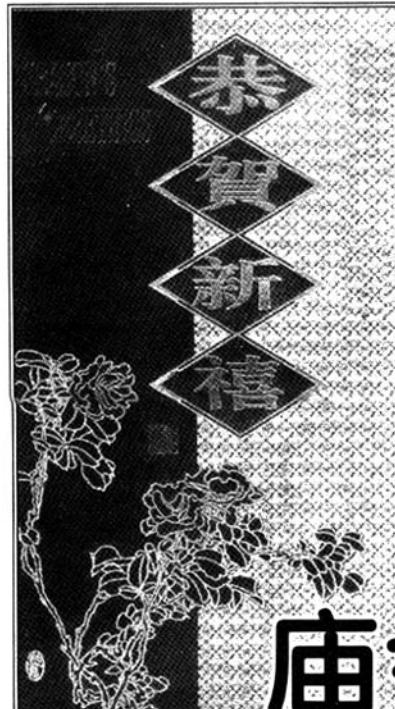


## 有条不紊首吃螃蟹

新的一年到来之际，人们在领略瑟瑟寒意的同时，意识到一年中最红火的年节“春节”行将来临。每到这个时候，人们都要考虑过年的方式，而这其中，“逛庙会”是许多人必选的内容之一。但人们或许并没有注意到，庙会得以进行的“载体”——摊位，其经营权的传统招商形式正在发生着根本性的变化。

近日，第17届北京地坛春节文化庙会部分摊位的经营权采用了拍卖方式进行招商。担当此次拍卖会的主持是中都国际拍卖有限公司，拍卖标的为：饮食摊位238个，起拍价每个3000元~8000元；百货摊位368个，起拍价每个1600元~2300元。其中，饮食摊位分特级、特甲级、甲级和乙级4类，摊位数分别为39个、42个、138个和19个，起拍价分别为每个8000元、6000元、4800元和3000元；百货摊位分特级、甲级和乙级3类，摊位数分别为72个、158个和138个，起拍价分别为2300元、2000元和1600元。拍卖规则依据《中华人民共和国拍卖法》和中都拍卖公司章程制定，对“身份证、营业执照、经营者”等竞买资格有严格的限定，并需交纳一定数额的保证金和展棚押金，同时明确了经营者的权利和义务，一切按照正规拍卖会进行，整体组织工作进行得有条不紊。经过不同程度的角逐，全部606个摊位中的513个拍出，成交率为85%，成交额为210万元。该拍卖会主槌、中都拍卖公司拍卖师叶民对这个结果表示满意。他说，拍卖基本达到了预期效果，拍卖公司、公园管理处以及参加竞买的摊商都很满意。

据了解，地坛庙会摊位经营权采用拍卖方式招商始于1年前。2000年底，地坛公园与中都拍卖公司第一次联手，对2001年地坛春节庙会进行了尝试性小规模拍卖招商，尽管只有39个摊位实施拍卖，但成为京城庙会招商引拍机制的第一个吃螃蟹者。此举引起业内人士的广泛关注，一些同行也跃跃欲试，而至今勇于吃螃蟹的仍仅此一例。此次地坛公园管理处再度委托中都拍卖公司进行庙会摊位经营权招商拍卖，在业内仍属绝无仅有。

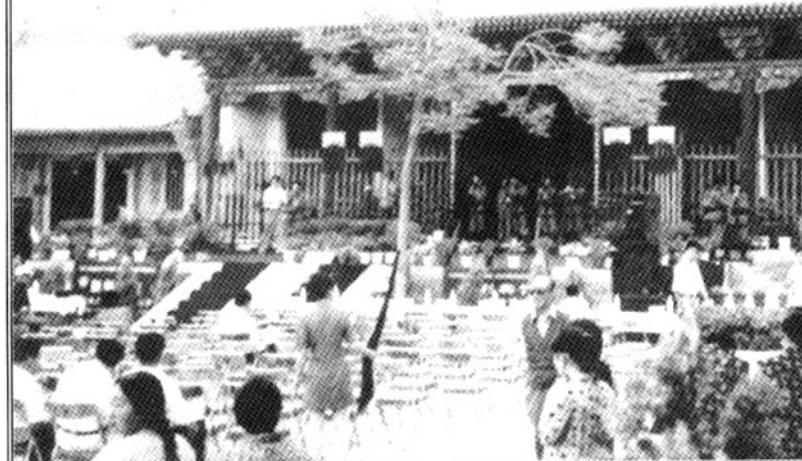


作为每年春节最红火的大众文化活动之一，庙会拥有大量的参与者，随着许多庙会的经营者不断花样翻新，庙会摊位经营权的传统招商形式开始被打破。1年前，有着举办十余年春节文化庙会历史的北京地坛公园与中都国际拍卖有限公司首次联手，敲响了京城庙会招商拍卖的第一槌。此举引起业内人士的广泛关注，一些同行也跃跃欲试，而至今勇于“吃螃蟹”的仍仅此一例。近日，地坛公园再度委托中都拍卖公司，对2002年地坛春节文化庙会的摊位经营权进行了拍卖。

# 庙会招商： 让拍卖槌



□宁 雁



## 庙会招商何需拍卖

在北京，每年春节期间都有多个庙会同时举行，其中规模最大、影响范围最广的当属地坛庙会。2002年2月10日（腊月廿九）至18日（正月初七），一年一度的北京地坛春节文化庙会将进入第17届。据了解，地坛春节文化庙会始办于1985年，至今已成功举办16届，年均接待游客达100余万人次，日客流量达15万人次，成为全国最重大的群众文化活动之一，更是北京春节文化活动的盛事之一。它以“贺新春、庆佳节、乐民乐”为主旨，采用人们喜闻乐见的文化活动形式和内容，将百戏名曲、民间花卉、天桥绝活、祭地仪式、时装服饰、茶艺书画等各类文化系列汇于一场，集各地名吃美食、杂艺百货于一会，为首都人民及广大中外游客营造出一个“欢乐、喜庆、祥和”的氛围，提供了一个具有浓郁的民族、民俗、民间特色和风味的节日娱乐场所，尤其体现出老北京的民俗风情，充当着弘扬传统文化精神、展现民族优良传统的重要角色。每逢春节来临，到地坛逛庙会已经成为越来越多的北京人过年的一项风俗，并在国内外产生着越来越大的影响。

地坛庙会办得如此红火，何以引入拍卖机制进行招商？地坛公园管理处招商负责人赵超英说，多年来，地坛庙会的确办得红火，参与的人数众多，效果也不错，但这是相对于“逛庙会”的人而言。而从摊位的招商工作和摊主的利益来说，却一直存在着一些明显的问题。比如，每年春节将近，为了占据优越位置的摊位，出现了不少“走关系、递条子”的现象，而普通的摊商则需要排长队等候。庙会创办之初，许多摊商需要排一两天的队才能购得摊位的经营权，到后来，随着庙会一年年的进行，摊商排队的时间也越来越长，从一两天到三四天、五六天……直到2000年春节，竟出现了排半个月队才能购到摊位的现象，且对摊位的位置一般没有选择余地。还有一些人钻空子“倒摊位”，谋取不义之财。更为重要的是，随着改革的进程加快和市场机制的逐渐形成，地坛公园已连续3年没有上级的资金支持，包括春节庙会在内的一切活动费用都将由公园自身来“自负盈亏”。为了从根本上解决这一“招商难”问题，地坛公园决定对庙会招商引拍卖机制。

在经过对多家拍卖公司的了解和接触，最终选定了中都拍卖公司。对此，赵超英解释说，之所以选择中都，是因为它是“国字头”的拍卖公司，有一定信任度，且该公司所收取的佣金较低，仅为5%。而其他拍卖公司少则10%，多则20%。

## 螃蟹大餐有待时日

中都拍卖公司副总裁李永红在接受记者采访时说，庙会招商采用拍卖形式可以达到经济效益和社会效益双赢的目的，并且对于公园、拍卖公司乃至摊商都有好处。就地坛公园来说，可以减少以往传统招商所消耗的大量人力、物力、财力和时间，降低招商成本。就拍卖公司来说，可以增加业务收入，并提高知名度。就摊商来说，也可以大大减少其投入的时间和精力，并能够以适当的价格购得相对满意的摊位。由于拍卖这种形式体现的是“公开、公平、公正、价高者得的原则”，属于“阳光交易”，能够最大限度地实现拍卖标的物的应有价值，这使得地坛庙会的两次拍卖均获得了成功，并赢得了包括竞买人（摊商）在内的各方人士的普遍欢迎。有的摊商高兴地购买了两个以上的满意的摊位经营权，还有人因没能把握好竞买时机，为没能及时购得满意的摊位而后悔。

此次拍卖中一个值得关注的现象是，成交价普遍比上一次拍卖要低，盲目加价减少，表明竞买人开始采取了冷静谨慎的态度，其竞争的成熟度已经明显增强。看来，引入拍卖机制不仅能够解决庙会举办者的招商难题，还能锻炼招商的市场竞争能力，可谓好处一举多得。

但有关人士指出，尽管地坛公园与中都拍卖公司迈出了可喜的第一步，并已经以实际行动证明了拍卖这种方式在庙会招商中的优越性，但鉴于目前这种形式仍处于探索阶段，并未引起有关管理层的重视，如果出现意想不到的问题，是否有有效的措施加以防范，是有待研究的课题。此外，目前这种形式尚未得到社会应有的关注，以此次拍卖会为例，只有很少的两家媒体派出记者到现场进行采访，这表明媒体对此的重视相对淡漠，而组织者的宣传意识更亟待加强。目前，一些已经关注于此的同行们并未加入“吃螃蟹”的行列，而仍旧处在观望状态，也表明这种方式的“普及”尚有待时日。据悉，作为引入拍卖机制进行庙会招商的第二次，本次拍卖仅包括地坛庙会所有摊位中的饮食和百货两类，拍卖标的物为606个，而为期9天的2002年地坛春节文化庙会的全部摊位共有1000余个，其他如游艺等类摊位尚未纳入拍卖之列。而此次溜拍的93个摊位，仍将按传统形式面向社会各界招商。

一年一度的春节庙会，其潜藏的商机无限。当人们乐此不疲地年年赶到庙会，希望看到的将不仅仅是其表层的“繁荣”。在庙会的经营者不断花样翻新的同时，人们对这一春节最红火的大众文化活动始终寄予着厚望。当然，纯粹“逛庙会”的人或许并不在意摊位背后的故事，但庙会的持续繁荣将最终取决于摊位经营权招商工作的优劣。那么，“庙会招商让拍卖槌来定价”这种新颖而可行的方式究竟何日才能像庙会本身那样红火，人们只能拭目以待。

## ‘2002驻华使馆艺术藏品展在京举行

**本刊讯** 在世界各国驻华使馆的鼎力支持下，由文化部主办、中国对外艺术展览中心承办的《四海一家——’2002驻华使馆艺术藏品展》于2001年12月28日在北京中国革命博物馆拉开帷幕。本次展览持续展出一个月。

本次展览展出五大洲四十多个国家的驻华使馆提供的300多件艺术精品，其中包括绘画、雕塑、民间工艺品等诸多艺术门类。这些不同时期、不同风格、不同类型的艺术品展示了各个国家

的艺术风貌和民俗风情，其中有的展品出自享誉世界的大师之手，但更多的作品则是我们中国观众尚不熟悉、但在本国却被视为国宝的艺术家创作的。

艺术是无国界的。本次展览对于促进各个国家之间的文化艺术交流，增进国与国之间的了解和友谊起到积极的作用。而对于每一个踏进中国革命博物馆的参观者，展览本身会给他们带来美好的、难忘的艺术享受。

（王素清）