

全国拍卖师资格考试指导教材

拍卖通论

(第三版)

PAI MAI TONG LUN

PAI MAI TONG LUN
PAI MAI TONG LUN
PAI MAI TONG LUN



中国拍卖行业协会 编著



中国财政经济出版社

全国拍卖师资格考试指导教材

拍 卖 通 论

(第 三 版)

中国拍卖行业协会 编著

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

拍卖通论/中国拍卖行业协会编著. —3 版. —北京: 中国财政经济出版社,
2006.7

全国拍卖师资格考试指导教材

ISBN 7 - 5005 - 9223 - X

I. 拍… II. 中… III. 拍卖 - 经济师 - 资格考核 - 教材 IV. F724.59

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 076749 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: cfeph @ cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100036

发行处电话: 88190406 财经书店电话: 64033436

北京牛山世兴印刷厂印刷 各地新华书店经销

787×1092 毫米 16 开 23.25 印张 339 000 字

2006 年 7 月第 1 版 2006 年 7 月北京第 1 次印刷

印数: 1—10 060 定价: 35.00 元

ISBN 7 - 5005 - 9223 - X/F·8010

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

《拍卖通论》第三版修订 编审委员会

主 任：张延华

委 员：王中明 田 涛 范干平 郝渊晓

郑晓星 郑鑫尧 石品才

总 纂：范干平

序

乙酉即逝，丙戌将至，年轮交替之际，《拍卖通论》第三版问世了，其时恰逢中国拍卖业恢复20周年、《中华人民共和国拍卖法》颁布10周年，《拍卖通论》第三版是献给行业的一份厚礼！

《拍卖通论》第三版全书17章，逾26万字，从拍卖的基础知识、法律法规、拍卖师主持技巧到各项拍卖业务，几乎涵盖了行业目前已经从事的主要市场行为。内容丰富、知识面广、技术含量高、有超前意识是本书的显著特点，而诚实信用、规范操作似一条红线贯穿全书。该书是指导行业市场运作、业务拓展、规范拍卖程序、释疑解难的工具书。其作为全国拍卖师资格考试指导教材，重要性及作用不言而喻。在此，我谨代表中国拍卖行业协会向参与《拍卖通论》第三版编写工作的业内外专家、学者表示由衷的感谢！

我国的拍卖业在改革开放的大背景下恢复至今已届20年，20年来，拍卖业从试点阶段的艰难学步、苦苦寻觅、探索，到进入常规发展阶段，行业顺应历史潮流，适应市场需要，服务于社会、服务于市场，为商品流通、为盘活存量国有资产、推进企业改制，为执法部门涉案物资的处置，为文物艺术品的流通与保护提供了公开交易的平台和有效工作。“行得春风有夏雨”，中国拍卖行业在参与经济建设、促进社会发展的同时，也增强了实力、发展了自己。20年里，中国拍卖人负重前行，辛勤耕耘，成就有目共睹。我们有理由自豪地讲，因为有了拍卖，中国的市场更加充满活力；因为有了拍卖，中国人的生活更加多姿多彩，拍卖是市场经济中最具活力、最具传奇色彩，也最为透明的交易行为，我国拍卖业的实践为《拍卖通论》第三版提供了坚实的基础和取之不尽的资源。

进入新的世纪，一方面由于市场日趋完善，社会对拍卖业的关注程度提高，监督因此加强；另一方面由于行业过快的发展和传统委托市场的相对萎缩，此长彼消，行业面对的市场发生了深刻变化。拍卖委托方已从政

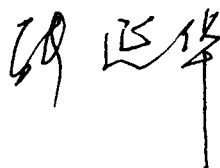
府、执法部门、国有企业为主转向社会各界，拍卖开始真正步入市场这个大舞台。市场环境的巨大变化，当然给行业发展带来了诸多新课题，有些还是前所未有、闻所未闻的，这些问题几乎覆盖了经营管理、市场拓展、拍卖运作、诚信体系建设等企业和行业生存与发展的各个方面。而长期以来，我国的拍卖业技术支撑乏力，运作粗放。当传统市场辉煌不再，新市场开拓艰难的关键时刻，不少企业经营理念滞后，人才、技术储备不足，缺乏应变能力，一时间苦无破壁良策。事实告诉我们，在对外开放、经济全球化的状况下，拍卖行业既需要高瞻远瞩的理论指导，也需要微观操作解疑释难的指南，数年来，中国拍卖行业协会为此做了大量有效的工作。2002年早春时分出版的《拍卖通论》曾经成功指导行业在新世纪初提高运作能力，促进了行业发展。但在市场风云变幻的今天，该书显然难以继续担当给行业释疑解难的重任，于是修订《拍卖通论》，调整其篇章结构，丰富其内容，使其更有时代感，更具实用性，成为中国拍卖行业协会2005年下半年的一项重要工作。缘此初衷，中拍协组织十数名业内外专家、学者对《拍卖通论》进行修订。历时半年，兼蓄并收《拍卖教程》、《拍卖通论》之精华，着力吸取当前拍卖行业最新技术与观点，并从长远出发着手对诸如网上拍卖等作了阐述。为使其更符合教材体例，《拍卖通论》第三版删除了附录于书中的相关法律法规，将其另行汇编成书。因此第三版《拍卖通论》脉络更加清晰，更合规范，为了提高教学的规范性，同时还编写了《教大学纲》。回首历史，《拍卖通论》的修改工作客观地记录了中国拍卖行业协会建设行业职业教育体系、立志改变中国拍卖行业粗放型运作、确立诚实信用服务宗旨的轨迹和行业发展的经历。《拍卖通论》第三版倾注了专家、学者的心血，是我国拍卖业20年理论研究的科学总结，客观地反应了业界全体同仁和行业拍卖实践的真实水平。

中国拍卖行业是一个年轻的行业，在市场经济日新月异的大环境中，行业需要学习、研究的问题日多。近年，中国拍卖行业协会从可持续发展的战略高度出发，努力倡导诚信为本、守法经营，以优质服务求生存图发展，努力构筑包括持证上岗、拍卖师考试、继续教育、高级管理人员培训在内的职业教育体系，旨在为行业提供智力资源，全力打造学习型行业。协会为之身体力行，企盼通过每项工作，集腋成裘，指导行业走上健康、有序发展的轨道。《拍卖通论》第三版的出版，是这一工程的重要组成部分

分，希望她不仅仅是一本考试指导教材，更应成为全行业尤其是企业高级管理层学习的工具书。

放眼当今世界，市场无时不在变化，变是绝对的，惟有变才有发展，这是硬道理。拍卖业本身又是丰富多彩的大舞台，可资学习、总结的东西太多，因此虽然专家、学者们努力工作，但总因时间仓促，经验缺失，《拍卖通论》第三版难免挂一漏万或有差蚩，真诚欢迎业内外同仁及朋友指正。

中国拍卖行业协会会长



2005年11月18日

目 录

第一章 拍卖概论	(1)
第一节 拍卖的概念	(1)
一、拍卖的概念	(1)
二、拍卖的特征	(3)
三、拍卖的功能	(5)
四、拍卖的基本原则	(8)
第二节 拍卖的基础知识	(11)
一、拍卖标的	(11)
二、拍卖报价方式	(12)
三、拍卖活动的类型	(15)
第三节 拍卖的起源与发展	(17)
一、世界拍卖简史	(17)
二、我国拍卖业历史回顾	(20)
三、我国拍卖业的发展趋势	(28)
思考题	(30)
第二章 拍卖法规	(31)
第一节 《拍卖法》及拍卖法律关系	(31)
一、《拍卖法》	(31)
二、拍卖法律关系	(32)
第二节 《中华人民共和国拍卖法》	(38)
一、《拍卖法》的立法背景	(38)
二、《拍卖法》的主要内容	(40)
三、《拍卖法》在我国拍卖业发展中的重要作用	(40)
第三节 《拍卖法》涉及的主要法律规则	(41)

一、价高者得规则·····	(41)
二、保留价规则·····	(43)
三、瑕疵请求规则·····	(46)
四、禁止参与竞买规则·····	(50)
思考题·····	(52)
第三章 拍卖实务·····	(54)
第一节 拍卖的委托·····	(54)
一、拍卖委托主体·····	(54)
二、委托拍卖方式及程序·····	(56)
三、拍品征集·····	(58)
四、委托拍卖合同·····	(59)
第二节 拍卖的公告与展示·····	(64)
一、拍卖的公告及发布·····	(64)
二、拍品的展示·····	(67)
第三节 拍卖会的组织·····	(70)
一、拍卖会前的准备·····	(70)
二、拍卖会的实施·····	(71)
第四节 佣金、价款结算与标的交割·····	(73)
一、佣金与价款的结算·····	(74)
二、拍卖标的的交割·····	(74)
第五节 拍卖资料的采集与保管·····	(75)
一、拍卖资料保管的意义·····	(75)
二、拍卖资料的采集与保管期限·····	(77)
思考题·····	(78)
第四章 拍卖的策划·····	(79)
第一节 拍卖策划的缘起·····	(79)
一、传统拍卖业务变化的需要·····	(79)
二、新的市场需要引进全新的拍卖理念和拍卖方法·····	(80)
第二节 拍卖策划的实施·····	(81)

一、拍卖策划的要点·····	(81)
二、拍卖策划报告的编写·····	(84)
第三节 拍卖策划应注意的问题·····	(85)
一、策划的目的在于取得项目, 营造氛围, 发现买家, 确保拍卖成交·····	(85)
二、拍卖策划要具体到拍卖过程的每一个环节·····	(86)
三、在动态中完善拍卖的策划·····	(86)
四、拍卖策划切忌急功近利、草率行事·····	(86)
思考题·····	(87)

第五章 强制拍卖····· (88)

第一节 强制拍卖的概念、特点和原则·····	(88)
一、强制拍卖的概念·····	(88)
二、强制拍卖的特点·····	(89)
三、强制拍卖的基本原则·····	(92)
四、强制拍卖与其他拍卖的联系与区别·····	(94)
第二节 强制拍卖的主体、标的和依据·····	(95)
一、强制拍卖的主体·····	(95)
二、强制拍卖的标的·····	(95)
三、强制拍卖的法律依据·····	(97)
第三节 强制拍卖的实施过程·····	(97)
一、价格评估·····	(97)
二、做出强制拍卖的决定·····	(98)
三、确定和委托拍卖机构·····	(98)
四、确定拍卖保留价·····	(99)
五、拍品展示与拍卖公告·····	(99)
六、预交保证金·····	(100)
七、举行拍卖会·····	(100)
八、确认拍卖结果·····	(101)
九、交付拍卖价款与移交拍卖财产·····	(101)
第四节 强制拍卖中的几个重要问题·····	(102)

一、关于拍卖佣金	(102)
二、关于拍卖次数	(102)
三、关于中止拍卖、暂缓拍卖和终结拍卖	(103)
四、关于优先购买权的保护	(103)
五、关于买受人资格的限制	(104)
六、关于拍卖被执行人在有限责任公司的投资权益	(104)
七、关于拍卖上市公司国有股和社会法人股	(104)
八、关于拍卖成交后出现的执行回转	(105)
思考题	(106)
第六章 公物拍卖	(107)
第一节 公物拍卖的概念、地位和作用	(107)
一、公物拍卖的概念	(107)
二、公物拍卖的法律地位和作用	(109)
第二节 公物拍卖的实施	(112)
一、公物拍卖标的的来源	(112)
二、公物拍卖的特点	(113)
第三节 公物拍卖应注意的问题	(115)
一、公物拍卖不可省略的三个环节	(115)
二、公物拍卖的法律责任	(117)
三、公物拍卖市场管理	(118)
思考题	(119)
第七章 艺术品拍卖	(120)
第一节 艺术品的概念及特点	(120)
一、艺术品的特性	(121)
二、艺术品的价值	(123)
三、艺术品与文物的相互关系	(124)
四、艺术品的种类	(125)
五、艺术品拍卖的效应	(129)
第二节 艺术品拍卖的实施	(131)

一、征集拍品·····	(131)
二、专场（专题）拍卖会的组织·····	(132)
三、拍品终审·····	(133)
四、图录制作·····	(133)
五、推介和招商·····	(134)
第三节 艺术品拍卖应当注意的问题·····	(135)
一、组建文物艺术品拍卖公司的条件·····	(135)
二、注意艺术品拍卖市场的区位优势·····	(136)
三、判断文物艺术品价值的主要因素·····	(138)
四、判定文物艺术品价格的主要依据·····	(141)
五、严格鉴定把关，提高拍品质量·····	(143)
六、文物艺术品拍卖的法律、行规问题·····	(146)
七、为买卖双方提供优质服务·····	(148)
八、重视拍品的安全·····	(148)
九、提高艺术品拍卖的经济效益·····	(148)
思考题·····	(149)
 第八章 房地产拍卖·····	(150)
第一节 房地产概念和特点·····	(150)
一、房地产的概念·····	(150)
二、房地产的特征·····	(151)
三、房地产的类型·····	(153)
四、房地产市场及其特征·····	(155)
五、我国的房地产产权类型·····	(158)
六、房地产价格及其影响因素·····	(164)
第二节 房地产拍卖的实施·····	(167)
一、房地产拍卖及特征·····	(167)
二、房地产拍卖条件及主要交易规则·····	(170)
三、房地产拍卖的程序·····	(173)
第三节 房地产拍卖应当注意的问题·····	(176)
一、前期准备必须严格核查权属等问题·····	(176)

二、公告阶段应注意的问题·····	(177)
三、实施全程服务和售后服务·····	(178)
四、房地产拍卖登记及相关费用和税费·····	(178)
五、特殊类型房地产拍卖应注意的问题·····	(179)
第四节 国有土地使用权的出让拍卖·····	(182)
一、国有土地使用权出让拍卖的概念·····	(182)
二、政府供地中的国有土地使用权拍卖的实施·····	(184)
三、国有土地使用权拍卖出让应当注意的问题·····	(189)
思考题·····	(192)
第九章 破产企业财产拍卖·····	(194)
第一节 破产企业财产的概念及特点·····	(194)
一、破产及破产程序·····	(194)
二、破产企业财产的概念与法律特征·····	(200)
三、破产企业财产的范围和认定时应把握的问题·····	(201)
第二节 破产企业财产拍卖的实施·····	(202)
一、破产企业财产拍卖的特征·····	(203)
二、破产企业财产拍卖的原则·····	(204)
三、破产企业财产拍卖的程序·····	(205)
第三节 破产企业财产拍卖应注意的问题·····	(207)
一、提醒竞买人防范风险·····	(207)
二、破产企业财产拍卖的限制·····	(207)
思考题·····	(209)
第十章 债权拍卖·····	(210)
第一节 债权的概念·····	(210)
一、债的概念和内容·····	(210)
二、债权的概念及特点·····	(210)
三、债权的分类·····	(212)
四、债权拍卖的概念·····	(213)
五、债权拍卖的意义·····	(214)

第二节 债权拍卖的实施·····	(215)
一、债权拍卖的特点·····	(215)
二、债权拍卖的实施·····	(216)
第三节 债权拍卖应当注意的问题·····	(219)
一、了解债权瑕疵的特殊性·····	(219)
二、债权转让通知是债权转让的生效要件·····	(222)
三、注意处理好“债权包”拍卖业务·····	(222)
四、注意关于金融资产管理公司的特殊规定·····	(223)
思考题·····	(224)
 第十一章 企业产权拍卖 ·····	 (225)
第一节 企业产权的概念和特点·····	(225)
一、企业国有产权的概念·····	(225)
二、企业国有产权的特征·····	(226)
三、企业国有产权的范围·····	(226)
第二节 企业产权拍卖的实施·····	(227)
一、企业国有产权拍卖的意义及特征·····	(227)
二、企业产权拍卖的程序·····	(229)
第三节 企业国有产权拍卖应该注意的问题·····	(230)
一、注意法律主体的正确性·····	(230)
二、必须坚持处置行为的合法性·····	(231)
三、被处置的国有产权本身是否存在法律纠纷·····	(231)
思考题·····	(231)
 第十二章 股权拍卖 ·····	 (232)
第一节 股权拍卖的概念和特点·····	(232)
一、股权的概念·····	(232)
二、股权转让的限制·····	(233)
第二节 股权拍卖中的法律问题·····	(236)
一、有限责任公司股权转让中的法律问题·····	(236)
二、股份有限公司股权转让中的法律问题·····	(238)

第三节 股权拍卖操作中应注意的问题.....	(241)
一、有限责任公司股权拍卖中应注意的问题.....	(241)
二、上市公司股权拍卖操作中应注意的问题.....	(242)
三、国有股权拍卖操作中应注意的问题.....	(243)
思考题.....	(243)
 第十三章 无形资产拍卖.....	(244)
第一节 无形资产概述.....	(244)
一、无形资产的概念.....	(244)
二、无形资产的特征.....	(245)
三、常见的无形资产.....	(249)
四、无形资产与无形资产载体在拍卖中的关系.....	(253)
第二节 各类无形资产的特点和价值构成.....	(255)
一、著作权以及价格构成因素.....	(255)
二、商标专用权以及价格构成因素.....	(256)
三、专利权以及价格构成因素.....	(258)
四、计算机软件权利的价格构成因素.....	(259)
五、商业秘密权的价格构成因素.....	(260)
六、特许经营权的价格构成因素.....	(261)
七、冠名权的价格构成因素.....	(262)
第三节 无形资产拍卖的运作.....	(263)
一、寻找与策划无形资产拍卖项目.....	(264)
二、冠名权的拍卖运作.....	(265)
三、商标专用权的拍卖运作.....	(267)
四、专利权拍卖的运作.....	(270)
五、著作权拍卖的运作.....	(273)
思考题.....	(275)
 第十四章 机动车拍卖.....	(276)
第一节 机动车拍卖的概念及特点.....	(276)
一、机动车及其分类.....	(276)

二、机动车拍卖的特点·····	(278)
第二节 机动车拍卖的具体实施·····	(281)
一、受委托时的检查登记·····	(281)
二、签订《机动车委托拍卖合同》·····	(282)
三、车辆相关手续调查·····	(282)
四、发布机动车拍卖公告·····	(282)
五、车辆展示·····	(282)
六、车辆移交·····	(283)
第三节 机动车拍卖应当注意的问题·····	(283)
一、做好相关证件验收以及合同签署工作·····	(283)
二、核实车辆证件资料及车况·····	(284)
三、买受人付讫全款后办理车辆移交和货款结算手续·····	(285)
思考题·····	(286)
第十五章 农产品拍卖 ·····	(287)
第一节 农产品拍卖的概念和特点·····	(287)
一、农产品拍卖的标的及其优越性·····	(288)
二、农产品拍卖的特点·····	(288)
三、拍卖在农产品流通中的作用·····	(290)
四、农产品拍卖方式·····	(290)
第二节 农产品拍卖的实施·····	(291)
一、完善农产品拍卖的规定·····	(292)
二、农产品拍卖要实施“供销分离”·····	(293)
三、实施“必须拍卖品种”制度·····	(293)
四、农产品拍卖中的公告发布和保留价确定·····	(294)
五、建立农产品残留农药检测系统·····	(295)
六、农产品拍卖的程序·····	(295)
第三节 农产品拍卖应注意的问题·····	(297)
一、强化农产品拍卖观念·····	(297)
二、供货商的选择·····	(297)
三、农产品运输中的保鲜·····	(297)

四、发展有实力的承销商·····	(298)
五、完善市场配套设施·····	(298)
六、建立高效的拍卖服务机制·····	(298)
思考题·····	(299)
第十六章 网上拍卖 ·····	(300)
第一节 网上拍卖的产生·····	(300)
一、网上拍卖的兴起·····	(300)
二、我国网上拍卖的发展·····	(301)
三、目前我国网上拍卖存在的问题·····	(303)
第二节 网上拍卖的特点·····	(304)
一、网上拍卖与传统拍卖的异同·····	(304)
二、网上拍卖的利弊分析·····	(307)
第三节 网上拍卖的操作及应注意的问题·····	(309)
一、网上拍卖的法律依据·····	(309)
二、如何进行网上拍卖·····	(312)
思考题·····	(314)
第十七章 拍卖师 ·····	(315)
第一节 拍卖师的基本素质·····	(315)
一、拍卖师的知识结构·····	(316)
二、拍卖师的行为能力·····	(319)
三、拍卖师的工作经验·····	(322)
第二节 拍卖师的职业道德·····	(325)
一、商业道德·····	(325)
二、职业道德·····	(326)
第三节 拍卖师的主持风格与技巧·····	(328)
一、拍卖师主持风格·····	(328)
二、拍卖师主持方法·····	(330)
三、拍卖师主持技巧·····	(335)
四、拍卖师通常使用的竞价阶梯·····	(337)