

# 《中国画市场概论》

## 图书基本信息

书名：《中国画市场概论》

13位ISBN编号：9787806635223

10位ISBN编号：780663522X

出版时间：2008-6

出版社：中国书店出版社

页数：421

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《中国画市场概论》

## 内容概要

## 书籍目录

前言

绪论

第一节 中国画市场的概念、类型及特征

第二节 中国画市场的特点

第三节 中国画市场的作用

第四节 中国画市场国内外研究现状

第五节 中国画市场的研究内容及思路

第一章 中国画发展的基本态势分析

第一节 中国画发展的历史沿革

第二节 百年中国画发展的趋向

第三节 在变革中提升的现状

第四节 发展的可能性与局限性

第五节 发展的基本态势

第二章 中国画市场的理论研究

第一节 中国画市场理论研究已经滞后

第二节 中国画发展与中国画理论研究的完善

第三节 中国画发展形态的研究拓展了中国画理论的研究

第四节 中国画价值及其构成分析

第五节 中国画发展形态的分析

第六节 中国画发展形态的实证性研究

第七节 中国画的当代形态正在展开

第三章 调整期的中国画市场

第一节 中国画市场的转型

第二节 中国画市场进入调整期

第三节 中国画市场的缺失

第四节 中国画市场投资逐步走出风险期

第四章 当前中国画市场发展的基本阶段

第一节 中国画市场的调整阶段

第二节 中国画市场的洗牌阶段

第三节 中国画市场的筑底阶段

第四节 中国画市场的反弹阶段

第五节 中国画市场的成长阶段

第五章 中国画市场的分析方法

第一节 中国画发展形态的分析

第二节 基本形态理论为中国画收藏提供了分析平台

第三节 中国画市场的关注策略

第六章 中国画市场的研究方法

第一节 中国画市场研究的基本方法

第二节 中国画市场研究的基本原则

第三节 抽样的方法及步骤

第四节 数据的收集

第五节 数据的处理

第七章 中国画市场发展的态势分析

第一节 中国画市场发展的现状

第二节 中国画市场发展的系统结构分析

第三节 中国画市场发展存在的主要问题

第四节 中国画市场发展的十五个大的趋势

- 第八章 中国画市场的竞争格局
  - 第一节 中国画作品的竞争格局
  - 第二节 画家的竞争格局
  - 第三节 画廊的竞争格局
  - 第四节 拍卖市场的竞争格局
  - 第五节 藏家的竞争格局
  - 第六节 理论研究与批评的竞争格局
  - 第七节 媒介的竞争格局
  - 第八节 投资机构的竞争
  - 第九节 中国画市场竞争的政策环境
- 第九章 中国画的价值
  - 第一节 中国画的核心价值
  - 第二节 中国画的价值构成
  - 第三节 中国画的价值运行
  - 第四节 中国画价值运行的启示
  - 第五节 中国画价值形成的新进程
- 第十章 中国画的生产创作
  - 第一节 中国画生产创作的当代环境
  - 第二节 中国画生产创作的基本条件
  - 第三节 中国画生产创作的基本规律
  - 第四节 中国画生产创作的基本格局
  - 第五节 中国画生产创作的基本态势
- 第十一章 中国画市场的价格
  - 第一节 中国画市场价格的决定因素
  - 第二节 中国画市场价格的运作方法
  - 第三节 中国画市场定价指标体系的构建
- 第十二章 中国画市场的流通
  - 第一节 中国画市场流通的基本环境
  - 第二节 中国画市场流通的特点
  - 第三节 中国画市场流通的基本规律
  - 第四节 中国画市场流通的基本渠道
  - 第五节 中国画市场流通发展的基本态势
- 第十三章 中国画市场的消费
  - 第一节 中国画的市场消费环境
  - 第二节 中国画市场消费特点
  - 第三节 中国画市场消费的基本规律
  - 第四节 中国画市场消费的群体分析
  - 第五节 中国画市场消费的引导
  - 第六节 中国画市场消费的基本态势
- 第十四章 中国画市场的投资
  - 第一节 中国画市场投资的现状
  - 第二节 中国画市场投资的态势
  - 第三节 中国画市场投资的选择
  - 第四节 中国画市场投资的分析方法
  - 第五节 中国画市场投资的关注策略
- 第十五章 中国画市场的批评与传媒
  - 第一节 中国画市场批评的历史考察
  - 第二节 中国画市场批评与媒体的互动
  - 第三节 当前中国画市场批评的状况

- 第四节 传媒发展的新趋势推动中国画市场批评走向理性
- 第五节 创意文化产业使批评与传媒成为一种市场力量
- 第十六章 中国画的鉴藏
  - 第一节 中国画鉴赏的四大流派
  - 第二节 中国画鉴赏中的内在信息研究
  - 第三节 个人风格与气韵在鉴赏中的作用
  - 第四节 中国画的品相与养护
  - 第五节 中国画的装裱、拍照与展示
  - 第六节 中国画市场中的鉴赏问题
- 第十七章 中国画市场的预警系统
  - 第一节 中国画市场预警的基本内涵
  - 第二节 中国画市场预警系统建立的可能性与必要性
  - 第三节 中国画市场预警系统的基本特性
  - 第四节 中国画市场预警系统的建立
  - 第五节 中国画市场预警需进一步研究的几个问题
- 第十八章 中国画市场的诊断
  - 第一节 中国画市场诊断的基本概念
  - 第二节 中国画市场诊断的内容与程序
  - 第三节 中国画市场诊断的基本原则
  - 第四节 中国画市场诊断报告书的编制
  - 第五节 中国画市场诊断需研究的几个问题
- 第十九章 中国画市场的策划与运作
  - 第一节 中国画市场策划是一门学问
  - 第二节 中国画市场策划的基本原则
  - 第三节 中国画市场的策划思路
  - 第四节 中国画市场的策划运作
- 第二十章 中国画市场的思考
  - 第一节 礼品在多大程度上能够支撑中国画市场
  - 第二节 当前中国画市场发展的若干问题分析
  - 第三节 守望文化的精神境界
  - 第四节 学术理想：中国画市场的一面镜子
  - 第五节 战略是一种高度
  - 第六节 中国画收藏不是一种娱乐方式
  - 第七节 注意力、关注度与中国画市场
  - 第八节 全球视野中的中国画市场
- 后记：关注中国画市场，拓展中国文化利益
- 参考文献

# 《中国画市场概论》

## 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:[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)