

DAODEYISHU

● 经纪人实务 ● 经纪人实务

▶ “倒”的艺术

连风 白水 李延武 编著



中国统计出版社

“倒”的艺术—— 经纪人实务

连风 白水 李延武 编

中国统计出版社

(京)新登字 041 号

“倒”的艺术——经纪人实务

连风 白水 李延武 编

· 中国统计出版社出版、发行(北京三里河月坛南街 38 号)
新华书店北京发行所经销 铁道标准化怀柔印刷厂印刷

787×960 毫米、32 开本 7.875 印张 20 万字
1993 年 5 月第一版 1993 年 5 月北京第一次印刷
印数:1—5000

ISBN 7-5037-1227-9/F·507

定价:8.80 元

前 言

1992 年是中国经济迅速发展的一年,邓小平南巡讲话在国内外引起了震动.中国已坚决地从计划经济和半遮半掩的有计划的商品经济迈向社会主义市场经济,并决心勇敢地按商品经济客观规律办事.全国各地“开发区热”、“房地产热”等一个个热点使人们目不暇接;期货经纪、套期保值、对冲平仓、证券走势、牛市熊市等名词逐渐为人们所熟知.香港人看好大陆经济前景,推出“中国基金”和“中国概念股”;德国人看好中国,在投资大陆与向台湾出售潜艇和护卫舰间毅然取舍.在国外人士眼中,与独联体诸国的寒冷和纷争、前南斯拉夫的战乱和杀戮相比,中国大陆是充满安全、机会和诱惑的理想经济合作伙伴.中国人从 CNN 节目主持人伯纳德·肖和戴维·弗伦奇的报道中注意到了 LME(伦敦金属交易所)和华尔街股票市场中国聚在交易大厅内的一群奇特的人:他们西装革履,时而轻松自若、风度潇洒,时而神情紧张、吼叫声此起彼伏.从他们耳边的电话机中不断传出一个个指示,随着巨大的显示屏出现的数字,交易厅里气氛白热化,这些人声嘶力竭,几乎达到忘我的境界.随着收盘铃响,一切又恢复正常,人们或兴高彩烈,欣喜之情溢于言表,或神情沮丧,或目瞪口呆,真是人间世相,仪态万千.以往中国人也曾见到过这种景象,但从未像在 1992 年这样对

他们格外发生兴趣，他们隐隐约约听说过，这些人叫做经纪人，好像是一些专为别人作生意的人。他们之所以对此情有独钟并跃跃欲一试身手，是因为人们已经注意到在中国大陆，在他们的身边也出现了这样一批人。这一“新兴”职业神秘而巨大的魅力吸引了许多人，他们想了解关于它的一切，更想投身其中去感受那“让人欢喜让人忧”的奇妙。

正如马克思所说：“交易的进行是需要时间的”，“如果商品所有者不是资本家，而是独立的直接生产者，买卖所费的时间，就是他们劳动时间的一种扣除。因此他们总是（在古代和中世纪）企图把这种操作留到假日里去做”（马克思《资本论》第二卷第一二三页）。可见，只要商品经济、商品生产存在，商业作为一种社会分工就不会消失，而在商业中存在的专门从事居间活动，被称为经纪人的人就必然会存在。这是社会化大生产和商品经济发展的必然产物，是流通领域分工发展的必然趋势。在购销关系、产需关系、信用关系日益复杂的今天，市场范围日益扩大，商品货币关系高度发达，由买卖双方亲自完成一切经营活动，不仅是不必要不可能的，也是极不经济的，这就为经纪人提供某种劳务以促进双方间业务的完成提出了要求。所以当前经济发达国家的商业代理活动分工越来越细就决不是一种偶然的现象。经纪人的劳动是“居中促成价值形态变化的劳动”，它“不会创造价值”，但对商品流通过程来说“是一个必要的要素。”（马克思《资本论》第二卷第一二三页）目前我国的经纪人活动日趋活跃，由于长期以来意识形态的限制和灌输强化了“经纪人是居间取利，

盘剥他人的寄生阶层“这一观点,我们对于经纪人的认识是片面,不正确的。长期以来的计划经济体制不仅把按市场需求进行生产和交换用国家严格统一的指令性计划来取代,而且消除了经纪人存在的客观环境和基础。在一个根本不需要自觉按市场需求进行生产和交换,也无法使生产和交换满足人们生产生活消费的社会中,根本不存在为生产和需求所架设的桥梁。历经磨难我们终于认识到计划无法包揽一切反而铸成了一个又一个的错误;终于发现经济规律始终在向我们招手;终于在进行认真而痛苦的反思后将脚步坚实地踏在改革旧经济体制的道路上,市场的种种规则成了我们前进的导游图和通行证。

长期习惯了上级计划安排的企业开始忐忑不安地面对市场,它离市场的距离从来没有这样近过,可又显得是那么遥远。企业开始尝试把自己的生产与顾客的喜恶联系在一起,需求者也开始大起胆子利用那些过去不属于自己而本应属于自己的选择商品的权利。可生产者和需求者常常发现在他们面前还有一条难以逾越的鸿沟:运转不正常、周转速度慢的流通渠道,内容过时贫乏、传递缓慢、支离破碎的信息传播网络,寥寥无几的市场调查人员和机构……进入市场已不是一个想不想的问题,而是一个能不能进入市场和如何进入市场的问题。在这种形势下人们感到必须建立相应机制以缩短生产者与需求者间的距离,人们注意到了生产与需求之间存在的中间环节,也注意到了在买卖双方之间起沟通联系作用、撮合成交易的经纪人。经纪活动使买卖双方最快地建立了联系,完成了交易,降低了双

方时间、财力、精力的耗费,准确地说,经纪活动虽未使商品直接增值,但在加快商品流转、减少不必要损耗等方面所产生的经济效益和社会效益是无可置疑的。现在已经到了为经纪人正名,纠正、摒弃种种对经纪人错误的认识的时候了。我国经济发展中资源配置不合理,由于地区封锁、部门垄断、行业分割而导致的信息阻断、物资积压与短缺并存的现象已到了应被解决的时候。经纪人正是在这一时刻,适应了商品经济的发展,迅速地出现在经济生活各个领域之中,形成一股来势汹涌的大潮。

编 者

1993. 5.

E

录

前

言

第一章 经纪概述..... (1)

第一节 经纪概念..... (1)

第二节 经纪人的法律地位…………… (4)

第三节 居间合同..... (8)

第四节 经纪人的主体资格 (11)

第五节 经纪人的业务活动范围和佣金 …… (15)

第二章 国外经纪业发展简介 (18)

第一节 国外法律对经纪人的基本规定 …… (18)

第二节 关于代理商和中介人法律制度的介绍
..... (19)

第三节 国外经纪人分类简介 (22)

第三章 我国经纪业发展概况 (32)

第一节 我国经纪沿革探求 (32)

第二节 我国经纪业发展现状 (34)

第三节 我国经纪业发展特点 (37)

第四节 我国经纪业发展中的问题 (40)

第五节 我国经纪活动管理概况 (46)

第四章 我国经纪人分类及其操作(上) …… (52)

第一节 消费(生活)资料经纪人 (52)

第二节 生产资料经纪人 (56)

第三节 钢材市场及经纪人 (59)

第四节 汽车市场及经纪人 (61)

第五节 成品油市场及经纪人 (64)

第五章 我国经纪人分类及其操作(下)	(68)
第一节 生产要素经纪人	(68)
第二节 房地产经纪人	(68)
第三节 技术经纪人	(72)
第四节 金融经纪人	(80)
第五节 劳务经纪人	(83)
第六节 文化经纪人	(85)
第六章 经纪组织	(90)
第一节 经纪组织概况	(90)
第二节 我国现有经纪组织的几种模式	(91)
第三节 经纪组织发展方向	(97)
第七章 经纪人素质培养	(101)
第一节 经纪人的思想素质和职业道德	(101)
第二节 经纪人应具备的基本知识	(104)
第三节 经纪人应具备的基本技能	(111)
第四节 经纪人应具备的专业知识	(114)
第五节 经纪人培训参考科目	(116)
第八章 经纪业的登记管理	(118)
第一节 概论	(118)
第二节 经纪人的登记注册	(119)
第三节 经纪人的监督管理	(124)
第四节 经纪企业的登记注册	(127)
第五节 经纪企业的监督管理	(134)
第九章 关于经纪活动操作中的几个问题	(138)
第一节 对操作程序上的注意	(138)
第二节 实践中经纪人常遇问题	(140)
第十章 经纪活动中的若干法律界限	(146)

第一节	正当经纪与一般违法行为的界限	(146)
第二节	经纪与违法犯罪的界限	(148)
第三节	经纪与代理、行纪的界定	(151)
第十一章	经纪业立法管理构想	(154)
第一节	对经纪人立法的不同看法	(154)
第二节	我国关于经纪活动的统一 管理规定探讨	(156)
附录:1.	《城乡个体工商户管理暂行条例》	(162)
2.	《城乡个体工商户管理暂行条例》 实施细则	(167)
3.	《中华人民共和国企业法人登记 管理条例》	(173)
4.	《中华人民共和国企业法人登记 管理条例》施行细则	(182)
5.	《中华人民共和国私营企业暂行 条例》	(201)
6.	《中华人民共和国私营企业暂行条例》 施行办法	(209)
7.	《期货经纪公司登记管理暂行办法》	(217)
8.	《海南省经纪人登记管理试行办法》	(222)
9.	《珠海市工商局经纪人管理办法》	(226)
10.	《济南市经纪活动管理暂行办法》	(228)
11.	《河北省大名县经纪人协会章程》	(231)
12.	×××技术经纪人事务所章程	(233)
13.	×××技术经纪人管理办法 (讨论稿)	(236)

14. ×××科技经纪人事务所业务
 工作规程..... (238)

15. ×××关于聘用兼职科技经纪人的
 若干规定..... (241)

第一章 经纪概述

第一节 经纪概念

一、经纪、经纪人及特点

经纪是一种既可属商法,又可属民法的法律行为。经纪业就是从中介他人之间进行商品交易的活动。实施经纪行为的主体就是经纪人,包括经纪企业(专营和兼营经纪业者)、个人独立经纪人(专职或临时受委托者)。

经纪人是为买卖双方提供合同成交机会,撮合成交而收取佣金的人。其业务开展一般是通过接受委托,根据自己掌握的商业信息,进而为买卖供求双方提供订约机会,一旦订约成功,合同得以履行,再从受托方获取报酬。

经纪活动具有以下特点:

1. 经纪人从事业务活动时不直接占有委托方的财产,对委托方的财产也无权处分。
2. 经纪人以自己的名义开展活动,但不能独立表达自己的意思,而是表达委托方的意思。
3. 经纪活动中,委托方要与第三方发生直接关系,经纪人在其中仅起撮合成交、沟通信息的作用。
4. 经纪人在经济活动中不独立承担民事责任,因为经纪人只是为买卖双方提供订约机会。最后签约的是买方和卖方,经纪人本身不参加签约,即使日后买卖双方发生纠纷,相应的法律责任上也由买卖双方当事人承担,而经纪人不承担任何责

任。

二、经纪活动利弊剖析

经纪人的居间活动,反映了现代商品经济生活的客观要求,对于疏通商品流通渠道,加速商品流转等方面有着不可缺少的作用。经纪人的居间活动是商业性的服务活动,属于第三产业范畴,经纪人所从事的是收集商品经济信息,并据此为买卖供求双方提供订约机会,进而从中获取佣金。经纪人的这种劳动,促进了商品价值的实现,凝结了人类的一般劳动,因此也是商品价值的重要组成部分。

经纪人的居间活动,在现实经济生活中起着非常广泛的积极作用,具体表现在:

一. 通过居间人的居间活动,利用经纪人所提供的市场信息,可以使企业迅速找到交易对象,并通过经纪人充分了解交易对象的产品及信用情况,在经纪人的协助下卓有成效地订约成交,这是广告媒介所做不到的。

二. 我国由计划经济向社会主义市场经济转轨后,企业的原材料和产品都要通过市场买入卖出,这就要求企业建立自己的供销渠道,经纪人通过提供市场供求信息,能够非常有效地帮助企业不断开拓市场,开发新产品,提高企业的经济效益,不断增强企业的竞争力,使企业在激烈的市场竞争中立于不败之地。从某种意义上讲,经纪人是企业了解市场供求关系的窗口。

三. 作为一种新职业,经纪人的存在及其居间活动,可以为社会提供大量的就业机会,使社会上闲散的一部分劳动力得到利用,为国家创造财富,这一方面有利于缓解我们国家目前所面临的就业压力,另一方面也不需要国家的再次投资。因此经纪人的存在及其居间活动有着积极的社会意义。

四. 经纪人的存在及其居间活动,对于保证平等互利,公平交易,起着不可忽视的促进作用。经纪人凭借其掌握的大量市

场信息和丰富的商品知识,不仅为交易双方提供订约机会,还可以帮助交易双方鉴定货物,提供价格信息及交易方的经营和信用情况。特别是在某些特定商品交易中,经纪人的这些居间服务活动,还包含了“民间鉴定”,价格监督的作用。进而促使交易在平等、公平的条件下成交。

五. 经纪人的存在及其居间活动,有利于建立正常的商品流通秩序,减少不合理的加价因素,使各种“倒爷”无机可乘。目前有些单位,特别是某些“官倒”,利用自己的权势,将紧俏商品控制在手,原地加价倒卖或转手加价倒卖,人为地提高商品价格,增加消费者和使用单位的负担。经纪人通过提供真实的市场信息,为供需双方提供直接交易的机会,使交易双方根据自己的实际情况,相互协商,进而减少了不合理的加价因素,使“倒爷”无机可乘,进而起到了维护正常商品流通秩序的作用。

当然,经纪人的居间活动,不仅仅只有积极的一面,也有其消极的一面,这主要表现在:

一. 由于经纪人在我国法律上和政策上都没有合法的法律地位,经纪人的居间活动处于不公开状态,因而导致国家对经纪人管理的失控,经纪人偷税、漏税,而税务机关却无法查处。

二. 有些经纪人在居间活动中,以中介为名,大搞买空卖空,投机倒把,拿委托人的钱或商品,转手加价,牟取非法收入,坐收渔利。

三. 有些经纪人,采取欺诈手段,提供虚假信息,或与其中一方相勾结,欺骗另一方,进而从中骗取暴利,使交易的一方或双方在经济上蒙受损失。

四. 有些经纪人为获取经济情报,或为疏通各种关系,向经办人员大量行贿或介绍贿赂,拉人下水,严重地毒化了社会风气。

正是由于经纪人的存在及其居间活动所具有的利弊两重性,因此更有必要加强对经纪人及其居间活动的法律调整,兴利除弊。这种必要性就是:

既然经纪人是商品经济发展的产物,经纪人的存在顺应了商品经济发展的必然要求,而且在现实生活中经纪人已大量存在,那么筑坝建堤,从各方面加以围堵,就不如疏而导之,扬其利,除其弊,正视现实,顺应商品经济的客观要求,采取实际灵活和稳妥的态度与对策,对经纪人及其居间活动加以法律上的调整,使经纪人为我国的社会主义经济建设服务。

加强完善对经纪人及其居间活动的法律调整,就要相应地在立法及执法手段上采取强有力的措施来保证法律对经纪人的有效调整。明确经纪人的法律地位,是对经纪人进行法律调整的前提;建立居间法律制度,是对经纪人进行法律调整的法律依据;规定充当经纪人的资格条件,佣金标准,居间范围,则是对经纪人进行法律调整的必要手段。

第二节 经纪人的法律地位

一、经纪人的法律特征

经纪人的法律地位是指经纪人在法律上的特征及其在法律上所应享有的权利和应承担的义务。

在法律上,经纪人应具备如下特征:

一. 经纪人必须是按照委托人的指示、委托业务的范围和具体要求进行业务活动,目的是帮助委托人建立某一民事法律关系,而这一民事法律关系建立与否,是由委托人自行决定,自行完成的。这一特征使经纪人与委托代理人区别开来,委托代理人是依据委托人的授权而为一定的法律行为。就是说经纪人只是帮助委托人建立某一民事法律关系而并不代理实施形成这一民事法律关系。经纪人的这一特征也使经纪人与进行事务性活动的介绍人、传达人区别开来。

二. 经纪人不能为独立的意思表示。经纪人的联系、介绍活

动是为了促使介绍委托人和第三人之间订立合同,并为此创造条件、组织成交。经纪人本身不是合同的当事人,也无权为委托方签订其所介绍的合同,因此也无须独立为意思表示。虽然经纪人与委托代理人都处于委托人与第三方之间,而且经纪人在当事人双方订约过程中还可以提出某些建议,但这些建议只能起参考作用,不能左右当事人的意志,对合同的成立与否不起决定性作用。而代理人在代理权限内为法律行为时,必须向第三方做出独立的意思表示,拿出自己的主张。经纪人的这一特征,使其与委托代理人有了本质上的区别,也使经纪人与行纪合同中的行纪人有了本质上的区别。

三. 经纪人的活动是向委托人提供劳务,委托人也应向经纪人给付一定报酬,但必须以合同成立为条件,这是经纪人活动的性质和目的所决定的。

四. 对委托方与第三方所签订的合同,经纪人无须承担风险责任。由于经纪人的居间活动只是协助委托人与第三方签订合同,建立一种民事法律关系。经纪人的作用,只是提供信息,穿针引线,至于合同是否签订,合同的内容如何具体规定,要求如何,则都是委托方与第三方之间的事,经纪人本身并不是该民事法律关系的当事人,因此也就无须承担任何风险责任。

经纪人的上述法律特征,在日常生活中有很重要的实践意义,经纪人的这些法律特征使其与人们切齿痛恨的“倒爷”有了明确的法律界限:

1. 经纪人是为供求双方或产销双方牵线搭桥,促进流通,加速商品流转。而“倒爷”则是通过转手加价,倒买倒卖,中间牟利,是在人为地增加流通环节,阻碍商品流通。

2. “倒爷”是我国目前两种经济体制交替过程中价格上的双轨制所造成的一种不正常的经济现象,而经纪人的出现则是商品经济和社会分工的必然产物。

3. 经纪人与“倒爷”的交易手段不同。经纪人只是为委托人提供与第三方订立合同的机会,或充当介绍人,以提供信息为

主,自己并不直接参与经营。而“倒爷”则自己参与经营活动,平价吃进,议价销出,或者卖指标,卖合同,卖配额,这种交易的直接性是“倒爷”的本质特征。

二、经纪人的义务和权利

由于我国现行立法中对经纪人的权利义务没有明确的规定,因此,只能做如下理论上的探讨。

一. 经纪人应承担提供真实信息的义务。经纪人的居间活动就是为委托人提供供求、买卖信息,进而为委托人提供订约机会。因此,经纪人提供的信息必须是真实的,只有这样订约双方在订约过程中才能体现自己的真实意愿,合同才能真实有效。如果经纪人提供的信息是虚假的,一旦订约双方根据虚假信息签订了合同,那么就会给订约双方或其中一方带来相应的经济损失。尽管经纪人本身并不对委托方与第三方所订契约承担任何法律责任,但经纪人提供虚假信息的行为毕竟是有一定社会危害性的,严重的甚至会扰乱正常的商品流通秩序。因此,如果不从法律上对此加以约束,那么就势必会造成商品流通领域的混乱,同时也会对经纪人及其居间活动的健康发展造成较大的损害。在实践上,还要区分两种不同情况,一是经纪人提供了虚假信息,但并不是经纪人主观故意的,而是由于某些客观实际情况使得经纪人对所要提供的信息没有核实或出于认识上的局限,使经纪人提供了虚假信息。前者如通讯手段落后,使得经纪人原来掌握的信息随着时间的迁移而发生了变化,但却没有及时掌握最新的信息。二是经纪人与委托方或第三方合谋,编造虚假信息,欺骗另一方,进而居中谋取非法利益。从主观上讲,经纪人必须是故意的,即明知是虚假信息,或原来提供的信息由于时间的推移客观实际情况已经发生了变化,已不符合委托人的要求,而不告之订约当事人。那么我们对于以上所述两种情况的处罚也是有区别的。后一种情况要比前一种情况