

成功的经纪人

成·功·者·丛·书

汪朗
陈颐
著

中国青年出版社

汪朗
陈颐著

成功的经纪人

中国青年出版社

(京)新登字 083 号

责任编辑:穆华莹

封面设计:吴勇

图书在版编目(CIP)数据

成功的经纪人/汪朗,陈颐著. —北京:中国青年出版社,1994.9

ISBN 7-5006-1725-5

I. 成… II. ①汪…②陈… III. ①纪实文学—中国—当代②经纪人—世界 IV. ①I 25②F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (94) 第 10926 号

社址:北京东四 12 条 21 号 邮政编码:100708

怀柔黄坎印刷厂印刷 新华书店经销

*

787×1092 1/32 8.75 印张 150 千字

1995 年 8 月北京第 1 版 1995 年 9 月北京第 1 次印刷

印数 1—3,000 册 定价 10.60 元

目 录

前 言.....	(1)
华尔街上淘金人	
证券经纪人彼得·林奇	(19)
美国总统也要让他三分	
证券经纪人J·P·摩根	(52)
股坛教父	
冯景禧	(84)
点石成金的魔术师	
蔡志勇	(103)
保险推销之神	
原一平	(117)
美国房地产巨头	
特朗普	(145)
球星身旁的商业巨子	

体育经纪人马克·麦科马克·····	(166)
他从拳击手套中挣得一千万美元	
体育经纪人迈克·琼斯·····	(200)
永远追求挑战	
尤伯罗斯·····	(232)
小伙子今年二十九	
金融经纪人丁圣元·····	(250)

前 言

1992年4月,一位从事财税职业教育的专家在上海某职工大学讲授《中国税制》课,当讲到牙税时,有个学生问:“什么叫牙税?是否镶牙也要缴税?”这一问引起哄堂大笑。教授只得先从汉唐时期的牙人、牙商讲起,最后才讲牙商缴纳的税——牙税。

如今,在计划经济体制下销声匿迹了几十年的牙人,随着市场经济在中国的全面铺开,堂堂正正地从“地下”钻出来,公开地亮出他们正式的名字——经纪人。

什么是经纪人

《中国经纪大辞典》这样解释:“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。”

《美国统一商法典》中认为，经纪人“是指以全部或部分时间从事证券买卖的人，他在有关贸易中，代表客户进行买卖，从客户处买进或向客户售出证券。”

由此可见，经纪人就是为买卖双方牵线搭桥，通过中介活动获取佣金的商人。他们本身无自己的实业基础，不拥有商品的所有权，但是能给商品（服务）的供需双方搭桥，从而促成买卖的成交。因此可以说，经纪人是整个市场机制中不可缺少的“润滑剂”。

当然，经纪人不能简单地理解为一个自然人，其实也包含了法人。如经纪公司、咨询企业、经纪人事务所等，在市场经济条件下，经纪人属于第三产业范畴。

在西方国家中，经纪人是一种合法的职业。这一方面是由于西方国家完善的市场经济体制需要这种中介服务；另一方面也是因为西方国家对管理经纪人有一整套的法规措施，如经纪人在进行中介服务之前，要交纳一定数额的保证金，并在有关部门进行登记。这一方面可以保护经纪人的权益不被侵犯，另外又可以依法对经纪人进行管理，如照章纳税，诚实经营，遵守市场交易法规，认真负责履行其职责和义务，合理收取佣金。西方国家这些严格的管理措施使得经纪业务健康合理地发展，使它为市场提供活力，增加市场的流动性，又防止了不法经纪人招摇撞骗等危害经济运转的事发生。

经纪人是市场经济的必然产物，经济越发达，市场越繁

荣,就越需要中介组织和中间人。然而,现在许多人一提起“经纪人”,就觉得是一个外来物,其实,经纪人在中国不是一个新事物,据史书记载,中国早在西周时期便出现了商品交换的中介人——经纪人。最早有文字记载的经纪人是在西汉《史论》中的“侏”,司马光在《资治通鉴》中考证“侏”就是“牙郎”,是一种商品交换的中间人——“南北物价定于其口,而后相与贸易。”

中国古代的经纪活动是同商品交换活动的兴盛联系在一起,随着商品经济的发展而发展。中国早期的商品交换活动并不发达,往往是一些农民将生产出来的剩余产品或家庭手工业品互相之间的交换,其规模并不大。因此作为商品交换的中间人——牙人的规模也不大,特别是在唐朝以前,没有专门性机构,牙人只是单个地出现在交易中,发挥其有限的作用。作为交易双方的中介人有一点起码的要求,那就是必须得到交易双方的信任,必须公平地对待买卖双方。古书中记载,牙人往往是一些主事公正、受人敬仰的老人、地方长者,凭借着其威望和信誉,为人们主持交易,解决交易中的争端。

真正能称为“牙行”的经纪中介机构,是到了商品经济萌芽的明代。所谓牙行,是指代客商买卖,从中促成交易的店铺。商品经济及商品交换不断发展,使牙行在社会中的地位越来越高。明代牙行便有了官办、民办之分,分别称为官牙行和私牙行。

到了清朝,牙行得到了较大的发展,其职能也有了较大

的发展,牙人一步步地接近于近代的经纪人,牙行也慢慢地向近代交易所方向靠拢。清代总的特点是“公行”组织的成立。

从中国古代的“经纪人”——牙人及其经纪活动中可以看出,经纪人是社会经济发展到一定阶段的产物,是商品交换的产物,它是适应指引买卖的需要而产生的。正如恩格斯所指出的那样:“人们越是接近商品生产的原始状态,……人们也越是把更多的时间浪费在持久的、互不相让的讨价还价上,以便为他们花费在产品上的劳动时间争得充分的代价。”——这就是从中国古代经纪业发展史中可以看出的规律!

中国近代史上的经纪人

中国近代史自晚清开始,经纪人并未停止其发展历程,当时出现了一个特殊的经纪人阶层——买办阶级。所谓买办,是指在中国的外国企业或外国商人所雇佣的中间代理人。其经营业务主要是在经济方面(早期),他们和其委托人——外商在华企业之间除了一般的雇佣关系之外,又具有相对独立性,即拥有外商或国内其它企业的商品,他们只和外商按经纪合同的规定各自履行权利和义务。

买办有各种分类,比如按外国企业的不同业务性质可以分为“洋行买办”、“银行买办”和“轮船公司买办”等,随着

外国经济势力的不断入侵，帝国主义在华企业越来越多，买办阶层也越来越多，直至后来其经济性质发生了转变。

随着外国经济势力在华的越来越强，买办制度也从形式到内容有了新变化。在买办制度中产生了经销制、合伙制、高级职员制以及经纪人制。比如经纪人制，即外商企业为了扩大经济活动，在中国组织了许多交易所，而这些机构需要有一些中国商人为其推销债券、股票，因此许多买办便组织起来，成立各种经纪人公司，如外汇经纪人公会、股票从业公所等。这些经纪人公司为外商企业承揽业务，介绍交易，按交易金额抽取佣金。这是现代证券、期货等经纪人的鼻祖。

中国近代史上的特殊经纪人——买办一直活动到新中国成立。

为什么取缔经纪人

新中国成立后，人民政府通过一系列的行政命令和法规条例，采取一系列果断坚决措施，取缔了一些投机商业的中介活动，同时，在各地设立信托机构，合法地从事一切经纪活动，使之受人民政府的管理和控制。

新中国一成立便对投机商业进行取缔是有其深刻背景的，人民政府对官僚资本采取了没收政策，作为官僚资本的附属物——证券物品交易所，自然难逃关闭之命运。因此，

当时活动在各交易所的证券、期货经纪人也同样被列入“投机商业”的范畴而遭取缔。

另外，新中国成立后的经济政策中，还有一条对资本主义工商业进行利用、限制、改造，逐步将之改造成为社会主义集体企业的政策。因此，经纪人阶层中的另外一部分，即从事贸易代理中介业务的代理行、贸易货栈等，人民政府对其采取的政策是“限制开业，淘汰部分”控制其活动，统一调整其佣金，使之成为当时国民经济恢复作出积极贡献，减少其消极影响。

尤其是1958年以后，国家建立了高度集中的计划经济体制，实行产品经济，搞产品统一调拨，这样使商品经济处于僵死状态，作为商品经济产物的经纪业务也失去了其存在的环境。从此，经纪活动一大部分由国营商业、供销社商业消化吸收，同时国家建立了生产资料服务公司、物资委托行等机构来代替经纪业务；另一部分，尤其是个人经纪业务则当作不符合社会主义的“黑市经纪”予以全面禁止。至此，经纪人在中国大地上真正地销声匿迹了。

改革开放呼唤经纪人

经纪人是商品经济的伴生物，改革开放以来，中国各地涌现出了一大批经纪机构，如咨询公司、信息中心等。这些经纪机构属于为企业服务的中介。许多人称之为“皮包公

司”，公司的性质多属于集体、个人所有制。

这种机构的纷纷出现应该是一件好事情，它一方面反应了长期僵化体制下带来的商品流通渠道的不畅，客观上需要这些经纪公司疏通渠道；另一方面，这些机构的出现符合社会主义市场经济运作的要求，应属于整个市场体系的一部分。

广州是最早允许经纪人公开活动的地方。早在1987年10月，广州市政府就批准市工商局组织经纪人进行商品中介活动试点工作。他们引导经纪人从事正当的中介活动，加强对经纪人的服务、管理和监督，保护经纪人的合法权益。工商、财政、物价部门联合颁布了《广州市经纪人商品中介活动收费问题的通知》。经纪人事务所定期召开经纪人信息发布会，印发商品信息，学习政策法规，为经纪人出谋献策。到1993年3月，广州已有持证经纪人5000人，成立了经纪人协会。

广州先行一步，为经纪人从“地下”走出进入市场进行了可贵的探索。

1992年6月1日，珠海市工商局发布了《经纪人管理办法》。

1992年5月，南京市工商局从1000多名应聘者中录用了250人为全市首批经纪人，其中90%的人有大专以上学历。1993年，全市又招聘了1000名经纪人。

1992年2月，云南省经纪人事务所在昆明挂牌开业。一个月后，一个专门以房地产为中介对象的经纪所又在昆

明成立了。1993年3月5日,上海外滩经纪人市场成立开业。几乎同一天,福建省经纪人服务所也在福州亮出了牌子。

1993年3月16日,一家以计算机为经纪对象的北京公平软件中心在京成立。河北省大名县也筹建了经纪人协会,制订了章程,成立了12个经纪所,全县1500多名经纪人获得了合法经营资格。

五花八门的经纪人

在社会不断发展的今天,现实生活中的经纪人已不是传统意义上的为买卖双方介绍商品交易的“掮客”。今日的经纪人,中介范围已从商品交易扩展到法律、经济、科技、文艺、基建、医疗、体育、股票证券等诸多行业,甚至许多名人、企业家都有了自己的代理人、经纪人。

文化经纪人。1993年初,上海文化界曾作过预测:未来十大文化热门职业,文化经纪人被列为第三位。要成为一个文化经纪人,文化市场的特殊性不但要求经纪人有高度的商业意识,同时还要有相当的专业知识。这些文化经纪人,可以帮助寻找投资者,寻找适合于剧情的演员和导演,寻找“产品”的销路。这样的“产、供、销”一条龙服务,只能由文化经纪人来完成。在西方,有的人之所以成为明星,完全是靠经纪人捧出来的。要造就一个明星并使其闪闪发光是非常

不容易的,除了明星本身的天才、勤奋、自身素质以外,还要有环境和发现明星、“捧”明星的人。作明星的经纪人不但要敢于冒风险,还要有敏锐的眼光。经纪人一旦发现某个人在某些方面很有才能或发展潜力,便自己出资为其宣传,帮助该人寻找成功的机会,一旦这些人成为明星,必将财源不断,其经纪人也会从中取得很大收益。

经纪人捧文艺明星一般有三种方式。

1. 纯推销方式。如经纪人向夜总会老板展示有关照片和介绍歌手演唱风格的资料,说服他们让歌手来演唱,给歌手以公开露面、展示才华的机会,为歌手寻找市场。

2. 改造歌手演唱风格。经纪人不仅要四处推销歌手,而且还要提出一套使歌手改进其演唱、仪表妆饰、个性风格和其它方面的建议,使他的市场面为之扩大。

3. 适应市场方式。经纪人根据市场调查了解观众的需求爱好,重新塑造歌手形象,加以培养、训练再辅之以广泛的宣传攻势,以求占领市场。如梦露由清纯女子形象塑造成“艳星”,摇滚歌星麦当娜不断变换形象就是典型的例子。

在西方,除了经纪人的作用外,捧出的明星背后,都有雄厚的公司作后盾,没有这一点是捧不出明星来的。

美国的著名文化经纪人迈克尔·奥维兹是一个名为创造艺术家代理公司的总裁。几年前,这位超级代理人将首创于电视业的“一揽子计划”引进电影业,即电影公司要么全盘接受代理商指定的一批演员、导演和制片人,要么拒绝交易。代理商们为了获得高额佣金,很快都采用了“一揽子计

划”，拼命抬高明星身价，制片费因此急剧上升。

实行“一揽子计划”的确出了一批佳作。奥维兹将达斯汀·霍夫曼、汤姆·克鲁斯和导演巴里·莱文森这一组推销给制片公司，使影片《雨人》荣获奥斯卡奖。在奥维兹麾下，聚合着一大批好莱坞明星，聘请他作代理人的有梅丽尔·斯特里普、罗宾·威廉斯、罗伯特·德尼爾，还有导演蒂姆·波顿和制片人乔尔·西尔佛等人。在好莱坞，如今权势和门路比名望和薪金更重要，当今四者兼备的只有奥维兹了。在那里，离开奥维兹拍电影几乎不可能。

奥维兹在获得名誉和财富的同时，已经拥有了许多特权，他以华尔街巨贾的手段控制着好莱坞影城的运转。他经办了日本索尼公司购买哥伦比亚影业娱乐公司和日本松下电器公司收买环球公司的母公司 MCA 的两宗最大交易，理所当然地坐上了好莱坞影视业“皇帝”的宝座。1991 年，美国最有影响的电影杂志《首映》评选该年度好莱坞最有权势的人物，名列头位的就是奥维兹，他超过了许多大牌明星和公司首脑。1992 年，他再次在该项评选中荣获首位。

西方体育界的经纪人制度已经渗透到体育界的每一个角落，甚至可以和世界田径的权威组织——国际田联分庭抗礼。体育经纪人承办各种非正式体育比赛或体育组织授权的正式体育比赛。他们在获得可观利润的同时，也在体育产业的发展过程中取得了举足轻重的地位。他们极力维护其雇主的利益，控制着他们几乎所有的公共活动及商业、财务方面的事宜。我们可以从一场著名的拳王之战中看到体

育经纪人是如何活动的。

美国拳王里迪克·鲍刚刚戴上拳王的金腰带，他的老对手英国拳手刘易斯便向他提出了挑战。刘易斯的经纪人马尔罗尼提出鲍与刘易斯举行一场卫冕战，但鲍的经纪人纽曼却一口回绝了马尔罗尼的要求。

刘易斯在1988年汉城奥运会的重量级拳击决赛中曾战胜过鲍，对此鲍始终耿耿于怀，表示要找机会同刘易斯再决高下，这样，鲍在击败霍利菲尔德成为新拳王之后，刘易斯便找上门来挑战了。刘易斯的经纪人马尔罗尼提出，这场比赛可在伦敦和曼彻斯特的足球场举行，估计可吸引4万观众，门票收入即可达600万美元，电视转播费至少也有数百万美元的进账，这样鲍若出战，可得1200万美元的出场费。

但鲍的经纪人纽曼在华盛顿接受英国《泰晤士报》记者越洋电话专访时，却一口回绝了马尔罗尼的要求。他嘲笑马尔罗尼的开价是在“搞公关”，1200万美元根本不算一回事。“如果鲍上场，他最低的出场费应该是1800万美元；如果马尔罗尼开价3000万，或2500万的话，这才是有诚意的要求。”

马尔罗尼得知纽曼出言不逊后反唇相讥，说他简直“疯了”。

这场经纪人相争的结果，使鲍愤愤扔掉了新拳王的金腰带，世界拳击理事会当即宣布刘易斯为该理事会拳王。刘易斯能轻易登上拳王的宝座，不能不说很大程度上归功于

其精明的经纪人马尔罗尼。其实，熟知内情的人明白，这也正是鲍的经纪人纽曼的“一计”。鲍是世界三大拳击协会的拳王，而当今世界上唯一能与之匹敌的只有英国的刘易斯，如果与刘易斯交锋，不仅胜负难定，而且会影响鲍卫冕其它协会拳王的实力，因此为鲍煞费苦心的纽曼便率先挑起了这场“经纪人之战”，而将计就计的马尔罗尼却为刘易斯不费吹灰之力登上“王”位铺平了道路。

马克·麦科马克是一位美国的超级代理商，由于他的奔走，使著名网球运动员比乔恩·博格在1983年签订了一份有关使用意大利的费拉牌运动服，比利时的多纳牌网球拍以及许多产品的很有利润的合同，并因此获利700多万美元。

实际上，国际体育界特别是赢利大的项目，如赛车、赛马、网球、高尔夫球、棒球、足球等拥有众多爱好者的项目，几乎都是经纪人在其中操作。匈牙利波尔加三姐妹就是如此。她们的经纪人就是她们的父亲。波尔加三姐妹多次参加商业性比赛及锦标赛，赚钱很多。但父亲总是取奖金的一半归自己，在这个问题上从不含糊。因为，为培养女儿，几乎使老波尔加倾家荡产，而现在他的投资终于获得了巨大的经济效益。另外，德国女网球选手格拉芙，其父也是她的经纪人。南斯拉夫的女子网球选手赛莱斯也同样是父、兄充当自己的经纪人。这些经纪人负责安排运动员参加比赛、收取入场费、接待新闻界等，几乎每个世界级选手都有自己的经纪人来从事这些工作。