

# 重庆拍卖

## 第十期

(总第 216 期)

二〇二二年十月十日

### 本期目录

#### 【政策动向】

- ▲ 国务院办公厅《关于进一步优化营商环境降低市场主体制度性交易成本的意见》 / (2)
- ▲ 关于完善二手车市场主体备案和车辆交易登记管理的通知 / (10)

#### 【行业资讯】

- ▲ 中拍协召开“促进拍卖市场健康规范发展”专题研讨会 / (13)
- ▲ 世界人工智能大会首度举办艺术分论坛 / (15)
- ▲ 小钱币拍出大行情 / (17)
- ▲ 重庆市拍协 2022 年首批从业人员培训顺利结业 / (22)

#### 【拍卖宣传周】

- ▲ “48 号文件”为拍卖行业奠定了发展基础 / (23)

#### 【协会动态】

- ▲ 关于开展 2022 年拍卖师网络继续教育的通知 / (26)
- ▲ 市拍协《关于进一步做好行业疫情防控工作的通知》 / (27)
- ▲ 协会新网站为会员单位开展企业形象宣传服务的通知 / (29)

#### 【业界博客】

- ▲ 今年秋拍结果或优于春拍 / (31)

## **国务院办公厅**

国办发〔2022〕30号

### **关于进一步优化营商环境降低市场主体制度性交易成本的意见**

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

优化营商环境、降低制度性交易成本是减轻市场主体负担、激发市场活力的重要举措。当前，经济运行面临一些突出矛盾和问题，市场主体特别是中小微企业、个体工商户生产经营困难依然较多，要积极运用改革创新办法，帮助市场主体解难题、渡难关、复元气、增活力，加力巩固经济恢复发展基础。为深入贯彻党中央、国务院决策部署，打造市场化法治化国际化营商环境，降低制度性交易成本，提振市场主体信心，助力市场主体发展，为稳定宏观经济大盘提供有力支撑，经国务院同意，现提出以下意见。

#### **一、进一步破除隐性门槛，推动降低市场主体准入成本**

（一）全面实施市场准入负面清单管理。健全市场准入负面清单管理及动态调整机制，抓紧完善与之相适应的审批机制、监管机制，推动清单事项全部实现网上办理。稳步扩大市场准入效能评估范围，2022年10月底前，各地区各部门对带有市场准入限制的显性和隐性壁垒开展清理，并建立长效排查机制。深入实施外商投资准入前国民待遇加负面清单管理制度，推动出台全国版跨境服务贸易负面清单。（国家发展改革委、商务部牵头，国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

（二）着力优化工业产品管理制度。规范工业产品生产、流通、使用等环节涉及的行政许可、强制性认证管理。推行工业产品系族管理，结合开发设计新产品的具体情形，取消或优化不必要的行政许可、检验检测和认证。2022年10月底前，选择部分领域探索开展企业自检自证试点。推动各地区完善工业生产许可证审批管理系统，建设一批标准、计量、检验检测、认证、产品鉴定等质量基础设施一站式服务平台，实现相关审批系统与质

量监督管理平台互联互通、相关质量技术服务结果通用互认，推动工业产品快速投产上市。开展工业产品质量安全信用分类监管，2022 年底前，研究制定生产企业质量信用评价规范。

（市场监管总局牵头，工业和信息化部等国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

（三）规范实施行政许可和行政备案。2022 年底前，国务院有关部门逐项制定中央层面设定的行政许可事项实施规范，省、市、县级编制完成本级行政许可事项清单及办事指南。深入推进告知承诺等改革，积极探索“一业一证”改革，推动行政许可减环节、减材料、减时限、减费用。在部分地区探索开展审管联动试点，强化事前事中事后全链条监管。深入开展行政备案规范管理改革试点，研究制定关于行政备案规范管理的政策措施。（国务院办公厅牵头，国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

（四）切实规范政府采购和招投标。持续规范招投标主体行为，加强招投标全链条监管。2022 年 10 月底前，推动工程建设领域招标、投标、开标等业务全流程在线办理和招投标领域数字证书跨地区、跨平台互认。支持地方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。取消各地区违规设置的供应商预选库、资格库、名录库等，不得将在本地注册企业或建设生产线、采购本地供应商产品、进入本地扶持名录等与中标结果挂钩，着力破除所有制歧视、地方保护等不合理限制。政府采购和招投标不得限制保证金形式，不得指定出具保函的金融机构或担保机构。督促相关招标人、招标代理机构、公共资源交易中心等及时清退应退未退的沉淀保证金。（国家发展改革委、财政部、市场监管总局等国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

（五）持续便利市场主体登记。2022 年 10 月底前，编制全国统一的企业设立、变更登记规范和审查标准，逐步实现内外资一体化服务，有序推动外资企业设立、变更登记网上办理。全面清理各地区非法设置的企业跨区域经营和迁移限制。简化企业跨区域迁移涉税涉费等事项办理程序，2022 年底前，研究制定企业异地迁移档案移交规则。健全市场主体歇业制度，研究制定税务、社保等配套政策。进一步提升企业注销“一网服务”水平，

优化简易注销和普通注销办理程序。（人力资源社会保障部、税务总局、市场监管总局、国家档案局等国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

## 二、进一步规范涉企收费，推动减轻市场主体经营负担

（六）严格规范政府收费和罚款。严格落实行政事业性收费和政府性基金目录清单，依法依规从严控制新设涉企收费项目，严厉查处强制摊派、征收过头税费、截留减税降费红利、违规设置罚款项目、擅自提高罚款标准等行为。严格规范行政处罚行为，进一步清理调整违反法定权限设定、过罚不当等不合理罚款事项，抓紧制定规范罚款设定和实施的政策文件，坚决防止以罚增收、以罚代管、逐利执法等行为。2022 年底前，完成涉企违规收费专项整治，重点查处落实降费减负政策不到位、不按要求执行惠企收费政策等行为。

（国家发展改革委、工业和信息化部、司法部、财政部、税务总局、市场监管总局等国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

（七）推动规范市政公用服务价外收费。加强水、电、气、热、通信、有线电视等市政公用服务价格监管，坚决制止强制捆绑搭售等行为，对实行政府定价、政府指导价的服务和收费项目一律实行清单管理。2022 年底前，在全国范围内全面推行居民用户和用电报装容量 160 千瓦及以下的小微企业用电报装“零投资”。全面公示非电网直供电价格，严厉整治在电费中违规加收其他费用的行为，对符合条件的终端用户尽快实现直供到户和“一户一表”。督促商务楼宇管理人等及时公示宽带接入市场领域收费项目，严肃查处限制进场、未经公示收费等违法违规行为。（国家发展改革委、工业和信息化部、住房城乡建设部、市场监管总局、国家能源局、国家电网有限公司等相关部门和单位及各地区按职责分工负责）

（八）着力规范金融服务收费。加快健全银行收费监管长效机制，规范银行服务市场调节价管理，加强服务外包与服务合作管理，设定服务价格行为监管红线，加快修订《商业银行服务价格管理办法》。鼓励银行等金融机构对小微企业等予以合理优惠，适当减免账户管理服务等收费。坚决查处银行未按照规定进行服务价格信息披露以及在融资服务中

不落实小微企业收费优惠政策、转嫁成本、强制捆绑搭售保险或理财产品等行为。鼓励证券、基金、担保等机构进一步降低服务收费，推动金融基础设施合理降低交易、托管、登记、清算等费用。（国家发展改革委、人民银行、市场监管总局、银保监会、证监会等国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

（九）清理规范行业协会商会收费。加大对行业协会商会收费行为的监督检查力度，进一步推动各级各类行业协会商会公示收费信息，严禁行业协会商会强制企业到特定机构检测、认证、培训等并获取利益分成，或以评比、表彰等名义违规向企业收费。研究制定关于促进行业协会商会健康规范发展的政策措施，加强行业协会商会收费等规范管理，发挥好行业协会商会在政策制定、行业自治、企业权益维护中的积极作用。2022年10月底前，完成对行业协会商会违规收费清理整治情况“回头看”。（国家发展改革委、民政部、市场监管总局等国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

（十）推动降低物流服务收费。强化口岸、货场、专用线等货运领域收费监管，依法规范船公司、船代公司、货代公司等收费行为。明确铁路、公路、水路、航空等运输环节的口岸物流作业时限及流程，加快推动大宗货物和集装箱中长距离运输“公转铁”、“公转水”等多式联运改革，推进运输运载工具和相关单证标准化，在确保安全规范的前提下，推动建立集装箱、托盘等标准化装载器具循环共用体系。2022年11月底前，开展不少于100个多式联运示范工程建设，减少企业重复投入，持续降低综合运价水平。（国家发展改革委、交通运输部、商务部、市场监管总局、国家铁路局、中国民航局、中国国家铁路集团有限公司等相关部门和单位及各地区按职责分工负责）

### **三、进一步优化涉企服务，推动降低市场主体办事成本**

（十一）全面提升线上线下服务能力。加快建立高效便捷、优质普惠的市场主体全生命周期服务体系，全面提高线下“一窗综办”和线上“一网通办”水平。聚焦企业和群众“办好一件事”，积极推行企业开办注销、不动产登记、招工用工等高频事项集成化办理，进一步减少办事环节。依托全国一体化政务服务平台，加快构建统一的电子证照库，明确

各类电子证照信息标准，推广和扩大电子营业执照、电子合同、电子签章等应用，推动实现更多高频事项异地办理、“跨省通办”。（国务院办公厅牵头，国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

（十二）持续优化投资和建设项目审批服务。优化压覆矿产、气候可行性、水资源论证、防洪、考古等评估流程，支持有条件的地方开展区域综合评估。探索利用市场机制推动城镇低效用地再开发，更好盘活存量土地资源。分阶段整合各类测量测绘事项，推动统一测绘标准和成果形式，实现同一阶段“一次委托、成果共享”。探索建立部门集中联合办公、手续并联办理机制，依法优化重大投资项目审批流程，对用地、环评等投资审批有关事项，推动地方政府根据职责权限试行承诺制，提高审批效能。2022年10月底前，建立投资主管部门与金融机构投融资信息对接机制，为重点项目快速落地投产提供综合金融服务。2022年11月底前，制定工程建设项目审批标准化规范化管理措施。2022年底前，实现各地区工程建设项目审批管理系统与市政公用服务企业系统互联、信息共享，提升水、电、气、热接入服务质量。（国家发展改革委、自然资源部、生态环境部、住房城乡建设部、水利部、人民银行、银保监会、国家能源局、国家文物局、国家电网有限公司等相关部门和单位及各地区按职责分工负责）

（十三）着力优化跨境贸易服务。进一步完善自贸协定综合服务平台功能，助力企业用好区域全面经济伙伴关系协定等规则。拓展“单一窗口”的“通关+物流”、“外贸+金融”功能，为企业提供通关物流信息查询、出口信用保险办理、跨境结算融资等服务。支持有关地区搭建跨境电商一站式服务平台，为企业提供优惠政策申报、物流信息跟踪、争端解决等服务。探索解决跨境电商退换货难问题，优化跨境电商零售进口工作流程，推动便捷快速通关。2022年底前，在国内主要口岸实现进出口通关业务网上办理。（交通运输部、商务部、人民银行、海关总署、国家外汇局等国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

（十四）切实提升办税缴费服务水平。全面推行电子非税收入一般缴款书，推动非税收入全领域电子收缴、“跨省通缴”，便利市场主体缴费办事。实行汇算清缴结算多缴退税和已发现的误收多缴退税业务自动推送提醒、在线办理。推动出口退税全流程无纸化。进一步优化留抵退税办理流程，简化退税审核程序，强化退税风险防控，确保留抵退税安全快捷直达纳税人。拓展“非接触式”办税缴费范围，推行跨省异地电子缴税、行邮税电子缴库服务，2022年11月底前，实现95%税费服务事项“网上办”。2022年底前，实现电子发票无纸化报销、入账、归档、存储等。（财政部、人民银行、税务总局、国家档案局等国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

（十五）持续规范中介服务。清理规范没有法律、法规、国务院决定依据的行政许可中介服务事项，建立中央和省级行政许可中介服务事项清单。鼓励各地区依托现有政务服务系统提供由省级统筹的网上中介超市服务，吸引更多中介机构入驻，**坚决整治行政机关指定中介机构垄断服务、干预市场主体选取中介机构等行为，依法查处中介机构强制服务收费等行为。**全面实施行政许可中介服务收费项目清单管理，清理规范环境检测、招标代理、政府采购代理、产权交易、融资担保评估等涉及的中介服务**违规收费和不合理收费。**（国务院办公厅、国家发展改革委、市场监管总局等国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

（十六）健全惠企政策精准直达机制。2022年底前，县级以上政府及其有关部门要在门户网站、政务服务平台等醒目位置设置惠企政策专区，汇集本地区本领域市场主体适用的惠企政策。加强涉企信息归集共享，对企业进行分类“画像”，推动惠企政策智能匹配、快速兑现。鼓励各级政务服务大厅设立惠企政策集中办理窗口，积极推动地方和部门构建惠企政策移动端服务体系，提供在线申请、在线反馈、应享未享提醒等服务，确保财政补贴、税费减免、稳岗扩岗等惠企政策落实到位。（各地区、各部门负责）

#### **四、进一步加强公正监管，切实保护市场主体合法权益**

(十七) 创新实施精准有效监管。进一步完善监管方式，全面实施跨部门联合“双随机、一公开”监管，推动监管信息共享互认，避免多头执法、重复检查。加快在市场监管、税收管理、进出口等领域建立健全信用分级分类监管制度，依据风险高低实施差异化监管。积极探索在安全生产、食品安全、交通运输、生态环境等领域运用现代信息技术实施非现场监管，避免对市场主体正常生产经营活动的不必要干扰。（国务院办公厅牵头，国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

(十八) 严格规范监管执法行为。全面提升监管透明度，2022 年底前，编制省、市两级监管事项目录清单。严格落实行政执法三项制度，建立违反公平执法行为典型案例通报机制。建立健全行政裁量权基准制度，防止任性执法、类案不同罚、过度处罚等问题。坚决杜绝“一刀切”、“运动式”执法，严禁未经法定程序要求市场主体普遍停产停业。在市场监管、城市管理、应急管理、消防安全、交通运输、生态环境等领域，制定完善执法工作指引和标准化检查表单，规范日常监管行为。（国务院办公厅牵头，国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

(十九) 切实保障市场主体公平竞争。全面落实公平竞争审查制度，2022 年 10 月底前，组织开展制止滥用行政权力排除、限制竞争执法专项行动。细化垄断行为和不正当竞争行为认定标准，加强和改进反垄断与反不正当竞争执法，依法查处恶意补贴、低价倾销、设置不合理交易条件等行为，严厉打击“搭便车”、“蹭流量”等仿冒混淆行为，严格规范挤压占用经营者保证金、交易款等行为。（国家发展改革委、司法部、人民银行、国务院国资委、市场监管总局等国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

(二十) 持续加强知识产权保护。严格知识产权管理，依法规范非正常专利申请行为，及时查处违法使用商标和恶意注册申请商标等行为。完善集体商标、证明商标管理制度，规范地理标志集体商标注册及使用，坚决遏制恶意诉讼或变相收取“会员费”、“加盟费”等行为，切实保护小微商户合法权益。健全大数据、人工智能、基因技术等新领域、新业

态知识产权保护制度。加强对企业海外知识产权纠纷应对的指导，2022 年底前，发布海外重点国家商标维权指南。（最高人民法院、民政部、市场监管总局、国家知识产权局等相关部门和单位及各地区按职责分工负责）

## 五、进一步规范行政权力，切实稳定市场主体政策预期

（二十一）不断完善政策制定实施机制。建立政府部门与市场主体、行业协会商会常态化沟通平台，及时了解、回应企业诉求。制定涉企政策要严格落实评估论证、公开征求意见、合法性审核等要求，重大涉企政策出台前要充分听取相关企业意见。2022 年 11 月底前，开展行政规范性文件合法性审核机制落实情况专项监督工作。切实发挥中国政府网网上调研平台及各级政府门户网站意见征集平台作用，把握好政策出台和调整的时度效，科学设置过渡期等缓冲措施，避免“急转弯”和政策“打架”。各地区在制定和执行城市管理、环境保护、节能减排、安全生产等方面政策时，不得层层加码、加重市场主体负担。建立健全重大政策评估评价制度，政策出台前科学研判预期效果，出台后密切监测实施情况，2022 年底前，在重大项目投资、科技、生态环境等领域开展评估试点。（各地区、各部门负责）

（二十二）着力加强政务诚信建设。健全政务守信践诺机制，各级行政机关要抓紧对依法依规作出但未履行到位的承诺列明清单，明确整改措施和完成期限，坚决纠正“新官不理旧账”、“击鼓传花”等政务失信行为。2022 年底前，落实逾期未支付中小企业账款强制披露制度，将拖欠信息列入政府信息主动公开范围。开展拖欠中小企业账款行为集中治理，严肃问责虚报还款金额或将无分歧欠款做成有争议欠款的行为，清理整治通过要求中小企业接受指定机构债务凭证或到指定机构贴现进行不当牟利的行为，严厉打击虚假还款或以不签合同、不开发票、不验收等方式变相拖欠的行为。鼓励各地区探索建立政务诚信诉讼执行协调机制，推动政务诚信履约。（最高人民法院、国务院办公厅、国家发展改革委、工业和信息化部、司法部、市场监管总局等相关部门和单位及各地区按职责分工负责）

(二十三) 坚决整治不作为乱作为。各地区各部门要坚决纠正各种懒政怠政等不履职和重形式不重实绩等不正确履职行为。严格划定行政权力边界, 没有法律法规依据, 行政机关出台政策不得减损市场主体合法权益。各地区要建立健全营商环境投诉举报和问题线索核查处理机制, 充分发挥 12345 政务服务便民热线、政务服务平台等渠道作用, 及时查处市场主体和群众反映的不作为乱作为问题, 切实加强社会监督。国务院办公厅要会同有关方面适时通报损害营商环境典型案例。(各地区、各部门负责)

各地区各部门要认真贯彻落实党中央、国务院决策部署, 加强组织实施、强化协同配合, 结合工作实际加快制定具体配套措施, 确保各项举措落地见效, 为各类市场主体健康发展营造良好环境。国务院办公厅要加大协调督促力度, 及时总结推广各地区各部门经验做法, 不断扩大改革成效。

2022 年 9 月 7 日

## 商务部办公厅 公安部办公厅

商办消费函〔2022〕239 号

### 关于完善二手车市场主体备案和车辆交易登记管理的通知

各省、自治区、直辖市及计划单列市、新疆生产建设兵团商务主管部门、公安厅(局):

为贯彻《国务院关于印发扎实稳住经济一揽子政策措施的通知》(国发〔2022〕12 号)部署, 落实《商务部等 17 部门关于搞活汽车流通 扩大汽车消费若干措施的通知》(商消费发〔2022〕92 号)要求, 进一步完善二手车市场主体备案和车辆交易登记管理, 促进二手车流通规范有序健康发展, 现就有关事项通知如下:

#### 一、完善二手车市场主体备案管理

省级商务主管部门应按照《二手车流通管理办法》及相关文件要求, 依托全国汽车流通信息管理应用服务系统(以下简称应用系统), 统筹做好辖区内二手车销售企业(以下

简称销售企业）、二手车交易市场（以下简称交易市场）等市场主体备案管理工作，及时通过应用系统确认并上传备案信息。备案企业应如实填报企业名称、社会信用代码、地址场所等经营内容信息。对涉及地方备案有关改革事项的，要做好相关衔接工作。各地商务主管部门要加快组织完成销售企业、交易市场等市场主体备案信息更新工作，对2022年9月20日（含）前按要求完成备案的，商务部于2022年10月1日前将已备案企业信息推送给公安部等部门；对后续完成备案的，商务部及时推送备案企业信息。各地商务主管部门要定期督促、指导已备案的销售企业和交易市场，按要求通过应用系统及时、准确、全面报送相关经营信息等。省级商务主管部门要一并做好辖区内新车供应商、经销商备案管理工作，通过应用系统设置操作权限，并及时确认备案企业信息。

## 二、规范经销小客车登记签注管理

已备案销售企业办理待销售的非营运小微型载客汽车（以下简称二手小客车）转让登记时，公安交管部门在机动车登记证书、行驶证和临时行驶车号牌上签注“二手车待销售”字样，便于按照“库存商品”科目进行会计核算。对异地交易登记的二手小客车，在办理机动车转入时一并签注。对未备案的销售企业或者已备案销售企业自用车辆申请登记的，仍按原规定办理，核发机动车号牌，不予签注。

## 三、便利二手小客车转让登记办理

对已备案销售企业，其营业执照及公章影像在应用系统备案的，办理二手小客车转让登记时，可提交加盖公章的营业执照复印件，无需再提交营业执照原件。对已备案销售企业办理二手小客车转让登记的，公安交管部门确定机动车号牌号码，核发不超过30日临时行驶车号牌，不再制作发放机动车号牌；对已备案销售企业自愿申领机动车号牌的，按原规定办理。提供“交管12123”APP车主查询、出示车辆抵押登记信息服务，便利二手车交易登记管理。鼓励具备条件的销售企业、交易市场设立机动车登记服务站，提供交易、开票、登记等“一站式”服务。

## 四、规范临时行驶车号牌管理

二手小客车待售期间申领的临时行驶车号牌仅用于车辆检验、加油等必要短途行驶时使用，销售企业要加强内部管理，按规定粘贴使用临时行驶车号牌，严禁用于出借、租赁等其他无关用途。二手小客车在同一企业待销售期间，申领临时行驶车号牌不得超过3次，对申领临时行驶车号牌超过3次或者二手小客车超过1年未出售的，销售企业应当申领机动车号牌，公安交管部门不再发放临时行驶车号牌。已备案销售企业应当购买机动车交通事故责任强制保险，且临时行驶车号牌有效期不得超过机动车交通事故责任强制保险有效期。对汽车限购地区，已备案销售企业办理二手小客车转让登记、申请临时行驶车号牌的，不占用购车指标。严禁企业之间、企业与个人之间等利用多次转让方式长期使用临时行驶车号牌，同一二手小客车在销售企业之间交易登记超过2次的，不再发放临时行驶车号牌。

#### **五、加强二手车有关经营行为监管**

各地要严格落实国家全面取消二手车限迁政策的有关规定，不得对外地转入的二手车违规增设检测等要求。销售企业、交易市场应当认真核对交易双方和车辆的相关信息及凭证，严格按照二手车流通相关法律、法规、规章开展经营活动，开具二手车交易发票。各地商务主管部门要采取有效措施，加强对销售企业、交易市场的执法检查力度和频次，依法依规查处违法违规行为。各地公安交管部门要加强对机动车登记服务站监管，对符合转让登记条件的，指导其规范便捷协助办理登记业务；同时结合本地实际制定待销售二手车临时行驶车号牌管理规定，严格临时行驶车号牌发放和使用管理。各地商务、公安等部门要立足本部门职能，加强协同监管，对未按规定要求备案、报送相关交易信息、核对交易双方和车辆相关信息及凭证、使用临时行驶车号牌、申领机动车号牌的企业，要依法依规予以处理，商务主管部门在试点示范等工作中予以限制，并可采取警示提醒、告诫约谈等方式处置；公安交管部门对违规企业办理转让登记的，不予单独签注管理、不予发放临时行驶车号牌。

各地商务、公安等部门要加强配合协作，优化管理服务，确保二手车市场主体备案和车辆交易登记管理工作顺利开展。各地在监管过程中发现重要问题，应及时报告商务部、公安部。

2022年9月6日

## **【行业资讯】**

### **中拍协召开“促进拍卖市场健康规范发展”专题研讨会**

9月8日下午，中拍协通过线上线下结合的方式召开“促进拍卖市场健康规范发展”专题研讨会。商务部服贸司二级巡视员朱光耀、国家市场监管总局网监司综合处处长李春景、商务部服贸司业务三处二级主任科员刘超应邀参会。中拍协会会长黄小坚、副会长韩涛、秘书长贺慧等线下参会。上海拍协、广东拍协、浙江拍协，以及中国嘉德、北京嘉禾、中拍平台、国联拍、金诺国际、昆明花拍、北京工商大学等拍卖企业、网拍平台和研究机构的代表参会。会议由中拍协副秘书长欧树英主持。

黄小坚会长在会议致辞中指出，拍卖行业经过30多年的发展，取得了许多成就，但是也遇到了一些问题和挑战，当前市场快速发展与无序竞争并存、网拍快速发展与规则缺失并存、交易边界扩展与市场资源垄断并存、市场主体多元与规则统一性不足并存，为促进拍卖市场健康规范发展，希望与会代表就统筹推进拍卖市场深化“放管服”改革、维护公平竞争市场环境、激发拍卖市场活力、促进拍卖行业高质量发展等问题展开探讨，提出有针对性的意见建议。

会上，发言代表就产权交易领域存在的市场垄断问题、强化《拍卖法》等拍卖法律法规的法律权威性问题、网络拍卖以及短视频直播平台发展中的乱象等问题进行了深入的研讨。针对拍卖市场健康发展，就规则制度、优化环境、有效监管、保障措施等方面提出了具体建议：**一是建议加强部委协调。**行业主管、市场监管部门与财政、国资、发改部门加

强联系协调，共同加强对公共资源交易的监管和引导，推动拍卖机构全面参与公共资源交易。**二是建议加强市场规则统一性建设。**开展必要的专项整治活动，在拍卖市场执行同一标准，确保各类市场交易主体地位平等。**三是建议加强网络拍卖的制度建设。**联合发文明确网络拍卖活动应当遵循拍卖法律法规，并制定必要的网络拍卖管理规定。进一步明确开展网络拍卖应当取得相应的资质、网络拍卖平台应当履行平台主体责任。**四是建议大力推动拍卖领域的科技创新。**为致力于研发拍卖相关科技项目的创新企业提供支持和奖励。**五是建议进一步推出便企措施。**推进住所和经营场所登记的标准化、规范化和便捷化，提高行政审批的效率。

与会代表还从各自角度出发提出了一系列建议。**文物艺术品拍卖方面**，建议根据企业信用等级有关管理部门实施差异化监管方式，简化优质企业审批流程、减少拍后个人信息备案项目，以进一步激发企业活力；**农产品拍卖方面**，建议完善相关法律法规，建立现代农产品流通体系；完善专业拍卖师考核制度；相关部门要重视农产品推广，加大品种研发投入力度；**行业建设方面**，建议进一步加强拍卖理论前瞻研究，构建部委、协会相互配合的多元协调治理机制。

商务部服贸司二级巡视员朱光耀、国家市场监督管理总局网监司综合处处长李春景等认真听取了与会代表发言，并对参会代表发言中提到的有关问题一一作出了回应。他们表示将在下一步工作中重点关注代表发言中所提出的问题，积极采取必要措施，推动拍卖市场健康规范发展。

黄小坚会长在会议结束时表示，为促进拍卖市场发展，希望有关部委一是本着“急用先立”的原则，对影响拍卖市场发展的重要问题开展必要的法律规制修订工作或联合出台指导性、规范性文件。二是对市场中的典型问题和现象进一步开展必要的专项监管指导，促进市场规范发展。他表示，中拍协将继续加强与两部门的沟通交流，积极配合开展调查研究，为推动拍卖行业健康规范发展做出贡献。

## 世界人工智能大会首度举办艺术分论坛

9月2日，由世界人工智能大会组委会作为指导单位，上海国拍主办、上海大学上海美术学院和北京南风堂文化艺术有限公司协办的“智艺相融、创新无界——人工智能与艺术创新国际论坛”在西岸艺术中心圆满落幕，本次论坛是2022世界人工智能大会的重要分论坛，是世界人工智能大会首次在艺术领域设置专门的论坛集中探讨艺术与科技的融合发展。



来自上海大学上海美术学院、中央美术学院设计学院、同济大学设计创意学院、南澳大学创意学院等海内外高校和学术机构的专家学者、享誉业内的数字艺术家及艺术机构负责人济济一堂，共同研讨艺术加科技的相关议题。上海市人民政府副秘书长庄木弟，上海报业集团党委副书记、总经理陈启伟，徐汇区人民政府副区长王志华等领导和嘉宾出席论坛。

人工智能是当前最具潜力的创新技术之一，正在赋能千行百业，带来生产力极大的跃升，艺术领域也不例外。近年来上海积极探索人工智能赋能艺术的创新路径，创造了许多开风气之先的优秀典范。庄木弟在致词中指出：“面向未来，上海将进一步支持推动人工

智能与艺术的融合创新，加快打造更多的虚实交融、现代前卫的艺术新体验，为全面提升城市软实力提供有力支撑。”

上海国拍近年来以艺术创新为引领，积极拥抱新技术，推动艺术功能主体建设。上海国拍董事长戴佩华在论坛上表示：“立足外滩核心区位，在政府部门的大力支持下，上海国拍正构建融数据中心、指数发布、艺术展示、艺术鉴赏、学术交流、臻品拍卖、收藏沙龙为一体的艺术综合体——上海外滩艺术中心。中心将联合高校和学术机构共同发布外滩艺术指数，引领现当代艺术发展风向；打造顶尖艺术家外滩会客厅，举办财富企业家沙龙，让顶尖的国内艺术家能够通过外滩走向世界，让艺术与市场更为精准对接；为海内外知名艺术机构提供平台，进一步繁荣外滩艺术生态圈；作为艺术品常年展示和交易的核心区，与外滩其他艺术机构联动发展，使艺术成为外滩一张靓丽的名片。届时，上海外滩艺术中心将和西岸艺术中心东西遥相呼应，共襄上海文化艺术盛举。”

在论坛的主旨演讲环节和题为“算法之美——科技与艺术融合的产业机遇与未来图景”的圆桌论坛中，专家、学者分别从不同的角度阐述人工智能与艺术融合创新的最新实践和理论探索。让观众走进数字世界，深入了解元宇宙的艺术形式、生态以及面向未来的无限可能。

近年来，数字艺术进入发展的快车道，人工智能艺术也逐渐走进大众视野，成为了一种从主题到技术都令人惊叹的前卫艺术类型，而且在日益扩大艺术的外延。人工智能艺术的核心是计算机的“创造力”培养，其假定计算机作为艺术创作的主体——艺术家来加以构建。其基础是机器学习，使机器具备强大的表征学习能力，也使机器学习从技术范畴上升到“思想”范畴。通过调用包含大量艺术专业知识和经验的专家系统，可以实现对机器艺术思维模式的培育，形成具有“艺术自觉”与“创造力”的人工智能“艺术家”。从艺术内部的形式与审美完善，到艺术外部的社会化、政治化触发，人工智能艺术导致艺术功能、艺术价值、艺术家身份认证、艺术评价体系等问题都迎来了颠覆性的创新。与会专家

一致认为技术的变革赋能艺术的未来发展，使得艺术形式更具想象力，将极大地丰富未来世界的艺术图景。

世界人工智能大会（WAIC）由国家发展和改革委员会、工业和信息化部、科学技术部、国家互联网信息办公室、中国科学院、中国工程院、中国科学技术协会和上海市人民政府共同主办。大会自 2018 年创办以来大会已成功举办四届，始终坚持高端化、国际化、专业化、市场化、智能化的办会理念，逐步成长为全球人工智能领域最具影响力的行业盛会，是由国家有关部门和上海市共同打造的国际高端合作交流平台。

WAIC2022 继续秉持“智联世界”理念，发挥“科技风向标、应用展示台、产业加速器、治理议事厅”的重要作用，通过线上线下联动的会展形式，汇聚顶级科学家、企业家、政府官员、专家学者、国际组织、投资人、创新团队一同探讨前沿话题，推动全球“共创、共建、共融、共治、共享、共赢”，进一步以人工智能增进人类共同福祉。

## 小钱币拍出大行情

上海国际商品拍卖有限公司的前身为成立于 1988 年 4 月的上海物资拍卖行，是当时国内恢复拍卖业后上海第一家、全国第二家成立的拍卖企业。三十多年以来，上海国拍始终坚定地将诚信经营作为企业安身立命之根本，正是在此一贯的努力和坚持下，国拍公司取得了经营业绩和市场口碑的双丰收，2021 年上海国拍拍卖成交额达 209.49 亿元，拍卖场次达到 590 场。

2022 年 6 月 22 日，上海国际商品拍卖有限公司举行 2022 年第 101 期【文玩钱币专场（第 3 场）】网络在线拍卖会，拍品号为 H047 的一枚“光绪十年吉林厂平一两”银币（37.58 克），从 80 万元起拍，经过 129 轮次竞价，拍卖成交总价达到 499.52 万元（含佣金）。从征集拍品、广为招商到拍卖成交、价款结算，小钱币拍出了大行情，折射出上海国拍公司始终坚守诚信底线，通过为客户提供优质、专业服务助力擦亮企业品牌。



# 在线竞价平台



菜单



上海國際商品拍賣有限公司  
Shanghai International Commodity Auction Co., Ltd.



H047 光绪十年吉林厂平一两 (37.58克)

浏览量 1028

★ 关注

查看我的关注

成交价 **446万元** (129次出价)(**不含佣金**)(总价拍)

成交号牌 31

目录

类型 钱币

材质 银 (8.5)

数量 1件

起拍价 80万元

**佣金 12%**



拍卖是一种特殊的交易方式，持续经营的背后是公司对法律法规的严格遵守和对行业规范的长久自律。公司于2012年成为中国文物艺术品拍卖达标标准企业，坚持以严格规范的标准进行操作，在日常工作中以《中国文物艺术品拍卖标准化达标/示范企业评价指标》中的达标项及示范项严格要求，不断增强企业自主创新能力。公司始终致力于诚信体系的建设，先后被评为上海市以及国家工商总局命名的“守合同重信用”企业，上海市黄浦区合同信用促进会“守合同重信用AAA级”企业的称号，上海拍卖行业协会5A信用等级企业，于2019年获得中国拍卖行业第四届中国文物艺术品拍卖排行榜（青花奖）“特色业务奖”，同年荣获中国拍卖行业三项大奖：“中国拍卖行业年度市场影响力奖”、“中国拍卖行业年度创税奖”、“中国拍卖行业年度社会公益奖”。2020年上海国拍“以工艺品、艺术品在线交易”企业标准获得上海品牌认证。

上海国拍始终坚持保真拍卖、诚信经营，尊重保护委托人利益，维护买受人权益，坚持文物艺术品的文化价值导向。近年来，公司在继续进行传统文物拍卖的基础上，创新拓展当代艺术品领域，不断聚焦资源优势、品牌优势、专业优势、行业优势，稳中求进、变中求新，为构筑具有国际影响力的文化高地，打造更高水准的文化地标集群、更高人气的文化交流舞台而努力。

### **以专业和诚信赢得委托人信任**

（一）艺术品拍卖坚持保真拍卖上海国拍于1996年7月获得国家文物局颁发的文物拍卖经营资质，以1996“海上岁月”收藏品拍卖会起步涉足艺术品拍卖，专业领域涵盖中国书画，瓷玉器杂项、古籍善本、油画水彩画、钱币、邮品等，逐步形成公司“海派”艺术品拍卖特色，多年来的经营积累了一批信得过国拍公司的委托方资源。近几年，国内艺术品拍卖市场行情走低，市场及交易量萎缩，在此背景下，国拍公司挑选更为优质、保真的拍品确保公司及艺术品业务板块的经营得到持续发展。凭借上海国拍所拥有的强大技术团队，公司除每年两次的春秋大拍外，每月的小拍均已实现了纯网络拍卖。虽然是每月一次的小拍，但公司也仍将其当作大拍来对待，从拍品的征集、拍品图文资料的制作到最

终的结算及物流环节，艺术品部员工兢兢业业、认真细致的完成每一项工作。客户可以足不出户就通过手机网页、微信、手机APP等平台参与公司的拍卖会。因此，对于拍品的描述、照片等能更真实、详尽地展现在网络平台上提出了更为严格的要求。为方便网络客户的参拍，对于客户提出的要求，如字画拍品局部、印鉴、落款等细节照片，艺术品部员工均能在第一时间提供，以求让客户能根据拍品的实际情况进行理性的出价。

(二) 钱币拍卖的专业性赢得委托人信任。1. 钱币专家的专业水准获得委托人的认可。开篇提到的这次拍卖成交的钱币——吉林“厂平银币”是中国机制银币的鼻祖，传世量极为稀少，其中一两银币仅制作了198枚，能够流传至今、品相完好的更为罕见。在钱币拍卖领域，孙仲汇先生是国内知名的钱币、青铜器、金银器等艺术品领域的专家，上海博物馆原钱币主管，现为上海国拍艺术品部高级顾问。多年来，由孙仲汇先生领衔，国拍在钱币拍卖领域逐步建立起自己的文化生态圈，致力于促进钱币的鉴定和拍卖流通，以诚待客、用心服务、传承经典、弘扬国粹，得到了钱币圈藏友的高度认可。2021年末，国拍公司就开始跟踪这块钱币的委托拍卖情况，孙老先生的执着和专业水准获得了委托人的认可，其间因上海突如其来的疫情，拍卖活动因故中断，在2022年6月上海全面复工复产以后，这枚钱币再次走上拍台，成为上海国拍本场拍卖会的H047号拍品。2. 发挥拍卖“低拍高走”特点设定起拍价对于这枚拍品的起拍价，起初国拍和委托人还有不同意见，委托方想一口价设置到400万，孙先生结合当时的市况和市场心理的复苏，建议委托人起拍价设在80万元，并且建议要充分利用拍卖“发现价格”的机制特点，挖掘拍品的最高价值。委托人因为充分信任国拍公司的专业意见，果断同意孙老师建议，起拍价设定在80万。通过前期的广泛招商和为期2天的网络拍卖，吸引到了充足的意向竞买人，经过129轮次的激烈竞价，最终以499.52万元成交。事后来看，如果起拍价定在400万元，不会吸引钱币藏家前来关注，不会聚集出价竞价的人气，大概率是会流标的。3. 买受人的信任与守信这枚钱币的最终买受人，也是一位钱币收藏界的名家，获悉上海国拍的这场拍卖会后，立刻乘坐航班从外地前来公司总部看样，认定了这枚钱币确为吉林“厂平银币”。吉林“厂平

银币”或可称为中国最早的机制银币，它的价值体现在一是物以稀为贵，二是银币背后的故事演绎了中国的货币发展史和中国的民族精神。吉林“厂平银元”是中国机制银元的先行者，在中国近代铸币史上占有重要的一席之地。中国于明朝末年与西班牙人往来贸易时，银元开始从国外流入，由于外币银元是机器统一制造，重量固定，外形十分精美，便于计量和携带。但是由于外币银元以枚计算，银元价格高于自身的含银量，外国商人大量以银元套购中国白银，致使中国白银大量外流，当时许多有识之士提出自铸银元、抵制外币的主张。这枚吉林厂平银币就是在这种背景下产生，光绪十年由吉林机器局所铸造，它作为中国第一套自行设计、自行采用机器铸造的银元，文字及图案设计都充分体现了中华民族传统风格，图案精美雅致，制作精良，传世甚少，成为收藏界的珍品。这次拍卖成交的光绪十年吉林“厂平银币”面值为一两，重 37.58 克，正面饰团“寿”纹，内书“光绪十年吉林机器官局监制”，厂平银币按正面两侧龙身有无毛刺可分为“光龙”版和“毛龙”版，本次拍卖的厂平一两银币为“光龙”版本。

在 2022 年 6 月 22 日的网络拍卖会上，31 号牌的买受人坚定出价，直至最后以总价 499.52 万元的价格成功竞得这枚钱币。拍卖成交后，买受人又再次专程飞往上海，一次性结清拍卖成交款项，提取这枚举世珍品银币。

### **拍卖机构以诚信为本方可兴商**

在整个拍卖活动中，上海国拍以自己的专业知识和多年建立起来的口碑和品牌，真诚获得委托方的信任，奠定了良好的合作基础。上海国拍具有在钱币拍卖领域的专业优势，2021 年 12 月 28 日，公司首个以专家命名的工作室——孙仲汇工作室正式挂牌成立，工作室耐心为委托方出谋划策，制定有吸引力的起拍价，营造竞拍气氛，凝聚拍卖人气，为拍卖成交奠定了价格基础。为充分挖掘吉林“厂平银币”的市场价值，国拍公司利用自己的微信公众号近 100 万粉丝的关注来进行招商。在看样现场，工作室的鉴定专家不厌其烦地向客户介绍这枚银币的前世今生，工作室的专职摄影师多个角度拍摄拍品照片，公司在线竞价平台多个角度多种工具展示拍品细节，公司 962227 客户号和上海国拍 APP 在线客服

专设钱币热线，解答客户咨询。拍卖成交后，买受人在规定的时间内付清拍卖成交价款，我们与委托方也及时进行了结算，整个拍卖活动告一段落。拍卖机构在整个拍卖活动中，以自己的诚信经营架起了委托人和买受人之间的桥梁，以自己的专业技能屏蔽“伪”和“赝”，以自己的行业规范弘扬“真”和“实”。诚信经营，不仅是拍卖行业的底线原则，更是能够保障行业持续经营发展的尚方宝剑。

### **真诚乐于奉献，勇担社会责任**

近年来，上海国拍积极响应上海市委市政府出台的《关于加快本市文化创意产业创新发展的若干意见》以及《中共上海市委关于厚植城市精神彰显城市品格全面提升上海城市软实力的意见》等重要文件的精神，践行企业社会责任，热心参与慈善公益事业。2022年疫情期间，举办“疫”起守沪，护佑申城”慈善拍卖，承办了由上海玉佛禅寺与上海市慈善基金会共同发起的2022年上海首场抗疫专场在线慈善义拍活动。这次义拍共有64幅书画作品，以网络拍卖方式进行，经过为期5天的激烈竞价，拍卖总成交金额达166.64万元，成交率达到92%，拍卖会围观人次近18000人次。拍卖会通过国拍、玉佛禅寺、慈善基金会、觉群文教基金会、觉群书画院微信公众号、官网等渠道进行宣传，微信公众号推送的相关内容浏览量达5万多人次，以拍卖企业特有的方式彰显了良好的企业形象。上海国拍以数字化赋能，积极创新转型，提出“一中心二平台”的功能定位，为打造更高水准的文化地标、更高能级的文化交易平台，公司积极参与投入现当代艺术品和艺术中心的运营，致力于打造国际化、专业化和集团化的世界一流拍卖企业。

### **重庆市拍协2022年首批从业人员培训顺利结业**

为推动我市拍卖行业的健康、稳定发展，提高拍卖企业和拍卖从业人员整体素质，9月22日，重拍协2022年从业人员完成拍卖业职业基础教育课程培训并顺利通过在线考试。此次参培参考人员共计4人，是重庆在2022年中拍协和各省协会创新培训模式试行后的首批，该创新培训模式是中拍协与地方协会共同举办的线上线下联合培训。报名方式灵活，

随报随学。严格按照“统一课程、统一教材、统一试卷、统一授证”的要求，制定的培训计划和方案。

经过几个月的线上培训课，学员们顺利进入考试阶段，开考前，重拍协蒲音会长为各位学员介绍了重庆拍卖行业的现状并强调了拍卖从业人员培训为国家法律法规和行业管理所需，是行业发展的重要环节之一。



通过 90 分钟的线上考试评分，学员们全体合格，顺利通过考试，蒲音会长及郑旖秘书长分别向学员们表示祝贺，并为大家颁发拍卖从业人员技能考核合格证书。

## 【拍卖宣传周】

### “48 号文件”为拍卖行业奠定了发展基础

文/季涛

1992 年 8 月 30 日，国务院办公厅发布的[1992]48 号文件《关于公物处理实行公开拍卖的通知》（本文中简称为“48 号文件”），决定改革原有公物处理办法，逐步建立和完

善公物处理的公开拍卖的制度。这一文件吹响了对一切罚没公物必须进行拍卖处置的号角。2022年是这一重要文件发布30周年，对中国拍卖业来说，这是一个十分值得纪念的日子。

自新中国建立以来，我国国内处置各类公物，一般是以变卖或由国营商业部门作价收购，或本系统内部调配使用，如部门之间无偿转让、报废处理等方式。这些处理方式常常会造成国有资产的流失，也容易产生以权谋私和权力腐败行为。尤其在上世纪八、九十年代，随着深入改革开放、发展国民经济各项新举措的采用，由海关、人民法院等执法机构经手的罚没公物也越来越多。而在公物的变现过程中，沿用早期那些随意的处置方式，缺少公开性和透明度，使得执法队伍中出现了一些内部私分、挪用、侵占或低价购买的现象，导致了国有资产的流失，危害了执法机构的廉政建设。

此时，一些省市开始采用公开拍卖的方式处置罚没公物，因而增加了透明度，防止了权力腐败的产生，并促进国有资产的增值。例如，1987年底，沈阳市拍卖行在开业后的两个月里，就曾拍卖了当地工商、公安部门罚没的收录机、自行车和一些企业闲置的陈旧生产设备，成交了四十多万元。这成为了国内最早的公物拍卖的样板。

1992年，国务院办公厅48号文件的发布，进一步推动了权力机构反腐倡廉的建设，增加了国库的财政收入，满足了社会上多种需求和资源配置，使得公物处置工作更加趋于市场化和公开化，产生了积极的社会效果。而国内的拍卖企业也因此走出了因缺少拍品来源和社会地位不高的困境。因此而强力推动了我国拍卖企业的产生与快速发展。

据当年的统计，截止到1998年底，我国近千家拍卖企业中约有50%专营罚没公物的拍卖，20%的拍卖企业兼营罚没公物。截止到1998年底的，我国拍卖业罚没公物拍卖累计成交超过100亿元，约占拍卖行总收入的50%以上。其中，1996年，广东物资拍卖行和广州市商业拍卖行联手拍卖的一笔广东海关委托的缉私白糖业务，成交额就高达13亿余元。创下之前我国罚没公物拍卖的单场最高成交纪录。可以说，没有“48号文件”的发布，就不会有这么多的公物拍卖业务，更不会有上世纪九十年代中国拍卖业的蓬勃发展。

当时，经营公物拍卖的企业一般是由所在地的政府机构依照条件进行遴选，一般有两种模式。一为“长期固定式”公物拍卖企业。例如，最初，上海市曾通过立法指定市商业一局所属的“上海拍卖行”和市物资局所属的“上海物资拍卖行”为公物拍卖机构；北京市也曾指定市工商局下属企业北京市拍卖行专门负责全市公物拍卖的处置业务。这种“长期固定式”有利于拍卖企业积累公物拍卖的经验，但其弊端也显而易见，类似于公物拍卖“铁饭碗”不利于培养企业的竞争意识和提高企业的业务水准，一旦发现被指定的企业不能胜任，则难以随时纠正。而对应的“相对固定式”，即由政府每隔一段时间，根据拍卖企业的资质、经营、信誉等，重新进行选择；或在被指定期间，如果该拍卖企业发生重大违规事件，政府可以随时重新指定，以保证始终由优质企业经营公物拍卖业务。例如，上海市于1994年颁布了法规，废除公物拍卖资格的“长期固定式”，规定“拍卖人拍卖公物的资格，每两年确认一次”。由此在保证业务相对稳定与不断累积经验的情况下，对经营企业进行“优胜劣汰”。

“48号文件”，以及随后各省市颁布的各类有关公物拍卖的法规，由于其法律地位的局限性与各地法规政策缺乏统一性和规范性，尤其“48号文件”及各地法规侧重于强调将公物进行公开拍卖，而对拍卖市场运作的规范不足，难以确定各种拍卖关系的性质和各方当事人之间的权利与义务的关系，不易区分各自的法律责任。因此，制定有关的国家法律迫在眉睫，《中华人民共和国拍卖法》的出台因而呼之欲出。

1994年3月，《拍卖法》起草工作领导小组成立于当时的国内贸易部。起草小组考察了英国和德国在公物拍卖等领域的法律法规和具体操作。他们在考察报告《借鉴国外拍卖行业经验，看中国拍卖业发展道路》中，着重指出了“严格公物处理必须委托拍卖企业公开拍卖的制度”。《拍卖法》正是在1992年国务院办公厅48号文件基础上进行的更加深入、全面的法律建设。“48号文件”为1997年《中华人民共和国拍卖法》的颁布实施奠定了良好的法制基础。而后者是中国拍卖业可持续发展到今日的强大助推力。今天全国有八、九千家拍卖企业，超过上世纪九十年代末期的企业数量近十倍。如今全国每年近万亿

元的总成交额，超过了九十年代时期几百倍！这些都离不开 1992 年国务院办公厅 48 号文件给予的支持作用与《中华人民共和国拍卖法》所提供的法律规范和保障。

（选自《中国拍卖》2022.08）

## **【协会动态】**

# **中国拍卖行业协会文件**

中拍协【2022】52 号

---

## **关于开展 2022 年拍卖师网络继续教育的通知**

各省（自治区、直辖市）拍卖行业协会、各拍卖企业、拍卖师：

为了进一步做好 2022 年拍卖师继续教育工作，提升拍卖师理论水平、业务操作技能及综合素质能力，我会将于近期继续开展 2022 年拍卖师网络继续教育。现将有关事宜通知如下：

### **一、学习要求**

按照拍卖师管理有关要求，拍卖师每年接受继续教育应不少于 45 个学时。为方便拍卖师学习，今年的网络继续教育共提供约 53 课时，拍卖师可根据情况选择自己需要的课程进行学习。

### **二、学习安排**

继续教育网络课程开通的时段为：2022 年 9 月 20 日至 12 月 31 日。

自 9 月 20 日起，拍卖师可以直接在中拍协网站上缴费并学习，网络课程学习于 12 月 31 日结束，否则将无法完成 2023 年拍卖师注册工作。（2023 年注册工作预计于 11 月末开始）

### **三、其他事宜**

（一）拍卖师应按照《网络课程学习基本操作流程》（见附件）进行网络课程的学习。

(二) 拍卖师在操作、汇款和网络上课等方面如有疑问,可咨询中拍协网络服务客服。

电话: 4008985988

电子邮箱: kefu@caa123.org.cn

(三) 网络继续教育收取服务费共计 800 元。拍卖师可通过网银、微信或支付宝方式缴费,不再接受银行汇款或转账的方式。

附件:《网络课程学习基本操作流程》

二〇二二年九月十九日

关于继续教育发票及退费

今年继续教育缴费发票采用航天金税自动开票系统,在缴费成功后系统会按照您填写的发票信息自动生成电子发票。开通学习不超过 5 课时的,如特殊原因可登录系统自主申请退费;

更换发票,请您在 90 天之内在中拍协官网提交退费及换票申请,联系中拍协财务部门退、换发票事宜,联系电话 01064935099(发票仅限更换一次,跨年不予更换)。

## 重庆市拍卖行业协会文件

重拍协【2022】3 号

---

### 关于进一步做好行业疫情防控工作的通知

各会员单位、拍卖企业及从业人员:

当前疫情防控形势依然严峻,本次疫情已涉及全国多个省市,重庆市也已持续发现确诊病例。为进一步做好疫情防控工作,拍卖行业及从业人员应继续坚持“外防输入、内防反弹”的防控策略不动摇,坚持现有的防控措施不放松,并做好以下几点:

一、开展常态化核酸检测

根据重庆市疫情防控工作要求，请各企业于2022年9月12日起，落实企业员工参加常态化核酸检测。橙色弹窗、黄码、红码人员按防控要求恢复绿码后，方能返回工作岗位。

## 二、积极主动报备

主动报备，配合落实防控措施。请通知本单位全体人员与已公布阳性病例（含无症状感染者）有接触史或行程轨迹有交集的人员和有相应地区旅居史的人员，第一时间主动向单位及社区报备，并按要求落实相关健康管理措施。同时，请密切关注市内中高风险地区调整动态。

## 三、谨慎安排出行

继续坚持非必要不前往有中高风险地区的区市县和有本土疫情扩散风险的区市县。对发生本土疫情但尚未公布风险等级的，以及经研判认为疫情可能扩散的毗邻地区的，参照中风险地区相关政策执行。拍卖企业尽量不安排员工前往新增感染者及中高风险地区所在区市县。确需前往的，要密切关注疫情动态，避免前往中高风险地区和已有本地阳性病例报告的地区。外出期间，应全程做好个人防护。外出归来后，按防控要求进行核酸检测，结果为阴性方可返岗工作。

## 四、严格经营场所防疫管理

各企业要切实履行主体责任，严格落实各项常态化疫情防控措施。日常做好不带病上岗、扫码登记、体温检测、佩戴口罩、“一米线”、清洁消杀、限流错峰等措施，做好有序排队和客流疏导，坚决防范扎堆聚集。尤其要加强“健康码”“行程码”核验，做到不漏一人，切实把风险人员挡在经营场所之外。

## 五、遵守防疫规定，严格经营管理

提倡开展网上拍卖预展、网上拍卖活动。中、高风险地区暂不举办线下拍卖活动。坚持非必要不举办原则，尽可能采取线上形式开展拍卖业务，最大限度压缩线下活动规模。确需举办线下拍卖活动的，应对照活动所在地疫情防控要求，进行风险评估，在符合活动所在地疫情防控要求的前提下举办相关活动。

疫情防控责任重大，各企业要坚定“抗疫”的决心和信心，毫不松懈、科学防控，为早日迎来战“疫”的最终胜利做出应有贡献！

2022年9月12日

## 重庆市拍卖行业协会文件

重拍协【2022】5号

### 协会新网站为会员单位开展企业形象宣传服务的通知

各会员单位：

重庆市拍卖行业协会网站近期已完成优化升级，为了更好的服务会员企业，扩大企业拍卖业务的宣传，提升企业知名度与影响力，协会向广大会员企业免费提供自我形象宣传服务。优秀投稿内容协会将向中拍协等机构转发推荐。具体通知如下：

#### 一、服务对象

重庆市拍卖行业协会会员企业

#### 二、宣传服务内容

##### （一）企业形象展示

网站企业风采版块中可展示企业简介（图文），企业荣获的各类资质荣誉。

##### （二）企业拍卖公告及招商信息的发布

企业可自行在网站上发布企业拍卖公告、招商公告内容，基于重拍协网络平台，扩大宣传效果，增强招商力度。

##### （三）企业活动及经验展示

企业开展慈善公益活动及表彰；党建活动；成功举办过的有代表性、创新性的经典拍卖案例；对于拍卖行业的见解、先进经验和创新思路等，均可向协会投稿。

#### 三、投稿方式

将稿件资料打包发送至协会工作QQ：1430308205；

文件格式以“[投稿]+企业名称+联系人姓名+手机号码”命名。

#### 四、注意事项

- 1、稿件必须真实、准确，投稿人对稿件内容承担全部责任；
- 2、稿件为投稿人原创所有，不得抄袭或转载；
- 3、已在其他平台发布并已申请“声明原创”保护的稿件，投稿前应联系协会，并及时打开转载权限；

4、稿件经协会审核、筛选后，在协会网站、微信公众号和《重庆拍卖》期刊上发布。

#### 五、咨询方式

联系人：郑旖、李滢      联系方式：023-63616169

联系地址：重庆市渝中区上清寺太平洋广场B座1502

2022年9月26日

### **【业界博客】**

## **今年秋拍结果或优于春拍**

——艺术市场资深研究学者季涛接受新快报记者专访

春去夏至，不少拍卖行的“春拍成绩单”才刚刚公布；金秋九月，秋拍的序幕就已拉开。市场看似波澜不惊，却又有其特殊意义。种种迹象，将给予我们以何种启示？就此，艺术市场资深研究学者季涛先生接受了《新快报》收藏周刊的专访。

**收藏周刊：**2022年春拍，不久前已陆续收官。您如何看待今年春拍的市场表现？

**季涛：**今年春拍，上海、北京等地因疫情而造成时间上有所拖延，征集困难、节奏紧张。不少拍卖行的春拍自7月才启动，拍卖结果也不甚令人满意。我想原因有二。

一是征集不到位。大家为疫情所“困”，互相交流受阻，拍品中，无论是“老”的还是“新”的、当代的还是古代的，都缺少“重头货”。

二是“买气不足”。今年春拍买气不足，原因是复杂的。疫情对生产、收入、消费各经济活动环节带来影响，此外，还包括国际局势导致的国外通货膨胀等。因为对未来有种种不确定性，大家比较谨慎、不敢花钱。

**收藏周刊：**本周，我们关注到内地有拍卖行已经吹响秋拍号角；本月，苏富比、佳士得等也已启动内地巡展。您对今年秋拍有何展望？哪些方面引起了您的特别关注？

**季涛：**今年秋拍，虽然在征集问题上有所解决，时间相对充裕，流动性相对好些，但我认为“买气”的恢复情况和春拍相差不会太大。就算征得到好的拍品，能不能卖出好的价钱，还不好早下定论。大一些的藏家不敢出手，这是很明显的。在经济情况不是特别明朗的情况下，大家不会追高。

所以，秋拍情况应该比春拍要好一些，但也不容太乐观，与去年相比堪忧。主要还是我说的“买气不足”问题。

**收藏周刊：**您如何看待近年来，尤其是2020年疫情后的市场格局？“结构化”“缓慢增量”是否为市场常态？

**季涛：**疫情这两年，市场格局与以往相差倒不是很大，还是结构化方式，突出“精品”“稀缺”，包括对现当代板块的关注。

结构化是一直存在的。从前卖得很贵、受到热捧的，可能会有暂时性价格回落；而从前的价值洼地、“新鲜”的、未经市场太多炒作的，则会受到一些追捧——这属于市场的自然调整、资金的来回转向。这种结构化，一直存在，未来也会存在，它是市场普遍规律，不因这次疫情或经济状况而改变。这与刚才所说的秋拍情况受各方影响，性质是不一样的。

说到市场增量，现在市场征集数量有限，总量都谈不上，更谈不上增量了。很多人买了东西不再拿出来，而且（看到）拍价又老低了，更不敢拿出来，不愿越卖越赔钱，所以，东西都在藏家手里。数量少，谈不上总量，也就谈不上增量。这也导致有些人就算手中有钱，也买不到合适的东西，他怎么花钱？

精品不够，反映出结构化的问题；数量不够，反映出征集的问题。

**收藏周刊：**您觉得，突破的方向会在哪里？

**季涛：**我认为首要是经济状况要走好。大家经济上越来越稳定，走势越来越明朗，有了更多的钱，卖家和买家就会更加活跃，相对增量就会提升。所以还是一定要着眼于经济状况。

可能还会有一个例外：经济不好时，有些人也会因缺钱而把收藏品降价出售，但这个放货数量有限，它无法去填补大家因市场平淡而整体上不愿意放货的总量。

所以，拍品的增量和价格是随着经济的好转而水涨船高，这是一个良性循环，否则就将陷入恶性循环。

我认为，市场需要用明年、后年的时间来调整，把价格走稳，走好，使走势明朗化，促使“买气”加强，增量得以提升。

**纵深分析：**在客户拍卖决策中，情感的作用不容忽视

自从2011年秋内地艺术品拍卖市场显现调整迹象以来，市场没有出现人们曾经期盼着的下一次高峰，总的市场成交规模也一直没能超过2011年。经营中的拍卖企业数量越来越少，尤其占大多数的那些小拍卖行，拍场上早已没有了他们的音讯。市场集中度不断向着头部企业靠拢，而大拍卖行的业绩也没能突破上一次高峰时的标线。又逢疫情，逆境中的艺术品拍卖企业将如何生存和发展？

在此想起嘉德拍卖创始人陈东升先生十多年前曾对我说过的一句话：“看一家公司经营的好坏，不是看它在经济好时的耀眼业绩，而要看它遇到逆境时能否挺得住，能否坚持得久”。每一次市场出现低谷，就会有一些公司挺不住而倒下，而市场集中度因此而进一步提高。市场环境不好，也许正到了每家企业调整内部管理和经营方式的时候。

**藏家对企业品牌有忠诚度**

只有那些平时注重企业品牌建设，看重企业的信誉度和美誉度，严格遵纪守法的企业在面对市场萎缩，经营难度加大时才能不受或少受影响，因为市场调整引起集中度的提高实际上最终有利于这些名牌企业。

拍卖行是这样的一类企业：没有固定不变的长线产品，也没有恒定的产品品牌，最重要的是企业品牌。拍卖行借助于自身品牌与专业服务吸引卖家送来适销对路的拍卖品，同时又靠企业品牌和优秀的推广服务来吸引买家踊跃竞买。

随着艺术品拍卖市场的不断发展和成熟，过去那种谁嗓门大、吹得响就卖得好的时代已经渐渐远去。人们更多关注的是产品、服务与企业的信誉度和美誉度——企业品牌。过去出于短视经营目的采用的“拍假”与“假拍”行为，损害的是企业品牌，常常会给品牌造成难以弥补的伤害。藏家对于企业品牌的忠诚度就体现在，有些人只提供拍品于海外知名拍卖行，而不提供给内地；有些只给北京的拍卖行，甚或就只给某一家企业；许多人就只去某一家或某几家拍卖行参拍，而对别家视而不见。

社会上批评之声不绝于耳的“假拍”一直难以杜绝。一些企业拍卖成交额“含水量”过大，年年高价位拍品的实际付款率都到不了60%，这似已成为了业内的“见怪不怪”。靠“假拍”制造成交如何能产生良好的信任度和美誉度？实际上，几乎所有的假成交都很快会被业界所知晓。许多企业的多数客户都是共享的，知道内幕的人转瞬就会将实情转告给同行和朋友们。

### 网拍需要企业品牌的支撑

两年多的疫情，内地的拍卖企业大大推动了艺术品网络拍卖的进程，使得网拍规模比疫情前上了一个台阶。但若使网拍继续扩充种类和扩大规模，并不断提高单品的成交额，这却并不太容易，似乎存在着一个发展瓶颈。相比之下，海外知名拍卖行的网拍规模发展势头良好，比内地明显高出一个档次。原因就在于他们的品牌优秀坚实，网拍需要企业品牌的强大支撑。

### 内地拍企应多向海外知名拍企学习

逆境中的拍卖行能否坚持得久还取决于企业的服务水准。由此想到了一个概念——“关系营销”。所谓“关系营销”，是指企业与客户等建立、保持并加强关系，通过互利交换及共同履行诺言而采用的营销方式。作为中介服务行业，拍卖行的经营就是围绕委托

人和竞买人（买受人）客户进行的，拍卖企业的工作人员每天要直接面对这些客户，并要建立和长期维护这些客户关系。

拍卖企业正确处理与这些个人的关系是关系营销的核心，是拍卖企业长盛不衰的关键。拍卖业的市场竞争实质上就是在争夺客户，拍企要建立和维持与客户之间的良好关系，必须真正树立以客户为中心的理念，一切从客户出发。比如，为了某一单生意的成交还是建立长远的信任，要不要将似是而非、模棱两可的拍品推介给客户？其次，切实关心客户的利益，提高客户的满意程度。拍品质量、价格等固然是吸引客户委托或者竞买的重要因素，但是情感在客户决策中的影响作用也不容忽视。

拍卖场里的客户大多为了艺术爱好而来，拍卖行更应该适应这些客户，多一些艺术上的沟通和情感上的交流，少显露商人的一面。在这点上，内地拍企应该多向海外知名拍卖行学习。内地有些拍行员工身上的商业味儿太过明显，征集时讨好卖家，疏远买家，到拍卖会前又围着买家转，不再理会卖家。实际上，不应该把艺术品拍卖做成一般的商贸企业，员工要少一点生意面孔，多一些文化气息与周到服务。过多的商业味道很容易浪费和抵消掉艺术品先天带有的魅力。

强化企业品牌与优化客户关系和服务，才是能让拍卖企业立于不败之地，并可持续发展的不二法则。

---

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)