

<<艺术品市场概论>>

图书基本信息

书名：<<艺术品市场概论>>

13位ISBN编号：9787112130276

10位ISBN编号：7112130271

出版时间：2011-7

出版时间：中国建筑工业出版社

作者：陶宇

页数：302

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>

<<艺术品市场概论>>

内容概要

由陶宇编著的《艺术品市场概论》阐述了艺术品市场研究的对象与理论方法，从艺术品的生产、交易、消费与画廊、拍卖、艺术博览会经营等方面分析引导艺术品市场持续发展的基本经济规律。

《艺术品市场概论》同时强调原理的分析与应用，而不仅是抽象的理论阐述，作者为此尽量使用通俗易懂的写作语言，加入了最新的资料与图片。

在每章的结尾部分还相应设置了“案例研究”、“新闻摘录”、“问题与实践”等内容，使读者懂得如何将原理应用于艺术品市场的实践。

<<艺术品市场概论>>

书籍目录

致读者

第1章 揭开艺术品市场的谜团

1.1 市场的力量

1.2 本书研究的范围

1.2.1 艺术品价格研究

1.2.2 艺术品消费研究

1.2.3 艺术品生产者研究

1.2.4 艺术中介组织研究

1.2.5 非营利性机构研究

参考资料 艺术品市场研究的关注热点

1.3 结论

内容回顾

问题与实践

第2章 像学者一样思考

2.1 学术的价值与尺度

2.1.1 经济学与艺术品市场研究

2.1.2 心理学与艺术品市场研究

2.1.3 统计学与艺术品市场研究

2.1.4 社会学与艺术品市场研究

2.1.5 管理学与艺术品市场研究

2.2 审美的价值和尺度

2.2.1 中外艺术史与艺术品市场研究

2.2.2 美学与艺术品市场研究

2.3 结论

内容回顾

问题与实践

注释

第3章 艺术品产业

3.1 古代的艺术品市场

3.2 艺术品产业

3.2.1 艺术品产业的财富效应

3.2.2 经营主体的变化

3.2.3 艺术品产业的从业规模

3.2.4 艺术品市场的全球化

3.2.5 艺术品产业与国民经济一体化

新闻摘录 艺术品市场逐渐迎来资本运作的时代

3.3 结论

内容回顾

问题与实践

注释

第4章 艺术品产业聚集

4.1 产业中心的形成

4.1.1 生产优势

4.1.2 资源优势

4.1.3 消费优势

<<艺术品市场概论>>

- 4.1.4 资本优势
- 4.1.5 政策优势
- 4.1.6 市场优势
- 4.2 产业聚集的竞争优势
 - 4.2.1 产业区内部的成本优势
 - 4.2.2 产品差异化优势
 - 4.2.3 区域网络优势
 - 4.2.4 知名度优势
 - 4.2.5 产业聚集的创新优势
- 4.3 主要产业聚集区
 - 4.3.1 北京地区
 - 4.3.2 长江三角洲地区
 - 4.3.3 珠江三角洲地区
 - 4.3.4 成渝地区
- 案例研究 798艺术区调研报告
- 4.4 结论
 - 内容回顾
 - 问题与实践
 - 注释
- 第5章 艺术品的价值与价格
 - 5.1 艺术品的审美价值
 - 5.1.1 需要层次理论
 - 5.1.2 美感与自我实现
 - 5.2 艺术品的价格
 - 5.2.1 价格的形成
 - 5.2.2 宏观经济对价格的影响
 - 5.2.3 广告效应
 - 5.2.4 其他因素
 - 新闻摘录 影响价格的因素
 - 5.3 结论
 - 内容回顾
 - 问题与实践
 - 注释
- 第6章 艺术品投资
 - 6.1 艺术品投资的增值效应
 - 6.2 艺术品投资与其他领域的比较
 - 6.3 艺术品价格指数
 - 6.3.1 中艺指数 (AMI)
 - 6.3.2 雅昌书画拍卖指数 (AAMI)
 - 6.3.3 梅摩指数 (Mei&Moses Fine Art Price Indices)
 - 6.3.4 指数系统的比较分析
 - 6.4 艺术品投资基金
 - 6.4.1 运作方式
 - 6.4.2 策略和风险
 - 6.4.3 艺术品投资基金的实践
 - 6.4.4 艺术品投资基金的双刃剑
 - 案例研究 练习撰写投资报告

<<艺术品市场概论>>

6.5 结论

内容回顾

问题与实践

注释

第7章 艺术品收藏

7.1 中外的艺术品收藏

7.2 近代艺术品的几次浩劫

7.3 收藏家的使命

新闻摘录 几位当代收藏家

参考资料 2007年度世界200位重量级收藏家

7.4 结论

内容回顾

问题与实践

注释

第8章 艺术品消费

8.1 艺术品消费动机

8.1.1 个人购买者的动机

8.1.2 企业购买者的动机

8.2 影响消费的因素

8.2.1 经济基础

8.2.2 购买力差异

8.2.3 社会文化、制度因素

8.3 营销的观念

8.3.1 商业社会的消费心理

8.3.2 市场细分

案例研究 虚荣心激发的竞争欲望

8.4 结论

内容回顾

问题与实践

注释

第9章 艺术品生产

9.1 艺术创作与艺术生产

9.2 艺术品生产的主体

9.3 艺术生产与市场定位

9.3.1 消费为导向

9.3.2 鲜明的风格

9.3.3 熟练的技巧

9.4 流行中的几种风格倾向

9.4.1 当代油画市场

9.4.2 当代国画市场

9.4.3 当代雕塑市场

新闻摘录 “80后画家”：处于艺术、市场之间

9.5 结论

内容回顾

问题与实践

注释

第10章 画廊

<<艺术品市场概论>>

10.1 画廊的形成与发展

- 10.1.1 画廊的种类
- 10.1.2 画廊的发展
- 10.1.3 未来的趋势

10.2 画廊的运作

- 10.2.1 画廊与艺术家的合作
- 10.2.2 如何推广艺术家
- 10.2.3 画廊的功绩

10.3 画廊的市场定位与经营理念

- 10.3.1 特色经营与市场定位
- 10.3.2 经营理念

案例研究 发现沙耆

10.4 结论

内容回顾

问题与实践

注释

第11章 艺术品拍卖

11.1 艺术品拍卖的方式

11.2 艺术品拍卖程序

- 11.2.1 总体策划
- 11.2.2 准备拍品
- 11.2.3 宣传预展与个别推销
- 11.2.4 拍卖成交
- 11.2.5 交付结清

11.3 世界主要艺术品拍卖企业

- 11.3.1 苏富比拍卖公司
- 11.3.2 佳士得拍卖公司
- 11.3.3 两大公司的竞争优势

11.4 中国艺术品拍卖的发展现状

参考资料 中国艺术品拍卖大事记

11.5 结论

内容回顾

问题与实践

注释

第12章 艺术博览会

12.1 艺术博览会的历史及种类

12.2 艺术博览会的功能

- 12.2.1 促进商业信息的交流
- 12.2.2 培育艺术品市场
- 12.2.3 促进创作繁荣
- 12.2.4 提高城市知名度

12.3 艺术博览会的举办程序

- 12.3.1 总体规划
- 12.3.2 展览招募
- 12.3.3 手续办理
- 12.3.4 推广宣传
- 12.3.5 会场布置

<<艺术品市场概论>>

12.3.6 展期管理

12.3.7 后续工作

12.4 世界主要艺术博览会

12.4.1 欧洲

12.4.2 美国

12.4.3 亚洲及其他地区

12.5 中国内地的艺术博览会及其发展

案例研究 满足家庭主妇装饰需求的市场定位

12.6 结论

内容回顾

问题与实践

注释

附录 艺术市场专业的课程建设与思路培养

参考书目

<<艺术品市场概论>>

编辑推荐

人们经常从媒体的报道中听到艺术品的拍卖价格屡次刷新纪录的消息，为什么貌似平凡的艺术品会如此昂贵？

它们的价值究竟在哪里？

名不见经传的艺术家如今占据了当代艺术品成交价格前几名的位置。

谁在收藏他们的作品，是谁推高了他们作品的价格？

昔日游人如织的艺术博览会、798，现在却变得格外冷清，外资撤离、画廊倒闭。

……是什么力量支配着艺术品市场的酝酿、启动、发展、繁荣、衰落？

由陶宇编著的《艺术品市场概论》概述了艺术品市场发展的基本规律，分析其中曾经发生的事情及酝酿中的变化。

使那些对艺术品市场感兴趣的人们，已游弋其中的人们，准备投身于此的学子们了解即将身处的环境，以清醒的头脑参与其中。

<<艺术品市场概论>>

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>