

重庆拍卖

第四期

(总第 198 期)

二〇二一年四月十日

本期目录

【政策动向】

- ▲ 商务部发文，将全面取消二手车限迁政策 / (2)
- ▲ 市场监管总局出台《网络交易监督管理办法》 / (3)

【协会通知】

- ▲ 市拍协《关于及时做好企业年报和经营许可证核查工作的通知》 / (13)
- ▲ 重庆市商务委《关于开展拍卖企业 2020 年度核查工作的通知》 / (14)
- ▲ 重庆市市场监督管理局《关于协助开展年报工作的函》 / (16)
- ▲ 重庆市内资企业 2020 年度报告须知 / (17)

【协会动态】

- ▲ 2021 年全国拍卖行业协会工作会议在南昌召开 / (19)

【拍卖研究】

- ▲ 网络拍卖策划新思维 / (21)

【党建工作】

- ▲ 中共重庆拍协党支部认真开好组织生活会和民主评议党员活动 / (25)
- ▲ 市拍协党支部《抓基层党建工作述职报告》 / (26)
- ▲ 中拍协组织行业党建活动 参观南昌八一起义纪念馆 / (31)

【业界博客】

- ▲ 当代书画市场下滑的探因 / (32)

【政策动向】

商务部发文，将全面取消二手车限迁政策

近日，商务部印发了《商务部办公厅关于印发商务领域促进汽车消费工作指引和部分地方经验做法的通知》（简称《通知》），《通知》明确：将对农村地区购买轻型货车给予一定的补贴、全面取消二手车限迁政策，便利二手车交易、开展汽车以旧换新等优惠政策。

支持农村汽车消费

落实国务院决策部署和相关文件要求，积极组织开展本地区“汽车下乡”活动，争取财政安排专项资金，对农村居民购买新能源汽车、微型或轻型货车（含皮卡）、1.6L及以下排量乘用车给予补贴支持。引导汽车生产企业、实力强信誉好的经销商和电商平台等下沉业务渠道，加快构建城乡一体化的汽车销售和售后服务网络，释放农村汽车消费潜力。

评论：汽车市场将进一步下沉至农村，重点享受补贴的车型有：新能源汽车、微型或轻型货车（包括皮卡）。卡友在购买上述车型时，可以享受一定的购车优惠。

发展二手车消费

全面取消二手车限迁政策。除大气污染防治重点区域外，不得限制符合在用车排放标准的二手车迁入。落实国家有关文件要求，进一步推动便利二手车异地迁移。对于拟恢复二手车限迁政策的地区，各地商务主管部门要向政策制定部门提出意见建议，并及时向当地人民政府和商务部报告。

细化“跨省通办”配套举措，保障小型非营运二手车异地交易在转入地开具发票并办理转移登记手续政策落地落实。支持发展二手车经销业务，推动取消对二手车经销企业登记注册住所的不合理限制。积极推动在具备条件的二手车交易市场、经销企业设立机动车登记服务站，完善配套服务，为消费者提供交易、纳税、登记、保险等“一站式”服务。

评论：也就是说，除大气污染防治重点区域外，各地都不能限制符合在用车排放标准的二手车迁入。进一步简化了二手货车的异地迁入流程，“一站式”服务也进一步方便了卡友进行各种业务办理。

开展汽车以旧换新

有条件的地区可对淘汰国三及以下排放标准汽车并购买新车的给予补贴，提高换购新能源汽车补贴额度。引导汽车生产和流通企业在政府补贴基础上配套予以让利优惠，放大政府补贴效应。鼓励对开展“以旧换新”促销活动并达到一定数量或金额的汽车企业给予资金奖励、税收优惠等支持政策。

评论：几十万买的车，淘汰报废后就只能领取几万元的报废补贴，因此许多卡友认为报废补贴还不如卖废铁，此项政策的提出，可以在一定程度上减少卡友的损失。

（信源/商务部官网）

市场监管总局出台《网络交易监督管理办法》

3月15日市场监管总局制定出台《网络交易监督管理办法》（以下简称《办法》）。《办法》是贯彻落实《电子商务法》的重要部门规章，对相关法律规定进行细化完善，制定了一系列规范交易行为、压实平台主体责任、保障消费者权益的具体制度规则，对完善网络交易监管制度体系、持续净化网络交易空间、维护公平竞争的网路交易秩序、营造安全放心的网络消费环境具有重要现实意义。

《办法》共5章56条，包括总则、网络交易经营者、监督管理、法律责任和附则等内容。《办法》明确了网络交易监管坚持鼓励创新、包容审慎、严守底线、线上线下一体化监管原则，提出推动完善多元参与、有效协同、规范有序的网络交易市场治理体系，对网络经营主体登记、新业态监管、平台经营者主体责任、消费者权益保护、个人信息保护等重点问题作出了明确规定。

网络交易监督管理办法

（2021年3月15日国家市场监督管理总局令第37号公布）

第一章 总 则

第一条 为了规范网络交易活动，维护网络交易秩序，保障网络交易各方主体合法权益，促进数字经济持续健康发展，根据有关法律、行政法规，制定本办法。

第二条 在中华人民共和国境内，通过互联网等信息网络（以下简称通过网络）销售商品或者提供服务的经营活动以及市场监督管理部门对其进行监督管理，适用本办法。

在网络社交、网络直播等信息网络活动中销售商品或者提供服务的经营活动，适用本办法。

第三条 网络交易经营者从事经营活动，应当遵循自愿、平等、公平、诚信原则，遵守法律、法规、规章和商业道德、公序良俗，公平参与市场竞争，认真履行法定义务，积极承担主体责任，接受社会各界监督。

第四条 网络交易监督管理坚持鼓励创新、包容审慎、严守底线、线上线下一体化监管的原则。

第五条 国家市场监督管理总局负责组织指导全国网络交易监督管理工作。

县级以上地方市场监督管理部门负责本行政区域内的网络交易监督管理工作。

第六条 市场监督管理部门引导网络交易经营者、网络交易行业组织、消费者组织、消费者共同参与网络交易市场治理，推动完善多元参与、有效协同、规范有序的网络交易市场治理体系。

第二章 网络交易经营者

第一节 一般规定

第七条 本办法所称网络交易经营者，是指组织、开展网络交易活动的自然人、法人和非法人组织，包括网络交易平台经营者、平台内经营者、自建网站经营者以及通过其他网络服务开展网络交易活动的网络交易经营者。

本办法所称网络交易平台经营者，是指在网络交易活动中为交易双方或者多方提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展网络交易活动的法人或者非法人组织。

本办法所称平台内经营者，是指通过网络交易平台开展网络交易活动的网络交易经营者。

网络社交、网络直播等网络服务提供者为消费者提供网络经营场所、商品浏览、订单生成、在线支付等网络交易平台服务的，应当依法履行网络交易平台经营者的义务。通过上述网络交易平台服务开展网络交易活动的经营者，应当依法履行平台内经营者的义务。

第八条 网络交易经营者不得违反法律、法规、国务院决定的规定，从事无证无照经营。除《中华人民共和国电子商务法》第十条规定的不需要进行登记的情形外，网络交易经营者应当依法办理市场主体登记。

个人通过网络从事保洁、洗涤、缝纫、理发、搬家、配制钥匙、管道疏通、家电维修修理修配等依法无须取得许可的便民劳务活动，依照《中华人民共和国电子商务法》第十条的规定不需要进行登记。

个人从事网络交易活动，年交易额累计不超过10万元的，依照《中华人民共和国电子商务法》第十条的规定不需要进行登记。同一经营者在同一平台或者不同平台开设多家网店的，各网店交易额合并计算。个人从事的零星小额交易须依法取得行政许可的，应当依法办理市场主体登记。

第九条 仅通过网络开展经营活动的平台内经营者申请登记为个体工商户的，可以将网络经营场所登记为经营场所，将经常居住地登记为住所，其住所所在地的县、自治县、不设区的市、市辖区市场监督管理部门为其登记机关。同一经营者有两个以上网络经营场所的，应当一并登记。

第十条 平台内经营者申请将网络经营场所登记为经营场所的，由其入驻的网络交易平台为其出具符合登记机关要求的网络经营场所相关材料。

第十一条 网络交易经营者销售的商品或者提供的服务应当符合保障人身、财产安全的要求和环境保护要求，不得销售或者提供法律、行政法规禁止交易，损害国家利益和社会公共利益，违背公序良俗的商品或者服务。

第十二条 网络交易经营者应当在其网站首页或者从事经营活动的主页面显著位置，持续公示经营者主体信息或者该信息的链接标识。鼓励网络交易经营者链接到国家市场监督管理总局电子营业执照亮照系统，公示其营业执照信息。

已经办理市场主体登记的网络交易经营者应当如实公示下列营业执照信息以及与其经营业务有关的行政许可等信息，或者该信息的链接标识：

（一）企业应当公示其营业执照登载的统一社会信用代码、名称、企业类型、法定代表人（负责人）、住所、注册资本（出资额）等信息；

（二）个体工商户应当公示其营业执照登载的统一社会信用代码、名称、经营者姓名、经营场所、组成形式等信息；

（三）农民专业合作社、农民专业合作社联合社应当公示其营业执照登载的统一社会信用代码、名称、法定代表人、住所、成员出资总额等信息。

依照《中华人民共和国电子商务法》第十条规定不需要进行登记的经营者应当根据自身实际经营活动类型，如实公示以下自我声明以及实际经营地址、联系方式等信息，或者该信息的链接标识：

（一）“个人销售自产农副产品，依法不需要办理市场主体登记”；

（二）“个人销售家庭手工业产品，依法不需要办理市场主体登记”；

（三）“个人利用自己的技能从事依法无须取得许可的便民劳务活动，依法不需要办理市场主体登记”；

（四）“个人从事零星小额交易活动，依法不需要办理市场主体登记”。

网络交易经营者公示的信息发生变更的，应当在十个工作日内完成更新公示。

第十三条 网络交易经营者收集、使用消费者个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经消费者同意。网络交易经营者收集、使用消费者个人信息，应当公开其收集、使用规则，不得违反法律、法规的规定和双方的约定收集、使用信息。

网络交易经营者不得采用一次概括授权、默认授权、与其他授权捆绑、停止安装使用等方式，强迫或者变相强迫消费者同意收集、使用与经营活动无直接关系的信息。收集、使用个人生物特征、医疗健康、金融账户、个人行踪等敏感信息的，应当逐项取得消费者同意。

网络交易经营者及其工作人员应当对收集的个人信息严格保密，除依法配合监管执法活动外，未经被收集者授权同意，不得向包括关联方在内的任何第三方提供。

第十四条 网络交易经营者不得违反《中华人民共和国反不正当竞争法》等规定，实施扰乱市场竞争秩序，损害其他经营者或者消费者合法权益的不正当竞争行为。

网络交易经营者不得以下列方式，作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者：

（一）虚构交易、编造用户评价；

（二）采用误导性展示等方式，将好评前置、差评后置，或者不显著区分不同商品或者服务的评价等；

（三）采用谎称现货、虚构预订、虚假抢购等方式进行虚假营销；

（四）虚构点击量、关注度等流量数据，以及虚构点赞、打赏等交易互动数据。

网络交易经营者不得实施混淆行为，引人误认为是他人商品、服务或者与他人存在特定联系。

网络交易经营者不得编造、传播虚假信息或者误导性信息，损害竞争对手的商业信誉、商品声誉。

第十五条 消费者评价中包含法律、行政法规、规章禁止发布或者传输的信息的，网络交易经营者可以依法予以技术处理。

第十六条 网络交易经营者未经消费者同意或者请求，不得向其发送商业性信息。

网络交易经营者发送商业性信息时，应当明示其真实身份和联系方式，并向消费者提供显著、简便、免费的拒绝继续接收的方式。消费者明确表示拒绝的，应当立即停止发送，不得更换名义后再次发送。

第十七条 网络交易经营者以直接捆绑或者提供多种可选项方式向消费者搭售商品或者服务的，应当以显著方式提醒消费者注意。提供多种可选项方式的，不得将搭售商品或者服务的任何选项设定为消费者默认同意，不得将消费者以往交易中选择的选项在后续独立交易中设定为消费者默认选择。

第十八条 网络交易经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的，应当在消费者接受服务前和自动展期、自动续费等日期前五日，以显著方式提请消费者注意，由消费者自主选择；在服务期间内，应当为消费者提供显著、简便的随时取消或者变更的选项，并不得收取不合理费用。

第十九条 网络交易经营者应当全面、真实、准确、及时地披露商品或者服务信息，保障消费者的知情权和选择权。

第二十条 通过网络社交、网络直播等网络服务开展网络交易活动的网络交易经营者，应当以显著方式展示商品或者服务及其实际经营主体、售后服务等信息，或者上述信息的链接标识。

网络直播服务提供者对网络交易活动的直播视频保存时间自直播结束之日起不少于三年。

第二十一条 网络交易经营者向消费者提供商品或者服务使用格式条款、通知、声明等的，应当以显著方式提请消费者注意与消费者有重大利害关系的内容，并按照消费者的要求予以说明，不得作出含有下列内容的规定：

(一) 免除或者部分免除网络交易经营者对其所提供的商品或者服务应当承担的修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用、赔偿损失等责任；

(二) 排除或者限制消费者提出修理、更换、退货、赔偿损失以及获得违约金和其他合理赔偿的权利；

(三) 排除或者限制消费者依法投诉、举报、请求调解、申请仲裁、提起诉讼的权利；

(四) 排除或者限制消费者依法变更或者解除合同的权利；

(五) 规定网络交易经营者单方享有解释权或者最终解释权；

(六) 其他对消费者不公平、不合理的规定。

第二十二条 网络交易经营者应当按照国家市场监督管理总局及其授权的省级市场监督管理部门的要求，提供特定时段、特定品类、特定区域的商品或者服务的价格、销量、销售额等数据信息。

第二十三条 网络交易经营者自行终止从事网络交易活动的，应当提前三十日在其网站首页或者从事经营活动的主页面显著位置，持续公示终止网络交易活动公告等有关信息，并采取合理、必要、及时的措施保障消费者和相关经营者的合法权益。

第二节 网络交易平台经营者

第二十四条 网络交易平台经营者应当要求申请进入平台销售商品或者提供服务的经营者提交其身份、地址、联系方式、行政许可等真实信息，进行核验、登记，建立登记档案，并至少每六个月核验更新一次。

网络交易平台经营者应当对未办理市场主体登记的平台内经营者进行动态监测，对超过本办法第八条第三款规定额度的，及时提醒其依法办理市场主体登记。

第二十五条 网络交易平台经营者应当依照法律、行政法规的规定，向市场监督管理部门报送有关信息。

网络交易平台经营者应当分别于每年1月和7月向住所地省级市场监督管理部门报送平台内经营者的下列身份信息：

(一) 已办理市场主体登记的平台内经营者的名称（姓名）、统一社会信用代码、实际经营地址、联系方式、网店名称以及网址链接等信息；

(二) 未办理市场主体登记的平台内经营者的姓名、身份证件号码、实际经营地址、联系方式、网店名称以及网址链接、属于依法不需要办理市场主体登记的具体情形的自我声明等信息；其中，对超过本办法第八条第三款规定额度的平台内经营者进行特别标示。

鼓励网络交易平台经营者与市场监督管理部门建立开放数据接口等形式的自动化信息报送机制。

第二十六条 网络交易平台经营者应当为平台内经营者依法履行信息公示义务提供技术支持。平台内经营者公示的信息发生变更的，应当在三个工作日内将变更情况报送平台，平台应当在七个工作日内进行核验，完成更新公示。

第二十七条 网络交易平台经营者应当以显著方式区分标记已办理市场主体登记的经营者和未办理市场主体登记的经营者，确保消费者能够清晰辨认。

第二十八条 网络交易平台经营者修改平台服务协议和交易规则的，应当完整保存修改后的版本生效之日前三年的全部历史版本，并保证经营者和消费者能够便利、完整地阅览和下载。

第二十九条 网络交易平台经营者应当对平台内经营者及其发布的商品或者服务信息建立检查监控制度。网络交易平台经营者发现平台内的商品或者服务信息有违反市场监督管理法律、法规、规章，损害国家利益和社会公共利益，违背公序良俗的，应当依法采取必要的处置措施，保存有关记录，并向平台住所地县级以上市场监督管理部门报告。

第三十条 网络交易平台经营者依据法律、法规、规章的规定或者平台服务协议和交易规则对平台内经营者违法行为采取警示、暂停或者终止服务等处理措施的，应当自决定作出处理措施之日起一个工作日内予以公示，载明平台内经营者的网店名称、违法行为、处理措施等信息。警示、暂停服务等短期处理措施的相关信息应当持续公示至处理措施实施期满之日止。

第三十一条 网络交易平台经营者对平台内经营者身份信息的保存时间自其退出平台之日起不少于三年；对商品或者服务信息，支付记录、物流快递、退换货以及售后等交易信息的保存时间自交易完成之日起不少于三年。法律、行政法规另有规定的，依照其规定。

第三十二条 网络交易平台经营者不得违反《中华人民共和国电子商务法》第三十五条的规定，对平台内经营者在平台内的交易、交易价格以及与其他经营者的交易等进行不合理限制或者附加不合理条件，干涉平台内经营者的自主经营。具体包括：

（一）通过搜索降权、下架商品、限制经营、屏蔽店铺、提高服务收费等方式，禁止或者限制平台内经营者自主选择在多个平台开展经营活动，或者利用不正当手段限制其仅在特定平台开展经营活动；

（二）禁止或者限制平台内经营者自主选择快递物流等交易辅助服务提供者；

（三）其他干涉平台内经营者自主经营的行为。

第三章 监督管理

第三十三条 县级以上地方市场监督管理部门应当在日常管理和执法活动中加强协同配合。

网络交易平台经营者住所地省级市场监督管理部门应当根据工作需要，及时将掌握的平台内经营者身份信息与其实际经营地的省级市场监督管理部门共享。

第三十四条 市场监督管理部门在依法开展监督检查、案件调查、事故处置、缺陷消费品召回、消费争议处理等监管执法活动时，可以要求网络交易平台经营者提供有关的平台内经营者身份信息，商品或者服务信息，支付记录、物流快递、退换货以及售后等交易信息。网络交易平台经营者应当提供，并在技术方面积极配合市场监督管理部门开展网络交易违法行为监测工作。

为网络交易经营者提供宣传推广、支付结算、物流快递、网络接入、服务器托管、虚拟主机、云服务、网站网页设计制作等服务的经营者（以下简称其他服务提供者），应当及时协助市场监督管理部门依法查处网络交易违法行为，提供其掌握的有关数据信息。法律、行政法规另有规定的，依照其规定。

市场监督管理部门发现网络交易经营者有违法行为，依法要求网络交易平台经营者、其他服务提供者采取措施制止的，网络交易平台经营者、其他服务提供者应当予以配合。

第三十五条 市场监督管理部门对涉嫌违法的网络交易行为进行查处时，可以依法采取下列措施：

（一）对与涉嫌违法的网络交易行为有关的场所进行现场检查；

(二) 查阅、复制与涉嫌违法的网络交易行为有关的合同、票据、账簿等有关资料；

(三) 收集、调取、复制与涉嫌违法的网络交易行为有关的电子数据；

(四) 询问涉嫌从事违法的网络交易行为的当事人；

(五) 向与涉嫌违法的网络交易行为有关的自然人、法人和非法人组织调查了解有关情况；

(六) 法律、法规规定可以采取的其他措施。

采取前款规定的措施，依法需要报经批准的，应当办理批准手续。

市场监督管理部门对网络交易违法行为的技术监测记录资料，可以作为实施行政处罚或者采取行政措施的电子数据证据。

第三十六条 市场监督管理部门应当采取必要措施保护网络交易经营者提供的数据信息的安全，并对其中的个人信息、隐私和商业秘密严格保密。

第三十七条 市场监督管理部门依法对网络交易经营者实施信用监管，将网络交易经营者的注册登记、备案、行政许可、抽查检查结果、行政处罚、列入经营异常名录和严重违法失信企业名单等信息，通过国家企业信用信息公示系统统一归集并公示。对存在严重违法失信行为的，依法实施联合惩戒。

前款规定的信息还可以通过市场监督管理部门官方网站、网络搜索引擎、经营者从事经营活动的主页面显著位置等途径公示。

第三十八条 网络交易经营者未依法履行法定责任和义务，扰乱或者可能扰乱网络交易秩序，影响消费者合法权益的，市场监督管理部门可以依职责对其法定代表人或者主要负责人进行约谈，要求其采取措施进行整改。

第四章 法律责任

第三十九条 法律、行政法规对网络交易违法行为的处罚已有规定的，依照其规定。

第四十条 网络交易平台经营者违反本办法第十条，拒不为入驻的平台内经营者出具网络经营场所相关材料的，由市场监督管理部门责令限期改正；逾期不改正的，处一万元以上三万元以下罚款。

第四十一条 网络交易经营者违反本办法第十一条、第十三条、第十六条、第十八条，法律、行政法规有规定的，依照其规定；法律、行政法规没有规定的，由市场监督管理部门依职责责令限期改正，可以处五千元以上三万元以下罚款。

第四十二条 网络交易经营者违反本办法第十二条、第二十三条，未履行法定信息公示义务的，依照《中华人民共和国电子商务法》第七十六条的规定进行处罚。对其中的网络交易平台经营者，依照《中华人民共和国电子商务法》第八十一条第一款的规定进行处罚。

第四十三条 网络交易经营者违反本办法第十四条的，依照《中华人民共和国反不正当竞争法》的相关规定进行处罚。

第四十四条 网络交易经营者违反本办法第十七条的，依照《中华人民共和国电子商务法》第七十七条的规定进行处罚。

第四十五条 网络交易经营者违反本办法第二十条，法律、行政法规有规定的，依照其规定；法律、行政法规没有规定的，由市场监督管理部门责令限期改正；逾期不改正的，处一万元以下罚款。

第四十六条 网络交易经营者违反本办法第二十二条的，由市场监督管理部门责令限期改正；逾期不改正的，处五千元以上三万元以下罚款。

第四十七条 网络交易平台经营者违反本办法第二十四条第一款、第二十五条第二款、第三十一条，不履行法定核验、登记义务，有关信息报送义务，商品和服务信息、交易信息保存义务的，依照《中华人民共和国电子商务法》第八十条的规定进行处罚。

第四十八条 网络交易平台经营者违反本办法第二十七条、第二十八条、第三十条的，由市场监督管理部门责令限期改正；逾期不改正的，处一万元以上三万元以下罚款。

第四十九条 网络交易平台经营者违反本办法第二十九条，法律、行政法规有规定的，依照其规定；法律、行政法规没有规定的，由市场监督管理部门依职责责令限期改正，可以处一万元以上三万元以下罚款。

第五十条 网络交易平台经营者违反本办法第三十二条的，依照《中华人民共和国电子商务法》第八十二条的规定进行处罚。

第五十一条 网络交易经营者销售商品或者提供服务，不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定，或者造成他人损害的，依法承担民事责任。

第五十二条 网络交易平台经营者知道或者应当知道平台内经营者销售的商品或者提供的服务不符合保障人身、财产安全的要求，或者有其他侵害消费者合法权益行为，未采取必要措施的，依法与该平台内经营者承担连带责任。

对关系消费者生命健康的商品或者服务，网络交易平台经营者对平台内经营者的资质资格未尽到审核义务，或者对消费者未尽到安全保障义务，造成消费者损害的，依法承担相应的责任。

第五十三条 对市场监督管理部门依法开展的监管执法活动，拒绝依照本办法规定提供有关材料、信息，或者提供虚假材料、信息，或者隐匿、销毁、转移证据，或者有其他拒绝、阻碍监管执法行为，法律、行政法规、其他市场监督管理部门规章有规定的，依照其规定；法律、行政法规、其他市场监督管理部门规章没有规定的，由市场监督管理部门责令改正，可以处五千元以上三万元以下罚款。

第五十四条 市场监督管理部门的工作人员，玩忽职守、滥用职权、徇私舞弊，或者泄露、出售或者非法向他人提供在履行职责中所知悉的个人信息、隐私和商业秘密的，依法追究法律责任。

第五十五条 违反本办法规定，构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第五章 附 则

第五十六条 本办法自 2021 年 5 月 1 日起施行。2014 年 1 月 26 日原国家工商行政管理总局令第 60 号公布的《网络交易管理办法》同时废止。

【年检通知】

重庆市拍卖行业协会

重拍协【2021】2号

关于及时做好企业年报和经营许可证核查工作的通知

各会员单位：

重庆市市场监督管理局和重庆市商务委员会近日分别发出《重庆

市场监督管理局关于协助开展年报工作的函》及《关于开展拍卖企业 2020 年度核查工作的通知》，此两项工作都十分重要。前者涉及工商管理的企业年报制度，后者涉及拍卖经营的资格许可，都关系到企业经营的合法性问题。企业未在规定时间内报送的将被列入经营异常名录或失去拍卖经营资格。协会已经将两项工作文件上传至重拍协网站并在第 4 期《重庆拍卖》刊出，请各会员单位及时浏览和下载。

协会在此特别提醒在册会员和行业市场主体务必高度重视。企业负责人要亲自过问，指定专人知年报、会年报，按照文件要求的报送内容、报送流程和报送时间要求，按时保质完成上述工作。年报过程中遇到不详或疑难问题，可以电话、微信方式联系协会，协会将予以积极协助、指导，做好督促和服务工作。

重庆市拍卖行业协会

2021 年 3 月 26 日

重庆市商务委员会

渝商务〔2021〕70 号

重庆市商务委员会

关于开展拍卖企业 2020 年度核查工作的通知

市拍卖行业协会，相关企业：

根据《中华人民共和国拍卖法》、商务部《拍卖管理办法》和《重庆市拍卖业管理规定》等有关规定，决定于 2021 年 4 月 30 日至 5 月 31 日开展全市拍卖企业 2020 年度核查工作。现将有关事项通知如下。

一、核查对象

2020 年 12 月 31 日前经我委审核许可，领取了《拍卖企业经营批准证书》并在市场监管（原工商）部门登记注册、领取营业执照的拍卖企业及其分支机构。

二、核查内容

- （一）是否符合此前审核许可设立（或变更）时的各项条件；
- （二）企业依法从事拍卖活动的情况；
- （三）企业经营活动情况和财务状况；
- （四）拍卖师从业情况；

(五) 企业内部管理状况，重点核查企业统计及信用管理制度的建立和执行情况。

(六) 有下列情况之一者，属于核查不合格企业：

1. 擅自变更许可条件或不具备原许可条件的；
2. 擅自将拍卖经营权转让的；
3. 自领取《拍卖批准证书》之日起六个月内未开业，或者开业后连续六个月无正当理由未开展业务；
4. 有违法或严重违规行为的；
5. 未经批准擅自设立分支机构的；
6. 未在全国拍卖业管理信息系统注册登记或变更信息，或者未按要求在此系统逐月填报拍卖企业统计信息，或者填报的信息严重失实的；
7. 未按时参加年度核查的。

三、提交材料

- (一) 《重庆市拍卖企业 2020 年度核查登记表》（附件 1）；
- (二) 《重庆市拍卖企业 2020 年经营统计表》（附件 2）；
- (三) 拍卖经营批准证书和营业执照副本复印件（需核对原件）；
- (四) 拍卖师资格证书复印件（需核对原件）；
- (五) 会计师事务所出具的 2020 年度企业经营情况审计报告；
- (六) 包括企业年度经营情况分析、人员结构、内部管理及文化建设等内容的年度工作总结。

四、核查程序

(一) 企业于 2021 年 4 月 30 日前按要求如实填写《重庆市拍卖企业 2020 年度核查登记表》和《重庆市拍卖企业 2020 年经营统计表》，附相关材料一并报市商务委，逾期将不再受理。地址：南岸区南滨路 162 号 2 栋能源大厦 20 层 2009 市场流通处；联系人：王贵，电话：62662795。

(二) 我委于 4 月 30 日至 5 月 31 日依法进行材料审查。对核查合格的拍卖企业，在核查登记表上签署核查意见，并在《拍卖经营批准证书》副本上加盖核查合格印章和公章。对核查不合格的企业，将取消其拍卖经营资格或责令限期整改。

(三) 我委将通过政务网站向社会公告本次核查结果，并通报有关单位。

五、有关要求

(一) 拍卖企业要高度重视，认真开展自查，按照要求如实报送材料。

(二) 请市拍卖行业协会加强对拍卖企业的指导、服务，积极协助我委做好核查工作。

附件：1. 重庆市拍卖企业 2020 年度核查登记表

重庆市拍卖企业 2020 年经营统计年度报表



重庆市市场监督管理局

重庆市市场监督管理局

关于协助开展年报工作的函

各有关单位：

自 2014 年实施市场主体年报公示制度以来，在推进“放管服”改革、减轻市场主体负担、降低制度性交易成本、强化信用监管、优化营商环境方面起到了重要作用。按照《企业信息公示暂行条例》《国务院关于加强和规范事中事后监管的指导意见》《市场监管总局关于做好 2020 年度年报公示工作的通知》要求，全市企业、农民专业合作社、个体工商户应于 2021 年 1 月 1 日至 6 月 30 日通过国家企业信用信息公示系统（重庆）报送上一年度年度报告并对外公示，逾期未报送的将依法列入经营异常名录或标记为经营异常状态，其自身信用将会受到影响。为充分发挥市场主体自主年报责任，激发行业自我管理、自律自治作用，恳请您协会协助做好 2020 年度年报公示相关工作：

一是加大对在册会员年报公示工作的宣传力度，在向我局领取相关资料的基础上，可自行开展形式多样的宣传活动，力争把年报公示要求逐户告知在册会员，从而辐射全行业。

二是强化各级协会与当地市场监管部门的衔接，建立长效合作机制，通过联合培训、集中讲授、统一年报、上门服务等方式，指导在册会员及行业市场主体知年报、会年报。

三是注重做好督促提醒和服务工作，增强协会凝聚力，把握年报公示工作初期、中期、末期等时段，通过电话、短信、邮件等手段，提醒在册会员和行业市场主体按时年报，有条件的协会可组织力量协助、帮助、指导其年报。同时，要严肃纪律，严禁借协助、帮助、指导年报之机，搭车收费、强行摊派，从而共同维护市场主体自身信用，积极发挥协会"三自"作用，努力打造良好营商环境。

联系人：重庆市市场监督管理局企业监督管理处

王晶 63808086（联合培训 宣传资料领取）薛云娅 63713696（年报问题咨询）

附件：1. 重庆市内资企业 2020 年度报告须知

重庆市市场监督管理局

2021 年 3 月 1 日

附件 1

重庆市内资企业 2020 年度报告须知

一、年报报送范围

2020 年 12 月 31 日（含 12 月 31 日）前注册登记的各类企业。

二、年报报送时间

2020 年度企业年度报告报送时间为 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日。

三、年报报送方式

企业通过国家企业信用信息公示系统（重庆）（<http://eqgsxt.gov.cn>）报送年度报告并公示。

四、年报报送内容

（一）企业通信地址、邮政编码、联系电话、电子邮箱等信息；

（二）企业开业、歇业、清算等存续状态信息；

（三）企业投资设立企业、购买股权信息；

（四）企业为有限责任公司或者股份有限公司的，其股东或者发起人认缴和实缴的出资额、出资时间、出资方式等信息；

（五）有限责任公司股东股权转让等股权变更信息；

(六) 企业网站以及从事网络经营的网店的名称、网址等信息；

(七) 企业从业人数、资产总额、负债总额、对外提供保证担保、所有者权益合计、营业总收入、主营业务收入、利润总额、净利润、纳税总额信息；

(八) 5项社保事项：参保险种类、单位参保人数、单位缴费基数、本期实际缴费金额、单位累计欠费金额。（填报须知见填报页面）；

(九) 4项统计事项：主营业务活动、女性从业人员、企业控股情况（分支机构不填报）、分支机构隶属母公司的统一社会信用代码（仅分支机构填报）；

(十) 年报时自动关联出疫苗生产许可证、特种设备生产许可证、充装单位许可证信息的企业，确认后在年报中公示；

(十一) 特种设备相关情况；

(十二) 海关管理的企业还应报送相关内容。（点击年报填报页面链接查看填报说明）

(十三) 大型企业年报还需报送逾期尚未支付中小企业款项相关信息。

企业报送的第（一）、（二）、（六）项信息应当填写填报当天的最新信息；其他信息应当填报截至2020年12月31日的信息；补报2016年度及之前年度年报的，可不填报社保和统计事项。

企业应当对年度报告信息的真实性、及时性负责。

五、年报报送流程

（一）进入国家企业信用信息公示系统（重庆），点击“企业信息填报”登录系统。首次登录须点击企业联络员登录框下方“注册企业联络员”按钮进行注册。注册成功后，凭注册时的联络员证件号码、即时获取的验证码进行登录。

（二）点击“年度报告填写”进入年度报告填报界面后，按要求如实填报各项内容。年度报告所有内容均为必填项，没有的数据请填写“0”或“无”。每个页面填报完成后，均须点击“保存”按钮对所填页面的内容进行保存。

（三）年度报告内容填报完毕后，可通过预览并公示页面检查填报内容是否准确。确认无误，点击“提交并公示”按钮，完成年度报告报送，公示系统将自动向社会公示年度报告信息。企业如需纸质年度报告书用于存档的，可点击“预览打印”按钮打印年度报告书。

(四)企业完成年度报告报送并公示后,可进入国家企业信用信息公示系统(重庆),在输入框中录入本企业的统一社会信用代码/注册号或名称后,查询公示的年度报告内容。

六、年报信息更正

(一)更正时间。企业更正年度报告公示信息应当于2021年6月30日前完成。

(二)更正流程。进入国家企业信用信息公示系统(重庆),点击"企业信息填报"登录系统。选择需要修改的内容进行修改,修改完成后点击"保存"按钮对修改的内容进行保存。

年度报告内容修改完毕后,可通过预览并公示页面检查填报内容是否准确。确认无误,点击"提交并公示"按钮,即完成年度报告信息更正,更正前后的信息、更正时间通过国家企业信用信息公示系统(重庆)向社会公示。

七、法律责任

(一)企业未在规定时间内报送公示年度报告或企业公示信息隐瞒真实情况弄虚作假的,由登记机关根据《企业信息公示暂行条例》、《企业经营异常名录管理暂行办法》规定,将其列入经营异常名录,并通过国家企业信用信息公示系统(重庆)公示。

(二)企业自被列入经营异常名录之日起,三年内补报公示年度报告信息的,可以向登记机关提出移出经营异常名录申请。

(三)企业被列入经营异常名录届满3年仍未履行义务的,由登记机关根据《企业信息公示暂行条例》、《企业经营异常名录管理暂行办法》规定,将其列入严重违法企业名单,并通过国家企业信用信息公示系统(重庆)向社会公示。被列入严重违法企业名单企业的法定代表人、负责人,3年内不得担任其他企业的法定代表人、负责

本须知由重庆市市场监督管理局负责解释。

二〇二一年一月

【协会动态】

2021年全国拍卖行业协会工作会议在南昌召开

3月18日,2021年全国拍卖行业协会工作会在南昌召开。全国各省(区、市)协会负责人汇聚南昌,共同探讨行业和协会工作。江西省商务厅流通业发展处处长

罗陆生、副处长黄乃忠，中拍协会长黄小坚，副会长王中明、李伟、法勇生、陈志坤、韩涛、李卫东、蒋迎春、冯明强、罗诗明、王俪潼、陈雷，特邀副会长雷敏、苗华甫出席会议。江西省商务厅罗陆生处长致欢迎辞，中拍协副会长李卫东主持会议。

研究部署年度行业重点工作

会议首先由中拍协副秘书长欧树英介绍 2021 年中拍协工作计划。此次工作计划以促进拍卖行业高质量发展为中心任务，对照中拍协第六次会员代表大会确定的行业发展目标，在工作安排中全面落实创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念，结合往年度工作的经验，综合平衡考虑行业现实要求和长远需要、重要工作和日常工作、传统项目和创新工作，共制定八大项 113 小项工作计划。对本年度九项重点工作以及两项重大活动形成以会长、副会长为牵头人、分项负责人，秘书处同志作为联系人的工作组的工作机制。

随后各重点工作组牵头人对“常态化疫情防控工作”、“2021 年中国拍卖行业年度发展战略及形势分析会和编制行业发展规划”、“财政部《罚没财物处置管理办法》、《关于加强行政事业单位固定资产管理的通知》、《海关涉案财物拍卖若干问题的规定》等政策落地工作”、“行业党建工作”、“行业升级发展”、“信息化建设”、“公共资源领域业务开拓”、“特殊资产运营服务工作”、“文物艺术品拍卖政策”九项重点工作，以及拍卖师大赛和行业年会两项重大活动的工作进展情况、目前存在的问题以及工作思路向大家作了介绍。

交流经验 启发思路

下午，各地方拍协就所在省市行业现状、去年工作亮点、工作中存在的问题、2021 年的工作思路等方面进行交流分享。会上，二十六个省市协会的会长、秘书长陆续发言。大家围绕疫情防控、司法拍卖、行业自律、政策协调、业务拓展、人才队伍建设、党建工作等进行深入探讨。这些各地的新经验、新做法相互激荡，极大启发了今年行业协会的工作思路。

会议总结

会议最后，黄小坚会长做总结讲话。他指出，今天的会议是在特殊时间召开的一次特殊的会议，是站在十三五全面建成小康社会，面向十四五开启全面建设社会

主义现代化国家新征程背景下召开的一次会议，旨在明确方向、落实任务、统筹保障，凝聚共识。

黄小坚会长随后简要回顾了去年的几项重点、亮点工作，一是抓防疫抗疫取得可喜成绩；二是抓复工复产六稳六保取得较好成效；三是抓政策协调收获四项利好新政；四是协会换届工作顺利完成。

黄小坚会长要求，第一，中拍协和各省协会制定协会工作计划，应坚持六大原则，围绕四项主要任务。要坚持党建引领、坚持创新驱动、坚持协调发展、坚持开放合作、坚持社会共享、坚持以人为本，围绕加强市场拓展、改善营商环境、加强自身建设、加快数字化进程，明确工作任务，以咬定青山不放松的精神，坚持不懈抓好行业重点、难点、痛点问题解决。

第二，中拍协和各省协会要认真落实今年工作计划，推进各项工作完成。一是要毫不懈怠，继续做好常态化疫情防控工作；二是要分工合作，抓好重点利好政策落地，做好配套政策的争取；三是要集中力量争取公共资源等重点业务领域有所突破；四是要支持创新、扩大拍卖交易机制在新资源领域的应用。

第三，中拍协和各省协会要完善工作组织保障，建设团结高效的行业组织体系。一是要统一思想、统一认识、共同推进今年各项工作任务。二是中拍协要继续做好为地方协会的服务，帮助地方协会解决实际问题。三是加强党建工作，中拍协要带头建立风清气正、专业高效的协会服务作风。各级协会要坚持政治引领，旗帜鲜明地讲政治，把习近平新时代中国特色社会主义思想与协会工作结合起来，通过党建不断强化“四个意识”，坚定“四个自信”，切实做到“两个维护”，团结广大拍卖企业确保今年制定的各项工作任务顺利完成。

【拍卖研究】

网络拍卖策划新思维

作者：南开大学滨海学院工商管理专业教师王硕

网络拍卖，又称网上拍卖、在线拍卖，是一种与传统拍卖迥异的新拍卖模式。它通过互联网开展价格谈判，并采取竞价方式进行标的交易，因其应用于互联网环境，存在便捷、快速、影响力大等特点，成功的拉低了拍卖介入公众生活的门槛，

使拍卖得以成为一种平民化交易方式，因此代表了未来一段时间拍卖行业发展的重点方向。

网络拍卖与互联网思维虽然很多拍卖行均在不同程度上涉足了网络拍卖，其中一些还特意建设了自有网络拍卖平台，但真正在这一领域大有斩获的，却多为第三方电商企业，这一现象引人深思。这些电商巨头之所以能够在网络拍卖业务上获得成功，有两大主要原因，一个原因是显性的：它们掌握了巨大的客户流量；其二则是隐性原因，即这些互联网企业更熟稔网络游戏规则，它们有着非常清晰的互联网思维。所谓的互联网思维，就是关注以下四类要素：一是注重用户体验、二是注重数据分析、三是注重创新意识、四是注重商业生态。注重用户思维，就是以客户为中心，以迎合互联网用户需求出发去提供产品，以简约、快速、极致的方式获取他们的认同；重视数据则提出用数据驱动决策，所有方针、策略都要基于客户数据分析做出判断；重视创新意识代表了创造力，意味着互联网拍卖是最变化多端的行业，这一点对于我们做拍卖策划而言特别需要重视，提醒业者不要以老眼光审视新问题；最后就是注重商业生态化，提倡围绕客户打造多方共赢的生态圈，建立拍卖行与关联企业、管理者和员工之间的“利益共同体”。

网络拍卖策划的创新思维

在具备了互联网思维、对网络用户有了一定了解的基础之上，我们应该意识到，网络拍卖策划需要具备更多的“用户思维”，即站在互联网客户的视角去审视策划案例，这将让我们的拍卖活动变得充满设计感。

内容向娱乐化倾斜

现代社会节奏很快，许多年轻的城市白领不是在工作就是在工作的路上，因此才会产生许多“碎片化”时间。这种快节奏生活让人们非常渴望放松，一种娱乐至上的潮流甚嚣尘上。当然，作为谋生手段，工作是无法取消的，因此人们才如此关注，如何能在任何场合都能够“自娱自乐”。例如，“弹幕文化”就是一例鲜活例证。当我们打开弹幕的时候，满屏的字幕几乎覆盖了全部屏幕，人们的关注重点由节目过渡到弹幕中的玩笑、戏谑和“吐槽”，而视频本身反而成了背景。这即是一种非常典型的娱乐化表现。

那么，我们的网络拍卖环境是寂静无声的吗？还是也可以效仿弹幕文化，让人人都能参与进来，真正成为屏幕动态的一部分？它是曲高和寡的吗？还是应该让注

重娱乐化的互联网一代们更加喜闻乐见？弹幕只是一个引例，我们应该有更多的办法，让我们的网络拍卖变得更活泼、更有趣。

提供个性化服务

个性化产品是一个非常流行的概念，但拍卖活动的个性化首先要解决人性化的问题，先谈人性化，再谈个性化。人性化即以人为本，万事以顺应客户需要，为客户提供便利入手。例如，悔拍是否真的要严格禁止？从感情上讲，悔拍当然是拍卖人和委托人不愿看到的事情，不过企业售出商品也不会希望它们会被原封不动的退回，可“无理由退货”的模式还是在互联网上大张旗鼓的流行开来，我们能否有所借鉴？就像保险服务一样，对于一些较为贵重的拍品，是否可以提供一个冷静期，在此期限内退货是否可以尝试不收违约金？这种方式看似有可能让一次服务颗粒无收，但却能有效提升客户信赖，为他们打消后顾之忧。

在满足了人性化前提之后，我们才有资格谈论“个性化”。所谓拍卖服务的个性化，可以体现在主题选择、活动内容、服务氛围以及服务方式上，从中为客户提供与众不同的特点与价值，这同样会带来大量的市场机遇。

注重活动性价比

性价比从两个方面理解，一是网络拍卖标的价值不可太高，至少到目前为止，这是一个公认的准则；二是提供不需要花费太大精力，就能够得到竞买体验的服务。对于第一个方面，目前的网络拍卖业务基本上得到了很好的贯彻，但第二点就很值得商榷和提升了。传统拍卖会竞买人从注册到最终能够拿到物品，至少需要经历 11 个环节：竞买咨询、提交注册材料、验证身份、收取保证金、领取拍卖会资料、竞价、成交、签订成交确认书、签署笔录、交易结算和提货。将这个过程原封不动搬到网上，就违背了互联网思维的基本原则，太过复杂的交易规则和交易流程，很可能让普通客户望而却步。我们能否将其进一步简化，最终令网络拍卖像网络购物一样简便？只需要一次注册，下单，支付，然后坐等收货。当然拍卖有它自身的复杂性，我们并不能照搬电商模式，不过电商平台的互联网思维却是我们应该效仿的重点。

提高服务“颜值”

“颜值”即美观。网络拍卖策划，在对于竞拍标的的选择要特别关注它的欣赏价值。有句话叫“颜值即正义”，这成为反映当前互联网年轻用户心态的经典言论。

也即是说我们的网络用户，对于所提供的标的价值的认识，很大程度上是凭借它的美感而来，其次才是专家意见、行业趋势、供求关系等。因此，标的颜值具备了前所未有的强大动能。过去人们购买产品是为了使用，能够将就用，就不太在乎外观。现在则不然，社交媒体的出现，让一切产品都有机会曝光在社交网络中。因此我们在选择标的类型时，应该特别注意吸收那些具有独特美感和欣赏性的物品，尤其是要关注，这类物品买下来之后，是否适合拍照分享到社交网络之中。

重视活动的社交属性

社会交往即信息交流，在社交的过程中，关于产品和企业的信息会借助社交网络完成扩散。而社交本属于人类天性，借助互联网平台，网络用户对于社交的追求变得更容易得到满足。对于营造拍卖活动的社交属性，应该从如下角度出发：

话题植入。这意味着我们在项目宣传推广时，可以借助热门话题或创造一定的话题。例如，海尔曾经策划过洗衣机立硬币大赛，要求参赛选手们在在高速运转的洗衣机上将硬币稳稳立起，并发到朋友圈中展示。这一举措吸引了大批人群围观，很快成为朋友圈中讨论和模仿的话题，让海尔最新款洗衣机也玩了一次“借势营销”。

为身份贴标签。标签化的意义在于，可以通过使用某种产品，获得进入某个圈子或是强化自身身份认同的机会。每个人都有自己的身份，每个人都有自己的角色，我们会在互联网上努力去表现我们扮演的角色，并按照设定的角色采取不同的行为。作为拍卖策划，我们理应让客户能够通过参加此项活动获得更多的身份标签。

设计分享机制。我们在策划拍卖项目时，应该考虑我们的受众会不会主动分享活动信息、会不会到朋友圈去晒单自己的收获，以及我们能否做出一些策划，令这种分享变得更简单易操作一些。借助于分享机制，活动信息通过朋友圈广告的方式完成传播扩散，这将比传统广告的效果更胜一筹。

2020年爆发的疫情让“宅经济”迅速升温，包括拍卖业在内的许多行业，都必须面对自身领域的数字化转型。以笔者所在的高等教育界为例，之前一直被反复提及但并没有被真正认真面对的在线授课时代，似乎一夜间就到来了。一方面，流量成为“王者”，低成本获取精准客户流量将成为王者的桂冠；另一方面，市场呼唤内容价值，一场网络拍卖会越来越不像一场传统竞价活动，而向着有内容、有趣味、有情感的网络盛会靠拢。作为拍卖业的专业人员，必须有这样清醒的认识，即我们

今天遇到的一些基于环境变化的新挑战，恐怕在未来相当长一段时间内，都会成为一种常态。

从另一个角度而言，变化也意味着机遇，如果我们能够理解网络拍卖在下沉市场中展露出的新的趋势，把握新形态下的市场良机，那么企业实现“弯道超车”并非不可能，行业格局可能从此颠覆。不管技术如何改变，我们的初心没有改变，那就是抓住历史时机，实现行业振兴。以“互联网思维”为代表的一系列新工作的思路，会让我们的拍卖策划工作真正围绕“用户需求”这个核心，去发挥我们的最大价值。

（来源：《中国拍卖》）

【党建工作】

中共重庆拍协党支部

认真开好组织生活会和民主评议党员活动

根据重庆市商务委社会组织综合党委关于《开好2020年度社会组织党支部组织生活会和开展民主评议党员有关事项通知》的工作要求，中共重庆拍协党支部于3月9日上午在协会会议室召开组织生活会和民主评议党员活动。

参加会议人员为组织关系在本支部的全体正式党员。应到5名，实到4名，1名党员因事请假。党员刘檬洁同志从成都专程乘高铁，住酒店，准时出席会议。综合党委杜宜林同志到会全程指导。



为了开好本次组织生活会,协会支部提前 10 天在微信支部党员群发出会议通知,要求党员同志预先学习相关文件,为开好组织生活会打牢思想基础。

一、组织生活会会议议程

1. 学习习近平新时代中国特色社会主义思想有关党建工作的理论。
2. 听取党支部委员会述职。支部书记谢援朝同志代表党支部向党员大会述职,报告一年来党支部工作,通报党支部查摆问题情况。
3. 党员对 2020 年党支部工作进行评议,并用表格打钩方式民主评议。
4. 党员个人自我介绍工作情况,对照党员标准,打扫思想政治灰尘,进行自评、党员互评及批评和自我批评。党员同志联系自身实际,进行党性分析,查找在政治、思想、学习、工作、能力、作风等方面的问题和不足。
5. 民主测评。采取发放测评表的方式,对每名党员按照“优秀”、“合格”、“基本合格”、“不合格”进行民主测评。

二、会议情况

1. 认真学习党建工作理论,重温从严治党是我们党最鲜明的特征、补足共产党人精神上的“钙”、群团事业是党的事业的重要组成部分等论述,武装思想,把党支部建设得更加坚强有力。
2. 认真总结支部工作,查找和梳理支部工作中存在的不足,提出今后努力的方向和措施。
3. 党员对照合格党员标准、对照入党誓词、对照先进模范党员典型,进行党性分析,自我评议。每个党员发言都在两次以上,个别党员发言中动情流泪。
4. 认真负责地完成 2020 年党支部工作测评和党员个人测评。
5. 上述程序完成后,综合党委杜宜林同志对本次拍卖支部组织生活会的会前准备、会议内容、严肃认真态度、实际收效做了肯定评介,并对支部今后的工作提出三点建议,给支部今后工作和党员的期望增添了动力和信心。

重庆拍协党支部

抓基层党建工作述职报告

——中共重庆市拍卖行业协会党支部书记谢援朝

一、履职情况

(一) 拍卖支部概况

拍卖行业协会党支部是2012年5月报经前中共重庆市商贸行业协会委员会批准，正式成立的行业基层党组织。现有正式党员9名，其中，5名党员组织关系在支部，4名关联党员（党员副会长，组织关系不在支部）。支部书记经党员民主选举，由协会会长谢援朝同志兼任。能经常参加组织活动的党员数量在4-6名左右。因工作单位不同，平日里党员之间相互了解不多，彼此联系较少，只有组织活动，才能把党员召集在一起。在册党员按时缴纳党费，2020年支部5名党员缴纳党费1020元。

（二）支部的组织建设和思想建设

支部成立初期，组织管理比较松散，随着党对社会组织党建工作的高度重视和工作全覆盖，特别是市商务行业社会组织综合党委成立后，在综合党委的坚强领导下，协会支部的组织建设和思想建设得到夯实，党支部开始在行业内发挥政治核心作用，在保证行业发展政治方向，团结凝聚会员单位，推动行业发展，建设先进文化，服务人才成长等方面逐步展现出战斗堡垒作用。在党建工作实际中，我会党建工作接受来自两个方面的领导覆盖。

一是接受商务行业社会组织综合党委的领导。按照综合党委的统一工作部署，开展支部日常工作。积极参加综合党委组织的各种短期培训，提高加强党建，促进社会组织健康发展重大意义的认识，重温党建工作实务，进一步明确支部书记的主要职责，明确支部工作主要内容和流程，明确党员的教育与管理等内容，增强党务工作技能。在综合党委的指导下，健全社会组织党建信息采集和党员信息采集，实行党建工作统计报表制度，在12371党建信息平台上完善支部组织信息和党员信息，在协会会议室开辟了党支部宣传专栏，逐步开展“三会一课”党员教育管理制度，并通过“拍卖支部党员微信群”及时把上级党委的工作部署、学习资料、支部活动等传达通知到每个党员。

二是接受来自市委统战部领导下的新社会阶层专业人士联合会即“新专联”党委的工作覆盖。协会是“新专联”组织的团体会员，被市委统战部纳入统一战线管理，进一步加强了对行业内新阶层人士的政治引导和政治管理。我会十分珍惜党和政府搭建的这个政治平台和活动纽带，按照政治坚定、业绩突出、群众认同的基本标准，选拔推荐行业内优秀代表人士，加入“新专联”组织。目前有11名个人会员，理事2名、常务理事2名，副会长2名，在市区两级人大、政协中安排有来自拍卖行业的市政协委员2名，区人大代表1名。在市委统战部的培养输送下，行业内优

秀代表人士社会有地位，政治有待遇，展示有平台，增强了新社会阶层人士的身份感和归宿感。

（三）紧握方向盘，当好带头人

行业协会基层党组织，党员分散，又不在一个锅里吃饭，客观上给支部组织活动和党员教育管理带来一定困难。支部工作好与差，关键取决于支部书记的作用。要当好支部书记不仅要有专业技能，更要有良好的职业素养和服务意识，自身模范作用发挥好，还要在群众中有号召力。要当好支部和行业的领头人，党支部书记首先要加强理论学习，提高政治站位，讲党性、重品行，树立正确的人生观、权力观和道德观；要敢作为、勇担当，守纪律、改作风，严于律己、严守他律；要兴学习之风，以增才气，兴务实之风，以养锐气，兴调研之风，以接地气。用党的方针、路径、理念来引领行业发展。

（四）努力发挥行业的政治引领作用

随着经济体制深刻变革，社会结构深刻变动，思想观念深刻变化，拍卖行业的发展也遇到很大的困难，企业对利益诉求更加关注，对服务需求日渐迫切。需要协会党组织进一步强化宗旨意识，提高服务能力，拓宽服务渠道，解决好联系和服务企业“最后一公里”的问题。

一是坚持正确政治导向。协会有了党的组织，政治上有了方向感，情感上有了依靠，协会领导班子和党员自觉增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，推动了全面从严治党向社会组织基层的延伸。

二是党组织和协会成为团结行业内专业代表人士的载体，起到了增进共识，汇聚力量的作用。在支部和协会的组织下。自2016年起每年参加和列席重庆两会的我市拍卖行业人大代表、政协委员均有提案立案并办理。起到了参政议政，履职建言“直通车”的作用。

三是通过各种会议、培训、考察调研活动，提高行业内专业人士的政治素质和综合素质，使他们在社会管理的变革中，与党在思想上同心同德、目标上同心同向、行动上同心同行，在理论认同、价值认同、情感认同的基础上立足本职岗位建功立业。

四是上下畅通的党组织关系使行业协会和行业内的专业人士有了反映政治诉求和利益诉求的畅通渠道。帮助会员及其企业维护合法权益，切实帮助他们解决发展

中遇到的瓶颈问题，在维护行业合法权益和既得利益方面起到独特作用，成为群众的情感依靠。

（五）抗击疫情，共克时艰

新冠肺炎疫情爆发以来，协会党支部在统筹疫情防控和推动行业复工复产，促进行业发展方面发挥了领导中坚作用。

1. 强化政治思想，坚决贯彻政策部署

协会党支部和行业内全体党员深刻认识做好疫情防控工作的重要性和紧迫性，把行业、企业工作人员的生命安全和身体健康放到第一位，坚定不移地贯彻落实好习近平总书记关于疫情防控工作重要指示精神和党中央的各项决策部署。

2. 提高科学意识，积极应对有效防控

协会党支部和企业领导成员，通过多种科学理论，针对性地开展疫情防控知识宣传，教育员工掌握防护要点，结合本企业实际制定应急预案，在办公场所配备消毒液、酒精，喷壶、额温枪等防疫物资，配合好本地区的防控工作，与全社会一起联防联控。

3. 主动担当作为，发挥模范带头作用

在企业复工期间，党员干部及企业负责人以身作则，及时将防控措施落到实处。在行业微信群分享拍卖有关政策、拍卖业务及案例分析、拍卖专业知识要点等。在延期复工期间夯实拍卖专业基础，提高管理水平，提升职业素质，为公司复工后拍卖工作的顺利开展奠定了基础。

4. 号召行业全力支援并参与抗疫工作。

一是利用自身专业优势，联系慈善机构和组织，团结广大社会人士，积极开展各类（网络）慈善拍卖活动，努力为各地抗击疫情筹集资金。

二是号召自愿捐助，支援抗“疫”战斗，得到全行业的热烈响应。市拍卖行业协会党支部带头捐出党员党费 3000 元，行业内党支部及党员捐款 18000 元，全行业捐款 37870 元。用实际行动致敬“不计报酬，无论生死”的抗疫英雄。

二、存在的主要问题及原因

虽然协会支部整体建设状况是好的，但支部工作存在的问题也不容忽视。主要有：党建工作常态化、制度化不到位，组织生活、“三会一课”随意性较大，存在一定的软弱涣散作风。党性意识淡化，组织纪律性不强，发挥作用不明显，在行业、

企业决策、经营、管理中作用发挥不充分，参与度不够，建言献策不多。问题存在的主要原因是党建工作主体责任落实不够，与阵地建设标准化、组织生活常态化、支部管理规范化的“三化”工作机制存在较大差距。对照习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神以及从严治党的要求，需要在今后的工作中补齐短板。

三、下一步工作打算

聚焦行业存在的问题，协会党支部和党员今后要从以下几方面找准着力点，以党建促会建，服务行业发展。

一是坚持党的领导，提高政治站位。作为会长兼书记，既是行业带头人，也是党的基层组织工作者，责任担当，义不容辞。具体讲要发挥引领作用，引导拍卖行业新的社会阶层人士弘扬“爱国、敬业、诚信、友善”的主旋律，做社会主义核心价值观的自觉践行者，行业内的示范引领者，社会正能量的有力传播者。要紧密凝聚在上级党委的领导下，把握思想引导的主动权。

二是发挥独特优势，促进行业内和企业间的和谐合作。拍卖行业虽然是个小行业，但聚集着一大批思想活跃、专业性强、勤奋有为的优秀人才，是党和国家事业的建设者。只要把这些力量组织起来，发挥党的政治优势、组织优势和密切联系群众的优势，维护好会员群众的合法权益，凝聚各方智慧，才能焕发党组织的生机活力，才有利于协调解决企业组织和社会组织内部矛盾，促进企业、社会和谐稳定。

三是强化服务职能，助力行业发展。社会组织应当强化服务社会发展、服务经济建设大局的角色意识，要充分发挥协会在规范市场经济秩序、促进行业健康发展、推进社会公平正义中的专业优势。在拍卖服务工作中，注重防患于未然，建立专业化的风控体系，尽可能帮助化解和预防纠纷，净化市场环境，履行社会责任。

四是发挥党组织在行业机制转换、结构调整中的理念引领作用。一要加强有关拍卖政策法规研究，认真梳理和归纳总结关系行业发展的重大问题，以积极主动的姿态介入涉及我市拍卖业的各种制度设计，争取行业的话语权。二要在行业内大力营造探索“新资源、新技术、新模式、新业态”的氛围，鼓励企业摒弃传统思维，围绕现代经济体系指明的方向和释放的重大机遇创新创业，做大做强。三要大力树立新时代拍卖行业的业态自信、理论自信、前途自信，鼓励拍卖业与上下游、相关产业融合发展的“大拍卖”探索，全力促进拍卖行业转型升级。

今年将迎来中国共产党建党 100 周年。在这个特殊的历史年份，作为改革开放产物的拍卖行业，一定要“不忘初心，牢记使命”，坚持改革开放、锐意进取的行业精神。支部党员要继续践行守初心、担使命，找差距、抓落实的总要求，切实做到理论学习有收获、思想政治受洗礼、干事创业敢担当、为民服务解难题、清正廉洁作表率。为推动拍卖行业成长为新时代新型的现代服务业而继续努力奋斗。

2021 年 1 月 11 日

中拍协组织行业党建活动 参观南昌八一起义纪念馆

3 月 19 日，中拍协组织各省（区、市）拍卖行业协会负责人集体参观了南昌八一起义纪念馆，中拍协党支部党员代表参加。通过参观活动，把红色资源作为党史学习的生动教材，汲取历史营养，传承红色基因，激发奋进力量。

按照展厅顺序，大家重温南昌起义的历史进程，从危难中奋起、伟大的决策、打响第一枪、南征下广东、转战上井冈到群英耀中华等主题内容，展现了自南昌起义开始，人民军队由弱变强的光辉历程。通过展览中生动的一幕幕历史，大家再一次对“八一精神”有了深切感受和领悟。“八一精神”是以坚定信念、听党指挥、为民奋斗、百折不挠、敢为人先、勇于创新为主要内涵，集中体现了共产主义的理想和信念，反映了马克思辩证唯物主义和实践第一的基本实质，成为伟大的井冈山精神、长征精神和延安精神的源头，是社会主义精神文明建设的强大思想武器。

今年是建党一百周年，中拍协党支部积极响应党中央号召，迅速行动、扎实推进党史学习教育，通过组织行业内党员群众参观南昌八一起义纪念馆，让红色文物成为党员干部学习党史的‘活教材’，让八一精神成为党员干部砥砺奋进的‘营养剂’，将“八一精神”中所蕴含的拼搏意识、创新思想，时刻感召、教导、激励大家，继续传承红色文化，弘扬“八一精神”，撸起袖子加油干，努力成为新时代改革和发展的先锋。通过组织红色参观活动让党史学习教育活起来、党性锤炼教育强起来，引导广大党员干部群众深刻感悟信仰的力量，真正把学习教育焕发出来的“正能量”转化为攻坚克难、干事创业的“源动力”，努力实现拍卖行业的高质量发展，用优异成绩庆祝建党 100 周年。

当代书画市场下滑的探因

文/季涛

当代中国书画与近现代书画间的时间边界一直没有明确的划分，笔者根据业界的习惯，将艺术家的主要成长与创作经历都在新中国时期的书画作品称为当代书画。

一、当代书画对艺术市场的推动

由于当代书画，尤其是艺术家在改革开放之后创作的作品与其欣赏者的思想观念、鉴赏水准之间没有“代沟”，所以他们的作品能够最早被收藏家们所认识、理解与追捧。参与书画创作的当代书画家群体遍及社会各个阶层、各个领域，数量很大；而喜爱和收藏当代书画的人群同样也最为广泛。相比起古代书画、近现代书画和瓷器市场，当代书画作品的藏家群体一直是最大最广泛的。因此，在上世纪90年代初崛起的内地艺术品拍卖市场中，当代书画占据了其中很大的份额；而在之后的十几年里，当代书画的投资效益也是最好的。例如，根据雅昌艺术网中国嘉德拍卖公司的拍卖记录，1997-1998年间，当代书画家范曾、王明明和史国良八平尺作品的价格大约在10万、3万和2.5万元左右；而到了市场最好的2011年，三位画家相应尺幅、题材作品的价格已经上涨到280万、80万和90万元，增长了大约27倍、25倍和35倍。由此可见，更被大众所喜闻乐见的当代书画对早期的艺术品市场起到了很好的支撑作用，在面向社会普及书画知识和收藏观念上起到了广泛的推动作用。

随着艺术品市场的逐步发展和成熟，伴随着藏家对于文化艺术的理解和收藏观念的不断深入，市场上出现了更多的收藏品种。书画领域渐渐被细分为古代书画、近现代书画、当代书画、当代水墨以及当代书法等板块。人们逐渐认识到，包含较多历史、文献、考古等价值的文物艺术品更为值得收藏。因而，古代书画和近现代书画成交价格在本世纪初走出了一路上扬的行情，其投资增值效果更为明显的优势逐渐被收藏者们所接受，其在拍卖场上的风头慢慢盖过了当代书画。

二、当代书画市场的调整

经过2003-2005年，2009-2011年两个市场高峰阶段，艺术品市场得到了充分的拓展和上涨。尤其在2010-2011年间，拍卖场上出现了一些大尺幅的当代书画精品，创下了众多艺术家作品的拍卖纪录，很多纪录至今都未曾被打破。由于当时整体艺术品的价格涨幅过大，所以自2012年起，内地艺术品市场出现了明显的回调，开始

自发挤出市场上的价格泡沫。调整自然是泥沙俱下，涵盖了艺术品市场的各个品类，但古代艺术品、工艺品下滑的程度却不如当代书画下滑得更多。

2012年12月，中央“八项规定”出台，严厉打击了礼品雅贿市场。这对于以往有着重要礼品需求的当代书画市场是一大利空。2013年以后，当代书画市场出现了进一步下跌，2014-2016年间成为了当代书画市场的低谷期，拍品平均价格下跌到2011年拍卖价格的三四成，甚至更低。

近些年，艺术市场重精品、轻普货的收藏趋势也同样出现到了当代书画市场中。比较而言，那些精品、确真、生货作品的跌幅相对较小，而那些属于水平不高、模棱两可、应酬之作的普货、大路货跌幅最大。

笔者选择了一些当代书画领域的代表性画家和书法家，将他们的某些作品在2011年前后的拍卖价格，与近两年同等尺幅、相似题材作品的拍卖价格进行了比较。为了排除其他市场因素的影响，所有作品的价格均选自中国嘉德的春秋大拍与四季拍卖的成交记录。

笔者在当代画家里选出了五位，首先将范曾先生创作的，2011年在嘉德秋拍276万元拍出的八平尺作品《琵琶行》与2020年秋拍138万元成交的作品《老子出关》进行价格对比；类似地比较，还有王明明先生创作的，2012年3月80.50万元拍出的八平尺作品《相逢把酒图》与2019年秋拍43.7万元成交的《竹林七贤》；史国良先生创作的，2010年9月91.84万元成交的八平尺作品《赶集》与2020年7月41.40万元拍出的《丰收的喜悦》；徐希先生创作的，2011年9月7.82万元拍出的九平尺作品《江南三月》与2019年6月3.45万元成交的《清漓烟雨图》；方楚雄先生创作的，2011年春拍63.25万元拍出的八平尺作品《玉兔呈祥》与2019年3月21.85万元成交的《幽谷鸣禽》。

笔者又选择了三位当代书法家相同尺幅、相似内容的作品，有沈鹏先生2011年3月9.78万元拍出的四尺斗方作品《草书七言诗》和2019年10月1.73万元成交的《草书七言诗》的价格对比；有刘炳森先生创作的，2011年9月23万元拍出的八平尺作品《隶书五言诗》与2020年7月3.45万元成交的《隶书-长相思词》；有欧阳中石先生创作的，2011年12月9.98万元拍出的四尺斗方作品《行书》与2020年11月2.53万元成交的作品《行书》。

通过上述不同时期类似作品的价格对比可见，经过近十年的调整，当代名家绘画作品的市场价格仍停留在上一次高峰期价格的四五成位置。名家书法作品则下滑得更多，如今价格基本是上一个高峰时期价格的二成上下。很明显，2011年前后购买了当代名家书画作品的藏家基本上都处于被套状态，投资回报率均为负数，尤其对于当代书法作品的投资亏损会更多。这也说明了为什么近年来当代书画市场上见不到2011年前后市场上出现的那些精品大作，因为藏家们更舍不得将心爱之物亏本出手，而期待有朝一日那些精品会更快地上涨回去。经数据对比也不难发现，拍卖行目前上拍当代书画的专场数量、拍品数量以及成交价格都比十年前减少了很多。

出现价格明显下滑的，主要是最早进入拍卖市场的当代知名画家作品。其中也有例外，比如何家英先生作品的当前价格与2011年时相差并不大。那些较晚进入市场的画家作品价格下滑程度较小，甚至还有上涨的；尤其近十年内艺术创作成果显著和市场经营成功的一些年轻画家的作品市场不但没有下滑，反而一路上扬。

三、当代书画市场下滑的原因

除了上述高峰时期涨幅过大需要挤出价格泡沫，以及藏家收藏观念转变和礼品市场消失所产生的对当代书画市场的影响外，笔者以为，还有一些导致2012年以来市场下滑的因素。

1. 当代书画精品资源短缺。一般来说，艺术家创作的普品比精品的数量都要多出几倍到几十倍。收藏理念逐渐成熟的藏家对于精品的需求日益增多，出价的差别也越来越大。对于同等尺幅的精品和普品，如今价格差异已经有了几倍到几十倍之多，两极分化的结构化倾向愈加明显。

2. 赝品伪品充斥市场。在各类艺术品交易市场上，假画越来越多，当代名家书画作品的仿品比真品数量也许超出十倍以上。名头越大，赝品就越多。这对于市场信心的打击毋庸置疑。也因此形成画家保真、证据链流传清晰的作品与那些模棱两可没有出处的作品价格差距被拉开了至少几倍以上，同样是两极分化。2018年初公安部对“假画案”的刑事审理事件，给当代书画市场必然带来更多的压力，藏家在参与书画交易时则更为谨慎。

3. 近几年对某些美协、书协官员违规违法行为的打击以及业界对于艺术机构职位与艺术水准不相称现象的舆论抨击，都影响到了当代书画市场，给藏家们上了一

堂堂教训课。收藏者们开始重新审视和评估官员型艺术家的作品，开始更为看重作品的艺术价值与创新性。

4. 当代书画市场诚信、规范运作不足。艺术家的代理画廊、经纪人操作不遵规矩不守约定，造成价格不透明，水分多，画廊代理不够专业，急功近利；一些书画家违约私下低价售卖作品；某些当代书画家艺术水平一般，却精于市场炒作，通过自办展览，冠以“当代第一”、“再传弟子”、“书画大师”等称呼，拉高个人知名度，许多不懂行的投资者、艺术爱好者盲从轻信，投资因此被套。

（来源：季涛新浪博客）

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：郑漪 李滢

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