

《中国潮》丛书

经纪人操作技巧



1999年11月
18.80元

陕西人民出版社

《中国潮》丛书编委

主 编
副主编
编 委

李鼎新
张 辉
李鼎新
齐捧虎
姬广波
穆争社

郭立宏
齐捧虎
郭立宏
许璋勇
马险峰

张 辉
李忠民
荣 超

序

改革,世界的潮流。

中国人民在本世纪最后 20 年扬弃了走而不通的路,终于拉开了改革开放的帷幕。……

十几年的艰难历程,十几年的呼啸经营,几十年的丰硕成果,改革把中国人推上了不断思索、不断实践、不断追求的新路。

现在,中国人又登上了社会主义市场经济的巅峰。“一览众山小”。灿烂辉煌的目标,鼓动着 11 亿多中国人更加坚定地攀登无限风光的“险峰”。

中国人坚定的改革步伐,正准备雄壮威武地跨越 20 世纪的门坎,迈向新世纪。

世纪之交,我们将面临着难逢的机遇,也将要遇到冷酷的挑战。

“入关”将把国门开得更大;

社会主义市场经济的东风将荡涤旧体制阻碍生产力发展的一切桎梏,市场经济体制的建立、完善、发展,将引发百鸟齐鸣、百花齐放、百业兴盛。

改革和发展将带来更加巨大的影响,产生一场更加深刻

的思想革命。政府的职能和行为,企业制度和经营,人们的思想和观念,将发生彻底的变化。

那么,在世纪之交的近几年中,中国的改革与发展将发生哪些令人瞩目的变化?这些变化将对热心改革的中国人产生什么影响?为此,我们推出了“中国潮”丛书。

这套丛书的作者,大多数为30岁左右的博士生、研究生、讲师,也有不惑之年的教授、副教授。他们将以锐敏的观察力,特有的分析力,从历史的沉思中,现实激烈的竞争中,以危机的沉重感、紧迫的时代感、选择的欢跃感为人们勾划出中国社会经济发展的趋势和“热点”,描绘出中国社会经济不断涌现的“时代潮”。

“中国潮”将把思考的焦点,放在对国民价值观念、行为和生活的影晌上。这套丛书是献给关心中国改革与发展,同时又关心自己在改革与发展过程中前途命运的国民的一份礼物。

这套丛书,将分两批推出。第一批有:

回天之术——企业危机与拯救;迎接竞争就业的挑战——推销自己;经纪人操作技巧;期货交易:投机、风险、暴富。

《回天之术——企业危机与拯救》一书在对企业经营环境进行系统分析的基础上,全面剖析了企业危机的发生、发展的各个方面,同时,紧紧抓住时代发展变化的趋势和特点,结合中外企业拯救的成功案例,有针对性地提出了各种反危机措施,帮助企业突破逆境,在转换机制的震荡中,走向复兴。

《迎接竞争就业的挑战——推销自己》一书将对在中国改革就业大潮中,如何推销自己,提出创造性的思路:提高素质,增强能力,“身怀绝技”参与竞争;学会推销自己的艺术,掌握推销自己的程序,驾驭推销自己的技巧;使自己成为市场经济

中人才竞争的佼佼者。

《经纪人操作技巧》以通俗的语言,大量的资料,纪实的文字,唤出了市场经济中的“经纪人”,该书不但为千呼万唤出来的经纪人正名叫好,而且为有志于从事经纪人活动的人们提供“经纪”指导,重点介绍了商品现货、房地产、证券、期货、科技成果及文化艺术的经纪艺术和技巧。

《期货交易:投机、风险、暴富》一书,根据市场经济发展的规律,科学地预测和判断,中国在90代后期,将兴起一种高级市场:期货交易,这种投资热点将以其独特的力量,吸引人们在投机风险中谋求暴富。你想发财吗?这本书将告诉你如何认识期货,掌握期货交易基本而实用的操作技能,帮助你在期货交易的实践中,避免盲目性,少走弯路,取得成功。

“春江水暖鸭先知”,我们希望,“中国潮”丛书,能给人们一些启迪,使之在竞争的惊涛骇浪中,把握沉浮,取得成功。

李鼎新

1993年6月于西大

目 录

1. 经纪人走入市场大舞台	(1)
1.1 经纪人走入市场大舞台	(1)
1.2 神通广大的资金经纪人	(2)
1.3 捧出明星的文化经纪人	(4)
1.4 神出鬼没的证券经纪人	(7)
1.5 农民当起经纪人	(8)
1.6 经纪人:诱人的职业	(10)
1.7 欲说当年好困惑	(11)
1.8 冲破供求的迷雾:开拓新天地	(14)
1.9 希望是一个太阳,成功是一轮月亮	(17)
1.10 当代中国“洋经纪”	(19)
1.11 检察长为经纪人下海“保驾护航”	(22)
1.12 掌声响起来,你心可明白	(23)
2. 经纪人操作要领	(26)
2.1 没有“姓”别的市场经济	(26)
2.2 市场经济的六大特征	(27)
2.3 “造海”15 年	(29)
2.4 市场万花筒	(30)
2.5 市场经济呼唤经纪人	(32)
2.6 经纪人史话	(35)
2.7 特殊经纪人——买办	(37)

2.8	经纪人大家族	(41)
2.9	现代新型经纪人	(42)
2.10	经纪人基本素质五条	(44)
2.11	经纪人的法律地位	(47)
2.12	经纪人资格证书的获得	(48)
2.13	经纪人七戒	(49)
2.14	理直气壮地拿佣金	(51)
2.15	经纪人纳税名目	(52)
2.16	经纪人与合同	(53)
3.	经纪人操作技巧	(54)
3.1	从不起眼的小买卖做起	(54)
3.2	寻找看得见的客户,中介看得见的商品	(55)
3.3	获取市场信息的技巧	(57)
3.4	成功经纪人十戒	(59)
3.5	推销座右铭	(62)
3.6	超级推销诀窍	(64)
3.7	不仅推销已准备好的东西	(66)
3.8	打电话的技巧	(67)
3.9	对付客户削减佣金三招	(68)
3.10	防止被“甩”四招	(70)
3.11	几种成交技巧	(72)
3.12	联手操作技巧	(73)
3.13	在四种情况下应该放弃这笔交易	(75)
3.14	合作技巧:让朋友先选择	(76)
3.15	商务谈判基本功五种	(77)
3.16	商务谈判技巧三则	(78)

3.17	商务谈判策略六条	(79)
3.18	商人的生命周期	(82)
4.	现货交易经纪操作	(84)
4.1	现货交易:经纪人成长的沃土	(84)
	A. 惊险的跳跃:产品——商品	(84)
	B. 助跳的经纪人	(85)
	C. 现货交易经纪人操作技巧	(86)
4.2	成功的现货交易经纪人	(86)
	A. 总裁只缘做“红娘”	(87)
	B. 牟老板发于做经纪人	(88)
	C. 穿着皱巴巴西服的经纪人	(89)
	D. 昔日扛大枪,今朝做“媒婆”	(90)
	E. 漂洋过海做“月老”	(90)
	F. 从高楼大厦跳下海	(91)
	G. 绿裙子飘起来	(94)
	H. 亿万富翁踩着经纪人的肩膀	(95)
	I. 他给咱乡党当经纪人	(96)
	J. 温州有一帮“洋买办”	(97)
4.3	跨出国门的经纪人	(97)
	A. 国内代理	(98)
	B. 国外代理	(99)
4.4	拍卖之槌在经纪人手中飞舞	(100)
	A. 拍卖的“五脏六腑”	(100)
	B. 谁是新的“卖国贼”	(103)
	C. 庐山别墅大拍卖	(104)
	D. 卖“发”的经纪人	(106)

	E. 破产拍卖获新生	(106)
	F. 拍卖经纪人送上便宜货	(107)
	G. 书声伴槌声	(108)
5.	期货交易经纪人及其操作技巧.....	(109)
5.1	四世同堂——耀眼的期货市场	(109)
5.2	市场创造者	(111)
	A. CFTC 监督下的市场创造者	(111)
	B. 金字塔式的期货市场体系	(114)
	C. 经纪商及其运作	(116)
5.3	往事依稀, 岂堪回首.....	(118)
	A. 风风雨雨话期货	(118)
	B. 旧中国经纪制度及其交易特点	(119)
	C. 叱咤风云的经纪人	(121)
5.4	期货经纪人操作技巧	(123)
	A. 价格发现与市场竞价	(123)
	B. 套期保值的技巧	(125)
	C. 风险投资与价格走势	(127)
	D. 期权与风险管理	(129)
5.5	咄咄逼人的第三热点	(132)
5.6	阳光下的阴影	(134)
6.	房地产经纪人及其操作技巧.....	(137)
6.1	后起者之路	(137)
	A. GRI 造房与造人	(137)
	B. 经纪人行为的构造	(138)
	C. 全国特许销售网络	(140)
6.2	终极赚钱机	(141)

6.3	房地产是件奢侈品	(143)
6.4	丰厚的利润本身就是陷阱	(144)
6.5	机遇·挑战·素质	(146)
6.6	房地产经纪人操作技巧	(147)
	A. 重要的不是推销房产,而是推销观念 ...	(147)
	B. 房地产经销商的广告策略	(148)
	C. 获得潜在的客户	(150)
	D. 送你一个致富的支点	(152)
	E. 突破防线的迂回策略	(154)
	F. 拥有一片故土——奇特土地经销创意	(155)
	G. 选择适当的经纪契约	(157)
6.7	纵横四野的房地产经纪人	(158)
	A. 40岁崛起的房地产巨头	(158)
	B. 炒楼圣手	(160)
7.	科技成果转让经纪操作	(163)
7.1	把“第一生产力”嫁出去	(163)
	A. “皇帝的女儿”也愁嫁	(163)
	B. 搭“鹊桥”的科技经纪人	(168)
7.2	当代科技经纪人	(169)
	A. 标准的科技经纪人	(169)
	B. 科技经纪人操作技巧	(170)
	C. 科技经纪人素质要求	(172)
	D. 科技经纪人的陷阱	(173)
7.3	科技经纪人操作花絮	(174)
	A. 市场海洋“救生员”	(174)
	B. 怪论变巨富	(176)

	C. 槌声敲响了教授们的心扉	(179)
	D. 团市委书记当科技经纪人	(180)
	E. 高新产业显神通	(181)
	F. 从被告席走向大款	(182)
8.	证券经纪人及其操作技巧	(186)
8.1	坎坷的历史	(186)
	A. 查理九世的敕令	(186)
	B. 从俱乐部到竞技场	(187)
	C. 梧桐树与咖啡馆	(189)
8.2	在天堂与地狱之间	(190)
8.3	丑陋的经纪人	(192)
	A. 《合并狂一套利, 华尔街最佳赚钱秘诀》	(192)
	B. 欲海难填	(194)
	C. 野村公司的黑色幽默	(196)
8.4	竞争利器与操作技巧	(197)
8.5	令人困惑的绝招	(199)
8.6	证券经纪人的操作技巧	(201)
	A. 证券经纪人的广告策略	(201)
	B. 盲点管理与证券投资	(202)
	C. 冲破樊篱	(204)
8.7	专职股票经纪人写真	(206)
8.8	华人证券英豪录	(208)
	A. 金融魔术师——蔡志勇	(208)
	B. 纽约投资业中的华人明星——张家剑	(209)
9.	保险经纪人及其操作技巧	(211)
9.1	上帝确实在掷骰子	(211)

9.2	支撑保险业大厦的栋梁	(212)
9.3	旧中国的保险经纪人	(215)
9.4	保险经纪人的行为特点	(217)
	A. 保险是一种无形商品	(217)
	B. 保险推销中的职业化	(218)
9.5	保险经纪人操作技巧	(220)
	A. 自我管理的概念	(220)
	B. 跨越失败	(221)
	C. 阿米巴原虫裂变效应	(223)
	D. 蜜蜂与苍蝇——提高你的适应性	(225)
	E. 冷淡陷阱	(227)
9.6	世界保险业巨头大写真	(229)
	A. 聚财之神——蔡万霖	(229)
	B. 保险业怪才——斯通	(231)
	C. 美国保险业的拓荒者——德雷顿	(232)
9.7	国际保险市场与经纪人纽带	(234)
	A. 劳埃德保险人协会	(234)
	B. 美国纽约保险交易所	(236)
10.	信息、文化、娱乐经纪人及其操作技巧	(238)
10.1	信息经纪人叩击市场经济大门	(238)
	A. 游玩于信息场中的“倒爷们”	(238)
	B. 经纪人中的“泥腿子”	(244)
10.2	方兴未艾的人才经纪人	(248)
	A. “猎头公司”	(248)
	B. 人才经纪业探出小脑袋	(248)
	C. 职业介绍所人才济济	(249)

	D. 电脑“红娘”——联姻经纪人高招	(250)
10.3	红红火火的文化艺术经纪人	(251)
	A. 就是要给被经纪的人挣钱	(251)
	B. 乘船下海,同舟共济	(252)
	C. 文化艺术经纪人操作技巧	(254)
10.4	经营有方的文化出版经纪人	(255)
	A. 王朔:我想有个经纪人	(255)
	B. 出版经纪人亮相了	(256)
	C. 出版经纪人操作技巧	(257)
10.5	为人作嫁的广告经纪人	(258)
	A. 广告经纪人操作技巧	(258)
	B. 新思维——办个广告俱乐部	(261)
	C. “两栖”广告经纪人	(261)
10.6	把足球踢向世界——体育呼唤经纪人	(263)
10.7	经纪人牵着模特之手	(265)
11.	经纪业的发展与管理	(267)
11.1	时代的产儿	(267)
	A. 安门立户新一族	(267)
	B. 黄坎肩的神秘与“BP”机的潇洒	(268)
	C. 从“地下”走来	(269)
11.2	几多欢喜,几多愁	(271)
11.3	没有规矩难成方圆——经纪人的呼唤	(273)
	A. 鬼鬼祟祟——行为的隐蔽性	(273)
	B. 无可奉告——行为结果的模糊性	(273)
	C. 不能跟着感觉走——经纪人行为控制	(274)
11.4	何不潇洒走一回	(276)

经纪人走入市场大舞台

1.1 经纪人走入市场大舞台

经济生活市场化的浪潮,在神州 960 万平方公里的土地上汹涌澎湃,千百万弄潮儿站立潮头,独领风骚,促进市场的繁荣和社会经济的高速发展。在所有弄潮儿当中,经纪人独树一帜。

改革开放前,经纪人在大陆几乎已销声匿迹,而随着改革开放步伐的迈进,经纪人也悄悄地步入市场经济的大舞台。在当今几乎所有的生活资料市场、生产要素市场,甚至社会生活中,人们处处可见经纪人的身影。从油票、烟票、国库券到股票、期票;从粮食、钢材、彩电到筹措资金、引进外资,甚至出国,经纪人在处处显示出他们的能量。

经纪人留给人们的印象是:

——他们爱撒名片,叼进口烟,胳膊下夹着董事包,他们往往信息灵通,凭借报纸、电话、传真、计算机联网等最现代化的通讯手段,准备随时投入到市场的搏杀之中。

——他们路子广,从钢材、汽油、进口汽车、煤炭等紧俏物资到布匹、瓜子、纽扣之类的日常生活用品,无所不能经营。

——他们能量非凡,上到中南海,下到蒙古包,没有钻不

透的墙壁,没有打不开的城门,没有做不成的生意,除了拐卖人口、贩大烟等国家禁止的事外,没有不可干的事情。

——他们收入可观,1000元回扣权当打牙祭,10万的佣金在掌心也不感到烫手。

.....

经纪人,在旧中国称之为掮客。在近年里,北京称之为“倒儿爷”,上海称之为“黄牛”,深圳等地则称为“炒家”。在文化圈内,他们则有一个近年来人所共知的名字:“穴头”。

“掮客”、“穴头”、“倒儿爷”,从这些贬义的称谓中无疑可以看出两点:一是说明传统的产品经济社会里人们对于从事中介交易活动的偏颇认识;二是说明国人中“重本拟末”的小农经济意识犹存。其实,经纪人是市场经济发展到一定程度的产物,是促成各种买卖交易双方成交的中介人。市场经济是依靠市场交易来配置稀缺的经济资源和调节经济运行的,要进行市场交易就必须耗费交易费用。在市场交易中,常常有交易费用过大导致交易无法进行的现象。经纪人的根本作用就在于节约交易费用,从而促使整个社会经济流通费用的节约。因此,他们并非是社会蛀虫,而是市场流通的润滑剂。他们积极地活跃于市场经济的舞台上,成为我国市场经济体制建设的拓荒牛、铺路工和建筑师。

他们也应属于那些中国第一个敢吃螃蟹的人!

1.2 神通广大的资金经纪人

他是上海某家中型化纤厂的厂长,常为家底薄、产品不对路所苦恼。最近,他说破嘴皮跑断腿,好不容易承接了一笔大

宗生意,为此急需购置一套生产流水线。他投入全部的流动资金,但仍差 60 万元。在国家银行普遍银根抽紧的情况下,这 60 万元到哪儿贷呢?

就在他苦恼惶惑的时候,一位姓刘的经纪人翩然而至,不紧不慢地从自己的公文包里掏出一张香水名片,接着又极其潇洒地扔给厂长一支外烟,“这事并不难,只要厂长您破费一点,……”厂长一听不禁喜上眉梢,连忙让座、拿烟。一番并不复杂的谈判,刘便手拿着委托书,悠悠然地走出了厂长室的门。

几天后,在刘的撮合下,一家信用社一下就贷给了那家企业 60 万元。结果呢,自然是各方皆大欢喜。

由于“资金经纪人”和借贷双方都有一定的联系,因而,经他们牵线搭桥的生意往往成功率很高。这能不能说是一种有益的补充呢?不过,话还得说回来,由于经纪人的活动没有纳入法制的轨道,况且彼此的交易又都是在半公开或隐秘的情况下进行,因此,双方信守“君子协定”还罢,一旦借、贷方拖延、拒付或赖帐,那经纪人可要“罪责自负”了。他们只好“披甲上阵”、亲自出马,扮演“讨债鬼”这个滑稽而又艰辛的角色。

上海青浦县某个体贸易商行经理杨某,西装革履,谈吐不凡,被当地人称为财大气粗的“农民企业家”,可就是拖欠了邻近嘉定县某私人信用社的 10 万元贷款不还。对此拖欠负有直接责任的经纪人胡某奉命前往讨债。临行前,债主再三关照:“这次无论如何也要把钱讨回来,胆子放大些,出了事我兜着!”

有了债主的这句话,胡的心里踏实多了。他深知杨的秉性,“正面交战”恐怕万难取胜,要讨回这笔“千年不赖、万年不

还”的“阎王债”，必须采取“迂回战术”。

到了青浦后，胡通过熟人介绍，与商行的会计挂上了钩，并在烟来酒往中说明了原因，声称对方只要助一臂之力，事成之后可得辛苦费 600 元。该会计与杨早有隔阂，在重金的诱惑下，充当了“军中奸细”。

根据对方提供的线索，胡当晚叩开了杨情妇的房门，500 元钞票往桌上一拍，诱其“招”出与杨的“交往”。这位情妇正为杨另有新欢而恼怒，哭哭啼啼地说出了杨偷税漏税等不法行为。这些话当场被胡藏在衣兜里的微型录音机录下。第二天，胡大摇大摆来到商行杨的办公室，拿出一盘复制的录音带，不时地“旁敲侧击”、“指点迷津”，随后意味深长地扬长而去。不久，这笔 10 万元的欠款便如数“完璧归赵”了。

以上事例可以看出，资金经纪人的出现，在某种程度上反映了我国金融秩序存在的某些混乱和不足。的确，金融市场在我国还属发育不全的市场，它存在的主要问题是供求信息不畅通、资本价格不波动，这恰恰为经纪人提供了广阔的活动舞台。解决问题的根本措施在于，让各个金融机构成为市场的主体，自主经营、自负盈亏，用法律手段规范金融市场的交易行为和经纪行为，以保证经纪人的正当权益。

1.3 捧出明星的文化经纪人

最近，中国体育界发生了一件很出名的事情，中国羽毛球队领队兼主教练王文教状告新华社记者污辱贬低他的人格，居然把他列入“走穴那种人”，于是一场长达 10 个月的官司，围绕着“究竟是否走穴了”和“说你走穴算不算污辱人”等问