

第一篇 知识篇

一、拍卖与拍卖简史

什么是拍卖

拍卖是出卖者通过公开叫价的方式，将财物卖给出价最高的购买者的一种交易方式。

首先，拍卖是一种公开的竞卖活动。拍卖的出卖人称为“拍卖人”，参加拍卖的买主称为“应买人”，成功出价买得标的物的人称为“拍定人”。在 1989 年出版的《辞海》中对拍卖的解释为：“拍卖亦称竞买……出卖者用叫价的方法把物品出售给出价最高的竞买人。拍卖一般是由出卖者把现货或样品陈列在拍卖现场，拍卖时按编号依次叫价，叫价有上增和下减两种，前者是先由拍卖人喊出最低价格，然后让竞买人争相加价，直到无人再加价时，拍卖人使用铁锤或木板在桌上一拍，表示成交。后者是先由拍卖人喊一声最高价格，如无人购买便逐渐降价直到有应声的买主时，拍卖人就拍桌一下交易即成。……”

拍卖体现了“公开、公正、公平”的原则。首先，拍卖是在众多的投资者参与之下，以价格竞争为主要手段的商业行为。采用拍卖，充分体现价格杠杆的作用，排除了所有人为的、非经济的因素，因而它具

有很高的透明度和公开性。其次 拍卖是通过中介服务机构（拍卖行、拍卖公司）完成的。拍卖市场对买卖双方同时负责，而不是只代表一方的利益，可以说拍卖市场一手托两家，正是体现其公正性之所在。再次，在拍卖法律关系中，不存在一方当事人的法律地位高于另一方当事人的法律地位的情况，只要买者自愿合法地竞买，他就有可能买到自己想买的东西。由此可以看出拍卖的公平性。

还应指出的是，拍卖活动的法律约束力强，拍卖的拍板成交标志着商品所有权的转移。拍卖师在拍板前的每一次报价都是一次要约，而投买者每一次举手，都是一次承诺。一旦出最高价者将拍卖物拍定成交，就依法获得领受拍卖物的权利，同时，他有按最高价支付价款的义务。

综上所述，一次真正的拍卖会必须具备以下四种要素：

（1）有拍卖的标的物，即要有被拍卖的对象。

（2）拍卖时要有不少于两个的竞买人。因为只有这样才能形成价格竞争的局面，才能形成拍卖。

（3）标的物的价格是在竞买人的竞价中形成和确定的。即真正的价格是在竞买人的公平竞争中，以出价高者获得，并一槌定音为界限形成的。

（4）交易是通过买卖双方以外的中介服务机构，即拍卖市场代理完成的。

只有具备四种要素的拍卖会才是真正的拍卖会，才能体现“公开、公正、公平”的拍卖三原则。四种要素缺一不可，否则就不是拍卖会。例如，有一种所谓的“拍卖会”是卖家以业主的身份举办的，卖家为了自己的利益，对标的物的优点大肆宣扬，而对标的物的缺点瑕疵竭力遮掩，诱惑买家高价投买。这种“拍卖会”实际上是盗用拍卖名义的兜售叫卖，使拍卖中介服务机构扮演了卖方的角色。这种所谓的拍卖会自然失去了公正性，此类情况一经发现，政府有关部门会予以处罚。由于它不具备公正性，因此也就得不到法律的保护。

拍卖有以下四个特点：

（1）机会均等。拍卖是在众多买家以价格竞争的方式对拍卖标的物进行竞买，每个买家都有多次出价购买的权利，只要自己需要

有相应的财力，都有在出到最高价后得到拍卖品的机会。

(2) 价格合理。在拍卖会上，众多买家的竞争使标的物的价格不断变化，但众多买家是心明眼亮的，出于各自的目的和眼光在进行竞买，通过各自对标的物的价值估算决定价格的走向。拍卖品受到了市场的检验，最终实现的价格与其价值趋于一致。

(3) 公开性强。从参加拍卖会的众多顾客来说，不受年龄、职业、性别的限制，只要照章办理了入场手续都可以参加，因为拍卖会是在面向社会的。从拍卖的程序上讲，每次拍卖会前都要事先登广告，发布信息，将所要进行拍卖的种类、场地、日期等事项公布于众，并且要在拍卖前把拍卖品向社会公开展示，使参加拍卖会的人士在拍卖前就了解到拍卖品的品种、数量、规格尺寸、质量、颜色及参考价格。拍卖师在正式拍卖时还要如实向各位竞买人公开介绍拍卖品，不得隐讳遮挡，使竞买人对拍卖品充分了解。可以说，每一个环节都体现着公开性。

(4) 具有法律约束力。任何一场真正的拍卖会，都是由具有拍卖经营权的中介机构——拍卖市场或拍卖行主持。拍卖市场是依据法律和章程规则进行拍卖活动，并且这些法律章程的执行是在公众面前进行的，所以买卖双方的权益都可以得到法律的保护。一旦成交，双方均不得反悔，如果拍卖方反悔则影响了买家的利益，若投买方反悔则不仅影响了卖家和拍卖方的利益，同时也侵害了那些出价仅次于他的投买者的利益。因此，买卖双方都必须承担经济责任。

拍卖与其它经营行为的区别：

(1) 与批发、零售的区别。批发、零售是买进、卖出并从中盈利；拍卖行是中介服务，只收取佣金或手续费。批发、零售天天营业，日有所进所出；拍卖是日常受理委托，集中拍卖，日有所进，一次售出。批发、零售是明码标价或向下议价；拍卖是保留底价，价高者得。批发、零售可以单独与一个客人交易；拍卖是众多投买者共同参与，最后与一人成交。

(2) 与变卖的区别。变卖与拍卖有其共同之处，它们都可以是对到期不履行债务的义务人的财产采取一种强制执行措施。但二者又有本质区别，最为显著的不同，在于拍卖具有公开性与竞争性，是一

种公开的竞卖活动 而变卖则无此规定。例如 拍卖必须先期公告 并通知债务人到场，而变卖没有这样的规定；拍卖对物品的扣押、查封、公告乃至拍卖的日期，法律均有明确规定，而变卖不受时间的限制；拍卖时须对拍卖物进行估价，变卖则不受这样的限制；拍卖还须采取公开和竞买的方式当场成交，而变卖也没有这样的限制。另外，拍卖适用于动产和不动产，变卖则一般只适用于动产；拍卖地点有规定，变卖地点没有规定。

(3) 与典当的区别。拍卖与典当有着本质的区别，如：典当是准金融业务，是以实物抵押为形式的借贷行为；拍卖是商务活动，是商品交易的特殊形式。典当物是一种抵押品，在当期内，所有权仍归货主所有；拍卖物是商品，一旦拍卖成交，商品的所有权随即发生转移。典当收取的费用实际上是借出去的当金所产生的利益；拍卖所收取的费用是拍卖市场付出的劳务和费用后应得的补偿和收益。

(4) 与招标的区别。招标是指招标人（主办人）在买卖大宗商品、承包建设项目或合作经营某项业务前，公开邀请投标人（应邀承办人）开出价目单 择日当场开标 以便从中择优选定的行为。招标与拍卖从形式上有相似之处，如招标人和投标人的地位，与拍卖人和应买人的地位相当，招标公告与拍卖公告都不是法律意义上的要约，而只是要约引诱等。

但是 拍卖与招标也有很多区别。首先 从报价方式看 拍卖是由应买人当场自由竞价，而招标则是投标人在开标前将价报定，并交给招标人 开标时 招标人不得再次竞价。其次 确定应买人、投标人资格的方式也不一样。拍卖中应买人可以是社会公众中的任何人，而在招标时，招标人可以只向特定的几个人发出招标邀请，也可以向社会公开寻求投标人。

拍 卖 简 史

拍卖的历史十分久远，素有西方“史学之祖”美称的古希腊史学家希罗多德（公元前 484—前 420 年）在其历史著作中就称拍卖起源于公元前 500 年的古巴比伦。有人认为 罗马的拍卖是现代“增加

拍卖”的起源 英文“拍卖”(auction)一词正是来源于拉丁词 *augere*、*auctum* (“增加”的意思)。

正是在古罗马时期开始了挂毯、雕像等物品的拍卖。更有甚者，公元 193 年，古罗马卫队长官夺取了皇帝佩提纳克斯的皇位，并将这一皇位进行公开拍卖。当时最有竞争力的是大富翁马卡斯和皇帝佩提纳克斯的岳父，最后马卡斯用相当于 500 万美元的金额获得了这个皇位。但他只当了 66 天的皇帝，即被杀掉，马卡斯从拍卖中得到了皇位，也因此丢了性命。

在英国，有历史记载的拍卖活动还是近代的事，到英王查理二世复辟的时代（1660 年）英国的动产拍卖已开始专业化。富有的绅士阶层参加拍卖活动，在当时已成为一种时尚，这在客观上推动和刺激了拍卖的发展，企业家们在咖啡馆等公共场所举办美术作品和家具拍卖活动。

英国土地拍卖制度的确立是在 1739 年。首例土地拍卖的公告，贴在伦敦市场的公告牌上，被拍卖的是一个破产者在巴丁城的两所房屋。到 18 世纪中叶，伦敦最负盛名的两家拍卖行——克里斯蒂拍卖行与索斯比拍卖行相继成立。此后，这两家拍卖行逐渐从私营企业过渡到合伙经营，继而成立了拍卖行有限公司。时至今日，它们举行的拍卖活动令世人瞩目。

进入 20 世纪，一方面拍卖行在不断地壮大、改组、吞并和垄断，另一方面经营方式也在发展和改进，拍卖行在举行拍卖前，都要将拍卖的物品编成图文并茂的目录和说明，广为散发。对于卖主，拍卖行可以在拍卖成交前就预付部分款项；对买主，一次付不清拍卖款项，还可以分批付清款项，也可以贷款给买主。近代以来，大规模拍卖活动的发展一直以伦敦、纽约和日内瓦等大城市为中心开展的，拍卖的数量也在惊人地增长。1987 年，伦敦一家公司在三次拍卖中，共卖出了价值 10 亿美元的商品房；在美国，房地产的拍卖也已从 10 年前的每年不足 50 万美元的成交额骤升为 20 亿美元。作为一种交易方式的拍卖已深入商品经济的各种不同领域。目前在国外，机动车的拍卖也非常流行。美国有大批的“二手”汽车是以拍卖的方式销售的，在英国则出现了诸如“英国汽车拍卖行”、“机动车拍卖中心”等专业拍卖

企业，最大限度地保护买卖各方的利益。仅 1982 年，英国的 75 万辆汽车的销售中有五分之一是通过拍卖进行的。在当今社会，工厂和机器的拍卖也已成为融通资产的一个重要手段。人们预计，拍卖将取代一些严格的经济形式。

另外，拍卖品的价格猛涨。1901 年拉斐尔的一幅画拍卖成交价为 50 万美金，那是当时的最高纪录；而到 1967 年达·芬奇的画则以高出十倍的价格拍卖成功；到了 1987 年凡高的《鸢尾花》的拍卖价为 5 390 万美元，又增长了十几倍；1990 年凡高的《加歇医生》在纽约的克里斯蒂拍卖行，以 8 250 万美元的价格被日本报业大王斋藤英买走，创下绘画作品的最高拍卖纪录。

拍卖手段也随着科学技术的迅猛发展而不断创新，收藏家可以乘飞机往返于世界大拍卖市场，竞买自己喜欢的拍卖品。参加竞买的人还可以利用现代化的通讯设备，坐在办公室参与竞争，而不必亲临拍卖场。

拍卖作为一种商业活动，远古孕育，近代形成，现在已被世界各国广泛采用，并为社会各界和公众所接受。

拍卖这种“一槌定音”的独特商业活动形式，在中国始于清代末年。旧中国最早出现的拍卖行是 1874 年在上海建立的鲁意斯摩洋行，它是英国远东公司开办的。此后，英国的“瑞和”、法国的“三陆”、日本的“新泰”、丹麦的“宝和”相继开业，从而有了中国境内的“拍卖业”。后来一些中国人也相继成立了一批规模不大的拍卖行。

19 世纪中叶，天津出现了一家较有规模的拍卖行，这家拍卖行是在中国服役的一个英国退伍军人开办的。随后，中国人办起了一批小拍卖行，但实际上是以拍卖方式经营自己的进货，并且多是旧货，天津人称之为“叫卖行”。

北京也先后出现过几家，其中有一家叫“鲁林”的拍卖行，据说是德国人开办的，后来德国人回国，卖给了中国两兄弟。不过拍卖的档次都不高，是一些旧木器和旧服装之类。每星期拍卖两次，也只是一个人站在板凳上一件一件叫卖，另一个人收款兼付货，形式非常简单。

由于旧中国的商品经济落后，中国的拍卖业没有发展起来，即使

当时经济最繁荣的上海，到解放时有 25 家拍卖行，但其规模都很小，只是搞些小拍卖。

解放初期，国家按前苏联模式推行计划经济，产品实行统购统销，商品严格限价。拍卖制度被当成资本主义的东西遭到否定。这样，带有较强的商品经济特色的拍卖行业就没有生存的条件了。1956 年北京还有一批拍卖行营业，拍卖过木材等；上海的 7 家拍卖行公私合营后转为他业，全国最后歇业的拍卖行在天津，歇业于 1958 年。

改革开放以后，中国拍卖业又迎来了自己的春天，犹如雨后春笋般地茁壮成长起来。

魅力与价值

也许你早已从电视屏幕上看到过拍卖竞价的热烈场面，也许你对什么是拍卖已略知一二。可是你对它却不以为然，以为那只是外国人或港台人哗众取宠的东西。可是时至今日，只要你稍稍留意，就会发现在你的周围无处没有那似曾熟悉的一幕，从城市到农村，从沿海到内地；由房地产到企业，由艺术品到无形资产，各级各类的拍卖市场，名目繁多的拍卖品种令人目不暇接。拍卖，这个市场经济的宠儿正在向你走来，这朵奇异耀眼的花朵正在神州大地遍地开放。正如专家所言：悄然兴起的中国拍卖业是继股票之后又一经济热点，正在走进“寻常百姓家”成为老百姓生活中的一部分。

那么，拍卖为什么会有如此强大的生命力，它神奇的魅力究竟何在？

首先，拍卖是市场经济的必然产物，有市场经济就不可能没有拍卖。我们知道，在拍卖的发源地，拍卖曾经充当过资本主义经济发展的加速器，如今改革开放的中国人将它再次请上舞台，也完全符合经济发展的客观需要。拍卖不是资本主义的专利，而是市场经济条件下的宠儿。

第二，拍卖市场的建立填补了我国市场体系的空白。改革开放以来我国已先后建立了生产资料、技术、金融、劳务、股票等市场，现在正在蓬勃开展的拍卖市场建设，对完善和健全我国国民经济大市场

系统有着十分积极的作用。拍卖作为一种特殊的物品流通和生产要素调配机制，充当着无法替代的角色，担负着不经常流通和非正常流通物品的市场交换，满足社会的特殊需要。

比如房产、地产的拍卖交易，较好地刺激了不动产的市场化流动，打破了过去不动产交易形式单一的被动局面，实现其应有的经济效益。

早在 1988 年 2 月 5 日，新华社记者倪小林就发现我国堆积如山的公物处理漏洞百出 国家损失严重。要么人情化、关系化 要么长年闲置无人问津。有了拍卖市场，这些公物就可以进入正常的流通，并且可以卖到好价钱。拍卖从根本上解决了我国计划经济体制下公物处理的严重弊端，为这类特殊物品的交易独辟蹊径，使其发挥最大功能。

第三，为商家创造了升值的经营机制。拍卖所独有的竞价机制决定了它能够最大限度地实现流转财物的价值，（这方面的事例在本书已多有介绍），这是因为拍卖竞价机制运行的原理是价值规律和供求平衡规律。拍卖是值得首选的制造升值良机的投资方式。据北京市拍卖市场统计，一次拍卖会的拍卖品增值率达 92%。平均增值率也在 50% 左右。比如一架日产老干牌像机起价 150 元，中拍价 2 700 元，高出 18 倍；一张诞生在“文革”期间的《毛主席去安源》的艺术挂毯，先是被人以不高的价格买走，后来竟拍卖了几十万元人民币，升值相当可观，远比来自股票的回报率要高得多，且可靠持久。拍卖市场潜藏着绝好的投资升值机会，只要你勇于探索，大胆尝试，善于估算，就一定能创造价值。当然，提供这样的机会不局限于买家，拍卖经纪人、拍卖行，无数的卖主都能从中获益。

第四，公开、平等竞争的原则是使拍卖市场繁荣的生命线。试想，人们在市场经济的惊涛骇浪中怕的不是岩石急流，而是暗礁险滩。机会均等，操作公开，关系平等，责权利明确，这是拍卖交易的最突出优势。比如，紧俏的物资供应，曾经肥过一批手中持有批条权的投机者；一度紧缺的钢材，不知吸引了多少皮包式经纪人为之铤而走险。聪明的大冶钢厂、包钢、重钢、酒钢等企业就成功地举办过数次钢材供需见面拍卖会，当场交易，解决了许多客户的燃眉之急。还是酒钢公司

的总经理关立奇的话在理：“拍卖交易的目的有二，一是探索新的经营销售途径，减少中间环节，实现产需直接见面，真正做到销售引导生产；二是杜绝经销中的不正之风，保障各用户公平合法的竞争。”

第五，前景看好的中国拍卖市场潜力很大。首先随着我国国有企业改革的进一步深入，企业破产、兼并，租赁等多种形式的拍卖交易将出现火爆场面。其次，我国房地产的拍卖步伐可望进一步加快。因为房地产拍卖已经显示了巨大的优越性，拍卖能加速房地产有偿使用幅度，它比协议、招标更能使寸土成金。据报载：1989年正当某市土地使用权公开竞价升至每平方米几千元人民币时，海外某巨商却通过高层协议，轻而易举地以差距悬殊的低价——每平方米5元，获得一处2平方公里的土地，准备兴建一个大型企业。但该地仅地价一项，政府就要赔进几个亿。

颇具规模的艺术品拍卖，已经在很大程度上提高了中华民族文物大国的地位，我国艺术家的声望及作品价值也随之得到提高。群众性的各种收藏活动异常活跃，无论是集邮爱好者，还是书画爱好者，都十分看好拍卖市场。紧跟时代潮流的无形资产拍卖更显示了空前的活力，科技成果的拍卖，顺应了我国科教兴国战略和加快科技成果转化力的市场需求。各种经营权、冠名权、广告权的拍卖各商家势在必争。总之，在经历了1992至1993年的第一轮中国拍卖潮之后，1995至1996年，又一轮的拍卖潮更加强劲。

二、拍卖程序与种类

严格规范的拍卖程序

1995年9月，上海市崇明县某镇工业公司为了盘活沉淀的资产，有关领导考虑运用整体拍卖的手段，拍卖13台旧车床，随即自行召开了拍卖会。

在这场擅自组织的拍卖活动中，既没有发布公告，也未办理竞拍登记，又不提供介绍拍卖品的书面资料。在竞价过程中，还随意增加对竞买人的制约条件，车床整体拍卖的底价为20万元，当本县某单

位出价为 20.5 万元 来自浙江的客商增价至 21 万元时 不知主持人出于何种考虑，临时提出需交 2 万元保证金的制约条件，即当场能交付保证金者成交。

面对这突如其来的制约，毫无准备的两位浙江客商倾其所有，仍不足 2 万元 欲将大哥大及支票抵押 遭到主持人的拒绝。结果崇明客商在交付了保证金后与主持人签订了成交协议。此举引起浙江客商的极大反感，当即抗议这样的拍卖不公正，是欺诈行为，声言要向人民法院提起诉讼。消息传出，当地群众也议论纷纷，引起一场不小的风波。

姑且不说拍卖组织者未经法定资格的认定，就是在拍卖活动中不严格按拍卖程序进行，任意变通，无规则、无章法，甚至带有倾向性、排他性。这样进行的拍卖也违背拍卖的基本准则 必然后患无穷。

不太了解拍卖行业的人，把拍卖看得过于简单，殊不知，一次拍卖会前前后后要有若干道程序，要做大量的准备工作。成功的拍卖会，都是严格按这些准备工作和程序进行的，程序中每一个环节的疏漏都会直接影响拍卖效果，甚至酿成纠纷。上海崇明县发生的车床拍卖就是一例，这件事后来在崇明县拍卖行的帮助下重新处理了，撤销了原协议，重新委托拍卖行予以公开拍卖。10月 8 日 车床专场拍卖会如期举行，全部拍卖品以超出底价 20.7% 的 24 万余元的价格成交。拍卖结束后，参加拍卖的各方对这样的公正公开拍卖表示满意，避免了一场法律纠纷。

对于拍卖的买卖双方来说，也必须了解拍卖程序，才能维护自己的合法权益。

拍卖程序大致如下：

1. 与卖主洽谈阶段

在这个阶段，通常有两种情况。一是强制拍卖的工作方法：由执法部门通知拍卖市场，拍卖市场派业务人员到指定的地点与执法部门共同看货，清点货物，拍卖市场与执法单位洽谈确定拍卖底价和拍卖方式。二是一般委托拍卖：卖主找到拍卖市场或电话约定看货时间地点，一般是货主带货或带样品找拍卖市场。拍卖市场业务人员首先要验看委托人的有效证件，询问审查物品来源，归属及证明资料。如

货物背景确信无疑后，拍卖市场工作人员再根据商品质量等价格因素与货主洽谈拍卖品的底价、拍卖的期限和收费标准等事项，经商定双方达成一致意见后签订《拍卖委托书》。

2. 拍卖品的整理阶段

拍卖市场将已经受理并入库的拍卖品集中起来，加以分类、整理。需要测试、维修的拍卖品要组织维修、测试。然后对拍卖品一一撰写说明、安排拍卖场次。最后还要编排、印刷拍卖目录册。

3. 宣传阶段

在确定了拍卖会时间后，要向社会发布拍卖信息，一般是通过新闻媒体做广告，发消息，同时张贴海报。重要的拍卖会还要召开新闻发布会。通报拍卖时间、地点、内容方式和入场办法等，并将目录册分发到重要客户手中，争取他们的支持和参加。

4. 展示阶段

展示阶段也称预展，目的是为广大竞买人了解和认识拍卖品提供方便，一般是在正式开拍前的短时间内进行。拍卖行要事先布置好展示厅，把所要进行拍卖的所有拍卖品或样品陈列其中，并在每件拍卖品前设立说明标牌，注明拍卖品的名称、产地、商标、牌号、数量、完整程度、拍卖目录册中的序号及参考价等，写好对投买人有指导意义和功能介绍的说明文字。拍卖品及其说明公诸于众，旨在供有意投买的客人参观、辨别和挑选自己需要的拍卖品。为了更好地对投买者负责，拍卖市场的工作人员还要现场解答顾客提出的各类问题。在展示阶段，还要有专人办理拍卖会入场登记手续，如售票或验证登记等。

5. 拍卖阶段

拍卖阶段是整个拍卖活动的关键阶段。拍卖阶段一般又可分为以下步骤：

(1) 组织投买人入场。入场办法根据拍卖会的规模和拍卖品的属性、等级、档次而采用不同的方法。如自由入场、凭请柬入场、凭介绍信入场、凭入场券入场、交押金入场等。北京市拍卖市场一般的拍卖会票价仅为 2.5 元，而 1992 年北京国际拍卖会票价则定为 400 多美元，在入场时，要向投买者发放投买号牌。

(2) 拍卖会开始后, 拍卖师或拍卖市场负责人要当场宣布拍卖方式、拍卖规则及其它有关文件。

(3) 拍卖师按拍卖目录编排的程序, 从第一号拍卖品开始, 逐一拍卖。拍到每件拍卖品时, 应介绍名称及基本情况, 特别是拍卖市场已经了解的拍卖品的瑕疵, 尽量做到真实全面。然后拍卖师宣布起价, 投买人应价, 拍卖竞价开始。

拍卖时, 拍卖师以敲木槌或其他习惯方式宣布成交, 拍卖即告完成。如果木槌正在下敲以接受一个出价的同时又有人另出价, 拍卖师有权决定是重开竞价, 还是按木槌下敲前的那个出价出售货物。同样, 出价人在拍卖师宣布成交前的任何时候均可撤回其出价, 但此种撤回不使前一出价恢复效力。在拍卖过程中, 如遇特殊情况, 拍卖师有权决定调换拍卖品的顺序或临时撤销、增加、合并、分拆少量拍卖品, 但无权变更基本程序和拍卖原则。因为这时投买者的全部精力集中于拍卖品的竞争上, 如果拍卖程序大幅度调整, 投买者将因为思绪被打乱而无所适从, 对拍卖正常进行极为不利。另外, 有的投买者不一定参加整场拍卖会, 他们可能根据自己选择的拍卖品在目录册上的位置决定到场和退场的时间, 如果顺序变化太大, 这些投买人可能会错过投买机会而对拍卖市场提出抗议。

(4) 收款。拍卖成交后, 买主购得拍卖品即可现场交费, 拍卖市场确认收足货款和应缴费用后, 开具税务局批准的特殊发票——“成交确认书”及提货单。拍卖会也可采取买家当场签字、会后交费的办法。一般拍卖会以人民币报价 收取人民币现金、支票、汇票、信用卡等 也有以美元、港元等报价和结算的拍卖会。

(5) 付货。付货处一般在拍卖会场内或周围地域, 投买人购得某件拍卖品并交足费用后即可提货, 或由拍卖市场送货上门。对于逾期不提货发生的保管、保险、运输等费用由买主支付。

(6) 善后。拍卖市场的工作人员要整理帐目和现金, 商品保管人员要清理商品, 把已拍出、未拍出和已拍出而未提货的商品分置并分别造册, 以待以后的活动。

到此, 一次拍卖会才算顺利完成。

我国拍卖市场历史不长, 但也形成了一套符合国际标准的拍

方式。例如郑州粮食批发市场，采用了拍卖和协商买卖两种方式，在每场交易中先拍卖，后协商买卖，该市场的拍卖方式具体如下：

第一，由卖方提前二至五天向市场交易部提交：(1)拍卖委托书。内容包括：①拍卖总量；②拍卖起点数量和品种质量；③交货时间；④交货地点；⑤运输方式；⑥自营或是代理；⑦结算方式；⑧包装及包装价格；⑨拍卖起点价格，起点价格必须参照近日限制价幅填报，若起点价格超过拍卖日限价幅时，市场不予拍卖。(2)拍卖样品。按现行粮食检验取样规定提交样品 2 公斤，作为审核质量等级的参考依据。

第二，市场在受理卖方拍卖委托后，通知卖方出市代表该批粮食的拍卖时间，卖方出市代表届时必须到场参加拍卖。

第三，拍卖顺序按交割月份由近及远依次排列，同一月份的拍卖按提交委托书的先后依次进行。

第四，市场提前一天在市场内公布下一拍卖日的拍卖顺序、时间、数量、质量、交割期等相关资料。

第五，卖方在开市 30 分钟前，可以调整拍卖起点价格和起点数量，但调整不得超过两次。

第六，每场拍卖前，在交易厅内展示样品，用醒目字牌标明卖方的代号和样品的产地、品种、等级、数量、交货时间、交货地点、交货方式、结算方式、包装及包装价格等相关资料。

第七，凡是有购买权的会员，其出市代表均可着交易市场专用服装、持证进场交易。

第八，拍卖由交易主持人主持，由记录员、卖方出市代表和市场监督人员予以协助。

1. 主持人负责叫价和成交拍板。
2. 记录员记录成交双方代号、成交价格、品种、数量、时间等内容。
3. 卖方出市代表临场协助拍卖，必要时做出选择决定。

第九，拍卖时，由主持人根据卖方所报起点价格，由低到高叫价，价格的上升幅度最低为 1 厘 1/公斤。

第十，叫价后，有意购买者高举左手示意。如有两位以上买主举手示意购买，价格继续上叫，直至叫到只有一人举手示意购买时，由

购买者报出自己的代号和购买数量，停留 30 秒钟，主持人拍板宣布成交。

第十一，当叫至某价位，有两位以上买方举手，而叫至下一个价位，无人举手示意购买时，由卖方出市代表按买方所报数量多少为序依次成交。

第十二，买方的购买数量必须在卖方拍卖起点数量之上（包括起点数量）

第十三，买方的购买数量少于拍卖总量，但多于或等于起点数量时在举手示意购买的同时 喊出购买数量。

第十四，拍卖成交后，由传递员携带拍卖记录，带领买卖双方到签约间 在签约监督员的监督下 当即签订合同。

第十五 合同签订后 买卖双方必须在 5 日内到市场结算部交纳基础保证金。否则，市场取消合同认可。基础保证金的收取数额为成交金额的 5%~10%。自合同生效之日起到交割日止，如果市场价格发生较大幅度波动，基础保证金不能有效保证履约时，市场有权向买卖双方或某一方收取追加保证金。买卖双方或某一方在收到交纳追加保证金的通知后 必须在 2 日内如数汇出应交数额。否则 按违约处理。

第十六 在合同签订后 5 日内 买卖双方各按成交金额的 1%~1.5% 向市场结算部交纳手续费。不同时期手续费的具体执行数额，由市场管理委员会根据市场情况和拍卖市场所提供的服务情况确定。

国际拍卖程序简介

国际上的拍卖由来已久，基本程序可分为：

1. 拍卖准备

在此阶段，参加拍卖的货主先要把准备拍卖的商品运到拍卖地点 存入仓库。然后委托拍卖行进行挑选 分类、分级 并按商品的种类和品级分成若干批次，拍卖行要负责编印拍卖目录。所有经过挑选、分批待售的货物都要载入目录。目录中，一般要列明商品的种类、

每批货的号码、等级、规格、数量、产地、拍卖的次序及拍卖条件。拍卖目录通常在拍卖前一个月编印完毕，并提供给打算参加拍卖会的买主作为指南。参加拍卖的买主在拍卖前可以于规定的时间内，到仓库查看货物。如果只允许买主查看货样，那么货样应能充分反映所代表的每批货物的全部特点。

拍卖的准备阶段还包括把进行拍卖的地点和时间、准备拍卖的商品数量和名目通知可能的买主。为此，应在拍卖开始前的一个半月到两个月，在相关的报刊上刊登广告或通告，其中列明进行拍卖的日期和地点以及准备拍卖的商品的名称、数量。拍卖公司应向经常的和可能的买主散发广告性说明书，其中指明这次拍卖的主要条件并邀请他们参加拍卖。

2. 正式拍卖

正式拍卖通常是在规定的时间和地点进行的。买主按事先申请的座位号入座，拍卖行按号码对买主进行登记。主持拍卖业务的负责人和其他工作人员就座于主席台上。拍卖主持人按照拍卖目录所规定的先后顺序主持拍卖。拍卖出价的方式主要有三种：

(1) 增价拍卖。拍卖时，由拍卖主持人宣布预定的最低价格（即底价），然后由竞买者根据拍卖条件所规定的加码幅度竞相加价，直到买主不再出更高的价格，拍卖主持人即可击打木槌，以示竞买结束，把商品卖给出价最高的买主。买主也可以不叫价，由拍卖主持人自己喊出逐渐增高的价格，竞买人以规定的动作行为向拍卖人表示同意买进货物。

(2) 减价拍卖。即荷兰式拍卖，拍卖时，由拍卖主持人宣布最高价格，如无人接受，再逐渐降价，直到有竞买者应价接受为止。

目前，减价拍卖已开始使用电子辅助装备的新方法。例如，在荷兰出售易腐商品时，拍卖人先喊出最高价格，在拍卖大厅安装的字盘便亮出这个价格，直到有一个参加交易的买方按一下座位上的电钮，以表示他愿意成交这笔交易时为止。买主一按电钮，转动着的指针就停止转动，在字盘上就亮出了拍卖组织者所登记的该买主的号码。如果同时有几个买主都按电钮，指针就指向较高的价格，在与字盘并排的专用信号盘上同时亮出这些买主的号码，指针向更高的价格转动，

直到剩下一个买主为止。这时，指针停止转动，出现这一个买主的号码。交易被认为成立，并且不能因其它买主想买而被取消。

(3) 密封递价拍卖。

又称投标式拍卖，即先由拍卖人公布每批商品的估价单，报价时间、地点、商品的总数量、拍卖条件等，然后由买主在规定时间内将其出价密封递交给拍卖人，拍卖人进行审核比较，再决定将商品卖给谁。

3. 成交和交货

拍卖成交后，拍卖行的工作人员应将所售商品的成交确认书交与买主，由买主填写并签字，以示交易正式达成。成交确认书具有标准格式，包括买主姓名、商品名称、批号、品级、数量、价格、交易总额以及交付期限等内容。买主应在规定的期限内到指定仓库提取货物。对拍卖出去的商品的付款，通常是分期进行的，在签署成交确认书时，买主同时支付 30%~35% 的价款，其余货款在商品发运后或收到商品时支付，但不得迟于规定的期限。拍卖结束后，拍卖行应将拍卖结果在报上发表，并公布拍卖清单，清单内容主要包括售出商品的简要说明、成交价格、拍卖前公布的基价与成交价的比较等。

动人心魄的不动产拍卖

备受世人瞩目的庐山别墅群（我国四大别墅群之一）是在 1992 年被颇具胆识的江西人推向拍卖市场的，列入首批拍卖的 21 幢名人别墅各具特色、价值连城。消息传出，海内外为之一震、众商家惊叹之余旋即拉开竞争态势。一时间来自香港、台湾、新加坡以及数家内地客商云集庐山，同卖方展开紧张的接洽、竞相投标以试高低。环境幽静的著名风景区展开了一场看不见硝烟的商战，各位参加竞拍的商家心中明白，这必将是一场惊心动魄的交易。

就在角逐正酣之际，冷不防半道上又杀出个程咬金，气势逼人的香港运通年集团突如其来杀上庐山。其实早在庐山方面酝酿名人别墅拍卖之前，香港运通年集团就已闻风而动，瞄准这一目标开始了秘密的侦察工作，派出以中国部经理、本是九江人的潘先生为团长的考

察团先期抵达庐山。消息得到证实后，考察团立即电告集团董事长冼焜良先生，冼先生回电考察团密切注视动向，随时保持联系。

庐山别墅拍卖公告正式发布以后，潘先生一行便同庐山方面进行初次会晤，以探虚实。随后带上所获得的一手资料和录像返回总部，这样的拍前准备可谓周详仔细。

9月中旬围绕获得21幢庐山历史名人别墅转让权的“争夺战”进入僵持不下的阶段。运通年集团董事长冼焜良先生带领董事会其他成员亲赴九江，大有锋芒毕露之势。冼焜良这位年仅31岁的董事长血气方刚之中透露着干练坦诚的气质，给人一种“硬梆梆”实业家的印象。运通年集团董事会其他成员平均年龄竟不到28岁，几乎是清一色的大学生，可见这是一个有青春朝气的集体。在冼焜良先生的带领下，集团早已形成了雷厉风行的工作作风，凡看准了的事，不达目的决不罢休。

9月17日，冼焜良一行，怀揣银行汇票，顶着晨雾登上了庐山。8点30分他们胸有成竹地坐到庐山管理局决策者面前，向招标者摊开了别墅的改造方案和景区开发设想，从一开始便显示出身手不凡。

面对手中握有数家公司，可以挑挑拣拣而稳坐钓鱼台的卖方代表，冼焜良以他的敏锐思维和真知灼见侃侃而谈。他谈到庐山不仅是风景名山，更是一座驰名中外的“政治山”。庐山不同于其他名山，就在于它的特殊政治地位。他说，我们对出让别墅感兴趣，不仅仅是看中了它的商业价值，还看中了它的政治价值、文化价值和历史价值。他所阐述的改造方案与营销举措也令在场的人折服，并表示一定要进入争夺别墅转让权的“决赛圈”。

独到的见解，志在必得的气势，富有实力的果敢和切实可行的构想，令庐山管理者怦然心动。庐山方面承认，在已接待过的几个外商中，能这样深层次认识庐山、高屋建瓴地综合考虑庐山的，还不曾有过。也许人们更多地把目光投向了它的商业价值的一面。到了这种份上谈判已到了“你有情，我有意”的地步。但庐山方面并不急于摊牌，一连向对方提出了18条需要解决的问题。冼焜良几乎没有丝毫的犹豫，果断地说：“好吧！半个小时后，我们作出明确答复。”

仅半个小时，年轻的运通年决策者们在庐山召开了一个简短而