

中国经纪公司

中介操作全书

ZHONGGUO
JINGJI GONGSI ZHONGJIE
CAOZUOQUANSHU

中介服务

经

职业介绍所(人才交流中心)

纪

出国留学中介服务

公

房地产经纪公司

司

投资咨询公司

全

文化经纪公司

书

演出经纪公司

体育经纪公司

旅游公司

票务公司

保险经纪公司

证券经纪公司

会计师事务所

婚介公司

家政服务公司

培训中心

模特经纪公司

管理咨询公司

律师事务所

各类技术经纪公司

陈桂龙 主编

北京工业大学出版社

中国经纪公司 中介操作全书

陈桂龙 主编



北京工业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国经纪公司中介操作全书/陈桂龙主编. —北京:北京工业大学出版社, 2004.1

ISBN 7-5639-1308-4

I. 中… II. 陈… III. 中介组织—基本知识—中国
IV. C932.82

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 089092 号

中国经纪公司中介操作全书

陈桂龙 主编

★

北京工业大学出版社出版发行

邮编:100022 电话:(010) 67392308

各地新华书店经销

北京秋豪印刷有限公司印刷

★

2004年1月第1版 2004年1月第1次印刷

850mm×1168mm 32开本 19印张 450千字

印数:1~5 000册

ISBN7-5639-1308-4/F·144

定价:29.80元

前言

进入 21 世纪，中国迎来了百年不遇的机遇。随着中国特色的市场经济架构的逐步建立和完善，中国已经成为世界上最受瞩目、最有潜力的大市场，各行各业都面临着前所未有的机遇和挑战。

历史上，对经纪有不同的看法和称呼。中国新一代的各类经纪公司的成长历程是和祖国的改革开放同步的。最早在上个世纪 80 年代初就有了经纪公司的雏形，1985 年一些初具规模的经纪公司开始浮出水面。1995 年 10 月 26 日，国家工商行政管理局颁布了《经纪人管理办法》，《办法》中定义“经纪”为“在经济活动中以收取佣金为目的，为促成他人交易而从事居间、行纪或者代理等经纪业务的公民、法人和其他经济组织”。

目前，作为知识密集型的朝阳行业，经纪公司在各自的行业中起着越来越大的作用。特别是随着经济的全球化，以及日新月异的高新技术不断推进市场化竞争，各行各业都进入了通货紧缩的微利时代，经纪公司的作用也日益凸显出来。

目前中国有近千万经纪人活跃在房地产、证券、技术、文化、体育、旅游、模特、家政等市场上，以

熟练的专业知识和社会化的服务，在沟通供需、活跃流通、传播信息、引导市场消费、促进资源的合理配置等方面，对中国的经济发展发挥着日益重要的促进作用。

本书本着实用的原则，重点介绍各个类型经纪公司的特点和实际操作中的具体问题，重在指导性和可实施性，而不是理论性。希望这本书对广大经纪界的朋友有实际的帮助。

目 录

第一部分 房地产经纪公司

第一章 房地产经纪公司的业务	(2)
第一节 房地产经纪的形式与管理	(2)
一、房地产经纪人的组织形式	(2)
二、房地产经纪人从业资格管理	(4)
第二节 房地产经纪人业务技巧	(5)
一、开发客户的技巧	(5)
二、调查的技巧	(7)
三、谈判的技巧	(9)
四、自我保护的技巧	(11)
第三节 房地产合同的基本知识	(13)
一、房地产合同概述	(13)
二、房地产合同的订立与履行	(15)
三、合同的变更与解除	(17)
第四节 房地产咨询业务	(18)
一、服务内容	(19)
二、服务方式	(21)
第五节 房地产拍卖操作	(22)
一、拍卖当事人	(22)
二、拍卖程序	(23)
三、拍卖规则	(24)

第二章 房地产居间业务	(26)
第一节 居间业务操作程序	(26)
一、获取和整理信息	(26)
二、撮合成交	(27)
三、提取佣金	(28)
第二节 房地产居间合同	(29)
一、房地产居间合同的概念	(29)
二、居间合同与委托合同、行纪合同的区别	(29)
三、居间合同的主要内容和形式	(30)
四、合同中应明确违约责任	(30)
第三节 居间合同的法律特征	(31)
一、合同特点	(31)
二、居间合同当事人的权利和义务	(31)
第三章 房地产代理业务	(33)
第一节 房地产代理业务的操作	(33)
一、常见的代理形式	(33)
二、代理业务的操作程序	(35)
三、代理业务中的委托合同	(37)
第二节 房地产转让代理业务	(40)
一、房地产转让的概念和特征	(40)
二、房地产转让的条件	(41)
三、禁止转让的房地产	(43)
四、房地产转让的程序	(44)
五、房地产转让合同	(45)
第三节 房屋租赁代理业务	(46)
一、房屋租赁的概念及分类	(46)
二、房屋租赁应遵守的基本规定	(47)

三、禁止出租的房屋	(48)
四、房屋租赁合同	(48)
第四节 房地产代理抵押业务	(51)
一、房地产抵押的概念和特征	(51)
二、抵押代理业务的操作	(52)
三、抵押权的设定	(54)
四、抵押合同	(56)
五、抵押登记	(57)
六、抵押房地产的处分	(58)
第五节 房地产权属登记代理业务	(59)
一、所有权的一般原理	(59)
二、所有权的内容	(61)
三、房地产权属登记制度	(62)
四、房地产权属登记程序	(64)

第二部分 投资咨询公司

第一节 注册登记的具体步骤	(70)
一、预先核准企业名称	(70)
二、制定公司章程	(71)
三、建立验资临时账户	(71)
四、验证注册资本	(71)
五、公司注册申请和核准	(72)
六、换领铸刻许可证、刻制印章	(73)
七、办理组织机构代码证	(74)
八、建立基本结算账户	(74)
九、税务登记	(74)

第二节 如何开展咨询业务	(75)
一、完善信息化建设	(75)
二、咨询的过程	(77)
三、准备过程	(78)
四、创造机会,把握商机	(81)
五、项目建议书	(82)
第三节 咨询的执行过程	(85)
一、建立项目小组	(85)
二、制订工作计划	(86)
三、数据分析	(87)
四、提供阶段性成果	(87)
五、提交咨询报告	(88)
第四节 投资、融资方式选择与操作	(90)
一、投资的方式	(90)
二、企业融资决策	(94)
第五节 咨询费用	(103)
一、咨询成本	(103)
二、定价策略	(104)
三、定价方法	(105)

第三部分 各类技术经纪公司

第一节 技术经纪公司的类型和特点	(110)
一、注册登记	(110)
二、技术经纪公司的类型	(110)
三、技术经纪公司的特征	(112)
第二节 技术经纪人的特征及其作用	(113)

一、技术经纪人的概念	(113)
二、技术经纪人的特征	(115)
三、技术经纪人的作用	(116)
四、技术经纪人认证	(118)
五、技术经纪公司与技术经纪人的关系	(118)
第三节 知识结构和基本技能	(119)
一、技术经纪人的知识结构	(119)
二、如何做一名合格的技术经纪人	(120)
第四节 业务范围和工作方法	(122)
一、业务范围	(122)
二、技术经纪人的工作方法	(124)

第四部分 文化经纪公司

第一节 文化经纪公司和文化经纪人	(128)
一、《经纪资格证书》	(128)
二、经纪人的权利和义务	(129)
三、经纪组织和经纪人事务所	(129)
四、经纪公司	(130)
五、文化经纪业务活动的主体	(131)
六、经纪业务的方式	(131)
七、经纪合同	(133)
第二节 文化经纪人的素质	(133)
一、经纪人的作用	(133)
二、经纪人应具备的素质	(133)
三、经纪人的职业道德	(134)
四、经纪人应了解的法律法规	(134)

第三节 文化经纪人的业务技巧	(135)
一、相互介绍的技巧	(135)
二、握手的技巧	(136)
三、使用名片的技巧	(136)
四、打电话的技巧	(137)
五、赠送礼品的技巧	(138)
六、礼仪卡的赠送	(138)
七、拒绝的技巧	(139)
八、文化信息的收集与处理的技巧	(140)
九、发掘和寻找客户的技巧	(140)
第四节 文化经纪活动	(140)
一、经纪活动的特点	(140)
二、经纪活动的作用	(141)
三、文化经纪工作三部曲	(142)
四、文化经纪人的佣金	(144)
第五节 文化经纪活动实例	(146)
第六节 中外文化经纪人的差别	(155)

第五部分 演出经纪公司

第一节 演出经纪人的资格认证	(160)
一、有关的法规规定	(160)
二、资格认证的管理机构	(161)
三、资格认证的程序	(161)
四、现有演出经纪人的资格认证	(163)
第二节 演出经纪组织形式	(164)
一、演出经纪的组织形式	(164)

二、演出经纪人的注册登记	(165)
三、选择演出经纪组织形式	(168)
四、演出经纪人的工商注册登记	(168)
第三节 主要经纪业务内容	(169)
一、收集、整理、利用信息	(170)
二、经纪对象与经纪项目的确定	(171)
三、演出经纪谈判	(173)
四、合同管理和合同的履行	(178)
五、取得佣金	(179)
六、总结和评估管理	(180)
第四节 演出经纪人的经纪技巧	(181)
一、获取信息资料方面的技巧	(181)
二、谈判技巧	(182)
三、报价技巧	(183)
四、履行经纪业务技巧	(183)
五、自我保护技巧	(184)
第五节 演出经纪合同	(186)
一、合同的概念与订立	(186)
二、合同的效力、履行和无效合同	(189)
三、合同的变更、转让	(190)
四、演出合同的有关规定	(191)
五、委托合同的效力	(192)
六、委托合同的终止	(195)
七、行纪合同	(196)
八、行纪合同的效力	(199)
第六节 演出产品经营策略	(203)
一、产品组合策略	(203)

二、品牌策略	(205)
三、包装策略	(207)
四、产品生命周期策略	(208)
五、分销渠道策略	(210)
六、促销策略	(213)
七、广告策略	(216)

第六部分 体育经纪公司

第一节 资格认证与行为规范	(220)
一、从业人员的资格认定	(220)
二、经营资格认定	(222)
三、行为规范	(223)
第二节 体育经纪的内容	(224)
一、代理运动员	(225)
二、推广体育比赛	(228)
三、代理、包装运动队	(228)
四、代理体育组织	(229)
五、代理企业介入体育事务	(229)
六、其他体育经纪活动	(230)
第三节 体育赛事经纪	(231)
一、体育赛事的分类	(231)
二、国内外的重大比赛及其主办单位	(233)
三、中国体育赛事市场	(234)
四、体育赛事市场化的本质和特征	(236)
五、中国体育赛事市场的发展前景	(238)
第四节 体育赛事经纪链	(239)

一、体育赛事经纪的运作程序:	(240)
二、赛事的营销	(243)
三、赛事过程中的客户服务	(248)
四、赞助效果评价与总结	(249)
第五节 体育经纪合同	(250)
一、合同的种类	(250)
二、合同的形式	(252)
三、合同的订立和必要条款	(253)
第六节 体育经纪收入	(254)
一、佣金的概念	(254)
二、佣金的支付和获取	(255)
三、佣金的比例和管理	(256)

第七部分 旅游公司

第一节 设立旅行社的条件和程序	(260)
一、基本条件	(260)
二、申办的基本程序	(263)
三、组织机构设置	(267)
第二节 影响旅行社设立的因素	(268)
一、外部因素	(268)
二、内部因素	(269)
第三节 旅行社价格策略	(270)
一、旅行社产品价格	(270)
二、定价目标	(272)
三、定价方法	(274)
四、心理定价策略	(276)

第四节 销售渠道的策略管理	(277)
一、销售渠道的概念	(277)
二、销售渠道策略	(278)
三、中间商的选择和管理	(279)
第五节 成本管理	(281)
一、成本费用的划分标准	(281)
二、成本费用的核算	(283)
三、成本费用分析和控制	(284)
第六节 旅行社收入利润管理	(285)
一、营业收入管理	(285)
二、利润管理	(287)

第八部分 票务公司

第一节 如何建立票务公司	(292)
一、设立票务公司的条件	(293)
二、注册要求	(293)
三、设立票务公司的注意事项	(295)
四、监督检查	(295)
第二节 票务工作	(296)
一、票务持有者注意事项	(296)
二、票务运作规则	(297)
三、乘机	(301)
四、行李运输	(302)

第九部分 保险经纪公司

第一节 保险经纪公司的设立	(310)
一、申请设立的条件	(310)
二、申请设立的过程	(312)
三、保险经纪人的从业资格管理	(314)
第二节 保险经纪公司要接受监督管理	(316)
一、经营范围	(316)
二、保险经纪公司的责任	(316)
三、监督检查	(317)
四、处罚	(318)
第三节 保险经纪人的市场作用	(321)
一、保险经纪人与保险公司	(321)
二、保险经纪人的市场角色	(322)
三、保险经纪人的服务内容	(323)
第四节 保险经纪业务经营与技巧	(324)
一、保险经纪公司的经营活动	(324)
二、保险经纪人的主要客户	(325)
三、保险经纪人的市场营销	(329)
第五节 保险公司财务制度	(334)
一、流动资产	(334)
二、固定资产	(334)
三、成本和费用	(336)
四、营业收入、利润及分配	(340)
五、财务报告和财务评价	(342)

第十部分 证券经纪公司

第一节 证券经纪公司的设立	(346)
第二节 证券交易的费用	(348)
一、上海证券交易所交易费用	(348)
二、深圳证券交易所交易费用	(350)
第三节 股票买卖的手续	(351)
一、开设交易所股票交易账户	(351)
二、开设资金账户	(352)
三、委托买卖	(352)
四、证券转托管手续	(355)
五、非交易过户登记规则	(356)
六、分红派息规则	(357)
第四节 证券经纪人操作技巧	(358)
一、入市操作策略	(358)
二、证券投资组合管理	(359)
三、股票经纪人的心态和心理素质	(361)
四、投资技巧	(362)
第五节 交易风险与防范	(368)
一、交易风险	(368)
二、证券经纪人和证券公司	(371)
第六节 如何成为一名合格的证券经纪人	(372)
一、展业的基本技巧	(372)
二、成功商谈的步骤	(373)
三、信函和经纪报告	(375)
四、对客户的管理	(376)