

# JINGJI REN RUMEN

主编 金利民

副主编 赵兰 章克俭 胡福庆

经纪人信息处理操作技巧  
经纪人操作行为规范  
实用公关技巧  
沪股三次大暴跌始末  
成功操作法  
经纪人概念  
经纪人与市场热点  
几种投资股市  
如何寻找股市次高峰

期货交易  
行家信箱  
股市次低谷及股票含金量  
规则、技巧、有关法规

## 经纪人入门

上海创业经济信息服务公司组织编写

上海创业经济信息服务公司组织编写

# 经 纪 人 入 门

主 编 金利民

副主编 赵 兰 章克俭 胡福庆

上海人民出版社

(沪)新登字 101 号

责任编辑 曹培雷  
封面装帧 傅惟本

上海创业经济信息服务公司组织编写

**经 纪 人 入 门**

主 编 金利民

副主编 赵 兰 章克俭 胡福庆

上海人民出版社出版、发行

(上海绍兴路 54 号)

总发行所上海发行所经销 常熟第七印刷厂印刷

开本 787×960 1/32 印张 7 插页 2 字数 121,000

1993 年 11 月 第 1 版 1993 年 11 月 第 1 次印刷

印数 1-5,000

ISBN 7-208-01725-5 F·322

定价 5.80 元

發揚艱苦創業精神  
培育經濟信息市場  
為社會主義現代化  
建設服務

胡瑞榮

一九九三年四月

## 序

经纪人作为商品经济发展的必然产物，对搞活流通，繁荣市场，促进经济发展起到了积极的作用。

在社会主义市场经济条件下，如何认识经纪人的性质和作用，如何探讨经纪人存在的形式和特征，如何确定经纪人的条件和活动范围，如何做好经纪人的发展和管理工作，是当前我们面临的一个重要的现实课题。

《经纪人入门》一书，从实际出发，就经纪人问题，提供理论依据，阐明有关观点，介绍基本知识，交流经济信息，并介绍了一些具体的操作规范和实用技巧，使关注或参与经纪人活动的人们有所参考，有所教益。愿经纪人活动兴利抑弊，逐步走向规范化，愿经纪人队伍健康成长，为发展社会主义市场经济服务，为社会主义现代化建设多作贡献。

胡瑞荣

1993年8月

# 目 录

|                                                 |    |
|-------------------------------------------------|----|
| <b>第一章 经纪人基本知识</b> .....                        | 1  |
| 一、经纪人概念.....                                    | 1  |
| 二、经纪人种类.....                                    | 3  |
| 三、经纪人与市场经济.....                                 | 5  |
| 四、经纪人必须具备的专业知识.....                             | 9  |
| 五、经纪人必须具备的个人素质.....                             | 12 |
| <b>第二章 经纪人与信息</b> .....                         | 14 |
| 一、信息概念.....                                     | 14 |
| 二、信息的四个特点.....                                  | 17 |
| 三、及时、正确处理信息.....                                | 20 |
| <b>第三章 经纪人签订经济合同必须了解<br/>    的知识和行为规范</b> ..... | 23 |
| 一、经纪人与经济合同法.....                                | 23 |
| 二、签订经济合同的程序.....                                | 26 |
| 三、经济合同的主要内容.....                                | 33 |
| 四、经济合同的有效条件.....                                | 44 |
| 五、代理签订经济合同.....                                 | 46 |
| 六、经纪人行为的规范化.....                                | 50 |
| <b>第四章 经纪人进行期货及股票操作的<br/>    规范和技巧</b> .....    | 53 |
| 一、期货与期货市场.....                                  | 53 |

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| 二、期货交易的规则和方法·····              | 57  |
| 三、上海股市备忘录·····                 | 63  |
| 四、进入股市前的准备·····                | 73  |
| 五、几种成功的股市操作法·····              | 83  |
| 六、股价走势基本因素分析·····              | 85  |
| 七、股市技术分析基本操作方法·····            | 92  |
| 八、牛市回档中及回档后资金与筹码<br>的流动·····   | 110 |
| <b>第五章 与经纪人活动有关的专用术语</b> ····· | 114 |
| 一、一般专用术语·····                  | 114 |
| 二、股市常用术语·····                  | 125 |
| <b>附录</b> ·····                | 136 |
| 中华人民共和国经济合同法·····              | 136 |
| 中华人民共和国经济合同仲裁条例·····           | 155 |
| 中华人民共和国涉外经济合同法·····            | 164 |
| 中华人民共和国税收征收管理法·····            | 172 |
| 关于工业品生产资料市场管理<br>暂行规定·····     | 189 |
| 上海市经济、法律见证单位地址、电话·····         | 193 |
| 上海市区、县公证处地址、邮编、电话·····         | 195 |
| 上海市物资市场地址、电话·····              | 197 |
| 上海市证券营业部地址、电话·····             | 198 |
| <b>行家咨询信箱</b> ·····            | 216 |
| 商品、物资价格变化行家咨询信箱·····           | 216 |
| 股市动态分析行家咨询信箱·····              | 217 |
| <b>后记</b> ·····                | 218 |

# 第一章 经纪人基本知识

## 一、经纪人概念

随着社会主义市场经济的逐步建立，一个新的经济活动主体——经纪人已公然出现在人们面前，并已形成一个新的“热点”。他们以提供经济信息、科技信息和劳动信息等服务为手段，以牵线搭桥撮合成交为内容，在商品流通、科技成果转让、外资项目引进等方面，发挥了不可替代的积极作用，经纪行为已渗透到社会经济生活的各个领域。

那么，什么是经纪人呢？

经纪人是指商品经济市场上的一种中间商人。它有一般经纪人和交易所经纪人之分。前者又称“掮客”，是指为买卖双方介绍交易以获取佣金的中间商人；后者是指具有一定资格，向交易所缴纳保证金，代客进行买卖以取得佣金的中间商人。经纪人在中国有着悠久的历史。我国古代称之为“牙人”或“牙商”。汉代称谈合牲畜买卖的牙商为狙会；唐代称行业组织的行栈为“邸店”；明代以后通称“牙行”。明代时，牙商有“官牙”和“私牙”之分。“官牙”由政府指定，“私牙”也



需政府批准并取得印信文簿后始得营业。清沿明制。到近代，“牙商”才称“经纪人”，专指城乡市场中为买卖双方说合交易并抽取佣金的居间商人。

在中国长期“重农抑商”思想的影响下，商人一直不受重视，更不要说经纪人了。再加上从事经纪业务者的本身素质不高，一部分人靠坑、哄、蒙、骗等不正当活动来赚取钱财，所以，在人们的观念中，经纪人的形象一直不佳，成了“掮客”、“黄牛”和“二道贩子”的代名词。

解放以后，由于众所周知的原因，正当的商品流通的中介作用一度被否定了。但事实上，民间的经纪活动仍然存在。1987年，重庆市成立了第一家由政府部门管理的经纪人事务所。以后，全国各省市如深圳、珠海、广州、福州、南京、厦门、上海等都相继成立了经纪人服务所。它们的存在，对社会主义市场经济的发展，起到了催化作用。据资料统计，1987年底，广州有经纪服务所9家，有证经纪人876人，几年间成交额达1.5亿元。经中介成交的商品达2000宗，其中生产资料为9000多万元，占60%；日用工业品2500多万元，占17%；副食品2000万元，占13%；科技成果和引进外资等1500万元，占10%。

目前，我国经纪活动空前活跃，渗透到社会经济生活的各个领域，出现了许多行业经纪人，如票务经纪人、艺术经纪人、演出经纪人、体育比赛经

纪人、版权经纪人、证券交易经纪人、保险经纪人等,而从事买卖交易的经纪人更是大量存在,他们串换钢材,参与短期融资、房产交易、期货买卖等,在企业、市场、客户之间,穿针引线,组成了商品生产和流通的桥梁,引发了一场社会经济活动的大转轨。经纪人,正以其崭新的形象和卓有成效的活动,成为社会主义经济活动的一支重要力量。

## 二、经纪人种类

经纪人,根据不同的标准,可以分为不同的种类。

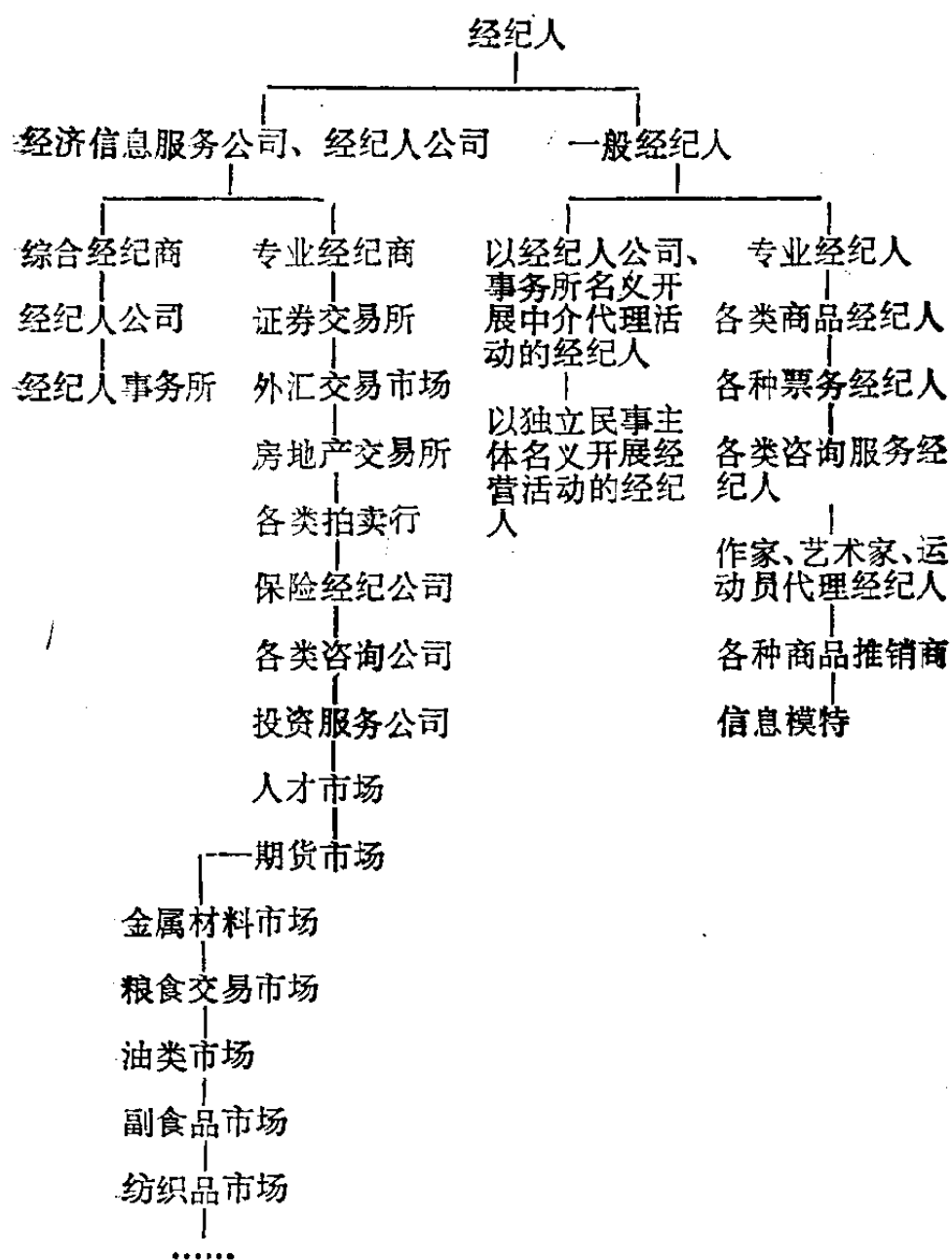
根据经纪人的组成来划分,经纪人可分为挂牌经纪人和不挂牌经纪人。挂牌经纪人是指有组织形式,并由企业法人授权管理、洽谈在其合法经营范围内的中间介绍业务。如上海创业经济信息服务公司所培训的挂牌经纪人等。这类经纪人在管理上比较方便,打破了以往经纪人单独操作,接触面狭窄的旧模式,增强了实践过程中操作性,加速了商品经济信息的流通量。不挂牌经纪人一般没有组织形式,相对来说,其来源也较复杂。对其也不便于管理。而且他们在流通领域从事中间介绍业务时,缺乏必要的指导,因此在其操作过程中行为也不够规范,容易发生法律纠纷,合法的权益也很难得到保障。

根据业务范围来划分,经纪人可分为自由经

纪人与有限自由经纪人。自由经纪人是指一般从事商品、物资中介业务的经纪人。其在实践操作中可有较大主观灵活性。比如,能根据双方客户供需关系、要求,通过协调,定出双方都能接受的商品、物资等的价格,同时也能根据客户的“委托深度”以及供需双方价格差,有弹性地索取合法报酬。很显然,自由经纪人在经纪活动中有很大自主权和创造性,这当然同时也要受供需客户指令约束。有限自由经纪人是指有较明确的经纪业务范围,完全根据客户委托完成指令的经纪人,基本没有什么主观创造性,也可以说是客户的模特儿,包括证券经纪人(俗称红马甲)、金融期货经纪人以及“信息模特”。“信息模特”是指高知识层,有很强经济信息意识,非躯壳形(非重外表形象)并能按客户的指令正确传递经济信息,介绍商品。所谓正确,就是按客户的指令将经济信息(投资意向等)传递、介绍到客户需要的对象手中,当然也可以传递到企业决策者手中,介绍给各层次市民。

根据业务性质来划分,经纪人可分为采购经纪人和推销经纪人。前者是指主要受委托人委托采购某些紧俏的商品,后者是指主要受厂商委托从事各种商品的推销业务。

经纪人的分类如下表:



### 三、经纪人与市场经济

市场经济是商品社会的特征。我国发展市场经济，是改革的需要，是生产力发展的需要。

市场经济要求生产、流通、消费各个环节紧密结合，它为经纪人的活动开辟了广阔的场所，市场经济需要经纪人，主要表现为以下几个方面：

**1. 生产、销售、消费的时间差要求经纪人从中牵线搭桥。**

商品最终是要走向市场的。生产、销售是商品生产的两个环节。在生产、销售和消费之间，存在着时间差。对生产部门，经纪人可以用他信息广、知识面宽，与社会各方联系密切的优势，为生产企业提供国际最新产品情况，同时将销售中的问题，及时反馈给企业，使企业在决定生产什么产品、用什么原料、定什么价格上作出最好决策。对销售部门，经纪人可以凭借熟悉各种产品性能的特点，为商业企业进什么货、进多少货提供决策，使消费者能买到最满意的商品。

**2. 在空间上造成的供、产、销和消费之间的矛盾，要依靠经纪人的信息服务加以解决。**

生产发展的地域间的不平衡，原料产地、销售渠道、消费层次等诸多方面因地域而造成的矛盾，要靠经纪人公司、期货市场和精通业务的经纪人来沟通解决。如遇到生产环节已经确定，但原料上涨、紧缺，或某地销售行情看好，但商品货源不足等情况，干练的经纪人就会帮助解决这些问题，从而使整个社会生产健康有序地得到发展。

**3. 生产、销售及消费对市场发展趋势判断错误的矛盾，也要靠经纪人的服务解决。**

经纪人由于不仅具备专业知识，是某一方面的专家，而且也具有广泛的情报资料，他们对各种商品的生产、销售和消费的布局、各行业行情了如

指掌。某种商品是供大于求、还是求大于供；甚至在世界范围内的供求情况，他们都非常熟悉。所以，他们可以为生产企业、销售商、消费者提供最好的帮助，使企业减少盲目生产行为，使销售商店掌握进货最佳时机，使消费者得到最优质的商品。

#### **4. 市场竞争引起供求方在价格意识方面的矛盾，也要靠经纪人的信息解决。**

在市场经济中，供求各方在价格问题上，经常会有诸多矛盾。造成这些矛盾的原因很多，有些是因为对价格行情不太了解引起的，但更多的是出自各自的利益而引起的。如中东产油国，为求油价上涨，规定诸产油国供应量的多少，西方油耗大国，对此当然不满，于是双方在石油价格上发生争议。解决这类矛盾，除靠国际经贸各大组织的贸易协调和各国政策的应变调整之外，在供求实际操作过程中的指导与调节，离不开经纪人。因为矛盾是必然的，是市场经济自由竞争的结果，但操作上的平衡趋势，才为供求各方的发展提供必要条件。经纪人的行为可以缓解这种矛盾。

#### **5. 专利权人与专利权许可生产者之间的矛盾，经纪人能提供解决办法。**

这种情况在现实中相当普遍，一方面是专利权人拥有专利，但无法实施，无法取得利益，另一方面是生产企业有条件实施却无专利权。这个矛盾就需要通过经纪人提供中介服务，使双方达成

许可实施专利权的合同而得以解决。当然双方也可自行签订合同,但如委托了经纪人,双方就可有更多的机会和更大的余地。

## **6. 其他。**

特殊商品,如艺术品等所有权的转移,其真实价格的估测;供求各方希望在今后某个时间购进、卖让某种货物,供求平衡中,生产方大量产销的愿望,和需方酌情购进的要求;转产企业、破产公司为剩余资产的转让、拍卖与需求方在价格问题上的矛盾、投资者的资金可行性、行业结构和产品结构的调整等矛盾与问题。在市场经济中,一般不可能依靠政府的某个机构来解决的,经纪人可为解决上述供求上的矛盾,提供一流的专业技术性服务。

上述矛盾,是市场经济社会所体现的一般问题。随着市场经济的进一步发展,市场的生产、销售、消费,以及个人生活、国家行政管理、科技研究等方面,将会出现更多的矛盾和问题。在这些社会经济活动中,市场调查、市场推销、债务催讨、人际关系协调、统计、谈判、风险预测等都同经纪人活动相联系。所以,我们说,这种专业知识扎实、知识涉及面广泛、功能齐全、服务费用(佣金)低廉的经纪人事务所应运而生,是社会经济发展的必然产物。它能为客户赢得时间,提高效率、信誉,减少企业大量精力的投入,增加企业决策的明确性、可靠性、准确度和可行性。

#### 四、经纪人必须具备的专业知识

市场经济机制是一种平等竞争的机制，它所提倡的是“适者生存，强者为先”，决非那种过去体制下的“请客吃饭”。它要求每个参与者都要具备良好的心理素质和扎实、广泛的专业知识，这两点，对经纪人来说，尤为重要。只有具备了扎实、广博的专业知识，才能根据委托人的要求，对各种信息进行综合分析，得出结论，使委托人满意。

那么，经纪人必须具备的专业知识主要有哪些呢，下面我们就分别加以简要介绍。

##### 1. 政策、法律知识。

经济活动，必须符合国家的政策和法律，维护社会的公共利益，否则，就是违法行为，要受到国家法律的制裁。一个成功的经纪人，应该是一个精通法律和政策的人，只有这样，才能使中介活动合理、合法，既完成委托方交给的任务，同时，也保护自己的合法权益，在订立合同后，一旦发生违约行为，也能找到法律制裁的依据。

##### 2. 商务心理学。

从一般心理学发展、引伸出来的商务心理学，有一个重要的基本原理，即层次需求原理。根据层次需求理论，中介谈判乃至经济合同签约的过程中，各方代表总是处于某种需求中，各方都是为了了一定利益，并抱着实现这个利益的愿望而来的。了解了这个原理，在谈判前只要找到谈判对象的



需求,并在谈判过程中能满足它,中介成功的可能性就增大了。

### **3. 经济地理学。**

经济地理学的知识对经纪活动的成功与否有重要作用。试想,如果一个经纪人不知道山西产煤、澳大利亚产羊毛的话,怎样能为供需双方提供产品信息呢?所以,了解矿产、农作物、畜牧产品,不同加工业、制造业的分布情况,了解各产品产地的地理环境、运输特点、人文特点、消费特点、气候特点(包括季节变化)、地域综合发展趋势等分布、组合情况,会使经纪人在中介谈判中,对客户询问的何时何地需要何种商品、各地有什么商品、可以投资何种产业、不宜进行某种开发等等,胸有成竹,增加了谈判的成功率。

### **4. 语言。**

语言是交际的重要工具。语言不通,当然影响到中介活动的成败。所以经纪人除掌握普通话外,还要根据外向型经济的需要,学习外语。同时,还要提高语言思维和表达能力。

### **5. 金融、财务知识。**

金融行情是反映一地区以及世界经济发展变化的晴雨表,资金、外汇、股票、信用市场动态,直接影响国家或企业的投资规模、投资结构,并反映到生产、销售和消费、商品进出口等方面,从而改变中介服务的内容和性质,所以经纪人必须懂得金融基本知识。此外,财务知识也很重要。经纪