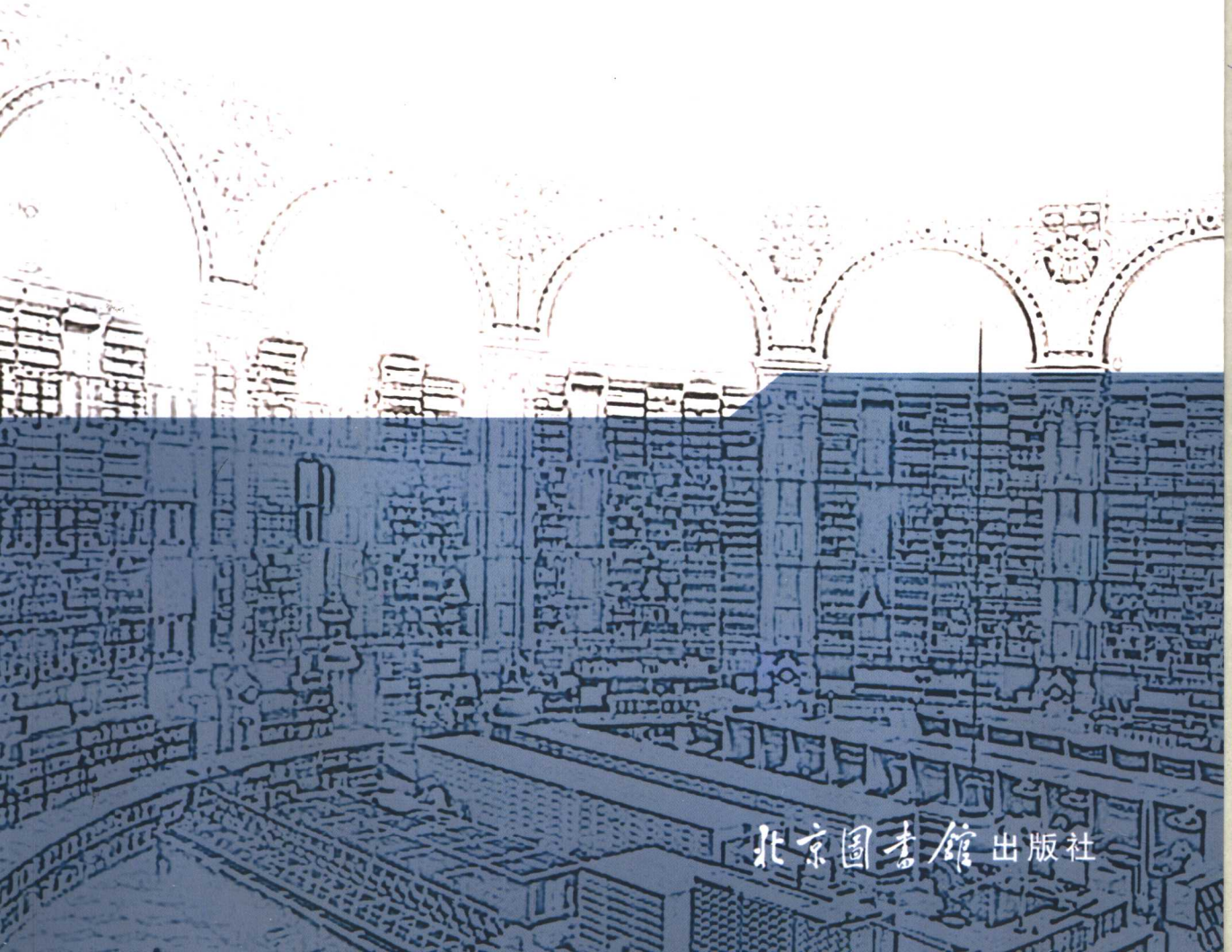


Xinxi Ziyuan
Jianshe Zhong de Tushuguan
Caifang Gongzuo

信息资源建设中的 图书馆采访工作

第二届全国图书采访工作研讨会论文集

国家图书馆图书采选编目部 编



北京图书馆出版社

信息资源建设中的图书馆采访工作

第二届全国图书采访工作研讨会论文集

2007年5月31日-6月1日

国家图书馆图书采选编目部 编

北京图书馆出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

信息资源建设中的图书馆采访工作/国家图书馆图书采选编目部编. —北京: 北京图书馆出版社, 2007. 5

ISBN 978 - 7 - 5013 - 3458 - 2

I. 信… II. 国… III. 图书采购—学术会议—文集 IV. G253. 1 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 038115 号

书名 信息资源建设中的图书馆采访工作

著者 国家图书馆图书采选编目部 编

出版 北京图书馆出版社 (100034 北京西城区文津街7号)

发行 010 - 66139745 66175620 66126153

66174391 (传真) 66126156 (门市部)

E-mail cbs@nlc. gov. cn (投稿) btsfxb@nlc. gov. cn (邮购)

Website www. nlcpres. com

经销 新华书店

印刷 北京华正印刷有限公司

开本 787 × 1092 毫米 1/16

印张 33

版次 2007 年 5 月第 1 版 2007 年 5 月第 1 次印刷

字数 800 千字

书号 ISBN 978 - 7 - 5013 - 3458 - 2/G · 703

定价 68. 00 元

目 录

一等奖

文献竞买限价的结构分析与计算	鲍国强(1)
《图书馆文献采访工作规范》的实证比较与分析——以上海图书馆 中文图书采访工作为例	丁建勤 袁明华(16)
馆藏补缺——采访工作重要一环	梁爱民(23)
图书灰色采购行为探究	邵显升(28)
国家图书馆台港文献采访的数理分析	苏 健 赵晓虹(31)
信息资源采访与编目的协作与创新	王海兰 付 蔚(37)
关于外语院校图书馆文献资源共建共享的探讨	王明惠(43)
图书资料政府采购对图书馆业务的影响及对策	吴俊锋(48)
国内大学图书馆采访工作的变革	徐守杰(53)
基于知识属性理念,构建图书馆采编知识库	尉迟文珠(58)

二等奖

21 世纪国际交换采访管理工作研究	黄曼丽 马 静(62)
试论新形势下高校图书馆采访工作多元化运作模式	黄晓晖 周艳霞(67)
台湾地区图书出版界概况与台湾出版图书的采访	刘 波(72)
项目管理理论在图书采访管理中的应用	乔淑锦(83)
版本学在图书采访中的应用	睢秋菊(88)
从数据制作的角度看采访和编目	孙凤玲(92)
图书馆图书供应商的选择	王 红(97)
镇江市图书馆采集特色文献的对策和措施	徐 苏(101)
浅议国家图书馆联合国资料的馆藏与建设	张 燕(106)
信息资源共建共享对采访工作的挑战与应对方法	章 红(111)
网络环境下对图书馆文献采访工作的思考	赵 东(118)
政府采购背景下的公共图书馆图书采购	赵谓炯(135)
对国家图书馆接受呈缴本的思考——基于新制度经济学视角的分析	赵志刚(139)
建立有地域特色的公共图书馆的采编服务体系	朱玲玲 侯 军(145)

三等奖

浅议在图书采访中推行 6Sigma 管理	陈 扬(149)
论高校图书馆文献采访中经费的优化策略	崔红伟(154)
初探信息时代我国图书馆采访组织结构变革	段 俊(158)

国家工程技术图书馆电子资源建设的策略与实践	郭 华(163)
文献获取能力与文献控制能力的关系及地位	何文波(169)
西藏图书馆汉文图书采访工作简述	吉 平(174)
浅议采访人员文献获取能力与文献控制能力	王建军(177)
浅谈数字时代高校馆图书现场采购	王瑞亨 路继纯 谷卫华(180)
论图书馆采编业务工作的优化管理	王彦侨(184)
专家选书平台探讨	王玉巧(187)
图书馆招标实践及利弊分析	严国斌(191)
人文社科类外文图书发行数据分析	杨 华(194)
Markov 链在图书馆采访工作预测中的应用	杨玉娟(199)
高校图书采访工作重在沟通	张 利 杨桂萍 马巧焕(204)
外文图书采访中的几个细节问题	赵红滢(207)
论国家图书馆印度图书文献的采访	朱晓兰(212)

交流论文

国家图书馆中文地图采访工作	白鸿叶(217)
试论提高信息资源利用率的有效途径	蔡曙光 张玉英(223)
论图书采访业务能力对文献获取的影响	陈长至(229)
建立开放式高职图书馆文献采访管理机制之探讨	陈平华 周万德(235)
关于图书馆采访人员业务能力的认识	陈 伟(238)
论高校图书馆文献采访环境的变化及对策	陈晓兰 张德云(241)
浅谈马克思主义哲学在图书采访工作中的运用	崔云红(247)
全面了解俄罗斯,做好俄文文献交换工作	段洁滨(251)
采购招投标制度对高校图书馆工作的影响	方 明(256)
未来采编工作之天方夜谭——打破传统采编模式,设想没有采编部的图书馆	冯倍青(259)
新形势下公共图书馆图书采访探究	冯 平(262)
网络环境下图书馆文献资源建设与信息服务的思路	冯 英(269)
采访人员业务能力对获取能力的影响	葛 芬 王健红(273)
谈高校图书馆文献资源建设——以北京服装学院图书馆为例	耿金玉(278)
如何进一步完善国家图书馆西文文献采访工作	郭长岭(281)
图书馆文献采访工作之探析	郭瑞宏(285)
高校图书馆文献采访质量探究	何永进 饶思军(289)
浅析地区级图书馆期刊采访工作	吉 凤(293)
提高图书馆采访质量的对策	姜 莉(297)
图书馆与网络环境下的信息资源	蒋 斌(302)
数据挖掘技术在文献采访中的应用前景	雷 亮(306)
网络环境下专业图书馆西文图书的采访工作	李 华(311)
馆藏建设质量与采访人员的能力	李 伟(315)

浅谈文献采访人员应具备的能力	李忠强(320)
浅谈网络环境下专业图书馆的采访工作	林洁 靳辉(323)
中小学教材获取能力研究	刘常华(328)
新时期图书馆采访人员素质要求浅论	刘静(334)
优化馆藏结构,提高文献采访质量	刘兰英(337)
浅议中文文献采访管理的重要性	刘力(340)
石油工业图书馆外文图书采访人员素质与特色馆藏建设浅析	刘石丽(343)
Doody 核心书目与医学图书采访	龙旭梅(347)
提高采访人员业务素质,强化文献信息获取能力 路继纯 王瑞亨 桂秀梅 温丽(350)	
谈谈采访与编目的关系	吕俊平(353)
采访与编目工作社会化过程中应注意的一个小问题——针对采编工作 流程谈外部书目数据库的维护	马兰芳(356)
关于加速图书馆行业国际化进程的探讨——从日本图书馆看图书采访 人员能力问题	毛立平(360)
网络环境下图书馆采访工作	区旭坤(364)
论网络环境下高校图书馆文献的集中采访管理	祁家能(369)
网络环境下如何提高中文图书采访的工作质量	邱晓辉(373)
采访馆员的文献获取能力探析	师松(385)
试析高校图书馆图书采购招标的意义、本质及影响	石斌(389)
再谈网络环境下图书馆的采访工作	石红(391)
论文献信息采访人员的综合素质	石邱林(394)
试论新形势下图书馆文献采访人员的素质要求	石云霜(398)
谈文献搜集的意义	司卫(401)
图书采编人员 VDT 作业及健康相关问题刍议	宋芸芳 李雪梅(405)
试析信息时代文献采访人员信息素养的提升	孙羽(409)
对研究院图书馆采编工作的思考	谭以民(413)
国家图书馆采访、编目工作的思考	万爱雯(417)
信息时代图书馆文献获取能力刍议	王冬霞 李广通(423)
论网络时代采访人员的业务能力及对获取能力的影响	王丽娜(427)
精打细算 精益求精——国际组织和外国政府出版物采访工作初探	王萌萌(431)
文献采访质量控制策略探微	王茹(434)
国家图书馆特色馆藏建设的思考——以国家图书馆港澳台阅览室为例	王维纳(439)
中文图书采访模式的最优化选择	王文刚(443)
浅析采访工作人力资源的优势互补	王洋 霍瑞娟(447)
浅议图书馆在现代文献控制中的作为	魏宇清(451)
略谈图书馆音乐文献的采访控制措施	吴敏琪(457)
出版社图书馆采访工作浅谈	肖岩(460)
浅论县级公共图书馆地方文献采访工作	谢晓波(463)

浅谈图书文献政府采购	谢耀芳(468)
21 世纪图书馆的采编工作	徐蓓蓓(473)
提高采访人员综合素质 促进医院图书馆文献资源建设	闫 妍 王敏英(475)
(县)市级图书馆采访工作的管理与采访途经	于春梅(477)
当代出版发行环境中的中文图书采访质量控制	袁明华(480)
文献资源采访质量控制的重要性及方法	张成武(484)
哲学社会科学创新与图书馆信息资源建设工作	张清菊(487)
公共图书馆采访人员素质培养浅析	张亚莉(490)
探索图书馆采访工作新思路	赵 仿(493)
当前图书馆的文献采访模式探讨	郑 岩 冯 英(498)
探讨网络环境下图书馆文献信息资源建设	钟刚书(502)
也谈网络环境下的专业图书馆外文图书采购	周 济(506)
改进与提升网络环境下公共图书馆文献资源建设的思考	周岚岚(509)
信息时代文献采访人员应具备的知识与能力	朱青青(512)
当前信息环境下选书人员的职业素质探讨	朱硕峰(515)

文献竞买限价的结构分析与计算

鲍国强（国家图书馆）

摘 要：该文通过分析文献竞买限价状况、限价结构诸因素和拍品价差，进而推求出竞买限价诸因素系数与各阶段限价算式，以减少提出和审定图书馆文献竞买限价的主观成分，规范竞买限价工作，防止国有资产流失，提高图书馆文献竞买工作的准确性和成交率，从而提升图书馆所收藏文献的总价值和入藏率。

关键词：图书馆采选工作 文献竞买 限价计算

本文旨在通过分析、归纳文献竞买限价状况、限价结构诸因素和拍品价差，界定竞买限价不同级别的依据要素，进而推求出竞买限价诸因素系数与各阶段限价算式，以减少提出和审定图书馆文献竞买限价的主观成分，规范竞买限价工作，防止国有资产流失，提高图书馆文献竞买工作的准确性和成交率，从而提升图书馆所收藏文献的总价值和入藏率。

1 限价状况

文献竞买正在逐步成为图书馆的主要采选渠道之一。拍卖会举牌应价是不可测因素众多、瞬息万变、具有法律效力的商业竞争过程，很容易产生出价失控的现象。如是个人竞买，其责自负。图书馆是国家事业单位，采选经费的一分一厘都不能随意使用。所以，事先确定竞买限价是有效规范、控制竞买成交价是唯一手段。目前，是图书馆相关的文献采选部门根据拍品查重和价值核实结果逐一提出竞买限价，由拍品鉴定小组讨论通过，报请相应级别的行政领导批准，提供给参拍者出价竞争时掌控，相应拍品的成交价不能逾越限价的一丝一毫。限价的主要作用是设定略高于拍品价值和估价预测的成交价的金额来竞买所需拍品，并以此规范和控制应价行为，防止成交价失控。

根据 2002—2006 年笔者已见的国图竞买资料统计，有估价（不包括无底价者）的欲竞买文献 278 种，国图成交 213 种，成交率为 76.6%，不算很高。国图未拿下的拍品成交价与原内定限价比较，仅差 1 举（再一次举牌出价时落槌）的拍品占 51.3%，已是过半。尽管可能不乏你举、人家也再举的情况，其遗憾也是不小。如 2002 年秋嘉德古籍善本拍卖会上的拍品《中庸章句或问》。此书宋朱熹撰，元延祐元年（1314）福建麻沙余氏万卷堂刻本，黄麻纸，2 册。福建坊刻中以建安余氏万卷堂最为著名，其最兴盛时代是南宋，原未见有元代刻本，此书可谓填补空白之孤证，内容独特，刻印精湛，升值空间很大，国图极欲拍下，然内定限价为 40000 元，实际仅在高一阶梯上落槌，被私人收藏者拿下，成交价仅为 42000 元，殊觉憾事。当然，此仅就竞买工作失利而言，从公私藏书的和谐发展角度看，私藏也是我国优秀文化遗产的保护者和传承者。而国图成交拍品的总体质量还是较高的，其文献竞买工作成绩也是有目共睹。

究其 23.4% 拍品竞买失利的原因，除个别拍品因临时有志在必得者参与竞价而失利（如 2003 年 7 月北京海王村公司拍品《曲录》为王国维稿本。国图提出限价为 9 万元，然

此拍品成交价为11万元。《拍卖图录》中估价为4000—8000元，现成交价是估价均值的1833%，其翻番倍数为拍卖历史上罕见，可知此拍品的特殊行情）或参拍初期个别竞举轮空计算有误而浪费一个阶梯的限价（如某拍品限价为20000元，国图举了18000元，人家举是20000元，国图就无法再举牌，否则就超过限价了，但这时有可能无人再举，就此落槌，白白浪费了一个阶梯价格额度，人家以国图的限价买走拍品。如果国图恰好在限价价位举牌，就有可能就此拿下。此中就有竞举轮空计算和看准时机及时出手应价的问题）外，与缺乏对竞买限价构成进行全面分析和精确计算，从而引起对竞买限价重点理解的角度不同，最后造成不少国图亟须入藏的拍品内定限价偏低有关。

笔者认为，决定拍品成交价的因素是很复杂的，既有一般规律，又有特殊原因，因而，目的是规范和控制图书馆入藏品成交价的竞买限价的客观构成因素也是复杂多变的，必须进行全面的分析和计算方能确定。而影响竞买限价的主观构成因素必须消除，或减少到最低程度。图书馆进行文献竞买工作，完善藏品体系，完全是为了更好地履行自己的神圣职责、职能，维护国家、民族和广大用户千秋万代的根本利益，诸如对文献竞买重要性认识不足、对当前文献拍卖行情估计不足、对文献价格的掌握还停留在以计划经济时代价位为比对基础的层面上、顾虑有关方面的不利议论、顾及竞价出错受责压力大大超越竞买成功受奖鼓励、认定不作为或少作为的好处大于多工作易出错的危险等主观因素，均应摒除在竞买限价考虑因素之外。考虑到善本古籍拍品的可遇不可求性质和国图文献拍品成交率仅为76.6%，目前国图竞买限价的非科学成分已经逼近了应有的底线，其竞买限价工作有待于进一步改进。

2 限价因素

上文述及，竞买限价构成因素是复杂多变的，它关系到图书馆竞买部门、审批机关、经费总额、资金申请程序、拍品本身、国内外收藏情况、经济形势、拍卖行情、拍卖委托者、拍卖公司、其他竞买者等各个方面，但也不是深不可测，茫无头绪，只能凭着印象拍脑袋瓜子。只要我们能客观地从图书馆的长远利益考虑，全面、动态地分析、计算竞买限价的各个构成要素，其中还是有规律可循的。

通过对近年各个文献拍卖会拍品的成交与流拍情况的综合分析和归纳，笔者认为，图书馆的文献竞买限价主要有以下四类构成因素：

2.1 首要因素

所谓竞买限价首要因素就是确定限价时首先要考虑的问题。它的价值趋向将直接决定限价的主要组成额度。竞买限价的首要因素有以下四项：

2.1.1 收藏状况

此间要明确两个问题：一是收藏数量。有关收藏问题应区分三个档次：本馆收藏、国内收藏和海外收藏。本馆收藏就是要明确：属重点收藏范围、无任何版本和有关著作（如点校本或注释本）、无任何版本、有其他版本、仅有残本。国内收藏和海外收藏均要明确是均无收藏、一家还是若干家收藏。

二是入藏的必要性。按理说，一旦此拍品本馆缺藏，入藏的必要性自不待言。然在特定情况下，这还是会成为问题。如会产生这样的认识：本馆是国有事业单位，人家别的图书馆也是国有事业单位，争什么争，都是在国家手里，别伤了和气，影响兄弟图书馆之间的关系。从理论上讲是这样，某种古籍收藏在哪个图书馆，或哪个人手中，都是收藏在我国

家,是一样的。可是实际上看,某种文献是否在本馆,其结果大不相同。某种文献本馆没有,国图的国家总书库职能何以体现?当读者需要时本馆何以提供服务?当国家需要时国图何以提供文献保障?所以,一旦缺藏,一般情况下就应全力以赴,不应对入藏的必要性有所怀疑。

2.1.2 拍品价值

上一项“收藏状况”主要确定此件拍品是否竞买,而本项拍品价值则是确定限价数额高低的主要因素。拍品价值需要考虑该拍品的残缺情况、版本年代、制作技术、制作地别、著作内容、版画地图、后续特征、著录状况、书品现状、配套附件等文献特征。以下择要简释,其详在“系数设定”中另有表述。

残缺情况是指拍品内容是否齐全。拍品一旦残缺,其价值就差了许多。有些《拍卖图录》怕被追究责任,有意无意地不著录拍品卷数,不少拍品所有者明知残缺,企图通过重新分册、改头换尾、另加装订等办法来冒充全本,此时全凭我们仔细考察鉴别。当然,个别拍品已知是残本,但恰好可补本馆已有藏品所缺部分,亦可竞买,价格要掌握在残本价位上。

版本年代是指拍品的刻印或书写年代。一般地说,制作年代越早,保留下来的越少。物以稀为贵。所以,拍品年代越早的价格越高,如敦煌遗书和宋元刻本等。某些年代短暂的时期与前后相较尽管不太古老,因为文献流传稀少,其价也是不菲。如明代的泰昌朝、清初张献忠政权大顺朝和咸丰同治间祺祥年号,甚至是民国初期的洪宪年等时期产生的文献。

著作内容是指拍品是否是由著名作者撰写,是否由名家精心校刻。如拍品由本领域的著名专家学者创作(如宋代朱熹撰《诗集传》等),或拍品由毛氏汲古阁、顾广圻和黄丕烈校刻,其价值就比一般拍品高。

后续特征是指流传过程中加诸拍品之中的收藏印记、经眼题款和批校题跋等内容。若这些内容由名家所为,如有黄丕烈、顾广圻题跋或傅增湘批校,其价值往往大增。

著录状况是指拍品被历代书目及其他文献记载的情况,其中要注意记载频度问题。拍品被藏书目录著录可表明其收藏状况。如被当代图书馆收藏,就属于上一项“收藏状况”的范畴。如曾收入《中国古籍善本书目》,则说明拍品符合“善本”标准。被记载状况与拍品价值的对应关系也不是绝对的。被众多文献记载、频度高表明拍品久已著名,颇受名家重视、流传递藏有序,伪造的可能性降低。从未见诸文献著录,也可能表明拍品久不为世人知晓,是首次面世,具有很高的价值,但一定要注意其真伪实况。

书品状况主要是指拍品的物理外观状态,如雕刻、纸张、墨色的质量,有无漫漶、水涸、霉变、酸化、絮化、虫蛀、鼠啮等情况;装订方面主要是指未经新近修补装订的情况,如包角、钉线、纸捻、衬纸是否完整,书口是否断裂,书签、书套、书匣是否原配,等等。这些情况都会影响拍品的价格。有些拍品已经修补或金镶玉重装,虽比不加工好看,但不能让其价格提高太多,尤其要注意这些整理加工水平是否高超,是否毁坏了原书的内容,是否伤及纸张或墨色强度,是否掩盖了拍品实际真相。

2.1.3 社会关注

社会关注对拍品限价的影响是由上两项引申而来,就是指拍品的社会热门程度,主要有社会热点、专门藏家、同类书价、上拍历史和本馆独需等因素。

社会热点是指某类拍品受到社会藏家和倒卖者的普遍关注,如曾经热过的术数书,现在

仍是热门的敦煌写经、宋元版书、名家批校本、版画本、历书和古旧地图等。这些热点拍品的价格容易受到追捧，甚至高得出奇。此时，我们图书馆的限价不能盲目跟进。但如个别热点拍品又是本馆急需的，只要竞价尚未离谱，我们应尽量争取资金作一竞争。

专门藏家的情况与社会热点有些类似，只是范围小一些，或是某类书有一个或几个藏家关注，或某个拍品被志在必得者盯上。如前例王国维《曲谱》稿本两册，《拍卖图录》估价数千元，王国维著作是国图的收藏重点，遂内定限价9万元，意欲购入。此拍品品相甚佳，真实性无可怀疑，先前曾由阿英收藏并宝爱之。竞价时，牌未及数举，价位即窜至11万元。会后有称，此拍品有人拟出20万元，志在必得。对这一点，图书馆的策略同上一小点即可。

同类书价是指本类拍品历次、本季（即本季度的其他公司拍卖会）和本场的价位行情。因为历次和本季拍卖会的参拍者与本场的竞价者大同小异，都是来回赶场。某场拍卖会的某类拍品价位上扬，那么本场的该类拍品的价位也会跟进。这是图书馆竞价者需要注意的，即所谓的反应敏捷问题。然本季各公司拍卖会往往是上午、下午和晚上连轴转，作为国家事业单位，限价审定有着固定的程序，这样有可能连请示的时间都不够。这里就有个能否赋予现场竞价主管领导限价上浮权问题。而本类拍品的历次拍卖会价位是决定限价时应认真考虑的。

上拍历史是指同一拍品上拍卖会次数与历次价位。某一拍品初次面世，其价位可能会有有一定的偶然性。不少拍品则是重复上拍的，因为流通是拍卖会的生命。上次没卖出，这次再卖，或许这次买家来了；以前买进了，看来能涨价，这次卖了它；这种版本的书上次卖得不错，这次找了同一版本的复本也想卖个好价钱。此间应注意，热门拍品行情往往看涨，如宋元版书；以前没成交的拍品，如果是冷门书，本次或者还是卖不成，或是上涨不多，大幅度提高价位的可能性不大。若某书本馆确实需要，以前没拍下，这次应尽量拿下，再坐失良机，以后涨价的幅度更大。

本馆独需是指人家不太关心只有本馆需要的拍品情况。此间有两个注意点：一是符合本馆的专门需要。如2003年海王村公司的春季拍卖会会有个《商务印书馆文书札》拍品，属于出版社业务联系函件，名人不多，内容并不厚实，有拼凑之感，然其中有关于商务印书馆旧藏21册《永乐大典》捐献国家的信函，与了解、研究国图所藏国宝《永乐大典》的来源历史有关，能补充国图《永乐大典》的入藏档案，遂决定竞买，并适当提高了限价，以确保拿下，结果以起拍价购入，说明此拍品别人不怎么关注。二是某书内容人家不感兴趣而正是本馆缺藏，以后读者可能需要，本馆就应拍下，补充馆藏。这一点下面还要涉及。这两类拍品本馆应予购入，而且成交可能性很大，因为没有什么竞争者，但为了防止意外，加大保险系数，应适当提高限价，而实际成交时价格并不会高，绝大部分会在起拍价拿下。

2.1.4 升值空间

对于拍品的价值，每个人都有自己的取舍重点和价值观。此间所谓的升值空间是指拍品在将来所含有的表现为货币形式的提升趋势。这个提升趋势就是拍品假想的下次出手价与此次成交价的差额。除了那些纯粹以收藏文献为爱好或精神寄托者及图书馆、博物馆以外，不少文献竞买者是以追求拍品的最大升值空间进而取得最大经济利益为最终目标的。所以，拍品所具有的升值空间经常决定着成交价的高低。因此，我们确定竞买限价就不能不考虑拍品的升值空间问题。实际上，升值空间是以上三个因素的综合反映。如宋元版书以年代久远、版刻精良、多属名著、传世稀少等特点，其升值空间近几年还是比较大的。

然而，别的竞买者一般都要考虑拍品的升值空间，图书馆却不能完全被升值空间所左右，应有自己独特的判断视角。我们图书馆入藏的文献主要是提供给读者研究利用的，还有作为国家总书库保存文献品种的职能，所以，如果某拍品为本馆缺藏，它的升值空间估计为零，或肯定具有贬值趋势，别的竞买者可以不要，但我们图书馆还是要竞买该拍品，以补充和完善本馆的藏书体系。这种拍品往往会以起拍价成交，但为了保证竞买成功，其限价还是应高于估价，以防不测。

此中有一个问题需要注意，即考虑限价时要正确处理好升值空间与估价的关系。升值空间大小取决于成交价，与估价没什么关系，我们不能被估价的高低所迷惑，从而把限价定偏了。若看估价偏低，又看好升值空间，限价不敢定高，那可遇不可求的拍品就飞了；把限价定得偏高了，不但没有正确使用国家的购书经费，还会招来哄抬文献拍卖行情的非议。所以，我们考虑限价和升值空间时，要着眼于可能的成交价，不能为拍卖公司的估价所左右。

2.2 次要因素

所谓竞买限价次要因素就是确定限价时其次要考虑的问题。它的价值趋向将影响限价的次要组成额度。竞买限价的次要因素有以下四项：

2.2.1 估价标准

估价标准是指《拍卖图录》给出拍品参考价时执行的估价标准尺度，主要包含某个拍品的特定估价标准和全部拍品的总体估价标准。特定估价标准主要取决于拍品所有者对估价的期望值是以售出为主要目的，还是以追求最高成交价为主要目的。若是以售出为主要目的，其估价就会定成“无底价”或较低的金額。因为拍品所有者先前获得拍品所付的代价是不定的，如果代价不高，或因某种原因急于变现，就会采纳估价为“无底价”或较低金额的标准。这样，此拍品成交的可能性极大。若以追求最高成交价为主要目的，其估价就会在较高的价位，但很有可能流拍。

然特定估价标准有时会受到总体估价标准的制约（委托人坚持保留价的除外）。即每个拍卖公司都有自己的总体估价标准，不允许特定估价标准违反总体估价标准的原则。如总体估价标准较高，就不会允许估价偏低的拍品上拍，以免拉低拍卖会的总体价位，影响到拍卖公司的品牌定位。如总体估价标准较低，就会说服估价过高的拍卖委托者降低估价，借以提高成交率和运作利润，避免无端拉高拍卖会的总体价位，影响到拍卖公司的品牌战略。

我们在考虑限价与估价标准关系时，不能太受《拍卖图录》的估价标准的影响，不能因为估价标准高低而随意调整限价额度，而要着重考虑可能的成交价的价位。但成交价确实会因估价标准高低而波动，我们视估价标准情况而适当调整限价额度也是必要的。

2.2.2 宣传力度

我们现在知道，限价与可能的成交价直接相关。而拍卖会及其拍品的宣传力度常常会对成交价产生很大的影响。这一点拍卖公司是心知肚明的，不知不觉中受其影响的竞买者在预测成交价时却容易忽视这一点，我们在考虑限价时也不容易注意拍卖会及其拍品的宣传力度，但实际上不考虑是不行的。

拍卖会及其拍品的宣传力度包括拍品在图录中的篇幅与位置、简介字数与是否切中要害、广告、媒体宣传、专家访谈和市场培育等内容。

图录篇幅与位置：篇幅是指某件拍品在《拍卖图录》中所占的面积多寡。位置主要是指拍品图案是否上了封面、封底、封二和封三。一般地说，拍品在图录中所占面积越多

(如占据全页、两页,甚至是附折叠专页),位置越显赫(如印在封面),表明拍品越重要,越有价值,越有可能拍出高价。

简介字数与是否切中要害:图录中的拍品有无提要简介,提要简介字数多寡,文字内容是否一语中的(体现拍品价值),能否引起注意和兴趣,等等,也会左右竞价者的取舍,引发成交价的变化。但若简介文字言不符实,误导参拍者,或许会暂时得逞(骗卖了较高的成交价),终究要纠纷连绵,毁损拍卖公司的声誉。

广告、媒体宣传、专家访谈:其中还包括编辑发行有关报刊论著等,其义自明,不再赘述。

市场培育:是上述宣传工作及其拍卖实践的综合运作过程,它将使文献拍卖市场逐步规范和完善起来,从而拍品成交价能够真实地体现其内在价值,并逐渐向国际拍卖价位靠拢。此间,某件重点拍品的媒体宣传也是市场培育的组成部分。

拍卖公司加大拍卖会及其拍品的宣传力度,将会招徕更多更大范围的竞买者,强化欲竞买者的竞价决心,达到提高拍品成交价的目的。拍卖公司的这种宣传投入额度与成交价金额是成正比的。我们在确定限价时要正确估计拍卖会及其拍品的宣传力度,适当调整限价的额度。

2.2.3 公司品牌

拍卖公司的品牌是由市场培育、成交价最高纪录、总体估价标准、公司规模、办公地点、拍卖场地和设备规格等因素构成的。拍卖公司的品牌档次越高,其投入成本也高,吸纳高质量拍品的概率也大,人气也旺,也容易拍出创纪录的成交价。我们在考虑限价时不能完全不顾拍卖公司的品牌因素。

2.2.4 定向拍卖

定向拍卖是指国家为了保护公有利益、保证珍贵文物不再次流散民间或流失海外而依法规定某件拍品只能由国有企业单位参与竞买的限制参拍者范围的做法。虽说这种规定会引起实力强大的国有企业单位关注和参与竞买,但毕竟排除了颇具实力的民间和海外竞买者,在一定程度上会降低成交价,从而提高了图书馆成交的可能性。也就是说,在定向拍卖前提下,适当减少限价数额是可以的。

但根据历次拍卖会统计,此间有两点需要注意:一是有些定向拍卖是图录注明的,更多的则是开拍前才会宣布,这就需要进行临场应变作业;二是定向拍卖不会引发成交价的大幅降低,我们对限价的考虑重点还是要放在拍品的固有价值上面。

2.3 额外因素

所谓竞买限价额外因素就是确定限价时需要在拍卖会前注意的上述因素以外的问题。它的价值趋向将决定限价的额外加減额度。竞买限价的额外因素有以下四项:

2.3.1 竞买阶梯

竞买阶梯是拍卖公司为了节约竞价时间而规定的由拍卖师和参拍者共同遵守的历次应价区间。竞买阶梯因拍卖会的规模和规格而异。小的拍卖会开始竞价时可以10元、10元地应价,大的拍卖会则在《竞投须知》规定:10000元以下,阶梯是1000元;10000—100000元,阶梯是2000—5000—8000元;……1000000元以上,阶梯是500000元。参拍者举牌时若无特殊说明就是按当前阶梯应价。并规定,拍卖师有权临时调整竞叫阶梯。参拍者根据需要也可在某个价位之后以小于或大于阶梯的金额应价。

根据竞买阶梯规律，我们的限价就应与相应的竞买阶梯一致，一般是上靠最近的一个竞买阶梯。如限价想定 16000 元，就应定为 18000 元。这样不致浪费部分限价金额，因为以小于或大于阶梯的金额口头应价容易出错，没有必要不宜多采用。

2.3.2 价格坎节

价格坎节是指那些大额限价而言，即拍品的大额限价宜定在整数位上，如考虑限价是 48 万，则宜定 50 万。其中原因有二：一是既是高价，再纠缠零头就没有意义，不妨取个整数为宜。二是人同此心，别的竞买者也会如此考虑，你若一拘束，原来的高价形同虚设，白费心计，还不如取个整数，尚有一拼。

2.3.3 经费额度

经费额度是指购书经费总额。我们考虑限价应注意本科组、本部处、本馆的购书经费额度，要注意各级行政领导审批购书经费的权限。因为不同级别有不一样的工作程序和经费额度，应结合不同的工作程序和经费额度确定限价金额。其原则是在拍品价值基础上，最大限度地利用工作程序和经费额度确定合适的限价。如某限价考虑在 49000—50000 元之间，而定 50000 元则要启动更高级别的审批工作程序，很是麻烦，则把限价定在 49000 元。但这个问题与上面“价格坎节”的要求正相反，操作起来要慎重考虑。个别拍品的限价本馆的购书经费无法解决，需要向市政府、文化部或财政部另行申报，则应根据拍品的实际价值提出值得申报的限价。因为这种申报程序是很复杂的，不是国宝级文献的巨额限价没有必要申报。

2.3.4 心理限度

此间的心理限度是主观因素，主要是指限价提出者、各级审批者、其他竞争者、局外人士对某拍品成交价的心理承受极限。限价提出者、各级审批者、局外人这种极限往往受到以前书价、对文献拍卖市场及其行情的认识、对图书馆职能与藏书建设意义的理解等方面因素制约，是属于主观意识的范畴，不属于限价时应考虑的范围。而实际上，这种因素是存在的，也是限价工作的难处。其他竞争者对限价的心理限度，以上已有所涉及，此不重复。局外人士对限价的评论或非议，其原因是多方面的。若属于心理限度的原因，应予以排除，不能由此而造成我们限价工作上的保守。

2.4 临场因素

所谓竞买限价临场因素就是最终确定临场限价时要考虑的突发问题。它的价值趋向将直接决定临场限价的加减额度。竞买限价的临场因素有以下四项：

2.4.1 特殊对手

特殊对手主要是指拍卖会上突然杀出与我们竞争同一拍品的志在必得者。这种竞争者往往具有较高的心理价位承受极限和相应的资金实力，对我们的竞买工作有着很大的杀伤力。出现这种情况，只能依靠拍卖会现场负责人根据拍品价值范围启用限价上浮权限，临时提高限价，继续搏杀。竞价超出上浮权限，我们只能放弃，忍痛割爱。

2.4.2 哄抬竞价

拍卖会会出现哄抬竞价的现象，前提是缺少哄抬者认可的竞价者，目的是追求非法利润，也是拍卖会不规范、与会者法制意识淡薄的结果。对哄抬竞价的现象，我们要有清醒的头脑：一是要及早发现哄抬现象。这种现象可能在本场开拍前发现，或在本拍品开拍前发现，也可能在本拍品竞价中发现，发现越早，提前准备，应对越从容。二是要明确是谁在哄抬。

拍品所有者有可能安排“托儿”进行哄抬，假应价，运作不够规范、自律不严的拍卖公司或公司业务人员也可能这么干。发现哄抬竞价的现象，我们应慎重应对：首先要严守限价规定，照章办事，不必惊慌，防止出错，或无端上浮限价；其次是瞧准时机实行反哄抬措施，若能确定是谁在哄抬竞价，且只有本馆和哄抬者两家在应价，若原限价已经稍高，可以提前弃拍，让拍品窝在哄抬者手里，藉此打击哄抬者的高成交价信心，待日后再买回。此做法没有很大把握，不可为之。不管是提前弃拍，还是在限价价位上弃拍，只要拍品还在哄抬者手里，事后都可以尽早直接找拍品所有者或拍卖公司洽谈所弃拍品的购买事宜，很有可能低于原限价成交。

2.4.3 突变行情

突变行情主要是指本场拍卖会开场或某件拍品开拍前发现拍卖价格行情看涨，其涨势主要是由某些高价拍品和有实力竞价者拉动的。如果行情涨势影响到我们需要拍品的限价，可由拍卖会现场负责人根据拍品价值范围启用限价上浮权限，临时提高限价，应对行情变化。

2.4.4 拍品降值

拍品降值主要是指本场拍卖会开场或本拍品开拍前发现本拍品价值降低因素，如版本更晚、全书残缺、品相很差、造假等。如果此种因素已经确认，为维护国家利益和图书馆声誉，拍卖会现场竞买负责人应根据本拍品新的价值估计，及时调低限价，直至取消竞买。如2003年夏，国图参加天津市古籍书店第二期文献竞买会，查重以后，初拟竞买33种古籍、名人手稿和新善本。复经预展实地考察拍品和开拍前三审原件，决定参拍26种，有11种降低了原定的限价，其中有一种拍品是明代王廷相撰《浚川奏议集》，明刻本，9册，估价6000—8000元。王廷相（1474—1544），嘉靖间曾任南京兵部尚书，以经术称，工诗文，与李梦阳等为“前七子”之一，著述甚丰。《明史·艺文志》载：王廷相奏议集十卷、家藏集五十四卷。《中国古籍善本书目》未著录。国图善本库仅藏《家藏集》两部，均残，亦配不全，应予购入，限价为18000元，主管馆长已批准。经两次审核，此拍品残甚，全的只有6—7两卷，卷3、4、9不存，卷2只有两叶，卷1、5、8、10均有缺叶，要是底价为6000元，我们就不要了。后此拍品在起价6000元的价位上流拍。这种拍卖结局证明了我们对此书价值的分析、估计和采取的果断措施是正确的。

3 价差统计

上文述及限价诸因素系数需要在相应价差统计范围进行分点取值计算。这个范围的首尾区间、邻数间隔与分点数值应根据近年拍卖成交价差统计数据组中划定和抽取。故拍品价差统计是计算限价的分析基础。

3.1 全国成交拍品价差

笔者从2000年5月至2006年10月各拍卖公司成交的拍品中随机统计了932种（组）数据，其成交价与估价均值之比、此价位拍品数和占全部统计拍品的百分数如下表：

表1 近年成交价与估价均值价差统计表

成交价/估价	0.4	0.5	0.6	0.7	0.8	0.9	1	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7
此价拍品数	3	11	32	50	86	175	80	55	46	40	37	25	32	29
占总数%	0.3	1.2	3.4	5.4	9.2	19	8.5	5.9	4.9	4.3	4	2.7	3.4	3.1

(续表一)

成交价/估价	1.8	1.9	2	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7	2.8	2.9	3	3.1
此价拍品数	37	15	21	16	11	12	10	9	8	14	6	7	8	2
占总数%	4	1.6	2.2	1.7	1.2	1.3	1.1	1	0.9	1.5	0.6	0.8	0.9	0.2

(续表二)

成交价/估价	3.2	3.3	3.4	3.5	3.6	3.9	4	4.2	4.4	4.6	4.8	4.9	5	5.1
此价拍品数	4	3	2	6	3	2	5	1	3	2	2	1	3	1
占总数%	0.4	0.3	0.2	0.6	0.3	0.2	0.5	0.1	0.3	0.2	0.2	0.1	0.3	0.1

(续表三)

成交价/估价	5.3	5.5	5.6	5.8	5.9	6	6.2	6.3	6.4	6.7	7.1	7.2	11	18
此价拍品数	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1
占总数%	0.2	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.1	0.2	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1

据以上统计可知:

1. 以估价均值左右价位成交的拍品占了很大的比例。如成交价是估价均值的 80%—120% 的拍品占拍品总数的 47.5%，将近一半。竞争不太激烈的拍品大都在此价位区间成交。

2. 以估价均值 1 倍左右价位成交的拍品也占了不小的市场份额。如成交价是估价均值的 150%—250% 的拍品占拍品总数的 23.3%，近四分之一。社会热点拍品大都在此价位区间成交。

3. 以估价均值 2 倍以上价位成交拍品的比例也不容忽视。如成交价是估价均值的 300%—500% 的拍品虽只占拍品总数的 4.8%，然都是升值空间大、众所瞩目的拍品。国图所需文献有不少属于这个范围。

4. 以估价均值的 5 倍乃至 17 倍价位成交的拍品也时有出现。在抽测的 982 种（组）数据中，成交价是估价均值的 600%—1800% 的拍品也有 12 件。其中有个别是国图参与竞争过的拍品。

5. 以估价均值 50% 左右价位成交的拍品也不是个别现象。在抽测的 982 种（组）数据中，成交价是估价均值的 40%—60% 的拍品也有 46 件。其中有个别是国图竞得的拍品。

3.2 国图拍品价差

笔者从 2002 年 3 月至 2006 年 10 月国图参拍拍品中随机抽取 127 种（组）拍品数据，从成交价与估价均值、他人成交价与估价均值、未成交拍品限价与估价均值等方面进行了统计。

3.2.1 成交价与估价均值价差统计

表 2 成交价与估价均值价差统计（72 种）

成交价/估价	0.6	0.7	0.8	0.9	1	1.1	1.2	1.3	1.5	1.8	2	2.2	2.4	4
此价拍品数	2	6	10	18	18	2	4	2	2	1	4	1	1	1
占总数%	2.8	8.3	14	25	25	2.8	5.5	2.8	2.8	1.4	5.5	1.4	1.4	1.4

据以上统计可知，以估价均值左右价位成交的拍品在国图竞得拍品中占了很大的比例。

如成交价是估价均值的 80%—120% 的拍品占拍品总数的 72.3%，接近四分之三，远远超过全国相同价位比例（47.5%）达 25 个百分点。此间透出的信息是，国图竞买拍品的保守程度是比较高的。

3.2.2 未竞得拍品成交价与估价均值价差统计

表 3 未竞得拍品成交价与估价均值价差统计（39 种）

成交价/估价	0.8	0.9	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.7	1.9	2
此价拍品数	1	1	5	3	2	4	3	6	1	1
占总数%	2.5	2.5	13	7.7	5.2	10.3	7.7	15.4	2.5	2.5

（续表）

成交价/估价	2.1	2.3	2.4	2.5	2.6	3	3.5	5.1	8.3	18.3
此价拍品数	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1
占总数%	2.5	2.5	2.5	5.2	2.5	2.5	5.2	2.5	2.5	2.5

据以上统计可知，在国图没有竞得的拍品当中，最后以估价均值的 110%—170% 价位成交的拍品占未竞得拍品总数的 59.3%。这是我们以后确定拍品限价时应予以重视的价位区间。

3.2.3 未竞得拍品限价与估价均值价差统计

表 4 未竞得拍品限价与估价均值价差统计（47 种）

限价/估价	0.8	0.9	1	1.1	1.2	1.4	1.5	1.6	1.7	1.9	2	2.2	2.4	15
未得拍品数	1	2	6	11	3	2	8	4	2	1	4	1	1	1
占总数%	2.1	4.3	13	23	6.4	4.3	17	8.5	4.3	2.1	8.5	2.1	2.1	2.1

据以上统计可知，在国图没有竞得的拍品当中，失利的价位也在限价是估价均值的 110%—170% 价位区间内，所占比例达 63.5%。这个数据说明，当我们把拍品限价定在估价均值的 110%—170% 价位时应慎重考虑，如不再视拍品价值适当提高限价，竞买失利的概率较大。

3.2.4 未竞得拍品成交价与国图限价价差阶梯统计

表 5 未竞得拍品成交价与国图限价价差阶梯统计（39 种）

价差阶梯数	<1 个阶梯	=1 个阶梯	>1 个阶梯
此阶梯未竞得拍品数	6	14	19
占未竞得总拍品数%	15.4	35.9	48.7

据以上统计可知，国图竞买失利的大多数情况（51.3%）只不过是应价牌一举之间决定了败局。其中小于 1 个阶梯的情况是竞争对手根据需要在某个价位之后以小于 1 个阶梯的金额应价且被拍卖师确认。此时，如果我们再举，不排除对家继续竞争的情况，但也可能就此拿下了。考虑到国图限价整体走低，从拍品的价值出发，把拟定限价再提高 1 个阶梯是完全必要的，就有可能较大幅度地提高竞买成交率。

4 系数设定

此间系数就是计算拍品限价时应首先考虑的与估价均值的相乘数。各系数计算应包括上