

典当·拍卖教材丛书

拍卖师

陈少湘 李沙 著



學苑出版社

典当·拍卖教材丛书

拍 卖 师

陈少湘 李沙 著

學苑出版社

图书在版编目(CIP)数据

拍卖师/陈少湘,李沙著. -北京:学苑出版社,2007.9

ISBN 978 - 7 - 5077 - 2925 - 2

I. 拍… II. ①陈…②李 III. 拍卖 - 基本知识 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 127567 号

责任编辑:张 翔

出版发行:学苑出版社

社 址:北京市丰台区南方庄2号院1号楼

邮政编码:100079

网 址:www.book001.com

电子信箱:xueyuan@public.bta.net.cn

销售电话:010-67675512、67602949、67678944

经 销:全国各地新华书店

印 刷 厂:河北省高碑店鑫宏源印刷厂

开本尺寸:787×1096 1/16

印 张:20

字 数:350千字

版 次:2007年10月北京第1版

印 次:2007年10月北京第1次印刷

印 数:0001-5000册

定 价:38.00元

前 言

目前在我国,拍卖师是一个十分热门的职业,普通注册拍卖师8000多人,土地使用权招拍挂主持人近万人,还有粮油竞价交易师、艺术品拍卖师和国际职业拍卖师,各种类型的拍卖师活跃在不同的拍卖领域,为我国的改革开放和经济发展做出了应有的贡献。

有鉴于此,本书以高起点、多角度、宽视野详尽地描述了拍卖师这个职业。书中阐释了拍卖基础知识,分析了拍卖运行机制,尤其对拍卖师的职业分类进行了比较系统的评介,并重点论及拍卖师商务礼仪、拍卖师主要技能、拍卖师主持技巧、拍卖师风险防范和拍卖师考试指南等基本内容,从而使人们能够对各种类型的拍卖师有一个充分的了解和认识。

本书是国内首部关于拍卖师的综合性专著。构思新颖,图文并茂,不仅有理论知识,而且有案例分析;不仅有拍卖师主持技巧,而且有拍卖师考试信息;故集知识性、实用性、可操作性于一身,十分有助于广大拍卖师和拍卖师报考者提高水平,实现理想。

本书在写作与出版过程中,得到了英国国际职业拍卖师管理协会、(香港)国际典当拍卖教育中心、中华国际拍卖与投资联合公司、学苑出版社、中国拍卖师网的大力支持,在此深表谢意。与此同时,我们还对国土资源部土地利用司、中国粮食行业协会等部门的热情关注表示衷心的感谢。

作 者

2007年8月于北京



目 录

第一章 拍卖基础知识	(1)
第一节 拍卖概论	(1)
一、拍卖定义	(1)
二、拍卖标的	(1)
三、拍卖特点	(3)
四、拍卖功能	(6)
五、拍卖条件	(12)
六、拍卖原则	(16)
七、拍卖类型	(20)
八、拍卖术语	(25)
第二节 拍卖行业	(27)
一、拍卖的起源与发展	(27)
二、我国拍卖业历史与现状	(32)
三、外国拍卖业历史与现状	(39)
第二章 拍卖运行机制	(57)
第一节 拍卖法律关系	(57)
一、拍卖法律关系的构成要素	(57)
二、拍卖法律关系的产生、中止和终止	(58)
三、拍卖法律环境的变化	(59)
第二节 拍卖交易规则	(69)
一、价高者得规则	(69)
二、底价规则	(70)
三、审核规则	(73)
四、保密规则	(75)

五、保证金规则	(77)
六、赔偿规则	(80)
第三节 拍卖操作流程	(81)
一、征集拍卖标的	(81)
二、订立委托合同	(83)
三、选择拍卖场所	(85)
四、发布拍卖公告	(86)
五、展示拍卖标的	(89)
六、办理拍卖手续	(90)
七、实施拍卖行为	(91)
八、订立买卖合同	(94)
九、拍卖的结算	(95)
十、拍卖标的的交割	(97)
第三章 拍卖师职业分类	(98)
第一节 普通拍卖师	(98)
一、性质与定位	(98)
二、资格与认证	(98)
三、发展与规模	(99)
四、执业与操作	(100)
五、作用与贡献	(100)
第二节 土地招拍挂主持人	(101)
一、性质与定位	(101)
二、资格与认证	(101)
三、发展与规模	(101)
四、执业与操作	(102)
五、作用与贡献	(103)
第三节 粮油竞价交易师	(103)
一、性质与定位	(103)
二、资格与认证	(103)
三、发展与规模	(104)
四、执业与操作	(105)
五、作用与贡献	(106)

第四节 艺术品拍卖师	(106)
一、性质与定位	(106)
二、资格与认证	(106)
三、发展与规模	(107)
四、执业与操作	(107)
五、作用与贡献	(108)
第五节 国际职业拍卖师	(108)
一、性质与定位	(108)
二、资格与认证	(109)
三、发展与规模	(109)
四、执业与操作	(110)
五、作用与贡献	(110)
第四章 拍卖师商务礼仪	(112)
第一节 商务礼仪概述	(112)
一、商务礼仪的基本概念	(112)
二、商务礼仪的基本原则	(113)
三、商务礼仪的基本特征	(115)
四、商务礼仪的基本作用	(116)
第二节 商务礼仪内容	(118)
一、言谈礼仪	(118)
二、举止礼仪	(121)
三、服饰礼仪	(129)
第三节 拍卖师道德素质	(134)
一、职业道德	(134)
二、职业守则	(138)
第五章 拍卖师主要技能	(142)
第一节 拍卖师的策划技能	(142)
一、策划基本知识	(142)
二、拍卖策划方案的拟定	(145)
三、拍卖策划方案的内容	(148)
四、拍卖策划方案的优化	(161)
第二节 拍卖师的组织技能	(163)
一、组织行为概述	(164)

二、控制行为概述	(167)
三、拍卖方案的组织与实施	(169)
第三节 拍卖师的沟通技能	(180)
一、建立客户联系	(180)
二、拍卖现场沟通	(185)
第六章 拍卖师主持技巧	(188)
第一节 各类拍卖通用主持技巧	(188)
一、拍卖现场主持	(188)
二、拍卖现场调控	(201)
第二节 地产拍卖主持技巧	(205)
一、地产拍卖概述	(205)
二、地产拍卖主持技巧	(215)
第三节 粮油竞价交易主持技巧	(217)
一、粮油竞价交易概述	(217)
二、粮油竞价交易主持技巧	(223)
第七章 拍卖师风险防范	(227)
第一节 风险概述	(227)
一、一般风险	(227)
二、拍卖风险	(228)
第二节 拍卖风险防范	(229)
一、拍卖风险防范原理	(229)
二、拍卖风险防范措施	(231)
第八章 拍卖师考试指南	(249)
第一节 普通拍卖师考试	(249)
一、报考条件	(249)
二、培训复习	(251)
三、复习资料	(251)
第二节 其他拍卖师考试	(253)
一、土地招拍挂主持人	(253)
二、粮油竞价交易师	(254)
三、艺术品拍卖师	(255)
四、国际职业拍卖师	(255)

附 录

- 一、中华人民共和国拍卖法 (257)
- 二、拍卖管理办法 (263)
- 三、拍卖监督管理暂行办法 (271)
- 四、招标拍卖挂牌出让国有土地使用权规范 (274)
- 五、粮油竞价交易员国家职业标准 (289)
- 六、国际职业拍卖师管理规定及操守与规范 (299)

第一章 拍卖基础知识

第一节 拍卖概论

一、拍卖定义

什么是拍卖？拍卖就是竞价买卖，即众多买主争夺同一项标的，谁出价最高谁胜出。我国《拍卖法》第三条规定：“拍卖是指以公开竞价的形式，将特定物品或者财产权利转让给最高应价者的买卖方式。”这表明，拍卖的形式是公开竞价，拍卖的规则是价高者得。

（一）公开竞价

即竞买人轮番出价，公开竞争，竞价行为使商品价格处于动态之中，或者递增或者递减，反映拍卖的过程。如某甲出 1 万元，某乙出 1.2 万元，某丙出 1.5 万元，某甲再出 1.8 万元等；或某甲出 2000 元，某乙出 1800 元，某丙出 1600 元，某甲再出 1400 元等；循环往复，向前推进，直至产生交易结果。

（二）价高者得

即竞买人出价终止，交易完毕，竞价行为使商品价格处于静态之中，或者成交或者流标，反映拍卖的结果。如某甲出到 1.8 万元无人再加价时，拍卖师承认其为最高应价便击槌（或以其他方式）表示成交，确认其为买受人；或者某乙出到 1400 元无人再减价时，拍卖师承认其为最高应价便击槌（或以其他方式）表示成交，确定其为买受人。

二、拍卖标的

拍卖标的亦称“拍品”或者“拍卖物”，泛指可以通过拍卖方式转让的各种动产及财产权利。《拍卖法》第六条规定：拍卖标的应当是“委托人所有或依法可

以处分的物品或者财产权利”；第七条规定：“法律、行政法规禁止买卖的物品或者财产权利，不得作为拍卖标的。”

（一）拍卖标的的类型

依据不同标准，拍卖标的可以进行以下分类：

1. 从物品是否具备物质实体形态的角度划分

通常是有形财产和无形财产。有形财产一般包括生产资料、初级产品、日用消费品和文物艺术品等。无形资产一般包括专营权、使用权、知识产权，如著作权、科技成果等，统称为财产权利。

2. 从物品可否移动及移动是否影响其价值功用角度划分

通常是动产和不动产。土地、房屋、公路、铁路、桥梁等不能移动或移动后会损害其内容、经济价值的为不动产，能够移动及移动后不会损害其内容、经济价值的为动产。

3. 从可否流通及流通范围的角度划分

通常是允许流通物、限制流通物和禁止流通物。禁止流通物指法律明令禁止流通的物品，如毒品、武器、军火、弹药等，禁止流通的物品不能作为拍卖标的。限制流通物指流通范围或程度受一定限制的物品，如文物艺术品、化工物品、麻醉药品等，限制流通物可以作为定向拍卖的标的。除禁止流通物和限制流通物外，大部分物品属于允许流通物，允许流通物是最常见的拍卖标的。

（二）拍卖标的的条件

在拍卖实践中，并不是所有的物品和财产权利都能够充当拍卖标的。某件标的是否能够拍卖，还必须满足一定的条件，包括自然、经济、法律等各方面的条件。拍卖标的的构成条件主要有以下几点：

1. 在自然属性方面

拍卖标的的性质必须特定。如拍卖钢材，应当明确钢材型号、数量等；又如拍卖汽车，必须明确车辆的品种、型号、出厂日期等。

2. 在经济属性方面

拍卖标的必须具有交换价值。即无论是物品还是财产权利，都应当能够以货币衡量其一定的经济价值。

3. 在法律属性方面

拍卖标的必须无流通障碍。依据法律的规定，只有流通物和限制流通物能够成为拍卖标的，而禁止流通物则不能够成为拍卖标的。此外，拍卖标的必须无

权利瑕疵,即委托人必须对拍卖标的拥有所有权或者处分权。

案例 1 美酒拍卖走俏

2006年10月,巴黎市政厅拍卖了法国总统希拉克出任市长时期收藏的数千瓶美酒。这些美酒被保存在巴黎市政厅一个可以容纳5000个瓶子的地窖中,贮藏条件优良,有专人负责看管。据英国《每日电讯报》报道,来自中国和日本的买家购得了这次拍卖中较早推出的一批标的,不过,英国收藏家史蒂芬-威廉姆斯最终以每瓶5000欧元的价格成功买下了2瓶顶级的1986年产罗马尼-康帝葡萄酒。

案例 2 活人拍卖违法

2005年10月,一名马来西亚籍中间人为一名越南女子在吉隆坡郊区一个村庄主持了“拍卖新娘”活动,最后该越南女子被一名60岁的男子买走。

对此,越南驻马来西亚大使馆当天向马内政部发函,抗议马来西亚发生“拍卖越南新娘”事件,并要求马来西亚政府提供帮助,将整个事件调查清楚。越南妇女组织则呼吁马来西亚妇女组织伸出援手,防止类似事件再次发生。此前,越南外交部曾经针对类似事件警告说,越南女子与外国男士结婚必须建立在自愿和合法的基础之上。

三、拍卖特点

与其他买卖方式相比,拍卖有以下一些特点。

(一)公开竞价性

这是拍卖的典型特征,具体表现在两个方面。

1. 竞争性强

这是拍卖行为中包含的竞价因素所决定的。拍卖行为的竞争性主要表现在价格的竞争上,通常是一个竞价比较激烈的过程,许多买主相继出价,次数不限,相互展开竞争,致使拍卖标的的价格交替变化,最终走向成交。

2. 透明度高

这是拍卖行为中包含的公开因素所决定的。拍卖行为的公开性主要体现在操作的显性上,通常是一个当众实施的过程。商品买卖的时间、地点、内容、规则等都经事先公告,一般不对大众保密,这使其成为“阳光”下的交易。



欧美拍卖会现场

(二)中介服务性

这是拍卖的重要特征,表现为拍卖行往往一手托两家,为买卖双方提供中介性服务。

1. 信息服务

拍卖行发布拍卖公告,为买卖双方传递信息,提供信息资源的配置服务,使买卖双方由信息不对称逐渐达到一定程度上的信息对称,从而方便其进行市场决策,从事市场活动。

2. 拍卖服务

拍卖行会根据其行业的特点,适时组织拍卖活动,如相关商品拍卖等,在拍卖过程中,发挥市场中介组织的重要作用,维护拍卖活动各方当事人的合法权益。

(三)法律约束性

这也是拍卖的重要特征,表现为拍卖在实施过程中有法可依,有章可循,拍卖交易活动的各方当事人都应当依法操作,自觉规范自己的行为。

1. 有法可依

当前我国拍卖活动主要适用《中华人民共和国拍卖法》等,该法内容简洁,针对性强,是拍卖活动的行为准则和实施依据,有利于促进拍卖行业健康、稳定地发展。

2. 有法必依

拍卖是法律行为,业务范围广,涉及领域多。因此,无论从事何种拍卖活动,各方当事人都应当严格遵守法律,依法行使权利,履行义务,对自己的行为承担法律责任,要在法律允许的前提下追求经济利益,不得违法经营,损害他人利益和社会利益。

案例3 竞价激烈抢牌照

2001年8月,被炒得沸沸扬扬的德国3G牌照拍卖响槌。经过近14天173轮竞价的激烈争夺,德国政府通过此次拍卖共筹集到近1000亿马克的资金。

按照拍卖规则,竞买人必须在每一轮拍卖竞价过程中报出一个有效的竞价,而且这一轮竞价应比前一轮有效竞价至少高出10%。这就是说,德国第三代手机牌照拍卖的竞价是按指数级上升,节奏非常快,而且越是接近拍卖结束,越是有人不得不退出。

参加拍卖的各公司人马被安排在拍卖现场的一角,每天从早上8点坐到下午6点,只能各喊各的价,不得相互干扰,各公司代表与外界保持联系的唯一通道,就是一部电话和一台电脑,这部电话一头连着拍卖商,而另一头就是本公司的总部,用于及时听取公司总部的指令或收取传真件。在这种条件下工作,致使参加竞买的人们说有一种在黑暗中穿行的感觉。“我们好像在海底的潜水艇中工作。”他们中的一些人不无幽默地抱怨道。

案例4 竞买成功真反悔

前不久,某法院委托拍卖公司对某娱乐艺术有限公司被查封的财产进行公开拍卖。经过激烈竞争,卢某最终以510万元的价格拍得标的物。按照合同,卢应在规定期限内将510万元成交价款汇入指定账户,但期满后卢却请求将付款期限延长2个月。延长期限届满后,卢仍然没有支付成交价款。对此,法院依法做出裁定,委托拍卖公司重新拍卖上述财产。

关于买受人卢某事后反悔的行为,法院执行局局长称,卢应当对这种不诚信的行为承担相应责任,再拍卖时,卢某不得参加竞买。并且,再拍卖的价款低于原拍卖价款造成的差价、费用损失及原拍卖中的佣金等,都将由卢某承担。

案例 5 不付佣金难逃债

2005 年 11 月,孟某在北京参加了由某拍卖公司举行的拍卖活动。孟某持 315 号牌参加了 11 月 7 日的拍卖活动,以 33 万元的价格拍得张大千作品《萧散老布衣》。之后,孟某按照拍卖规则,委托该拍卖公司竞投。11 月 8 日,该拍卖公司持 467 号牌代孟某竞拍钱瘦铁作品《观瀑图》,成交价为 10 万元;《松下高士》成交价 13 万元;《隶书七言联》成交价为 2 万元;吴子深作品《远岫斜阳过横塘》成交价为 10 万元;梁启超作品《楷书十五言联》成交价为 25 万元。然而竞买成功后,孟某既没有在规定时间内支付购买拍品钱款及成交价 10% 的佣金,也没有取走拍卖标的。

拍卖公司在多次寻找孟某未果后,于 2006 年 9 月起诉至法院要求孟某支付价款和取走拍品。上海某法院一审判决由孟某支付该拍卖公司拍品价款 93 万元及利息,另需支付从 2005 年 11 月 15 日起至双方交割日止按每日人民币 50 元保管费。

法官说,就本案判决有二种途径。一种就是本案判决的结果;另一种则是由拍卖公司另外举行拍卖活动,将孟某拍下的物品再拍卖给他人,若造成与孟某拍下的价格差,可就这部分的价格差价起诉孟某赔偿,这样对拍卖公司和委托人来说,能把绝大部分的价格钱款落袋为安。但是,本案件的原告拍卖公司却坚持要求孟某继续履行,法院也只能做出如此判决。

四、拍卖功能

拍卖的基本功能包括三个方面。

(一) 价格发现功能

商品价格以商品价值为基础,是商品价值的货币表现,但它同时又受市场供求关系的影响。即一件商品,价值大则价格高,需求大则价格也高,价值和需求是制约价格变化的两个主要决定因素。这一点在拍卖过程中表现得十分突出,由此形成价格发现功能。

1. 改变定价方式

传统定价方式是先定价后销售,价格固定,定价人往往是卖方,定价基础是卖方对价值的衡量和需求的预测,价格因计算、决策而产生。引入拍卖机制后,

出现了竞价定价方式。这种定价方式是先销售后定价,价格不固定,定价人往往是买方,定价基础是买方对价值的衡量和需求的把握,价格因竞争而产生。如在拍卖过程中,成交价格是通过竞买人相互交替出价,展开一定竞争后逐步产生,最后经拍卖师击槌(或以其他方式)确认的。

在这里,买卖双方不是按照卖方事先规定好的价格进行交易,也不是在拍卖现场讨价还价,而是买方掌握定价权,价格遵循买方的意愿变化,谁要求最迫切且出价最高谁就是价格的最后制定人,某项拍卖标的的成交价格便被其最终发现,公之于世。



西方拍卖火爆

2. 表现时点价格

以拍卖定价方式发现的价格具有明显的偶然性。它反映的只是某项拍卖标的在某个时间段内的价格状态,因而不具有必然性。由于这种时点价格不像固定价格那样是事先规定的结果,故其产生取决于多种因素,偶然性很大。

另外,正因为时点价格是在拍卖过程中偶然产生的价格,故其在与拍卖标的价值之间的关系方面,通常又具有双重性。其一是符合价值,即时点价格基本上反映拍卖标的的价值,与标的价值方向一致,比较准确地表现出标的价值的增值或贬值。其二是背离价值,即时点价格没有反映拍卖标的的价值,与标的价值方向相反,并未准确地表现出标的价值的增值或贬值。

再由于时点价格的产生受多种因素的影响,故拍卖当事人能够对其产生与否、价格高低与否进行预测,使其在一定程度上具有可预见性。如拍卖行通常以拍卖标的的底价(无底价时以过往同类标的的成交价)为界限进行时点价格预期,在增价拍卖中做价格上升的预期,在减价拍卖中做价格下降的预期;委托人的预期是希望成交的时点价格越高越好;竞买人的预期是希望成交的时点价格越低越好。

3. 影响市场行情

与固定价格相比,在拍卖过程中产生的时点价格具有瞬间提高拍卖标的价值的作用,从而使某些拍卖标的能够以全新的面目出现在市场上,从而推动市场行情的变化。

另外,拍卖定价的结果之一,是某些拍卖标的的时点价格会迅速波及到同类市场,对相同商品甚至不同商品都产生一定的影响,起到某种示范作用。

再由于时点价格是通过拍卖活动创造的,故对于拍卖当事人来说,不同时间、不同地域、不同类别拍卖标的的时点价格,都能够成为今后从事拍卖交易的参考,只有重视和发挥这种借鉴作用,才能更有效地驾驭拍卖活动。

案例 6 最低收购价早籼稻竞价销售

2006年1月21日,国家粮食局会同国家发改委、财政部、中国农业发展银行、中储粮总公司等部门和单位,在江西省九江市南方粮食交易市场组织了最低收购价早籼稻竞价销售交易会。

这次交易会共安排早籼稻销售计划51.1万吨,承储库点分布在江西、安徽、湖北、湖南4省。其中:江西350008吨、安徽30415吨、湖北34190吨、湖南98421吨。共216家企业报名参加了此次交易会,实际购买企业118家,总成交量471008吨,成交率92.16%。分省成交情况:江西337975吨,成交率96.6%;安徽10433吨,成交率36.7%;湖北30988吨,成交率90.6%;湖南91612吨,成交率93.1%。销售起拍价1400元/吨(仓内交货价,下同),实际成交均价1420.43元/吨,最高成交价1520元/吨,最低成交价格为1400元/吨,成交总金额6.69亿元。

这次竞价销售最低收购价早籼稻,既满足了国内早籼稻用粮企业的需要,为今后销售最低收购价稻谷积累了一定的经验,又缓解了部分稻谷主产区基层收购库点仓容不足的矛盾,有利于保证储粮安全并为当年的粮食收购腾出仓容。

(二)资源配置功能

资源是人类生存和活动的基础。资源配置是指对各种资源进行有效组合与