

<<简明拍卖学>>

图书基本信息

书名：<<简明拍卖学>>

13位ISBN编号：9787507735901

10位ISBN编号：7507735907

出版时间：2010-7

出版时间：学苑出版社

作者：李沙

页数：265

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<简明拍卖学>>

前言

拍卖具有几千年的发展史，当代仍为世界各国和地区普遍存在与运用的特殊买卖方式。然而，目前还有相当多的人并不了解拍卖，甚至认为拍卖是难登大雅之堂的行为和行业。其实，拍卖是人类文明的重要组成部分，其产生与存在，其成长与发展，都凝聚了不同时代人类智慧的结晶。

作为一种公开便捷的买卖方式，拍卖是其他买卖方式的有力补充，并有自己独特的优势；作为一种有效的流通渠道，它是主流流通渠道的有力补充，同样具有不可替代的许多长处。

因此，了解拍卖方式，拓宽拍卖市场，掌握拍卖知识，研究拍卖理论，普及拍卖文化，发展拍卖事业，是我们在市场经济条件下应当努力去做并做好的重要工作。

我国自1986年恢复拍卖业至今已有23年，目前共有拍卖企业5700多家，国家注册拍卖师8700多人，土地招拍挂主持人14000多人，每年拍卖成交总额数千亿元人民币。

为了培养专业人才，国内一些大专院校，包括南开大学、西南师范大学、辽宁抚顺师专、湖南同德学院等，已经开设了“典当与拍卖”的专业。

2009年3月，国家教育部公布了纳入高等院校招生的44个新设专业也包括“典当与拍卖”。

由此可见，拍卖在我国正逐渐成为国家大力扶持的新兴学科和新兴行业，故出版高质量的教科书十分必要。

有鉴于此，笔者呈献给读者的这本书，意在抛砖引玉，就教于时贤。

书中对拍卖的基本问题进行了阐述，论其来龙去脉，述其成败缘由；分析其特点，褒扬其优点，指出其不足；提供国内外最新拍卖信息和拍卖的相关法律法规。

<<简明拍卖学>>

内容概要

本书对拍卖进行科学系统的论述，涉及拍卖的方方面面，是目前国内正在建立的新兴拍卖学科的基础性专著之一。

书中语言表达深入浅出，相关内容详略得当，既有丰富的理论知识，又有实用的鲜活案例，故不仅能作为各类学校大中专学生的课堂教材，而且有利于社会公众了解和认识拍卖行业。

<<简明拍卖学>>

作者简介

李沙，典当与拍卖理论研究学者。

全国典当拍卖教材编委会主任，北京华融天成典当研究中心主任，香港中国典当拍卖教育中心教授。

近年著作有：《当铺》(1993年)、《拍卖行》(1995年)、《拍卖实战168》(1996年)、《中外典当概览》(2000年)、《拍卖：收藏·典当》(2001年)《现代典当通论》(2003年)《简明典当学》(2004年)等。

<<简明拍卖学>>

书籍目录

第一章 拍卖基础知识 第一节 拍卖定义 一、公开竞价 二、价高者得 三、综合理解 第二节 拍卖机构 一、什么是拍卖行 二、怎样设立拍卖行 第三节 拍卖标的 一、拍卖标的的类型 二、拍卖标的的条件 第四节 拍卖特点 一、公开竞价性 二、中介服务性 三、法律约束性 第五节 拍卖功能 一、价格发现功能 二、资源配置功能 三、商品买卖功能 第六节 拍卖条件 一、买主的多数性 二、标的的同一性 三、价格的差异性 四、行为的对抗性 五、各项条件之间的关系 第七节 拍卖原则 一、公开原则 二、公平原则 三、公正原则 四、诚实信用原则 第八节 拍卖类型 一、增价拍卖和减价拍卖 二、强制拍卖和任意拍卖 三、动产拍卖和不动产拍卖 四、有底价拍卖和无底价拍卖 五、投标式拍卖和非投标式拍卖 六、一次性拍卖和再拍卖 七、现场拍卖和网上拍卖 八、人工拍卖和电子拍卖 第九节 拍卖术语 一、拍卖当事人术语 二、拍卖价格术语 三、拍卖其他术语 第二章 拍卖行业发展 第三章 拍卖法律关系 第四章 拍卖交易规则 第五章 拍卖操作流程 第六章 拍卖市场拓展 第七章 拍卖经营策略 第八章 拍卖风险防范 第九章 拍卖师附录

<<简明拍卖学>>

章节摘录

拍卖行的服务效果明显。

拍卖行的服务效果，不但以实现买卖双方成交为标志，而且集中反映在商品，尤其是二次流通商品的销售增值上。

2. 拍卖行是别具特色的商业组织拍卖行作为一种商业经济组织，具有明显不同于其他商业组织的机构特征，概括起来有以下几点：（1）拍卖行是商业机构，但它不是普通商店普通商店销售商品，对一切销售物都拥有所有权，本身是以卖方的身份出现，直接与顾客打交道。

同时，在销售方式上，普通商店对货物一般给予明码标价，即采取按固定价格销售的所谓平卖方式。这些都与拍卖行显然不同。

尽管在特殊情况下，比如由于商店的某种货物供不应求，常会引发顾客之间的抢购风潮，但这却完全不同于拍卖场上的争先购买，价格一般不变，先买者得；而竞买则不受时间早晚制约，它只表现为买主轮番竞价价格不断攀升，价高者得。

（2）拍卖行大量经营旧货，但它不是旧货商店二者之间的根本区别，不仅突出地表现在各自对营销商品所有权的有无方面和销售方式的相异方面，而且还明显地反映在各自所售卖的旧货的种类方面和价格方面。

一般来说，旧货商店的待售品属于货旧价廉之物，以小商品尤其是日常生活用品居多，通常是人们过时闲置或更新换代下来的消费品，其使用价值尚存，但价值已经低下。

与此相反，拍卖行的拍卖标的不但品种齐，广泛涉及生产资料、生活资料的各个领域，而且其中有许多财产或商品貌旧质高、价值连城。

如企业拍卖中的机器设备、房地产拍卖中的楼宇厅堂、文物艺术品拍卖中的书画珠宝等等，莫不如此。

（3）拍卖行接受委托代营，但它不是寄售行或信托商店尽管后二者与拍卖行都相当广泛地活跃在国内外贸易当中，同属经营他人委托销售的业务，均对受托物不享有所有权，但它们相互之间在销售方式、销售时间以及由此导致的经营状况方面还是有很大差别的。

拍卖行以拍卖方式售货，而寄售行或信托商店则以平卖方式售货。

拍卖行讲求迅速推销商品，拍卖会往往定期举行，买主来去匆匆，集散从速，通常销售额极高，利润丰厚；而寄售行或信托商店则常年销售，销售周期不定，短则三天五日，长则一年半载，坐等买主上门的情况居多，特别是经营规模较小的行店，由于受到现代社会消费浪潮不断更新的强烈冲击和一些货主托售的冷背商品呈现增多趋势的不利影响，不但市场难以打开，甚至造成赔钱亏本，门面难撑。

如我国近年来有许多信托商店迫于压力“弃旧图新”，转轨改行，其经营内容已与百货店毫无二致，便是明证。

<<简明拍卖学>>

编辑推荐

《简明拍卖学》：典当·拍卖教材丛书

<<简明拍卖学>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>