

转动金钱魔方

——经纪人实务

邹中华
黄国华

吴忠富
陈力

著



企业管理出版社

目 录

第一章 为经纪人正名	(1)
一 “唯利是图”吗?——经纪人的特点	(1)
二 不是当初小“牙郎”——经纪人的历史	(4)
1 几度风雨	(4)
2 为经纪人正名	(6)
三 “媒婆的嘴”——经纪人的素质	(9)
1 心理素质	(9)
2 信息意识	(12)
3 社交艺术	(18)
四 天高任鸟飞——经纪人的操作	(20)
1 操作程序	(20)
2 有人“过河拆桥”怎么办?	(22)
3 不要犯傻,也不要犯法	(24)
4 “明媒正娶”——登记注册	(28)
第二章 证券经纪人	(34)
一 太阳底下最热的地方	(34)
1 转动金钱魔方的人	(34)
2 证券经纪人	(39)
二 上海风云	(40)
三 虎啸山林——中国证券经纪人大写真	(43)
四 世上无难事——你也可以干	(47)
1 触类务通——选择	(47)
2 退而结网——设立	(53)
3 潇洒走一回——股票交易过程	(62)
4 好一个蔡志勇	(66)
五 教你几招——如何与证券经纪人打交道	(68)

第三章 房地产经纪入	(71)
一 金色的诱惑	(71)
二 火爆! 火爆!	(74)
1 全国山河一片“热”	(74)
2 房价——几何级数暴涨	(80)
三 炒! 炒! 炒! ——炒楼宇	(82)
1 “炒楼”热乍起	(83)
2 何处是来路	(84)
3 “炒”入寻常百姓家	(88)
4 “炒”术揭密	(89)
5 “炒”楼前景如何	(93)
四 倒! 倒! 倒! ——倒房产	(94)
1 不要问我姓什么	(95)
2 招招式式都可倒	(97)
五 跃跃欲试——请练这些基本功	(100)
六 什么样的房地产经纪入最被依赖	(109)
七 中国房地产业展望	(110)
第四章 期货经纪入	(115)
一 期货、渐渐耳熟的名字	(115)
1 昂贵的“学费”	(115)
2 青山遮不住——由幕后到台前	(116)
3 期货,到底能走多远	(121)
二 期货经纪“魔力”	(124)
1 期货“黑马”奇绿	(124)
2 期货实践录	(128)
3 期货交易趣闻	(132)
三 期货交易百法归宗	(138)
四 期市有术	(147)
1 期术巧“玩”	(148)
2 期术不可“欺”	(151)

3 运筹帷幄	(153)
4 得道多助	(156)
5 期货交易格言	(159)
第五章 技术经纪人	(163)
一 “老九”那里有好酒	(163)
二 一纸思想值几许	(167)
1 技术成果	(167)
2 技术成果的评价与分析	(169)
3 技术贸易上谈判	(172)
三 技术经纪人的赢利和要诀	(176)
四 赚钱族在行动	(184)
五 技术经纪人的法律依据和规范	(191)
第六章 商贸经纪人	(196)
一 茫茫商海中的新家族	(196)
二 机会就在你身边	(198)
1 消费资料经纪人	(198)
2 生产资料经纪人	(201)
3 钢花正艳——钢材市场及经纪人	(205)
4 奔驰大发——汽车市场及经纪人	(207)
5 好大的油水——成品油市场及经纪人	(209)
三 个案分析——令人羡慕的成功者	(212)
四 全身位透视——商贸经纪人面面观	(221)
五 成功的信条	(226)
第七章 体育文化经纪人	(232)
一 知否、知否——体育急需经纪人	(232)
二 中外体育经纪人鏖战“绿茵场”	(236)
三 只要你愿意——你也可以成为体育经纪人	(253)
四 千呼万始说出来——遮遮掩掩的文化演艺经纪人	(256)
五 时代不同了，“书”可赚大钱	(259)

1	昔日穷编辑,今朝大富亨·····	(260)
2	空手套白狼,几年成百万·····	(262)
3	书号,你就是钞票·····	(265)
4	武侠书,发财的敲门砖·····	(268)
5	昔日沙场荣耀,今朝商地显威·····	(270)
6	“书海”赢招·····	(274)
六	炙手可热的邮票和书画·····	(276)
七	红红火火的演艺界·····	(280)
1	白手起家,初导大杰作·····	(280)
2	王晓京——上帝派来的音乐圈内经纪人·····	(282)
3	机遇给他带来了滚滚财富·····	(284)
4	她难圆自己的银屏梦,却使他人梦想成真·····	(287)
八	文化经纪人的必要准备·····	(290)
1	市场调查,把握市场需要·····	(292)
2	形象包装,选择最佳结合·····	(293)
3	广告宣传,制造社会舆论·····	(294)
4	推向市场,维护形象统一·····	(294)
附 录 ·····		(296)
1、	《中华人民共和国企业法人登记管理条例》·····	(296)
2、	《中华人民共和国企业法人登记管理条例》施行细则·····	(302)
3、	《中华人民共和国私营企业暂行条例》·····	(316)
4、	《中华人民共和国私营企业暂行条例》施行办法·····	(322)
5、	《期货经纪公司登记管理暂行办法》·····	(328)
6、	《海南省经纪人登记管理试行办法》·····	(332)
7、	《珠海市工商局经纪人管理办法》·····	(335)
8、	《济南市经纪活动管理暂行办法》·····	(336)
9、	《上海证券交易所交易市场业务试行规则》·····	(338)
10、	《郑州粮食批发市场《交易管理暂行规则》》·····	(361)
11、	《郑州粮食批发市场《交易管理暂行实施细则》》·····	(367)

12、深圳有色金属期货经纪商管理暂行规定	(374)
13、深圳有色金属交易所管理暂行规定	(379)
14、深圳有色金属交易所交易规则	(382)

第一章 为经纪人正名

一 “唯利是图”吗？——经纪人的特点

简单地说，经纪人就是中间人。经纪活动就是从中介他人进行商品交易以获取佣金（中介费）的活动。当然，中间人（或中间商）有很多种类，只要居于产品供需交易之间的都是中间人，如批发商、零售商，还有代理人、信托人也是中间人。大致可分为两类，那些拥有商品所有权，承担经营风险的批发商、零售商，我们称之为经销商；而那些一般不拥有商品所有权、不承担经营风险，而是主要依靠自身的专业技能和信息服务来促成交易成功的，我们称之为居间人，经纪人便是一种居间人。

与一般的中间商（且主要与其他居间人）比较，现代经纪人具有如下特征，即：自身不占有商品；与客户无连续性关系；主要通过所掌握的信息为供需双方牵线搭桥；赁借专门知识和有效的服务促成供需双方的成功交易；通过上述独立的中介活动以获取佣金。

第一，经纪人不占有商品，它既不是商品的生产者，也不是商品的供应者或购买者。这是经纪人与其他中间商的一个重要区别，甚至代理和信托人也难免不拥有商品。经纪人的特点在于知道何处可提供某类商品而何处又需要这些商品，因而具有知晓意义上的支配权，能为供需双方提供服务。

第二，与客户无固定关系。经纪活动不同于代理或信托活动，后者与委托人一般有较固定、长期的业务关系。经纪人的服务对象是开放的、广泛的，一般不仅限于某些特定的客户。而且，即使对于某些特定的客户，其中介活动也有具体的权限，借用一句不太恰当的比喻，“包娶媳妇，却不必包生儿子”，大多是一次性来往。新朋友总不如老朋友信得过，因此，经纪人的信誉度一般不及代理人或信

托人。这也对经纪人的品格提出了更高的要求。商品社会的多取少予的竞争欲望容易败坏短期交易,产生诸多的“一锤子”买卖。谈判学研究中有道著名的“囚徒疑难”,它设计的交易规则是:假如交易双方都采取了合作态度,那么双方都得5分;假如一方合作而另一方欺骗,那么欺骗者得10分而合作者失去10分;假如双方都采取欺骗,那么每方都扣5分。这个实验还要求交易双方在知晓结果前不能联络。诸多的实验所展示的结果是令人感兴趣的。它表明如果双方交易的轮次越少,那么愈有可能采取欺骗的策略,它可能大胜,至少也不会比对方损失更多。“一锤子”买卖在经纪活动中并不少见,自然同经纪人的与客户无连续性关系这一职业特点有内在关联,也严重影响经纪人声誉。但是在另一方面,面对各类客户整体而言,经纪人与他们的联系又是连续性的,“一锤子”买卖显然有损于自己的长远利益。“囚徒疑难”的实验也显示,如果双方交易的轮次越多或不受轮次限制,那么彼此双方都更愿意采取合作的策略,进而共同获益。真诚合作是持久获取利益的最佳选择。故而,公开和专业的经纪活动,比起那些地下或偶面的经纪交易,前者更有可能与客户形成诚实信任的关系。

第三,经纪人的另一特征是以信息为资本,通过所掌握的信息为供需双方牵线搭桥,并凭借专业知识和有效的服务促成供需双方的成功交易。

信息是有价值的。商品交易的实质就在于将自己所不需要或不迫切需要的东西换成自己所需要或更为迫切需要的东西。知道谁需要什么并知道该如何满足这种需要,本身就包含了两个优势,一个是信息,另一个则是操作技术的优势。它也使得经纪活动独显一份魅力。92年,四川某著名经纪人组织内地的各类罐头等农副产品,做成了与俄国交换民用飞机的大生意,轰动全国。当时,俄罗斯有关部门急需大量的农副肉类品,内地许多罐头生产厂长期因产品找不到销路而陷入困境,而内地的民航部门急需飞机。而且,真要做成这笔生意还牵涉到银行贷款,交货程式、海关、检疫等诸多的操作问题,由于经纪人的牵线搭桥,双方交易成功。这一活动

也显示,现代经纪人所具备的专业技能,往往是供需双方能够实现成功交易的决定因素。他们信息灵通,办事快速,服务周到,有着自己广泛的社会联系和独有的供销渠道,具有很大灵活性和独到之处。

第四,经纪人所进行的是独立的中介活动。它以自己的名义从事活动,却可能独立表达委托者的意愿,自己不必承担交易后果。比如签合同,经纪人既不代表供方也不代表需方,而是以第三方身份独立签约,除非一方另有委托。它的责任也只是提醒供需双方应注意的条款、不搞反客为主。诚然,经纪人也可受委托为供需双方草拟合同,但最后稿必须经过双方的确定。

第五,经纪人凭所从事的中介活动而获取佣金(中介费),准确地说,是从事中介活动的商人。这与那些义务咨询、免费联系或某些无偿的代理活动是有区别的。本来也不成问题,但是一直以来,由于受左的思潮和各种传统观念的影响,佣金问题在社会上颇有争议,甚至将之与回扣、受贿混同起来,至少也是“唯利是图”,“不劳而获”。这些观点是不正确的。从道德上说,社会进步固然提倡无私奉献,而它的前提,又须先行确定社会公正的分配法则为基础。经纪交易,牵线搭桥本身就是高层次的复杂劳动,完全有权取得合理的报酬。作为一种经商职业,如果是无偿的,也是没有价值的。说到道德,经纪人的职业首先应该是通过诚实、公正、高效的中介活动为供需双方提供服务,当然,佣金的收取也要公正合理。从社会的现实发展来说,当一个社会由传统社会向商业社会、从身份社会向契约社会转型时,那些既有的由各级机构层叠纵控的传播体系,其重心也必然移向平等独立的横向传播。我国现代的中介人正是为适应社会主义市场经济的需要而产生的,借用一句流行的话是属于新兴而重要的第三产业,应该用新眼光对待它,并给予切实的社会保障。在国外,经纪人的合法身份和权益都已有专门的法律法规予以确认。我国的经纪服务业方兴未艾,有关的权益和义务也会形成统一的法规认定。

综上所述,经纪人是特殊意义上的中间商。它作为供需双方交

易的中介媒介，主要职能是收集、分析和传播有关交易信息，以独立身份公正、合理地促成双方交易的成功。

二 不是当初“小牙郎”——经纪人的历史

1 几度风雨

经纪人在不同时期、不同阶段有着不同的演化和发展。

经纪人在中国古已有之。古书中常出现的所谓“牙人”、“牙郎”、“牙侩”、“牙子”等，便是古代的经纪人。据孔平仲的《谈苑》一书考证“(牙人)本谓之互郎，主互市事也，唐人书互作乐，乐似牙字，因转为牙。”《史记·货殖列传》语：“子货金钱千贯，节驢侩”。“侩者，会合二家交易，驢者，其首率也”。侩，撮合买卖双方的交易，其经纪人的性质是十分明显的。“侩”字就是将人会合之意的象形成组合文字，我们常说的“市侩”，也是从市场上专事促使人们聚合成交的人而转义而来。驢，书面语意为骏马、壮马，引伸为贩卖马匹的经纪人的意思。驢是侩中的大户，大概是由于当时马匹交易的经纪人获利是最大的吧！在经纪贩卖牛马的过程中，驢侩因需要通过检验牛马牙齿的磨损程度来判断其年龄，确定价金（至今仍沿用此法），而人们又称为“牙人”、“牙郎”。后来把提供场所，协助买卖双方成交而从中取得佣金的商号称为“牙行”，以介绍人口买卖为业而从中取利的妇女被称为“牙婆”也均由此演化而来。

盛唐边贸发达，经纪活动也相应发达，后来酿成“安史之乱”的安禄山和史思明，早期都是非常活跃的经纪人（互市牙郎）。宋朝官府尽量介入市场贸易，货物买卖过程中的具体工作都由经纪人充任，颇为可观。

到了宋代，牙人被官府进一步明确了监督商人交易和收税的作用。牙人由官府发放身牌，作为其执行职责的依据。明初，牙人被禁止。《图书集成·食货典》记载：“天下府镇县店去处，不许有官、私牙”。后来在商业活动繁荣的情况下，才“官设牙行，与民贸易，谓之三市”。在商业活动中，牙行对价格提出的意见具有权威性，对买

买卖双方可以掌握并从中介绍,根据出价高低顺序安排交易。无论是在明朝与瓦剌等北方游牧民族进行的以中原铁器、布匹、茶叶交换牛马牲畜的活动中,还是在内际商贸交往中。牙人不仅起着联系、沟通买卖双方的作用,也对市场管理、贸易活动的引导和主持发挥了巨大作用。清朝仍然沿用了牙人牙行制度。当时广州是对外贸易的重要口岸,受粤海关管理的广东十三行是对外贸易的桥梁。他们须到户部领取“部贴”方能开展经营。当时他们收取佣金的标准是30%。这些牙人都是殷富商贾,与官府关系很密切。清朝小说《蜃楼志全传》中就有大量关于粤海关官员与广东十三行之间来往活动的描写。内贸中牙人仍起着很大的作用,直到十三行当时不仅受清府节制,还承担着为外商担保的重责。他们作为经纪人,其特征是非常明显的,从单纯为外国商人采购物品,办理日常事务,买办阶层逐渐成为外商对华贸易的代言人,可以代理外国商人与华商签订买卖合同。买办阶层同外国商人利益上的共同点使其成为中国历史上一个极具独特色彩的集团,在外国帝国主义对中国进行经济侵略过程中起了协调配合的作用。清朝被推翻后,经纪人继续在经济领域中发挥着作用。国民政府《六法全书》中对经纪人的合法地位予以确认。上海的证券交易所中活跃着证券经纪人,并在上海成立了外汇经纪人公会。证券F,经纪人从成效金额中收取佣金,被称为“黄牛”。其从黄牛有力引起含义变化,成为恃气力抢购物资及车票,门票券高价出售并从中取利的人的代称,后泛指在经纪活动中因说合而居间取利的经纪人。解放后人民政府对经纪人的态度是明确的,由于其居间活动取利的外在特征,也由于我们当时对商品经济了解的片面和武断,便完全否定了经纪人的积极作用,认为其是投机和寄生的体现,在政策上直接表现为严格取缔经纪人。经纪活动被认为是买空卖空,投机倒把,加之上海证券交易大楼被查封,大批经纪人失去继续从事经纪活动的条件。社会主义改造和“大跃进”完成之后,经纪人便消声匿迹了。由于农村社会主义改造合作社、人民公社的建立,集贸市场和自留地等均消失了,农民在计划经济和三级体制控制下,无法进行农副产品的自由交

易,大牲畜及农具均成为集体财产,伴随集市贸易的消失,农村经纪人也消失了,改革开放以来,不仅整个经济体制向市场经济方向逐渐转化,经纪活动也有了重新出现的条件。1981年6月和8月,国务院颁布的《关于加强市场管理,打击投机倒把和走私活动的指示》及《批转关于工业品生产资料市场管理规定的通知》中均将“黑市经纪”认定为是投机倒把行为。1985年3月国务院颁布《关于坚决制止就地转手倒卖活动的通知》中更明确地规定:不准经纪人牵线挂钩从中渔利。《投机倒把行政处罚条例》的颁布,使经纪人活动面临受到严厉制裁的局面。1989年的治理整顿时期,大量曾从事流通领域经营活动的“皮包公司”被查处撤销,经纪人活动又陷入低谷。很多地区如重庆、上海等地,经纪人管理工作本已开展,但均被迫中止,直到1992年前后社会主义市场经济理论的提出,经纪人活动方得以重新恢复,全国范围的经纪人活动迅速发展,来势之猛使理论界和实际管理部门一时间措手不及,拿不出对策。

2 为经纪人正名

毫无疑问,在社会主义市场经济中,现代经纪人具有重要的地位。在观念上要有大的反正,在实践上亦要有大的发展,二者又有着内在的联系。

在观念上,对于现代经纪人的认识,首先要与传统的“掮客”、“牙人”区别开来。现代经纪人不是过去“掮客”的简单承延,而是现代市场经济的必然需要。那些关于经纪人种种不严肃、甚至带侮辱性的称谓,如“黄牛”、“倒爷”、“穴头”等等,至少不应再出现在正式场合和大众传播媒介之中。诸如“洋倒爷”、“国际倒爷”、“北京的倒爷震东欧”都是不够文明的。其次,也不能再以传统所谓“皮包公司”、“投机倒把”、“炒买炒卖”、“买空卖空”等等观念来评判现代的经纪行为。

经纪不占有商品,本身起的就是中介作用。“皮包”里没有商品,但是拥有供需双方成交所必需的信息。有时没有它就不能形成流通。故而这类“皮包公司”的繁荣,实际上是经济繁荣,社会进步

的表现。这已为大量事实所证明。一定要经纪企业拥人多少多少资金,如何如何占有商品,看起来很实在,其实行不通,就象一定要红娘为自己做媒一样可笑。自然,那些见利忘义、转手倒卖、层层加码坑害消费者的“皮包公司”也是有的。它们确实损害了经纪人的形象,只能说它们是经纪人中的败类,对之进行谴责和处罚是完全必要的。但是,不能以偏概全,以瑕掩瑜,不能为了倒脏水把澡盆中的小孩也倒了。正如同我们应该大力制止、制裁危害社会的伪劣假冒产品,却不能因此将所有的工厂都关了门。我们严厉谴责用假药害人丧尽天良之徒,却不能将所有的药厂药店都查封了。道理是一样的。

“炒买炒卖”也是一样,许多被贬称为“炒”的行为,其实对于提高市场的流动性具有重要意义,是在商品的价格上,稳定供需矛盾它既体现出价值规律的杠杆作用,同时也是以承认人们之间自觉自愿、平等交换为前提的。我国各类证券股票交易所和期货交易所机构自身都不占有商品,却通过“买空卖空”、“炒买炒卖”而服务社会的经济发展,这是没有问题的。

“投机”一词在国人的心理上感觉并不好,“投机倒把”、“投机取巧”、“投机奸商”等等,但是这种笼统的道德情感上的批判容易影响我们对事物正确而客观的评价。其实,“投机”一词在经济学上并无贬意。相反,倒是指那些风险意识很强的人,敢于在合适的时机,积极参与的经济活动。它还有个雅称,叫“短期投资”。

投机并不仅仅产生于人们的愿望之中,在客观上它也是市场上商品价格上下波动而提供的机会,在经济上具有合理性。投机只要不违背法律,标明自己的公开性、竞争性和风险性,这类短期投资活动同样在促进着商品经济的发展。例如买股票的人并不都有想长期持有它当股东的需要,而是想利用股票涨跌波动所造成的机会短期获利。但是此类投机却维系了证券市场的正常运作。

这里,同样还有个“合法投机”与“非法投机”的区别,投机的不好印象是由“非法投机”引起的,但如果因此而禁绝所有的投机行为,那么只能为非法投机创造更大的市场,因为它本来就是非法

的。重要的是明辨两者，区别对待。在理论上二者主要区别在于，前者守法而后者违法；前者以投机者对市场走势的正确预测为根据，后者则是凭借关系和地位搞的不公平竞争；前者的投机者注重商誉，甘愿承担风险，后者则不讲商誉，坑蒙拐骗，不负责任；由此，合法投机有助于促进市场经济的发展，而非法投机则破坏市场的正常运营。

关于经纪行为的观念，最后，还得就人们常说的“倒买倒卖”作些分析。在严格理论意义上，“倒买倒卖”与经纪活动无关，因为它是一个占有商品的过程。但是在实际情况中，有许多经纪活动容易被误认为“倒买倒卖”，而人们又往往将“倒爷”与经纪人串在一起。这就有了分辨的必要。

可以这么说，正常的“倒买倒卖”，其经济交易的实质是利用了市场的时间差价或地区差价，结果是加快促进了商品的流通，是有益而合法的。而时下也确有不少的“倒买倒卖”，是以权谋私，或层层加价或推销伪劣假冒产品，总之坑害消费者。这类的“倒买倒卖”当然是非法的。随着市场经济和法制建设的发展和完善，我们可以将它的危害限制到最低限度。因为它本来就是利用商品经济不够发达、法制建设不够完善的结果。

综上所述，关于经纪人观念，传统的看法有许多方面偏误至深，很有澄清的必要，否则，就会阻碍了经纪企业的发展。

为经纪人正名还表现在实践运作上，应该给予的正视程度丝毫不亚于观念的分辨，甚而更为重要。这是因为，在我国，1949年以后采取了一系列措施禁绝和取缔经纪活动，许多主要的经纪活动销声匿迹达几十年之久，也有的转入地下，成为“黑市经纪”。至于国家政策所允许从事经纪活动的少数单位，如生产资料服务公司等。在计划经济的大格局下，中介职能也日渐萎缩、微乎其微。进入80年代之后，随着商品意识渐润人心，商品大潮兀然涌起，各地也都出现了许多为商品交换牵线搭桥经纪人。经纪活动涉及方方面面。这是1949年以后经纪人在我国第一次自发的大发展。然而随之也就遇到了很大的阻力。其中，既有经纪人自身素质等方面的

问题,也有传统观念在作祟,比如“佣金”和回扣混为一谈,视经纪活动为投机倒把、“买空卖空”而大加贬斥,终至于政府职能部门明文禁止,一些经纪公司被整顿清除,一些经纪人受到处罚,经纪活动再次转入地下。

以邓小平同志的南巡讲话、十四大为标志,中国的改革开放再行深化,以不可遏制的势力向前推进。党的十四大报告确认要建立社会主义市场经济,这是我国经济体制改革的大目标。必然地,也到了为经纪人重新正名的时候。经纪人迎来了生机蓬勃的大好春光。诸多有识之士指出,必须尽快建立完善社会主义市场体系,这其中就包括要尽快建立和完善金融市场、劳务市场、技术市场、信息市场、房地产市场和文化市场等各类要素市场,需要发达的组织市场活动的各种机构和企业,包括经纪业。时代在召唤经纪人。

现在,我国的经纪人摆脱左的危害,取得合法地位,如同雨后春笋的集体和私营各类经纪人事务所纷纷挂牌开张。经纪人在人员素质培训、工商管理等方面纳入正常轨道,经纪类型进一步开放,涉及职业介绍、劳务市场等诸多方面,经纪业一片生机。

人们的观念在改变,实践在发展,自然作为现代经纪人,也必须名实相符、注重塑造自身的良好形象,以优良的中介服务取信于民。这也是一种正名,同样事关我国经纪业的兴衰。

社会主义市场经济需要千千万万的经纪人。

经纪人——

这是时代的荣誉。

这是历史的使命!

三、“媒婆的嘴”——经纪人的素质

1 心理素质

任何一个职业都有自己的职业心理要求,经纪人的心理素质是经纪人一般素质的基础。一个经纪人的心理素质直接影响他的工作交通的发挥。对经纪人的职业心理要求大致有以下几个方面。

△ 信心十足

自信是对经纪人职业心理的最基本的要求。从心理学上说,自信体现为自我的认同,对自我持一种肯定的态度。从职业心理要求来看,自信还应是对自己所从事的职业的认同和重视。因此,经纪人,首先应对自己从事经纪职业感到自豪。由于以往对经纪人的误解,称它为“掮客”、“穴头”,把经纪事务机构称为“皮包公司”、斥之为专门“投机倒把”、“倒买倒卖”、“买空”、“卖空”的不创造社会财富的“寄生虫”。虽然,随着市场经济的发展,经纪人已得到正名,经纪人在商品流通领域的作用也愈来愈得到人们的认可和重视,但不可避免还存在着一些不解的看法。因此,对经纪人自己来说,必须树立一种职业荣誉感,职业神圣感。这是一个经纪人自信心理的思想基础。

古人云:“自知者明,自信者强”,自信心强的经纪人,敢于面对挑战,敢于追求卓越,自信能激发出极大的勇气和毅力,最终创造奇迹。更重要的是自信能给他人一种信任感。经纪人需要与各行各业的人打交道,需要说服他人,促成交易,没有一种自信、坚韧的心理是很难胜任的。美国就流行这样一句话:假如你连自己都不相信,又有什么理由要求别人相信你呢?可以想象,一个自认卑微、缺乏自信的经纪人会在顾客面前塑一个什么样的个人形象,从容自信的经纪人必将会得到客户的依赖。在困难和危机面前也能做到冷静沉稳,凭借智慧,依靠耐心和毅力,化险为夷。正如法国哲学家卢梭所说:“自信心对于事业简直是奇迹,有了它,你的才智可以取之不尽,用之不竭。一个没有自信心的人,无论他有多大才能,也不能有成功的机会。”

当然,自信绝非盲目的自信。从个人角度讲,自信等于实力,自信来源于对自我的认识和把握。任何一个人都不可能是“完人”、“全才”,人必然有所长,有所短。曾有一位心理学家讲过,自信是建立在自己长处的基础上的。因此,经纪人应充分了解自己所长所短,从而创造属于自己的优势,体现个人的实力。从职业本身讲,自信取决于一个人对自己职业业务知识的掌握程度,取决于对市场

需求信息周密的调查研究和全面了解。总之，自信是一个经纪人魅力的源泉，成功的奥秘。

△ 主动热情

经纪工作是一种需要人付出大量智力和体力劳动的艰辛工作，而且常常要冒一定的风险。一些信息的获得，一桩交易的促成，并非一蹴而就，一步到位的，往往需要几番穿梭，从中斡旋，甚至经过几度反复，柳暗花明，才得以签订契约。这需要经纪人全身心的投入，付出极大的热情。热情的心理是经纪人必须具备的心理素质。

热情能赋予经纪人旺盛的精力，广泛的兴趣，始终处于一种积极、主动的精神状态。使他们对市场信息有一种敏感性。热情，也是经纪人与社会交际的需要。经纪人需要与各种各样的人打交道，结交众多的朋友，拓宽信息服务的渠道。人际关系学表明，一个热情的人，更容易为别人所接受。美国麻省理工学院凯利教授曾做过一个实验。一经济学教授因故请假，请他的研究生上课。上课前，凯利教授先给两组学生分别发了两份介绍研究生的材料，一份写“26岁，本校研究生，服过兵役，有一年半的教学经验，熟悉他的人都说他热情、勤奋、讲究实际而又果断的人”（显然为热情组）。另一份材料，仅把热情两字改为“冷淡”（冷淡组）。课后便要求学生填写一份有关对研究生印象的问卷表，结果，冷淡组认为研究生小气、斤斤计较，势利眼，无同情心。而热情组，则认为他体贴人、幽默、脾气好、乐观。可见，要想得到别人的热情，首先必须自己付出热情。

△ 豁达大度

经纪人应具有豁达的心理，能宽容、接受各种各样与自己性格不同，风格不同的人，并能“异中求同”，与各种类型的人建立良好的关系，以有助于自己经纪业务的展开。如现在有些期货经纪人，常遭被经纪人的误解，行情看涨，获得利益之明，对经纪人是千谢万谢，视若圣明，而行情见跌，亏本损失时，则破口大骂，毫不讲理。期货交易本身是不可能保赚不亏的。但作为经纪人应该以一种豁