**掌握策划技巧，提升竞争实力**

 ——中拍协2011年理论研讨会综述

2011 年 8 月 19 至 20 日，由中国拍卖行业协会主办、吉林省拍卖行业协会协办的“新形势下拍卖策划与拍卖企业核心竞争力”专题理论研讨会在吉林省长春市举办。中国拍卖行业协会张延华会长、李卫东秘书长、法律咨询与理论研究专业委员会主任委员龙翼飞教授、来自中国政法大学、中央财经大学、西安交通大学等有关法律、拍卖、网络技术方面的专家、学者和部分省（区、市）拍卖行业协会负责人及拍卖企业的代表 80 余人参加了会议。会议由中拍协法律咨询委员会主任委员龙翼飞教授、中拍协秘书长李卫东及副秘书长欧树英主持。部分吉林省拍卖企业的代表旁听了此次会议。

开幕式上，吉林省拍卖行业协会副会长于树青首先代表吉林省拍卖行业对全国拍卖行业的代表赴长春参加会议表示欢迎，对理论研讨会的召开表示祝贺，并预祝会议圆满成功。中拍协张延华会长在讲话中充分肯定了十多年来法律咨询委员会对行业发展的贡献，并向与会代表隆重介绍了法律咨询委员会新任主任委员龙翼飞教授。同时，她还就提高行业核心竞争力关键是提高人的竞争力的问题做了重要讲话。

此次研讨会由“政府委托拍卖项目的策划及竞争力探讨”、“社会委托拍卖项目的策划及竞争力探讨”和“新技术手段下的拍卖策划及竞争力探讨”等三部分内容组成。

针对政府委托拍卖业务，发言代表分别从土地使用权拍卖、地铁广告经营权拍卖、矿业权拍卖、政府棚改项目资产处置拍卖等不同类型的业务经验出发，探讨了政府委托项目策划的特点，并对如何做好相关业务谈了自己的感受。

中拍协法律咨询委员会委员、中国政法大学商学院院长孙选中教授在主题演讲中指出，策划是多层次的，除了项目策划，对企业而言，最重要的是企业自身的策划，就是要找准企业定位，这是企业核心竞争力的根本所在。作为中介服务机构，拍卖企业最强大的核心竞争力是品牌，同时要努力建立一套有效的运行机制来保障和延伸核心竞争力。

会议认为，随着外部环境的变化，企业获得标的将更多的依赖策划水平和综合实力，在这个过程中，企业对国家宏观经济政策的把握是开展政府委托拍卖活动的基础；科学的标的价值分析是策划项目的关键。拍卖企业应在竞争中客观认识自己的优势，做到有所为有所不为，坚持创新，打造良好的企业文化。

针对社会委托拍卖业务，发言代表从文物艺术品拍卖的策划及市场定位、商铺拍卖、民品拍卖等不同业务类型和细分市场的经验出发，探讨了开展社会委托业务的特点及经验。

中拍协法律咨询委员会委员、中央财经大学法学院副院长刘双舟教授在主题演讲中指出，拍卖业正处在由政策主导型向市场主导型转变的特殊时期。行业需要策划，开拓新的市场；企业需要策划，开拓新的业务来源；拍卖师需要策划，拓展自己的能力。总结新兴拍卖市场成功策划经验，推广和惠及整个行业非常必要。

会议认为，“磨刀不误砍柴工”，社会委托项目拍卖的成功往往在于拍品本身之外，前期大量深入的准备工作能帮助拍品达到更高的价值；培育规范的运行机制将有助于市场价值的提升。

针对新技术手段下的拍卖业务，发言代表从目前国内网络拍卖项目的运作、中拍协网络拍卖平台的应用情况及网络拍卖中的法律风险和防范应对等方面进行了探讨。

中国电子商务协会政策法律委员会委员、北京盛峰律师事务所主任律师于国富在主题演讲中指出，目前网络拍卖还有许多法律问题需要解决，建议拍卖企业在策划、组织网络拍卖活动中特别关注行政法律风险、知识产权法律风险、网络拍卖的程序风险和网络与现场同步的信息同步风险。

拍卖行业需要遵循拍卖的基本原则积极的探索、制定网络拍卖相关规则，促进网络拍卖的应用开展。

会议认为，网络拍卖不因其技术性强，形式新颖而脱离拍卖交易的本质。拍卖企业要在认识拍卖企业开展、尝试网络拍卖活动重要性的基础上充分发挥拍卖企业的核心优势。拍卖企业有助于强化网络拍卖的法律地位，可以充分体现出 IT 网络企业、产品销售公司所难以具备的对拍品选择、拍品鉴定估价、拍卖程序设计上的专业策划能力。

会议最后，法律咨询委员会主任委员龙翼飞教授对研讨会情况做了总结。他表示，经过一天半，三个版块的研讨，会议代表交流经验、碰撞思想，共同探讨新形势下企业、行业的定位及策划问题，这对引导拍卖业由政策主导型向市场主导型转变有着积极的意义，将成为行业转型期中一次经验交流、思想升华的重要会议。他表示，新一届法律咨询委员会将充分吸收多年来的宝贵工作经验，继续发扬服务行业、服务企业的理念，做好法律咨询与理论研究工作，为行业发展提供更加坚实的基础。

**“四川省拍卖行业网络同步拍卖信息系**

**统”公共交易平台正式通过”四**

**川省商务厅批准启动**

11月25日，四川省商务厅下发了“关于同意启动《四川省拍卖行业网络同步拍卖信息系统》公共交易平台的批复”，这标志着四川省司法强制拍卖、国有产权、罚没物资拍卖等公共资源拍卖领域和社会委托拍卖领域的拍卖活动纳入到政府监管的视线。
 近年来，四川省拍卖行业始终保持持续、健康稳定的发展态势。目前，全省有拍卖企业274家，其中司法委托拍卖机构219家，这些拍卖机构在对各类资产处置，尤其是公共资源资产保值增值方面发挥了重要作用。但随着法制建设的进一步完善和市场的快速变化，社会及委托方对拍卖机构的运作条件、能力和规范程度等要求进一步提高，为进一步营造公开、公平、公正的拍卖市场环境，大力推动四川拍卖业创新发展，不断规范拍卖行为，提升行业服务功能，使拍卖行业的发展融入到四川省人民政府关于加快现代服务业发展的要求中去，四川省商务厅批准启动“《四川省拍卖行业网络同步拍卖系统》公共交易平台”。

“四川省拍卖行业网络同步拍卖信息系统》公共交易平台”位于成都市青羊区文武路42号新时代广场六楼，面积近600平方米，设有大、中、小三个拍卖厅，最大的可容纳82人，中厅可容纳64人，小厅可容纳24人。自4月1日公共交易平台正式上线运行到现在，该公共交易平台已对全省219家企业选派的349名拍卖师和管理人员进行了培训，经过培训的有关企业已举办网络拍卖会101场，其中：使用协会公共交易平台拍卖中心举办拍卖会14场次。

当前，公共交易平台按照逐步发展的思路，首先面向司法委托等公共资源类拍卖，并逐步扩展到文物艺术品、民品等拍卖领域。“四川省拍卖行业网络同步拍卖信息系统”公共交易平台普及推广使用，标志着四川省政府有关部门对拍卖市场的监管力度和效率得到进一步强化，同时，也标志着四川拍卖行业自身的经营管理和服务水平又上了一个新台阶。

**四川省商务厅关于推进《四川省拍卖行业网络同步拍卖信息系统》公共平台应用的通知**

(川商建〔2011〕41号)

各市（州）商务主管部门，各拍卖企业：

为贯彻落实国务院和四川省人民政府关于加快发展现代服务业有关精神，根据商务部关于促进网络同步拍卖发展的指导意见，为推动四川拍卖行业创新发展，提升行业服务功能，我省建立了“四川省拍卖行业网络同步拍卖信息系统”公共平台，推进实施网络同步拍卖。现将有关事项通知如下：

**一、推进网络同步拍卖公共平台应用的重要意义和目的**

由于我省拍卖行业长期以来组织拍卖活动形式单一，传统的拍卖方式在拍卖活动中受到时问和空间的限制，致使竞买人的地域构成局限，招商力度明显不足，并存在着竞买人之间的恶意“串通”和“围标”现象。因此，为解决拍卖行业存在一些问题，适应新形势要求，根据商务部关于“以市场需求为导向，应用现代信息技术推动拍卖行业创新转型，建立更为公开化、社会化、市场化的运行机制，增强拍卖企业的服务能力和服务质量，切实保证拍卖行业规范运营，促进拍卖行业持续发展”的要求，我厅委托四川省拍卖行业协会开发构建了“四川省拍卖行业网络同步拍卖信息系统”公共平台（以下简称“公共平台”）。

公共平台是集“企业参与、协会运行、同步竞价、社会监管”功能为一体的综合性管理服务平台。公共平台在不改变传统拍卖基本形式和流程的基础上，以网络（含智能手机）与现场实现同步拍卖竞价为重要特征，运用互联网信息技术，通过对拍卖会现场视频的直播和竞价数据的实时传输，实现拍卖会现场竞价与网络竞价的同步进行，有利于扩大信息覆盖面，有利于营造公开、公平、公正的拍卖环境，有利于增强拍卖企业的服务能力和服务质量，有利于减少恶意串通、恶意破坏拍卖现场秩序、干扰其他善意竞买人出价等不法行为的发生，有利于行业监管和社会监督，尤其在司法委托、国有产权、罚没物资拍卖等公共资源拍卖领域和社会委托拍卖领域意义重大。

**二、推进网络同步拍卖公共平台应用的指导思想**

按照加快建设四川“西部战略高地”目标和加快转变经济发展方式的总体要求，把促进拍卖行业创新转型作为一项重要战略举措，以市场需求为导向，用现代信息技术提升和完善传统拍卖方式，建立公开化、社会化、市场化的运行机制，切实保证拍卖行业规范运营，促进拍卖行业持续发展。

**三、工作目标**

从2011年下半年开始，在全省范围内逐步推开，力争到2013年全面应用公共平台。

**四、工作重点**

**1、加大拍卖行业规范力度。一是**做好规范网络同步拍卖的基础工作。完善与公共平台配套的网络同步拍卖规则、网络同步拍卖流程等相应的规章制度，满足各拍卖当事人的需求。四川省拍卖行业协会应制定推进网络同步拍卖的规划，形成较全面的推进方案，引导企业落实和应用；**二是**规范拍卖公告发布行为。公共资源的拍卖，必须通过主流媒体发布拍卖公告，同时通过公共平台发布拍卖公告并展示拍卖标的，使信息公开达到最大化；**三是**强化培训，切实掌握应用技术。四川省拍卖行业协会负责拍卖企业业务骨干的强化培训。各拍卖企业应积极派出业务骨干，参加四川省拍卖行业协会组织的公共平台应用技术专题培训，以提高包括拍卖管理人员、技术人员及拍卖师在内的全体从业人员对实施网络同步拍卖意义的认识，了解公共平台应用的规则和流程，熟练掌握网络同步拍卖技术在拍卖实践活动中的应用。

**2、推进公共平台体系建设。一是**做好公共平台功能的扩展和衔接。要充分发挥公共平台现有优势，在加强与兄弟省市交流的基础上，不断完善服务和管理功能，提升数据交互能力，将拍卖企业拍卖流程管理、工商备案、行业统计、数据分析、主管部门的年检督查等功能逐步融入公共平台管理，同时，满足法院、工商、海关、公安等部门通过公共平台开展有关管理工作的需求，进一步提高拍卖服务质量和工作水平；**二是**落实与公共平台相关的设施配套工作。拍卖企业应用公共平台，必须拥有与之相适应的拍卖场地，配置必需的电脑、投影、音视频发布等硬件设施，并具备符合条件的网络环境。

**3、推进公共平台应用。**为加大拍卖会现场同步竞价与网络竞价的应用力度，应将企业在举办拍卖会时是否应用网络竞价与拍卖会现场同步竞价，作为年检是否合格的重要条件予以考核。各拍卖企业应力争尽快配备所需的硬件设施，并熟练掌握公共平台应用技术。凡是公共资源拍卖，无论竞买人是否采用网络竞价，均该应用公共平台直播拍卖竞价视频和数据，以扩大社会监督；

**4、做好宣传和引导工作。**四川省拍卖行业协会应积极做好组织动员工作，发挥行业内龙头企业的示范带头作用，营造应用新型技术、增强服务能力的行业氛围。同时，加大对社会公众的宣传力度，建立正确的舆论导向，让社会各阶层了解公共平台，引导拍卖市场健康发展。

**五、工作要求**

**1、切实加强组织落实。**我厅将积极支持四川省拍卖行业协会推广应用公共平台，形成共建、共享、共赢的长效运行机制，促进公共平台的开放性和公共性建设。各市州商务主管部门应加强组织落实，督促和引导本区域内的拍卖企业充分利用这种现代交易方式开展拍卖活动。四川省拍卖行业协会应进一步完善《四川省拍卖行业网络同步拍卖信息系统公共平台运行办法》，加强平台管理，指导企业在拍卖实践活动中广泛予以应用，使拍卖成为一个更具公开性和透明性、提供更高服务水平的现代交易方式。

**2、着力做好政策配套。**我厅十分重视推进公共平台应用的工作，计划将公共平台的构建和应用列入现代服务业发展的政策支持范畴，充分发挥公共服务和辅助监管的特点，不断完善和提升政府监管、政策发布、信息共享和促进交易的作用，将打造成为四川省建设“西部战略高地”的重要信息化平台。

**六、保障措施**

推进公共平台应用必须建立健全监管机制。我厅将会同省高院、省工商局和省财政厅以及公共资源拍卖所涉及的各有关部门，建立公共资源拍卖监督管理制度。对公共平台的运行进行多渠道监管，实现各政府部门监管信息共享，规范网络同步拍卖在公共资源拍卖领域中的应用，将日常监管、规范核查、调查研究和指导服务结合起来，实行动态监管和全过程监督。

四川省拍卖行业协会作为公共平台的具体运行单位，应注重公共平台的日常管理维护工作，特别要强化公共平台的安全管理，细化防范措施和应急预案，防范和规避恶意攻击，保障正常的拍卖秩序。在公共平台运用中发现问题请及时向我厅反馈，确保我省拍卖行业健康发展。

特此通知。

二〇一一年六月二十三日

**关于《最高人民法院关于人民法院委托评估、拍卖工作的若干规定》的新闻发布稿**

最高人民法院新闻发言人、办公厅主任 王少南

(2011年9月21日)

各位记者：

大家上午好！今天新闻发布会的主题，是向各位通报《最高人民法院关于人民法院委托评估、拍卖工作的若干规定》(以下简称《规定》)的有关情况。下面，我把《规定》的出台背景、主要内容向各位作一简要介绍。

**一、《规定》出台的背景**

从2004年开始，最高人民法院先后颁布了《最高人民法院关于人民法院民事执行中拍卖、变卖财产的规定》、《最高人民法院对外委托鉴定、评估、拍卖等工作管理规定》、《最高人民法院关于人民法院委托评估、拍卖和变卖工作的若干规定》等一系列规范委托评估、拍卖工作的司法文件，这些文件出台后，各地法院规范司法委托评估、拍卖管理工作取得了很大进步。

随着信息技术的飞速发展，一些地方探索在司法委托拍卖中借助网络平台，突破地域限制，使拍卖标的信息公开程度更高，交易价格最大化。随之而来的是，各地法院在司法实践中遇到了一些具体法律适用问题，现行的法律和司法解释没有明确，亟需出台新的司法文件加以指导。

委托评估拍卖改革是中央部署的“改革和完善民事、行政案件执行体制”改革项目的重要内容，也是《人民法院第三个五年改革纲要(2009—2013)》有关执行体制改革的重要内容。为了进一步规范人民法院委托评估、拍卖工作，及时指导在信息化社会下各级人民法院正确处理委托评估、拍卖过程中遇到的新情况，新问题，切实依法维护当事人的合法权益，历经两年的起草过程，经广泛征求意见后，最高人民法院出台了这部司法解释。

**二、《规定》起草的原则**

在制定《规定》过程中，最高人民法院注意把握了以下几个原则：

一是注重推动原有规定落实。原来有规定且规定得很明确，则仍遵照原有规定，我们从推动落实的角度进一步强调。如统一司法委托评估拍卖的管理机构、随机方式确定评估拍卖机构等。

二是符合社会管理创新要求。由于经济社会的飞速发展，原来没有规定的，我们作了新的规定。如统一委托评估、拍卖场所和平台，利用电子手段实现网络竟价公开化，实现充分竟价。

三是注重以公开促进公正。如通过统一信息平台使拍卖标的信息披露最大化，法院不再组织建立拍卖机构名册。

四是充分听取有关方面意见。最高人民法院先后到重庆、上海、湖北、广西、云南等地实地调研，召开了l 5次不同形式和不同范围人员参加的座谈会，先后两次到商务部、国资委等部门交换意见，并向有关单位发了l4份征求意见函。

**三、《规定》的主要内容**

《规定》的主要内容体现在以下四个方面：

一是通过四个“统一”，实现审判执行与委托拍卖分离。通过统一管理机构、职责、委托方式、场所等，实现审判执行与委托拍卖分离。统一管理部门，就是由司法辅助部门统一负责对外委托拍卖，作为拍卖机构与执行部门的中间协调部门，隔断执行员与拍卖机构的关联；统一资质标准，就是由政府有关部门评定的具有司法拍卖资质的拍卖机构均可进入司法拍卖；统一随机方式，就是原则上由中级以上人民法院采用随机方式确定评估、拍卖机构，根据本地实际情况统一实施对外委托；统一拍卖场所，就是涉诉国有资产通过省(市、自治区)级以上国有产权交易机构的电子交易平台进行竞价，证券类通过证券交易所来实施；其他司法委托拍卖则纳入拍卖机构统一的拍卖平台进行。

二是人民法院不再编制委托评估、拍卖机构名册。今后凡是由政府管理部门行政许可并达到一定资质等级的评估、拍卖机构，只要自愿报名参加人民法院委托的评估、拍卖活动，都可参加随机摇号，使每个评估、拍卖企业具有公平竞争的机会。

三是通过标的信息公开，严格保密竟买人信息，实现拍卖价格最大化。拍卖前，受委托的拍卖机构应通过管理部门的信息平台统一发布司法委托评估、拍卖信息，拍卖后对委托评估、拍卖结果进行网上公示。

四是加强严格管理监督。人民法院负责对评估、拍卖机构的司法委托评估、拍卖活动实行监督。对评估机构评估结果明显错误、评估报告严重失实，拍卖过程中存在严重瑕疵，影响拍卖结果的，人民法院可以建议主管和监管部门对评估、拍卖机构作出相应处罚，并取消其资格。对违反法律法规的依法依规处理。

我们相信，该《规定》的出台，对于依法履行好宪法、法律赋予人民法院的职责，做好司法委托评估、拍卖工作，切实保障审判和执行工作的顺利进行必将发挥重要作用。

**最高法解读企业破产法司法**

**解释原因认定更具体**

近日,最高人民法院公布了《关于适用〈中华人民共和国企业破产法〉若干问题的规定(一)》,该司法解释自9月26 日起施行。就该司法解释出台的背景和目的,最高人民法院民二庭负责人进行了解读。

**破产原因认定更具体**

据了解,实践中对破产原因的认定标准,存在不同理解和认识,根据企业破产法第二条第一款的规定,判断债务人是否存在破产原因有两个并列的标准,一是债务人不能清偿到期债务并且资产不足以清偿全部债务 , 二是债务人不能清偿到期债务并且明显缺乏清偿能力。

这位负责人指出,司法解释通过几个条文分别对破产原因中“不能清偿到期债务”、“资产不足以清偿全部债务”、和“明显缺乏清偿能力”几个关键概念作出了解释。要特别强调的是,由于民事主体具有独立的资格和地位,对每一个单独民事主体的清偿能力须分别审查,不同民事主体之间不存在清偿能力或破产原因认定上的连带关系,其他主体对债务人所负债务负有的连带责任是对债权人的责任,而不能视为债务人本人清偿能力的延伸或再生。因此,相关当事人以对债务人的债务负有连带责任的人未丧失清偿能力为由,主张债务人不具备破产原因的,人民法院应不予支持。

**不能清偿应具备要件**

这位负责人解释说,认定不能清偿到期债务应当同时具备三个方面的要件:第一,债权债务关系依法成立。如债务人不否认或者无正当理由否认债权债务关系,或者债务已经生效法律文书确定。这样规定的主要目的是为了防止债务人拖延破产程序启动。第二,债务人不能清偿的是已到偿还期限的债务。破产程序本质上属于概括执行程序,债务尚未到期的,债务人不负有立即履行的义务 , 故不应受执行程序的约束。第三 , 债务人未清偿债务的状态客观存在。

**五种情形无清偿能力**

这位负责人指出,债务人不能清偿到期债务时通常都已资不抵债。但有的情况下,在债务人账面资产尚未超过负债时,也可能因资产结构不合理,发生对到期债务缺乏现实支付能力,如现金严重不足、资产长期无法变现等而无法支付的情况。他表示,由于企业破产法的规定过于抽象,导致实践中的认定困难,影响了该项标准的适用效果,司法解释列举了明显缺乏清偿能力的几种主要情形,包括债务人因资金严重不足或财产不能变现等原因无法清偿债务、法定代表人下落不明且无其他人员负责管理财产无法清偿债务、经人民法院强制执行无法清偿债务,以及长期亏损且经营扭亏困难无法清偿债务等情形,从而减轻破产原因认定上的困难,推进破产程序的有效运行。

**诉讼费债务人财产拨付**

这位负责人表示,关于企业破产案件诉讼费用的交纳问题,企业破产法第四十一条、第四十三条和第一百一十三条,以及《诉讼费用交纳办法》第十条、第十四条、第二十条和第四十二条等明确规定,破产案件诉讼费用作为破产费用,应在案件受理后根据破产财产情况确定数额,并从债务人财产中随时拨付,申请人不负有预交破产案件诉讼费用的义务。但在目前司法实践中,有的法院要求申请人预交破产案件诉讼费用,并在申请人未预先交纳案件诉讼费用时,以此为由裁定不予受理破产申请或者驳回破产申请,这种做法明显不符合法律规定,因此,司法解释进一步重申,申请人依法向人民法院申请破产的诉讼费用,从债务人财产中拨付,相关当事人以申请人未预先交纳诉讼费用为由 , 对破产申请提出异议的 , 人民法院应不予支持。

附：

**最高人民法院关于适用《中华人民共和国企**

**业破产法》若干问题的规定**

(2011年8月29 日最高人民法院审判委员会第 1527 次会议通过）

法释〔2011〕22 号

**中华人民共和国最高人民法院公告**

《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国企业破产法〉若干问题的规定（一）》已于2011年8月29日由最高人民法院审判委员会第1527次会议通过， 现予公布， 自2011年9月26日起施行。

二○一一年九月九日

为正确适用《中华人民共和国企业破产法》，结合审判实践，就人民法院依法受理企业破产案件适用法律问题作出如下规定。

第一条 债务人不能清偿到期债务并且具有下列情形之一的，人民法院应当认定其具备破产原因：

（一）资产不足以清偿全部债务；

（二）明显缺乏清偿能力。

相关当事人以对债务人的债务负有连带责任的人未丧失清偿能力为由，主张债务人不具备破产原因的，人民法院应不予支持。

第二条 下列情形同时存在的，人民法院应当认定债务人不能清偿到期债务：

（一）债权债务关系依法成立；

（二）债务履行期限已经届满；

（三）债务人未完全清偿债务。

第三条 债务人的资产负债表，或者审计报告、资产评估报告等显示其全部资产不足以偿付全部负债的，人民法院应当认定债务人资产不足以清偿全部债务，但有相反证据足以证明债务人资产能够偿付全部负债的除外。

第四条 债务人账面资产虽大于负债，但存在下列情形之一的，人民法院应当认定其明显缺乏清偿能力：

（一）因资金严重不足或者财产不能变现等原因，无法清偿债务；

（二）法定代表人下落不明且无其他人员负责管理财产，无法清偿债务；

（三）经人民法院强制执行 , 无法清偿债务；

（四）长期亏损且经营扭亏困难 , 无法清偿债务；

（五）导致债务人丧失清偿能力的其他情形。

第五条 企业法人已解散但未清算或者未在合理期限内清算完毕，债权人申请债务人破产清算的，除债务人在法定异议期限内举证证明其未出现破产原因外，人民法院应当受理。

第六条 债权人申请债务人破产的，应当提交债务人不能清偿到期债务的有关证据。债务人对债权人的申请未在法定期限内向人民法院提出异议，或者异议不成立的，人民法院应当依法裁定受理破产申请。

受理破产申请后，人民法院应当责令债务人依法提交其财产状况说明、债务清册、债权清册、财务会计报告等有关材料，债务人拒不提交的，人民法院可以对债务人的直接责任人员采取罚款等强制措施。

第七条 人民法院收到破产申请时，应当向申请人出具收到申请及所附证据的书面凭证。人民法院收到破产申请后应当及时对申请人的主体资格、债务人的主体资格和破产原因，以及有关材料和证据等进行审查，并依据企业破产法第十条的规定作出是否受理的裁定。

人民法院认为申请人应当补充、补正相关材料的，应当自收到破产申请之日起五日内告知申请人。当事人补充、补正相关材料的期间不计入企业破产法第十条规定的期限。

第八条 破产案件的诉讼费用，应根据企业破产法第四十三条的规定，从债务人财产中拨付。相关当事人以申请人未预先交纳诉讼费用为由，对破产申请提出异议的，人民法院不予支持。

第九条 申请人向人民法院提出破产申请，人民法院未接收其申请,或者未按本规定第七条执行的，申请人可以向上一级人民法院提出破产申请。

上一级人民法院接到破产申请后，应当责令下级法院依法审查并及时作出是否受理的裁定；下级法院仍不作出是否受理裁定的，上一级人民法院可以径行作出裁定。

上一级人民法院裁定受理破产申请的，可以同时指令下级人民法院审理该案件。

**随着电子商务蓬勃发展，网上拍卖发展如雨后春笋，成为一种新的发展趋势，得到行业内普遍关注，同时也注意到发展中存在着有关法律问题。如何能够更好的规避风险，本期我们选登的这篇文章对相关法律问题进行了分析，希望行业同仁更多关心电子商务，了解中国在电子商务方面的立法和司法现状。**

**网上拍卖有关法律问题探析**

随着电子商务蓬勃发展，网上拍卖发展如雨后春笋，成为一种新的发展趋势，得到行业内普遍关注，同时也注意到发展中存在着有关法律问题。如何能够更好的规避风险，本文对相关法律问题进行分析。

**网上拍卖法规不完整**

时至今日，中国尚没有规范网上拍卖的法律规定。网上拍卖与普通拍卖都是遵照《中华人民共和国拍卖法》，但《拍卖法》是针对现场拍卖的，由于网上拍卖具有与现场拍卖不同的特性，因此，网上拍卖仅仅适用《拍卖法》是不能完全调整这种法律关系的。

例如，现场拍卖是主办单位无法事先公布拍卖结束的准确时间的，主办单位只能公布拍卖会开始的时间。拍卖开始后，一个出价如果拍卖师连喊三声无人出更高的价，拍卖师就落槌表示买定或不落槌而声明流拍。而网上拍卖通常是事先公布拍卖的起始和终止时间的，而且不用拍卖师落槌的方式表示买定，拍卖持续的时间内，无法确认也很难保证拍卖师一直在主办拍卖的网站现场。

**确定网上拍卖的主体必须是拍卖公司**

根据《中华人民共和国拍卖法》，拍卖的主体必须是拍卖公司。但是，网上拍卖的情况就很混乱，很多不具备拍卖资格的公司也主办拍卖，吸引了很多人竞价，一旦发生纠纷可能面临拍卖无效的风险。

网上银行和网上证券业务都是必须由银行和证券公司自已经营管理的，禁止将该业务转由其他技术公司承办。但网上拍卖就没有这方面的限制。

**当前网站公布的拍卖结束标志不统一**

根据《中华人民共和国拍卖法》第五十一条规定，拍卖成交的方式有拍卖师落槌和其他方式。在中国商品拍卖市场网站上进行的拍卖就不是以拍卖师落槌的方式表示买定，而是通过网站公布的拍卖结果这一公开的方式表示买定的。

根据该网站的交易习惯和网站设备的预制程序，在没有拍卖成交之前，参加竞买者的应价都能被网站公布，一旦拍卖成交，任何人都不能再参与竞价；在连续竟价过程中，该网站的拍卖结果一栏是空白的，一旦拍卖成交，就在拍卖结果一栏中予以显示。

因此，网站公布的拍卖结果，要以公开的方式表示买定的形式，是对拍卖成交的确认。

当网站对低于保留价的最高应价进行确认后，拍卖成交，即拍卖人与竞买人之间的拍卖合同依法成立。拍卖人、委托人不得以成交价低于保留价为由对抗无过错的善意竞买人。

《拍卖法》第五十条的规定，首先是对拍卖人的约束，当最高应价来达到委托人的保留价时，拍卖师不得落槌或以其他公开表示买定的方式确认；其欢，才是对竞买人的约束。拍卖师对未达到保留价的最高应价应不落槌或不以其他公开表示买定的方式确认，而宣布该应价无效，拍卖未成交，停止拍卖时，提出该最高价的竞买人不得异议。

该条款并未规定竞买人的最高应价低于保留价而拍卖师却落槌或以其他公开表示买定的方式确认拍卖成交的情况。委托人与拍卖人双方对保留价是保密的，竞买人即使知道拍卖有保留价，也不可能知道保留价的具体数字，因此，不知保留价的竞买人，是善意、无过错的第三人。当网站对低于保留价的最高应价进行确认，拍卖成交、即拍卖人与竞买人之间的拍卖合同依法成立。拍卖人、委托人不得以成交价低于保留价为由对抗无过错的善意竞买人。

中国商品交易拍卖市场不在拍卖过程中及时对低于保留价的最高竞价不予确认，及时宣布拍卖停止，却在拍卖结果确认拍卖成交后，单方面认为原告的最高竞价无效，没有法律依据，构成对拍卖合同的违约。

**不签订成交确认书不影响合同成立**

《中华人民共和国拍卖法》中规定的成交确认书，是对拍卖成交后，买受人、拍卖人双方就买受人买受的物品及成交价的书面确认，而不是拍卖是否成立的确认，因为，拍卖是否成立是经拍卖师落槌或其他公开表示买定的方式确认的。

由于网上拍卖电子交易的特殊性，根据《中华人民共和国合同法》用数据电文的形式形成的合同，是书面合同的有关规定，网上拍卖交易本身就是以书面形式进行的，因此没有必要共同签署成交确认书，不签署成交确认书不影响拍卖合同的成立。

**系统故障没有相关的法律责任规定**

网站拍卖规则中明确规定，被告对系统故障导致买受人的损失承担责任，但并没有规定对发生系统故障后网站具体应该承担什么责任。电子商务本身就是依赖网站经营者的系统进行的，对于从事此方面经营的经营者在技术设备及维护上提出了很高的要求。网站的经营者对网站系统的稳定性、安全性负有责任。在经营者的系统发生系统故障期间，消费者作为无过错的善意购买人签订的合同应当有效。合同生效后不履行合同的一方应承担违约责任。

**关于系统故障方面责任可借鉴其他行业规定认真研究**

迄今为止，中国的法律规定中虽然涉及系统故障的内容，但没有相应的法律责任。中国证券监督管理委员会2000年3月30日发布的《网上证券委托暂行管理办法》(证监信息字[2000]5号)规定，从事网上证券业务的证券公司的网上委托系统应有完善的系统安全、数据备份和故障恢复手段。在技术和管理上要确保客户交易数据的安全、完整与准确。网上委托系统应包含实时监控和防范非法访问的功能或设施；应妥善存储网上委托系统的关键软件(如网络操作系统、数据库管理系统、网络监控系统)的曰志文件、审计记录。网上委托系统中有关数据传输安全、身份识别等关键技术产品应通过国家权威机构的安全性测评；网上委托系统及维护管理制度应通过国家权威机构的安全性认证：涉及系统安全及核心业务的软件应由第三方公证机构(或双方认可的机构)托管程序源代码及必要的编译环境等等。但是，没有法律责任的规定。

中国人民银行2001年公布的《网上银行业务管理暂行办法》中国人民银行令[2001]第6号。该《暂行办法》第三章网上银行业务的风险管理中用十二条内容规定了银行开展网上银行业务应采取各种物理的和技术的安全措施．保证数据安全．防止未授权使用、病毒侵袭、黑客入侵等，保障系统安全。对系统安全保障措施不充分，造成重大泄密，危害客户利益和银行体系安全的行为，承担的法律责任是行政处罚、停止网上银行业务．但没有涉及造成消费者损失的赔偿。

实践中，中国的银行和证券公司在从事网上银行或网上证券业务时，与消费者签订的网上银行或证券委托合同中，虽然向消费者提示了网上业务的风险，但将出现系统故障、病毒入侵、黑客攻击等情况下的风险和责任一律转嫁给消费者，银行或证券公司方面不承担任何赔偿责任。

**学界对系统故障和电子错误的研究也还不够充分。**

新近判决的网上证券客户股票被盗卖盗买案件即在原告贾铁英诉中国印和证券有限责任公司股票被盗卖盗买案件中，也涉及了相关问题，这再次引起了人们对系统故障和电子错误的重视。原告贾铁英在中国印和证券有限责任公司安外营业部开户。2001年9月1 2日其股票被盗卖，又于同日被盗买一个价格连续下跌达30%的股票，造成30万元左右的损失。原告贾铁英认为被告证券公司的网络安全存在问题，未尽证券公司之保证投资者账户内资金、股票安全及为投资者提供一个安全防范严密、管理措施完善的金融交易场所的义务，被告对原告股票被盗卖负有不可推卸的责任，故要求安外营业部返还被盗卖的股份并还要求有关赔偿总计人民币13万余元。法院以证据不足为由判决原告败诉，认为原告贾铁荚没有证据证明本案股票交易委托指令是被告安外营业部窃取其密码或利用自身技术服务优势所为，也不能向法庭提供因安外营业部电脑交易系统不安全或管理不善致使他人侵入系统或破解其交易密码进行涉案股票买卖的相应证据。

由于版面有限，不能做更多的探析，希望让更多关心电子商务的朋友包括国际朋友，了解中国在电子商务方面的立法、司法现状，也非常希望籍此进行更广泛和深入的交流。（文/刘春）

**拓展拍品来源，建立核心竞争**

**力，增强生存和发展能力**

目前，重庆、广州等地的法院已经明确要求其执行标的必须在产权交易所进行拍卖，而且这种作法还有向全国推广之势。拍卖公司已经基本不能独立拍卖国有资产和国有土地使用权，资产管理公司和银行需要拍卖的不良资产越来越少，非艺术品拍卖公司的拍卖标的来源日渐减少，竞争日趋激烈，许多拍卖公司面临生存危机。本人就此进行了一些思考与研究，认为：改变对代理人拍卖委托的依赖，拓展拍品来源，实行专业化经营，建立拍卖公司的核心竞争力，是拍卖公司赖以生存和发展的治本之举。

**一、过渡依赖代理人委托的标的是拍卖公司面临生存危机的根本原因**

我国拍卖恢复以来的20多年时间里，除少数艺术品等专业拍卖公司外，大多数拍卖公司的标的来源基本是政府管理部门、人民法院、金融机构等代理人。近年来代理人委托的拍卖成交额虽然有所下降，但依然占全国拍卖公司成交总额的主要部分。如2007、2008、2009、2010年，政府等代理人委托拍卖成交额分别为77.52%、69.44%、74.95% 和 76.58%，包括艺术品拍卖公司在内的所有拍卖公司的非代理人委托的拍卖成交额只占拍卖行业总成交额的 22.48%、30.56%、25.05%和 23.42%。代理人委托拍卖在拍卖行业的地位之重要，拍卖公司对代理人委托的依赖性之强可见一斑。对代理人委托的过分依赖，给拍卖公司和拍卖行业带来了一系列后果。

首先，拍卖公司处于被动从属地位，成本高、风险大、形象差。代理人委托拍卖基本是每年进行一次所谓入围“筛选”。由于众所周知的原因，无论当年是否接受过拍卖委托，也无论是否有利可图，拍卖公司都必须付出努力与代价维护关系，争取入围。而能否入围有太多的不确定性，即使拍卖公司能够入围，代理人当年是否有标的委托拍卖、委托拍卖的标的大小都是未知数，而且以什么方式确定拍卖公司也具有太多的不确定性。在代理人采用抽签或摇号决定拍卖人的过程中，一些地方出现的好标的总是少数几家拍卖公司拍卖，多数拍卖公司却基本无缘中签的现象是屡见不鲜的。

在代理人委托拍卖过程中，委托人和拍卖公司完全处于不平等状态之中。拍卖企业为了获得拍卖业务，不得不花费大量的时间精力和金钱与委托人搞好关系，接受委托人苛刻且不平等条件，有的违心的向委托人及其工作人员行贿，甚至不得不配合委托人进行暗箱操作。有拍卖收入时，往往还得与委托人或其工作人员进行分成。有时拍卖公司还被迫配合委托人和竞买人的违法违规行为。因而，许多拍卖公司还经常冒着牢狱之灾的风险。

最近几年，在代理人委托拍卖过程中，一些与规避道德风险背道而驰的现象经常见诸于各种媒体。有的故意使一些竞买人失去竞买机会；有的竞买人之间恶意串通，甚至暴力阻止其他竞买人正常竞价，最终使拍卖低价成交；有的委托人与竞买人恶意串通，操纵从资产评估开始到拍卖的全过程，一些拍卖公司或其工作人员被逼默认、配合，当然也有个别主动参与其中的。这些现象的出现，影响很坏。一些人误认为拍卖总会有暗箱操作，甚至拍卖本身就意味着腐败。

其次，拍卖公司处于低水平同质竞争。在大多数代理人委托拍卖案例中，对拍卖的基本要求是建立公开公平公正的交易机制，除此以外一般没有特别要求。在委托拍卖前多数委托人已经拟定了拍卖的程序，拍卖业务已经程序化、格式化，一些标的甚至已经有意向购买人。委托人并不要求拍卖公司进行专门的制度设计，也不一定关心成交价格的高低，他们更关心的是能否成交，甚至是否能由特定竞买人购买。进入拍卖流程后，只要按照《拍卖法》等法律法规和委托人要求的规定履行程序即可，基本不需要什么技术含量。拍卖公司即使有自己的专业特色，也很难体现出来。因此，对于代理人委托拍卖业务，大多数拍卖公司之间的竞争不是技术和服务的竞争，而是依靠关系、依靠公关等低水平的同质竞争。法院、资产管理公司等采用抽签或者摇号等形式确定拍卖公司，虽然是避免腐败等的举措，但却正好说明拍卖公司的技术含量之低。

根据 《拍卖法》 和 《拍卖管理办法》 规定， 注册一家非文物艺术品拍卖公司需要100万注册资金、一名拍卖师和2名拍卖从业人员。根据中拍协关于拍卖从业人员和拍卖师的有关管理规定，具备专科以上文凭，经考试合格，即成为合格从业人员。从业人员工作满一年后即可参加拍卖师资格考试，一旦考试合格，即可举槌主持拍卖了。也就是说，一名具有专科文凭的毕业生，只要2年的时间即有可能成为拍卖师。与我国其他行业相比，在专业资质认证的专业队伍中，取得拍卖师资质是比较容易的。可见，拍卖公司的设立门槛之低。于是，租一间办公室，请一名挂名拍卖师的拍卖公司也是屡见不鲜的。

第三、拍卖公司竞争激烈、利润降低。2004 年放宽拍卖公司设立审批以来，拍卖公司数量增加较快，拍卖公司间的竞争日趋激烈。2010年，全国主要从事非文物艺术品的拍卖公司6000多家，总成交额为 6251.28 亿元。平均每家拍卖公司的年成交额约1亿元。由于僧多粥少，拍卖公司处于极不利的地位，除文物艺术品外，佣金比例减少。在一些由政府部门委托的国有建设用地使用权拍卖中，很多企业的佣金收入低到几近于零。以浙江省为例，近两年，在未剔除国有建设用地使用权拍卖情况下，2009 年全省拍卖成交总额 789.25 亿元，较 2008 年增长 125.61%，但佣金成长仅 45.06%，平均佣金率 0.74%；2010 年佣金情况有所好转，但即使剔除了近 200亿国有建设用地使用权拍卖业务之后， 房地产类标的的佣金水平仍然仅为0.94%。 在一些代理人委托拍卖过程中，甚至出现委托人要求拍卖公司先行支付拍卖费用并交“成交保证金”等极不公平的现象。拍卖行业中“赚数字，不赚佣金”，甚至赔本赚吆喝的现象已相当严重。

**二、在非代理人委托拍卖中，拍卖公司的专业化不足、没有核心竞争力是拍卖公司处于困境的重要原因。**

专业化分工是市场经济发展的必然。然而，除文物艺术品拍卖公司外，大多数拍卖公司无论规模大小，基本是多元化经营。除拍卖师和拍卖从业人员外，大多数拍卖公司没有与拍品相关的专业人员，基本是低水平同质竞争。谈不上专业化，更谈不上专业特色和核心竞争力。

在涉及土地、股权等标的的交易过程中，拍卖公司没有比较优势。如，拍卖公司并不比土地交易中心、产权交易机构更了解国有土地和被转让资产的法律法规，也不一定比他们占有更多的市场信息和客户资源。对于企业股权、金融机构的不良资产、破产企业等资产的处置，多数拍卖公司没有法律、投资银行等方面的专业人员和经验。因而，拍卖公司只能处在资产处置的最末端，即只有当这些资产通过投资银行、招标或挂牌等其他方式不能成交时，才将难啃得骨头委托拍卖公司拍卖。

在二手房等二手商品的交易过程中，与经纪等其他交易方式相比，拍卖也没有优势。比如，在二手房的交易过程中，大多数拍卖公司目前没有与二手房相关联的专业人才，很难向委托人提供比经纪公司等更专业的价值判断、市场分析意见和客户服务。其次，就信息发布而言，拍卖公司一般只是在公众媒体发布公告，至多在拍卖公司自己的网站发布信息，而许多经纪公司，特别是一些大型经纪公司，不仅有专门商品信息发布网，而且还在大众媒体发布信息。再次，就交易便利性而言，拍卖也没有明显的优势。如房地产经纪公司等中介公司一般都有多家、甚至遍布城市的店面方便客户随时进行咨询、完成交易，而拍卖公司基本没有店面服务，还必须严格按照《拍卖法》 的程序进行公告， 只能在事先确定的时间进行交易。 由于没有明显的比较优势甚至处于劣势，拍卖很难成为二手房等商品交易的首选方式。

此外，创新与开拓意识不足，也是许多拍卖公司陷于困境的原因。

**三、拓展拍品来源，建立核心竞争力意识，增强生存和发展能力的建议**

对于核心竞争力，理论上有多种表述，综合起来看，核心竞争力是指企业所拥有的在市场竞争中获得竞争优势的能力。核心竞争力一般包括三个方面的内涵，一是这种能力是企业所独有，能使企业在市场竞争中获得优势；二是这种能力是其他企业难以模仿或复制的，即使其他企业要模仿，也需要付出时间和资金等方面的代价；三是这种能力具有一定的持续性，即企业具有不断创新能力，能在一定时间内巩固和发展这种竞争优势。我国拍卖行业可以尝试从以下几个方面形成核心竞争力。

首先，按照拍卖的价值发现功能，拓展拍品来源。拍卖的基本经济功能在我国社会和经济生活中主要表现在两个方面：规避道德风险和价值发现。道德规避功能是指在处置公物、国有土地使用权、国有资产和各种形式的其他公有资产以及人民法院执行标的等由代理人管理的资产或权益时，通过公开拍卖的方式，可以避免内部人控制、暗箱操作等道德风险，从而减少甚至完全避免商品贱卖、防止国有资产流失、维护当事人合法权益。价值发现功能，是指对于那些缺乏可比性或者可比性不强的商品以及通过拍卖交易成本更低的商品而言， 通过拍卖揭示这些商品的价格，促进这些商品的流通。在我国现阶段，很难在规避道德风险方面形成拍卖公司的核心竞争力，只有按照拍卖的价值发现功能进行积极探索。

从理论上讲，需要进行价值发现的商品如文物艺术品、各种收藏品、二手商品、频谱资源、排污权、碳排放量等都可以通过拍卖转让，可以拍卖的二手商品又有成千上万种。可以重点研究二手房、二手车、二手设备等等二手商品的拍卖，探讨大规模拍卖二手房、二手车的可行性。加拿大利氏兄弟公司在二手设备拍卖方面，成为世界拍卖业的典范。该公司1958年成立于加拿大，一直致力于二手工业品的拍卖，目前，是美国的上市公司，是世界上最大的重型设备和汽车的拍卖商，在全球各大洲有超过110家业务机构，2010 年成交额达 33 亿美元。他山之石可以攻玉，该公司的经验值得我国同行借鉴。

其次，在新拍卖方式拓展方面，可以重点研究网络拍卖等问题。对网络的研究可以分为两个方面。一方面研究如何利用互联网完善现有拍卖业务领域，包括进行高效率的信息发布、更加透明的拍卖过程、更加便利的竞买和交割手续，使现有拍卖更便捷、更公开、更公正、更公平，为委托人和竞买人提供高效优质服务。另一方面，充分研究非拍卖公司进行的网络拍卖，将网络拍卖和拍卖公司的拍卖方式有机结合，实现拍卖方式的创新，打造新的交易平台，更大范围拓展拍品来源。以互联网为依托的各种新技术，成为经济发展的推动力和重要组成部分。在现代和未来经济和社会生活中的地位和作用日益重要。然而，这些技术只在少数拍卖公司刚刚开始应用，而且其中多数拍卖公司仅仅将网络作为改善传统拍卖方式的工具，没有将互联网拓展为新的拍卖方式和新拍卖领域。EBAY、淘宝等专业网站以及网易等综合网站等拍卖的品种成千上万种，一些网站推出的秒杀活动实际上也是一种网络交易形式。这些都值得拍卖公司借鉴学习。

第三，找准市场定位，进行专业化拍卖。分工是专业化的前提，专业化是核心竞争力的基础。对于拍卖企业而言，要形成核心竞争力，除在拍卖品种拓展、拍卖方式更新等方面进行探索外，还必须根据拍卖公司自身特点和市场发展需求，在细分市场的基础上，找准市场定位，实行专业化经营，即在某一特定的领域里潜心经营，熟悉行业资源和行业的特征，以及特定的客户群体和市场需求，同时培养特定领域的专业人才，形成独特的经营模式和盈利模式。

中国嘉德堪称我国拍卖公司走专业化经营道路的开拓者和典范。该公司在1993年创建伊始，就将专业化经营作为立足之本，只做文物艺术品拍卖，面对丰厚盈利的甚至暴利的非文物艺术品拍卖而不为所动，这在当时文物艺术品市场化经营尚属探索甚至禁地的年代，是何等的难能可贵。

最终经过近20年的持守，终于成为中国艺术品拍卖的一面旗帜，并进而推动社会认可将拍卖作为文物艺术品交易的一种基本形式。如今，中国艺术品拍卖已经成为国际文物艺术品拍卖市场的重要组成部分。中国嘉德文物艺术品拍卖之路其实也是中国拍卖行业探索专业化经营形成核心竞争力的成功之路。

终上所述，本文认为，摆脱对代理人委托的依赖，拓展拍品来源，建立核心竞争力意识，是拍卖公司增强生存和发展能力的根本。目前，拍卖公司可以在发挥拍卖的价值发现方面加大拍品来源拓展、运用网络技术进行拍卖方式的更新以及专业化经营等方面进行积极探索。（文/汤炎非）

**拍卖策划的价值与法律风险防范**

一、拍卖策划的价值和意义：为什么要重视拍卖策划？

这次我们主题是拍卖策划和核心竞争力，之所以今年提出拍卖策划的问题，这是因为行业需要策划，需要开拓新的市场，企业需要策划，需要新的业务来源，企业内部工作人员尤其拍卖师也需要地位。

（一）需要向拍卖策划要市场

拍卖行业目前正在从政策性主导拍卖向市场化主导的拍卖转型，转型期遇到一个很大的困难就是在拍卖中竞争的对手发生了变化，这是行业关注拍卖策划主要的原因。

从竞争状况看，08年以前行业面临的主要是拍卖企业内部化竞争，很多业务都是肯定要拍卖，差别无非是你拍还是我拍而已，因此，当时的竞争主要是企业竞争。现在出现了拍卖行业和非拍卖行业间的业务竞争，有各种各样的交易平台，比如国有产权交易机构，林权交易机构，还有环交所等等，这是行业竞争对手发生了很大的变化。

大家讲拍卖策划，都想到的是具体的策划，但竞争对手的变化，首先需要有中国拍卖行业的战略策划，指导行业向什么方向走，要通过大的战略策划开拓新的市场。我在09年的时候讲过行业战略规划应该四个字概括，保旧争先。这几年中国拍卖行业协会都在做工作，包括政策协调，就是策划。我们必须有整体解决策划方案，行业要战略策划。

我个人认为中国拍卖行业正在进行转型，通俗的来讲，这个转变就是从打猎式向放牧式变。以往的拍卖是打猎式，今天运气好打一个大象出来，明天运气不好，什么都没有。拍卖行业十几年基本处于打猎式拍卖。资产类拍卖公司，三年不开张，开张吃三年，只有文物艺术品相对来讲市场化程度高一点。因此现在我们要向放牧式拍卖转变，我放了一只羊，我想吃哪只就吃哪只。

怎么向放牧式转变呢？一定要开拓常规性业务，这是我们行业必须要完成的任务。比如排污权拍卖，排污权每个国家都在搞，层层下压，地方要完成减排指标的,怎么办呢？拍卖是一个最好的办法，国外通过拍卖的方式分配排污权是最好的办法。从中国现在污染情况来看，再减排一百年都完成不了任务，这一百年每年都要减排，每个城市有两到三家企业就做排污权的拍卖。

我想说明什么呢？拍卖行业现在做行业层面的策划，需要通过行业策划把这个行业做成常规的市场，而不是打猎式的，现在越来越重视策划，行业通过策划开辟新的市场。

（二）企业需要向策划要业务

对于企业来讲，为什么要重视拍卖策划？前五年拿业务的时候，人脉关系、人际关系在是否能拿到标的上起到很重要的作用，现在人际关系也很重要，但不是只靠人际关系就能拿到标的。

从企业业务来讲，目前法院采取入围摇号，随机抽取，拿业务之外，这几年越来越多的业务需要拍卖企业参加招标，拿到业务都要靠策划。策划书不写的好，抓不住人的心就不行。因此，企业业务层面来讲，开拓业务角度来讲，也要进行策划。

传统的方式获得业务不太容易，这是大趋势，拍卖企业招标是一个大趋势。

（三）拍卖师需要向策划要地位

拍卖师也需要重视策划问题，需要通过策划要地位。现在拍卖师没有地位，你会的我都会，那拍卖师有没有什么存在的价值和必要。06 年我们提出要转变对拍卖师的定位，拍卖师不只是拍卖会的主持人，还应该是拍卖市场的专家。

拍卖师有地位，拍卖师必须懂拍卖，拍卖师要成为专家，我主张拍卖师有各种各样的，有公关的拍卖师，策划的拍卖师，营销的拍卖师，组织的拍卖师，你要懂专业，而不仅仅是主持。拍卖师要有存在的价值，要懂策划，你学会公关策划、营销策划，怎么招商。即使是主持也不是没有技术含量，举手投足都事先安排好的。

二、拍卖策划的特征与风险防范：如何做好拍卖策划？

怎么做策划呢？

首先要有一定目的性。不管什么策划，策划终极目标是创品牌，这是大目标。就小目标来讲，不管做哪个阶段的策划是要有目的性的，要能抓住心智。

其次拍卖策划有科学性。 策划也有理论体系的， 不是凭空想象。 西方早就有了拍卖师策划的理论。再次就是有创意性。拍卖是多功能的，拍卖不仅仅是为了卖东西。拍卖策划就是要想别人想不到的东西，没有做不到，只有想不到，创意是很重要的。

拍卖策划还要有可操作性，你不能蒙人。本来这个东西卖100万，你硬说可以卖到1000万，这里有可操作性。

此外，拍卖策划具有一定的不确定性和风险性。拍卖流程和程序有很大的区别， 我们要掌握的是拍卖流程， 而不是程序。 拍卖策划是可操作的，而且有风险性，不管你怎么策划，不能随心所欲，我们有拍卖法，还有标的的其他相关的法律法规，合法性是拍卖第一注重的。

拍卖策划有一定的风险，一是法律上的风险，二是商业上的风险，如果你的策划不科学，可能会带来商业上的风险。

提两点建议：

第一点，正确认识和重视拍卖的重要性。

第二点，学习和掌握拍卖策划的基本原理。

（文/刘双舟）

**拍卖行应如何开拓广告经营权拍卖业务？**

2011年3月2日，在古城西安举行了一场“西安地铁2号线车站平面广告资源经营权”拍卖会，西安地铁 2 号线车站平面广告资源 10 年经营权以 7.35亿元人民币成交，开创了我国拍卖历史上 户外广告单场拍卖会成交额之最。也为拍卖企业开拓新业务，培育核心竞争力提供了借鉴。

 **一、寻找标的亮点，围绕亮点做好策划**

（一）地铁广告位经营权位置优势是亮点

西安地铁车站广告位主要包括：投入运营的首批 17 个车站，每个站的通道、站厅、站台，都有 12 封灯箱，204 个灯箱总面积约 1044.48m2；通道扶梯旁看板，共约 979 个总面积约342.65m2；站台暂定有梯眉灯箱，共约48个另外还有屏蔽门贴、墙贴、护栏贴等。

地铁广告，作为一种巨大人流量的广告传播视角，对广告运营商及客户具有强大的吸引力，主要表现在其广告传播的强制性、冲击力强、影响范围广等特点。

（二）策划的关键环节：标的投资价值分析

以西安地铁2号线车站广告位为例，其价值主要体现在4个方面：

文化价值。省委、省政府提出的建设西部强省的战略目标，“文化强”是重要的支持。西安 地铁建设，让世人在穿越历史，感受千年古都深厚历史文化的同时，标志着西安向现代化、国际化大都市跨越。依托此契机，企业价值将得到充分彰显。

无形资产的投资价值。西安地铁广告位发布权拍卖，其无形资产价值的升值空间难以估算，借助各种媒体的宣传效应，竞得企业的产品及企业形象，在短期能够迅速提升，所产生的广告价值将是巨大的，对广告公司来说，其本身也是一种投资。

企业形象的展示价值。地铁二号线广告位，全部建在西安南北商业交通主干道，是西安人流、车流的最大密集区，是商家进行广告宣传的最佳选择，也是企业形象展示的理想平台。

持久的时间价值。西安地铁广告位经营权的时间价值效应，将得到充分体现，对企业的广告投入将会有较强的吸引力。

**二、做好拍卖会前各种准备**

（一）拍卖“冒标”风险及对策

由于无形资产是社会的紧缺资源，多数商家看好投资无形资产的前景，在拍卖中，他们往往自觉不自觉地突破原有的心理价位，志在必得，而产生“冒标”风险。为防止出现拍卖“冒标”， 拍卖人的操作实力、丰富经验更显得尤为重要。对此，我们根据多年来拍卖的实践经验，采取了切实可行的对策，防止此项问题的发生。

拍卖企业要求详实了解掌握竞买人的心理价位。通过与参拍竞买人进行深度沟通，翔实掌握竞买人参拍的真实意图。一般来说，潜在竞买人对标的的竞买态度有三种类型：

坚定型：有投资意向，参拍信心十足。

游离型：有投资意向，但没把握，伺机而动。

观望型：了解行情，暂无参与意向。

高度重视竞买群体心理的多种变异。在实施拍卖过程中，竞买人的心理状态往往随着拍卖会场上的竞价气氛而不断发生变化。有的看到标的价位不断攀升，因超出实力范围而放弃再行应价；有的看到标的物有所值，志在必得；有的甚至不计后果哄抬价格，导致“冒标”，造成无力支付成交价款而“毁约”。

对此，我们应在掌握竞买人心理价位的基础上，在拍卖会上密切注视竞买人的心理变化，适时客观合理地引导竞买人理性决策，将可能出现的“冒标”问题消灭在萌芽状态，保证标的顺利成交。

严密制作拍卖规定。针对不同的标的，制作规范性、科学性拍卖文件。多年来我们公司依法制作具有针对性、规范性、科学性强的拍卖文件，对标的拍卖中可能出现的各类问题，和委托人商榷方案，作到详尽声明和约定，在竞买办理报名登记时，让竞买人仔细阅读遵守，并签字确认，这样买受人不想违规，不能违规，也不敢违规。

竞买人资格审查。首先是资格预审。在制定严格的竞买资格预审制度、拍卖公告发布后，拍卖人根据委托人审批过的竞买条件对竞买人进行资格预审，仍以西安地铁2号线广告经营权为例，建议从以下几个方面对竞买人进行资格预审：竞买人的注册资本金；竞买人的经营场所和资信证明；竞买人的经营业绩；竞买人的大型客户资源；竞买人从事户外广告年限；竞买人已拥有的户外广告经营权发布面积；竞买人是否有违法行为和不良记录。

其次是综合评审。竞买人经过资格预审后，拍卖人向委托人提交已通过预审的竞买人名单，由委托人对预审通过的名单进行综合评审。

最后还要进行资料核实和现场考察。经过资格预审、综合评审、现场考察后，符合报名条件的竞买客户，方能参加竞买。

（二）竞买人条件有限制

以西安地铁2号线经营权为例，首先竞买人必须是在中华人民共和国境内注册的具备独立法人资格的公司，具备广告行业从业资格，资质证书齐全，注册资本金不少于1000万元人民币。其次，参与该拍卖会要求竞买人 2007—2009 年均具有户外媒体经营经验及业绩（以竞买人提供的广告媒体经营合同为依据），其中 2009 年户外广告营业额不低于1亿元。提交 2007 至 2009年经会计师事务所审计并符合法律法规要求的整套财务报表，且三年财务报表均为盈利。另外， 竞买人还需要具备跨区域 （两个以上城市） 户外广告媒体经营规模且不接受联合体竞买。

（三）制定文件有讲究

为确保拍卖圆满成功，建议在制定拍卖文件时，应将容易发生纠纷的问题考虑在内。西安地铁 2 号线的拍卖，在制定拍卖文件是就重点考虑以下三个方面：

制定完善的竞买保证金制度。足额、合理的收取竞买保证金。

足额的履约实施保证金。以确保竞买人在实施过程中，不能出现违约现象。拍卖会结束后三个工作日内，须缴纳规定的履约实施保证金，按年限依据履约情况分批返还买受人。履约保证金由委托人管理。

对于地铁广告内容，由委托人审批后方能实施。

（文/郝渊晓）

拍卖应力求避免赢者灾难

**什么是赢者灾难？**

2007年6月，中国人民大学出版社出版了当代世界学术名著——《共同价值拍卖与赢者灾难》，系统地分析了赢者灾难问题。该书认为，“赢者灾难”的概念最初是由美国的三个石油工程师卡潘、克拉普和坎贝尔在1971年提出来的，其含义是“竞价虽然取胜但却产生低于正常水平的利润甚至是负的利润”，换一种更通俗的说法就是“你获胜了，但你却输掉了钱，这就是你的灾难。”

在我国的拍卖实践中，“赢者灾难”也时有发生。1998年，武汉某拍卖公司拍卖典当行绝当物品，其中的一台康佳牌18英吋彩色电视机从1200元起拍，成交价达到了与新电视机相同的1700元。这就是说，买受人支付了新电视机的价格，得到的却是一台旧电视机，得不偿失显而易见。

2005年，湖北某县拍卖三轮车营运权。当时一辆三轮车一年的营运收入约在1.5万—2万元之间。拍卖公司接受拍卖委托后，依法发布了拍卖公告，展示了拍卖标的（各标的仅有编号差别），组织了拍卖会，各标的以1.5万元起拍，100个同类标的全部成交，成交价最低1.5万元，最高6.5万元，多数标的成交价在二者之间。这意味着成交价在2万元以上的买受人，其全年的劳动将付之东流，有的甚至要通过负债支付标的价款。“赢者灾难”可谓名副其实。

**赢者灾难是怎样形成的？**

**赢者灾难是特定条件下的产物，这些条件大体包括以下几个主要方面：**

**竞买人对拍卖标的缺乏正确的价值判断。**从拍卖企业下游需求客户的属性来看，有终端需求客户、中间需求客户两大类。前者为用而买，后者为卖而买。这两类客户对拍卖标的的价值判断有明显区别。以二手房为例，如果拍卖成交价与拍卖佣金之和不高于市场价，为用而买的终端需求客户是可以接受的。而对为卖而买的中间需求客户来说，竞买拍卖标的必须预留利润空间，能够接受的拍卖成交价就比较低。即使都是终端需求客户，对同一套房子的价值判断也是不一样的。有的单纯考虑自己居住，有的兼顾父母与子女住房的距离；有的对住宅周边地区的休闲设施有偏好，有的则对教育机构有偏好；有的把价格视为取舍的首要因素，有的则把区位、朝向、楼层视为首要因素。这都会导致竞买人对特定房屋的价值判断不同。

再以债权为例，在有的竞买人眼中，附随的担保物变现是实现债权的唯一途径。而在另外的竞买人眼中，实现债权可能有多条途径。许多债权都有瑕疵，但不同的竞买人对这些瑕疵的驾驭能力也不同。有的竞买人可能认为特定瑕疵不足为虑，有的则认为难于逾越。所有这些，都会造成同一债权在不同竞买人眼中的价值不同。

竞买人在竞买前，应根据自身的实际情况对拍卖标的价值进行正确判断，从中设定能够接受的最高应价。还以前面的例子来说，如果在竞买旧电视机之前，了解同一品牌、规格、型号新电视机的市场价格和使用寿命，了解旧电视机的已使用年限，在此基础上设定一个愿意接受的最高价，就不会出现赢者灾难了。作为三轮车营运者来说，如果准确把握了正常条件下单车的全年收入、单车年支出，对“营运权”的出价也就不会高得离谱了。

**竞买人自我掌控能力弱。**

表现之一是盲目从众。当他人应价热烈时，就误以为该标的物稀为贵，殊不知，别人加价有别人的道理，自己是否加价应基于自己对标的价值的判断；表现之二是争强好胜。当别人频繁加价时，为压倒对方而加价。此时的加价行为在竞买的本质属性之外，添加了“斗气”成分，极易造成赢者灾难。表现之三是对盲目应价的后果缺乏深思熟虑。在拍卖会上，竞买人的应价表现为要约，拍卖师的击槌表示承诺。一方要约另一方承诺，合同即告成立。拍卖成交后不当场签署《拍卖成交确认书》、不支付拍卖标的价款或不接受拍卖标的，必然导致争议甚至诉争。

**拍卖人履行瑕疵告知义务不充分。**

我国《拍卖法》规定：“委托人应当向拍卖人说明拍卖标的的来源和瑕疵。”；“拍卖人有权要求委托人说明拍卖标的的来源和瑕疵”；“拍卖人应当向竞买人说明拍卖标的的瑕疵。”就拍卖标的瑕疵的了解主体来说，委托人一般比拍卖人掌握着较多的信息，拍卖人又比竞买人掌握着较多的信息。在拍卖中，拍卖人一方面可要求委托人说明拍卖标的来源和瑕疵。另一方面也可通过自己的考察描述拍卖标的瑕疵并告知竞买人。

拍卖人在拍卖前是否全面、准确披露拍卖标的瑕疵，对竞买人的竞买或出价行为影响重大。例如，武汉闹市区有一在建工程项目。这个项目不同楼层曾被多家法院分别判决、裁定给不同的权利人且判决、裁定相互矛盾。如果这些判决、裁定的法律关系不理顺，这个在建工程项目将因权属不清而无法转让、复工并建成；如果拍卖财产权利，买受人也会因其对应的物质实体长期没有使用价值而难以实现。对于这样的拍卖标的，无论谁成为买受人都将难有回报。

**赢者灾难为什么值得重视？**

赢者灾难是以背离等价交换原则为特征的。不等价交换的标的物如果用于投资，意味着投资者的投资回报低于正常水平甚至出现负利润；不等价交换的标的物如果用于消费，意味着消费者的消费投入没有得到相应的满足。在这样的条件下，赢者灾难的直接承担者常常采用下列手段维护自己的利益：

**手段一：买受人与拍卖人协商化解赢者灾难。**1998年以新电视机的价格成为旧电视机买受人的是一位年逾半百的老太太。她在拍卖成交后当即反悔，要求退货。按道理说，这是违反《拍卖法》和拍卖规则的。但拍卖人出于对老人的同情且拍卖成交金额不大，最后答应了老人的要求。这就是说，协商化解赢者灾难必须具备两个条件：其一是拍卖人能够承受化解赢者灾难给拍卖人造成的损失；其二是拍卖人接受协商化解方案。上述条件缺少任何一个，协商不可能达成共识，赢者灾难也就无法化解。

**手段二：买受人迫使政府分担赢者灾难。**2005年湖北某县三轮车营运权拍卖的成交价过高主要是竞买人盲目应价所致，拍卖人无权否定拍卖成交结果；又因拍卖成交金额较大，拍卖人即使出于同情，也没有能力分担买受人的损失。结果，30多个买受人和10多个没有竞得拍卖标的的竞买人自发组织起来包围当地人民政府并到省人民政府办公楼前静坐。当地县政府事后推出许多补救措施，包括在一段时间内免征有关税费也无济于事，最后还是由政府交管部门按照自愿原则退还拍卖成交价款，事态才得以平息。

**手段三：买受人向拍卖人、委托人提起民事诉讼。**2006年9月26日，某拍卖人受某人民法院委托，拍卖位于武汉市汉阳区的一个在建工程项目。拍卖人依法发布了拍卖公告，展示了拍卖标的。竞买人与拍卖人签订了《竞买协议》，按约定支付了竞买保证金。拍卖会如期举行，起拍价4900万元，多位竞买人争相加价，最后以6200万元的价格成交。

拍卖成交后，买受人发现拍卖成交价超出了自己的承受能力，开始寻找拍卖人的疏漏。他们发现，自己支付竞买保证金时填写的收款人是“武汉市××区法院”，而准确的写法应该是“武汉市××区人民法院”。也确因这一小小的差异，竞买保证金虽然在拍卖前到达了该院的开户银行，但并未到达该院的账户。而《拍卖公告》载明，竞买保证金以办理竞买登记手续截止时点前到账为准。

买受人发现这一问题后，立即以自己支付的竞买保证金没有在截止时点前到达人民法院指定账户，当事人不具备竞买资格而拍卖人却认定其竞买资格为由向人民法院提出民事诉讼并据此主张拍卖无效。人民法院受理了此案并最终认定拍卖无效。本标的2007年2月再次拍卖时，成交价只有5350万元。

化解赢者灾难的上述手段，必然损害社会的和谐程度，加大社会的运转成本，降低当事人的工作效率。因此，规避赢者灾难，是建设和谐社会的重要课题。

**怎样规避赢者灾难？**

**出让人慎选交易方式。**现实生活中的交易大体分为三种：买卖、标卖、拍卖。买卖是供求双方的自由交易。这种交易方式对交易主体的数量对比关系、达成交易的标准和竞争的形式均由当事人自主决定。只要交易行为不危害社会、不违反社会的公共规范，我国法律对交易行为并无限制。

标卖是以招投标方式进行的买卖，它是招标、投标、开标、评标、中标的统一。拍卖是指以公开竞价的形式，将特定的物品或者财产权利转让给最高应价者的买卖方式。

拍卖虽具有广泛的适应性，但并不是所有可交易的物品或财产权利都适合拍卖。最近，国土资源部为遏制少数城市的房价过快上涨，正在推出土地招标拍卖挂牌出让制度的完善性改革，其中重点是完善招标出让的竞标条件。这种做法给我们一种启示：并不是任何交易客体都必须采用拍卖这种交易方式交易，也不是在任何条件下都应该采用拍卖这种交易方式交易。如果出让人根据交易对象的具体特点科学地选择了最恰当的交易方式，拍卖可能导致的赢者灾难自然可以规避。

**竞买人在准确判定拍卖标的价值和竞买风险的前提下清醒应价。**我国现行的拍卖规则包括：“竞买人在竞买前应认真考察拍卖标的。拍卖人对拍卖标的以任何方式所做的介绍，均为参考性意见，不构成对拍卖标的的任何担保”。在现实生活中，无论拍卖委托人和拍卖人怎样试图全面、准确地描述拍卖标的，实物本身的复杂性和认识的局限性，拍卖标的仍然可能存在委托人、拍卖人的未知瑕疵。竞买人应该从自身利益出发，在委托人、拍卖人描述拍卖标的的基础上继续考察拍卖标的，准确判定拍卖标的的价值和竞买风险。

在拍卖会现场，应价或报价是竞买人特有的权利，他人不能剥夺这种权利，也不能否认行使这一权利所产生的应价、报价结果。如果竞买人的应价或报价由拍卖师以落槌或其他公开表示买定的方式确认，拍卖成交合同即告成立，买受人应当场签署拍卖成交确认书，签字生效。此后产生的一切后果应由买受人承担，他人无法替代。

**拍卖师应追求主持竞价的正确目标并履行提醒义务。**我国《拍卖法》规定：“拍卖活动应当由拍卖师主持”。这里所指的“拍卖活动”是指竞价活动。拍卖师对竞价活动的主持是全面主持、全程主持、排他性主持、不可逆转的主持。

 拍卖主持是竞价活动的能动要素。不同的拍卖师主持不同拍卖标的的竞价，在不同的时空条件下与不同的竞买人互动，往往产生不同的结果。

要规避拍卖中的赢者灾难，拍卖师应追求等价交换，各得其所，既要规避竞价不充分，也要规避竞价过度。当竞买人应价或报价达到赢者灾难的临界点时，不应“煽风点火”、“推波助澜”，而应善意地提示竞价风险，必要时甚至可以停顿片刻，让竞买人恢复冷静。

**拍卖人要全面履行瑕疵告知义务并确保拍卖合法有效。**要规避赢者灾难，拍卖人首先要做到全面准确描述拍卖标的，特别是标的瑕疵。这既是对竞买人负责，也是对自己负责。本公司的做法是：拍卖人以《竞买须知》的形式对拍卖标的实体状况、权属状况包括二者的瑕疵进行文字描述并加盖公司印章以示负责；要求竞买人在另一份内容完全相同的文书上签字确认收悉后交拍卖人存档。这既可帮助竞买人准确判定标的价值和竞买风险，又可避免拍卖标的瑕疵描述上的争议。

确保拍卖合法有效是我国法律法规对拍卖的基本要求，也是拍卖进程不逆转的可靠保证。拍卖合法有效的行为要点包括：拍卖公告的发布时间、载体、内容符合我国法律规定；拍卖标的展示时间、地点、条件符合我国法律规定；《竞买须知》包括的拍卖标的瑕疵描述符合拍卖标的实际；《竞买须知》在《拍卖公告》公布的办理竞买登记手续截止时点前签订；竞买保证金在《拍卖公告》公布的办理竞买登记手续截止时点前足额支付并到达拍卖人指定账户。拍卖人在拍卖前的规定时间内向当地工商行政管理部门完成备案手续；国家注册拍卖师主持拍卖会并事先宣读拍卖规则和注意事项，公布工商行政管理部门的监拍电话；拍卖成交后，拍卖人和买受人当场签订《拍卖成交确认书》；委托人、拍卖人、买受人按约定履行善后义务。

从理论上说，没有任何瑕疵的拍卖是对赢者灾难另一个方向上的规避，它告诉竞买人：反悔无出路，应价须谨慎。

（作者单位：文/杨正国）

**关于2012年度拍卖师执业资格年检工作的通知**

中拍协[2011]71号

**各省（自治区、直辖市）拍卖行业协会、拍卖企业及拍卖师：**

拍卖师执业资格年检是对拍卖师执业状况进行监督管理的重要环节。根据人力资源和社会保障部、商务部的要求及中国拍卖行业协会（以下简称中拍协)《关于加强拍卖师监督管理的规定》（中拍协[2011]54号）的规定，现将2012年拍卖师执业资格年检的有关事宜通知如下:

**一、年检范围**

第1期至第22期持有《中华人民共和国拍卖师执业格证书》(以下简称《资格证书》)的拍卖师。

**二、年检程序及时间安排**

 (一)拍卖师申报材料

2012年2月20日前，拍卖师向各省（区、市）拍协提交下列材料：

1．填写《2012年度拍卖师执业资格年检申请表》（附件１，可在中拍网[www.caa123.org.cn](http://www.caa123.com/)下载）并附相关材料，并由所注册执业的拍卖企业出具执业意见并加盖公章；

拍卖师在拟组建的拍卖企业参加年检时，年检申请表由拟组建的拍卖企业负责人签字；

2．《拍卖师执业注册记录》；

3．年检费10元/人。

在青海省、西藏自治区注册执业的拍卖师，将年检材料直接邮寄至中拍协拍卖师管理部。

(二)省（区、市）拍协初审

1．初审内容及要求：

（1）申报材料是否齐全并符合要求；

（2）在执业过程中有无违规违纪行为；

（3）是否完成规定的继续教育学时。

初审后，地方拍协应出具初审意见并加盖公章。

2．于2012年3月1日前向中拍协报送下列材料：

（1）书面的《拍卖师执业资格初审合格登记表》(附件2)；

（2）书面的《建议暂停、注销、吊销执业资格拍卖师名单》（附件3）；

（3）按执业证书管理号排序的《2012年度拍卖师执业资格年检申请表》；

（4）按执业证书管理号排序的《拍卖师执业注册记录》；

（5）《拍卖师执业资格初审合格登记表》、《建议暂停、注销、吊销执业资格拍卖师名单》的电子文档发至中拍协拍卖师管理部工作邮箱(auctionner@caa123.org.cn)。

(三)中拍协复核

中拍协对年检材料复核，于2012年3月31日前发布年检合格的拍卖师名单，并将2012年度《拍卖师执业注册记录》发至各地方拍协。

对未通过年检的拍卖师将依据相关规定做出处理。

（四）拍卖师领取年检结果

通过年检的拍卖师到所在地方拍协领取2012年度《拍卖师执业注册记录》。未通过年检的拍卖师针对年检中存在的问题，按照相关处理决定做好后续事宜。

**三、注意事项**

（一）选择网络继续教育的拍卖师，请务必于2012年1月31日前，在中拍网（www.caa123.org.cn）上完成网络继续教育学习。

未完成继续教育学时的拍卖师可选择参加2011年12月26日-29日在上海举办“开展网络拍卖，增强企业核心竞争力”专题研讨班（折算2011年继续教育40个学时）进行集中面授。

（二）2011年度期间拍卖企业更名的，请附工商行政部门的更名批件复印件。

（三）2012年2月15日至3月31日年检期间，暂停办理拍卖师变更注册单位手续。

(四)在中拍网完成网络继续教育的拍卖师，在2012年1月1日后，登陆中拍网拍卖师继续教育课堂，在操作通道栏目下下载“学习记录”。

**四、咨询电话**

对拍卖师年检有疑问的，请联系中拍协拍卖师管理部。

联系人： 刘  曦    何仕玖

电  话： 010-68391818

传  真： 010-68391858

地  址：北京市西城区月坛北街25号院1号楼1818室   邮  编：100834

电子信箱：auctionner@caa123.org.cn

二 ○ 一 一年十二月十六日

附件1：

**2012年度拍卖师执业资格年检申请表**

编制：中国拍卖行业协会

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 姓 名 |  | 性别 |  | 身份证号 |  | 贴照片处 |
| 执业证书印刷号 |  | 执业证书管理号 |  |
| 拍卖企业名称 |  |
| 企业详细地址 |  |
| 邮 编 |  | 联系电话 | （区号） （电话） （法人代表手机） |
| 拍卖师联系方式 | （座机） | （手机） | 电子邮箱 |  |
| **拍 卖 师 执 业 记 录** |
| 主持拍卖会的时间 | 拍卖会的地点 | 举办拍卖会的公司名称 | 附件：（拍卖笔录或成交确认书复印件附后） |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **拍 卖 师 继 续 教 育 情 况 登 记** |
| 学习起止时间 | 参加继续教育的形式 | 学习天数或完成数量 | 折算继续教育学时 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| 本人签字： 年 月 日 |
| 注册拍卖企业意见： 负责人签字： （公章）年 月 日 | 省（自治区、直辖市）拍卖行业协会意见： 负责人签字： （公章）年 月 日 |

注：1此表应采用A4纸填写，要求基本信息为机打不可手写，一式一份。

2.“参加继续教育的形式”栏，应填写中拍网网络远程教育或集中面授培训班的名称和地点。

3．“拍卖师执业记录”一栏最多填写三场拍卖会。

4．申报年检注册材料应真实可靠，如材料虚假的，将按相关规定处理。

|  |
| --- |
| 2011年度拍卖师工作总结（遵守职业道德、职业纪律和业务开展等情况） |
|   |
| **主持拍卖会** | **协助拍卖** | **撰写策划书** | **参与评估与鉴定** | **拟订拍卖合同、规则等** | **答复竞买咨询** | **整理拍卖档案** | **专著及学术研究** | **公益及慈善拍卖** | **拍卖过程中出现失误** | **其 它** |
| 本企业次 | 非本企业次 | 场次 | 份 | 估价件 | 鉴定件 | 份 | 次 | 场次 | 拍卖专著部 | 学术论文篇 | 参与学术研讨 场次 | 场次 | 次 |  |

**如何识别谁是最高出价人**

为什么经常出现拍卖师落槌前一瞬间，突然又有人举牌？拍卖师槌子刚敲下，又有人举牌了，甚至关键原因是拍卖师根本不知道谁是真正的买家，根本不知道谁又是最后的买家。

拍卖师就身份而言，是拍卖公司的代言人，全权代表委托方及拍卖方与竞买人论价，鼓励众多竞买人竞价，通过拍卖的方式，实现拍卖标的在最高价位上成交的目的。

在拍卖过程中，只要有竞买人举牌，就有可能成交，但要激发竞买人的欲望，找出谁是真正的、最终的买家，并在最高价位上成交就非常难。为此，必须分析和掌握以下几方面一手信息。

**一、 了解掌握竞买人的身份、职业**

竞拍人的身份、职业各不相同。有男的，有女的；有年纪轻的，也有年长的；有城市的，也有农村的；有本市的，也有外来的。他们中有公务员，也有经商的，办厂的；有一定地位的政府或部门领导，也有资产几千万、几个亿的富商；有年收入几十万的白领，年收入六、七万的银领，也有普通工薪阶层的职员。不同的人在拍卖场上会有不同的偏好。

依据本人对多年来竞买人竞拍结果的分析，普通工薪竞拍二手住宅及车辆都是自用，白领、银领最看好市区的高档公寓房，外来新市民买学区房是为了解决小孩读书的户籍问题，儿女们买成熟小区底层住宅是为老人出行方便，公务员和富商买住宅、买商铺、办公房是闲钱投资，企业老总买厂房、土地除了自用就是等待机会转手，不懂艺术品的富商买字画、古玩、玉器肯定是送人。

另外，从年龄结构分析，35岁以下的年轻人买房买车自用居多，40岁以上的有一定经济实力的中年人到拍卖公司淘宝投资的较多。

**二、 从竞拍咨询登记情况分析**

竞买人多次电话咨询、多次到标的现场详细查看、多次到拍卖公司查阅评估报告、了解标的具体情况，咨询如何参拍、交款，如何收费，如何交付标的，特别是标的究竟有哪些瑕疵。说明他们对标的较感兴趣，有竞拍欲望。还有的竞拍人对厂房、商务大楼、土地，不仅自己看了一遍又一遍，又叫上家人一起到标的现场查看，甚至请来了“高参”评估标的价值。说明他们一定是看中了标的，竞拍价格在他们的心理价位或略高一点，还是能接受的。再有的竞买人连交2份保证金，一份是自己交的，还有一份是以其他人身份交的，在拍卖会上联手竞拍，请来的另一位竞买人是为自己拉价，对付其他竞买人。他们一定是有备而来，志在必得，多高的价位也要拿下。

有的竞买人保证金交了，标的物看了，对标的情况也咨询了，但对标的关注度不高，参拍热情不高。说明没有志在必得的念头，只打算低价位举一下牌，如有人再举牌就不争了；还有的竞买人交保证金纯粹是为了拣便宜货，对罚没物品、废旧设备最感兴趣，交几万元保证金，有便宜货就拣，反正不举牌保证金分文不少全退；更有的竞买人交份保证金是为了恶意串通分好处费。

**三、 从竞买人的竞拍动机分析**

形形色色的竞买人，其竞拍动机和需求也各不相同。从事纺织、机械等生产企业的竞买人，竞拍纺织、机械类厂房，主要是扩大生产规模，或企业异地生产经营，这类竞买人是有需求而参拍。如果有几个都有同一需求的竞买人竞拍同一个标的，一定是企业规模相对较大，资金实力雄厚的竞买人，竞拍成功的可能性较大。还有一人出面竞拍，背后有几个股东联手撑腰，显然成交可能性最大，而凭一个人的实力竞拍，则势单力薄，成交可能性不大。对于复杂的标的，瑕疵多的标的，在当地有影响力，有上下人脉关系的竞买人拿下的概率最大。有的竞买人自己对房产等标的没有直接需求， 追求的是出租或转手出让后的投资回报率及增值空间， 如果是风险大或没大钱赚的标的，他们不会频频举牌。如果专门从事炒房，倒车的专业户，更不会与自身有直接需求的竞买人较劲。

**四、 从竞买人入场人数及举牌竞价态势分析**

有的竞买人独自一人拎着竞拍牌进场，选的座位既不在前面也不在中间，而是靠墙的边位。有的竞买人夫妻双双进场，有的请了“高参”陪同，座位就选在拍卖师一眼能看到的中间位。显然，后者是有备而来，准备一战；前者是孤军奋战，无所无为。

在竞拍过程中，一开始频频举牌者，后劲不足。摆出气势咄咄逼人的架势，一股劲地跳价，满脸涨得通红，额头冒汗，也是底气不足，持续不长，很快败下阵来。慢悠悠举牌，固定加价，你加我也加，你跳价，我偏不跳，偶尔跳也是“小把戏”，竞拍到只剩下一个对手时，一会儿固定加价，一会儿跳价，令对手措手不及。这类竞买人最有可能是成交的买受人，更可怕的是竞拍高潮过后场内出现一片短暂的寂静时，突然窜出一条“黑狼”，不紧不慢一声跳价，其他竞买人都懵了，任其宰割，说不定他（她）就是出价最高的最后买受人。

总之，对如何识别谁是最后成交的买受人，应对竞买人的身份、职业、背景、竞拍动机、需求、自身综合实力、竞拍的最高心理价位、举牌的动态全面分析，综合评分，得分最高者就是拍卖师需要特别关注的准买受人。

文 / 潘振华

**吉林金石拍卖公司在拍卖房产标的中，认真按照《拍卖法》公开、公正、公平的原则，严格自律，依法操作，从细节入手，规范拍卖行为，使拍卖标的价值实现了最大化。希望我省同仁认真借鉴该公司对此次拍卖会深层次的体会**

**依法规范拍卖行为是成功的保证**

 今年6月，吉林金石拍卖有限责任公司以3100万元成功拍卖了吉林省辽源市人民大街603号的房地产（起拍价2000万元）。通过这次拍卖活动，公司对规范操作有了更深层次的体会。

**公选拍卖机构**

今年5月，吉林省烟草专卖公司辽源市公司分别在《东亚经贸新闻》、《辽源日报》刊登了一则招标公告，内容是对吉林省辽源市人民大街603号的房地产公开拍卖选择拍卖机构。看到此消息后，公司马上由总经理带队先后几次到辽源市了解拍卖标的情况，并到标的物现场实地勘察，周边调研……基本都做到了心中有数(标的位置、面积、用途、税费、周边环境、当地购买力、成交价预测、卖点、如何推介等等)。回来后，公司对此项目几次开会讨论，并根据发标人的要求，精心制作了投标文件。

 6月初共有8家拍卖企业到发标人单位参加开标会，8家拍卖企业分别派代表现场就对标的的了解，投标文件内容，公司经营情况等等进行了陈述。发标人（吉林省烟草专卖公司派监察部门参加)根据拍卖企业情况当场评分，按分数确定了排名靠前的3家拍卖企业入围。3家拍卖企业面对面的在发标人的要求与监督下进入了下—轮的竞标环节。最后，凭借严谨的工作态度、对标的物的充分了解、更是凭借一份幸运，吉林金石拍卖有限责任公司赢得了最后的机会，竞到了位于辽源市人民大街603号房地产的拍卖权。

 需要说明的是，从发标人2011年5月5日发标到6月10日开标，除发标人派团到公司实地查验外，公司和发标人没有任何联系。公司对拍卖物的了解来自发标材料、来自现场调研、来自市场。发标人的前期规范选择拍卖机构为此次拍卖活动的顺利举行拉开了序幕。

**打开宣传的渠道**

 公司接受委托后，按照投标书中的招商承诺，分别在《东亚经贸新闻》、《辽源日报》、《四平日报》、《通化日报》、中拍在线网，公司网站发布了拍卖公告，同时，在辽源市电视台《东亚经贸新闻》、《辽源日报》分别发布拍卖信息，并派二名业务经理、拍卖师到辽源当地进行宣传，发放传单，在拍卖标的上挂宣传条幅，同时到当地有实力的企业进行推介……长春这边的推介工作也在进行，公司业务经理头一天在网上确定走访单位，第二天上门拜访推介……准备了多份拍卖标的资料，为有意竟买人提供信息，咨询服务，遇到问题及时的反馈给委托人，以便适时进行解决。

**规范拍卖细节**

 **竟买登记时的保密措施**

 竞买人参加竟买首先是查看拍卖标的物，公司业务经理不怕麻烦，采取分别展示的方式。

 竞买人登记前应该向委托人帐户交纳竟买保证金。为了杜绝从委托人开户行泄露竞买人信息的情况出现，委托人单位的财务部门在拍卖公告发布前就与开户行说明并要求银行对委托人帐户进款来源严格保密，银行方面对此履行了保密义务。

 竞买人向委托人变纳竞买保证金后，到拍卖公司办理竞买登记手续，公司业务经理们本着一种“替客户负责，严守职业道德”的理念，做到了保密。

 **拍卖保留价的确定**

 为了避免因拍卖保留价不能保密，给竞买人的恶意串通创造条件，或竞买人都不举牌应价导致流拍，拍卖标的以拍卖保留价拍出等等现象的发生。这次拍卖会前，金石公司根据《拍卖法》第28条：“委托人有权确定拍卖标的的保留价，并要求拍卖人保密”，建议委托人：“此次拍卖保留价要严格保密”。委托人同意了拍卖公司的建议。

 签订委托拍卖合同时，委托人向金石公司说明此资产已委托具有评估国有资产的评估机构进行了评估，为了防止评估价格对拍卖保留价的影响，拍卖会前不能给公司提供评估报告，拍卖公司赞同委托人工作作风严谨的同时，要求委托人给提供一个拍卖参考价，但委托人表示：“拍卖公司投标时对拍卖价格有预测，你们可以根据经验对外公布拍卖参考价，但不能太低”。经过公司总经理和各业务部门经理反复研商，对外招商的拍卖参考价确订在2500万元左右，同时对意向竞买人询价。

 拍卖会开始前一小时，委托人和拍卖公司总经理开碰头会，金石公司总经理向委托人介绍了的询价情况，并分析了竞买人的心理状况……供委托人确定拍卖保留价时参考。拍卖会前半小时，委托人召开班子成员会议，确定出拍卖保留价。然后，所有参加会议的班子成员手机关机，召开面对面的会议后，一起赶到拍卖会现场的委托人代表共6人，都暂时断绝了对外联系。

 委托方——拍卖保留价严格保密；银行——有多少人存竞买保证金严格保密；拍卖人——竞买人登记信息严格保密。这些都为后续拍卖标的价值最大化奠定了坚实的基础。

**依法维护拍卖会现场秩序**

 为了拍卖会顺利进行，拍卖会前委托人派了l0名烟草专卖执法队员到会场帮助维持秩序；金石公司请当地公安部门在拍卖会当天给予警力支持；根据我们掌握的竞买人情况(哪位是志在必得、哪位是侥幸参与、哪位是居心不良等等)引导竞买人有序就座。

 此次拍卖会共有9位竞买人竞买登记，因为前期保密措施得当，这对竞买人来说增强了拍卖现场的不确定因素，同时也刺激了一些竞买人积极参与竟价的情绪，当拍卖师当场宣布拍卖起拍价为2000万元时，多位竞买人争先举牌应价，转眼间，拍卖价格飙升到了2800万元(66号)，此时，场内的竟买人只有81号和66号参与竞价了，拍卖师将问询的目光投向了81号，81号举出了2900万元，66号紧随其后报出3000万元，此时的81号沉默了，拍卖师适时的将加价幅度调整到每次50万元及其整数倍递增，81号又次举起号牌3050万元，66号稍加犹豫举出3100万元，拍卖师当即开启委托人的拍卖保留价确认信封，取出拍卖保留价确认书，发现此价格已经超出委托人确定的拍卖保留价时，放慢语速的问询三声，确认场内无人表示加价，便果断落槌表示成交。最后66竞买人以3100万元的价格成为辽源市人民大街603号房地产的买受人。拍卖现场响起一片掌声，实现了拍卖公司对委托人委托资产价值最大化的承诺，拍卖价格得到了买受人的认可，拍卖活动达到了“多赢”的结果。

 此次拍卖活动的成功，使金石公司深刻认识到：作为拍卖企业，只有在规范中求得生存与发展。拍卖过程中，拍卖人安守本分，严格自律，依法操作固然重要；但委托人行为的规范也非常重要！会后，拍卖公司评价委托人—吉林省烟草专卖公司辽源市公司是国有资产的忠诚卫士！他们像“嫁女儿一样”的对待国有资产的态度尤其可敬可佩！（文/景莉寒 祝丽娜）

**全国司法拍卖信息**

**免费网络查询平台正式上线**

全国司法拍卖信息免费网络查询平台“法拍在线”日前正式上线运行，这是最高人民法院在审判工作倡导开放、透明、信息化的条件下，为进一步提高司法公信力，推进信息技术在审判执行工作中广泛应用的一项有力措施。

 “法拍在线”由“人民法院报”研究开发，是专为各级法院用于向社会最大限度公开司法拍卖资料信息而搭建的信息化平台。网站面向拍卖客户，全面刊发包括拍卖公告、拍卖须知、拍卖特别规定、标的物权属及标的的实物照片等司法拍卖详细资料信息，网站面向互联网用户，免费提供有效的、可分类检索的司法拍卖资讯。网站同时面向人民法院，提供监督管辖区内司法拍卖信息网络公开情况的网页界面，从而有效提升人民法院在司法拍卖信息披露环节上的公开化、透明度，使司法拍卖资料信息能在更大范围内传布，使之广为人知，是各级法院以信息化促进司法规范化、提升办案效率、促进司法廉洁的有力抓手。

笔者以为，很长时间以来，作为司法拍卖的委托方，为了提高司法拍卖的质量，维护债权人、债务人的正当权利，为了维护法律的公平正义，为了促进办事制度的公开化，人民法院一直在积极行动，“法拍在线”的上线运行，即是一个例证。因此，作为司法拍卖受托方的拍卖机构，应该与之同步前进，积极、不断的改进自己的工作方式、工作态度，提高服务质量，提升行业形象，在信息时代大背景下，成为进取向上的好企业、好行业。在这个意义上讲，从2011年9月1日起即将实施的上海市司法委托拍卖公告统一发布的决策，与“法拍在线”的出现有异曲同工的意义，同时，“法拍在线”的出现，表明公共资源类包括司法强制执行的财产、海关委托的罚没物资、国有资产等通过互联网、公共拍卖平台交易的进程在加快。

国家文物局拟规范网络文物交易市场

10月25日，国家文物局副巡视员谭平在参加一项发布活动时谈到文物艺术品拍卖取得成绩,同时也指出了当前艺术品经营中存在的一些问题，对日益火热的网络文物艺术品拍卖表示了特别的关注。

**文物艺术品拍卖市场快速增长推动网络交易兴起**

随着中国改革开放不断深入，国内文物经营格局发生较大转变，1992年开始出现了文物拍卖试点经营活动，改变了国有文物商店单一购销模式和独家经营格局。随着《拍卖法》和2002年新修订的《文物保护法》的颁布实施，文物拍卖正式成为文物流通的法定渠道。国家文物局随后出台了系列部门规范性文件，依法建立了文物经营资质审批、文物拍卖专业资格考核和文物拍卖标的审核备案制度，着力构建政府主导、行业自律、社会参与的文物拍卖管理、引导和服务体系。十七大以来，在党中央、国务院加快振兴文化产业和推动文化大发展大繁荣的大背景下，文物艺术品拍卖市场取得长足发展，截至目前，国内具有文物拍卖经营资质的企业已超过300家，市场规模快速增长，拍卖经营活动日趋规范与活跃，文物拍卖的作用和影响力显著增强。同时，我们清醒地看到，作为一个起步时间不长、尚不成熟的行业，国内的文物拍卖市场在发展规模、发展方式、自身定位甚至社会责任、道德诚信意识、法律意识等方面还存在诸多不足，尽管中国嘉德、北京保利、北京翰海、上海西泠、北京匡时、北京九歌、上海天衡等一批管理先进、运作高效的文物拍卖企业取得了竞争优势和规模效益，成为具有全国乃至世界影响的主流拍卖企业，而大多数的文物拍卖企业则由于缺乏专业人才、征集渠道和客户资源，惨淡经营，甚至出现假拍与拍假行为。与此同时，新申请文物拍卖资质的拍卖公司如雨后春笋，仅今年前9个月，就有70多家拍卖企业申请文物拍卖资质。 20世纪90年中期以后，随着电子商务、互联网和通信技术的迅猛发展，文物艺术品网络交易快速兴起，出现了嘉德在线等多家网络交易网站。相比传统的有形场地交易，网络交易充分利用了互联网的快捷、低成本、广域性优势，交易行为不受时间和地点限制。网络交易已成为文物流通的重要形式。

**网上文物艺术品交易亟需有效监管**

经初步调查，目前利用网络平台进行文物艺术品交易的网站大约有200家左右，其中知名度较高的网站有80多家，交易形式主要有网络拍卖、网络店铺、论坛交易三种形式。网络拍卖有两类情况：一类是拍卖公司直接组织拍品网上拍卖，如嘉德在线和九歌国际(这两家是目前国内文物网上拍卖资质的企业)，另一类是为藏家和竞买者双方提供拍卖交易信息服务的平台。据有关研究机构估算，2010年网上文物艺术品交易规模超过100万件，成交总额10亿元以上。 但毫不讳言，目前我国网上文物艺术品交易还未得到有效监管，包括赵涌在线、中国钱币在线、雅昌艺术网、淘宝网等网络企业都存在涉嫌违法经营文物问题，网络交易中的鱼龙混杂、假冒伪劣、交易欺诈等现象，严重影损害了广大收藏者的权益，也成为盗窃、盗掘和走私文物的销赃渠道。网上文物艺术品交易的混乱、无序状况如不能得到治理，将严重危害我国文化遗产安全。针对现行法律法规不明确、不完善甚至缺失问题，国家文物局正在积极开展调研工作，对现有涉及文物经营网站进行全面评估，会同相关部门拟订规范性文件，逐步建立网络文物经营准入、网络交易文物标的审核和网络文物交易服务平台准入制度，规范和促进网络文物交易市场健康有序发展。

当今中国正处在经济社会深刻变革的转型期，实现文物拍卖市场可持续发展，既需要政府职能部门的监管和服务，行业内的自律和示范，也需要企业转变发展方式，抓住全球化提供的机遇，充分认识信息科技的支撑作用，不断开拓创新，实现中国拍卖业的整体提升。

**2天拍卖4个专场 梦虎秋拍4大突破**

多年的厚积薄发，四川拍卖界终于也迎来“大拍时代”。11月27至28日，2011年梦虎秋季艺术品拍卖会将在成都皇冠假日酒店举槌，已快速发展15年的梦虎企业，在本次拍卖上厚积薄发，一次性推出跨时2天，3个主题的4个专场拍卖会，囊括200多位全国名家，精选1000余幅书画真品，无论是参拍作品质量与数量，还是拍卖场次的密度及安排上，都接近国内著名拍卖公司，真正意义上的“梦虎拍卖季”已初现端倪。

“今年梦虎秋拍有4大突破，”首先，连续2天4个专场，开创四川艺术品拍卖的先河；其次，西部地区首开书法精品专场极具挑战性；第三，全国首创中国西部主题书画精品拍卖，具有极强的专业性和主题性；第四，四川首届巴蜀画派已故大师书画珍品夜场，精选22位巴蜀画派已故大师的121幅代表力品，件件都是珍品。

**规模效应：拍品虽多把关严**

一直以来，四川的艺术品拍卖会多数是单场，而今年梦虎秋拍将连续拍卖2天共4个专场，拍品数量更是首次突破千件大关，其中，书法专场299幅，中国西部主题书画（山水·人物篇）313幅、（花鸟·工笔篇）306幅，巴蜀画派已故大师书画珍品夜场121幅，四场共计拍品1039件。

“半年来共有8000多件书画作品送拍，”据梦虎企业董事长戴小龙介绍，梦虎为了此次秋拍精心筹备，从众多作品中筛选出2000多件作品，之后又专门聘请书画专家再筛选出1300多幅，并最终确定了1039件精品，“我们每个过程都按照‘一票否决’的程序进行，不讲关系、不顾情面，只要有一位权威专家认为作品有疑问就不上拍。”

**传世书法：文字力量真奇妙**

书法艺术是中国文化的精髓代表，近年来，欣赏、收藏、投资书法作品的人越来越多，为此，梦虎2011年秋拍推出西部首个书法专场——“飞扬文字·传世墨宝”中华名人传世书法精品专场。汇集299幅名人墨宝，阵容可谓空前强大，于佑任、张大千、林散之、启功等书法作品，才气纵横水墨之间；弘一法师和遍能法师的佛书，作品充满圆融的禅意，让红尘中人领悟一种毫无瑕疵的清净真谛；“画仙”晏济元的书法能令人感受与众不同的仙气、喜气和福气；中华无臂奇人和志刚的口书书法，让人体会百折不饶的骨气；此外数十幅“画家书法”，水墨淋漓、气韵独具；这些书法精品传达中华名人的心灵感悟，都是可以“传世”的佳品。

**主题书画：西部风情美如画**

西部山水风情，神奇美丽；西部珍禽花卉，珍贵艳丽，可以说，西部无物不可入画。许多画家都创作过以西部为主题的画，单看一幅会觉得平常，但数百幅作品归类后编辑在一起，绝对是一种震撼！

梦虎秋拍全国首创中国西部主题书画精品拍卖，分为“山水·人物”篇，和“花鸟·工笔篇”，你所看到的黄宾虹、吴一峰、李琼玖、黄纯尧、赵完璧等众多名家与峨眉山的不解之缘，通过他们的笔墨，描绘出怎一个“秀”字了得？此外，大师们关于乐山大佛、青城山、都江堰、剑门、三峡、九寨沟、巴山蜀水、三秦大地、彩云之南、世界之巅，等等，都尽收一场拍卖会中。人物篇中，不仅有李白、杜甫、苏东坡等肖像，还有观音、罗汉，以及仕女、美人、民族人物等；花鸟篇中，则汇集牡丹、梅、兰、竹、菊花卉，葡萄、枇杷、石榴等瓜果，还有八哥、孔雀、金鸡以及熊猫、金丝猴、虎、藏獒等珍稀动物。可以说，中国西部主题书画精品拍卖不仅是一场视觉“盛宴”，还是一次难得的投资收藏机会。

**珍品夜场：投资收藏好机会**

“巴蜀画派已故大师书画珍品夜场”是梦虎拍卖精心组织的品牌专场拍卖会。

今年4月，首届巴蜀画派已故大师书画精品展和专场拍卖取得圆满成功，得到了画家亲属和社会各界高度赞扬。6月中旬，梦虎拍卖公司正式对外公开宣布筹备西部地区首个夜场拍卖会——巴蜀画派已故大师书画珍品夜场，不仅得到已故画家亲属的大力支持，也引起四川拍卖业广泛关注，一些拍卖公司提早推出夜场拍卖。

“这是梦虎的第一个夜场拍卖会，也是专门为巴蜀已故名家而设的首个夜场。”戴小龙认为，夜场拍卖有明确的主题、准确的定位和高品质、高品位的拍品，还应该有高端客户资源。

在此次珍品夜场中，梦虎特别挑选张大千、张善孖、晏济元、蒋兆和、吴一峰、陈子庄、赵完璧、李琼玖、李道熙、苏葆桢、冯建吴、冯石甫、孙竹篱、岑学恭、赵蕴玉、黄纯尧、周北溪、江梵众、李文信、陈恒、屈义林、邓奂彰等22位巴蜀已故著名画家的121幅珍品。“121幅作品，寓意梦虎拍卖‘正步’走在艺术品拍卖的路上。”戴小龙说。

跨时2天，3个主题、4个专场，囊括200多位全国名家，1000余幅书画真品……昨日下午，四川历年来规模最大的秋拍——“2011年梦虎秋季艺术品拍卖会”在蓉落幕。四场拍卖会的总成交达到了6915万元，本次梦虎秋拍首次采取了跨时拍卖，在两天的时间里，共举行了四场拍卖会，同时也首次在晚上举行了夜场拍卖会。多种的创新也引来了市场的广泛关注。四场拍卖会分别为““中华名人传世书法精品专场”、“中国西部主题书画精品专场（山水·人物篇）”、“巴蜀画派已故大师书画珍品夜场”以及中国西部主题书画精品专场（花鸟·工笔篇），四场拍卖会的成交金额和成交率分别为：585万元，82%；2280万元，85%；  2590万元，92%；1560万元，88%。

在书法专场拍卖会上，遍能、弘一法师的书法受到了热捧，其中弘一法师在1932年的书法对联，7.4平尺拍出了95万元。在中国西部主题书画精品专场（山水·人物篇）中，国画大师黄宾虹的精品《峨眉山龙门峡》，虽然只有2.2平尺，但是拍出了420万元的高价，加上佣金，折合一平尺超过了200万元！

 在“巴蜀画派已故大师书画珍品夜场”中，“画仙”晏济元的《春满长江》以80万元成交，艺术巨匠张大千3.7平尺的《荷花》以85万元拍出，而李琼玖创作于1979年的《九老仙府》11.3平尺也拍出115万元的高价。在昨日下午的最后一场拍卖会上，川内的知名画家王申勇的世博熊猫以190万元的高价成交，每一平尺高达4.75万元。

**贺 信**

中国拍卖行业协会：

喜闻“中拍协网络拍卖正式上线暨北拍协公共资源拍卖平台正式启动仪式”将于12月16日在北京举行，我会特致函表示最热烈的祝贺！

贵会成立15年来，严格根据《拍卖法》所赋予的职责，按照《中国拍卖行业协会章程》积极开展工作，竭尽全力为政府部门和会员单位服务，维护拍卖行业的合法权益，极大地增强了拍卖行业的凝聚力和自我保护、自我发展能力，充分发展了桥梁、纽带、协调服务的功能，促进了全行业经济效益和社会效益的普遍提高。

面对我国经济发展的新形势、新情况，贵会敏锐地作出积极应对。为加快转变行业经济发展方式，2008年，在黑龙江召开了“电子技术在拍卖领域应用”的理论研讨会，高瞻远瞩地谋划了行业的发展方向，这一重大举措，在行业发展史上具有里程碑的重大意义。与此同时，贵会积极地开展调研和实践创建全国性的网络拍卖系统，并带动全国各地公共资源拍卖平台的建设和推广普及，着力实践了电子商务平台在拍卖领域的应用和推广。12月16日、中拍网的正式上线，标志着司法强制拍卖、国有产权、罚没物资拍卖等公共资源拍卖领域和社会拍卖领域的拍卖活动纳入政府和全社会的监管视野。

我们有理由相信，在未来的日子里，伴随中国拍卖行业协会网络拍卖正式上线和各地公共平台的推广应用，将极大地提升全行业的管理水平，将更加有利于保持拍卖行业的健康发展态势，将更加积极地促进政府部门有效监管和政务公开建设。

最后，我会衷心地期盼并祝愿贵会努力把网络拍卖建设成为我国现代服务发展面貌的标志性窗口，引领全国拍卖行业取得更大、更优的成就！

二○一一年十二月九日

上 海 市 拍 卖 行 业 协 会

感谢信

各兄弟省市拍卖行业协会：

 上海市公共资源拍卖中心揭牌典礼日前圆满落幕，中心已正式启用，在此真诚地感谢各兄弟省市拍卖协会对上海市公共资源拍卖中心成立的热情祝贺和鼎力支持!

 此次中心成立，共有中国拍卖行业协会和各省市拍卖协会35家单位发来贺信、贺电，这是我们莫大的鼓舞和财富。中心的成立，不仅是上海拍卖行业贯彻政务公开精神、主动提升管理能级的一次实践，也是全国拍卖行业创新发展的一件盛事。我会将继续坚持“开放性、全民性”的宗旨，把拍卖中心建设成一个统一、规范、透明、高效的行业公共资源交易平台，共同推进全行业健康有序发展。

 应众多兄弟协会要求，我会拟在12月下旬集中时间邀请各兄弟协会来沪观摩指导，交流公共资源拍卖中心、网络拍卖平台、媒体公告平台、行业宣传、协会建设等工作经验。具体邀请另发，届时敬请光临。

再次感谢兄弟协会对我会工作的大力支持。祝愿贵我两会的友谊日久常新、源远流长!祝愿各协会取得更大发展，迈向新的辉煌!

2011年11月21日

感谢信

四川省拍卖行业协会：

温州市拍卖行业协会已于2011年12月1日宣告成立，经会员大会无记名投票选举，中国拍卖行业协会常务理事、浙江省拍卖行业协会副会长、温州拍卖行有限公司董事长张景海先生全票通过当选为首届会长。

值此喜庆的日子，我们衷心感谢贵单位的大力支持。希望以后我们加强联系，互相交流，共同促进我国拍卖事业健康和谐发展。

温州市拍卖行业协会

**《四川拍卖》寄语**

《四川拍卖》尊敬的朋友们：

首先，感谢您们一年来对《四川拍卖》一如既往的关爱和支持。《四川拍卖》真诚地希望能得到您们的期望和真知灼见，让我们的《四川拍卖》在新的一年里为您们提供各类富有价值的讯息，让它越办越具创新意识，真切成为您们拓展事业的有力帮手。为此，《四川拍卖》期盼着您们的积极建言和纳语！您们的建议和意见，请以电子邮件的方式发送至省拍协邮箱794171609@qq.com。

值此新年来临之际，《四川拍卖》衷心地祝福您们新年快乐！

《四川拍卖》

2011年12月