

经纪从业资格考试指定用书

经纪人概论

国家工商行政管理局市场监督管理司 编



经济管理出版社

经纪从业资格考试指定用书

经 纪 人 概 论

国家工商行政管理局市场监督管理司 编

经济管理出版社

责任编辑 卢小生 凌 霄

版式设计 王宇航

经 济 人 概 论

国家工商行政管理局市场监督管理司 编

出版:经济管理出版社

(北京市新街口六条红园胡同8号 邮编:100035)

发行:经济管理出版社总发行,全国各地新华书店经销

印刷:北京通县张家湾曙光印刷装订厂

850×1168 毫米 1/32 10.25 印张 260 千字
1997 年 5 月第 1 版 1997 年 11 月北京第 3 次印刷
印数:152 01—20 200 册

ISBN 7-80118-452-1/F·430

定价:20.00 元

·版权所有 翻印必究·

(凡购本社图书,如有印装错误,由本社发行部负责调换。

地址:北京阜外月坛北小街 2 号 邮编:100836)

序

《中共中央关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》明确指出，“发展市场中介组织，发挥其服务、沟通、公证、监督的作用。”“中介组织要依法通过资格认定，依据市场规则，建立自律性运行机制，承担相应的经济和法律责任，并接受政府有关部门的管理和监督。”经纪人作为中介组织的重要组成部分，是适应改革开放的需要而重新登上社会舞台的，其业务内容遍及消费品、生产资料、科技、信息、劳动力、人才、运输、产权、文化、体育、金融、证券、期货等各类市场。经纪人在社会经济生活中的作用日益重要，加强对经纪人的规范，是推动经纪人队伍健康发展的重要保证和前提。

经纪人是依靠经纪人员的个人能力及信誉开展经纪活动的，经纪人员的素质是经纪人的资产，经纪业的健康发展依赖于经纪人员素质的提高。随着社会主义市场经济深入发展，对经纪人员的素质要求越来越高。据此，国家工商行政管理局颁布的《经纪人管理办法》中对经纪人员应具备的条件和资格认定等作出了明确规定。各地工商行政管理机关陆续开展了经纪人员的考核和资格认定工作，进行了许多有益的探索，取得了一定经验，但是由于教材不统一、考核内容不统一，给这项工作在全国范围内开展造成了一定困难。为此，国家工商行政管理局市场监督管理司根据国家工商行政管理局的统一部署，组织编写了《经纪从业资格基本科目考试大纲》和《经纪人概论》，作为经纪人员考试和培训的主要参考教材，这是一件十分有益的工作。

经纪人员的资格认定是一项全新的工作，其规范化和制度化

需要我们不懈的努力,《经纪从业资格基本科目考试大纲》和《经纪人概论》的出版,无疑是一个良好的开端,也是这项工作开始走向规范化的标志。

国家工商管理局副局长 李建中

1997 年 5 月

目 录

第一章 市场经济与经纪人	(1)
第一节 市场经济概述	(1)
第二节 市场体系	(10)
第三节 市场经济与经纪人	(24)
第二章 我国经纪人发展的历史沿革	(28)
第一节 我国古代、近现代经纪人	(28)
第二节 改革开放以来的经纪人	(37)
第三章 经纪人性质和种类	(45)
第一节 经纪人概念及活动特点	(45)
第二节 经纪人地位及作用	(50)
第三节 经纪人权利和义务	(55)
第四节 经纪人种类	(58)
第五节 经纪收入	(61)
第六节 经纪人员素质	(67)
第四章 各类市场经纪人	(74)
第一节 现货商品市场经纪人	(74)
第二节 期货市场经纪人	(75)
第三节 金融市场经纪人	(77)
第四节 技术市场经纪人	(82)
第五节 房地产市场经纪人	(84)
第六节 文化、体育市场经纪人	(90)
第七节 劳动力市场经纪人	(96)
第五章 经纪人与经济合同	(99)

第一节 合同的概念及订立	(99)
第二节 无效合同及合同履行	(105)
第三节 合同的变更及解除和违反合同的责任	(111)
第四节 经纪合同	(117)
第六章 经纪人与谈判技术	(122)
第一节 谈判的定义、结构、类型及方式	(122)
第二节 经纪人谈判的特点和内容	(130)
第三节 经纪人谈判的准备	(136)
第四节 经纪人谈判过程	(143)
第七章 经纪人管理	(154)
第一节 经纪从业资格管理	(154)
第二节 经纪人的注册登记管理	(156)
第三节 经纪人经纪行为管理	(165)
附录	
一、经济合同示范文本	(168)
工矿产品购销合同 GF—90—0101	(168)
工矿产品订货合同 GF—90—0102	(170)
木材购销(订货)合同 GF—91—0105	(172)
煤矿机电产品购销合同 GF—91—0106	(173)
农副产品购销合同 GF—90—0151	(174)
农副产品定购合同 GF—90—0152	(175)
农副产品购销结合合同 GF—90—0153	(177)
商品房购销合同 GF—90—0171	(179)
建设工程施工合同 GF—91—0201	(190)
加工定作合同 GF—90—0301	(225)
修缮修理合同 GF—90—0302	(226)
承揽合同 GF—90—0303	(228)
测绘合同 GF—95—0306	(229)
水陆联运货物运输合同 GF—91—0401	(235)
铁路货物运输合同 GF—91—0402	(238)

水水货物联运合同 GF—91—0407	(239)
铁路局货物运单 GF—91—0403	(240)
水路货物运输合同 GF—91—0404	(242)
水路货物运单 GF—91—0406	(243)
仓储保管合同 GF—90—0601	(244)
财产租赁合同 GF—90—0701	(247)
建筑施工物资租赁合同 GF—91—0702	(249)
二、经济合同参考文本	(252)
工矿产品购销合同	(252)
有色金属中间产品供需合同	(258)
锰产品订货合同	(260)
汽车产品供需合同	(262)
农副产品购销合同	(263)
生猪、鲜蛋、菜牛、菜羊、家禽购销合同	(268)
粮食批发市场粮油交易合同	(271)
棉花订购合同	(272)
建筑安装工程承包合同	(274)
房屋租赁合同	(282)
居间合同	(285)
行纪合同	(286)
深圳市动产拍卖行委托拍卖合同	(287)
委托培训合同	(289)
融资租赁合同	(292)
委托资金借款合同	(302)
信托资金借款合同	(304)
技术转让合同	(307)
技术咨询合同	(311)
后记	(315)

第一章 市场经济与经纪人

第一节 市场经济概述

一、市场

(一) 市场的概念

市场是一种以商品交换为内容的经济联系形式。市场有三层基本含义：

1. 商品交换的场所。是指买方和卖方发生交易行为的地点或地区，是一个地理的概念，是作为“场所的市场”，百货商店、集贸市场就是典型的场所市场（也叫有形市场）。

2. 商品交换关系的总和。既包括有形市场也包括无形市场（无形市场没有固定的交易场所，靠广告、中间商及其它交易形式，沟通买卖双方，促成交易），是整个商品流通领域，反映商品交换的社会关系。

3. 有购买力的需求。是指某种商品或某类商品的需求的总和。商品的需求是通过买主体现出来的，因而也可以说，市场是某一产品所有现实买主和潜在买主所组成的群体。当人们说“北京的水果市场很大”时，显然不是指水果交易场所的大小，而是指北京对水果的需求量很大，现实的、潜在的买主很多。所谓企业要面向市场，通常就是指面向消费需求，面向自己的顾客。

(二) 市场的产生和发展

市场是商品经济的范畴。市场的产生是社会分工和商品交换的产物。它是随着社会分工的产生而产生，并随着商品交换的发展而发展的。形成市场必须有三个基本条件：①买卖双方；②可

供交换的商品；③可供交易的场所以及买卖双方可以接受的交易条件。只有具备以上条件，才能形成真正的市场。市场的最早产生，是由于人类第一次社会大分工，导致农业和畜牧业的分离，这时不同的产品生产者之间需要相互交换自己的产品，于是就出现了市场的雏形，当然这种市场是极其原始的。第二次社会大分工，即农业与手工业的分离后，这一时期交换的规模和范围逐步扩大，市场开始形成集市。第三次社会大分工是商人阶层分离出来，出现了专门从事买卖活动的阶层，这时市场发展的明显标志是城镇市场的出现。

市场的发展是历史的范畴。随着社会的发展，社会分工的进一步扩大，出现了直接以交换为目的的商品生产。人们对市场的依赖程度日益加深，市场逐渐繁荣起来，发育程度也越来越高。市场的发展大致经历了两个阶段：

1. 自然经济的发展阶段。在自然经济条件下，由于社会生产力水平较低，商品交换的范围和空间相对狭小，市场仅仅是交换的场所。这一时期的市场主要是指前资本主义市场，它是以集贸市场作为发展基础，社会生产方式是小生产为主，主要是小农经济和手工业作坊。商品交换是生活自给自足的剩余产品。在自然经济条件下，受生产力发展水平和社会经济形式的影响，市场的发展受到一定的限制。市场之间彼此封闭孤立，缺乏联系。而且封建统治阶级为巩固自己的统治地位，又采取了各种行政手段，对商品经济和经商活动加以限制。同时，由于自然经济条件下的经济结构，客观上也形成了市场的相互割据，划地为牢，互相封锁，这些都阻碍了商品经济的发展。没有商品经济的充分发展，市场也就不会有很高的发育程度。

2. 市场经济的发展阶段。进入资本主义社会后，工业革命使劳动生产率空前提高，商品经济得到了迅速发展，市场发生了巨大变化，商品经济代替了自然经济，社会经济生活对市场的依赖程度日益加深，社会商品化程度越来越高。这一时期的市场建

立在社会化大生产基础之上。由于社会分工越来越细，使得市场分类也趋于细分化。按照市场经济条件下社会经济运行的基本要求，生产要素最大限度地进入市场流通，实物商品市场日渐发达。这些不同种类的单体市场最终复合为市场体系。在发达的市场体系中，市场功能较为完善，市场机制发挥着灵活的调节作用。这时的市场是开放的、竞争的大市场。市场经济条件下的市场实现了社会化大流通，市场的充分发展推动了社会经济的发展。

二、市场机制

（一）市场机制的概念

市场机制是指构成市场的各个要素之间的有机联系及其相互作用，主要包括供求机制、价格机制和竞争机制等。

市场机制主要包括供求机制、价格机制和竞争机制。

1. 价格机制。主要是指商品供求与价格形成之间的有机联系和运动。商品供求变化引起价格波动，价格波动又导致供求变化，如此反复。

2. 供求机制。是指构成商品供求各要素之间的相互联系及相互作用，反映的是价值规律作用于商品流通中的供求状态。构成供求的因素主要有：商品数量、结构和购买力以及消费心理等，影响供求关系变化的主要是价格的高低。

3. 竞争机制。是指构成竞争各因素之间的相互联系和相互作用。构成竞争机制的因素主要有：商品生产经营者的自身素质及其竞争意识和竞争条件、对手的抗衡能力等。

（二）市场机制的作用过程

市场机制的作用是使经济活动遵循价值规律的要求，适应供求关系的变化，通过价格杠杆和竞争机制的功能，引导社会资源的合理流动。

在市场经济体制下，价格的变化由供求关系决定，价格灵敏地反映供求关系的变化，价格以自身的变化向社会传递供求信息。企业作为独立的商品生产者面对市场，具有鲜明的个体利益

差别。在追求自身利益的动力和竞争的压力共同作用下，对价格的变化反应敏捷，根据市场价格的变化相应调整企业生产要素的增量和存量，以实现对自身利益的追求。而完善的市场体系又使企业这种依据价格变化所做的调整行为能够顺利实现。价格升高或预测价格升高，企业能迅速从市场上获得资金、技术、劳动力和生产资料，及时扩大生产，增加供给；价格下降或预测下降，企业减少生产，能够通过资金市场、劳动力市场和生产资料市场迅速将多余的生产要素转移到其它产业部门，实现生产要素在全国范围内流动。在同一产业内部，不同生产要素之间的相对价格决定了企业对生产要素的选择，实现生产要素在产业内部的调整。而在不同产业之间，商品价格和价值的背离，不同产业的资金利润率的差别，通过不同部门企业间的竞争，实现生产要素在不同产业间的流动和按比例配置。在社会必要劳动按比例分配规律的作用下，由这种方式实现的生产要素按比例配置更接近、更符合社会再生产过程的客观要求，从而实现资源配置的优化。以上是价格对供给的调节，价格对供给的调节是通过作用于企业来间接实现的，而价格的变化对需求的调节更具直接性，价格的变化本身就实现了对需求的调节。价格的每一变化都起着双向调节作用，刺激供给和抑制需求或刺激需求和抑制供给，实现供给和需求的及时协调。

从以上市场机制的作用过程的分析中，可以得出市场机制调节的以下特点：（1）市场机制中价格信号的作用是以利润为导向的，直接影响市场参与者的利益、市场参与者之间有着鲜明的个体利益差别，他们在竞争压力和自身利益动力的作用下，不断追逐价格信号，对价格信号反应敏捷。（2）价格信号的调节作用是双向的，同时调节供给和需求。（3）在市场机制调节下，由于生产要素市场的存在，资源的流动性强，价格信号既能较好地引导增量投向来改变产业结构，也可有效地进行存量调整，使资源配置的存量可以通过要素市场迅速重组，以适应需求结构的变化。

市场机制的存在及其作用都是客观的，只要具备相应的条件它就存在并发挥作用。因此，社会主义市场经济的内涵是市场调节加宏观调控。宏观调控是以市场调节为基础的高层次调节，二者相辅相成。

三、市场功能

市场功能是市场所具有的客观职能，只要有市场存在，有市场活动存在，市场功能就会发挥作用。从市场活动的基本内容看，市场的主要功能有以下几方面：

（一）商流功能

商流功能，是指商品收购和商品销售的活动，是通过货币进行交换，实现商品所有权的转移的活动。也就是商品通过市场的评判和检验，得到社会承认，实现商品价值的过程。从市场的具体活动来看，就是通过市场上多次循环的购销业务来实现商品的集中与分散，使商品交易顺利地卖者和买者之间进行，最终在消费领域实现消费。

通过商流功能，比较不同商品生产经营者生产同种商品的劳动耗费，实现经济利益在生产者、经营者和消费者之间的重新分配；刺激商品生产者不断改进技术，降低成本，提高劳动生产率；并最终导致商品生产者优胜劣汰分化。

（二）物流功能

物流功能是商品的实体流通功能，是指商品的运输和储存的活动。通过市场销售渠道的储存、运输业务来实现商品在空间（地区）和时间（季节）上的移动，使商品能够源源不断地从生产领域经过流通领域，迅速、安全、节省地进入消费领域，实现商品的使用价值。

（三）信息流功能

商品流通是商流、物流和信息流的统一。信息流功能是指商品流通不断产生各种市场信息，发生各种市场信号，产生的市场信息随商品流通或其他途径不断传播、流动。这些市场信息引导

生产者、经营者的生产经营活动，引导消费者的消费需求，并为各个经济管理者决策提供依据。市场信息流功能不断反映市场的供给信息和需求信息，反映出市场商品的过量供给和尚未满足的消费需求，如果某种商品的供给过量则生产该商品所耗费的劳动就会因为商品卖不出去而无法补偿，再生产过程就难以进行，从而迫使商品生产以反映社会需要的市场需求为导向。

（四）经济联系功能

经济联系功能，是指市场实现着不同商品生产者之间的经济联系和经济结合。生产的社会分工必须以分工后又能紧密结合在一起为条件，否则，分工就不能进行。市场既是社会分工的产物，同时又成为社会分工得以存在和发展的保证条件。社会分工使个人和企业成为独立的商品生产者，使部门分开、城乡分开，建立起越来越多的不同工业部门和农业区域，各自生产自己的产品。但生产消费和生活消费又客观地要求所有生产者和消费者要相互依赖、互相结合，通过市场彼此满足对方的需要。正是由于这种结合，商品经济条件下的社会经济才得以正常运转。所以，生产的社会分工愈细，市场在经济生活中的地位就愈重要；商品经济愈是向前发展，市场也就愈益成为社会经济生活的枢纽。

四、市场经济

（一）自然经济

马克思主义认为人类的生产方式有三种基本形式，即自然经济、商品经济和产品经济；人类社会的形态有原始社会、奴隶社会、资本主义社会、社会主义社会和未来的共产主义社会；而所有制形式基本上是公有制和私有制两种。自然经济与原始公有制的结合构成原始社会，与私有制结合构成奴隶社会和封建社会；商品经济与私有制相联系形成资本主义社会，与公有制相联系则是社会主义社会。

自然经济就是自给自足的经济。在自然经济条件下，产品生产的目的是主要不是为了交换，而是为了满足生产者或经济单位

(如氏族、封建庄园)本身的需要。自然经济有以下基本特征：
(1) 自然经济立足于生产者本身的消费，生产的发展以生产者个人的需要为限度，温饱即安。(2) 自然经济只注意生产，而忽视交换，忽视贸易。(3) 自然经济下生产的分工和协作主要限于经济体(家庭、公社、庄园)内部，排斥社会范围内的分工。

(二) 商品经济与市场经济

1. 商品经济。商品经济是一种以交换为直接生产目的和联系方式的经济形态，也是与自然经济相对应的一种经济形态。

理解商品经济的概念应注意以下几点：

(1) 商品经济并不一定非得与私有制相联系。商品经济产生和发展的经济基础是社会分工，它主要与满足人们不同需要的交换相联系。社会分工促进了商品交换的发展，商品交换促进了私有制的出现，最后社会分工和私有制结合起来，才出现商品生产的第一个形式，即简单商品生产形式。到了资本主义阶段，商品经济发展到了成熟的阶段，也并非由于私有制占统治地位，而是由于分工带来的社会生产力的进一步提高，使人们通过交换而形成的相互依存关系变得越来越密切。社会主义经济虽以公有制为基础，但仍然以发达的社会分工和协作为前提，以商品交换为经济联系方式，因而同样是商品经济。

(2) 商品经济是与自然经济相对立的。作为一种成熟的经济形态，它产生于资本主义社会。在前资本主义社会，商品生产和商品交换也大量存在，但在经济生活中不占主体地位，占主体地位的是自给自足的自然经济。一种社会形态只能属于一种经济形态，有一种基本的经济组织方式，而不能同时有两种。但经济形态的形成不是一朝一夕的，生产力发展的连续性，决定了经济形态的变化也有个循序渐进的过程。因而商品经济的成份在自然经济中也大量存在，并不断发展，只是仅处于量变阶段。在资本主义和社会主义商品经济中，也不乏自然经济的因素，但这改变不了它们的商品经济基本性质。

作为自然经济的对立面，商品经济有如下显著特征：(1) 强调社会范围内的分工。商品经济的分工不同于自然分工，即不限于经济单位内部，而是以社会分工为存在前提。随着商品经济的发展，市场的扩大对社会分工的要求越来越高，分工的程度越来越深，分工的范围越来越广。(2) 强调生产与交换的统一，并以交换为存在方式。这是因为商品经济下生产的直接目的是取得交换价值，而不是使用价值。再生产能否继续，取决于产品能否完成交换。(3) 商品生产以广阔的市场需求为限度。市场需求不断扩大，商品生产的规模也越来越大，商品生产的外延也不断扩大，可以涉及到社会生活的各个领域。

2. 市场经济。市场经济本质上等同于商品经济，区别在于市场经济是商品经济的发达形式，是高度社会化的商品经济。商品经济发展到一定高度即国内统一市场并与世界市场联系日趋紧密的高度，就要把市场作为资源配置的基础，形成市场经济。在市场经济中，市场是社会资源的基本配置者，在社会资源配置中起基础作用。

3. 社会主义市场经济。

(1) 计划和市场都是资源配置的手段。资源配置是指把资源分配安排到不同部门（产业）、不同地区和不同企业的不同使用方向上，使之得到有效的利用。资源配置所要达到的目标：一是配置合理，即配置得合乎社会需要，导致社会经济结构优化；二是得到有效利用，即资源耗费节约，占用减少和周转加快，导致社会经济效率提高。结构优化和效率提高相结合，生产就发展得快，社会经济效益就好，整个经济的运行就比较顺畅。

资源的配置是采取一定的方式，运用一定的手段并借助一定的经济体制进行的。迄今为止，社会化生产中资源配置的方式基本上有两种：市场配置和计划配置。前者主要运用经济手段，后者主要运用行政手段。

市场配置资源的方式就是以市场为基础，通过市场机制即买

卖双方对市场供求、竞争以及价格变化相互作用所产生的影响，来调节资源的分配比例。采取市场配置资源方式的经济体制被称为市场经济体制。在市场经济体制中，市场对资源配置起基础性作用。

传统的社会主义计划经济体制，采取的是计划配置资源的方式，它的要点是：由中央政府的计划机关集中编制的计划确定宏观经济发展的目标，然后按行政隶属关系，层层分解下达，连同资源一直安排到企业。并主要采取行政指令的办法来保证宏观经济计划目标的实现。在传统的计划经济体制中，指令性计划对资源配置起基础性作用。

(2) 我国经济体制改革的目标。新中国成立后，经过社会主义改造，我国照搬前苏联的经济体制模式，建立了高度集中的计划经济体制。在当时的社会经济条件下，对我国经济的发展，曾起过积极和重要作用。但是，随着我国社会经济的发展和条件的变化，原有经济体制的弊端日益突出。1978年，党的十一届三中全会以后，我国针对高度集中的计划经济体制越来越不适应现代化建设的要求开始进行以市场为取向的经济体制改革。1992年，党的十四大明确提出我国经济体制改革的目标是建立社会主义市场经济体制。

社会主义市场经济体制，就是要使市场在社会主义国家宏观调控下对资源配置起基础性作用，使经济活动遵循价值规律的要求，适应供求关系的变化；通过价格杠杆和竞争机制的功能，把资源配置到效益好的环境中去，并给企业以压力和动力，实现优胜劣汰；运用市场对各种经济信号反应比较灵敏的优点，促进生产和需求的及时协调。同时针对市场自身的弱点和消极方面，加强和改善国家对经济的宏观调控。

社会主义市场经济具有市场经济体制的共性和一般特点。这主要是：①一切经济活动都直接或间接地处于市场关系之中，市场机制是推动生产要素流动和促进资源优化配置的基本运行机