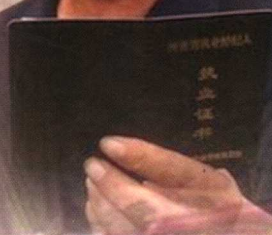


社会主义新农村 建设丛书

农村经纪人读本

农业部农民科技教育培训中心
北京农业职业学院 组编



中国农业大学出版社

社会主义新农村建设丛书

农村经纪人读本

农业部农民科技教育培训中心
北京农业职业学院 组编

中国农业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

农村经纪人读本/农业部农民科技教育培训中心,北京农业职业学院组编. —北京:中国农业大学出版社,2006.9

(社会主义新农村建设丛书)

ISBN 7-81117-056-6

I. 农… II. ①农… ②北… III. 农村经济-经纪人-基本知识
IV. F321

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 078249 号

书 名 农村经纪人读本

作 者 农业部农民科技教育培训中心 组编
北 京 农 业 职 业 学 院

责任编辑	韩元凤	版式设计	李 娜
责任校对	陈 莹 王晓凤		
出版发行	中国农业大学出版社		
社 址	北京市海淀区圆明园西路2号	邮政编码	100094
电 话	发行部 010-62731190,2620	读者服务部	010-62732336
	编辑部 010-62732617,2618	出 版 部	010-62733440
网 址	http://www.cau.edu.cn/caup E-mail caup@public.bta.net.cn		
经 销	新华书店		
印 刷	涿州市星河印刷有限公司		
版 次	2006年9月第1版	2007年9月第2次印刷	
规 格	850×1 168 32开本	6.125印张	111千字
印 数	6 001~10 000		
定 价	9.50元		

凡本教材出现印刷、装订错误,请向中央农业广播电视学校教材处调换。

联系地址:北京市朝阳区来广营甲1号 邮编:100012 电话:010-84904997

网址:www.ngx.net.cn

社会主义新农村建设丛书

编委会

主任委员	曾一春	崔砚青		
副主任委员	郭智奇	杜保德	陈肖安	马俊哲
委 员	朱 岩	王久臣	王青立	严东权
	纪绍勤	吴国强	文承辉	齐 国
	陈 辉	朱闻军	孟 凡	张敬尊
	张瑞慈	高 峰	秦 军	彭玉芝
	郑伯坤	邓志峰		

农村经纪人读本

主 编	陈红华	张敬尊
编写人员	魏亚萍	
审 稿	刘永泉	寇建平 陈肖安

前 言

农业、农村和农民问题，始终是关系我国经济和社会发展全局的重大问题。建设社会主义新农村是我党提出的重大历史任务，当前我国总体上已到了以工促农、以城带乡的发展阶段，初步具备了加大对农业和农村支持保护的条件和能力。借鉴国内外的成功经验，必须加快建设社会主义新农村，实现城乡和农村经济社会的协调发展。

在社会主义新农村建设中要充分发挥农民的主体作用，使得农民有独立的社会地位、有平等的发展机会和获得更多社会资源的能力；使得农民有自主选择职业和劳动方式、自主支配自己的劳动对象和劳动成果、自主选择进入市场网络参与市场竞争的权利；使得农民在建设社会主义新农村的建设实践中能体现出创新精神、创业意识、创造性劳动和不断地提升与实现自身社会价值和自我价值的能力。

随着社会主义新农村建设的快速发展，我国农村涌现出一批以从事农产品及其相关中介业务为主的农村经纪人，他们有一定的市场经验和业务基础，比一般的农民朋友更了解市场和熟悉市场经济规律，为众多的企业和农民朋友提供多方面的服务，为广大农民朋友寻找市场、



增加收入、促进农村经济乃至我国经济的发展都起到了重要的作用。

尽管农村经纪人在我国得到了大力发展,但是必须清醒地意识到绝大部分农村经纪人基本素质比较低,业务水平不高,商品基础知识比较匮乏,有的农村经纪人还缺乏基本的法律知识,既不能遵纪守法,又不懂得利用法律来有效地保护自身的权益。

为了更好地帮助广大农民朋友了解农村经纪人的含义、应该具备的素质、业务基础、法律基础、商品知识等基本理论,掌握寻找市场信息、进行市场预测、进行产品定价、进行产品促销等营销知识和手段,适应社会主义市场经济体制的要求,积极有效地参与市场竞争,有效配合新型农民科技培训工程的全面实施,扎扎实实地推进社会主义新农村建设,我们编写了这本《农村经纪人读本》。作为社会主义新农村建设丛书之一,供广大农民朋友在学习、培训、研究和实践中参考。

本书写作过程中参考了大量的网站以及相关书籍、期刊,在此我们对这些文章和书籍的作者表示深深的感谢。由于时间仓促及编者水平所限,难免会有疏漏和错误,敬请读者批评指正,使我们对有关农村经纪人的理论和实践认识不断加深和提高,共同为建设社会主义新农村贡献力量。

编 者

2006 年 6 月

目 录

第一篇 农村经纪人的发展概况	1
第一部分 经纪人的形成和发展	1
一、经纪人的含义	1
二、经纪市场的形成和发展	2
三、市场经济呼唤经纪业务和经纪人的发展	4
第二部分 我国农村经纪人的发展历程	11
一、新中国成立以前各个时期的经纪人	11
二、新中国成立初期的农村经纪人	13
三、改革开放后的农村经纪人	14
第三部分 农村经纪人的基本含义和作用	17
一、农村经纪人的含义	17
二、农村经纪人从事的主要经纪活动种类	17
三、农村经纪人的种类划分	19
四、农村经纪人在我国经济发展中的作用	21



第四部分 农村经纪人在我国的发展现状	24
一、农村经纪人发展现状	24
二、农村经纪人发展中存在的主要问题	27
三、农村经纪人的发展模式	29
四、加速农村经纪人队伍的建设	30
 第二篇 现代农村经纪人的基本素质和运作技巧	33
第一部分 现代农村经纪人应具备的基本 素质和能力	33
一、职业道德素质	33
二、知识素质	35
三、心理素质	38
四、良好的身体素质	40
五、农村经纪人要具有自我保护的能力	40
第二部分 农村经纪人应具备的商品基础 知识	41
一、商品基础知识	41
二、商品专业知识简介	52
第三部分 农村经纪人的运作技巧	69
一、农村经纪人的谈判技巧	70
二、农村经纪人的交际技巧	74
 第三篇 农村经纪人业务基础	78
第一部分 如何寻找市场信息、进行市场预测	78



一、获取市场信息的六种途径	79
二、如何进行市场预测	84
三、勇于创造市场	85
第二部分 农村经纪人如何确定价格	86
一、影响产品定价的主要因素	87
二、可以选用的常见定价方法	92
第三部分 如何组织货源、进行促销	97
一、如何组织货源,确保产品质量	98
二、如何开展促销活动	101
第四部分 经纪业务内容及运作流程	105
一、经纪业务主要内容	106
二、业务流程	107
 第四篇 农村经纪人签订合同应该注意的问题	 110
第一部分 有关合同的基本知识	110
一、合同的含义	110
二、合同的形式和内容	111
三、签订合同的程序	113
四、代签合同的条件	116
五、经纪合同的履行、变更和解除	117
第二部分 农村经纪合同的常见种类	118
一、委托合同	118
二、行纪合同	121
三、居间合同	122



第三部分 签订农村经纪合同中应该注意的 几个问题	124
一、确保合同的合法性,避免签订无效 合同	124
二、注意经纪合同条款的规范性	124
三、注意合同的公证性	125
四、注意合同的可行性	126
 第五篇 农村经纪人的规范和管理	127
第一部分 管理概述	127
一、对农村经纪人进行管理的必要性	127
二、国家对经纪行业管理现状	130
三、经纪业管理的原则	131
四、一般经纪人行政管理的主要内容	135
第二部分 从业资格管理	136
一、从业资格管理	137
二、注册登记管理	138
三、经纪行为的监督管理	139
四、业务培训	140
第三部分 经纪行为管理	141
一、明确经纪人含义及活动种类	142
二、明确经纪人在经纪活动中应遵守的 基本规则	142
三、明确对违反经纪人基本规则的处罚	143



四、明确经纪合同管理制度	143
五、加强经纪人的税收管理	144
第四部分 不同类型农村经纪人的管理	144
一、农村经纪人主体的分类	145
二、农村经纪人组织的管理	146
第五部分 国外行业协会的管理	148
一、世界主要国家行业协会	148
二、西方行业协会的主要功能介绍	153
 第六篇 农村经纪人如何保护自己的权益	156
第一部分 农村经纪人应有的权益	156
一、应享有的权利	156
二、佣金和回扣、信息费、手续费、好处 费等的区别	157
三、收取佣金的标准和收取方式	159
第二部分 农村经纪人如何有效地增加 经济收益	160
一、了解客户需求,把握市场特点	160
二、避免价格竞争,努力树立品牌 意识	160
三、注意学习现代化科学技术知识, 特别是信息技术知识	161
四、控制成本	161
五、规避风险	162



第三部分 如何确保安全地获取佣金	163
一、避免供求双方见面	164
二、运用法律手段保护自己的利益	164
三、调查对方的信誉	165
四、控制交易进程	165
 附录 农村经纪人应该遵守的相关法律法规	 166
一、消费者权益保护法	166
二、劳动法	167
三、反不正当竞争法	170
四、质量法	175
五、食品卫生法	180
 参考文献	 182

第一篇 农村经纪人的 发展概况

内容提要 本篇主要介绍了经纪人的产生和发展,经纪人的活动特点,农村经纪人的发展历史、发展现状及存在的问题,农村经纪人的种类及其在我国经济发展中的作用,并对如何促进农村经纪人的发展提供了相关建议。

第一部分 经纪人的形成和发展

一、经纪人的含义

国家工商行政管理局在 1995 年 10 月 26 日发布的《经纪人管理办法》中,对经纪人的界定是:经纪人是指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(hang)纪或代理服务的中间人。这里所说的中间人,可以是个体的公民、公司或者某种经济组织。

经纪人的种类很多,按组织形式划分,经纪人可以分为个体经纪人、合伙经纪人、公司制经纪人;按其经纪的商品划分,可以分为一般商品经纪人、产权经纪人、证券



经纪人、保险经纪人、体育经纪人、期货经纪人、文化经纪人和交通运输经纪人等。

二、经纪市场的形成和发展

(一) 商贸活动是产生经纪业务和经纪人的土壤

经纪业务和经纪人是随着商贸活动的发展而产生的。从广义的经纪业务看,中介服务的职能涉及生产、流通、消费等诸多领域,连接着生产与生产、生产与消费等诸多环节。经纪业务对于加速商品流通、实现商品的价值、促进社会再生产的顺利进行起着重要作用。

商品生产与商品交换的产生需要以下两个条件:

1. 社会分工

人类社会的最初阶段,由于生产力水平低下,劳动所得只能满足最低限度的生活。随着社会生产力水平的发展,人类社会出现了三次社会大分工。特别是第三次社会大分工,商业从传统产业中分离出来。随着商品交换的发展,在社会上出现了专门从事商品交换和为商品交换服务的商人阶层。

2. 生产资料 and 消费资料归不同所有者占有

由于生产资料 and 消费资料分属于不同的所有者,他们可以自主决定所占有的产品是用来自己消费,还是用于交换,如果用于交换,在交换过程中必须是等价的。因此,从事不同社会生产的人们之间要取得对方的产品,唯一途径就是等价交换各自的产品。在交换商品过程中,



商人作为中间人发挥着中间服务的作用。

(二)从商贸活动的作用看经纪市场

1. 商贸活动的特点

商贸活动是以货币为媒介的商品交换活动。其特点是商贸活动相对于生产活动而言具有一定的独立性。商贸活动本身是以货币为媒介的,从社会再生产角度来看,生产与流通互为媒介,商贸活动作为社会再生产过程的一个有机组成部分,其活动是连续的。

2. 商贸活动的作用

商贸活动在国民经济发展中的主要地位表现在以下几个方面:

(1)商贸活动为社会化大生产的正常进行提供了保证。商品流通是将社会经济连成有机整体的纽带。商品生产者只有通过流通领域,才能实现商品的价值、使用价值。其所需的生产要素也必须通过商贸活动从要素市场取得。特别是随着社会化分工的细化,商品生产者在时间、空间、批量和市场信息等方面所受的限制越来越突出,必须依靠或借助于独立执行能力的商贸部门,才能较好的突破这些限制。

(2)商贸活动可以不断引导和满足消费。商贸活动作为生产和消费之间的媒介,通过各种形式满足不同层次消费者的不同需求。因此,商贸活动是实现消费的重要手段。同时,随着现代科学技术的不断发展,生产工艺、配方、品种、款式更新变化加快,商贸活动可以更好



地发挥其优势。通过宣传、展卖、广告等促销方式,广泛深入地引导消费,发挥商贸创造新的消费需求的影响力。

(三)商贸活动使社会经济效益不断提高

在其他条件不变的前提下,社会再生产的速度取决于流通的时间。流通的时间越短,资本的生产效益就越高。在经济发达国家,科学技术和管理水平都已达到较高的水平,靠生产技术和水平的提高来增加经济效益的余地越来越小,于是流通领域成为人们寻求利润的重要源泉。另一方面来说,商贸活动能加速企业商品的周转,提高生产效益。

三、市场经济呼唤经纪业务和经纪人的发展

经纪业务和经纪人是随商贸活动的产生应运而生的,所提供的中介服务在市场经济不断发展的前提下,也得到较大发展。

(一)市场经济基本知识

1. 市场经济的含义

市场经济的实质是市场问题。市场是国民经济运转的中心,市场是调节资源配置、实现生产要素组合的基础性手段。

2. 现代市场经济的基本特征

(1)市场主体之间的平等竞争。在商品生产和商品交换活动中,所有的市场参与者在进入市场和从事交易



时,机会和地位是平等的。这种平等的竞争以利益多元化和权利分散化为前提,所依据的是成本与效率的原则。参与竞争的各方必须千方百计降低成本,提高劳动生产率,提高资源利用的合理性,从而达到社会效益的最大化。

(2)供求决定价格。各市场主体生产经营所需的生产要素、信息等都需要通过市场来获取。这就要求价格必须充分反映产品及资源的稀缺程度,通过市场供求而形成。任何人为对价格变动的干预,都会造成市场信号的扭曲,并损害整个社会经济运行的效率。

(3)适度的政府干预。从各个国家实施市场经济的情况来看,完全自由化的市场经济是不大现实的。尽管市场经济强调以市场作为配置社会资源的基本手段,但是市场经济并不是说不需要调控和管理。适度的政府干预可以弥补市场经济的缺陷,弥补完全自由的市场经济的问题。

3. 社会主义市场经济的特征

社会主义市场经济是现代市场经济的组成部分。在经济运行的方式和方法上,与西方国家实施的市场经济基本上是相同的。但是中国是社会主义国家,在所有制等基础上不同,因此在以公有制为基础的社会主义市场经济本质特征上又有自己的一些特性:

(1)市场经济的主体是企业。市场经济要求企业既是利益主体,又是经营主体、投资主体,能够根据市场需