

内部资料

注意保存

重 庆 拍 卖

第十期

(总第 264 期)

二〇二六年十月五日

本期目录

【政策动向】

- ▲ 中共中央办公厅印发《关于加强社会组织党的建设工作的意见（试行）》 / (2)
- ▲ 最高院纪要发布，明确破产财产变价出售应当以拍卖方式为原则 / (10)
- ▲ 七部门联合发文：20 项具体措施推动商品消费扩容升级 / (10)

【行业资讯】

- ▲ 《中国拍卖行业“十五五”发展规划》编制工作启动会顺利召开 / (11)
- ▲ 《直播拍卖规程》即将发布 / (13)

【拍界观察】

- ▲ 变局：拍卖行业在要素新赛道下的功能重构 / (14)
- ▲ 新能源二手车拍卖：平台分化与资产逻辑崛起 / (21)

【协会动态】

- ▲ 关于开展 2026 年 1-37 期拍卖师网络继续教育的通知 / (28)
- ▲ 关于发布《中国拍卖行业闲废物资拍卖年度法治观察（2026）》的通知 / (29)
- ▲ 关于发布《全国闲废物资拍卖行业调研报告（2026）》的通知 / (30)

中共中央办公厅印发

《关于加强社会组织党的建设工作的意见（试行）》

2015年9月，中共中央办公厅印发了《关于加强社会组织党的建设工作的意见（试行）》，并发出通知，要求各地区各部门结合实际认真贯彻执行。

通知指出，社会组织是我国社会主义现代化建设的重要力量，是党的工作和群众工作的重要阵地，是党的基层组织建设的重要领域。各级党委（党组）要充分认识加强社会组织党的建设工作的重要意义，将其纳入党建工作总体布局，按照全面从严治党的要求，从严从实抓好各项任务落实。要建立健全社会组织党建工作机构，理顺管理体系，完善工作机制，落实党建责任，形成党委统一领导、组织部门牵头抓总、社会组织党建工作机构具体指导、有关部门齐抓共管的工作格局。要加大党组织组建力度，推进社会组织党的组织和党的工作有效覆盖，创新党组织工作内容和活动方式，切实发挥好社会组织党组织的政治核心作用。要选优配强党组织书记，加强党务工作者队伍建设，强化党建工作基础保障，不断提高社会组织党建工作整体水平。

关于加强社会组织党的建设工作的意见（试行）

为切实加强党对社会组织的领导，促进社会组织健康发展，根据党章和有关法律法规，现就加强社会组织党的建设提出如下意见。

一、加强社会组织党建工作的重要意义和总体要求

1. 重要意义

社会组织主要包括社会团体、民办非企业单位、基金会、社会中介组织以及城乡社区社会组织等。随着改革开放不断深入，我国社会组织快速发展，已成为社会主义现代化建设的重要力量、党的工作和群众工作的重要阵地。在协调推进全面建成小康社会、全面深化改革、全面依法治国、全面从严治党战略布局中，社会组织承担着重要任务，同时社会

组织自身发展也面临许多新情况新问题新挑战。加强社会组织党建工作，对于引领社会组织正确发展方向，激发社会组织活力，促进社会组织在国家治理体系和治理能力现代化进程中更好发挥作用；对于把社会组织及其从业人员紧密团结在党的周围，不断扩大党在社会组织的影响力，增强党的阶级基础、扩大党的群众基础、夯实党的执政基础，都具有重要意义。

2. 总体要求

以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观为指导，深入贯彻习近平总书记系列重要讲话精神，坚持党的领导与社会组织依法自治相统一，把党的工作融入社会组织运行和发展过程，更好地组织、引导、团结社会组织及其从业人员；坚持从严从实，把握特点规律，严格落实党建工作制度，积极探索符合社会组织实际的方式方法，防止行政化和形式主义；坚持问题导向，着力破解组织体系不够健全、组织覆盖不够全面、作用发挥不够充分等难题，推动社会组织党建工作水平全面提升；坚持分类指导，根据不同类型不同规模社会组织情况开展工作，正确处理一致性和多样性关系，切实提高针对性和实效性，不断增强社会组织党组织的创造力凝聚力战斗力，充分发挥社会组织党组织的战斗堡垒作用和党员的先锋模范作用。

二、明确社会组织党组织功能定位

3. 地位作用

社会组织党组织是党在社会组织中的战斗堡垒，发挥政治核心作用。要着眼履行党的政治责任，紧紧围绕党章赋予基层党组织的基本任务开展工作，严肃组织生活，严明政治纪律、政治规矩和组织纪律，充分发挥党组织的政治功能和政治作用。要按照建设基层服务型党组织的要求，创新服务方式，提高服务能力，提升服务水平，通过服务贴近群众、团结群众、引导群众、赢得群众。

4. 基本职责

(1) 保证政治方向。宣传和执行党的路线方针政策，宣传和执行党中央、上级党组织和本组织的决议，组织党员群众认真学习中国特色社会主义理论体系，深入学习习近平总书记系列重要讲话精神，教育引导党员群众遵守国家法律法规，引导监督社会组织依法执业、诚信从业。

(2) 团结凝聚群众。做好思想政治工作，教育引导职工群众增强政治认同，关心和维护职工群众的正当权利和利益，汇聚推进改革发展的正能量。

(3) 推动事业发展。激发从业人员工作热情和主人翁意识，帮助社会组织健全章程和各项管理制度，引导和支持社会组织有序参与社会治理、提供公共服务、承担社会责任。

(4) 建设先进文化。坚持用社会主义核心价值观引领文化建设，组织丰富多彩的文化活动，营造积极向上的文化氛围，教育党员群众自觉抵制不良倾向，坚决同各种违法犯罪行为作斗争。

(5) 服务人才成长。关心关爱人才，主动帮助引导，不断提高从业人员的思想和业务素质，支持和保障各类人才干事创业。

(6) 加强自身建设。创新组织设置，健全工作机制，严格执行组织生活各项制度，做好发展党员和党员教育管理服务工作。维护和执行党的纪律，监督党员切实履行义务，做好党风廉政建设工作。领导本单位工会、共青团、妇联等群团基层组织工作。

三、健全社会组织党建工作管理体制和工作机制

5. 健全工作机构

县级以上地方党委要依托党委组织部门和民政部门建立社会组织党建工作机构，已经建立非公有制企业党建工作机构的，可依托党委组织部门将其与社会组织党建工作机构整合为一个机构。党委组织部门对同级社会组织党建工作机构进行指导。上级社会组织党建工作机构对下级社会组织党建工作机构进行指导。

6. 理顺管理体系

全国性社会组织党建工作分别归口中央直属机关工委、中央国家机关工委、国务院国资委党委统一领导和管理。地方社会组织党建工作由省、市、县级社会组织党建工作机构统一领导和管理。上述机关或机构在社会组织党建工作方面的主要职责是：指导基层党组织建设、党员队伍建设、思想政治工作、党的群众工作和党风廉政建设；督促指导所属社会组织党组织按期换届，审批选出的书记、副书记；审核社会组织负责人人选；指导做好党的建设的其他工作。城乡社区社会组织党建工作由街道社区和乡镇村党组织兜底管理。有业务主管单位的社会组织党建工作，由业务主管单位党组织领导和管理，接受社会组织党建工作机构的工作指导。社会组织中设立的党组，对本单位和直属单位党组织的工作进行指导。各地要按照有利于开展党的活动、加强党员教育管理的原则理顺社会组织党组织隶属关系。

7. 完善工作机制

各级党委组织部门和社会组织党建工作机构要加强统筹协调，定期召开有关部门参加的社会组织党建工作会议，及时研究有关重要问题。注重上下联动，及时沟通社会组织党建工作动态信息，研究部署重点任务，运用基层经验推动面上工作。县级以上党委组织部门和社会组织党建工作机构应直接联系一批规模较大、人员较多、影响力强的社会组织党组织，及时了解情况、听取意见、加强指导。

四、推进社会组织党的组织和党的工作有效覆盖

8. 按单位建立党组织

凡有三名以上正式党员的社会组织，都要按照党章规定，经上级党组织批准，分别设立党委、总支、支部，并按期进行换届。规模较大、会员单位较多而党员人数不足规定要求的，经县级以上党委批准可以建立党委。社会组织变更、撤并或注销，党组织应及时向上级党组织报告，并做好党员组织关系转移等相关工作；上级党组织应及时对社会组织党组织变更或撤销作出决定。

9. 按行业建立党组织

行业特征明显、管理体系健全的行业，可依托行业协会商会建立行业党组织。行业党组织对会员单位党建工作进行指导。

10. 按区域建立党组织

在社会组织相对集中的各类街区、园区、楼宇等区域，可以打破单位界限统一建立党组织。规模小、党员少的社会组织可以本着就近就便原则，联合建立党组织。

11. 实现全领域覆盖

本着应建尽建的原则，加大党组织组建力度。暂不具备组建条件的社会组织，可通过选派党建工作指导员、联络员或建立工会、共青团组织等途径开展党的工作，条件成熟时及时建立党组织。新成立的社会组织，具备组建条件的，登记和审批机关应督促推动其同步建立党组织。街道社区、乡镇村党组织要加强对城乡社区社会组织的领导和指导。通过各种方式，逐步实现党的组织和党的工作有效覆盖。

五、拓展社会组织党组织和党员发挥作用的途径

12. 围绕社会组织健康发展开展党组织活动

党组织活动应与社会组织发展紧密结合，积极探索开展主题活动等有效载体，与社会组织执业活动、日常管理、文化建设等相互促进。推行社会组织党员管理层人员和党组织班子成员双向进入、交叉任职。党组织书记应参加或列席管理层有关会议，党组织开展的有关活动可邀请非党员社会组织负责人参加。

13. 贴近职工群众需求开展党组织活动

社会组织党组织要深入了解、密切关注职工群众思想状况和实际需求，创新思想政治教育方式，组织开展群众欢迎的活动，提供群众期盼的服务，加强人文关怀和心理疏导，积极为群众排忧解难，寓教育于服务之中，切实增强党组织的吸引力和影响力。坚持党建带群建、群建促党建，注重发挥工会、共青团、妇联等群团组织作用，形成做好群众工作

合力。

14. 突出社会组织特点开展党组织活动

发挥社会组织及其从业人员专业特长，积极开展专业化志愿服务。发挥社会组织人才、信息等资源丰富的优势，主动与社区和其他领域党组织结对共建，实现资源共享、优势互补。发挥社会组织联系广泛的优势，组织党员在从业活动中宣传党的路线方针政策，凝聚社会共识。针对从业人员流动性强的特点，充分利用现代信息技术手段开展活动，增强党组织活动的开放性、灵活性和有效性。

15. 紧扣党员实际创新教育管理服务

着力保障和落实党员知情权、参与权、选举权、监督权，积极推进党务公开，提高党员对党内事务的参与度，发挥党员在党内政治生活中的主体作用。以党性教育为重点，加强党员教育培训，不断提高党员素质。通过设立党员先锋岗、党员责任区、党员服务窗口等形式，积极开展党员公开承诺践诺活动，充分发挥示范带动作用。按照“一方隶属、参加多重组织生活”原则，组织暂未转移组织关系的党员积极参加社会组织党组织的活动。加大发展党员工作力度，始终把政治标准放在首位，加强对入党积极分子的教育培养，注重把符合条件的社会组织负责人和业务骨干发展为党员，注重在没有党员或只有个别党员的社会组织中发展党员。强化党员管理监督，严格组织关系管理，及时处置不合格党员，保持党员队伍的先进性、纯洁性。

16. 贯彻从严要求提高组织生活质量

紧密联系党员思想工作实际，严格落实“三会一课”、民主评议党员、党员党性定期分析等制度。经常听取职工群众对党组织和党员的意见，对存在的问题及时整改。按照规定召开党员领导干部民主生活会，定期召开党员组织生活会，积极开展批评和自我批评，教育引导党员守纪律、讲规矩，坚决防止组织生活随意化、平淡化、娱乐化、庸俗化。

六、加强社会组织党务工作者队伍建设

17. 选优配强党组织书记

按照守信念、讲奉献、有本领、重品行的要求，选优配强社会组织党组织书记。党组织书记一般从社会组织内部产生，提倡党员社会组织负责人担任党组织书记。社会组织负责人不是党员的，可从管理层中选拔党组织书记。社会组织中没有合适人选的，可提请上级党组织选派，再按党内有关规定任职。

18. 充实壮大党务工作者队伍

适应加强社会组织党建工作需要，坚持专兼职结合，多渠道、多样化选用，建设一支素质优良、结构合理、数量充足的党务工作者队伍。规模大、党员数量多的社会组织党组织，应配备专职副书记。加大党建工作指导员选派力度，充分发挥其组织宣传、联系服务、协调指导作用。在社会组织相对集中的区域建立党建工作站，配备专兼职人员做好党务工作。

19. 加强党务工作者教育培训

把社会组织党务工作者纳入基层党务干部培训范围，依托各级党校、行政学院、干部学院和高校开展培训。培训工作由党委组织部门、社会组织党建工作机构和民政、司法、财政、税务、教育、卫生计生、工商等有关部门组织实施。重点加强党的理论和路线方针政策、党内法规和国家法律法规、党务知识、社会组织管理等方面的教育培训，提高做好群众工作、服务社会组织发展的能力。

20. 强化管理和激励

坚持严格管理和关心激励相结合，建立健全符合社会组织特点的管理考核和激励约束制度，使社会组织党务工作者干事有平台、待遇有保障、发展有空间。社会组织党组织书记要认真落实党建工作责任制，每年应向上级党组织和本单位党员报告工作并接受评议。根据实际给予党组织书记和专职党务工作者适当工作津贴。注重推荐优秀党组织书记作为各级党代会代表、人大代表、政协委员人选，作为劳动模范等各类先进人物人选，推荐社

会组织负责人作为上述人选时，要征求社会组织党组织意见。建立党务工作者职务变动报告制度，党组织书记因坚持原则遭受不公正待遇时，上级党组织应及时了解情况，给予帮助和支持。

七、加强对社会组织党建工作的组织领导

21. 落实领导责任。各级党委要切实加强对社会组织党建工作的领导，把社会组织党建工作纳入党建工作总体布局，作为抓基层党建工作述职评议考核和相关部门领导班子、领导干部考核的重要内容。加强对与行政机关脱钩的社会组织党建工作的领导，确保脱钩不脱管。各级党委组织部门要牵头抓总、统筹协调，社会组织党建工作机构要加强具体指导，民政、司法、财政、税务、教育、卫生计生、工商等部门要结合职能协同做好社会组织党建工作。对履行责任不到位的要追究责任。

22. 强化基础保障

建立多渠道筹措、多元化投入的党建工作经费保障机制。社会组织应将党建工作经费纳入管理费用列支，可按照有关规定据实在企业所得税前扣除。社会组织党员上交的党费全额下拨，党委组织部门可用留存党费给予支持。有条件的地方，可采取多种方式给予必要的经费支持。支持具备条件的社会组织建设党组织活动场所，在社会组织相对集中的区域统筹建设党群活动服务中心。鼓励企事业单位、机关和街道社区、乡镇村党组织与社会组织党组织场所共用、资源共享。加强对社会组织负责人的思想教育，引导他们主动支持党建工作，为党组织开展活动、做好工作提供必要条件，并将有关内容写入社会组织章程。

23. 抓好督促落实

各地区各有关部门要认真研究制定社会组织党建工作规划和年度计划，实行目标管理，加强督促检查，推动工作落实。制定完善社会组织党建工作考核评价办法，明确奖惩措施，强化结果运用。尊重基层首创精神，不断研究新情况、解决新问题。总结推广经验，培育宣传社会组织党组织、党员和社会组织负责人先进典型，营造社会组织党建工作良好氛围。

各地区各有关部门可结合实际，制定贯彻落实本意见的具体实施办法。

最高院“法〔2026〕137号”纪要发布，

明确破产财产变价出售应当以拍卖方式为原则

2026年9月4日，最高人民法院印发法〔2026〕137号文件，公布《全国法院审理房地产开发企业破产案件座谈会纪要》（以下简称《纪要》）。这份源于2025年12月30日全国法院座谈会的文件，以36个条文对房企破产案件的管辖、财产认定、购房人保护、债权审查、续建融资及清偿顺位等核心争议作出系统回应。

《纪要》第28条确立“价值最大化”的财产处置原则，一般优先采取项目整体出售方式；整体出售时，继续履行的购房合同及相关公共费用债务一并转让，受让人应当继续履行交付房屋、协助办证、缴纳公用费用等义务。这既保障了购房人权利的延续性，也为项目盘活提供了制度通道。第29条强调破产财产变价出售应当以拍卖方式为原则，还明确了在建工程拍卖文件中应载明继续履行的购房合同内容并做好衔接安排。

拍卖企业应认真学习，遵照执行，做好破产财产拍卖工作。

七部门联合发文：20项具体措施推动商品消费扩容升级

近日，商务部等7部门发布《关于推动商品消费扩容升级的实施意见》，提出20项具体措施，推动“十五五”时期，商品消费规模稳步扩大。

在促进大宗耐用商品消费方面，《实施意见》从破除汽车流通消费领域不合理限制性措施、规范二手车流通、完善废旧家电回收、布局充电基础设施等全链条发力，疏通整个流通循环的堵点，支撑大宗商品消费更新换代的长效运行。

在提升生活日用商品消费方面，政策围绕食品、饮料、纺织服装这些生活日用品，引导推动农产品产销对接、提升茶饮品质、丰富文体产品供给等，更好满足百姓多元化需求。

同时，新政策还针对“一老一小”的专属需求，推动银发产品、婴童产品提质扩容；在推动老字号做精做强方面，提出打造国货“潮品”，为商品消费赋予文化内涵；聚焦开放特色，促进外贸优品、国际精品消费，满足消费者高品质生活需求。

此外，在培育壮大升级类商品消费方面，政策提出要积极培育绿色消费、智能消费、健康消费等十万亿级市场，推广新能源汽车、节能家电，打造人工智能消费应用场景，发展健康消费产品。

完善标准体系 扩大优质供给

此次新政策还在建立产品认证制度、完善消费品标准体系等方面，出台了多项具体措施，让老百姓消费更有保障。

在“一老一小”消费方面，《实施意见》提出，要探索建立银发产品认证制度。鼓励具备条件的企业建立儿童玩具、运动器材等产品回收和二手交易渠道，为相关产品循环利用提供安全可靠保障。

同时，政策还提出要完善消费品标准体系。包括加快智能网联汽车、智能家电家居、数码产品、人工智能终端等产品标准应用。加快制定智能家居互联互通标准，完善智能终端基础通信协议与数据接口国家标准。缩短重点标准制修订周期，建立快速响应机制，提前布局潮玩衍生品等相关标准研制工作。实施重点消费品产业质量强链行动，强化质量支撑和标准引领。开展消费品标准实施监测和实施效果评估。加强内外贸产品标准认证衔接。

【行业资讯】

《中国拍卖行业“十五五”发展规划》编制工作启动会顺利召开

2026年9月14日，中国拍卖行业协会召开《中国拍卖行业“十五五”发展规划》编制工作启动会议。中国拍卖行业协会会长王波，副会长兼秘书长贺慧，中拍协各分支机构主任执委、部门负责人，以及编制工作组全体近三十人线上线下参会。会议由中拍协副秘

书长欧树英主持。

会议首先介绍了《中国拍卖行业“十五五”发展规划》编制工作组成员名单及编制工作计划。会议宣布由中拍协会长王波任工作组组长，中拍协副会长兼秘书长贺慧、北京嘉禾国际拍卖有限公司常务副总经理刘绪林担任工作组副组长；由上海拍卖政策研究中心主任范干平、中拍协副会长法勇生、中央财经大学法学院教授刘双舟担任专家组成员；由中拍协副秘书长欧树英担任起草组组长，大普信用评级股份公司董事长陈红、上海市拍卖行业协会党支部书记崔海乐、上海公拍网总经理魏峰年、上海拍卖行宣传部部长杨国益、广东省拍卖业协会秘书长温国健、河北省拍卖行业协会法工委副主任张修宇、山东非凡拍卖董事长王红宝、宁夏拍协会长李绍伟、中拍协理论宣传部徐馨担任起草组成员。由中拍协副秘书长季乐担任资料组组长，各分支机构主任执委担任资料组成员。

与会人员围绕规划编制经验、工作重点及建议展开深入研讨。大家结合“十四五”时期行业发展实际，就“十五五”期间拍卖行业面临的机遇挑战、转型升级方向、政策支持需求等议题交流了意见。

会议最后，王波会长进行总结，对规划编制工作提出十二点总体要求。他强调，发展规划要根据习近平总书记在2026年中国国际服务贸易交易会开幕之际发表服务业发展的重要批示，“突出需求牵引、改革攻坚、科技赋能、开放合作，深入实施服务业扩能提质行动，培育更多‘中国服务品牌’，努力开创服务业高质量发展新局面”。他提出，发展规划要结合拍卖行业的定量发展指标，关注新发展理念下的新拍卖，关注拍卖的融合发展，关注拍卖的地位和作用，结合多方文件、立足行业实际、把握发展趋势，高质量完成规划编制任务。

本次会议为《中国拍卖行业“十五五”发展规划》编制工作正式启动拉开了序幕。随后两日，中拍协启动七大片区的三十余家行业协会、骨干企业调研工作，为规划编制提供更全面的地区样本。

《直播拍卖规程》即将发布

团体标准《直播拍卖规程》（T/CAA 004-2026）将于第四届中国机动车拍卖行业大会期间发布，《直播拍卖规程》的发布，是推动拍卖行业规范化发展与数字化转型的重磅举措。标准立足直播拍卖新业态的发展现状，着力破解行业乱象、规范操作流程、保障交易安全，为促进行业健康有序发展、提振网络消费信心提供了可落地的自律规范。标准主要亮点：

一、搭建直播拍卖全流程标准框架，厘清行业合规要求

作为我国拍卖行业首部针对直播形态的规程类标准，《直播拍卖规程》构建了覆盖平台与拍卖人资质、人员及技术要求、交易流程、应急处置的全链条标准体系。系统构建八大业务环节，配套流程图示，涵盖公告发布、标的展示、竞买办理、拍卖主持、竞价成交、资金结算、标的移交、档案保存，为各类网络直播拍卖活动提供统一操作规范，改变直播拍卖业务操作缺乏统一行业指引的现状。同时，规范直播征集拍品、招募竞买人等招商行为，以数字化手段激活拍卖要素流通，助力行业拓展发展空间。

二、明晰平台与拍卖人双主体责任，重塑透明规范行业秩序

标准明确规定了直播拍卖平台与拍卖人的“双证”公示要求以及拍卖师持证上岗规范，直指直播拍卖中规则不一、非拍卖企业或非拍卖师假借“拍卖”之名开展活动的行业乱象，严格契合《拍卖法》关于拍卖会应当由拍卖师主持的法定要求，有助于引导构建规范透明的行业秩序。

三、规范 AI 数字人辅助拍卖应用，实现创新与守责并重

针对人工智能技术在直播拍卖中的应用，本标准在行业内首次对使用数字人辅助拍卖师作出明确规范。规定数字人必须取得拍卖师书面授权、全程受实时监控，授权拍卖师承担法定责任，且 AI 合成内容必须依法进行标识等。这填补了新科技在直播拍卖场景中的规范空白，明确了法律与合规责任，将进一步保障拍卖活动的严肃性与安全性。

四、健全档案留存机制，实现业务全程可追溯

本标准将规范与创新相结合，健全档案留存机制，细化归档材料清单，将直播竞价记录、电子笔录、中止、终止、流拍资料纳入归档范围，做到全过程留痕可查，为行业监管与交易维权提供坚实的数据支撑。

五、强化风险应急处置，建立交易各方信任与信心

针对直播场景常见的突发状况，明确规定突发事件 30 分钟内告知相关当事人，并严格区分拍卖中止与终止的适用情形，给出清晰规范的处置路径。通过构建规范透明的交易保障体系，增强竞买人参与信心，切实维护交易各方的合法权益。

《直播拍卖规程》的发布，将是中国拍卖行业规范直播拍卖行为、提升服务质量、赋能新质生产力的标准化创新成果，集中体现拍卖行业以标准化建设推动行业自律、保障消费安全、实现高质量发展的决心与实践。

【拍界观察】

变局：拍卖行业在要素新赛道下的功能重构

——“十五五”开局看行业高质量发展新路径

原创煜拍愈谈

摘要：传统拍卖长期被视作资产处置、价值变现的交易载体。伴随要素市场化改革持续深化，碳汇权益、再生资源、生态产品、数据资产等新型要素陆续进入交易市场，拍卖行业正在发生一场深刻的功能跃迁。本文立足“十五五”开局背景，结合多领域创新拍卖实践案例，剖析拍卖行业由单一交易中介转向绿色要素市场化配置、生态风险前置管控、循环经济落地载体的时代逻辑，提出以标准化定规则、以法治化划边界、以专业化塑能力，统筹市场收益、生态保护与公共利益三重价值，推动拍卖行业深度嵌入国家战略体系，实现行业价值重塑与高质量发展。

拍卖是人类市场经济中历史悠久、机制独特的价格发现机制。很长一段时间，社会乃

至不少业内人士，对拍卖的认知局限于不动产处置、国有股权转让、司法财产变现、艺术品交易等传统场景，将拍卖机构简单等同于“资产变现的中介工具”。

在这套传统认知框架下，拍卖的核心任务就是搭建竞价平台，通过公开竞争实现标的价值最大化。但进入新发展阶段，随着全国统一大市场建设、“双碳”战略落地、循环经济体系构建、数据要素市场化改革协同推进，大量兼具经济属性、生态属性、公共属性的新型要素亟待建立价值实现通道。碳汇、蓝碳、再生资源、生态修复收益权、数据资产等标的不断涌现，拍卖的业务边界持续向外拓展。

站在“十五五”开局的关键节点，拍卖行业迎来的绝不是简单的业务品类扩容，而是一次根本性的功能定位重构：拍卖不再仅仅是资产处置的交易节点，更能够成为绿色要素市场化配置、生态风险前置管控、循环经济产业链规范运行的重要市场基础设施。

拍卖机制天然具备公开性、竞争性、公信力强的特质，能够把生态约束、合规门槛、公共责任嵌入交易前置条件，在发现价格的同时筛选合格市场主体，从源头规避要素流转带来的生态风险与合规风险。

这一全新定位，为行业打开了巨大发展空间，也对行业治理、专业能力、制度供给提出前所未有的挑战。行业唯有锚定标准化、法治化、专业化三大支柱，平衡市场化收益、生态保护、公共利益三者关系，方能在服务国家战略的过程中完成自身的转型升级。

一、实践突围：新型要素拍卖多点开花，重塑行业价值场景

近年来，国内各地持续探索生态要素、再生资源、数字资产拍卖，一批标杆项目落地，印证了拍卖机制适配新型要素价值实现的巨大潜力，也为行业转型积累鲜活样本。

生态碳汇领域，深圳红树林保护碳汇拍卖项目，是国内较早的滨海生态碳汇公开竞价案例。17家市场主体参与角逐，历经92轮竞价，最终以485元/吨成交，溢价率165%。项目创新之处在于，拍卖标的并非普通林业碳汇，而是红树林生态系统保护产生的碳增量；拍卖所得资金全部闭环回流红树林管护与生态修复，构建“生态产品确权—公开竞价变现

—收益反哺生态保护”完整价值链条。

浙江象山全国首单蓝碳拍卖，聚焦海藻床固碳形成的海洋碳汇权益，打破海洋生态价值难以量化变现的困境，将看不见的海洋固碳服务转化为可交易的资产，为沿海地区生态产品价值实现提供可复制路径。除此之外，福建龙岩林业碳汇拍卖项目，将集体林地碳汇权益推向公开拍卖，村集体作为权益持有人直接分享碳汇收益，把生态资源变成乡村振兴的“绿色资产”，实现生态效益、经济效益与乡村公共利益协同增益。

再生资源与废旧资产处置领域，拍卖机制正在成为规范循环经济产业链、堵截固废非法流向的有效抓手。行业内各大废旧物资网络拍卖平台，则是存量废旧资产处置典型实践。针对报废化工设备、废催化剂、废包装物等品类，依托拍卖开展公开处置，严格设置竞买人资质、危废转运、无害化处置履约承诺条款。

众多拍卖平台运行以来，不仅提升废旧物资回收残值，更实现废旧物资流向全程可追溯，有效防范危废违规倾倒、拆解带来的环境风险，也打造了不少大型工业企业循环资产市场化处置的标杆案例。

数字资产与新型权益赛道，拍卖同样在探索边界。上海数据交易所联合拍卖机构完成国内数据资产权益拍卖试点，标的为脱敏后的产业数据使用权，而非原始数据所有权。拍卖文件明确约定数据使用范围、安全义务、禁止二次流转等约束条款，通过竞价确定数据使用权价格，探索数据要素合规流转新模式。

江苏开展排污权闲置指标拍卖，将企业富余排污权益通过公开拍卖流转给刚需主体，以市场化方式优化环境容量资源配置，倒逼企业主动开展节能减排，助力区域总量减排目标落地。

一系列案例共同揭示一个核心创新观点：新型要素拍卖，核心价值不再是“卖个高价”，而是通过公开竞价机制完成双重筛选——既发现要素公允价格，也筛选负责任、具备履约能力的市场主体；拍卖从交易末端的变现工具，升级为风险前置管控、公共目标内嵌于交

易规则的制度载体。

传统资产拍卖，标的权属清晰、物理形态稳定，交易完成后标的风险大多随交付一并转移。而碳汇、再生资源、数据资产这类标的，价值依附于核证报告、确权文件、合规承诺，交易只是价值实现的起点，后续履约行为直接影响生态安全、公共利益。碳汇项目如果后期管护缺位，固碳效果会大打折扣；再生资源若竟得人违规倾倒固废，会引发环境污染；数据资产若超出授权范围使用，会触发数据安全风险。

这就决定了新型要素拍卖必须跳出“一拍了之”的传统模式，构建“事前尽调审查—事中规则嵌入—事后履约跟踪”全链条服务体系。这正是拍卖行业向市场基础设施转型的核心要义。

二、现实困局：创新跑在制度前面，三重矛盾制约行业深度转

当前各类试点项目亮点纷呈，但整体仍处于探索阶段，行业转型面临标准供给不足、法治适配滞后、专业能力短板三大结构性矛盾，制约新型要素拍卖规模化、规范化发展。

第一，标准体系碎片化，难以支撑全国统一要素市场。碳汇项目存在多种方法学，林业碳汇、蓝碳、红树林碳汇计量核算口径不统一，不同地区核证主体、确权规则差异较大；再生资源拍卖中，一般固废、危险废物分类认定、竞买资质清单、履约保证金设置、后续处置信息报送缺乏统一行业标准；数据资产拍卖面临标的范围界定难，数据所有权、使用权边界模糊，交易后的数据安全责任划分缺少统一指引。

目前多数项目依靠地方专项政策、个案约定开展，一地一方案、一项目一规则，试点经验难以复制推广。缺少统一标准，市场主体参与预期不稳，监管也缺少判定依据，容易滋生标的虚假、权责不清等风险。

第二，法律制度供给滞后，跨部门协同治理存在责任断层。我国《中华人民共和国拍卖法》制定之初，交易标的以有形实物资产、传统财产权利为主，对于碳汇权益、生态产品、数据使用权这类新型无形权益，在标的适格性、瑕疵披露边界、拍卖人审慎核查义务、

成交之后履约监管等方面缺少直接规范。

新型要素交易往往涉及生态环境、自然资源、发改、数据管理等多个主管部门。拍卖机构负责交易组织，但成交后的履约监管由行业主管部门负责，交易环节与履约监管之间信息互通不足，形成责任断点。

一旦出现碳汇核证不实、再生资源违规处置、数据滥用等问题，委托人、拍卖人、竞得人、监管部门之间责任边界容易产生争议，损害拍卖公信力。

第三，复合型专业能力供给不足，传统业务思维制约转型。新型要素拍卖早已超越拍卖师主持竞价的单一业务。开展碳汇拍卖，团队需要读懂碳汇核证报告、项目监测方案、林地权属文件，识别碳汇项目存续风险；再生资源处置拍卖，需要掌握固废分类、危废管理法规，审核竞买企业处置资质；数据资产拍卖，要熟悉数据安全法、知识产权规则，厘清数据流转限制。

当前行业人才结构呈现明显短板：熟悉拍卖流程的从业人员多，兼具“双碳”、生态环境、循环经济、数据合规知识的复合型人才稀缺。部分机构仍沿用传统资产拍卖思维开展新业务，仅做公告、报名、竞价等程序性工作，忽略标的前置尽调、风险识别、履约约束设计，相当于把高风险新型要素简单当作普通商品拍卖，极易埋下生态与法律隐患。

同时还需要警惕一种认知误区：市场化溢价和公共目标天然冲突。实践中，少数项目片面追求成交高价，放松竞买主体资质审核，把生态要素简单商品化，忽视生态保护红线。必须明确，高溢价只是市场机制运行的结果，不是新型要素拍卖的唯一目标。如果竞价最高的主体没有履约能力，高价成交反而会带来生态损害，最终损害公共利益，透支整个行业的信用根基。

三、破局路径：以标准化、法治化、专业化支撑行业功能跃迁

面向“十五五”时期要素市场化改革总体要求，拍卖行业要主动把握战略机遇，牢牢抓住标准化、法治化、专业化三大根基，构建兼顾市场效率、生态安全与公共利益的新型

拍卖服务体系。

其一，加快全链条标准体系建设，夯实要素市场基础设施底座。行业协会、头部交易机构应当联合生态环境、自然资源、数据领域专家，分类研制碳汇、再生资源、生态权益、数据资产拍卖的团体标准与行业规范。

在标的准入端，制定新型要素权属核验清单，明确碳汇核证材料、再生资源鉴别报告、数据资产确权文件的审查要点；在交易规则端，创新将生态保护、合规处置义务内嵌至拍卖文件中，把主体资质设置为竞买前置门槛。

再生资源拍卖强制要求竞得人缴纳履约保证金，约定固废处置台账定期报送机制；碳汇拍卖明确收益使用方向、后期管护责任；数据资产拍卖固化数据使用边界、安全责任条款。在履约管理端，建立成交后跟踪提示机制，打通与主管部门监管信息交互渠道，推动行业从“一拍了之”转向全周期服务。把成熟试点经验转化为通用标准，弥合各地规则差异，助力全国统一要素市场建设。

其二，完善法治保障与跨部门协同监管，厘清各方权责边界。一方面，立足现行法律框架，针对新型要素开发标准化交易合同文本，细化拍卖机构审慎核查义务，区分形式审查与实质风险识别边界，厘清委托人、拍卖人、竞得人法律责任链条。

另一方面，推动建立跨部门协同治理机制。碳汇拍卖对接自然资源、生态环境部门的确权与碳汇监测监管体系；再生资源拍卖联动固废环境监管；数据资产拍卖对接数据合规监管。建立信息共享通道，实现交易主体、成交结果、履约情况互通。坚持鼓励创新与风险防控并重，对虚假标的、规避生态约束、损害公共利益的交易行为加强约束，以法治划定行业创新底线。

其三，推进全行业专业化能力重塑，构建复合型专业服务能力。功能重构的根本在于能力升级。拍卖机构要跳出单纯“交易平台”定位，向前延伸至标的梳理、权属尽调、风险研判、价值论证；向后延伸至履约督导、信息跟踪，打造“风险筛查—公开竞价—履约

协同”一体化服务模式。

人才建设层面，建立常态化培训机制，补齐“双碳”政策、固废管理、生态产品价值实现、数据合规等专业知识；重大项目引入第三方技术机构，联合开展标的风险评审。

机构发展应当坚持差异化路径：国有背景交易机构重点承担公共属性要素处置示范任务；中小拍卖机构深耕细分赛道，打造专项专业能力。唯有专业能力跟上标的创新步伐，拍卖机构才能真正承担起要素市场基础设施的职能。

统筹市场化收益、生态保护、公共利益，是新型要素拍卖的核心命题。三者并非对立取舍关系，而是辩证统一整体。

市场化收益是激发市场主体参与、盘活生态与存量资源的动力源泉；生态保护是碳汇、再生资源等绿色要素交易的根本底色；公共利益是拍卖作为公共资源配置工具的价值归宿。

缺少合理市场回报，要素价值难以兑现；脱离生态保护追逐溢价，会造成环境风险；漠视公共利益，拍卖机制就会偏离国家战略方向。

在项目实操中，要建立多元价值平衡思维：再生资源拍卖坚持“资质优先、竞价择优”，不唯报价论；碳汇拍卖兼顾价格发现与生态管护长效机制；数据资产拍卖兼顾要素流通与数据安全底线。

四、结语

“十五五”是我国绿色转型、要素市场化改革纵深推进的五年。碳汇、再生资源、生态权益、数据资产等新型要素，蕴藏巨大市场空间，也呼唤适配的市场化交易机制。

拍卖行业的转型，不是简单增加几类新拍卖标的，而是行业底层功能、价值定位的系统性重塑。拍卖机构不再仅仅是资产变现的工具，而是嵌入绿色要素配置、生态风险管控、循环经济落地进程中的基础设施。

拍卖槌起落之间，成交的不只是一份权益，更是生态价值转化的通道、循环产业链的有序运转、新型要素公平流转的制度安排。行业转型不可能一蹴而就，标准完善、法治协

同、能力建设都需要持续实践积累。全行业应当摒弃短期逐利思维，坚守公开、公平、公正的行业初心，鼓励创新试点，敬畏生态风险与法律风险。

回望行业发展历程，拍卖始终紧随时代变革调整自身定位：服务商品流通、盘活国有存量资产、助力司法财产处置。在中国式现代化建设新征程上，拍卖行业迎来全新的时代坐标。以标准化筑牢根基，以法治化划定边界，以专业化塑造核心竞争力，妥善平衡市场收益、生态保护、公共利益，拍卖行业必将深度融入国家战略大局，在建设全国统一大市场、推进绿色低碳转型进程中，贡献独特的制度力量，实现行业自身高质量发展。

新能源二手车拍卖：平台分化与资产逻辑崛起

一、引言：一个被总量增长遮蔽的结构性分化平台分化

2026 年，中国二手车市场迎来历史性拐点。据中国汽车流通协会统计，上半年全国二手车累计交易 971.32 万辆，同比增长 1.5%，交易量逼近新车，比值达到 97.9%，基本实现 1：1。

其中，新能源二手车成交 83.9 万辆，同比增长 22%，占二手车总交易量的 8.6%。中国汽车流通协会副会长罗磊指出，新能源车三年平均保值率 44.8%，与燃油车的 46.07% 差距已缩小至 1.27 个百分点，“曾困扰消费者的新能源二手车贬值快、保值率低的行业痛点，如今已经得到明显改善”。

然而，总量的增长遮蔽了一个更为关键的结构性信号：各大拍卖平台的运行数据呈现出方向截然相反的分化。以在线竞拍和直卖为核心模式的平台新能源成交占比持续攀升，而以传统 B2B 批发拍卖为核心模式的平台则遭遇交易量的大幅收缩。

这一分化并非周期性波动，而是反映了新能源二手车流通逻辑的根本性切换。本文基于对天天拍车、瓜子二手车、优信、大搜车、懂车帝及某港股上市 B2B 拍卖公司等多平台运行数据的系统分析，试图揭示这一范式转换的内在机理及其对行业格局的深远影响。

二、平台分化：零售竞拍扩张与传统批发收缩

（一）零售竞拍与直卖平台：新能源渗透率系统性攀升

天天拍车平台数据显示，新能源二手车成交占比从2026年3月的13.8%提升至4月的15.5%，5月进一步达到16%，连续三个月攀升。在保值率端，5月混动类新能源汽车的2年保值率达57%，首次超过燃油车同期54.7%的水平；纯电动新能源车的2年保值率达到52.8%，连续第三个月增长。

上半年新能源二手车车源占比13%，成交占比14.8%，新能源车成交中5年以内车龄占比高达76.3%。在流通效率上，平台跨省交易占比68.6%，跨城交易占比78.8%，平均成交周期压缩至5.5天。

瓜子二手车的新能源渗透率数据更为突出。中国汽车流通协会数据显示，全国二手新能源渗透率已从2022年底的3.6%提升至2026年4月的11.6%，而瓜子平台整体的新能源平均渗透率“较行业大盘高出约三倍”。第三方机构认证显示，瓜子二手车成交量位居全国首位，累计服务购车用户超152万。在流通效率上，近九成车辆实现跨城交易，线下直卖场凭借AI定价和全国调仓能力，将库存周转效率提升至行业近三倍。

优信二手车线下大卖场的新能源占比达到20%。武汉大卖场自2025年2月试营业以来累计总销量突破1万辆，35岁以下年轻客户占比高达40%至50%，而五年前行业通行水平仅在10%到15%。优信集团2025财年总交易量达57408辆，同比增长119.6%，零售交易量首次超过5万辆，全年总收入突破32.40亿元，同比增长78.6%。

大搜车旗下大风车系统占据国内二手车商运营系统90%以上市场份额，二季度月活车商达65334家。大搜车CEO姚军红在2026年9月接受《经济观察报》专访时指出，行业正从“经验驱动”转向“数据驱动”，“过去信息差大，新车降价，市场要两周才反应过来；现在新车降价快，AI又把信息传导速度拉满”。大搜车平台数据显示，目前36%的车商已开始经营新能源二手车。

懂车帝二手车业务负责人赵志峰披露，2026 年上半年平台新能源二手车的线上浏览及成交增速均出现显著大幅增长，消费者选购时更加关注电池健康状况、三电检测报告和原厂质保剩余期限。

（二）传统 B2B 批发拍卖：交易量骤降与结构性错配

与上述平台的扩张形成鲜明对照的是，以传统 B2B 批发拍卖为核心模式的某港股上市公司交出了方向相反的答卷。其 2026 年中期报告显示，上半年实现收入 7.56 亿元，同比减少 46.7%；毛利由上年同期的 62.9%下降至 56.2%；期内亏损 1.47 亿元，而去年同期为盈利 1.28 亿元。

二手车拍卖交易量同比下降 43.7%，交易成功率从 47.2%骤降至 33.8%[8]。该公司将业绩下滑归因于新车价格战导致二手车交易量及价格双降，拍卖业务、增值服务及收销安排收入均显著下降。

然而，一个容易被忽略的细节是：该公司的上拍量虽然整体下降，但其新能源车销售同比增长 35.5%，渗透率上半年已达 49.6%，6 月单月更高达 58.5%。该公司在财报中坦承，“新能源汽车销售企业与传统燃油车企业的二手车处置渠道和方式又有本质的差异”。

这一细节揭示了分化背后的真正机理。问题不在于新能源车源不足，而在于传统“单车上拍—专业买家竞拍”的模式，无法有效承接出行平台和融资租赁机构以“资产包”形式批量释放的新能源车源。

中国拍卖行业协会副会长韩涛所描述的“一包 1000 辆、年份款型大致一样”的打包拍卖形态，天然要求买方具备批量资产消化能力，而非传统的单车零售转售能力。

三、批量资产处置：定价逻辑的重构

阿里拍卖和京东拍卖平台上的批量新能源车资产包交易，为理解“资产处置逻辑”提供了直接的定价样本。

2026 年 9 月，150 辆比亚迪 D1 新能源网约车在阿里拍卖平台整体打包拍卖，起拍价

439.2 万元，最终仅一人报名，以底价成交，平均每辆约 2.93 万元。这批车辆发证日期均为 2021 年，比亚迪 D1 厂商指导价为 15.78 万至 16.98 万元，成交单价仅为新车指导价的不到两成。

2026 年 7 月，京东拍卖平台上苏州一家破产网约车公司的 164 辆新能源车打包拍卖，总成交价 212 万余元，其中 108 辆欧拉 IQ 以底价 112.721 万元成交，单车均价仅 1 万出头。另一宗案例中，301 辆二手纯电动车打包拍卖，总起拍价 486.276 万元，9 人报名但全场仅出价两次，最终以 488.676 万元成交，平均每辆约 1.62 万元。

这些案例的定价逻辑与传统的单车拍卖存在本质区别。在单车拍卖中，买家关注的是单车车况、品牌溢价和零售转售空间。而在资产包拍卖中，买家的定价公式是“资产包总价÷车辆数量=单车平均处置成本”，核心变量是整包处置效率和残值回收预期。竞得者的盈利模型不在于单车零售利润，而在于拆解回收、零件流通或批量出口的规模效应。

这一趋势在事故车拍卖市场同样清晰。近五年电动事故车拍卖量复合增长率高达 70%，预计到 2029 年电动事故车拍卖量至少达到 5 万辆。2026 年 4 月，一辆严重受损的小鹏 P5 在拍卖平台以 8400 元起拍，31 人报名，经过 167 轮叫价最终以 36800 元成交，溢价超过 3 倍。参与竞拍者中绝大多数是电池拆解厂，其定价依据是动力电池中金属材料的回收价值。

新能源二手车的残值正在从“整车价值”向“零件价值”和“材料价值”扩散，回收产业链正在成为批量资产包拍卖最重要的下游承接方。

四、定价权的转移：从经验估值到数据定价

各大平台数据共同揭示的深层变量，是定价权的系统性转移。

传统二手车拍卖的定价权掌握在经验丰富的评估师手中，通过目测和试驾给出估值。但新能源车的核心资产是电池，而电池的健康状态无法通过目测判断。这一信息不对称长期压制了新能源二手车的流通效率和价格发现。

2026 年，这一瓶颈正在被制度和技术双重突破。由国家市场监督管理总局缺陷产品召回技术中心、中国汽研牵头，35 家单位参与起草的 GB/T 47136—2026《纯电动汽车动力蓄电池健康与安全状态评估规范》于 2026 年 1 月 28 日发布，5 月 1 日起全面实施。

该标准聚焦动力蓄电池状态评估难的突出问题，明确了基于运行数据的在役纯电动汽车动力蓄电池健康状态与安全状态评估流程、指标体系及计算方法，起草单位涵盖宁德时代、比亚迪锂电池、中创新航、国轩高科等头部电池企业。

当电池健康度可以被标准化度量，定价逻辑就从“经验估值”转向“数据定价”。姚军红所言的“经验驱动转向数据驱动”，在电池评估领域体现得最为集中。当买家能够准确判断一块电池的剩余价值时，折价补偿不再需要，价格发现回归理性。

更具颠覆性的是车电分离模式对保值率的重塑。采用 BaaS 车电分离方案的乐道 L60 一年保值率达到 83.1%，而非 BaaS 方案为 71.8%，差距超过 11 个百分点。当电池从交易标的中剥离，“电池折价”这一困扰新能源二手车流通的根本性问题被结构性消解，二手车评估逻辑向燃油车趋同。

与此同时，高端新能源车型的保值率表现正在改变“新能源不保值”的刻板印象。全联车商联合车 e 估发布的 2026 年第一季度新能源汽车保值率报告显示，问界 M9 在纯电动车型和插电混动（含增程式）车型两个细分领域，分别以 82.1%和 84.1%的保值率位居首位。

五、未来五年的结构性商机

第一，电池数据服务将演变为拍卖基础设施级赛道。

当每一辆进入拍卖环节的新能源车都需要一份符合国标的电池健康报告时，检测评估就从“增值服务”变成了“入场门票”。

机动车拍卖行业研报预计，2026 年机动车拍卖有望突破 600 亿元成交额，新能源二手车拍卖将成为最大增量来源。未来五年，掌握最大规模电池运行数据并建立行业采信评估

模型的企业，将掌握新能源二手车拍卖的定价权入口。

第二，跨境拍卖网络将重构中国新能源二手车的全球定价体系。

2026 年上半年，中国二手车出口 32.5 万辆，贸易额 76 亿美元，其中新能源二手车出口同比大增 196%，非洲、中亚、中东等市场开辟出新增长空间。

自 2026 年 1 月起，注册不满 180 天的车辆须提交生产企业《售后维修服务确认书》，“零公里二手车”套利空间收窄，真实使用过的长公里二手车成为主流，3 至 5 年车龄占比达 64%。

前述传统 B2B 拍卖上市公司已与中东 Marhaba Auctions 签署合资合作协议，打造“海外拍卖场+国际拍卖平台+中国车源”的全球业务体系[8]。姚军红则选择了一条不同的路径：“只做系统和服务，不下场碰车辆贸易，贸易交给当地从业者去干”。重资产自营与轻资产赋能两种模式，将构成未来跨境拍卖网络的两条并行主线。

第三，主机厂残值管理将从“成本中心”变为“利润中心”。

中国科学院院士欧阳明高在 2026 年 4 月公开建议，新能源汽车产业应建立严格的官方二手车回购、翻新、销售体系。昊铂埃安于 8 月上线官方二手车品牌“悦享二手车”，官方认证二手车延续三电终身质保。

蔚来汽车总裁秦力洪明确表示将在年底推出官方二手车认证平台，承诺残值“如果达不到同级别豪华燃油车水平，蔚来将出钱兜底”。主机厂通过残值管理锁定品牌二手车定价锚点，进而反哺新车定价策略和用户全生命周期价值运营，这是一块被长期低估的战略性蓝海。

六、一个必须正视的风险：批量资产包的流动性约束

在乐观预期之外，一个被行业普遍忽视的风险值得警惕。前述传统 B2B 拍卖上市公司的交易成功率从 47.2%骤降至 33.8%，下游专业买家数量同比减少 17%，采购决策转向“持续观望、按销采购”，已经敲响了批量资产包流动性不足的警钟。

阿里拍卖 150 辆比亚迪 D1 仅一人报名[11]、京东拍卖 301 辆纯电车 9 人报名仅出价两次，这些案例已经预演了批量资产包在买方稀缺时的定价失灵风险。

行业预测 2026 年国内二手车价格将温和下行，受新能源新车产能过剩影响，部分新能源品牌或将继续降价，直接压制同级二手车残值。首批大规模入市的新能源汽车（2021 至 2023 年上牌）进入置换周期，叠加 2024 至 2025 年新能源车销量爆发带来的三年内准新车大量涌入，价格下行压力不容忽视。

这意味着，拍卖平台的核心竞争力将从“车源获取能力”转向“资产分发能力”。

天天拍车跨省交易占比 68.6%、平均成交周期 5.5 天，瓜子二手车近九成车辆跨城交易、周转效率行业近三倍，这些数据战略意义远超规模本身——它们衡量的是平台将批量资产包快速匹配到跨区域、跨场景买方手中的分发效率。在流动性约束面前，分发效率构成拍卖平台的核心竞争壁垒。

七、结语

新能源二手车拍卖的深层变革，本质上是汽车流通从“制造业逻辑”向“金融资产逻辑”的迁移。

2026 年各大平台的运行数据已经清晰地勾勒出这一转型的方向：天天拍车在线竞拍的新能源成交占比连续提升至 16%，瓜子二手车渗透率三倍于大盘，优信线下卖场新能源占比达 20%，大搜车“大风车”系统覆盖 90% 以上车商；与此同时，以传统 B2B 批发拍卖为核心模式的某港股上市公司在传统模式中交易量收缩 43.7%，阿里拍卖和京东拍卖的批量资产包以“底价成交、单车均价万元级”的定价逻辑完成了从零售思维到资产处置思维的切换。

未来五年新能源二手车拍卖的商机，属于那些能够将电池数据转化为定价能力、将跨区域网络转化为分发能力、将跨境通道转化为全球定价话语权、将残值管理转化为品牌资产的企业。这场范式革命的大幕，才刚刚拉开。

中国拍卖行业协会文件

中拍协【2026】79号

关于开展2026年1-37期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2026年1-37期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2026年拍卖师网络继续教育。现将有关事宜通知如下：

一、培训范围

2026年网络继续教育培训范围包括自第一期至第三十七期获得拍卖师职业资格人员（欢迎非执业拍卖师参加学习）。

二、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包含国家宏观经济分析、拍卖理论探索、拍卖业务创新、特殊资产等领域的深耕、新媒体新技术的应用及运营等专题内容约60课时，拍卖师可根据自己需要选择课程进行学习。

三、学习安排

继续教育网络课程开通的时段为：2026年9月30日至12月31日。

自9月30日起，拍卖师可以直接在中拍协网站上缴费并学习，网络课程的学习应于12月31日前完成。

四、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@caal23.org.cn

（三）网络继续教育收取网络服务费，拍卖师可通过网银或支付宝方式缴费，不接受银行汇款或转账的方式。

（四）已完成继续教育的拍卖师，可在本期继续教育时段内对已完成学习的视频课程进行回看，未点开视频无法播放。

附件：《网络课程学习基本操作流程》

2026 年 9 月 24 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。请准确填写手机和电子邮箱，以便接收电子发票。开通学习不超过 5 课时的，如特殊原因可申请退费；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）。

关于发布《中国拍卖行业闲废物资拍卖年度法治观察（2026）》的通知

各会员企业：

近两年，国内国资、电力、能源、医疗、司法、机动车六大领域闲废物资拍卖规模持续扩容，到 2025 年，我国拍卖行业开展的闲废物资拍卖交易规模已经超过 200 亿元，但实践中，市场拍卖合同纠纷数量日益增长，标的分类、主体权责、拍后监管相关问题逐渐凸显。

为促进闲废物资拍卖的市场化、法治化、绿色化发展，中拍协闲废物资与资源循环分会与北京市泽天律师事务所联合发布了国内首份《中国拍卖行业闲废物资拍卖年度法治观察（2026）》，报告依照“十五五”规划纲要及《生态环境法典》对闲废物资处置提出的新要求，结合相关法律法规，对我国闲废物资拍卖行业进行了专项调研，并结合拍卖业务实践和司法实践，对当前闲废物资拍卖标的主要分类、拍卖四大参与主体的责任、闲废物资拍卖活动的法律痛点进行系统梳理，精选十三则典型案例进行分析，并对未来发展提出建设性意见。

报告面向中拍协会员单位免费发放，请扫描下方二维码填写相关信息，我会将以邮件形式发送报告。

联系方式：中拍协闲资分会 010-64936477



中国拍卖行业协会

2026 年 9 月 8 日

关于发布《全国闲废物资拍卖行业调研报告（2026）》的通知

各会员企业：

2026 年 5 月，为贯彻国家绿色发展政策，把握闲废物资拍卖发展现状，精准研判行业趋势，充分发挥中拍协闲废物资与资源循环分会桥梁纽带作用，引领闲废物资拍卖企业更好地服务循环经济、助力节能降碳，实现高质量发展，闲资分会启动全国闲废物资拍卖企业调研。

基于前期调研结果，中拍协闲资分会发布《全国闲废物资拍卖行业调研报告（2026）》，报告聚焦企业经营现状、业务渠道布局、政策环境影响及发展诉求等核心问题，重点了解企业在闲废物资领域的业务获取与拓展意向，旨在助力闲废物资拍卖企业挖掘市场机遇，增强行业凝聚力与影响力。

报告面向中拍协会员单位免费发放，请扫描下方二维码填写相关信息，我会将以邮件形式发送报告。

联系方式：中拍协闲资分会 010-64936477



中国拍卖行业协会

2026 年 9 月 8 日

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