

“十二五”高等院校应用型系列规划教材

新编经纪人概论

*Xinbian Jingjiren
Gailun*

主 编 李德中
副主编 滕学英



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

“十二五”高等院校应用型系列规划教材

新编经纪人概论

*Xinbian Jingjiren
Gailun*

主 编 李德中

副主编 滕学英



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

图书在版编目(CIP)数据

新编经纪人概论/李德中主编. —成都:西南财经大学出版社,2013. 1
ISBN 978 - 7 - 5504 - 0961 - 3

I. ①新… II. ①李… III. ①经纪人—高等学校—教材
IV. ①F713. 6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 004492 号

新编经纪人概论

主 编:李德中

副主编:滕学英

责任编辑:冯 梅

封面设计:杨红鹰

责任印制:封俊川

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址	http://www. bookcj. com
电子邮件	bookcj@foxmail. com
邮政编码	610074
电 话	028 - 87353785 87352368
照 排	四川胜翔数码印务设计有限公司
印 刷	郫县犀浦印刷厂
成品尺寸	185mm × 260mm
印 张	12. 5
字 数	285 千字
版 次	2013 年 2 月第 1 版
印 次	2013 年 2 月第 1 次印刷
印 数	1— 2000 册
书 号	ISBN 978 - 7 - 5504 - 0961 - 3
定 价	24. 00 元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。
3. 本书封底无本社数码防伪标志,不得销售。

前言

高速发展的世界经济,改变了人们的工作和生活方式,人类进入了信息经济的时代。社会的分工越来越细,人们的生活和工作节奏越来越快,已没有那么多精力和时间去了解各个行业领域的信息,对处于中介地位的经纪人的依赖就越来越强,也促进了经纪行业的快速发展,它已成为了人类生活中一个不可或缺的重要产业。

丰富多彩的现实世界,为经纪人学科的发展奠定了厚实的实践基础,特别是火热的房地产市场、证券市场、保险市场,积累了丰富的经纪活动案例,为经纪人学科的研究、经纪人及经纪行业的管理提供了翔实的素材,也对经纪人学科提出了要求。如何总结和发展经纪人学科、让理论更加符合实际并能指导实际就是经纪人学科必须开展的工作。

为适应经纪业发展的需要,也为了满足经纪人学科教学的需要,我们组织编写了这本教材。教材从经纪人、经纪市场的开发、经纪人的风险管理及法律法规几个方面进行阐述,对学习者掌握经纪活动的相关知识和技巧具有一定的帮助。

本教材汲取了李岳主编的《经纪人概论》中的精髓部分,也参考或选取了同行业经纪人教材的内容。在此对他们表示衷心地感谢。

本教材由重庆工商大学融智学院经济系贸易经济(经纪人方向)专业李德中老师组织,完成提纲的编写,资料收集、案例和实训选编和第一、二、三章的编写;重庆工商大学融智学院经济系滕学英老师完成第五、六章的编写,并协助全书的统稿工作;重庆工商大学融智学院经济系谭江容老师、潘曦老师、胡文静老师分别完成第四章、第七章、第九章的编写;重庆工商大学融智学院金融系杨帆老师完成第八章的编写。感谢所有参加编写的人员。本教材在编写过程中得到经纪行业资深人士的大力支持,在此一并表示谢意。

经纪人学科是一门内容相当丰富、涉及的知识面很广的经济学科,编者理论水平有限,实践经验不够,书中难免有缺点和错误,敬请各位专家、同仁、读者批评、指正。

编者

2013年1月

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 经纪人的概念与特征	(1)
第二节 我国经纪人的历史沿革	(3)
第三节 经纪人在市场经济中的地位	(8)
第四节 经纪人的发展趋势	(9)
第五节 经纪人学科体系	(11)
第二章 经纪活动	(17)
第一节 经纪活动的基本原则	(17)
第二节 经纪活动的基本方式及特征	(18)
第三节 经纪行为理论	(22)
第四节 经纪活动的特点和社会作用	(25)
第三章 经纪人种类和素质要求	(30)
第一节 经纪人种类	(30)
第二节 经纪人的素质要求	(40)
第三节 经纪行为中的智商、情商、网商	(46)
第四章 经纪环境	(56)
第一节 经纪宏观环境	(56)
第二节 经纪微观环境	(63)
第三节 经纪人与经纪环境	(70)
第五章 经纪市场开发	(76)
第一节 经纪市场开发	(76)

第二节 经纪市场调研	(82)
第三节 经纪信息开发	(86)
第四节 经纪市场分析	(90)
第六章 经纪市场关系管理	(98)
第一节 委托方关系管理	(98)
第二节 相关方关系管理	(106)
第七章 经纪风险和防范	(123)
第一节 经纪风险的种类	(123)
第二节 经纪风险的成因	(130)
第三节 经纪风险的控制策略	(136)
第八章 经纪制度与法规	(144)
第一节 经纪制度和法规概述	(144)
第二节 经纪制度	(148)
第三节 经纪合同	(157)
第四节 经纪合同纠纷案例	(164)
第九章 经纪人管理	(173)
第一节 经纪人管理概述	(173)
第二节 经纪人培训	(180)
第三节 经纪人的自利行为	(185)
第四节 经纪人的管理策略	(188)
参考文献	(193)

第一章 绪论

【本章导读】

本章论述了经纪人的概念与特征、我国经纪人的历史沿革、经纪人在市场经济中的地位、经纪人的未来发展趋势。通过本章的学习，可以深刻理解经纪人的含义，明确经纪人的发展趋势。

经纪人是商品生产和商品交换发展到一定阶段的产物，它是随着商品生产和商品交换的发展而不断发展，随着科学技术和社会文明的发展而不断发展。在市场经济条件下，经纪人越来越发挥出重大的社会作用，特别在提高市场效率、降低交易成本、加速商品和信息的流通、优化社会资源配置等方面发挥着日益重要的作用。随着我国社会主义市场经济体制的确立和完善，经纪人队伍日益发展壮大，成为了促进社会主义经济发展的活跃力量。

第一节 经纪人的概念与特征

一、经纪人的概念

经纪人的概念，不同的人从不同的角度有不同的理解，但其基本内涵总体上是一致的。

美国市场学家菲利浦·特奥拉在《国际市场经营》一书中提出：“经纪人系提供廉价、代理服务的各种中间人的总称，与客商之间无连续性的关系。”该概念重点揭示了中间地位的经纪人同客户之间的无连续性的关系，在经纪业务中理解了经纪人同客户的无连续性关系，才能有效地规避经纪活动的风险。

《中国经济大词典》对经纪人的定义是：“经纪人，中间商人，旧时称掮客，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。”该定义强调了经纪人在经济活动中的中间独立地位，以收取佣金为目的，在买卖双方中起媒介作用。

国家工商行政管理总局对经纪人的定义是：“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”。该定义对经纪人的行为目的、活动方式、经纪活动主体都作了明确的规定，在当前的经纪人有关教材、培训资料中一般都引用该定义。

从经纪人的行为来看，经纪人是独立的，主要以佣金方式获取财富，以自己掌握

的信息为基础,以取得委托方和相关方信任为条件。从经纪人的行为角度也可以这样下定义:“经纪人是以信息为基础,以代理、居间、行纪等多种方式积极促进委托方和相关方达成交易,以佣金等方式获取利益的个人、法人经营者。”本教材从经纪人行为角度给经纪人这样下定义,是强调经纪活动的主动性,从相对较广的范围界定从事经纪活动的个人或法人。该定义强调了经纪人是承担经营责任的经营者,是按国家要求纳税的纳税人。在社会主义市场经济的今天,提高经纪人的社会地位,更有利于经济的发展。

二、经纪人的特征

1. 经纪人是促成供需双方达成交易的中间服务人

经纪人是根据委托人的要求,为委托人同相关方建立某种民事法律关系提供服务,并不代理委托人具体实施这一民事关系,是委托方与相关方建立民事关系的中间服务人。

2. 经纪人无须承担交易风险责任

经纪人的居间活动是协助委托方与相关方签订合同,建立一种民事关系,经纪人只是提供信息及相关服务。委托方与相关方的合同约定则由合同双方自行协商。因此,经纪人对委托方与相关方签订的合同,就不用承担任何风险责任。但是,经纪人在经纪活动过程中要严格按委托方的要求在其委托范围内活动,要提供真实的信息,经纪人是需要承担经纪服务的责任。

3. 经纪人是具有独立民事行为能力的经营者

经纪人无论作为个体经纪人还是法人经纪人从事经纪活动,必然是由具体的经纪行为人来完成。经纪行为人需要对经纪行为产生的后果承担相应的民事责任。这就要求经纪人必须具有承担民事责任的能力,对个人经纪人的要求是必须年满18岁,具备独立承担民事责任的能力。一切限制行为能力的人,如保外就医人员、未成年人等均不得从事经纪业务。法人经纪人必须经工商行政管理部门注册登记,领取营业执照,方能获得从事经纪活动的合法主体资格。

随着经纪人行业的发展,经纪人不仅仅是在委托方和相关方之间提供信息获取佣金的经纪模式,而是将经纪活动作为一个经营项目来管理。经纪人根据自身的特点和专长积极主动地选择委托方,给委托方提供更多的经纪产品,满足委托方的需求。经纪人从经纪项目的经营中获取利益,按国家规定纳税,已成为中间经济领域中的经营者。

4. 经纪人的经营收入主要是佣金形式

经纪人经营收入的主要形式就是佣金,佣金是经纪人将自己掌握的信息和经纪活动技巧出售给委托方而获取的利益。随着经纪人的发展和经济市场的需要,经纪人经营的收入不仅仅是佣金收入,还有经纪活动的有关费用、委托方的奖励或赠与等。如证券市场经纪人,其主要收入是佣金,但客户为激励经纪人为其服务,一般在盈利情况下都有一定的奖励。对经纪活动比较复杂,市场周期比较长的,委托方会给予经纪人一定的运作费用或广告费用。

第二节 我国经纪人的历史沿革

在我国,经纪人的发展已有两千多年的历史,可以追溯到两汉时期。这个过程大致可以划分为三个阶段:鸦片战争之前的古代经纪人发展阶段;鸦片战争至新中国成立的近代经纪人发展阶段;新中国成立至今的现代经纪人发展阶段。

一、我国古代经纪人的发展

最早见诸文字记载的我国古代经纪人,是西汉时期的“狙侏”。《辞海》解释为:“狙侏,牙商的古称,说合牲畜交易的人。”也就是说,狙侏是买卖双方交易的中间人。

唐代,经纪人进入一个快速发展的阶段,其标志是牙人的大量出现。唐代交易中,中介人称为牙郎,经纪人的大批出现,促进了经纪业的发展,促进了产品的流通。经纪的品种由过去的牲畜、一般商品,扩展到庄宅、奴婢,出现了不动产经纪人的雏形。唐代时牙人在自己的活动领域内建立邸店,这些邸店就成为安顿客商、代客寄存货物、为客商提供洽谈交易条件的场所,具有交易所的一些特征。

宋代,为强化中央集权的统治,在社会经济的治理上,加强了官府对经济活动的制约。这个时期,经纪人因官府的作用得以迅速发展。官府明确牙人有监督商人交易和代官府收税的职能。为此,官府为牙人发放身牌,作为其执行职责的依据。由于牙人被赋予特权,行栈和牙人的作用,得到进一步加强。外来客商在当地销售货物,非经当地的牙行,是不能与当地买主交易的。客商无论拥有多大财产、从事多大金额的交易,也要经过当地的居间人居间才能够得以进行。宋代经纪人发展的特点是官府赋予经纪人以某些特权,使其具有超越其本身职能的某些权利。

元代,统治阶级为了维护高度中央集权的封建统治的需要,为增加国家收入,加强了对牙人的管理。具体措施是,取缔私牙,坚持官设牙人制度。官设牙人的政策,希望能够通过禁止私牙,起到维护市场交易秩序、规范市场行为的作用。但由于官牙或与官府勾结,坑害买卖双方,或与大商人串通,控制物价,欺行霸市,导致私牙屡禁不止,反而加剧了市场秩序的混乱。

明初,朱元璋实行“重农抑商”政策,按照自然经济的模式,建立了一个非常典型的封建专制主义政权,出于对元代官牙种种弊端的认识,曾经采取禁革官牙、私牙的政策。尽管官府采取了严厉的禁止措施,但商品流通需要居间经纪业务的客观经济规律,是不以统治阶级的意志为转移的。永乐年间,取消了有关禁令,“官设牙行,与民贸易,谓之互市”。在此之后,明代官府实行对牙人的统一管理,牙人进行经纪活动要领取“牙帖(类似营业执照)”,必须按期缴纳“牙税”。

明朝中后期,经济发展非常活跃,手工业出现资本主义萌芽,交换范围逐渐扩大,商品经济迅速发展。牙人及牙行得以迅速发展。

清朝时期,商品经济的发展已经达到较高水平。商业和经纪业的发展处于封建社会的巅峰,牙行的管理制度日臻完善。清政府承袭明朝治理牙行政策,由朝廷批准设

立牙行，对牙行人员的资格有明确的要求，官府发给牙帖后，要登记注册，缴纳牙税。其牙行的基本职能主要包括：

第一，媒介买卖，提供交易服务。

牙行为买卖双方交易考虑，为买卖双方提供居间服务，提供运输经纪服务，也为交易双方提供担保服务。

第二，为官府需求承担中介服务职能。

牙行为官府采购军需商品提供服务，为官府提供信息服务。如牙行对交易情况进行统计登记，官府据此可掌握商品的历史价格和供求信息。

第三，提供市场管理服务职能。

平抑物价，维护市场秩序。牙行对进入市场的各类交易主体进行登记管理，如出现侵害事件，便于查找当事人。同时，牙行使用的度量衡是通过官府检验的，在市场上起到了公平秤的作用，客观上发挥了监督抑制不法商贩在度量衡上弄虚作假的欺诈行为。

纵观我国古代经纪人的发展，我们可以得到一些启示：

(1) 经纪人是促进商品流通不可缺少的力量。

从历代经纪人的发展来看，经纪人在商品交换中有不可替代的作用，经济越繁荣，越需要经纪人。

(2) 经纪人对经济市场的影响有正向的，也有负面的影响。

经纪人更了解市场，对买卖双方来说，经纪人都是信息掌握最充分的一方。由于信息的不对称性，经纪人产生不道德行为的机会就很多。所以，经纪人对市场正面的影响是促进了交易，负面的影响就是不法行为搅乱市场。

(3) 政府应加强对经纪人的管理。

政府加强对经纪人的管理，才能很好地规范市场，也能保证政府的税收。政府和经纪人之间只能是裁判和运动员的关系，政府人员不能即做裁判又做运动员。如果形成了经纪人同政府的勾结，对市场的危害是很大的。

二、我国近代经纪人的发展

鸦片战争以后，出现了深刻影响我国这一时期经济发展的特殊经纪人——买办。买办的出现，形成了对外贸易的垄断势力，这种势力随着外国资本主义侵略势力的强大而强大，他们在各大通商口岸垄断了商品交易的中介活动。

买办是我国近代史上的特殊阶层，也是经纪人发展史上的特殊阶层。买办一词，源自葡萄牙语 Comprador 的译意，原专指欧洲人在印度本土雇佣当地人做管家。这个词汇在明朝借用到中国后，被使用在商业领域，起初只是泛指为朝廷提供宫廷用品的商人，本无中介之意。清初，买办一词移植到为外国人提供商事服务的专业人士上，开始专指中国公行在广东为外商提供商事服务的管事、采买，后买办一词逐渐发展为泛指专门为外国人提供商事服务的中介商人。

鸦片战争前，在公行制度下，买办为外商提供商业服务，如采买物品、代办验货等。当时出任买办需经官府批准，由十三行行商担保，带有官商性质，外国人无法自

主选择代理人。鸦片战争后，废除了公行制度，买办失去了作为官商的基础，外商可以自由选择代理人，买办迅速发展起来。其业务范围也从最初的代办采买、验货等一般商业的服务代理，扩展到经纪中介、经营活动和信用保证等。以后，买办中又分化出买办化商人。

买办的发展，刺激了我国对外贸易的发展，加速了我国商品经济发展的进程。以广州口岸为例，自1792年至1837年的46年间，进出口贸易总额翻了五倍，这些都是通过买办从中经纪得以实现的。买办在经纪活动中，收益也非常可观，据史料记载，1885年至1894年的10年间，买办商人仅抽取经纪费用一项，约计白银一亿两。由此可见，当时的经纪活动非常活跃，经纪业已经发展到一定规模。

从历史唯物主义观点出发，买办的出现，除了为帝国主义服务，刺探中国市场情报，榨取中国巨额财富，助纣为虐，充当帝国主义对中国实施经济侵略的工具以及勾结封建官僚恣意走私、偷漏税款，扰乱市场经济秩序，损害国家、民族利益外，买办客观上对中国近代经济发展，特别是对经纪人的发展起到了一定的积极作用。例如，首先，当时中国各地经济情况复杂，货币制度、度量衡制度均不统一。外国商人进入中国市场，存在信息和语言方面的障碍。而买办熟悉中国市场，又有语言优势，客观上起到了中外经济交流的媒介作用。其次，由于西方资本主义国家在当时已经开始了工业革命，在发展商品经济和改善经营管理上，已经有了一套较为成型的理论和经验，买办在这种氛围中生存、工作，潜移默化地接受了西方先进管理理论和方法的熏陶，其中有一大部分人成为我国早期熟悉国外管理制度、了解国际规则的新型经纪人。

1912年“中华民国”成立，从此结束了两千多年的封建帝制。为了发展资本主义，摧毁封建主义的经济基础，当时的国民政府期望通过立法的形式，保护私有财产权，明确商事和民事权利义务关系，扶持和发展商品经济。在这样一个大背景下，先后制定并颁布了“六法全书”、“民法总则施行法”等相关法律。在这些法律中，对经纪人的权利义务作了相应规定，明确了经纪人的合法地位。这就从法律上对经纪活动的发展起到扶持和保护的作用，从而促进了经纪人的发展。

这一时期，随着世界范围内资本主义的蓬勃发展，中国商品经济也得到一定程度的发展，一些先进资本主义的经济形式逐渐在中国登陆。在经纪领域中，伴随证券、期货等金融交易所的诞生，证券、期货经纪人应运而生。

1917年，《交易所法》出台。该法对经纪人的主体资格作了严格规定，如在第三章第九条中规定：“凡要为交易所经纪人者应由交易所呈请工商部核准、注册”。第三章第十条中规定：“非有中华民国国籍之人民或法人，不得为交易所之经纪人或会员。”“中华民国”人民有下列各款情事者，亦不得为交易所之经纪人或会员：一、无行为能力者；二、受破产之宣告者；三、被剥夺公权尚未恢复者；四、处于一年以上徒刑在执行完毕或赦免未满五年者；五、依本法第四十五条至第五十条之规定被处刑罚，在执行完毕或赦免未满五年者；六、交易所受除名处分后未满五年者。”

1918年6月，在当时的北平成立了中国最早的证券交易所，其经营业务主要是股票和债券。交易所诞生的同时，催生了中国第一批股票债券经纪人。1919年我国早期大证券商虞洽卿等人组建的上海证券、物品交易所开业。交易所不仅经营证券，同时

开展金银、粮油、棉花、纱布等现货交易。

至20世纪二三十年代,我国经纪业的业务范围已经扩展至包括证券、期货、现货、保险、房地产等领域,经纪业的发展也达到了一定规模,如当时仅上海一地就有证券交易所100多家。

在国民党统治时期的社会经济秩序混乱,有些经纪人的经纪活动往往越出法律规定的范围,严重扰乱了市场秩序,其经纪人形象受到了严重地损害。那时通常称为“掮客”、“黄牛”、“华经理”的经纪人,几乎成了不法商人的代名词。

三、我国现代经纪人的发展

新中国刚成立时,财政经济状况比较困难,物价上升,通货膨胀严重,投机资本乘机捣乱。此时,在经济上的首要任务,就是要迅速恢复国民经济。党和政府为了稳定市场,从加强金融管理、控制主要商品和严格市场管理三个方面入手,打击市场投机活动。为了配合市场的监督管理,1950年11月14日,中央人民政府贸易部颁发《关于取缔商业投机活动的几项指示》,其中规定:“下列行为视之为扰乱市场的投机商业……不在各当地人民政府规定之交易场所内交易者;囤积拒售有关人民生活必需物资,以图窃取暴利,以招致物价波动,影响各地当时人民生产和生活者。买空卖空,投机倒把企图暴利者。故意抬高价格抢购物资,或出售物资及散布谣言刺激人心,致引起物价波动者。”这些规定,客观上起到了打击投机倒把,维护市场秩序,平抑物价的作用,但由于各地区、各部门在执行政策时,掌握尺度不一致,一些地方和部门对经纪人采取了严格限制的措施,经纪人的活动空间被极大地压缩。一些地方政府,在政策上采取宁“左”勿“右”的立场,甚至发生将正常的经纪活动当作投机倒把予以打击的情况。曾经一度是世界五大金融中心的上海,期货交易被取缔,即使被保存下来的交易所,也只能做一些有限品种的现货交易。1952年,天津证券交易所被取消,全国证券、期货等经纪业被列入“投机商业”遭到封杀。经纪人行业发展进入低谷。

中华人民共和国成立后,经过三年多的艰苦努力,结束了国民经济恢复时期。对非社会主义经济成分进行改造成为当时的首要任务。在这一时期,由于极“左”思潮的影响,经纪活动被认为是资本主义固有的经济现象,经纪业和经纪人被误解为资本主义的产物,招致社会主义改造。在城市中,取而代之的是带着社会主义红帽子的信托机构。由于当时计划经济已经成为我国唯一的经济形式,这些所谓的信托机构,尽管打着经纪的招牌,却早已是有名无实。城市中,一些出身不好的经纪人,或被打入“另册”,或被迫改行;出身较好的,则被国营或集体商业、供销合作社吸收为工作人员。在农村,由于农村的集市贸易还未在国家涉及改造的范围内,农村经纪人的居间活动尚得以继续存在,但经纪的范围被严格限制在家禽、家畜、干鲜果品等产品上。

社会主义改造完成后,我国出现了指导思想上的失误,发生了“反右”和“大跃进”的政治震荡。此时,在意识形态上,已经将经纪人划入资本主义的范畴,成为限制和打击的对象。同时,由于计划体制的无处不在,客观上经纪人也失去了生存的基本条件。完整意义上的经纪业与经纪人,消失在中国“一大二公”的僵硬的计划体制

中。作为个体存在的极少数经纪人，则由“明”转“暗”，由“公开”转为“地下”。

1978年12月，中国共产党十一届三中全会的召开揭开了中国历史上新的一页。从此，中国进入了一个新的历史时期。这一时期，在市场经济问题上，实践与认识的关系表现为：经济的实践活动推动了人们对市场经济的重新认识，人们主观的正确认识又极大地促进了市场经济的发展。经纪人的发展历程，正是沿着这一历史轨迹运行。

改革开放以后，尽管人们在思想上还未从传统的计划体制的桎梏中完全解放出来，对经纪人仍然持观望和怀疑的态度，但市场经济的发展，不以人的意志为转移，客观上推动了经纪人的发展。20世纪70年代末80年代初，首先在沿海地区，特别是珠江三角洲地区，开始出现新型经纪人。如广东深圳、汕头、东莞、中山等地，出现了从事引进外资的居间活动和媒介进口商品交易的经纪人。尽管这些经纪人当时还是采取隐蔽和地下的方式，但他们巨大的能量，极大地推动了这些地区的市场经济的发展。随着沿海地区市场经济快速发展的影响，经纪活动出现了由东部向西部，由沿海到内地，呈梯度推移的趋势。这种发展趋势，引起了政府部门的重视，但是由于当时认识上的原因，国家对经纪活动采取了介意的态度。如1981年国务院先后颁发的《加强市场管理，打击投机倒把活动和走私活动的指示》和《批转关于工业品生产资料市场管理规定的通知》中，都将打击“黑市经纪”作为打击非法经营和投机倒把的内容。甚至到了1985年，国务院还在《关于坚决制止就地转手倒卖活动的通知》中，将“经纪人牵线挂钩从中渔利”作为投机倒把的打击对象。从历史的角度分析，这些规定的出台，一方面受当时历史条件的局限，另一方面，这些规定也是针对特定条件下的投机活动制定的，本身无可厚非。但是，由于当时的法律、法规没有明确经纪人的合法地位和确定经纪人的行为规范，经纪人正常的经纪活动从根本上无从受到保护，因而，这些规定客观上起到限制经纪人发展的作用。

随着改革开放进程的不断深入，人们对经纪人在市场经济中的巨大作用有了新的认识。各级主管部门，特别是工商行政管理部门，解放思想，大胆创造，积极探索扶持经纪人发展的方法和途径。从20世纪80年代后半期开始，在我国一些地区出现了扶持经纪人发展的试点工作。1990年以后，上海、深圳两地证券交易所相继成立，我国期货经纪也开始了试点工作。这一时期，一些省市相继出现了经纪事务所、经纪人公司。经纪人出现了快速发展的势头。

1992年，邓小平南巡后，对我国经济体制改革和经济发展作出了高瞻远瞩的指示，我国对市场经济的认识和实践进入一个新的阶段，经纪人也从理论到实践得到极大发展。据不完全统计，1992年、1993年两年间，共出版各类经纪人书籍达70多种，大大超过我国新中国成立以来出版此类图书的总和。在管理实践上，1992年，珠海工商行政管理部门颁发了我国建国以来第一个《经纪人管理办法》，使经纪人管理向规范管理的方向迈出了重要一步。

1995年11月13日，国家工商行政管理局颁布了我国第一部规范经纪人活动的全国性行政规章——《经纪人管理办法》，将经纪人管理纳入政府管理的规范轨道。从此，我国经纪人行业进入了一个新的发展时期。

第三节 经纪人在市场经济中的地位

经纪人是商品生产和商品交换的产物，市场经济的发展必然促进经纪业的发展。在我国经纪人作为社会主义市场经济的建设者，在社会主义市场经济中有着十分重要的地位。

一、经纪人的市场地位

经纪人属于第三产业范畴，是第三产业中特殊的服务行业，其基本的职能是为商品交换提供中介服务，其市场地位是由社会再生产中的交换所决定的。任何社会的再生产过程，都是由生产、分配、交换、消费四个既相互联系又相互制约的环节组成的统一体。在生产、分配、交换、消费四个环节中，生产是起点，是根本，在再生产过程中起决定性的作用；消费是终点，是生产的最后完成阶段；分配和交换是中间环节，联结生产和消费，是不可缺少的部分。

经纪人的职能就是促进商品交换，因此，在社会再生产过程中，经纪人处于联结生产和消费的特殊中间地位，随着市场经济的发展越来越明显地表现出来，发挥着越来越重要的作用。

以农村经纪人为例，在过去，没有农村经纪人出现时，农产品靠农民自产自销，往往是规模小，经济效益不明显。如果销售不出去，只有自己消费，还要亏损。农村经纪人的出现，把市场与农户直接联系起来，既把本地的产品卖出去，又把农民需要的产品运进来，既能经纪产品，又能沟通信息，被人们称为是“农民与市场的纽带”。他们走南闯北，走家串户，活跃于城乡市场，在促进农村商品流通方面显现出极大的灵活性和主动性，架起了广大农民走向市场的桥梁。

二、经纪人的法律地位

经纪人提供的是国家允许公开上市交易商品的中介服务，经纪人的经营活动受到法律的保护。国家工商行政管理局1995年颁布的《经纪人管理办法》明确规定了经纪人的法律地位。保障经纪人的合法权益，鼓励和支持经纪人的经营活动，如何单位和个人不得侵犯经纪人的合法权利。《中华人民共和国民法通则》规定：以自然人身份进行经纪活动的经纪人，具有个体工商户的性质，属于民事法律主体，依法承担民事责任，依法享有民事权利，承担民事义务。作为从事经纪活动的企业，如果具备法人资格，属于民事法律主体，独立承担民事责任。近年来，随着经纪人的发展，经纪人的经纪活动法律规范将更加完善，经纪人的权益将更加得到保障。

三、经纪人的社会地位

经纪人是社会主义经济建设的劳动者，是中介经济的中坚力量，是具有高智商、高情商的纳税人。经纪人的社会地位已得到社会的普遍认可，社会各界对经纪人的支

持和依赖更加明显。

社会分工越来越细,从事经纪活动的经纪人,必须是所从事行业的专家,经纪人往往以专家或行业资深人士的身份为委托方服务,能合理、经济地为委托方提出需求解决方案,能快速准确地找到相关方。这种知识面广、专业性强、整体素质高、服务信誉度高的经纪人受到社会各界的欢迎和尊重。

第四节 经纪人的发展趋势

经纪人是随着市场经济的发展而发展,市场经济越活跃,经纪人的经纪活动就越活跃。近年来,随着社会主义市场经济的进一步发展,经纪人市场得到了空前发展,正向着专业化、品牌化、规模化、网络化方向发展。

一、经纪人的专业化发展趋势

随着市场经济的发展,市场经济已进入买方时代。消费者对产品的需求已不是单一的功能性需求,还包括消费文化的需求。消费者是更加挑剔,更加难以捉摸。在经纪活动中经纪人绝不能是仅有信息资源的外行,一定是行业中的专家,能够有效地把握所掌握的信息,并及时地运用信息资源。

经纪人为了进入市场,都必须经过行业的系统学习,以提高自己的专业知识。以中国房地产经纪人执业资格考试的指定辅导教材来看,共有四门课程:《房地产经纪相关知识》、《房地产经纪实务》、《房地产经纪概论》、《房地产基本制度与政策》。这些课程包含有建筑、房地产营销、房地产策划等方面的知识,经纪人在专业老师的辅导下通过国家组织的统一考试才能获取资格证书。

经纪人专业已进入高等教育学校的专业方向。经纪人队伍的培养方式,已不仅仅是社会的资格考试培训方式,经纪人专业方向已进入高等教育学校的专业方向,在全国有十几所高校举办了经纪人专科或本科专业方向教育,这部分经纪人在走入社会后,在经纪人领域是起点高、知识面广、专业性强。如重庆工商大学融智学院至今已培养了八届本科经纪人专业方向的学生,学生系统地完成经纪人专业知识学习后,走向社会就业较容易,社会适应性较强。

二、经纪人的品牌化发展趋势

市场经济的发展已进入了品牌化的时代,经纪人的发展是随着市场经济的发展而发展的,经纪人也进入了品牌化发展阶段。品牌是经纪人非常重要的无形资源,是拓展市场的通行证,代表明确的承诺,是高信任度、高美誉度表现。

经纪人在经纪活动中,已很清楚地意识到这一点,都自觉或不自觉地建立自己的品牌形象。经纪人同客户之间虽然具有不连续性的特征,但经纪人也意识到一个客户好的评价对未来客户市场的影响有多大。以房地产经纪行业为例,过去是一张桌子,一部电话,就是很多房地产经纪人的全部家当。给人的感觉是没有专业能力也没有诚

信。随着房地产宏观调控的深入,房地产消费者更加理性,对购房更加谨慎,市场竞争加剧。提高诚信、打造品牌已成为了房地产经纪行业的共识。

三、经纪人的规模化发展趋势

经纪人的规模化发展趋势,有两方面的表现,一方面是个人的单打独斗已逐渐被市场淘汰。委托人对经纪人的依赖性越来越强,对经纪人的诚信要求就越来越高,靠经纪人个人的资信能力已不能满足经纪市场的需求。这时,个人经纪人会形成团体,以公司或其他经济组织的形式参加市场的竞争。另一方面就是法人经纪人在市场激烈的竞争中已意识到不但是人才的竞争、服务的竞争,也是规模的竞争。一些实力小、规模小的经纪公司缺乏竞争力,纷纷被市场所淘汰,悄悄地退出了市场。而一些实力强、规模大的经纪公司得到市场的认可,深受消费者的信赖,得以长足发展。

四、经纪人的网络化发展趋势

随着互联网和电子商务在中国的蓬勃发展,越来越多的经纪人运用网络工具进行中介服务,如证券经纪、房地产经纪、农村经纪等都广泛运用网络平台开展经纪业务。网络经纪具有它自身的特点:

(1) 开放性。互联网是四通八达、没有边界、没有中心的分散式结构,体现的是自由开放的设计原则。任何人只要拥有一台计算机和简单的上网设备,就可以接入互联网,向世界发布信息,传播自己的观点和理念,同时也可以选择自己喜欢的信息和内容。在这里,信息跨越了时空界限,实现了自由流动。对经纪人来说,在任一个网站上的信息都可能漂洋过海、传播千里。

(2) 互动性。互联网的实时互动和异步传输并举的技术结构彻底地改变了信息的传播者和接受者的关系。任何网络用户既是信息的接收者,同时也可以成为信息的传播者,并可以实现在线信息交流的实时互动。

(3) 生动性。应用互联网这个平台,我们可以根据需要,把更多更详细的信息,例如图片、视频上传到网站,便于客户更多更直观地了解,避免了双方的盲目性。

(4) 快捷性。利用互联网平台经纪人可以快速地了解当前的市场状况、竞争对手的状况。了解这些信息花的时间少,信息量丰富。经纪人需要发布的信息可以让更多的相关方了解,一条优秀的经纪信息在网上发布后,很快就会有相关方回应,这是普通纸质媒体所不能比的。

(5) 低成本性。电视媒体、报刊杂志等媒体,广告的费用都是很高的,经纪信息的发布,如果通过这些媒体发布,其成本就很高了。通过互联网发布只需要定期编辑、维护就行了,很多相关网站都提供免费发布信息的平台,其经纪信息的发布、传播的成本是很低的。

由于网络经纪的这些特点,对经纪人也提出了更高的要求:市场的开放性对专业化程度要求越来越高;新形式的终端需要经纪人素质的提高;网络化的竞争也在呼唤个性化的优质服务。这三方面的提高意味着中介市场效率会不断优化,这应该是网络经纪人带来的最终影响。随着经纪服务越来越难以标准化,传统的经纪服务形式更加

无法满足客户和经纪人的需求。网络经纪的问世,让这个需求的满足成为可能。也是以后经纪行业发展的必然趋势。

第五节 经纪人学科体系

经纪人作为一门应用性学科,有自己的研究对象和理论体系。本节从学科建设的角度,着重介绍经纪人的研究对象、研究方法和学科性质。

一、经纪人的研究对象

经纪人研究对象是经纪主体在市场经济条件下的经纪中介行为及其运行规律。其研究的主要内容包括经纪主体的组织类型,经纪行为与市场经济发展的相互关系,经纪行为的运行方式。

经纪人研究首先要研究经纪主体。这是因为经纪人是通过特殊的技能为社会提供服务的组织形态。经纪主体的知识、素质、组织构成以及管理水平直接关系到经纪行为的效率、经纪服务的质量和经纪活动的成败。通过对经纪主体的研究可以完善经纪组织制度,充分调动经纪人的主观能动性。

其次,要研究经纪行为与市场经济发展的相互关系。经纪人与市场经济息息相关,我国新中国成立以来几十年的历程表明,市场经济发达,经纪人行业就蓬勃向上,市场经济衰落,经纪人行业就一落千丈。经纪人研究市场的宏观和微观经纪环境,可以从中发现经济、政治、社会、企业等系统的运行规律,从而对国情、政策、市场现状有清醒的认识,据此做出正确的决策。经纪人研究具体的经纪市场,可以掌握经纪市场的基本规律,发现市场机会,制订符合自己特点的市场策略,从而在市场竞争中保持优势地位。

最后,要研究经纪活动的运行方式。经纪人学科属于应用科学,有自己的业务规程、操作路径和管理模式。研究经纪活动的运行方式,可以合理安排操作路径,科学制定业务规则,有效组织经纪活动,提高经纪效率。

二、经纪人的研究方法

经纪人研究,需要使用一定的方法来研究经纪业务过程中的组织、协调、营运和资源的合理配置问题。其中最主要的分析方法包括实证方法、规范方法、博弈方法和案例方法等。

(一) 实证方法

实证方法是指通过对经济现象的观察和实验,分析和预测人们经济行为后果的方法。简单地讲,实证分析方法超脱和排斥一切价值判断,仅分析和预测行为的效果,即回答“是什么”的问题。实证的过程,是一个“试错”的过程。用实证方法进行分析和决策的特点,是在事先并不知道或不肯定行为和事务的价值,而是用结果来检验