

内部资料

注意保存

# 重庆拍卖

第十期

(总第 228 期)

二〇二三年十月十日

## 本期目录

### 【政策动向】

- ▲ 关于促进网络拍卖规范健康发展的指导意见(征求意见稿) / (2)
- ▲ 市场监管总局 22 条措施全力支持民营经济发展 / (5)

### 【行业资讯】

- ▲ 首届中国机动车拍卖行业大会在合肥圆满落幕 / (10)
- ▲ 中拍协发布《机动车拍卖企业业务操作及管理指南》 / (14)
- ▲ 中拍协发布 2022 年中国机动车拍卖 30 强企业 / (19)
- ▲ 第五届“中拍杯”全国拍卖师竞赛在京圆满落幕 / (21)
- ▲ 第五届“中拍杯”全国拍卖师竞赛获奖名单 / (23)
- ▲ 第五届“中拍杯”，听听他们怎么说 / (24)

### 【拍界论坛】

- ▲ 二手车交易的底层逻辑与魅力 / (25)

### 【业界博客】

- ▲ 第五届“中拍杯”全国拍卖师竞赛观后感 / (30)

## **【政策动向】**

# **国家市场监督管理总局、商务部、国家文物局**

## **关于促进网络拍卖规范健康发展的指导意见(征求意见稿)**

网络拍卖是通过互联网等信息网络，以公开竞价的形式，将特定物品或者财产权利转让给最高应价者的拍卖新形式。近年来，网络拍卖在盘活存量资产、提高要素配置效率、完善现代流通体系等方面发挥了积极作用。为进一步规范网络拍卖市场秩序，促进拍卖行业高质量发展，依据《拍卖法》《电子商务法》《文物保护法》和相关法律法规规定，现就促进网络拍卖规范健康发展提出以下指导意见。

### **一、加强网络拍卖市场准入管理**

坚持线上线下一体化原则，从事网络拍卖应当遵守现行拍卖法律法规。从事经营性网络拍卖活动应当依照《公司法》取得企业法人资格，依据《拍卖法》取得商务部门颁发的《拍卖经营批准证书》或向商务部门备案，法律法规有其他规定的除外。通过网络拍卖文物的，应当依照《文物保护法》取得文物部门颁发的《文物拍卖许可证》，文物标的在拍卖前应当经文物部门审核批准。网络拍卖经营者应当在网站首页或者从事网络拍卖经营活动的主页面显著位置公示营业执照、拍卖许可(备案)、文物拍卖许可等信息。

### **二、加强网络拍卖制度供给**

修订完善拍卖有关部门规章。加大网络拍卖相关标准制修订工作力度，进一步完善网络拍卖国家标准。鼓励行业协会、企业、研究机构开展标准研制，制定文物等细分领域网络拍卖的行业标准和团体标准。制定并推广使用网络拍卖交易合同示范文本，切实规范拍卖签约履约行为，保障合同各方当事人权益。

### **三、加强网络拍卖行业模式创新**

鼓励各类经营主体参与网络拍卖市场的模式创新。引导各类经营主体参与大数据存储、网络与信息安全管理等网络拍卖基础设施建设。鼓励各类经营主体开发涵盖在线公告、展

示、主持、竞价、成交确认、结算、资料存档等功能的全流程网络拍卖系统，实现拍卖法定程序功能的全流程线上化。推动各类经营主体研发直播拍卖、线上与线下同步拍卖等充分发挥拍卖师作用、客观真实全面准确展示拍卖标的、切实保障竞买人知情权的产品，研发拍品审定、拍品展示、拍品验证类技术产品以及建设细分市场网络拍卖平台。

#### **四、加强网络拍卖平台技术创新**

鼓励网络拍卖平台经营者发挥技术、数据优势参与网络拍卖服务体系建设，推动拍卖行业数字化转型。引导网络拍卖平台经营者依照拍卖法律法规及拍卖业务标准，建设和优化网络拍卖服务系统，为拍卖企业提供高质量的平台服务。推动网络拍卖平台、拍卖企业以及拍卖活动上下游法人及非法人组织开展合作，培育涵盖法律、评估、展览、物流、仓储、金融等服务功能的良好网络拍卖市场生态。

#### **五、加强网络拍卖企业服务提升**

鼓励拍卖企业进一步提升服务质量。引导拍卖企业进一步发挥市场和专业优势，利用互联网、大数据等新技术创新服务模式，丰富服务场景，拓宽服务内容。推动拍卖企业应用新技术手段提供标的尽职调查、鉴定评估、审定评级、标的询价、市场推广、精准营销等拍卖相关服务。鼓励拍卖企业拓展合法的新拍卖品类，促进市场专业化、规模化发展。推进网络文物拍卖与托付保管、在线展示、教育研学等业态融合发展。

#### **六、加强网络拍卖活动监管执法**

加大竞争执法力度，促进网络拍卖市场公平竞争、有序发展。依法查处网络拍卖平台实施垄断协议和滥用市场支配地位行为、违法实施经营者集中和不正当竞争行为，依法制止网络拍卖领域滥用行政权力排除、限制竞争行为。重点规制网络拍卖中“有照无证”“无照无证”经营、虚假宣传、恶意串通、虚构交易，知假拍假、文物拍卖标的未经审核、拍卖国家禁止买卖的文物，以及平台经营者侵犯平台内网络拍卖经营者商业秘密等扰乱市场秩序、开展不正当竞争的行为。

#### **七、加强网络拍卖监管协作**

加强部门协作，推动建立拍卖行业主管部门、市场监管部门、文物行政部门之间情况通报、信息共享、执法联动工作机制。强化部门协同、上下配合、央地联动，加强对网络拍卖领域重大问题的协同研判。加强监管政策统筹协调，形成稳定发展预期，提振发展信心。

## **八、加强网络拍卖平台自治**

网络拍卖平台经营者应当全面落实《电子商务法》《网络交易监督管理办法》等法律法规关于平台责任的要求。应当履行对平台内网络拍卖经营者的身份、拍卖许可(备案)等信息的核验、登记义务，对违规拍卖信息的依法处置、报告责任。针对文物等特许经营的拍卖品类，平台经营者要完善专业审核能力和内控制度建设，加强对违法违规交易的动态巡查和及时处置。为平台内网络拍卖经营者依法履行信息公示义务提供技术支持，督促网络拍卖经营者公示相关信息。对平台经营者作为拍卖人开展的网络拍卖业务应当标记“自营”，以确保拍卖相关当事人能够清晰辨认。

## **九、加强网络拍卖行业自律**

鼓励行业自律，构建诚信体系。鼓励行业协会制定网络拍卖服务规范和自律公约，开展签约承诺，引导网络拍卖企业和网络拍卖平台经营者依法诚信经营，自觉承担网络拍卖市场的主体责任，维护拍卖各方当事人的合法权益。推动行业协会建立健全企业信用档案，依法收集、记录企业信用信息，开展信用评价。组织开展自律合规培训，强化规范经营理念，形成长效机制。

## **十、加强网络拍卖试点探索**

依托全国网络市场监管与服务示范区等，探索建立适应网络拍卖市场规范健康发展的监管模式，构建与网络拍卖业态发展相适应的制度环境，不断完善网络拍卖监管体系，优化网络拍卖服务机制。探索优化网络文物拍卖标的审核程序，利用新技术加强网络文物拍卖动态监测，推进网络文物拍卖信用监管试点。要认真总结，及时提炼试点工作中的有效

做法、成功经验，立足特色、发挥优势，推动形成具有示范效应、可复制、可推广的制度成果，着力推动网络拍卖行业高质量发展。

**编者按：**为维护公平竞争的市场秩序，促进网络拍卖市场高质量发展，依据《拍卖法》《电子商务法》和相关法律法规规定，市场监管总局、商务部、国家文物局组织起草了《关于促进网络拍卖规范健康发展的指导意见（征求意见稿）》，现向社会公开征求意见。公众可通过以下途径和方式反馈意见：

1. 登录国家市场监督管理总局网站（网址：<http://www.samr.gov.cn>），通过首页“互动”栏目中的“征集调查”提出意见。

2. 通过电子邮件将意见发送至：[wjszhc@samr.gov.cn](mailto:wjszhc@samr.gov.cn)，请在邮件标题加注“《关于促进网络拍卖规范健康发展的指导意见》意见”字样。

3. 通过信函邮寄至北京市海淀区马甸东路9号国家市场监督管理总局网络交易监督管理局（邮政编码：100088），并在信封上注明“《关于促进网络拍卖规范健康发展的指导意见》意见”字样。

意见反馈截止日期为2023年10月24日。

## 市场监管总局22条措施全力支持民营经济发展

9月18日，正式发布《市场监管部门促进民营经济发展的若干举措》。这是7月14日中共中央国务院出台《关于促进民营经济发展壮大的意见》以来，市场监管部门贯彻落实党中央、国务院决策部署出台的制度举措。

22条举措聚焦五个方面，落实《意见》部署要求，回应了民营经济各类关切：一是持续优化民营经济发展环境。持续破除市场准入壁垒，全面落实公平竞争政策制度，强化制止滥用行政权力排除、限制竞争的反垄断执法，完善社会信用激励约束机制，健全失信行为纠正后的信用修复机制。二是加大对民营经济政策支持力度。完善信用信息归集共享，

健全中小微企业和个体工商户信用评级和评价体系。完善支持政策直达快享机制。三是强化民营经济发展法治保障。持续完善知识产权保护体系，完善监管执法体系，杜绝选择性执法，健全涉企收费长效监管机制。四是着力推动民营经济实现高质量发展。支持民营企业参与标准制定，计量服务中小企业。依法规范和引导民营资本健康发展，推动平台经济健康发展。五是持续营造关心促进民营经济发展壮大社会氛围，及时推广经验做法，加大宣传。

市场监管总局表示，22条举措的发布将极大提升民营企业谋发展、谋改革、谋创新的积极性和主动性，让民营经济这支生力军更有力量，使民营经济迎来更加广阔的发展舞台和更加光明的发展前景。

## **市场监管部门促进民营经济发展的若干举措**

为深入贯彻党中央、国务院关于促进民营经济发展壮大的决策部署，全面落实《中共中央 国务院关于促进民营经济发展壮大的意见》（以下简称《意见》），持续优化稳定公平透明可预期的发展环境，充分激发民营经济生机活力，确保《意见》提出的各项工作落到实处，现提出如下措施。

### **一、持续优化民营经济发展环境**

修订出台新版市场准入负面清单，推动各类经营主体依法平等进入清单之外的行业、领域、业务，持续破除市场准入壁垒。优化行政许可服务，大力推进许可审批工作的标准化、规范化和便利化。支持各地区探索电子营业执照在招投标平台登录、签名、在线签订合同等业务中的应用。

清理规范行政审批、许可、备案等政务服务事项的前置条件和审批标准，不得将政务服务事项转为中介服务事项，没有法律法规依据不得在政务服务前要求企业自行检测、检验、认证、鉴定、公正或提供证明等。

推动认证结果跨行业跨区域互通互认。深化强制性产品认证制度改革，进一步简化CCC认证程序。全面推进认证机构资质审批制度改革，推进认证机构批准书电子化。

加强公平竞争政策供给，加快出台《公平竞争审查条例》等制度文件，健全公平竞争制度框架和政策实施机制，坚持对各类所有制企业一视同仁、平等对待。及时清理废除含有地方保护、市场分割、指定交易等妨碍统一市场和公平竞争的政策，定期推出不当干预全国统一大市场建设问题清单。未经公平竞争，不得授予经营者特许经营权，不得限定经营、购买、使用特定经营者提供的商品和服务。

强化反垄断执法，严格依法开展经营者集中审查。依法制止滥用行政权力排除限制竞争行为。着力加强公平竞争倡导，凝聚全社会公平竞争共识，促进公平竞争更大合力。优化经营者集中申报标准。指导企业落实合规主体责任，提高合规意识和能力。加大对企业境外反垄断诉讼和调查应对指导，提升企业合规意识和维权能力。做好企业海外投资并购风险研究和预警，制定合规指引。

深入推进企业信用风险分类管理。优化完善企业信用风险分类指标体系，推动分类结果在“双随机、一公开”监管中常态化运用，对信用风险低的A类企业，合理降低抽查比例和频次，不断提高分类的科学性和精准性。鼓励有条件的地区探索对个体工商户、农民专业合作社等经营主体实施信用风险分类管理。加强企业信用监管大数据分析应用，继续编制中国企业信用指数，优化企业信用指数编制方案，打造企业信用趋势“晴雨表”，提升防范化解各类潜在性、苗头性、趋势性信用风险能力。

强化信用约束激励。研究制定关于强化失信惩戒和守信激励的政策文件。深入开展严重违法失信行为治理专项行动。加快修订总局有关信用修复管理规范性文件，扩大信用修复范围，完善信用修复机制。发挥公示对企业的信用激励作用，对获得荣誉的企业在公示系统上予以标注公示，提升信用良好企业获得感。

深入开展信用提升行动，全面推广信用承诺制度，围绕构建信用承诺、守诺核查、失信惩戒、信用修复闭环管理体系，便利经营主体以承诺方式取得许可或者修复信用。

推动企业信用同盟常态化运行，遵循政府引导、企业主导、自愿加入、协同共治的原则，进一步发挥诚信企业的标杆示范作用，激励更多企业守信重信，提升市场整体信用水平。

促进经营主体注册、注销便利化，全面落实简易注销、普通注销制度，完善企业注销“一网服务”平台。推动出台跨部门的歇业政策指引。进一步优化企业开办服务。促进个体工商户持续健康发展，实施个体工商户分型分类精准帮扶。优化个体工商户转企业相关政策，降低转换成本。

## **二、加大对民营经济政策支持力度**

完善信用信息归集共享公示体系，将承诺和履约信息纳入信用记录。开展经营主体信用监管标准体系建设，推动各地各部门在企业信用监管数据归集共享应用中执行使用。深入开展经营主体信用监管数据质量提升行动，以高质量的数据支撑“三个监管”。健全中小微企业和个体工商户信用评级和评价体系。

为个体工商户提供更加方便快捷的年报服务。不断扩大“多报合一”范围，切实减轻企业负担。按照《保障中小企业款项支付条例》规定，做好大型企业逾期尚未支付中小企业款项的合同数量、金额的年报公示工作。

针对民营中小微企业和个体工商户建立支持政策“免审即享”机制，推广告知承诺制，能够通过公共数据平台获取的材料，不再要求重复提供。加强直接面向个体工商户的政策发布和解读引导。配合相关部门搭建民营企业、个体工商户用工和劳动者求职信息对接平台。

## **三、强化民营经济发展法治保障**

开展反不正当竞争“守护”专项执法行动，严厉打击侵犯商业秘密、仿冒混淆等不正当竞争行为和恶意抢注商标等违法行为。

持续深化“双随机、一公开”监管，推动建设统一工作平台，深入推进跨部门综合监管，推行“一业一查”，避免多头执法、重复检查，减轻企业负担，提高监管效能。



深入推动公正文明执法行风建设。构建“预防为主、轻微免罚、重违严惩、过罚相当、事后回访”的闭环式管理模式，以行政执法服务公平竞争、保障高质量发展。鼓励开展跨行政区域联动执法。

持续开展涉企违规收费整治工作，减轻企业费用负担。开展涉企违规收费督检考工作，对违规收费治理情况开展“回头看”。畅通涉企违规收费投诉举报渠道，建立规范的问题线索部门共享和转办机制，综合采取市场监管、行业监管、信用监管等手段实施联合惩戒，集中曝光违规收费典型案例。

#### **四、着力推动民营经济实现高质量发展**

支持引导民营企业完善法人治理结构、规范股东行为、强化内部监督，实现治理规范、有效制衡、合规经营，鼓励有条件的民营企业建立完善中国特色现代企业制度。

支持民营企业提升标准化能力，参与国家标准制修订工作，在国家标准立项、起草、技术审查以及标准实施信息反馈、评估等过程中提出意见和建议。支持民营企业牵头设立国际性专业标准组织，积极推进标准化建设。联合全国工商联共同举办 2023 年民营经济标准创新大会，开展民营经济标准创新周活动，组织开展小微民营企业“标准体检”试点，推动各级工商联及所属商会积极开展民营企业标准“领跑者”和商会团体标准“领先者”活动。

开展民营企业质量管理体系认证提升行动，提升民营企业质量技术创新能力。持续开展“计量服务中小企业行”活动，梳理企业测量需求，为企业实施计量咨询和技术服务。支持民营企业参与产业计量测试中心建设，提升民营企业先进测量能力。

促进平台规则透明和行为规范，推动平台经济健康发展。持续开展网络市场监管与服务示范区创建，不断释放平台经济发展新动能。加强互联网平台常态化监管，建立健全平台企业合规推进机制，降低平台企业合规经营成本。持续推出平台企业“绿灯”投资案例，规范平台收费行为，引导平台和中小商户共赢合作，促进平台经济良性发展。

#### **五、持续营造关心促进民营经济发展壮大社会氛围**

加强新闻宣传。综合运用新闻发布会、集体采访等多种形式，加大政策解读力度，提高政策传播声量，推动政策效能释放；加大成效宣传力度，结合民营经济准入准营亮点数据、各地典型经验做法，强化选题策划和正面阐释引导，积极营造民营经济健康发展的舆论氛围。

## **【行业资讯】**

# **首届中国机动车拍卖行业大会在合肥圆满落幕**

近年来，随着我国汽车消费的逐步增长和二手车交易的不断活跃，机动车拍卖市场连续多年实现高速增长。在此背景下，由中国拍卖行业协会主办的2023首届中国机动车拍卖行业大会于9月11-13日在合肥举行。

本次大会由合肥市蜀山区人民政府、中国拍卖行业协会机动车拍卖专业委员会、北京国联拍科技股份有限公司等单位承办，并得到中国汽车流通协会等多家横向行业组织，以及汽车街、博车网等骨干企业和安徽省拍卖协会的大力支持。来自政府有关部门、相关行业组织、国内外行业专家、拍卖企业及平台、主机厂、交易市场、二手车商、租赁企业、出行平台、保险机构、金融机构、研究机构以及相关服务企业等各方代表约350人，共同探讨我国机动车拍卖市场发展问题。

会上，中国拍卖行业协会会长黄小坚致欢迎辞，商务部服务贸易和商贸服务司二级巡视员朱光耀、安徽省商务厅二级巡视员徐晓林、科技部“一带一路”国际合作发展工作委员会主任王立社、中国汽车流通协会副会长兼秘书长肖政三、合肥市蜀山区副区长车恂分别致辞。

## **拍卖已成为汽车流通中重要一环**

从罚没车辆拍卖，到公车拍卖，再到社会车辆拍卖，以及电商平台的兴起，我国机动车拍卖在螺旋式的发展中已然成为汽车流通产业中的重要一环。正如中拍协黄小坚会长在

致辞中所说“机动车拍卖作为一种传统而又全新的交易模式，为二手车流通体系添加新的方式，为二手车交易市场注入新的活力，为广大消费者提供新的途径”。

安徽省商务厅二级巡视员徐晓林在致辞中提到“安徽省当前正奋力打造万亿级汽车首位产业，目前全省已拥有7家整车企业，建立起整车、发动机、车身、底盘、内外饰、动力电池、电机电动的全产业链体系，2022年的数据显示，安徽汽车产量已达174.7万辆，其中新能源汽车产量为52.7万辆，汽车及新能源汽车均创历史新高，居全国第七位，作为汽车后市场的重要环节，汽车流通领域也越来越受到全省各界的广泛重视”；

科技部“一带一路”国际合作发展工作委员会主任王立社在致辞中认为“在新时代的征程中，在国内、国外循环和相互促进的战略举措引领下，在国家稳定和扩大汽车消费，搞活汽车列同的多项利好政策下，中国机动车拍卖一定有着广阔发展前景和美好未来”；

中国汽车流通协会副会长兼秘书长肖政三在致辞中提到，“期待更多拍卖企业不断优化服务、简化手续，切实提升服务水平，以优质的服务在汽车流通领域提高拍卖企业的竞争力和知名度，让汽车流通行业与拍卖行业共同携手，加快推动二手车行业发展的速度，为活跃二手车市场，促进汽车消费，推动汽车流通行业高质量发展贡献自己的力量。”

### **273 亿元，连续五年创新高**

会上，中拍协发布了《2022中国机动车拍卖市场统计年报》，年报显示，2022年全国机动车拍卖成交量64.49万台，成交额272.84亿元，分别较上年增长34.78%、18.60%，连续五年创历史新高。大会同时发布《2022中国机动车拍卖排行榜·成交量30强、成交额30强》和《机动车拍卖企业业务操作及管理指南》。旨在促进机动车拍卖行业良性发展，提升机动车拍卖企业业务操作和管理水平，推动我国机动车拍卖行业向高质量方向发展。

### **洞察形势，从国内到国际**

会上，中国技术经济学会副主任、教授陈渤从拍卖与经济发展之间关系切入，总结当下经济恢复期特征和动能转换关键领域，分析展望后疫情时代下汽车产业的支柱作用；中

国汽车流通协会会长助理罗磊通过数解析二手车前端市场和格局变化；中国循环经济协会副会长李边卓从循环经济角度出发分析我国汽车工业和二手车市场发展；中国拍卖行业协会副会长韩涛回顾中国机动车拍卖市场十年来的发展历程与成就；美国拍卖专家 Deb Weidenhamer 通过视频介绍了机动车拍卖在美国汽车再循环市场中发展现状及的作用；汽车街总裁刘鸣通过实践案例讲述拍卖对二手车流通的促进作用。

### **换道超车，聚焦新能源车**

本次大会聚焦“新能源汽车拍卖”，着力挖掘助力机动车拍卖行业的“新能源”与新动力。从中国汽车流通协会副秘书长田甜的《新能源二手车能否成为拍卖市场的下一个增长点》，到中国工业节能与清洁生产协会新能源电池回收利用专业委员会副秘书长李海涛的《新能源汽车动力电池溯源管理与评估》主旨演讲，以及中国出租汽车暨汽车租赁协会汽车租赁专业委员会副主任杨京生，华夏出行有限公司副总经理李怀周，上海保驾护航新能源技术有限公司总经理王艺的分享，从车辆处置需求方到服务方都根据服务需求和服务能力发表了观点。一系列聚焦新能源主题的演讲和观点为机动车拍卖行业新能源汽车版块的发展提供了解决方案。

### **形成合力，构建拍卖服务业态**

当下，机动车拍卖面临着产业发展格局的变革与行业体系的重塑，其中重要任务就是构筑拍卖生态共同体。本次大会上，车百中汽董事长许书军从构建面向汽车产业现代化的后市场服务体系做了全面介绍，中国科技产业化促进会金融科技专委会主任邹牧讲从金融科技对二手车拍卖和流通的重要性提出见解，中国文化产业协会元宇宙专委会首席专家、文旅部科教司原司长孙若风用“好用”“好玩”“好美”三大关键词畅享拍卖机动车在元宇宙的诗与远方，中拍平台网络科技股份有限公司总经理助理赵勇从网络平台的角度解析平台在机动车拍卖服务生态中的作用，中国物流与采购联合会汽车物流分会秘书长助理冯拓深入介绍中国汽车物流的前世与今生，中智智领科技（北京）有限公司副总经理张毅则从构建机动车拍卖人才培养新生态的角度提出看法。更有北京国联拍市场总监李可、唯普

汽车副总经理吴振飞、博车网副总经理吕世民、汽车街副总裁陈晓冬等业界嘉宾对业态的构建提出诸多真知灼见。

### **汽车出海，探索二手车出口**

2023年上半年，中国汽车出口实现234万辆，增速75%。此次大会，代表汽车出口传统强国的日本机动车流通市场研究所理事长中尾聪介绍了日本二手车出口的飞跃发展以及拍卖在二手车出口中的地位和作用；科技部“一带一路”国际合作发展委员会国际合作处处长沈红星介绍东南亚二手车市场的现状及对我国二手车出口的需求，同时指出风险并提出解决办法；全国工商联汽车经销商商会二手车出口委员会秘书长陈海峰认为中国二手车出口大有可为，并提出若干对策；北京国联拍副总经理沈荣通过数据认为出口市场“遍天下”，并具有天然的红利；浙江元通二手车有限公司总经理孙中平分享了二手车出口的实践经验并指出存在的挑战；中国汽车出口共创联盟发起人李建设提出了中国汽车出海拓展之道，京滨国际货运代理有限公司介绍了其二手车出口物流业务流程。中拍协车委会副主任方雪飞、永泰运物流董事长陈永夫、中国外运长江公司总经理张峰、安徽丝投总经理丁伯震、广州南沙大湾港国际进出口公司董事长张宏、新疆天恒西部二手车交易有限公司陈红军、上海绿选汽车服务总经理钟毅、中京好车总经理王春龙等众多二手车出口实践者充分参与研讨。

### **两大平台，成为未来发展引擎**

会上，由中拍协车委会牵头组建的“机动车拍卖协作服务平台”和“二手车出口拍卖服务平台”正式启动。“谋合作之策，走联合之路”。服务平台的启动，旨在实现信息共享、资源互惠、标准相通、服务相连、目标共筑，促进机动车拍卖企业提高能力、提升服务、增强竞争力。而出口平台的启动将在标准制定与实施、车源聚集与整备、车商汇集与交流、流通服务与保障、国际流转与结算等诸多方面进行探索和实践，并在逐步完善业务服务体系和扩展业务渠道的同时，稳步扩大合作范围，将平台打造成为具有拍卖服务生态特质的新型二手车出口拍卖服务主流平台。

大会同期还举办了主机厂拍卖业务座谈会、锤炼这十年——中拍协车委会十周年主题展、现场拍卖会、2022 中国机动车拍卖排行榜成交量 30 强& 成交额 30 强授牌仪式暨交流晚宴，参观江淮汽车等活动。

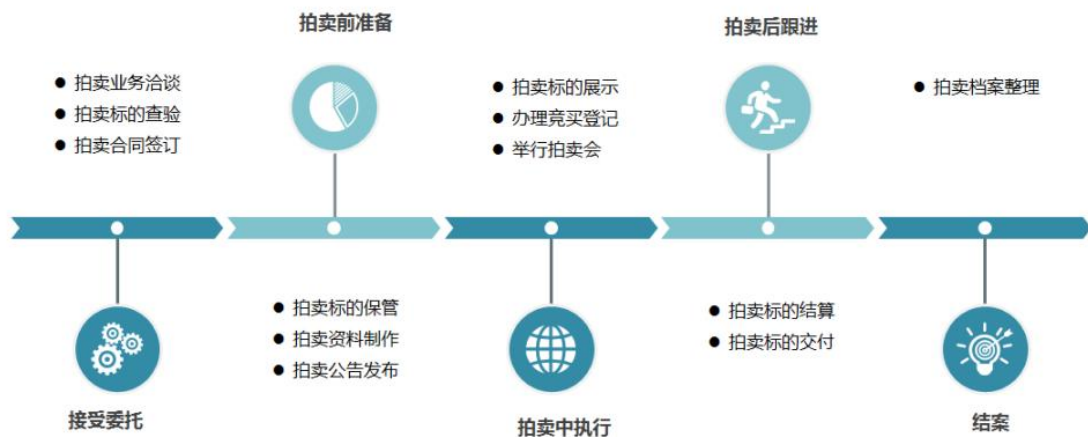
## 中拍协发布《机动车拍卖企业业务操作及管理指南》

9 月 12 日，中国拍卖行业协会车委会在 2023 首届中国机动车拍卖大会上发布了《机动车拍卖企业业务操作及管理指南（第一版）》，该指南的发布旨在提升我国机动车拍卖企业业务操作及管理水平，推动机动车拍卖行业向高质量发展。

《指南》总计八个章节，依据我国机动车拍卖相关法律法规、规章文件、行规行约，借鉴相关拍卖企业管理经验，并结合当前行业发展现状编制而成。为企业实际业务操作及管理提供参考，同时为行业职业教育和企业员工培训提供基础教材。

《指南》中第一章介绍了与机动车拍卖行业相关的法律法规、规章文件和行规行约，并介绍了机动车拍卖标准业务流程。





《指南》第二章从合同的签订录入、合同的保密与保管、合同的变更解除与丢失管理三个方面对委托拍卖合同管理进行全面阐述。



《指南》第三章讲述了机动车拍卖过程中针对车辆检测、车辆保管及出入库等相关的标准作业流程。

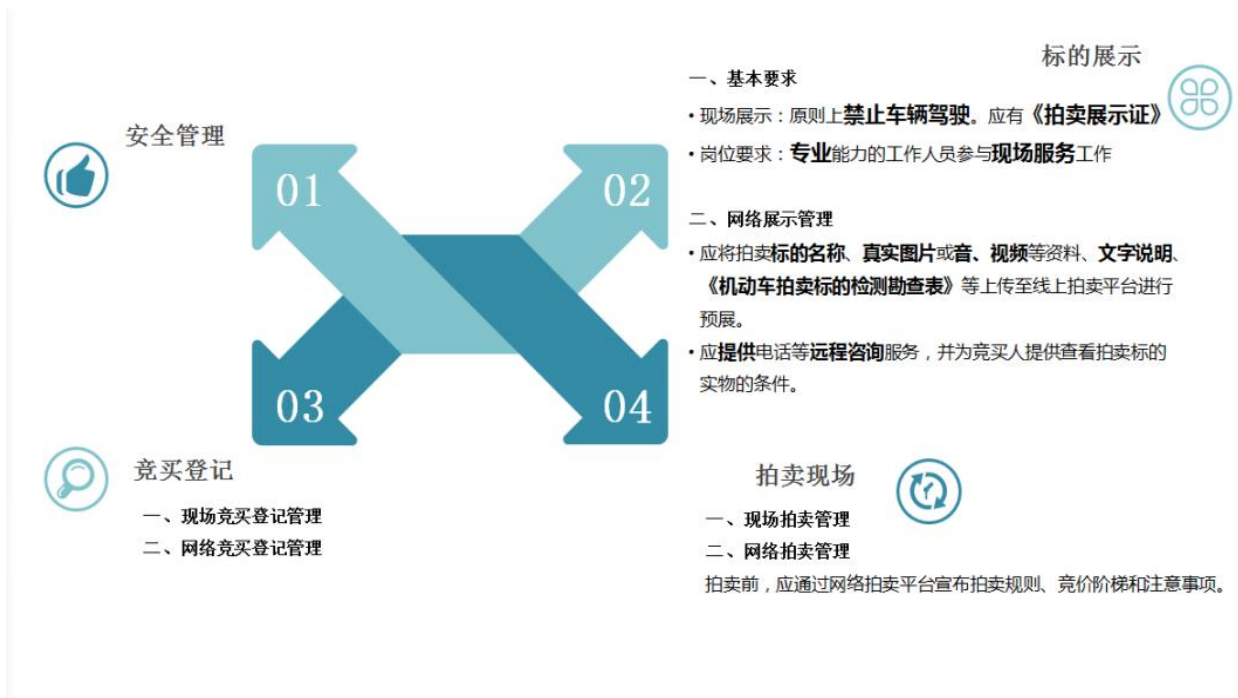


停车场地作为整个机动车拍卖过程中的车辆存放地，对保全标的物拍卖过程中的完整性起着至关重要的作用，《指南》第四章从人员进出管理、车辆进出管理、库存盘点三个方面作出详细要求。

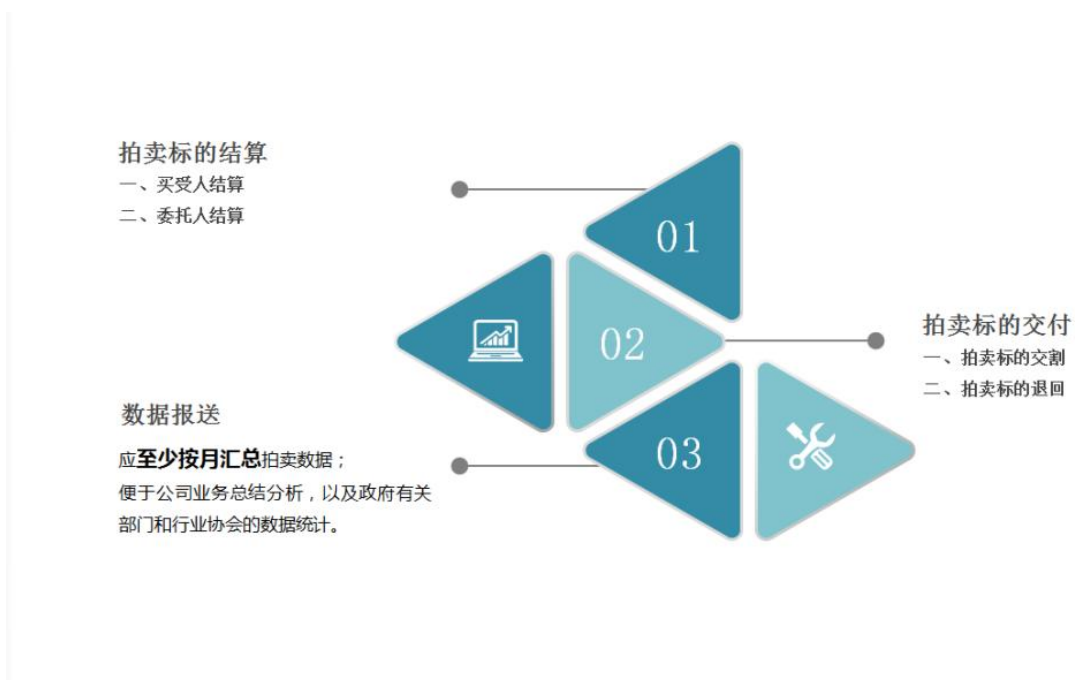


《指南》第五章为《拍卖现场管理制度》，拍卖现场管理是整个拍卖过程中最为重要的一环。该章就现场拍卖和网络拍卖两种模式，从安全管理、竞买登记、拍卖现场等方面为企业举办拍卖会提出合理化建议。

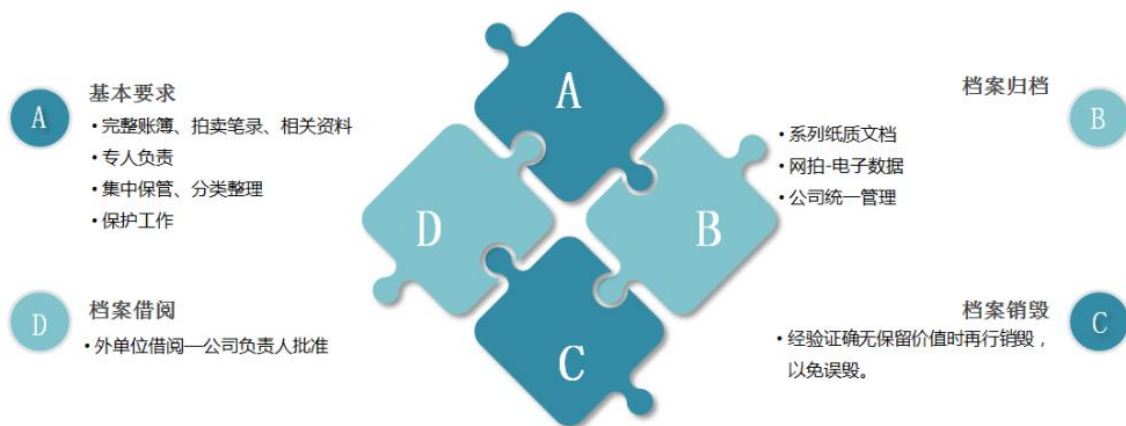




《指南》第六章为《标的结算与交付管理》，该章节介绍了标的结算、标的交付、数据汇总等相关作业流程范本。



《指南》第七章从档案管理的基本要求、档案借阅、档案归档、档案销毁等多方面对企业档案管理提出规范建议，有助于企业进一步完善拍卖档案管理工作。



《指南》第八章为拍卖企业提供了诸多机动车拍卖过程中涉及到的合同文件及相关表格的范本样式，供企业在实际操作过程中参考使用。

- |                 |                   |               |
|-----------------|-------------------|---------------|
| 01 《委托拍卖合同》     | 02 《机动车拍卖标的检测勘查表》 |               |
| 03 《竞买协议》       | 04 《拍卖展示证》        | 05 《成交确认书》    |
| 06 《机动车交接表》     | 07 《上拍通知书》        | 08 《车辆入库清单》   |
| 09 《车辆出库单》      | 10 《库存盘点表》        | 11 《车辆进出场登记表》 |
| 12 《车辆临时出入场登记表》 | 13 《车辆维修保养记录表》    |               |

据悉，中拍协车委会将根据行业变化趋势及发展需求不定期对《指南》进行更新完善，使之成为我国机动车拍卖行业管理制度范本。欢迎各拍卖企业及从业人员至中国拍卖行业协会官方网站下载 (<http://www.caa123.org.cn/mainSetting/82>)，并随时为《指南》提供宝贵意见和建议。

## 中拍协发布 2022 年中国机动车拍卖 30 强企业

9月12日，中国拍卖行业协会在2023首届中国机动车拍卖行业大会上发布《2022中国机动车拍卖排行榜·成交量30强 & 成交额30强》，并举行授牌仪式。排行榜的发布旨在提升我国机动车拍卖行业整体形象，推动机动车拍卖企业专业化、规模化、规范化发展，促进机动车拍卖企业有序竞争、良性发展。

据悉，该排行榜是基于中国拍卖行业协会每年对全国拍卖企业（均以独立法人作为统计主体）开展的“全国机动车拍卖专项统计工作”，并经专业审核，以及对比商务部“全国拍卖行业管理系统”相关企业经营数据最终确定形成，具有高度的真实性和权威性。

近年来，我国机动车拍卖市场蓬勃发展，屡创新高。据此次中国机动车拍卖行业大会上发布的《2022中国机动车拍卖市场统计年报》显示，2022年全国共有389家企业开展机动车拍卖活动，全年成交量64.49万台，成交额272.84亿元。而本次发布的成交量30强、成交额30强分别占据市场总量的96.32%、97.27%，市场集中性仍在加强。

### 2022 中国机动车拍卖排行榜·成交量 30 强名单

上海常信拍卖有限公司（汽车街）	上海车赢信息技术有限公司
北京恒泰博车网络拍卖有限公司	北京小柠信息技术有限公司
深圳市立新出行信息技术有限公司	浙江机动车拍卖中心有限责任公司
广州机动车拍卖中心有限公司	青岛腾信拍卖有限公司
北京考科斯汽车科技有限公司	武汉市博通拍卖有限公司
上海安吉机动车拍卖有限公司	北京北汽鹏龙机动车拍卖有限公司
北京国联拍科技股份有限公司	宁波常信拍卖有限公司
北京花乡拍卖有限公司	上海大众拍卖有限公司

广州易诚拍卖有限公司

湖南赛德拍卖有限公司

上海国拍机动车拍卖有限公司

山东功致拍卖有限公司

中都国际拍卖有限公司

金诺国际拍卖集团有限公司

江西省华众拍卖有限公司

无锡东信机动车拍卖有限公司

辽宁建投拍卖有限公司

北京莉博宝信拍卖有限公司

克拉玛依市瑞丰拍卖有限公司

未来四方集团拍卖有限公司

南京嘉信拍卖有限公司

广东浩宏拍卖有限公司

## 2022 中国机动车拍卖排行榜·成交额 30 强名单

上海常信拍卖有限公司（汽车街）

深圳市立新出行信息技术有限公司

北京小柠信息技术有限公司

广州机动车拍卖中心有限公司

北京考科斯汽车科技有限公司

武汉市博通拍卖有限公司

宁波常信拍卖有限公司

北京花乡拍卖有限公司

无锡东信机动车拍卖有限公司

湖南赛德拍卖有限公司

北京莉博宝信拍卖有限公司

中都国际拍卖有限公司

北京中招国际拍卖有限公司

南京嘉信拍卖有限公司

上海车赢信息技术有限公司

北京恒泰博车网络拍卖有限公司

浙江机动车拍卖中心有限责任公司

青岛腾信拍卖有限公司

北京北汽鹏龙机动车拍卖有限公司

上海安吉机动车拍卖有限公司

北京国联拍科技股份有限公司

上海大众拍卖有限公司

广州易诚拍卖有限公司

上海国拍机动车拍卖有限公司

辽宁建投拍卖有限公司

克拉玛依市瑞丰拍卖有限公司

天津派德国际拍卖有限公司

江西省华众拍卖有限公司

## 第五届“中拍杯”全国拍卖师竞赛在京圆满落幕

9月15日至17日，由中国拍卖行业协会主办，中国拍卖行业协会拍卖师分会承办的“中拍杯”第五届全国拍卖师竞赛复决赛在北京成功举办。来自安徽省的年轻拍卖师王健根从晋级决赛的三十名选手中脱颖而出，一举夺得第五届中拍杯“金槌奖”。而“银槌奖”三名、“铜槌奖”六名以及其他专项奖也名花有主。

作为中国拍卖行业落实“人才强国”战略、检验队伍整体素质、推动职业水平提高，传承“拍卖成才、报效祖国”理念的全国性职业技术赛事，开赛以来就备受关注。本次复决赛共有85名选手参赛，他们是在全国1.5万名注册拍卖师中经过初赛选拔后方取得进京参赛资格的。而赛事评委则由拍卖实务、法律、营销、传播主持等领域的专家学者组成。

大赛由中拍平台网络科技股份有限公司、中山市物资拍卖行有限公司、中国嘉德国际拍卖有限公司、陕西天龙国际拍卖有限公司等11家骨干拍卖企业协办，同时得到了《中国拍卖》杂志、中国商报社等媒体以及26个省（区、市）拍卖行业协会的大力支持。商务部、人力资源和社会保障部、市场监管总局、中国物流与采购联合会等有关部委、机构的领导出席颁奖典礼。

### 万亿市场在拍卖师槌下产生

据中国拍卖行业协会统计，自1997年我国依据《拍卖法》建立国家注册拍卖师职业资格制度以来，至今已举办35期拍卖师资格培训，并有超过1.5万名拍卖师通过考试取得职业资格。

尽管从业人员不算多，但作用却不容小觑。在新中国恢复拍卖业的近40年里，很多“第一”“纪录”“天价”等都与拍卖师台上的表现密不可分。在拍卖师的槌下诞生了如央视广告招标拍卖第一槌、中国文物艺术品“亿元时代”第一槌、公车拍卖第一槌，以及

每天超过 1000 万枝鲜花成交助力乡村振兴等承载社会、经济发展共同记忆的重要拍卖纪录。应该说，这样的事例、纪录等不胜枚举。特别是近年来，随着新技术快速发展，拍卖师主持拍卖活动的方式进一步创新扩展到现场与网络同步、网络直播等领域。现在，每年在拍槌下就有逾万亿的成交额诞生，直接推动拍卖成为促进廉政建设、保障国有资产保值增值、促进中国海外文物加快回流、实现非标资产、国有重要资源有效配置的现代流通方式。

中国拍卖行业协会会长黄小坚表示：拍卖师不仅是拍卖活动的法定主持人，更是拍卖行业创新发展、服务社会的宝贵人才资源，在中国拍卖业“1+1+3”的行业人才战略中占举足轻重的地位。此次大赛，将以党的二十大提出的人才强国战略为指导，以“新时代、新技能、新梦想”为主题，弘扬专业精神，展示职业风采，激励新一代拍卖师立足本职，爱岗敬业，为全面建设社会主义现代化国家、服务现代流通体系建设贡献独特的拍卖力量。

### **赛事安排与国际接轨、与时代同步**

自 2002 年第一届大赛举办以来，历届全国拍卖师竞赛不仅是检阅队伍素质的平台，也是引领拍卖师队伍朝着职业化、专业化方向发展的一个重要风向标。而与国际接轨、与时代同步则是此次大赛的明显特点。

普通人 1 分钟能报价多少次？此次大赛参照美国、南非、澳大利亚等国家拍卖师大赛“唱价”的做法，在复赛阶段设置“快速报价”比赛项目，旨在考核选手在快速拍卖报价过程中的良好语言表达、快速反应及心算速算等能力。

拍卖师只是“报价机器”吗？在历届赛事全面考察选手法律、艺术、经济、心理学方面综合素质的基础上，本届大赛首次设置了“项目策划”环节。由评委现场对选手提交的实战拍卖营销策划方案和答辩情况进行打分，考验选手对拍卖项目的综合管理能力、标的策划营销能力、现场表现能力。这是中国拍卖业在推动经济高质量发展的背景下，“以高质量服务促进高效率流通”的引导性举措，不仅提高了竞赛的实战性、可看性，也大大提高了对新时代执业拍卖师综合能力的要求。

## 传承与梦想激励拍卖师队伍发展

拍卖师大赛是激励拍卖师队伍职业成长的重要平台。此前四届大赛培养选拔出的“金槌”“银槌”“铜槌”和一大批优秀选手目前已成为我国拍卖事业发展的中流砥柱。本届大赛除设置金槌奖、银槌奖、铜槌奖外，还将通过现场打分、观众投票等方式产生“最佳人气奖”“最佳口才奖”“最具亲和力奖”“最佳拍卖师策划奖”。

作为拍卖师的“职业奥运会”，本届大赛备受年轻拍卖师关注。晋级复决赛的85名选手以“80后”“90后”为主，年轻化、高学历、不乏国外学习经验，对拍卖事业充满热情。赛前经线上投票，“手中有槌，心中有光”“我有我梦想，争锋金槌奖”在大赛 slogan 征集中高票获选，成为新时代拍卖师们激扬青春力量，奋进新征程、建功新时代的心声写照。而十余名历届大赛获奖选手则将以评委、领队等身份再次亮相赛场，与选手们场内相逢，成为中国拍卖事业传承发展的最好代言。

据介绍，国家注册拍卖师职业资格是目前国务院以清单形式予以保留的33项准入类专业技术人员职业资格之一。近年来，其社会影响力持续扩大，自2016年向符合条件的港澳台居民开放考试以来，到北京接受培训并取得拍卖师职业资格已成为国际头部拍卖行布局亚洲市场、培养拍卖师的重要方式之一。

## 第五届“中拍杯”全国拍卖师竞赛获奖名单

**金槌奖**——王健根（安徽）

**银槌奖**——主金坤（山东） 胡敏（湖南） 江婧怡（浙江）

**铜槌奖**——章鸿峰（湖南） 董姝（山西） 张修宇（河北）

袁天元（陕西） 刘俊（山东） 曹小帅（北京）

**最佳策划奖**——卢芳（宁夏） 宋佳（广东） 袁天元（陕西） 赵记弘（北京）

**最佳口才奖**——江婧怡（浙江）

**最具亲和力奖**——曹小帅（北京）

**最佳人气奖**——陈溪川（四川）

### 全国优秀拍卖师（二十强）

序号	姓名	推荐省	序号	姓名	推荐省
1	尹娜	安徽	11	郭雯潇	河北
2	宋霜	天津	12	孙雪婷	吉林
3	郑未萌	天津	13	蔡小卉	山东
4	郑立	江苏	14	丁琦	广东
5	丁昕	湖北	15	赵琴	四川
6	朱冀贤	福建	16	张艳艳	安徽
7	李明姝	江苏	17	沈卫	浙江
8	周连春	吉林	18	宋佳	广东
9	陈溪川	四川	19	卢磊	安徽
10	张莉	河南	20	苏春元	重庆

### 第五届“中拍杯”，听听他们怎么说

**周培培：评委代表 第四届全国拍卖师竞赛金槌**

“在大赛评审中，我们会本着公开、公平、公正的原则，保持热情、专业和透明，遵照评分细则，严肃认真、用集体的智慧评选出最客观公正的结果，为行业选拔优秀的拍卖师。在此，衷心祝愿各位参赛选手能够发挥实力，赛出水平、赛出风格！”

**杨国益：选手代表 第27期国家注册拍卖师**



“参赛选手们在竞赛中增长见识、学到知识、提高认识、看到不足、交到朋友。大赛的举办也让全社会见证了我们对于这份职业、这个行业的理解、热爱、尊重和希冀。实践证明，拍卖师，是许多美好、成功、传奇的创造者、同行者、见证者。友谊宫中结友谊，聚贤厅里聚贤才。让我们一起尊重评委、遵守规则、赛出风范、赛出友谊，在此秋日的首都共同创造一份属于我们自己的历史。”

### **范干平：评委组负责人 上海市拍卖行业协会拍卖研究中心主任**

“本届大赛是一次大检阅，也是一次大传播。是对整个拍卖行业、市场以及拍卖师的水平和状态的一次阶段性总结和展现。有选手在比赛中出现一些失误，如对网络出价关注度不够，对竞价阶梯的设置没有灵活处理，对现场突发状况应对经验不足、台风表演色彩较重等。希望我们的拍卖师尤其是年轻人，有自己的文化底蕴，能形成自己的主持风格，而不应是千篇一律。”

### **王健根：第五届“中拍杯”金槌获得者 第26期国家注册拍卖师**

“感谢协会为我们提供这样的平台，感谢会领导一直以来的关爱和指导，感谢评委老师和工作人员的辛勤付出，感谢同台竞技的伙伴们给予的支持和力量！自2012年跟随父亲入行以来，拍卖于我而言是工作，是生活，也是信仰。在此，祝愿伙伴们永葆初心，对行业的热忱之心永不泯灭。坚持信仰，手中有槌，心中有光！”

## **【拍界论坛】**

### **二手车交易的底层逻辑与魅力**

走访小柠拍首席执行官 尤宝华

打开小柠拍 APP，开屏首页的 LOGO 下方简洁地写着“高效 诚信 温度 公平 透明”。一组平实的中性词之间，“温度”站在 C 位显得尤为突出，而它也是本次采访中小柠拍首席执行官尤宝华提到最多的一个词。

作为一名退役军人，同时也是从十几岁就接触汽车的“圈内老兵”，尤宝华说起二手车行业可谓如数家珍。如何将二手车交易的底层逻辑融入互联网拍卖？面对不同地域经销商怎样开展细化服务？便捷的线上拍卖模式能否取代传统交易中人与人最直接、亲近的沟通？面对经济下行如何布局、寻找新的机会点？从尤宝华的叙述中，我们对小柠拍这个二手车拍卖后起之秀有了更清晰的了解。

### **扎根行业 做有价值的拍卖**

**中国拍卖：**先为读者介绍一下小柠拍吧，作为专注二手车拍卖的创业型公司，它自身的互联网属性、年轻化的品牌形象以及在行业内的影响力，都让它成为二手车拍卖市场中独具特色的存在。小柠拍是怎样的平台？目前处于什么发展阶段？

**尤宝华：**小柠拍 2015 年注册成立，与其他拍卖平台最大的区别在于，小柠拍的业务都是基于服务汽车经销商这个底层逻辑。从团队构成也可以看出，小柠拍扎根汽车经销商体系多年，无论员工还是管理团队，大部分都是从集团 4S 店、二手车评估师、销售经理等岗位成长起来的专业人才，因此小柠拍在产品的设计以及服务理念上都能够与行业感同身受。

其实小柠拍在创业之初也曾是“被服务者”的角色，随着业务模式逐渐成熟，我们发现不仅可以为自身的客户提供服务，还能服务更多同行及合作伙伴，于是逐步发展为如今这样一个纯独立的第三方拍卖平台。可以说，我们的认知是建立在对二手车行业深度理解的基础之上，对于如何经营、管理二手车业务，二手车拍卖在 4S 店中应该扮演怎样的角色等问题，小柠拍都有比较领先的认识和思考，而这些经验又能够为合作伙伴带来比较有影响力的帮助，我想这就是小柠拍的优势和特色。

近期，小柠通过品牌战略升级，推出柠檬竞价 C2B 产品，小程序已经上线，全国车商透明竞价，支持车主获得满意的价格，并为车主提供置换服务。

**中国拍卖：**说到机动车行业的发展，一个比较有趣的现象就是，一方面我国汽车保有量达到 3.19 亿辆，二手车的析出也随之不断增长，同时我们也看到市场内卷加剧，出现

一二线城市向三四线城市外迁的情况。小柠拍作为布局全国的线上拍卖平台，应该也有比较独特的视角，对于二手车拍卖在乡镇市场有哪些布局？

**尤宝华：**我一直认为我们赶上了好的时代，中国机动车已经进入存量市场，规模和体量都足够大，且无论从国家政策扶持还是新能源科技的发展，可以说我们都在“换道超车”，那么就必然会出现车辆从一二线城市向三四线城市外迁的过程。以北京市场为例，我们有95%以上的车都涉及到外迁，这也是帮助车辆快速流通的一个途径。

很多时候大家都在争夺一二线市场，因为大城市资源比较丰富，但我们总开玩笑说小柠拍是“农村包围城市”，经过多年发展，小柠拍已经在城市做到一定规模，车商客户在APP上竞拍，再通过我们的物流可以非常快速、便捷地把车辆发送到全国各地的乡镇，这也体现了我们的Slogan“让二手车流通更轻松”。

我最近去乡村发现，几乎每户门口都停着汽车，好一点的有皇冠、日产、丰田，普通一点的如捷达、桑塔纳，这些品牌车在小柠拍平台有时仅拍到几千至万元出头的价格。那么这些汽车不仅让当地居民的生活半径大大增加，出行方式上从骑摩托车改为开汽车，安全系数也增加了。这是我认为在小柠拍平台交易背后一点现实层面的价值和意义。

### **培养人才 做有温度的服务**

**中国拍卖：**之前聊到小柠拍的很多员工本身就是行业内非常有经验的从业者，我们关注到，小柠拍也在持续做人才培养和储备的工作，能介绍一下这方面的情况吗？

**尤宝华：**小柠拍主要服务于二手车经销商，这是我们的特色。在经营过程中，秉承高效诚信、透明公开原则的同时，我们也提出了最核心的价值观——有温度的服务。因为很多经销商对二手车交易、对拍卖的认知都不一样，那么我们就通过自己的服务去影响、帮助、管理他们，服务即管理嘛，而且这个过程本身也为经销商提供了交流、提升的空间。

具体到实际操作环节，首先鉴于拍卖的地域环境、人员情况、业务规模的差别，我们对全国44个中心（即将升级为60个拍卖中心覆盖106个城市）进行了A、B、C三个级别的划分，A级拍场是纯现场拍卖车道拍；B级是线上线下同步拍；C级拍场是纯线上

拍卖。这样划分的好处是第一解决了成交率的问题，第二解决了管理梯队建设的问题，第三也解决了人才培养的问题。打个比方，如果我们在 A 级拍场的某个主管需要升职，那么可以调他到 B 级或 C 级拍场做运营经理，之前积累的经验将帮助他迅速找到施展发挥的空间；同样，如果某位 C 级拍场的负责人足够优秀，我们也有将其晋升入 B 级拍场的机会。

**中国拍卖：**搭建专业人才培养体系非常必要，也是中国拍卖行业协会的一个重要任务。小柠拍在人才培养过程中有哪些具体案例，如何做好传统二手车经销商在互联网拍卖平台的技能迭代？

**尤宝华：**我们建立分级的人才培养机制就是因为传统二手车行业缺少专业的、成体系的培训方法。作为一家企业，我们希望用心培养出来的员工、管理者，亦或未来的合作伙伴，能够长久地与小柠拍保持良好的合作关系。第二点，从自身角度讲，帮助经销商提升专业技能，也是一种将服务前置化的考量。

比如早先遇到置换率很低的经销商向我们反应招不到好的二手车经理或评估师，那么从平台角度能够提供更好的解决办法就是，为这些合作伙伴开展培训赋能，授之以渔，将服务前置，帮助他们具备收车能力，这样我们才有车可拍。我始终认为考验企业是否成熟的关键就看它有没有培养人才，这也是企业重要的社会价值之一。即便我们培养的人才在未来可能成为我们的竞争对手，但通过这种持续的培养计划，企业人员整体素养随之提升，进而对行业也是一种良性推动。都说环境造就人，我们培养出的专业人员同时也在改善着环境，这是共赢的事。

**中国拍卖：**“服务前置”这个理念非常好，行业整体的专业素养提升，对企业而言也是水涨船高互惠互利的好事。二手车交易是传统行业，很多车商习惯人与人直接的、经验式的交易方式，在小柠拍将这块业务与互联网平台相结合的过程中，如何处理基于传统的交易模式与平台化、规范化、专业化之间的差距？

**尤宝华：**小柠拍致力于为经销商客户提供“有温度的服务”，这个“温度”主要体现在两方面——管理和服。管理层面除了前面说到的人才培养、技能培训等，还有一点也是我们持续在做的，即专业化提升，比如要求从业者不说行业黑话。二手车作为非标品，传统交易模式更多依赖线下，其中有很大弹性空间，这也是二手车交易的魅力所在。但行业发展需要更加公开透明的市场环境，而规范化、专业化的技术用语恰恰是缩小信息差、提升从业者专业度的体现。不少刚入行的年轻人觉得说一口很溜的行业黑话就代表技术能力过硬，其实不然。“减震器塔”别说“旋儿”，“车况完整无重大事故”不能说成“一盆水”，把行业俚语当成专业术语的行为本身就非常不专业。二手车评估师不是绕车两圈随口报个数这么简单，而是考虑重置成本、成新率、残值率，结合市场冷热程度、经销商库存能力等等综合计算得出的数值。所以我们的员工应该把这一整套数据和背后的逻辑摆到客户面前，用真正的专业度赢得客户的信任。

在服务方面，因为我们对行业太了解了，对从业者的辛苦都非常能感同身受。比如在线下拍场，很多经销商远道赶来根本来不及吃饭，我们不少拍场都准备饮水机、方便面的自动贩售机，夏天准备些绿豆汤等等，希望能给这些客户、合作伙伴带来一点温暖和善意，后来发现我们自身也受益匪浅。

**中国拍卖：**您反复提及服务的温度，而互联网技术一方面为平台和消费者带来了便捷和效率，同时是否也在情感上加剧了隔阂，减少了二手车交易内在逻辑中的魅力？您认为应该如何平衡线上与线下，数据化、流程化与真实交流的关系？

**尤宝华：**互联网时代大家已经习惯于通过手机进行交流，但我认为还是有必要建立线下的社交平台，让我们的会员车商能够面对面交流，这种现场感、人与人近距离沟通所能碰撞出的可能性是非常值得期待的。我们近期也在探讨，特别是疫情结束之后，希望撮合行业内的朋友们多多见面，和小柠拍的拍卖师进一步互动，一方面增加品牌粘性，一方面尝试更多更有温度的服务。

## **迭代创新 保持企业的生命力**

**中国拍卖：**今年随着经济复苏节奏放缓，消费降级成为主流认知，地方政府对新车销售的补贴、新能源车企去库存、降价潮等话题频频登上热搜。您怎么看待这一市场现象？对未来新能源车市场趋势有怎样的判断？

**尤宝华：**首先从定价上，我认为目前新能源车也好二手车也好，定价普遍偏高。前段时间的降价潮其实只是一个新闻点，它的传播意义远大于实际成交意义，当炒作风口过去之后市场一定会逐渐回归理性。不过坦白说，燃油车定价和新能源车的定价不是一回事。从本质上讲新能源车最贵重的就是电池，其它的制造成本、工艺、零部件等都大量减少，而新能源车定价高主要还是研发成本高。或许未来当我们的技术、生产线、配套设施更加成熟，能把新能源车的价格打下来，最终和传统燃油车在市场上平分秋色。

**中国拍卖：**在小柠拍 APP 上每月初会发布二手车流通报告，从分析市场趋势的角度非常有参考价值，做这份报告的初衷是什么，具体是根据哪些数据形成的？

**尤宝华：**其实这份《二手车流通报告》，最初构想就是给内部工作人员提供一个业务分析的依据，因为报告中的数据都来自小柠拍平台真实产生的交易，所以更加具备参考价值。当数据量积累到一定程度，我认为其实也可以把它公布出去，指导我们的会员、委托方，大家能够看到自身业务相关的情况，从而判断市场行情。因为这个报告比较细化，它和地域、价格、趋势都有关联，对二手车交易行业的发展趋势也能够起到一定的分析作用。不过当一件事情程式化之后，它的迭代和创新就容易停滞，所以未来我认为还可以再去做一些突破，比如更深层地挖掘分析数据背后的指导意义，或者根据当月数据变化对各业务线做相应的调整。因为我觉得企业最大的生命力就在于创新，小柠拍这个团队比较年轻化，又有非常丰富的行业经验，在价值观上大家也能保持同步，期待未来能够做更多创新和尝试。

（信源：《中国拍卖》2023 年第 6 期）

## 第五届“中拍杯”全国拍卖师竞赛观后感

文/季涛

9月15日至17日，由中国拍卖行业协会主办的第五届“中拍杯”全国拍卖师竞赛总决赛在北京进行。我有幸成为“拍卖项目策划”竞赛单元的评委，因而能够更贴近地了解整个赛事过程的全貌。

85名参加复赛的选手，来自于全国1.5万名注册拍卖师，在各省市自治区组织的初赛过关斩将地被选拔出来。我曾分别到复赛“模拟主持”的三个比赛现场观战。每个赛场有五位评委，观察了一下，其构成主要是每年拍卖师职业资格考试考官中的佼佼者。评委的工作主要是在选手主持报价中以“竞买人”的身份制造“陷阱”和“麻烦”，让选手在“不按常理出牌”的纷乱竞买环境中依法、依规地处理好事端。复赛综合排名前30的选手进入决赛。

决赛分为两个单元：拍卖项目策划和情景模拟主持。拍卖项目策划是首次被采用到拍卖师比赛中，主要目的在于考察选手在拍卖项目选择调研和策划运作中的专业能力。85名参加复赛的选手赛前就向大赛组委会提交了自己的项目营销策划书。在对全部策划案的阅读评分中发现，这些策划书内容几乎覆盖了拍卖行业经营的各个领域：艺术品、国有建设用地使用权、司法强制执行、房地产、无形资产、广告权、承租权、慈善公益等等。有趣的是：其中有一些类似于百年教堂的承租权、湖中打捞的胖头鱼以及遭水灾后东北大米的拍卖等等新奇案例。

评委们在阅读了全部策划书的基础上，对进入决赛30名选手的现场陈述策划项目的表现给出成绩。这个成绩中既包括衡量书面策划书专业水准，也包含选手现场陈述表达方案时的表现。我们对于选手现场陈述的评判，主要基于表达语言的流畅、自然，思路的清晰、逻辑性与重点的突出，以及展示PPT文件的简洁和美观。有的选手策划文案好，陈述

得也精彩；也有一些选手文案好但表达一般，或文案一般表达却很流畅。我感觉，选手们在项目策划单元的表现比主持竞赛时更加放松，语言运用也更加的丰富多彩。拍卖主持与方案陈述也许更像为一种互补关系。我们的评委多为来自于西安交大、南开大学、中国传媒大学、上海立信会计学院等高校，研究经济、营销和主持的学者、教授，还有几位像我这样有着各类项目拍卖运作实际经验的业内人士。

项目策划比赛结束之后，即整个赛事的最后一天，我又去观看了情景模拟主持的决赛现场。所谓情景模拟就是由选手通过抽签挑到自己主持的具体拍卖项目，这些项目都是由出题者集体研发出来，混杂着许多“陷阱”的模拟拍卖情景。比如，考核各类拍卖中优先购买权利的运用，网络与现场的同步出价，对于文物出境政策的理解以及各种突发事件的现场应对的题目等。赛场上，评委们在一个个事先设定的情境下，互相配合，或报出“陷阱”价格让选手选择，或提出模棱两可、似是而非的问题，或用“恐吓”他人等方式将现场气氛搞乱，来考察选手的法律规则意识、拍卖专业知识与控场能力，其应对难度比复赛中的模拟主持技巧比赛要大了很多，许多在复赛中应对自如，在项目策划赛场上侃侃而谈的选手，常常会在情景模拟主持环节中败下阵来。当然也有项目策划比赛中表现一般的选手，在情景模拟赛中反而大显身手。

据我观察，这次的拍卖师大赛，比以往四届都更加的严谨和公平。情景模拟出题者和评委们被隔离在酒店，断绝一切与外界的通讯联系多日；选手在参赛前后也断绝通讯联系，被集中隔离在一个大房间内；比赛通过在艺网和中拍协的视频号网络直播；每个选手的成绩被及时地公布于中拍协的网络平台上供人们监督；将评委给出的分数采用去掉最高分和最低分的方式后得到平均成绩等等。因而我以为，这是迄今五届比赛中最为公平和完善的一场赛事。选手的综合能力，而不仅仅是主持报价的能力，得到了充分展现。那些知识丰富、综合能力强、表达能力优秀、心理素质好、实践经验丰富的选手更容易脱颖而出。而一些赛场上紧张过度，对相关法律常识了解不多，过分重视主持的表演性，思维僵化缺乏灵活变通能力，缺乏突发事件下控场能力的选手，往往会在一轮轮的考核中败下阵来。



经过紧张激烈的决赛过程，大赛最终决出了获奖选手：1个“金槌奖”，由安徽籍拍卖师王健根获得；3个“银槌奖”，分别由三位来自山东、湖南和浙江的拍卖师得到；6个“铜槌奖”、4个“最佳策划奖”、1个“最佳口才奖”、1个“最具亲和力奖”、1个“最佳人气奖”也花落各家。总的来看，这次比赛结果获奖选手更为年轻，年龄多在30岁上下；获奖选手工作区域更加地分散和平均，京津沪粤一线大都市的优势较之前更加不明显；与前三届有所不同，男拍卖师获奖人数明显增加，10位金银铜槌奖获得者中的男性与女性之比为6:4。

我相信，这次拍卖师大赛对于国内拍卖行业将会起到一定的引导与推动作用，尤其对于未来拍卖师工作的定位和发展也会有进一步的启发意义。

---

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