



经纪人必备手册

张文德 编著

广东科技出版社

内 容 提 要

本书主要是围绕经纪人应掌握的知识，应具备的素质和技巧，以及需要了解的法律、法规等方面的内容而撰写的。全书包括经纪人与经纪技巧；信息理论基础知识；信息市场与信息经纪人；对外经贸及纳税知识；经纪人应掌握的合同基础知识；公共关系与谈判技巧；股票投资技巧；期货交易技巧；房地产经营技巧；技术经纪人及文化、体育经纪人的经纪技巧等。

本书具有较好的实用性和操作性。它对有志从事经纪业和已经从事经纪业的人，以及从事研究经纪专业方面的人都是一本难得的必备手册，它也是经纪人培训的理想教材。

前 言

伴随着社会主义市场经济的发展，在中国大陆上销声匿迹了几十年的经纪人，如今又堂而皇之地出现在商品经济的大舞台上。经纪人是市场经济发展的必然产物。在大力发展生产资料市场、金融市场、房地产市场、技术市场等过程中，经纪人通过自身掌握的知识技能，可靠、快捷的供需信息，发挥自己较强的公共能力，提供灵活、便利的交易方式，从而得到买卖双方的认可和市场的回报。经纪人的活动有其独特性，它不同于一般生产经营活动，是有形的硬投入与无形的软投入的有机结合。经纪人在市场经济的发展中，起到了越来越重要的作用。

在我国由计划经济向市场经济转轨过程中，社会各界对经纪人需求量迅速增大，希望有更多的经纪人牵线搭桥，介绍买卖，沟通信息，了解信息反馈内容，甚至组织交易等。然而，经纪人应掌握哪方面的知识，具备哪些方面的素质和技巧，了解哪方面的法律法规，也没有明确规定，现在国内有不少城市要求经纪人必须经过培训，合格者发给资格证书，方能从事经纪活动，但是各地经纪人培训的内容也不尽相同，本人在吸取各地经纪人培训内容的基础上，确定了经纪人所必须掌握的知识，撰写了此书，该书是作者通过搜集大量资料进行系统研究而写成的，它具有较好的操作性、实用性。

本书对于指导一切有志于从事经纪活动的人迈入经

纪职业的大门；对于正在从事专、兼职的经纪人提高经纪水平和业务能力，增强市场经济意识将有所裨益；也可以作为经纪人业务培训的理想教材。

本书在撰写过程中，得到了浙江大学图书馆余向春教授、福州市商业局曹红艳同志、福州市工商局张圣国同志、永安市工商局苏晓晖同志的支持和帮助，在此向他们表示诚挚的感谢！

由于经纪业务在我国尚是一种新发展的业务，目前，有关方面的研究成果甚少，本书不成熟和不完善之处在所难免，敬请读者批评指正。

作 者

1993. 7.

目 录

第一章 经纪人与经纪技巧	(1)
经纪人的特点及其类型.....	(1)
经纪人呼唤合法的地位.....	(6)
让经纪人从“地下”走到“地上”.....	(7)
经纪人现货交易的技巧.....	(9)
经纪人应该掌握识别各种价格欺诈的技巧.....	(10)
经纪、代理的异同.....	(11)
第二章 信息理论基础知识	(15)
信息及其特征.....	(15)
经纪人应该增强信息意识.....	(16)
信息交流的方式及搜集的原则.....	(19)
信息搜集的基本渠道及素材的积累.....	(23)
信息服务及市场前倾规律.....	(27)
经纪人应注意搜集哪些信息.....	(30)
第三章 信息市场与信息经纪人	(31)
信息市场形成的背景及其特性.....	(31)
信息市场中的信息推销.....	(34)
信息商品的市场价格.....	(37)
信息经纪人与信息经纪业.....	(39)
信息市场中信息商品的营销策略.....	(50)
第四章 对外经贸与纳税知识	(55)
外商投资企业进出口货物申请办法.....	(55)

外商投资企业申领进口货物许可证的规定	(57)
外商投资企业产品出口许可证的申领	(59)
进出口货物报关须知	(60)
外商投资企业进出口货物减免税手续	(60)
关贸总协定基本规则的主要内容	(61)
外资企业申请设立程序	(65)
经纪人应增强纳税意识	(66)
纳税基本知识	(68)
纳税人应懂得和遵守的若干事项	(71)
第五章 经纪人应掌握的合同基础知识	(74)
经纪人订立经济合同应当遵循的原则	(74)
经济合同的变更或解除	(77)
违反经济合同的责任	(80)
订立经济合同的程序	(82)
经济合同的形式	(86)
订立经济合同应具备的主要条款	(87)
经纪人在签订经济合同时应注意的问题	(94)
经纪人在履行经济合同时应注意的问题	(97)
经纪人在订立技术合同时应注意的问题	(99)
第六章 经纪人应掌握的公共关系与谈判技巧	(101)
谈判的基本知识	(101)
贸易谈判注意事项	(105)
经纪人谈判的策略	(108)
经纪人贸易谈判的技巧	(111)
经纪人利用公共关系的促销策略	(113)
第七章 货物运输知识	(115)
货物进出口运输	(115)

公路货物运输	(117)
铁路货物运输	(119)
港口货物运输	(123)
海运进出口危险货物的申办	(123)
危险货物进出港口的申办	(124)
第八章 经纪人应掌握的股票投资技巧	(126)
股票与证券一级市场	(126)
股票发行市场和股票销售方式	(130)
证券二级市场	(133)
股票交易实务	(137)
股票投资意识及股市行情	(146)
股票投资技巧	(149)
股票投资技术分析	(156)
第九章 经纪人应掌握的期货交易技巧	(159)
期货交易与现货交易	(159)
期货交易所	(163)
期货契约交易规则与期货市场	(165)
期货经纪公司及其经纪人	(169)
期货经纪中的指令类型及手势约定	(174)
期货交易的操作	(176)
经纪人对套期保值的运用	(180)
商品期货与金融期货的交易技巧	(184)
期权交易	(186)
外汇期货交易	(187)
国家对期货经纪公司的规定	(189)
第十章 经纪人应掌握的房地产经营技巧	(193)
我国房地产市场体系及其内部关系	(193)

房地产交易市场与交易所	(196)
房产出售、租赁、互换、抵押、典当及其经纪	(198)
房地产开发、经营及经纪人状况	(202)
房地产价格及其表现形式	(205)
房产价格构成因素	(208)
经纪人中介地产使用权转让应注意问题	(212)
涉外房产的买卖	(213)
美国房地产经纪业	(214)
第十一章 技术经纪人应掌握的经纪技巧	(220)
技术经纪人及其状况	(220)
技术转让与技术转让费用	(222)
技术经纪人应具备的素质和条件	(229)
技术经纪人的作用	(230)
第十二章 文化、体育经纪人应掌握的经纪技巧	(232)
我国的文化市场	(232)
文化经纪人及其状况	(233)
体育经纪人及其状况	(236)
文化、体育经纪人的发展方向及经纪技巧	(237)
附录一 产品购销合同样式	
附录二 福建省经纪人条例	
附录三 股票发行与交易管理暂行条例	
附录四 外汇期货业务管理试行办法	
附录五 全国常用长途电话区号及邮政编码	

第一章 经纪人与经纪技巧

经纪人的特点及其类型

经纪人是那些在市场上为商品交易双方进行联系，充当中介而收取佣金的中间商人或中介人。

狭义的商品指一个企业或单个劳动者为他人需要而生产的劳动产物，包括有实物形态的产品，如钢材、水泥等生产资料和家电、农副产品等生活资料，也包括没有实物形态的劳务，如运输业、修建安装业及邮电通讯等，而广义的商品包括工厂、建筑物、金融证券、科技文化成果等。

按传统的解释，经纪人是指“资本主义市场上的一种中间商人。”在旧中国，经纪人活动遍布全国各大城市，主要集中在金融、房地产、工业原料等方面，他们通过为买卖双方介绍交易的商品以获取佣金，通常被看作是不劳而获、欺行霸市、玩弄手腕的一类人。解放后，经纪人因被作为投机倒把批判的对象而几乎绝迹。

随着时间的推移，在改革开放的神州大地，经纪人又悄然复生了。他们为交易双方牵线搭桥、介绍买卖、提供信息，甚至组织交易等等，为市场经济的发展作出了贡献。

经纪人是市场经济发展到一定程度的产物，经纪人这个职业劳动有别于一般生产经营活动，其形态有他的独特性，是有形的硬投入与无形的软投入的有机结合。经纪人通过自

身掌握的专业知识技能、灵活可靠的市场信息，利用较强的公关能力和社会信息，以及较为准确的心理判断，提供容易接受的交易方式，从而得到买卖双方的认可和市场的回报。因此从长远的观点出发，应把经纪人这个行当作为市场经济体系中的一个产业来发展，并把其业务活动向各产业、行业以及科技文化领域渗透，形成一个循环联动体系，发挥经纪人更大的整体效应。

目前，在我国沿海和东部及内地经济、技术、文化较发达地区，除可建立证券、商品交易等普通专业经纪公司外，应特别注意建立科技经纪公司，重点接受政府和企业委托，组织重大技术开发和推广项目的招标；为技术交易融资，包括疏通资金渠道，建立开发基金；重大应用项目的可行性研究、组织二次开发，促成科研成果向企业有偿转让；使大量的应用型科研成果从科技楼走向大市场。同时打破地区商品壁垒、行业壁垒、技术壁垒，由某一二个大型经纪公司牵头组建跨地区、跨行业、跨领域的大规模的经纪集团。一方面经办国内多种大宗经纪人业务，另一方面向国外经办跨国经纪人业务。如北京的南德公司，它既是全国最大的民营综合性国际经济集团，也是一家新型的综合性经纪公司，该公司总裁，以他的智慧和胆略，去“组装”市场，通过易货贸易，说通了俄罗斯古比雪夫飞机厂厂长，先让一架飞机飞到成都，以此作抵押，向银行贷款5000万元，然后收购轻工产品与该飞机厂易货交易，先后共销售4架飞机，结果是公司盈利，银行分享，有关生产企业也从中受益，大家是皆大欢喜。

作为经纪人，其宗旨就是服务，急供需双方之所急为客户服务。根据中介情况，经纪人可收取一定的佣金，但必须要依法纳税。现在，我国有些地方已对经纪人及其活动作了

明确规定。如济南市规定：凡具有一定专业知识和中介服务经验，愿意从事经纪活动的公民，经工商行政管理机关培训和考核，获得《济南市经纪人资格证书》均可申请从事经纪人业务。申请从事个体经纪业务的，由工商行政管理机关依照《城乡个体工商户管理暂行条例》予以登记注册，发给《济南市经纪人服务许可证》（《中国工商报》1993.2.11报道）。在我国经济比较发达的广州市，经纪人也直接参加了许多方面的服务：该市在本着“支持搞活，积极引导，服务社会，加强管理”的指导思想下，对经纪人的中介活动实行统一政策，统一发证，统一管理和统一收费标准，并且要求不同行业成立经纪人服务所，为经纪人中介活动提供服务；在政策允许的前提下，适当放宽经纪人的中介范围，同时为经纪人搞好服务。经纪人按照“真实、合法、互信、互利”的服务原则，直接参与经济、文化、教育、体育、旅游、科技和知识产权转让等服务。

当今，活跃于社会的经纪人，大多数是稍具金融知识和市场知识的经纪人，他们靠的不只是人情、面子、关系从事经纪中介活动，还有一些技巧性，他们从事的经纪活动，相对来说还是小规模、小范围的。随着社会主义市场经济的进一步发展，还需要大批高层次经纪人，国家应筹办各种形式的中介服务机构，提高经纪活动服务的功能和档次，扩大服务范围。此外，经纪人也要注意改变传统观念中那种贪利忘义、投机钻营的形象，树立既懂法律又通人情、既爱理财又不贪财的新形象。

据《中国技术市场报》1993年5月8日报道：有关部门不完全统计，目前，全国有个人经纪人69 400多人，已经注册的有24 400多人，占35%，人员分布情况为，农民及城镇待

业人员占50%，离退休、辞职的人占38%，兼职人员占12%。经纪人组织2600多个，已经注册的2300多个，占90%。1992年至今，个人的成交额2.79亿元，经纪人组织的成交额30.52亿元。

全国经纪人发展状况表明，有四大特点：

一是南方沿海及沿江地区发展较快。重庆市1986年9月只有62名经纪人，至1991年12月为止，已有10家2500名经纪人；广州现在已有10家1000多名经纪人，成交额1.8亿元；河北大名县12个事务所，有1500多经纪人。

二是服务内容广泛，内容从生活资料到生产资料，以及科技成果、资金、房地产等。上海新民经纪人事务所营业范围有经贸、文化、教育、体育和科技；北京的经纪人服务内容出版和文化交流等；广州经纪人活动的内容，生产资料占60%，副食、日用品占21%，科技、外资项目占9%。中介收费一般商品为成交额的0.5%~3%，生产资料收费为0.2%~2%。

三是人员组成广泛。有在职、退休和待业人员；有受聘于事务所和企业的；有个体户。如南京540名经纪人中，在职人员占97%，其中机关人员占20%，企事业单位职工占30%。

四是形式多样化，有个体事务所，有附属于贸易公司、专业批发市场的经纪人事务所，还有期货经纪公司的经纪人。

目前，全国经纪人队伍发展中还存在不少问题：一是地下和黑市经纪大量存在，从全国统计数字看，没有注册的人员达45000多人，占总数的65%，如广州，合法经纪人只有1000多人，地下黑市的估计有8000多人。偷税、漏税、行

贿受贿现象时有发生。二是缺乏统一管理，双方的权利义务没有法律规定，一些纠纷无法解决。另外，对资格认定各地也规定不一。

目前，国家工商局的態度是：首先肯定，二是引导。广州、海南、福建、沈阳、重庆、河南、珠海等地已制定了经纪人管理办法，制定全国经纪人管理暂行办法时机已成熟。

市场上的经纪人依据其活动形式可分为三类：

(1) 属于交易所的经纪人，即通过为委托者办理业务，收取一定佣金的经纪人。如证券经纪人、期货经纪人等。

(2) 受大企业、大公司委托要求推销商品和招揽顾客，从中收取佣金的经纪人。如企业实体经纪人、保险经纪人等。

(3) 自行奔波于交易双方，收取佣金的经纪人。如商品交易经纪人、文化经纪人等。

经纪人依行业划分，可划分为以下五类：

(1) 商贸方面的经纪人。如商品交易经纪人、外贸经纪人等。

(2) 科技方面的经纪人。如技术经纪人等。

(3) 文化方面的经纪人。如文化艺术经纪人、文化出版经纪人、体育经纪人等。

(4) 金融方面的经纪人。如证券经纪人、外汇经纪人等。

(5) 特约范围方面的经纪人。如房地产经纪人、劳务经纪人等。

从经纪人的知识层次来划分，可分为以下二类：

(1) 一般经纪人。活跃于交易双方，牵线搭桥，不具有较专深知识方面的经纪人。

(2) 专家型经纪人。具有市场营销及技术方面的专业知识，又具有较强的市场意识方面的经纪人。

经纪人呼唤合法的地位

随着改革开放大潮的涌动，伴随着社会主义市场经济的发展，在中国大陆上销声匿迹了几十年的经纪人，如今又堂而皇之地出现在商品经济的大舞台上。从看得见、摸得着的蔬菜买卖、服装交易，到看不见的信息、点子、谋略、策划；从传统的家庭、社区服务，到科技成果、高新技术转让以及人才交流服务，处处都有经纪人的活动。至于当前最时髦的金融、房地产、旅游、通信等新兴的第三产业更是经纪人最活跃的领域。

在西方各国，经纪行业相当发达，业务范围涉及商品、证券、劳务雇佣、房地产、保险、体育比赛、文艺演出、图书出版等各个领域，一些国家在民法、商法中一般都对经纪人有着较为详尽的规定，同时还有大量针对各类经纪人和经纪机构的专门法规。

我国历史上，对中间商人也有专门法律规定。自明朝以后，就有“官牙”、“私牙”之分。官牙由政府指定，私牙也必须得到政府的批准，并取得印信文簿后始得营业。

新中国建立以来，由于实行高度集中的计划经济体制，轻视了商品生产，实行产品调拨，当然也就不需要居间机构和经纪人。人民政府对那些进行买空卖空、黑市交易、投机倒把、扰乱市场的“掮客”的违法活动一律采取了禁止、取缔的政策。同时，由于我国民法目前尚不完善（原则上不允许公民个人作为经纪人），从而也扼杀了合法经纪活动的存在，

使不少从事正当合法活动的经纪人得不到法律的保障、社会的认同和职业的尊严感，受到不公平的对待。正因为如此，经纪人多从事“地下”经纪活动，不敢“堂而皇之”地登上市场大舞台。他们通常被看作不劳而获、欺行霸市、玩弄手段的一类，而被人们称为“掮客”、“黄牛”、“炒家”、“穴头”、“二道贩子”等等。

随着我国由计划经济向市场经济转轨，社会各界对经纪人需求量迅速增大，经纪人及其经纪活动对于保证市场的正常运作，降低企业交易成本，提高交易效率都有十分重要的作用、不可替代的作用。

经纪人行当的悄然兴起，是市场经济发展的必然现象，因此，国家必须因势利导，制订出相应的法律、法规确认这一经济关系，明确经纪人的性质、法律地位和作用。

让经纪人从“地下”走到“地上”

目前，我国有关经纪人的法律政策尚未建立，一旦发生经济纠纷，经纪人无力承担买卖双方的经济损失，所以，经纪人中介活动必须在法制的轨道上进行。

(1) 设立经纪人管理机构、完善组织制度。经纪人和经纪中介组织应由各级工商行政管理机关管理，其主要职责是对经纪人或组织进行审核注册登记；颁发统一印制的《经纪人资格证》；查处违章违法行为；负责经纪人年检和等级评定等。

(2) 根据国家法律和政策，规定允许经纪人活动的范围和行为，禁止不准经纪人从事的中介活动。经纪人必须根据国家法规和政策允许的范围内活动。经纪人中介服务范围包

括：商品现货与期货交易；技术咨询与转让服务；房地产交易；证券交易；房屋、设备租赁；交通运输中介；职业或用工介绍；书刊出版、文艺演出、体育赛事等文化体育领域的中介服务；市场经济信息咨询服务等。对国家规定不准上市、禁止个人买卖和国家规定专营的商品，不准经纪人从事商品中介活动。

(3) 利用经济杠杆，在商品交易中介活动中建立起合理的分配制度。根据我国民法通则等价有偿原则，经纪人可以取得劳动报酬。经纪人的劳动报酬是交易双方成交后按比例向经纪人(或经纪机构)支付的“佣金”，“佣金”额的高低应根据高风险高佣金，低风险低佣金的原则，按照成交商品种类划分为不同的比率，按交易成交总额来计算，并事先以法律合同形式确定下来。经纪人中介收费标准：一般商品收交易总额的0.5%~3%；生产资料、房地产等收0.2%~2%。“佣金”由经纪人交易所代收，并出具统一发票，付费方可按票面金额在商品销售成本中列支。在经纪人与经纪公司或经纪人事务所的关系方面，经纪人须向经纪公司或经纪人事务所交纳保证金和管理费，经纪公司则为经纪人提供信息、咨询、设施、票据等服务，代为办理委托书的见证，代为保管交易双方的贷款和结算，监督经纪业务的履行等。经纪公司、经纪人事务所同经纪人之间的结算一般以保证经纪人得“大头”为原则，充分调动经纪人的积极性、发挥经纪人的中介作用。

(4) 经纪人在接受当事人所委托的事项后，应忠实于当事人的利益，遵循诚实信用的民事活动原则，据实报告。对于与签订合同有关事项，经纪人虽不负积极调查的义务，但就其所知事项负有向各当事人据实报告的义务。经纪人不得为

无经营范围的法人及无行为能力的公民，以及无合同履行能力的当事人进行中介活动，更不得为收取中介费而弄虚作假，欺骗当事人签订合同。对违反此项义务，导致合同签订后无法履行，发生纠纷，给当事人造成严重损失的，经纪人应负赔偿责任。若委托人有特别约定时，经纪人有保守商业秘密的义务，反之，则应承担相应的赔偿责任。

总之，只有让更多的经纪人从“地下”走到“地上”，才能使我国第三产业中的经纪业沿着法制的轨道发展，使经纪人更好地为社会主义的市场经济服务。

经纪人现货交易的技巧

现货交易的经纪技巧，就是利用信息快速作出反应，利用社会关系去获得商品信息，利用价格杠杆去撮合供需见面，利用市场供需状况去促进双方签约。

例如：A地的某建筑工地需水泥，市场上对所需标号的水泥紧缺，找上门来，要求中介。而中介方根据获得的信息，知道边远的B厂生产的600号水泥因运输而积压，那么中介方便可以利用电话、电传等手段，与之联系，双方作出品种、可供数量、最低出厂价等方面的口头承诺，并为之协调好运输等问题，若需方接受价格条件，即可引导需方与B厂签约成交。

又如：××城市市场农副产品出现短缺，批发商电告某地生产资料服务公司，请求支援，并告知品种、需求量及可接受的最高价格和到货期限、结算方式等。该公司通过已掌握的本地区乡镇农贸市场吞吐量，看有无余额可供外销，迅速作出判断，并分别电告各集贸市场。坚持自愿原则，谁