

BROKER·BROKER



王涌 著

经纪人 操作实务手册

出版社

经纪人操作实务手册

厉涌著

新华出版社

京新登字110号

经纪人操作实务手册

厉 涌 著

新华出版社出版发行
新华书店经销
北京燕山联营印刷厂印刷

*

850×1168毫米 32开本 12.25印张 299,000字
1993年8月第一版 1993年8月北京第一次印刷
ISBN 7-5011-2138-9/F·205 定价：8.80元

前 言

一位经济学家曾预言，中国将会出现一个经纪人阶层！

九十年代，经纪人在各界的呼唤声中全面走向中国的市场经济大舞台！各类咨询公司、经纪公司、经纪人事务所等中介机构如雨后春笋般在中国大地上涌现。那么，如何当一个经纪人，如何当好一个经纪人，已成为众多有识之士的两大困惑！本书正是针对这两大“困惑”而编写的。

全书分为上、中、下三篇。上篇从讲述经纪人的基本知识入手，向读者介绍有关经纪人的一般知识以及中国经纪人的过去和现在；中篇是全书的重点，详细讲述了证券、期货、房地产、保险、广告和商品交易等经济领域的各类经纪人及其经纪实务，并穿插介绍了一些中外经纪人成功或失败的案例；在本书的下篇，介绍了经纪人所应具备的素质及经纪公司内部对经纪人的测定方法，将对想立志成为经纪人的读者提供一些努力的方向和建议。在本书的附录中收录了中国在经纪人方面的有关法规、条例。

目前国内已掀起一股“经纪人热”，面对社会各界尤其是社会公众日益增加的经纪人兴趣，国内经纪界和出版界推出了一两种此方面的著作，实在让人欣喜。但大多只侧重于记实，而真正系统研究和分析经纪人操作实务的，目前还是个空白，本书正是为弥补这个空白，立足于系统分析经纪人的业务操作，并根据多年从事经纪人操作实务的研究和实践，撰写成书的。

本书不是纯学术性的，它更侧重于实际操作，用尽量流畅、明白的语言进行分析介绍。和同类书相比，本书具有以下特色：

(1) 内容比较详尽、全面，涵概了各类经纪人操作实务中的各

种问题，且条理清晰；（2）本书寓理论于实务，因此具有较强的可操作性和实践性；（3）该书的可读性强，语言深入浅出，为广大读者系统学习有关经纪人的理论，成为一名出色的经纪人提供了方便；（4）本书结构紧凑，选材周密、精致，逻辑性强。

本书以经济领域各类经纪人、公司企业的决策者和管理人员、大中专学生为主要读者对象，也同样适合具有中等文化程度以上的社会公众阅读，是一本较好的教科书和参考书。

在本书的写作过程中，参阅了大量的国内外有关经纪人方面的论文和著作，并吸收了国内外同仁们的研究成果，同时，北京天想集团的乐八一先生，浙江省金属公司总裁孟伟林先生，浙江金达经纪公司总经理顾海国先生等对本书的写作予以了极大的支持，特此表示感谢！

当然，对有关经纪人的研究在国内仍然是一个新的领域，况且本人的水平和精力有限，书中的遗漏和不妥之处诸所难免，恳请各界专家和广大读者批评指正。

作 者

1993年5月于中国人民大学

目 录

上篇 揭开经纪人的面纱

第一章 经纪人基本知识简介	(3)
第一节 什么是经纪人	(3)
第二节 经纪人的责、权、利	(6)
一、经纪人的责任	(6)
二、经纪人的权利	(7)
三、经纪人的利益——佣金	(8)
第二章 中国经纪人古今通览	(11)
第一节 中国古代“经纪人”及其经纪活动	(11)
一、中国古代的“经纪人”和“经纪机构”	(12)
二、中国古代经纪人的经纪实务	(14)
第二节 中国近现代经纪人简史	(17)
一、中国近代史上的经纪人	(17)
二、中国经纪人的销声匿迹	(19)
三、当代中国经纪人的萌芽	(21)
第三节 中国经纪人的现状	(24)
一、改革开放以来的中国经纪界	(24)
二、当今中国的经纪人及其经纪活动	(26)
三、走出当今经纪活动的“误区”	(29)
第四节 社会主义市场经济的运行需要新型经纪人	(32)
一、企业生产活动对经纪人的呼唤	(32)

二、商品流通领域对经纪人的呼唤	(37)
三、消费者对经纪人的呼唤	(39)

中篇 各类经纪人面面观

第三章 证券交易和经纪人(上)

第一节 证券交易基本知识

一、证券交易中的几个基本概念	(45)
二、证券交易基本程序和经纪人	(50)
三、证券交易离不开证券经纪人	(60)

第二节 证券经纪人种类及其经纪实务

一、证券交易员的经纪实务	(62)
二、场内经纪人的经纪实务	(67)
三、中介经纪人的经纪实务	(74)
四、场外证券经纪人简介	(74)
五、自营经纪人的经纪实务	(75)

第三节 对证券经纪人的管理

一、证券经纪人违法作弊行为	(77)
二、证券经纪人行为的监督管理	(79)
三、我国证券经纪人的特殊要求	(82)

第四节 案例分析

一、案例一——美国证券界“莱维思事件”	(84)
二、案例二——上海“股票官司”案	(85)

第四章 证券交易和经纪人(下)

第一节 世界各国证券经纪人比较与借鉴

一、欧美国家证券市场中的证券经纪人	(87)
二、亚洲国家证券市场中的证券经纪人	(98)

第二节 利用证券经纪人参与股票交易实务

一、证券经纪人选择中的佣金问题	(101)
-----------------------	---------

二、证券经纪人和客户的开户	(103)
三、证券经纪人和股票品种的选择	(105)
四、证券经纪人和股票的保证金交易	(108)
五、证券经纪人和股票的大宗交易	(113)
第五章 期货交易和经纪人	(117)
第一节 期货交易基本知识	(117)
一、期货交易和期货交易所	(117)
二、期货交易的运作及交易业务	(121)
三、期货交易的分类	(124)
四、期货交易离不开期货经纪人	(126)
第二节 期货交易经纪人及其经纪实务	(127)
一、期货经纪行与期货经纪人	(128)
二、期货经纪人的经纪活动及其经纪技巧	(131)
三、期货经纪人的冒犯行为及对其的管理	(143)
第三节 中国期货经纪人今昔	(145)
一、民国时期的期货经纪人	(145)
二、中国新时期的期货经纪人及其建设	(148)
第六章 房地产业和经纪人	(154)
第一节 房地产业基本知识	(154)
一、房地产投资基本知识	(154)
二、房地产开发基本知识	(162)
三、房地产交易基本知识	(162)
四、房地产估价基本知识	(164)
第二节 房地产经纪人及其经纪实务	(167)
一、房地产经纪机构及经纪人种类	(168)
二、房地产投资决策经纪人及其经纪实务	(170)
三、房地产交易经纪人及其经纪实务	(183)
四、房地产估价经纪人及其经纪实务	(195)

五、房地产政策经纪人及其经纪实务	(200)
第七章 保险业和经纪人	(201)
第一节 保险业基本知识	(201)
一、保险的种类	(201)
二、保险的组织形式和业务	(203)
三、保险合同	(206)
四、保险费	(208)
五、保险业务离不开保险经纪人	(209)
第二节 保险代理人及其代理实务	(210)
一、保险代理人的种类	(211)
二、保险代理人的代理实务	(213)
三、保险业务的推广和对保险代理人的辅导	(217)
第三节 保险经纪人及其经纪实务	(218)
一、保险经纪机构	(218)
二、保险经纪人的经纪实务	(221)
三、保险代理人经纪人系统的未来	(229)
第八章 广告业和经纪人	(234)
第一节 广告业的基本知识	(234)
一、广告媒体与策划	(234)
二、广告的表现	(237)
三、广告的制作	(239)
四、广告经营业	(240)
五、广告业离不开广告经纪人	(243)
第二节 广告经纪人及其经纪实务	(243)
一、广告策划是广告经纪人的主要活动	(244)
二、广告经纪人和广告对象及广告主题的策划	(247)
三、广告媒体策划和广告经纪人	(251)
四、广告时机与区域策划和广告经纪人	(259)

五、广告效果测定和广告经纪人	(266)
六、广告调查与广告经纪人	(271)
七、广告经纪人的特殊素质要求	(276)

第九章 商品交易和经纪人(277)

第一节 普通商品交易经纪人及其经纪实务(277)

一、代理贸易和普通商品交易经纪人	(277)
二、佣金贸易和普通商品交易经纪人	(281)
三、普通商品交易经纪人的作用	(283)
四、普通商品交易经纪人和合同	(285)

第二节 特殊商品（科技成果）交易经纪人及其 经纪实务(287)

一、技术合同和特殊商品经纪人	(287)
二、特殊商品交易经纪人的经纪实务	(293)

第三节 咨询经纪人及其经纪实务.....(296)

一、咨询业及咨询经纪人的地位	(296)
二、咨询经纪人的咨询经纪程序	(301)
三、咨询经纪人的咨询实务	(314)
四、咨询经纪人的素质和必备能力	(321)

下篇 踏上经纪人之路

第十章 经纪人的基本要求及评价(327)

第一节 经纪人的基本要求(327)

一、经纪人的品德修养	(327)
二、经纪人的专业知识	(331)
三、经纪人的个人素质	(340)

第二节 经纪人的培养(348)

一、现阶段经纪人成长和发展的特点	(348)
------------------------	-------

二、教育和经纪中介人才的培养	(349)
三、竞争和经纪中介人才的培养	(353)
四、激励和经纪中介人才的培养	(354)
第三节 经纪人的评价	(355)
一、经纪公司评价中心的作用	(356)
二、经纪人评价的方法	(358)
三、经纪人评价的程序	(361)

附 录

附录一：中华人民共和国民法通则（摘选）	(364)
附录二：上海证券交易所交易市场业务试行规则 （摘选）	(366)
附录三：郑州粮食批发市场交易管理暂行实施细 则（摘选）	(374)
附录四：上海金属交易所规则（摘选）	(375)
附录五：中华人民共和国城镇国有土地使用权出 让和转让暂行条例（摘选）	(376)

上篇 揭开经纪 人的面纱

第一章 经纪人基本知识简介

提起经纪人，给人的第一印象便是特别的神秘。看他们神出鬼没，呼风唤雨，有着与常人不同的人际关系网和外交手腕。“经纪人”可以讲是他们的“学名”，许多人称之为“黄牛”、“倒爷”、“穴头”、“掮客”等，当然，这是对他们的误解。从准确意义上讲，他们是通过中介活动获取佣金的商人。他们本身无自己的实业基础，不拥有商品的所有权，但是能给商品(服务)的供需两方搭桥，从而促成买卖的成交。可以那么讲，他们是整个市场机制不可缺少的“润滑剂”！

本章将帮助你了解经纪人的一些基本知识，帮助你揭开经纪人的神秘面纱！你最终会发现：经纪人并不神秘，他们也是平平常常的人！其实，你也能成为一名经纪人！

第一节 什么是经纪人

在英语中，经纪人是“Broker”。从字面上可以了解到，“Brokerage”是“经纪”的意思，即是指处于商品、劳务供需方的中介地位，以某种活动来促使商品、劳务交易的完成的商业行为。因此，经纪人也就是参与这种活动的个人或团体。

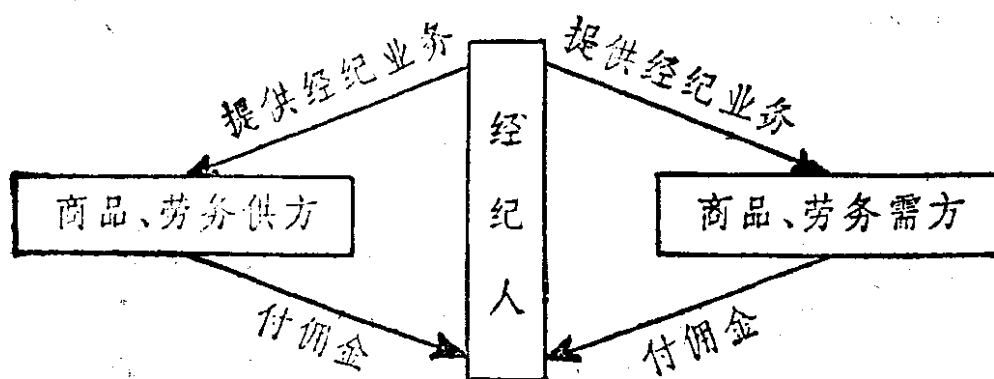
经纪人不能简单地理解为是一个自然人，其实也包含了法人。如经纪公司、咨询企业、经纪人事务所等，在市场经济条件

下，经纪人是属于第三产业范畴。

成为一名经纪人并不容易，除了要求其本身的素质外，还要经过经纪人资格考试，成绩合格之后才能获得经纪人资格证。此时，马上成为一个独立经纪人很难，因为你没有什么资信记录，别人很难相信你。因此，往往要加入到一个专门的经纪人机构，如经纪公司、经纪人事务所、经纪行等实际工作几年，以获取丰富的实践经验。

西方国家中，经纪人是一种合法的职业。这一方面是由于西方国家完善的市场经济体制需要这种中介服务；另一方面也是因为西方国家对管理经纪人有一整套的法规措施，如经纪人在进行中介服务之前，要交纳一定数额的保证金，并在有关部门进行登记。这一方面可以保护经纪人的权益不被侵犯，另外又可以依法对经纪人进行管理，如照章纳税、诚实经营，遵守市场交易法规，认真负责履行其职责和义务，合理收取佣金。西方国家这些严格的管理措施使得经纪业务健康合理地发展，使它为市场提供活力，增加市场的流动性，又可以防止不法经纪人招摇撞骗等危害经济运转的事发生。

从下图中可以清楚地看出经纪人在交易中的中介地位！



经纪人在为交易供需方提供经纪中介业务时，要收取一定的服务费用，即佣金。佣金是经纪人的合法收入来源。佣金的计算

依据是按商品成交总额的一定百分比，也有以定额来计算的。决定佣金金额或比例大小的因素有很多：如商品的不同佣金也不同；成交商品总金额的不同佣金也不一样；进行中介服务的难易程度，也造成佣金不同。在西方，经纪人的佣金标准有统一的规定，一般是规定一个最高、最低限，具体的比例由当时的市场状况和委托人与经纪人的具体协商来定，这样不仅可以防止经纪人乱收费，也可制止侵犯经纪人权益的行为发生。比如：经纪人给某种商品的供方甲和需方乙接上了头，但是甲和乙没有按协议付给经纪人佣金，佯称交易不成，但在事后却由甲、乙两方直接交易了，这在社会上被称为“甩”了中介人。

中国近年来对一些从事中介业务的企业、公司，如经济信息中心、信托公司、生产资料供应服务公司等收取佣金有具体的规定，同时也规定了委托人必须付给中介机构一定的佣金。从各类经纪人业务来看，股票、期货、科技成果、房地产等领域的经纪人佣金有较成文的规定，比如在《技术合同法》中规定了科技成果经纪人要收取5—10%的佣金；在商品交易中规定了佣金占商品交易总额的1—5%；房地产经纪人收取佣金为0.5—2%等等。在实践中，比例有的偏高、有的偏低，以致于出现了压制经纪人积极性和经纪人收费与其付出的劳动不合理等现象。

经纪人可以向供方收取佣金，也可以向需方收取佣金，这要看具体经纪的商品和劳务的时宜以及中介的难易程度；经纪人是在交易完后收取佣金，还是在交易前就应收到一定的佣金，这些目前都是由委托人和经纪人具体协商，目前还没有一个具体的条例规定。这是很不正常的，是造成中国当前经纪界混乱的根源所在。

经纪人可以有不同的名称，在证券市场上称为“证券公司”，在期货市场上称“经纪行”，在房地产市场上称“房产公司”，在劳动力市场上叫“职业介绍所”，在科技成果转让市场上称“技术咨

询公司”，运输市场上称“代理公司”。特别是在我国，商业批发企业、外贸机构、文体管理部门等虽不能算正宗的经纪公司，但从其所从事的业务来看，也是具有中介地位，因此也是一种经纪人。

具体各领域的经纪人，本书将在后几章中详细介绍。

第二节 经纪人的责、权、利

经纪人在进行其经纪业务中，只有制定出一整套针对经纪人的法规条例，才能使其行为合法、有序；才能使经纪人的业务能对市场机制有积极作用。而明确经纪人的责任、权利和利益关系就更显重要了，因为这是“以法治理经纪人”的基础。

经纪人应履行责任有两方面的含义：其一是经纪人必须保证不损害客户或委托人的合理利益；其二是经纪人必须自觉遵守国家的整个宏观经济政策和市场交易规则。经纪人应享有的权利是指经纪人有权按其付出劳动的大小和对社会所作贡献大小，依法获得一定的报酬。至于经纪人的利益是指经纪人的佣金在法律上合法，在具体标准上合理。具体本节将从以下三个方面来分别探讨这个问题。

一、经纪人的责任

上文中已提及，经纪人的责任有两个方面：一是针对客户；二是针对国家。

1. 经纪人在从事经纪业务时，必须忠实于委托人的利益，实事求是地向客户介绍具体情况，包括介绍对方的资信、财力状况和交易商品等。如：经纪人如果已知甲方委托人的资产不足，快要濒临倒闭了。此时如果甲方还要求经纪人为其交易提供方便时，经纪人应拒绝为其经纪。

2. 经纪人应公平对待委托人双方，不能带有任何偏向一方