

2021-2027年中国拍卖行业 深度研究与前景趋势报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2021-2027年中国拍卖行业深度研究与前景趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1301/202103/02-389301.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

拍卖(auction) 是专门从事拍卖业务的拍卖行接受货主的委托，在规定的时间与场所，按照一定的章程和规则，将要拍卖的货物向买主展示，公开叫价竞购，最后由拍卖人把货物卖给出价最高的买主的一种现货交易方式。

由于拍卖市场竞争逐渐加剧，网络电商平台的兴起等诸多因素的影响，拍卖市场企业数量的动态调整趋势更加显著。 2013-2018年中国拍卖企业数量

数据来源：公开资料整理 2015-2019年前5月年中国拍卖行业成交额及增速

数据来源：公开资料整理

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国拍卖行业深度研究与报告》共十四章。首先介绍了拍卖行业市场发展环境、拍卖整体运行态势等，接着分析了拍卖行业市场运行的现状，然后介绍了拍卖市场竞争格局。随后，报告对拍卖做了重点企业经营状况分析，最后分析了拍卖行业发展趋势与投资预测。您若想对拍卖产业有个系统的了解或者想投资拍卖行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 拍卖行业的相关概述

第一节 拍卖行业的概述

一、拍卖的相关定义

二、拍卖的基本特点

三、拍卖业务流程分析

四、拍卖行主要拍卖方式

五、拍卖行一般经营范围

第二节 拍卖企业资质评估指标

一、拍卖企业的规范性

二、拍卖企业的诚信度

三、企业持续发展能力

四、拍卖企业经营规模

五、拍卖企业社会贡献

第三节 拍卖关联行业发展分析

一、资产评估行业发展分析

二、担保市场发展状况分析

三、2019年银行业发展分析

四、典当行业业务发展分析

第二章 2019年国际拍卖行业发展分析

第一节 国际拍卖市场发展现状

一、2019年全球十大拍卖纪录分析

二、全球拍卖成交价最高的艺术品

三、国际当代艺术市场拍卖成交额

四、伦敦当代艺术拍卖获巨大成功

第二节 全球艺术品拍卖市场分析

一、艺术品拍卖市场国际环境

二、全球艺术品拍卖市场规模

三、全球艺术品拍卖价格走势

四、全球艺术品拍卖市场结构

（一）按国家市场结构分析

（二）按拍卖行的市场结构

（三）按艺术门类市场结构

（四）按时期市场结构分布

第三节 世界主要国际拍卖行业发展分析

一、英国拍卖市场主要特征分析

二、独具特色法国拍卖行业分析

三、荷兰花荷拍卖市场稳定增长

四、德国艺术市场拍卖现状分析

第四节 国际知名拍卖行发展现状分析

一、苏富比拍卖行

（一）企业发展基本情况

（二）企业经营状况分析

（三）企业业务经营范围

(四) 企业在华业务分析

(五) 企业经营策略解析

二、佳士得拍卖行

(一) 企业发展状况简述

(二) 企业经营现状分析

(三) 企业业务范围分析

(四) 企业在华业务拓展

(五) 企业经营策略解析

三、利氏兄弟拍卖行

(一) 企业发展状况简述

(二) 企业经营现状分析

(三) 企业业务范围分析

(四) 企业业务拓展情况

(五) 企业经营策略解析

四、格里塞巴赫

(一) 企业发展基本情况

(二) 企业业务经营范围

(三) 企业经营状况分析

(四) 企业经营策略分析

第三章 2019年中国拍卖行业市场运行环境分析

第一节 2019年宏观经济环境分析

一、2019年中国GDP增长情况分析

二、2019年工业经济发展形势分析

三、2019年全社会固定资产投资分析

四、2019年社会消费品零售总额分析

五、2019年城乡居民收入与消费分析

六、2019年对外贸易的发展形势分析

第二节 拍卖行业政策环境分析

一、拍卖行业监管体制分析

二、拍卖行业相关法律法规

(一) 《中华人民共和国拍卖法》

- (二) 《文物拍卖管理暂行规定》
- (三) 《文物艺术品拍卖规程》
- (四) 《拍卖管理办法》
- (五) 《外商投资拍卖企业的规定》

三、拍卖行业相关税收政策

第三节 拍卖行业社会环境分析

一、国内私人财富市场分析

- (一) 私人财富蕴含巨大市场价值
- (二) 高净值人群数量构成情况
- (三) 高净值人群地域分布情况
- (四) 高净值人士财富管理渠道
- (五) 高净值人群投资行为研究

二、国内奢侈品消费市场分析

- (一) 中国奢侈品消费增长迅猛
- (二) 奢侈品消费人群年龄趋向
- (三) 奢侈品市场呈现趋势分析
- (四) 奢侈品市场增长空间广阔

第四章 中国拍卖行业发展状况分析

第一节 中国拍卖行业发展现状

- 一、中国拍卖行业发展概述
- 二、拍卖企业资质评定情况
- 三、拍卖企业新业务探索涌现
- 四、政府与机构助推拍卖发展

第二节 拍卖行业经营状况分析

- 一、国内拍卖成交规模分析
- 二、拍卖行业业务结构分析
 - (一) 拍卖业务种类结构分析
 - (二) 拍卖业务来源结构分析
 - (三) 拍卖区域市场结构分析
- 三、按种类细分业务经营状况
 - (一) 房地产拍卖业务分析

- (二) 机动车拍卖业务分析
- (三) 文物艺术品拍卖分析
- (四) 农副产品拍卖业务分析
- (五) 股权债权拍卖业务分析
- (六) 无形资产拍卖业务分析

四、按业务来源细分经营状况

- (一) 法院委托拍卖业务分析
- (二) 个人委托拍卖业务分析
- (三) 政府部门委托拍卖业务
- (四) 金融机构委托拍卖业务
- (五) 破产清算拍卖业务分析
- (六) 其他机构委托拍卖业务

五、拍卖行业细分市场贡献率

- (一) 按种类细分业务贡献率
- (二) 拍卖业务佣金情况分析
- (三) 不同委托方的佣金情况
- (四) 拍卖行业税收社会贡献

第三节 拍卖存在问题及发展策略

一、拍卖行业发展存在的问题

- (一) 拍卖法律法规仍不完善
- (二) 从业人员整体素质不高
- (三) 政府部门职能定位不明
- (四) 拍卖市场恶性竞争严重

二、拍卖行业发展策略及建议

- (一) 健全完善拍卖行业法律体系
- (二) 培养和造就高素质拍卖人才
- (三) 转变政府职能为拍卖业服务
- (四) 加快拍卖企业建设拓展市场

第五章 中国拍卖行业市场竞争格局分析

第一节 国内拍卖行业市场竞争状况

一、国内拍卖市场竞争形式分析

二、拍卖企业激增市场竞争加剧

三、拍卖行梯队差异化竞争显现

第二节 国内拍卖市场集中度分析

一、拍卖行业市场集中度分析

二、拍卖行业资本集中度分析

三、国内拍卖企业集中度分析

第三节 艺术品拍卖区域竞争格局分析

一、港澳台拍卖市场竞争力分析

二、京津唐拍卖市场竞争力分析

三、长三角拍卖市场竞争力分析

四、珠三角拍卖市场竞争力分析

第四节 中国拍卖行业市场竞争策略分析

第六章 中国艺术品拍卖市场发展分析

第一节 国内艺术品市场分析

一、中国艺术品市场发展现状

二、中国艺术品市场发展状态

三、国内艺术品消费群体分析

四、艺术品市场发展基本特征

五、艺术品市场发展趋势分析

第二节 中国艺术品拍卖市场概述

一、中国艺术品拍卖的历史

二、艺术品拍卖市场发展阶段

三、艺术品拍卖市场发展现状

四、中国艺术品拍卖具体特征

五、艺术品拍卖企业经营特点

第三节 国内艺术品拍卖市场分析

一、海外艺术品拍卖市场状况

二、艺术品拍卖成交情况分析

2019年，中国艺术品拍卖市场各价位区间均出现不同程度的缩水，其中尤以亿元区间的成交萎缩最为明显。2019年亿元以上区间共成交6件拍品，同比下降53.85%，成交总额则减少了50.62%。降幅较大的区间还有5000万至1亿元（不含亿元）区间，共成交21件，同比2018年

减少7件，成交总额跌幅为18.42%；100万-500万区间缩水也较为明显，成交量、成交总额同比下降24.28%、27.44%。2019年，5000万-1亿元各地区成交件数对比

数据来源：公共资料整理2019年，5000万-1亿元各品类成交件数对比

数据来源：公共资料整理

（一）2019年秋拍市场成交额

（二）2019年春拍市场成交额

（三）2019年秋拍市场成交额

三、艺术品拍卖市场结构分析

（一）艺术品春拍市场结构

（二）艺术品秋拍市场结构

（三）艺术品市场结构趋势

四、不同价格艺术品拍品数量

第四节 国内艺术品拍卖市场特点

一、海外回流趋势进一步加强

二、实力买家企业收藏显头角

三、藏家专场成拍卖市场亮点

四、香港艺术市场仍具有优势

五、艺术市场金融化趋势凸显

第五节 国内书画拍卖市场分析

一、国内书画拍卖市场总体状况

二、古代中国书画拍卖市场分析

三、近现代书画拍卖市场分析

四、中国当代书画拍卖市场分析

五、书画名家作品拍卖市场分析

（一）齐白石书画市场行情分析

（二）张大千书画市场行情分析

（三）吴冠中书画艺术市场分析

第六节 瓷器杂项拍卖市场分析

一、国内瓷器拍卖市场稳中有升

二、2019年瓷器杂项类成交情况

三、瓷器高估突出致明星拍品遇冷

四、当代玉器拍卖市场行情走势

五、杂项热门品类市场渐成气候

六、翡翠成品拍卖市场行情分析

第七节 国内古琴拍卖市场分析

一、古琴拍卖市场发展历程

二、申遗成功古琴成新宠

三、古琴高价频现因素分析

四、国内古琴拍卖市场分析

五、国内古琴拍卖大事记

六、古琴拍卖市场前景分析

第八节 古典家具拍卖市场分析

一、古典家具特质及投资特点

二、古典家具现身各级拍卖场

三、古典家具拍卖市场行情分析

四、国内古典家具拍卖创新高

五、黄花梨家具拍卖市场分析

第九节 油画及当代艺术拍卖市场

第七章 2019年中国房地产拍卖市场分析

第一节 中国房地产市场运行分析

一、中国房地产开发景气指数

二、中国房地产开发投资情况

三、房地产开发企业资金来源

四、商品房屋建筑与销售情况

第二节 国内房地产拍卖市场现状

一、房地产拍卖相关概述

(一) 房地产拍卖的概述

(二) 拍卖中房地产来源

(三) 房地产拍卖的流程

(四) 房地产拍卖的原则

(五) 房地产拍卖的税费

二、房地产拍卖的具体条件

(一) 房地产拍卖标的具备条件

(二) 房地产拍卖竞买人的条件

三、房地产拍卖市场迅速崛起

四、房地产拍卖中存在的问题

第三节 房地产拍卖业务开展情况

一、房地产拍卖业务地域特征分析

二、企业对房地产拍卖业务参与度

三、房地产拍卖在企业经营中地位

四、房地产拍卖佣金水平分布情况

第四节 房地产拍卖中应注意的环节

一、准确界定拍卖房地产的权属

二、合理确定房地产的拍卖底价

三、明确拍卖成交后的资产移交

四、拍卖规则成交确认尽量细致

五、提供完善的房地产拍后服务

第五节 房地产拍卖市场发展策略分析

一、房地产拍卖核心竞争力分析

二、房地产拍卖企业的优劣势分析

三、房地产拍卖企业业务拓展考虑

四、房地产拍卖企业发展策略分析

第八章 2019年中国机动车拍卖市场分析

第一节 国内机动车拍卖市场环境

一、中国机动车保有量分析

二、国内民用汽车保有量分析

三、国内私人汽车保有量分析

四、公路营运汽车拥有量分析

第二节 国内二手车交易市场分析

一、二手车交易市场相关概述

(一) 二手车交易市场的内涵

(二) 二手车交易市场的功能

(三) 二手车交易市场的形式

二、国内二手车交易规模分析

三、国内二手车市场发展特点

四、中国二手车市场发展对策

第三节 机动车拍卖市场相关概述

一、二手车拍卖的定义与原则

二、机动车拍卖主要优势分析

三、国内机动车拍卖主要流程

四、机动车拍卖中心主要业务

五、机动车拍卖应注意的问题

第四节 国内机动车拍卖市场分析

一、机动车拍卖业务增长原因

二、国内二手车拍卖市场现状

三、风投涉足二手车拍卖网站

四、车商大力支持二手车拍卖

第五节 国内二手车拍卖市场前景

第九章 2019年中国其他领域拍卖市场分析

第一节 国内土地使用权拍卖

一、土地使用权拍卖相关概述

二、土地使用权拍卖主要程序

三、土地使用权拍卖公证审查

四、土地使用权拍卖相关法规

五、土地使用权办理程序及流程

(一) 土地使用权拍卖前期工作

(二) 土地使用权拍卖操作程序

(三) 土地使用权拍卖后期工作

六、土地使用权拍卖市场分析

(一) 土地使用权拍卖市场现状

(二) 土地使用权拍卖成交总额

(三) 土地使用权拍卖业务结构

(四) 国有建设用地使用权拍卖

(五) 土地拍卖区域市场新动向

第二节 国有资产拍卖市场分析

- 一、国有资产拍卖登记程序
- 二、国有资产评估相关程序
- 三、国有资产产权拍卖程序
- 四、规范国有资产拍卖相关建议
- 五、国有企业破产资产拍卖探讨
- 第三节 无形资产拍卖市场分析
 - 一、无形资产拍卖的相关概述
 - 二、无形资产拍卖的运作要素
 - 三、无形资产拍卖的发展现状
 - 四、无形资产拍卖将逐渐兴起
 - 五、无形资产拍卖的市场前景
- 第四节 葡萄酒拍卖市场分析
 - 一、葡萄酒拍卖的主要优点
 - 二、全球主流葡萄酒拍卖行
 - 三、全球葡萄酒拍卖市场现状
 - 四、葡萄酒拍卖市场发展特点
 - 五、葡萄酒拍卖成投资新领域

第十章 2019年中国网络拍卖市场分析

第一节 国内网络拍卖市场环境

- 一、网民规模及互联网普及情况
- 二、中国网络购物用户规模分析
- 三、中国网络购物市场规模分析
- 四、中国网上支付交易规模分析
- 五、网上支付行业未来发展趋势

第二节 网络拍卖的相关概述

- 一、网络拍卖市场概述
- 二、网络拍卖交易特点
- 三、网络拍卖主要优点
- 四、网络拍卖信息系统架构

第三节 国内网络拍卖市场发展分析

- 一、拍卖企业开展网络拍卖状况

二、国内网络拍卖市场特点分析

三、国内网络拍卖规则建设情况

四、中国拍协网络拍卖平台介绍

五、国内艺术品网拍已渐成气候

第四节 网络拍卖价格形成及影响因素

一、网络拍卖价格的形成机制

二、网络拍卖价格的影响因素

三、拍卖评价信息对定价影响

四、网络拍卖的定价策略分析

第五节 网络拍卖市场发展策略分析

一、加强对网络拍卖行为监管

二、网络拍卖消费者选择策略

三、网络拍卖经营者策略分析

第十一章 2019年中国主要省区拍卖行业发展分析

第一节 北京市拍卖行业发展分析

一、北京市拍卖行业发展环境

二、北京市拍卖行业发展现状

三、北京市拍卖行业主要特点

四、北京市拍卖市场成交分析

五、北京市主要拍卖企业分析

第二节 上海市拍卖行业发展分析

一、上海市拍卖行业发展环境

二、上海市拍卖行业发展现状

三、上海房地产拍卖成交情况

四、上海市拍卖行业配套政策

五、上海市拍卖市场发展态势

第三节 江苏省拍卖行业发展分析

一、江苏省拍卖行业发展环境

二、江苏省拍卖行业发展现状

三、江苏省拍卖行业发展特点

四、江苏省拍卖区域市场分析

第四节 浙江省拍卖行业发展分析

- 一、浙江省拍卖行业发展环境
- 二、浙江省拍卖行业发展现状
- 三、浙江省主要拍卖企业分析
- 四、浙江省拍卖行业配套政策
- 五、浙江省拍卖成交情况分析
- 六、浙江省拍卖佣金收入分析

第五节 山东省拍卖行业发展分析

- 一、山东省拍卖行业发展环境
- 二、山东省拍卖行业发展现状
- 三、山东省主要拍卖企业分析
- 四、山东省拍卖行业配套政策
- 五、山东省拍卖市场成交情况

第六节 广东省拍卖行业发展分析

- 一、广东省拍卖行业发展环境
- 二、广东省拍卖行业发展现状
- 三、广东省主要拍卖企业分析
- 四、广东省拍卖行业主要问题
- 五、广东省拍卖行业发展规划
- 六、广东省拍卖行业发展任务

第七节 四川省拍卖行业发展分析

- 一、四川省拍卖行业发展环境
- 二、四川省拍卖行业配套政策
- 三、四川省拍卖行业发展现状
- 四、四川省拍卖行业发展分析
- 五、四川省拍卖经营比较分析
- 六、四川省拍卖行业经营特点

第八节 黑龙江拍卖行业发展分析

- 一、黑龙江拍卖行业发展环境
- 二、黑龙江拍卖行业发展现状
- 三、黑龙江拍卖行业配套政策
- 四、黑龙江拍卖行业发展概述

五、黑龙江拍卖行业发展形势

六、黑龙江拍卖行业发展策略

第九节 辽宁省拍卖行业发展分析

一、辽宁省拍卖行业发展环境

二、辽宁省拍卖行业发展概述

三、辽宁省主要拍卖企业分析

四、辽宁省拍卖市场发展态势

第十节 福建省拍卖行业发展分析

一、福建省拍卖行业发展环境

二、福建省拍卖行业发展现状

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

五、福建省拍卖行业发展规划

第十一节 湖北省拍卖行业发展分析

一、湖北省拍卖行业发展环境

二、湖北省拍卖行业发展现状

三、湖北省拍卖市场成交情况

四、湖北文物艺术品拍卖分析

五、湖北省拍卖行业发展态势

第十二节 安徽省拍卖行业发展分析

一、安徽省拍卖行业发展环境

二、安徽省拍卖市场发展规模

三、安徽省主要拍卖企业分析

四、安徽省拍卖行业发展态势

第十三节 河南省拍卖行业发展分析

一、河南省拍卖行业发展环境

二、河南省拍卖市场发展规模

三、河南省拍卖行业主要问题

四、河南省主要拍卖企业分析

第十二章 中国拍卖行业重点企业竞争力分析

第一节 中国嘉德国际拍卖有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业组织架构分析
- 三、企业业务范围分析
- 四、企业拍卖业绩分析
- 五、企业发展策略分析

第二节 北京保利国际拍卖有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业组织架构分析
- 三、企业业务范围分析
- 四、企业拍卖业绩分析
- 五、企业发展策略分析

第三节 北京翰海拍卖有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要组织机构
- 三、企业发展历程分析
- 四、企业主要业务范围
- 五、企业经营资质分析

第四节 北京嘉禾国际拍卖有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业资质荣誉情况
- 三、嘉禾连锁机构分布
- 四、嘉禾拍卖项目情况
- 五、嘉禾拍卖成功案例

第五节 中联国际拍卖有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、中联国际拍发展历程
- 三、中联国际拍组织架构
- 四、企业经营模式分析
- 五、中联国际拍业务范围

第六节 北京亚特兰国际拍卖有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、公司经营范围分析

三、企业经营优势分析

四、企业资质荣誉分析

第七节 北京荣宝拍卖有限公司

一、企业发展基本情况

二、荣宝拍卖组织结构

三、荣宝拍卖经营优势

四、荣宝拍卖资质荣誉

五、荣宝拍卖秋拍业绩

第八节 荣宝斋（上海）拍卖有限公司

一、企业发展基本情况

二、荣宝斋的发展历程

三、企业组织架构分析

四、企业经营理念分析

五、企业专场拍卖分析

第九节 中都国际拍卖有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要经营范围

三、组织结构分支机构

四、企业资质业务特色

五、企业经营主要优势

第十节 中国西泠印社拍卖有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业组织架构分析

三、企业经营业务范围

四、企业主要资质荣誉

五、企业拍卖专场分析

第十三章 2021-2027年中国拍卖行业发展前景分析

第一节 2021-2027年中国拍卖行业SWOT分析

一、中国拍卖行业发展优势分析

二、中国拍卖行业发展劣势分析

三、中国拍卖行业发展面临机遇

四、拍卖行业发展面临威胁分析

第二节 2021-2027年中国拍卖行业发展前景分析

一、拍卖行业面临的形势与机遇

二、拍卖行业的发展任务与目标

三、中国拍卖市场发展前景分析

第三节 2021-2027年中国拍卖市场前景预测分析

一、拍卖市场成交总额预测分析

二、中国拍卖业务种类结构预测

三、拍卖行业细分市场预测分析

（一）土地使用权拍卖前景分析

（二）房地产拍卖市场前景分析

（三）艺术品拍卖市场前景分析

（四）机动车拍卖市场前景分析

（五）农产品拍卖市场前景分析

第十四章 2021-2027年中国拍卖行业投资前景分析

第一节 2021-2027年中国拍卖行业投资环境分析

一、国内宏观经济发展环境分析（ ）

二、中国拍卖行业政策环境分析

三、中国拍卖行业发展保障措施

第二节 2021-2027年中国拍卖行业投资机会分析

一、艺术品拍卖成外资首选领域

二、未来玉器拍卖市场前景看好

三、古籍投资收藏市场机会分析

四、拍卖行业区域投资潜力分析

第三节 2021-2027年中国拍卖行业投资风险分析

一、宏观经济风险

二、法律政策风险

三、交割能力风险

四、拍卖欺诈风险

五、赝品风险分析

第四节 2021-2027年中国拍卖行业投资策略分析

图表目录：

图表 1 委托拍卖程序

图表 2 拍卖竞买流程示意图

图表 3 拍卖行主要拍卖方式

图表 4 拍卖企业规范性的具体项目和标准

图表 5 拍卖企业诚信度的具体项目和标准

图表 6 企业持续发展能力的具体项目和标准

图表 7 企业经营规模的具体项目和标准

图表 8 企业社会贡献的具体项目和标准

图表 9 2015-2019年银行业金融机构总量

图表 10 2015-2019年银行业金融机构负债总量

图表 11 2019年银行业金融机构收入结构图

图表 12 2019年全球十大拍卖交易纪录

图表 13 2019年全球拍卖成交价最高的艺术品前十名

图表 14 国际当代艺术市场主要国家拍卖成交额

图表 15 2015-2019年全球艺术品拍卖总额（美术类）趋势图

图表 16 2015-2019年全球艺术品拍卖价格演变趋势图

图表 17 全球艺术品拍卖额（美术类）按国家分布情况

图表 18 全球艺术品拍卖额（美术类）按拍卖行分布

图表 19 全球艺术品拍卖额（美术类）按艺术品门类分布

图表 20 全球艺术品（美术）拍卖额按时期分布

图表 21 2015-2019年苏富比拍卖行销售收入变化趋势图

图表 22 2015-2019年利氏兄弟拍卖行拍卖收入变化趋势图

图表 23 2015-2019年格里塞巴赫拍卖行成交额走势图

图表 24 2015-2019年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表 25 2015-2019年中国人均国内生产总值变化趋势图

图表 26 2015-2019年中国全部工业增加值及增长速度趋势图

图表 27 2019年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表 28 2019年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表 29 2015-2019年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表 30 2019年中国社会消费品零售总额同比增长趋势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1301/202103/02-389301.html>