

当代中国神秘行当透视丛书

大

掮客——当代经纪人万象

朱子
张眉
剑啸
编著



当代

书

大 掇 客

—— 当代经纪人万象

朱子 张眉 剑啸 编著

贵州人民出版社

在新的时代剧幕中,经纪人这一古老而又年轻的角色,也高举市场经济的大旗,堂而皇之地登上了社会大舞台。

他们是唱红脸、白脸还是花脸?

他们演的是悲剧、喜剧还是闹剧?

本书采取纪实笔法,从金融、文化、移民、婚姻、色情业、人口拐卖等多方面透视当代经纪人的活动内幕,让你亲眼目睹他们在各个领域掀起的有声有色的狂澜。

(黔)新登字 01 号

责任编辑 程亦赤

封面设计 孙晓云

当代中国神秘行当透视丛书 大掮客——当代经纪人万象 米子 张眉 剑啸 编著

贵州人民出版社出版发行

(贵阳市中华北路 289 号)

贵州新华印刷厂印刷

787×1092 毫米 32 开本

7.5 印张 160 千字

1994 年 8 月第 1 版

1994 年 8 月第 1 次印刷

印数 1—10000

ISBN7-221-03563-6/Z·70

定价:5.95 元

目 录

一、假面人露脸了

1. 细说从头 (2)
2. 忽如一夜春风来 (4)
3. 经纪人，莫羞答答不敢把头抬 (7)
4. 哥哥你大胆地往前走 (9)
5. 身正？影歪？ (12)
6. 酸辣苦甜话经纪 (14)
7. 且让时间来作证 (17)

二、期货，玩得让人心跳

1. 并非“天方夜谭” (21)
2. 引无数英雄竞折腰 (26)
3. 粉领丽人弄潮头 (29)
4. 想做南方的“雅皮士” (33)
5. 玩得就是心跳 (36)
6. 梅花香自苦寒来 (39)
7. 投机取巧，何其难也 (42)

三、我不是一只小小鸟

1. 消灭大户，让自己成为大户 (46)
2. “傀儡”后的翻云覆雨手 (49)
3. “资金红娘”好风光 (53)
4. 偏向虎山行 (58)

5. 利令智昏而鸡飞蛋打 (62)
6. 吃的都是高利贷 (65)
7. 通天有术的“资金经纪人” (68)

四、经纪潮，让我欢喜让我忧

1. 趟条小河过过瘾 (77)
2. 为伊憔悴终不悔 (81)
3. “挖人公司”：挖墙脚？ (85)
4. 悄悄扣动无声手枪 (87)
5. 神奇的“发财名单” (93)
6. 他为猴子鼓与呼 (96)
7. “顺手牵羊” (99)
8. 药都市场“跑行的” (102)
9. 傍“吃软饭”的“吃饭族” (104)

五、“我要创造出一种文化流行品”

1. 倾斜的文化界上经纪人 (107)
2. 文化的助产士——文化经纪人 (110)
3. “穴头”：挥动魔棒的手 (112)
4. 靓女“冲浪”记 (116)
5. 通往“金窖”的路 (121)
6. 玩玩“空手套白狼”的游戏 (124)
7. 若明若暗的“倒画儿爷” (127)
8. 广告业与经纪人 (131)

六、把线牵到国外去

1. 跨国经纪人在行动 (135)
2. 莫斯科的中国倒爷 (137)
3. 抓住狐狸的尾巴 (139)

4. 神秘的“ET HAN” (伊特汉)	(143)
5. 我把青春赌明天	(147)
6. 上海滩上钓“大鱼”	(151)
7. 来自加勒比海的黑色潜流	(155)
七、“红娘”，爱你没商量	
1. 谁家有女越南来	(160)
2. 情天恨海梦悠悠	(165)
3. 美丽多情的“圈套”	(169)
4. “红娘”“脱贫”记	(174)
八、繁荣“娼”盛下的“经纪人”	
1. 干这行好来钱	(178)
2. “妈咪”的胃口	(184)
3. 养“鸡”专业户	(187)
4. 从“麻雀”到“凤凰”	(191)
九、贫穷的“怪胎”——人口“经纪人”	
1. 拐卖“连环套”	(196)
2. 本故事纯属真实	(201)
3. 出“卖”朋友的“出口商”	(206)
4. 明明在哪里?	(209)
5. 川妹子“玩火”败京城	(212)
十、也让我露一脸儿	
1. 大树底下好乘凉	(218)
2. 要跳“农”门找阿明	(222)
3. “学雷锋”的导游先生	(226)
4. 医疗“媒子”摸“鱼儿”记	(229)

一、假面人露脸了

当5年前“十亿人民九亿倒，还有一亿在思考”的戏谑变成了“十亿人民九经商，还有一亿跑单帮”的夸张时，我们这个时代便不再寂寞。

浩浩淼淼的经商海潮中，多少身手矫健的“弄潮儿”纵身跃海，在波峰与浪谷间追逐属于自己的梦。他们或自如游弋，或越险滩、排急流，千辛万苦，多多少少呛一口水作为“学费”。

时代的舞台蓦然间喧闹闹起来，A角、B角……粉墨登场大亮相，熙熙攘攘，好不辉煌！时代注定这个舞台将没有永恒的主角，当人们的目光期盼着更鲜亮的角色时，“假面人”露脸了。

这是一群被誉为“城市新贵族”的商海新族，他们在旧时称为掮客、跑街先生、骑驴者、代理人，由于他们在“信息”与“商品”间神秘地联姻，又被称之为“红娘”。

他们有一个规范的学名——经纪人。经乃织物的纵线，纪乃找出散丝的头绪，经纪二字便有了穿针引线之意。

翻开中国的《经济大辞典》，经纪人的定义便很有些“本乡本土”的特色：

“经纪人即旧时称掮客，处于独立地位，作为买卖方的媒介，促成交易，以赚取佣金的中间商人。”

正是这“一小撮”中间商，在愈来愈深广的经商热潮中，

从半明半暗的“地下游击队”活动，转而翩然登上了市场经济的舞台。

正是这些“红娘”们，投身于市场经济肥沃的土壤上，使出了浑身的解数，巧施智力能力，络活了买方，络活了卖方，络活了流通，也络活了自己的人生。

当然，林子大了什么鸟都有。请看今日商海多景观——这一大批冠以“经纪人”名的“水手”们穿针引线、铺路搭桥、弄潮商海、翻波逐浪，与此同时，风浪骤起，泥沙俱下，必有沉渣泛起，茫茫商海，直被扑腾得飞波溅浪，演出了几多人生活剧！

1. 细说从头

且说这经纪人，其实并非舶来品。它就土生土长在咱们中国。

据说，古书上记载的所谓“牙人”、“牙郎”、“牙侩”、“牙子”等，便是指经纪人。西汉时，又称之为“狙会”或“狙侩”。

到了唐代，商市日隆，行商坐贾们逃税漏税，大概就像我们今天的那些个“星星”们（歌星、舞星、影星等等不一而足）喜欢走穴一样，皇帝佬儿龙颜愠怒，遂心生一计，委派熟悉商情的“牙子们”来控制市场，向他们课税，同时也赋予他们监督商人的权力。

历史上第一个承认经纪人进入市场交易的是目光独到的宋太祖。他给“牙人”们一人发一块木牌，说是“牙人付身牌约束”，其实是就业执照。“牙人”们在参与官府事务的同时，不知不觉地成了官府的附庸，失却了自己的独立人格。

然而，与此同时，“牙人”们因沾恩于官府，遂也好不荣耀地登上大雅之堂，尤令布衣百姓艳羡不已。

于是乎，一时间弃农从牙，弃工从牙，弃儒从牙者趋之若鹜，纷纷如过江之鲫，多如牛毛。看来，经纪人这一行当唐宋时便成了“最热门专业”。

盛唐时，挑起“安史之乱”的两员大将安禄山和史思明，听说早期都是极活跃的经纪人（互市牙郎）呢。

唐代至少有 120 种以上的经纪人行业，著名如邸店、车坊、质举等。邸店便是牙行的雏形，它既安寓客商，代客寄存货物，同时也为客商提供洽谈交易条件。

明嘉靖二年，定市易法，才正式有了“牙行”之名。这其中，又分了“官牙”和“私牙”。明代的牙行比比皆是，因为有多少不同的行业就有多少不同的牙行，甚至同一行业也可有许多不同的牙行，发达之极，几灿若星斗了。

明清两代，承唐宋制，也必须由官府发放牙帖，才能开始营业。

“天下熙熙，皆为利来，天下攘攘，皆为利往。”唐宋以来，佩带了身牌的牙人们，已不满足于为买卖双方穿针引线实现交易，便很有些牙人纷纷“跳巢”，投身政界，进入衙门，“自食而办公事”，吃起现成的“皇粮”来了。

另有一些牙人，改牙经商，投机取巧，想方设法避开牙人耳目，白花花的银子就淌得跟流水似的。

更有“倌、吏、商”一体化的系官牙人，“鼓舌伧伧，诋欺相高，诡态横出”，贱买贵卖，轻入重出，活脱脱一个“大倒爷”，尤令民愤沸腾。

到了清代，康熙帝设立“洋办”，或“洋货行”，统称“十

三行”，专营外贸，后又联合组成公行。公行是专为中外商人充当经营进出口贸易的中介人。

鸦片战争的枪炮下产生了买办——近代中国的特殊经纪人。

买办早期具有官商性质，依靠官府的实力控制支配外国商人。无奈到了鸦片战争后，国力孱弱，国民被洋人的大炮轰得早就昏了头，买办便摇身一变，被洋人们通揽或雇佣为中间人或代理人，整个倒了个头。

买办为洋人们刺探经济情报、招揽业务、代购代销商品等，接受外商一定的薪金或中外商人的佣金，或分沾一部分红利。

有些买办便在这样的气氛下被“同化”，成了见洋人就下跪的“假洋鬼子”。君不见《围城》里的那个洋行张买办，把“太太”念成“stomachache”（胃痛），便是这一类洋化的“怪物”。

买办制经“大浪淘沙”，又出现了经销制、合伙制、高级职员制及经纪人制。从这时开始，中国经纪活动的发展，经过漫长的演化，才开始契入现代经纪业的轨道。

2. 忽如一夜春风来

1992年9月17日，国家工商管理局长刘敏学明确指出：“既然是搞市场经济，就应当肯定经纪人的作用。因为生产和消费之间需要有一个桥梁和纽带。不管是商品流通，还是信息流通，都需要有人牵线搭桥，传递信息，这也是商品经济的一种分工。”

其实早在1984年，或者更早一些时间，经纪人已像地

下组织一样，活动于几乎所有的城市与乡镇了。

本世纪 80 年代初期，一些从事过购货、供销等工作的离退休人员、社会闲散人员，利用自己长期以来的业务网络，凭着灵敏的信息、宽裕的时间，开始为一些厂矿企业找原料、跑销路，联系合作伙伴，联系资金来源等，并由此提取一定数量的劳务中介费。

随着办“公司”的热潮兴起，更多的经纪人，或离开原职，或兼职，在生产与流通、生产与销售、资金与生产、销售等之间，牵线搭桥。从小到几元、几十元的小宗买卖，大到几十万、几千万的大批交易，从现货到期货，从实物到股票证券，出现一批又一批的经纪人。然而，那些人似乎都带着一种面纱，尚未公开化。

从 1986 到 1987 两年，经纪人逐步公开化和正当化。1986 年 9 月份，重庆市工商局，经过近两年的调查和实践，最后审核通过，对 62 名经纪人发放了“商品中介人员服务证”。与此同时，在山城重庆，成立了首家经纪人公开活动的场所——重庆工业品贸易中心交易所。工商局认为：经纪人进行的是集体力、脑力于一体的有偿信息服务，属于第三产业。在正确的引导与合理的管理中，他们是可以为经济发展起到推动作用的。

经纪人正式粉墨登场，扮演了他们的角色。

于是，如雨后春笋般的经纪人组织，继重庆中心交易所之后，迅速发展起来。

1987 年 11 月，江城武汉成立了武汉工业品交易所。116 名经纪人合法地进入商品中介活动。接着，广州、深圳、海口、沈阳、南京、镇江等地，都纷纷成立了经纪人组

织。

广州市处在改革开放的前沿，目前已有 10 多家经纪人服务所，持有中介许可证的经纪人有 1000 多人。单广州交易服务公司的经纪人服务所，就有近 200 名经纪人。

长江经济带的龙头城市上海，随着“证券热”、“股票热”而来的，便是“期货与经纪人热潮”，并且出了个凭国库券中介交易发了大财闻名全国的“杨百万”。

内陆城市郑州、长沙、西安，经纪人也十分活跃。一台大型的文艺演出，一场大型的体育竞赛，一次大规格的新闻发布会，一个有影响的产品广告，一本畅销书的出版发行，一项工程的奠基与竣工，都离不开经纪人。长沙的国际经贸实业总公司经纪人事务所，1993 年元月成立，在不到一个月的时间里，前去登记要求做兼职经纪人的达 100 多人。

被誉为“北方温州”的岗山头镇，多达 3000 人经纪海产品，其中有 2000 人是从事经纪海产品的出口，他们已同世界 20 多个国家和地区建立了业务网络。

经纪人也出现在文化领域。文学作品、学术著作的出版、发行，科技成果的转化，文艺团体与个人的演出，书法、绘画、雕塑作品的展出与拍卖，都有经纪人伴随前后。

1992 年 12 月，武汉市市委书记，在市第八次党代会郑重地讲到：“要发展和完善一批技术中介机构和科技信息咨询评估机构，必须努力造就一支懂技术、会经营、善管理的科技实业家和科技经纪人队伍。”

改革的春风春雨，正滋润着遍及城市乡村的新行业——经纪人。

3. 经纪人，莫羞答答不敢把头抬

在中国大陆上已销声匿迹几十年的经纪人，随着我国商品经济的迅猛发展，逐渐揭去她那遮羞的面纱，露出她那有独特魅力的红颜。然而，在高高围墙里的高等学府里，经纪人还似乎很少跨进去，把一项项“待字闺中”的科研成果介绍给急需的市场。

在英国剑桥大学的“世界名人录”上，有位5次入选的中国学者，他是上海机械学院的黎永明教授，对新时期的经纪人情有独钟。

事情是这样的。他熬数载心血，专心研制成功了一个超高精密度轴系。这一成果曾获上海市优秀发明一等奖，其水平可谓是国际一流。然而，成果问世8年，仍闲置于“闺中”，不能“嫁”到市场上去发挥它的社会生产作用，给社会带来经济效益。

高校与市场隔着一堵高墙，一条深且宽的鸿沟。

在一般人看来，高校里是德高学丰的学者、教授，是莘莘的学子，无论是买方还是卖方，都找不到，也不该找到高等学府的门内。

因而，一项项有价值的科研成果被闲置，一叠叠有效益的论文被束之高阁。商品经济意识下刮起的经济大潮，虽也波及高等学校，研究单位，毕竟还没掀起汹涌的大潮。

经纪人，这位商界“红娘”，在严肃的高等学府面前，似乎要羞涩、拘谨得多。

当一个个发明者、科学家为自己的花多年心血孕育的如“爱子”、“爱女”般的科研成果，通过新闻传播媒介向社会发

出“征婚启示”后，那些“商界红娘”们才如大梦初醒般地意识到，他们忘了高校和一些科研单位。

于是黎永明教授的科研成果，在一个热心的经纪人的牵线搭桥下，不少企业纷纷上门，要求转让投入生产。黎教授最后选择了一家工厂，现在样机快生产出来了。如黎教授般的成果，也都在经纪人的介绍中，大多已投入生产，在逐渐转化为生产力。

但前景就目前来讲还不容乐观。高校毕竟还是远离市场的，他们对学问的信息了解得很深、很透彻，可对商品市场了解似乎太少。但愿有更多的市场经纪人，能走出熙熙攘攘的市场，到宁静的高校和科研大院里走走，把更多的科研成果，不失时机地带到大社会里。不再让它们在实验室中、资料库里空熬岁月。

除高校、科研领域需要经纪人，社会的许多领域都需要这位热心肠的“红娘”。据一些统计数据来看，我国每年都有数以万计的科研成果问世，可能转化为生产力，发挥其效益的只有 15%。我们可以想象，如果这些成果，能有一半转化为生产力，该为社会增加多少的生产力，创造多少社会财富？而随着科研成果发挥社会效益的同时，困扰科研的经费紧缺问题也可迎刃而解。

目前，高校和科研单位的成果转化到市场，很大一批还靠朋友、熟人、同事的热心帮助。这些信息渠道远远不够，何况这些人多是义务性的，比那些专门从事此类事的经纪人要羞涩得多，更不容易给科研成果找到“婆家”。

建立经常性的科研成果市场，建成一批称职的经纪人，是迫在眉睫的大事。

目前，我国每年都有成千上万亿元的商品库存积压着，不能迅速地找到销路，从而转化成货币资金回笼，进行扩大再生产。因而使成千上万的厂矿企业因产品的积压而处于停产、半停产状态。如此情况，就需要有一批合格而灵活的产品销售经纪人，为这些厂矿企业的产品销售提供中介服务，使生产一方准确地掌握销售需求信息，也使消费一方及时了解生产信息，这样就能有效地促进产品的生产和销售，从而更好更快地促进我们经济的发展。

过去是以计划经济为主体，生产、销售、原料来源等，都是国家计划部门统一部署，下达指标，原料统一供给，产品统一调配批发销售，管理过死，从而阻碍了生产的发展。同时也因调配的不合理，造成物质供销的积压或奇缺。市场经济改变了这一状况，但也随之出现了新的问题：生产企业，尤其是中小型企业、乡镇企业，对新技术、新的科研成果、信息的需求过大而又找不到门路，形成了矛盾。市场竞争的日渐加强，企业生产的产品一时也因销售信息不灵，渠道不畅而造成产品积压，很难转化成商品卖出去。由此等等，建立科技成果、信息、市场供销信息的经纪人体制，已是刻不容缓的大事。

各行业方面的经纪人们，揭开面纱，大胆地做商品潮中的“红娘”吧！

4. 哥哥你大胆地往前走

当经纪人被戴上一顶顶“黄牛”、“倒爷”、“穴头”的“桂冠”时，他们只得以半羞半臊的面目出现，在不为人觉察的天空，留下曾经飞翔过的翅痕。

同时，也在商界瞬息万变的风云中，掀起了一股不可逆转的“地下经济”潮。

经纪人真正撩开脸上的神秘面纱，坦然走上社会大舞台，是在改革开放和社会主义市场经济确立之后。

他们终于摒弃一切疑惑、好奇、鄙视甚至指责的眼光，大大方方地进了“婆家”的门，去面临公众的嘘声和喝彩。

不久，经纪人热伴随着股票热、期货热、房地产热……一天天行情看涨，如同热带气候，竟“高温持续不降”。

经纪人已经或正在创造的神话，更如飓风迅速席卷了大江南北，种种传说不胫而走。

顿时，国家干部、技术人员、经商者、无业游民，甚至摆地摊的，纷纷操起此营生来，有思量再三权衡再三才小心翼翼地“摸着石头过河”的，有头脑发昏身上发热就楞楞地下海“跟着感觉走”的。

一句话，纷纷入了魔似地做了经纪人“发烧友”。

其中，有勇士一边投石问路，一边大声吆喝以鼓舞士气：哥哥你大胆地往前走，莫——回——头！

1992年，各地经纪公司纷纷挂牌出台。

上海新民经纪人事务所一声锣响，首先冲破“禁区”。第一个登记入册的竟是个从铁路部门退休的6旬老人，他说他是“煤大王”，早就勾通了开滦、大同煤炭的供应渠道。

而一年多前，穿红马夹、黄马夹的证券交易经纪人则首次以合法经纪人身份走进了外滩的浦江饭店，它不仅叩开了新上海第一家证券交易所大门，更迈出了大陆首次还经纪人合法地位勇敢的一步。

广州的“南方信息有限公司人才信息市场”，河北省的

“经纪人协会”，诸多的头脑公司、“信息咨询公司”等等，等等。如雨后春笋纷纷冒出小尖尖，势如破竹，不可阻挡。

他们恪守“认认真真做‘红娘’，堂堂正正做生意，大大方方拿佣金”的信条。

最近，京城又“爆”出大新闻：中国首家模特经纪公司——新丝路模特经纪公司在北京正式成立。13位模特，包括瞿颖、张锦秋等名模与该公司签署了聘用与经纪合同，从而成为该公司，也是中国第一批签约并由模特经纪公司实行全权代理的模特。

在天津，培训经纪人的广告登载在党报上。

在武汉，职业经纪人活跃驰骋在经济大舞台上。个体的、民办的、官办的、地下的、半公开的、公开的职业经纪人和经纪人群体纷纷跻身于金融、科技、物、贸、交通、文化、社会服务等方方面面，真是好戏连台，闹煞了江城！

一直被视为“圣地”的科技殿堂也打破了先前的沉寂，在经纪人舞台上施展起拳脚来了。专为输出技术和寻找技术双方牵线搭桥的科技公司，也不甘落后地挂牌营业了。

上海电影制片厂影视艺术部把导演、演员、化妆、服装人员统统退回厂里，仅剩的8人中其实4人是经纪人，自筹拍摄经费，自负盈亏，使“精神食粮”创作也纳入了市场经济轨道。

影星、运动员、作家们，甚至固守艺术领地的画家们，开始与市场“接轨”，请来“红娘”，以使自己从一系列诸如表演、比赛、作品出版、画廊展览、名画拍卖等繁琐的谈判、签订合同中拔出双脚来，更加全身心地投入到自己的事业中去。