



■ 经济管理 · 营销
■ 张其成 著

经纪人 经营方略

The managing
strategy
of Broker

■ 山西人民出版社



伦敦财经管理学院名誉院长
英国牛津·斯特拉德菲尔德 25 号
邮编:OX51DH
电话总机:01—6756007
1993 年 5 月 18 日

《序 言》

能被邀请为本书作序是我莫大的荣幸。众所周知,一个没有足够数量的、训练有素的经纪人的市场经济是很难正常运作的。英国的经济为此提供了一个良好的例证,因为英国的经纪人几乎无处不有,在经济的各个领域产生重要的作用,许多年轻的经纪人干得十分出色。

我已经注意到了,中国的经济在走向社会主义市场经济模式的道路上正发生着巨大的变革,这种变革导致了越来越多的经纪人的出现。今天,这些经纪人的经纪活动得到了立法的保护。

在英国,经纪人的商业活动已具有很长的历史,而中国的经纪人的数量还为数较少,并刚刚起步。很明显,这正是本书编辑与出版的动机。

我衷心希望这本书将为广大的读者们以及那些渴望成为职业经纪人的朋友们提供相关的知识与答案。

向中国读者们致以最诚挚的祝愿

伊·皮尔斯

**The Institute of Financial
and Management Studies**

25 STRATFIELD ROAD KIDLINGTON OXFORD OX5
IDH

Tel: 08675 77858

General enquiries Tel: 01-675 6007

May 18, 1993

Preface

It is my great honour to have been invited to write the preface for this book. As we all know that, without enough qualified brokers, the market economy can impossibly work. The British economy is a good example, since brokers are working in almost all of the fields and play a very important role. Many young brokers have proved tremendously successful.

I have noticed already that, China's economy is undertaking drastic changes based on the policy of socialist market economy. It has resulted in more and more brokers coming out and their business activities are legally protected nowadays.

Unlike Britain where the business activities on brokerage have been practiced for long, brokers in China are still fewer and new. Obviously it is the reason for this book to be written and published. I sincerely wish, the book shall provide relevant knowledge and answers to readers and those who are willing to become professional brokers.

Best regards to Chinese readers.

E • Pearce

目 录

上篇 经纪人概论

一 经纪人的服装与仪表	(2)
二 注重时间·地点·场合	(4)
三 初次上阵的心理准备	(5)
四 装备齐全,训练有素	(7)
五 制定工作计划	(8)
六 谈判技巧	(9)
七 名片—经纪人的容貌	(13)
八 要格外重视与客户的初次会晤	(14)
九 认真设计与客户的再次会晤	(19)
十 怎样写商业信函(附英文信件样本)	(21)
十一 写工作日志与编每周报表	(28)
十二 怎样打商业电话	(29)
十三 怎样发传真	(33)
十四 工作效率—经纪人应有的根本	(34)
十五 客户档案—您的资产目录	(37)
十六 名片就是金钱	(38)
十七 有效的使用各种资料 and 文件	(40)

十 八	什么是信息	(41)
十 九	怎样收集信息	(44)
二 十	怎样寻找可靠的客户	(47)
二十一	如何与客户进行感情交流	(49)
二十二	摘下您的有色眼镜	(52)
二十三	生意谈不成的原因是什么	(53)
二十四	妥善处理与客户的纠纷	(55)
二十五	把握住签订合同的关键时刻	(58)
二十六	客户选择经纪人的标准	(60)
二十七	经纪人对客户的选择与分类	(61)
二十八	用支票付款时的注意事项	(65)
二十九	对客户的信用度的考察	(66)
三 十	如何解放呆帐问题	(70)
三十一	怎样避免由客户破产导致的损失	(71)
三十二	如何对买卖双方违约进行索赔	(72)
三十三	安排商业担保的重要性	(74)
三十四	怎样安排抵押	(76)
三十五	如何对待破产的客户	(80)
三十六	解决买卖双方争执的良方	(81)
三十七	聪明的经纪人应有律师作朋友	(83)
三十八	如何理解几种商业中的犯罪现象	(84)
三十九	正确处理与同事之间的关系	(85)
四 十	努力搞好上下级关系	(87)
四十一	化干戈为玉帛	(89)
四十二	宴席上的小知识	(90)

四十三	怎样招待您的客人	(94)
四十四	西餐点滴	(98)
四十五	中餐的用法	(99)
四十六	馈赠礼品的意义所在	(100)
四十七	经纪人要会调整自己的情绪	(101)
四十八	要作爱读书的经纪人	(104)
四十九	经纪人要保持健康的体魄	(105)
五十	要学会主持会议和会谈	(107)
五十一	如何使您的讲话打动人心	(111)
五十二	如何与他人握手	(112)

中篇 证券经纪人

五十三	股票·债券·股票市场	(115)
五十四	谈股票的价格	(117)
五十五	从事股票交易需交纳何种费税	(119)
五十六	我国的证券商与证券经纪人	(120)
五十七	如何申请建立证券经营机构	(121)
五十八	怎样成为会员证券经纪商	(123)
五十九	证券经纪商开展业务的基本环节	(124)
六十	证券经纪人	(126)
六十一	佣金经纪人的素质	(129)
六十二	成为证券经纪人的条件	(133)
六十三	社会主义证券经纪人的特殊素质	(138)
六十四	兼职场外证券经纪人	(140)

下篇 期货经纪人

六十五	怎样订立进出口合同.....	(145)
六十六	什么是索赔条款、不可抗力条款和仲裁条款	(145)
六十七	什么是 FOB, C&F, CIF, FCA, CPT, CIP 等外贸 价格术语	(148)
六十八	什么是佣金和折扣.....	(149)
六十九	国际贸易支付中的货币有几种.....	(150)
七十	什么是外汇标价? 有哪些标价方法?	(150)
七十一	电脑的妙用.....	(152)
七十二	期货交易.....	(153)
七十三	期货交易经纪人.....	(156)
七十四	期货市场做投机生意的奥秘.....	(159)
七十五	期货投机的主要方式.....	(163)
七十六	期货交易的几种方式.....	(165)
七十七	收取保证金以防客户赖帐.....	(167)

附录:

1	台湾《国外期货交易法》.....	(170)
2	深圳有色金属交易所	(180)
3	上海金属交易所	(199)

随着我国经济体制改革的进一步深入，我国的“经纪人”已逐渐从地下转为公开，并开始在中国的经济舞台上崭露头角。

经纪人在西方国家被称之为“Broker”，是通过中介活动获取佣金的商人。在西方国家发达的市场经济中，经纪人多如牛毛，活动在几乎每一个经济领域中。从传统上讲，经纪人一般不占有商品，与客户之间并无连续性关系，只靠收取佣金来作为收入。然而，在近些年来，也有经纪人开始占有商品了。他们不仅提供中介服务收取佣金，而且也从事买进·卖出靠买卖差价来赚钱。这样的经纪人是具有较雄厚的财力，在西方被称之为专营商经纪人。

在解放前，中国的经纪人被称之为“掮客”。这是个贬义词，有不劳而获，玩弄手腕的含义。解放后，经纪人在中国一直遭到禁止和取缔。谁人稍稍尝试，便被视为“非法”和“投机倒把”。当然，在当时中国实行高度集中的中央计划经济的体制中，也确实不需要有经纪人的存在。在80年代开始的经济体制改革转换的浪潮中，中国的经纪人又悄然而生了，他们牵线搭桥，撮合交易，已渐渐成为商品生产、流通、消费中的重要桥梁和纽带。

外国有关法律、法规都对经纪人的合法身份予以确认，并保护他们的权益。我国对于经纪服务业的兴起也已开始予以扶持，对经纪人的合法身份也正在制订统一的法规予以承认，在各大城市已有相当数量的经纪公司、经纪事务所以及“头脑公司”开张营业。

在国外，经纪人在获得资格证书以后，必须在一人以上

的经纪机构服务，缴纳一定数额的保证金，取得资格，或受委托，才能从事中介服务。经纪人的佣金采取按商品成交总金额提取一定百分比的方法，一般采用递减法，即成交总金额愈大，百分比愈小。同时，对不同的商品的中介佣金也有不同的百分比，一般商品低，而紧俏商品高。佣金的高低和中介服务的难度、经纪人投入的多少，也有关系。这要经过双方协商来确定。

经纪人在市场经济体制中如鱼得水。各种商品人包括有形商品和无形商品的占有者都要通过市场进行交换。经纪人作为中介人可以为其实现最大的经济效益。明星、艺术家、作家为实现其最大的社会效益和经济效益，也离不了经纪人的中介服务。一句话，市场经济离不开相当数量的合格的经纪人；一个繁荣的蓬勃发展的市场的内部，也一定少不了一大批忙忙碌碌、辛勤工作的经纪人。

一 经纪人的服装与仪表

经纪人在社交场合的衣着服式十分重要。特别是初次会面，您的着装仪表提供了给对方留下第一印象的最具体的信息。为此，您作为经纪人应从以下三个方面加以留意：要选择与经纪活动相谐调的服饰；要给人以悉心修饰的清洁感；要端正洒脱。

首先是服装的选择方法。这要根据经纪人活动的内容而定。有时穿套装为宜，有时可换另一条裤子，还有时穿制服亦可。总之，朴素的服装给人以庄重之感。

在较为正式场合，男士多穿素雅色的西装。初夏到入秋可穿套装，但最好不要带方格花纹等以免看上去过于华丽。要慎穿不成套的西装背心和裤子，以免破坏和谐。皮鞋黑色居多。女士的服装也以素净为宜。或穿样式普通的套装，或穿朴素淡雅的连衣裙、套裙。最好不要穿对襟毛线衣、毛衣。可穿常见的无带高跟鞋。

实用性很强的男子西装给人以精悍、潇洒之感，洋溢着青春的气息。非正式场合可选择夹克、西装背心、毛衣、茶色皮鞋。注意挑选有别于游戏服的颜色、花纹、样式。日常经纪活动中女子着装较为随便，如：套装、套裙、夹克高领毛衣、平跟无带皮鞋，但不宜穿过于花哨宽大罩衫、T恤衫、汗衫等。

其次是给人以清洁感。为了保持服装的整洁，要进行适当的洗涤、熨烫，鞋应经常擦拭，得体的装束既能提高工作效率，又合乎礼仪。扣子应扣得整整齐齐。无论套装或是夹克都应该如此。夏天不系领带时，不要把它叠好后放在胸前的口袋，最好收在不引人注意的地方。

男士仪表的重点是修面、衬衣和鞋子、胡须应天天修剪，以免影响整洁。

男士女士在工作中不应用手或梳子挠头。头型要提前整好，手指非常显眼。因此要经常修剪，洗净。女士应施淡妆，装饰品也应保持适度，衬衣和罩衫最好醒目。上衣即使显旧，也要时常浆洗熨烫，这样能给人清洁感。即使穿上新做的套装，如果里面的衬衣不洁，也会影响整体的谐调。

鞋子非常显眼，如果上面溅有泥点或鞋跟磨损会给人一

种拖遏之感。所以您最好能时常擦拭，以使您能永远“足下生辉”。

二 注重时间·地点·场合

谈到服装的常识，您应从时间、地点、场合几方面加以考虑。这样做的理由在于能与周围的环境相互融洽和谐，不至于给对方失调之感。

随着物质生活的丰富，人们的选择范围不断扩大。现在不仅年轻人，就连中、老年人的服装也发生了瞩目的变化，开始追求鲜艳华丽。当然这样做无可非议，但倘若身着有悖于工作气氛的服装，仪表打扮显得傍若无人，我行我素，就有些不妥了。

现在过于强调个性的风气日盛，在这种形势下，经纪人切不可随波逐流，注意对自身的仪表打扮保持适度。

个性化的着装固然重要，但必须受到时间、地点、场合的约束，当然随着时代的前进一切都在变化，时间、地点、场合也不例外，明快华丽的倾向动摇了以往的呆板，对此您不必多虑，问题的关键是您怎样使自己根据工作的需要做到不偏不颇，保持适度。

经纪人的活动虽然是外向型的。但商业社会却是意外的保守。因此，您的服饰必须受制于时间、地点、场合，必须整洁潇洒。

为了达到上述目的，应注意服装及色彩的搭配，倘若色彩失调，使人感到轻薄，有失体面。白色一般为衬衣的茎调，

平时如想换成其它颜色，可选择素净的单色、细条纹，或不显眼的花纹。服装整体的色调搭配以二到三色为宜。即使女士，其颜色如超过以上标准，也会影响全体美。女士服装的颜色对比，色量的均匀十分重要。晚上参加集会时可穿优雅的盛装，配之与年龄相符的修饰性强的装饰品。但是如果想突出个性，亦也换上逛街时的服装。

爱吸烟的人要仔细刷牙，洗净手指上残留的烟油污迹，喜好蓄发留须的人需拿出比平常人多一倍的精力来加以修整。

女士的化妆要恰到好处。多余的口红用纸巾轻轻擦去，指甲修剪要恰到好处，否则影响清洁感进而影响全体的和谐。此外花露水、香水的使用也应适量。无论男士还是女士都要防止口臭。平素起居饮食要有规律、经常保持最佳健康状态。眼镜注意保洁，经常擦洗，消除镜片上的污迹。人前不宜用深色镜片，晚上最好不要戴墨镜。

三 初次上阵的心理准备

初次从事经纪活动时，谁都会有一种紧张、忐忑不安的感觉。特别是缺乏经验，阅历不深的新手更是感到一种恐惧感。这些都会随着经验的不断积累而逐步消除。常言道：熟能生巧，岁月的流逝有时会使您的恐惧感转而成为一种快感。那么，作为新手，初次上阵，应该注意些什么、如何来行动呢？

首先要精神准备，带着信念和自信来工作。推销活动的目的不仅要将自己公司的商品卖给对方，而且要使对方通过

购买自己的商品得到实惠，满足愿望。这点是您应时刻牢记的。

洽谈时，要对自己手中的商品和有关信息了如指掌，具有自信。而这种自信来自于对自己商品的百分之百的了解。

一名优秀的经纪人往往在准备工作上不惜花费时间。充分计划准备，是生意成功的第一步。“好的准备是成功的一半”。

有人说，一流的推销员是遭到客户回绝最多的人。而一个优秀的经纪人则是从无数次失败中成长起来的。在接洽生意时不要怕回绝，要以乐观的态度接受这样“理所当然的事情。”

经纪人的活动应从“出售自己”开始做起，然后是商品的实用性以及商品本身。因此，设法使对方记住您的名字和容貌是十分重要的。

客户对自己商品关心程度如何，自己商品的信用度怎样，存在什么问题等诸如此类的市场调查比说服客户，推销产品更为重要。

谈生意不能操之过急，想通过一两次走访便大功告成，实属不可能，因此要有锲而不舍的精神。

注意不要将您的想法和盘端出，应留有余韵。如果您把所有的话题和商品说明一股脑儿的讲完，就会使客户失去继续接洽的欲望。因此您最好留有余韵，使客户愿意继续联系。另外，除了谈话留有余地外，还应该积极创造一些获得再次接洽的机会。

最后再谈谈有关礼仪。如果您能礼貌待人，温文而雅，必

然会得到客户的好感，从而受到欢迎。即使您缺乏娴熟的谈话技巧，销售技术不高，也会由于您的开朗的态度、爽快的应酬，而使缺陷得到弥补。即使吃了闭门羹，也应保持冷静，仍旧以礼相待。

以上是新手阶段的经验谈。经纪人应具备“打开客户心扉”的勇气、果断性和力量。

四 装备齐全 训练有素

在现代经纪活动中，除了口头表达外，为了提高劝说的效果，有必要准备一些辅助性的装备。光靠三寸之舌有可能引出客户的反感或戒心。如果让他们亲自目睹，精心思考，就会大大缩短成交过程，从而赢得客户的心。

经纪人活动不可缺少的装备有，电脑，用以贮存和处理信息、公司介绍信、商品目录、价格表、印章、名片、笔记本、订货合同书、规格明细表、样品，消费者动向资料、统计表，报纸杂志的介绍报道，作为专职的经纪人要提高谈判效果，抓住客户的心，就得刻意求新，做到装备齐全，训练有素。

例如将已有的小册了、目录裁剪开做成客户一目了然的说明书，或带有肖像画或照片的名片，带有插图的豪华记录簿等，总之要最大限度发挥您的想像力，以期得到最佳效果。另外，经常在这方面加以留意，会使您培养起良好的工作态度和热情，并会增添工作中的乐趣。

您在自制辅导型有关用品时，要在大小、形状、色彩上

下功夫，做到赏心悦目。要有新鲜感，如彩色插图等效果颇佳。为了尽快唤起客户的注意，您制作的图表等应将重要的部分放大并在字体上下一番功夫。

即使您有时绞尽脑汁，刻意创新，其效果也往往不能尽如人意。但如果您制作的内容与客户的切身利益有关，则情况就大不相同。因此您应尽力做到与客户的利益挂起钩来。

无论您使用现成或自制的用品一定要做到适时。客户对您所谈生意不感兴趣，自不必说，如果客户一时难以定度，处于犹豫不决之时，您就应该瞅准时机，主动出击，做到力劝，请您牢记：只有不失时机，才能得到最佳效果。

有了电脑，就要能熟练地运用，先进的设备，巨大的信息库，一定会赢得您的客户的信任。作为经纪人，您还应该随身携带计算器，以便能在客户面前熟练而精确地计算交易额，利润、利润率等。

五 制定工作计划

工作计划必须形成文字落实到书面上。这点在订计划时不应忽视。有些人认为，我已经记在脑子里了，没有写出来的必要。其实您记在脑中只能表明您有这方面的打算，还不能算是“计划”形成文字的计划具体明确，有很强的约束性，打算不过一些想法而已。我们常听到有人悔叹道，我打算做了，但至今尚未着手。为了避免这种空谈，“写在纸上”是您要做的第一步。

每天都要有明确的目标。某一行行动应达到什么样的效果，

您必须清楚，否则您的计划将失去意义。目标暧昧、行动拖沓，必然与成功无缘。

计划要做到每天修改。切忌那些不顾客观情况已发生变化，而一味盲目的按原来的计划行事的做法，要随机应变。提前修订计划。

六 谈判技巧

谈生意涉及到主顾双方，作为经纪人，不应该唱独角戏。应倾听客户所关心的事，这时要避免那些索然无味，无关紧要的话。为了了解客户想知道什么，须从向客户提问入手。访问就是走访提问，经纪人应深谙此道。所提的问题涉及以下内容：猜度客户的情况，了解客户的本意，探知客户的构想等等。这样的提问如果有的放矢，客户必然会做出反映，生意谈判取决于提问的次数和内容。

客户往往不能十分理想地回答您的问题，而且有时会出现语塞现象，这就需要您努力在向客户提简明易答的问题上下功夫。

要尽可能让客户多谈。客户的话可谓多多亦善。这样您就能够从各方面了解他们。销售员单方面的喋喋不休，口若悬河，无法窥探客户内心世界。人为什么长着一张嘴两只耳朵？这就是意味着听比说更为重要；为了引出对方的话题，您的提问是至关重要的。

谈话焦点应落在客户所关心的问题。销售谈判技巧无论多么高明，倘若没有给客户留下深刻的印象，便是一种失

败。同样，在进行商品说明时，即使自己谈得非常简明扼要，浅显易懂，如客户无意倾听，也不会产生良好效果。但如果您的说明正好与客户的兴趣相吻合，必然会引起共鸣。

长话短说，察颜观色，注意客户的反映，使对方开口讲话的方法不仅限于您的提问，而且需要主动刺激对方的谈话欲。在解释商品和相关信息的特征时，由于想尽可能介绍的详细些，不知不觉把话拖长了。其实需说明的内容往往不是一气呵成的，中间有若干处停顿，这时您可把话收住，静静等待客户的反映，如果客户提出疑问或进行反驳，您再进行适当的应答。有些销售人员之所以喋喋不休地谈，是因为他们担心沉默、冷场。其实，沉默也是一种谈判的技巧。

要诱导对方谈他所关注的事情。在你们谈判的间隙，客户有时会就刚才谈话的某些内容提出疑问，如何来很好地回答对方的提问是进行商业谈判的重要技巧。

谈判是按您的步调进行，还是按客户的步调呢？立场的不同，其结果也大不相同。如果按客户的步调进行，谈判时间由对方决定，从而主动权掌握在对方手中。这样往往容易在与正题无关的闲聊上兜圈子，最后使您应该打听的没有听到，应该说的没能说出。假若以您的步调推进谈判，就会提高访问效率。

获得谈判主动权的第一机会在于谁先引出话头儿。如果客户先发制人地说：“今天来有何打算？”您就只得被动地回答：“噢，是这么回事儿……”。这样一来，客户就占了上锋。如果您主动出击说：“我今天是因××事专程前来拜访，不知意下如何？”此时，客户就只得答话了。倘若接着对方的答话