

重 庆 拍 卖

第九期

(总第 203 期)

二〇二一年九月十日

本期目录

【政策动向】

- ▲ 司法部、市场监管总局负责人就《市场主体登记管理条例》答记者问 / (2)
- ▲ 公安部国家文物局部署打击防范文物犯罪专项行动 / (5)
- ▲ 深化“放管服”改革是优化营商环境的核心 / (6)
- ▲ 市场监管总局出台《网络交易监督管理办法》 / (9)
- ▲ 网络交易监督管理办法 / (9)

【政策解读】

- ▲ 新的五年商务领域标准化建设这样干！ / (19)

【行业资讯】

- ▲ 《拍卖行业改革发展报告》课题研究取得阶段性成果 / (23)
- ▲ 上海法院司法拍卖辅助机构服务承诺 / (24)
- ▲ 微拍堂被市场监管处罚 135 万元 / (25)

【拍卖研究】

- ▲ 拍卖业务创新与法律规范调整 / (25)
- ▲ 中小银行股权拍卖为何遇冷 / (27)

【协会动态】

- ▲ 关于开展 2021 年“全国拍卖咨询服务周”活动的通知 / (32)

【业界博客】

- ▲ 艺术品收藏的误区 / (34)

司法部、市场监管总局负责人就

《中华人民共和国市场主体登记管理条例》答记者问

2021年7月27日，国务院总理李克强签署第746号国务院令，公布《中华人民共和国市场主体登记管理条例》（以下简称《条例》），自2022年3月1日起施行。日前，司法部、市场监管总局负责人就有关问题回答了记者提问。

问：请简要介绍一下《条例》制定的有关背景情况。

答：市场主体登记管理制度是市场主体开展经营活动的基础性制度，事关市场主体合法权益保护、市场秩序维护以及营商环境持续优化。党中央、国务院高度重视市场主体登记管理工作。改革开放以来，我国先后出台了《中华人民共和国企业法人登记管理条例》《企业名称登记管理规定》《中华人民共和国公司登记管理条例》《中华人民共和国合伙企业登记管理办法》《企业法人法定代表人登记管理规定》《农民专业合作社登记管理条例》《个体工商户条例》等多部规范市场主体登记管理的行政法规，在推动经济发展、促进创业就业等方面发挥了重要作用。与此同时，现行市场主体登记管理制度也逐渐暴露出一些与新时期市场主体发展不适应、不协调的问题：一是立法比较分散，针对企业法人、公司、合伙企业、农民专业合作社、个体工商户等不同市场主体分别立法，登记管理法规体系比较零乱，不利于为市场主体提供清晰的指引。二是制度规则不统一，在市场主体登记事项、登记程序、监督管理、法律责任等方面差异较大，有的规定存在重叠，制度规则的系统性、科学性有待提升。三是内容相对滞后，不符合当前实际情况，特别是与近年来深化商事制度改革，继续大力简政放权，强化事中事后监管，扫除妨碍创业创新的制度羁绊的要求相比，还有较大差距。四是新情况、新问题需要予以回应。例如，市场主体“注销难”、虚假登记尤其是“冒名登记”等问题，市场主体因自然灾害、事故灾难、公共卫生事件、社会安全事件等原因造成经营困难，需要通过歇业降低维持成本等，需要在制度层面予以规范。因此，亟需完善统一的市场主体登记立法，更好地推进法治化市场建设，维护良好市场秩序和市场主体合法权益。

司法部会同市场监管总局认真总结近年来市场主体登记制度改革成果，深入调研论证，广泛听取有关部门、地方人民政府、市场主体、有关行业协会和社会公众的意见建议，起草了《条例》。

问：制定《条例》的总体思路是什么？

答：总体思路：一是深入贯彻落实党中央、国务院关于深化“放管服”改革的决策部署，充分体现改革成果，进一步完善市场监管法规制度，优化登记流程，压缩登记环节，精简申请材料，降低制度性成本，减轻企业负担。二是坚持依法规范市场主体登记工作，统一各类市场主体登记的制度规则，明确登记事项、登记程序、具体要求等方面的共同规则。三是坚持问题导向，对各方面高度关注的登记材料繁杂、市场主体“注销难”、虚假登记等突出问题作出有针对性的规定，强化事中事后监管。四是准确把握行政法规定位，主要明确市场主体登记管理基本制度，为国务院市场监督管理部门根据市场主体类型和实际需要细化相关规定、持续深化改革预留制度空间。

问：《条例》适用于哪些市场主体的登记管理？

答：《条例》适用于在中国境内以营利为目的从事经营活动的各类市场主体，包括：公司、非公司企业法人、个人独资企业、合伙企业、农民专业合作社（联合社）以及它们的分支机构，个体工商户，外国公司分支机构，以及法律、行政法规规定的其他市场主体。市场主体应当依照《条例》办理市场主体登记。市场主体登记包括设立登记、变更登记和注销登记。除法律、行政法规规定无需办理登记的外，未经登记，不得以市场主体名义从事经营活动。

问：《条例》对登记机关提出了哪些工作要求？

答：市场主体登记管理遵循依法合规、规范统一、公开透明、便捷高效的原则。国务院市场监督管理部门主管全国市场主体登记管理工作，应当加强信息化建设，加强信息共享，制定统一的市场主体登记数据和系统建设规范。县级以上地方人民政府市场监督管理部门主管本辖区市场主体登记管理工作，加强统筹指导和监督管理。登记机关应当优化市场主体登记办理流程，推行当场办结、一次办结、限时办结等制度，实现集中办理、就近办理、网上办理、异地可办，提升市场主体登记便利化程度。国务院市场监督管理部门和国务院有关部门应当推动市场主体登记信息与其他政府信息的共享和运用，提升政府服务效能。

问：市场主体应当登记和备案事项主要有哪些？

答：市场主体的一般登记事项包括：名称，主体类型，经营范围，住所或者主要经营场所，注册资本或者出资额，法定代表人、执行事务合伙人或者负责人姓名等。此外，不同组织形态的市场主体还应当分别登记其他相关事项，例如有限责任公司股东、股份有限公司发起人、个人独资企业的投资人、合伙企业的合伙人及其承担责任方式等。

市场主体的备案事项包括：市场主体的章程或者合伙协议，经营期限或者合伙期限，认缴出资数额，公司董事、监事、高级管理人员，农民专业合作社（联合社）成员，参加经营的个体工商户家庭成员姓名，公司、合伙企业等市场主体受益所有人相关信息等事项。

问：在登记程序方面，《条例》作了哪些规定？

答：一是市场主体实行实名登记，登记申请人应当对提交材料的真实性、合法性和有效性负责。国务院市场监督管理部门根据市场主体类型分别制定登记材料清单和文书格式样本并向社会公开。能够通过政务信息共享平台获取的相关信息，不得要求申请人重复提供。二是登记机关对申请材料进行形式审查，对申请材料齐全、符合法定形式的予以确认并当场登记；不能当场登记的，应当在3个工作日内予以登记；情形复杂的，经登记机关负责人批准，可以再延长3个工作日。三是设立登记、变更登记、注销登记应当符合《条例》规定的要求。四是市场主体未发生债权债务或已清偿债权债务，已结清职工工资、社保费用、应缴税款等，书面承诺承担相关法律责任并按规定公示的，可按简易程序办理注销登记，个体工商户无需公示。

问：在加强事中事后监管方面，《条例》作了哪些规定？

答：一是市场主体应当按照国家有关规定公示年度报告和登记相关信息。二是市场主体使用营业执照应当遵守相关规定。三是登记机关应当根据市场主体的信用风险状况实施分级分类监管，采取“双随机、一公开”方式进行监督检查。四是明确了登记机关查处违法行为可以采取的措施。五是对于提交虚假材料或者采取其他欺诈手段隐瞒重要事实取得市场主体登记的，受虚假市场主体登记影响的自然人、法人和其他组织可以向登记机关提出撤销市场主体登记的申请，登记

机关依法撤销相关市场主体登记。六是明确了违法行为的法律责任，增强了行政处罚的针对性，以更好地维护诚实守信、公平竞争的市场秩序。

问：《条例》建立歇业制度的主要考虑是什么，具体作了哪些规定？

答：新冠肺炎疫情发生以来，部分市场主体因受疫情影响，暂时无法开展经营活动，但仍有较强的经营意愿和能力。为降低市场主体维持成本，保护市场主体合法权益，《条例》规定了歇业制度。《条例》规定：因自然灾害、事故灾难、公共卫生事件、社会安全事件等原因造成经营困难的，市场主体可以自主决定在一定时期内歇业。市场主体应当在歇业前与职工依法协商劳动关系处理等有关事项。市场主体应当在歇业前向登记机关办理备案，登记机关通过国家企业信用信息公示系统向社会公示歇业期限、法律文书送达地址等信息。市场主体的歇业期限最长不得超过3年，在歇业期间开展经营活动的视为恢复营业。市场主体歇业期间，可以以法律文书送达地址代替住所或者主要经营场所。

公安部国家文物局部署打击防范文物犯罪专项行动

公安部和国家文物局8月31日召开会议，部署全国公安机关和文物部门深入推进打击防范文物犯罪专项行动，并决定将专项行动延期一年。会议要求，要深入学习贯彻习近平总书记关于文物安全保护工作的重要指示精神，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，依法严厉打击、严密防范文物犯罪，严格落实文物保护工作责任，建立健全严防、严管、严打、严治的长效工作机制，切实保护国家文物安全。文化和旅游部党组成员、副部长，国家文物局局长李群，公安部党委委员、副部长杜航伟出席会议并讲话。

李群强调，当前文物安全形势依然严峻，打击和防范文物犯罪将是长期任务。各级文物部门要同公安机关密切配合，为持续开展打击和防范文物犯罪提供强力支持。

各地要将盗掘古文化遗址古墓葬，盗窃石窟寺石刻、盗窃古建筑及其构件、盗窃损毁革命文物等犯罪活动，列入重点打击范围，对盗掘、盗窃、倒卖、走私等文物犯罪发动更猛烈攻势，保持长期震慑和持续高压。

要把确保文物安全放在首要位置，健全安全责任体系；强化末端守护，全面实施文物安全直接责任人公示公告制度；持续推进文物平安工程，加强文物安全

防护设施建设，提升高科技应用水平；同时会同公安机关加强联防联控，加大巡查检查力度，强化文物博物馆单位及周边治安防控，全面提升安全防范能力。

要树牢底线思维，强化责任担当，敢于亮剑、善于攻坚，严打严防文物犯罪，为文物保护利用改革提供坚强的安全保障。

杜航伟强调，各级公安机关要按照公安部党委部署要求，切实增强责任感紧迫感使命感，进一步加大打击防范工作力度，努力构建“政府主导、部门联动、打防结合、群防群治”的文物安全工作新格局。

要加大打击力度，对部督案件和重大案件一律提级侦办。

要坚持现案必破，努力突破积案，全面排查隐案，持续破案攻坚。要压紧压实责任，全力缉捕逃犯、追缴文物，确保案件能侦破、文物不流失。

要紧盯犯罪新形势，创新打法战法，实施精准打击，提升打击效能。要加强联防联控，指导文物博物馆单位强化人防、物防、技防措施，织密文物安全防范网络，统筹推进综合治理。

要充分发挥各警种部门优势，完善公安机关与文物部门打击防文物犯罪联合长效工作机制，加大与文物、海关、市场监管部门合作力度，切实形成工作合力。要加强组织领导，坚持依法办案，狠抓宣传发动，强化督导考核，纵深推进专项行动，确保取得更大成效。

江苏、甘肃省公安厅，安徽、陕西省文物局负责同志作了会议发言。公安部有关局级单位、国家文物局有关部门负责同志，省市县三级公安机关和文物主管部门有关负责同志参加会议。

为期一年的全国打击文物犯罪专项行动开展以来，公安机关与文物部门共侦破文物犯罪案件 2200 余起，抓获犯罪嫌疑人 4500 余名，打掉犯罪团伙 450 余个，累计追缴文物 5.8 万件，取得显著成效。

深化“放管服”改革是优化营商环境的核心

文/中国人民大学法学教授 叶林

市场主体是竞争的主要参与者，是社会财富的主要创造者和保有者，是稳就业扩就业的核心力量。经验表明，市场主体健康持续发展，有赖于“市场化、法治化和国际化”的营商环境。

在我国，优化营商环境作为一个巨大体制工程，除必要的建章立制以外，尤其要清理和重新定位市场主体与政府之间的关系。我国传统市场管理体制存在缺点和运行惯性，人们对市场主体的发展存有顾虑，市场主体在设立和运行中遇到各种过度管理，这制约了市场主体的健康和可持续发展。2021年6月2日，李克强总理在全国深化“放管服”改革着力培育和激发市场主体活力电视电话会议上发表重要讲话，先后20多次提到“放管服”改革，反复强调“放管服”改革、优化营商环境和培育壮大市场主体之间的关系，明确指出“深化‘放管服’改革，推动全链条优化审批、全过程公正监管、全周期提升服务，让市场主体更加活跃、公平竞争，不断催生新的市场主体”。讲话清楚表明，“放管服”改革是我国优化营商环境的重要内容，是激发市场主体活力的重要举措。

在市场经济运行中，政府部门职能过大，往往意味市场主体在设立和运行中要经历烦琐的办事程序，花费更多的时间和费用，高企的成本必然降低市场主体的运行效率和经济效益，进而削弱市场主体的热情和动力。市场主体是自身利益的最佳判断者。市场主体设立和运行成本越高，其创新创业热情越低，对国民经济的贡献越少。“放管服”改革的重要内容，就是减少乃至最终取消各种不必要的政府部门职能，优化体制机制性因素和条件，帮助市场主体提高运行效率和效益。我国以往出现鼓励投资与过度管理的矛盾与尴尬，不仅削弱市场主体活力，政府促进投资的努力也容易落空，我国在优化营商环境中必须打破这种死循环。李克强总理讲话指明了我国原有管理体制的问题，揭示了市场主体逐利性的本质，再度强调深化“放管服”改革，在结合我国优化营商环境实践经验的基础上，丰富并充实营商环境的内涵，必将激发市场主体的活力。

放权是我国优化营商环境的首要内容。放权或简政放权的核心，是减少政府部门对于市场主体的过度约束，尤其是减少准入环节的审批、许可和批准。对于创新创业者来说，能否方便投资、方便营业，是其考虑的首要问题。准入门槛过高、管理过多、成本过高，必将削弱创新创业者的热情。简政放权不仅要减少政府冗员，尤其要按照“市场化、法治化、国际化”的标准，尽力减少政府部门职权，降低市场主体准入门槛。需要指出，我国深化“放管服”改革中的简政放权与以往的简政放权不同。以往简政放权主要是量上的减少职权，这种做法也减少了政府部门冗员，削减了政府部门职能，却存在某种不稳定性。一旦出现某些特殊情势，往往要在职权减量后再予加量，从而出现“收放循环”的周期律现象。

深化“放管服”改革中的简政放权，以《中华人民共和国民法典》《优化营商环境条例》《中华人民共和国市场主体登记管理条例》等为基础，法律依据明确扎实。《中华人民共和国民法典》全面规定市场主体基本权利，《优化营商环境条例》和《中华人民共和国市场主体登记管理条例》大幅度减少政府部门职能，夯实了从量的简政放权向质的简政放权转型的法律基础。在此前提下，我国又创造性地采用政府权力负面清单的做法，不仅约束了政府部门职权，也让市场主体真切感受到简政放权的价值，从而使得“放管服”改革成为一场具有深远影响的政府自我革命。

监管是优化营商环境的必要内容。市场主体具有逐利性，容易成为脱缰野马。如果缺少必要的监管，市场主体在内部运行上容易失序，在经营中容易出现不公平竞争乃至损害消费者、投资者和市场秩序的现象。简政放权与适度监管相辅相成，且必须相互协调。我国在优化营商环境中，不仅逐渐放宽市场准入标准、降低准入门槛和成本，又同时鼓励市场主体遵循市场竞争法则，积极参与市场竞争，通过自律和他律等方式，引导和督促市场主体合规经营。《中华人民共和国市场主体登记管理条例》一改从前严控准入的立场，建立以事中事后监管为核心的新型监管体制，通过整合各类市场主体的登记规则，形成公平对待各种市场主体的监管体制；通过创设简易注销等制度，让部分市场主体及时退出市场。我国还通过完善和落实反垄断法、反不正当竞争法、食品安全法等，站在维护社会公众利益和社会秩序的立场上，重新构造市场主体监管体系。这种新型体系有助于消除在市场主体中存在的产权、地域、规模歧视，有助于维护消费者权益和社会公共利益，并推动建立起公平有序的市场竞争秩序。

服务是我国优化营商环境改革中的一种制度创新。增强政府服务意识，建立科学的政府服务体系，切实帮助市场主体解决现实问题，是我国优化营商环境的重要内容，必然给政府部门职能转变带来巨大挑战。我们以往对政府部门职能转变的理解上存在局限和偏差，甚至不愿承认政府部门承担服务职能。政府部门在准入环节，容易将自身定位于一个除弊者的角色，试图通过严格的事先审查，杜绝市场主体运行中的不良现象；在管理环节，政府职能部门行为带有较强的随意性，管理尺度也有失明确，从而造成市场运行机制的不确定和不稳定。我国市场主体多种多样，创新创业者参差不齐，管理规范较为复杂，不易为市场主体所理解。如何能让市场主体深切感受到管理的友好，已成为我国优化营商环境的重要

内容。优化营商环境、深化“放管服”改革，不仅要简政放权、加强事中和事后监管，还必须改善和提升政府部门服务质量。政府要加强与市场主体的连接，了解市场主体面临的困难，帮助其解决发展中的问题，切实提高市场主体的感受度。政府部门在提供服务时，必须遵守公平和平等原则，向各类市场主体提供服务，不应因产权、规模、行业和地域等而予差别待遇。政府部门还应通过宣传、培训和普及，充分利用网络技术，完善窗口服务，改善公共服务，努力让市场主体切实了解政府职责，真实感受法治的价值。只有将政府部门服务落到实处，才能营造更好的营商环境。

深化“放管服”改革是一项系统化的制度变革，政府部门必须转变立场，深刻理解市场化的本质，既要成为一个开明的准入许可者，又要成为一个公正的监管者，还要成为一个贴心的服务者。

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 network 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、家电家具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。

【政策解读】

新的五年商务领域标准化建设这样干！

8月19日，商务部印发了《关于加强“十四五”时期商务领域标准化建设的指导意见》（以下简称《意见》）。近日，商务部市场建设司负责人就《意见》进行了解读。

一、《意见》出台的背景是什么？

“十三五”时期为推动商务领域标准化建设奠定了坚实基础。五年来，以批发零售、商贸物流、居民生活服务、电子商务等重点领域为主体，覆盖主要行业的标准体系基本建成。基础标准和管理标准比例由2015年的50.3%提高到2020年的77.8%。农产品冷链流通标准化示范、商贸物流标准化专项行动等成效显著。标准化管理水平不断提升，实现标准制修订全过程在线管理，标准制定周期缩短6个月。总的看，商务领域标准体系逐步完善，标准实施力度不断加大，标准化工作基础不断夯实，为“十四五”商务领域标准化建设奠定了坚实基础。

党中央、国务院对商贸流通标准化工作提出了更高的要求。党中央、国务院高度重视商贸流通标准化工作，习近平总书记在主持召开中央财经委第八次会议时强调，要完善现代商贸流通体系，加强标准化建设。《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》指出，要加强商贸流通标准化建设。《国家标准化发展纲要》的印发实施，标志着标准化已上升为国家战略。商务部坚决贯彻落实党中央、国务院决策部署，紧密结合全面开启建成社会主义现代化国家新征程的新形势、新任务，在充分征求地方商务主管部门、相关标准化技术委员会的基础上，编制出台了《意见》，旨在对“十四五”商务领域标准化建设作出系统谋划和总体安排。

加强“十四五”商务领域标准化建设是立足新发展阶段的现实需要。“十四五”时期，我国进入新发展阶段，经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，商务发展条件深刻变化，面临新的机遇和挑战，对标准化工作提出了新的更高要求。当前，商务领域标准化工作仍存在一些亟待解决的问题，主要表现在标准体系还不够科学；标准有效供给不足，市场自主制定、快速响应需求的标准难以适应市场变化和行业发展；标准应用实施机制还不健全，尚未形成统筹推进标准实施的工作格局等等，迫切需要把握新发展阶段的形势任务，进一步明确方向、找准定位，在更高水平上全面推进商务领域标准化建设。

二、《意见》的主要内容是什么？

第一部分是总体要求，明确了指导思想，描绘了未来五年标准化发展的蓝图。到2025年将初步形成科学适用、结构合理、衔接配套、国际接轨的新型商务标准体系。标准化工作基本实现由政府主导向政府与市场协同发展转变，由数量规模型向质量效益型转变，由国内驱动向国内国际相互促进转变。

第二部分是主要任务，一是健全标准化管理机制，修订《商务领域标准化管理办法（试行）》，提升标准化管理水平。二是明确重点领域和行业标准制修订指导目录和方向，开展老旧标准复审评估，优化标准供给结构。三是严格标准审查机制，加强标准化工作培训，提高标准供给质量。四是开展标准化试点，发挥标准引领作用，强化标准宣贯应用。五是鼓励市场主体积极参与国际标准制定，探索同主要贸易伙伴开展标准互认，提升标准化对外开放水平。

第三部分是重点领域，对一些重点领域的标准化建设进行了具体安排，提出了要求。农产品流通方面，明确了农产品市场的标准化、规范化建设要求，特别提出要研究探索内外贸流通一体化的农产品市场标准，通过标准化建设不断创新农产品流通方式。生产资料流通方面，强调构建线上线下融合的生产资料流通标准体系，打通产业链各环节，以标准化推进转型升级，促进健康发展。供应链物流方面，重点推进供应链风险评估、供应链数字化、供应链管理服务等领域标准研制，提高产业链供应链现代化水平，促进流通降本增效。流通设施方面，从县域商业体系、商品市场、农贸市场等层面对流通设施的标准化建设提出要求，通过智慧化升级改造，培育创新发展新动能。现代服务业方面，提出加强汽车流通、旧货流通、药品流通、居民服务业、商务信用等 11 个方面的标准化建设要求，着力改善消费环境，促进行业转型升级。商贸流通数字化方面，研究建立统一的大数据全流程管理标准，推动 5G、人工智能、物联网、区块链等新技术标准化应用，更好支撑商务高质量发展。内外贸一体化方面，重点是加快外贸领域标准研制，组织动员跨境电商综合试验区研究开展跨境电商领域相关标准制修订，促进高水平对外开放。

第四部分是保障措施，从组织领导、保障政策、队伍建设、宣传推广等方面明确了具体要求。

三、《意见》有哪些突出的特点和亮点？

总的来看，“十四五”时期商务领域标准化建设工作，有三个突出特点：

一是突出贯彻新发展理念。创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念是当前和今后一个时期贯穿商务发展全过程、各领域的重要遵循。《意见》提出加强流通新业态、新模式、新技术标准研究，就是要通过标准集成国内外最新的流通技术、专利和创新成果，促进商务领域各行业创新发展。《意见》要求加强流通

基础设施、商贸物流、农产品流通标准制修订，就是要通过标准更好构建农产品、工业品双向流通网络，促进城乡协调发展。《意见》指出主动研判商务领域新发展趋势，加快绿色流通、数字商务等新兴领域标准制修订，就是要引导流通企业贯彻绿色流通标准，促进商务领域节能减排。《意见》将开展对外合作，促进内外联通作为未来五年标准化建设的一项基本原则，鼓励市场主体积极参与国际标准制定，就是要引导企业积极使用国际标准，加快产业对标达标提标，促进标准化对外开放。《意见》强调优化社区便民生活服务标准，完善居民服务业标准体系，就是要通过标准化提高服务质量，提升便民水平，促进基本公共服务共享化、均等化。

二是突出服务构建新发展格局。从国内大循环看，要使生产、分配、流通、消费更多依托国内大市场，必须扭住扩大内需这个战略基点，形成需求牵引供给、供给创造需求的动态平衡。只有充分发挥标准对流通方式变革的引领和规范作用，依据标准构建起方便、快捷、安全的流通网络，才能更好的发挥流通的桥梁纽带作用，有效实现供需平衡。从国内国际双循环看，标准作为世界通用语言，影响着全球 80%的贸易和投资，在推动科技创新、消除技术壁垒、促进国际分工等方面发挥着重要作用。只有对标国际标准，推动标准规则国际互认，才能赢得国际市场认可，通过标准“走出去”，实现产业“走出去”。《意见》在对国内商贸标准作出详细部署之外，首次将统筹内外贸一体化单列为一个重点领域，支持开展标准化对外合作与交流，推动先进适用国际标准转化应用。鼓励同主要贸易伙伴开展标准互认，促进政策法规、质量标准、检验认证等相衔接，推动中国标准与国际标准体系兼容。主要目的就是要探索通过标准联通两个市场两种资源，更好服务构建新发展格局。

三是突出对商务高质量发展的技术支撑。高质量的发展离不开高标准的支撑，标准是对行业优秀管理经验、先进技术、科学方法的总结、凝练和提升，通过标准化建设能够引导全社会运用标准化方式组织生产、经营、管理和服务，提高流通各领域各行业服务质量和技术水平，进而达到引领行业创新，促进降本增效，优化市场环境，实现商务高质量发展的目标。《意见》注重将需求导向和问题导向相结合，根据“十四五”时期我国贸易流通发展对标准化的迫切需求，聚焦高质量发展，对农产品流通、生产资料流通、供应链物流、流通设施、现代服务业、数字商务等七个重点领域，提出了具体目标措施，旨在通过标准化引领行业发展、

规范市场秩序、推动流通变革、促进消费升级。同时将开展标准化试点示范作为标准应用实施的重要手段，强调先行先试，及时总结推广先进经验，推动商贸流通提质增效。

四、如何推动《意见》的组织实施？

一是加强工作协同。商务部将充分发挥部内标准化工作推进机制作用，将《意见》的实施与各司局的重点业务工作相结合，加强统筹谋划与协调配合。密切与标准化行政主管部门的沟通协调，加强对各地商务主管部门的指导，充分发挥相关事业单位、行业协会和标准化技术机构的作用，形成工作合力。

二是强化工作保障。完善标准制修订经费保障机制，统筹安排标准化工作资金，鼓励和引导企事业单位、社会组织加大投入，形成政府部门引导、市场主体为主的标准化经费投入保障机制。加强标准化专家队伍建设，建立标准化专家库，稳定和扩大标准化人才队伍。加强对地方商务主管部门、标准化技术委员会、技术支撑单位的标准化工作培训，提升标准化工作能力，确保各项工作顺利开展。

三是做好工作宣传。通过网站、新媒体等多种渠道加强《意见》的宣传与解读。建立商务标准化案例库和优秀成果推广平台，指导地方加强对标准化试点工作的宣传力度，总结提炼一批可复制推广的成功经验，持续扩大试点影响力。加大媒体宣传和推广力度，提高社会认知度和企业参与标准化工作积极性，为《意见》贯彻实施创造良好环境。

【行业资讯】

《拍卖行业改革发展报告》课题研究取得阶段性成果

根据国家商务部服贸司工作安排，由中国拍卖行业协会牵头，拍卖行业专家参与，上海市拍卖行业协会拍卖研究中心担纲的《拍卖行业改革发展报告》——深化“放管服改革”与推进中国拍卖行业改革发展的课题研究（初稿）业已完成。

8月23日下午，中拍协线上召开《拍卖行业改革发展报告》专家论证会，商务部服贸司杨宝京处长、中拍协黄小坚会长、李卫东副会长、上海拍协刘建民会长出席会议，会议还特别邀请到中拍协法咨委主任委员、中国人民大学法学院龙翼飞教授、中拍协法咨委委员、中央财经大学文化传媒学院刘双舟院长、中拍协

法咨委委员、中国政法大学民商经济法学院薛克鹏教授、中国人事科学研究院范巍主任、西安交通大学管理学院郝渊晓教授、北京嘉禾国际拍卖有限公司刘绪林常务副总经理等专家，课题组中拍协欧树英副秘书长、上海拍卖研究中心范干平执行主任、中拍协法咨委委员、上海立信会计金融学院法学院王旭教授及上海拍协秘书处部分同志等参加会议。会议由中拍协副秘书长欧树英主持。

商务部服贸司杨宝京处长在会上讲到，政府持续推进放管服改革，取得了很大成果。目前已进入改革深水区，面临着行业改革的难点和痛点。本项课题研究着力于问题梳理，提出前瞻性意见。《拍卖行业改革发展报告》（初稿）内容丰富，质量较高。商务部将在研究报告的基础上，确定拍卖行业改革发展的政策，除此之外，研究报告核心成果将对政府其他部门也具有借鉴意义。期待会后继续发挥行业专家的集体智慧，完善研究报告。

会议围绕《拍卖行业改革发展报告》的主线与结构、问题与原因，观点与对策，建议与方法等展开讨论。与会专家纷纷发言，对《拍卖行业改革发展报告》提出修改意见与建议，还就“简政放权”与行业红利、“放管结合”与行业环境、“优化服务”与行业发展，以及“职业大典”修改与拍卖师职业行政许可、拍卖与竞价（动态报价）、网络拍卖与市场主体等关键性内容提出建设性意见。

课题组将根据会议意见对报告进行进一步修改完善，力争尽早完成课题研究成果，为推动拍卖行业进一步放管服，提出具有中国特色、适应新时代市场需求的拍卖行业管理新理念、新举措。

上海法院司法拍卖辅助机构服务承诺

为持续保证上海法院司法拍卖高质量运行，进一步树立规范、优质、高效的拍辅机构服务形象，维护拍卖当事人合法权益，更好地接受社会监督，上海市拍卖行业协会倡导拍辅机构践行专业、专注、专心的“三专精神”，向社会各界提供放心、安心、省心的“三心服务”，全市司法拍卖辅助机构向社会公开承诺：

一、辅助机构严格遵守相关法律、司法解释以及管理规定，严格履行工作职责，严格保护当事人及司法拍卖相关的信息和数据安全，恪守工作纪律和职业道德，为社会各界提供放心、安心、省心的司法拍卖辅助服务。

二、辅助机构受上海市高级人民法院委托承担司法拍卖标的的全程辅助工作，提供一站式服务，包括但不限于拍前尽调、现场勘查、标的保管、招商推介、咨询接待、展示看样、协助线上注册报名、协助线下登记、竞拍指导、税费缴纳、权属过户、标的交割等。

三、辅助机构不向竞买人、买受人收取任何服务费用，司法拍卖也无暗箱操作之可能，社会各界应警惕任何第三方以代拍、代办税费、代办过户等名义收取高额中介服务费，谨防受骗，以免造成不必要的费用支出或财产损失。

四、上海法院司法拍卖标的全部在网上公开展示和竞价，每个标的拍卖公告中都有法院委托的唯一拍卖辅助机构信息，社会各界可通过“拍辅通”微信公众号、《上海法治报》以及最高人民法院入库的各网络拍卖平台查看司法拍卖信息，与受托辅助机构联系咨询。

五、欢迎社会各界对全体司法拍卖辅助机构服务质量进行监督，发现违法违规行为可及时向上海市拍卖行业协会投诉举报，电话 021-64226596。

特此承诺。

承诺人：上海国际商品拍卖有限公司.....等 44 家拍卖企业名单

2021 年 9 月 1 日

微拍堂被市场监管处罚 135 万元

消费者频繁投诉其卖假货、退货难等问题

日前，文玩电商行业先行者杭州微拍堂文化创意有限公司(下称“微拍堂”)新增一条行政处罚显示，微拍堂因存在引人误解虚假宣传行为、采取利用注册协议条款免责的方式逃避平台经营者主体审查责任，并放任平台内部分经营者利用虚假身份从事侵害消费者财产安全的经营活动，且巡检制度不完备，相应甄别能力与处理投诉举报能力与经营活动不匹配等违法问题，被杭州市市场监督管理局罚款 135 万元，处罚决定日期为 2021 年 7 月 1 日。微拍堂是一家以手机 App 进行拍卖为主的网络平台，微拍堂官网公开资料显示，该平台已有 30 万商家、7000 万用户。

【拍界研究】

拍卖业务创新与法律规范调整

我国拍卖事业从1986年11月成立国营广州拍卖行开始，到今天已经历了35个春秋。35年来，我国拍卖事业发生了巨大变化，这主要体现在三方面：第一，拍卖领域不断拓展；第二，拍卖方式多样化；第三，对拍卖的功能有重新认识。

法律规范对拍卖业务创新的调整

对于法律规范调整如何适用拍卖业务创新，我认为有以下几个问题应予回应。

第一，现行法律规范对拍卖的定义能否涵盖现今所有的拍卖活动。我国现行拍卖法律体系主要由基本法、特别法及部门规章组成。就拍卖活动的基本法而言是《中华人民共和国民法典》，法典对拍卖规定在合同编买卖合同章第645条“拍卖当事人的权利义务以及拍卖程序等，依照有关法律、行政法规的规定”，即《民法典》将拍卖作为一种民事法律行为，作为一种特殊的买卖对待，对此应遵循平等自愿，等价有偿，公平诚信等原则。同时民法典有22个条文涉及拍卖，对于土地使用权的出让、抵押权、质权、留置权的实现及建设工程合同中优先受偿权的实现等都规定了可采用拍卖方式。作为规范拍卖活动的特别法《拍卖法》虽然是1997年施行，作为调整拍卖企业拍卖活动的特别法，但该法第3条规定“拍卖是以公开竞价的方式，将特定物品或财产权利转让给最高应价者的买卖方式”。

从该条规定来看，拍卖具有以下特点：1. 应是拍卖人接受委托，拍卖他人物品，不是拍卖自己物品。自己卖自己的东西，不管方式如何，是为买卖，不为拍卖。2. 拍卖应采用公开竞价方式，不论是现场，还是在网上，以及现场和网络相结合，都要符合公开竞价的特点。3. 拍卖遵循价高者得之规则，有些法律行为，虽然采用了拍卖的原理，如政府采购、招投标等，但由于不符合价高者得的规则，则不为狭义的“拍卖”，不适用拍卖法，而应适用《政府采购法》、《招标投标法》。现行拍卖方式，虽然采用了网上拍卖的方式，但并未改变《拍卖法》第3条的规定，因此，《拍卖法》第3条涵盖了到目前为止的拍卖活动。

第二，拍卖行为是否必为行政许可行为？《拍卖法》第11条规定“企业取得从事拍卖业务的许可必须经所在地的省、自治区、直辖市人民政府负责管理拍卖业的部门审核批准”。商务部2019年修改后的《拍卖管理办法》第2条第2款规定：“各种经营性拍卖活动，应当由依法取得从事拍卖业务许可的企业进行”。

《办法》第48条规定，农产品批发市场、机动车交易市场等商品交易市场引入拍

卖方式及利用互联网经营拍卖业务的管理，原则上参照本办法执行，具体办法另行制定。应当说，《拍卖法》制订时，拍卖还主要是公物变现的方式，还未认识到拍卖对于资源优化配置的作用，还未认识到拍卖会全面深入到土地使用权、农副产品市场、股权债权市场。所以《拍卖法》制订时为了推进拍卖市场的稳定发展和市场秩序，实行拍卖业务行政许可制度是必要的。今天来看，拍卖业务是否应一律实行许可证管理，值得商榷。《拍卖管理办法》将非经营性拍卖排除在外，目前主要是指司法网络拍卖。是否经营性拍卖等同于有偿拍卖，这是有待探讨的。至于京东、淘宝上的免费拍卖是否为非经营性，存有争议。个人认为，拍卖行为许可与拍卖的某些物品需许可二者应分开，拍卖行为只不过是一种特殊的买卖方式，但拍卖的某些物品应需要许可。拍卖是否需要许可应与该产品经营是否需要许可相一致，经营需要许可的，拍卖就应许可，经营不需要许可的，拍卖也无须许可。

第三，拍卖监管是身份监管还是行为监管？为了规范拍卖市场秩序，推进拍卖活动诚信经营，并使拍卖活动在资源最优化配置中发挥最大作用，对拍卖市场的监管必不可少。市场监督管理部门对所有的市场行为具有监管的职能，但对拍卖市场的监管来讲，应以行为监管为主，同时辅以身份监管。对于身份监管主要推动拍卖企业进行许可登记，否则，便是违法经营。对于行为监管除依据《拍卖法》以外，《反垄断法》、《反不正当竞争法》、《广告法》等都是其监管依据。

中小银行股权拍卖为何遇冷

作者：秋和

在资产拍卖领域中，中小银行股权拍卖是一类经常出现的标的，由于中国中小银行数量繁多，股权变化频繁，股权拍卖成为拍场常客。但如果关注这类标的拍卖，会发现其总体而言成交率偏低，不少中小银行股权拍卖还往往要经历二拍、三拍等数度折价的过程，顺利排出的标的并不算多。如果查找国内主要司法拍卖平台信息可以发现，今年以来已有超千场银行股权拍卖结束，其中流拍标的数量超六成，为何中小银行股权拍卖之路往往并不顺利？而中小银行股权拍卖的频繁遇冷现象又有何“解题之道”？

合并银行股权拍卖无人问津

近期，中小银行股权拍卖中标的数额较高的两个案例是郑州农商银行和辽宁锦州银行的股权拍卖：6月15日至16日，郑州农商银行3300万股股权将在阿里拍卖平台上进行二次拍卖，相关股权估价为1.749亿元，起拍价为1.122亿元，较估价约6.4折拍卖。公告显示，该笔股权因被司法查封遭到河南省郑州市中级人民法院公开拍卖，但股权具体持有人并未公布。6月16日上午10时，二拍宣告结束，该部分股权在经历了1076次围观、0人报名后，再度以流拍告终，而这次拍卖的价格已相较于估价打了6.4折——在5月27日的第一次拍卖中，该部分股权当时的起拍价为1.3992亿元，当时较股价约8折，也无人参与竞拍。

官网显示，郑州农商银行于2019年10月21日成立，是由郑州市市郊农信社、郑州市市区农信社合并组建而成的股份制商业银行。截至今年一季度末，郑州农商行的总资产已过千亿规模，为1018.14亿元，较年初增长0.97%，不良贷款率为2.19%。今年前3个月，该行实现营收7.81亿元，净利润4.98亿元。银行的注册资本为33亿元，本次拍卖的3300万股股权占该行总股本的比例为1%。有业内人士表示，尽管郑州农商行是合并银行，但从规模上来说还是没有上市的中小银行，股权流动性较弱，这也造成了其股权拍卖时的大比例折让与流拍现象。资料显示，郑州农商行的股权结构的确较为分散，法人股东有33家，合计持有该行50.52%的股份；而自然人股东为4298户，合计持有该行49.48%的股份，其中职工自然人股1312户，持股9.47%，其他自然人股2986户，持股40.01%。

对此，在本次股权拍卖中，郑州农商行也向法院致函表示，目前其法人股东持股比例为50.52%，自然人股东持股比例为49.48%。若股权分拆，可能导致众多自然人入股该行，不利于监管部门关于农商银行吸收优质法人股及法人持股比例高于50%的股权管理政策的落实，因此拍卖建议公司法人参与。

锦州银行今年来多次上拍股权

今年已有多笔股权流拍的锦州银行，上月又迎来一笔大额股权拍卖：葫芦岛市中级人民法院于7月11日至12日公开拍卖北京铭泽投资有限公司持有的锦州银行2000万内资股，起拍价格与估价格均为1.001亿元，每股价格为5.005元。与此前被强制拍卖的股权类似，此笔股权拍卖是其持有方铭泽投资陷入金融借款纠纷而被法院强制执行。据葫芦岛市中级人民法院公布的执行裁定书，因葫芦岛

农商行沙河营支行与铭泽投资、吴某、孙某等人的金融借款合同纠纷一案，该公司持有锦州银行 2000 万内资股被法院依法冻结，并进行执行处置。据中国执行信息公开网显示，铭泽投资已成为被执行人，执行标的达 1.009 亿元。

值得注意的是，此次拍卖每股价格约为 5 元/股，而 6 月 17 日锦州银行 H 股收盘价格为 1.91 港元/股（约合人民币 1.59 元/股）。与锦州银行二级市场股价相比，此笔将要拍卖的股权相当于前者的 3 倍多，溢价幅度超 214%。这种高溢价之下，本次拍卖确实没能引来投资者关注，因无人报名参与出价，现在已再度流拍（当前阿里司法拍卖平台上关于锦州银行最新的拍卖标的是辽宁翰文书城有限公司持有的锦州银行 250 万股股权，本场拍卖将于 8 月 1 日开始）。

实际上，锦州银行今年以来已有数笔大额股权被挂到平台进行拍卖，但从历史记录来看，尽管经历一拍、二拍，价格也不断“打折”，但仍然以流拍告终。今年 2 月初，锦州银行两笔合计 9600 万股的股权就被北京市第三中级人民法院进行了拍卖。这两笔股权由两家公司所持有，一笔为锦程国际物流集团股份有限公司持有的 9000 万股股权，起拍价格为 3.47 亿元，相比估价打了 7 折；另一笔为大连长兴岛绿城发展有限公司持有的 600 万股股权，起拍价格为 2300 万元，也比估价打了 7.6 折。虽然已大力打折，但这两笔股权因无人报名而流拍。在二次拍卖中，上述 9600 万股股权拍卖方分别再次打了 5.6 折和 6.3 折，同样无人报名而流拍。上述两家公司均指向同一实控人——锦联控股集团有限公司，其目前是锦州银行的第七大股东，但近年来陷入多笔金融债务纠纷，因而选择通过拍卖方式处理资产。

不过，股权拍卖有一个重要特征是并不影响被拍卖企业本身的经营。锦州银行经历改革重组后，盈利情况和资产质量已大幅好转。2020 年报显示，该行实现净利润 1.54 亿元，扭转了该行连续两年亏损的局面。资产质量已得到较大改善，不良率降至 2.07%，接近全国平均水平。不过，由于利息净收入比上年减少 100.46 亿元，该行去年营收也同比下降 59.8%。对于郑州农商银行来说，上述的 1% 股权变更也不会对银行经营产生实质影响。

中小银行股权上拍的几种情况

银行股权转让与拍卖在司法拍卖平台中一直保持较快的更新频率，这些银行多为包括城商行、农商银行及村镇银行在内的中小银行。事实上，每年有大量银

行股权在各平台中拍卖，今年以来，这一态势仍在延续。但上拍标的数量大于需求的情况之下，银行股权流拍情况较为普遍。部分平台超6成银行股流拍，有平台甚至超过8成。今年以来，阿里拍卖平台共进行过超1000笔股权司法拍卖，其中以农村金融机构为主。从区域来看，浙江、河南、山东的拍卖数量占比位列前三，分别为243例、115例、101例。拍卖标的价格也相差明显，最低只需要6360元就可以成为一家银行的股东；最高拍卖价格达到上亿元，价格区间在5万至100万元的标的数量是最多的。

从以往类似股权拍卖结果来看，这些股权多数遭遇打折、无人问津、流拍的尴尬局面。仅5月31日一天，在阿里司法拍卖平台上，就有5家中小银行的股权流拍：中原银行652万股股权流拍、武汉农村商业银行83.19万股股权流拍、乳山天骄村镇银行股份有限公司30万元股本金及分红、收益、配股二次拍卖流拍、内蒙古阿尔山农村商业银行10万元股本金及分红、收益、配股二次拍卖流拍……

而这些股权遭拍卖往往涉及股东破产、股东陷入债权债务纠纷被法院强制执行、自身发展缺乏流动性等原因。一些从事金融研究方面的研究者表示：“拍卖原因主要分为几种情况。一是原股权持有人的资金出现问题，会将所持有的银行股权进行质押，或因纠纷而被法院查封，涉及司法诉讼而被迫拍卖；二是部分中小银行不良率提升，再加上遇到转型压力，业绩面临下滑的可能性，部分股东对前景并不看好，由此期望尽快脱手。三是监管原因，近年来监管部门加强了银行股权方面的管理，为尽快合规，踩了红线的股东会主动转让。四是资金需求，一些股东更加看重的是资产流动性，而去年以来疫情影响了不少中小银行，它们经营能力下降，如果此时股东已有其他中意的投资标的，出卖手中资产获取现金后偿还债务或转而投资其他金融产品也是非常顺理成章的考量。”

总之，股权流拍与自身的资产质量、定价水平以及资本战略等因素有很大的关系。目前，市场中普遍认为中小银行抗风险能力相对较弱，尤其非中心地区的一些城商行、农商行近年来经营效益不佳，甚至有的连年亏损。

遇冷成常态 其背后缘由何在中小银行股权是资产拍卖领域的常客，但并不能每次都受到欢迎。不少标的一而再地以打折、降价的方式出售，依旧难以寻得较好的接盘投资者。为什么会出现这种“遇冷”现象？专家学者认为主要有两方面原因：一方面是由于宏观环境影响下，中小银行业绩下滑、风险上升，降低了股权的投资收益，成为“烫手山芋”；另一方面则是监管部门近年对银行股东行为

的监管趋严，股东尤其是控股股东需要承担的义务增多；严监管使得股东通过非公允关联贷款等方式从银行获取收益的可能性下降，降低了银行股权对股东的吸引力。

另一方面，中国人民银行在今年六月发布了《中国区域金融运行报（2021）》，对 402 家地方法人银行的调查结果显示：农信机构总资产、总负债增速提高较快，资本充足率适中，总体风险可控，但样本银行净息差 2.1%，同比下降 0.13 个百分点，为近三年来最低水平。净息差收窄，就意味着银行的盈利能力承压，而中国人民银行发布的这份报告结果犹如一记重锤，为主要依靠净息差盈利的诸多中小银行增加了不小的负担，因而这也影响了中小银行股权在市场上交易的接受度和认可度，于是股权遇冷和流拍也就成为了经常出现的现象。

那么，中小银行股权如此频繁变动，是否会对银行产生不利影响？研究者们普遍认为确实会有一定影响，首先，多次拍卖不利于银行尽快形成稳定的治理架构，会影响到银行的稳健运行；其次，如果频繁拍卖，对银行的社会声誉也会造成一定的不利影响。

中小银行如何走出股权流拍之困

但也并非所有的中小银行股权拍卖都无人问津，也有一些值得人们关注并从中总结经验的成功案例：近期，来自新加坡的星展银行以人民币 52.86 亿元的资金量认购深圳农商行 1,351,796,287 股股份，这次认购的股份规模占深圳农商行发行后总股本的 13%。交易完成后，星展银行成为深圳农商行的第一大股东，也是近十年来境外战略投资者首次入股中小银行。这样的例子也并非孤例，在拍卖市场中也有一些获得合理价格成交的标的，总之，在中小银行股权拍卖领域中出现的这种分化现象说明只要银行自身保证良好的发展前景，寻求自身的独特优势，在拍卖时便可以增强自身作为标的的竞争力，扭转局面。

首先，中小银行应尽快完善公司治理。因为中小银行公司治理是监管层关注的焦点，深化金融领域关键性改革的举措中就包括加快中小银行改革为突破口，提升金融机构体系稳健性；以公司治理为抓手，完善现代金融企业制度等等。这些举措都说明对于中小银行来说，完善股权治理很重要。当前诸多中小银行股权拍卖在市场中表现艰难体现出股权分散的现实情况，这个问题对于银行的长期发展必然不利。其次，在不少中小银行面临转型压力时，积极寻求合并重组也是一种

能够提高风险防御能力的方式。疫情之下，银行业“强者恒强”的马太效应越来越明显，而目前中小银行因立足于服务本地的特点，使得其发展受当地经济环境影响比较大，因此中小银行需要与本地经济特点紧密结合，并积极寻求合并，以形成“抱团取暖”的合力。而整合而来的中小银行发展关键在于如何发挥合力优势，寻求新的发展可能。最后，中小银行数量繁多，而且还有一个普遍特征就是应对舆论风险的能力较弱，一家小机构的不良舆论可以发酵成整个中小银行的大风险，但实际上众多中小银行中也有不少优质机构，只是由于大多数都立足本土而容易被大资本忽略。因此需要更多地进行发声，加上良性经营，才能在拍卖市场中得到更好的反馈。

（来源：《中国拍卖》2021.8 总第 181 期）

【协会动态】

中国拍卖行业协会文件

中拍协[2021]49 号

关于开展 2021 年“全国拍卖咨询服务周”活动的通知

各省（区、市）拍卖行业协会、各有关拍卖平台、拍卖企业和从业人员：

今年是建党 100 周年，也是我国“十四五”开局之年，为贯彻落实党的十九大精神、习近平新时代中国特色社会主义思想 and 习近平“七一”重要讲话精神，继续发挥好拍卖咨询服务周的品牌宣传作用，推动拍卖行业高质量发展，经研究，决定于今年 9 月至 12 月在全国范围内组织开展“2021 年全国拍卖咨询服务周”活动。现将有关事项通知如下：

一、活动主题

庆祝建党 100 周年，铸就拍卖新辉煌。

二、活动形式

围绕宣传主题，组织拍卖企业、拍卖平台、从业人员，以业内外喜闻乐见的活动形式，积极引入新媒体渠道，以线上线下相结合的方式开展相关宣传活动，着力宣传在党的领导下行业自恢复发展以来取得的发展成就和社会贡献；着力宣

传拍卖行业贯彻新发展理念、构建新发展格局的发展规划和具体市场探索；着力宣传拍卖行业创新发展中的新政策、新模式、新经验，具体活动可包含以下内容：

1. 党建引领，开展“党史学习教育”。发挥、利用好拍卖中的“红色资源”，结合行业特点组织专题展览、专题活动，传承红色基因，庆祝建党百年；以党史学习为主题，加强行业内特别是与行业上下游各级党组织之间的党建共建、经验交流，以党建促会建、以党建促发展。

2. 落实规划，开展“拍卖季”等集中性主题拍卖。根据《中国拍卖行业“十四五”发展规划》要求，依托拍卖平台，围绕十四五期间行业重点发展任务和发展领域，组织策划专题性“拍卖季”等集中性线上拍卖活动和论坛交流，宣传市场化拍卖领域，展现行业专业化、数字化建设成就；创新运用新媒体等新渠道、新模式做好“拍品推介”、拍卖从业者、企业和行业的宣传，做好创新企业经验分享。

3. 以人为本，培育工匠精神和企业家精神。开展“业务骨干人才和后备人才培养”、“拍卖师执槌20年”等交流活动。

4. 依法治理，宣传拍卖市场法治建设成果。开展“《民法典》中的拍卖”等法律知识学习培训活动，扩大拍卖相关法律法规的社会宣传；开展保护从事拍卖活动各类民事主体合法权益的法律公益宣讲活动。

5. 社会共享，开展公益活动。组织或参与关于“抗疫防疫”、“精准扶贫”、“新农村建设”等方面的慈善公益活动，扩大专业慈善拍卖的社会影响；宣传拍卖行业的爱心善举。

三、活动要求

1. 请各地结合自身实际，发挥各自优势，围绕主题在9-12月内选择一周集中开展具有地方特色的主题宣传活动。活动中应严格按照党中央、国务院疫情防控工作统一部署和相关要求，做好疫情防控工作。

2. 请各省（区、市）协会制定开展本次活动的具体实施方案并在9月15日前报中拍协理论宣传部；活动期间请及时报送具体活动的宣传报道，中拍协将在《中国拍卖》、官方网站、微信等新媒体进行集中展示，组织有关媒体进行宣传报道；活动结束后请及时对活动情况进行总结，于12月20日前将书面总结材料提交至中拍协理论宣传部。中拍协将根据活动开展情况对工作突出、反响较好的协会、企业进行表彰。

如需咨询请联系中拍协理论宣传部。联系人：王葶 欧树英 010—64936477
邮箱：wangran@caal23.org. cnouyang@caal23.org.cn

二〇二一年八月十三日

【业界博客】

艺术品收藏的误区

随着经济的不断发展和国民文化素质的不断提高，国内艺术品收藏的热潮渐渐兴起。北京、上海、广东等地的艺术品拍卖会的火爆，加之新闻媒体纷纷开辟文化收藏和投资版面和栏目的阵阵宣传和炒作，越来越多的人涌向了拍卖场和古玩市场。人们埋头在字画和古玩堆里学习和品头论足，拍卖场上出现的一个又一个成交纪录，带来了文化艺术品市场的空前繁荣。如果我们深入、仔细地了解一下进出拍卖场和古玩市场的人们的收藏心理，对艺术收藏品市场的发展和走向进行一番研究，就会发现目前国内的艺术品市场有着许多奇怪的现象，收藏者中还存在着许多观念上的误区。

怪事之一是许多艺术品年代久的卖不过年代近的。我们经常可以在拍卖会上看到，汉代的陶瓷、玉器和青铜器卖不过明清的瓷器和玉器，清代、民国的民窑瓷器常常只卖到几百元人民币一件，而当代景德镇艺术瓷器的价位也在几百元上，甚至可以达到上千元；宋代以来的珍稀铜钱找不到买家，‘99年刚发行的当代金银币却受人欢迎；明清的名家字画在拍卖场上不如现、当代著名画家的作品价位高……。这些情况的出现与国际上的艺术品收藏的状况有着极大的不同。笔者以为，这些怪现象出现的原因也许就在于目前国内的艺术品市场和收藏观念还处于初期阶段。

实际上，由于国内的经济基础和国民的文化水准还远低于国际社会，国人的收藏观念还未能真正建立起来，收藏族远未形成一定的规模，而进出拍卖场和古玩店的多数买家仍为投资型甚至投机型，他们把赢利作为主要目的，而收藏仅仅作为附着于投资过程中的暂时行为，也许这样的动机对于艺术品市场的形成曾经起过很大的推动作用，但对于艺术品市场的进一步深入、稳定的发展就会形成制约。艺术品买家热衷于找出艺术品价位的城乡间差别、南北方差别、拍卖会与古

玩店以及拍卖会之间的差价以牟取利润。由于买家主要考虑的是增值和价差，而不是出于对艺术品的真正喜爱，就难以很快形成规律化和成熟的艺术品市场。

在艺术品的艺术水准、精美程度和作者的闻名程度面前，买家往往会更看重后者。那些在历史上由于某种原因出了名或者各种职位较高的书画家的作品，无论其作品的艺术水准是否高，作品的质量是否好，往往都会卖出好价钱。笔者常常在拍卖场看到，齐白石画的一条小虫或小鸡的小品画的价位要远高于一些著名画家的精品之作。当代一些艺术水平极高的画家的大幅精品却卖不过名家的应酬画。这一收藏误区反映了买家的赚钱的目的多于收藏，短期行为是其主要的购买动机，或者表明了某些买家对艺术作品不了解或者不看重。

许多艺术品鉴定家的鉴赏观念也会陷入一种误区。我们常常看到的是对于鉴定家对于艺术品真伪的鉴定和市场的估价，买家在拍卖场探讨和议论的也多是真伪和价位的问题，却很少有人着重于赏析这些艺术作品。人们似乎缺少真正的收藏家对于艺术珍品那种爱不释手的感情，想的更多的是如何赢利。

许多买家也缺少对艺术收藏品的全面了解和专项研究，自己的藏品没有整体特点和品类划分，往往是市场上什么赚钱就买什么，什么来钱快就买什么，甚至人云亦云，市场上流行什么就买什么，缺少真正收藏家所具有的藏品品位和个性。为了适应这种“投资型”买家的需要，拍卖公司和古董商们就要经营那些急需赚钱而对于文化艺术知之不多的人所追求的东西，从而强化了市场上的投机和“炒作”。老的东西既不容易搞懂也不宜炒作，于是人们就蜂拥而上抢购那些新的和简单的艺术品，市场也就随之而扭曲了。只有随着未来我国经济的进一步发展和人民生活水准的提高和文化品味的增强，真正意义上的收藏才能成为艺术品市场购买的主要动机。

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.cqspx.com E-mail：cqpx@163.com 1430308205@qq.com