

内部资料

注意保存

# 重庆拍卖

第七期

(总第 225 期)

二〇二三年七月十日

## 本期目录

### 【政策动向】

- ▲ 事关营商环境重点领域改革，权威回应！ / (2)

### 【行业资讯】

- ▲ 中拍协艺委会第五届换届会议在京召开 / (5)
- ▲ 《中国文物艺术品拍卖 30 年研究报告》发布 / (9)
- ▲ 第三届“执槌 20 年成就”拍卖师交流论坛暨颁证典礼在冀举办 / (12)
- ▲ 上海拍卖业的数字化转型之路 / (14)

### 【市场观察】

- ▲ 直播间的千亿市场 开拓传统拍卖新赛道 / (16)
- ▲ 如何做好机动车拍卖网络直播 / (20)
- ▲ 从报废机动车拍卖看竞买人的资质要求 / (21)
- ▲ 造纸设备屡现拍卖市场及高溢价率成交的原因 / (22)

### 【拍界研究】

- ▲ 慈善拍卖活动的策划与组织 / (23)

### 【业界博客】

- ▲ 新文物出境限制名单所带来的影响 / (27)

## **【政策动向】**

### **事关营商环境重点领域改革，权威回应！**

近日，国务院召开常务会议，听取优化营商环境工作进展及下一步重点举措的汇报。国务院新闻办公室6月14日下午举行国务院政策例行吹风会，介绍深化营商环境重点领域改革有关情况，一起关注！

#### **问：深化营商环境重点领域改革，将做好哪些工作？**

国家发展改革委将会同有关部门深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，聚焦企业反映的突出问题，分批次加快推出针对性政策措施，深化营商环境重点领域改革，进一步稳定社会预期，提振发展信心，激发市场活力。突出做好三个“着力”。

#### **一是着力深化市场化改革，充分保障公平竞争。**

制定《公平竞争审查条例》《招标投标领域公平竞争审查规则》，开展妨碍统一市场和公平竞争的政策措施清理，启动招标投标领域重点问题专项整治。督促银行业落实小微企业信贷计划，推动普惠性小微企业贷款持续增量扩面。

#### **二是着力强化法治化支撑，切实稳定企业预期。**

完善法治化营商环境顶层设计，从立法、执法、司法、守法、普法等各环节一体推进法治化营商环境建设。开展罚款事项专项清理。加快构建数据知识产权保护规则，实施知识产权公共服务普惠工程。

#### **三是着力提升国际化水平，稳步扩大制度型开放。**

推进更高水平开放型经济新体制建设，在有条件的自贸试验区和自由贸易港试点对接国际高标准推进制度型开放。继续做好外商投资促进和服务工作，深化通关便利化改革。支持京津冀、长三角、粤港澳大湾区等打造一流营商环境，带动全国营商环境整体优化。

#### **问：围绕缩小区域间营商环境差距，下一步有哪些重点工作？**

近年来，各地区、各部门不断加大营商环境重点领域改革力度，推动政府职能向减审批、强监管、优服务转变，营商环境持续优化改善。但是由于基础条件、发展状况不平衡

等影响，各地落实营商环境改革事项的成效有差异，部分地方仍然存在“办事繁、问询难、多头跑、来回跑”等现象。下一步，围绕缩小区域间营商环境差距，重点做好3方面工作。

### **一是促进薄弱区域加快改革步伐**

指导和督促营商环境改革相对滞后地区落实落细《优化营商环境条例》，聚焦经营主体集中反映的普遍性、深层次问题加快改革步伐，探索差异化营商环境优化路径，提升政府服务意识和能力，打通改革落地见效“最后一米”。

### **二是支持重点区域对标国际先进先行先试**

继续服务保障国家重大战略，加快推进京津冀、长三角、粤港澳大湾区等打造一流营商环境，以点带面、提质扩面，引领带动各地对标先进加力优化营商环境。

### **三是鼓励各地方因地制宜争创细分领域标杆**

充分考虑城市发展水平和基础条件，因地制宜、因城施策，建设更多营商环境特色品牌，形成百舸争流的创新局面。

### **问：市场监管总局在治理涉企违规收费方面采取了哪些措施？**

市场监管总局多措并举深入治理违规收费问题，切实推动降费减负各项优惠政策落到实处。一是持续开展重点领域涉企违规收费问题整治。二是部署今年涉企违规收费整治和交叉检查工作。重点检查政府部门及下属单位、金融领域、公用企业等领域收费问题，突出政策红利落实，严查行政审批中介服务收费、商业银行强制收费、电力工程安装收费等领域违法行为，着力降低企业制度性交易成本、融资成本和用能成本。三是开展涉企违规收费问题整改情况“回头看”。

### **问：今年以来税务部门在优化营商环境方面做了哪些工作？**

一是提效税费政策落实，打造惠企减负担的税收营商环境。不折不扣落实党中央、国务院作出的延续和优化实施部分阶段性税费优惠政策的决策部署，确保政策红利精准直达经营主体。今年1-4月，全国新增减税降费及退税缓费4689亿元。二是提速税费智能办理，打造便捷高效能的税收营商环境。拓展非接触事项范围，试点增值税留抵退税“智能

预填”、出口退税“免填报”等功能。目前已实现 96%的税费事项、99%的纳税申报可网上办理，全国社保缴费“网上办”“掌上办”业务量占比达 95%以上。三是提升税收执法效能，打造公平可预期的税收营商环境。

### **问：如何推进高水平对外开放。提升贸易投资自由化便利化水平？**

今年 1 月 1 日，新版《鼓励外商投资产业目录》正式施行，新增了 239 条鼓励条目，新增条目达到历年来新高，鼓励外商投资的行业、领域进一步扩大。下一步，将全面对接国际高标准市场规则体系，推进更高水平开放型经济新体制建设，稳步扩大规则、规制、管理、标准等制度型开放。

**第一，推出更大力度引资政策。**在现有政策基础上，研究出台更大力度吸引外资的政策措施，优化公平竞争环境，畅通创新要素流动，促进内外资企业务实合作。

**第二，合理缩减外资准入负面清单。**在评估近几年外资准入负面清单实施效果基础上，深入了解地方、外资企业等方面扩大外资市场准入的诉求，研究缩减海南自由贸易港外资准入负面清单等措施。

**第三，进一步做好外商投资促进和服务。**继续举办国际产业投资合作系列活动，为跨国公司在华投资和地方招商引资提供平台，健全外资企业直接联系点机制，畅通沟通渠道，及时协调解决企业反映的问题和合理诉求，为企业投资和生产经营提供便利。

### **问：海关在服务外贸创新发展方面有哪些新的举措？**

6 月 12 日，海关总署在海关职责范围内，推出了优化营商环境 16 条，其中服务外贸创新发展措施主要体现为“三个更好”。

#### **第一，更好支持新业态持续健康发展。**

聚焦企业的需求，有序开展跨境电商海关监管综合改革，提升跨境电商网购保税进出口监管标准化水平。针对企业退货的痛点，优化跨境电商商品进出口退货措施，完善升级退货中心仓功能，试点开展跨境电商网购保税零售进口跨关区退货模式，研究扩大跨境电

商一般出口商品跨关区退货试点，解决企业退货难题。另外，大力支持保税维修新业态发展，拓展保税维修业务范围。

### **第二，更好服务加工贸易等创新发展。**

创新海关监管机制，优化作业手续，进一步推进加工贸易便利化，促进加工贸易持续健康发展和产业链供应链稳定。同时，加快推进综合保税区的综合改革，研究出台新一轮支持综合保税区高质量发展的措施，进一步完善政策、拓展功能、简化手续、优化服务。另外，还优化边民互市贸易监管，对边民互市贸易落地加工商品实行相关便利化通关措施，促进边境贸易创新发展。

### **第三，更好激发企业创新活力。**

首先，重点激发“专精特新”企业成长活力，加强“专精特新”企业成长培育。同时，进一步扩大主动披露政策适用范围，对符合要求的企业依法从轻、减轻或者不予行政处罚，依法减免缴纳税款滞纳金，为企业提供容错纠错、守法便利通道。充分发挥知识产权海关保护对于保护企业创新的重要作用，强化知识产权海关保护，保护守法企业创新发展。

## **【行业资讯】**

### **中拍协艺委会第五届换届会议在京召开**

2023年6月20日，中国拍卖行业协会文化艺术品拍卖专业委员会第五届换届会议在北京召开。文化和旅游部市场管理司一级巡视员李建伟、演出和艺术品监管处处长武芳梅，北京市文物局一级巡视员向德春、二级巡视员张军，专家顾问励小捷、赵榆、许勇翔，中国拍卖行业协会会长黄小坚、副会长胡妍妍、副会长万捷、副会长祁志峰等有关领导和专家出席会议。艺委会委员企业、申请入会企业及相关受邀企业共约120人参加会议，会议由中国拍卖行业协会秘书长贺慧主持。

### **会议审议通过相关报告**

会议审议通过了《关于中国拍卖行业协会文化艺术品拍卖专业委员会第五届换届筹备工作情况及议程安排的报告》《中国拍卖行业协会文化艺术品拍卖专业委员会第四届（2017-2022）工作报告》《中国拍卖行业协会文化艺术品拍卖专业委员会第四届（2017-2022）财务报告》以及《关于〈中国拍卖行业协会文化艺术品拍卖专业委员会工作规则〉的修改建议》。

五年来，中拍协艺委会带领全国文物艺术品拍卖企业，以“规范化”、“质量化”、“业态化”、“国际化”、“网络化”为发展方向。在政策上协调了追续权、全额开票、回流文物艺术品降税等若干重大问题；在行业规范上深耕企业经营核心环节，先后印发一系列指导规范；在方向引导上开创多种评价机制，提升行业正面形象；在业态体系构建上不断推动交易链和服务链的合作，形成较为完整的业态结构；在国际化进程上广泛开展交流合作，推进规则接轨与市场融合；在理论研究上完成了多个课题和项目研究，为政府制定政策和企业提升管理提供依据；在战略发展上支持北京、上海、海南三大艺术品交易中心建设，形成突出的区域优势；在活动举办上成功组织多次论坛，开展行业30年宣传，打造行业影响力。

中拍协秘书长贺慧做了艺委会换届筹备情况报告，艺委会秘书长余锦生做了艺委会第四届工作报告，会议产生了新一届领导班子。

会议通报了《中国拍卖行业协会关于艺委会第五届主任委员的聘任决定》《中国拍卖行业协会关于艺委会第五届副主任委员候选人名单的批复》《中国拍卖行业协会关于艺委会第五届秘书长人选的批复》，并就《中国拍卖行业协会关于艺委会第五届副主任委员提名名单》进行表决，由此产生了新一届领导班子。

### **会议同时召开五届一次主任办公会议**

五届一次主任办公会议审议通过了《中国拍卖行业协会文化艺术品拍卖专业委员会第五届顾问提名名单》《中国拍卖行业协会文化艺术品拍卖专业委员会第五届副秘书长提名名单》《关于申请入会及退会企业的报告》。

## **会议同时召开五届一次全体会议**

五届一次全体会议通报了《中国拍卖行业协会文化艺术品拍卖专业委员会第五届顾问名单》《中国拍卖行业协会文化艺术品拍卖专业委员会第五届副秘书长名单》《新入会企业及退会企业的名单》；审议通过了《中国拍卖行业协会关于文化艺术品拍卖专业委员会2023年度工作要点及预算》；同时与雅昌文化集团联合发布了《中国文物艺术品拍卖30年研究报告》。

## **会议讨论企业风险管理及业务人员信用管理**

五届一次全体会议重点汇报《文物艺术品拍卖企业风险管理课题研究》成果和《文物艺术品拍卖企业业务操作及管理指南（征求意见稿）》，旨在引导拍卖企业规范内部业务流程，建立风险防控及应对机制。同时还重点就文物艺术品拍卖业务人员信用管理的内容、管理方式进行充分讨论。

## **有关地方政府部门介绍情况及政策**

五届一次全体会议上，北京商务中心区管理委员会、上海市黄浦区文旅局、三亚中央商务区管理局等三个部门分别介绍地方情况、艺术产业规划及对拍卖企业、拍卖活动的扶持政策。

## **黄会长希望企业自律自爱自信自强**

黄小坚会长在讲话中首先感谢文旅、文物等政府部门、专家学者和相关配套产业多年来对文物艺术品拍卖的关心和支持，感谢艺委会领导班子的付出和全体委员的配合，使得五年来艺委会在行业建设和发展上取得显著成效。他同时对拍卖企业提出了四点希望：一是希望企业能够自律，加强管理，诚信经营；二是希望企业能够自爱，珍惜行业，守望相助；三是希望企业能够自信，坚定信念，不忘初心；四是希望企业能够自强，用好政策，开拓创新，做大做强，做专做精。

## **中拍协艺委会第五届相关人员**

专家顾问：励小捷 赵榆 许勇翔

主任委员：黄小坚

副主任委员：胡妍妍 中国嘉德国际拍卖有限公司董事总裁

王 蔚 北京保利国际拍卖有限公司总经理

万 捷 雅昌文化（集团）有限公司董事长

甘学军 北京华辰拍卖有限公司董事长兼总经理

左京华 北京诚轩拍卖有限公司董事长

范存刚 北京荣宝拍卖有限公司董事长兼总经理

薛世清 中贸圣佳国际拍卖有限公司总经理

秦岳峰 北京翰海拍卖有限公司董事长兼总经理

朱 旗 上海朵云轩集团有限公司总经理

第十四届全国政协委员：祁志峰 陕西天龙国际拍卖有限公司董事长

陆镜清 西泠印社拍卖有限公司总经理

李亦非 广州华艺国际拍卖有限公司董事长

许习文 广东崇正拍卖有限公司董事总裁

秘书长：余锦生

副秘书长：刘 莹 中国嘉德国际拍卖有限公司副总裁

王红卫 北京保利国际拍卖有限公司副总经理

贾晋华 北京银座国际拍卖有限公司董事长

徐 磊 北京诚轩拍卖有限公司行政主管

杜 耕 天津鼎天国际拍卖有限公司董事长

陈 赟 南京经典拍卖有限公司董事长

陆丰川 西泠印社拍卖有限公司副总经理

何奇峰 北京荣宝拍卖有限公司常务副总经理

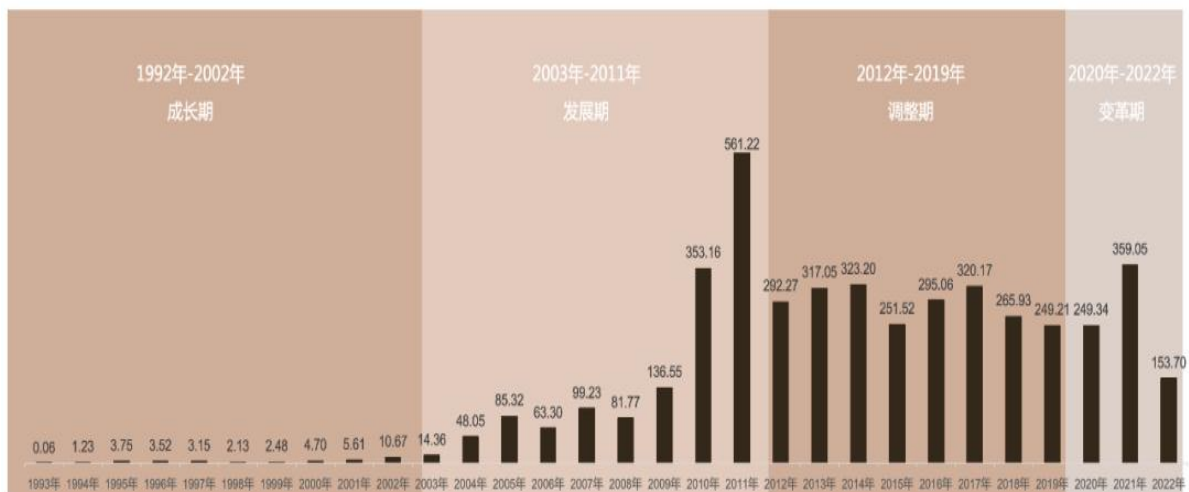


## 《中国文物艺术品拍卖 30 年研究报告》发布

2023 年 6 月 20 日,《中国文物艺术品拍卖 30 年研究报告》在中国拍卖行业协会文化艺术品拍卖专业委员会五届一次全体会议上发布,受到了业界的高度关注。

雅昌艺术研究院院长徐翠耘介绍,该报告由中国拍卖行业协会与雅昌文化集团联合推出,并获得了政府相关机构、各拍卖企业、收藏家、专家学者等的鼎力支持。报告主要通过数说拍卖 30 年、众说拍卖 30 年、榜单拍卖 30 年及纪事拍卖 30 年四个部分,分析我国大陆地区文物艺术品拍卖市场在法制建设、行业标准、市场发展、国际影响力等方面的发展变化,展望行业发展的未来。

我国文物艺术品拍卖在 20 世纪 80 年代中后期萌芽发展,“92 北京国际拍卖会”的成功举办开启了现代意义上的文物艺术品拍卖市场。自此主要经历了成长期、发展期、调整期和变革期四个阶段,并取得了瞩目发展成就。历经 30 年发展,我国文物艺术品拍卖市场已成为国家文化软实力的重要组成部分,成为全球三大国际文物艺术品拍卖市场之一。

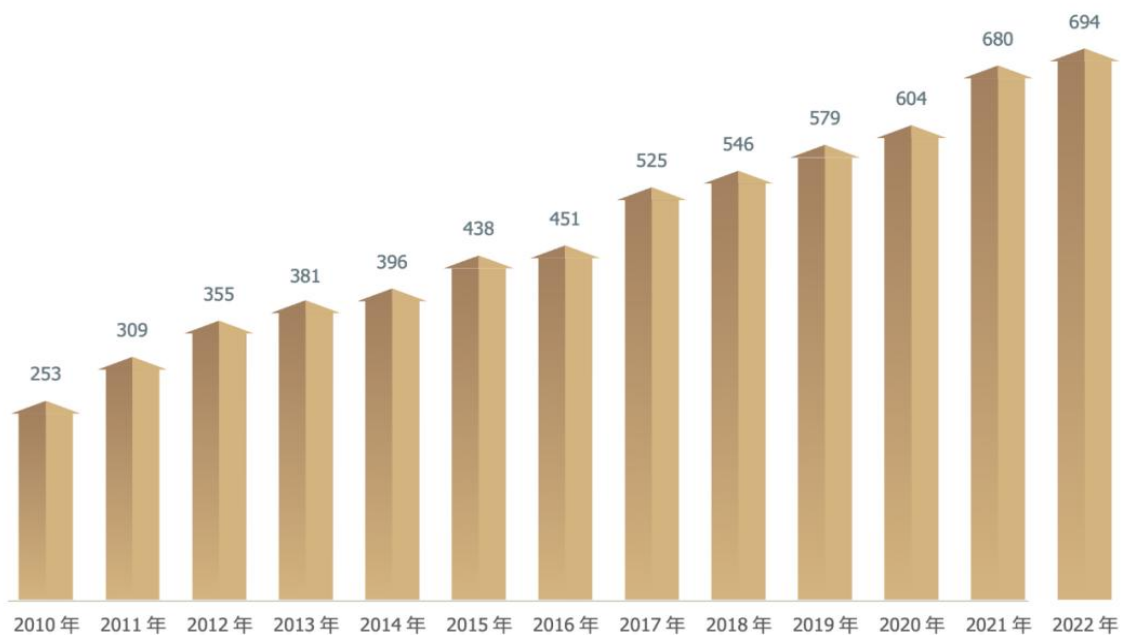


数据来源:雅昌艺术研究院(AAA),统计时间:1993年1月1日-2022年12月31日。

4

30 年里,我国文物艺术品拍卖企业规模从 6 家试点企业到近 700 家,成交量从初期每年的百余件(套)到十几万件(套),成交额也从初期的几百万元增至几百亿元;拍卖市场的规范化、标准化、专业化和数字化不断得到有效推进,并与国际市场形成了较强的融合与联动。

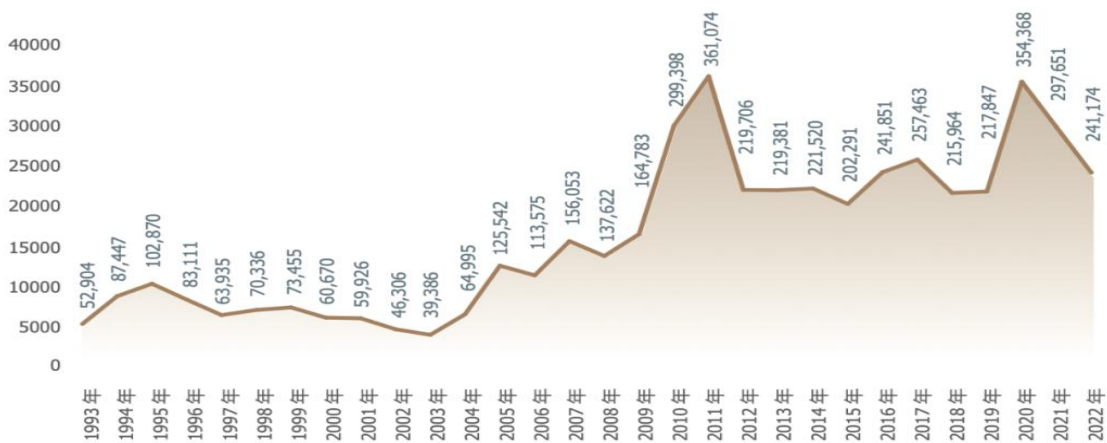
图 1-21 2010-2022 年 中国文物艺术品拍卖企业数量



数据来源：中国拍卖行业协会，统计时间：2010年1月1日至2022年12月31日。

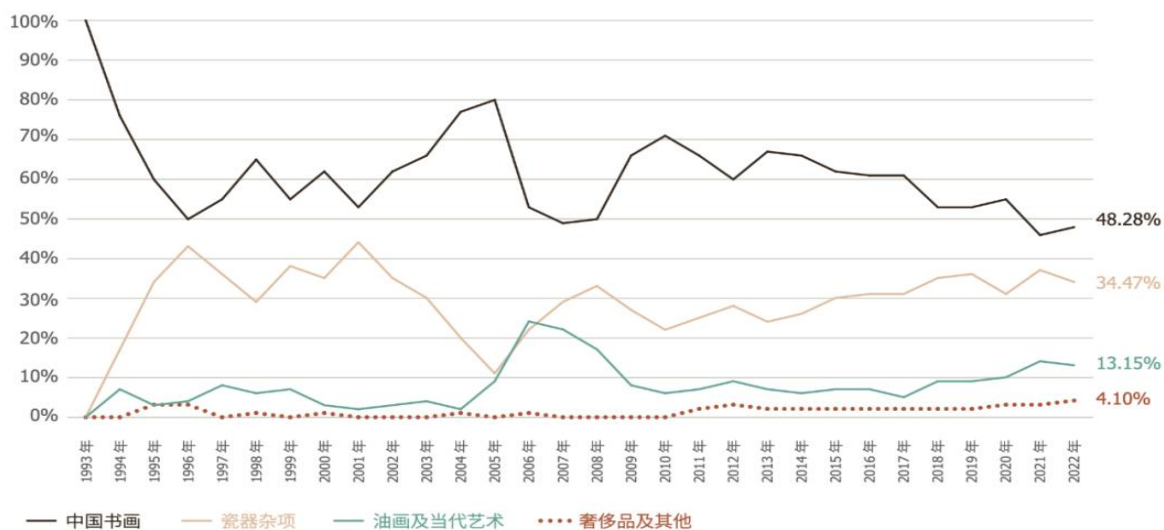
我国文物艺术品拍卖市场在1992年至1999年缓慢增长。从2000年始，市场交易规模增加，其中，2009年-2011年交易量激增，成交量平均涨幅38%；成交额平均涨幅达95%，2011年拍卖总额突破500亿元，达到历史高峰。作品均价整体呈上升趋势，其中，2011年作品均价水最高，为36万元/件（套）；其次是2020年。2011年至2021年，年度市场结算进度基本在45%-60%之间，近几年呈现下降趋势，2021年仅为46.17%。

图 1-33 1993-2022 年 中国文物艺术品拍卖市场均价走势 (元/件(套))



数据来源：雅昌艺术研究院（ARAA），统计时间：1993年1月1日至2022年12月31日。

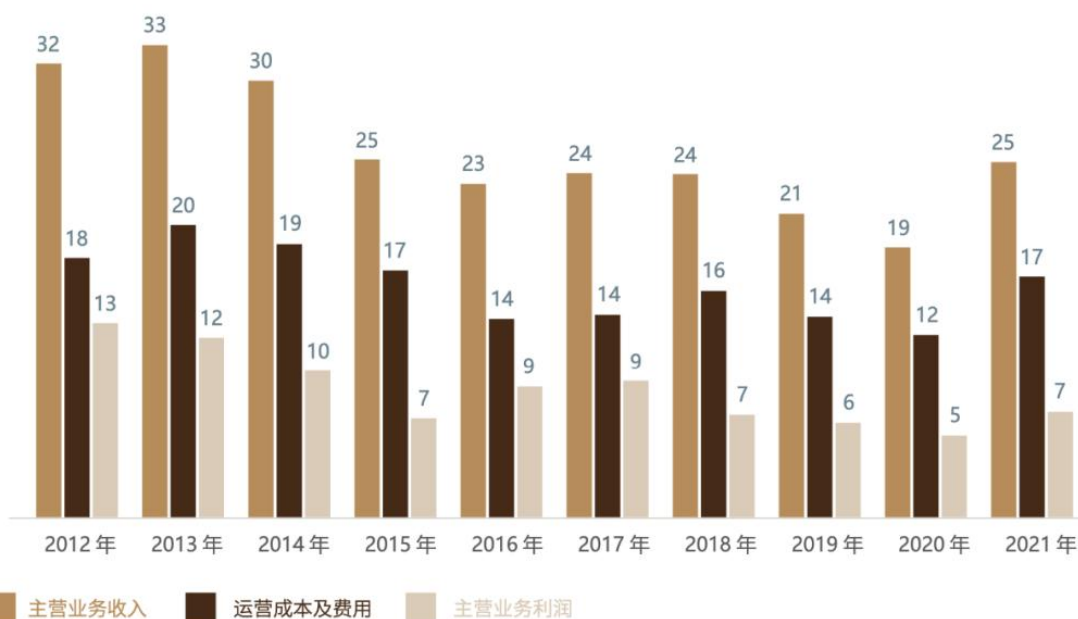
图 1-39 1993-2021 年 中国文物艺术品细分板块拍卖份额变化图



数据来源：雅昌艺术研究院（ARAA），统计时间：1993年1月1日至2022年12月31日。

行业效益方面，据介绍，2012年至2021年我国文物艺术品拍卖企业主营业务收入共计260亿元；运营成本及费用总计165亿元，占主营业务收入的63.32%；主营业务利润共计90.21亿元。我国文物艺术品拍卖企业实收双方佣金，2011年至2021年共计280亿元，平均实收双方佣金比例为15.40%。

图 1-25 2012-2021 年 中国文物艺术品拍卖企业主营业务经营情况 (RMB, 亿元)

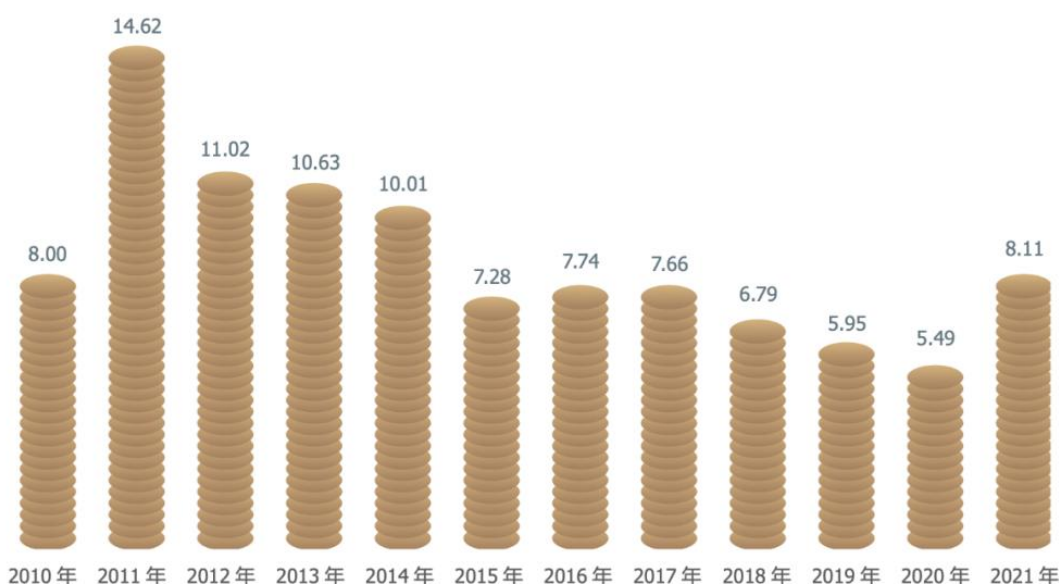


数据来源：中国拍卖行业协会，统计时间：2012年1月1日至2021年12月31日。

注：本数据以全国文物艺术品拍卖企业为基础，不限于样本公司

行业贡献方面，主要从税收贡献、产业链贡献及社会公益三个方面进行了分析。徐翠耘指出，我国文物艺术品拍卖行业的贡献，不限于税收贡献、公益拍卖、慈善捐款、产业链贡献等数字上，还对促进我国文物回流、推进文化艺术传播、提升大众文物保护意识、助力文博事业发展、提高文化国际影响力，以及引领艺术生活潮流等方面发挥着重要的作用。

图 1-27 2010-2021 年 中国文物艺术品拍卖企业创税情况 (RMB, 亿元)



数据来源：中国拍卖行业协会，统计时间：2010年1月1日至2021年12月31日。

备注：税收内容包含企业增值税（营业税）、企业所得税、委托方代扣代缴所得税等，本数据以全国文物艺术品拍卖企业为基础，不限于样本公司。

中国文物艺术品拍卖市场走过了30年，取得了前所未有的成就。我们相信，下一个30年、100年，中国文物艺术品拍卖行业更加辉煌！

### 第三届“执槌20年成就”拍卖师交流论坛暨颁证典礼在冀举办

6月15日上午，中国拍卖行业协会拍卖师分会在石家庄以“成就与使命，传承与创新”为主题举办第三届“执槌20年成就”拍卖师交流论坛暨颁证典礼。130余名在拍卖行业辛勤耕耘20年的拍卖师代表齐聚石家庄，共同参加这次属于拍卖师的盛会。河北省商务厅

副厅长徐彦平、河北省拍卖行业协会会长蒋旭、中国拍卖行业协会会长兼拍卖师分会会长黄小坚到会致辞。中国拍卖行业协会副会长兼拍卖师分会副会长法勇生、协会秘书长贺慧、副秘书长季乐，以及拍卖师分会副会长郑晓星、袁国良、关海亮等出席论坛。中拍协副秘书长欧树英主持活动。

### **感恩时代 祝贺成就**

河北省商务厅副厅长徐彦平致辞介绍河北省拍卖业发展情况，指出当下正处于一个变革的时代，拍卖行业和拍卖师也正面临新机遇新挑战，希望执槌 20 年拍卖师们在论坛中集思广益，对新形势下拍卖业创新发展提出新思路、新路径。

河北省拍卖行业协会会长蒋旭在致辞中指出，执槌 20 余载的拍卖师是意志的强者、知识的富翁、时代的楷模。希望论坛能总结过去、放眼未来，给年轻的拍卖师们更多的实战经验、理论知识、创新理念，为行业的健康发展做出贡献。

中国拍卖行业协会会长兼拍卖师分会会长黄小坚在致辞中指出，拍卖师是行业发展的宝贵财富，在拍卖行业发展历程中发挥了不可替代的作用。他强调，继往开来，我们一是要感恩改革开放的伟大时代造就的行业和个人发展的时代机遇。二是要祝贺执槌 20 年拍卖师在投身改革开放大潮中所取得的不平凡成就。三是希望执槌 20 年拍卖师面向未来及时总结经验、分享思路，共促行业传承创新。

### **总结成就使命 促进传承创新**

中国人事科学研究院学术委员会委员、企业人事管理研究室主任范巍在题为《拍卖师职业资格制度的改革趋势与发展方向》的主题演讲中介绍了国家职业资格制度改革的方向，他指出经过共同努力，以拍卖师为塔尖，涵盖新职业拍卖服务师及下设三个工种、拍卖相关职业在内的新时代拍卖行业从业人员“1+1+3+N”的行业职业体系正在建立。

在论坛“成就与使命”单元，中拍协拍卖师分会副会长、广东省拍卖业协会会长郑晓星以《从拍卖师到拍卖职业教育事业参与者》为题，分享了入行初心、职业教育发展历程和作为一名职业教育工作者的自我要求。中拍协拍卖师分会副会长、河北省拍卖行业协会

副会长、河北嘉海拍卖有限公司董事长袁国良则以《执槌拍卖，是我对人生的第二次选择》为题，讲述了从一名军人到拍卖企业负责人再到拍卖师的 20 多年人生选择中不断钻研、精于策划、坚守底线的从业理念。在论坛“传承与创新”单元，中拍协拍卖师分会副会长、中国嘉德国际拍卖有限公司拍卖师关海亮以《人工智能与拍卖》为题分享展望了人工智能与拍卖师相遇、组合所可能催生的新变化、新应用。晓文直播间创始人、北京德艺咨询有限公司董事长王晓文从《以直播拍卖开启艺术品交易增量市场》的角度分享艺术品直播拍卖中专业服务、供应链建设、互联网融合发展的经验，为拍卖师转型线上提出了建议。河北仕邦拍卖有限公司董事长、秦皇岛鼎信破产清算事务所有限责任公司总经理秦征从破产财产拍卖切入，就《以专业服务开创破产业务新局面》主题分享了市场新机遇和专业要求。

### **颁发证书 分享荣誉**

中拍协会长黄小坚、副会长法勇生、秘书长贺慧等领导嘉宾为受邀来到现场的 130 余名执槌 20 年拍卖师颁发证书并向他们表示最热烈的祝贺和崇高的敬意。据悉，自 2018 年以来，中拍协已经发布四批执业累计满 20 年的拍卖师名单。今年一共有 1493 人经公示获得“执槌 20 年成就”称号。未来，随着国家注册拍卖师制度的发展，为进一步提高职业成就感、行业认同感，增进交流与传承，中拍协在开展“执槌 20 年成就”颁证外，还将在 2027 年对“执槌 30 年”拍卖师进行表彰。

## **上海拍卖业的数字化转型之路**

历时一个月的“公拍网第四届五五拍卖节”取得可喜的成绩单——与去年第三届五五拍卖节相比，拍卖成交总额增长 76.99%，拍卖标的数量增长 102.16%，拍卖机构增长 64.15%。

### **平台给力**

公拍网连续四年举办“五五拍卖节”，知名度和影响力不断提升，品牌更加高能，业态更加多元。司法、资产、珍品三大主题频道升级；特色专场，热门活动，一触即达；数字运营，智能助理让用户沉浸式体验；电脑参拍、手机参拍灵活同步——公拍网，着力于

平台化建设、专业化服务，为上海拍卖业数字化转型赋能。“今年的五五拍卖节上，受欢迎的大众消费品为家居用品，用户关注度达 23%。较 2022 年的五五拍卖节，钱币、邮票的热度上升幅度达 1523.24%”公拍网产品经理说。

### **服务给力**

数据是洞察客户与市场的关键，技术是开拓业务与创新服务的基石。“从去年底以来，我们在公拍网上连续推出钱币专场，书画专场，邮票专场，传统拍卖会的系列化转换成公拍网平台上的持续化”上海驰翰拍卖有限公司负责人说，“公拍网平台给了我们很多机会，网络拍卖上传 1935 款标的，拍卖成交率达 62.76%。”市场结构在变，商业底层逻辑也要改变。以前是人找服务，现在以“数据驱动”的方式，实现服务找人。“把正确的服务和产品在正确的时间和正确的地点，以正确的方式，提供给正确的用户。”他如是说。

### **组织给力**

2023 年 5 月 9 日-10 日，上海晟安拍卖有限公司在公拍网上拍卖位于上海市宝山区塔源路 302 弄 12 号 102 室及地下 1 层车位，竞争激烈，出价 130 次，拍卖成交总额达 4479.30 万元。“要把数字化和数据运用贯穿到拍卖企业的方方面面，成为一种思维习惯和管理方式”在晟安拍卖公司总经理看来，拍卖企业数字化转型正当时，除了借力公拍网拍卖平台，还要在组织架构与流程上加强数据的积累，发掘数据的潜在价值，并将其转化为业务资源和核心竞争力。

### **管理给力**

“数字化转型是一个系统性变革过程，对于拍卖企业来说，要在管理理念、业务模式、技术运用、组织架构等方面进行调整。”上海黄浦拍卖行有限公司负责人说，“在今年 5 月 18 日的机动车拍卖专场上，有 23 位网络竞买人参与拍卖，出价次数高达 567 次。公拍网上的人气很旺。”纵观历史，很多新兴事物的发展都需要依托于特定的时代背景，而对于拍卖企业的数字化转型，当下就是最好的时代。数字化是目标也是方向，是技术也是艺

术，是方法也是理念。了解数字化，学习数字化，应用数字化——再学习，再实践，再提升。上海拍卖人正朝着高效、智能与适应未来发展的方向迈进。

## **【市场观察】**

### **直播间的千亿市场 开拓传统拍卖新赛道**

**中国酒类流通协会收藏与市场专委会副秘书长、民盟盟员、北京市朝阳区青联委员、**

**北京德艺咨询有限公司董事长、晓文直播间创始人——王晓文**

中国拍卖：近年来，无论在微拍堂、阿里、京东线上拍卖平台，还是在目前流量火爆的抖音平台，“晓文直播”都获得了非常好的交易数据及品牌影响力。作为创始人，您最早是从传统拍卖进入行业的，能讲讲入行的契机和经历吗？

王晓文：我最早接触这个行业是 2000 年，当时在中国文物学会文博学院就读文物鉴定与保护专业。2004 年毕业后进入中国嘉德实习，期间有幸得到嘉德首席拍卖师高德明先生的提携，经他推荐，2005 年我在北京华辰拍卖获得了第一份正式工作。其实上学期间我就有不少机会参与拍卖，帮太平洋拍卖公司做过图录、在潘家园摆过地摊，可以说对行业中各个形态的工作都有接触。在华辰工作一年后恰逢北京匡时拍卖组建初创团队，需要有行业经验又能吃苦的年轻人，能够参与一个新公司的成立对我的职业生涯非常有意义，于是我毅然决然地加入了匡时，3 年之后又以股东的身份参与北京歌德拍卖有限公司的创立。

一路走来，赶上了中国文物艺术品拍卖行业近 20 年的发展和成熟阶段，可以说我们这一代是承上启下的一代，既见证了拍卖行业在中国经济飞速发展时代下的快速扩张，也遭遇了科技变革、互联网经济大潮对行业的挑战。特别是近几年直播成为新的风口，我创立“晓文直播”就是将传统拍卖的经验、资源投入互联网语境下去开创新的机会。



中国拍卖：如您所说，目前传统的线下拍卖模式其自身局限愈发凸显，特别是 3 年疫情对消费习惯、对市场都造成了巨大影响，作为有 20 年从业经验的拍卖人，您对行业的现状怎么看？拍卖企业怎样找到新的增长点？

王晓文：首先，中国拍卖行业发展至今确实创造了很多突出的成绩，我们通过拍卖把艺术品推到价格高地形成眼球效应，被更多民众所了解，进而推动文物保护意识的增强；拍卖从业者对文化学习的理解、对市场发展的带动，通过媒体的推波助澜掀起大众收藏热，对文化的推广传承、民族自信的树立都起到非常重要的作用。但我们也要看到，处在经济下行周期的拍卖市场实际上已经成为一个高度内卷的存量市场。

拍卖行业本身是小众行业，30 年来无论买家还是卖家，总的体量与结构变化都不大，经济下行时期就更难开拓市场增量，于是变得极度内卷，其中一个重要标志就是信息的高度不对称。“拍卖”作为舶来品对中国人而言是比较新的交易方式，它背后规模化的商业逻辑、公开公平的契约精神和我们古董行那种藏在袖筒里完成交易的商业习惯是两套思路。当然随着行业发展我们也在不断完善，但依然存在一些固有观念带来的问题，所以如果整个行业不能够扩大体量，不能够真正做到信息透明，那么未来发展就会受到很大阻力。作为企业，只有不断总结、不断创新才能保持健康长期发展，基于自身商业体量、团队能力的综合考量，我们最终选择了直播拍卖这条全新的发展道路。

中国拍卖：网络直播技术的成熟加上人们消费习惯的转变，让很多传统拍卖企业开始发展线上业务，但目前看来“晓文直播间”是崛起较快、品牌知名度较高的。从传统拍卖转到线上您是如何布局，其中有什么成功经验可以分享？

王晓文：传统拍卖在 2012-2013 年已经比较难做了，从那时起我就一直在做互联网的尝试。比如我们开发过一款 APP，现在回头看，依然认为当时的方向是对的。2018 年直播带货出现，歌德盈香开始涉足新零售领域，我也在这段时期积累了对市场的了解，通过不断实践对行业认知有了很大变化。2020 年 6 月第一轮疫情刚过，大众消费欲、经济

复苏的热情都有一波井喷式的发展，我认为时机成熟便创办推出了“晓文直播间”，当时可以说一炮而红。

成功的因素有几方面，一是赶上了流量红利和大众报复性消费的热潮，但更多还是在此前大量的积累。比如我们 2010 年就在北京财经频道做过一档电视节目《拍宝》，因此对电视节目制作并不陌生；2015 年又做过互联网平台、2018 年涉足新零售，对互联网也不陌生；同时我又有 20 多年拍卖从业的经验，所以这么多经验的积累、供应链的积累、团队的积累加在一起才成就了如今的成绩。

中国拍卖：直播刚兴起时有一段粗放发展的时期，市场野蛮生长良莠不齐，“晓文直播间”是怎么在这种激烈竞争中打出品牌的？有什么具体的方式？

王晓文：最初大部分直播间都是声嘶力竭的带货模式，形式比较单一也非常不专业。而我们把综艺节目的手段运用到直播间，首先利用横屏拍摄解决场景问题，直播间邀请 3 位嘉宾，架设 5 个机位，类似《锵锵三人行》的对谈形式，三位嘉宾的讲解重点也不同，比如一位讲解拍品专业知识，另一位负责文化普及，第三位负责观众留言互动等等。这种差异化的直播让人耳目一新，很快就在微拍堂平台崭露头角。

2020 年底，我们从三四个人挤在 120 平米直播间的小团队独栋办公楼，迅速扩展为需要两套单元办公的二十人团队，现在我们是两个 4000 平米一百多人的团队，下半年计划在杭州和广州创建直播间，全国范围合作 40-50 个供应链仓储，从每天 5-6 场直播变成每天 180 场直播，这是我们按照平台数据做的规划布局，也是我们从零到一从小到大的发展过程。

中国拍卖：虽然都是拍卖，但线上直播拍卖与线下传统拍卖从商业逻辑和运营模式上都有非常大的区别，或许这也是很多拍卖公司转做线上需要首先解决的问题。您认为直播拍卖最重要的环节或因素是什么？

王晓文：我们是做全网、全品类的非标品拍卖。主要有三点，左手流量，右手供应链，中间是运营，缺一不可。如果再细分，我认为供应链最重要，因为非标品的直播拍卖对于

流量的依赖性没有标品那么大，反过来它对供应链的要求会更高。只要有充足的、高质量的供应链，就会给平台带来巨大的内容补充。

如何定义好的供应链？我认为有两个原则：长期稳定、质优价廉。我们和北京工美博物馆、北京玉器厂、北京珐琅厂、燕京八绝博物馆等几十家国企都有长期合作，疫情期间还通过线上直播、新零售手段帮助这些国企复工复产。另外我们和《人民日报》合作了自媒体账号“人民艺术拍卖”，去年大概邀请了 200 多位艺术界、非遗界的老师走进直播间进行艺术对谈，也产出了上亿元的交易额。再有就是与一些艺术家个人进行合作。我们的工作重点就是不断去筛选、扩充供应链体系，经过近三年的实践可以说做得比较扎实，也获得了相对成熟稳定的发展。

中国拍卖：关于委托方您的选择标准是“质优价廉”，这其中定价是怎样操作的？

王晓文：首先我们合作的供应端都是相对成熟的企业，比如国企在品控上肯定没问题，当然我们也会有全套的鉴定流程。主要还是看拍品定价是否符合市场标准，而最终定价是根据平台算法得出的一个相对值。比如供应商根据标准去选择性价比高、质量好的产品，随着播出频率的增加，交易频次、成交金额都会相应提升，消费者拍得放心，品牌也会在消费者心中形成溢价，而我们直播间的流量渠道、品牌优势也会逐步凸显，再反哺给所有的供应链委托方，就形成了正向的循环。

中国拍卖：让大量价格合理、有质量保障的拍品走进直播间，选得精、卖得出，我认为您建立的这套方法和高效的工作机制具有很强的借鉴意义。您认为下一步应该如何引导市场更加规范化、标准化？

王晓文：首先还是从企业自身做起。尽管我们拍卖的是非标品，但从选品到整个产业链供应如何把它做到规模化、标准化是非常重要的问题。我们有一个比较清晰的思路就是要走一条资本的道路，不靠佣金赚钱，而是通过保证质量、扩大规模，通过让利给买受人去换取更大的发展空间，树立信誉和品牌，最终让公司变得值钱，这个过程一定要踏踏实实走，沿着长远目标分阶段往前推进。

# 如何做好机动车拍卖网络直播

——北京小柠拍信息技术有限公司拍卖师

## 坚持不懈 促进成交

去年 3 月我在快手平台上开始运营开播了“小柠拍 & 庄主看槌”短视频直播账号，在此和各位分享一下我的经验。我做直播的目的就是为了促成成交。直播拍卖可以满足无法亲临现场的观众需求，可以通过展示内饰、发动机等全方位介绍车辆，结合公司的车辆检测报告，实现远程车辆观看和了解，解答观众关心的问题。

在运营账号的过程中，不断地学习是非常重要的，包括学习运营知识和行业专业知识。保持平常心和坚持是关键，尽管开播初期只有少数观众，但通过持续努力，播放量和粉丝数量都逐渐增加。

## 利用工具 提高技术

直播和制作短视频，需要花费时间学习使用软件、拍摄角度、脚本编写等。直播设备的准备也要很充分，包括三脚架、用于稳定拍摄的云台、麦克风都是必备的。在技术上要不断提高，多练习视频剪辑和拍摄技巧，学习其他汽车品牌的广告片的拍摄方式。

## 四个板块 四个环节

我目前的账号名称是“小柠拍 & 庄主看槌”，之前叫“拍卖师庄涵宇”。改名是为了更有特点。目前粉丝数量六万九千多人。每条视频播放量不确定，但有几个视频播放量超过百万。视频分类包括庄主看车、庄主拍车、庄主说车和庄主杂谈。庄主拍车：精选同步拍参拍车辆关注度高、成交的竞价过程分享，可以直观的了解一车一况，一城一价；庄主看车：剧透次日参拍车辆，精选当下热门、优质的车辆进行分享，引导下载“小柠拍”APP；庄主说车：关注汽车行业新动态，发布小柠拍二手车流通报告，分享汽车的历史文化小故事，让大家可以更全面的了解汽车；庄主杂谈内容包括拍卖心得，拍卖界的热点新闻，重大事件，拍卖师考试报名，拍卖师基本训练等。

四个内容板块和制作步骤是对应的：拍前导览、直播拍卖、拍后答疑、好车推荐。“拍前导览”介绍当日的参拍车辆、为粉丝团成员和小柠会员视频看车、答疑；“直播拍卖”是对当日参拍车辆竞价过程全程直播交流。“拍后答疑”环节会对当日成交情况、针对粉丝关心的问题答疑、主播和检测师出镜，通过做游戏互动增加信任度；“好车推荐”环节会对车辆停放区进行直播展示，提前剧透次日参拍，设置悬念；“好车推荐”环节以拍摄短视频来推荐优质精品车辆。四个部分的设置会让观众对短视频账号有非常立体全面的认识。

### **风格的设计规划**

在风格设计规划上从账号主页设计、短视频封面和片尾、音乐音效的选择、画中画混搭模式去考虑，在风格上要基本统一，可以多学习借鉴一些大 V 的页面设计。

### **直播场景展示**

直播主要有以下几个场景：1. 通过对 APP 的展示，让直播间的粉丝了解都有哪些城市有拍卖、怎么看车辆检测报告、怎么竞价、怎么付款等等。2. 回复直播间粉丝的提问，例如：参拍车辆的来源、是不是事故车或者法拍抵押车、怎么过户、怎么提车、怎么收费等等。3. 检测师检测车辆，这样能让粉丝更直观的了解 APP 里面车辆检查报告的由来，消除粉丝的疑虑，增加信任度。直播第二天，在后台可以看到流量峰值在什么时间，来根据流量峰值对直播进行调整。通过视频和内容输出，让粉丝对你产生信任是变现的基本条件。

## **从报废机动车拍卖看竞买人的资质要求**

5月8日，一批报废客运车在中拍平台进行网络拍卖，全场3个标的全部溢价成交！

拍卖信息显示，标的1“25辆报废客运车辆捆绑拍卖(整备重量277.5吨)”以43.4575万元起拍，历经283次激烈竞价，以97.3575万元成交，溢价53.9万元，溢价率高达124%！标的2、标的3的成交溢价率分别达到123%、102%。

所谓“报废车”，就是达到一定使用年限，或因其他原因造成车辆严重损坏或技术状况低劣，且无法修复、依照政府规定强制报废的车辆。根据《机动车强制报废标准规定》，各类机动车使用年限也有所不同，如营运的大中型客货车一般使用 15 年，摩托车最多使用 13 年，小型非营运载客汽车则没有使用年限。需要注意的是，在报废车拍卖中，仅限具有报废汽车回收、拆解资质的企业报名参与竞拍。国家对回收拆解企业实行资质认定制度，未经资质认定，任何单位或者个人不得从事报废机动车回收拆解活动。

取得报废机动车回收拆解资质认定，应当具备下列条件：

（一）具有企业法人资格；

（二）拆解经营场地符合所在地城市总体规划或者国土空间规划及安全要求，不得建在居民区、商业区、饮用水水源保护区及其他环境敏感区内；

（三）符合国家标准《报废机动车回收拆解企业技术规范》（GB22128）的场地、设施设备、存储、拆解技术规范，以及相应的专业技术人员要求；

（四）符合环保标准《报废机动车拆解环境保护技术规范》（HJ348）要求；

（五）具有符合国家规定的生态环境保护制度，具备相应的污染防治措施，对拆解产生的固体废物有妥善处置方案。

此外，为了提高回收利用效率和服务水平，2020 年 9 月 1 日施行的《报废机动车回收管理办法实施细则》指出，国家鼓励报废机动车回收拆解行业市场化、专业化、集约化发展，推动完善报废机动车回收利用体系。

## 造纸设备屡现拍卖市场及高溢价率成交的原因

2023 年 5 月 11 日，北京中招国际拍卖有限公司在中拍平台组织了一场非常“火爆”的拍卖会，标的为“湖南骏泰新材料科技有限责任公司持有的设备一批”，以 5297.45 万元起拍，经过 1801 次激烈竞价，历经 15 个小时的角逐，以逾 1.3 亿元的价格成交，溢价 7703 万元，溢价率高达 145%！

这场拍卖会如此火爆，得益于以下几个方面的因素：首先，这批设备品类丰富，数量庞大。资产转让清单包含两部分：固定资产和原材料。其中，固定资产包括 490236 台/套，原材料品类则有 10286 种，包含 162106 个/台/批等。其次，包含完整的造纸生产线，有一定的使用价值，定价具有弹性空间。第三，宣传、展示工作做得非常充分。在展示期间，中招拍卖联系了多家废旧类意向方、二手通用设备意向方、二手纸机设备意向方，国际贸易二手纸机设备意向方，组织客户有序看样，为客户详细介绍标的情况。第四，中拍平台和中招拍卖恪守“公开、公正、透明”的拍卖原则，对竞买人审核严格，有效杜绝了竞买人之间的恶意串标，防止了国有资产流失，助力国有资产保值增值。从资产转让清单可知，该标的主要是造纸设备。

近几年，二手纸机设备屡现拍卖市场，背后折射出的是国内造纸业的困境：第一，环保政策日趋严格，低碳绿色发展之路对技术要求高，更新设备成本高昂；第二，自 2021 年 1 月 1 日起，国家禁止以任何方式进口固体废物，作为造纸原材料之一的回收纸及纸板（包括废特种纸）也在禁止之列。这就导致原材料紧缺，木浆的价格上涨，生产成本增加。第三，2023 年 1 月 1 日起，我国对 1020 项商品实施低于最惠国税率的进口暂定税率，其中再生箱板纸以及瓦楞原纸实施零关税。受此影响，国内进口积极性有所提升。第四，需求收缩，预期转弱，提价难，利润下滑。

据媒体报道，目前已经有龙头纸企采取停机检修的措施，以应对行业阵痛期。龙头纸企尚且日子难过，中小纸企更是步履维艰，业内人士认为未来纸业落后产能将加速出清。所以，接下来拍卖市场还会不断出现造纸生产设备的身影。

## **【拍界研究】**

### **慈善拍卖活动的策划与组织**

文/范干平

任何一场拍卖会能否成功，最主要的因素无外乎就是征集拍品和进行拍卖招商两点，慈善拍卖也是一样。

一般来讲，慈善拍卖标的的来源主要有：第一，慈善机构或其他组织整体拿出的善品，需要拍卖公司进行招商运作。第二，完全由社会各界捐献的物品。拍卖企业需要向社会各界或某个方面逐件征集。这些捐出东西的人，往往是将自己创作、制作或是自己闲置不用的物品拿出来，去支持那些需要的人；也有人会将自己珍爱的、市场价值很高的物品捐献出来，捐赠人不要求任何经济上的回报。第三，不完全捐献的物品。有时，人们可以采取有条件的募捐，比如，拍卖标的提供者给自己的物品设定一个成本价，当这件拍品成交后，拍卖企业要将这一成本价返还提供者，而将通过竞价超出成本价的溢价部分拿出来捐献，实践中，许多商业经营机构往往采取这种捐献方式。许多慈善拍卖会是由某些机构或活动者策划组织，或者直接由拍卖企业策划，此时，拍卖公司就需要向各界征集拍卖标的。因此，慈善拍卖的策划者要首先根据目标竞买人的募捐心理及需求来设计拍卖标的的征集方案，而征集的原则应是拍卖标的必须是大众普遍喜欢并有能力买到的。

慈善拍卖会上常见的拍卖标的主要有：文物艺术品、现代工艺品；珠宝首饰；生活用品包括房产、汽车、钟表、电器、服装；名人用品、纪念品等。这几类拍卖标的因其可以满足买家在生活中的收藏、投资、使用等实际需要，是最为常见的慈善拍卖标的，而通常的拍卖标的的提供人群往往是那些效益好、有善心的企业、社会名流、书画家以及具有慈善、宗教信念的各界人士。在策划和组织慈善拍卖会时，选择适宜的拍卖标的的原则首先是拍卖标的易受大众欢迎；其次是拍卖标的定价要低，最好是无保留价，要有很大的成交把握。在拍卖标的总数量已定且保留价足够低的时候，为了达到更好的募捐效果，单件拍品的价值越高越好。

大多数情况下，慈善拍卖会是由慈善组织委托举办，拍卖标的也由他们提供，拍卖企业的工作就是在其中挑选适合拍卖的物品。选择拍卖标的的标准应该根据拍卖交易的特殊性和买家的竞买心理及需求来考虑，比如，选择那些具有稀缺性、不可复制性、保值性、又具有观赏性和实用性的物品，同时还要兼顾拍卖标的的保留价要有足够的诱惑力。选择拍卖标的的工作最好是先期对可能参加慈善拍卖潜在客户的募捐心理及需求进行分析之



后再进行。价值较高的艺术品、工艺品、珠宝首饰以及名人用品可能更加适合社会名流和企业家竞买，而生活用品更容易得到社会各界普通民众的青睐。近年来，上海市掀起平民慈善新风，拍卖会上大量生活用品很受竞买人的欢迎，成交率、成交价十分可观。

买家来参与慈善拍卖无外乎出于这样几个目的：第一，就是想捐钱以回报社会或救助弱势群体，买什么东西并不重要；第二，想捐钱，但也想买一些有实用、有收藏或保值价值的物品；第三，目的不是为了募捐，只是来买自己喜欢的物品。目前国内的慈善拍卖中，举牌竞买的主要由社会名流、企业家以及普通工薪民众等组成。拍卖企业可以根据拍卖标的的特点通过发布拍卖公告、新闻报道等方式寻找竞买人或在自己以往的客户群里寻找意向竞买人，也可以定向联络当地一些知名企业、演艺明星等公众人物来参加竞买。

拍卖企业在策划慈善拍卖会时要尽量采用“借力使力”的方式，可以借助一些会议、活动或者慈善组织的力量来组织慈善拍卖活动和寻找竞买人。例如，可以在年底、节假日大家比较空闲、心情好的时机举办慈善拍卖；可以在国内出现水灾、旱灾、地震，灾民急需救助的时机义拍；可以由慈善机构提供拍卖标的，也可以由慈善机构来提供慈善买家和协助招商；可以在一些企业家的年会、联谊会中进行拍卖；也可以在社会各界名流出席的各类活动或俱乐部上举办拍卖会；还可以在慈善文艺演出、服装展示、慈善晚宴中穿插进行拍卖。借力的方式尤其可以解决慈善拍卖中最大的难题——招商，还可以使得慈善拍卖活动具有更丰富的文化内涵，当然，也因此可以节省招商和拍卖活动的成本。

慈善拍卖是一种特殊的拍卖会，其不同于一般拍卖会之处主要有：第一，拍卖标的由社会捐助而来，真品的含量较高。有一些物品还是各界名流捐助的特殊拍品，具有很高的收藏性；第二，捐赠品的标价往往不高，甚至是无保留价。因此，这样的拍卖标的往往会引起买家浓厚的竞买兴趣；第三，慈善拍卖会的买家往往是为募捐、献爱心而来，不太在乎拍卖的东西值多少钱，因此不会在乎是不是很喜欢这件拍卖标的。部分竞买人只要对竞买的东西感兴趣，出价有没有超出市场价并不重要。尤其当拍卖现场有新闻媒体采访，或者有政府领导和社会名流在场时，竞买的气氛常常会更加热烈。

慈善拍卖由于是自发自愿的善举，公告、预展、拍卖会的程序十分灵活、简便。在这种情况下，拍卖企业既要做好服务，也要想办法，在程序、拍卖的方法上策划好，以确保拍卖成交，防止买受后不付款的风险。在主持慈善拍卖会时，考虑到买家都是为公益而来，目的就是为了资助弱势群体，拍卖师在主持语言、控场方式以及主持风格上应与平日的商业拍卖有所不同，拍卖师可以更加活泼、幽默，甚至是场上场下互动。

慈善拍卖的主旋律是献爱心，因此，拍卖师的主持语言除了通常要做到的准确、严谨以外，应多一些生动、热情、煽情和幽默。比如，对于场下的知名企业家、社会名流、熟人好友，可以采取鼓动、点名、诱导出价等方式，也可以与竞买人交流、调侃、打趣。在这样的氛围下，大家都比较轻松，拍卖师一些小的主持“瑕疵”，不但可以被大家所谅解，相反还会取的很好的效果，因为大家的目的是为了慈善事业。

由于买家在场上的目的就是行善，因此，拍卖师制造气氛，调动竞争，引诱出价都是十分有效的。一些在平时拍卖会上不能使用的诱导语言此时此刻都可以相机使用，目的就在于把拍卖现场营造成一个快乐出价，互不相让的竞价环境。慈善拍卖活动的现场一般要比普通拍卖会气氛更热烈，时有高潮迭起。由于竞买人爱心涌动，经常会出现慷慨解囊的场面，拍卖标的因此大大超出原值，获得较理想的经济效益。

为了保持拍卖场上热烈、生动的气氛，拍卖师可以采取有声报价的方式，多让买家口头报价，并鼓励竞买人采取“跳叫”报价，因此，拍卖师不要过分强调加价幅度的限制。有时为了鼓励出价，拍卖师还可以走到竞买人当中，近距离地报价、“打气”，也可以即时对成交后的买受人进行采访，让他们发表成交感言，讲出自己的姓名或企业名称以及感想、意愿。

有时候，为了突出某些人的善举，并恰当利用领导或者名人的效应，可以即时让某些特定的人上台主持、共同落槌，用意全在于调动场上的竞买气氛。每当有人的出价远远超出市场的价值，对场上所有的人都是一震和鼓舞。

行业成长不忘回报社会，拍卖企业、拍卖师需要十分关注和支持慈善事业，更需要通过拍卖形式对慈善事业推广造势，在回报社会、帮助弱势群体的同时，也展示行业和企业形象。

## **【业界博客】**

### **新文物出境限制名单所带来的影响**

文/季涛新浪博客

日前，国家文物局为加强文物保护工作，防止近现代珍贵文物流失，完善文物出境审核标准体系，发布了《关于颁布 1911 年后已故书画等 8 类作品限制出境名家名单的通知》。在通知中，主管部门修订了 1911 年后已故书画类作品限制出境名单，制定了 1911 年后已故陶瓷、雕塑、扇子、织绣、玺印、烟壶、漆器等 7 类作品限制出境名单。

国家文物局最早曾于 1989 年、1990 年两次颁布了建国后已故著名书画家作品限制出境的鉴定标准。2001 年 11 月，文物局又发布《一九四九年后已故著名书画家作品限制出境的鉴定标准》和《一七九五到一九四九年间著名书画家作品限制出境鉴定标准》。2013 年，文物局再次补充发布了《1949 年后已故著名书画家作品限制出境鉴定标准》，将 24 位 2001 年以后辞世的书画家作品列入文物出境限制范围。比较而言，三十多年的几次名单修订，这次的变化是最大的。

这次新名单的公布，将以往名单中“作品原则上不准出境”的项目取消，归并到“作品一律不准出境”项目中。因而，2001 年与 2013 年名单中总计 11 个“一律不准”、25 个“原则上不准”合并成新名单中的 41 个“一律不准”。新增添的 5 个艺术家名单分别是严复、李叔同、吴昌硕、陈师曾和梁启超，这些人都属于清末、民国时期的社会活动家和艺术大家。

笔者读了此次新发布的限制出境名单有了以下几点感想。

1、新名单的发布表明国家文物保护政策的进一步加强。也进一步强调与扩大了近现代文物的概念外延。显然，民间许多文物藏家一直寄希望于政府逐渐放松文物保护各种限制的幻想是不现实的。

2、将原先的 1949 年后的限制前提到 1911 年后，是一种文物保护视野的拓宽，原先的名单也许更在意新中国培养的对新中国有所贡献的艺术家群体。

3、此次首次将 1911 年后已故陶瓷、雕塑、扇子、织绣、玺印、烟壶、漆器等 7 类作品列入到限制出境名家名单，是对以往仅关注书画（油画）艺术品出境限制的补充和完善。比如，将雕塑家，像刘开渠的作品，将陶瓷、织绣、烟壶等著名近现代工艺美术大师的作品都列入到了限制出境名单中。此外，对于齐白石、吴昌硕等艺术家，不仅仅限制他们的书画作品出境，也对他们的篆刻作品加以了限制。

4、新名单是原发布名单的查漏补缺，更具有可操作性。将“原则上不准”项取消掉不仅仅是对原先 25 位艺术家作品做了更加严格的出境限制，也是为了让这个鉴定标准更具有可操作性，像“原则上”的条款在实际操作中确实不易把握。

5、新名单对拍卖企业的艺术品运作会产生一些影响。由于原先的名单已经覆盖了市场上最为活跃的知名近现代艺术家，市场上早已习以为常，因而不会引起明显波动；而新增的 7 项雕塑和工艺美术项目，在拍卖市场上都属于小品类，也不伤大局；而如今拍卖场上经海外回流的艺术品占据很大比例，在内地买家群体占据市场主导地位的情况下，限制出境并不会带来明显影响。

6、对于艺术收藏家来说，一定要重视这个名单。这不仅仅是在内地买了那些受限艺术品不能随意带出境之外，从海外带进艺术品时也要考虑及时地报关，以便于再次携带出境，而且在内地购买受限艺术品时也应去关注是不是已办理可以复出境的手续。

7、有人士认为，国家文物局限制艺术家作品出境，是对其作品艺术价值的肯定，这点笔者十分赞同。但也有人认为，限制政策会有助于提升相关艺术家作品价格的作用，笔

者对此持保留观点，也许会拉开能否复出境作品之间的价格差，比如，经回流的相关艺术品卖的可能会比一直境内流转的价格高一些。

8、也有人士认为，直接限制作品出境，也许会影响中国文化艺术向世界的输出。笔者以为，文化输出需要更方面因素的配合，是一个相对漫长的事情，而文物主管部门更急切考虑的是，在这之前不要让更多高价值的艺术品流出海外。

附录：《1911年后已故书画等8类作品限制出境名家名单》刊载《重庆拍卖6期》

---

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.cqspix.com](http://www.cqspix.com)    E-mail：[cqpx@163.com](mailto:cqpx@163.com)    [1430308205@qq.com](mailto:1430308205@qq.com)