

欧阳礼泉 主编

商务代理人门

中国统计出版社

商务代理入门

欧阳礼泉 主编

Jm126/16

中国统计出版社

(京) 新登字 041 号

图书在版编目 (CIP) 数据

商务代理入门/欧阳礼泉主编. —北京: 中国统计出版社, 1994

ISBN 7-5037-1684-3

I. 商… I. 欧… III. 商务代理—基本知识
IV. F713. 1

中国统计出版社出版

(北京三里河月坛南街 38 号 100826)

新华书店经销

铁道部第十六工程局印刷厂印刷

*

787×1092 毫米 32 开本 5.375 印张 11 万字

1994 年 9 月第 1 版 1994 年 9 月北京第 1 次印刷

印数: 1-5000 册

*

ISBN 7-5037-1684-3/F·697

定价: 4.50 元

(版权所有 不得翻印)

前 言

做买卖、搞贸易，必须了解和掌握有关贸易的业务知识，熟悉各种各样的贸易方式和技巧，这样才能顺利进入市场，才能在竞争激烈和风云多变的市场环境下把买卖做好、做活，把生意做大，才能促进贸易，并最终占领市场。代理就是开展商业贸易的一种积极方式，也是企业进入市场，占领和赢得市场的有效手段。

代理，作为贸易方式的一种，在西方国家产生较早，发展较快，而且在贸易活动中的应用也非常普遍。在我国，代理在商业贸易中虽早已有了应用，但相当有限，人们对代理这一贸易方式还缺乏必要的了解。

目前，我国正全力发展社会主义市场经济，努力发展国内、国际贸易，促进经济繁荣，加速社会主义现代化建设。成千上万的企业正迈向市场，在市场的竞争风浪中奋争，以期夺取竞争优势，赢得市场。然而，茫茫“商海”，无边无际，抵达成功彼岸的“小舟”在哪里？

鉴于以上诸方面，我们编写了《商务代理入门》这本书。本书主要介绍了什么是商务代理、商务代理的作用、商务代理的类型，以及如何选择代理商，如何做个好的代理商，如何签订代理合同等方面的基本知识和基本技巧。同时，本书还对我国和国外在外贸出口代理方面的有关问题和做法作了

一些介绍。最后，附录了商务代理案例分析和国内外有关代理的法规条文。我们衷心地希望《商务代理入门》能有益于您，能帮助您打开商务代理之门，引导您进入商务代理的神秘殿堂。也希望商务代理这叶“小舟”能载着您在茫茫“商海”中乘风破浪，马到成功。

本书由欧阳礼泉主持编写，其中第二、第三章由赵卫华、曲阳执笔，前言、第一、第四、第五章和附录部分由欧阳礼泉执笔。在编写本书的过程中，我们参阅了有关书刊，吸取了其中一些有用的资料，在此谨致谢意。

由于编者理论水平和实践经验所限，加上时间仓促，书中差错在所难免，敬请读者批评指正。

欧阳礼泉

1994年7月于北京商学院

目 录

第一章 商务代理 ABC	(1)
一、商务代理的涵义	(1)
二、商务代理与其他中间商	(7)
三、商务代理与市场经济	(16)
四、商务代理的类型	(24)
第二章 如何寻找代理商	(44)
一、为什么需要代理商	(44)
二、需要怎样的代理商	(48)
三、选择代理商的基本步骤	(53)
四、选择代理商的注意事项	(62)
五、代理商确定后还要做什么	(66)
六、行使好你（委托人）的权力和义务	(74)
第三章 你能做个好的代理商	(81)
一、代理商的必备素质	(81)
二、如何接受商务代理	(85)
三、承担起你（代理商）的责任和义务	(90)

第四章 商务代理合同	(98)
一、合同的基本特征和作用	(98)
二、代理须有合同保证	(101)
三、代理合同的拟定	(105)
四、签订代理合同应注意的问题	(117)
五、商务代理争端的解决	(119)
第五章 国内外出口代理的有关问题	(125)
一、我国出口代理制中的几个问题	(125)
二、国外出口代理的有关做法	(136)
附录一： 商务代理案例分析	(145)
附录二： 国内外有关代理的法规条文	(150)

第一章 商务代理 ABC

代理制度是随着社会经济关系的发展而产生、发展起来的。由于商品货币关系的发展，首先出现了委托合同，即一个人可以委托别人代为办理某种事务，如购置财产或偿还债务等等。而到了现代社会，商品交换关系高度发达，社会关系复杂多样，法律制度日臻完善，人们更不可能、也无必要事必躬亲，代理制度因而获得了很大的发展。无论在国内贸易还是在国际贸易中，代理制度都得到了广泛的应用，尤其是在国际贸易中，许多业务工作都是通过代理方式即委托代理商来进行的。代理商可以是独立的个人，不过一般都是商行（公司）。在现代市场经济条件下，代理商在商业贸易中，尤其在国际贸易中，发挥着越来越重要的作用。

一、商务代理的涵义

（一）代理的概念和基本特征

1. 代理的概念

代理不是行政上的概念，而属于法律范畴。对于代理的法律概念，我国“民法通则”第 63 条明文规定：“代理人在代理权限内，以被代理人的名义实施民事法律行为。被代理

人对代理人的代理行为承担民事责任。”因此，所谓代理（Agency），就是指代理人（Agent）按照本人（Principal）的授权（Authorization），代表本人同第三人订立合同或其他法律行为，由此而产生的权利与义务直接对本人发生效力。这里所说的本人就是委托人，代理人就是受本人的委托替本人办事的人，而第三人则是泛指一切与代理人打交道的人。一般来说，如果代理人是在本人的授权范围内行事，他的行为就对本人具有拘束力，即本人既可取得由此而产生的权利，也须承担由此而产生的义务，而代理人则一般不对此承担个人责任。例如，当代理人根据本人的授权，代表本人与第三人订立合同之后，代理人便可退出，而由本人与订约的第三人直接发生关系，如果双方在执行合同的过程中发生讼争，本人可以根据合同对该第三人提起诉讼，该第三人也可以依据合同对本人起诉。代理人的行为之所以能够拘束本人，是由于他得到了本人的授权，因此，只要他的行为没有越出授权的范围，本人就要对此负责。例如，采购员按照商场授权的要求，以商场的名义与供货单位签订了200辆自行车的合同。采购员代理商场签订的合同产生的权利和义务，均由商场享有和承担，即商场有权要求供货单位按所订合同的规定交付货物，同时也要按照合同的规定支付购货款。

在委托代理关系中，代理人必须经过本人授权才享有代理权，如同本人以自己的名义进行活动。代理关系中有三方当事人参加，是三方当事人之间的权利义务关系，这种关系比起只有两方当事人参加的法律关系要复杂得多。一个买卖关系，如果只有买卖双方参加，买卖双方直接对话，直接进行交易，直接承担各自的行为产生的法律后果，这种法律关

系显得较为简单明了。如果一项活动中有代理人参加，这就产生了买方、卖方和代理人三方当事人之间的权利、义务关系。被代理人要承担实行买卖行为的法律后果，但不具体实施买卖行为；代理人虽然不承担买卖行为的法律后果，却可以进行买卖活动。代理行为由一个人实施，代理行为的法律后果却由另一个人承担。这就是代理关系的特点。

2. 代理的基本特征

代理作为一个法律行为，一般应具备四个基本特征：

——代理行为必须具有法律意义。在代理活动中只有那些具有法律意义的行为才是代理行为，如：代为与外商磋商、代为订约、代为投保、代为运输、代为索赔理赔等。那些非法律意义的、却与代理有关的行为则不是代理行为，如：宴请客商或接受客商宴请、陪同客商旅游等社交行为。虽然，这些社交行为是为履行代理义务、增进相互了解所必需的，而且法律上的代理行为与代理中的必需行为关系相当密切，但是，在法律上两者毕竟是泾渭分明、不可混淆的两码事。

代理人（公司）是以代理工作为中心的，但代理工作不可能是其全部的工作，也不可能每时每刻都进行代理工作，如代理公司内部的管理就与代理无直接关系。代理工作是代理合同下的事务，而内部管理则是代理公司的内部行政工作。因此，作为委托人无权插手代理人的内部行政事务；反过来，代理人也无权要求委托人对此承担额外的责任。

另外，代理也不是包办，委托人不能事无巨细地什么事都要代理人代理。因此，要区别代理行为与代理有关的行为，弄清代理行为与非代理行为。代理事项应在代理合同中订明。充分理解代理行为必须具有法律意义，对代理人和委托人之

间权利、义务的划分，法律后果的归属、代理费的确定都具有重要意义。

——代理行为必须以委托人的名义进行。代理行为必须以委托人的名义进行是指代理人在对外进行磋商、订约、履约等代理活动时必须以委托人的名义进行。在国际贸易实务中，国外的出口公司通常要在合同上注明表示其为代理人的文字，如：“代表我的委托人”或“代表我的委托人×××”。对前者，代理法称为隐名的代理，即仅注明自己为代理人，但不告诉对方自己的委托人是谁；对后者，则称为显名的代理，即向对方明示自己的委托人是谁。无论是哪一种情形，其法律性质和后果都是一样的，都是由委托人来承受代理行为的后果。如果代理人不在合同上注明自己的代理身份或通过其他方式明示或默示表明自己的代理身份的话，那么依据国内外代理法的有关规定，则由代理人来承担其代理行为的责任，委托人概不负责，尽管其行为的目的是为了代理。

代理法之所以要强调代理人必须以委托人的名义进行代理活动，否则责任自负，这是由于代理人在代理合同有效期内完全有为自己的利益从事经济活动的可能。除非另有约定，法律不能禁止一个为出口某商品签有代理合同的公司，为自己的利益以自己的名义同时也出口该商品，否则对该公司就太苛刻了，这也不利于代理活动的开展。与此同时，法律也必须考虑到代理人可能利用其代理身份的可变性从中渔利，即当代理商品赚钱时就以自己的名义，而亏本时就称是以委托人的名义。

——代理人在委托人授权范围内独立地做出意思表示。由于代理人的代理行为的后果直接要由委托人来承担，故委

托人对代理人“独立的意思表示”的范围进行一定的限制，即仅允许代理人在委托人授权的范围内进行独立的意思表示。若授权范围过大，委托人势必失去对代理人代理行为的监督与管理权，从而导致代理人滥用权利，甚至恶意图谋私利给委托方造成损害。反之，授权范围过小，代理人事必请示，代理人就失去了独立性。所谓“独立的意思表示”，即是要求代理人必须具有一定的自行选择余地，无选择就无独立可言，代理人也就会变成传话人。

——代理行为的法律后果直接归属于委托人。代理法上有句谚语叫“代理人的行为就是委托人的行为”。它的意思是说，在代理关系下代理人所做的一切代理行为，就如同是委托人自己所做的行为一样。代理人在代理权限内的一切行为所产生的权利、利益、损失、责任均由被代理人即委托人承担。

（二）什么是商务代理

代理既有民事代理，又有商事代理。所谓民事代理，是指代理人以被代理人的名义，在授权范围内与第三者进行的民事法律行为，其行为的后果直接由被代理人承担。而商事代理，或叫商业代理，或称商务代理，它与民事代理一样，都具有代理的一般特征，但又不同于一般的民事代理。商务代理所代理的被代理人必须是商法人或商自然人，它所代理进行的法律行为必须是商行为，这种行为的后果是商法规定的权利、义务。例如，德国商法典第48条就规定：“代理权仅限于商行为的所有人或他的法律上的代理人，而且必须有明显的意思表示，才能授与代理权”。

谈到商务代理，还应明白什么是商务？所谓商务，顾名思义，即商业事务，系指一切有形与无形资产的交换或是买卖事宜，不过，不是任何一种买卖行为都可以成为商务行为。商务行为具有其特定的经济内涵，它是指经法律认可，以社会分工为基础，以提供商品或劳务为内容的盈利性的经济活动。按照国际习惯来划分，商务行为一般可以分为四种：

第一种，直接媒介商品的交易活动，如批发、零售商业直接从事商品的收购与销售活动，称为“买卖商”。

第二种，为“买卖商”直接服务的商业活动，如运输、仓储、居间行为、加工整理等，称为“辅助商”。

第三种，间接为商业服务的，如金融、保险、信托、租赁等，称为“第三商”。

第四种，具有劳务性质的活动，如旅店、饭店、理发、澡池、影剧院以及商品信息、咨询、广告等业务，称为“第四商”。

商务包括国内商业事务和国际商业事务，即国内贸易和对外贸易（国际贸易）。代理在国内贸易和国际贸易中都有广泛的应用，尤其在国际贸易中是最经常和习惯的做法。在国际贸易中，代理主要是一些外贸企业或公司为出口商品的生产企业开拓海外市场，为他们寻找和介绍客户，推销商品，协助他们同外商洽谈、签约（但价格和其他合同条款决定权属出口商品生产企业），负责办理所委托的制单、结汇、报关、商检、托运、保险等对外业务手续，为生产企业建立和发展国外销售和售后服务网络等。同时，接受代理的外贸公司还可委托海外的公司作为自己的代表来处理或开展业务。

二、商务代理与其他中间商

商品从生产者转移到消费者或用户，必须经过销售。一种商品如果直接由生产者转移到消费者或用户，不经过任何中间环节，就叫做直接销售。直接销售多采用登门推销、厂办商店等具体形式进行，它有利于减少商品流通费用，销售价格有可能较低，生产者可以直接了解消费者或用户的意见与要求，有利于促进对产品的改进；采用单一的直接销售，要求企业资本雄厚，否则其市场会很狭窄。然而，在市场经济发达的现代社会，大多数产品是大批量生产，而逐个销售的，因此不可能都由生产者直接供应给消费者或用户，需要通过中间环节，即中间商来实现。

所谓中间商，即商品流通领域或流通过程中的中间商，它是商品经济发展到一定阶段的产物。当商业随着商品生产的社会化和专业化的发展，商品种类的增加，批量的增大，为了更节省、更有效地组织商品流通，满足消费者多样化的需求，解决生产同消费在空间和时间上背离的矛盾，在商人内部根据各自的条件形成了新的商业分工，从而形成了不同的中间商。中间商通过提供各种服务来帮助实施买卖双方商品所有权转移，实现商品由生产者转移给消费者或用户，其中，根据是否具有商品所有权，可将中间商分为经销商、包销商、批发、零售商和代理商、经纪人、寄售商等等。为了更进一步地理解商务代理，我们将之与其他中间商一一进行比较。

（一）代理商不同于经纪人

1. 什么是经纪人

经纪人就是以合法身份在市场上为买卖双方充当中介并收取佣金的商人。

经纪人是同社会经济发展的一定历史阶段相联系的，是社会商品经济发展到一定程度，为适应社会需要而产生的。在现代经济生活中，在市场比较完善、市场结构比较完整的条件下，经纪人的类型多种多样。

依据经纪人所从事的行业，可将经纪人分为以下七种类型：

——商品现货交易经纪人，即介于商品现货买卖双方之间的商人。商品现货交易经纪人又分为一般经纪人和交易所经纪人。一般经纪人就商品现货沟通于买者与卖者之间，他们对于双方的交易不负盈亏责任，只要买卖成交，即可按一定比例得到佣金。而交易所经纪人则须按有关法规并具备一定条件和资格才能成为交易所的成员，在交易所内开展经纪业务，以取得佣金。

——期货交易经纪人，即专门在期货市场上为买卖双方充当中介而收取佣金的商人。在市场体系比较完整的条件下，买卖双方为了在一定的时期内以预期的价格买进或卖出商品，期货交易经纪人根据买方对商品品种、数量、规格、交割时间、交割方式的要求，为买方寻求卖方；反之，则为卖方寻找买方。

——证券交易经纪人，即指在证券市场上为买卖双方充当中介，代理买卖而收取佣金的商人。其主要业务是完成委

托人以最低价购进或以最高价卖出证券的委托。

——金融市场经纪人，是指为资金供求双方充当媒介并收取佣金的商人。

——劳务市场经纪人，是指为劳务需求双方充当媒介并收取佣金的商人，他既为劳务的需求方企业或其他团体寻求劳务的供给，又为出卖劳务的一方介绍需求劳务的企业或其他团体。

——房地产市场经纪人，是指在房地产市场上沟通买卖双方并收取佣金的商人，其主要业务是根据房地产市场的行情，就土地、各类房屋及设施的买与卖、出租与承租，以及寻求联合开发伙伴等，为双方牵线搭桥。

——科技市场经纪人，是指在科技市场上为科技成果的转让与吸收、科技成果的嫁接与辐射，充当中介的商人。其主要业务是沟通专利权的买与卖、连接非专利科技成果的转让与吸收，同时对于高科技产品的买卖、科技人才的供求也发挥中介作用。

按经纪业务性质划分，经纪人主要有以下五类：

——佣金经纪人。佣金经纪人是交易市场上数量最多、最为活跃的经纪人。他们根据客户的委托完成交易后，即按成交额收取一定比例的佣金。

——自营商。自营商既代客户进行交易，也自营买卖，自担风险，赚取买卖价之间的差额。

——两美元经纪人。两美元经纪人是因过去在证券市场上按每 100 股收取两美元手续费而得名，主要是接受佣金经纪人的委托，代佣金经纪人完成其未完成的或不易完成的经纪业务，以利于尽快完成交易。

——专家经纪人。这类经纪人的作用表现为：一方面他们具有维持市场价格稳定，协调交易正常进行的责任，特别是在证券市场上，他们必须根据对市场趋势的判断，用自己的资金买进或卖出证券，平衡市场供求；另一方面，他们是经纪人的经纪人，只接受佣金经纪人的各种买卖业务，而不直接接受客户的委托。

——零股经纪人。零股经纪人因在证券市场上专门经营不满一个交易单位的零股交易而得名。他们的客户是佣金经纪人。佣金经纪人接受的不够一个交易单位的零星业务，就交给零股经纪人经营。

此外，在经纪业中，个别市场上还有特种经纪人。在经纪组织上还有商品交易所、证券交易所、咨询公司、信息公司等中介机构。

2. 代理人与经纪人的主要区别

在现实经济生活中，经纪人与代理人极易混淆，因此，有必要弄清楚两者的区别。代理人与经纪人的区别主要表现在以下三个方面：

——服务对象不同。代理人与经纪人都是服务性的辅助人。不过，代理人在一定期间只以特定商号为服务对象，而经纪人的服务对象比较广泛，没有一定的限制。

——行为名义不同。经纪人虽然为委托人进行买卖交易活动，但都是以自己的名义进行，其法律效果归诸于经纪人自己。也就是说，经纪人与第三人进行交易时，相对于交易行为的相对人产生权利与义务关系，委托人与该交易的相对人并不发生直接的法律关系，只是经纪人与该相对人发生法律关系，其后，经纪人才将该交易行为的结果，转交给委托