2012年行业宣传工作情况回顾及

2013年宣传工作建议

各位领导、各省拍卖行业协会和拍卖企业的代表：

大家好！

首先，我代表中国拍卖行业协会向一年来为拍卖行业宣传工作做出贡献和努力的同仁们表示衷心的感谢！下面，向各位就2012年行业宣传工作开展情况做简要回顾，并对2013年宣传工作的重点做说明。

近年来，行业宣传工作日益受到重视， 2012年，根据理事会“加大正面宣传，重塑行业形象，创造和谐社会环境”的要求，协会领导悉心组织领导，各省拍卖行业协会全面参与，业内骨干企业积极配合，使得拍卖行业宣传工作有了一定的进展，在加强行业宣传工作制度化、重大宣传活动组织和重大事件应对等方面取得了一定的进展，积累了初步的经验。现将2012年行业宣传工作情况简要回顾如下：

## 一、落实《行业新闻宣传工作管理办法》的相关制度要求

自2011年中拍协将不定期召开的“通讯工作会”升级扩展为“行业宣传工作会议”以来，经过两年的努力和尝试，行业内部宣传力量开始得到团结和整合，行业宣传工作逐渐走向制度化。

根据首次行业宣传工作会制定、2012年正式实施的《中国拍卖行业新闻宣传工作管理办法》，去年，中拍协和各省协会共同加强了“宣传工作计划制度”的落实。在2011年底的行业协会联席会上共同初步商议2012年宣传工作重点的基础上，5月下旬又在湖北武汉召开了全部29个各省（区、市）拍协参加的“2012年行业宣传工作会”。会上，与会代表共同探讨，确定了围绕艺术品拍卖做好第二届全国拍卖咨询服务周、围绕公共资源拍卖中心建设做好网络拍卖推广，以及围绕标准实施做好重点宣传等三个2012年行业宣传工作重点，明确了工作目标，统一了思想。

根据《管理办法》要求的“新闻发言人制度”，一年来各地协会加强了新闻发言人制度的建设，经过努力，目前，包括中拍协在内，全国已有28个协会确定了新闻发言人，行业对外发声的队伍基本确立，为今后宣传工作的相互配合、相互协调夯实了制度基础。

此外，在行业信息共享机制方面，通过中拍网平台实现全行业信息共享的工作也逐步落实。目前，中拍网“协会动态”栏目中来自各省协会的信息量已占到了该栏目的15%左右，已经成为对外提供拍卖行业全方位信息的重要渠道。

## 二、组织完成第二届“全国拍卖咨询服务周”等重点宣传活动

根据宣传规划确定的重点工作，2012年各省拍协和中拍协相互配合，以“艺术品拍卖20年”为契机，共同组织了“第二届全国拍卖咨询服务周活动”。

该项活动通过与文化部合作，在湖北武汉举办 “全国文化市场法制宣传周启动仪式”，将行业宣传周活动和文化部文化市场宣传工作相结合，扩大了影响。中拍协在各地活动开始前，通过在《中国文物报》策划完成 “海外回流文物见证文化繁荣”专版、编撰《艺术品投资鉴藏指引》，为服务周做了先期宣传铺垫和资料准备。截至当年10月，有27个省区市结合当地实际情况组织了500余场各具特色的宣传活动，全国1000余家骨干企业参与活动，吸引群众达50多万人次，系统宣传了20年来文物艺术品拍卖的社会贡献和艺术品市场常识。特别值得一提的是，各地根据第一届活动的经验，因地制宜，将活动形式从第一届服务周的广场启动仪式、讲座、鉴宝、义拍等形式扩展到录制电台专题节目、开展媒体沟通丰富等方式，活动场所也从街头户外走进社区、学校和拍卖会场，极大丰富了活动形式和内容，收到了较好的宣传效果。

此外，围绕当年确定的标准宣贯的宣传重点，中拍协也分别在7月上旬和9月下旬组织策划了“’2012全国拍卖业标准宣贯活动启动仪式”和“2012文物艺术品拍卖达标企业”发布活动，被媒体评价“中国拍卖业标准体系已初步建立”。

## 三、相互配合，组织“淘宝网司法拍卖”等行业重大事件的宣传应对工作

随着拍卖行业社会关注度的提高，对涉及行业形象和行业生存重大问题的应对也已成为行业宣传的重要组成部分。

去年7月，针对浙江高院委托淘宝网进行网上司法拍卖，违反司法拍卖相关规定、损害行业利益的行为，经与浙江协会密切沟通，中拍协审慎选择时机和媒体，首先在北京具有较大社会影响力的都市报纸《新京报》发出行业不赞同的观点，引发社会的高度关注和广泛讨论。中央电视台、中国国际广播电台、凤凰周刊、财新新世纪等媒体均在第一时间对这一问题进行了跟进报道。此后，中拍协还充分发挥专家资源，先后多次组织专家接受各媒体采访，并与商务部《国际商报》合作，两次推出“淘宝司法拍卖”事件的专题报道，在舆论上起到了引发社会关注、防止事态全国蔓延的作用。

协会站出来维护行业利益的做法得到业内积极支持。业内同仁倍感振奋，上海、浙江、广东、四川等省、市协会高度关注事态进展，积极通过当地电台、报纸、网站配合介绍司法委托拍卖的成绩和特点；各地不少拍卖企业和从业人员也纷纷通过微博、论坛、短信等渠道表达行业观点，有力的支持了这项工作。

此外，针对引发社会普遍关注的“汉代玉凳”事件，去年2月我们在“2011年拍卖行业蓝皮书暨十大事件”新闻发布活动中专门组织行业自律、艺委会相关人士进行回应，将行业主流和个别不规范事件做切割，保护了行业整体形象；针对河南中牟公车拍卖事件引发的社会质疑，中拍协、河南拍协与相关企业密切沟通，也做了积极应对。

## 四、加强舆论监控和与媒体的日常联系沟通力度。

一年来，中拍协和各地结合各自实际情况，加强了与媒体的沟通和监控。除中拍协外，上海、北京、广东、四川等地均建立了与当地媒体相对稳定的沟通和信息发布渠道。

在中拍协层面，经过积累，目前已与全国近60家建立联系。不完全统计，截止2012年10月中旬，通过稳定的信息发布渠道，新华社、中新社、中央电视台、中国国际广播电台、经济日报、法制日报等主流媒体对中拍协发布信息的直接报道达150余条，转载传播量无法详细统计。法新社、纽约时报等国外媒体也通过采访对国内拍卖市场状况进行了报道。

去年，我们还通过日常媒体沟通，了解并积极参与了新华社艺术品市场内参调研活动、关注到海关艺术品市场关税调查及版权局追续权立法等信息，为政策协调工作打下了基础。

## 五、2013年度宣传工作建议

总结近两年来行业宣传工作制度化建设和开展全国咨询服务周等重点活动的经验，我们有以下感受：一是队伍建和不建不一样，通过新闻发言人队伍建设，通过制度化的宣传工作交流活动，拍卖行业目前已经具备了专门从事宣传工作的基本队伍；二是活动搞和不搞不一样，通过两年来的宣传周活动，中拍协和各省拍协积累了经验，开阔了思路，具备了宣传工作的基本意识。

但是，面对近年来不断兴起的微博、微信等社会化媒体，拍卖行业的一举一动将面临更加全方位的社会监督，涉及行业形象和行业利益的挑战还会越来越多；另外，面对当前行业社会化、市场化转型、面对网络拍卖的挑战，普及拍卖知识、推广拍卖方式的任务也越来越急迫。为此，为做好2013年行业宣传工作，进一步提高包括拍卖行业协会、广大拍卖企业在内的行业宣传工作水平，中拍协建议，2013年行业宣传工作重点围绕“抓好重点活动、夯实基础性工作和制度”两个层面展开，突出做好以下工作:

### （一）围绕拍卖基础知识普及做好第三届全国拍卖咨询服务周活动

经过连续两年的服务周宣传活动，社会对拍卖的了解有所扩大，但总体上说，包括政府、机构和个人在内的社会大众对拍卖的认识大多还停留在影视、文学作品的层面，缺乏对拍卖基础知识的了解，这也为一些不法分子打着拍卖幌子设计各类骗局提供了机会。为此，我们提议，以“拍卖进校园”为主题，在今年9月开学季到来时，举办以拍卖基础知识的普及为主要内容的第三届全国拍卖咨询服务周宣传活动。其主要目的就是要通过系统宣传拍卖知识ABC，介绍行业基本情况，市场常识，以校园为中心加深社会大众对拍卖的了解，减少负面认识，完成一次拍卖方式的集中社会推广。

这一主题，实际上是2011年“拍卖服务社会生活”和2012年“艺术品拍卖20年”主题的延续。各地可结合本地实际，选择大、中、小学校、社区大学等，组织诸如拍卖讲座、趣味拍卖、慈善拍卖等活动，通过影响孩子带动一个家庭，通过接入日常生活需要带动拍卖知识的普及。

目前，中拍协已启动宣传材料的编撰，计划形成包括拍卖方式、拍卖对象、理财维权、企业选择等内容在内的系列宣传手册，在9月份前印刷并提供给各地，同时还将在中拍网等媒体提供社会公众免费下载。希望各地能在开展宣传活动之前，将为此前及本次活动准备的各类宣传资料提供给中拍协进行整理以供全国共享，共同做好此次活动。

希望各省协会在今天共同研究2013年宣传周工作，并形成共识的基础上，制定、完善宣传周的工作计划安排，在7月底前通报中拍协理论宣传部，在活动结束后及时报送活动情况及相关信息。

### （二）围绕公共资源拍卖中心建设做好行业网络拍卖开展情况的宣传工作

2011年以来，行业对依托网络拍卖平台，建设各地公共资源拍卖中心的做法，巩固司法拍卖业务的做法统一了认识。经过一年多的建设和争取，目前各地司法拍卖局面有所稳定，但随着淘宝等第三方交易服务平台的进入，特别是民诉法修订后带来相关司法解释调整的可能，未来司法拍卖走向还存在不确定性。为此，我们有必要集中行业宣传力量继续围绕公共资源拍卖中心建设做好行业网络拍卖开展情况的主动宣传工作。主要目的就是要通过对重点事件的报道，强化拍卖行业正在积极应用网络拍卖、主动提高透明度、不断接受社会监督的形象。比如，今年广州地区推出三个网络拍卖场所时就配合做了很好的宣传。

希望各地拍卖行业协会充分关注这一宣传重点，有计划的组织当地新闻媒体，报道拍卖行业主动利用网络拍卖取得的成绩和具有导向性意义的事件、宣传公共资源拍卖中心的功能及意义，形成全国统一的宣传基调。

此外，也希望各地加强对公告集中上网工作的重视，只有集中公告资源，行业才能将信息资源转化为对外信息发布和宣传的竞争优势。中拍协愿意在此过程中提供各省网站建设和维护的支持。

### （三）围绕标准宣贯做好以机动车为代表的新业务宣传推广工作

根据计划，2013年，《拍卖师操作规范》、《机动车拍卖规程》等行标将陆续开展宣贯活动，这是对内引导企业学习、贯彻标准，提高企业经营水平，对外推广宣传相关业务、扩大标准在业外影响的良好机会，建议各地围绕标准实施做好业内外的宣贯工作。

在5月9日召开的首届全国机动车拍卖研讨会上，中拍协已以《机动车拍卖规程》宣贯为线索，对机动车拍卖业务发展的情况做了初步的介绍。各地可结合本地机动车等新业务开展情况作进一步的宣传推广工作。

### （四）做好行业宣传的基础性工作

随着2012年《中国拍卖行业新闻宣传工作管理办法》的正式实施，为进一步提高行业宣传工作的质量和效率，特别是对行业形象和行业生存有重大影响的重大事件的应对，2013年将进一步推动制度建设，形成有效工作机制。

首先，希望各省协会充分重视“突发事件应急预案”制度的建设工作，在此次会议总结经验，相互交流的基础上，各自梳理当前主要行业宣传主要面临问题的基础上，根据管理办法的要求建立适合各省现实情况的相应工作机制，遇到重要事件及时反馈中拍协，做到联动、配合。

第二， 希望各省充分关注媒体关系维护。在已有基础上继续扩大、完善媒体资源，多交媒体朋友，共享媒体资源。

此外，希望各省协会与中拍协一道，继续完善行业新闻信息共享机制，加强行业媒体交流平台的建设。今后，我们还将适时推出包括骨干企业在内的行业宣传工作培训，有效提高行业宣传工作水平

当然，为进一步落实鼓励协会、企业参与行业新闻宣传工作，中拍协也将结合表彰、企业资质等级评估等工作，鼓励各省拍卖行业协会、各骨干企业在行业新闻宣传工作中发挥更大作用。

总之，2013年行业宣传工作任重道远，希望通过行中拍协、各省区、市拍协和骨干拍卖企业的共同努力，打牢基础为行业创造良好舆论环境。