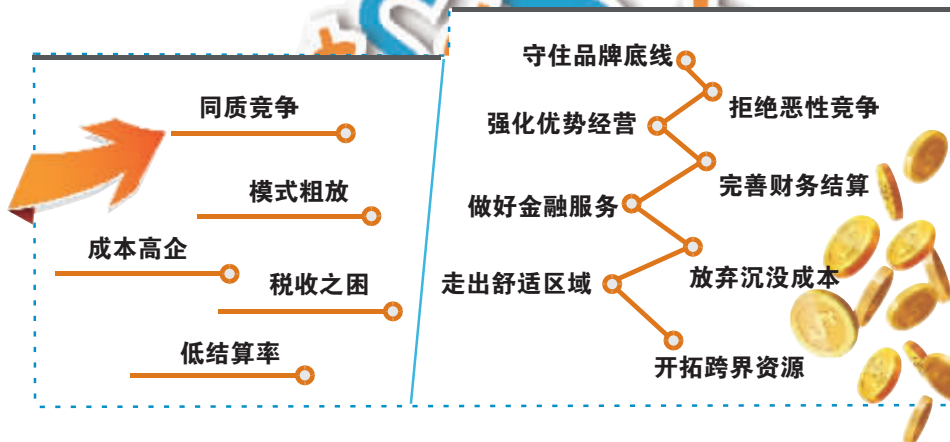
■ 解读:相比其他几代人,千禧一代更为活跃,这种现象尤其体现在金字塔尖上的重要拍品。按照画像,新买家群体具备日益年轻化、收藏起点高、视野国际化、审美多元化的特点,正在倒逼市场做出改变。

► 痛则不通

艺术品市场的那些痛

► 通则不痛

行业出路到底在哪儿



数据来源

《中国文物艺术品拍卖市场统计年报》
《全国10家文物艺术品拍卖公司述评》
《巴塞尔艺术展与瑞银集团环球艺术市场报告》
《中国艺术品拍卖市场调查报告》
《2018全球艺术市场年度报告》
《天猫艺术品线上消费趋势报告》