

# PAIMAIYE



HEILONGJIANGPAIMAIYEJIANSHI

## 黑龙江拍卖业简史

洪廷宇/主编

0110110 1010101011 01110 001 00 0

01 010100110

01

黑龙江人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

黑龙江拍卖业简史 / 洪廷宇主编. — 哈尔滨: 黑龙江人民出版社, 2006. 5

ISBN 7-207-06964-2

I. 黑... II. 洪... III. 拍卖市场 - 经济史 - 黑龙江省 IV. F724.59

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 044303 号

责任编辑: 刘恺汐

装帧设计: 王忠智

黑 龙 江 拍 卖 业 简 史  
Hei Long Jiang Pai Mai Ye Jian Shi  
洪廷宇 主编

---

出版发行 黑龙江人民出版社  
通讯地址 哈尔滨市南岗区宣庆小区 1 号楼 (150008)  
网 址 www.longpress.com E-mail hljrmchs@yeah.net  
印 刷 哈尔滨太平洋彩印有限公司  
开 本 787 × 1 092 毫米 1/16  
印 张 18.375  
字 数 360 000  
印 数 1-2500  
版 次 2006 年 5 月第 1 版 2006 年 5 月第 1 次印刷  
书 号 ISBN 7-207-06964-2 / K · 796

---

定 价 38.00 元

(如发现本书有印刷质量问题, 印刷厂负责调换)

# 《黑龙江拍卖业简史》

编 委 会

主 编 洪廷宇

编 委 （按姓氏笔划为序）

任玉琴 毕祥臣 张长明 苏志学

洪廷宇 栾允珍 崔家善 蒋立新



## 序 言

今年是中国拍卖行业恢复 20 周年,《中华人民共和国拍卖法》颁布实施十周年和黑龙江省拍卖行业协会成立十周年,洪廷宇同志组织编写了《黑龙江拍卖业简史》一书,是一项很有意义的工作。

拍卖业一度被当作资本主义的糟粕,现如今,拍卖业作为现代社会不可或缺的一种经济活动回归到我们的社会生活中。慨叹世事变迁之余,透过作者的笔端重新回顾这段历史,追随拍卖业曲折、波动的发展历程,更惊喜于改革开放带给我们的新理念、新变化和新发展。

黑龙江省拍卖业自 1988 年开始恢复,到 1994 年已建立起 12 家拍卖行业,拥有从业人员 100 多人,累计成交额达 1 亿多元。特别是近十年,随着全省经济的持续快速发展,我省拍卖业迅速发展壮大,到 2005 年已形成拥有拍卖企业 151 家、从业人员 1 400 余人、成交额达 120 亿元的行业格局。这是十几年来全省各级行业管理人员、从业人员共同努力,社会各界大力支持的结果。洪廷宇等同志潜心研究多年,对这段发展历史系统地加以总结分析,并通过简史的形式展现出来,这对填补我省拍卖业历史空白,强化拍卖业理论研究,促进我省拍卖行业健康发展,意义重大而深远,当为称道。

这本书内容丰富,史料翔实,论证充分,兼具纪实与理论研究,清晰再现了国内外拍卖业,特别是我省拍卖业十几年来发展历程,清晰展望了拍卖业未来发展前景,实为研究指导我省拍卖行业发展的一部佳作。

本书力图再现真实历史,深入挖掘和探究我省古代、近现



代史中涉及的拍卖活动,以及国内外拍卖起源、发展的资料,具有很高的史料价值;对改革开放后,我省拍卖业恢复和发展的历史予以客观阐述;对我省成立拍卖业协会以后的发展现状进行了详细的分析和概括。这一论著填补了我省拍卖历史的空白,实在难能可贵。

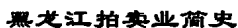
本书对我省拍卖业十几年来发展的现状进行了深刻的剖析。特别是用对比法将国外、国内及其他省区拍卖业发展状况与我省进行比较,按照组织建设、行业管理、行业活动、典型经验和案例分析等篇章分别予以概括和提炼,使我们清晰地看到整个拍卖行业发展的脉络,使关心拍卖业发展的同仁读之受益。

书的后一部分重点突出了对我省拍卖业未来的展望。该书审时度势,科学判断,提出了“拍卖策划、拍卖营销”的新理念,以及对今后一个时期我省拍卖业发展格局、拓展领域、市场定位、整体推进等方面具有前瞻性的对策建议。

相信本书的出版一定能受到业内同仁的欢迎,对我省拍卖业的发展也将起到积极的推动作用,预祝我省拍卖业在今后的发展中百尺竿头,更进一步!

2006年3月15日







|                            |     |
|----------------------------|-----|
| 第四节 黑龙江拍卖业的重新恢复 .....      | 58  |
| 第三章 组织发展 .....             | 64  |
| 第一节 黑龙江省拍卖行业协会 .....       | 64  |
| 第二节 会员单位构成 .....           | 73  |
| 第三节 拍卖师队伍 .....            | 74  |
| 第四章 行业管理 .....             | 83  |
| 第一节 黑龙江省拍协历届会议精神 .....     | 83  |
| 第二节 行业主管部门发布的相关文件 .....    | 105 |
| 第五章 行业活动 .....             | 121 |
| 第一节 黑龙江省参与全国拍卖业的重要活动 ..... | 121 |
| 第二节 黑龙江省拍协组织的重要活动 .....    | 126 |
| 第三节 黑龙江省拍卖企业重要的拍卖活动 .....  | 131 |
| 第四节 行业双评活动 .....           | 136 |
| 第五节 拍卖企业资质评定 .....         | 145 |
| 第六章 案例分析 .....             | 152 |
| 电视台现场直播房产拍卖会 .....         | 152 |
| 哈肇公路巴彦路段杨树拍卖的启示 .....      | 154 |
| 敲响龙江大地拍卖的第一槌 .....         | 156 |
| 客运出租汽车经营权拍卖会成功落槌的体会 .....  | 157 |

|                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| 国有资产整体拍卖案例分析 .....                  | 159 |
| 黑龙江省首次电视广告时段竞标获圆满成功的心得<br>.....     | 162 |
| 烂尾楼拍卖成功,变“废墟”为“天堂” .....            | 164 |
| 齐齐哈尔市首场土地使用权拍卖成功 .....              | 165 |
| 商铺优先承租权拍卖浅析 .....                   | 167 |
| 黑乳集团整体产权竞价拍卖增值 3 800 万 .....        | 169 |
| 农业用地使用权拍卖的思考 .....                  | 171 |
| 车改车辆拍卖的尝试 .....                     | 173 |
| 第七章 经验交流 .....                      | 175 |
| 百年老厂设备大拍卖 .....                     | 175 |
| “2000 年哈尔滨金秋抵贷物资拍卖会”槌声悠长 ...        | 177 |
| 拍卖师主持技巧的几点体会 .....                  | 180 |
| 创新是拍卖企业发展的动力源泉 .....                | 184 |
| 规范经营,依法拍卖,努力打造一流的拍卖企业 .....         | 189 |
| 诚信经营,为全面启动房产拍卖市场做贡献 .....           | 192 |
| 联合拍卖走出一条阳光路 .....                   | 196 |
| 充分发挥拍卖机构的职能,实现企业与经济社会协调<br>发展 ..... | 198 |



|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 在银行清收房地产拍卖中应注意的问题 .....  | 201 |
| 债权拍卖应注意的法律问题 .....       | 203 |
| 第八章 媒体回放 .....           | 207 |
| 拍卖:何时驶上快车道? .....        | 207 |
| 2000 龙江拍卖业大盘点 .....      | 208 |
| 淡化罚没公物拍卖 大力拓展拍卖市场 .....  | 211 |
| 黑龙江省拍卖业步入快车道 .....       | 212 |
| 拍卖领域 亟需拓展 .....          | 214 |
| 黑龙江省拍卖企业搭乘上海“联合舰队” ..... | 215 |
| 拍卖槌下生金 .....             | 216 |
| 新闻延伸:民品拍卖蔚然成风 .....      | 218 |
| 民族饭店、东海龙宫流拍状态引出话题 .....  | 219 |
| 拍卖业:小心触礁! .....          | 221 |
| 拍卖走进寻常百姓生活 .....         | 223 |
| 冰城人拍卖市场去淘房 .....         | 225 |
| 让阳光拍卖走进土地批租市场 .....      | 226 |
| 黑龙江拍卖业潜力巨大 .....         | 228 |
| 让拍卖业在阳光下灿烂 .....         | 229 |
| 谁为拍卖业插上翅膀? .....         | 231 |



|                                    |            |
|------------------------------------|------------|
| 黑龙江省拍卖业连续三年成交额突破 20 亿元 .....       | 234        |
| 阳光产业渴望“阳光” .....                   | 235        |
| 专利拍卖伸出财富转化之手 .....                 | 238        |
| 黑龙江省拍卖业迎来发展新阶段 .....               | 240        |
| 冰城专利集体“突围” .....                   | 242        |
| 200 件名家书画精品将被拍卖 .....              | 244        |
| <b>第九章 未来展望</b> .....              | <b>245</b> |
| 第一节 拍卖行业的发展趋势 .....                | 245        |
| 第二节 自主创新是企业生存发展的根本方针 .....         | 247        |
| 第三节 拍卖策划与营销 .....                  | 261        |
| 第四节 品牌与信誉 .....                    | 268        |
| <b>附录 1 黑龙江省拍卖行业协会会员单位名录</b> ..... | <b>272</b> |
| <b>附录 2 拍卖师名录</b> .....            | <b>284</b> |
| <b>后记</b> .....                    | <b>291</b> |



# 第一章 绪 论

拍卖这种交易方式在 19 世纪 70 年代的中国就已出现,并且曾一度十分发达,新中国成立后,由于多种原因被中断了 30 年。80 年代中期,随着中国经济体制改革的不断深化,商品流通体制向多元化发展,拍卖业得以恢复和发展。1997 年经全国人大常委会八届二十次会议审议并颁布的《中华人民共和国拍卖法》,<sup>①</sup>标志着中国拍卖业已由恢复阶段进入常规发展时期,这是拍卖业发展的新里程碑。拍卖行业的发展,离不开继承传统和开拓创新这两大理论支柱,我们如何从历史经验中汲取精华,深入挖掘行业发展的命脉,同时,充分利用现代科学知识,勇于探索、敢于创新,不断摸索一条适合中国社会主义特色的拍卖行业的发展道路,只有这样,拍卖行业才能健康发展。

## 第一节 拍卖基本知识

研究拍卖历史,必然要从拍卖的基本知识入手。这里,我们着重探索的是我国社会主义初级阶段拍卖的相关知识。

### 一、拍卖的内涵

拍卖是指以公开竞价的形式,将特定物品或财产权利转让给最高应价者的买卖方式。这个定义有几个要点必须掌握:

#### 1. 公开竞价

所谓公开竞价,参加竞购拍卖标的的人在拍卖现场根据拍卖师的叫价,决定是否应价,其他竞买人应价时,可以高出其他人的应价再次出价,各竞买人轮番出价公开竞争,更高的应价自然取代较低的应价,当某人的应价经过拍卖师三次叫价后再无人竞价时,拍卖师以落槌或其他方式确认拍卖成交。这就是以公开竞价的形式买卖物品或者财产权利。

#### 2. 最高应价者为买受人

在拍卖这种买卖活动中,委托人和拍卖人都希望以可能达到的最高价格卖出一件物品或者财产权利。因此,只要竞买人具备法律规定的条件,哪个竞买人出价最高,拍卖的物品或财产权利就出卖给这个应价者,充分体现价高者得的原则。即

<sup>①</sup> 《中华人民共和国拍卖法》,以下简称《拍卖法》



竞买人出价终止,价格处于静态之中,反映拍卖的结果。如甲某出 1.8 万元无人再加价时,价格停止变化,不再上升则拍卖师以落槌或其他方式表示成交,确认其为买受人。

## 二、拍卖的外延

拍卖的定义可以从不同的角度加以理解,通常包括语词定义和科学定义两种类型,是人们对拍卖的不同认知和解释。

### 1. 语词定义

即名义上的定义,是人们从语词含义上对拍卖的理解。如:国内外一些辞书认为,“拍卖是以拍板或落槌表示成交的买卖方式”。通常人们还常说“拍板成交”、“一槌定音”。但这样的表述是不完全和不准确的。因为“拍板”“落槌”“敲定”等术语只是对拍卖过程中一些环节的反映,并未反映拍卖的本质属性。

### 2. 科学定义

即实质上的定义,是人们对拍卖的科学阐述,反映了拍卖的本质属性。科学定义又可划分为两种情况:

(1)学术定义。即专家学者的说法和权威出版物的解释。如:《大英百科全书》说:“拍卖是以公开竞价方式买卖不动产和个人财产。”《美国百科全书》认为:“拍卖是将财产交给出价最高者的公卖方式。”香港 1983 年《商用英汉辞典》里说:“将货物出于一群购货人之前,由购货人竞争出价而卖给出价最高的人。此种买卖方式称为拍卖。”

(2)法律定义。即各国立法对拍卖的解释。在我国现阶段,应当以《中华人民共和国拍卖法》第三条给出的立法定义为准。即“拍卖是指以公开竞价的形式,将特定的物品或者财产权利转让给最高应价者的买卖方式。”这是目前我国最权威的拍卖定义。但它不一定最准确,还有一些不足,甚至与某些拍卖实践相冲突,如:密封式拍卖缺乏公开性,而网上拍卖的公开性程度也与现场拍卖存在着差距等。

## 三、拍卖的特征

拍卖是特殊的买卖方式,它与普通买卖方式有着截然不同的特征。

### 1. 竞争性强

这是由拍卖中包含的竞价因素所决定的。拍卖的竞争性主要表现在价格的竞争上。拍卖活动通常是一个竞价激烈的过程,许多买主相继出价,次数不限,互展开竞争,致使拍卖标的的价格交替变化,始终处于动态之中。

### 2. 透明度高

这是由拍卖中的公开性所决定的。公开性是拍卖的基本原则之一,它要求拍卖自始至终都必须公开进行。这种公开性使拍卖成为一种透明度最高的买卖方式。

(1)拍卖属于“公卖”,它与“私卖”不同。依据西方国家的概念,狭义的公卖专



指拍卖。所谓“公”,是指拍卖前发布拍卖公告,然后由拍卖机构按照公告中确定的时间、地点和条件,公开组织拍卖活动,对任何人都不保密。相比之下,私卖属于私下交易,买卖双方私下甚至秘密谈判成交,买卖过程排斥任何第三方参与或知情,没有任何透明度。

(2) 拍卖与普通买卖中的常规交易不同,如:商品的零售或批发等。尽管后者一般在特定的市场公开进行,具有一定的透明度,而且卖方可以通过广告宣传促销扩大影响,但其具体交易过程却不会像拍卖那样具有广泛的高透明度,因为买卖双方并不处在拍卖场上那种特定的交易环境当中。

### 3. 特殊性

(1) 交易对象特殊。拍卖的交易对象是指拍卖标的,其特殊性集中表现在三个方面:

一是供求不易平衡。即作为拍卖标的的物品或者财产权利往往具有存量上的稀缺性,其市场容量难以准确把握,故决定其在流通过程中最适合以拍卖方式交易。如:一幅名家书画、一套珍贵邮票等,只有通过拍卖才知道供求关系如何;二是价格不易确定。即作为拍卖标的的物品或者财产权利往往又具有价格上的隐蔽性,其真实价格难以准确衡量,故决定其在流通过程中最适合以拍卖方式交易。如:一块钻石、一件文物等,只有通过拍卖才知道价格关系如何;三是性质来源特殊。即作为拍卖标的的物品或者财产权利往往还具有性质上和来源上的非正常性。如:可能是罚没物品、查封扣押物品,甚至是赃物,故决定其在流通过程中最适合以拍卖方式交易。如:海关罚没的走私汽车、税务机关查扣的抵税物资等。

(2) 交易形式特殊。普通买卖方式是门店式交易或摊位式交易,卖方在商店、超市或集贸市场中向买方销售商品。而拍卖是集会式交易,拍卖机构接受卖主委托在拍卖会上向买方销售商品。

(3) 交易手段特殊。普通买卖方式是非竞价交易,即买方根据商品定价或与卖方协商价格购买商品,买方向卖方索取商品或自选商品,交易工具表现为柜台、货架等。而拍卖是竞价交易,即买方通过竞投出价方式购买商品,交易工具表现为号牌、木槌等。

除了上述特征之外,拍卖还有其他一些特点,诸如:拍卖标的类型多、数量大、成交速度快、成交价格高等。

## 四、拍卖的条件

作为特殊的买卖方式,拍卖的成交必须具备一定的条件。从《拍卖法》关于拍卖定义的规定中也可以看到,集中表现在“竞价”二字上。

### 1. 买主的多数性

买主的多数性是指凡拍卖均为只有一个卖主(通常由拍卖机构受委托充当)而



有许多可能的买主,或称潜在买主,从而得以具备使买主相互之间能就欲购的拍卖标的展开价格竞争的条件。因此,竞买人一般不少于两个,否则无法产生竞争,形成拍卖价格。2002年7月1日实行的国土资源部《招标拍卖挂牌出让国有土地使用权规定》第十六条第一款明确指出:“竞买人不足三人,或者竞买人的最高应价未到底价时,主持人应当终止拍卖。”在这里,竞买人数决定拍卖合法与否,即竞买人的数量关系到拍卖会能否举办。不够法定人数,拍卖活动就不能举办。

## 2. 标的的同一性

标的的同一性是指凡拍卖都是不同的买主依次对相同的拍卖标的竞相出价、争购,以便战胜对手夺得自己理想的拍卖标的。因此,每次拍卖均为一物一拍(有时是一组或一批),以便集中买主,展开竞争。所以,拍卖通常将上拍标的编成序号,依次进行,而不像商场或超市中同类商品的不同物件同时上架待售,买主可以任选,相互之间没有竞争。

此外,如果一次上拍两个序号以上的拍卖标的,拍卖活动就难以进行,拍卖秩序就难以维持,很可能出现不同的竞买人同时你买甲我买乙的混乱局面。故国际拍卖惯例均按拍品编号依次上拍,以示区别,使竞买人逐项决定竞买与否。

## 3. 价格的差异性

价格的差异性是指凡拍卖都是竞价销售,即由买主以拍卖机构当场公布的起拍价为基准另行报价,直至最后确定最高价为止。因此,拍卖与普通买卖方式中的定价销售或议价销售不同,定价销售价格固定不变,议价销售价格变化不规则,而拍卖时的竞价方向单一,或者上行,如增价拍卖;或者下行,如减价拍卖。

于是,在拍卖过程中通常会产生保留价、起拍价、竞投价、最高价等不同价格的区别,它使拍卖价格一方面处于变动状态,表现为竞买人总是按照一定的价格幅度加价或者减价,价格随时有规律的变化。

## 4. 行为的对抗性

行为的对抗性是指凡拍卖都是价格碰撞,即不同买主以自己所出的价格与他人进行较量,致使拍卖活动在相互对抗的状态中进行,竞买人相互之间对抗的工具便是价格。对抗性越强,竞争越激烈,拍卖成交的结局也就越理想。否则,如果没有以价格为中心的竞争对抗,拍卖会便会死气沉沉,甚至失败。

# 五、拍卖的功能

为什么有些物品用拍卖的形式而不是标一个固定的价格进行交易呢?根据卡斯迪(Cassady, 1967)的说法,可能的原因之一是因为有些商品没有标准价值。例如,在没有冷冻设施的情况下,新捕的鱼价取决于一定时间市场上供给和需求力量的对比条件;另外,产权、半旧物品、贵重物品、手工艺品等,都具有价格不确定的特点。第二个原因是有些商品在特定的条件下不能采用常规的销售渠道进行交易,



只能通过拍卖方式进行交易。例如执法机关缉私、罚没的物品;为了保护债权人的利益法院强制扣押的债务人的物品。第三个原因是某些物品的价值买者比卖者更清楚时,卖者一般不愿意首先提出价格,而常常采用拍卖的方式以获得可能的最高价格。

通过拍卖市场流通的商品,具有一个共同的特点。即品质、价格不易确定,只有通过拍卖竞价过程,才能发现其真实价格。这是拍卖市场的精髓,也是其他现货交易市场的不足之处。

### 1. 价值发现功能

在商品流通过程中,有许多商品按照传统的计价方式很难确定其真正的市场价值。但是拍卖这种交易方式“在特定时间、召集特定的买家、通过竞价的方式”,为拍卖标的找到了一个确定的价格。从这个意义上说,拍卖交易方式是发现商品价格的一种重要途径,也是价值规律的直观体现。此外,拍卖也有利于市场均衡价格的形成,所谓“市场均衡价格”是指供给和需求相等的价格。在拍卖市场上,所有竞买人集中在一起,自由竞价,反映了商品的市场供求关系。通过叫价竞投,最后的成交价是供求双方都接受的价格,它是最现实的均衡价格。

### 2. 优化资源配置功能

有的拍卖标的物是供不应求的产品,比如矿产资源、稀有金属等,优化配置这些稀缺性的资源对提高社会效益和做到物尽其用具有重要意义。在拍卖交易过程中,通过“价高者得”的方式,最后成交的买受人通常是具备最佳条件或最需要拍卖标的的者,这就使拍卖标的“适得其所”,得到最好的开发和利用,从而使资源配置得到优化。

### 3. 拓展销售功能

拍卖标的涉及面广,在普通商品方面,不仅有消费者日常生活用品,而且许多大宗生产资料、初级产品,特别是鲜活物品也进入了拍卖市场。在特殊商品方面,拍卖方式的功能显得尤为突出,如文物艺术品、土地使用权、冠名权、科技成果、各种经营权等虽然是社会商品的重要组成部分,却并非是普通流通企业所能够经营或有效经营的对象。这部分商品如果不参与社会商品流通,整个社会商品流通体系就是不完整的。对这些商品来说,拍卖是一种很好的销售方式,拍卖促进了这些特殊商品的流通,扩大了市场流通领域。

### 4. 降低交易成本和风险功能

(1)信息成本低廉。市场经济能否有效运作,对于市场的参与者而言,关键是信息是否完全、真实、公开,市场的参与者能否以较低的成本获得信息。在拍卖市场上,信息能够完全公开地传到每一个竞买人那里,不仅成本低廉,而且传播速度快。



(2)交易成本低。交易成本是指在交易过程中协商签订契约以及付诸实施所需的成本。拍卖市场的特殊性使得拍卖交易成本低廉。具体体现在:①在拍卖市场上,由于事先的信息公开过程使众多的竞买人在同一时间聚集在同一地点,这样就避免了不断地逐个寻找潜在买主所花费的时间与精力;②在拍卖会上,拍卖品能够直接面对客户,减少了中间流通环节,而且一场拍卖会所占时间不多、空间不大、不必要的开支少,从而大大降低了流通费用;③在决定价格时,由于拍卖是公开叫价竞买,每个竞买人的竞价起点一律平等,都有同样的瞬间决策、适时叫价的机会,最后一槌定音,价高者得,这样就避免了过多地讨价还价协商过程,节省了交易时间;④拍卖是当场签署成交合同,这就减去了讨论、确定交易合同的过程,节省了一系列重复行为带来的交易成本;⑤拍卖是现货交易,采取款到即付的交货方式,节省了因延期付款或交货等造成的其他费用。

(3)交易风险小。其体现在如下几个方面:①事先要对被委托拍卖的标的物进行鉴定、分类、定级,做到保真保值,一般少有弄虚作假、蒙骗行为发生;②在事先展样中,竞买人能够亲眼观察、鉴赏拍品,或者请专家参谋,从而做到心中有数(即形成自己的心理估价);③在竞价中,完全可以公开、公平、公正地竞争,自己掌握自己的命运,进退自如,不受约束,竞争风险小;④拍卖是现货交易,款到即付,且大多是现金支付(必要时可使用支票、汇票或信用卡),信用风险小。

## 六、拍卖的原则

即是《拍卖法》第四条确定的“三公一诚”原则。

### 1. 公开原则

主要指整个拍卖活动公开进行,遵守法律规定和接受舆论监督等。成为一个自始至终具有很高透明度的商业过程。

(1)拍卖信息公开。在举行拍卖之前必须在法律规定的时限之内发布拍卖公告,《拍卖法》第四十五条规定:拍卖人应当于拍卖日的7日前发布拍卖公告。但《海事诉讼特别程序法》规定40日前发布拍卖公告;上市公司法人股转让规定拍卖法人股要在拍卖前10日发布拍卖公告;国有土地使用权转让规定拍卖土地在20日前发布拍卖公告。最高法院司法解释,强制拍卖不动产应在15日前发布拍卖公告。

(2)拍卖标的公开展示。《拍卖法》第四十八条规定,拍卖人应当在拍卖前展示拍卖标的,并提供查看标的条件及有关资料。以便使竞买人对标的的新旧、大小等做到心中有数。还应向买家提供标的文字说明材料和拍品的目录。一般说拍卖目录因拍卖会的性质、类型的不同而有所不同,但基本应包括拍卖标的序号、种类、数量、产地、等级等等。如果是艺术品还有品名、作者、来源、制作年代、尺寸、归属、图片、真实性等。但也不能对拍品进行“保真”承诺、保证和担保。



(3) 拍卖活动公开举行。首先要求竞买人资格公开,即拍卖人应当众说明哪些民事主体可以参加竞买,法律规定限制流通或定向拍卖的,必须说明竞买应具有哪些资格。

其次要求拍卖活动公开。拍卖活动一经公布,视为拍卖人发出要约邀请,拍卖人不得无理撤拍或终止拍卖,更不得以其他形式转让。必须举行拍卖会,允许所有具备资格的竞买人参加竞买。法律、法规所规定的原因及其他原因导致拍卖活动中止或终结的,应通过公开的方式予以说明。

## 2. 公平原则

拍卖当事人根据公开、正义的观念确定各方当事人的权利和义务,各方当事人都不应侵害他人的合法权益。不得滥用自己的权利,各方当事人之间的法律关系平等,即当事人在拍卖活动中民事权利义务平等、民事法律关系平等,保证拍卖活动自始至终公平地进行。具体体现在:

(1) 委托人与拍卖人是平等的民事主体,他们之间的关系是一种委托代理与被委托代理的民事关系。在委托人与拍卖人联合拍卖的情况下,其平等民事主体的法律地位不变。

(2) 竞买人资格平等。凡具备相应的民事行为能力并符合竞买资格的民事主体,都可以平等地参加竞买活动,拍卖人要提供平等、公开竞买的机会。

(3) 竞买机会平等,竞买规则平等。在竞买中,对同一应价或报价除法律规定允许优先购买权以外,一律平等。

## 3. 公正原则

拍卖当事人应当根据公正、正义的观念维护各方当事人的合法权益,不得保护一方,损害他方。不得滥用自己的权利,各方当事人在拍卖活动中的行为公正,保证拍卖活动自始至终公正地进行。

由于拍卖人具有中介人的性质,拍卖又是一种即时兑现,不得反悔的成交方式,因此必须公正。

(1) 拍卖人及其工作人员不得以竞买人身份参与本拍卖机构举办的拍卖活动,也不得委托他人代为竞买。

(2) 不得有不公正对待竞买人的行为,更不允许对竞买人有欺诈、舞弊、私下交易等侵犯竞买人民事权利的行为。

(3) 拍卖各方当事人(拍卖人、委托人、竞买人或买受人)之间不得有串通、操纵竞价的行为。主要是指:一是拍卖人与个别竞买人事先串通;二是竞买人之间互相串通。

(4) 对拍卖标的的瑕疵必须说明。除法律、法规另有规定外,委托人、拍卖人对拍卖标的的瑕疵应当承担担保的责任。