

致富丛书

主编 崔富春

农村经纪人

成功宝典

弓永华 郭建平 编著

ZHI FU CONG SHU
NONG CUN JING JI REN
CHENG GONG BAO DIAN

中国出版社

主编 崔富春

农民经纪人成功宝典

弓永华 郭建平 编著

中国社会出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

农民经纪人成功宝典/弓永华, 郭建平编著. —北京: 中国
社会出版社, 2005. 7

ISBN 7 - 5087 - 0700 - 1

I. 农... II. ①弓... ②郭... III. 农村经济—经纪人—基本
知识 IV. F3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 083734 号

书 名: 农民经纪人成功宝典

编 著: 弓永华 郭建平

责任编辑: 路 广

出版发行: 中国社会出版社 邮政编码: 100032

通联方法: 北京市西城区二龙路甲 33 号新龙大厦

电话: 66051698 电传: 66051713

经 销: 各地新华书店

印刷装订: 北京印刷一厂

开 本: 850 × 1168 毫米 1 / 32

印 张: 9.75

字 数: 240 千字

版 次: 2005 年 7 月第 1 版

印 次: 2005 年 7 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7 - 5087 - 0700 - 1/F · 130

定 价: 18.00 元

(凡中国社会版图书有缺漏页、残破等质量问题, 本社负责调换)

编委会组成人员名单

编委会主任：崔富春

编委会副主任：程锡景 弓永华 刘 伟

编委会成员：（按姓氏笔划为序）

弓永华	石冰心	孙泰森	刘 伟
邢国民	李生才	李宏全	李新慧
杨树彬	谷蒨莉	宗颖生	赵金元
郭晋平	郭玉明	高景然	崔富春
程锡景	赖瑞福		

前 言

根据民政部、中央文明办、国家新闻出版总署和国家广播电视总局关于援建农村图书室“要适应农村居民的知识需求，适应于进城务工人员的阅读需求和技能培训的需求”的要求，为了全面建设农村小康社会，服务“三农”工作，满足广大农民对科技知识的渴求，提高农民朋友的科学文化素质，加快农民增收致富的步伐，我们策划出版了这套以青年农民、种养大户、农技人员、乡村干部、进城务工人员以及关心“三农”问题的各界人士等为主要读者对象的丛书，其内容涉及农业科技、农业经济、政策法规和农民培训等方面。以种植、养殖、果树、花卉、蔬菜、食用菌栽培技术及病虫害防治及农民进城务工等单项实用知识立题，以文字叙述为主，内容通俗易懂、方便读者阅读为特色，力求做到让广大农民朋友“能看得懂、能用得上”。

本套丛书的编著者均为从事多年教学和科研工作的教师和农业专家，有着较为丰富的理论知识、实践知识和农业推广知识。同时在本书的编写过程中，参考并广泛吸收了许多相关论著和研究成果，在此我们谨对原著作者表示由衷的感谢。我们真诚希望这套丛书的出版能为广大农民朋友增收致富、加快农村小康建设和构建社会主义和谐农村起到积极促进作用。

编 者

2005年7月

目 录

第一章 农民经纪人概述

第一节 农民经纪人的含义及其分类 / 1

- 一、农民经纪人的含义 / 1
- 二、农民经纪人的特点 / 4
- 三、农民经纪人的分类 / 7
- 四、农民经纪业务相关的概念 / 9

第二节 农民经纪人的地位和作用 / 14

- 一、农民经纪人在农业发展中的地位和作用 / 14
 - (一)农民经纪人的经济地位和社会地位 / 14
 - (二)农民经纪人的法律地位 / 16
 - (三)经纪人在市场经济运行中的作用 / 18
- 二、农民经纪人的权利和义务 / 23
 - (一)经纪人的权利 / 23
 - (二)经纪人的义务 / 25

第三节 农民经纪人的产生是市场经济发展的必然选择 / 27

- 一、商贸活动是产生经纪业务与经纪人的土壤 / 28
- 二、市场经济需要经纪人 / 29

第四节 农民经纪人发展现状、趋势与存在的问题 / 32

- 一、农民经纪人迅速发展 / 32
- 二、农民经纪人的发展趋势 / 38

第二章 农民经纪人应具备的基本条件

第一节 农民经纪人应具备的知识和能力 / 41

一、农民经纪人应具备丰富的知识 / 41

二、经纪人应具备较强的能力 / 47

第二节 农民经纪人应具备的素养 / 52

一、农民经纪人应具备良好的心理素质 / 52

二、农民经纪人应具备的基本素养 / 60

第三章 农民经纪人应具备的业务知识

第一节 农民经纪人经纪业务的主要内容 / 71

一、农村主要经纪业务 / 71

二、农民经纪人经纪活动的内容 / 73

第二节 农民经纪业务的一般过程 / 74

一、接受委托 / 74

(一)经济人在委托中的义务 / 74

(二)委托人在委托中的义务 / 75

二、要约和承诺 / 76

(一)要约 / 76

(二)承诺 / 77

三、促成交易 / 78

第三节 经纪合同 / 78

一、合同概述 / 78

(一)合同的法律特征 / 78

(二)合同的订立程序 / 79

- (三)合同的变更与解除 / 80
- 二、常见的合同 / 82
 - (一)经济合同 / 82
 - (二)委托合同 / 85
 - (三)居间合同 / 90
 - (四)行纪合同 / 93
 - (五)经济合同的履行、变更和解除 / 96

第四章 农民经纪人应具备的法律知识

第一节 农民经纪人有关业务的法律责任 / 99

- 一、代理制度 / 99
- 二、经济担保 / 104
- 三、违约责任 / 114
- 四、合同纠纷 / 122

第二节 农民经纪人应遵守的法纪 / 131

- 一、经纪人管理办法 / 132
- 二、合同法 / 133
- 三、消费者权益保护法 / 134
- 四、劳动法 / 135
- 五、产品质量法 / 137
- 六、食品卫生常识 / 147

第三节 农民经纪人权益的维护 / 148

- 一、农民经纪人应有的权益 / 148
- 二、维护权益与农村经纪业发展的关系 / 149
- 三、佣金的收取及保障 / 150

第五章 农民经纪人的营销策略与技巧(上)

第一节 搜集信息的技巧 / 157

一、收集信息的技巧 / 157

二、利用信息的技巧 / 161

第二节 牵线搭桥的技巧 / 167

一、寻找客户的技巧 / 167

二、接触认识的技巧 / 167

三、促成交易的技巧 / 168

四、防止被抛弃的技巧 / 171

五、处理客户抱怨的技巧 / 175

六、拒绝客户的技巧 / 177

第六章 农民经纪人的营销策略与技巧(下)

第一节 公关交际的技巧 / 179

一、公关交际的概述 / 179

二、公关交际的原则 / 181

三、公关交际的艺术 / 186

四、公关交际的礼节 / 189

第二节 商务谈判的技巧 / 194

一、谈判的策略 / 194

二、谈判的艺术 / 198

第三节 业务拓宽的技巧 / 204

一、把握机会 / 204

二、激发需求 / 206

三、选准对象 / 207

四、制定战略 / 208

第七章 农民经纪人的规范与管理

第一节 经纪人管理概述 / 212

一、我国经纪业管理的历史演变 / 212

二、加强农民经纪人管理的必要性 / 214

三、经纪业管理遵循的原则 / 217

四、一般经纪人行政管理的主要内容 / 221

第二节 不同类型农民经纪人的管理 / 224

一、农村经纪主体的种类 / 224

(一)农民个体经纪人 / 224

(二)经纪人组织的分类 / 224

二、农民经纪人组织的管理 / 232

三、经纪人行业的管理 / 234

四、世界主要国家行业协会简介 / 236

第三节 农民经纪人的核准与登记管理 / 240

一、农民经纪人的职业要求与资格认定 / 240

二、经纪人的注册登记管理 / 243

第四节 农民经纪人的制度建设 / 247

一、进一步加强各级政府现有的管理力度 / 247

二、严格经纪人主体资格,规范经纪活动,推动农民经纪人活动的不断完善 / 251

第五节 农民经纪人的队伍建设 / 253

一、提高认识,重视农民经纪人队伍建设 / 253

二、明确目标,加快农民经纪人队伍发展 / 254

三、分类指导,积极培育多种类型的农民经纪人 / 254

四、突出重点,加强对农民经纪人的培训、引导和服务 / 255

五、完善机制,规范管理,充分发挥农民经纪人的促进作用 / 256

第八章 农村女经纪人

第一节 农村女经纪人经纪活动的特点 / 257

一、农村女经纪人的主要特点 / 257

二、农村女经纪人的社会作用 / 261

第二节 农村女经纪人队伍的发展 / 264

一、农村女经纪人队伍的政策支持 / 264

二、妇联组织与农村女经纪人队伍建设 / 265

三、农村女经纪人如何应对加入世贸组织后农产品面临的国际挑战 / 266

第九章 农民经纪人与农村经济发展

第一节 农民经纪人是现代农业发展的中坚力量 / 268

一、农民经纪人是在市场经济中发展壮大的 / 268

二、农民经纪人是现代农业发展的中坚力量 / 270

三、农民经纪人发展要有一个宽松环境 / 272

第二节 农村劳动力转移 / 275

一、建立农村富余劳动力转移就业培训体系的重要性 / 275

二、积极发展劳务经济 / 276

三、农村富余劳动力转移的政策支持 / 276

第三节 农民经纪人与农业产业化经营 / 277

一、农民经纪人与农业产业化经营发展 / 277

二、农业产业化经营的组织载体及其作用 / 278

第四节 农民经纪人与农业结构调整和农民增收	/ 280
一、农民经纪人的出现和发展对农业结构调整和农民增收 意义重大	/ 280
二、当前需要重点培养的几类经纪人	/ 282
三、农民经纪人如何使农民应对入世与致富	/ 284
附录	/ 286
参考文献	/ 298

第一章 农民经纪人概述

第一节 农民经纪人的含义及其分类

在计划经济时期，不少人把农民经纪人看成资本主义的东西，我国农民经纪人群体的成长壮大遇到过种种困难。随着社会主义市场经济体制的逐步建立和完善，一个新的经济活动主体——农民经纪人开始重新出现在农村社会经济生活中，并以其旺盛的生命力不断成长壮大，对促进农村经济和农业生产发展及农民收入的提高都起到了积极的作用，正在成为社会主义市场经济建设过程中一支引人注目的生力军，并成为我国农村经济生活中一个“热点”。目前，农民经纪人在全国各地蓬勃发展，已经形成了超过 500 多万人的庞大队伍，他们在农村经济领域发挥的作用越来越重要，影响也越来越广泛。农民经纪人队伍的成长壮大，需要我们站在大力发展社会主义市场经济、推进农业现代化建设、加速全面建设小康社会进程、构建社会主义和谐社会的高度加以重新认识。

一、农民经纪人的含义

经纪是一种可属于商法，又可属于民法的法律行为。经纪人是那些在市场上促成买卖双方交易，并以此获取佣金的中间人，在整个交易活动期间，既不占有商品，与客户也无连续关系。与代理相比，他不以委托人名义进行活动，与行纪相比，他不直接以自己的名义推销商品。因此，经纪是一种买卖双方关系最简单、最灵活而本身承担风险又小的中介活动。正因为经纪活动收费低，活动灵活，

周期短，省时省力，从而是一种用最经济、最节省的办法来促进商品成交的交易活动。

1. 经纪人的一般概念

在经纪人具体定义上，国内外一直众说纷纭。美国市场学家菲利浦特奥拉在《国际市场经营》一书中说：“经纪人是提供廉价代理服务的各种中间人的总称，他们与客商之间无连续性关系。”在经济发达的国家，经纪业很发达，经纪人的社会地位和待遇都很高，各国的称谓也不一样。在美国和英国称经纪人为 Broker 或 Middleman，Broker 比较规范，Middleman 则外延更为宽泛，包括经纪人、代理人、委托人等中介人在内；在法国，称经纪人为 Courtier 即“奔跑的人”；在日本，称经纪人为“调旅屋”或“种买人”等。

我国《辞海》把经纪人定义为“是为买卖双方介绍交易以获取佣金的中间商人”。《经纪大词典》称“经纪人，中间商人，旧时称为掮客，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。”1995 年国家工商行政管理局颁发的《经纪人管理办法》中指出“本办法所称经纪人，是指依照本办法的规定，在经济活动中，以收取佣金为目的的，为促成他人交易而从事居间、行纪或者代理等经纪业务的公民、法人和其他经济组织”。同年湖南省人民政府发布的第 56 号令《湖南省经纪人管理办法》中指出：“本办法所称的经纪人，是指在经济活动中为交易双方提供中介服务，促成交易，收取佣金的公民、法人和其他经济组织。”又称“中介服务是指为交易双方提供信息或者受交易一方的委托与他方达成协议的行为”。

尽管对经纪人概念的表述有所不同，但人们对经纪人的概念所包括的四个方面的内容的认识则是相同的：（1）经纪人在经纪活动中以收取佣金为目的；（2）经纪人为促成他人交易进行服务活动；（3）经纪人的活动形式主要包括居间、行纪、代理等；（4）经纪活动主体分别为公民、法人和其他经济组织。这四个共同点表明经纪

人的经营性质是经纪人以收取佣金为目的，经纪人经营的特点是经纪人为促成他人交易进行的服务活动。

2. 农民经纪人的含义

中国是一个历史悠久的古国，在两千多年前就出现了经纪活动。在西汉，经纪人被称为“驹侏”；唐代，称经纪人为“牙人”，“牙郎”；到了宋、元时期，出现了外贸经纪人，宋代称“牙侏”，元代称“舶牙”；明清时期，经纪人称“牙人”，明代还把牙人分为官牙和私牙，同时还出现了牙行，即是指代客商撮合买卖的店铺。在清代对外贸易中，经纪人被称为“外洋行”。清代后期还出现了专门的对外贸易的经纪人“买办”。到了民国时期，随着经营股票和债券买卖的出现，在中国历史上第一次出现了债券经纪人。

解放初，我国对经纪人采取限制、取缔政策，同时把经纪人限定在指定的场所，设立了全民和集体所有制的信托经纪机构，兼营购销双方的居间业务。1958年，取缔经纪人。但在农村的集市贸易当中，允许公民个人为促成农副产品交易而进行居间活动。1980年以后，经纪活动开始复苏，但经纪人活动仅仅是处在不公开的“地下”居间活动。1985年后，经纪人由“地下”走到地上，以公开、合法的身份从事经纪活动。1992年以来，经纪人处在逐步发展阶段，国家对经纪人采取“支持，管理，引导”的方针，使经纪活动逐步走上了正轨。

关于现代农民经纪人的概念更加明确的认定，基本上是套用辞书报刊文献上关于经纪人的定义，同农村现实与发展的需要多不相宜。

农民经纪人这个概念最早是《中共中央、国务院关于做好2000年农业和农村工作的意见》（中发〔2000〕3号）中提出的，文件提出：“改革以来日益活跃的农民经纪人队伍和各种形式的民间流通组织，是搞活农产品流通的重要市场中介，是推动农业结构调整的一支重要力量。”此外，农业部发布的《全国农业和农村经济发展第十

个五年计划（2001—2005）》中指出：“要积极引导、扶持和发展由农民自愿组织起来的专业协会、产销服务队、专业合作社等多种形式的农民专业合作经济组织……大力发展和规范农民经纪人队伍。”此外，2004年中央1号文件中也明确指出：“鼓励发展各类农产品专业合作组织、购销大户和农民经纪人。”这说明，中共中央、国务院对农民经纪人的产生和发展是给予充分肯定的。

经纪人的前身即是对农产品集中收购、统一销售的一些返销大户。而农民经纪人这一新名词的概念有更为广泛的含义，有“信息经纪人”、“科技经纪人”、“加工经纪人”、“推销经纪人”等。这些经纪人告诉农民“种什么”、“养什么”才能致富，如何科学种植喂养才能丰收，如何对农副产品进行加工等。由于大量农副产品集中上市后，往往“卖给谁”的问题比较突出，因此能够推销农副产品和预先为农产品找到“订单”的“推销经纪人”成了最受欢迎的经纪人。

“农民经纪人”的称谓比较偏重于“经纪人”的“农民”身份，而对这群经纪人所从事的如农产品营销、农业科技推广、农业新领域开发等经纪项目未作严格的界定。由于中国农民的特殊身份，也使得“农民经纪人”成为具有鲜明中国特色的特殊群体。“农民经纪人”和“农民工”的出现和壮大，反映出中国社会的深刻历史变化，影响极其深远。

因此，对农民经纪人的认识应与时俱进、与实相符，不能简单地套用传统的概念来定义农民经纪人，要从有利于促进“三农”发展和维护市场秩序出发来定义农民经纪人。在农民经纪人的概念上应有所突破。

二、农民经纪人的特点

农民经纪人是社会主义市场经济条件下发育起来的新经济成分之一，它以专业从事农产品及乡镇企业产品的收购、储运、销售为

职业内容，并已在经营过程中形成了一定规模（一般最低限额年销售额10万元）。这一群体以一种新的劳动方式投身于创造财富的洪流，构建了一个新的社会阶层，诠释了一种独特的存在价值，表现出充满现代气息的明显特征。

1. 职业素质的市场性

农民经纪人普遍头脑灵活、信息灵通、反应迅速、眼界开阔，而且思想开放，易于接受新观念、新事物，特别是他们摒弃了“安于现状、小富即安”式的小农意识，目标长远，勤于行动，敢于闯市场、发大财。正是这些基本素质成功地改变了历史上“二道贩子”的畏缩形象，赋予农民经纪人以巨大的市场亲和力。可以说，该群体是充分市场化的农村“新人类”。

2. 个体身份的多重性

就目前农民经纪人现状而言，“纯经纪”趋于萎缩，更多的经纪人从单纯的经纪工作起家，积累资金、技术等生产要素，转而投入生产领域，发展成集种养、收购、运输和销售为一体的规模化组织，农民经纪人相应地身兼能人、大户、经纪人乃至党员、干部等多重身份，承担多种职能，并逐渐从农村边缘走向农村舞台的中心，甚至向周边的中小城市延伸。

3. 经营状况的规模化

不少农民经纪人不但通过上述一体化经营方式建立起规模经营的线性体系，而且有计划地以点带面，以一人或一个中介组织带动一方，形成“公司+生产基地+农户”的生产模式，同时大力拓展市场，构建全国性的销售网络，有的甚至协助打造地方特色名品进军国际市场。“江苏省十大杰出青年农民”之一洪正斌，仪征市月塘乡经纪人包尊华、肇东市里木店经纪人刘福军等，均已将天宝工艺草席、月塘雨花石、“长江红”辣椒等地方特产成功推向欧美市场。

4. 经纪活动的广泛性

农村经纪行为是市场运行过程中形成的经济活动，属于市场经