

农村经济发展与经营管理丛书

主编 崔富春

农民经纪人简明读本

弓永华 郭建平 编著

 中国社会出版社

第一章 农民经纪人概述

第一节 农民经纪人的含义及其分类

在计划经济时期，不少人把农民经纪人看成资本主义的东西，我国农民经纪人群体的成长壮大遇到过种种困难。随着社会主义市场经济体制的逐步建立和完善，一个新的经济活动主体——农民经纪人开始重新出现在农村社会经济生活中，并以其旺盛的生命力不断成长壮大，对促进农村经济和农业生产发展及农民收入的提高都起到了积极的作用，正在成为社会主义新农村建设过程中一支引人注目的生力军，并成为我国农村经济生活的一个“热点”。目前，农民经纪人在全国各地蓬勃发展，已经形成了超过 500 多万人的庞大队伍，他们在农村经济领域发挥的作用越来越重要，影响也越来越广泛。农民经纪人队伍的成长壮大，需要我们站在大力发展社会主义市场经济、推进农业现代化建设、加速全面建设小康社会进程、构建社会主义和谐社会的高度加以重新认识。

一、农民经纪人的含义

经纪是一种可属于商法，又可属于民法的法律行为。经纪人是那些在市场上促成买卖双方交易、并以此获取佣金的中间人，在整个交易活动期间，既不占有商品，与客户也无连续关系。与代理相比，他不以委托人名义进行活动，与行纪相比，他不直接以自己的名义推销商品。因此，经纪是一种买卖双方关系最简单、最灵活而本身承担风险又小的中介活动。正因为经纪活动收费低、活动灵活、

周期短、省时省力，从而是一种用最经济、最节省的办法来促进商品成交的交易活动。

1. 经纪人的一般概念

在经纪人具体定义上，国内外有多种表述。美国市场学家菲利普特奥拉在《国际市场经营》一书中说：“经纪人是提供廉价代理服务各种中间人的总称，他们与客商之间无连续性关系。”在经济发达的国家，经纪业很发达，经纪人的社会地位和待遇都很高，各国的称谓也不一样。在美国和英国称经纪人为 Broker 或 Middleman，Broker 比较规范，Middleman 则外延更为宽泛，包括经纪人、代理人、委托人等中介人在内；在法国，称经纪人为 Courtier 即“奔跑的人”；在日本，称经纪人为“调旅屋”或“种买人”等。

我国《辞海》把经纪人定义为“是为买卖双方介绍交易以获取佣金的中间商人”。《经纪大词典》称“经纪人，中间商人，旧时称为掮客，处于独立地位，作为买卖双方的媒介，促成交易以赚取佣金的中间商人。”1995 年国家工商行政管理局颁发的《经纪人管理办法》中指出“本办法所称经纪人，是指依照本办法的规定，在经济活动中，以收取佣金为目的，为促成他人交易而从事居间、行纪或者代理等经纪业务的公民、法人和其他经济组织”。同年湖南省人民政府发布的第 56 号令《湖南省经纪人管理办法》中指出：“本办法所称的经纪人，是指在经济活动中为交易双方提供中介服务，促成交易，收取佣金的公民、法人和其他经济组织。”又称“中介服务是指为交易双方提供信息或者受交易一方的委托与他方达成协议的行为”。

尽管对经纪人概念的表述有所不同，但人们对经纪人的概念所包括的四个方面的内容的认识则是相同的：（1）经纪人在经纪活动中以收取佣金为目的；（2）经纪人为促成他人交易进行服务活动；（3）经纪人的活动形式主要包括居间、行纪、代理等；（4）经纪活动主体分别为公民、法人和其他经济组织。这四个共同点表明经纪

人的经营性质是经纪人以收取佣金为目的，经纪人经营的特点是经纪人为促成他人交易进行的服务活动。

2. 农民经纪人的含义

中国是一个历史悠久的古国，在两千多年前就出现了经纪活动。在西汉，经纪人被称为“驹侏”；唐代，称经纪人为“牙人”，“牙郎”；到了宋、元时期，出现了外贸经纪人，宋代称“牙侏”，元代称“舶牙”；明清时期，称经纪人“牙人”，明代还把牙人分为官牙和私牙，同时还出现了牙行，即是指代客商撮合买卖的店铺。在清代对外贸易中，经纪人被称为“外洋行”。清代后期还出现了专门的对外贸易的经纪人“买办”。到了民国时期，随着经营股票和债券买卖的出现，在中国历史上第一次出现了债券经纪人。

解放初，我国对经纪人采取限制、取缔政策，同时把经纪人限定在指定的场所，设立了全民和集体所有制的信托经纪机构，兼营购销双方的居间业务。1958年，取缔经纪人。但在农村的集市贸易当中，允许公民个人为促成农副产品交易而进行居间活动。1980年以后，经纪活动开始复苏，但经纪人活动仅仅是处在不公开的“地下”居间活动。1985年后，经纪人由“地下”走到地上，以公开、合法的身份从事经纪活动。1992年以来，经纪人处在逐步发展阶段，国家对经纪人采取“支持，管理，引导”的方针，使经纪活动逐步走上了正轨。

关于现代农民经纪人的概念更加明确的认定，基本上是套用辞书报刊文献上关于经纪人的定义，同农村现实与发展的需要多不相宜。

农民经纪人这个概念最早是《中共中央、国务院关于做好2000年农业和农村工作的意见》（中发〔2000〕3号）中提出的，文件提出：“改革以来日益活跃的农民经纪人队伍和各种形式的民间流通组织，是搞活农产品流通的重要市场中介，是推动农业结构调整的一支重要力量。”此外，农业部发布的《全国农业和农村经济发展第十

个五年计划（2001—2005）》中指出：“要积极引导、扶持和发展由农民自愿组织起来的专业协会、产销服务队、专业合作社等多种形式的农民专业合作经济组织……大力发展和规范农民经纪人队伍。”此外，2004年中央1号文件中也明确指出：“鼓励发展各类农产品专业合作组织、购销大户和农民经纪人。”2006年中央1号文件《中共中央国务院关于推进社会主义新农村建设的若干意见》中再次指出：“培育和发展经纪人队伍。”这说明，中共中央、国务院对农民经纪人的产生和发展是给予充分肯定的。

经纪人的前身即是对农产品集中收购、统一销售的一些返销大户。而农民经纪人这一新名词的概念有更为广泛的含义，有“信息经纪人”、“科技经纪人”、“加工经纪人”、“推销经纪人”等。这些经纪人告诉农民“种什么”、“养什么”才能致富，如何科学种植喂养才能丰收，如何对农副产品进行加工等。由于大量农副产品集中上市后，往往“卖给谁”的问题比较突出，因此能够推销农副产品和预先为农产品找到“订单”的“推销经纪人”成了最受农民欢迎的经纪人。

“农民经纪人”的称谓比较偏重于“经纪人”的“农民”身份，而对这群经纪人所从事的如农产品营销、农业科技推广、农业新领域开发等经纪项目未作严格的界定。由于中国农民的特殊身份，也使得“农民经纪人”成为具有鲜明中国特色的特殊群体。“农民经纪人”和“农民工”的出现和壮大，反映出中国社会的深刻历史变化，影响极其深远。

因此，对农民经纪人的认识应与时俱进、与实相符，不能简单地套用传统的概念来定义农民经纪人，要从有利于促进“三农”发展和维护市场秩序出发来定义农民经纪人。在农民经纪人的概念上应有所突破。

二、农民经纪人的特点

农民经纪人是社会主义市场经济条件下发育起来的新经济成分之一，它以专业从事农产品及乡镇企业产品的收购、储运、销售为

职业内容，并已在经营过程中形成了一定规模（一般最低限额年销售额10万元）。这一群体以一种新的劳动方式投身于创造财富的洪流，构建了一个新的社会阶层，诠释了一种独特的存在价值，表现出充满现代气息的明显特征。

1. 职业素质的市场性

农民经纪人普遍头脑灵活、信息灵通、反应迅速、眼界开阔，而且思想开放，易于接受新观念、新事物，特别是他们摒弃了“安于现状、小富即安”式的小农意识，目标长远，勤于行动，敢于闯市场、发大财。正是这些基本素质成功地改变了历史上“二道贩子”的畏缩形象，赋予农民经纪人以巨大的市场亲和力。可以说，该群体是充分市场化的农村“新人类”。

2. 个体身份的多重性

就目前农民经纪人现状而言，“纯经纪”趋于萎缩，更多的经纪人从单纯的经纪工作起家，积累资金、技术等生产要素，转而投入生产领域，发展成集种养、收购、运输和销售为一体的规模化组织，农民经纪人相应地身兼能人、大户、经纪人乃至党员、干部等多重身份，承担多种职能，并逐渐从农村边缘走向农村舞台的中心，甚至向周边的中小城市延伸。

3. 经营状况的规模化

不少农民经纪人不但通过上述一体化经营方式建立起规模经营的线性体系，而且有计划地以点带面，以一人或一个中介组织带动一方，形成“公司+生产基地+农户”的生产模式，同时大力拓展市场，构建全国性的销售网络，有的甚至协助打造地方特色名品进军国际市场。“江苏省十大杰出青年农民”之一洪正斌，仪征市月塘乡经纪人包尊华、肇东市里木店经纪人刘福军等，均已将天宝工艺草席、月塘雨花石、“长江红”辣椒等地方特产成功推向欧美市场。

4. 经纪活动的广泛性

农村经纪行为是市场运行过程中形成的经济活动，属于市场经

济的伴生物。由于农村市场经济活动复杂多样，各类商品名目繁多，其供给与需求也千差万别，并且随着时空的变化而变化，供求双方追求目的差异与矛盾的变化，为经纪活动提供了广泛的活动时空。可以说，市场上有多少种商品和服务，就可能存在多少种经纪活动，以便在供求双方之间建立起联系。因此，从事经纪活动的经纪人也是相当广泛的，这样才能与市场范围大体适应。经纪人既可以是自然人，也可以是法人，只要能为市场供给和需要双方提供中介服务，都可以成为经纪人。

5. 经纪活动的服务性

经纪人的经纪活动只提供服务，一般不能包括实物性交易。如若在经纪活动过程中发现了有利的市场机会，自己直接购买或销售，旨在获取最大利润，其经纪性质已经变成经营性质。

6. 经纪人经纪行为不占有用于交易的商品

农民经纪人介入市场交易并非要自己亲自出卖商品，也不需要自己购买商品。他对买方或卖方的货币和商品没有留用权、抵押权，也不拥有所有权、使用权。因此，经纪活动一般不需要多少固定资产和流动资金，个人或合伙就能解决注册资金的最低额，所以从事经纪活动的多是个体或合伙经济组织。

7. 经纪活动获得的报酬具有“佣金”的特征

农村供求双方人在经济活动中用自己特殊的活动方式为供求双方提供经纪服务，为供求双方节省了商品交易的劳动付出和其他必要的投资，因而经纪活动也同其他服务一样，有一定的使用价值和价值，具有商品属性。因此，提供经纪服务的经纪人有权力向享受此种服务的供求双方索取一定的报酬，这种报酬在经纪活动中通常被称为佣金。佣金是经纪人从事经纪活动的基本动力，如果没有佣金，经纪活动是很难存在和发展下去的。为此，必须承认经纪佣金的合法性和积极性。

8. 经纪活动的隐蔽性和非连续性

在经纪活动过程中，经纪人往往不把他的委托人告诉对方，直到签订了经纪合同，进行交易，并取得商品交易成功为止。一般情况下，经纪人与对方接触时，应声明自己是经纪人。在交易成功时，应告知对方委托人是谁。如果在签订合同时，还没有告诉对方委托人是谁，那么经纪人则负有履行合同的责任。如果经纪人没有声明，使对方误认为经纪人就是合同当事人，就有事实上的欺骗性质，在《合同法》中，称为意思表示不真实。另外，一些地下经纪活动因没有登记，无营业执照，属于无照经纪，这是我国不允许的。因为这种经纪活动没有签订经纪合同，无任何经纪记录和账目发票，一般多采取收取现金作为佣金，难以查明。

经纪活动还具有非连续性的特点。经纪活动往往是就某一特定业务提供服务，经纪人与委托人之间并无长期的、固定的合作关系，该项业务完成，委托关系即终止。地下经纪活动的这一特点更是明显。经纪人没有固定场所，没有对外公开使用的名称，有利即上，无利则休，经常是“流动式作战”。

9. 经纪人承担的民事责任

在经纪活动中，农民经纪人只是为供求双方提供签约机会，最后签约的是供求双方，经纪人本身不参加签约，只是在其中起沟通信息、牵线搭桥、撮合成交的作用。对交易成功之后，交易双方发生什么纠纷，经纪人并不承担任何责任。有关的法律责任由供求双方当事人承担。但经纪人作为法人或受托人从事营销活动，并与客户签约的，则要承担相应的民事责任。

三、农民经纪人的分类

目前，农村市场经济框架已初步构成，但许多农民对市场经济还比较陌生，计划经济时代，生产什么，生产多少，都由生产队、政府订计划，下指标，而现在完全不同了；生产由农民自主决定，

销售由农民直接进入市场，许多农民尚未适应这种生产方式，生产和销售基本上是依靠“道听途说”，致使生产不确定，农产品销售盲目，迫切需要有人“牵线搭桥”，于是农民经纪人应运而生。实践证明，农民经纪人已逐步成为农村新型社会化服务体系的重要组成部分，是农村改革和经济发展中的新生力量。农民经纪人的队伍近几年有很大的发展，经纪人的种类繁多，主要有以下几类：

1. 销售型经纪人

也可称为农产品供求经纪人。农产品销售是农民的最大问题，这就需要有专门的人来做农产品的收购和促销的“红娘”，实现产销衔接，解决农产品的买难、卖难的问题。农产品数量大，品种多，如果产品流通不畅，势必造成“生产容易销售难”的结果，农民丰产不丰收，农民辛辛苦苦的劳动将成为泡影。营销经纪人，为农民的产品找“婆家”、“铺路架桥”、“穿针引线”、使农民得到了实惠、看到了希望，对自己的事业也充满了信心与希望。例如北京市密云县香水峪村农民刘建化，从1991年开始做板栗营销经纪人，把本村和周边村的板栗收过来再卖给天津、蓟县等地，年收入2~5万元。

2. 科技型经纪人

农业的发展方向是优质、高产、高效，现代化的农业生产与高科技的有力结合，这就需要有一批既懂技术、技能，又会经营的“专门人才”、“市场专家”，利用自己掌握的科技为农民服务，以“科技土专家”的身份帮助农民引进并推广各种农业新品种、新产品、新技术。农民对这类经纪人信得过，因为他们是土生土长，他们之间有天然的联系，对乡情了如指掌，他们懂得农民的需求，用他们的信誉和方式推广新的技术和品种，农民容易接受。这种靠农民指导农民，靠农民带动农民，靠农民帮助农民的科普推广效果非常好，经纪人在为农民服务中获得了收入，农民则增加科技意识，普及了科学知识，推广了科技方法。

3. 信息型经纪人

21世纪是信息时代，在市场经济条件下，需要及时掌握大量准确的市场信息。农民进入市场以后，急切地想知道各种信息，如：市场行情，农业产业结构的调整，农民产业的转移和农村剩余劳动的就业等等，农民对各类农产品的需求信息，劳动力输出的信息，科技信息等等都比较关注。农民经纪人把掌握的科技、市场行情、种植、养殖、加工及劳力需求等各种信息提供给农民，从中收取一定的信息服务费。农民经纪人就是本乡本土的人，在他们提供信息时必然有一种责任感，为了自己的生存和发展，他们也不希望欺骗农民，因此，这类信息一般来说可信度较高，且快速而准确。农民经纪人所提供的各种信息，被农民吸收以后，必然使农民少走弯路，迅速发家致富。

4. 复合型经纪人

在农村市场经济体制不完备的情况下，农产品卖难的问题困扰着一部分农民，在困难的情况下，农民开始自寻出路，寻找销售市场和买方对象，有的农民占有大量土地，农产品规模较大，逐渐创立了自己的信息来源，销售渠道较多。他们本身既是生产者，同时又扮演中间人角色，为别人提供信息和市场、牵线搭桥，除了从生产经营中获利外，也从中间人（经纪人）中获得佣金。此类农民既是生产者，又是信息提供者，也是销售者。

5. 维权型经纪人

近年来，用伪劣的种子、化肥、农药等生产资料坑农及其他侵害农民利益的事件时有发生，受害农民苦不堪言。因此，应该加大力度培训一批知政策、懂法律、有工作经验、维护广大农民合法权益的经纪人，为他们提供经常性的维权服务。

四、农民经纪业务相关的概念

由于市场经济发展的需要，各种各样的经营不断涌现，农村社

会中逐步形成了从事诸如代理、行纪、中介等服务的群体。这些经纪内容之间既有区别，又容易混淆。为此，需正确地理解各类经纪人及经纪业务相关的名称含义，明确代理人、行纪人、居间人、营销商、信托等概念。

1. 代理人

代理又称为委托代理，是指农民经纪人接受委托人委托，代表委托人进行经纪活动。代理是我国民法中一项独立的法律制度。除了法律规定的一些例外情况，公民和法人都可以通过代理人实施民事法律行为。我国《民法通则》中规定，委托代理的形式有两种，一是书面形式；二是口头形式。农民经纪人进行委托代理时，应当以书面形式签订委托代理合同。代理的法律特征：

(1) 代理人是以委托人的名义从事代理活动，代理行为的法律后果由委托人承担。

(2) 代理人只能为委托人进行媒介活动，其服务范围较窄，与当事人之间往往是一种较固定的、连续性的关系。

(3) 代理人应按委托人的需求从事代理业务。他对第三方不享有任何权利，也不承担任何义务，只对委托人一方尽其义务，代理可以是有偿的，也可以是无偿的。

(4) 大多数代理人要直接经手商品，代办一些业务，例如代办农产品运输等。

代理人或多或少有一定的代理权，可代理委托人在控制价格、销售条件等方面行使一些权利。

2. 行纪人

行纪人是商品经济发展到一定阶段的产物。它是指以自己的名义但却从委托人的角度考虑，进行动产的买卖或其他委托事务，由经纪人收取一定佣金的一种居间人，又叫信托人。经纪人往往利用自己的专业知识和经验去帮助委托人实施所不具备或不便的事项，以取得最大利益。商品交易的信托，就是经纪人受委托人的委托为

委托人代买或代卖商品。行纪人主要有以下特征：

(1) 行纪人需要完全为委托人考虑作出是否交易的决策。

(2) 行纪人与第三方进行交易时，要成为直接的买主或卖主，交易后行纪人将该交易行为的效果转移给委托人，权利、义务及其法律后果由行纪人承担，委托人与第三方并不发生直接法律关系。

3. 居间人

居间是经纪人按照委托人的意图，为委托人与第三人订立合同、提供机会或进行介绍的一种经纪活动方式。即通常所指的“对缝”、“跑合”，这是经纪人的主要业务。完成居间工作，这也是经纪人传统的业务。

(1) 居间业务的主要法律特征。居间业务的行为是民事法律行为。依法取得经纪资格的经纪人按照委托人的委托，在委托人与第三人进行经济往来，订立合同过程中，依法进行中介服务活动。

居间业务行为是以签订居间合同来实施。经纪人在进行居间业务活动时需同委托人签订合同，从而确立其权利、义务关系。

(2) 居间业务通常采用的方式。通过提供样品、资料，为商品交易双方穿针引线。对于商品交易，经纪人可以提存卖方提供的商品样品，了解并通过自己所掌握的这些样品的信息、资料，为委托人寻找合适的买方，促成商品的交易。

通过灵活多样的介绍活动，为买卖双方牵线搭桥。农民经纪人的居间活动没有统一具体的模式，有的农民经纪人通过建立广泛的人际关系网络，广交朋友，广泛撒网的办法，利用友谊和信任，在亲热友好的气氛中促成交易；有的农民经纪人比较相信自己的能力，直接寻找客户，采用自我推销，开门见山的形式，进行商品中介，这样容易开辟新的活动范围；还有的经纪人以自己的良好形象和业务素质吸引交易者，从而完成居间工作。不论采取哪一种方法，经纪人都要从适合自己的特点，寻求一套适合于自己行之有效的“跑合”办法。

4. 经销商

经销商是指以自己名义买进出卖人持有的商品，而后再自主将该商品转卖给第三者的人。经销商包括批发商和零售商。其主要特征：

- (1) 经销商拥有商品的所有权，要自行承担经营后果及其风险。
- (2) 经销商与出卖人之间经常有固定的联系。
- (3) 经销商与商品卖方之间以及经销商与第三人之间的合同关系都是个别的买卖合同，商品买方和卖方两不相干。

5. 咨询人

随着我国市场经济的不断发展，商品生产日益兴盛，商品交易咨询服务能力不断增加。与此同时，对高新技术的需要更加迫切，劳动力的流动也不断增多，还有许许多多新鲜的事物需要有能人经办。由于经纪人联系广、信息灵，熟悉市场行情、商品知识以及有关政策法规，具有提供咨询服务得天独厚的条件，有能力为农民出谋划策，正确选择生产资料、科学技术、生产对象、产品销路、劳动能力和雇主等。因此，开展咨询服务就成为农民经纪人的重要业务之一，农民经纪人也成为了地地道道的咨询人。

目前，农民经纪人面临的大量咨询业务是农副产品现货交易，其咨询服务有以下几个方面的内容：

(1) 信息咨询。信息咨询的内容包括市场行情、农副产品供求、新产品的开发利用以及劳务市场等信息，生产者或生产企业依据这些信息，决定生产经营方向、生产规模，选择投资方法，制定促销策略以及选择交易伙伴。

(2) 商品知识咨询。农民经纪人不仅熟知市场行情，而且掌握着丰富的生产知识、技术知识、市场知识、商品知识、政策法规，比如新技术的效能，商品的性能、质量、产地、包装、运输以及市场有关规定等，这些都能为农民和有关客户提供服务。

(3) 专家咨询。在中草药材土特产品的生产销售、特种种养、

项目开发以及新技术的引进等特殊经济活动中，由于这些活动不同于一般商品交易，难以用社会化大生产中的专业标准加以检验，而经纪人丰富的社会经验和商品知识以及特殊的技能技巧，能对交易对象进行鉴定，为交易双方提供专业的咨询，保证公平交易。

(4) 政策法律咨询。农民经纪人要求熟知农副产品及其他商品流通方面的法律、法规和政策，可以为农民和有关委托人提供相关的法律法规方面的咨询，提高他们在购销领域的法律意识，帮助委托人依法交易，避免委托人在交易中触犯法律。

6. 经纪组织

经纪组织是指具有企业性质和组织形式的经纪公司、经纪人事务所或其他兼营的经纪组织等，是盈利性的、能独立承担民事责任的组织。

经纪组织可以是全民所有制、集体所有制、私营企业性质的企业。私营企业性质的经纪组织，包括私人独资企业、个人合伙企业、私营有限责任公司。

经纪组织，以其完备的运行机构、承担民事责任的能力、中转结算的信用、合法灵活的手段在调解纠纷、促成交易成功等方面发挥它的整体功能作用。

7. 法人

法人是指具有民事权利能力和民事行为能力，依法独立享有民事权利和承担民事义务的组织。法人作为民事法律关系的主体，是与自然人相对称的，是依法成立的一种无生命的社会组织。其实质是社会组织在法律上的人格化。法人主要特征是：

(1) 依法成立。设立法人的内容符合法律规定，为法律所允许，并且依照法律程序成立。

(2) 法人应是独立的社会组织。法人必须是独立的社会组织，而不是某种组织的附属物或内部机构。

(3) 具有特殊的民事权利能力和完全的民事行为能力。法人的

权利能力的内容与它本身的活动日的直接联系在一起，它只能取得与设立法人的宗旨章程所规定的任务相一致的民事权利和民事义务。

(4) 法人应有必要的财产和经费。法人拥有必要的能够支配的财产，是法人取得民事主体资格，延续存在和进行民事活动的物质基础，也是法人享有民事权利和承担民事义务的前提条件之一。同时，又是保护商品交换的正常市场秩序以及企业的合法权益所必须的。

(5) 法人必须以自己的名义参与民事活动，独立承担民事责任。法人必须以自己的名义参加民事活动和诉讼活动，享有民事权利，履行民事义务。独立承担民事责任，是法人最本质的特征。

(6) 法人应有自己的名称、组织机构和住所。

第二节 农民经纪人的地位和作用

农民经纪人伴随着市场经济的出现而产生，并且随着市场经济的发展而发展，又对市场经济的发展起着推动的作用。因此，可以说，媒介市场供求、促成商品交易的农民经纪人，是联系生产与消费、市场供应与需求的桥梁和纽带，对发展社会主义市场经济有着不容忽视的作用，且随着社会主义市场经济的不断发展，农民经纪人的这种地位会越来越明显地表现出来。

一、农民经纪人在农业发展中的地位和作用

(一) 农民经纪人的经济地位和社会地位

饱经十几年的风雨，农民经纪人这棵新生嫩苗以其特有的双重身份，通过牵线搭桥，提供中介服务，切实地促进了农村市场经济的欣欣向荣，在农村市场中，在整个国民经济中，市场经纪人队伍中农民经纪人已成长为枝繁叶茂的参天大树，确立了举足轻重的经济地位和社会地位。

1. 农民经纪人在农村市场经济中的地位

改革开放以来，广大农村已由计划经济阶段逐步迈向市场经济，不断收获喜人的硕果。据统计，现在农村经济总商品率达到60%以上，仅1988年，农民家庭经营费用的货币程度就达到78.4%。可是，总体上看，我国农业市场化发展还很不足，农业商品率仅35%，农户参与市场竞争的能力比较低，农产品市场体系不完善，农产品流通渠道不畅通，市场中介组织不健全，结果导致农产品面临“买难”、“卖难”、“优质不优价”等多重困惑。

中国是一个古老的农业大国，总人口的70%以上在农村，我们的农业虽然已经开始由粗放型转向集约型，由市场化渐入产业化，但农村这块大市场仍有很大潜力待挖掘，仍有很多资源可利用，仍有很多空挡需连接。农民经纪人正是在这种情况下应运而生，他们以其敏锐的观察力和活跃的连接力，积极牵线搭桥，活跃在各种农副产品流通领域，解决了“买难”、“卖难”的问题，更解除了“优质不优价”的困惑，排除了农民后顾之忧，实现了振兴农村、助农增收的目的。在农民心目中留下了美誉，给农业发展注入了活力，在农村市场经济中确立了地位。

2. 农民经纪人在整个国民经济中的地位

农业是我国国民经济的基础，农业的发展直接决定其他行业的兴与衰。谈及农业，人们往往习惯于将其局限于种植业，其实不然，广义中的农业包括农、林、牧、渔等多种行业。作为第一产业，它的基础性作用主要体现在为二、三产业提供丰富的资源、广阔的场地以及适宜的环境。作为二、三产业，往往远处于城市，正所谓“巧妇难为无米之炊”，让农村这块市场与城市接轨，实现城乡互动，靠的是信息与资讯。农民经纪人的出现，通过从事中介服务活动，实现了行业之间的流通、产业之间的互动、地域之间的共荣，进而推动了整个国民经济的快速发展。

3. 农民经纪人在市场经纪人队伍中的地位

在社会主义市场经济时代，对于有识之士来说，大到江河湖泊，小到微生物源，无不闪烁智慧的火花，传递市场的信号，深蕴金钱运动的规律。随着经济的发展，经济领域越来越趋向规范化、专业化和细致化，随之而来的各种经纪人如：期货市场经纪人、现货市场经纪人、证券市场经纪人、体育市场经纪人、文化艺术市场经纪人、科技市场经纪人、劳务市场经纪人、信息市场经纪人、房地产市场经纪人、旅游市场经纪人如雨后春笋般层出不穷，促使城市经济变得更加繁荣。而农村市场作为基础市场虽然也有着宽广的中介空间，但却一直是个盲点，这的确是经济领域中的巨大缺憾。农民经纪人的出现，让城市更细致地了解农村，让城市经济更紧密地加强了与农村经济的合作，让二、三产业的市场经纪人更准确地掌握了农业的信息与资讯，这无疑为整个市场经纪人队伍注入了新鲜血液。尤其作为第一产业的中介服务队伍，农民经纪人已开始确立了后来者居上的地位。

（二）农民经纪人的法律地位

在发达的资本主义国家，经纪行业也很发达，不仅经纪机构众多，而且行纪范围几乎包括社会经济各个方面，经纪人地位也相当高。经纪人及其经纪活动受到相关法律的确认和保护。许多国家在民法、商法中对经纪人的法律地位都有详尽的规定。在某些领域，如：证券交易、期货交易等还有专门的法规。

我国历史上对于经纪人，也有过法律规定。如明朝时期，有“官牙”与“私牙”之分，“官牙”由政府指定，“私牙”也须得到政府批准并取得印信文簿后方得营业。当时法规还规定，“牙商”必须取得“牙贴”（即工商业执照），定期缴纳“牙纳”（即所获得贴费和每年缴纳税银）。在中华民国时期，随着商业活动的发展，不仅大量存在着一般“牙商”，之后伴随着股票交易所、期货交易所的兴起，还出现了许多交易所经纪人。对这些商人的中介活动，中华民国政