



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国拍卖市场分析 预测及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国拍卖市场分析预测及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/248617.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

近年来我国拍卖业稳步发展，拍卖已逐渐成为重要的商品流通渠道，在国民经济发展中发挥日益重要的作用。一是拍卖行业 and 市场规模不断扩大。2011年末，全国有拍卖企业5486家，国家注册拍卖师总数首次突破1万人，行业注册资本总额超过90亿元。二是价格发现、公平交易等作用进一步显现。拍卖成为政府部门公平、公正出让土地使用权、处理罚没资产和涉诉资产的主要交易方式，三是市场化程度逐步提高。除法院、政府部门、金融机构、破产清算组等传统委托来源外，其他机构委托、个人委托等民间委托的私有财产拍卖业务稳步增长，我国已经成为世界最重要的文物艺术品拍卖交易市场之一。四是专业化分工不断加强。一些拍卖企业在各类拍卖业务的细分市场上各有专长，主营业务不断明晰，形成了艺术品拍卖、资产拍卖等专业分工。五是拍卖方式逐步丰富。一些地方拍卖协会及企业在开展传统拍卖业务的同时，建立了网络拍卖平台，积极开拓网上拍卖业务，取得初步成效。

2011年，拍卖行业拍品结构基本稳定。其中，土地使用权及来自二级市场的房地产拍卖业务持续十年，继续成为拍卖市场最大的拍品种类，全年成交4656.7亿元，占全行业成交总额的74.4%。值得关注的是：2011年，文物艺术品拍卖表现抢眼，全年成交576.2亿，较2010年的397亿元增长45.1%，创文物艺术品拍卖板块在业内比重的历史新高；同时，随着国务院及政府相关部门对农产品流通领域的日益重视，包括花卉、茶叶等在内的农产品拍卖业务连续两年持续增长，2011年成交17.3亿元，以68%的年增长速度成为各拍卖业务板块中名副其实的"增长王"；此外，其他未划分种类拍卖业务成交总额为380.1亿元，同比增长31.7%。这三类业务的增长基本受益于行业近年来着力培养的社会化和专业化的非政府类市场，其未来发展前景值得期待。

2012年1-3月，全国拍卖业实现成交总额670.52亿元，从拍卖标的看，房地产宏观调控政策引发的全国范围内房地产领域持续降温在拍卖领域表现明显。2012年1季度，土地使用权和房地产拍卖成交额出现大幅下滑，分别成交315.73亿元和207.48亿元，同比及环比降幅均超过50%。在新业务领域，受情人节效应"等节日因素影响，农产品拍卖保持了较快的增长速度。此外，除艺术品拍卖进入季节性调整有所下降外，机动车、无形资产、股权、债权、产权和其他标的类别成交额基本保持稳定。

从委托来源看，2012年1季度，全国拍卖业务的拍卖项目来源结构基本稳定，各委托部门的成交额同比均有不同程度下降，累积影响季度成交额明显缩减。其中，政府委托拍卖业务作为土地使用权等业务的主要委托来源，受2011年以来房地产调控政策影响，1季度，政府委托拍卖业务成交351.48亿元，同比下降70.3%。

随着现代科学技术的发展，各种专业性的设备、仪器使得对某些拍卖标的的鉴定、评估更

为容易可以预见，运用信息化手段管理，将加强国内外拍卖企业、协会间的交流、沟通和协调、管理，推动行业的发展，让拍卖行业进入信息网络化管理时代。"十二五"期间，我国拍卖行业发展面临良好发展机遇，随着拍卖行业法律法规和制度体系完善；专业化市场培育将全面提升拍卖企业经营管理水平，形成一批适应市场经济和行业发展要求、具有市场竞争力的骨干拍卖企业；未来拍卖行业的社会公信力和认知度、拍卖交易在商品流通中的重要性大幅提升。随着网络拍卖的兴起，拍卖行业迎来新的增长点，市场发展前景广阔。

艾凯咨询网发布的《2015-2020年中国拍卖市场分析预测及发展趋势研究报告》共十四章。介绍了拍卖行业相关概述、中国拍卖产业运行环境、分析了中国拍卖行业的现状、中国拍卖行业竞争格局、对中国拍卖行业做了重点企业经营状况分析及中国拍卖产业发展前景与投资预测。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 拍卖行业的相关概述 25

第一节 拍卖行业的概述 25

一、拍卖的相关定义 25

二、拍卖的基本特点 25

三、拍卖业务流程分析 26

四、拍卖行主要拍卖方式 28

五、拍卖行一般经营范围 29

第二节 拍卖企业资质评估指标 29

一、拍卖企业的规范性 29

二、拍卖企业的诚信度 29

三、企业持续发展能力 30

四、拍卖企业经营规模 31

五、拍卖企业社会贡献 32

第三节 拍卖关联行业发展分析 33

一、资产评估行业发展分析 33

二、担保市场发展状况分析 37

三、2011年银行业发展分析 38

四、典当行业业务发展分析 41

第二章 2011年国际拍卖行业发展分析 42

第一节 国际拍卖市场发展现状 42

一、2010年全球十大拍卖纪录分析 42

二、全球拍卖成交价最高的艺术品 43

三、国际当代艺术市场拍卖成交额 44

四、伦敦当代艺术拍卖获巨大成功 45

第二节 全球艺术品拍卖市场分析 46

一、艺术品拍卖市场国际环境 46

二、全球艺术品拍卖市场规模 47

三、全球艺术品拍卖价格走势 48

四、全球艺术品拍卖市场结构 48

（一）按国家市场结构分析 48

（二）按拍卖行的市场结构 49

（三）按艺术门类市场结构 50

（四）按时期市场结构分布 51

第三节 世界主要国际拍卖行业发展分析 51

一、英国拍卖市场主要特征分析 51

二、独具特色法国拍卖行业分析 54

三、荷兰花荷拍卖市场稳定增长 56

四、德国艺术市场拍卖现状分析 58

第四节 国际知名拍卖行发展现状分析 59

一、苏富比拍卖行 59

（一）企业发展基本情况 59

（二）企业经营状况分析 59

（三）企业业务经营范围 59

（四）企业在华业务分析 60

（五）企业经营策略解析 60

二、佳士得拍卖行 63

（一）企业发展状况简述 63

（二）企业经营现状分析 63

（三）企业业务范围分析 64

（四）企业在华业务拓展 64

(五) 企业经营策略解析	65
三、利氏兄弟拍卖行	66
(一) 企业发展状况简述	66
(二) 企业经营现状分析	66
(三) 企业业务范围分析	66
(四) 企业业务拓展情况	67
(五) 企业经营策略解析	67
四、格里塞巴赫	67
(一) 企业发展基本情况	67
(二) 企业业务经营范围	68
(三) 企业经营状况分析	68
(四) 企业经营策略分析	68
第三章 2012年中国拍卖行业市场运行环境分析	70
第一节 2012年宏观经济环境分析	70
一、2012年中国GDP增长情况分析	70
二、2012年工业经济发展形势分析	71
三、2012年全社会固定资产投资分析	74
四、2012年社会消费品零售总额分析	77
五、2012年城乡居民收入与消费分析	78
六、2012年对外贸易的发展形势分析	80
第二节 拍卖行业政策环境分析	82
一、拍卖行业监管体制分析	82
二、拍卖行业相关法律法规	83
(一) 《中华人民共和国拍卖法》	83
(二) 《文物拍卖管理暂行规定》	92
(三) 《文物艺术品拍卖规程》	95
(四) 《拍卖管理办法》	104
(五) 《外商投资拍卖企业的规定》	115
三、拍卖行业相关税收政策	117
第三节 拍卖行业社会环境分析	119
一、国内私人财富市场分析	119
(一) 私人财富蕴含巨大市场价值	119

(二) 高净值人群数量构成情况	119
(三) 高净值人群地域分布情况	121
(四) 高净值人士财富管理渠道	123
(五) 高净值人群投资行为研究	124
二、国内奢侈品消费市场分析	128
(一) 中国奢侈品消费增长迅猛	128
(二) 奢侈品消费人群年龄趋向	129
(三) 奢侈品市场呈现趋势分析	130
(四) 奢侈品市场增长空间广阔	131
第四章 中国拍卖行业发展状况分析	136
第一节 中国拍卖行业发展现状	136
一、中国拍卖行业发展概述	136
二、拍卖企业资质评定情况	137
三、拍卖企业新业务探索涌现	137
四、政府与机构助推拍卖发展	138
第二节 拍卖行业经营状况分析	138
一、国内拍卖成交规模分析	138
二、拍卖行业业务结构分析	140
(一) 拍卖业务种类结构分析	140
(二) 拍卖业务来源结构分析	141
(三) 拍卖区域市场结构分析	143
三、按种类细分业务经营状况	144
(一) 房地产拍卖业务分析	144
(二) 机动车拍卖业务分析	146
(三) 文物艺术品拍卖分析	148
(四) 农副产品拍卖业务分析	151
(五) 股权债权拍卖业务分析	151
(六) 无形资产拍卖业务分析	152
四、按业务来源细分经营状况	152
(一) 法院委托拍卖业务分析	152
(二) 个人委托拍卖业务分析	152
(三) 政府部门委托拍卖业务	153

(四) 金融机构委托拍卖业务	153
(五) 破产清算拍卖业务分析	153
(六) 其他机构委托拍卖业务	154
五、拍卖行业细分市场贡献率	154
(一) 按种类细分业务贡献率	154
(二) 拍卖业务佣金情况分析	154
(三) 不同委托方的佣金情况	155
(四) 拍卖行业税收社会贡献	156
第三节 拍卖存在问题及发展策略	157
一、拍卖行业发展存在的问题	157
(一) 拍卖法律法规仍不完善	157
(二) 从业人员整体素质不高	157
(三) 政府部门职能定位不明	157
(四) 拍卖市场恶性竞争严重	157
二、拍卖行业发展策略及建议	158
(一) 健全完善拍卖行业法律体系	158
(二) 培养和造就高素质拍卖人才	158
(三) 转变政府职能为拍卖业服务	158
(四) 加快拍卖企业建设拓展市场	158
第五章 中国拍卖行业市场竞争格局分析	160
第一节 国内拍卖行业市场竞争状况	160
一、国内拍卖市场竞争形式分析	160
二、拍卖企业激增市场竞争加剧	160
三、拍卖行梯队差异化竞争显现	161
第二节 国内拍卖市场集中度分析	161
一、拍卖行业市场集中度分析	161
二、拍卖行业资本集中度分析	162
三、国内拍卖企业集中度分析	162
第三节 艺术品拍卖区域竞争格局分析	163
一、港澳台拍卖市场竞争力分析	163
二、津京唐拍卖市场竞争力分析	164
三、长三角拍卖市场竞争力分析	165

四、珠三角拍卖市场竞争力分析	165
第四节 中国拍卖行业市场竞争策略分析	165
第六章 中国艺术品拍卖市场发展分析	167
第一节 国内艺术品市场分析	167
一、中国艺术品市场发展现状	167
二、中国艺术品市场发展状态	168
三、国内艺术品消费群体分析	169
四、艺术品市场发展基本特征	169
五、艺术品市场发展趋势分析	170
第二节 中国艺术品拍卖市场概述	171
一、中国艺术品拍卖的历史	171
二、艺术品拍卖市场发展阶段	171
三、艺术品拍卖市场发展现状	173
四、中国艺术品拍卖具体特征	175
五、艺术品拍卖企业经营特点	175
第三节 国内艺术品拍卖市场分析	177
一、海外艺术品拍卖市场状况	177
二、艺术品拍卖成交情况分析	178
（一）2010年秋拍市场成交额	178
（二）2011年春拍市场成交额	179
（三）2011年秋拍市场成交额	179
三、艺术品拍卖市场结构分析	180
（一）艺术品春拍市场结构	180
（二）艺术品秋拍市场结构	182
（三）艺术品市场结构趋势	185
四、不同价格艺术品拍品数量	186
第四节 国内艺术品拍卖市场特点	186
一、海外回流趋势进一步加强	186
二、实力买家企业收藏显头角	187
三、藏家专场成拍卖市场亮点	188
四、香港艺术市场仍具有优势	189
五、艺术市场金融化趋势凸显	190

第五节 国内书画拍卖市场分析	191
一、国内书画拍卖市场总体状况	191
二、古代中国书画拍卖市场分析	192
三、近现代书画拍卖市场分析	194
四、中国当代书画拍卖市场分析	198
五、书画名家作品拍卖市场分析	200
（一）齐白石书画市场行情分析	200
（二）张大千书画市场行情分析	204
（三）吴冠中书画艺术市场分析	208
第六节 瓷器杂项拍卖市场分析	212
一、国内瓷器拍卖市场稳中有升	212
二、2011年瓷器杂项类成交情况	212
三、瓷器高估突出致明星拍品遇冷	213
四、当代玉器拍卖市场行情走势	214
五、杂项热门品类市场渐成气候	217
六、翡翠成品拍卖市场行情分析	218
第七节 国内古琴拍卖市场分析	219
一、古琴拍卖市场发展历程	219
二、申遗成功古琴成新宠	220
三、古琴高价频现因素分析	221
四、国内古琴拍卖市场分析	221
五、国内古琴拍卖大事记	223
六、古琴拍卖市场前景分析	224
第八节 古典家具拍卖市场分析	225
一、古典家具特质及投资特点	225
二、古典家具现身各级拍卖场	225
三、古典家具拍卖市场行情分析	227
四、国内古典家具拍卖创新高	228
五、黄花梨家具拍卖市场分析	228
第九节 油画及当代艺术拍卖市场	231
第七章 2011年中国房地产拍卖市场分析	235
第一节 中国房地产市场运行分析	235

一、中国房地产开发景气指数	235
二、中国房地产开发投资情况	235
三、房地产开发企业资金来源	236
四、商品房屋建筑与销售情况	237
第二节 国内房地产拍卖市场现状	240
一、房地产拍卖相关概述	240
(一) 房地产拍卖的概述	240
(二) 拍卖中房地产来源	241
(三) 房地产拍卖的流程	241
(四) 房地产拍卖的原则	241
(五) 房地产拍卖的税费	242
二、房地产拍卖的具体条件	242
(一) 房地产拍卖标的具备条件	242
(二) 房地产拍卖竞买人的条件	244
三、房地产拍卖市场迅速崛起	244
四、房地产拍卖中存在的问题	245
第三节 房地产拍卖业务开展情况	247
一、房地产拍卖业务地域特征分析	247
二、企业对房地产拍卖业务参与度	247
三、房地产拍卖在企业经营中地位	248
四、房地产拍卖佣金水平分布情况	248
第四节 房地产拍卖中应注意的环节	249
一、准确界定拍卖房地产的权属	249
二、合理确定房地产的拍卖底价	249
三、明确拍卖成交后的资产移交	250
四、拍卖规则成交确认尽量细致	250
五、提供完善的房地产拍后服务	251
第五节 房地产拍卖市场发展策略分析	251
一、房地产拍卖核心竞争力分析	251
二、房地产拍卖企业的优劣势分析	252
三、房地产拍卖企业业务拓展考虑	252
四、房地产拍卖企业发展策略分析	254

第八章 2011年中国机动车拍卖市场分析 255

第一节 国内机动车拍卖市场环境 255

- 一、中国机动车保有量分析 255
- 二、国内民用汽车保有量分析 255
- 三、国内私人汽车保有量分析 256
- 四、公路营运汽车拥有量分析 257

第二节 国内二手车交易市场分析 258

- 一、二手车交易市场相关概述 258
 - (一) 二手车交易市场的内涵 258
 - (二) 二手车交易市场的功能 258
 - (三) 二手车交易市场的形式 258
- 二、国内二手车交易规模分析 259
- 三、国内二手车市场发展特点 259
- 四、中国二手车市场发展对策 261

第三节 机动车拍卖市场相关概述 262

- 一、二手车拍卖的定义与原则 262
- 二、机动车拍卖主要优势分析 262
- 三、国内机动车拍卖主要流程 263
- 四、机动车拍卖中心主要业务 263
- 五、机动车拍卖应注意的问题 263

第四节 国内机动车拍卖市场分析 264

- 一、机动车拍卖业务增长原因 264
- 二、国内二手车拍卖市场现状 264
- 三、风投涉足二手车拍卖网站 265
- 四、车商大力支持二手车拍卖 266

第五节 国内二手车拍卖市场前景 266

第九章 2011年中国其他领域拍卖市场分析 268

第一节 国内土地使用权拍卖 268

- 一、土地使用权拍卖相关概述 268
- 二、土地使用权拍卖主要程序 269
- 三、土地使用权拍卖公证审查 270
- 四、土地使用权拍卖相关法规 271

五、土地使用权办理程序及流程 271

（一）土地使用权拍卖前期工作 271

（二）土地使用权拍卖操作程序 271

（三）土地使用权拍卖后期工作 272

六、土地使用权拍卖市场分析 273

（一）土地使用权拍卖市场现状 273

（二）土地使用权拍卖成交总额 273

（三）土地使用权拍卖业务结构 274

（四）国有建设用地使用权拍卖 275

（五）土地拍卖区域市场新动向 275

第二节 国有资产拍卖市场分析 276

一、国有资产拍卖登记程序 276

二、国有资产评估相关程序 276

三、国有资产产权拍卖程序 277

四、规范国有资产拍卖相关建议 277

五、国有企业破产资产拍卖探讨 279

第三节 无形资产拍卖市场分析 280

一、无形资产拍卖的相关概述 280

二、无形资产拍卖的运作要素 281

三、无形资产拍卖的发展现状 282

四、无形资产拍卖将逐渐兴起 283

五、无形资产拍卖的市场前景 283

第四节 葡萄酒拍卖市场分析 284

一、葡萄酒拍卖的主要优点 284

二、全球主流葡萄酒拍卖行 285

三、全球葡萄酒拍卖市场现状 286

四、葡萄酒拍卖市场发展特点 287

五、葡萄酒拍卖成投资新领域 287

第十章 2011年中国网络拍卖市场分析 289

第一节 国内网络拍卖市场环境 289

一、网民规模及互联网普及情况 289

二、中国网络购物用户规模分析 291

三、中国网络购物市场规模分析	291
四、中国网上支付交易规模分析	292
五、网上支付行业未来发展趋势	295
第二节 网络拍卖的相关概述	296
一、网络拍卖市场概述	296
二、网络拍卖交易特点	296
三、网络拍卖主要优点	297
四、网络拍卖信息系统架构	297
第三节 国内网络拍卖市场发展分析	297
一、拍卖企业开展网络拍卖状况	297
二、国内网络拍卖市场特点分析	298
三、国内网络拍卖规则建设情况	298
四、中国拍协网络拍卖平台介绍	298
五、国内艺术品网拍已渐成气候	299
第四节 网络拍卖价格形成及影响因素	300
一、网络拍卖价格的形成机制	300
二、网络拍卖价格的影响因素	300
三、拍卖评价信息对定价影响	301
四、网络拍卖的定价策略分析	301
第五节 网络拍卖市场发展策略分析	302
一、加强对网络拍卖行为监管	302
二、网络拍卖消费者选择策略	303
三、网络拍卖经营者策略分析	303
第十一章 2011年中国主要省区拍卖行业发展分析	305
第一节 北京市拍卖行业发展分析	305
一、北京市拍卖行业发展环境	305
二、北京市拍卖行业发展现状	306
三、北京市拍卖行业主要特点	306
四、北京市拍卖市场成交分析	307
五、北京市主要拍卖企业分析	308
第二节 上海市拍卖行业发展分析	310
一、上海市拍卖行业发展环境	310

二、上海市拍卖行业发展现状	312
三、上海房地产拍卖成交情况	313
四、上海市拍卖行业配套政策	313
五、上海市拍卖市场发展态势	319
第三节 江苏省拍卖行业发展分析	320
一、江苏省拍卖行业发展环境	320
二、江苏省拍卖行业发展现状	321
三、江苏省拍卖行业发展特点	323
四、江苏省拍卖区域市场分析	324
第四节 浙江省拍卖行业发展分析	324
一、浙江省拍卖行业发展环境	324
二、浙江省拍卖行业发展现状	325
三、浙江省主要拍卖企业分析	326
四、浙江省拍卖行业配套政策	330
五、浙江省拍卖成交情况分析	331
六、浙江省拍卖佣金收入分析	331
第五节 山东省拍卖行业发展分析	332
一、山东省拍卖行业发展环境	332
二、山东省拍卖行业发展现状	333
三、山东省主要拍卖企业分析	333
四、山东省拍卖行业配套政策	341
五、山东省拍卖市场成交情况	344
第六节 广东省拍卖行业发展分析	344
一、广东省拍卖行业发展环境	344
二、广东省拍卖行业发展现状	346
三、广东省主要拍卖企业分析	347
四、广东省拍卖行业主要问题	355
五、广东省拍卖行业发展规划	356
六、广东省拍卖行业发展任务	356
第七节 四川省拍卖行业发展分析	359
一、四川省拍卖行业发展环境	359
二、四川省拍卖行业配套政策	360

三、四川省拍卖行业发展现状	361
四、四川省拍卖行业发展分析	364
五、四川省拍卖经营比较分析	365
六、四川省拍卖行业经营特点	369
第八节 黑龙江拍卖行业发展分析	370
一、黑龙江拍卖行业发展环境	370
二、黑龙江拍卖行业发展现状	371
三、黑龙江拍卖行业配套政策	372
四、黑龙江拍卖行业发展概述	373
五、黑龙江拍卖行业发展形势	373
六、黑龙江拍卖行业发展策略	376
第九节 辽宁省拍卖行业发展分析	377
一、辽宁省拍卖行业发展环境	377
二、辽宁省拍卖行业发展概述	378
三、辽宁省主要拍卖企业分析	379
四、辽宁省拍卖市场发展态势	381
第十节 福建省拍卖行业发展分析	381
一、福建省拍卖行业发展环境	381
二、福建省拍卖行业发展现状	382
三、福建省拍卖行业配套政策	385
四、福建省拍卖市场发展态势	387
五、福建省拍卖行业发展规划	387
第十一节 湖北省拍卖行业发展分析	389
一、湖北省拍卖行业发展环境	389
二、湖北省拍卖行业发展现状	389
三、湖北省拍卖市场成交情况	390
四、湖北文物艺术品拍卖分析	391
五、湖北省拍卖行业发展态势	391
第十二节 安徽省拍卖行业发展分析	393
一、安徽省拍卖行业发展环境	393
二、安徽省拍卖市场发展规模	394
三、安徽省主要拍卖企业分析	394

四、安徽省拍卖行业发展态势	395
第十三节 河南省拍卖行业发展分析	396
一、河南省拍卖行业发展环境	396
二、河南省拍卖市场发展规模	396
三、河南省拍卖行业主要问题	397
四、河南省主要拍卖企业分析	397
第十二章 2011年中国拍卖行业重点企业竞争力分析	407
第一节 中国嘉德国际拍卖有限公司	407
一、企业发展基本情况	407
二、企业组织架构分析	407
三、企业业务范围分析	408
四、企业拍卖业绩分析	408
五、企业发展策略分析	409
第二节 北京保利国际拍卖有限公司	409
一、企业发展基本情况	409
二、企业主要业务部门	410
三、企业人力资源分析	410
四、企业经营状况分析	411
五、保利秋季拍卖分析	411
第三节 北京翰海拍卖有限公司	412
一、企业发展基本情况	412
二、企业主要组织机构	412
三、企业发展历程分析	412
四、企业主要业务范围	414
五、企业经营资质分析	414
六、企业经营状况分析	414
七、企业拍卖业绩分析	415
第四节 北京嘉禾国际拍卖有限公司	416
一、企业发展基本情况	416
二、企业资质荣誉情况	416
三、嘉禾连锁机构分布	416
四、嘉禾拍卖项目情况	418

五、嘉禾拍卖成功案例 419

第五节 中联国际拍卖有限公司 419

一、企业发展基本情况 419

二、中联国际拍发展历程 420

三、中联国际拍组织架构 421

四、企业经营模式分析 422

五、中联国际拍业务范围 423

六、中联国际拍资质荣誉 423

第六节 北京亚特兰国际拍卖有限公司 423

一、企业发展基本情况 423

二、公司经营范围分析 424

三、企业经营优势分析 424

四、企业资质荣誉分析 424

第七节 北京荣宝拍卖有限公司 425

一、企业发展基本情况 425

二、荣宝拍卖组织结构 425

三、荣宝拍卖经营优势 425

四、荣宝拍卖资质荣誉 426

五、荣宝拍卖秋拍业绩 426

第八节 荣宝斋（上海）拍卖有限公司 428

一、企业发展基本情况 428

二、荣宝斋的发展历程 429

三、企业组织架构分析 430

四、企业经营理念分析 430

五、企业专场拍卖分析 430

第九节 中都国际拍卖有限公司 431

一、企业发展基本情况 431

二、企业主要经营范围 431

三、组织结构分支机构 431

四、企业资质业务特色 432

五、企业经营主要优势 433

六、企业经营策略分析 434

第十节 中国西泠印社拍卖有限公司 435

一、企业发展基本情况 435

二、企业组织架构分析 435

三、企业经营业务范围 435

四、企业主要资质荣誉 436

五、企业拍卖专场分析 439

第十一节 北京中拓国际拍卖有限公司 439

一、企业发展基本情况 439

二、企业组织架构分析 439

三、企业经营业务范围 440

四、企业资质业务特色 440

五、企业拍卖主要业绩 441

第十二节 北京科技园拍卖招标有限公司 442

一、企业发展基本情况 442

二、企业组织架构分析 442

三、企业经营业务范围 443

四、企业拍卖服务团队 443

五、企业经营优势分析 443

第十三节 北京中招国际拍卖有限公司 444

一、企业发展基本情况 444

二、企业组织架构分析 445

三、企业经营业务范围 445

四、企业主要资质荣誉 446

五、企业经营优势分析 446

第十四节 中鸿信国际拍卖有限公司 446

一、企业发展基本情况 446

二、企业经营业务范围 447

三、企业主要资质荣誉 447

四、企业拍卖服务团队 448

五、企业经营策略分析 448

第十五节 未来四方集团拍卖有限公司 448

一、企业发展基本情况 448

二、企业组织架构分析 449

三、企业经营业务范围 449

四、企业主要资质荣誉 449

五、企业拍卖经营业绩 450

第十六节 上海国际商品拍卖有限公司 450

一、企业发展基本情况 450

二、企业组织架构分析 451

三、企业经营业务范围 451

四、企业主要资质荣誉 451

五、企业拍卖经营业绩 452

第十七节 上海拍卖行有限责任公司 453

一、企业发展基本情况 453

二、企业组织架构分析 453

三、企业主要资质荣誉 454

四、企业经营服务优势 454

五、企业拍卖经营业绩 455

第十八节 上海东方国际商品拍卖有限公司 455

一、企业发展基本情况 455

二、企业经营业务范围 455

三、企业主要资质荣誉 456

四、企业拍卖经营优势 456

第十九节 上海长城拍卖有限公司 457

一、企业发展基本情况 457

二、企业主要资质荣誉 457

三、企业拍卖经营优势 457

四、企业最新发展动态 458

第二十节 上海金磐拍卖有限公司 458

一、企业发展基本情况 458

二、企业经营业务范围 458

三、企业组织架构分析 459

四、企业主要资质荣誉 459

五、企业特色业务状况 459

第二十一节 上海国泰拍卖行有限责任公司 461

一、企业发展基本情况 461

二、企业经营业务范围 461

三、企业主要资质荣誉 461

四、企业拍卖成功案例 461

五、企业经营状况分析 462

第二十二节 广东省拍卖行有限公司 462

一、企业发展基本情况 462

二、企业组织架构分析 463

三、企业拍卖服务团队 463

四、企业经营业务范围 463

五、企业主要资质荣誉 463

六、企业经营优势分析 464

第二十三节 广东物资拍卖行有限公司 464

一、企业发展基本情况 464

二、企业经营业务范围 465

三、企业主要资质荣誉 465

四、企业拍卖经营业绩 466

五、企业主要客户网络 466

六、企业拍卖成功案例 466

第二十四节 广东保利拍卖有限公司 468

一、企业发展基本情况 468

二、企业组织架构分析 468

三、企业经营业务范围 468

四、企业拍卖服务优势 468

五、企业经营策略分析 469

第二十五节 广东博古拍卖有限公司 469

一、企业发展基本情况 469

二、企业拍卖服务团队 470

三、企业经营业务范围 470

四、企业拍卖办公设施 470

五、企业经营策略分析 470

第二十六节 江苏省拍卖总行有限公司 471

一、企业发展基本情况 471

二、企业拍卖服务团队 471

三、企业经营业务范围 471

四、企业主要资质荣誉 471

五、企业拍卖经营业绩 472

第二十七节 温州拍卖行有限公司 472

一、企业发展基本情况 472

二、企业组织架构分析 472

三、企业经营业务范围 472

四、企业主要资质荣誉 472

五、企业拍卖经营业绩 473

第二十八节 宁波华诚拍卖有限公司 473

一、企业发展基本情况 473

二、企业组织架构分析 473

三、企业经营业务范围 474

四、企业主要资质荣誉 474

五、企业拍卖经营业绩 474

第二十九节 金华金信拍卖有限责任公司 474

一、企业发展基本情况 474

二、企业主要资质荣誉 475

三、企业拍卖服务团队 475

四、企业运作专业优势 475

五、企业经营业绩状况 476

第三十节 福建省宸万和拍卖行有限公司 476

一、企业发展基本情况 476

二、企业组织架构分析 477

三、企业主要资质荣誉 477

四、企业经营服务优势 477

五、企业经营策略分析 478

第三十一节 福建省鹏翰拍卖有限公司 478

一、企业发展基本情况 478

二、企业组织架构分析	479
三、企业拍卖服务优势	480
四、企业主要资质荣誉	480
五、企业拍卖业务状况	480
第三十二节 山东嘉禾国际拍卖有限公司	481
一、企业发展基本情况	481
二、企业拍卖服务团队	482
三、企业经营业务范围	482
四、企业主要资质荣誉	483
五、企业拍卖经营业绩	483
第三十三节 山东金诺拍卖公司	483
一、企业发展基本情况	483
二、企业组织架构分析	484
三、企业发展历程分析	484
四、企业经营业务范围	485
五、企业主要资质荣誉	486
六、企业拍卖专场分析	486
第三十四节 山东齐鲁瑞丰拍卖公司	486
一、企业发展基本情况	486
二、企业主要资质荣誉	487
三、企业经营状况分析	487
四、企业拍卖业务优势	487
第三十五节 山东光彩银星拍卖公司	488
一、企业发展基本情况	488
二、企业组织架构分析	488
三、企业经营业务范围	489
四、企业主要资质荣誉	489
五、企业拍卖经营业绩	490
第三十六节 天津福信国际拍卖有限公司	490
一、企业发展基本情况	490
二、企业经营业务范围	490
三、企业组织架构分析	491

四、企业拍卖服务优势 491

五、企业拍卖经营业绩 491

第三十七节 吉林省金石拍卖有限责任公司 492

一、企业发展基本情况 492

二、企业发展历程分析 492

三、企业主要资质荣誉 493

四、企业拍卖服务团队 493

五、企业发展策略分析 493

第三十八节 河北省嘉海拍卖有限公司 494

一、企业发展基本情况 494

二、企业拍卖服务优势 494

三、企业经营业务范围 494

四、企业主要资质荣誉 494

五、企业拍卖专场分析 495

第三十九节 河南拍卖行有限公司 495

一、企业发展基本情况 495

二、企业组织架构分析 496

三、企业发展历程分析 496

四、企业主要资质荣誉 497

五、企业规范运作分析 497

第四十节 湖北诚信拍卖有限公司 499

一、企业发展基本情况 499

二、企业组织架构分析 499

三、企业经营业务范围 499

四、企业主要资质荣誉 499

五、企业经营状况分析 500

第四十一节 广西正槌拍卖有限责任公司 501

一、企业发展基本情况 501

二、企业组织架构分析 501

三、企业经营业务范围 502

四、企业主要资质荣誉 503

五、企业拍卖业务分析 503

第四十二节 广西北海地产拍卖行有限公司 503

一、企业发展基本情况 503

二、企业拍卖服务团队 504

三、企业经营业务范围 504

四、企业主要资质荣誉 504

五、企业拍卖业务分析 505

第四十三节 海南亚奥国际拍卖有限公司 505

一、企业发展基本情况 505

二、企业经营业务范围 505

三、企业主要资质荣誉 506

四、企业拍卖业务网络 506

五、企业拍卖业绩分析 506

第四十四节 四川省瑞诚拍卖有限公司 507

一、企业发展基本情况 507

二、企业组织架构分析 507

三、企业经营业务范围 508

四、企业拍卖服务团队 508

五、企业主要资质荣誉 509

第四十五节 四川成都华联拍卖行有限公司 509

一、企业发展基本情况 509

二、企业拍卖服务团队 509

三、企业经营业务范围 509

四、企业主要资质荣誉 510

五、企业拍卖业绩分析 510

第四十六节 四川省嘉士利拍卖有限公司 510

一、企业发展基本情况 510

二、企业组织架构分析 511

三、企业经营业务范围 511

四、企业主要资质荣誉 512

五、企业拍卖业绩分析 512

第四十七节 重庆市北城拍卖中心有限责任公司 513

一、企业发展基本情况 513

二、企业拍卖服务团队 513

三、企业经营业务范围 513

四、企业主要资质荣誉 514

五、企业拍卖业绩分析 514

第四十八节 陕西天龙拍卖行有限公司 515

一、企业发展基本情况 515

二、企业组织架构分析 515

三、企业经营业务范围 516

四、企业主要资质荣誉 517

五、企业拍卖业绩分析 517

第四十九节 兰州国际商品拍卖有限责任公司 517

一、企业发展基本情况 517

二、企业组织架构分析 518

三、企业经营业务范围 518

四、企业主要资质荣誉 518

五、企业拍卖业务优势 519

六、企业拍卖经营业绩 520

第五十节 新疆嘉盛拍卖有限公司 520

一、企业发展基本情况 520

二、企业拍卖服务团队 520

三、企业经营业务范围 521

四、企业主要资质荣誉 521

五、企业拍卖业绩分析 521

第十三章 2015-2020年中国拍卖行业发展前景分析 523

第一节 2015-2020年中国拍卖行业SWOT分析 523

一、中国拍卖行业发展优势分析 523

二、中国拍卖行业发展劣势分析 523

三、中国拍卖行业发展面临机遇 524

四、拍卖行业发展面临威胁分析 525

第二节 2015-2020年中国拍卖行业发展前景分析 525

一、拍卖行业面临的形势与机遇 525

二、拍卖行业的发展任务与目标 526

三、中国拍卖市场发展前景分析	528
第三节 2015-2020年中国拍卖市场前景预测分析	528
一、拍卖市场成交总额预测分析	528
二、中国拍卖业务种类结构预测	528
三、拍卖行业细分市场预测分析	529
（一）土地使用权拍卖前景分析	529
（二）房地产拍卖市场前景分析	530
（三）艺术品拍卖市场前景分析	530
（四）机动车拍卖市场前景分析	531
（五）农产品拍卖市场前景分析	531
第十四章 2015-2020年中国拍卖行业投资前景分析	533
第一节 2015-2020年中国拍卖行业投资环境分析	533
一、国内宏观经济发展环境分析	533
二、中国拍卖行业政策环境分析	535
三、中国拍卖行业发展保障措施	537
第二节 2015-2020年中国拍卖行业投资机会分析	537
一、艺术品拍卖成外资首选领域	537
二、未来玉器拍卖市场前景看好	539
三、古籍投资收藏市场机会分析	539
四、拍卖行业区域投资潜力分析	540
第三节 2015-2020年中国拍卖行业投资风险分析	540
一、宏观经济风险	540
二、法律政策风险	541
三、交割能力风险	541
四、拍卖欺诈风险	542
五、赝品风险分析	542
第四节 2015-2020年中国拍卖行业投资策略分析	543
图表目录：	
图表 1 委托拍卖程序	27
图表 2 拍卖竞买流程示意图	27
图表 3 拍卖行主要拍卖方式	28
图表 4 拍卖企业规范性的具体项目和标准	29

图表 5 拍卖企业诚信度的具体项目和标准 30

图表 6 企业持续发展能力的具体项目和标准 30

图表 7 企业经营规模的具体项目和标准 31

图表 8 企业社会贡献的具体项目和标准 33

图表 9 2007-2011年银行业金融机构总量 39

图表 10 2007-2011年银行业金融机构负债总量 39

图表 11 2011年银行业金融机构收入结构图 41

图表 12 2010年全球十大拍卖交易纪录 43

图表 13 2011年7月全球拍卖成交价最高的艺术品前十名 43

图表 14 国际当代艺术市场主要国家拍卖成交额 45

图表 15 2000-2010年全球艺术品拍卖总额（美术类）趋势图 47

图表 16 2000-2011年全球艺术品拍卖价格演变趋势图 48

图表 17 全球艺术品拍卖额（美术类）按国家分布情况 49

图表 18 全球艺术品拍卖额（美术类）按拍卖行分布 50

图表 19 全球艺术品拍卖额（美术类）按艺术品门类分布 50

图表 20 全球艺术品（美术）拍卖额按时期分布 51

图表 21 2006-2011年苏富比拍卖行销售收入变化趋势图 59

图表 22 2006-2011年利氏兄弟拍卖行拍卖收入变化趋势图 66

图表 23 2004-2009年格里塞巴赫拍卖行成交额走势图 68

图表 24 2006-2012年中国国内生产总值及增长变化趋势图 71

图表 25 2006-2011年中国人均国内生产总值变化趋势图 71

图表 26 2006-2011年中国全部工业增加值及增长速度趋势图 72

图表 27 2011年规模以上工业企业实现利润及其增长速度 72

图表 28 2011年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 75

图表 29 2006-2012年中国全社会固定资产投资增长趋势图 76

图表 30 2011年中国社会消费品零售总额同比增长趋势图 77

图表 31 2006-2012年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 78

图表 32 2006-2012年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 79

图表 33 2006-2012年农村居民纯收入及增长情况统计 79

图表 34 2011年中国货物进出口总额及其增长速度 80

图表 35 2006-2012年中国进出口总额增长趋势图 82

图表 36 2008-2011年中国个人可投资资产总体规模 119

图表 37 2008-2011年中国高净值人群数量及构成 120

图表 38 2008-2011年中国高净值人群的可投资资产规模及构成 121

图表 39 2010年末中国高净值人群地域分布 121

图表 40 2010年末主要地区高净值人数分布 122

图表 41 2010年末各省高净值人士人均可投资资产比较 123

图表 42 2009-2011年高净值人士财富管理渠道 124

图表 43 2009-2011年中国高净值人群的风险偏好变化趋势 125

图表 44 2009-2011年中国高净值人群财富目标呈现多元化 126

图表 45 2009-2011年中国高净值人群资产配置呈现多元化 127

图表 46 未来资产配置趋势 128

图表 47 2004-2011年中国奢侈品市场规模及全球份额占比 129

图表 48 2007-2011年中国奢侈品消费人群年龄趋向 129

图表 49 2010-2015年各家庭收入等级在城市家庭占比情况 132

图表 50 2004-2011年中国奢侈品市场规模及全球份额占比 132

图表 51 奢侈品消费对应家庭收入占比情况 132

图表 52 奢侈品消费的增长主要由富裕阶层和中产阶级推动 133

图表 53 2010年内地最具奢侈品消费潜力十大城市 134

图表 54 最具奢侈品消费力十大城市2010年人均可支配收入及GDP增长率 134

图表 55 2006-2011年中国拍卖企业资质评定结果统计 137

图表 56 2007-2011年中国拍卖行业成交总额变化趋势图 139

图表 57 2007-2011年中国拍卖行业各季度成交总额统计 139

图表 58 2011年按拍卖标的种类划分的市场经营情况 141

图表 59 2011年按拍卖标的种类划分的市场结构 141

图表 60 2010-2011年中国拍卖各委托部门业务变化情况 142

图表 61 2011年中国拍卖业务来源结构 142

图表 62 2011年中国拍卖业务区域格局 143

图表 63 2009-2011年中国主要省区拍卖市场格局 143

图表 64 2010-2011年各季度中国房地产拍卖业务情况 144

图表 65 2011年中国房地产拍卖业务来源结构 145

图表 66 拍卖企业对各类房、地业务的参与度比较 146

图表 67 2007-2011年中国机动车拍卖业务情况 147

图表 68 2011年机动车拍卖业务的委托结构 147

图表 69 2011年中国各区域文物艺术品拍卖市场份额	150
图表 70 2009-2011年股权、债券拍卖成交总额统计	152
图表 71 2009-2011年无形资产拍卖成交总额统计	152
图表 72 2009-2011年法院委托拍卖成交额统计	152
图表 73 2009-2011年个人委托拍卖成交额统计	153
图表 74 2009-2011年政府部门委托拍卖成交额统计	153
图表 75 2009-2011年金融机构委托拍卖成交额统计	153
图表 76 2009-2011年破产清算委托拍卖成交额统计	153
图表 77 2009-2011年其他机构委托拍卖成交额统计	154
图表 78 2010-2011年各类业务对成交增长的贡献情况	154
图表 79 2011年中国各类拍卖业务佣金情况统计	155
图表 80 2011年中国各委托方佣金情况统计	156
图表 81 2011年中国拍卖企业资质评定比例结构	163
图表 82 2010年海外艺术品拍卖前十名	178
图表 83 2010年秋中国艺术品拍卖市场成交情况	179
图表 84 2011年春中国艺术品拍卖市场成交情况	179
图表 85 2011年秋中国艺术品拍卖市场成交情况	180
图表 86 2011年春拍各艺术品类成交额占比	181
图表 87 2011年春拍各艺术品类成交量占比	182
图表 88 2000-2011年中国书画、瓷杂、油画及当代艺术市场份额趋势图	182
图表 89 2000-2011年三大艺术品类成交额占比曲线图	184
图表 90 2011年秋各艺术品类成交额占比	184
图表 91 2011年秋各艺术品类成交量占比	184
图表 92 2007-2011年不同价格区间中国艺术品拍品数量	186
图表 93 2000-2011年中国书画拍卖市场成交趋势图	192
图表 94 2011年春入围中国艺术品拍卖高价TOP100——中国古代书画榜单	193
图表 95 2011年春中国近现代名家指数呈上升趋势	196
图表 96 2011年春入围中国艺术品拍卖高价TOP100——中国近现代书画榜单	196
图表 97 2011年春当代中国国画100 指数上升趋势明显	199
图表 98 2011年春入围中国艺术品拍卖高价TOP100--中国当代书画榜单	199
图表 99 2000-2011年齐白石书画市场行情走势图	202
图表 100 2000-2011年春齐白石书画指数	203

图表 101 2003-2011年不同价格区间齐白石书画作品数量 203

图表 102 近年齐白石书画拍卖TOP20 204

图表 103 2000-2011年张大千书画市场行情趋势图 207

图表 104 2000-2011年张大千书画指数趋势图 207

图表 105 张大千书画拍卖TOP20榜单 207

图表 106 2000-2011年吴冠中作品拍卖市场总体走势 210

图表 107 2002-2011年春不同价格区间吴冠中作品数量 210

图表 108 吴冠中作品拍卖TOP20榜单 211

图表 109 2000-2011年瓷器杂项拍卖市场成交数量、成交总额趋势图 213

图表 110 2000-2011年瓷器拍卖市场成交趋势图 214

图表 111 2000-2011年古琴拍卖市场总体走势图 222

图表 112 近年古琴拍卖TOP20榜单 223

图表 113 2000-2011年黄花梨家具拍卖市场行情趋势图 230

图表 114 近年黄花梨家具拍卖TOP20 230

图表 115 2000-2011年油画及当代艺术成交总体情况趋势图 233

图表 116 2011年春油画100指数变化趋势 233

图表 117 2011年春入围中国艺术品拍卖高价TOP100——油画及当代艺术榜单 233

图表 118 2011-2012年中国房地产开发景气指数趋势图 235

图表 119 2006-2012年中国房地产开发投资累计完成情况 236

图表 120 2005-2012年全国房地产开发企业资金来源构成情况 237

图表 121 2006-2012年房地产开发企业资金总额增长趋势图 237

图表 122 2006-2012年中国房地产商品房施工面积增长趋势图 238

图表 123 2006-2012年中国房地产商品房新开工面积增长趋势图 238

图表 124 2006-2012年中国房地产商品房竣工面积增长趋势图 239

图表 125 2006-2012年中国房地产商品房销售趋势图 240

图表 126 房地产拍卖过的种类占比 248

图表 127 2000-2011年中国民用汽车保有量统计 256

图表 128 2006-2011年中国民用汽车保有量增长趋势图 256

图表 129 2000-2011年中国私人汽车保有量和增长率统计 257

图表 130 2000-2010年公路运营汽车保有量和增长率统计 257

图表 131 2005-2010年中国公路运营汽车保有量增长趋势图 258

图表 132 2006-2011年中国二手车交易市场增长趋势图 259

图表 133 2010-2011年中国土地使用权拍卖成交趋势图 274

图表 134 2011年土地使用权拍卖业务来源结构 274

图表 135 2006-2010年国有建设用地使用权招拍卖成交情况 275

图表 136 2004-2011年中国网民规模与普及率变化趋势图 289

图表 137 2007-2010年中国各年龄段人群互联网普及率变化趋势图 290

图表 138 2007-2011年各学历人群互联网普及率变化趋势图 290

图表 139 2007-2011年中国网络购物市场用户规模增长趋势图 291

图表 140 2010-2011年中国网络购物市场交易规模季度增长情况 292

图表 141 2006-2011年中国第三方网上支付交易规模增长趋势图 293

图表 142 2011年中国第三方网上支付核心企业交易规模市场份额图 294

图表 143 网络拍卖信息系统架构示意图 297

图表 144 2006-2011年北京市地区生产总值增长趋势图 305

图表 145 北京市文物拍卖企业名录 308

图表 146 2006-2011年上海市地区生产总值增长趋势图 311

图表 147 2006-2011年江苏省地区生产总值增长趋势图 320

图表 148 江苏省主要拍卖公司名录 321

图表 149 2006-2011年浙江省地区生产总值增长趋势图 325

图表 150 浙江省主要拍卖公司名录 326

图表 151 2006-2011年山东省地区生产总值增长趋势图 332

图表 152 山东省主要拍卖企业名录 333

图表 153 2006-2011年广东省地区生产总值增长趋势图 345

图表 154 2011年广东省分区域主要经济指标 345

图表 155 2011年广东省年末人口情况统计 346

图表 156 广东省主要拍卖企业名录 347

图表 157 广东省拍卖行业"十二五"发展规划表 357

图表 158 2006-2011年四川省地区生产总值增长趋势图 359

图表 159 四川省内主要拍卖企业名录 361

图表 160 2008-2011年四川省拍卖成交额变化 365

图表 161 2008-2011年四川省拍卖成交过亿企业数及成交变化 366

图表 162 2010-2011年四川省拍卖标的类型成交变化 366

图表 163 2011年度四川省拍卖委托部门标的成交明细表 367

图表 164 2010-2011年四川省主要地区拍卖成交比较表 367

图表 165 2008-2011年四川省拍卖平均成交额变化 368

图表 166 2011年黑龙江人口主要构成情况表 371

图表 167 2010-2011年黑龙江省按委托对象拍卖交易额统计 372

图表 168 2010-2011年黑龙江省按拍卖标的拍卖交易额统计 372

图表 169 2006-2011年辽宁省地区生产总值增长趋势图 378

图表 170 辽宁省主要拍卖企业名录 379

图表 171 2006-2011年福建省地区生产总值增长趋势图 382

图表 172 福建省主要拍卖企业名录 382

图表 173 "十二五"福建省拍卖行业企业控制数 388

图表 174 "十二五"福建省拍卖行业分公司控制数 388

图表 175 2006-2011年湖北省地区生产总值增长趋势图 389

图表 176 2007—2011年安徽省地区生产总值增长趋势图 393

图表 177 安徽省主要拍卖企业名录 394

图表 178 2006-2011年河南省地区生产总值增长趋势图 396

图表 179 河南省主要拍卖企业名录 397

图表 180 中国嘉德国际拍卖有限公司组织机构 408

图表 181 中国嘉德国际拍卖有限公司业务范围 408

图表 182 嘉禾连锁机构分布情况表 417

图表 183 中联国际拍卖有限公司组织架构 422

图表 184 中联国际拍卖有限公司业务结构 423

图表 185 中国西泠印社拍卖有限公司业务范围情况表 435

图表 186 中国西泠印社拍卖有限公司业务资质荣誉表 436

图表 187 北京中拓国际拍卖有限公司组织机构 440

图表 188 北京中拓国际拍卖有限公司经营业务表 440

图表 189 北京科技园拍卖招标有限公司组织架构 442

图表 190 北京中招国际拍卖有限公司组织架构表 445

图表 191 未来四方集团拍卖有限公司组织架构表 449

图表 192 上海国际商品拍卖有限公司组织机构 451

图表 193 上海拍卖行有限责任公司组织机构 453

图表 194 上海金磐拍卖有限公司组织架构 459

图表 195 广东省拍卖行有限公司组织机构 463

图表 196 福建省宸万和拍卖行有限公司组织机构 477

图表 197 福建省鹏翰拍卖有限公司组织结构图 479
图表 198 山东金诺拍卖有限公司组织结构图 484
图表 199 山东光彩银星拍卖有限公司组织架构图 489
图表 200 湖北诚信拍卖有限公司组织架构图 499
图表 201 广西正槌拍卖有限责任公司组织架构图 502
图表 202 海南亚奥国际拍卖有限公司拍卖成交案例 506
图表 203 四川省瑞诚拍卖有限公司组织架构 508
图表 204 四川省嘉士利拍卖有限公司组织架构图 511
图表 205 陕西天龙拍卖行有限公司组织架构图 516
图表 206 新疆嘉盛拍卖有限公司分公司情况 521
图表 207 2015-2020年拍卖行业成交总额预测趋势图 528
图表 208 2016年中国拍卖业务种类结构预测 529
图表 209 2015-2020年土地使用权拍卖成交总额预测趋势图 529
图表 210 2015-2020年房地产拍卖成交总额预测趋势图 530
图表 211 2015-2020年艺术品拍卖成交总额预测趋势图 530
图表 212 2015-2020年机动车拍卖成交总额预测趋势图 531
图表 213 2015-2020年农产品拍卖成交总额预测趋势图 532
图表 214"十二五"时期中国经济社会发展主要指标

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/248617.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。