

<<中国艺术品市场政策概论>>

图书基本信息

书名：<<中国艺术品市场政策概论>>

13位ISBN编号：9787514902365

10位ISBN编号：7514902368

出版时间：2011-12

出版时间：中国书店出版社

作者：西沐 著

页数：276

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>

## <<中国艺术品市场政策概论>>

### 内容概要

随着中国艺术品市场的不断发育与壮大，艺术产业及艺术经济可谓是方兴未艾。

中国艺术品市场从来未像今天这样受人关注，特别是随着艺术品资本及大众化投资化时代的来临，走出小众“秘玩”状态的中国艺术品收藏市场，正处在一个大发展、大繁荣的“十字路口”：一方面是新旧观念、新旧体制、新旧经验的交锋；另一方面是新的市场力量所面对的问题、困难与困惑急需破解。

可以说，中国艺术品市场的发展已经到了必须正视问题，关注热点、难点与重点的时候了，否则我们就会犯错失战略机遇的错误。

但这一切又取决于我们如何认识与研究中国艺术品市场规律，把握中国艺术品市场规律，并落实到真抓实干这一环节上。

在全社会的关注与积极的参与中，人们也越来越对中国艺术品市场的发展状况及存在的问题表现出无奈与不满。

其实，在中国艺术品市场的发展过程中，一直一个问题与困惑，那就是如何做大、做强中国艺术品资本市场。

在研究过程中我们深切地体会到，优化政策，制定一个战略与规划，解决两个发展的难点，抓住一核心，培育与建设两个体系、注重行业协会与标准规程的作用等是做大、做强中国艺术品市场的根本性前提。

## <<中国艺术品市场政策概论>>

### 书籍目录

前言 把握规律关注热点、难点、重点化政策使艺术品市场又快又好地发展

第一部分 中国艺术品市场政策概述

第一章 中国艺术品市场的发展与政策

第一节 中国艺术品市场概述和整体走势

第二节 中国艺术品市场发展的现状

第三节 中国艺术品市场正在面临新的转轨

第四节 中国艺术品市场主体出现了新困难与变化

第五节 中国艺术品市场发展的基本趋势

第六节 中国艺术品市场化的进程分析

第七节 中国艺术品市场发展的对策研究与政策分析

第二章 中国艺术品市场政策的产生与发展

第一节 中国艺术品市场政策发展的态势

第二节 改革开放30年中国艺术品市场政策反思

第三节 怎样才能做大做强中国艺术品市场

第三章 中国艺术品市场政策的研究对象、性质、内涵与作用

第一节 中国艺术品市场政策的概念、特点及作用

第二节 中国艺术品市场政策的研究对象

第三节 中国艺术品市场政策的研究性质

.....

第二部分 中国艺术品市场政策科学分析

第三部分 中国艺术品市场政策的研究方法

第四部分 中国艺术品市场政策的实证研究

## <<中国艺术品市场政策概论>>

### 章节摘录

第七节中国艺术品市场发展的对策研究与政策分析 1.提高认识,站在国家文化战略的高度,积极制订中国艺术品市场的发展战略规划,加大对中国艺术品市场扶持的力度 文化产业的经济效益和社会效益需要政府的扶持才能够充分实现。

通过及时而恰当的文化产业政策来推动这一战略性产业的快速发展,已是许多发达国家的共同经验。比如,设立国家文化和文化产业发展基金、制定文化产业发展纲要和特殊时期的文化振兴计划等。这主要有赖于政府部门从法律上扶持,加强法制建设,完善法律体系,强化对中国艺术品市场中介发展的重视,将对艺术品市场中介机构的发展提上议程,也将中国艺术品市场真正当作一种文化产业来发展,使中国艺术品市场中介机构的发展统一到正确的轨道上来。

当然,法律和法规的制定必须考虑到国情,若制订的相关法律可操作性不强,就有可能形同虚设。在完善艺术品市场相关法律法规的同时,还要增强从业者的法制意识,达到有法可依、有法必依。政府部门的大力扶持与艺术法规建设是促进中国艺术品市场中介发展的重要环节。

找到了中国艺术品市场建设的症结所在之后,采取什么样的对策进行解决是极其重要的。

在我们看来,提高认识,强化管理,重视人才培养与市场主体的能力建设,是中国艺术品市场得到不断发展的重要保证。

2.以科学发展观为指导,在中国艺术品市场发展战略规划的指导下,强化体制创新的力度,引导中国艺术品市场的培育、发展工作,提高全社会对中国艺术品市场的认识和参与度 中国艺术品市场正处在一个发展的关键时刻。

我们若要更好地抓住机遇,利用社会经济持续发展和文化产业方兴未艾的大好时机,就有必要在广泛调查与研究的基础上,制定符合实际情况、切实可行的发展规划,包括短期规划和较长期的规划。

规划可包括以下内容:明确中国艺术品市场定位;大力推广艺术品经纪代理模式;加强艺术品经营从业人员培训认证;结合当地文化建设和城市建设发展各地美术展览产业;在各地市倡导有特色的规模经营,积极引进资金,开发具有地域艺术特色或民间特色的艺术品经营,使之成为当地标志性文化项目,逐步改变企业散乱小差、经营结构原始、“摊贩式”销售、艺术家自产自销和“行活”假货泛滥的状况,努力走集约发展之路。

.....

<<中国艺术品市场政策概论>>

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>