

附件 1:

中国拍卖行业“十四五”发展规划

(征求意见稿)

目录

前言.....	3
一、发展历程回顾与面临形势.....	4
二、规划的指导思想与发展目标.....	7
(一) 指导思想.....	7
(二) 发展原则.....	8
1. 坚持党建引领.....	8
2. 坚持创新驱动.....	8
3. 坚持协调发展.....	8
4. 坚持开放合作.....	9
5. 坚持社会共享.....	9
6. 坚持以人为本.....	9
(三) 发展目标.....	10
1. 市场空间有所拓展.....	10
2. 专业能力持续提升.....	10
3. 法治水平不断加强.....	11
4. 数字建设实现跨越.....	11
三、重点发展任务和领域.....	12
(一) 加强市场拓展.....	12
1. 规范艺术品拍卖市场.....	13
2. 做优机动车拍卖市场.....	15
3. 做专房地产拍卖市场.....	17
4. 做强农副产品拍卖市场.....	18
5. 做好公共资源拍卖市场.....	19

6. 拓展不良资产拍卖市场	21
7. 探索新兴拍卖市场	21
8. 巩固传统拍卖市场	22
(二) 加强自身建设	24
1. 聚焦企业需求, 加强行业人才队伍建设	24
2. 强化服务意识, 加强行业协会能力建设	25
(三) 加快行业数字化发展进程	26
1. 企业管理数字化	27
2. 拍卖业务数字化	28
3. 行业监管数字化	28
4. 市场评价数字化	29
四、发展保障措施	30
(一) 进一步尊重发挥企业主体作用	30
1. 注重挖掘和培养企业拍卖队伍中的专业人才	30
2. 发挥好企业市场开拓的实践者角色	31
3. 发挥拍卖技术革新中的企业原动力	33
(二) 进一步推进拍卖政策法规制度的完善与健全	33
(三) 进一步打造行业沟通平台	34
1. 行业协会层面平台:	
组建专门部门进行公共关系营销	35
加强学习理论研究交流	35
2. 企业层面平台: 横向多要素合作	35
3. 业务导向平台: 成立专业委员会推进拍卖新方向	36

前言

拍卖行业是现代服务业的重要组成部分，中国拍卖与各行各业有着千丝万缕的联系，是经济社会生活中优化资源配置一支重要的专业力量，具有鲜明的专业化、标准化、信息化、市场化和国际化属性，在促进高效的财产流通、价值挖掘的同时，对于推动反腐倡廉机制完善、司法公物处置专业高效、国有资产保值升值、文物艺术品市场发展繁荣和机动车、农副产品的标准化规模化交易等方面发挥了重要作用。为深入贯彻落实《拍卖法》和相关法律法规，根据《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划纲要》和商务部、国家市场监督管理总局、中国物流采购联合会的有关要求，科学规划、全面指导“十四五”时期拍卖行业发展，更好地为国家经济社会发展，制定本规划。

一、发展历程回顾与面临形势

伴随改革开放的春风，1986年广州拍卖行开设，宣告了中国拍卖行业在大陆的复苏。1992年国务院办公厅《关于公物处理实行公开拍卖的通知》发布，推动了各地拍卖企业的发展。1995年中国拍卖行业协会成立，标志着中国拍卖行业作为一个独立的市场参与者步入了发展快车道。此后，《中华人民共和国拍卖法》、《拍卖管理办法》、《拍卖监督管理办法》等法律法规的先后颁布实施及修订完善，为中国拍卖行业的专业化、标准化、信息化、市场化、国际化的发展提供遵循、指明方向、保驾护航。

得益于经济社会的持续高速发展，以及由此带来的行政司法体系改革的深入、文物艺术品市场的发展、国有资产交易机会的增多、互联网信息产业的兴起，中国拍卖行业也在持续发展中逐步建立了自己的职业教育体系、专业资格体系、标准运营体系。南开大学等院校已培育了拍卖相关专业博士、硕士、本科、大专、高职等各类专业人员，《拍卖行业高级经营人员》等各类行业专业课程培训人员 23 万人次，截止至 2020 年 12 月中国拍卖行业拥有国家注册执业拍卖师已有 14164 人，《网络拍卖规程》等国家标准 3 项、各类行业标准 9 项、团体标准 2 项。基于卓有成效的专业队伍建设、行业理论研究和丰富的拍卖市场实践，中国拍卖行业业已成长为了一个建有 2 个全国性资产处置网络交易平台、拥有各类拍卖企业 8565 家，2020 年累计拍卖成交金额

8750.46 亿元，业务开展地域遍及全国各地、业务涉及领域遍及社会经济生活方方面面的一个不可忽视的、具有社会责任的市场经济参与者。

与此同时，拍卖行业发展也存在着不少困难和问题，主要表现为：行业市场拓展领域还需有效扩大，创新理念、服务能力须进一步强化；行业专业队伍建设还需有效加强，年龄结构、知识结构须进一步改善；行业数字化运营水平和信息平台整合亟须着力加强，运营理念转变、整合实践升级务必加快步伐；行业理论研究和法治水平相对滞后，产学研、思悟践相结合的机制须持续完善。这些问题必须认真研究、科学谋划、合力攻坚，在“十四五”时期切实加以解决。

“十四五”时期，国内外发展环境更加错综复杂。我国开启以国内大循环为主、国际国内双循环的社会经济发展模式，并着手应对外部环境变化的思想准备和工作准备。当前形势下，市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用，都需要拍卖行业提供专业支持，拍卖的服务领域和市场空间无限广阔。

《党中央国务院关于新时代加快完善社会主义市场经济体制意见》和《民法典》的颁布实施，为拍卖行业推进专业化、标准化、信息化、市场化、国际化发展提供了重要法律保障。《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》和商务部、国家市场监督管理总局、中国物流采购联合会提出的“十四五”时期新目标、新任务，为拍

卖行业谋划未来发展提供了重要科学依据。全行业要积极把握机遇，沉着应对挑战，加强政策协调，创新发展方式，挖掘增长动能，推动中国拍卖行业持续健康发展。

二、规划的指导思想与发展目标

（一）指导思想

高举中国特色社会主义伟大旗帜，以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，认真贯彻党的十九大、十九届三中、四中、五中全会精神，深入贯彻习近平总书记系列重要讲话精神，按照国家“五位一体”总体布局、“四个全面”战略布局和《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》，牢固树立和贯彻落实“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念，聚焦党中央、国务院“稳就业、稳金融、稳外贸、稳外资、稳投资、稳预期”、“保居民就业、保基本民生、保市场主体、保粮食能源安全、保产业链供应链稳定、保基层运转”的六保六稳工作部署，以加强党的领导为政治保障，以《党中央国务院关于新时代加快完善社会主义市场经济体制意见》为根本遵循，以贯彻《民法典》、《拍卖法》为法治准绳，以创新驱动为核心战略，以提升专业服务为根本动力，以提高发展质量为中心任务，通过党建引领、创新驱动、协调发展、开放合作、社会共享、以人为本等综合施策，推动拍卖行业实现转型升级和跨越式发展，更好地为国家经济社会发展服务。

（二）发展原则

1. 坚持党建引领

“东西南北中、党政军民学”，党是领导一切的。行业要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以行业党建为抓手，加强思想建设、组织建设、能力建设，在思想认识上更深一层、在大势把握上更准一些、在服务企业上更好一点，始终传播“正能量”、打造“好形象”，不断增强行业的战斗力、凝聚力、影响力。

2. 坚持创新驱动

创新驱动是行业发展的第一动力。行业的发展基于创新、行业的未来在于创新。紧紧聚焦数字化运营这一核心环节，融入大数据运用、平台化发展的新时代，实施创新驱动，促进观念创新、理论创新、业务创新、市场创新，有效拓展行业发展新空间、加快构建行业发展新机制，不断推动行业新发展。

3. 坚持协调发展

协调发展是行业发展的基本要义。行业的发展离不开房地产、机动车、文物艺术品、金融资产、物资设备等传统业务领域的发展，也离不开农产品、排污权、专利技术 etc 新兴业务领域的发展。在行业发展的高度上和全局中，对于各个业务领域的理论研究、新闻宣传、专业团队、运营实践的投入进行多方面、多层次、全

方位的动态平衡和结构优化，打通产业链条、拓宽领域边界、增加发展空间，在维系传统领域中积累发展力量、在拓展新兴领域中增强发展后劲、在探索未知领域中赢得发展空间。

4. 坚持开放合作

开放合作是行业发展的必由之路。拍卖行业作为现代服务业，要积极融入相关产业行业的全生命周期和全产业链条，开展互利合作，创造价值，取得地位；要学习运用国内国际两个市场资源，发挥比较优势，参与市场竞争，实现合作共赢，推动行业在开放合作中实现新成长、取得新发展。

5. 坚持社会共享

社会共享是行业发展的立足之本。依靠社会做拍卖、做好拍卖为社会，是行业持续发展根本保证。拍卖行业要在服务社会经济发展的大局中，积极发声、主动作为，赢得发展；在自我学习、自我管理、自我成长的实践中，反馈客户、反哺社会，赢得声誉。

6. 坚持以人为本

人才是行业发展的第一资源。要注重吸引、培养、用好各行各业的专业人才，关注拍卖行业、参与拍卖行业、投身拍卖行业，促进人才合理流动、优化配置，营造良好的人才成长环境和职业成长体系。要激发广大拍卖高级经营管理人员、国家

注册拍卖师和各类专业从业人员的创新热情、发展活力和责任意识，共享发展成果和行业荣光。

（三）发展目标

1. 市场空间有所拓展

着眼经济社会发展大势、把握行业自身核心能力、通晓产业经济发展规律，适应市场各参与主体的资产处置需求，以专业能力、专业服务赢得认同、赢得市场，不断丰富多层次拍卖服务供给，优化服务结构和质量。着力稳定传统市场、积极培育新兴市场、勇于探索未知市场，做好政策性业务的维系和市场性业务的挖掘两方面工作，推进拍卖服务链条的纵向延伸和横向延展。实现拍卖行业年成交金额增长不低于当年 GDP 增长水平。

2. 专业能力持续提升

实施人才优先发展战略，加快汇聚一支规模合理、结构优良、能力过硬的拍卖行业人才队伍。以行业职业教育体系优化和职业成长体系建设为抓手，培养具有国际视野和创新能力，能够提供综合性高端服务的行业领军人才，培养拍卖企业和行业协会高级管理人才，培养精通传统业务、胜任新兴业务的骨干人才，吸引具有高中等专业职业技术水平的专业人才加入行业，不断适应市场服务需求和行业发展要求。实现拍卖师等专业人才占企业员工

总数不低于 25%，专业人才队伍中 80、90 后从业人员不低于 40%。

3. 法治水平不断加强

形成以《民法典》和《拍卖法》为统领，由相关法律、行政法规、部门规章、国家（行业）标准规程和其他规范性文件，以及由执业准则、考试培训、会员管理、监督检查等行业自律管理制度共同组成的全面、系统、完备的拍卖行业法律制度体系，并予以汇编、宣贯。充分发挥中国拍卖行业协会和各地方行业协会的桥梁纽带作用，适应政府部门管理要求，推动行政管理和自律管理形成合力，确保各项法律制度有效实施，推动打破专业垄断和市场壁垒，建立业务协作和信息共享机制，有效维护行业自身发展的权益和空间。实现拍卖标准体系的持续完善和诚信体系的不断强化，逐渐实现一票否决。

4. 数字建设实现跨越

以全国性资产处置平台建设为抓手、数字化运营为核心，以区块链技术、大数据技术、云服务技术、虚拟现实技术、社交媒体、视频直播的运用为手段，着力推动行业数字建设跨越发展，实现业务处置能力提升、服务综合成本下降、服务领域边界扩大，着手规划行业发展的数字化路径，加快以网络拍卖为核心的拍卖数字化基础建设，初步构建以数据为基础的产业生态模式。实现网拍拍卖场次、成交金额占行业总拍卖场次、总成交金额的 80%以上。

三、重点发展任务和领域

我国的拍卖行业已经进入了用新思想开创新局面、以新作为实现新发展的关键窗口期。目前，拍卖行业融入房地产、机动车、文物艺术品、农副产品等社会经济生活领域，《拍卖师操作规范》、《网络拍卖规程》等覆盖拍卖业务全流程的完善的标准化体系有效促进了拍卖行业的质量提升。

立足行业现实情况、着眼行业未来发展，十四五期间行业重点发展任务和领域是加强市场拓展、加强自身建设和加快行业数字化建设等三项工作。

（一）加强市场拓展

拍卖行业在某种程度上来说是比较被动的市场，它的发展依赖委托机构（供给方）和细分市场（需求方）。委托机构包括法院委托、政府部门委托、企业委托、事业单位委托、金融资产机构委托、破产清算组委托、个人委托等；细分市场目前基本划分为房地产、土地使用权、机动车、农副产品、产权（包括股权债权）、无形资产、文物艺术品。加强市场拓展是行业发展的根本保证。突破传统思维束缚、运用现代运营理念，根据新形势、新要求，依靠新观念、新方法，立足市场实际、着眼行业未来，按照各个细分市场的规律特性，有的放矢、有所作为，是行业加强市场拓展、赢得发展空间的根本遵循。

1. 规范艺术品拍卖市场

艺术品拍卖市场起始于 1992 年，是最能体现拍卖企业能力作用、最具有社会影响力和持久生命力的市场，也是头部效应最为明显、同质竞争最为严重、社会舆论最为聚焦的拍卖市场。

2020 年，全国文物艺术品拍卖市场依然呈现下降趋势，据商务部信息管理系统显示，全年文物艺术品拍卖成交 211.77 亿元（不含佣金），较 2016 年下降 33.27%。其中，12 家样本企业的成交金额达到 189.85 亿元，彰显头部效应，成交率较 2016 年同比增长 8.1%。最近市场表现出的成交率增加、成交均价下跌、传统板块稳定、新晋艺术品板块业绩上升等趋势也颇为明显。

党的十九大报告指出要“健全现代文化产业体系和市场体系，创新生产经营机制，完善文化经济政策，培育新型文化业态”。拍卖行业要通过与藏家、艺术机构等的合作，以专业力量助力文化产业发展，有效促进艺术品的交易与流通；要以更多更好的专题开设、拍品成交推动公众对文化艺术的关注、推动、学术对文化艺术的发掘和研究、推动了政府对文化产业的投入，从而助力提高全民文物保护意识，践行好自身的文化担当。

因此，行业只有以规范运营、打造生态为途径，以国内优质拍品优质服务为主，境外回流拍品境外主题拍卖为辅，持续做大做强艺术品拍卖市场。

（1）健全完善市场生态体系

在诚信体系建设方面，修订《中国文物艺术品拍卖企业自律

公约》和《文物艺术品拍卖从业人员职业守则》，并加大执行力度。在信任机制和信用程度建设方面，开通网上投诉系统；建立拍卖企业黑名单，并对社会开通查询系统；建立拍卖客户黑名单，并对内部开通查询系统。在健全企业运营规范体系方面，补充制定企业运营相关规范，推动优秀艺术品拍卖企业制定团体标准，大力推行文物拍卖企业规范评估机制。通过健全完善良性的市场生态体系，包括公平的政策环境、诚信的商业环境和有序的市场秩序（加大非法拍卖打击力度），以此整合物流、保险、金融等相关配套服务，全面有效规范艺术品拍卖市场的运营发展。

（2）持续争取政策法规支持

在税收政策方面，既要就文物艺术品拍卖货款增值税开票新政（国家税务总局 2020 年第 9 号公告）加大宣传力度，指导拍卖企业规范操作，也要继续呼吁并建议有关部门将“文物”作为免征增值税项目纳入《增值税法（征求意见稿）》第 29 条，或减免回流文物进口（境）相关税收。在拍卖法律方面，既要积极配合国家文物局开展《文物保护法》修订，充分征求企业意见，切实反映行业诉求，也要配合公安、市场、商务等有关部门对诈骗、无证、违规等拍卖行为开展打击活动。行业要持续做好与各相关部门的沟通和协调工作，争取最大的支持。

（3）借助数字技术推动差异竞争

领军企业是市场的主要力量、中小企业是市场的重要补充。行业要充分借助各种数字信息技术和平台，在委托、预展、宣传、

交易等环节，在财务、人工、仓储、保险等方面，有效提升效能、降低成本，领军企业要打破时空局限、拓展主题品类、拓宽运营边界，实现品牌化发展；中小企业要结合自身优势、地域特色、市场需求，实现差异化经营。

2. 做优机动车拍卖市场

机动车拍卖市场，最早始于海关走私罚没车辆拍卖和司法强制执行拍卖，是增长率变化较大、受政策法规及相关利益方影响较大、专业化要求较高的拍卖市场，也是总量巨大、前景良好的拍卖市场。

2020年，机动车拍卖市场呈现快速增长势头，全年累计拍卖成交量约34.76万台，成交额158.72亿元，较2016年增长9.24%，机动车网拍发展迅猛，其中网拍占比逾半。

目前，机动车拍卖市场几乎涵盖了所有车辆类别、容纳了各种市场参与主体，并且培育造就了一些专业程度高、市场影响大、运营能力强的领军企业，为行业做优市场打下了基础。

（1）持续增强企业能力

机动车业务是综合性拍卖企业的重要业务，也是机动车专业拍卖企业的支柱业务，尤其考验企业专业运作能力、服务意识水平和综合管理能力。拍卖企业要依托现有资源、现有平台，努力实现机动车拍卖业务的独立化、专业化、市场化、标准化、网络化转变，融入产业链接、整合市场各方、借力信息平台、借助金

融工具，打破机动车拍卖传统观念，调整运作策略、优化运营团队，适应未来机动车拍卖市场的需求。

(2) 持续增强行业共建

以研究建立启用面向全国拍卖企业和机动车交易从业者的机动车拍卖服务交易网络平台为根本；以《机动车拍卖规程》的宣贯落实和《机动车拍卖标的检测规范》的起草启用为途径；以机动车拍卖高管人员和专业技术人员培训为抓手，努力使机动车拍卖企业在政策法规、机动车拍卖规程、网络拍卖规程的学习运用和拍卖资源开发、机动车检测技能、业务招商策划、企业品牌建设的能力提升等方面有所进步，切实增强行业共建共享的水平。同时，要继续加强与国际有关组织、企业和机构的联络沟通，鼓励国内拍卖企业与国际企业开展合作，引进先进的理念、技术和资本、人才，推进行业与国际接轨。

(3) 持续增强环境建设

既要坚持向政府有关部门反映行业诉求，关注和参与《二手车流通管理办法》修订工作；也要强化自律公约、职业守则，通过对社会和业内开通查询系统和投诉系统等方式，强化评价体系、健全市场诚信体系；还要通过宣传各类案例和制定标准规则来提升行业地位、展现行业形象，从而切实维护市场公平秩序、有效增强市场环境建设。

3. 做专房地产拍卖市场

伴随经济社会的发展，房地产拍卖市场长期以来都是拍卖行业成交规模、经营收入的重要来源。

2020 年度，土地使用权拍卖业务成交额达到历史高点 5390.83 亿元，业务比重增至 61.60%；房地产业务年成交额 1258.12 亿元，受政策影响持续调整，但占比仍居第二，为 14.38%。两项业务相加，达到 75.98%，继续成为年度拍卖市场的决定性力量。两项业务相较于 2016 年成交额增长了 86.25%。

从宏观上看，土地使用权、在建工程、不良资产包和住宅、厂房、商铺及其使用权和租赁权等全品类房地产项目进入拍卖市场，和政府、法院、国有企业、金融机构、事业单位、民营企业、社会组织和个人等各类委托方进入拍卖市场，使得房地产拍卖市场日益成为行业普及拍卖理念、体现专业优势、展现良好形象、拓展业务边界的重要市场。拍卖行业唯有用专业服务，方可持续做好单体价值高、市场总量大、交易几率高的房地产拍卖市场。

（1）着力供给侧改革

拍卖企业要进一步增强对相关政策的熟悉掌握、理解运用，针对不同竞买人的不同需求和不同委托方的不同资源，整合资源、找准痛点、做好对接，实施上下家全流程服务，开展“订制拍卖”业务。

（2）着力数字化提升

行业要充分利用房地产评估、交易的大数据信息平台，并嫁接现有业务运营流程。通过线上线下的获客、沟通，并借助自身

的专业团队、专业服务来提升运营能效和市场影响。

(3) 着力体系化建设

行业要充分研究房地产拍卖市场，有效建立信息汇聚平台、招商分享机制、专业培训教育、专业服务标准的全国性或地域性的拍卖运作体系，增强行业房地产拍卖的竞争力和专业性。

4. 做强农副产品拍卖市场

农副产品拍卖市场是近年来拍卖企业创新实践最多的市场之一，2020 年全年农产品拍卖年成交额 30.09 亿元，除去 2019 年京交会农产品拍卖偶然因素和 2020 年疫情影响，农产品拍卖成交额逐年调整，整体向好。伴随中央及各地政府强农、惠农、富农政策的持续推进，农副产品流通市场将愈发繁荣。当前，加大社会主体及拍卖企业投资力度，销售渠道引入拍卖机制，通过拍卖方式流通和处置农副产品逐渐被一些地方政府所接纳和采用，并产生了不少成功案例和运营经验。

农副产品拍卖市场是潜力巨大的市场，也是挑战巨大、大有可为的市场。行业必须从宏观上正确认识、策略上精准实施，方可克服农副产品流通领域地域性专业性特点明显、农副产品收益存在相对不确定性、农副产品经营者相对理念落实、农副产品拍卖普遍技术相对落后等困难，切实做强这一市场。

(1) 依托政府促进拍卖

行业要借助政府的各项利好政策、结合本地特色农副产品，运用拍卖机制开展农副产品拍卖。

行业要充分借鉴昆明花卉拍卖市场的成功经验，讲好拍卖故事、宣扬拍卖理念，积极密切协调联络国家发改委、商务部、农业农村部等国家部委，争取出台关于农副产品流通引入拍卖方式、支持和补贴农副产品拍卖的具体政策，主要包括作出在已有及新建的农副产品批发市场中引入拍卖方式的政府决策，并给予资金、场地、设备、交通等相应支持。

(2) 立足市场做好拍卖

拍卖企业要与农副产品市场经营者、农副产品主要经销者、农副产品主要生产者、金融投资机构、物流电商企业、技术研发部门开展合作，洽谈签署战略合作协议，争取互利互惠的深度合作机会。行业要学习农副产品分类包装标准的制定、实施方法，相应启动农副产品拍卖分类包装及服务标准的制订工作，根据不同地域、不同种类农副产品的特点，再制订 1 至 3 项具有代表意义的农副产品拍卖标准，包括行业标准、地方标准、企业标准等标准类型。特别是行业上下要凝聚共识、集聚力量，更多地输出农产品拍卖的理念、技术和市场组织、运营管理经验，以此催生农产品拍卖制度的建立，真正做强农副产品拍卖市场。

5. 做好公共资源拍卖市场

公共资源拍卖市场在当前和今后一个时期仍然是拍卖行业的获得利润、锤炼队伍、展现形象的一个重要市场，须臾不可懈怠。做好公共资源拍卖市场，始终是行业的一个重要命题，也伴

随着行业的发展、兴盛和转型。

(1) 做好传统公共资源拍卖服务

要更加积极紧密地保持与政府行政部门、执法部门、司法部门的沟通协调，继续坚持拍卖企业在公物、罚没、司法等拍卖业务中的地位，突出拍卖企业团队专业、经验丰富、一站式全程服务的优势，强调拍卖协会的组织管理和行业自律职能，在新形势下结合专业优势和信息技术支撑，以更加优质的服务做好传统公共资源拍卖业务。

(2) 进一步争取国有资产拍卖业务

要依据“发挥市场在资源配置中的决定性作用”的政策导向，紧紧依托政策支撑和国资国企改革契机，积极参与国有资产拍卖业务。一方面，加强相关政策法规研究，维护各类市场交易主体的合法地位，纠正涉嫌市场垄断和不正当竞争行为；另一方面，大力支持有条件的地区以公共资源拍卖中心为切入点，更好更快推进国资“实物资产拍卖+产权拍卖”模式的展开，形成国有资产拍卖新突破，积累案例，以服务 and 质效公平参与市场竞争。

(3) 拓展特色公共资源拍卖市场

行业沉下心思、扑下身子、因地制宜、因人制宜地拓展特色公共资源拍卖市场，大力开拓城市公共事业经营、农村集体资产和各类农村农业土地、设施所有权、经营权、租赁权、处置权、使用权的处置、自然资源开发等业务；积极开拓和参与大宗商品交易、农副产品交易、破产处置等业务，进一步发挥拍卖企业在

涉及重大民生、供给和执行领域的作用，扩大拍卖行业影响力，不断打造公共资源拍卖的特色区域、特色拍品，以点带面，形成可推广、可复制的模式和经验。

6. 拓展不良资产拍卖市场

2020年，股权、债权、产权拍卖成交额700.68亿元，实现反弹上升趋势，较2016年增长18.04%，其中由金融资产机构委托的不良资产占比50.40%，达到353.15亿元。

伴随供给侧结构性改革持续深化，“去杠杆”和“调结构”的新旧功能转换过程中，银行等信贷机构不良资产大量涌现，不良资产交易机会骤增。不良资产处置市场总量巨大，不良资产处置参与者数量多、专业强、竞争激烈，拍卖行业参与程度和处置比例仍然处于低位。行业要立足自身全国一家亲、各地都覆盖的区位优势 and 机制灵活、吃苦耐劳、经验丰富的经营优势，加速引进、培育专业人才，加快开展各类合作协作，不断提高服务能力、盈利能力，有效提高参与程度、处置比例、处置金额，努力打造不良资产处置的全国性拍卖市场。

7. 探索新兴拍卖市场

当前，经济社会正经历前所未有的大变化。大市场加大政府的复合经济体系将持续强化，各类市场资源的生产、分配、交换、消费也逐渐呈现新形式，不少新业态、新行业逐步兴起，特别是

5G、大数据、区块链、人工智能等新技术的运用普及，势必在一些新的市场产生一些新的交易机会和行业介入新的契机。

从历史发展看，每一个细分拍卖市场，都是行业在深刻认知经济社会发展大趋势、政策法规出台新指向的基础上，积极探索、不断拓展后形成的。因此，行业要继续秉承传统，努力在新时代探索新市场、取得新成绩。

（1）努力开拓排污权等限制性权利的拍卖市场

“金山银山就是绿水青山”的理念已经成为中央和各级地方政府施政治理的重要遵循，各类排污权、采矿权、采砂权等限制性权利资质的核发以及探矿权、森林所有权、林木所有权、海域使用权等自然资源使用权的让渡，势必更加严格。行业要抓住“拍卖”这一市场化方式在限制性权利核发中的已有实践，做好总体服务、做好宣传报道、做好要素整合，巩固已有阵地，不断深化拓展，努力做大各类限制性权利和自然资源类权利的拍卖市场。

（2）努力拓展专利（知识产权）类拍卖市场

专利（知识产权）类交易市场体量巨大，行业要充分发挥自身优势、宣传已有案例有效融入市场之中、增值产业链条，把拍卖的价值发现功能、新闻宣传效应讲好、讲足、讲透，努力拓展行业在此市场的一席之地。

（3）努力探索各种形式的数字化资产拍卖市场

行业要认知市场趋势、关注市场热点，一方面要建立与主要互联网企业的沟通联系，做好错位合作、差异服务，不断挖掘、

推出具备拍卖价值的数字化资产，另一方面也要主动出击，在广大互联网经济的从业者、数字化资产的所有者中传播理念、做好协调，完善交易交割的技术保障流程，开展拍卖活动，有效探索新兴市场。

8. 巩固传统拍卖市场

（1）积极支持和参与司法辅助工作改革

伴随司法辅助工作改革的深化推进，人民法院系统民事案件涉案物资的处置呈现向拍卖企业扩大开放参与程度及深度的新动向。司法委托拍卖历来是我国拍卖行业重要的标的来源，拍卖企业既有传统拍卖的丰富经验，也有近几年网络拍卖的丰富实践，具备更好服务司法辅助工作的能力。行业要顺应司法辅助工作改革的趋势，努力强化网络拍卖能力、充分发挥线下服务优势，进一步主动加强与人民法院系统的互动联系，积极支持和参与司法辅助工作改革，提高参与度。

（2）进一步巩固权益类无形资产拍卖市场

随着《中华人民共和国民法典》的颁布，股权、版权、专利权等权益类无形资产的保护，势必得到进一步强化，其交易量也将明显增多。“十三五”之前，我国拍卖行业对权益类无形资产领域的拍卖已做过相当有益的探索，具备一定的市场基础。“十四五”期间，行业要在这一传统市场中加强宣传、加强运作，形成运作标准规范和功能作用正面宣传导向，实现更大作为和更多

效益。

（二）加强自身建设

“打铁还需自身硬”。加强自身建设，是行业发展的基本课题，也是行业爬坡过坎、攻坚克难的根本保证。拍卖行业的美好前景，完全取决于我们行业在整个经济社会之中和产业链条之上

的知识深度、创新广度、理论深度、实践程度。而这一切无不_{需要}行业人才的运营和行业协会的运作。因此，加强行业人才队伍建设和协会能力建设，就是行业加强自身建设的两大路径。

1. 聚焦企业需求，加强行业人才队伍建设

（1）改革完善国家注册拍卖师资格考试制度

适应国民经济发展的新形势以及《民法典》《拍卖法》等法律法规的有关要求，积极推进国家注册拍卖师资格考试制度改革，探索建立国家注册拍卖师分级管理制度，深化和巩固行业人才评价改革成果。建立健全与商务部、人社部沟通协调机制，加强考试制度体系建设，优化完善考试大纲及教材，改进考试命题。规范考试组织管理，持续提升考试质量，加大考试宣传力度，吸引更多优秀人才参与国家注册拍卖师职业资格考试。

（2）着力推进拍卖行业领军人才培养和使用

以培养具有国际视野和创新能力，能够提供项目策划、资产评估、文物艺术品鉴定评估、数字化运营等综合性高端服务的复

合型人才，满足行业综合性、国际化业务发展需要为目标，深入研究拍卖行业领军人才培养规律。优化领军人才选拔培养机制，完善领军人才培养方案，与国内一流大专院校、国际同行机构或同业组织加强沟通协作，推进形成行业领军人才联合培养力量。坚持“培养使用并重”，建立领军人才参与行业准则制定、理论课题研究等的使用机制，搭建与国际同行及知名院校的交流平台，鼓励领军人才取得国际通用拍卖相关专业资格，充分发挥领军人才的集聚效应和专业优势。

(3) 持续加强行业业务骨干人才和后备人才培养

整合培训资源、丰富培训方式、完善培训内容，依托中国拍卖行业协会和各省市协会的力量，创新“互联网+”培训模式，建立功能完整、安全便利、互联互通的网络教学平台。分类分层构建课程体系，优化培训内容，重点开发新政策、新标准、新技术、新业务课程。建立健全培养考核评价反馈机制，加强对各省市行业协会培训工作的引导，形成上下联动、各有侧重、优势互补的人才队伍建设模式。建立健全行业师资管理机制，加强师资选拔培训，充分发挥师资积极性和创造性。加强与高等院校就学科建设和理论研究开展更紧密合作，突出拍卖企业打造人才队伍的主体地位，支持各省市行业协会与院校共建实践型教学基地。

2. 强化服务意识，加强行业协会能力建设

(1) 持续增强服务能力

中国拍卖行业协会和各省市区行业协会要强化为企业服务意识、增强为企业服务本领，坚持在服务中实施引导管理、在引导管理中体现服务。行业协会务必加强学习，既要做到学党纪国法、政策法规，知畏知止、有所作为；学理论知识、时事政治，知晓大势、指导实践；学习商品知识、信息技能，跟上时代、融入社会，更要做到向市场学习、向历史学习，把握大势、明确方向，有效增强各类行业报告、行业标准的针对性、指导性、前瞻性、实效性，引领行业向前走。

（2）持续加强自律监管

中国拍卖行业协会和各省市区行业协会要聚焦自律监管体系和机制建设，加强行业自律监管、保障行业健康发展。十四五期间，行业要着力建立健全拍卖企业和国家注册拍卖师执业质量监督和风险防控监管机制，探索建立新的易于操作、易于管理、易于查询、适应拍卖行业自律监管新要求的监管信息系统，实行执业情况实时动态管理，及时分析和防控苗头问题。以拍卖企业资质评定管理为抓手，逐步实现由评审检查向随机检查和重点检查转变。充分利用行业大数据、互联网等新技术和新手段，进一步提高对业务资料的统计分析能力，加强拍卖业务统计分析和质量问题研判，有效提升自律惩戒的严肃性、科学性、规范性。

（三）加快行业数字化发展进程

2019年我国数字经济总量达到35.84万亿元，占GDP比重提升至36.2%。2019年数字经济发展对GDP增长的贡献率达到

67.7%，成为带动我国国民经济发展的核心关键力量。加快行业数字化发展进程，是行业更好抓住第四次工业革命历史机遇、更好融入国民经济和社会十四五规划、更好实现持续健康发展的必然之举。

中国拍卖行业的数字化发展的主要目标是——云拍卖常态化、产品数字化展示、智能商贸与服务、供应链数字化发展、法律法规的智能对应、产业生态数字化发展。

中国拍卖行业的数字化发展的主要障碍是——重构商业模式、打造技术平台、专业人才培养、运营保障体系。

因此，基于行业发展现状和未来发展目标，加快行业的数字化发展进程要着力于做好企业管理数字化、拍卖业务数字化、行业监管数字化、市场评价数字化等四方面工作。

1. 企业管理数字化

建设统一的拍卖企业管理平台和应用系统，以拍卖行业现行的法律法规、国家标准、行业标准和业务规范为基础，着眼于未来融合对接数字拍卖活动和行业监管等需求，指导全行业应用数字化企业管理系统，实现拍卖企业的基础信息、人员管理、业务管理、档案管理、运营管理、资金结算等全程在线化操作，数字化管理，并具备兼容性和可扩展性。行业协会适时制定出台拍卖企业数字化管理系统的相关标准，统一拍卖企业管理系统的建设运行规范，实现行业全面应用，为拍卖企业创造良好信息化环境，提高企业运行效率和管理水平，降低建设维护成本。在此基础上，

设置中拍协、地方拍协、企业不同操作界面，更好统筹划分中拍协和各省市拍协的服务、管理职能，使管理数字化更富实效。

2. 拍卖业务数字化

进一步深化行业网络拍卖平台建设和运行，整合媒体公告平台、网络直播平台、社交媒体平台、虚拟现实平台等资源，为拍卖企业的线上交易、公告发布、信息传播、拍卖展示、精准营销等赋能，进一步打造公开、阳光的网络交易环境，提高拍卖活动的运行组织效率，促进成交和溢价水平，实现行业减负增效。积极推动拍卖活动数字化，进一步提升拍卖企业服务能级，全面深入开展线上营销、招商、公告、拍卖等活动，争取用三年时间全国线上举行的拍卖活动占比达到80%以上，实现拍卖活动数字化转型。

3. 行业监管数字化

建设统一规范的拍卖行业监管平台，围绕政府主管部门、监管部门和相关业务部门的需求，以拍卖企业管理平台、网络拍卖平台的数据信息为基础，整合第三方数据资源，实现拍卖活动动态呈现、事中事后监管、企业信用监督、专项业务审批备案、动态发现预警等功能。拍卖行业通过这一数字化平台，主动为政府部门和重点业务主管开展监管创造良好条件，主动纳入和接受监管，实现信息互通、数据共享、动态评价，简化企业办事操作，

完善配套制度建设，优化拍卖市场营商环境，进一步推进行业自律。

4. 市场评价数字化

探索建立拍卖企业数字化动态评价体系，以大数据应用为核心，以企业经营质量、市场活跃度、专业化特征、社会评价反馈等为量化基础，以现行的资质等级评估为基础，重点分析和建立相关的数据模型，采集、发掘和整合更广泛的第三方数据资源，建立“千企千像、动态评价”的拍卖行业数据特征，形成更为客观、精准、专业的量化评价方法。积极推进拍卖企业数字化动态评价体系在企业评优、专业推荐、委托业务选择等方面的应用，为社会各界选择拍卖服务提供科学直观的参考，为特色标的处置建立精准匹配，提升拍卖服务质量和运行效益。

四、发展保障措施

（一）进一步尊重发挥企业主体作用

拍卖行业是由无数拍卖企业构成的群体，企业利益的保护与实现是行业的追求，当然更是企业设立的目标。在发展中，尊重和发挥企业的原创动力既构成了行业发展的内因，也是脚踏实地的实现路径。

1. 注重挖掘和培养企业拍卖队伍中的专业人才

（1）行业应探索培养新型企业家

拍卖企业的企业家具备的最基本最传统的能力是公共关系能力、直觉判断能力。这是拍卖企业家们获得和维持稳定的拍品来源的最主要内容。当前，拍卖企业家不仅需要各种传统要素组合在一起，在新形势下，拍卖企业家的作用更存在于实现专业人员、新技术与社会资源进行有效组合的过程中。这些都需要拍卖企业带头人能够为企业发展指出发展方向和具体的操作模式，他们行为的经济成果就是为合作各方获取企业家利润，也就是通过这种创新取得的价值。行业要培养拍卖企业家超前的理念、发展目标、合作的新思维。

（2）企业应建立拍卖标准化人才培养机制

企业重点培养一批掌握标准化理论、熟悉行业和企业管理的专业标准化人才，同时，积极培养一大批既掌握拍卖专项业务技

能,又了解标准化基础知识的企业标准化人才。与高等院校对接,积极开设拍卖标准化相关课程,以提高实践能力为重点,探索产学研联合培养人才的新途径。完善在职人员培训体系,逐步提高拍卖从业人员标准化素质与能力。

2. 发挥好企业市场开拓的实践者角色

(1) 提高企业专业化程度

目前,拍卖行业赖以生存的公物拍卖资源,由于产权交易所、资产管理部门等大量介入而使竞争更加激烈。因此拍卖企业要以可持续发展作为基本发展理念,加强自律、打造诚信形象,提高自身专业化程度。同时,拍卖企业要不断创新,包括制度创新和业务创新。通过制度创新,可以挖掘企业潜在的业务。

未来中国拍卖行业将朝着经营专业化、业务多元化、发展规范化和信息化的方向发展。

经营专业化。随着拍卖涉足领域的不断扩大,拍卖标的的范围也将越来越广泛。目前,拍卖的服务领域已涉及到商业、物资、邮电、房产、金融、文物、土地管理等十几个领域,拍卖标的范围也由最初的一般生活消费品和生产资料扩大到不动产、土地使用权、文物古董、翡翠珠宝、近现代书画、作家书稿、影视作品发行权等。因此拍卖企业可以根据自身情况,确立一个或几个业务领域作为主业,加强专业化发展,最终形成专业化拍卖市场。

业务多元化。拍卖企业的业务多元化和经营专业化是紧密联

系的，推动拍卖企业专业化经营的有效手段应是拍卖新业务的拓展和拍卖市场的扩大，只有当业务不断拓展和拍卖市场不断扩大时，才能为专业化分工提供原动力。随着拍卖行业市场化程度提高，业务多元化有利于拍卖行业全面走向社会、走向市场。

发展规范化。随着社会主义法制建设加强，政府部门对拍卖行业的监管力度进一步加大，同时，随着行业协会不断发展，行业自律在规范行业发展中也将发挥越来越重要的作用。行业协会将加强行业管理，制定自律规则，规范拍卖行为，提高拍卖企业的整体竞争能力，促进拍卖行业的规范化发展。

管理信息化。拍卖企业的信息化管理包括两部分，一是互联网及电子商务技术，二是软件设计及应用。运用信息化手段进行流程化管理，有利于提高企业工作效率，促进国内外拍卖企业、协会间的交流。拍卖行业也将进入信息网络化管理时代。

(2) 探索服务方式的转型升级

过去的拍卖行业在某种程度上来说是比较被动的市场，它的发展依赖委托机构（供给方）和细分市场（需求方）。委托机构包括法院委托、政府部门委托、金融资产机构委托、破产清算组委托、个人委托等；细分市场目前基本划分为房地产、土地使用权、机动车、农副产品、产权（包括股权债权）、无形资产、文物艺术品。供给方对拍品的委托方向的调整会引起拍卖市场供给来源变化，不利的供给冲击会造成拍卖行业的大幅震荡；需求方很多属于第三产业，第三产业发展不畅会影响到拍品的顺利处置，

拍品的积压以及多重处置会增加拍卖成本，影响到拍卖行业的有序发展。为了转变这一被动的局面，拍卖企业应积极探索服务模式的转型升级。

3. 发挥拍卖技术革新中的企业原动力

新技术已经成为提升拍卖业态的主要方式。网络技术在拍卖领域已广泛应用并逐渐成为拍卖交易的主渠道，网络拍卖因其打破了传统拍卖时间、地域和空间局限，降低了交易成本，使得传统拍卖业态正在受到颠覆性变革。现场拍卖与在线拍卖所带来的不同的运作方式、拍卖效率，已经让一部分委托机构将业务转移到其他技术发达的网络平台上了，拍卖的技术更新势在必行。

在这一“大合作→大数据→数字化服务”新业态下，拍卖企业需要学会通过大合作，共享平台数据和交易信息，完成获取资源和招商渠道，完成买卖双方的交易，提供辅助服务功能，与金融衍生品结合，提高拍卖的竞争力。

（二）进一步推进拍卖政策法规制度的完善与健全

经过近四十年年的发展，规范拍卖行为的法律法规建设取得了长足的进步，建成了以《拍卖法》为核心的制度体系，基本满足了规范拍卖市场、调节拍卖行为的需要。

2020年5月28日，十三届全国人大三次会议表决通过了《中华人民共和国民法典》，自2021年1月1日起施行。《民法典》的出台势必会深入影响我国民商事生活的方方面面，各行

各业的专家和从业人员也就《民法典》的7编内容，1260条规定进行深入地研讨。拍卖行业也不例外，已经有意识地就《民法典》可能带来的业态影响进行深入的研究，取得了一些成果。当然，《民法典》带来的更多的问题将有待于拍卖业的专家与从业人员保持开放的参与态度，如我国在接下来的法治建设中，如何在民商合一体系下建设商法及其通则，将会更加具体地影响到拍卖业的制度建设工作。再如，本次《民法典》制订，将四类合同作为新增的典型合同予以确立，从而明确了四类有名合同缔约中的权利义务关系。那么拍卖合同是否能够进行典型化问题，就是一个值得推进的制度建设工作。如果拍卖合同实现典型化，将使拍卖参与各方的权利义务明确化，从而有利于司法，也有利于举办拍卖，减少交易成本。

除了上述法律制度建设工作之外，拍卖行业还需积极地参与到各类交易规则制订的谈判中去，比如积极地加入到公共资源交易平台建设的规则谈判中去。

（三）进一步打造行业沟通交流平台

拍卖的经纪中介性质，需要从外界获取各种资源，为委托来的资源完成定价。除了拍卖行业本身拥有的各种资源外，拍品的其他利益相关者游走于拍卖领域，拍卖行业遇到的瓶颈，可能会由这些行业提供生机，资源类、艺术品各门类、技术要素类行业，金融机构、政府部门以及各类消费群体等能够打破熟人的小圈子领域，借助各行业力量创新路，借助于网络技术，为拍卖行业提

供契机。为此行业需要打造新的沟通交流平台。

1. 行业协会层面平台：

(1) 组建专门部门进行公共关系营销

这是一项传统营销策略，但是在新形势下，为获取有利于拍卖的政策和法律支持，让有关部门深度了解拍卖的性质和优势，拍卖行业协会必须重新从拍卖业界挖掘人才，组建新的专门机构，开展工作。

(2) 加强学术理论沟通交流

组建理论宣传专业委员会负责牵头，利用线上群落探讨和线下会议活动等方式组织行业内外有识之士，对涉及拍卖的理论、法律、标准、技术、资源、管理等方方面面的情报、走向、前景、趋势等进行卓有成效、富有前瞻性的搜集、研究、归纳、整理、探讨，据以提出建议、规划，更好反映行业发展成果、更好指导行业发展前行。

2. 企业层面平台：横向多要素合作

改变企业独自刻苦发展的传统模式，将拍卖纳入到新技术、新理念的合作路径中，以“开放、合作、包容、共赢”为理念，以“兼并、重组、调整、整合”为手段，相互借力。在完善的制度和市场运作机制中开创拍卖行业发展新局面。

3. 业务导向平台：成立专业委员会推进拍卖新方向

在中拍协内部发起设立不同专业委员会，比如已经存在的“机动车拍卖专业委员会”、“艺术品拍卖专业委员会”，对其他发展潜力大的明星类或者金牛类的拍卖业务，如“农副产品拍卖专业委员会”，以及能够更加继续细分的业务，设立专门委员会。做好人员和机构组织、章程等方面的前期准备工作。根据企业实际需要，制定该市场的业务标准，创造新的拍卖模式。