

重庆拍卖

第三期

(总第 197 期)

二〇二一年三月十日

本期目录

【中拍协文件】

- ▲ 关于对《中国拍卖行业四十五发展规划》（讨论稿）征求意见的通知 / (2)
- ▲ 中国拍卖行业四十五发展规划（讨论稿） / (2)
- ▲ 关于招募中拍协特殊资产运营服务商的通知 / (22)

【调研报告】

- ▲ 重庆市拍卖行业协会《我市罚没财物处置工作调研报告》 / (23)

【业界博客】

- ▲ 七千亿消费额，内地珠宝拍卖仍然干不过香港 / (28)

中国拍卖行业协会文件

中拍协函【2021】4号

关于对《中国拍卖行业十四五发展规划》（讨论稿）

征求意见的通知

各省（区、市）拍卖行业协会及有关单位：

为深入贯彻落实十九届五中全会精神，根据《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》，为科学规划、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服务，由中国拍卖行业协会牵头，上海、四川等省市协会参与，研究起草了《中国拍卖行业十四五发展规划》（征求意见稿）。现向各省（区、市）拍卖行业协会及有关单位征求意见。

请各省市拍卖行业协会接通知后及时组织相关企业、专家就《规划》（征求意见稿）进行讨论并提出具体修改意见建议，于3月9日前反馈中拍协。修改意见建议可以条目方式列出，逐条提出修改意见及对应的具体修改建议。如有咨询，请联系中拍协理论宣传部。

联系人：王苒 欧树英

联系电话：010-64936477

邮箱：wangran@caal23.org.cn

ouyang@caal23.org.cn

附：《中国拍卖行业十四五发展规划》（征求意见稿）

中国拍卖行业十四五发展规划（讨论稿）

目录

前言

一、发展历程回顾与面临形势

二、规划的指导思想与发展目标

(一) 指导思想

(二) 发展原则

1. 坚持党建引领
2. 坚持创新驱动
3. 坚持协调发展
4. 坚持开放合作
5. 坚持社会共享
6. 坚持以人为本

(三) 发展目标

1. 市场空间有所拓展
2. 专业能力持续提升
3. 法治水平不断加强
4. 数字建设实现跨越

三、重点发展任务和领域

(一) 加强市场拓展

1. 规范艺术品拍卖市场
2. 做优机动车拍卖市场
3. 做专房地产拍卖市场
4. 做强农副产品拍卖市场
5. 做好公共资源拍卖市场
6. 拓展不良资产拍卖市场
7. 探索新兴拍卖市场

(二) 加强自身建设

1. 聚焦企业需求，加强行业人才队伍建设
2. 强化服务意识，加强行业协会能力建设

(三) 加快行业数字化发展进程

1. 企业管理数字化
2. 拍卖业务数字化
3. 行业监管数字化

4. 市场评价数字化

四、发展保障措施

（一）进一步尊重发挥企业主体作用

1. 注重挖掘企业拍卖队伍中的专业人才
2. 发挥好企业市场开拓的实践者角色
3. 发挥拍卖技术革新中的企业原动力

（二）进一步推进拍卖政策法规制度的完善与健全

（三）进一步打造行业沟通交流平台

1. 行业协会层面平台：组建专门部门进行公共关系营销
2. 企业层面平台：横向多要素合作
3. 业务导向平台：成立专业委员会推进拍卖新方向

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 6 月中国拍卖行业拥有国家注册执业拍卖师已有 11680 人，《文物艺术品拍卖规程》等各类行业标准 13 个、国家标准 4 个。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 8300 家，2019 年累计拍卖成交金额 7268.18 亿元。2020 年 1-6 月累计拍卖成交额 2812 亿元，累计开展各类公益慈善募集善款 1752 万元，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；行业专业人才培养建设还需有效加强，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、十八届三中、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、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、专利技术等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、各层次、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。依靠社会干拍卖、干好拍卖为社会，是行业持续发展根本保证。拍卖行业要服务在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，不让企业带病评级、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、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。

2019 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 221.63 亿元（不含佣金），较上年下降 15%。其中，12 家样本企业的成交金额达到 108 亿元，占比近半，彰显头部效应。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

头部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，头部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。

2019 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 24.83 万台，成交额 125.28 亿元，分别较 2018 年增长 23.28%和 17.19%，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、运营能力强的头部企业，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。

2019年度，土地使用权拍卖业务成交额达到历史高点4386.88亿元，业务比重增至60.36%；房地产业务年成交额1216.71亿元，虽连续两年下降，但占比仍居第二，为16.74%。两项业务相加，达到77.1%，继续成为年度拍卖市场的决定

性力量。

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一，2019年全年农产品拍卖年成交额48.22亿元，同比增加亿元，增幅27.74%，连续两年成交额增长超过10亿元。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后、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，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，形成国有资产拍卖新突破，积累案例，以服务和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

2019年，股权、债权、产权拍卖成交额558.96亿元，实现反弹上升趋势，较上年增长8.15%，其中由金融资产机构委托的不良资产占比56%，达到313.0176亿元。

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，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。

(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控制监管机制，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

2018年我国数字经济总量达到31.3万亿元，占GDP比重超过三分之一，达到34.8%。2018年数字经济发展对GDP增长的贡献率达到67.9%，贡献率同比提升12.9%，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、专业人才队伍、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。

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 90%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。

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发展，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

经过近四十年来的发展，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。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。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：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，让有关部门深入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. 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。

中国拍卖行业协会文件

中拍协【2021】6号

关于招募中拍协特殊资产运营服务商的通知

各拍卖企业：

为进一步推动全行业转变经营结构，以市场化、专业化为导向深入开拓不良资产领域新业务，经前期调研和准备，中国拍卖行业协会将联合有关机构成立中国拍卖行业特殊资产运营服务合作组织。该组织的成立是拍卖行业转换经营结构的重大战略部署，是彻底改变拍卖行业长期以来单纯依赖行政和司法类拍卖资源的又一实际举措，该组织将带领和指导行业开创新的经营模式，并创造行业新的利润增长点。

该组织将在履行协会规定程序后成立，并在协会章程和组织运营规则内统筹组织各类特殊资产运营服务业务。为形成全国性网络布局，加快企业特殊资产运营服务能力的提升，根据前期筹备工作安排，现面向具有一定不良资产业务处置能力的拍卖企业开放并招募服务商，凡是中国拍卖行业协会会员并具有A级以上资质的拍卖企业均可申请。中拍协秘书处将对提交申请的企业按照一定条件进行筛选，并公布入选企业名单。

请于2月28日前，使用企业用户账号登陆中拍协官网，点击链接填写《中拍协特殊资产运营服务商申请表》和并扫码填写《企业特殊资产业务情况表》。

如有疑问，请联系中拍协特殊资产工作组。

联系人：刘聪 010-64931499 转 8002

王焯 010-64931499 转 8007

【调研报告】

我市罚没财物处置工作调研报告

重庆市拍卖行业协会

按照中拍协地方协会会长、秘书长工作会议的工作布置，我会对我市财政部门目前罚没财物处置工作情况进行了摸底调研，先后走访了承接公物拍卖处置工作的拍卖企业、市财政局行政事业单位国有资产管理处（重庆市罚没财物管理办公室）专门负责此项工作的同志，现按照调研提纲八个方面的内容，形成专题报告如下。

一、我市现行罚没财物处置相关政策法规情况

我市罚没财物拍卖处置的主要法律依据包括《中华人民共和国拍卖法》第九条和《重庆市罚款和没收财物管理条例》第十九条，即“财政部门对行政机关上交的没收物资必须委托市人民政府指定的拍卖机构公开拍卖。法律、法规另有规定的除外”。

《重庆市罚款和没收财物管理条例》于1998年12月经市人大常委会通过并开始实施，2010年7月市人大常委会对该条例修正后再次颁布施行。

该条例在具体实施过程中会根据罚没标的情况、案情、执法单位要求等具体情况，依据或参照其他的相关法律法规。例如，公安机关的涉案物资还需根据《重庆市公安机关涉案财物集中管理实施办法（试行）》、《公安机关涉案财物管理若干规定》和《公安机关办理刑事案件程序规定》相关规定执行；市场监管部门罚没财物需根据《市场监督管理行政处罚程序暂行规定》的相关规定执行；税务部门罚没财物需根据《抵税财物拍卖、变卖试行办法》相关规定执行。罚没的机动车拍卖需根据《道路交通安全法》、《报废机动车回收管理办法》相关规定执行；罚没的房地产、土地、债权、无主财物还将根据《民法典》的相关规定执行等。

如果采用网络拍卖，还需参照《最高人民法院关于人民法院网络司法拍卖若干问题的规定》以及网络平台的相关规则和规定。

二、罚没财物标的来源及规模

根据我市财政部门对行政机关上交的罚没物资必须委托市人民政府指定的拍卖机构公开拍卖的规定。我市罚没财物标的来源：主要包括公安、检察院、法院、纪检监察、税务、市场监管、城管执法及客运部门，以及其他行政执法机关依法予以没收、追缴、捡拾的没收、涉案、无主财物或权利。

由于海关自成体系，有独立的海关罚没物资拍卖管理办法，不在市财政管理范围之内。但我市海关的罚没物质处置基本上委托拍卖机构处置，市拍协推荐有6家企业入围重庆海关拍卖机构库。

2019年我市拍卖机构共接受18个单位移交罚没财物处置。其中13个单位委托拍卖处置35批次，组织拍卖活动29次，累计处置标的27976件，累计委托拍卖金额1920万元，拍卖成交金额369万元。公安机关移交的罚没财物约占80%。2020年接受11个单位移交罚没财物处置。其中接受8个单位拍卖处置委托24批次，累计组织拍卖活动22次，累计处置罚没财物标的9232件，累计委托拍卖金额232万元，累计拍卖成交金额100万元，公安机关移交财物约占62%。

三、罚没财物拍卖资质取得方式

目前，我市有权承接罚没财物委托拍卖处置的拍卖企业共四家，分别是重庆信托拍卖行、重庆市拍卖中心、重庆恒升拍卖有限公司和重庆集成拍卖有限公司。前两家是92年由市政府、市财政局书面授权，指定的公物拍卖机构，并被写入98年通过的《重庆市罚款和没收财物管理条例》说明中，其公物拍卖资质一直延续至今。后两家是在2010年打黑运动中，由于打黑物资处置增多需要，应市财政局要求，由市拍协、市商务委按照拍卖企业获得的资质等级推荐，作为备选拍卖机构获得承接罚没财物委托拍卖机构。但后两家并未获得相关书面授权文书。因此，实际上，我市罚没财物处置业务的绝大部分仍由前两家承接，按照对口分工，两家企业与各个执法部门有固定的对接工作渠道和形成制度的处置方式方法。

四、处置方式和处置渠道

我市拍卖机构对罚没财物的处置方式主要有拍卖、变卖、捐赠和销毁四种。一是根据接受罚没物资现状，对具有一定经济价值或使用价值的罚没标的向委托人建议做现状拍卖处置；二是对代金券、提货卡、油卡等具有货币流通作用的物品，或因拍卖处置成本高于标的变现价值的，或其他不宜以拍卖方式进行处置的

标的，建议做变卖处置；三是对经济价值价低，或相关法律法规禁止交易的，但具有一定使用价值的，建议做定向捐赠处置；四是对经济价值过低或无经济价值，且无其他使用价值的，或相关法律法规禁止交易的，或相关法律法规明文规定必须予以销毁的，建议做销毁处置。

罚没财物拍卖处置一般会根据标的的现状情况，或应委托方要求采用现场拍卖或网络拍卖两种方式。

变卖处置一般采取市场询价或网络询价的方式采价后报委托方同意后进行变卖转让。

捐赠物品一般由委托方确认捐赠处置后，联系接收单位后做捐赠移交。

销毁的标的，视物品和案由、处罚结果等具体情况，采取再生资源利用、整体性或功能性破坏或无害化处理等方式进行销毁。

五、罚没财物拍卖处置的委托方式

罚没财物拍卖处置委托方式存在两种情况，一是由财政部门直接委托，另一种是由执法单位自行委托。

之所以存在两种委托主体，是因为对《重庆市罚款和没收财物管理条例》相关条文的理解不同。根据《重庆市罚款和没收财物管理条例》第四条之规定：“县级以上财政部门是同级人民政法罚没财物管理的主管部门。财政部门应建立健全罚没财物管理制度，加强罚没财物活动的管理和监督”。

财政部门认为财政只是负责罚没财物的管理和监督，实行监管权，而不是具体的执行和实施人。而执法单位认为财政部门负责罚没财物活动的监管，是罚没财物的监管和处置的主体，执法单位并不具备罚没财物的处置权，并且存在诸多不合法的风险可能。因此在实际处置工作中，有的财政部门给执法单位出具了委托拍卖处置罚没财物的书面授权或批复，有的财政部门仅做了口头委托授权。

财政部门和执法单位对罚没财物处置主体的理解和意见不同，从而导致了两个不同委托主体的存在，即获得授权许可的执法单位直接委托拍卖，而未获财政授权的执法单位仍由财政直接委托拍卖。

六、罚没财物的线上拍卖平台情况

前几年，由于重庆联交所强势垄断的原因，财政和执法部门曾经要求拍卖机构处置罚没财物必须进入联交所平台交易，联交所与拍卖机构共享拍卖佣金分成，

联交所往往占大头。近两年，这个规定有所松动，拍卖机构有了更多一些的处置自主权。

因罚没财物的特殊性，目前，网络拍卖如果委托方没有指定平台的要求，我市拍卖机构一般都会采用中拍平台组织线上拍卖活动。同时也会用企业的自有小程序作为宣传或备用。2020年，重庆信托拍卖行在中拍平台上共组织罚没财物线上拍卖会36场，累计标的2546件，累计成交标的731件。

七、业务开展情况（佣金水平、保管费用等）

2015年修订后的《拍卖法》对罚没财物的佣金收取方式从原来的单向收取，修订为约定收取。但在实际工作中，一般情况下仍采用的向买受人单向收取5%的拍卖佣金。

因拍卖移交所产生的公告费、运输费、仓储费、保管费、人工费等相关费用，由委托方承担或转由买受人另行支付。具体支付方式根据委托方要求执行，并在拍卖处置前予以披露。

除拍卖外的变卖、捐赠、销毁方式处置的罚没财物，因此处置工作产生的处置费用和处置成本也由委托方承担。

八、罚没财物拍卖处置工作中的主要矛盾和问题

1. 罚没财物移交标准的问题

罚没财物拍卖处置工作有别于司法拍卖辅助工作或其他一般性的委托拍卖工作。每个交物单位的移交处置流程都有所不同，因此在交物单位移交前，拍卖机构需要前期介入协助交物单位理清相关手续、复核标的资料，判断是否符合拍卖处置条件，并提供相关法律依据和提出处置建议。如能制定统一的移交处置标准，可提高处置效率。

2. 办理权属变更的问题

需要办理权属变更登记的罚没财物，权属登记部门是本市的，按照惯例和相关规定，凭财政部门出具的过户文件办理。例如罚没车辆，车管部门一般情况都认可财政部门出具的过户文件，并予以办理过户手续。但房产类、股权类的罚没财物，相关职能部门一般情况下都表示质疑或不予办理相关权属变更手续。如果权属登记部门是外省的，对本市财政部门出具的过户文件会一律不予认可，仅接受人民法院出具的过户裁定、协助执行通知书等法律文书办理过户手续。而在协

调法院出具相关过户法律文书时，法院往往以未在执行局未立案或已上交财政无法出具为由拒绝配合，导致外省权属登记的罚没财物无法处置。

3. 罚没的违章建筑的处置问题和办理权属登记问题

根据《重庆市城乡规划（草案）》之相关规定，对违法建筑的处置包括罚款、整改和没收三种处罚，其中对于无法整改、不能拆除的违法建筑将予以没收。但在实际执行过程中，规划、国土和房交所等相关权属登记部门认为违法建筑不能通过没收、拍卖的方式使其违法性变为合法性，不予办理规划、权属登记手续。不能办理合法手续，就无法变现为罚没收入，也就失去了没收的意义。在过往案例中，此类罚没的违章建筑的拍卖处置，只能以区政府或以上的“特批”方式才能得到各相关单位和部门的认可和配合办理，否则根本无法进行处置。但毕竟这种属于重大罚没资产，属于特例，并不适用一般情况下的罚没的违章建筑处置。因此，建议不可轻易的对不能采取改正措施的、不能拆除的违章建筑处以没收的处罚，一旦相关执法单位依法对其予以没收，那就应该根据《重庆市罚款和没收财物管理条例》之相关规定，采取公开拍卖的方式进行转让，并办理合法登记手续。

4. 需要办理过户的罚没财物的税费问题

司法拍卖处置需要办理过户的标的所涉及的税费由买卖双方按照国家相关规定各自缴纳，但罚没财物拍卖所涉及的税费均由买受人自行承担。间接的增加了买受人竞买成本，对拍卖处置也产生了消极因素。罚没财物拍卖与司法拍卖同属于公法行为，都是强制变现措施。因参照《重庆市高级人民法院关于进一步规范民事执行中评估、拍卖工作的规定》第十九条第三款：“司法拍卖、变卖成交的，标的物过户涉及的税费由买卖双方按照国家相关规定各自缴纳”。具体执行可按照“买受人先行垫付，凭票申报退税”的方式，或者直接减免买方税费的方式执行。

5. 由于市级财政和市区（县）级财政实行分级管理的原则，在市级财政的管理监督下，市级执法单位和主城区财政部门执行《重庆市罚款和没收财物管理条例》情况较好，基本做到委托指定拍卖机构处置罚没物资，而远郊区县的处理则自主性、随意性较大，还没有做到全市罚没财物处置应交尽交由指定拍卖机构“应收尽收”。

6. 各级法院的罚没物资过去也曾交指定的公物拍卖机构处置，但随着法院自

主拍卖的兴起，现在基本上是法院自行处置。

针对上述情况，我们建议需加强公安、法院、纪检、检察院、海关、市监、城市综合执法、国土、城建、不动产登记中心、自然规划局、渔政、铁路、农业、林业、港口、交通、机场、旅游等相关部门对财政部于2020年12月17日印发的《罚没财物管理办法》的学习，依法依规开展罚没财物处置工作，建立与公物拍卖指定机构之间有效、畅通的沟通渠道和协作机制。

拍卖机构更应该认真学习、全面理解、正确领会《办法》精神，切实增强罚没财物处置工作中拍卖行业的服务规范意识、责任意识，在学习的基础上进一步将《办法》提出的原则要求细化到具体的服务流程和工作守则中，依法依规开展罚没财物拍卖业务，切实改进提高服务质量和水平，提高罚没财物拍卖业务的技术竞争力，确保业务合规、高效开展。

2021年2月19日

【业界博客】

七千亿消费额，内地珠宝拍卖仍然干不过香港

文/季涛

随着我国经济不断发展，大众消费水平的逐步升级，珠宝作为能够满足人类精神文化需求的产品日益受到消费者的喜爱。据统计，2014-2019年，内地珠宝消费额从5674亿元逐年增长，2019年达到了7503亿元，年均增长率达到了7%左右。由于消费能力提升与需求的多元化，八零、九零后的年轻人开始成为消费主力。未来几年内地珠宝行业的市场规模将依然保持增长趋势。预计到2025年时，珠宝首饰行业市场规模将达到9445亿元。

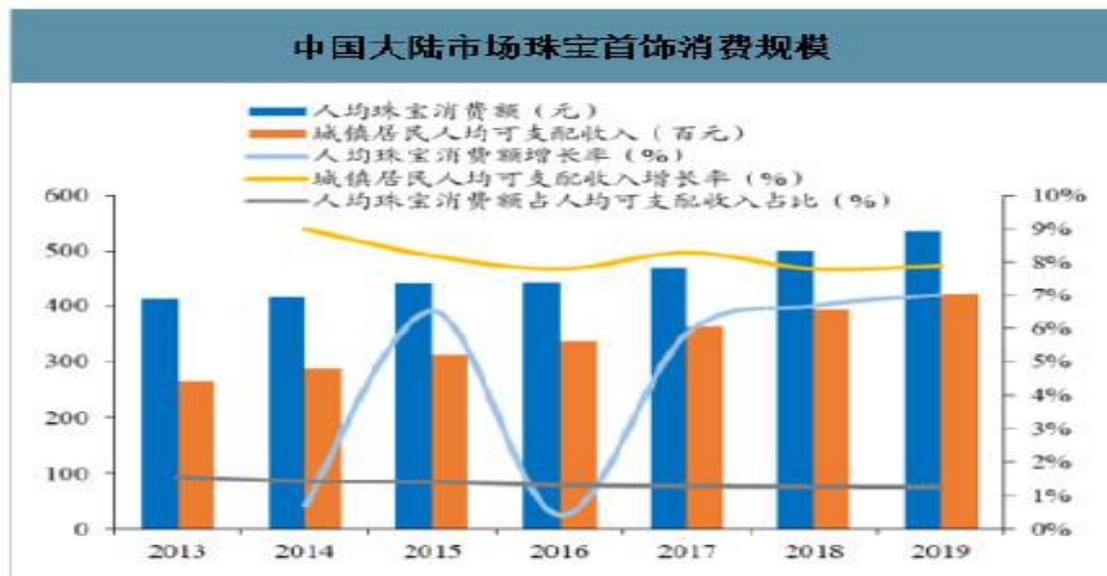


一、珠宝首饰一级市场逐渐增长，量价齐升

自 2017 年起，除了年销售额的递增之外，内地珠宝首饰的销售单价也开始逐年增长，呈现出量价齐升的态势。2019 年珠宝销售单价达到了 1119.85 件/元。随着中产阶级群体的不断扩大，人们对珠宝品质的要求更高，高奢珠宝的需求也有明显增加。

据有关调查资料，内地珠宝首饰消费者的需求一直以婚庆为主，婚庆市场占内地珠宝市场需求的 50%。在中国传统婚俗中，珠宝首饰为结婚必备品。大众生活水准的提高也带来日渐凸显的节日消费效应，生日、纪念日、法定假日送礼品开始形成一种文化，节庆礼品需求渐渐成为珠宝消费的第二重要构成，市场占比约为 25%；而买珠宝作为投资需求的市场占比为 10%。

中国潜力巨大的消费市场吸引了众多国际珠宝巨头抢滩。全球最大的钻石经销商戴比尔斯，珠宝钟表巨头卡地亚，大溪地珍珠国际宣传协会以及香港知名珠宝品牌周大福、谢瑞麟等珠宝巨头，纷纷先后进入内地市场，本土品牌与香港品牌、国外品牌珠宝企业形成了三足鼎立的竞争局面。尤其近些年本土珠宝品牌增长的势头很猛。笔者身边朋友中创建珠宝品牌、开珠宝店、做网店的明显增多，参加珠宝鉴赏与销售培训的人也越来越多。



截止到 2019 年底，珠宝行业龙头企业的门店数量达到将近 2.5 万家。其中周大生有 4011 家门店，是在内地拥有最多门店的珠宝品牌。其次是老凤祥，拥有 3893 家门店。周大福，周六福，豫园股份分别拥有 3699, 3070 和 2759 家门店。

比起珠宝店堂销售的一级市场，作为二级市场的内地拍卖行中经营珠宝专场

的数量却极少，还只是中国嘉德、北京保利、西泠拍卖等不到十家。2019年，内地珠宝首饰拍卖成交的总额都没有超过5亿元，远远无法与7503亿元的一级市场相提并论。

二、内地珠宝首饰拍卖的痛点

珠宝首饰在内地拍卖市场上出现迄今已有25年。最先进行尝试的是中国嘉德。1995年嘉德春季拍卖首开珠宝专场，共上拍86件珠宝首饰，成交了51件，总成交额378.4万元；接着于当年秋拍又举办了一场，上拍64件，成交33件，总成交额433.75万元；随后几年嘉德在春秋大拍中没有再拍卖珠宝。直到2000年秋拍，才又再次上拍；在2001年春拍的珠宝专场中，上拍132件，成交22件，成交率16.67%，总成交额只有75.45万元。可见，成交额和成交率均在逐场下滑。于是，嘉德从此停拍珠宝专场，改为在春秋大拍时搭建珠宝展台进行现场展卖；后来偶尔也会将少量珠宝与工艺品、玉器等组成混场拍卖。2011年秋拍，嘉德将珠宝首饰与名表组成混合专场，从此每季都照此沿袭下来，每季加名表后成交总价大致在1000-4000万元之间。2014年秋拍，嘉德珠宝名表专场只拍了127.94万元。随之这样的混合专场又被停拍了。直到2017年秋拍，嘉德才再次举办瑰丽珠宝与翡翠专场，175件拍品中成交了70件，成交总额达到4283万元。由这场开始，嘉德每年只在秋拍时上拍珠宝首饰专场，春拍不做。

内地另一家大型艺术品拍卖行北京保利2005年成立，在其第二年春拍首次举行了珠宝专场拍卖。以后停拍了6年。于2012年春拍才重新组织起珠宝首饰专场，一直持续到今天。

两家拍卖行为何在珠宝拍卖上如此地纠结与犹豫？内地二十多年的艺术品拍卖市场可谓是有着天翻地覆的变化，拍品种类增加了很多倍，春秋大拍的成交总额从开始几千万元到如今的二三十亿元，为什么珠宝拍卖一直断断续续、时有时无，成交额增长缓慢，成交率难以过半？

当人们走进珠宝首饰拍卖会的现场就不难得到答案：竞买人数不够多，竞买场面比较冷清，拍品流拍较多，成交率低，落槌基本都在起拍价上，难得有像书画拍卖那样激烈的竞价场面。而且珠宝的买家常常是一次性消费，回头客比较少。造成这样结果的原因也许有以下两点：

1、珠宝的投资属性不强。珠宝首饰多为当代工艺品，未经历史的传承，没有文化的烙印。因此珠宝首饰缺少像中国古代书画、古籍善本与瓷器那样的文化历

史属性与众多价值，其增值空间常常仅取决于材质的稀缺。

2、珠宝饰品之间的差异小，同质产品多。由于珠宝饰品采用当代工艺加工，其数量大，设计品质多有雷同，对于大部分的珠宝饰品产品来说稀缺性不足。在珠宝店里也许能买到与上拍的珠宝饰品类似的品种，因而珠宝拍品对买家常常不具备足够的优势与诱惑。相对具有投资意义的那些资源稀缺、品质独特的“孤品”翡翠、大克拉高净度钻石或彩色宝石以及具有历史传承的高档珠宝在拍卖市场上却难得一见。

三、内地珠宝拍卖成交为何远不如香港？

观察香港的拍卖市场时会发现，其珠宝饰品拍卖的成交场面比内地好看。2019年，香港佳士得珠宝拍卖全年成交了 7.45 亿港元，同期香港蘇富比成交了 6.15 亿港元；而同一年，嘉德在北京的珠宝拍卖只成交了 7285 万元，北京保利成交了 1.19 亿元。

2017 年香港佳士得秋拍 9572 万港元拍出的“翡翠珠项链”

翻开香港佳士得、蘇富比两大拍卖行的成交历史，珠宝饰品总是担当着十分重要的角色。1986 年 1 月，佳士得首次在香港举行珠宝拍卖。后来，珠宝翡翠一直是其拍卖业务中重要的一环。1993 年，香港佳士得成立了西方珠宝及翡翠首饰两个部门，并于 1994 年首次举行西方珠宝及翡翠首饰拍卖。在短短数年间，香港佳士得屡创佳绩，在亚洲区翡翠及珠宝拍卖市场上占据了重要地位。1997 年，一条浑圆剔透的“双彩”翡翠珠链以 7262 万元港币成交，创下了当时翡翠饰品拍卖的世界纪录。如今，香港佳士得春秋大拍上珠宝翡翠的成交额约占其当季所有专场总成交额的 20%左右。2015 年香港佳士得春拍，珠宝饰品成交了 9.10 亿港元，上拍珠宝 314 件，成交率 89.49%；蘇富比也十分重视其香港的珠宝拍卖。2017 年的香港蘇富比春拍，两个珠宝专场总计成交了 9.08 亿港元，上拍了 197 件拍品，总成交率 72.59%，其中一枚艳彩粉红色钻石戒指“粉红之星”拍到了 5.53 亿港元。上述两家拍卖行的珠宝占当季拍卖成交总额的比例都到了 28%以上。而内地几家拍卖行珠宝成交额相应占比一般不超过 3%。

有趣的是，即便是中国嘉德与北京保利的香港分公司春秋拍卖中的珠宝专场，成交都要比北京总部好。比如，2019 年香港嘉德全年珠宝饰品拍出了 1.32 亿港元，香港保利全年则成交了 3.21 亿港元。

为什么内地珠宝拍卖比香港差距这么大呢？笔者以为原因有这么几个：

1、海外投资者有着成熟的收藏理念。他们买珠宝饰品多为了收藏与装饰，而不奢求有快速的增值，也没有考虑短期内的卖出；而内地人仍旧习惯寻找一切机会进行投资，对于珠宝这种投资价值不明显的拍卖品缺少兴趣。

2、海外珠宝饰品的设计水准较高，拍场上总能见到市场上难得一见的装饰性强、设计新颖的珠宝饰品；而内地拍卖场上难以征集到这类独特、新颖的拍品。

3、内地男性对珠宝饰品的消费意愿不强。在由男人为经济主导的社会里，男人们控制着投资的渠道和资金，而不太重视女性的装饰、收藏的需求，购买珠宝饰品多属于被动型消费。经济地位高的女性，其珠宝首饰的消费才会显示出主动性。

4、内地人不喜欢购买和佩戴二手珠宝。人们不太习惯佩戴别人已经用过的首饰，因而更愿意到商店里买新品而不去拍卖场买旧珠宝；在海外，人们一直有购买和佩戴旧首饰的习惯。

未来内地珠宝拍卖市场的崛起还有待于社会大众美化观念的进一步成熟，有待于年轻一代的经济地位，尤其是女性经济地位的进一步提高。

四、低端珠宝的拍卖为何不成功？

内地拍卖场上中高端珠宝一直不温不火，而那些面对大众市场的低端珠宝饰品拍卖会的情况又如何呢？笔者曾专门对这一市场进行过详细观察。2013年春季，北京城里掀起了一阵珠宝饰品无底价拍卖的热潮，各类品质的翡翠、彩色宝石、黄金铂金首饰出现在了当地各式各样的拍卖场上。多的时候，每个周末京城里有十几场珠宝拍卖会，从几百元到几万元之间的成交价格构成了大众竞购的氛围。北京电视台财经频道还开设了专门的栏目播放并解说珠宝拍卖会现场，从而吸引了白领阶层及市民的关注。霎时间，介绍无底价珠宝拍卖的各类信息充满了各类新闻栏目和网络平台上。有些拍卖行规范操作，精选拍品，每月定期拍卖；有的拍卖行上拍一些粗制滥造、品质低劣的拍品；一些珠宝商家看到机会也加入进来违规自行拍卖；一些机构高频次地举办拍卖，甚至到每周举办一场；市场上因而出现了拍卖会同时举行，买家来不及跑场子的“撞车”现象，买家被骗买到假冒伪劣产品的情形也不断出现。这样的火爆仅仅持续了半年多的时间。渐渐地，珠宝拍卖现场的买家明显减少，成交额与成交率大幅下滑，从一场上百万成交跌到几十万元，甚至几万元。这种低端珠宝饰品拍卖无法持续经营的原因十分明显：

1、中低价位的珠宝首饰是很好的装饰品，有着日常佩戴把玩的实用价值，但

并不是很好的投资品。低端珠宝饰品数量多，同质性高，品质参差不齐，很难有增值性。那些被媒体和拍卖行误导，抱着投资理念入场竞买的人群过后一定会失望，而不会再来拍场。

2、珠宝首饰覆盖的品种多，具有一定的鉴定难度，无良商家趁机将大量B货、C货、伪劣货投放无底价拍卖。买家一旦上当就会对拍卖失去信任与信心。

3、拍卖会的买家群体不固定，难以有不断重复购买的回头客。除了婚庆必需之外，人们多次购买珠宝首饰的习惯还没有形成，也没有经常变换佩戴珠宝首饰的习惯。

相比起高端商品，中低价位的珠宝首饰更不适宜于拍卖运作。

本刊采稿编辑：谢援朝

特别提示：欢迎各拍卖企业对本刊提出宝贵意见并踊跃投稿

来稿请寄：上清寺太平洋广场B座1502室

邮 编：400015

联系电话：63616169 63867115

联系人：郑旂 李滢

协会网址：www.cqspj.com E-mail：cqpx@163.com 1430308205@qq.com