##  **冀拍通讯**

二O一九年第一期

●通知文告

△河北省商务厅关于开展2018年度拍卖核查工作的通知…（3）

△**关于对新拍卖师颁发《拍卖师执业资格证书》的通知**………（11）

●行业政策

△《中华人民共和国电子商务法》2019年1月1日起正式施行…（15）

●拍买论谈

△艺术品拍卖行业不良形象需转变………………………………………………（41）

## △拍卖规则的经济功能分析………………………………………………………（45）

●拍卖案例

△揭秘拍卖骗局：能让你手里玉拍出几百万…………………………………（55）

△男子欲拍卖古钱币被骗 厦民警伪装卖家揭穿新型骗局…………………（57）

●收藏鉴赏

△“望、闻、问、切”话收藏……………………………………………………（60）

**通知文告**

河北省商务厅关于开展2018年度拍卖核查工作的通知

各市（含定州、辛集市）商务局，雄安新区改发局、唐山市曹妃甸区商务局，各拍卖企业：

为规范拍卖行为，维护拍卖秩序，推动我省拍卖行业持续稳定健康发展，根据《中华人民共和国拍卖法》、商务部《拍卖管理办法》等规定，我厅将于2019年2月21日至3月31日对拍卖企业及分公司开展2018年度拍卖核查工作。现就相关事项通知如下：

一、核查对象

自领取《拍卖经营批准证书》之日起至2019年3月1日，营业时间满6个月的拍卖企业及分公司。

二、核查内容

**（一）拍卖企业及分公司设立变更情况**

1、拍卖企业及分公司是否具备《中华人民共和国拍卖法》和商务部《拍卖管理办法》规定的设立条件，包括企业营业执照、拍卖经营批准证书、拍卖师执业资格证书及拍卖师数量、经营场所等。

2、拍卖企业及分公司变更企业名称、经营地址、法定代表人、注册资本、股权、经营范围等是否及时办理相关变更手续；拍卖企业及分公司从事文物拍卖、省级公物拍卖和市级公物拍卖是否符合规定条件。

**（二）拍卖企业及分公司经营情况**

1、2018年度拍卖企业及分公司拍卖成交额、拍卖场次、收取佣金比例、缴纳税金等情况，企业管理和会计核算是否符合相关法律法规。

2、拍卖企业及分公司申请取得从事拍卖业务许可后，是否存在连续6个月无正当理由未举办拍卖会或没有营业纳税证明情况。

3、有无出租、转让拍卖经营批准证书；拍卖业务范围是否超出拍卖经营批准证书上的经营范围；拍卖经营批准证书有效期到期后是否办理延期；有无与竞买人恶意串通，违规发布拍卖公告，对拍卖标的进行虚假宣传，给买受人造成经济损失；企业在无拍卖师注册执业情况下，有无雇佣未依法注册的拍卖师或其他人员充当拍卖师主持拍卖活动；有无采取恶意降低佣金比例或低于拍卖活动成本收取佣金，甚至不收取佣金（义拍除外）或通过给予委托人回扣等手段进行不正当竞争以及其他违反法律法规的行为。

4、是否按时、准确、完整地报送统计报表。

三、核查材料

**（一）拍卖企业应提交的材料**

1、拍卖企业2018年度自查报告。

2、《2018年度河北省拍卖企业基本情况核查登记表》（附件1）。

3、《2018年度河北省拍卖企业经营情况核查登记表》（附件2）。

4、河北省拍卖企业2018年基本信息年报和经营信息年报（由企业自行登录商务部业务系统统一平台“全国拍卖行业管理”〔网址：http://www.mofcom.gov.cn/mofcom//typt.shtml〕，填报数据后打印，基本信息年报可复制到word文档后打印，经营信息年报可直接在该系统中打印）。

5、《拍卖经营批准证书》正、副本原件。

6、《营业执照》副本复印件。

7、在本拍卖企业注册的全部拍卖师执业资格证书和拍卖师执业记录复印件。

**（二）拍卖企业分公司应提交的材料**

1、拍卖企业所设分公司2018年度自查报告。

2、《2018年度河北省拍卖企业所设分公司核查基本情况登记表》（附件3）。

3、《2018年度河北省拍卖企业所设分公司经营情况核查登记表》（附件4）。

4、《拍卖经营批准证书》正、副本原件。

5、《营业执照》副本复印件。

6、在分公司注册的全部拍卖师执业资格证书和拍卖师执业记录复印件。

拍卖企业及分公司核查材料的复印件，拍卖企业应加盖公章、骑缝章，并按以上顺序装订成册。

四、核查方法

（一）企业自查及报送材料（2月21日至3月5日）

拍卖企业及分公司按照本通知规定的核查内容进行自查，形成自查报告，连同其他核查材料报所在市（含定州、辛集市）商务局。2018年度拍卖核查，雄安新区区域内拍卖企业及分公司将核查材料报保定市商务局，唐山市曹妃甸区区域内拍卖企业及分公司将核查材料报唐山市商务局。2019年拍卖年度核查将按改革后体制进行。领取拍卖经营批准证书不满6个月的拍卖企业不参加年度核查，只需填报《2018年度河北省拍卖企业基本情况核查登记表》和《2018年度河北省拍卖企业经营情况核查登记表》。

拍卖企业及分公司申请取得从事拍卖业务许可后连续6个月未举办拍卖会或没有营业纳税证明，拟继续从事拍卖业务的，应书面详细说明理由，加盖企业公章和骑缝章，连同核查材料报所在市（含定州、辛集市）商务局，由市商务局组织协调初审，我厅审核后确定核查意见。拟注销《拍卖经营批准证书》的，可向所在市（含定州、辛集市）商务局书面申请不参加2018年度拍卖核查，并提交《拍卖经营批准证书》（正、副本）及有关证明材料，加盖企业公章和骑缝章，经所在市（含定州、辛集市）商务局同意后报我厅，按规定办理注销手续。

（二）市商务局组织协调初审（3月6日至3月20日）

各市（含定州、辛集市）商务局核实企业提交的核查材料复

印件与原件，登录“全国拍卖行业管理”和中国拍卖行业协会门户网站，审核企业年报、注册拍卖师等有关情况。核对无误后，在复印件上加盖核对章并签注核对人姓名。同时，我厅将与各市（含定州、辛集市）商务局、省拍卖行业协会及聘请的会计师事务所联合组成年审工作小组，共同实施现场审计审核，形成核查报告。会计师事务所核查费用标准由其与核查企业协商确定。

各市（含定州、辛集市）商务局根据核查报告在所有《拍卖企业及所设分公司2018年度核查登记表》《2018年度拍卖核查汇总表》（附件5）上，分别签署初审意见（应明确“核查合格”“限期整改”或“收回拍卖经营批准证书”三类意见，并注明是否符合省级或市级公物拍卖企业条件），由主管局长签字并加盖公章后，连同年度拍卖企业核查情况报告和企业核查材料一并报我厅（核查汇总表电子版发省商务厅流通业发展处邮箱）。对不报送核查材料的拍卖企业或分公司，按不具备从事拍卖业务的许可条件处理，由所在市（含定州、辛集市）商务局收回《拍卖经营批准证书》，并上缴我厅。

（三）省商务厅审核（3月21日至3月31日）

根据核查情况，我厅将分别研究确定处理意见。对核查

合格的企业，在《拍卖经营批准证书》（副本）上加盖“河北省拍卖企业年度核查专用章”后，连同2018年度拍卖企业核查意见书一并发还。对不具备相应条件或有违法违规行为，严重扰乱拍卖市场经营秩序的拍卖企业，按照商务部《拍卖管理办法》等有关规定执行，并将核查情况予以通报。各市（含定州、辛集市）商务局在核查结束后一个月内，将企业整改情况报告和企业整改材料报我厅，由我厅、各市（含定州、辛集市）商务局再次签署审核处理意见。

五、核查要求

（一）各市（含定州、辛集市）商务局要高度重视拍卖企业年度核查工作，精心组织，周密部署，积极督导企业做好核查准备工作，认真开展自查自纠。

（二）年度核查工作要依法行政，不得借机吃拿卡要、搭车收费，更不能徇私舞弊、索贿受贿。要实事求是、认真细致，核查报告要真实，反映问题要准确，由核查人员签字。

    （三）拍卖企业认为向核查人员提交的材料有保密内容的，应注明“保密”字样并密封。核查人员对在核查中获知的有关拍卖企业及分公司、委托人、竞买人、买受人要求保密的内容，要严格按照保密规定为其保密，造成泄密的，按有关规定处理。

（四）各企业要积极配合核查工作，及时提交核查材料。

联系人：流通业发展处   江潮  战浩

电  话：0311-87909663  0311-87909150

邮  箱：hbswtltc@163.com

附件：1、2018年度河北省拍卖企业基本情况核查登记表

      2、2018年度河北省拍卖企业经营情况核查登记表

      3、2018年度河北省拍卖企业所设分公司核查基本情

         况登记表

      4、2018年度河北省拍卖企业所设分公司经营情况核

         查登记表

      5、2018年度拍卖核查汇总表

                           河北省商务厅

                          2019年2月21日

  抄送：河北省拍卖行业协会。

 **关于对新拍卖师颁发《拍卖师执业资格证书》的通知**

  各省（区、市）拍卖行业协会、有关拍卖企业、各位新拍卖师：

中国拍卖行业协会（以下简称中拍协）定于2019年3月初在京对新拍卖师（第30期）进行集中面授培训，并颁发《拍卖师执业资格证书》。现将有关事项通知如下：

一、参加人员

（一）第30期拍卖师资格考试合格的人员；

（二）未参加集中面授培训的第29期拍卖师。

二、活动安排

（一）上岗培训

1、宣贯《拍卖师操作规范》；

2、讲授拍卖专业业务知识；

3、模拟训练拍卖主持；

4、讲授网络拍卖实务；

5、讲授拍卖商务礼仪。

（二）颁证

新拍卖师将进行宣誓，并由中拍协颁予《拍卖师执业资格证书》和《2019年执业注册记录》。

三、培训师资

本次培训授课教师由大专院校专家、中拍协有关负责人和业内经验丰富的拍卖师组成。

四、报名缴费

（一）请于2月25日前使用本人拍卖师管理号和密码（初始密码为123456，首次登录后请及时修改并牢记），[点此报名](http://www.caa123.org.cn/frontCcSignOfferDetailAction.do?method=doSignOfferDetail&key=3922" \t "http://www.caa123.org.cn/_blank)并缴费。拍卖师管理号可在《第30期拍卖师考试合格人员名单》中查询。

（二）登陆报名成功后系统会自动提醒缴费事宜，可直接网上缴纳培训及资料费（1200元/人）。

五、时间与地点

（一）时间

1、报到：2019年3月1日（星期五）  14:00-18:00

2、培训：2019年3月2日至4日

（二）地点：泰康商学院

       地址：北京市昌平区科学园路31号中关村生命科学园内

六、其它

（一）请本人携带身份证报到；
    （二）培训结束时间为3月4日下午5点，不得提前离开；
    （三）对考试合格学员颁发《拍卖师操作规范》宣贯结业证书；
    （四）此次培训可折算2019年继续教育40学时；
    （五）培训期间有宣誓仪式和全体合影，请自觉着正装；
    （六）参加人员食宿统一安排，费用自理。

如有咨询事宜，请联系中拍协职业教育部。

联系人：季乐、刘颂

电  话：010-64931466—8003、8001

2019年1月28日

**行业政策**

《中华人民共和国电子商务法》2019年1月1日起正式施行

中华人民共和国电子商务法

（2018年8月31日第十三届全国人民代表大会常务委员会第五次会议通过）

目录

第一章　总则

第二章　电子商务经营者

第一节　一般规定

第二节　电子商务平台经营者

第三章　电子商务合同的订立与履行

第四章　电子商务争议解决

第五章　电子商务促进

第六章　法律责任

第七章　附则

第一章　总则

第一条　为了保障电子商务各方主体的合法权益，规范电子商务行为，维护市场秩序，促进

电子商务持续健康发展，制定本法。

第二条　中华人民共和国境内的电子商务活动，适用本法。

本法所称电子商务，是指通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务的经营活动。

法律、行政法规对销售商品或者提供服务有规定的，适用其规定。金融类产品和服务，利用

信息网络提供新闻信息、音视频节目、出版以及文化产品等内容方面的服务，不适用本法。

第三条　国家鼓励发展电子商务新业态，创新商业模式，促进电子商务技术研发和推广应

用，推进电子商务诚信体系建设，营造有利于电子商务创新发展的市场环境，充分发挥电子商务

在推动高质量发展、满足人民日益增长的美好生活需要、构建开放型经济方面的重要作用。

第四条　国家平等对待线上线下商务活动，促进线上线下融合发展，各级人民政府和有关部

门不得采取歧视性的政策措施，不得滥用行政权力排除、限制市场竞争。

第五条　电子商务经营者从事经营活动，应当遵循自愿、平等、公平、诚信的原则，遵守法

律和商业道德，公平参与市场竞争，履行消费者权益保护、环境保护、知识产权保护、网络安全

与个人信息保护等方面的义务，承担产品和服务质量责任，接受政府和社会的监督。

第六条　国务院有关部门按照职责分工负责电子商务发展促进、监督管理等工作。县级以上

地方各级人民政府可以根据本行政区域的实际情况，确定本行政区域内电子商务的部门职责划

分。

第七条　国家建立符合电子商务特点的协同管理体系，推动形成有关部门、电子商务行业组

织、电子商务经营者、消费者等共同参与的电子商务市场治理体系。

第八条　电子商务行业组织按照本组织章程开展行业自律，建立健全行业规范，推动行业诚

信建设，监督、引导本行业经营者公平参与市场竞争。

第二章　电子商务经营者

第一节　一般规定

第九条　本法所称电子商务经营者，是指通过互联网等信息网络从事销售商品或者提供服务

的经营活动的自然人、法人和非法人组织，包括电子商务平台经营者、平台内经营者以及通过自

建网站、其他网络服务销售商品或者提供服务的电子商务经营者。

本法所称电子商务平台经营者，是指在电子商务中为交易双方或者多方提供网络经营场所、

交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展交易活动的法人或者非法人组织。

本法所称平台内经营者，是指通过电子商务平台销售商品或者提供服务的电子商务经营者。

第十条　电子商务经营者应当依法办理市场主体登记。但是，个人销售自产农副产品、家庭

手工业产品，个人利用自己的技能从事依法无须取得许可的便民劳务活动和零星小额交易活动，

以及依照法律、行政法规不需要进行登记的除外。

第十一条　电子商务经营者应当依法履行纳税义务，并依法享受税收优惠。

依照前条规定不需要办理市场主体登记的电子商务经营者在首次纳税义务发生后，应当依照

税收征收管理法律、行政法规的规定申请办理税务登记，并如实申报纳税。

第十二条　电子商务经营者从事经营活动，依法需要取得相关行政许可的，应当依法取得行

政许可。

第十三条　电子商务经营者销售的商品或者提供的服务应当符合保障人身、财产安全的要求

和环境保护要求，不得销售或者提供法律、行政法规禁止交易的商品或者服务。

第十四条　电子商务经营者销售商品或者提供服务应当依法出具纸质发票或者电子发票等购

货凭证或者服务单据。电子发票与纸质发票具有同等法律效力。

第十五条　电子商务经营者应当在其首页显著位置，持续公示营业执照信息、与其经营业务

有关的行政许可信息、属于依照本法第十条规定的不需要办理市场主体登记情形等信息，或者上

述信息的链接标识。

前款规定的信息发生变更的，电子商务经营者应当及时更新公示信息。

第十六条　电子商务经营者自行终止从事电子商务的，应当提前三十日在首页显著位置持续

公示有关信息。

第十七条　电子商务经营者应当全面、真实、准确、及时地披露商品或者服务信息，保障消

费者的知情权和选择权。电子商务经营者不得以虚构交易、编造用户评价等方式进行虚假或者引

人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。

第十八条　电子商务经营者根据消费者的兴趣爱好、消费习惯等特征向其提供商品或者服务

的搜索结果的，应当同时向该消费者提供不针对其个人特征的选项，尊重和平等保护消费者合法

权益。

电子商务经营者向消费者发送广告的，应当遵守《中华人民共和国广告法》的有关规定。

第十九条　电子商务经营者搭售商品或者服务，应当以显著方式提请消费者注意，不得将搭

售商品或者服务作为默认同意的选项。

第二十条　电子商务经营者应当按照承诺或者与消费者约定的方式、时限向消费者交付商品

或者服务，并承担商品运输中的风险和责任。但是，消费者另行选择快递物流服务提供者的除

外。

第二十一条　电子商务经营者按照约定向消费者收取押金的，应当明示押金退还的方式、程

序，不得对押金退还设置不合理条件。消费者申请退还押金，符合押金退还条件的，电子商务经

营者应当及时退还。

第二十二条　电子商务经营者因其技术优势、用户数量、对相关行业的控制能力以及其他经

营者对该电子商务经营者在交易上的依赖程度等因素而具有市场支配地位的，不得滥用市场支配

地位，排除、限制竞争。

第二十三条　电子商务经营者收集、使用其用户的个人信息，应当遵守法律、行政法规有关

个人信息保护的规定。

第二十四条　电子商务经营者应当明示用户信息查询、更正、删除以及用户注销的方式、程

序，不得对用户信息查询、更正、删除以及用户注销设置不合理条件。

电子商务经营者收到用户信息查询或者更正、删除的申请的，应当在核实身份后及时提供查

询或者更正、删除用户信息。用户注销的，电子商务经营者应当立即删除该用户的信息；依照法

律、行政法规的规定或者双方约定保存的，依照其规定。

第二十五条　有关主管部门依照法律、行政法规的规定要求电子商务经营者提供有关电子商

务数据信息的，电子商务经营者应当提供。有关主管部门应当采取必要措施保护电子商务经营者

提供的数据信息的安全，并对其中的个人信息、隐私和商业秘密严格保密，不得泄露、出售或者

非法向他人提供。

第二十六条　电子商务经营者从事跨境电子商务，应当遵守进出口监督管理的法律、行政法

规和国家有关规定。

第二节　电子商务平台经营者

第二十七条　电子商务平台经营者应当要求申请进入平台销售商品或者提供服务的经营者提

交其身份、地址、联系方式、行政许可等真实信息，进行核验、登记，建立登记档案，并定期核

验更新。

电子商务平台经营者为进入平台销售商品或者提供服务的非经营用户提供服务，应当遵守本

节有关规定。

第二十八条　电子商务平台经营者应当按照规定向市场监督管理部门报送平台内经营者的身

份信息，提示未办理市场主体登记的经营者依法办理登记，并配合市场监督管理部门，针对电子

商务的特点，为应当办理市场主体登记的经营者办理登记提供便利。

电子商务平台经营者应当依照税收征收管理法律、行政法规的规定，向税务部门报送平台内

经营者的身份信息和与纳税有关的信息，并应当提示依照本法第十条规定不需要办理市场主体登

记的电子商务经营者依照本法第十一条第二款的规定办理税务登记。

第二十九条　电子商务平台经营者发现平台内的商品或者服务信息存在违反本法第十二条、

第十三条规定情形的，应当依法采取必要的处置措施，并向有关主管部门报告。

第三十条　电子商务平台经营者应当采取技术措施和其他必要措施保证其网络安全、稳定运

行，防范网络违法犯罪活动，有效应对网络安全事件，保障电子商务交易安全。

电子商务平台经营者应当制定网络安全事件应急预案，发生网络安全事件时，应当立即启动

应急预案，采取相应的补救措施，并向有关主管部门报告。

第三十一条　电子商务平台经营者应当记录、保存平台上发布的商品和服务信息、交易信

息，并确保信息的完整性、保密性、可用性。商品和服务信息、交易信息保存时间自交易完成之

日起不少于三年；法律、行政法规另有规定的，依照其规定。

第三十二条　电子商务平台经营者应当遵循公开、公平、公正的原则，制定平台服务协议和

交易规则，明确进入和退出平台、商品和服务质量保障、消费者权益保护、个人信息保护等方面

的权利和义务。

第三十三条　电子商务平台经营者应当在其首页显著位置持续公示平台服务协议和交易规则

信息或者上述信息的链接标识，并保证经营者和消费者能够便利、完整地阅览和下载。

第三十四条　电子商务平台经营者修改平台服务协议和交易规则，应当在其首页显著位置公

开征求意见，采取合理措施确保有关各方能够及时充分表达意见。修改内容应当至少在实施前七

日予以公示。

平台内经营者不接受修改内容，要求退出平台的，电子商务平台经营者不得阻止，并按照修

改前的服务协议和交易规则承担相关责任。

第三十五条　电子商务平台经营者不得利用服务协议、交易规则以及技术等手段，对平台内

经营者在平台内的交易、交易价格以及与其他经营者的交易等进行不合理限制或者附加不合理条

件，或者向平台内经营者收取不合理费用。

第三十六条　电子商务平台经营者依据平台服务协议和交易规则对平台内经营者违反法律、

法规的行为实施警示、暂停或者终止服务等措施的，应当及时公示。

第三十七条　电子商务平台经营者在其平台上开展自营业务的，应当以显著方式区分标记自

营业务和平台内经营者开展的业务，不得误导消费者。

电子商务平台经营者对其标记为自营的业务依法承担商品销售者或者服务提供者的民事责

任。

第三十八条　电子商务平台经营者知道或者应当知道平台内经营者销售的商品或者提供的服

务不符合保障人身、财产安全的要求，或者有其他侵害消费者合法权益行为，未采取必要措施

的，依法与该平台内经营者承担连带责任。

对关系消费者生命健康的商品或者服务，电子商务平台经营者对平台内经营者的资质资格未

尽到审核义务，或者对消费者未尽到安全保障义务，造成消费者损害的，依法承担相应的责任。

第三十九条　电子商务平台经营者应当建立健全信用评价制度，公示信用评价规则，为消费

者提供对平台内销售的商品或者提供的服务进行评价的途径。

电子商务平台经营者不得删除消费者对其平台内销售的商品或者提供的服务的评价。

第四十条　电子商务平台经营者应当根据商品或者服务的价格、销量、信用等以多种方式向

消费者显示商品或者服务的搜索结果；对于竞价排名的商品或者服务，应当显著标明“广告”。

第四十一条　电子商务平台经营者应当建立知识产权保护规则，与知识产权权利人加强合

作，依法保护知识产权。

第四十二条　知识产权权利人认为其知识产权受到侵害的，有权通知电子商务平台经营者采

取删除、屏蔽、断开链接、终止交易和服务等必要措施。通知应当包括构成侵权的初步证据。

电子商务平台经营者接到通知后，应当及时采取必要措施，并将该通知转送平台内经营者；

未及时采取必要措施的，对损害的扩大部分与平台内经营者承担连带责任。

因通知错误造成平台内经营者损害的，依法承担民事责任。恶意发出错误通知，造成平台内

经营者损失的，加倍承担赔偿责任。

第四十三条　平台内经营者接到转送的通知后，可以向电子商务平台经营者提交不存在侵权

行为的声明。声明应当包括不存在侵权行为的初步证据。

电子商务平台经营者接到声明后，应当将该声明转送发出通知的知识产权权利人，并告知其

可以向有关主管部门投诉或者向人民法院起诉。电子商务平台经营者在转送声明到达知识产权权

利人后十五日内，未收到权利人已经投诉或者起诉通知的，应当及时终止所采取的措施。

第四十四条　电子商务平台经营者应当及时公示收到的本法第四十二条、第四十三条规定的

通知、声明及处理结果。

第四十五条　电子商务平台经营者知道或者应当知道平台内经营者侵犯知识产权的，应当采

取删除、屏蔽、断开链接、终止交易和服务等必要措施；未采取必要措施的，与侵权人承担连带

责任。

第四十六条　除本法第九条第二款规定的服务外，电子商务平台经营者可以按照平台服务协

议和交易规则，为经营者之间的电子商务提供仓储、物流、支付结算、交收等服务。电子商务平

台经营者为经营者之间的电子商务提供服务，应当遵守法律、行政法规和国家有关规定，不得采

取集中竞价、做市商等集中交易方式进行交易，不得进行标准化合约交易。

第三章　电子商务合同的订立与履行

第四十七条　电子商务当事人订立和履行合同，适用本章和《中华人民共和国民法总则》

《中华人民共和国合同法》《中华人民共和国电子签名法》等法律的规定。

第四十八条　电子商务当事人使用自动信息系统订立或者履行合同的行为对使用该系统的当

事人具有法律效力。

在电子商务中推定当事人具有相应的民事行为能力。但是，有相反证据足以推翻的除外。

第四十九条　电子商务经营者发布的商品或者服务信息符合要约条件的，用户选择该商品或

者服务并提交订单成功，合同成立。当事人另有约定的，从其约定。

电子商务经营者不得以格式条款等方式约定消费者支付价款后合同不成立；格式条款等含有

该内容的，其内容无效。

第五十条　电子商务经营者应当清晰、全面、明确地告知用户订立合同的步骤、注意事项、

下载方法等事项，并保证用户能够便利、完整地阅览和下载。

电子商务经营者应当保证用户在提交订单前可以更正输入错误。

第五十一条　合同标的为交付商品并采用快递物流方式交付的，收货人签收时间为交付时

间。合同标的为提供服务的，生成的电子凭证或者实物凭证中载明的时间为交付时间；前述凭证

没有载明时间或者载明时间与实际提供服务时间不一致的，实际提供服务的时间为交付时间。

合同标的为采用在线传输方式交付的，合同标的进入对方当事人指定的特定系统并且能够检

索识别的时间为交付时间。

合同当事人对交付方式、交付时间另有约定的，从其约定。

第五十二条　电子商务当事人可以约定采用快递物流方式交付商品。

快递物流服务提供者为电子商务提供快递物流服务，应当遵守法律、行政法规，并应当符合

承诺的服务规范和时限。快递物流服务提供者在交付商品时，应当提示收货人当面查验；交由他

人代收的，应当经收货人同意。

快递物流服务提供者应当按照规定使用环保包装材料，实现包装材料的减量化和再利用。

快递物流服务提供者在提供快递物流服务的同时，可以接受电子商务经营者的委托提供代收

货款服务。

第五十三条　电子商务当事人可以约定采用电子支付方式支付价款。

电子支付服务提供者为电子商务提供电子支付服务，应当遵守国家规定，告知用户电子支付

服务的功能、使用方法、注意事项、相关风险和收费标准等事项，不得附加不合理交易条件。电

子支付服务提供者应当确保电子支付指令的完整性、一致性、可跟踪稽核和不可篡改。

电子支付服务提供者应当向用户免费提供对账服务以及最近三年的交易记录。

第五十四条　电子支付服务提供者提供电子支付服务不符合国家有关支付安全管理要求，造

成用户损失的，应当承担赔偿责任。

第五十五条　用户在发出支付指令前，应当核对支付指令所包含的金额、收款人等完整信

息。

支付指令发生错误的，电子支付服务提供者应当及时查找原因，并采取相关措施予以纠正。

造成用户损失的，电子支付服务提供者应当承担赔偿责任，但能够证明支付错误非自身原因造成

的除外。

第五十六条　电子支付服务提供者完成电子支付后，应当及时准确地向用户提供符合约定方

式的确认支付的信息。

第五十七条　用户应当妥善保管交易密码、电子签名数据等安全工具。用户发现安全工具遗

失、被盗用或者未经授权的支付的，应当及时通知电子支付服务提供者。

未经授权的支付造成的损失，由电子支付服务提供者承担；电子支付服务提供者能够证明未

经授权的支付是因用户的过错造成的，不承担责任。

电子支付服务提供者发现支付指令未经授权，或者收到用户支付指令未经授权的通知时，应

当立即采取措施防止损失扩大。电子支付服务提供者未及时采取措施导致损失扩大的，对损失扩

大部分承担责任。

第四章　电子商务争议解决

第五十八条　国家鼓励电子商务平台经营者建立有利于电子商务发展和消费者权益保护的商

品、服务质量担保机制。

电子商务平台经营者与平台内经营者协议设立消费者权益保证金的，双方应当就消费者权益

保证金的提取数额、管理、使用和退还办法等作出明确约定。

消费者要求电子商务平台经营者承担先行赔偿责任以及电子商务平台经营者赔偿后向平台内

经营者的追偿，适用《中华人民共和国消费者权益保护法》的有关规定。

第五十九条　电子商务经营者应当建立便捷、有效的投诉、举报机制，公开投诉、举报方式

等信息，及时受理并处理投诉、举报。

第六十条　电子商务争议可以通过协商和解，请求消费者组织、行业协会或者其他依法成立

的调解组织调解，向有关部门投诉，提请仲裁，或者提起诉讼等方式解决。

第六十一条　消费者在电子商务平台购买商品或者接受服务，与平台内经营者发生争议时，

电子商务平台经营者应当积极协助消费者维护合法权益。

第六十二条　在电子商务争议处理中，电子商务经营者应当提供原始合同和交易记录。因电

子商务经营者丢失、伪造、篡改、销毁、隐匿或者拒绝提供前述资料，致使人民法院、仲裁机构

或者有关机关无法查明事实的，电子商务经营者应当承担相应的法律责任。

第六十三条　电子商务平台经营者可以建立争议在线解决机制，制定并公示争议解决规则，

根据自愿原则，公平、公正地解决当事人的争议。

第五章　电子商务促进

第六十四条　国务院和省、自治区、直辖市人民政府应当将电子商务发展纳入国民经济和社

会发展规划，制定科学合理的产业政策，促进电子商务创新发展。

第六十五条　国务院和县级以上地方人民政府及其有关部门应当采取措施，支持、推动绿色

包装、仓储、运输，促进电子商务绿色发展。

第六十六条　国家推动电子商务基础设施和物流网络建设，完善电子商务统计制度，加强电

子商务标准体系建设。

第六十七条　国家推动电子商务在国民经济各个领域的应用，支持电子商务与各产业融合发

展。

第六十八条　国家促进农业生产、加工、流通等环节的互联网技术应用，鼓励各类社会资源

加强合作，促进农村电子商务发展，发挥电子商务在精准扶贫中的作用。

第六十九条　国家维护电子商务交易安全，保护电子商务用户信息，鼓励电子商务数据开发

应用，保障电子商务数据依法有序自由流动。

国家采取措施推动建立公共数据共享机制，促进电子商务经营者依法利用公共数据。

第七十条　国家支持依法设立的信用评价机构开展电子商务信用评价，向社会提供电子商务

信用评价服务。

第七十一条　国家促进跨境电子商务发展，建立健全适应跨境电子商务特点的海关、税收、

进出境检验检疫、支付结算等管理制度，提高跨境电子商务各环节便利化水平，支持跨境电子商

务平台经营者等为跨境电子商务提供仓储物流、报关、报检等服务。

国家支持小型微型企业从事跨境电子商务。

第七十二条　国家进出口管理部门应当推进跨境电子商务海关申报、纳税、检验检疫等环节

的综合服务和监管体系建设，优化监管流程，推动实现信息共享、监管互认、执法互助，提高跨

境电子商务服务和监管效率。跨境电子商务经营者可以凭电子单证向国家进出口管理部门办理有

关手续。

第七十三条　国家推动建立与不同国家、地区之间跨境电子商务的交流合作，参与电子商务

国际规则的制定，促进电子签名、电子身份等国际互认。

国家推动建立与不同国家、地区之间的跨境电子商务争议解决机制。

第六章　法律责任

第七十四条　电子商务经营者销售商品或者提供服务，不履行合同义务或者履行合同义务不

符合约定，或者造成他人损害的，依法承担民事责任。

第七十五条　电子商务经营者违反本法第十二条、第十三条规定，未取得相关行政许可从事

经营活动，或者销售、提供法律、行政法规禁止交易的商品、服务，或者不履行本法第二十五条

规定的信息提供义务，电子商务平台经营者违反本法第四十六条规定，采取集中交易方式进行交

易，或者进行标准化合约交易的，依照有关法律、行政法规的规定处罚。

第七十六条　电子商务经营者违反本法规定，有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令

限期改正，可以处一万元以下的罚款，对其中的电子商务平台经营者，依照本法第八十一条第一

款的规定处罚：

（一）未在首页显著位置公示营业执照信息、行政许可信息、属于不需要办理市场主体登记

情形等信息，或者上述信息的链接标识的；

（二）未在首页显著位置持续公示终止电子商务的有关信息的；

（三）未明示用户信息查询、更正、删除以及用户注销的方式、程序，或者对用户信息查

询、更正、删除以及用户注销设置不合理条件的。

电子商务平台经营者对违反前款规定的平台内经营者未采取必要措施的，由市场监督管理部

门责令限期改正，可以处二万元以上十万元以下的罚款。

第七十七条　电子商务经营者违反本法第十八条第一款规定提供搜索结果，或者违反本法第

十九条规定搭售商品、服务的，由市场监督管理部门责令限期改正，没收违法所得，可以并处五

万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，并处二十万元以上五十万元以下的罚款。

第七十八条　电子商务经营者违反本法第二十一条规定，未向消费者明示押金退还的方式、

程序，对押金退还设置不合理条件，或者不及时退还押金的，由有关主管部门责令限期改正，可

以处五万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，处二十万元以上五十万元以下的罚款。

第七十九条　电子商务经营者违反法律、行政法规有关个人信息保护的规定，或者不履行本

法第三十条和有关法律、行政法规规定的网络安全保障义务的，依照《中华人民共和国网络安全

法》等法律、行政法规的规定处罚。

第八十条　电子商务平台经营者有下列行为之一的，由有关主管部门责令限期改正；逾期不

改正的，处二万元以上十万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿，并处十万元以上五十万

元以下的罚款：

（一）不履行本法第二十七条规定的核验、登记义务的；

（二）不按照本法第二十八条规定向市场监督管理部门、税务部门报送有关信息的；

（三）不按照本法第二十九条规定对违法情形采取必要的处置措施，或者未向有关主管部门

报告的；

（四）不履行本法第三十一条规定的商品和服务信息、交易信息保存义务的。

法律、行政法规对前款规定的违法行为的处罚另有规定的，依照其规定。

第八十一条　电子商务平台经营者违反本法规定，有下列行为之一的，由市场监督管理部门

责令限期改正，可以处二万元以上十万元以下的罚款；情节严重的，处十万元以上五十万元以下

的罚款：

（一）未在首页显著位置持续公示平台服务协议、交易规则信息或者上述信息的链接标识

的；

（二）修改交易规则未在首页显著位置公开征求意见，未按照规定的时间提前公示修改内

容，或者阻止平台内经营者退出的；

（三）未以显著方式区分标记自营业务和平台内经营者开展的业务的；

（四）未为消费者提供对平台内销售的商品或者提供的服务进行评价的途径，或者擅自删除

消费者的评价的。

电子商务平台经营者违反本法第四十条规定，对竞价排名的商品或者服务未显著标明“广

告”的，依照《中华人民共和国广告法》的规定处罚。

第八十二条　电子商务平台经营者违反本法第三十五条规定，对平台内经营者在平台内的交

易、交易价格或者与其他经营者的交易等进行不合理限制或者附加不合理条件，或者向平台内经

营者收取不合理费用的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处五万元以上五十万元以下的

罚款；情节严重的，处五十万元以上二百万元以下的罚款。

第八十三条　电子商务平台经营者违反本法第三十八条规定，对平台内经营者侵害消费者合

法权益行为未采取必要措施，或者对平台内经营者未尽到资质资格审核义务，或者对消费者未尽

到安全保障义务的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处五万元以上五十万元以下的罚

款；情节严重的，责令停业整顿，并处五十万元以上二百万元以下的罚款。

第八十四条　电子商务平台经营者违反本法第四十二条、第四十五条规定，对平台内经营者

实施侵犯知识产权行为未依法采取必要措施的，由有关知识产权行政部门责令限期改正；逾期不

改正的，处五万元以上五十万元以下的罚款；情节严重的，处五十万元以上二百万元以下的罚

款。

第八十五条　电子商务经营者违反本法规定，销售的商品或者提供的服务不符合保障人身、

财产安全的要求，实施虚假或者引人误解的商业宣传等不正当竞争行为，滥用市场支配地位，或

者实施侵犯知识产权、侵害消费者权益等行为的，依照有关法律的规定处罚。

第八十六条　电子商务经营者有本法规定的违法行为的，依照有关法律、行政法规的规定记

入信用档案，并予以公示。

第八十七条　依法负有电子商务监督管理职责的部门的工作人员，玩忽职守、滥用职权、徇

私舞弊，或者泄露、出售或者非法向他人提供在履行职责中所知悉的个人信息、隐私和商业秘密

的，依法追究法律责任。

第八十八条　违反本法规定，构成违反治安管理行为的，依法给予治安管理处罚；构成犯罪

的，依法追究刑事责任。

第七章　附则

第八十九条　本法自2019年1月1日起施行。

**拍卖论坛**

艺术品拍卖行业不良形象需转变

各项数据指标已经证明中国艺术品市场在全球的目前地位，以及这一地位是稳定而持续的。

而就2017年的具体数据而言，中国艺术品拍卖业也处于一个适度偏好的阶段，并表明中国艺术拍

卖业已经从规模发展逐渐转向质量发展的新阶段。

从全球艺术品市场来看艺术品拍卖额的市场占比一般在20%左右，虽然在2008年金融危机之

后由于全球艺术品拍卖业率先复苏，并成为拉动近十年来市场增长的主要动力，但是就算是在全

球拍卖中心的美国，艺术品拍卖额的市场占比最高也是28%，也就是说画廊、博览会、私人洽购

等市场交易额占据了很大的市场份额。于是在国内所谓的“市场倒挂”的说法就不绝于耳了，我

想指出的是目前中国拍卖交易额仍然占据了“半壁江山”这一事实，以及所谓的“市场倒挂”的

理论依据只是来源于西方艺术市场的现实。

需要指出的还有从上世纪90年代开始的“海外回流”，已经从偶然现象变成了当下艺术拍卖

全行业的整体参与。“海外回流”是中国艺术品拍卖整个行业的重大文化贡献，但它不仅仅只是

在文物保护、文化传承等层面上的机制创新，更是中国文化企业参与全球化的进程，是针对世界

性的文化贸易、文化影响与生成新的价格体系的实质性推动。也可以这么说，“海外回流”是中

国拍卖企业国际化的第一步。

事实是“全球征集”“国际巡展”和走出去开“办事处”或“分公司”，已经成为近几年越

来越常见的国内拍卖业的经营现象。面对国家文化政策和经济环境的调整，以及全球化的业务竞

争、香港地区艺术市场的最新崛起，中国艺术品拍卖行业的压力、风险超过了之前的任何时候。

拍卖人基本成了“空中飞人”，而在运营成本不断增加的同时，管理制度也面临着极大的挑战。

企业管理的强化、拍卖规程的出台与“拍卖法”的修订，一方面推动了国内拍卖机制的自我

完善，一方面也是对市场现状的净化与改变。的确，拍卖机制所倡导的“公平”、“公

正”、“公开”等原则，极大地改变了过去的信息不对称以及暗箱操作等种种的不规范、不和

谐。事实上，所谓的“拍卖机制”已经成为了一种系统性的全面建构，除了《拍卖法》、文物局

《文物拍卖管理办法》、商务部《拍卖监督管理办法》中对拍卖程序的规范之外，《文物艺术品

拍卖规程》（行业标准）、《从业人员守则》《文物拍卖标的的审定指导意见》等行业标准和自

律要求，则更加细致地要求拍卖企业日常性的规范运作以及职业道德的严肃建立，从而支撑起一

个诚信守法的市场体系，在艺术品全行业起到了示范作用，并相较于其他艺术品流通渠道也具有

了某种的领先性。

然而在大量的努力之后，社会各界对于拍卖业“假拍”、“拍假”的不良印象仍需要时间去

扭转与改变。这里除了极少数拍卖企业或从业人员利益熏心而最终失信犯法的负面影响之外，拍

卖机制的持续创新无疑是其中至关重要的“正能量”。

在拍卖机制的创新上：第一，我们要突破过去将拍卖视为一种交易模式的简单认识，而是更

多地去思考作为商业模式的机制创新。建立商业模式的目的是使企业运营的内外各要素整合起

来，形成完整而有效率的运行系统，以达成具有持续赢利目标与核心竞争力的整体解决方案。其

中不仅包括成本结构、收入模型、销售网络、客户群体与维护、合作伙伴与整合，更关键的还有

价值主张与价值配置、打造核心能力等内容，强化并体现了公司战略层面上对商业逻辑的定义。

第二，当我们把视野从简单的交易方式转向商业模式的思考之后，公司经营者就有可能从企

业的具体管理者逐步提升为从整个产业发展的角度去看问题、想问题。产业规划、产业结构和产

业链是产业经济学的基本关注点，但是立足于21世纪创意经济大背景，应该将艺术品拍卖归为创

造性产业去重新定位和重新认识，这样才能充分焕发拍卖作为“服务平台”的传统优势，并通过

机制创新去形成更纵深的产生链条、基面更大的产业集群和面向未来的商业逻辑。

第三、事实上无论是从交易模式到商业模式的思考，还是从企业到产业的视野拓展，最终都

可以归结为从公司战略、产业未来对商业逻辑的定义。虽然艺术品拍卖具有其特殊性，但是以价

值为导向的商业底层逻辑却是所有商业的共性与规律，因此对价值的不懈追求也就是艺术拍卖发

展的底层逻辑。“底层逻辑”是最原始的出发点与最任性的真实反馈，以及对此的长期坚守和反

复挖掘。拍卖人的坚守不仅仅是外部的期望与责任的担负，还在于追求行业、企业和个人的价值

实现的那份不忘初心，唯此才能推动机制的不断创新，并在这样的过程中，净化市场也净化自

我、发展自己。

来源：收藏快报 作者：赵力

##

## 拍卖规则的经济功能分析

 文/刘双舟

 规则的经济功能是通过制度来体现的。关于制度的经济功能，经济学界有各种各样的界定。诺斯认为，在历史上，人类制度的目的是要建立社会秩序，以及降低交换中的不确定性，并为经济行为的绩效提供激励。哈耶克认为制度提供了人类在世界上行为的基础，没有这个基础，世界将充满无知和不确定性。米契尔则指出，制度使行为达到一定程度的标准化和可预见性。此外，在哈耶克自发秩序原理的基础上，博弈论经济学家们则进一步指出，制度能够有效解决人类行为中经常出现的各类协调问题，以及囚徒困境或其他类似的问题。这些观点是针对制度的一般经济功能而言的，由拍卖规则组成的各种制度也同样具有这些功能。我们将拍卖规则的主要经济功能具体概括为以下四个方面：

**◎实现资源有效配置，提高经济效率**

每一种制度都有起特定的经济价值，如货币的特性之一是提供便利；抵押贷款和期货可以提供一种使交易费用降低的合约；市场可以提供信息；保险制度可以共担风险，等等。拍卖制度的首要经济功能就是为经济提供服务，促进经济效率和实现资源的有效配置，这一经济功能的发挥主要体现在三个方面：首先，拍卖是一种通过竞争手段配置资源的制度安排，即以公开竞价的形式，将特定物品或者财产权利转让给最高应价者的买卖方式。通过拍卖方式可以将资源配置到最需要的领域，尤其是土地资源、矿产资源等稀有或紧缺资源，通过拍卖，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者，这就可以使资源得到最好的开发和利用，收到“物尽其用”的效果，避免资源的浪费。其次，拍卖规则的实施遵循公开、公平、公正等原则，具有交易过程透明度高的特点，可以避免交易中的“暗箱操作”，这样的资源配置结果容易被社会接受，减少了纠纷和交易中的监督成本，提高了经济效率。再次，拍卖具有开拓市场的功能，尤其是在特殊商品的交易领域，拍卖与普通的商品交易方式相比，具有较为明显的优势，比如冠名权、各种经营权以及文物艺术品等非正常流通的商品的交易，通过拍卖可以将这些商品或财产权利的交易纳入到市场中来，扩大了市场交易的范围，促进了资源的流通。

**◎规范交易行为，节约交易成本**

交易是经济学中最古老的概念之一。交易成本的形成，是伴随交易行为出现的，交易的过程，也是交易成本的形成过程。交易过程有狭义的交易过程和广义交易过程之分。一般而言，狭义的交易过程指在一定的背景或局限条件下，由交易双方借助于交易媒介，按照双方约定的规则，在约定的时间内把交易对象（可以是有形的实体或无形的服务）从交易的一方转移到另一方，它是通过市场的价格机制来发生作用的。而广义的交易过程包括交易的事前准备过程、事中交易过程和事后执行监督过程。交易的事前准备过程指潜在交易者在事前确定双方交易动机、交易目的、交易条件和范围；描述交换物品的属性、特征、称量与测度。事中的交易过程即狭义的交易过程，指交易双方相互寻找对方，进行沟通、交流与谈判活动，起草契约，登记并转移物品入册。事后执行监督的过程指对达成的交易进行监督与控制，并对违约违法行为进行诉讼。

交易成本理论是由获得诺贝尔经济学奖的科斯提出来的。交易成本可以看作是一系列制度成本，包括信息成本、谈判成本、拟定和实施契约的成本、界定和控制产权的成本、监督管理的成本和制度结构变化的成本。简言之，包括一切不直接发生在物质生产过程中的成本。

我们可将交易成本简单地区分为以下几项：

（1）搜寻成本：商品信息与交易对象信息的搜集。

（2）信息成本：取得交易对象信息与和交易对象进行信息交换所需的成本。

（3）议价成本：针对契约、价格、品质讨价还价的成本。

（4）决策成本：进行相关决策与签订契约所需的内部成本。

（5）监督交易进行的成本：监督交易对象是否依照契约内容进行交易的成本，例如追踪产品、监督、验货等。

（6）违约成本：违约时所需付出的事后成本。

合同是市场主体自由谈判，以促进资源向更高价值使用转移的最主要交易形式，是当事人双方为确认某种事实而达成的具有权利与义务内容的协议。由于一项合同成立的全过程可以细分为准备－谈判－签约－执行－监督－救济等多个环节，每个环节又都分别产生交易成本。合同法的经济实质是提供各种交易规范和标准术语，以便当事人在合同过程中有法可依，从而减少他们为达成交易规范和反复推敲合同条款需的成本，降低在市场变化条件下的交易风险。拍卖法作为规范拍卖这种特殊买卖方式的法，本身就属于合同法中买卖合同法的一部分，因此它自然具有合同法提供交易规范和降低交易成本的功能。

**◎降低交易不确定性，创造竞争与合作条件**

交易不确定性指交易过程中各种风险的发生机率。由于人类有限理性的限制使得面对未来的情况时，人们无法完全事先预测，因此交易中存在着很多不确定性。这些不确定性的存在，无形中增加了交易的成本。比如人们由于对有关商品及供求情况的信息不充分，导致了协商和决策的成本；由于交易的另一方信守契约程度的缺乏了解和机会主义的行为倾向，增加了监督成本和执行成本存在。通过减少交易的不确定性，可以促成交易的顺利进行和降低交易的成本。

拍卖制度本身就是一种解决价格不确定性的制度设计。由于卖方对其要出售的物或财产权利缺乏必要的评价信息，对其价格无法确定，如果通过普通的交易方式，卖方总担心卖亏了；而买方也由于缺乏对要买的物或财产权利的评价信息，无法确定买卖标的的真正价值，如果通过普通的交易方式，买方总担心买亏了。因此买卖双方需要花更多的成本去了相关信息和进行协商，即便是双方就价格问题达成了一致，也可能在执行协议过程中，由于了解到更多的关于标的的信息，而反悔。这些不确定性无疑增加了交易的成本。

拍卖这种制度安排就很好地解决了交易中的价格不确定问题。通过拍卖，由拍卖人为交易提供了一种专业的场所和严密的程序。委托人可以通过拍卖将自己的物或财产权利转让给对该物或财产权利评价最高的买受人，这就是拍卖中的价高者得原则；而买受人通过拍卖可以了解到其他竞买人对拍品的评价信息，以便不断修正自己对拍品的评价，以一个自己买了也不会后悔的价格取得拍品。这种制度安排是得买卖双方都能满意。

在我们的经济生活中，一提到市场经济，我们往往首先会想到竞争，其实市场经济还有需要合作的一面。如果说竞争能够给人们带来活力与效率的话，那么合作能够给人们带来和谐与效率。保障人们公平竞争的制度是好制度，促使人们互利合作的制度也是好制度。拍卖制度在保障公平竞争和促使互利合作两个方面都具有其独特的优越性。在降低交易中的不确定性的同时，拍卖制度还创造了良好的竞争与合作条件。拍卖制度首先给各竞买人提供了公平竞争的场所、程序和机会；同时拍卖制度还给不愿意暴露身份的委托人或竞买人提供了互利合作的条件。

**◎创新均衡模式，提供激励机制**

两个小孩儿为如何分配一个馅饼而争吵时，父母们都知道一种公平地分配馅饼的方法，即让一个小孩切馅饼而让另外一个小孩先选择馅饼。第二个小孩会选择更大的一半，这个行为给第一个小孩施加激励，促使其尽可能公平的切馅饼。这个“先切后选”的解决方法就是机制设计的一个简单例子。赫维茨、马斯金和罗杰·迈尔森三位经济学家因为对机制设计理论的贡献而获得了2007年度的诺贝尔经济学奖。

经济机制设计理论是研究在自由选择、自愿交换、信息不完全及决策分散化的条件下，能否设计一套机制(规则或制度)来达到既定目标的理论。概括的说，经济机制理论所讨论的问题是，对于任意给定的一个经济或社会目标，在自由选择、自愿交换的分散化决策条件下，能否并且怎样设计一个经济机制(即制订什么样的规则)时的经济活动参与者的个人利益和设计者既定的目标一致。经济机制设计理论研究的对象大到对整个经济制度的一般均衡设计，小到对某个经济活动的局部均衡设计。

不同类型的制度如何最大化个人或社会的福利，这是激励机制设计理论产生的背景。在信息不对称的条件下，人们在博弈决策过程中可能策略性地发出一些信号，最终导致的资源配置效率被扭曲。那么如何设计一种机制，最优化资源配置呢？这正是赫维茨在《资源配置中的最优化与信息效率》一文中解释的问题。1973年，赫维茨在最富盛名的《美国经济评论》上发表了《资源分配的机制设计理论》一文，奠定了机制设计理论的基础和初步框架。从经济学的角度看，一个机制的最值得关注的特征有两个：信息和激励。要使机制有效运行，最好的方式就是信息都是真的，没有扭曲，这就可以减少成本。赫维茨曾经举例说，假如一个委托人想把一项工程托付给代理人，他需要知道代理人的真实能力，还需要知道代理人的责任心，也就是说，委托人的最后目标依赖于代理者的私人信息。如果这个信息不准确，他的判断决策就会失误。他是如何可能知道这个关键信息呢？最简单的办法当然是代理人对委托人如实相告，披露自己的私人信息，发出真实的信号，即“说真话”。但代理人有什么激励讲真话不说谎呢？委托者必须提供激励，故而机制设计理论又称激励理论。机制设计要做到规则是“激励相容”，

拍卖制度就是要解决资源配置中“机制设计”的问题。1961年和1962年维克里在两篇论文中分析了不同类型拍卖的特点。他着重研究了现在被称为维克里拍卖的次高价拍卖。在这种拍卖中，物品根据封闭价被拍卖。出价最高者以次高价购买拍卖品。这是一种能引出个人真实意愿的机制实例。一个人如果出比自己所愿支付的更高价格，需冒其他人也同样行为的风险，则不得不亏本购买拍卖品；相反，一个人如果出比自己愿意支付的低的价格，他冒着也许其他人能比他自己所愿意支付的更低价格购得拍卖品。因此，在此类型拍卖中，真实报价对个人最为有利。这种拍卖具有更高的社会效率。维克里的分析不仅仅对拍卖理论有着重要意义，并且为设计能提供社会激励的资源分配机制带来了深入的洞察力。

拍卖制度具有非常明显的激励机制。通过优化我们的拍卖规则，可以创新拍卖中的均衡模式，提高拍卖的激励程度，最终实现资源的良性配置，并使拍卖参与人实现自己的利益或效益最大化。

**拍卖案例**

 揭秘拍卖骗局：能让你手里玉拍出几百万

 在微信中的朋友交流中，遇到几次类似的事情：他们的家里的玉器，被拍卖公司看上了，要征集上拍，而且评价非常高，还有专家的鉴定说明，甚至堪称是国宝级的，拍卖定价大多是几百万元。这些持宝人也会信以为真，期待着拍卖成功后收到上百万的巨款，而且已经计划用这笔巨款买房……

这种骗局几年前就已经出现了，很多人上当受骗。现在把这种骗局的套路揭示给大家：

第一步，骗子们从各种渠道打探、得知你手里玉器，并与你取得联系，告知你：我们拍卖公司里的专家认为您的玉器有很高的价值，而且他们有很多港澳台藏家资源，希望您能将它委托上拍，并且给出了几百万的估价。

第二步，你会信以为真，觉得自己的宝物价值连城，并在几个月后将变成几百万的现金，虽然你自己并不了解自己的“宝物”，但宁愿相信拍卖公司的高估价。这也是骗子所利用的人性弱点。

第三步，骗子和你签委托合同，并且以估价为基础按比例向你收取推广费，一般是1%。想想几个月后，几百万巨款就能到手，几万的推广费也就很痛快地支付了。

第四步，骗子在某地（通常不在你的城市），在宾馆里租用一个会议室，进行一两天的预展，然后找来拍卖师，再雇几个假装的竞买人。一切都是按照正规的拍卖程序进行，这样你是没办法找到他们的法律漏洞的。

第五步，拍卖开始，几乎所有的拍卖全部流拍，无人出价，这也是事先预料到的。你的宝物没能变成巨款，但你的推广费已经缴纳了，不会退还。如果这场拍卖有十几件这样的拍品，骗子们就能赚几十万，甚至上百万。

第六步，流拍的拍品需要退还给你，并找出各种理由向你表示惋惜。但是要退还拍品，还需要向拍卖公司支付1%的保管费，因为在这几个月里，拍卖公司一直为你的宝物提供了高级别的安保，所以你如果想拿回宝物，要再支付几万元。而你依然觉得你的宝物就是价值几百万，交保管费也要拿回来。

明白了吗？骗子把一件玉器估价几百万（市场价值可能只有万元左右），走一次拍卖流程，骗了你几万、十几万。然后物归原主。

其实各种骗局都是利用人性的弱点，这种骗局也不例外，是什么样的人性弱点让你上当？自己认真反省吧

 (转自新浪收藏）

男子欲拍卖古钱币被骗 厦民警伪装卖家揭穿新型骗局

随便一枚钱币，也能“百万起拍”？近日，市民杨先生因打算拍卖家中古董，被人骗走3000

元“服务费”。

反诈骗中心接到报警后，民警为揭穿此类新型骗局，主动添加“拍卖员”微信，经过一

番“讨价还价”，还跟骗子斗智斗勇，最终确定就是诈骗！

遭遇 欲卖家中古董，反被骗“服务费”

“你这个钱币是古董，可以卖个好价钱！”听到对方的这句话，杨先生心里一喜。

但是，对方接着又说，要拍卖，需要先缴交3000元的“服务费”，还要再交4000元“税

费”才能参加拍卖。这些费用究竟该不该交？

原来，杨先生是厦门一公司职员，最近因手头紧急需用钱，便打算拿出家中的两枚古钱币拍

卖。于是，杨先生就通过朋友介绍添加了一个自称在古玩拍卖公司工作的人的微信，并将自己的

钱币拍照发给对方。

对方当即表示这个钱币可以卖个好价钱，但需要杨先生缴交3000元的“服务费”。就这样，

急着用钱的杨先生把3000元转到对方指定账户中。

对方收到钱后承诺，将会在20天内将钱币拍卖掉。可杨先生等了两个多月，一直等到11月20

日，拍卖一直没有下文。此时，对方又要求杨先生再出资4000元“税费”，交费后才能参加“公

司”组织的拍卖会。

当杨先生拒绝对方再次转账的要求，并让对方返还之前3000元“服务费”时，微信便被对方

拉黑了。

揭秘 一枚价值“百万”钱币背后的故事

近日，面对此新型诈骗，认真负责的民警为了查清真相，了解骗子究竟会怎么骗，便按杨先

生提供的微信号，主动添加了对方微信。

添加微信后，民警向对方发送了一张自己家里的“传家宝”钱币图片（其实是网上随便找来

的），没想到对方直接答复“一百多万元上拍”、“给你上英国拍卖行”！

对方还说，自己公司是与英国斯图亚特拍卖公司合作，将在12月底拍卖！这样的说法无疑令

人心动，毕竟“价值百万元”很诱人。

不过，对方突然话锋一转，又提出合作之前，需要先交15000元的“服务费”，这与杨先生

的遭遇极其相似。

经过一番“讨价还价”，对方竟然答应给“服务费”打个折，交3000元“定金”即可。在此

期间，民警几次要求对方提供公司的名称或营业执照，却被对方一再拒绝。

警方提醒

“帮助拍卖”是新型诈骗

民警最终确认，这就是新型诈骗！在此类骗局中，首先，骗子冒充拍卖公司人员，以“帮助

拍卖收藏品”为由实施诈骗。行骗中，骗子主要抓住了市民急于把收藏品卖出套现的心理，多次

以“服务费”、“税费”、“保证金”等理由向受害者收取费用。其次，骗子提供的转账账号实

际上是一个个人银行账号。而一般情况下，正规的拍卖行都是提供对公账号。

民警提醒，广大群众不要轻易添加陌生人微信，不要轻易向陌生账号转账汇款，如有需要拍

卖，找到正规、有资质的拍卖行，当面进行操作。

导报记者 陈捷 通讯员 洪恒亮 文/图

**收藏鉴赏**

# “望、闻、问、切”话收藏

****摘要：****元青花莲塘菱口折沿大盘清雍正粉彩过枝八桃五蝠福寿双全盘(一对)清康熙青花釉里红“圣主得贤臣颂”笔筒北宋定窑白釉弦纹三足奁式炉民国王步作青花岁寒三友图观音瓶(一对)明永乐青花葡萄纹折沿盘清乾隆青花莲池清趣图折肩大贯耳壶南宋建窑油滴盏春秋战国时期名医扁鹊在总结前人经验的基础上，提出了“‘望、闻、问、切’…

　春秋战国时期名医扁鹊在总结前人经验的基础上，提出了“‘望、闻、问、切’四诊法”。望，指观气色;闻，指听声息和嗅气味;问，指询问症状;切，指摸脉象。这四种诊法至今依然被普遍使用。

　　细细想来，这“四诊法”不仅是中医辨证施治的重要依据，而且赋予新意以后也可转而作为广大藏家在收藏过程中的重要参考。因为对任何一件藏品而言，都有被“望、闻、问、切”的具体内容、重要信息、个性特点，只要藏家自身掌握的鉴赏知识和技术足够丰沛、精准，那么，藏家通过“勤‘望’、近‘闻’、善‘问’、细‘切’”的一番综合诊断，则定能做到“去伪存真”“辨低甄高”，如此，则离收藏到自己心仪藏品的目标也就不远了。

　　勤“望”，就是藏家面对一件自己感兴趣的文物古董，暂先不要被眼前的疑似外表迷惑而贸然下了收藏的结论。而是要首先静下心来，“运用脑髓，放出眼光”，学会从不同的角度进行观察。就比如收藏古代越窑青瓷，第一要注意的就是观察其器型和釉色，接下来再观察其工艺、纹饰。尤其是在观察釉色时，还得仔细观察其因为年代恒久所造成的釉裂状态。在观察的基础上，再通过与相类似藏品的比对，则自能对眼前的藏品的“出身”有个基本的了解。又如收藏明清瓷器时，除了要看器型、釉面、胎体、色彩和绘画外，更得看底足——看修足工艺、款识、“火石红”和棕眼以及自然磨损的状况。如此，经过综合观察才会对藏品有个整体的把握。

　　近“闻”，就是对有些藏品不妨用鼻子抵近嗅闻，以大体确认其真实性。须知道，有的文物藏品因为被长期埋于地下的缘故，大抵会有属于自己的独特气味，因此用鼻子去闻识，也不失为一种有效的鉴别方法。就比如收藏[古玉](http://shop.artron.net/9049%22%20%5Ct%20%22https%3A//news.artron.net/20190217/_blank)抑或古代瓷器，生坑器往往有一种或浓或淡的“土香味”或“墓土味”。笔者的一位朋友曾经收藏过一些古代吉州窑茶盏，他告诉我，因了底足不施釉或施釉不到位，因而只要往其底足稍稍喷些水雾，便可闻到浓浓而至、缕缕不绝的“土香味”或“墓土味”。又比如明清时期的那些[黄花梨](http://shop.artron.net/7047%22%20%5Ct%20%22https%3A//news.artron.net/20190217/_blank)老家具，若打开箱子抑或拉开抽屉，用鼻子细细闻嗅，一股微甜的幽幽的馨香便会扑鼻而来，令人心旷神怡，而这正是那些新制作或者年代不久的黄花梨家具所不具备的。

　　善“问”，就是既要对暂时持有藏品的藏家进行“提问”，做些必要的交流沟通，又要根据自己已经掌握的知识进行“自问”，以至可以做些必要的“转问”而求教于其他行家(如果拟转让藏品的藏家留出时间允许自己去作鉴定的话)。与藏家作交流沟通，主要是要弄清楚其藏品的身份及其来历;“自问”，主要是视藏品的情况，找寻相关依据作些关联性的自我问答;求教于行家，则主要是为了“借梯登高”“借船出海”，依据行家的收藏经验和智慧来区别藏品的真假高低。通过上述“三问”，把该问的都问了，把死角给清除了，藏品的真实面貌也就会露出水面。有位朋友先后收藏了多件唐代银器，他告诉我，每每碰到唐代银器，他就会问持有者是如何得到这件藏品的，包括何时何地从何人手里，借此初步验明藏品的正身。与此同时，他还会反问自己：“这件银器的器型能从国家博物馆展出的银器中找到相同或相似的同伴吗?经过了这么多年的沧桑巨变，银器身上除了变黑，有正常的脱皮现象吗?”若自己把握不大，他还会跑到行家那里去请教。难怪，而今他成为了国内收藏唐代银器的一位极其低调的大家。

　　细“切”，就是指要用手去亲自摸一摸，通过自己的手去具体感受、细心体悟藏品。要知道，那些藏品中的真品、精品、珍品都是有温度的，其温度恰恰就表现在器物材料的密度及其形制、工艺、装饰等上面，自然，这温度有时也只能通过藏家的手才能被感觉被传导。曾经从电视收藏节目上看到过一位藏家被蒙着眼睛鉴别古代瓷器(主要是碗与盘)的情景，但见他用手细细摸过一遍，就十分肯定地说出是什么年代的什么瓷器，一口气摸了十几个，个个都被他摸准说对了。正如他所言：“不同时期的瓷器都有不同的特征，除了用肉眼进行观察，上手以后去掂一掂、摸一摸，依据其‘厚薄、重量、器型、工艺，包括器表及线条是圆润流畅还是犀利扎手’这些从自己手上得来的信息，大凡就能估摸其的真伪，并予断代。”看来，手感也是鉴藏中不可或缺的重要因素。

　　尽管有时将“望、闻、问、切”四者分开来也可以作为鉴藏之法，但将四者有机结合起来进行，效果当会更好。事实上，这四者也不可能被截然分开。更何况，面对不同的藏品，有时其重心也很不一致。而要将“望、闻、问、切”的作用发挥到极致，关键在于藏家要具备相应的鉴藏知识和技能，并在不断的实践中娴熟而灵活地加以运用。

  来源： 收藏快报 作者：赵畅