

《直播拍卖规程》编制说明

一、工作简况

（一）任务来源

2025年9月10日，中国行业协会标准化技术委员会召开工作会议，对团体标准《直播拍卖规程》进行了立项评审。经审查，该标准符合立项条件，并报中拍协申请立项。9月18日，中拍协发布《关于《直播拍卖规程》等3项团体标准批准立项的通知》（中拍协〔2025〕57号），正式批准立项。

（二）主要参与单位和起草组成员

2025年6月4日，由中国拍卖行业协会召集行业协会、业内高校和拍卖企业等单位，召开标准编制工作启动会议，明确本标准主要起草单位中国拍卖行业协会、中央财经大学文化与传媒学院、洪力科技有限公司、北京永乐国际拍卖有限公司、上海常信拍卖有限公司、新疆维吾尔自治区拍卖行业协会、西安市公物拍卖行有限责任公司、重庆市拍卖行业协会、四川旗标拍卖有限公司、湖北省拍卖行业协会、内蒙古拍卖行业协会、南方电网供应链科技（广东）有限公司、山西省拍卖行业协会、太平洋国际拍卖有限公司、宁夏多元产权拍卖行（有限公司）、浙江省拍卖行业协会、安徽首信拍卖有限责任公司、河北价信拍卖有限责任公司、滁州市宏程拍卖有限责任公司、内蒙古通达拍卖有限责任公司、宁夏拍卖行业协会、巨量引擎数字营销职业能力认证委员会共同参与，成立《直播拍卖规程》团体标准起草组。

本文件主要起草人：毕研挺、刘双舟、王雪颖、李娜、陈晓冬、

季乐、杨莹、王艺学、刘江迅、嵇晓玲、蒲音、陈溪川、石品才、娜晴、肖佳洁、李葆华、蔡雪晴、李绍伟、王立田、田先坤、白重鑫、薛加田、林树增、郭春乐、程丽莉。

工作分工：

1. 项目执行负责人：王雪颖、毕研挺。
2. 技术指导：刘双舟。
3. 项目总体组织与协调推进：王雪颖、毕研挺、杨莹总体负责团体标准《直播拍卖规程》编制工作的组织、协调、征求意见、送审、报批等各阶段主要工作。
4. 起草标准及编制说明：全体编制组成员。

（三）主要工作过程

5. 预研阶段

2024年10月，中国拍卖行业协会会长王波听取了洪力公益拍卖平台毕研挺董事长的汇报，探讨了行业对规范直播拍卖的需求，前瞻性的提出组织编制团体标准《直播拍卖规程》工作。由中拍协科技与标准部负责此项工作，洪力公益拍卖平台作为该标准编制牵头单位。2024年10月底到11月底，毕研挺和韩月红、杨莹、冯霖三位拍卖师首先学习了《标准化文件的起草》，并研究讨论了五次，后与其它起草单位的刘双舟、嵇晓玲、白重鑫、陈溪川、娜晴、李绍伟、田先坤、薛加田、林树增等各位老师经过近两个月的调研和讨论，明确了直播拍卖中涉及到的术语和定义、梳理了业务流程、明确了适用主体、收集归纳了直播拍卖规程中各环节涉及到的情形和具体使用方法，于12月初完成了《直播拍卖规程》初稿。

6. 规程起草阶段

(1) 编制工作启动

2025年6月4日,《直播拍卖规程》编制工作启动会通过线上会议召开,中拍协领导和全体编制委员出席会议,会议由王雪颖主持。中拍协副会长贺慧对本次会议致辞并做了动员讲话,宣布启动《直播拍卖规程》编制工作,王雪颖就项目立项、项目计划、具体编制工作要求和注意事项等有关情况进行了介绍,并宣布标准编制工作组成立,由洪力科技有限公司董事长毕研挺担任起草组组长,负责编制工作的总体安排与协调。毕研挺对前期的准备工作进行了介绍,提出了直播拍卖编制的具体初步内容,与会委员和编制组成员发表了相关意见并进行了讨论。

(2) 《直播拍卖规程》一稿、二稿、三稿起草

2025年6月4日,编制组对第一稿初稿内容进行了讨论,会议采用网络的方式,会议由王雪颖主持,毕研挺对条款进行了解读,征求了大家的意见,大家在会上提出了自己的想法和意见,并进行了不同观点的讨论,最终第一稿的内容通过修订,《直播拍卖规程》第一稿初稿确定形成。会后第一稿在编制工作组所有起草人范围内进行了征求意见,并对反馈意见进行了汇总与处理,在一稿基础上进行了修改、完善,形成团体标准《直播拍卖规程》第二稿,编制组对二稿的内容进行了通读和研究,并于6月16日召开了第二次编制工作会线上会议,进行了交流讨论。为使团体标准《直播拍卖规程》在架构、范围、释义、文字表达等方面更符合我国拍卖实践,编制组将团体标准《直播拍卖规程》第二稿向部分行业专家、标委会委员征求意见,对反馈的意见进行认真和审慎的分析研究,归纳

整理，根据反馈意见对二稿进行了调整和补充，形成团体标准《直播拍卖规程》第三稿，并于6月26日召开了第三次编制工作会。会议采用线上会议的方式，经过充分交流，编制组对第三稿的内容达成共识，形成统一化的意见，最终第三稿形成。

通过三次线上会议大家的沟通交流探讨，以及线下大家研究调研及向专家、标委会委员征求意见，《直播拍卖规程》主要修改完善内容如下：

①对第一项直播拍卖的范围由繁做简进行了修改调整，对第一稿中的直播拍卖的范围做了精简修改，修改成第二稿的内容为：本文件确立了直播拍卖的术语和定义、基本原则和规则、基本要求、直播拍卖程序的操作指示，规定了直播拍卖各阶段之间的转换条件，描述了直播拍卖中止与终止的证实方法。在第三稿中结合了王雪颖的意见，又对此内容进行了完善和调整。

②对第三项的术语和定义，在第一稿中对直播拍卖、直播拍卖师、电子成交确认书都进行了定义，经过王雪颖的指导，该内容已经在拍卖术语中进行了定义，不在直播拍卖规程中重新定义，在第二稿中将这部分内容进行了删除，同时经过大家的意见在第三稿中对第一稿和第二稿中提到的直播拍卖平台经营者、直播运营者、直播一口价、的定义进行了删除。

③对一稿中第四项基本原则和规则做了修改，参考了拍卖法对拍卖原则的描述。

④对第五项基本要求，在第一稿中，分别对直播拍卖的经营者和运营者需要具备的要求做了相应的条件，后期经过讨论在第三稿中重新做了修改，直接改为直播拍卖平台对多个拍卖人和单一拍卖

人分别不同的要求，不在涉及直播拍卖经营者和运营者的定义。

⑤对于第五项中拍卖人的要求中，第一稿没有涉及到文物拍卖，大部分成员认为需要明确文物拍卖，需要《文物拍卖许可证》，在第二稿和第三稿中都加上了此项内容。

⑥第五项中对于突发事件应急预案，第一稿中没有明确突发事件的责任主体，在第二稿中明确了直播拍卖平台是突发事件的责任主体，结合大家的意见增加了两条：一条是硬件故障导致拍卖中断时，应 30 分钟内通过平台公告、短信通知竞买人；另一条是直播拍卖平台数据丢失，由第三方技术机构出具恢复验证报告。

⑦第五项中涉及直播拍卖的技术要求，在第二稿中，咨询了部分拍卖企业在直播过程中使用的直播设备技术和网络宽带情况，通过比对，将比较常用的直播设备的技术性能和宽带要求增加到第二稿之中，大家会后对该技术要求进行了综合分析，最后采用了陈晓冬的意见，修改技术性能要求为分辨率 1280×720，符合高清定义；帧率不低于 15fps，可以满足使用要求。

⑧第八项直播拍卖公告与展示，结合了实际拍卖业务操作情况和不同标的情况，大家一致认为对于对于鲜活易腐或其他不易保存的物品可缩短公告时间和展示时间。在第三稿中通过大家一致认可。

⑨第九项直播拍卖实施对于拍卖师主持，在第一稿的内容中没有涉及到拍卖师的认证，对拍卖师的要求也没有做过多的细化，在第二稿和第三稿中分别进行了细化和补充。

⑩对于直播竞价环节。第一稿中没有对拍卖师和记录员如何操作进行描述，在第二稿中对于直播竞价环节，拍卖师和记录员如何具体操作，进行了规范化的描述。

⑪拍卖结果的确认环节。第一稿中没有对拍卖师和记录员如何操作进行描述，第二稿中对此项做了具体操作方法，并增加了电子签名、电子成交确认书的内容。

⑫对于资金结算，在三次会议中，大家都提出了很多新的观点，最终将涉及到的竞买保证金、拍卖佣金、软件服务费、成交价款具体操作方法全部归纳完善在第三稿中。且增加了由第三方支付的操作情形。

⑬第十项直播拍卖档案在第一稿中没有载体的内容，在第二稿中增加了载体的内容，在第三稿中对载体的内容进行了确认。

⑭第十一项中 AI+直播拍卖是三次会议中研究讨论创新性的提出来的，AI+直播拍卖将来会有很大的发展趋势，各位组员也非常看好这种新形势下的拍卖，在第一稿中对于 AI+直播拍卖只是进行了定义，在第二稿中大家对具体的场景使用进行了研究讨论，增加了具体的应用场景，并对数字人等人工智能技术进行了开创性的探讨，在第三稿中进行了不断完善和修改，最终对 AI+直播拍卖应用场景和数字人等人工智能做了相应的规定。

⑮按照王雪颖的建议，修改标准结构，将直播拍卖流程图提前到第六章，具体操作条款放在流程图之后，使整体结构更合理，方便使用理解，并同步修改范围部分表述，以符合新的标准整体结构。

3. 征求意见阶段

4. 标准审查阶段

5. 标准报批阶段

二、行业发展概况

拍卖行业萌芽于古代罗马，但真正形成却是在 17、18 世纪的近代欧洲。到 18 世纪，拍卖作为一个国际性的行业已经形成，而行业的快速发展，使得进入拍卖的标的范围迅速扩大，品种迅速增多，拍卖规则和程序逐渐固定、规范化，不少规则、程序至今仍然沿用。拍卖作为一种经济行为，中国古代封建社会时期就曾经有过拍卖活动的文字记载，据《通典·食货·田制》记载，唐玄宗开元 25 年（737 年）诏令：“诸以财物典质者，……经三周年不赎，即行拍卖。”

党的十一届三中全会后，我国走上了改革开放之路，在这种大背景下，拍卖，因其交易行为所遵循的公开、公平、公正原则，交易的方式完全与市场接轨、合拍，顺应时代潮流，在我国内地销声匿迹近三十年后拍卖市场再次萌生。1986 年 11 月，国营广州拍卖行成立，中断了 30 年的拍卖业得以重新在中国恢复。而 20 世纪 80 年代中期我国社会本身处于转型期，百废待兴，这一特殊的社会背景，为拍卖行业的恢复提供了良好的环境和发展机遇，我国拍卖行业开始恢复发展。

1997 年 1 月 1 日起我国颁布实施《中华人民共和国拍卖法》拍卖行业由此真正开始起步。我国拍卖行业虽然起步较晚，但是得益于改革开放大趋势及其创造的良好社会和经济环境，行业应运而生，顺应市场经济的需要，在改革开放进一步向纵深发展和建立全国统一大市场背景下，我国的拍卖业得到了长足发展，发挥着越来越大的作用，社会影响逐渐增大，拍卖市场、拍卖行业引起社会各界的关注，产生了很大的影响力。

经过三十余年的快速发展，行业规模逐步扩大。截至 2024 年

12月底，全国大陆31个省（市、区）及新疆兵团共有拍卖企业11749家，比上年同期增加737家。其中，企业法人分支机构294家，与去年同期相比略有增加。2024年全国实现拍卖成交额10130.90亿元，成交额同比增加742.31亿元，增幅为7.91%，“跑赢”同期GDP增速（5.0%）。全行业拍卖佣金收入70.31亿元，同比下降14.22%；拍卖成交场次为224617场，同比增加18632场，增幅为9.05%。中国特色的拍卖市场体系逐步建立完善。

（一）目的和意义

直播拍卖规程是规范直播拍卖活动的一系列规则和流程，其目的和意义主要体现在以下方面：

- 规范市场秩序：明确直播拍卖参与各方的权利与义务，避免虚假宣传、恶意竞价、货不对板等乱象，确保交易公平、公正、公开。
- 保障参与者权益：通过明确拍品信息披露、竞价规则、售后保障等要求，保护买家的知情权、选择权和维权权，同时也为卖家和平台提供合规操作的依据，减少纠纷。
- 促进行业健康发展：为直播拍卖这一新兴模式建立标准化框架，引导行业从无序走向规范，提升行业整体信誉和可持续发展能力。
- 提升交易可信度：规程的建立能让消费者更信任直播拍卖模式，减少对“套路”“陷阱”的担忧，从而扩大参与度，激活市场潜力。
- 推动技术与行业融合：在规范的前提下，引导直播技术更好地服务于拍卖流程（如清晰展示拍品、顺畅传导竞价信息等），

促进线上线下拍卖的良性结合。

- 维护行业声誉：通过遏制违规行为，避免个别不良事件对整个直播拍卖行业的负面影响，助力行业树立专业、可靠的形象。

（二）行业发展现状

拍卖行业近年来呈现出市场规模扩大、数字化趋势明显等特点，线上拍卖日益普及，众多拍卖企业利用网络平台开展拍卖，提高了效率和覆盖范围，降低了成本。人工智能和大数据技术被应用于拍品价值评估和买家个性化推荐，虚拟现实和增强现实技术也让买家体验更优。直播拍卖作为新兴形式，凭借其互动性和便捷性迅速受到社会各界的喜欢，未来直播拍卖将成为拍卖行业重要的发展趋势，推动行业大力发展。

三、规程制定原则和主要内容

（一）制定原则

要有战略性视野，有创新性，有未来导向性。做到结构合理、逻辑严谨、内容完整、使用性强、方便推广，符合质量管理体系的要求。体现《拍卖法》立法理念，重在程序规范。《拍卖法》严格意义上说是一部程序法，为此，团体标准《直播拍卖规程》需遵循合法性、公平公正性、透明性、安全性与稳定性等原则，以确保拍卖活动规范有序进行，保护各方参与者权益。具体如下：

- 合法性原则：修订内容应严格遵照《拍卖法》《电子商务法》等相关法律法规的要求，确保直播拍卖活动在法律框架内进行。同时，也要与现行的拍卖行业标准相衔接，如《网络拍卖规程》（GB/T 32674-2016）等。

- 公平公正性原则：要保证拍卖活动对所有参与者公平、公正，避免任何形式的歧视或偏袒。确保拍卖过程中各参与方机会均等，防止恶意串通、虚假宣传等不正当行为，维护拍卖市场的正常秩序。

- 透明性原则：直播拍卖平台的运营规则应公开、透明，让所有参与者清楚了解拍卖流程、出价方式、成交确认方式、佣金标准等关键信息。拍卖相关信息也应及时、准确披露，包括拍卖标的的详细情况、瑕疵等，保障竞买人知情权。

- 安全性与稳定性原则：鉴于网络环境的复杂性，修订规程时要充分考虑直播拍卖的安全性，要求平台具备完善的技术保障措施，防止网络攻击、数据泄露等安全问题。同时，要确保拍卖系统稳定运行，具备应对硬件故障、软件故障等突发事件的应急预案，避免因技术问题影响拍卖正常进行。

- 可操作性原则：规程的修订应结合直播拍卖的实际操作情况，具有较强的可操作性。明确各参与方的权利和义务，对拍卖活动的各个环节，如标的征集、审核、展示、竞价、成交确认等，制定详细且具体的操作流程，便于拍卖企业、竞买人等各方理解和执行。

- 适应性原则：要适应直播技术和拍卖行业的发展变化，及时调整和完善相关规定，以更好地规范和引导直播拍卖行业的健康发展，满足市场需求。

（二）主要制订内容及依据

1、主要制订内容

范围界定、规范性引用文件、术语和定义、基本原则和规则、

基本要求、直播拍卖流程、直播招商、直播拍卖公告与展示、直播拍卖实施、直播拍卖档案、AI+直播拍卖。

2、主要制订的依据

GB/T 1.1-2020 质量管理体系要求、GB/T 45914—2025 拍卖术语、GB/T 32674 网络拍卖规程、SB/T 10692 拍卖师操作规范、《关于促进网络拍卖规范健康发展的指导意见》（国市监网监发〔2024〕50号）、市场监督管理总局、商务部、国家文物局. 2024年4月30日、《拍卖管理办法》（商务部令2004年第24号）、商务部. 2004年12月02日、《网络交易监督管理办法》（国家市场监督管理总局令第37号）、国家市场监督管理总局. 2021年3月15日、《网络直播营销管理办法（试行）》、国家互联网信息办公室、公安部、商务部、文化和旅游部、国家税务总局、国家市场监督管理总局、国家广播电视总局. 2021年4月23日、《网络主播行为规范》、国家广播电视总局、文化和旅游部. 2022年6月22日、《直播电商监督管理办法》。

3、与有关的现行法律、法规和强制性国家标准的关系。

上述这些法律法规和规章制度为直播拍卖活动提供了基本法律框架和规范，确保拍卖活动主体资格、行为规范等符合法律要求。对拍卖活动的具体环节和监管要求作出了更细致规定，是直播拍卖规程制定的重要依据。同时为直播拍卖规程制定提供了政策指导，强调规范市场秩序、压实平台责任、鼓励创新发展等内容。

四、主要试验（或验证）的分析、预期的经济效果；

（一）主要试验（或验证）的分析

直播拍卖规程确立了直播拍卖的术语和定义、基本原则和规则、直播拍卖平台设立与运营要求、直播拍卖程序的操作指示，规定了直播拍卖各阶段之间的转换条件，描述了直播拍卖流程及直播拍卖中止与终止的操作步骤。

（二）预期的经济效果

1. 市场规模扩张

- 吸引新参与者：规范的直播拍卖规程增强了消费者对直播拍卖的信任，降低其参与风险，从而吸引更多个人消费者参与竞买。例如，一些原本对网络拍卖持谨慎态度的收藏爱好者，在看到严格的规程保障后，愿意尝试参与直播拍卖活动。同时，也吸引更多企业作为委托人，将优质资产通过直播拍卖渠道进行处置，拓宽了拍卖业务的货源。

- 拓展业务范围：直播拍卖打破了地域限制，规程的完善使得拍卖企业可以面向更广泛的市场开展业务。原本局限于本地市场的中小拍卖企业，借助直播拍卖规程的规范保障，能够吸引全国甚至全球的竞买人，从而扩大业务覆盖范围，挖掘潜在市场需求，推动拍卖市场整体规模的增长。

2. 交易效率提升

- 缩短交易周期：标准化的流程减少了不必要的沟通成本和操作环节。以竞买报名为例，明确的报名流程和资格审核，使得竞买人能够快速完成报名手续，进入竞拍环节。在成交结算方面，规定的结算时间和方式，加快了资金流转速度，相比传统拍卖，大大缩短了整个交易周期。

- 提高成交率和溢价率：详细的拍品展示和透明的竞价规则，

使竞买人能够充分了解拍品价值，更积极地参与竞价。在一些艺术品直播拍卖试验中，通过拍卖师主播、3D建模、高清视频等技术全方位展示拍品，结合实时互动答疑，竞买人参与度明显提高，成交率和溢价率较以往有显著提升。

3. 成本控制与效益增加

- 降低运营成本：直播拍卖减少了现场拍卖所需的场地租赁、设备布置等费用。同时，规程对业务流程的规范，提高了内部运营效率，减少了人力、物力的浪费。例如，通过线上自动化的报名和资格审核系统，节省了大量人工成本。

- 增加收益来源：拍卖企业在扩大市场规模和提升交易效率的基础上，佣金收入相应增加。此外，随着直播拍卖影响力的扩大，平台可以通过广告投放、增值服务（如为竞买人提供个性化的拍品推荐服务）等方式开拓新的收益渠道。

五、重大分歧意见的处理经过和依据；

对于规程讨论过程中是否加入一口价拍卖、拍卖师数字人的定义，大家出现了不同意见并进行了讨论，采用表决意见的方式确定是否采用此内容，最终鉴于业内存在较大争议且缺乏共识，经中拍协审慎评估，为保障标准的权威性、广泛性和行业接受度，决定暂缓纳入《直播拍卖规程》。大家达成一致意见认可相关创新价值，后续将持续跟踪发展动态，待条件成熟、行业达成共识后，将及时启动标准修订工作。

六、贯彻《直播拍卖规程》的要求和措施建议；

（一）宣传推广

1. 协会支持进行宣传：通过行业协会官网、微信公众号、专

业媒体等渠道，广泛宣传直播拍卖规程，提高社会公众对直播拍卖的认知度和信任度。发布行业动态、成功案例，引导消费者和委托人积极参与规范的直播拍卖活动。

2. 加强规程学习与宣贯组织专题培训：拍卖企业、直播平台及相关从业人员应定期开展直播拍卖规程的专题培训课程，邀请法律专家、行业资深人士进行讲解，深入剖析规程中的各项条款，确保准确理解和把握。

3. 线上学习平台搭建：利用网络平台搭建线上学习专区，上传直播拍卖规程的学习资料、案例分析、视频教程等，方便从业人员随时学习。设置在线答疑板块，及时解答从业者在学习过程中遇到的问题，促进知识的交流与共享。

（二）措施建议

1. 建立行业自律组织，成立自律协会：由拍卖企业、直播平台、行业专家等共同发起成立直播拍卖行业自律协会，制定协会章程和自律公约，明确行业规范和道德准则。

2. 开展自律检查：自律协会定期对会员单位进行自律检查，对遵守规程、诚信经营的单位进行表彰和奖励；对违反规程的单位进行批评教育、警告、罚款等处罚，情节严重的，取消会员资格，并向社会公布。

3. 制定行业标准：鼓励自律协会制定直播拍卖行业的相关实施标准，如拍品展示标准、拍卖流程标准、服务质量标准等，进一步细化和完善直播拍卖规程，提高行业整体水平。

4. 消费教育：通过线上线下相结合的方式，开展消费教育活动，向消费者普及直播拍卖的知识和技巧，提高消费者的风险意

识和辨别能力。提醒消费者在参与直播拍卖时，注意查看拍品信息、了解拍卖规则、谨慎出价。

5. 强化平台管理责任：

（1）主体信息核验：直播拍卖平台应全面落实对平台内拍卖经营者的身份、拍卖许可、文物拍卖许可等信息的核验、登记义务，建立详细的经营者的档案。对信息虚假或不完整的经营者的，不得允许其在平台开展业务。

（2）违规信息处置：制定严格的违规信息处置制度，对平台内出现的虚假宣传、恶意串通、违规拍卖文物等信息，及时进行删除、屏蔽等处置，并向相关监管部门报告。同时，建立违规行为记录档案，对违规经营者进行相应处罚。

（3）交易安全保障：加强平台的技术投入，采用先进的加密技术、防火墙等手段，保障直播拍卖过程中的交易安全和信息安全。建立应急处置机制，应对可能出现的网络故障、数据泄露等突发事件。

团体标准《直播拍卖规程》编制组

2025年12月19日