

# 全球艺术品市场逆势增长4%

## 2026年巴塞尔市场报告解读



2025年巴塞尔艺术展现场  
(图片来源:巴塞尔艺术展)

2025年,全球艺术品市场在前两年收缩之后,终于迈入复苏通道。全年全球艺术市场总销售额同比增长4%,达到596亿美元。整体来看,中国艺术品市场保持平稳,全年销售额约为85亿美元,同比增长略超1%。

3月12日,巴塞尔艺术展(Art Basel)发布了最新的《2026年巴塞尔艺术展与瑞银全球艺术品市场报告》(第十版)。今年的报告依然由经济学家兼Arts Economics创办人Clare McDrew博士撰写,巴塞尔艺术展与瑞银集团联合发布。

### 2025年,全球艺术市场稳步回升

2025年,全球艺术品市场在前两年收缩之后,终于迈入复苏通道。全年全球艺术市场总销售额同比增长4%,达到596亿美元。

经销商(画廊)和公开拍卖市场的成交双双上涨,画廊市场增长2%,达348亿美元;公开拍卖市场上涨9%,达207亿美元。唯一出现收缩的是私人洽购板块,销售额同比下滑5%,约为42亿美元。

这标志着市场迎来温和反弹,但总规模仍低于2023年水平,并未恢复至十年前高点——过去十年间,市场经历了疫情引发的剧烈波动,总体价值较2015年仍低7%。

### 市场成长有分化,复苏压力犹存

虽然整体增长,但复苏并非全面均衡。市场总量仍低于2022年巅峰,高企的运营成本、关税和贸易壁垒持续压缩利润空间。

2025年全球年度艺术品交易量约为4150万笔,同比小幅增长2%,自疫情以来,交易数量增幅大于销售价值,尤其体现在中低价位,得益于线上渠道扩展。高端与中低端市场分化依然明显,整体市场结构趋于多元与稳健。

### 经销商市场观察

根据报告,2025年全球经销商(画廊)行业在经历连续两年下滑后,实现了2%的恢复性增长。整体市场回暖的同时,不同细分市场表现明显分化:

年营收低于50万美元的小型经销商表现最为突出,平均销售额实现两位数增长;年营收在100万至1000万美元的中型经销商则略有下滑,同比下降1%;年营收超过1000万美元的顶级经销商结束了两年的低迷,销售反弹3%。

报告同时显示,经销商整体运营成本上涨5%,增幅高于通胀和营收水平,利润空间受到挤压。尽管如此,2025年仅有38%的经销商表示利润下滑,33%实现利润增长,其余29%与去年持平。

业务活力方面,2025年新闻虽然频繁报道顶级画廊关闭,但其中仅有25%的画廊为永久关闭,42%则为新开业,33%为迁址或重组,显示行业适应能力强。

此外,女性艺术家的市场代表性持续提升。2025年,一级市场画廊代理的女性

艺术家比例已达到50%,所有经销商平均为45%,相比2018年的35%有显著增长。

从销售额来看,女性艺术家作品占总体市场的37%,其中一级市场占比高达44%。不同规模的画廊在这一指标上仍存在差异,顶级画廊的女性艺术家比例依然低于小型画廊。

### 艺术展会市场回暖

2020年之后,艺术市场销售渠道日益多元,经销商普遍采用线上线下结合的方式,电商渠道稳步发展。疫情后,线下展会和艺博会重新成为获客和成交的重要渠道,各渠道销售占比逐步调整并趋于理性。

今年的巴塞尔报告显示,2025年,经销商销售主要分布在画廊现场、线上渠道,以及各类艺博会上。线下画廊现场交易依然占主导,贡献销售额的46%。自有官网和社交媒体等线上成交占比为14%,尽管较去年有所下滑,仍高于疫情前水平。综合来看,画廊直接销售(含线下与线上)合计占比提升至60%,艺博会及第三方平台渠道整体占比则有所下降。

艺博会渠道表现突出,2025年经销商通过艺术展会成交总额占比提升至35%,为疫情后最高水平。其中,海外展会贡献了63%,本地展会占37%。不同规模经销商表现分化,中型经销商(年营收100万至1000万美元)通过展会成交占比升至36%;大型经销商则因海外展会成交占比下降,整体展会成交占比降至32%。

整体来看,经销商积极均衡布局各类渠道,线下实体与展会交易重回主流,同时保持对线上销售的布局。市场结构更为理性、多元,不同渠道发展渐趋平稳。

### 拍卖市场新高

让我们把目光转向全球拍卖市场。报告指出,2025年全球拍卖市场重回增长,总成交额(包括公共与私人拍卖)同比上涨6%,达248亿美元。其中,公开拍卖上涨9%至207亿美元,下半年高端市场回暖、多件拍品创纪录。私人洽购则下滑5%,约为42亿美元。市场整体交易数量趋于稳定,拍卖总成交笔数和精品艺术品拍品数分别下降1%和2%。

2025年的总体增长,也标志着拍卖市场结束了两年的下滑与波动。

2025年上半年,全球拍卖市场受地

缘、经济等因素影响依然平淡。下半年,头部拍卖行高价精品集中上拍,多场单一藏家专场引爆热点,整体市场回暖。100万美元以上高价拍品数量提升,千万美元以上板块成交额同比大涨30%。

近年来,中国拍卖市场运行轨迹与全球主要市场不同。2022年,疫情相关的封控延长,导致销售受限,复苏步伐滞后于其他区域。2023年,随着经济重启及延期拍品集中上拍,成交额一度增至79亿美元。但受经济增长放缓、房地产持续低迷和债务压力影响,2024年市场下滑38%,至48亿美元。2025年,内地市场回暖,按美元计销售额提升约6%,而香港市场下滑5%,使中国整体成交小幅增长2%,总额约为49亿美元,呈温和复苏态势。

全年最高成交来自20世纪初期的艺术品。克里姆特《伊丽莎白·莱德勒肖像》在苏富比纽约以2.364亿美元成交,创艺术家和苏富比纪录,为拍卖史第二高价(仅次于达·芬奇《救世主》)。同场另有两件克里姆特超7000万美元成交,推动该夜场总额达5.28亿美元。苏富比与佳士得包揽全年十大高价拍品,其中弗里达·卡罗作品以5470万美元成交尤其瞩目。TOP50高价拍品总成交同比提升30%,TOP10增幅达48%,但整体高价拍品板块成交仍较2022年低约三分之一。

### 线上销售大幅回调

疫情期间,促使全球艺术品市场线上销售出现了爆发式增长:2020年,虽然整体市场萎缩,线上销售额却实现翻倍增长,这反映了疫情封锁下网络成为主要交易入口。2021年,艺术品线上销售额升至133亿美元的峰值;随着高端作品回流至线下,线上销售增速放缓,2022年线上成交额下降17%,至110亿美元,同时经销商和拍卖行报告中电子商务占比也有所降低。

2023年,虽然高价板块趋冷,但中低价作品交易活跃,线上销售额反而实现7%的反弹,尽管整体市场增长乏力。2024年,随着市场再次降温,线上销售额再降11%至105亿美元。

来到2025年,随着高端市场再度活跃并主导整体价值,线上艺术品销售降至92亿美元,创下自2019年以来最低水平。经销商反馈,纯数字渠道销售占比大幅下滑,拍卖行的线上专场主要集中

在中低价位,而高价拍品几乎全部在线下举行。

2025年线上专属销售占艺术市场总销售额比重下降3个百分点,仅为15%,不仅比2020年疫情最高点时的25%减少10个百分点,但仍高于疫情前的水平。

尽管所有行业的电商增速也有所放缓,但整体依然保持增长。疫情带来了全行业结构的数字化改变——以整体零售为例,电商占比从2019年的14%提升至2020年的18%。

### 展望2026年,乐观为主基调

步入2026年,艺术市场信心随复苏进一步增强。根据报告显示,43%的经销商预计未来一年销售回升(同比上升10%),仅19%预期销售下滑(与去年持平)。中型拍卖行看涨比例更高,近半数预计2026年业绩提升。

2025年的全球艺术品市场走出了连续两年的收缩,在全球地缘复杂、通胀和政策不确定的大背景下依旧展现出强劲活力。高端艺术品、拍卖板块和艺术展会成为拉动市场增长的核心引擎。美国、英国、中国、法国等大市场各具特点,亚太特别是中国香港与新加坡的区域影响力日益增强。

(转自《收藏拍卖》杂志公众号,有删节)



《2026年巴塞尔艺术展及瑞银全球艺术品市场报告》(图片来源:巴塞尔艺术展及瑞银集团)