

现代经纪人教程

主编 刘小川 张建坤

中国工商出版社

现代经纪人教程

主编 刘小川 张建坤

中国工商出版社

责任编辑 李稳定

封面设计 周黎青

图书在版编目 (CIP) 数据

现代经纪人教程/刘小川, 张建坤主编. —北京: 中国
工商出版社, 2002.10

ISBN 7-80012-764-8

I. 现… II. ①刘…②张… III. 经纪人-教材
IV. F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 081999 号

书名/现代经纪人教程

主编/刘小川 张建坤

出版·发行/中国工商出版社

经销/新华书店

印刷/北京翌新工商印制公司

开本/787×1092 毫米 1/16 印张/22 字数/540 千字

版本/2002 年 10 月第 1 版 2003 年 3 月第 2 次印刷

印数/10001-13000 册

社址/北京市丰台区花乡育芳园东里 23 号 (100070)

电话/ (010) 63730074, 63748686

出版声明/版权所有, 侵权必究

书号: ISBN 7-80012-764-8/F·385

定价: 35.00 元

(如有缺页或倒装, 本社负责退换)

《现代经纪人教程》编委会

主 任：贺寿天

副 主 任：束长生 曹新鹏

责任委员：夏向前

委 员：(以姓氏笔画为序)

孔德厚	王永顺	任 毅	刘 钢	孙桂仁	李 锋
李建中	李 强	李 艳	宋枝平	宋 苏	张 农
张玉华	苏坤林	余启华	陈 柯	杨霆宇	范红军
范少荣	郁晓明	郑 宁	郭兴礼	倪马林	钱慧宝
徐加清	高宝华	章建平	章 军	蒋建庆	褚志强
潘时华	潘雪峰	戴如林			

序

面对新世纪经济全球化趋势，中国需要加快发展市场经济。发展市场经济，需要激活经纪人，壮大经纪业，需要建立符合中国国情和国际接轨的专业性中介服务体系，这是不以人们意志为转移的客观经济规律。历史上长期被丑化、遭扭曲、受挤压的中国经纪人，今天的社会地位、市场地位、法律地位，已经开始发生根本性的变化，正在成为不可缺少的、日趋活跃的经济要素。

改革开放特别是进入 90 年代以来，我省经纪业迅速发展，经纪活动范围已从普通商品领域扩大到文化、体育、科技、劳动力、房地产、证券、保险、旅游等各个领域，在搞活流通、引导生产、配置资源、发展经济等方面起到了积极的作用。为了促进我省经纪业的有序发展，保障经纪人的合法利益，省人大常委会于 2001 年 10 月 26 日颁布了《江苏省经纪人条例》。《江苏省经纪人条例》对经纪从业人员执业资格认定作了明确规定，经纪执业者需通过资格认定并取得经纪执业证书方可执业，这是国内外的通行规则。为此，省工商行政管理局、省经纪人协会会同省劳动厅、科技厅、文化厅和体育局等部门，多次对全省经纪人的培训及教材编写等问题组织讨论和征求意见，在此基础上，由南京大学教授、博士生导师刘小川和东南大学教授张建坤主持编写了《现代经纪人教程》，作为全省经纪执业人员培训和考试的统一教材，这是一件十分有益的工作。

“中国缺少经纪人”、“中国更缺少合格经纪人”、“中国难寻高素质经纪人”，每当听到这样的感叹，心头就会涌动紧迫感。我国加入 WTO 之后，面对新的机遇与挑战，经纪人发展不仅需要量的增加，更有赖于质的提高。这就要求经纪人紧跟时代步伐，面向国内和国际两大市场，不断丰富和更新知识，全面提升自身业务能力。《现代经纪人教程》立足经纪业发展特点，涵盖经纪人业务范围，贴近经纪活动实际，是说理与务实并存，教学与自学相兼，可读性强，内容丰富的好教材。其及时编辑出版，必将在提高我省经纪人整体素质，促进经纪业发展中发挥重要的作用。

江苏省人大常委会主任

陳煥友

2002年6月

目 录

第一章 现代经纪人基础	(1)
第一节 经纪市场的形成及发展	(1)
经纪市场的形成及发展 国外经纪业发展概述 中国经纪市场发展概述	
第二节 经纪人若干基本概念	(13)
经纪人的概念、分类和活动特点 现代经纪人的作用和法律地位	
第三节 现代经纪人应知应会	(24)
经纪人的知识结构 经纪人的信息意识 经纪人的能力及素质	
第二章 经纪人管理	(40)
第一节 经纪人的管理形式	(40)
经纪人的行政管理 经纪人的行业管理 经纪人的企业管理 经纪人的监督管理	
第二节 经纪人的执业核准	(52)
经纪执业资格的认证 经纪人的注册登记管理制度 经纪组织的注册登记条件 注册登记管理相关的其他管理制度 经纪人的注册登记管理	
第三节 经纪人的运作及绩效管理	(60)
经纪活动的主要内容 联手经纪活动 经纪公司的活动方式 经纪收入	
第三章 现货商品经纪人	(66)
第一节 现货商品市场概述	(66)
商品的内涵 现货商品交易 现货商品市场的基本分类	
第二节 现货商品经纪人的概念及特征	(70)
现货商品经纪人的概念 现货商品经纪人的分类 现货商品经纪人的特征 现货商品经纪人的作用	
第三节 我国现货商品经纪人	(74)
我国现货商品经纪人产生的条件 我国现货经纪业务由“地下”转到“地上” 农副产品市场经纪人 生产资料市场经纪人	
第四节 我国现货商品经纪业务的运作	(80)
现货商品经纪人的业务范围 现货经纪业务的原则 现货经纪的过程	
第四章 劳动力经纪人	(90)
第一节 劳动力市场概述	(90)
什么是劳动力市场 劳动力市场的特点 发展劳动力市场的作用 劳动力市场建设应遵循的原则	
第二节 劳动力经纪人的组织及其行为	(94)
劳动力经纪人的概念 劳动力经纪人组织的分类 劳动力市场中的经纪人行为规范	

第三节	劳动力经纪人的任职资格和操作规程	(102)
	劳动力经纪人的主要职责 劳动力经纪人的任职资格和素质要求 劳动力经纪人的操作规程	
第五章	保险经纪人	(112)
第一节	保险经纪人的概念	(112)
	保险经纪人的分类 我国保险经纪人的发展和现状 我国保险中介的发展与监管 保险经纪公司的业务经营范围	
第二节	保险经纪人的法律地位	(117)
	保险经纪人是独立的民事法律主体 保险经纪人与客户间的关系 保险经纪人与保险监管机关的关系 保险经纪人的权利与义务	
第三节	保险经纪公司的设立程序	(118)
	设立保险经纪公司的必备条件 设立保险经纪公司的过程	
第四节	保险经纪人的资格和执业规则	(120)
	保险经纪人的资格 保险经纪业务人员的素质要求 保险经纪人的执业规则 保险经纪人的法律责任	
第五节	保险经纪人的运作	(126)
	客户基础的选择 客户风险的分析 保险公司的选择 保险公司的安全性评估	
第六节	投保实务操作	(135)
	投保单 其他信息 勘查 信息披露 对保险人的出单指示 向客户确认条款	
第七节	保险经纪人的客户服务	(138)
	投保前的调查服务 协助索赔	
第六章	证券经纪人	(143)
第一节	证券经纪人及其地位与作用	(143)
	证券经纪人的基本概念 证券经纪人的分类 证券经纪人的注册制度 证券经纪人的作用与特征	
第二节	证券经纪人的基本职能	(153)
	证券经纪人的基本职能 证券经纪人的微观职能	
第三节	证券经纪人的主要工作	(157)
	开发市场 接受客户委托 为客户及时提供信息咨询服务 协助客户控制市场风险 不断深化创新的专业化服务	
第四节	证券经纪业的发展	(167)
	我国证券经纪业发展趋势 经纪类券商的现状 证券经纪业的发展策略	
第七章	房地产经纪人	(171)
第一节	房地产市场与房地产中介市场概述	(171)
	房地产市场结构 房地产市场的特性与功能 房地产中介市场	
第二节	房地产经纪人的业务运作与组织管理	(178)
	房地产经纪业务概述 房地产经纪人的业务运作 我国房地产经纪人组织的内部管理 我国房地产经纪人组织的行政管理与行业自律	
第三节	美日房地产中介制度介绍	(198)
	美国的房地产中介制度 日本房地产中介制度	
第四节	房地产价格评估	(210)
	房地产估价的概念及必要性 房地产价格的形成 房地产估价原则和程序	

房地产估价的基本方法	估价师的职业道德	
第八章	文化经纪人	(222)
第一节	文化经纪人产生的原因和作用	(222)
	文化经纪人产生的原因 文化经纪人的作用	
第二节	文化经纪人的分类和职能	(224)
	文化经纪人的分类 文化经纪人的职能	
第三节	文化经纪人的素质	(227)
	品德修养 专业水平和技能 经纪业务管理水平 高度的法律意识	
第四节	文化经纪人的一般操作规程	(231)
	项目的确定 计划的安排 经费的筹集 费用的支出 谈判的艺术 合同的签订 良好的发展关系	
第五节	文化经纪人的权利和义务	(233)
	文化经纪人的权利 文化经纪人的义务	
第六节	文化经纪人的谋略与技巧	(234)
	如何使双方成交 如何维护自己利益 经纪人的谈判技巧	
第七节	文化经纪合同	(237)
	文化经纪合同的作用 文化经纪合同的种类 文化经纪合同的内容 文化经纪合同的订立 合同履行 交付报酬 赔偿责任	
第八节	文化经纪人制度的建立和管理	(240)
	文化经纪人制度的建立 文化经纪人的法规、道德管理	
第九章	体育经纪人	(243)
第一节	体育经纪人的产生与发展	(243)
	体育经纪人概念 体育经纪人的产生与发展	
第二节	体育经纪人的类型	(244)
	按活动方式划分的体育经纪人 按组织形式划分的体育经纪人	
第三节	体育经纪人的权利和义务	(245)
	体育经纪人的权利 体育经纪人的义务	
第四节	体育经纪人的素质和知识结构	(247)
	体育经纪人的素质 体育经纪人的知识结构	
第五节	体育经纪人的资格认定	(249)
	体育经纪人的从业资格认定 体育经纪主体的经营资格	
第六节	体育经纪项目的组织	(250)
	体育赛事策划 签订赛事合同 赛事的包装、推广 争取赞助商和广告商, 开发体育赛事标志产品	
第七节	体育经纪人对委托人服务和管理	(253)
	帮助运动员确定目标 认真对待运动员合理的需求 运动员日常生活的管理 科学合理地选择、安排运动员参赛 做好与比赛相关的服务工作 运动员无形资产的开发 运动俱乐部转会的经纪活动	
第八节	体育经纪人的管理	(256)
	体育经纪人管理之回顾 建立和完善法规体系 体育经纪人管理的基本制度 体育经纪活动的监督管理 国外对体育经纪人的管理 我国体育经纪人的管	

理体制	
第九节 体育经纪活动中的法律责任	(261)
赔偿责任 法律责任 违规处罚	
第十章 技术经纪人	(262)
第一节 技术市场概述	(262)
技术与技术商品 技术市场的特点 技术市场的类型 技术市场营销方式	
我国技术市场的形成和发展	
第二节 技术经纪人概述	(270)
技术经纪人的职能 技术经纪人的素质 技术经纪机构及其业务	
第三节 技术经纪人的业务	(276)
经纪项目的委托与决策 技术经纪委托书的签订 技术商品的价格确定 订	
立技术合同的经纪业务 代理技术专利的申请	
第十一章 产权经纪人	(289)
第一节 我国产权市场的形成和发展	(289)
产权与产权交易 我国产权市场的形成和发展 我国产权市场的发展趋势	
第二节 产权交易市场的分类、特征及重要作用	(293)
产权交易市场的分类 产权交易市场的特征 产权交易市场的作用	
第三节 产权经纪人的功能及作用	(299)
产权经纪人 产权交易机构 产权交易机构的作用	
第四节 产权经纪业务的运作规程	(303)
产权交易的方式 产权交易的基本程序 企业产权交易的主要形式 技术产	
权交易	
第五节 产权交易组织与运作实例	(313)
江苏省产权交易组织 珠海市产权交易的运作	
第十二章 国际经纪人	(318)
第一节 国际经纪人概述	(318)
国际经纪人产生的基础——经济全球化 国际经纪人概念 国际经纪人应具备的素质	
第二节 国际贸易经纪人	(320)
有形商品国际贸易经纪人 无形商品国际贸易经纪人	
第三节 国际金融市场经纪人	(332)
外汇市场经纪人 国际货币市场经纪人 国际证券市场经纪人	
第四节 国际高级人才经纪人组织	(336)
猎头公司的涵义 猎头公司的作用 中国猎头公司的发展	
第五节 其它国际经纪人	(339)
国际直接投资经纪人 国际文艺经纪人 国际体育经纪人	
经纪人管理办法	(342)
江苏省经纪人条例	(346)

第一章 现代经纪人基础

随着社会主义市场经济体制的逐步建立,一个新的经济活动主体——经纪人已悄然出现在人们面前,并已形成为我国经济生活中一个“热点”。因此人们迫切需要了解经纪人的相关知识,本章为读者提供了有关的经纪人基础知识。首先,我们将探讨经纪市场形成的经济条件,在此基础上阐述我国以及国外经纪市场发展的进程,并从历史的角度去认识经纪人;其次介绍关于经纪人的一些基本常识,读者可以对什么是经纪业务和经纪人?经纪业务和经纪人都有哪些类型?经纪人有何作用?等等问题,找到较为满意的答案;最后,我们要具体分析,做一名成功的现代经纪人需要具备怎样的知识结构和能力结构。

第一节 经纪市场的形成及发展

一、经纪市场的形成及发展

(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,其中介服务的职能涉及生产、流通、消费等诸多方面,媒介着生产与生产、生产与流通、生产与消费、流通与消费等环节。可以这么讲,经纪业务是商品流通过程中的润滑剂,对加速商品流通,实现商品的价值,促进社会再生产顺利进行起着重要作用。从经纪业务和经纪人产生的轨迹看,商品生产与商品交换是其产生的先决条件,因此经纪业务和经纪人必须依附于各种商贸活动之上。商贸活动作为经纪业务和经纪人产生的土壤,可以从以下几方面进行具体分析。

1. 从商贸活动的产生看经纪市场

人类社会发展至今,社会经济经历了自然经济和市场经济两个发展阶段。而商品生产与商品交换是人类社会发展到一定历史阶段的产物,是自然经济向市场经济过渡的一个重要标志。商品生产与商品交换的产生需要两个条件,而这些条件本身又与经纪活动密不可分。

(1) 社会分工

人类社会的最初阶段,由于生产力水平十分低下,劳动所得只能维持最低限度的生活。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。第一次社会大分工是畜牧业和农业的分工,一部分人专门从事原始畜牧业,另一部分人专门从事农业。分工促进了劳动生产率的提高。从而既有了商品交换的必要,又有了商品交换的可能。第二次社会大分工是手工业和农业的分离,手工业的出现,形成了商品的专门生产者,使得商品交换的范围不断扩大、数量越来越多。商品交换的手段也由直接的物物交换发展成为以贵金属货币为媒介的交换。在这个阶段,作为中间介绍商品交换的服务业开始初现端倪。第三次社会大分工是商业从传统产业中分离出来,形成独立的部类。随着商品交换的发展,在社会上出现了一个不

从事生产，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 消费资料产品归不同所有者占有

由于生产资料和消费资料分属于不同的所有者，他们可自主决定所占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。

2. 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：

- ①商贸活动相对于生产流动而言具有一定的独立性；
- ②商贸活动本身是以货币为媒介的，从社会再生产角度分析，生产与流通互为媒介；
- ③商贸活动作为社会再生产过程的一个有机组成部分，其运动是连续的、不间断的。

(2) 商贸活动的作用

商贸活动在国民经济发展中的重要地位和作用主要表现为：

①商贸活动为社会化大生产的正常进行提供了保证。传统观念认为，生产决定流通，没有生产就没有流通。但是若从整体上考察社会再生产的循环过程，可以看出生产与流通是相互决定的，而流通是将社会经济联成有机整体的纽带。商品生产者只有通过流通领域，才能实现商品的价值、使用价值以及谋取盈利，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、品种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职能的商贸部门，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、款式更新变化的加快，商贸活动可以发挥其优势，把掌握的各种经济信息，通过宣传、展卖、广告等促销方式，广泛地、深入地引导消费，发挥商贸创造新的消费需求的巨大影响力。

③商贸活动推动商品流通向纵深发展。在市场经济初始阶段，商品生产与消费在时间、空间上的矛盾尚不突出，随着市场经济的不断发展，这种矛盾表现得愈来愈突出。而任何一方面的商品生产出现缺陷，都会在不同程度上影响整个社会再生产的进行。发达的商贸活动，可以缩短生产地与消费地之间的空间和由生产领域到达消费领域的时间，推动商品生产在较大范围、以较大规模进行。正是由于这种矛盾的不断产生又不断得到解决，才使市场经济由低级逐步走向高级。

④商贸活动促使社会经济效益的提高。商贸活动此方面的作用主要体现在：第一，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，流通时间愈短，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相当高的水平，在生产领域增加利润的余地越来越小，迫使人们向流通领域寻求新的利润源泉。第二，商贸活动本身不仅有自身的经济效益，而且主要是实现生产的效益。其实现的速度愈快，越能加速生产企业资金的循环和周转；实现的数量愈多，生产效益就愈好，从而促进整体经济效益的不断提高。

在西方国家，生产厂家的对外销售都是通过中间人来完成的。中间人在制造商与消费者

之间建立了买卖关系。西方国家的国际分销系统机制发育完善,制造商可以通过委托代理方式,与国际贸易中间人及他国进口中间人签订销售合同。这种业务一般都是通过本国出口商与他国进口商达成商品所有权交割协议。

(二) 市场经济呼唤经纪业务和经纪人的发展

在经纪业务和经纪人的产生过程中,商贸活动起到关键作用,然而商贸活动的充分发展则取决于市场经济的发展和市场机制的不断完善。

1. 市场经济及其特征

(1) 什么是市场经济

市场经济的实质是市场问题,其要求整个国民经济围绕着市场运转。市场经济包括两个方面的内容:

①市场是国民经济运转的中心和轴心;

②市场是调节资源配置、实现生产要素组合的基础性手段,起着基础性作用。

(2) 市场经济的基本特征

现代市场经济的主要特征是:

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。各市场主体的生产经营所需的生产要素、信息等都是通过市场获得的,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。任何对价格变动的人为干预,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。从目前世界各国的实际情况看,完全自由化的市场经济已不复存在,市场经济虽然以价值规律作为调节社会资源的基本手段,但并不排除政府通过适宜的调控和管理,克服市场经济的弊端,弥补市场经济固有的缺陷,切实解决因盲目竞争带来的社会经济问题。

(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,与资本主义市场经济基本上是相同的。社会主义和资本主义市场经济主要体现在所有制基础不同。以公有制为基础是社会主义市场经济的本质特征。具体要求体现为:

①市场经济的主体是企业。市场经济要求企业必须是独立的而不是“相对独立”的商品生产者和经营者,要求企业既是利益主体,又是经营主体、投资主体,能够根据市场需要,灵活地从事生产经营活动和投资活动。企业成为自主经营、自负盈亏、自我约束、自我发展的经济实体是建立社会主义市场经济体制的核心。

②市场经济对市场运行机制的要求是建立完整的市场体系。既要有生产资料市场、资金市场,又要有证券市场、房地产市场、技术市场、信息市场、劳动力市场等。市场运作要规范,法律要健全,信号要准确,管理要严格,价格机制要灵活。

③政府是市场的协调者。市场经济要求政府必须适应其发展的需要,相应确定和调整政府的职能,即由过去的行政指令性的直接控制,转变为宏观间接调控。中心是保持社会总需求和社会总供给的基本平衡。

④建立一整套社会保障制度,形成社会主义市场经济运行的保障系统,对企业和劳动者提供必要的保障措施,以保证整个社会的安定。

2. 市场经济中的客观矛盾需要经纪业务和经纪人的存在和发展

在现代经济条件下,随着社会分工的细密、生产社会化程度的提高以及市场经济制度的发展,生产与消费之间、供给与需求之间的矛盾日益普遍和突出。具体表现为:

(1)生产者(供给者)与消费者(需求者)的空间分离,即地区的差异或矛盾。由于各地区的自然资源条件、地理、交通运输状况以及产业政策的不同,生产布局也各不相同,这就使产品的生产与消费在地区上存有差异和矛盾。

(2)生产者(供给者)与消费者(需求者)的时间分离,即生产者的市场供给与消费者的市场需求在时间上的差异和矛盾。

(3)生产者(供给者)与消费者(需求者)的信息分离,意即,一方面,生产者不知道谁需要什么商品、何地需要、何时需要、什么价格消费者才愿意购买;另一方面,广大消费者也不知道什么商品由谁供应、何地供应、何时供应、价格高低等。这就需要由一个第三者来集中了解双方的供求信息,进行信息沟通,以解决这一矛盾。

(4)生产者(供给者)与消费者(需求者)在商品品质供需上的差异和矛盾。由于各个企业都实行不同程度的专业化生产,因此,各个企业产品的花色、品种、规格、型号都有限,而广大消费者的需求却是各种各样的。这就需要有一个掌握供给和需求品种信息的第三者来加以沟通和协调。

(5)生产者(供给者)与消费者(需求者)在产品供给数量上的差异或矛盾。在专业化生产条件下,生产者往往愿意大批量地生产和销售某种产品,而消费者一般都是零星购买和渐进消费。市场调节的滞后性也常常使供需双方在产品的供需数量上存在着差异。

(6)生产者(供给者)和消费者(需求者)对商品价格方面的差异和矛盾。生产者按照成本和竞争价格来估价其产品,而消费者按照经济效用和支付能力来估价生产者的产品。交易的实现价格体现着供求双方的不同利益,供给者希望自己的商品以高价出售,需求者希望以低价购进,要使供需双方达成合理、公平的交易,需要一个第三者从中协调和沟通。

(7)生产者(供给者)和消费者(需求者)在所有权实现方面的矛盾。在市场经济条件下,不同的经济实体和个人都存在着相对独立的经济利益。生产者对其产品握有所有权,但他们自己一般不是这种产品的最终使用者;消费者需要这种产品,但他们对这种产品又不拥有所有权。要解决这一矛盾,就需要将生产者生产的商品转卖给需求该商品的需求者,从而把商品的所有权从生产者手中转移到消费者手中,而且这种转移和买卖必须是在平等、互利基础上的。

上述这些矛盾和差异,决定了在生产者和消费者之间、供给与需求之间需要有一个公平的中介机构或中介人,从中加以沟通和协调。这决定了商贸形式的多样化,决定了为供需双方牵线搭桥,为交易提供公平中介、信息咨询的经纪人和经纪业务存在和发展的必要。

3. 经纪业务和经纪人的发展是市场经济发展的客观要求

我国经过几十年的探索,终于找到了促进国民经济稳步增长的道路,发展社会主义市场经济。市场经济中的各种经济关系错综复杂,要想在竞争中取胜,必须进行合理的社会分工,才能有所突破、有所发展。经纪业务和经纪人是随商贸活动的产生应运而生的,其所提供的中介服务在市场经济不断发展的前提下,也必将更加普遍、不断发展。

(1) 企业走向市场,需要经纪业务和经纪人。企业走入市场之后,其经营活动要完全以市场为中心来组织,彻底改变生产什么卖什么、生产什么主观定的产供销模式。应该树立市场需要什么,企业生产什么的理念。而从事商品交换中介服务的经纪机构和经纪人会为生产企业提供各种经济信息,帮助企业研究销售策略,确定销售渠道与促销方式,为企业走入市场牵线搭桥,铺平道路。再比如,企业要进行技术改造需要许多手续,这些手续对于企业来讲,可以说是一种负担,那么,就可以委托给专业经纪机构,限期完成。由此可见,市场经济愈发展,社会分工愈细,就愈需要中介服务机构为企业提供“一站式”服务,以使企业专心从事生产经营活动。

(2) 发展第三产业需要经纪业务和经纪人。第三产业是我国鼓励发展的重点产业。1992年党中央和国务院下发了大力发展第三产业的决定,并专门召开了加快第三产业工作会议,确定了发展目标,并制定了鼓励第三产业发展的政策。从第三产业内部的分类看,其中很大一部分属于居间服务业。另外,在发展市场经济过程中,市场体系将不断建立和不断完善,到目前为止,我国已建立、并逐步完善了生产资料市场、消费品市场、金融及证券市场、劳动力市场、房地产市场、信息市场、技术市场等一系列市场,初步形成了社会主义市场经济体系。同时,还在期货、证券交易方面建立了与国际对接的市场机制。而这些市场的建立和运转,在很大程度上是依靠行使中介服务职能的经纪机构和经纪人维持和推动的。证券交易市场和期货交易市场则必须由经纪人进行交易。加快第三产业的发展,不仅为生产企业提供了良好的服务环境,为人民生活提供方便,同时,也带动了居间服务业的发展。

(3) 信息业的发展需要经纪业务和经纪人。当今世界已成为信息世界。在企业的生产经营活动中,无处不与信息打道。在西方发达国家,信息资料库遍及全国,他们在信息处理上采用大规模联网,形成了国际性的信息网络。而经纪机构和经纪人的本质就是抓住一切有用信息,进行分析、整理,查询需求单位,努力实现每一条信息的价值。作为一家生产企业,分析产品的市场营销状况,制定生产计划、开展市场营销活动等,都需要大量可靠的信息作保证。这种情况,要求有中介服务者从事信息的搜寻,而他们就可利用自己掌握的各种信息,实现供求的结合,产生非凡的效益。同时,由于各种市场体系的不断建立与完善,生产的竞争实际就是信息的竞争。所以,从这个角度讲,信息的发达是促进经纪人发展的又一重要条件。

二、国外经纪业发展概述

(一) 国外经纪人发展概要

国外经纪人是随着人类在市场中交易方式的变化,即赠予、以物易物、现货交易、契约交易逐渐发展到期货交易等的变化而逐渐发展并成长起来的。

1. 西方经纪人的雏形——商人

早期西方的商人,在从事商品交换的过程中,已初步具有经纪人的雏形。在历史上,随着商品生产的发展和商品交换的扩大,商品生产者和消费者在空间、时间上的矛盾越来越突出,对生产者来说其商品的出卖时间、劳动资料的采购时间愈来愈见长,对那些需长期运输的远销产品的生产者来说,自产自销更是日益难以实现。这种产销矛盾发展到一定程度,只有通过专门的机构、专门的人员从事这种专门的工作才能得到解决,因此专营产销中介业务的商人也就应运而生。起初,有的生产者为了自身的利益只是委托别的生产者代售产品,后

来则干脆将产品卖给原来的代售者转售。久而久之,这些代售者便从生产者队伍中分离出来,成为专门以商品买卖活动,为许多生产者推销商品的商人。商品经济的大发展,从商人中逐渐分离出一些商人中间人,西方经纪人的发展进入初期阶段。

2. 西方经纪人的形成——从商人到商人中间人

随着西方经济的发展,自由竞争成为社会经济活动的主要形式,社会经济运行通过市场规律进行调节。此时作为流通领域进行商品交换活动的商人,由于科学技术的高速发展,社会经济信息量的膨胀,传统的商人已经不适合企业发展和消费者的需要了,于是间接销售中的商人中间人出现了。生产企业通过各种不同类型的中间商转手,将产品供给用户和消费者。这种商人中间人包括批发商和零售商。批发商,在整个流通中扮演着一个重要角色,它的功能可以概括为购买、销售、平衡、融资、分担风险、服务和咨询等七大功能。显然,这些要求是早期商人难以达到的。批发商人不仅能有效地集散商品,还可向订售者提供贷款,为大宗商品进行分类、包装,对新产品进行广告宣传,及时提供新的市场信息等辅助业务。商人中间人,即批发商和零售商的出现和大发展,促进了资本主义的大繁荣,而从批发商和零售商的功能,可以清楚地看出批发商和零售商的业务已包括经纪人的全部业务,只是未从产品购销模式中完全分离出来。在批发商与零售商大发展的同时,一种新型的居间人又悄然而生,这就是现货交易经纪人,即为狭义商品的买方寻找卖方,为卖方找买方,即为买卖双方牵线搭桥从而促使买卖双方成交,从中收取佣金的中间商人。

3. 西方经纪人的发展——从商人中间人到居间人

随着经济的发展,自由竞争市场机制的局限性也显露出来,给资本主义经济带来了危机,因此国家开始干预经济。而随着流通领域的发展,批发商和零售商的功能也显露出局限性。由于流通商品的范畴是很大的,除了生活资料商品外,生产资料、文化艺术作品、不动产、科学技术、劳动力、交通运输、服务等都是商品。此外,流通还包括货币、信息和资本证券的流通。而这些流通的商品中有许多是不可能由批发商和零售商来销售,也不能靠自销或经销,这时居间人就产生了。居间人包括经纪人、代理人 and 信托人,他们的共同特点是一般不拥有商品所有权,不承担经营风险,不从当事人的任何一方领取固定薪金。只因其熟悉行情、有专业知识,因而在现代商业活动中扮演着极为重要的角色。

4. 西方经纪人的成熟——从现货交易经纪人到期货交易经纪人以及各种类别经纪人

随着西方经济的繁荣,狭义的商品交易已远不能适应交易需要,更广义的商品即包括工厂、建筑物、金融债券、科技成果以及各类有形和无形的产权等也都进入市场,成为交易的对象,因而技术经纪人、文化出版经纪人、证券交易经纪人、房地产经纪人和产权经纪人纷纷粉墨登场。商品交易的经纪人也逐渐衍生出期货交易经纪人。这种期货交易从农产品期货向矿产品期货发展,最后达到金融期货。期货交易,成为现代经济的发展方向和最高层次。在西方,不仅国内产品销售,就是国外的产品销售也是通过经纪人来实现和支撑的。

(二) 国外法律对经纪人的基本规定

在西方,经纪人产生于古罗马时代,从立法上看,现代资本主义国家最早把居间活动和佣金以立法形式明确加以规定的是1800年起实行的《拿破仑法典》,随后不少资本主义国家加以沿用并得到发展。1896年《德国民法典》规定:“因报告订立雇佣契约的机会或为此项契约的媒介而约定报酬为数过巨者,法院依债务人申请,得以判决减至相当数额。但已支付报酬不在此限”(第656条)。从国外的情况看,英美法系国家的经纪人含义是专指商业代理

人，即受托签订财产或商品买卖合同、但并不占有这些财产或商品、也不拥有产权的法人和自然人。对于经纪合同（信托合同），英美法系视其为一种持有并管理财产的协议，即财产法定权利的所有者（信托人）将财产或权利交给另一个人或几个人，受托人据此代表或为另一方（受益人）或为其它人或为其一特定目的或几个目的而持有财产和行使用权。

关于代理人、居间人、经纪人、中间商、包销商等名称的使用，各国都有自己的特点。大陆法系和英美法系对此的规定各有千秋。

1. 大陆法系的商业代理人包括：

- (1) 经纪人，以自己的名义代表委托人进行买卖，有相当大的自由度来处理业务；
- (2) 运送委托人，以自己的名义代委托人运送货物；
- (3) 商业代理人，代表委托人谈判并订立契约，但他从来不是完全独立的；
- (4) 居间人，一种完全独立于委托人的人；
- (5) 售货员，依赖于雇主的雇员。

2. 英美法系的主要代理类型包括：

(1) 经纪人，一种最平常的代理类型，经纪人根据委托拥有货物，并受委托以最好的价钱出售；

(2) 居间人，并不拥有货物，但被授权为雇主签订买卖契约；

(3) 房地产经纪人，一般只能向可能的买方说明地产的价钱，没有进一步代表卖主的权力；

(4) 商店售货员，权力有限，除了提供一般的保证并按雇主规定的价格售货外，不能有其它行为；

(5) 巡回售货员，不拥有货物，只负责推销；

(6) 拍卖员，除了以最高价格售货外，没有其它的权力；

(7) 经理（管理人），有经营企业的广泛权力；

(8) 辩护律师，有权进行一切有利于委托人利益的行为。

从此可以看出，大陆法系注重以被委托人以谁的名义从事活动为划分标准，代理与居间，经纪界限较显著；英美法系的经纪人内容较广泛，即可代表委托人完成某一行为的全过程，又有权力范围受严格限制的情况。

（三）国外经纪人发展的基本特征

西方国家经纪人的出现比中国要晚，但是完整的经纪人制度的规范却远远地处在中国的前面，西方发达的市场经济为经纪人及其制度的发展和完善提供了肥沃的土壤。在现代主要西方国家，其经纪公司和中间商（经纪人）的中介活动，已在社会和生产厂家树立了牢固的信誉，社会对经纪人的要求也很高。西方经纪人在其发展过程中，具有以下几个基本特征：

1. 获取执业资格较困难，进入要求很高

在西方，经纪人作一名中间商需要比较严格的条件，取得经纪人资格不是一件容易的事。例如在比利时，欲获得经纪人许可证，首先必须通过大学水平的学业考试，科目包括商业法、金融、计算机语言、金融交易技术、经济理论等。还得具备实践经验，必须在一个经商公司工作至少三年再经过专业考试，包括证券交易的有关法律、对经纪人适用的法律、经纪人的实践等。这些考试是由经纪人许可证和经纪理事会组织及由其聘请大学教授和有证券交易实践经验的权威人士、政府督察人员组成的考试委员会主持。严格的许可证制度，为保

证经纪人的素质提供了条件。拿到许可证,也不能以单独经纪人的身份工作,必须成立自己的经纪商公司或加入他人的经纪商公司。为保障安全,在资本实力方面有较苛刻的规定,没有一千万比利时镑(BP)的自有资本,不能成立自己的经纪商公司。就算加入他人公司,也要购买该公司的一定股份,这样就限定经纪人必须承担证券交易的风险。

2. 经纪活动的制度约束

依然以比利时为例。在证券交易市场上,对经纪人的制度约束十分严格。他们为客户代买卖证券时,收取佣金,在现金市场上不得超过1%,期货市场上不得超过0.8%,交易额一旦超出3000万BP,佣金就应由客户与经纪公司单独订立合同。经纪人一旦犯规,经查实则终身不准再从事经纪工作。条件这么苛刻,没有经验的年轻人要再进圈子可就不那么容易,所以比利时从事经纪工作的人多数在40岁以上。在另一些市场上,对中间商的要求虽不像对证券商那么严格,也不是很容易就能达到条件的。比利时保险市场的六万从业人员里,就有一半是中间商。他们不论是专职还是业余为保险公司招揽保险业务,事先都要经过保险公司考试,证明有一定经济、金融知识,懂得保险业务,熟悉本人居住地区的情况。有的人还必须接受保险公司的业务培训,否则不得聘用。

3. 经纪人的高收入

做经纪人,需要良好的知识水平、心理素质以及实践经验,还要付出大量艰辛的劳动,相当不容易。可以说,经纪人工作是一项高层次的工作,所以理应得到高额的报酬。在比利时,中间商的收益总的来说是很不错的。保险业佣金按保险种类的不同而不同,一般是保险金的2%左右。如果按比利时的市场价格,每个中间商一年的佣金,可以买一辆汽车。消费品市场上的中间商虽说也许“三年不开张”,可是一旦批发商满意,与卖方签订购货合同,中间商就可以从合同总金额中抽取1%到5%的佣金。在德国,买卖房地产的经纪人更是无本万利。有买卖意向的人一般委托经纪人为他们介绍房屋,劳务费由双方协商而定。另外,回扣也是经纪人的一笔收入源,至少占房产买卖的3%左右。在美国的文化出版界,经纪人不像德国的那么幸运,但也还不错,每年一般可挣到1.5万到2万美元,高的可挣到2万到5万美元。如果加入了文化经纪人著名代理机构,收入还会更高。中间商收取佣金或费用,在这个市场上是完全合法的行为。中间商本身都是登记注册了的,有自己的银行帐号,也有自己缴税号码。所以佣金一般都是卖方在成交后转到中间商的帐上。在当今发达的资本主义国家,一般都承认并保护经纪人的合法利益。因为政府清楚地看到,中间商是买卖行为得以实现的一个重要环节,是市场这部大机器转动所必需的润滑剂。

三、中国经纪市场发展概述

经纪人是商品交换关系发展的产物。在我国古代,当农民把自耕自种的谷物和手工产品转化为商品进行交换时,常因不熟悉市场行情和不了解对方需求产品的要求而难以成交。双方为了维护自身的利益,总是反反复复争执不下。这时候为了协调买卖、引导交换,专门为买卖双方牵线搭桥的中介人——经纪人产生了。经纪人的出现是同商人的出现大体同步的。在我国,最晚在公元前17世纪初,商业就已经有了很大的发展。《尚书·酒诰》中所记载的“肇牵牛车,远服贾”,《易·大有》中记载的“大车以载,利有攸往,无咎”,都反映了我国商朝的商业活动的范围日益扩大,交换的品种也逐步增多。商朝被灭亡之后,周公旦也告诫商遗民经营商业,以孝养父母。正因为商族善于经营商业,周人便习惯地把从事这种行业的