

商洋系列

经纪学概论

JING JI XUE GAI LUN

刘丽珍 董立红 主编

复旦大学出版社

F713

242-C

商 洋 系 列

经纪学概论

刘丽珍 董立红 主 编
李红艳 姚志鹏 副主编

复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

经纪学概论/刘丽珍,董立红主编. —上海:复旦大学出版社,
2007.8

(商洋系列)

ISBN 978-7-309-05623-5

I. 经… II. ①刘…②董… III. 经纪人-研究 IV. F713.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第105077号

经纪学概论

刘丽珍 董立红 主编

出版发行 复旦大学出版社

上海市国权路579号 邮编 200433

86-21-65642857(门市零售)

86-21-65100562(团体订购) 86-21-65109143(外埠邮购)

fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

责任编辑 鲍雯妍

总编辑 高若海

出品人 贺圣遂

印刷 杭州钱江彩色印务有限公司

开本 787×960 1/16

印张 17.75

字数 328千

版次 2007年8月第一版第一次印刷

印数 1—4100

书号 ISBN 978-7-309-05623-5/F·1270

定价 28.00元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

内 容 提 要

经纪学是研究市场经济条件下经纪中介服务活动发生、发展的运动规律的学科。本书较为全面地介绍了经纪学基本理论和知识,首先介绍了经纪学的基础理论(如研究对象与研究方法、经纪业务基础、经纪人及经纪人管理等);其次分别介绍了各个领域经纪人的理论及其技术和素质要求(如商务经纪人、期货经纪人、证券经纪人、保险经纪人、产权经纪人、技术经纪人、文化经纪人、体育经纪人、农村经纪人等)。此外,本书每章开篇都有引例,介绍经纪学领域的最新状况以及相应的经纪实践活动。

本书可作高等学校经纪学专业及经济类相关专业的教材,可作为经纪从业人员、各类经纪组织、经纪机构提高业务修养和经纪业务操作技术的工具书,亦可作为经纪人培训教材和相关专业培训的参考教材。

总 序

上海,素有“十里洋场”这一蒙垢之称呼,盖源于殖民经济侵略肇致畸形繁华商埠之故。今天,改革开放的春风持续拂煦,沐浴在21世纪金色阳光下的新上海,作为中国最大的港口城市,喜联五大洲,笑迎四大洋。

上海在长大,上海在长高。在频繁的国际友好交流和互惠的经济交往中,上海作为主体经济城市,获得了无数令人惊羡的商机。上海商业亦不断提升出“海”进取的底气,开阔越“洋”巡天的视野。

“‘商’眼向洋看世界”。为了积极探索以“商”为各专业内核的高等教育多元发展新模式和路径,为了在专业基础和学术前沿上努力超越某些固有观念和运营程式的阈限,商业高等教育需要“望洋兴‘教’”、“望洋兴‘校’”,借鉴国内外先进教材的成功经验,高起点、高品位、高创意地开展教材建设,以促进科研水平、教学质量的同步提升。

复旦大学出版社作为全国著名的出版机构,策划、指导并推出了与上海“四个中心”建设相呼应并积极为之服务的“商洋”书系,这映示了全体编著人员广纳同道者的创造性睿智、蔚成洋洋大观书系的阳光宏愿;也记录了复旦大学出版社与商业高等院校诚挚而广泛地合作、放飞于重洋的前进航程。

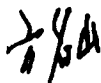
培育现代“儒商”,需要广博的专业结构与深厚的文化素质底蕴。“商洋”书系,突破了“在商言商”的狭隘观念。本书系不仅包括商贸经管类专业教材,还涉及与商贸经管类专业配套的商业文化系列教材以及适应当代大学生个性和谐发展所需的选修教材和各类生动的自学参考用书。

酝酿本书系时,一个古老而神奇的名称——“商羊”,曾映现于策划者脑际。[汉]刘向《说苑·物辨》云:“其后齐有飞鸟,一足,来下止于殿前,舒翅而跳。齐侯大怪之,又使聘问孔子。孔子曰:‘此名商羊,急告民趣治沟渠,天将大雨。’于是如之,天果大雨。”考虑到此典甚僻,未克直接名之书系。于此略志数言,则期冀“商

洋”书系中的每一种书都能如同未雨先舞之“商羊”，准确预告如何“趣治沟渠”、轻渡“商洋”，实亦为本书系之宗旨所在。

参与本书系的教授专家和全体编撰人员以及准备陆续邀约联袂入盟的各路学者，都纷纷如“商羊”“舒翅而跳”。但愿在社会各界的鼎力扶持下，“商羊”的翅膀日益坚强，“商羊”的预言更能经受检验，“商洋”书系的前景俱臻璀璨。

上海商学院院长



2006年6月28日

前 言

经纪学是研究市场经济条件下经纪中介服务活动发生、发展的运动规律的学科。在市场经济中,各经济主体拥有明确的财产所有权或控制权,经济决策是由各个独立的经济主体自主进行的,供给和需求双方在市场上的互相作用,形成了市场价格的运动。经纪中介活跃于流通领域,既是价格信号的传送者,又是商品余缺的调剂者,社会资源在这种不停的“穿梭”活动中,实现着国民经济范围内的优化配置。我国经过二十多年的经济体制改革,已经具备了市场经济初级阶段的基本特征,正是这些基本特征为经纪学的建立提供了一个极好的社会实践环境。

在我国现代化建设的进程中,随着市场经济的形成和发展,需要对外部的市场环境和发展趋势准确把握,需要对企业生产的战略、模式、结构等方面进行分析。经纪服务活动的出现提供了一种专业化的中介服务,适应了市场经济发展的需要,为社会进步、国家富强,也为经纪业的繁荣进行实践和探索打下了很好的基础。在经纪活动实践的基础上,经纪学研究经纪操作基础、技能,规范操作技巧,不断完善经纪理论、拓展经纪范畴,提高经纪活动的效益。

经纪业是市场经济不可或缺的组成部分,经纪人的存在是市场经济体制的必然。经纪人是 21 世纪全球最活跃的人才之一。一个经济发达的国家、地区其所以经济发达,与它拥有一批卓有成效的经纪学家和一大批优秀的经纪专业人才是分不开的。为适应社会主义市场经济发展的需要,我国经纪人迅速发展,目前,各类经纪人广泛活跃在各类市场上,成为市场经济发展不可缺少的重要力量。据统计,目前我国经过考试由工商部门批准具有经纪人经营资格的人员达 120 多万人。具有经纪性质的公司、经纪人事务所已有 80 多万家,经营额约达 1.2 亿元。我国经纪业的重新出现并获得发展,必将促进我国市场经济的发展,加速社会主义市场经济体制的健全、成熟。

目前,我国经纪人的培养,由有关部门不定期地举行集中培训的方式进行,没有形成规模,人才缺口巨大。因此,作为高等教育和职业教育,设置经纪人专业,培养大量的具有较高文化水平、拥有丰富专业知识的复合型经纪人才,应是解决这一人才缺口的良好途径。

本书的编写正是在这样的形势和背景下展开的。在广泛吸收该领域已出版的专著、教材和其他研究成果的基础上,该教材结合教学实际,较为全面的介绍和论述了经纪学基本理论和知识,并附有最新的经纪人管理文件等以供读者查阅。本书是商务经纪专业基础课教学的教材,可以作为其他专业的选修课教材,也可以作为各项经纪人培训的基础教材,以及作为社会各界人士学习和了解经纪知识的参考资料。全书共分十七章,编写分工如下:刘丽珍编写第一、二、十六章;董立红编写第三、四、十四章;姚志鹏编写第五章;叶茂、沈荣编写第六、七、八章;孙艳编写第九、十七章;田一淋编写第十、十一、十二章;李红艳编写第十三、十五章。本书由刘丽珍、董立红担任主编,李红艳、姚志鹏担任副主编,全书由董立红、刘丽珍通读并定稿。

本书在编写过程中,参考和吸收了大量的该领域已有的各类研究成果,这些成果在书末的参考文献中一一列出,对这些成果的编著者和作者表示衷心的感谢。同时,本书的编写得到了上海商学院院长方名山教授的大力支持,上海商学院法律行政系主任刘建民教授为本书的编辑出版提供了支持,在此对他们表示衷心的感谢。

由于资料的不足和编者水平有限,书中定有不当或错漏之处,敬请读者批评指正并提出宝贵的意见,恳切希望专家学者不吝赐教。

编者

2007年5月

目 录

第一章 经纪学概述	1
第一节 经纪学的学科性质.....	2
第二节 经纪学的研究对象.....	6
第三节 经纪学的研究方法.....	8
第四节 经纪学的研究任务	10
第二章 经纪业务基础	13
第一节 经纪活动中的信息	14
第二节 经纪运作的一般程序	17
第三节 经纪人的佣金	22
第三章 经纪人概述	28
第一节 经纪人的概念及分类	29
第二节 经纪人的发展状况	35
第三节 经纪人的权利义务与素质要求	39
第四章 经纪人管理	46
第一节 工商行政管理机关在经纪人管理中的作用	47
第二节 经纪人的注册登记管理	51
第三节 经纪人活动管理	54
第五章 商务经纪人	57
第一节 现货交易	58
第二节 商务经纪人	60
第三节 商务经纪人的运作程序与业务素养	67
第六章 期货经纪人	72
第一节 期货交易概述	74
第二节 期货经纪业务	76
第三节 期货经纪人	82

第七章 证券经纪人	88
第一节 证券交易	89
第二节 证券经纪业务	94
第三节 证券经纪人	98
第八章 保险经纪人	104
第一节 保险经纪人概述	105
第二节 保险经纪人的业务流程	108
第三节 保险经纪人的管理	113
第九章 产权经纪人	120
第一节 产权概述	121
第二节 产权交易和产权市场	124
第三节 产权经纪人	127
第十章 技术经纪人	132
第一节 技术商品与技术市场	133
第二节 技术经纪人概述	137
第三节 技术经纪业务与管理	142
第十一章 信息经纪人	150
第一节 信息市场与信息经纪人	151
第二节 信息经纪人概述	153
第三节 信息经纪的发展与管理	157
第十二章 房地产经纪	166
第一节 房地产市场与房地产经纪	167
第二节 房地产经纪人概述	169
第三节 房地产经纪业务与管理	174
第十三章 文化经纪人	185
第一节 文化市场	186
第二节 文化经纪人	191
第三节 文化经纪人实务	196
第十四章 体育经纪人	205
第一节 体育市场	206
第二节 体育经纪人	210
第三节 体育经纪活动与管理	214

第十五章 劳动力经纪人	219
第一节 劳动力市场.....	220
第二节 劳动力经纪人与劳动力经纪机构.....	227
第三节 劳动力经纪人实务.....	231
第十六章 农村经纪人	239
第一节 农村经纪人概述.....	240
第二节 农村经纪人发展现状与发展措施.....	244
第十七章 国际商务经纪人	256
第一节 国际商务经纪人.....	256
第二节 国际贸易经纪人.....	259
第三节 国际金融经纪人.....	263
附录 经纪人管理办法(2004 年)	273

第一章 经纪学概述

学习目标:

1. 经纪学的学科性质;
2. 经纪学的研究方法;
3. 经纪学的研究任务。

引例

十大首都诚信经纪人亮相

2007年3月25日晚,国家行政学院礼堂内,由首都精神文明建设委员会办公室和北京经纪人协会共同主办的“十大首都诚信经纪人”在阵阵叫好声中亮相。为贯彻落实中央文明办、国家工商行政管理总局等五部门关于开展“共铸诚信”活动的工作部署,树立当代经纪人的诚信楷模,宣扬经纪人“以信立业、以专执业”的典型事迹,推动经纪人个人信用体系的建立,发挥经纪人在促进首都建设等方面的积极作用,首都精神文明建设委员会办公室和北京经纪人协会在北京市经纪行业内开展首都诚信经纪人评选活动。

十位获奖者:于海霞、王原、刘长安、江凌、江虹、李峰岩、肖景匀、陈纪新、姚允升、蒋佃水,来自文化、体育、技术、产权、农业和房地产六个行业。同时,还评选出17个首都诚信经纪人提名奖获得者,他们在各自的领域里成为诚信经营的楷模。亲临颁奖现场的观众有各个行业的从业者,也有普通市民,他们对评选诚信经纪人的活动称赞不已:“评选不仅树立了行业的榜样,同时也让老百姓更安心地生活。”

(资料来源: www.bjbroker.org.cn,有删节)

经纪业是商品交换发展的产物。经纪业在中国已有两千多年的发展历史,在古代社会商品流通过程中,“牙人”也就是经纪人,为适应买卖双方商品交换中的实际需要应运而生。近代,经纪业作为一种现代性行业组织迅速发展壮大,成为经济发展的主干行业,对民族经济成长产生重大影响。自从我国确定建立社会主义市场经济体制以来,经纪业作为市场经济不可缺少的中间行业获得了长足的发展,其作用 and 意义也越来越为社会各界认可和重视。

人世对我国经纪业来说,既是机遇,又是挑战。加入 WTO 使中国进入全球化经济运行的行列,形成更为开放的市场环境。根据世贸组织中的无歧视性、公平性、贸易自由等原则,我国的各项经济活动将打破国界,在国内地区之间、中国与外国之间形成强大的商品流、信息流、人才流、资金流等,这一系列流动为经纪人创造了广阔的活动空间,经纪人可以在商品交易和信息交流中架起座座桥梁。

第一节 经纪学的学科性质

经纪学是一门正处在发展和完善之中的学科。经纪作为人类的实践活动,自从有了商品经济,就有了相适应的经纪活动;但是作为一门学科,经纪学的诞生经历了相当艰辛的孕育过程,直到 20 世纪中叶,随着市场经济体系的日益完善,经纪学才开始形成较为系统的理论体系,因此,经纪学属于经济学的范畴,是市场经济学的重要组成部分。

一、市场经济与经纪学

经纪人是中间商的一种。作为商人,商品经济是其存在与发展的基石。可以说没有商品交换的需求,人人都自给自足,就没有经纪人存在的可能。市场经济的发展带动了经纪人的发展,反过来,经纪人的发展也对市场经济的发展有反作用,即推动市场经济发展。

(一) 市场经济的发展带动经纪人的发展

在市场经济条件下,商品的交换者需要知道对方的信息,以减少双方信息的不对称,达到公平交易的目的。信息对于需要进行商品交换的交易方来说有两种情况:一种是信息太少,如对交易对方的所在地方、同类交易者的数量、资信情况等了解不多;另一种情况是市场上可以进行交易的交易者的信息太多,且真假信息混在一起,难以辨别,由于交易者自身的知识能力或精力有限,难以对这些信息进行筛选。在这两种情况下,经纪人作为交易双方的桥梁,可以有效地解决交易双方的这种信息不对称的问题。经纪人的职能就是对市场信息进行收集、评估、传输,缓

冲这种信息的不对称,促使交易双方达成协议。

市场经济下社会的专业化分工越来越细。市场经济的发展,也使企业间的竞争越来越激烈,企业为了能在市场中获得竞争优势,不得不集中于自身所专长的领域内进行生产和销售,而对于自己所不熟悉的领域由更专业化的人来完成。由于比较优势的原因,企业将一部分工作外包出去由他人完成,这样可以专注于能带来更大利益的事情上,例如具有制造优势的企业通常不具有销售网络的优势,反之亦然。即便是集中在某一产品的制造,生产者也不太可能从原材料至成品的过程中,制造所有的中间产品,而是通过购买部分或全部中间产品,来完成产品的生产。越是复杂的工序,生产者越有可能这样做。这种社会分工的细化,行业的专业化的发展,使得企业不得不与众多的其他企业进行交易,企业的利益获得也不仅仅取决于这家企业的产品和(或)服务,而取决于整个与它相关的价值链。如何降低价值链的成本成为许多企业不得不考虑的问题。活跃于企业间,作为企业间桥梁作用的经纪人,可以降低企业间的信息不对称,以较小的交易成本为企业完成交易。企业间的交易的事项越多,越复杂,就越需要有具有专业知识的经纪人来代替其行使部分职能。所以市场经济的发展加剧了社会分工,同时带动了对职业经纪人的需求。

(二) 经纪人的发展反过来也推动了市场经济的发展

由于经纪人的作用,交易双方间的信息不对称得到缓和,特别是各种资信评级机构及市场调查公司,使得信息的透明度加大,并对企业的经营情况形成一定的监督,有助于建立良好的市场信誉。再者,不同经纪人(同行业或不同行业)的信息可以相互利用,所以不仅企业间的交易成本可以降低,经纪人自身的成本,即获取、评价、传输信息的成本也大为降低,从而可以降低行业成本,更重要的是也降低社会的总成本。因此经纪人势必推动市场的进一步分工,提高市场效率,促进市场经济的进一步发展。

二、经纪学的学科性质

经纪学是对现实经济活动中经纪人与经纪业这一特定现象进行理论抽象所形成的学科。经纪学属于经济学的范畴,是市场经济学的重要构成部分,但是它不同于经济学,也不是市场营销学。它着重研究的是市场资源配置,消费者、生产者和资源所有者之间的中介服务关系,强调商品的营销方式效益最大化与经纪中介服务质量的关系。

(一) 经纪学是一门综合性、交叉性学科

经纪学是一门研究经纪活动规律的应用经济学科,经纪服务活动在生产领域和流通领域,即交叉于生产、分配、交换、消费活动及其相互转化的运动过程之间,

或者说活动于生产经济向消费经济、消费经济向生产经济转化的运动过程之中,经纪学就是研究这种转化运动过程及其客观规律的科学,在经济学科体系中起着衔接一般经济理论和经纪业务的作用。经纪活动可具体化为社会经济生活中的“穿针引线”、“牵线搭桥”,具体的经纪业务分工精细,专业性很强。

经纪学在学科内容上与专门研究某个领域的专业学科相交叉,因而必然与研究某一个专业领域的经济学和研究社会经济的生产、分配、交换、消费的学科相交叉。这些经济学科在研究中部分可能涉及经纪活动的某个侧面或某个角度,但都不能系统地阐述经纪中介服务的全部内容。经纪学吸收各个学科的内容,综合各相关学科对经纪活动的有关论述,具有综合性。经纪活动中,不仅有经济关系问题,而且有科学技术问题、社会关系问题、部门经济问题、技术经济问题、经济管理问题、法律法规问题、文化素养问题等,还有面向世界市场的国际商务与金融等问题。经纪活动的综合性决定了经纪学科的综合性。经纪学就是在综合研究经济活动和综合吸收各相关学科的基础上,概括出经纪活动的一般规律和基本理论。但经纪实践活动具有自身的特殊性,是专门研究经纪活动规律的学科,作为经纪活动实践的理论指导,是一门理论性的学科。

经纪活动的全方位性、跨区域性和跨国性的特点,决定了经纪学交叉性、边缘性的学科性质,决定经纪学的研究、思维必须超越区域、民族乃至国家的界限,把全国、全世界各地区、各民族的经纪活动看作是一个经纪活动内部存在着的有机联系的整体系统,力求从整体、全国、全世界范围的角度探讨、分析经纪活动的理论和实践,并进行高度的科学抽象,以揭示经纪活动内在的、本质的、必然的联系以及经纪活动的一般规律,所以经纪学又是一门交叉性的边缘科学。

(二) 经纪学与相关学科的关系

经纪学作为一门综合性、交叉性学科,与市场营销学、经济学、公共关系学等有着密切的关系。

1. 经纪学与市场营销学。

市场营销是专门研究市场营销活动及其发展变化规律的科学。其研究的核心内容是在特定的市场营销环境中,企业如何从需求出发制定企业发展战略,组织市场营销活动,从而在激烈的市场竞争中获得生存和发展。经纪学作为市场营销学的交叉学科,与市场营销学有密切的关系。经纪人要研究经纪人生存和发展的经纪环境,市场营销学关于市场营销环境的理论与方法,为经纪环境理论的研究提供了可借鉴的平台。经纪学要研究委托方和相关方的经纪需求和交易需求的形成、影响因素及满足方式,市场营销学关于消费者行为和供应商行为的研究,为经纪学提供了在实践的基础上如何对委托方和相关方行为进行分析、归纳的整体思路和研究框架。经纪

人要分析经纪组织的类型和构成,要研究经纪活动的营运技巧与管理方法,市场营销学中有关市场营销机构行为的理论与方法,有些内容直接指导和丰富了经纪人的实践活动,如辅助营销策略、谈判技巧与方法等,客观上成为经纪学的一个组成部分;有些内容则开拓了经纪人理论研究的视野,为经纪人从更高、更新的角度去研究经纪活动提供了导向标的作用。因此市场营销学与经纪学有着密切的关系。

2. 经纪学与经济学。

经济学是研究人类各种社会物质资料的生产交换以及与之相应的产品分配规律的科学,它研究商品交换关系、资本关系、货币关系、劳务交换关系、技术转让关系等各种经济关系,从而揭示经济运动规律和经济发展变化的规律。经济学研究的出发点和着眼点是人类在任何经济社会都要面临的基本问题,即生产什么和生产多少、怎样生产、为谁生产的问题。

经纪学的研究不能离开经济问题的研究,这种经济问题研究将促进经纪学的发展,为经纪中介活动的研究提供丰富的材料,并使经纪学具有更加扎实的理论基础。经纪活动已经成为一种独立的经济运动形式,建立一门独立的学科对其运动的规律进行专门探索与研究已成为必要。经纪学要以经济学为理论基础,运用经济学的理论方法研究经纪学经纪活动的客观规律。

经纪学研究经纪环境和市场开发过程,需要运用经济学的基本理论和基本方法,对市场资源的合理配置、均衡的状态、均衡实现的条件和过程等进行研究。经纪人在建立委托代理关系和寻找相关方过程中,要运用经济学的成本——收益的分析方法,制定相应的对策和策略。此外,经纪活动是整个国民经济活动的一部分,国民经济活动决定经纪活动的范围、目标和方式;经纪活动反过来也影响国民经济的活动,直接影响国民收入的分配,并通过改变国民收入分配,有力地影响着交换和生产。显然,经纪与经济的关系,是经纪学研究的一条基本线索。

3. 经纪学与公共关系学。

公共关系学,是研究社会组织与相关公众或组织相互作用、相互协调、彼此合作的规律及工作方法的一门科学。公共关系学的着眼点是寻求与相关公众或组织的良好合作及和谐发展。公共关系学的研究为经纪人提供如何通过形象塑造、传播管理、利益协调等方式,与相关客体结成良好关系的理论和方法。

经纪人需要通过公共关系进入市场,寻找经纪机会,促成交易成功。经纪人创造市场机会,建立客户关系,需要通过广泛深入的信息交流和关系融通来实现。经纪人开展与客户的公共关系,可以建立信息渠道和关系渠道,保证信息交流和关系交流的渠道畅通,从而为自己创造更多的经纪机会,提高交易成功的概率。经纪人在经纪过程中,要与不同类型、不同行业、不同规模、不同需求的客户打交道。这些

交易主体有各自不同的经济利益和发展目标,经纪人开展公共关系,可以协调不同利益主体之间的关系,化解利益冲突,调解矛盾分歧,促成其交易成功。实践表明,经纪活动与公共关系紧密相关。经纪学应建立在公共关系学的相关理论之上。

4. 经纪学与管理学。

管理学是研究和探讨各种管理思想、管理原则、管理方法科学依据的一门学科。管理是指通过组织协调,优化和合理配置资源,既有效率又有效果地实现组织预定目标的活动过程。真正有效的管理,必然是使组织运行合理化和高效化的过程。合理化是指合理组织人力、物力、财力,切实安排好各项工作;高效化是指提高劳动生产率,努力提高组织的社会效益和经济效益。前者是手段,后者是目的,只有使二者做到高度的统一,才能全面实现科学管理的组织目标。经纪学的研究也要涉及资源的合理配置,包括资源配置的范围、制度、原则、方法、模式、结构、战略、效益等问题,而且经纪学的研究还包括生产、分配、交换、消费在内的整个经济运动的全过程,呈综合性,有较宽的覆盖面。管理学为经纪学合理配置资源,全面协调关系,实现经纪活动的合理化和高效化提供了理论指导。

总之,经纪学属于经济学科体系,与众多的学科之间存在着既交叉又综合的联系。

第二节 经纪学的研究对象

经纪学研究对象是经纪主体在商品经济条件下从事经纪中介服务活动的行为以及经纪业务的运行规律。

在现实经济生活中,人们经常会接触到各种各样的经纪现象,经纪学自然要研究经纪中介服务活动发生、发展和运动的现象。在市场经济中,各经济主体拥有明确的财产所有权或控制权,经济决策是由各个独立的经济主体自主进行的,供给和需求双方在市场上的互相作用,形成了市场价格的运动。市场价格的变动则是市场商品短缺程度的信号,价格由供求关系决定,又反过来调节供求,引起生产要素的流动。经纪中介活跃于流通领域,既是价格信号的传送者,又是商品余缺的调剂者,实现着国民经济的优化配置。

上海悄然兴起房产中介新模式

随着上海存量房交易市场的日益活跃,一种集居间介绍和法律服务于一体的房产中介新模式在上海悄然兴起。这种新模式的最大特点就是把律师引入房产中介领域,对整个交易过程进行风险控制,确保房地产二三级市场交易的法律安全,为客户规避风险。