
新闻稿

巴塞尔 | 2026 年 10 月 8 日

2026 年《巴塞尔艺术展与瑞银集团环球艺术收藏调查报告》（Art Basel and UBS Survey of Global Collecting）显示，Z 世代成为支出最高的世代，影响力持续上升；藏家日益借助 AI 及数字工具获取收藏建议

本报告由艺术经济（Arts Economics）创始人 Clare McAndrew 博士撰写，考察了截至 2026 年上半年全球 10 个主要市场中 3,100 位高净值（HNW）藏家不断变化的行为与动机，带来全新洞察。今年，调查涵盖美国、英国、中国内地、中国香港、法国、澳大利亚、德国、日本、巴西及新加坡的高净值藏家。

今年，本报告：

- 首次专门研究高净值藏家如何开启收藏之路，并探讨他们对隐私及分享所藏作品的看法。
- 凸显了 Z 世代作为藏家群体日益提升的重要性，其平均支出超过其他任何一个受访世代的两倍。调查同时显示，Z 世代在购藏前投入更多研究，购买意愿强烈，涉足的收藏类别更为广泛，并更倾向于在私密范围内分享收藏。
- 指出藏家在购藏前越来越重视自主尽职调查，近四分之三（72%）在购买艺术品前开展一定程度或深入的独立研究，较 2025 年上升 10 个百分点。
- 显示 AI 与数字渠道日益成为藏家获取收藏建议及推荐的途径。58%的高净值藏家使用数字资源，其中使用 APP 或 AI 工具的比例为 22%，高于 2024 年的 4%；另有 32%的受访者提及 Instagram 或 X/Twitter。
- 发现大多数高净值藏家倾向于仅向家庭成员或亲近圈子透露自己拥有的艺术品（64%），仅 10%希望自己的藏家身份得到广泛认可。在将作品借展给博物馆的藏家中，多数希望保持低调：30%希望完全匿名，47%接受低调致谢，仅 17%希望完整公开署名。
- 揭示女性参加活动的次数多于男性，这与女性在不同渠道中参与更广泛、收藏更多元的趋势一致。2025 年及 2026 年，女性参加活动的总次数均比男性高出约 20%，平均多参加八场。
- 表明超过半数受访者仍看好纯艺术市场的未来表现：57%预计市场在 2026 年余下时间增长，58%预计未来 12 个月增长，60%预计未来 10 年增长。

2026 年《巴塞尔艺术展与瑞银集团环球艺术收藏调查报告》可[点击此处](#)免费下载。

艺术经济创始人 **Clare McAndrew** 博士表示：“这项研究让我们得以进一步了解，高净值藏家购入艺术品之后如何运用自己的收藏，以及在拥有艺术品这件事上，他们真正看重什么。藏家对隐私及藏品开放程度的态度存在明显的差异，挑战了一些既有认知。许多购藏行为的动机，已不再是传统上与艺术市场联系在一起的炫耀性消费，而是在亲近的社交网络中建立联系。在这些圈子里，地位来源并非单纯取决于价格，更多取决于其稀有性、来源、原创性，以及发现作品的过程。限制他人接触藏品，并不会削弱收藏所传递的信号；排他性本身正是这种价值的来源之一。或许出人意料的是，最年轻的藏家最为重视隐私，在线上和线上均是如此。Z 世代最不倾向于在网上公开分享收藏细节，更偏好仅限受邀者进入的空间；隐私在他们的个人与文化身份认同中占据核心位置。”

巴塞尔艺术展首席执行官 **Noah Horowitz** 表示：“今年的《巴塞尔艺术展与瑞银集团环球艺术收藏调查报告》显示，藏家群体对市场的了解日益深入，更积极地使用数字渠道，并活跃于不同收藏类别和交易平台。显著的代际变化正在拓展收藏的边界，Z 世代已成为本次调查中消费力最高的世代。他们带来了新的期待与行为模式，将影响未来藏家参与艺术市场的方式。对巴塞尔艺术展而言，这与我们在全球平台上持续观察到的趋势相呼应：年轻藏家正通过更加多元的途径和可信赖的关系参与艺术市场，既有线下接触，也有数字渠道，以及贯穿全年、为他们量身打造的交流、发现与购藏机会。吸引这些群体参与，关乎市场未来的发展方向，也关乎我们如何持续完善平台，服务当下与未来的藏家。”

瑞银全球财富管理投资总监办公室全球资产配置联席主管及环球投资管理亚太区联席主管 **苏安纯 (Adrian Zuercher)** 表示：“《2026 年巴塞尔艺术展与瑞银集团环球艺术收藏调查报告》显示，亚洲藏家群体参与积极，对市场的了解也日益深入。中国内地藏家的购藏意愿在所有受访市场中最高，53% 计划在未来一年购入艺术品；新加坡与日本的比例同样较高，分别为 48% 和 41%。中国内地、中国香港及新加坡的藏家是全球最重视研究与专业建议的群体之一，体现出亚洲收藏活动日趋成熟。”

主要调查结果摘要

高净值藏家支出

- **Z 世代藏家在 2025 年及 2026 年的纯艺术平均支出遥遥领先，超过其他任何一个受访年长世代的两倍。**2025 年，本次高净值人士样本的纯艺术平均支出升至 124,265 美元，较 2024 年增长 13%；其中，Z 世代平均支出为 347,460 美元，增长 19%。2026 年上半年，平均支出继续上升，Z 世代的支出仍超过其他世代的两倍。
- **2025 年及 2026 年上半年，仅 1% 的藏家购买过单价超过 100 万美元的作品，其中近一半为 Z 世代。**2026 年上半年，Z 世代藏家中纯艺术总支出超过 100 万美元的比例也显著高于其他世代，达到 13%，而全体受访者的这一比例为 3%。各年龄段的购藏活动主要集中于较低价位：2026 年上半年，77% 的高净值人士在纯艺术上的总支出低于 5 万美元，84% 低于 10 万美元。

跨类别收藏

- **2026 年，纯艺术占高净值人士在艺术品及收藏品各类别总支出的三分之一（33%）。**
纯艺术与装饰艺术合计占 2026 年支出的 55%，高于 2025 年的 49%。其余 45% 分布于其他收藏品类别，包括设计（9%）、古董（8%）、珠宝与宝石及腕表（各占 6%），以及奢侈收藏手袋和收藏级运动鞋（合计占 8%）。
- **Z 世代与婴儿潮一代参与最为积极，支出分布也最多元，在各类艺术品及收藏品中的参与度均高于购藏较为集中的千禧一代与 X 世代。**除纯艺术外，2026 年有 42% 的 Z 世代和 39% 的婴儿潮一代还购买过至少两个其他类别的收藏品；千禧一代和 X 世代的这一比例均不足四分之一，分别为 22% 和 23%。
- **Z 世代几乎在每个细分领域都是支出最高的群体，在纯艺术及大多数收藏品类别上的支出超过其他世代的两倍。**在珠宝与宝石方面，Z 世代平均支出为 151,310 美元，是支出位居第二的 X 世代（29,500 美元）的五倍以上。

开启收藏之路*2026 年新增调查领域

- **绘画是藏家开启收藏之路的主要起点。**大多数藏家从传统的纯艺术媒介入手，43% 的受访者将绘画列为最初三次购藏的类别之一，其后依次为雕塑（25%）、摄影（17%）、纸本作品（15%）及数字艺术（15%）。古董以 26% 的比例位居所有类别第二，并在收藏品类别中位居首位；其次最常见的入门类别为装饰艺术（19%）及珠宝与宝石（17%）。尽管当下奢侈收藏品的交易活跃，却鲜有证据表明这些市场是人们进入艺术收藏领域的途径。
- **家庭影响是最常见的收藏启蒙途径，占受访者的 28%，在 Z 世代中达到 40%，具体包括接触家庭收藏（14%）或受到家庭成员的鼓励。**通过参观博物馆、艺廊及艺术展会获得文化熏陶的比例紧随其后，为 22%；其余依次为财务方面的兴趣（14%）、朋友或同辈的影响（13%）、线上发现（13%），以及工作或学习（10%）。

研究与发现

- **越来越多的高净值人士在购藏艺术品前开展自主研究。**多数高净值人士（72%）在购买前进行一定程度或深入的自主研究，高于 2025 年的 62%；这一比例在 Z 世代中达到 80%。最常借助的外部建议来源为拍卖行专家（31%）、艺术顾问（30%）、艺术家（29%）及经销商（27%）。
- **多数高净值藏家依靠线上资源获取建议。**58% 的受访者使用数字资源，其中最常用的是线上出版物与媒体（27%），其次为 APP 或 AI 工具（22%，高于 2024 年的 4%）。社交媒体也发挥着重要作用，32% 的受访者将 Instagram 或 X/Twitter 列为建议来源，Z 世代及女性的使用比例更高。

- **约三分之二的藏家看好 AI 在发现作品及辅助决策方面的作用**：67%的受访者认为 AI 有助于人们发现艺术家及艺术品，亦有受访者看好 AI 在个性化建议与推荐（66%）、作品来源与真伪核验（65%），以及定价与估值分析（64%）方面的积极作用。
- **藏家仍以研究为购藏依据，但对新近发现的艺术家的作品更加审慎挑选**。2026 年，表示购买过新近发现的艺术家的作品的藏家比例降至 45%，低于 2025 年调查所录得的高点 66%。年轻藏家与女性仍更愿意探索：56%的 Z 世代购买过此前不熟悉的艺术家的作品，婴儿潮一代的比例为 36%；女性的比例为 49%，男性为 43%。

销售渠道

- **经销商是首选销售渠道**。过去一年，87%的高净值人士以某种形式通过经销商购买艺术品，其中 75%直接向经销商购买，62%在艺术展会上购买。按金额计算，经销商获得的总支出份额也最高：直接销售占 27%，计入艺术展会销售后则占 42%。
- **与经销商的关系仍是收藏活动的重要基础，而交易正日益通过多种渠道进行**。经销商仍是藏家最偏好的购买渠道，获 29%的受访者选择，其次为直接向艺术家购买（19%）及艺术展会（16%）。在偏好经销商的藏家中，约三分之二更愿意通过网站、电话、电子邮件或 Instagram 完成交易，而非亲自前往艺廊。
- **直接向艺术家购买的藏家比例持续增长**，2025 / 2026 年同比增长 6%，达到 69%，超过 2024 年水平的两倍。
- **通过数字渠道发现艺术，正在带动藏家更深入地参与线下活动**。通过线上渠道和社交媒体开启收藏之路的高净值人士参加活动最多，平均达 52 场；通过家庭影响或文化熏陶开始收藏的受访者，平均分别参加 42 场和 40 场。这表明，自主探索的收藏起点有助于带来更积极的后续参与。

隐私与所有权*2026 年新增调查领域

- **在允许他人接触藏品方面，Z 世代是最重视隐私的世代**。39%的 Z 世代仅允许亲近的家人、朋友及家庭成员在线下接触藏品，这一比例几乎是其他任何一个世代的两倍。Z 世代在线上同样最重视隐私，36%将线上内容仅限于私人圈子；但他们在限制访问或仅限受邀者加入的群组中分享收藏的比例也最高，达到 42%，位居各世代之首。这表明，他们更倾向于缩小分享范围，而非完全放弃分享。
- **多数高净值藏家倾向于仅向家庭成员或亲近圈子透露自己拥有的艺术品（64%），仅 10%希望自己的藏家身份得到广泛认可**。在将作品借展给博物馆的藏家中，多数希望保持低调：30%倾向于完全匿名，47%接受低调致谢，仅 17%希望完整公开署名。
- **当被问及拥有艺术品时最看重什么，藏家首选作品的独特性或稀有性（43%）**。年轻藏家尤其看重这一点，Z 世代的比例为 48%，婴儿潮一代为 38%，反映出他们对个性的追求。拥有获专家认可的作品（23%），或在藏家圈子中受到推崇的作品（22%），对年长藏家而言更为重要；婴儿潮一代重视这两方面的比例为 43%，Z 世代为 34%。

活动参与度

- 预计高净值人士在 **2026 年** 平均参加 **44 场** 活动，略低于 **2025 年** 的 **46 场**，也低于 **2023 年 49 场的峰值**。2025 年，婴儿潮一代与 Z 世代参加活动最多，婴儿潮一代平均参加 56 场，其次为 Z 世代（51 场）、X 世代（46 场）及千禧一代（40 场）。
- **女性参加活动的次数多于男性**。2025 年及 2026 年，女性参加活动的总次数均比男性高出约 20%，即平均多参加八场。女性平均比男性多参加两场艺廊展览、两场现场拍卖，以及一场博物馆展览（包括公共及私人博物馆）；在艺术展会与工作室参观方面，男女参与次数相当。

藏家展望

- **超过半数受访者仍看好纯艺术市场的未来表现**：57% 预计市场在 2026 年余下时间增长，58% 预计未来 12 个月增长，60% 预计未来 10 年增长。在上述任何一个时段内，预计市场下滑的藏家比例均不超过 15%。
- **2026 年，藏家最关注价格透明度，以及个人、财务和收藏数据的线上安全**。由市场趋势及其他藏家购藏行为引起的短期需求波动，在整体关注事项中排名第三，在美国藏家中则位居首位。
- **部分高净值藏家计划利用藏品融资，19% 计划在未来 12 个月内以艺术品作为贷款抵押品，美国藏家的比例达到 30%**。约 20% 的受访者已用艺术品抵押借款，美国的比例为 45%。在这些借款者中，53% 将资金用于购入更多艺术品，50% 用于支付税费及仓储等收藏成本，48% 用于企业及投资融资。
- **近四分之一（23%）的高净值人士计划在未来 12 个月内向博物馆或慈善机构捐赠作品，美国和法国的比例最高，分别为 30% 和 27%**。另有 28% 计划开展其他慈善项目，例如设立艺术家奖项、导师计划或驻留项目；26% 计划设立基金会或私人博物馆，这也是 Z 世代藏家最青睐的慈善举措（29%）。

关于 Arts Economics 及 Clare McAndrew

Arts Economics 是一间研究和顾问公司，专门为私人及机构客户研究和分析艺术及装饰艺术市场。该公司由 Clare McAndrew 于 2005 年创立。McAndrew 博士是一位专长艺术、古董和收藏品市场的文化经济学家。她于 2001 年在都柏林圣三一学院完成经济学博士学位，并在该学院任教和讲授经济学四年。2002 年，Clare 加入一间专门从事艺术投资的美国投资银行公司 Kusin & Company，担任首席经济学家。在美国工作三年后，Clare 于 2005 年回到欧洲，成立 Arts Economics，专注艺术市场调研和分析，并与世界各地的私人顾问和学者合作，为全球艺术贸易和金融界提供研究和咨询服务。

关于巴塞尔艺术展

巴塞尔艺术展于 1970 年由来自巴塞尔的艺廊创办人成立，现今为全球一致推崇的现代及当代艺术展会平台，在巴塞尔、迈阿密海滩、香港、巴黎及卡塔尔举办展会。每场展会均根据其所在城市与地区呈现独特面貌，从参展艺廊、展出的艺术品，到与当地机构合作为每届展会制作的同期项目内容均有所体现。巴塞尔艺术展通过 Zero 10 及 Art Basel App 等全新数码平台，以及《巴塞尔艺术展与瑞银集团环球艺术市场报告》（Art Basel and UBS Global Art Market Report）及《巴塞尔艺术展与瑞银集团环球艺术收藏调查报告》（Survey of Global Collecting）、“巴塞尔艺术奖”（Art Basel Awards）及巴塞尔艺术商店（Art Basel Shop）等多项计划，持续拓展其参与范畴。请浏览 artbasel.com 参阅更多资料。

关于瑞银集团与当代艺术

巴塞尔艺术展全球首席合作伙伴瑞银集团多年来一直积极支持当代艺术及艺术家，为全球拥有最重要当代艺术藏品的企业之一。集团透过与巴塞尔艺术展的全球主要合作伙伴关系，积极推动有关艺术市场的国际交流对话，如联合出版《巴塞尔艺术展与瑞银集团环球艺术市场报告》及《巴塞尔艺术展与瑞银集团环球艺术收藏调查报告》。此外，瑞银亦积极支持世界知名的艺术机构、活动和艺术展会等项目。通过“瑞银艺术咨询”（UBS Art Advisory），瑞银为超高净值客户及其家族办公室提供贯穿艺术品收藏全生命周期的独立专业咨询服务。有关瑞银支持当代艺术的更多信息，请浏览 ubs.com/art。

关于瑞银集团

瑞银是领先的、真正全球性的财富管理机构，并在瑞士本地拥有顶尖的全能银行。瑞银同时提供多元化的资产管理解决方案以及专注的投资银行服务能力。截至 2026 年第二季度，瑞银所管理的投资资产已达 7.3 万亿美元。瑞银通过个性化的咨询、解决方案以及产品，帮助客户实现其财务目标。瑞银的总部位于瑞士苏黎世，并在全球超过 50 个市场设有分支机构。瑞银集团股票在瑞士证券交易所以及纽约证券交易所（NYSE）上市。

网上媒体资讯

媒体资料及图片可直接于 artbasel.com/press 下载。

记者可订阅媒体简报，接收巴塞尔艺术展资讯。

如欲了解巴塞尔艺术展的最新动态，请浏览 artbasel.com，关注 Facebook 专页 facebook.com/artbasel，或在 Instagram、Twitter 及微信上关注@artbasel。

如欲了解瑞银及艺术领域的最新动态，请浏览 ubs.com/art。

#UBSart

#UBSart

Instagram: @ubsglobalart

Instagram：@ubsglobalart

Facebook: facebook.com/UBSart

Facebook：facebook.com/UBSart

媒体垂询

巴塞尔艺术展：Alessandra Loescher Montal
press@artbasel.com

欧洲公关代表

SUTTON：Joseph Lamb 及 Dana Chan

电话：+44 77 1566 6041 · joseph@suttoncomms.com 及 dana@suttoncomms.com

美洲公关代表

SUTTON：Sara Fox 及 Julia Debski

电话：+1 423 402 5381 · saraf@suttoncomms.com 及 julia@suttoncomms.com

亚洲公关代表

SUTTON：Erica Siu 及 Beth Corner

电话：+852 2528 0792 · erica@suttoncomms.com 及 beth@suttoncomms.com

瑞银媒体联系：Claire Owen

电话：+447810048699 · claire.owen@ubs.com