

● 殷召良 陈寒节主编

经纪



经纪人

经纪 机构

中国大地出版社 ●

(京) 新登字197号

F71
Y65
P286 经纪·经纪人·经纪机构

主 编：殷召良 陈寒节
撰写人员：殷召良 张春子 宋昌永
 陈寒节 黄红珠 赵力钧
责任编辑：南 仕
封面设计：尹 璐

中国大地出版社出版（北京安德里北街23号）
北京师范大学印刷厂印刷

开本：78×1092 1/32 印张：9.25 字数：200千字
1993年8月第1版 1993年3月第1次印刷
印数：1—6000

ISBN 7-80097-057-4/F·10 定价：6.80元

前 言

经纪活动是商品交换的共生物。随着商品经济的高度发展，经纪业已成为越来越重要的行业。据美国劳工部统计局最近预测，今后10年美国每10个新职业中有9个是服务业，其中计算机、保健、商业和经纪人正成为经济发展的动力。马来西亚《星洲日报》预测90年代及21世纪初有6大行业是最赚钱的，其中包括中间商。台湾报纸预测90年代及21世纪初最具潜力的15项服务行业中排在第3位和第5位的分别是保险经纪人和不动产经纪人。

当前，我国正处在确立社会主义市场经济新体制的过程中，政府原有的许多职能将逐步下放到社会。其中一部分职能，如信息搜集、传递乃至资源的配置将由经纪人（机构）参与完成。可以预见，一大批熟悉经济工作的党政机关干部将在经纪业中找到他们合适的位置。经纪业因其要求有较高的智能、多方面的知识、广泛的社会联系而无需很多资金，因而一些有知识、有能力和具有一定的社会联系但缺少资金的知识分子，将在经纪业中发现他们一显身手的舞台。经纪活动的灵活性、低投入也为在职人员兼职提供方便，还是他（她）们“下海”的安全“入口”和“试练场”。随着市场经济新体制的逐步确立，现代期货、房地产、金融、保险等行业体系的完善发达，这些行业的经纪活动带来的高收入，也将吸引一批优秀人才投身其中。总之，

市场经济呼唤经纪人的涌现！

市场经济正在造就大量的经纪人!

经纪行业也需要吸纳优秀人才!

本书的目的就是为那些有志于参与经纪活动人士提供一些基础知识和基本操作方法，算是抛砖引玉吧。由于经纪业在我国方兴未艾，社会的认知、立法、管理都不成熟。本书在编写过程中受到资料等方面的限制，再加编者水平有限，不足乃至舛误之处，恐难避免。敬请读者批评指正。我们相信，随着市场经济的建立，经纪业必将蓬勃发展，有关法规也将日臻完善。

愿本书伴随中国新一代经纪人一起成长!

编者

目 录

上 篇

第一章 经纪与经纪业	(3)
一 经纪的涵义.....	(3)
二 经纪业是个古老的行业.....	(4)
三 经纪业蓬勃发展.....	(6)
四 经纪业在我国是一个新兴的独立行业.....	(7)
五 经纪活动的特点.....	(10)
六 经纪活动≠倒买倒卖.....	(12)
七 经纪活动与中介活动.....	(14)
第二章 经纪人	(16)
一 何为经纪人.....	(16)
二 经纪人的种类.....	(17)
三 经纪人与代理人、信托人.....	(21)
四 哪些人可以成为经纪人.....	(23)
五 如何成为经纪人.....	(26)
六 经纪人的培训和考试.....	(29)
七 经纪人的工商登记.....	(31)
八 经纪人队伍现状.....	(32)
第三章 经纪机构	(35)
一 经纪机构的性质.....	(35)

二	设立经纪机构的必要性	(37)
三	经纪机构≠“皮包公司”	(38)
四	经纪机构的组成人员	(40)
五	经纪机构的保证作用	(42)
六	经纪机构的调解作用	(43)
七	经纪机构的设立程序	(44)
八	经纪机构与经纪人服务机构	(45)
九	经纪机构的活动方式	(46)
十	经纪机构的集团化——经纪集团	(48)
第四章 经纪收入		(49)
一	经纪收入的性质	(49)
二	经纪收入与信息费、好处费、手续费、差价、回扣	(50)
三	佣金的额度	(54)
四	何时收取佣金	(55)
五	谁应支付佣金	(56)
六	佣金的收取方式	(56)
七	如何防止被甩掉	(57)
八	经纪人的纳税义务	(60)
九	经纪佣金与经济犯罪的界限	(60)
十	经纪活动的经费	(64)
第五章 经纪活动		(66)
一	经纪活动分类	(66)
二	经纪活动中信息的作用	(67)
三	经纪活动的有关信息	(69)
四	获取和传递经纪活动信息的途径和方法	(76)

五	信息的分析整理	(78)
六	经纪活动中信息的沟通	(79)
七	经纪合同	(83)
八	经纪人的权利和义务	(86)
九	经纪人联手——合作经纪活动	(89)
十	经纪公司的经纪活动	(91)
十一	经纪公司的公关活动	(92)
十二	经纪活动中的谈判	(98)
第六章	如何做一名成功的经纪人	(106)
一	遵纪守法	(106)
二	诚实、公平、信用第一	(108)
三	把握时机	(110)
四	留下好印象	(111)
五	广交朋友, 善结人缘	(113)
六	掌握现代通讯和联络工具	(114)
七	不断提高文化素质	(116)
八	不闯禁区	(117)

下 篇

第七章	期货经纪人	(123)
一	期货经纪公司	(123)
二	期货经纪公司的组织机构	(125)
三	期货经纪人	(127)
四	期货经纪人的管理	(128)
五	期货经纪人佣金	(132)

六	期货经纪人与客户保证金	(133)
七	期货经纪人业务操作程序	(134)
八	期货交易的结算及期货经纪公司保证金	(144)
九	期货经纪人向客户提供的咨询服务	(147)
十	我国期货市场的状况及前景	(152)
第八章	技术经纪人	(157)
一	技术经纪人的兴起	(157)
二	技术经纪人与技术中介机构	(158)
三	技术经纪人的活动范围	(160)
四	技术经纪人的条件	(161)
五	技术成果管理	(162)
六	技术经纪活动的形式	(163)
七	技术经纪人与居间人	(167)
八	技术经纪人与技术转让	(168)
九	技术经纪人的前景	(169)
第九章	证券经纪商和证券经纪人	(173)
一	证券经纪商	(173)
二	证券经营机构的成立	(175)
三	证券商经营证券经纪业务的条件	(177)
四	证券经纪商的种类	(179)
五	证券经纪商与代理买卖证券业务	(180)
六	证券交易中需交纳的费用	(184)
七	人民币特种股票 (B股) 的买卖	(185)
八	证券业务员	(188)
九	证券交易员	(190)
十	证券经纪人	(191)

十一	对证券经纪商及经纪人的监管	(195)
第九章	房地产经纪人	(202)
一	房地产经纪人的涵义	(202)
二	房地产经纪人房地产市场	(203)
三	房地产经纪人的管理	(208)
四	房地产经纪人管理机构的职责	(209)
五	房地产经纪人许可证制度	(210)
六	房地产经纪人经营规则	(210)
七	委托协议	(214)
八	房地产经纪人佣金	(217)
九	房地产经纪人许可证的吊销或撤消	(220)
第十一章	货币经纪人	(224)
一	货币经纪人的性质	(224)
二	货币经纪人的地位	(225)
三	货币经纪人的作用	(227)
四	货币经纪业的发展进程	(229)
五	中国货币经纪业的发展概况	(233)
六	货币经纪人的组织机构	(235)
七	货币经纪人的业务操作流程	(236)
八	货币经纪人的客户	(237)
九	货币经纪人的业务	(237)
十	货币经纪人遵循的原则	(239)
十一	货币经纪人的佣金	(242)
十二	货币经纪公司对经纪人的管理	(243)
十三	货币经纪人的宏观管理	(245)
十四	现代通讯技术在货币经纪业中的应用	(246)

第十二章	保险经纪人	(248)
一	保险经纪人	(248)
二	保险经纪人的发展史	(249)
三	保险经纪人的业务操作程序	(252)
四	保险经纪人资格	(258)
五	保险经纪人的权利	(259)
六	保险经纪人的义务	(260)
七	保险经纪人职业道德	(261)
八	保险经纪人的佣金	(262)
九	保险经纪公司的组织与管理活动	(264)
十	对保险经纪行为的监督管理	(267)
附录一	《期货经纪公司登记管理暂行办法》	
附录二	《深圳经济特区有色金属期货经纪商管理暂行规定》	
附录三	《日本商法典》有关代理商、居间营业、行纪营业的规定	
附录四	台湾《证券交易法》有关证券经纪商的规定	

第一章 经纪与经纪业

一、经纪的涵义

经纪是一种行为，一种活动。它是市场上为交易双方沟通信息、撮合成交、提供与交易相关的服务的行为和活动。它作为一个行业，称之为经纪业，算作三百六十行之一，许多人或偶一为之，或闲暇而从，或业余参与，或以此为业，安身立命，成为经纪人。

经纪是社会经济发展的产物，是商品交换的孪生兄弟，是商品生产和商品交换的共生物。在商品生产的原始状态，当人们进行商品交换的时候，常因不熟悉市场行情、不了解对方产品的实际花费，双方总是进行激烈地讨价还价，争执不下，往往难以成交。这正如恩格斯所指出的那样：“人们越是接近商品生产的原始状态，他们也越是把更多的时间浪费在持久的、互不相让的讨价还价上，以便为他们花费在产品上的劳动时间争得充分代价。”（《马克思恩格斯全集》第25卷，1018页）为适应协调买卖、引导交换、方便交易这样一种客观需求，就产生了为买卖双方沟通信息、讨价还价、撮合成交的经纪行为和经纪活动。

二、经纪业是个古老的行业

西汉的“狙会”或“狙侏”（zàngkuài）是我国史籍中记载的最早的经纪人，他们从事牛马交易的经纪活动，取得佣金，收入相当丰厚。唐朝以前，经纪人叫“互郎”，主持买卖双方的交换贸易之事，撮合成交。互郎已不仅仅从事牛马交易的经纪活动，而是扩大到其他商品贸易活动。唐朝人把“互”写作“乐”，而乐字很像“牙”字，因此到唐朝时经纪人误称为“牙郎”，或“市牙”、“牙子”。北宋司马光的《资治通鉴》上说：“牙郎，狙侏也。南北物价定于其口，而后相与贸易。”这表明，牙郎相当于早期的狙侏，是贸易的中间人，为买卖双方确定一个最终的双方都能接受的价格。两宋时期，经纪人仍称为牙人、牙侏，只是一度变成了官牙人，改变了本来意义上牙人的概念，起着阻碍交换的作用。元代经纪业无从发展，只有经营海市的“舶牙”，实为进出口的代理人。明清时期，经纪业重又得到发展，牙人涌现，并出现了官牙、私牙之分。民国时期，一方面存在着大量的“牙商”，另一方面还出现许多交易所的经纪人。总的说来，经纪业在中国断断续续存续了下来。

中华人民共和国成立后，随着对资本主义工商业的利用、限制、改造政策的实施，经纪活动自然被列入限制、改造之列。当时，上海对经纪机构实行限制开业、淘汰部分、统一佣金、惩办投机的措施，并规定，凡从事经纪活动的单位和人员均需经批准始得进行营业活动。1958年以后，全国废除了商品生产，实行产品行政划拨，建立了高度集中的计

划体制，行政手段代替了经济手段，不再搞商品经济和市场交换，推行产品经济，在这种情况下，经纪人已无用武之地。原先从事经纪活动的经纪人一部分由国营商业和供销合作社吸收，一部分作为黑市经纪人予以取缔。经纪业总的说来在我国消失了。但在实践上，也还是有一些经纪活动存在。如，在改革开放以前，苏北农村的集贸市场上一直有相当于经纪人的“开行的”。在猪羊市场上，“开行的”为买卖双方敲定最终成交价，收取成交押金，保证猪羊质量没有问题，担保交易的履行，他们则收取1—2%的“行佣”。通常，猪羊市场不必称量，只凭经验估计，在当事人坚持过磅称量的情况下，他们还提供相应的设备和服务，不另收取费用。“开行的”只在逢集日才开行，平时有自己的土地和相应的集体劳动，因此，也是业余的，不过他们都要到市场管理部门批准注册才可以开行，而不是任何人都可以随意开行的，在开行过程中实际上担负着部分市场管理的功能。其实，不单是猪羊市场，其他如鱼市、芦苇市、木材市、粮食和饲料市场都有“开行的”活跃其间，为交易双方提供服务、提供保证、敲定成交价格、撮合成交。“开行的”这些活动又称为“讲行”。由于农村集市上商品交易必不可少，自然象“开行的”这样经纪人的活动也就不可缺少。因此，尽管国家政策不允许个人搞经纪业务，只允许少数特定的机构从事经纪活动，如生产资料服务公司、物资委托行等，但实际上无法杜绝。

十一届三中全会以后，随着改革开放事业的发展，国家的工作中心转移到以经济建设为中心的轨道上来，在大力发展社会主义有计划商品经济和社会主义市场经济的过程中，

以“中间人”面目出现的经纪人已经成为现实生活中一支不可忽视的力量，他们引起了人们的注目，集成功与争议于一身，提出了一系列新课题。

三、经纪业蓬勃发展

1992年10月，泉城济南，光大新产品开发咨询公司招聘经纪人，广告在《齐鲁晚报》一登出，立即有400人前去报名，前后两批，招聘200人。

1992年10月，私营性质的无挂靠单位新光家具有限公司也招聘经纪人，一周内又有1600多人踏破门槛。

1993年2月3日的《大众日报》报道，济南市为经济“红娘”颁发许可证，237位经纪人由“地下”转到“地上”。

1993年2月10日的《每日电讯》报道，江苏省建湖县1500名退伍兵当经纪人，1992年经他们牵线搭桥的商品成交额至少2300多万元。

1993年4月5日的《科技日报》报道了各地经纪人的成长情况。其中西南首家经纪人机构——四川华夏中介事务所自1992年9月份开业以来，已有上千人前来报名登记，申请作为经纪人，其中已取得合法经纪人身份、持有“中介服务证”的有240人，促成科技和经济成交上千万元。

上面只是经纪业发展的一些小例子，它从一个侧面反映了我国目前经纪业的发展状况。就全国来说，到底有多少经纪人，确实无法统计，因为目前的经纪人队伍中隐蔽的、地下的、业余的、兼职的多。全国经纪人有几百万、上千万不是不可能的。

经纪业的发展，经纪人队伍的扩大，各种各样从咨询、中介、服务为名义的经纪机构随之涌现。广州有“经纪人协会”，北京有“经纪人公司”，上海有“经纪人商行”，东营有“经纪人事务所”，苏州有“经纪人权益会”。此外，还有各种以“信息咨询公司”、“信息服务公司”等出现的经纪人机构。经纪机构的出现，有利于经纪活动的合法化，有利于经纪活动向纵深方向的发展，有利于经纪人的合作与优化组合，也有利于国家对经纪业的管理。

四、经纪业在我国是一个新兴的独立行业

交易所经纪人的经纪活动只使得一小部分人成为经纪人，经纪活动成为一些会员单位的一部分经营范围，并没有成为相对独立的产业。而场外经纪人的发展，即一般经纪人的发展，使经纪活动有可能成为一个独立的行业。

今天我国经济生活中涌现出的经纪人、经纪公司，与历史上的“驢倌”、“互郎”、“牙郎”、“牙行”是不可同日而语的，已发生了质的变化。他们在经营管理、个人素质、经营范围、服务功能、活动领域等方面都有自己崭新的内容，时代对他们也提出了更高的要求。一方面，经纪人已从原来的附属地位上升为独立的、必须依赖的对象。供求双方直接见面，不要中间商、经纪人，不是可以省去一笔开支吗？其实，不行。比如在比利时，无论是消费品市场，还是保险市场，也无论是劳动力市场，还是不动产市场，都是供大于求。卖方要把自己的商品卖出去，常常不知道买主在哪里。中间商经纪人的本领恰恰在于他们能帮卖方找到买主。

而且，中间环节，无论是船运、水陆联运、报关，还是保险业繁多的法律条文，或者是证券市场交易的规则，都是极其复杂的，双方都不可能花费太多的时间和精力，自己研究、解决。最经济的办法唯有求助于中间商、经纪人，甚至法律规定，在某些市场上，交易必须通过中间商进行，如证券交易。也就是说在比利时的市场上供求双方离不开经纪人。在我国又何常不如此呢？苏北某铝制品厂，因为缺少原材料，无米下锅，工厂被迫停产半年，使1000多人吃不上喝不上，个个叫苦连天。工厂为摆脱困境，派出6名业务员到处烧香拜佛求购铝材，也才搞到那么几吨。厂里头头急得如热锅上的蚂蚁，马不停蹄地找公司、找计委、找市长，但找了一圈也只找回了几个“批示”和口头“许诺”。正在此时，一名中间人来到厂里，声称有门子搞到铝锭。厂长如同遇到了救星，连忙设宴款待。酒过三巡，厂长问：“能搞到多少？什么时候搞到？”中间人说：“货一周就到，数量600吨，品种A00，但结算必须分大票、小票、现钞三种，答应这条件，一切都好办。”厂长连忙答应：“只要搞到原料，贵一点没关系。”中间人说：“每吨我至少要加10%的价，其中有两个转帐单位，因不是一个人办的，现金至少给5000元。这里面包含着信息费、咨询费、手续费。……”厂长算了一笔帐，600吨多花60000元，相当于全厂工人3个月的工资啊！可是转念又一想：有了600吨铝锭，机器便转起来了，1000多人就有饭吃了，生产出的产品改换花色再提点儿价，羊毛出在羊身上，还是得大于失！于是，双方拍板成交。一周后，铝锭运到，机器运转，工厂起死回生了。这个例子也许较个别，但如果我们概括一下，就会发现，经纪人凭借电

话、传真、报纸、电脑信息网络等现代化的通讯手段，能迅速捕捉信息，因而是信息灵通人士，适应了信息社会的需要。再者，他们路子宽、关系硬、信誉高、能量大，熟悉各种中间环节，因此经营范围广、无所不能、无所不干，没有经纪人钻不透的墙壁、没有经纪人敲不开的大门，而买家或卖家对此则显得无能为力。因此，可以毫不夸张地说经纪活动、中介服务是市场经济运转的滑润剂和买卖得以实现的催化剂。

另一方面，经纪活动所提供的中介服务本身也是一种商品，在今天人们再也不应该把服务排斥于商品之外了。既然经纪活动是一种商品，那么，它也应该和其他服务行业一样，取得独立的社会地位。

总之，随着社会分工越来越细，随着市场经济的充分发展，经纪业成为一个新兴行业是必然之势，并且有一个广阔的发展前途。据马来西亚《星洲日报》预测九十年代及二十一世纪初有六大行业是最赚钱的，即礼品包装业；婚礼服务业；活动设计业；邮购销售业；导购业；中间商。美国劳工部统计局最近预测，今后10年美国每10个新职业中有9个是服务业，其中计算机、保健、商业和经纪人行业正成为经济发展的动力。台湾报纸预测九十年代及二十一世纪初最具潜力的15项服务行业中排在第3位和第5位的分别是保险经纪人和不动产经纪人。1992年，中共中央、国务院作出了《关于加快发展第三产业的决定》，其中也强调要重视发展经纪业。可以预计，随着市场经济的发展，我国的经纪业将有飞速的发展，经纪人在社会主义市场经济的海洋中有着广阔的空间可以施展自己的抱负。