

中国书籍出版社

# 经纪人业务教程

国家工商行政管理局市场管理司 编



NGJIREN YEWUJIAOCHENG



中财 B0004749

# 经纪人业务教程

JINGJIREN YEWUJIAOCHENG

(P22/2)

中央财经大学图书馆藏书

总号 420891

书号 F223/22

国家工商行政管理局市场管理司 编

(京)新登字 008 号

出 版 人    洪忠炉  
责任编辑    章宏伟  
封面设计    陆 岩

**经纪人业务教程**

JINGJIREN YEWU JIAOCHENG

国家工商行政管理局市场管理司 编

\*

中国书籍出版社出版

(北京市西城区西绒线胡同甲 7 号)

邮政编码:100031

万庄印刷厂印刷

新华书店经销

\*

850 毫米×1168 毫米 32 开本 17.5 印张 420000 字

1993 年 8 月第 1 版 1993 年 8 月第 1 次印刷

印数:1—30000 册

\*

ISBN7-5068-0195-7/F·7

定价:12.00 元

主 编：赵凤梧

副 主 编：谢 林 宁望鲁

编写人员：贾志岱 王树燕

王宝桐 陈 新

崔晓健 黄卫明

陈 骥 肖学文

# 序

---

近些年来,随着经济体制改革和商品经济的发展,经纪行业和经纪人活动,又重现在市场经济的大舞台上,成为现阶段商品生产、流通、消费中的重要桥梁和纽带。

经纪人及其活动在我国历史悠久,早在 2000 多年前的汉代就已出现。但在建国以来的较长时期内,由于政治、经济等多方面的原因,我国一直对经纪人及其活动加以限制,时宽时紧,有一段时间,甚至采取打击和取缔的政策,致使经纪活动处于一种抑制状况。改革开放以来,尤其是邓小平同志南巡重要谈话和党的十四大明确提出建立社会主义市场经济体制的目标和模式后,经纪人又重新活跃在社会经济生活的舞台上。

在建立社会主义市场经济运行机制的条件下,发展经纪行业和壮大经纪人队伍,是一件非常有意义的事情。首先是社会化大生产发展的需要,有助于组织原材料采购、资金供应、产品销售间的

链条,建立产、供、销的良性循环;其次是实现资源配置的需要,有助于解决许多商品、物资客观存在的此地积压、彼地脱销,此地过剩、彼地短缺的问题;再次是社会化服务的需要,有助于解决政府管不了、管不好的事情,实现小政府大社会、小政府大服务的改革目标。当前我国各类商品市场、生产资料及生产要素市场发育不尽完善,商品流通不畅,产品积压较多,信息传递不快,科技成果难以转化为生产力,尤其需要经纪人从中纵横穿梭、牵线搭桥,以活跃商品流通,繁荣市场经济。

为了明确经纪人的合法地位,使中介服务活动有法可依,有章可循,国家工商行政管理局在调查研究的基础上,即将颁发《经纪人登记管理办法》。为配合各地对经纪人的培训,提高经纪人的理论政策水平和中介业务能力,促使社会各界更好地认识和支持经纪人活动。国家工商行政管理局市场管理司组织有关专家学者编纂了这本《经纪人业务教程》,以期在市场管理者和经纪人之间建起一道桥梁,搞好经纪人中介业务的监督管理和服务,做好人才的培训工作,让更多的人了解经纪人内涵,熟悉各类市场,涉足中介服务,促使经纪人活动的健康发展。

该书系统地介绍了经纪人基本知识,各类市场中介业务及技巧,经纪服务合同,经纪人职业道德,工商行政管理,并附录了部分地方《经纪人登记管理办法》,经纪人事务所章程,国外经纪人中介法律制度,《中华人民共和国民法通则》、《中华人民共和国民事诉讼法》等内容,既有理论性,又有实践性。《经纪人业务教程》的出版发行,不仅对工商行政管理系统广大干部职工和经纪人的培训是一本好教材,而且对社会各界学习经纪业务知识也是一本很有益的参考教材。

国家工商行政管理局副局长      曹天玷

# 目 录

---

|                          |      |
|--------------------------|------|
| 第一章 经纪人概论 .....          | (1)  |
| 第一节 经纪人的概念及特征 .....      | (1)  |
| 一、经纪人概念 .....            | (1)  |
| 二、经纪人特征 .....            | (2)  |
| 三、经纪人的种类 .....           | (4)  |
| 四、经纪企业和经纪人服务机构 .....     | (7)  |
| 五、经纪人是市场经济发展的必然产物 .....  | (9)  |
| 第二节 我国经纪人的历史沿革 .....     | (10) |
| 一、周秦至宋元时期的经纪人 .....      | (10) |
| 二、明清时期的牙人与牙行 .....       | (13) |
| 三、买办——特殊的经纪人 .....       | (14) |
| 四、民国时期的经纪人 .....         | (16) |
| 五、建国初期的经纪人 .....         | (18) |
| 六、当代经纪人 .....            | (19) |
| 第三节 经纪人的资格、法律地位及作用 ..... | (21) |
| 一、经纪人的资格 .....           | (21) |
| 二、经纪人的法律地位 .....         | (22) |

|                                |      |
|--------------------------------|------|
| 三、经纪人的作用·····                  | (23) |
| <b>第二章 市场经济与经纪人</b> ·····      | (26) |
| <b>第一节 从商品经济到市场经济</b> ·····    | (26) |
| 一、商品·····                      | (26) |
| 二、市场·····                      | (26) |
| 三、商品与市场之间的关系·····              | (27) |
| 四、充分发挥市场机制的作用·····             | (30) |
| <b>第二节 市场经济呼唤经纪人</b> ·····     | (31) |
| 一、社会主义市场经济需要经纪人·····           | (31) |
| 二、大力发展经纪业·····                 | (35) |
| 三、经纪人行为的规范化与合法化·····           | (39) |
| <b>第三章 经纪人运作程序</b> ·····       | (42) |
| <b>第一节 经纪人的信息观</b> ·····       | (42) |
| <b>第二节 经纪人的运作程序与谈判技巧</b> ····· | (47) |
| 一、经纪人的运作程序·····                | (47) |
| 二、经纪人的调查与谈判技巧·····             | (48) |
| <b>第三节 经纪人的谋略与危机处理</b> ·····   | (56) |
| 一、经纪人的谋略·····                  | (56) |
| 二、经纪人危机处理·····                 | (58) |
| <b>第四章 集贸市场中介业务</b> ·····      | (61) |
| <b>第一节 集贸市场概述</b> ·····        | (61) |
| 一、我国集贸市场发展史·····               | (61) |
| 二、集贸市场的性质、地位和作用·····           | (63) |
| 三、集贸市场的结构及特点·····              | (72) |
| <b>第二节 专业市场概述</b> ·····        | (75) |
| 一、专业市场的概念·····                 | (75) |
| 二、专业市场的分类·····                 | (76) |

|                            |       |
|----------------------------|-------|
| 三、专业市场的特点 .....            | (77)  |
| 第三节 集贸市场的经纪人与经纪组织 .....    | (77)  |
| 第五章 生产资料市场中介业务 .....       | (81)  |
| 第一节 生产资料市场概述 .....         | (81)  |
| 一、生产资料市场的概念及特征 .....       | (81)  |
| 二、生产资料市场同社会主义市场经济的关系 ..... | (84)  |
| 第二节 我国生产资料市场的形成与发育 .....   | (85)  |
| 一、旧体制下的生产资料流通 .....        | (85)  |
| 二、十四年物资体制改革的两个阶段 .....     | (86)  |
| 三、我国生产资料市场的现状 .....        | (91)  |
| 第三节 生产资料市场经纪人 .....        | (94)  |
| 第六章 劳务市场中介业务 .....         | (96)  |
| 第一节 劳务市场概述 .....           | (96)  |
| 一、劳务市场的概念 .....            | (96)  |
| 二、劳务市场的分类与组织模式 .....       | (98)  |
| 三、劳务市场的内容 .....            | (102) |
| 第二节 我国劳务市场的现状 .....        | (105) |
| 一、劳务市场开放的必要性 .....         | (105) |
| 二、劳务市场的现状和发展趋势 .....       | (108) |
| 三、经纪人在劳务市场中的作用 .....       | (110) |
| 第三节 经纪人与劳务中介 .....         | (110) |
| 一、劳务的含义和分类 .....           | (110) |
| 二、劳务市场的含义、分类和特点 .....      | (111) |
| 三、劳务价格、劳务价值和劳务商品 .....     | (111) |
| 第七章 房地产市场中介业务 .....        | (114) |
| 第一节 房地产市场概述 .....          | (114) |
| 一、房地产市场的概念 .....           | (114) |

|                                      |       |
|--------------------------------------|-------|
| 二、房地产市场的构成及分类 .....                  | (117) |
| 三、房地产市场的内容 .....                     | (120) |
| 第二节 我国房地产市场的现状 .....                 | (123) |
| 一、房地产市场发展的必要性 .....                  | (123) |
| 二、房地产市场的发育现状 .....                   | (125) |
| 第三节 经纪人与房地产市场 .....                  | (128) |
| 一、经纪人与房地产市场 .....                    | (128) |
| 二、经纪人如何分析房地产市场 .....                 | (128) |
| 三、外商投资企业建设用地的有关法律规定 .....            | (130) |
| 四、我国房地产市场的基本情况、发展趋势和<br>经纪人的作用 ..... | (132) |
| 第八章 技术信息市场中介业务 .....                 | (135) |
| 第一节 技术市场概述 .....                     | (135) |
| 一、技术市场的概念 .....                      | (135) |
| 二、技术商品流通的基本形式 .....                  | (136) |
| 第二节 我国技术市场现状 .....                   | (137) |
| 一、我国技术市场的兴起与发展 .....                 | (137) |
| 二、我国技术市场的现状 .....                    | (139) |
| 三、我国科技成果的转化 .....                    | (139) |
| 四、科技成果转化经纪人的作用 .....                 | (142) |
| 第三节 经纪人与科技成果转化 .....                 | (143) |
| 第四节 信息市场的概念、分类及作用 .....              | (146) |
| 一、信息市场的概念 .....                      | (146) |
| 二、信息市场的分类 .....                      | (146) |
| 三、信息市场的作用 .....                      | (146) |
| 四、信息咨询 .....                         | (147) |
| 五、信息意识 .....                         | (147) |

|                     |       |
|---------------------|-------|
| 第五节  信息市场经纪人·····   | (148) |
| 第九章  文化市场中介业务·····  | (151) |
| 第一节  文化市场概述·····    | (151) |
| 一、文化市场的概念·····      | (151) |
| 二、文化市场的特点·····      | (151) |
| 三、文化市场的分类·····      | (152) |
| 第二节  文化市场经纪人·····   | (153) |
| 一、文化艺术经纪人·····      | (154) |
| 二、文化出版经纪人·····      | (159) |
| 三、把明星“捧”出来·····     | (163) |
| 第十章  证券市场中介业务·····  | (166) |
| 第一节  证券市场概述·····    | (166) |
| 一、有价证券的概念和种类·····   | (166) |
| 二、证券市场的概念和结构·····   | (167) |
| 三、证券市场管理机构·····     | (168) |
| 四、证券经营服务机构·····     | (168) |
| 第二节  股票市场·····      | (170) |
| 一、股票的发行·····        | (170) |
| 二、股票的流通·····        | (172) |
| 三、我国股票市场的发展状况·····  | (177) |
| 第三节  债券市场·····      | (177) |
| 一、债券的发行·····        | (177) |
| 二、债券的流通·····        | (180) |
| 三、我国债券市场的发展状况·····  | (181) |
| 第四节  证券商与证券经纪人····· | (182) |
| 一、证券商·····          | (182) |
| 二、证券经纪人·····        | (185) |

|                                 |              |
|---------------------------------|--------------|
| <b>第十一章 商品现货市场中介业务 .....</b>    | <b>(192)</b> |
| 第一节 现货交易经纪人的概念 .....            | (192)        |
| 第二节 现货经纪人守则 .....               | (193)        |
| 第三节 现货交易经纪人的活动及技巧 .....         | (195)        |
| <b>第十二章 期货市场中介业务 .....</b>      | <b>(198)</b> |
| 第一节 期货市场概述 .....                | (198)        |
| 一、期货市场的概念 .....                 | (198)        |
| 二、期货市场的作用 .....                 | (208)        |
| 三、期货交易业务 .....                  | (211)        |
| 四、期货市场的参与者 .....                | (216)        |
| 第二节 期货经纪商与经纪人 .....             | (217)        |
| 一、期货经纪商 .....                   | (217)        |
| 二、期货经纪业务流程 .....                | (220)        |
| 三、期货经纪人与保证金 .....               | (224)        |
| 第三节 中国期货经纪人 .....               | (226)        |
| 一、旧中国期货经纪人 .....                | (226)        |
| 二、当代中国期货经纪人 .....               | (227)        |
| <b>第十三章 经纪法律制度与经纪服务合同 .....</b> | <b>(233)</b> |
| 第一节 经纪人资格和经纪服务合同 .....          | (233)        |
| 一、经纪机构和经纪人资格 .....              | (233)        |
| 二、经纪服务合同 .....                  | (236)        |
| 第二节 代理制度 .....                  | (238)        |
| 一、代理的概念 .....                   | (239)        |
| 二、代理的特征 .....                   | (240)        |
| 三、委托代理 .....                    | (241)        |
| 第三节 合同制度 .....                  | (243)        |
| 一、合同制度概述 .....                  | (243)        |

|                               |       |
|-------------------------------|-------|
| 二、居间合同 .....                  | (248) |
| 三、代理合同和服务合同 .....             | (254) |
| 四、信托合同 .....                  | (259) |
| 第四节 争诉制度 .....                | (262) |
| 一、争诉制度概述 .....                | (262) |
| 二、仲裁 .....                    | (263) |
| 三、诉讼 .....                    | (264) |
| 第十四章 经纪人的行政管理 .....           | (271) |
| 第一节 工商行政管理概述 .....            | (271) |
| 一、工商行政管理的概念、性质、特点、地位 .....    | (271) |
| 二、工商行政管理的目标、职能、作用 .....       | (273) |
| 三、工商行政管理部门对市场的管理 .....        | (274) |
| 四、市场经济条件下加强工商行政管理的必要性 .....   | (275) |
| 第二节 工商行政管理的方法、手段 .....        | (280) |
| 一、工商行政管理的方法 .....             | (280) |
| 二、市场管理的手段 .....               | (284) |
| 第三节 加强对经纪人的纳税管理 .....         | (288) |
| 一、经纪人与税 .....                 | (288) |
| 二、经纪服务业及其成员应该承担哪些税 .....      | (289) |
| 三、“黑市经纪”、“地下经纪”逃税额的初略估计 ..... | (290) |
| 第四节 经纪人与法治 .....              | (291) |
| 一、经纪人的资格 .....                | (291) |
| 二、经纪人的权利和义务 .....             | (292) |
| 三、佣金标准 .....                  | (294) |
| 第五节 经纪服务戒条 .....              | (295) |
| 第十五章 经纪人职业道德 .....            | (300) |
| 第一节 职业道德概述 .....              | (300) |

|                                       |       |
|---------------------------------------|-------|
| 一、道德的概念 .....                         | (300) |
| 二、社会主义道德规范的基本内容 .....                 | (301) |
| 第二节 经纪人与职业道德 .....                    | (305) |
| 第三节 经纪人职业道德规范 .....                   | (306) |
| 附录一：海外经纪人制度 .....                     | (309) |
| 一、美国的房地产经纪人制度 .....                   | (309) |
| 二、芬兰房地产经纪人简介 .....                    | (318) |
| 三、台湾、香港的相关法律介绍 .....                  | (320) |
| 四、比利时中间商制度 .....                      | (334) |
| 五、西方文化娱乐体育经纪人 .....                   | (338) |
| 附录二：西方国家及亚洲“四小龙”证券经纪人 .....           | (346) |
| 一、美国交易所股票经纪人 .....                    | (346) |
| 二、美国其他二级证券市场经纪人 .....                 | (363) |
| 三、美国对证券经纪人和证券公司的管理 .....              | (365) |
| 四、其他西方国家证券经纪人交易形式 .....               | (367) |
| 五、英国证券经纪人 .....                       | (368) |
| 六、法国证券经纪人 .....                       | (369) |
| 七、德国证券经纪人 .....                       | (370) |
| 八、日本证券经纪人 .....                       | (371) |
| 九、亚洲“四小龙”证券经纪人 .....                  | (373) |
| 附录三：中华人民共和国民法通则 .....                 | (376) |
| 附录四：中华人民共和国民事诉讼法 .....                | (402) |
| 附录五：中华人民共和国经济合同仲裁条例 .....             | (453) |
| 附录六：中华人民共和国税收征收管理法 .....              | (460) |
| 附录七：全国人大常委会关于惩治偷税、抗税<br>犯罪的补充规定 ..... | (473) |

|                                             |       |
|---------------------------------------------|-------|
| 附录八:中华人民共和国个人收入调节税暂行条例 .....                | (475) |
| 附录九:中华人民共和国个人收入调节税<br>暂行条例施行细则 .....        | (479) |
| 附录十:部分地方工商行政管理局经纪人管理暂行规定<br>及经纪人事务所章程 ..... | (485) |
| 一、陕西省经纪人中介活动管理暂行办法 .....                    | (485) |
| 二、海南省物价局关于经纪人中介活动收费问题的批复<br>.....           | (489) |
| 三、河南省工商局关于经纪人管理的若干规定 .....                  | (490) |
| 四、河南省工商局关于《河南省经纪人资格证》<br>发放程序与审核条件的通知 ..... | (494) |
| 五、珠海市工商局经纪人管理办法 .....                       | (495) |
| 六、济南市经纪活动管理暂行办法 .....                       | (496) |
| 七、淮阴市商品交易经纪人管理办法 .....                      | (498) |
| 八、抚顺市经纪人管理办法 .....                          | (503) |
| 九、济南市经纪人事务所章程 .....                         | (506) |
| 十、山东省济南百货批发总公司经纪人<br>服务所管理办法 .....          | (512) |
| 十一、关于同意“上海石化物资交易中心”开展<br>经纪人试点工作的批复 .....   | (518) |
| 十二、关于广州市经纪人商品中介活动<br>收费问题的通知 .....          | (537) |
| 附录十一:国家工商行政管理局期货经纪公司<br>登记管理暂行办法 .....      | (539) |

# 第一章 经纪人概论

---

## 第一节 经纪人的概念及特征

### 一、经纪人概念

《中国经济大辞典》：“经纪人，中间商人，旧时称掮客，处于独立地位，作为买卖双方的媒介，促成交易以赚取佣金的中间商人。”

美国市场学家菲利浦·R·特奥拉《国际市场经营》：“经纪人是提供廉价代理人服务的各式中间人的总称，他们与客商之间无连续性关系而言。”

经纪人是指为买卖双方牵线搭桥，从中赚取佣金，起一种中介作用的中间商人。它主要包括三个方面的含义：其一，经纪人的中介服务对象是买卖双方；其二，中介服务活动是在充分尊重买卖双

方权益的基础上进行的；其三，经纪人以收取一定报酬为其中介服务活动的目的。

## 二、经纪人特征

### 1. 经纪人是供需双方成交的服务人员

在现实生活中，供方有时找不到满意的需方，而需方也往往找不到合适的供方。为了使供需双方都能寻找到满意的成交对象，经纪人便担当起了介绍人的角色。当一名经纪人掌握了供方信息时，为了使供方成立，他便利用其信息灵、路子广等优势积极尽力地寻找需方信息。当供需双方信息相近时，经纪人便安排供需双方交谈，以促成供需双方成交。在这一供需双方的成交过程中，经纪人扮演了一位为供方寻找需方信息的角色，即为了使供方成交，经纪人积极地为供方提供服务。这种服务即包括为供方找需方，还具体包括找什么样的需方，哪里的需方，适合供方价格条件的需方。由此我们看出，经纪人为了供方的成交，为供方提供了多方面、多层次的服务。所以，我们说，经纪人是供需双方成交的服务者，其一切活动都是为供需双方服务的，是围绕供需双方成交这一中心转的。当供需双方这一次交易活动结束后，经纪人为该供需双方提供的中介服务才算结束。

### 2. 经纪人是靠经纪活动为供需双方提供服务的

所谓经纪活动，是指为生产资料、生活资料的交易和技术成果的转让以及引进人才、资金、技术、工程项目等过程中的中介服务活动，也就是平时所讲的中介服务或称为中介活动。这种经纪活动的方式就是提供信息、传递行情、牵线搭桥，就是为供需双方的成交而进行的反复多次的调和，就是为谋求供需双方差距的缩小直到没有差距而做的协调、说服工作。经纪人为供需双方服务，就是靠的信息传递、靠的反复调和、靠的协调、说服工作。经纪活动是经纪人的唯一方式，也是经纪人实现其劳动成果——促使供需双方