

中国拍卖行业发展报告

2019

商务部服务贸易和商贸服务业司

2020年11月

目 录

前 言

一、行业经营统计分析.....	1
（一）行业规模整体稳定.....	1
（二）收入及佣金水平持续双降.....	3
（三）业务结构稳步调整.....	4
（四）市场格局持续变化.....	6
（五）细分拍卖市场呈现新的发展趋势.....	7
1. 不动产拍卖市场.....	7
2. 股权、债权、产权拍卖市场.....	9
3. 无形资产拍卖市场.....	10
4. 文物艺术品拍卖市场.....	11
5. 机动车拍卖市场.....	13
6. 农产品拍卖市场.....	15
二、拍卖市场新发展.....	17
（一）网络拍卖市场异军突起.....	17
1. 市场规模继续扩大.....	17
2. 市场热度持续升温.....	17
3. 机动车等专业领域发展速度高.....	17
4. 司法网拍市场平稳.....	18
（二）鲜切花拍卖市场形成规模.....	18
1. 鲜切花消费需求增长扩大拍卖交易空间.....	18
2. 云南花卉拍卖的地位不断强化.....	18
（三）专业队伍走向正规化.....	19
1. 人才队伍趋于稳定.....	19

2. 人才结构持续优化	20
（四）行业诚信规范体系建设提速	20
1. 拍卖标准体系进一步完善	20
2. 国家标准项目有序推进	21
3. 团体标准高质量发展	21
4. 行业诚信体系建设有序推进	21
三、行业面临的主要问题	22
四、拍卖行业发展趋势	23

前 言

本报告主要采用商务部全国拍卖行业管理信息系统、中国拍卖行业协会专项统计的数据。数据统计对象为在中国大陆合法成立并取得拍卖经营许可的企业。数据统计时限为2019年1月1日-12月31日。鉴于填报企业数量小于实际企业数量，相关统计数据可能存在偏差。本报告由中国拍卖行业协会起草，反映拍卖行业总体情况，以及细分市场、专业领域的发展，并结合行业发展趋势，提出相关政策建议。

一、行业经营统计分析

2019年，国民经济运行总体平稳，GDP同比增长6.1%，发展质量稳步提升，主要预期目标较好实现。投资及消费市场稳定发展，拍卖行业继续发挥促进经济增长的重要驱动作用，不断推动转型升级和高质量发展，提质增效明显。

（一）行业规模整体稳定

1. 企业及从业人员规模基本稳定

根据商务部全国拍卖行业信息管理系统统计，截至2019年12月，全国拍卖企业共计8013家，分支机构248家。企业法人数量较去年同期增加620家，增长8.39%；拍卖企业员工总数60412人，同比减少1019人，下降1.66%，其中，拍卖师13504人，比上年增长1.39%。

专业市场领域，截至2019年底，全国具备文物拍卖资质的企业近600家，企业数量基本稳定，主要集中在北京、上海、杭州、广州、南京等一线城市；机动车拍卖领域，全国专业机动车拍卖公司五十余家，主要集中在北京、上海、广州；农产品拍卖领域，专业农产品拍卖企业主要集中在云南、宁夏、内蒙等中西部农产品生产基地，其中昆明鲜花拍卖已形成产业集聚和市场规模。

总的看来，受近年来拍卖市场竞争逐渐加剧、网络拍卖电商平台兴起，兼之企业设立方面“放管服”政策不断深化、人民法院网络司法拍卖改革、公共资源交易中心建设的持续影响，拍卖企业数量的动态调整趋势更加明显。（见图1-1-1）

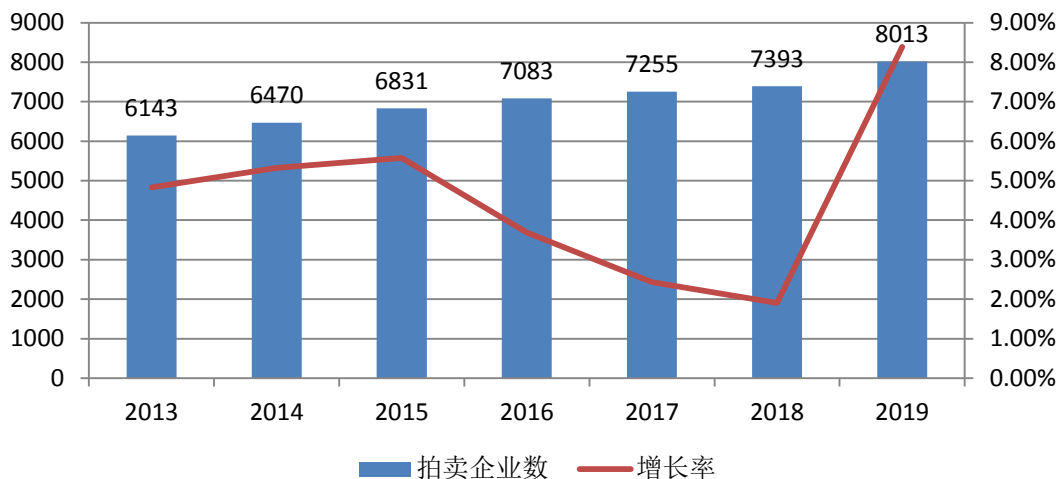


图 1-1-1 2013-2019 年拍卖企业数量及增值率

2. 年成交规模小幅增长

2019年拍卖行业年成交总额7268.18亿元，同比增长7.08%。如剔除2017年因“广国投”破产财产单槌成交551亿元的偶然性因素，则拍卖市场年成交额保持了自2015年历史低点以来连续恢复性增长的基本态势。（见图1-1-2）。此外，2019年全行业拍卖场次累计89980场，成交69405场，同比增长14.97%，平均成交率约为77.13%，与上年基本持平。

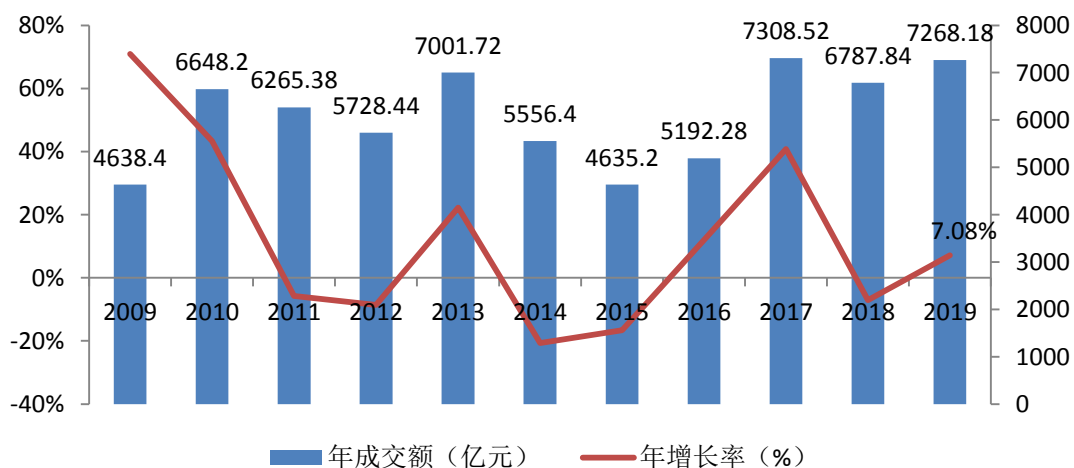


图 1-1-2 2009-2017 年拍卖交易情况

（左纵轴：年增长率；右纵轴：年度成交额）

3. 土地业务主导带动市场增长

2019年，房地产的拍卖业务成交额同比下降6.45%；另一方面在土地供给增加的推动下土地使用权拍卖成交额同比增长14.27%。

随着专业市场的不断成熟，机动车、农副产品、股权债权产权拍卖业务等新兴业务也出现了8%-20%左右不同幅度的增长。这些业务与土地使用权拍卖业务一起，推动了行业年成交规模的增长。

值得注意的是，由于体量较大，土地使用权拍卖业务成交额增量对年度总增长的贡献率高达114.06%，是2019年度拍卖市场最重要的增长动力。具体业务成交情况见表1-1-1。

表 1-1-1 2018-2019 年各类拍卖标的成交额情况 单位：亿元

委托拍卖标的	2018 年度	2019 年度	增长率 (%)	增长贡献率
房地产	1300.56	1216.71	-6.45%	-17.46%
土地使用权	3839.02	4386.88	14.27%	114.06%
机动车	106.90	125.28	17.19%	3.83%
农副产品	37.75	48.22	27.75%	2.18%
股权、债权、产权	516.86	558.96	8.15%	8.77%
无形资产	248.69	232.47	-6.52%	-3.38%
文物艺术品	260.74	221.63	-15.00%	-8.14%
其他	477.32	478.03	0.15%	0.15%
合计	6787.84	7268.18	7.08%	

（二）收入及佣金水平持续双降

行业效益方面，2019年拍卖行业主营业务收入73.12亿元，比2018年的77.71亿元下降5.91%；主营业务利润19.29亿元，比2018年的19.92亿元下降3.16%。

行业盈利能力方面，行业佣金收入总额及平均佣金率均继续双双下降(见图1-2-1)。2019年，拍卖行业平均佣金率下降0.13个百分点，降到1.01%的历史新低。

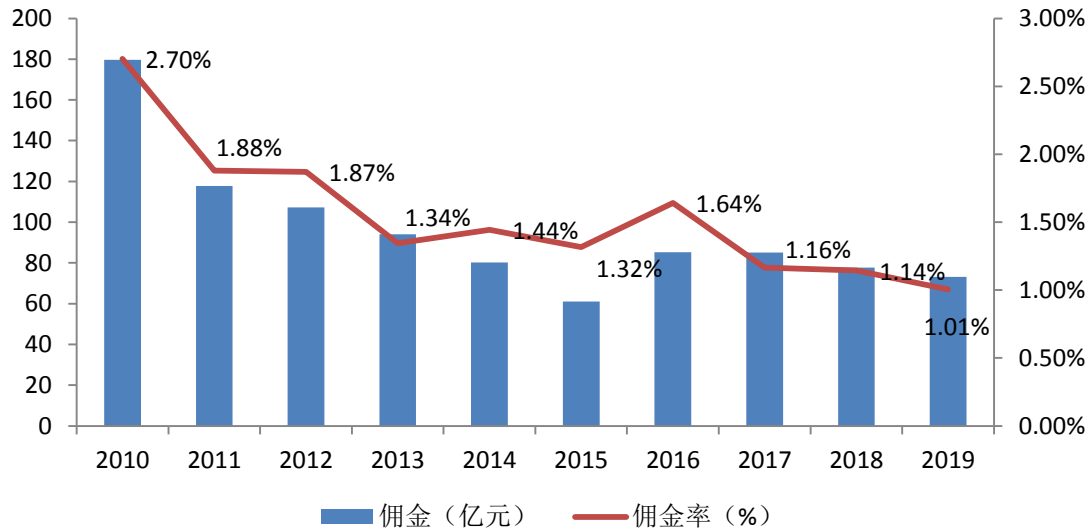


图 1-2-1 2010-2019 年拍卖行业佣金及佣金率情况
(左纵轴：年度成交额；右纵轴：年增长率)

(三) 业务结构稳步调整

从拍卖标的来看，房地产、土地使用权拍卖业务仍是年度拍卖市场的绝对主力。土地使用权拍卖业务成交额达到历史高点4386.88亿元，业务比重增至60.36%；房地产业务年成交额1216.71亿元，虽连续两年下降，但占比仍居第二，为16.74%。两项业务相加，达到77.1%，继续成为年度拍卖市场的决定性力量。受国内促消费政策鼓舞，农副产品、机动车等新兴业务成交额连续两年实现10%以上的增长。

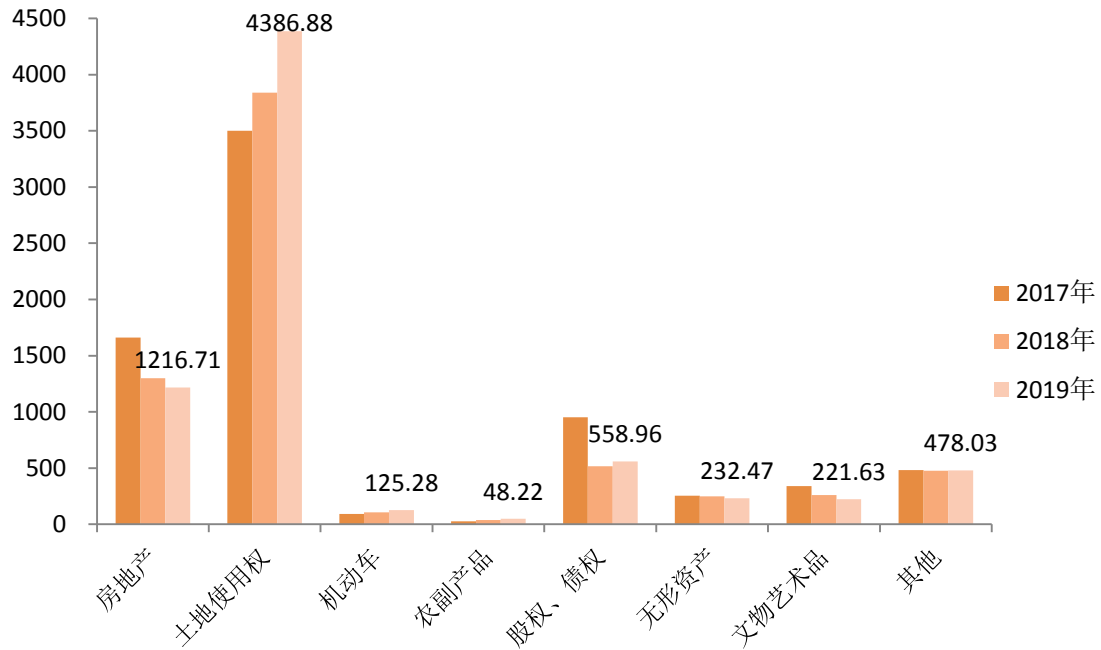


图1-3-1 2017-2019年各拍卖业务成交额 单位：亿元

从拍卖业务来源看，拍卖业务委托在以政府、法院、金融机构为主的传统格局下，局部出现持续调整。一方面，政府部门委托业务随着各地土地供应量的稳步增加在整体拍卖成交额中的比重明显上升，年度成交额4673.96亿元，占比已从2017年的46.95%持续上升到2019年64.31%。另一方面，随着法院自主开展网络司法拍卖，法院委托业务持续“量额双减”，2019年法院委托业务成交额为393.89亿元，比2018年下降13.82%，所占业务比重从政策调整前的四分之一左右下降到了5.42%。此外，金融机构及破产清算委托业务占比出现波动。2019年，市场寄予较多期待的金融机构委托和破产清算组委托成交额出现了10%左右的下降。（图1-3-2）

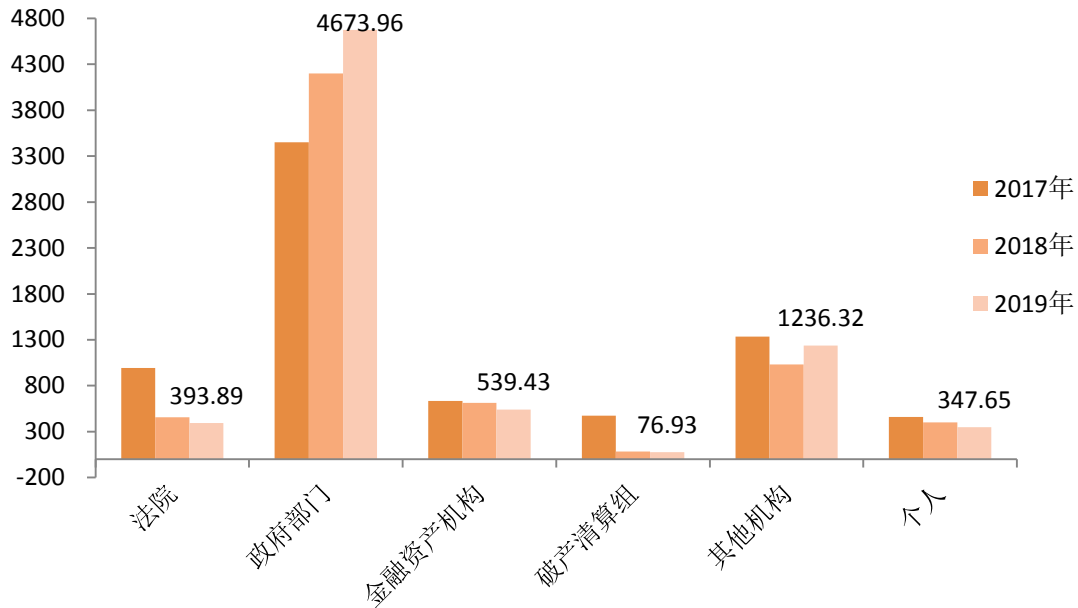


图1-3-2 2017-2019年各拍卖委托来源成交额 单位：亿元

(四) 市场格局持续变化

1. 市场集中持续提高

2019年，拍卖市场80%的成交额仍然由排名前一千名的拍卖企业贡献，所占比重不到全国企业总数的八分之一。其中，成交额排名前100的企业贡献了48.31%的成交额；佣金收入排名前100的企业贡献了43.98%的行业佣金收入。

同时，企业淘汰也开始出现。受市场资源有限、成交困难、佣金收入持续下降等的影响，2019年拍卖企业不到三分之一的企业经营者表示经营正常，超过一半的企业经营者反映经营困难。个别省市已经出现一定比例企业放弃拍卖经营许可年检的情况。

2. 区域市场进一步分化

2019年，31个省（区、市）及新疆生产建设兵团中拍卖成交额超过200亿的有13个，分别是：河北省、安徽省、福建省、四川省、上海市、浙江省、湖北省、山东省、甘肃省、北京市、云南省、江苏省和重庆市，共计成交6125.61亿，占全行业年拍卖成交额的84.28%。

（图1-4-1）

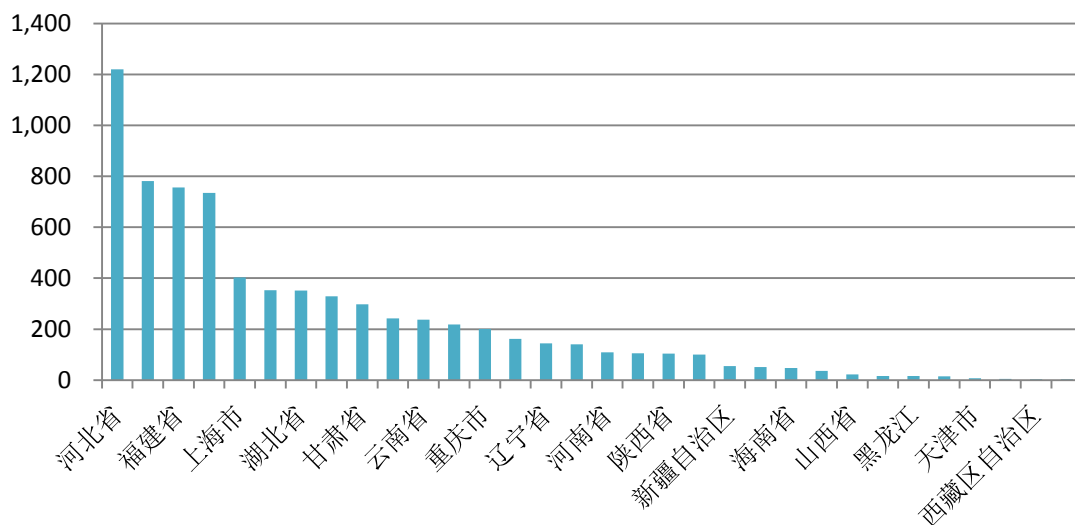


图1-4-1 2019年各省（区、市）及新疆生产建设兵团拍卖成交情况 单位：亿元

（五）细分拍卖市场呈现新的发展趋势

1. 不动产拍卖市场

2019年全年不动产拍卖市场总成交额5603.59亿元，同比增长9.02%，为全年总成交额贡献了77.1%，佣金总收入22.58亿元，仅次于艺术品拍卖市场，占全行业主营业务收入的30.9%。

（1）房地产拍卖持续下降，但降幅收窄

2019年房地产拍卖总成交额1216.71亿元，同比下降6.45%，继续延续下降趋势，但降幅收窄15个百分点（图2-1-1）。佣金收入12.89

亿元，平均佣金收益率1.06%。

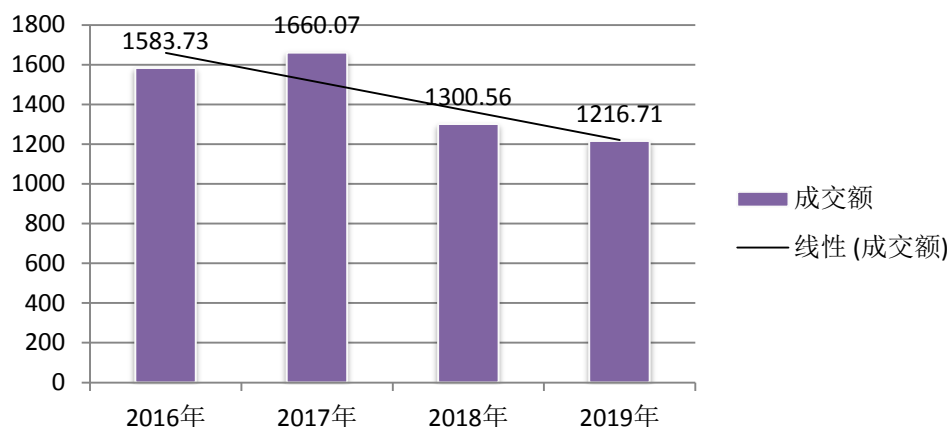


图 2-1-1 2016-2019 年房地产拍卖市场情况 单位：亿元

(2) 土地使用权拍卖结构性增长

2019年土地使用权拍卖总成交额4386.88亿元，同比增长14.27%，保持稳步增长态势(图2-1-2)。佣金收入9.69亿元，平均佣金率0.22%。

与其他各类业务相比，盈利能力最弱。

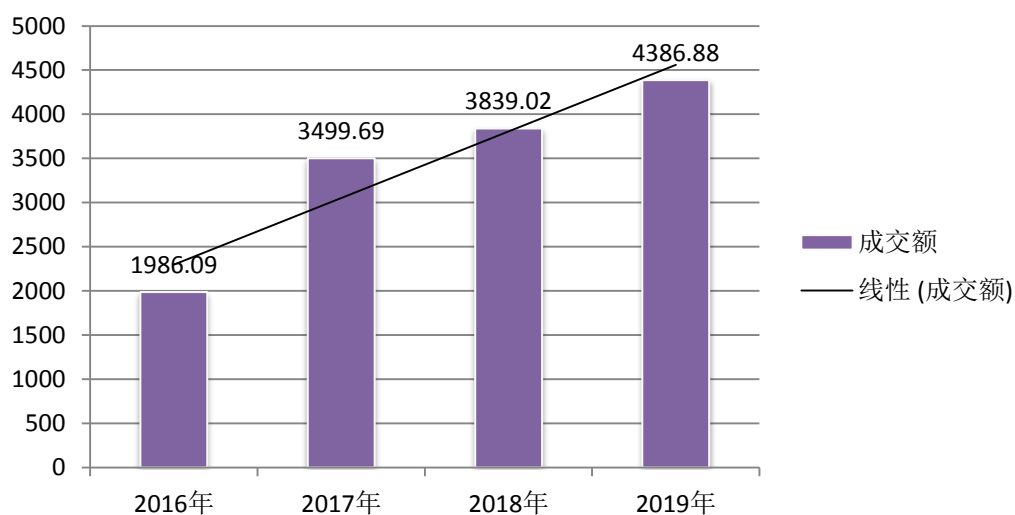


图 2-1-2 2016-2019 年不动产拍卖市场情况 单位：亿元

土地使用权拍卖业务来源相对单一，主要来自政府部门委托，占比高达89%。同时，由于土地供应表现出的结构性增长，河北、安徽、

福建、四川等省市的土地使用权拍卖业务量增长明显；一线城市及区域性中心城市，如杭州、武汉等城市地价则引领土地拍卖成交价格。

2. 股权、债权、产权拍卖市场

（1）成交额小幅反弹上升

2019年，股权、债权、产权拍卖成交额558.96亿元，实现反弹上升趋势，较上年增长8.15%（图2-2-1）。佣金收入3.03亿元，平均佣金率0.54%。

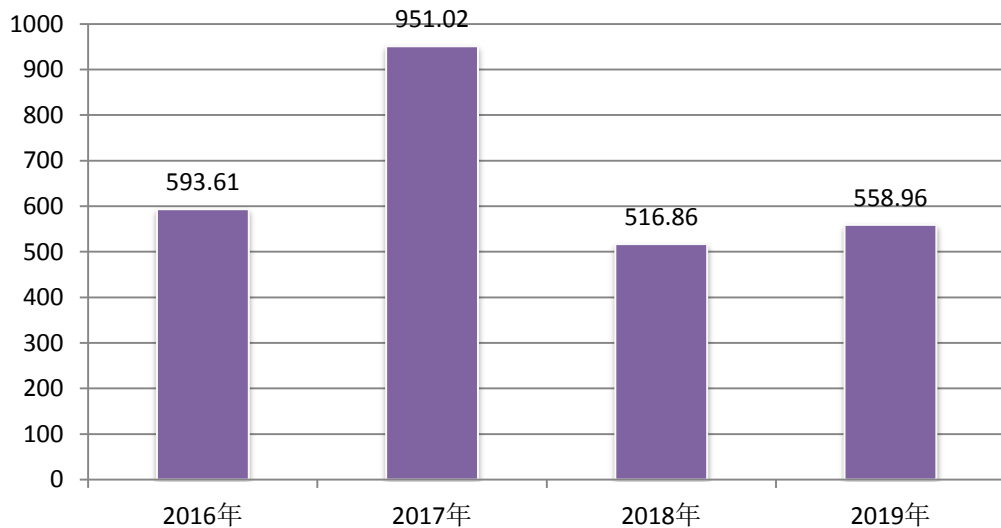


图 2-2-1 2016-2019 年股权、债权、产权拍卖年成交额 单位：亿元

（2）围绕金融资产，拓展新业务渠道

由于标的特性决定，金融资产机构仍是最大贡献者，委托成交占比56%（图2-2-2）。

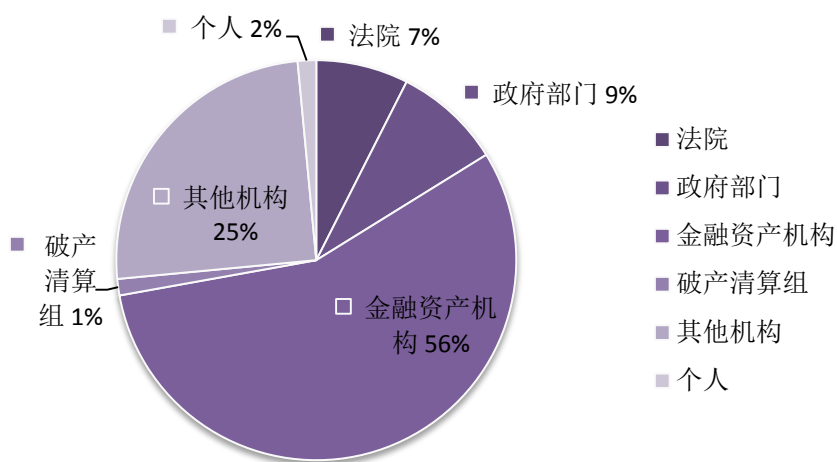


图 2-2-2 2019 年股权、债权拍卖委托来源结构

3. 无形资产拍卖市场

(1) 成交额持续下降

2019年，无形资产拍卖成交额232.47亿元，比上年下降6.52%，降幅增大3.9个百分点(图2-3-1)。佣金收入1.55亿，平均佣金率0.66%。连续四年来的成交额和场次均呈持续走低。

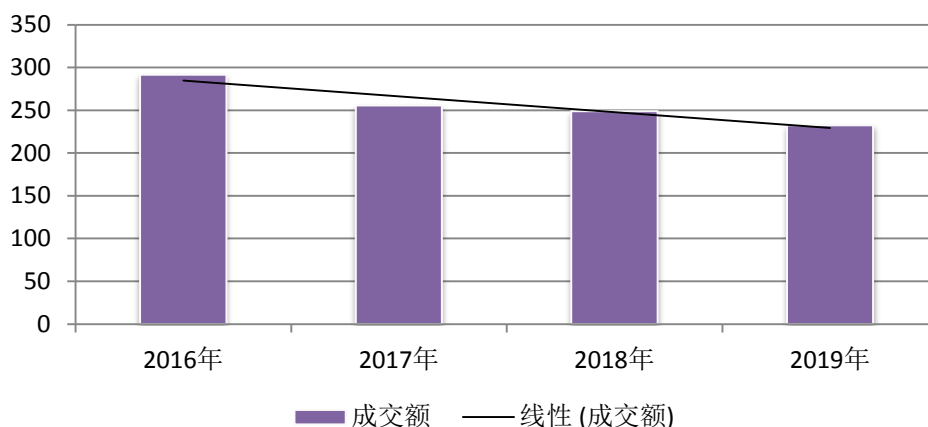


图 2-3-1 2016-2019 年无形资产拍卖市场情况 单位：亿元

(2) 增量市场业务模式有待创新

2019年，山东、广东、江苏、河南、四川等地拍卖企业继续深化或开始尝试与知识产权交易有关机构的拍卖合作与探索。

4. 文物艺术品拍卖市场

2019年，全国文物艺术品拍卖市场依然呈现下降趋势，据商务部信息管理系统显示，全年文物艺术品拍卖成交221.63亿元(不含佣金)，较上年下降15.00%。对12家样本企业春秋两季大拍公布数据进行的统计分析，2019年度全国文物艺术品拍卖市场发展呈现六方面变化。

(1) 春降秋增，全年仍呈下降

2019年，12家公司春拍整体下滑严重，跌破90亿元，成为2010年以来的最低点。秋季拍卖在拍卖公司的努力下，成交额迅速回升，环比春拍增长约20亿元，使得全年市场表现基本稳健，总成交额196.52亿元（含佣金），成交量5.41万件，与2018年相比，成交额下降2.18%，成交量基本持平。（图2-4-1）

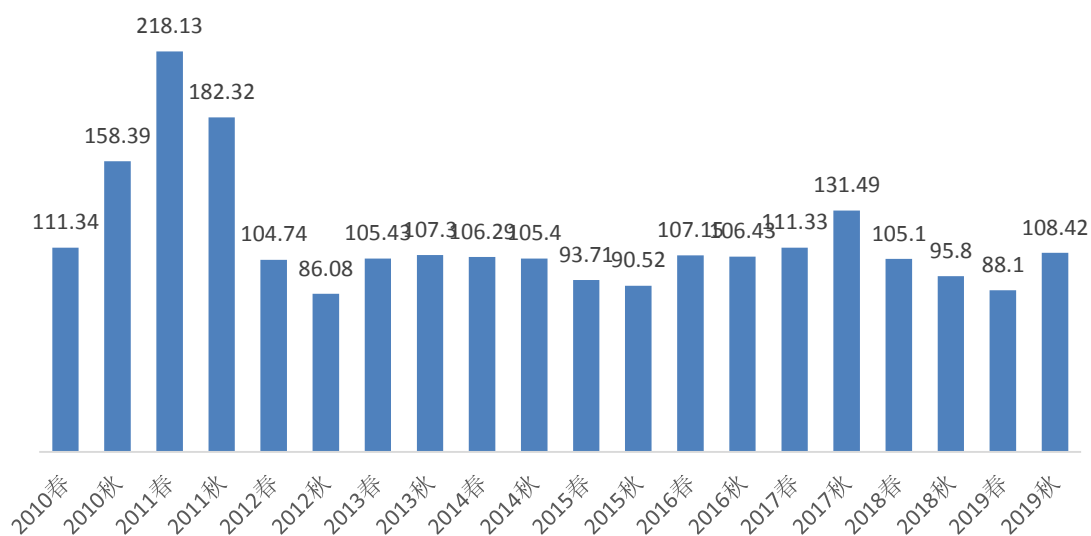


图 2-4-1 2010-2019 年 12 家拍卖公司各季成交额 单位：亿元

(2) 成交率 74.5%，创近年新高

2019年12家样本企业成交规模虽有所下调，但成交率达74.50%，较上年提升了0.46个百分点，创近年新高。(图2-4-2)

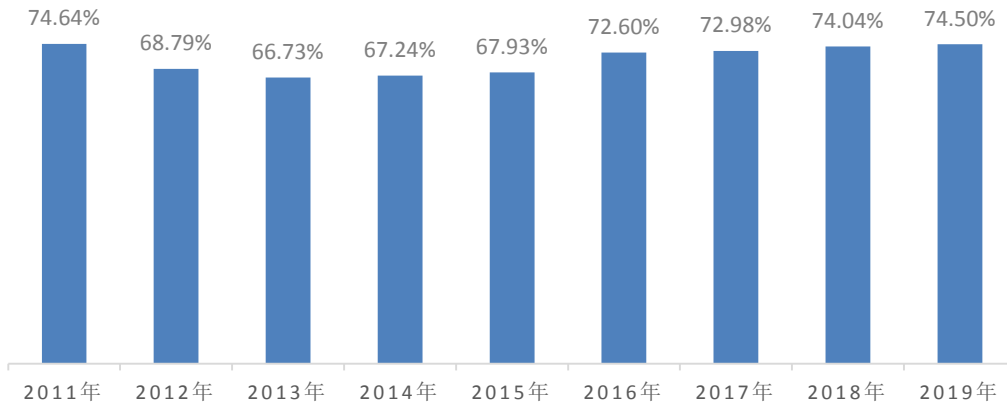


图 2-4-2：2011-2019 年 12 家公司成交率趋势

(3) 传统板块基本稳定，新晋门类表现良好

2019年度，12家公司在中国书画、瓷玉珍玩、邮品钱币、信札手稿等门类上基本保持平稳，在紫砂茗具、文房清供、古典家具、宫廷艺术等门类上成交额有不同程度提升，但在古籍碑帖、珠宝玉石、油画及当代艺术、佛教艺术等门类上成交额有明显下降。(图2-4-3)

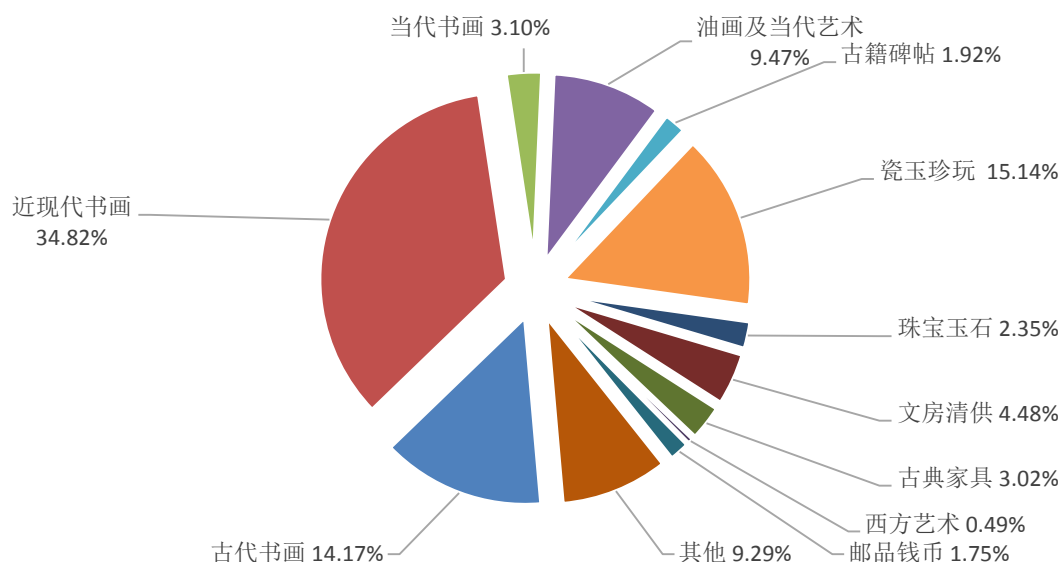


图 2-4-3: 2019 年 12 家公司各拍品门类（成交额）份额图

(4) 均价连跌，百万级拍品增多

2019年度，12家企业拍品成交均价下降至36.34万元/件，成为2011年以来的最低点。这主要由于高价作品正在减少，而100（含）至1000万元区间的成交拍品份额在2019年提升了0.21个百分点，达2643件，这也说明国内主要拍卖企业正在加强“百万元精品”这一市场的经营。

表 2-4-1: 2011-2019 年 12 家公司成交拍品均价表

年度	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
均价 (万元)	64.18	39.52	38.47	37.53	37.44	42.17	45.02	37.61	36.34

5. 机动车拍卖市场

2019年，机动车拍卖市场呈现快速增长势头，全年累计拍卖成交量约24.83万台，成交额125.28亿元，分别较2018年增长23.28%和17.19%。其中，成交额增速较上年上升1.71个百分点。（图2-5-1）

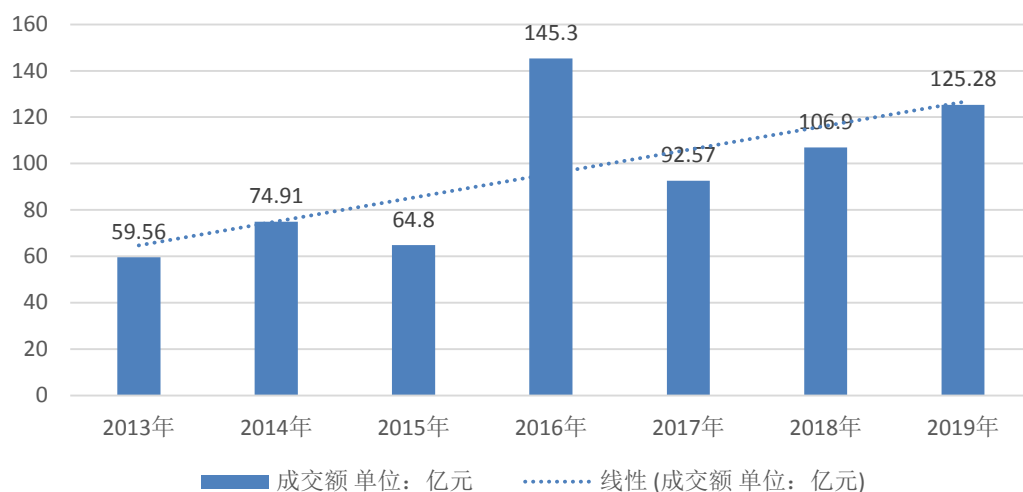


图 2-5-1 2013-2019 年机动车拍卖成交额增长情况

(1) 网拍成交占据半壁江山。2019 年，全国机动车拍卖累计成交 13833 场。其中，现场拍卖 2591 场，网络拍卖 8366 场（网拍场次的单场上拍量相对较少），现场与网络同步拍卖 2876 场。（图 2-5-2）

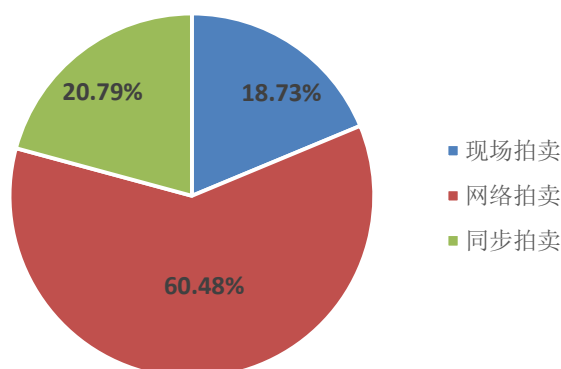


图 2-5-2 2019 年机动车拍卖不同组织形式占比（按场次）

(2) 拍品来源市场化程度继续提升。2019 年，机动车拍卖市场化委托（机构委托和个人委托）车辆达 26.92 万辆，占委托总量的 72.04%，成交额 96.26 亿元，占总成交额的 76.84%，分别较上年提升 12.6%、6.5%。（图 2-5-3）

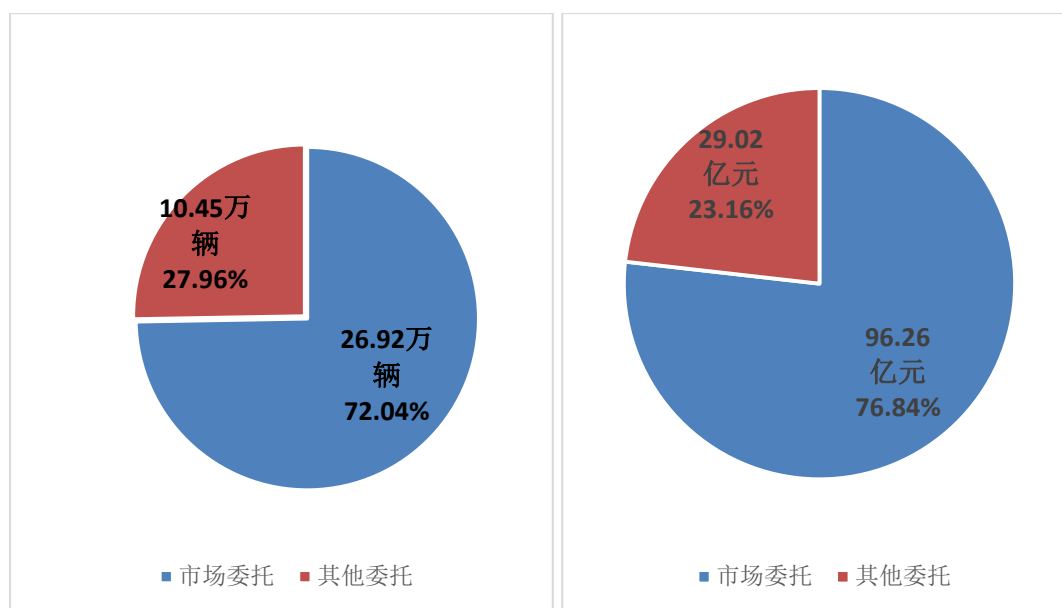


图 2-5-3 2019 年机动车拍卖委托成交量及成交额份额情况

(3) 华东地区市场活跃度最高。2019 年，华东地区（包括山东、安徽、江苏、浙江、上海、江西、福建）全年总计成交车辆 12.08 万辆、成交额 56.68 亿元，分别占全国 46.84%、45.24%。

(4) 拍卖车辆以低端车型为主。2019 年，机动车拍卖成交均价为 4.86 万元/辆(台)，成交价格在 5 万元以下的车辆共 16.15 万辆，占总成交量的 62.62%。

(5) 新能源车成交量翻番。2019 年，新能源车型累计成交 0.27 万辆，虽然基数还很小，但较上年翻了一番。

(6) 佣金率小幅下调。2019 年，机动车拍卖佣金收入 5.26 亿元，同比增长 6.05%。，但佣金率仅为 4.20%，同比下调 0.44 个百分点。

6. 农产品拍卖市场

2019年全年农产品拍卖年成交额48.22亿元,同比增加10.47亿元,增幅27.74%,连续两年成交额增长超过10亿元;在行业总成交额中的业务占比0.66%,较上年提高0.11个百分点。从近3年来的表现看,我国农产品拍卖市场正处于持续上升的业务增长期(图2-6-1)。

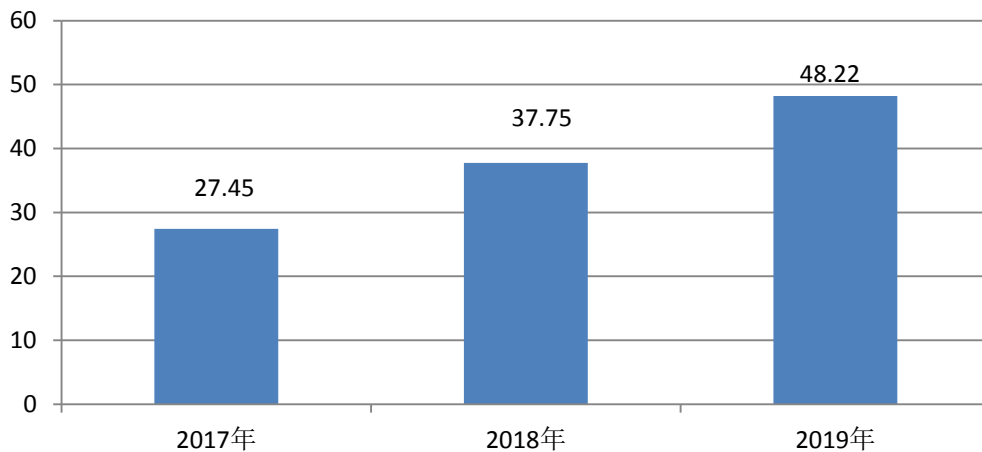


图 2-6-1 2017-2019 年农产品拍卖成交额增长情况 单位: 亿元

2019年农产品拍卖的佣金收入为1.29亿元,较上年减少4.44%;平均佣金率为2.68%,较上年下降0.9个百分点(表2-6-1)。

表 2-6-1 2015-2019 年农产品拍卖佣金比例变化

年 度	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
佣金率	2.3%	2.25%	3.97%	3.58%	2.68-3.95%

2019年鲜花类拍卖企业的年拍卖成交金额占农副产品拍卖业务成交额的22.05%,但佣金额占比达81.67%,平均佣金率9.90%(图2-6-3),明显高于主要来源政府委托的储备粮粮拍卖业务0.22%的佣金率。

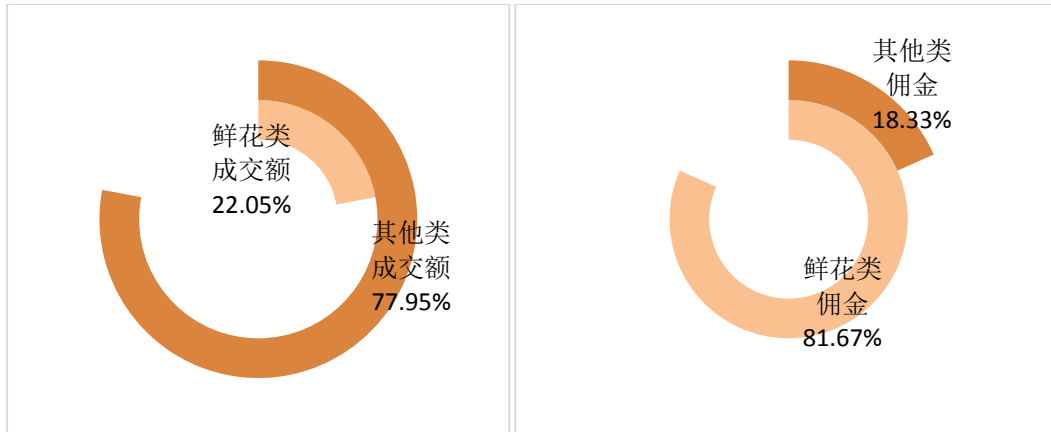


图 2-6-3 鲜花拍卖与其他类农副产品拍卖的成交额、佣金份额对比

二、拍卖市场新发展

（一）网络拍卖市场异军突起

1. 市场规模继续扩大

2019 年，按上拍标的起拍价计，网络拍卖市场规模已超过 3 万亿（含流拍及重复上拍），较 2018 年增长约 30%，上拍标的数量约 130 万件，较 2018 年增加 40%。

2. 市场热度持续升温

第一，参加网络竞买的用户数量持续上升。2019 年全年参与网络拍卖活动的竞买用户超过 300 万人次，较上年增长近 50%；第二，更多委托方愿意选择网络拍卖方式。第三，拍卖企业运用互联网的意识有明显提升，上拍标的数量较 2018 年增长了 77%。

3. 机动车等专业领域发展速度高

机动车网络拍卖表现突出。几家平台数据显示，2019 年上拍的机动车数量近 10 万辆，较 2018 年增长 22%，二手物资设备类标的网络拍卖市场活跃。上拍标的数量较 2018 年增长 67%，成交额增长 89%。

4. 司法网拍市场平稳

2019 年司法网络拍卖的上拍标的数量较 2018 年增加近 30%，报名人数较 2018 年增加 20%。但受市场环境的影响，成交率较 2018 年略有下降，成交额较 2018 年增长仅 2 个百分点。

（二）鲜切花拍卖市场形成规模

1. 鲜切花消费需求增长扩大拍卖交易空间

随着人民生活水平提高，鲜切花消费现已从过去的一、二线城市传导三、四线城市；从礼仪消费、婚庆消费向家庭延展，构建了一个多层次消费结构。2019 年，中国目前鲜花消费人均 10 枝左右，对照同等人均收入的国家人均鲜花年消费达 60-80 枝的水平，鲜切花消费市场增量巨大，鲜切花拍卖市场仍有较大增长空间。

2. 云南花卉拍卖的地位不断强化

2014 年全国首个鲜切花交易价格指数——昆明花拍中心鲜切花交易指数正式发布（www.kifa.net.cn），成为全国各地鲜花交易市场价格走势的风向标，直接影响着全国各地花卉市场价格走势，以昆明为中心的产地型鲜花拍卖市场形成。昆明国际花卉拍卖交易中心有

限公司，围绕鲜切花拍卖，集花卉标准制定、新品种研发推广、市场信息服务、技术服务、金融服务、物流服务为一体的多元化服务模式正在形成。



图 3-1-1 昆明花拍中心鲜花拍卖年交易量增长 单位：亿枝

（三）专业队伍走向正规化

1. 人才队伍趋于稳定

2019年，拍卖行业人才队伍基本稳定。根据商务部全国拍卖管理信息系统和中国拍卖行业协会统计，截至2019年底，拍卖企业员工总数60412人，其中，拍卖师13504人，同比增长1.39%。（图3-2-1）

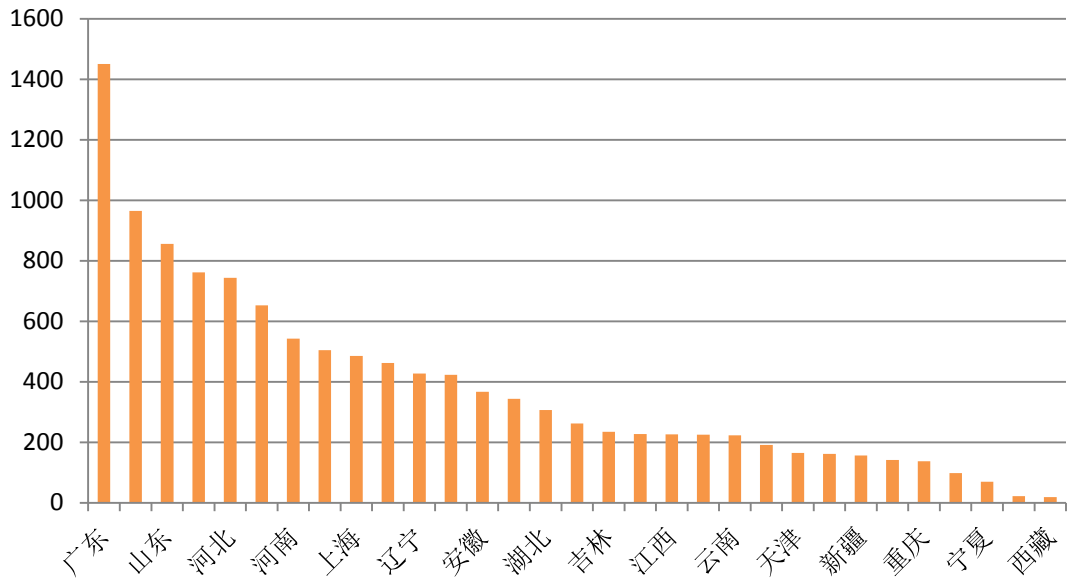


图 3-2-1 2019 年各省、区、市执业拍卖师人数

2. 人才结构持续优化

截至2019年底，拍卖师队伍中，80、90后年龄层所占比重已上升到29.8%，同比增长1.2%；70后的比重已由2014年时的43.1%下降到38.75%。此外，拍卖师队伍的学历构成也有所优化，38%的拍卖师学历为大学本科及以上学历，与2014年相比，有近8个百分点的提高。

（四）行业诚信规范体系建设提速

1. 拍卖标准体系进一步完善

目前，拍卖标准体系涵盖已发布实施标准、在研编制标准以及拟立项标准总计超过三十个项目。以国家标准、行业标准为主，团体标准、地方标准为辅的拍卖标准体系框架得到进一步完善。（图3-3-1）

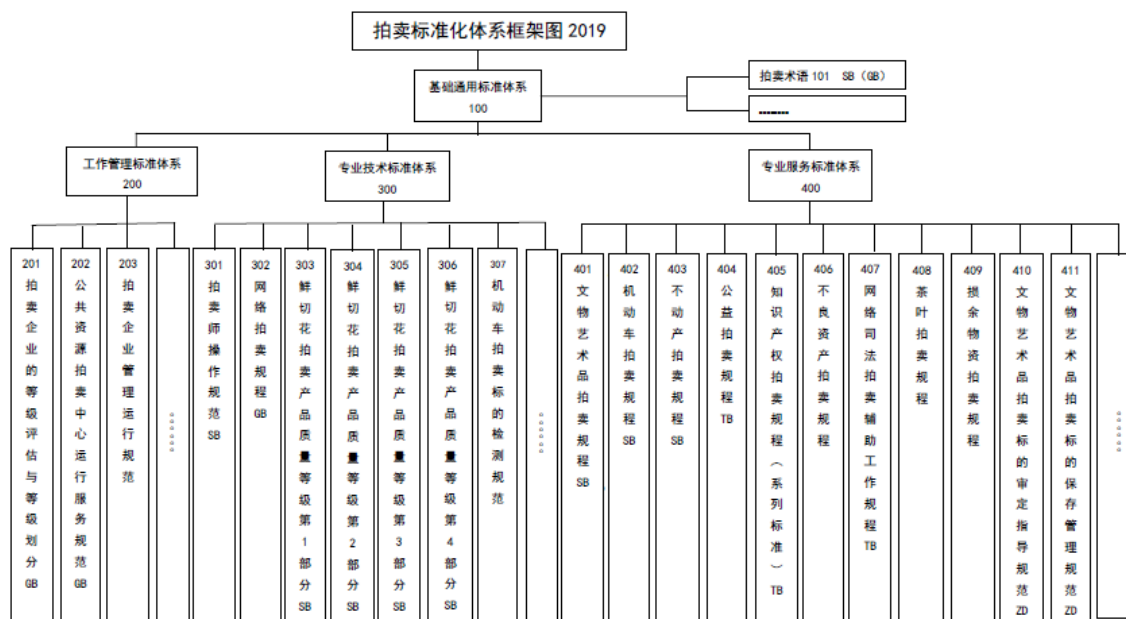


图 3-3-1 2019 年拍卖标准化体系框架图

2. 国家标准项目有序推进

《公共资源拍卖中心运行与服务规范》(计划号: 20170507-T-322) 国家标准完成项目终审报批及配套文件审查工作; 拍卖术语标准申报立项国家标准, 已经通过立项答辩, 将于2020年内完成项目编制工作。

3. 团体标准高质量发展

2019年, 《知识产权(专利)拍卖规程》、《公益拍卖规程》、《网络司法拍卖辅助工作规程》等一批由企业和地方协会牵头研制的团体标准, 推动专项业务领域标准先行。

4. 行业诚信体系建设有序推进

2019年, 上海、广东、浙江、内蒙古、陕西、湖南等地在加强行业诚信建设方面积极探索, 采取有效措施加强自律监督。

中国拍卖行业协会组织完成了2019年拍卖企业等级评估工作，新评出AAA级企业12家、AA级企业27家、A级企业40家（图3-4-1）。积极开展文物艺术品拍卖企业、机动车拍卖企业标准化达标工作。

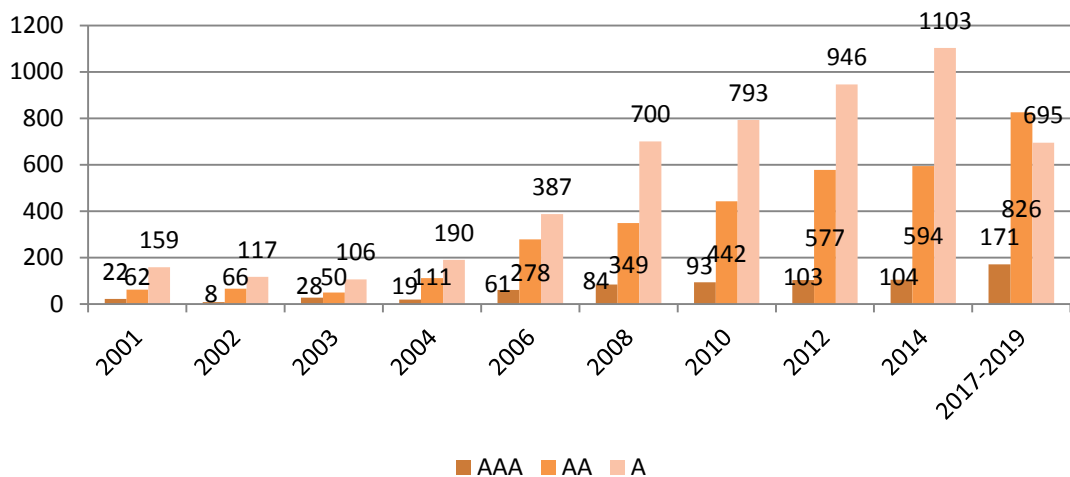


图 3-4-1 2001-2019 年资质拍卖企业数量 单位：家

三、行业面临的主要问题

一是拍卖行业的服务能力与市场资源配置的需求间存在不匹配，除如机动车、农产品拍卖外，还有更多新兴业务和领域亟待开拓。

二是传统经营理念与新技术迅猛发展之间的不匹配，新技术、新科技发展使得网络拍卖得到快速应用，极大扩大了传统拍卖市场的边界，传统拍卖企业线上、线下的融合发展步伐较慢。

三是传统盈利模式与客户对增值服务需求之间的不匹配，行业创新意识不强、创新能力不足、专业服务水平不高限制了新业务的发展。

四是行业现有队伍素质与行业转型发展需求间的不匹配。拍卖行业的跨界融合发展、新业务拓展、网络拍卖业务等关系行业转型发展

的诸多方面，需要更多的“高、精、尖”和综合素质较高的人才，目前行业专业化水平还比较低，具有综合素质的跨界人才缺乏。

四、拍卖行业发展趋势

2020年开年以来，新冠疫情使拍卖行业经营受到了明显影响。全年拍卖行业经营将处于恢复发展状态，多数企业的收入将受到明显影响，预计全年拍卖企业亏损面或有所扩大。但从拍卖行业所处的中长期社会环境来看，总体而言，在我国经济稳中向好、长期向好的基本趋势没有改变的大背景下，拍卖业所受影响不会太大。

（一）行业将保持稳定发展的基本格局

首先，代表行业发展重要标志的行业总成交额受土地使用权业务稳定增长的带动，会基本维持历年的正常水平；其次，以业务水平提升为基础的不良资产处置、机动车、鲜花等专业拍卖业务的盈利能力将进一步加强，带来行业发展新生力量。

（二）跨界融合发展将提速

与拍卖相关的上下游业态，一直以来都是拍卖业不可或缺的“伙伴”，对于提高拍卖业的服务能力和发展质量至为重要。以金融、电商、物流、网络新技术、法律咨询服务为代表的业外合作伙伴，将继续与拍卖业探索以融合发展为基调的合作新模式，进而初步实现拍卖与相关行业的“共生”关系，构建新的“拍卖生态圈”。

（三）新兴拍卖业务将快速成长

以机动车、农产品、股权债权等为代表的新兴拍卖业务将快速成长，并将成为行业发展新的支撑点。机动车、农产品、股权债权等新兴拍卖业务将发挥集聚行业所需人才、融合相关行业、创新发展理念、开发网络新技术等重大效能，进而起到引领行业发展方向的重大作用。

（四）互联网技术的行业应用将全面提速

2020年将成为拍卖行业信息化管理及互联网业务实践水平跃升的重要机遇期。受疫情影响，拍卖行业协会及多数拍卖企业将开展互联网拍卖作为平稳度过疫情影响的重要举措。互联网拍卖平台与拍卖行业、拍卖业内企业之间的合作在疫情之下将更加深入和广泛。信息化场景应用将在拍卖业中成为广泛共识，相应的法律制度实践也将同步展开，预计2020年内互联网拍卖活动场次、上拍标的数量将有较大幅度的增长。

总的看来，随着境外疫情加速扩散蔓延，我国经济发展在面临新挑战的同时，也给拍卖业加快科技发展、推动产业优化升级带来新的机遇。拍卖行业要深入分析，全面权衡，准确识变、科学应变、主动求变，善于从眼前的危机、眼前的困难中捕捉和创造机遇。