第一章　代理与商务代理

在社会生活中，公民和法人为了自己生活与生产上的需要，要经常地参加各种民事活动。公民与法人参加民事活动有两种途径：一种是公民和法人以自己的行为亲自参加民事活动；另一种是公民和法人通过他人代表自己参加民事活动，后一方式就涉及到了民法中的代理(agency)问题。

代理以其报酬低廉、使用灵活、服务优质和适用范围广等显著特点，愈来愈受社会各界的青睐。作为一种成熟的制度，代理具有广泛的服务功能,涉及诉讼、合同、经营、营销、贸易、证券、期货、专利、运输、保险、文化、房地产等众多领域,成为人们社会生活中不可缺少的一种工具。代理制度广泛使用到商务领域，社会关系几乎一时一刻也离不开它。

第 一 节　　代 理

一、代理的涵义

代理，是根据被代理人的委托授权，以被代理人的名义，并为被代理人的利益而与第三人所作的意思表示，由此产生的法律效果对被代理人发生法律效力。这里所说的被代理人，民法上称为本人，代理人就是受被代理人委托代其办事的人，第三人则是泛指一切与代理人打交道的人。法律效果包括：代理行为所产生的权利义务；代理行为所取得的其他利益；代理人因过失造成的不利后果及损失；代理人执行事务时，因过失而对第三人造成损失的赔偿责任。

在我国，代理就是指代理人在代理权限内，以被代理人的名义与第三人实施民事法律行为，而这种行为的法律后果直接由被代

需要全本请访问 www.ertongbook.com

理人承担。为了说明代理的基本特征或代理的构成要件，借以区别于其他类似的代理行为，我国法律及法理一般以代理人的活动为中心，将代理概括为下列特征：

1. 代理人的代理行为

以谁的名义进行的法律行为，就意味着谁是权利义务的承担者。代理人的义务，是代替被代理人行使法律行为，只有以被代理人的名义进行代理活动，才能使被代理人成为该行为权利义务的承担者，对被代理人发生法律效力。如果代理人以自己的名义实施法律行为，该行为就是代理人自己的行为，而非代理行为，不能对被代理人发生法律效力，而由他自己承担法律责任。

代理人的一切代理行为，都必须是为了被代理人的利益，它决定着代理人不可谋求私利，或与第三人图谋侵犯被代理人的利益。代理活动可以是有偿的，也可以是无偿的，即使是有偿代理，代理人有自己的利益，也可以获得自己的利益，但是在进行代理的整个活动中，他是以被代理人名义进行的，只能是为了被代理人的利益进行代理活动，不可置被代理人的利益于不顾，一味去谋取自己的利益。

通过代理人进行的代理活动，发生法律上的权利和义务，产生法律效果。凡不能产生法律效果的行为即使与代理相关，因不具有法律意义，也不是代理行为。

2. 代理人的代理权限

代理人在代理权限内独立进行代理的意思表示，代表被代理人的意志，被代理人的授权，一般只规定代理活动的范围，代理人在规定代理活动范围内必须独立进行意思表示。独立意思表示，是指代理人在代理活动中，可以在代理权限内，以自己的意思实施代理行为，并根据自己的意思作出决定。代理人并非一般意义上的传话人，他可以根据实际情况，自主决定如何向第三人进行意思表示，也可以自主决定是否接受第三人的意思表示，无须请示被代理人。但超越代理权限，损害被代理人的利益，就违背了代理的目的，是法律所不允许的。凡代理人任意超越代理权限，滥施权力，

或恶意图谋私利，损害被代理人的利益，造成的法律后果，属于咎由自取，由代理人承担法律责任。

3. 代理行为的法律效果

代理行为的法律效果直接对被代理人发生法律效力。代理是被代理人通过代理人的活动而为被代理人设立、变更和终止民事法律行为的方式，因而代理人在代理权限内，以被代理人的名义实施的代理行为在法律上视为被代理人自己所实施的行为。代理人在代理权限之内，实施的一切代理行为所发生的权利、利益、义务、责任、损失等，均对被代理人发生法律效力。

一般地说，代理关系涉及三种关系：被代理人对代理人的关系,这是代理权的关系;代理人对第三人的关系,这是代理行为 第三人对被代理人的关系，则为法律效力归属问题。代理的基本特征是：代理人在代理权限内，以被代理人名义，进行独立的意思表示，即实施的法律行为，直接对被代理人发生法律效力，这就是代理的基本涵义。

二、代理制度的产生

代理虽是一项重要的民事法律制度，但在法制史上发展较晚，中世纪的欧洲和中国封建社会，由于自给自足的自然经济占主导地位，代理制度无从产生，只是某些地区或某些领域经济发达，商品交换频繁，才出现类似代理的商务行为。代理制度，是商品经济发展的产物。从 17 世纪开始，随着商品经济的发展，远洋贸易增多，商业资本家不可能事必躬亲，代理制度因而产生，并逐渐推广。到了 18 世纪出现了两种商业代理人，即代理商和经纪人。

到了资本主义时期，代理制度有了重大飞跃，随着商品经济在资本主义生产方式下的迅速发展，代理制度得以确立和完善，特别是商务代理从民事代理中分离出来，且越来越占据重要地位。由于资本主义商品经济的高度发达，资本家迫切需要代理人充当流通职能的重要角色，促使代理活动构成资本主义社会经济发展的重要支柱。资本主义社会代理制度高度发达的主要原因如下：商

品贸易的范围和规模越来越大，形成了国际贸易市场，各种商品的制造商均须借助于代理制度，保障其经济贸易活动的开展；商品经济的繁荣发达，商品种类的丰富，要求商品生产和商品交换在社会知识和科学技术水平更高的层次上进行，从而在时间、空间、精力和知识才能诸方面，给商品生产者和商品交换者带来难以克服的困难，特别是有越来越多的当事人对生产和经营知识并不了解，需要由有专门知识和专门技能的人作为代理人进行活动；激烈的生存竞争和发展竞争，单靠商品生产者和经营者个人，力不从心，根本无法适应客观要求，竞争是无情和残酷的，商品生产者和经营者迫切需要借助于代理制度，壮大力量，使自己处于有利的竞争地位。

随着我国社会主义市场经济的确立和完善，各种代理业兴旺起来，特别是商务代理得到迅速发展，各种类型的独家代理、总代理、一级代理、二级代理等，纷纷挂牌营业。外贸代理、运输代理、证券代理、期货代理、税务代理、保险代理、版权代理、文化代理、专利代理、广告代理等日趋活跃，在社会主义市场经济中发挥越来越大的作用。

三、代理的适用领域

代理的适用领域，是指哪些行为或哪些事务可以由代理人代理。它包括地域范围和业务范围。从地域范围看，代理既适用于国内，也适用于国际；从业务范围看，代理既适用于民事、刑事方面，也适用于商务方面。

1. 购销代理

在当代社会里，购销代理最为普遍，世界各国的产品制造商，为了扩大产品销售量，扩大市场和占领新市场，广泛利用代理商为其推销产品，这已成为商战的重要战略。在国际市场上的购销代理为外贸代理。外贸关系中的代理，通常称为进出口代理。进出口代理在目前国际贸易中应用极为广泛。

2. 合同代理

合同，特别是经济合同，一般应由法定代表人或组织负责人亲自订立。但是，由于社会化大生产，各经济领域中的频繁往来，商品流通范围越来越大，单位和组织的法定代表人或负责人因时间、地点、健康状况以及业务和法律知识等原因不能或不便亲自去订立合同，特别是异地订立合同和物资部门召开的订货会议，不可能所有单位和组织的法定代表人或负责人都亲自去参加和亲手签署合同。为了实现当事人的合法权益，有利于经济的发展，我国《经济合同法》等有关法律规定，允许一个单位或组织为另一个单位或组织代理订立合同。

3. 知识产权代理

知识产权中的版权、商标注册均适用代理，特别是专利代理早已专业化。例如，专利申请或其他专利事务代理等。

4. 结算代理

结算为适用代理的一大领域。结算关系中的代理，为商品交易活动提供了很大方便，随着商品经济的发展，商贸活动频繁，结算代理将会得到进一步发展。

5. 诉讼代理

根据我国民事、刑事、行政三个诉讼法的规定，凡诉讼均可以聘请律师或委托其他有关公民或组织担任诉讼的代理人代为诉讼。

6. 无行为能力代理

未成年人及其他无行为能力的人或限制行为能力的人，由其法定代理人或指定有关公民或组织为其代理处理有关事务，这是代理的重要领域。

7. 其他代理

其他方面的代理，包括税务代理、房屋登记代理等等。

在代理关系中，有两类行为例外，不适用于代理：一是依据法律规定不得适用于代理的行为，即法律要求本人亲自实施的行为。例如，结婚、离婚、收养、遗赠、抚养协议等，不适用于代理。二是依其性质不能适用于代理的行为，例如，公司设立行为、捐助行为、遗

需要全本请访问 www.ertongbook.com

嘱和继承的承认或抛弃等，不适用于代理。

四、代理的分类

1. 根据代理权性质的分类

我国《民法通则》第六十四条规定,代理包括委托代理、法定代理和指定代理三种。

代理人根据被代理人的委托而进行代理活动，称为委托代理。委托代理是一种最常见、适用最广泛的代理形式。委托代理是代理人和被代理人在自愿的基础上建立起来的一种法律关系。是否建立代理关系、与谁建立代理关系、代理的范围规定等都由当事人的意志来决定，这是委托代理的特点。委托代理关系中的被代理人（委托人或本人）可以是公民或法人，而且他们要有一定的行为能力，才能在此行为能力内委权。

法定代理是指代理人根据法律的直接规定进行代理活动。法定代理关系中的被代理人只能是公民，而且是无民事行为能力或限制行为能力的公民。法定代理的特点是“法定”。代理关系是法定的，代理人与被代理人都是法定的，代理权内容是法定的，不像委托代理一样随当事人意志转移。

指定代理是指代理人根据人民法院或其他有关单位的指定进行代理活动。指定代理关系中被代理人应是无民事行为能力（或行为能力受限制）的公民。代理人主要是未成年人和精神病人的近亲属。

2. 根据代理权范围的分类

根据代理权的范围可分为全权代理和部分代理。全权代理是指代理人在代理范围内，可以代理完成任何事务的代理行为；部分代理是指代理权受到一定限制的代理行为。

五、代理权

1. 代理权的产生

代理人是根据代理权进行活动的。所谓代理权就是代理人以

被代理人的名义进行民事活动的权利。代理权的产生和其他民事法律关系一样，必须以一定的法律事实为根据。产生代理权的法律事实有 被代理人的委托,产生委托代理 法律的直接规定,产生法定代理；人民法院或有关单位的指定，产生指定代理。

2. 有权代理

根据民法通则的规定，公民、法人可以通过代理人实施民事法律行为。凡是代理人在代理权限内，以被代理人的名义进行民事法律行为，应承认其有权代理。在这种情况下，代理人的代理行为所带来的一切法律后果，均应由被代理人承担。如果是有偿代理，被代理人还应给付报酬。代理人只能代理进行合法行为。我国《民法通则》第六十七条明文规定了代理人知道被委托代理的事项违法，仍然进行代理活动的，或者被代理人知道代理人的代理行为违法却不表示反对的，分别由被代理人和代理人负连带责任。

3. 无权代理

我国《民法通则》第六十六条规定的" 没有代理权、超越代理权或者代理权终止后的行为 " 都属于无权代理。无权代理有以下几种表现：代理没有法律根据，不是法定代理人却以法定代理人的名义进行代理；被代理人没有授权，或代理权消失后仍以被代理人的名义进行代理活动；代理活动超越代理权。超越代理权有两种情况，一种是代理人有意超越代理权，一种是代理人不是有意超越代理权，而是由于对代理权的范围没有正确理解。在前一种情况下，显而易见，代理人对因此造成的损害，应负赔偿责任。在第二种情况下，责任也应由代理人自负。这对保护被代理人和第三人的利益都是必要的。以上三种情况任何一种都属于无权代理的范畴，对所产生的法律后果被代理人不承担任何责任。

4. 滥用代理权

代理人利用代理权，进行有损于被代理人利益的活动，称滥用代理权。我国《民法通则》第六十六条第三款规定"：代理人和第三人串通，损害被代理人的利益，由代理人和第三人负责连带责任。 " 代理人滥用代理权的表现是：代理人与第三人恶意通谋，实施有损

于被代理人利益的行为；代理人以被代理人的名义进行超越代理权范围的民事活动。代理人假冒被代理人名义进行非法活动的行为虽因为无权代理归为无效，但大多给代理人造成实际损失。为制止这种行为，《民法通则》要求代理人对此项损害担负责任。第三人知道行为人没有代理权、超越代理权或者代理权终止而仍与行为人实施民事行为给被代理人造成损害的，由第三人和行为人负连带责任。

5. 再代理

再代理也叫复代理，即代理人将代理事项的一部分或全部再委托予第三人代理。再代理是与本代理相对而言的。在一般情况下，代理人不得把被代理人授予的代理权转托给第三人，但是在特殊情况下，为了被代理人的利益，法律允许转托第三人代理。我国《民法通则》第六十八条规定"委托代理人为被代理人的利益需要转托他人代理的，应当事先取得被代理人的同意。在紧急情况下，为了保护被代理人利益而转托他人代理的除外。"上述规定说明再代理需要有如下条件：在紧急情况下需要转托的，必须是为了被代理人的利益，换句话说，如果不转托则会给被代理人带来不利的后果。再代理人的代理权不能超过原代理人的代理权。应当事先取得被代理人的同意，或者事后由被代理人追认。否则，由原代理人对自己转托的人的行为负民事责任。经被代理人同意或追认的再代理，对被代理人直接产生法律效力。

6. 代理权的终止

代理权根据一定的法律事实而产生，也可根据一定法律事实的出现而终止。由于代理权产生的法律事实不同，引起代理权关系终止的原因也有所不同。

代理期限届满或者代理事务完成，委托代理便告终止。代理关系的建立，无论是书面形式还是口头形式，其中都将代理期限和代理事项作为代理关系的内容。一旦代理的有效期限届满或者规定的代理事项已经完成，委托代理关系即告终止：或者被代理人取消委托，或者代理人辞去委托。委托代理关系是基于代理人与被

代理人之间相互信任的关系上而产生的，它又是自愿协商的一种合同关系，如果被代理人或者代理人对对方失去信任，便可通知对方取消委托或辞去委托，委托代理关系即告终止。无论被代理人取消委托，还是代理人辞去委托，都须事先通知对方，否则对此造成的后果，皆由自方负责。代理人死亡或丧失行为能力，或被代理人死亡，代理自然终止。因为已经没有了代理人或代理人已经不可能代理，他也就失去了独立进行民事活动的资格，因此代理关系也就随着终止。

被代理人取得或者恢复民事行为能力，法定代理即告终止。法定代理人或者指定代理人，一般来讲是专为未成年人或精神病患者设置的，因此，当被代理人已经成年或具有民事行为能力，且自己能够独立地进行民事活动时，法定代理或指定代理关系即告终止。

一般说来，法定代理和指定代理是因与被代理人之间存在一定的身份关系而设立的，具有更加严格的人身属性。代理人或者被代理人死亡，法定代理或指定代理即行终止。

指定代理的人民法院或者指定单位取消指定，代理终止。指定代理的代理权是根据人民法院或有关单位的特别指定产生的。所以，只要指定代理的人民法院或有关单位取消指定，代理关系随即终止。

第二节　商务代理概述

一、商务代理的涵义

商务代理(Mercantile Agent)就是代理人受厂商委托，在一定区域或处所内，在一定的代理权限制下，以厂商的名义代替厂商行使经济行为，其法律后果直接归属于厂商。商务代理可从以下几个方面理解：

(1)代理商必须受厂商的委托。被代理人必须是厂商或其他经济实体，这个范围比起一般的代理关系中被代理方的范围要狭

小得多。

(2)代理商必须以厂商名义进行活动。我们所指的商务代理系直接代理，狭义的代理，不包括间接代理在内。

(3)代理商代理委托方进行的是商务活动。如销售商品、运输商品、广告宣传等，代理商活动范围超出商务活动的则不是商务代理，如诉讼代理就不在商务代理之列。

(4)委托商必须向代理商支付报酬。商务代理不是无酬的无偿代理，代理商应当有报酬请求权。

二、商务代理制发展历程

商务代理是在欧美国家形成、发展并作为制度确立起来的。

1. 商务代理制的形成

“代理商”制度源于德国新商法,也有的学者将其翻译为“商业代表人”，其本质意思大致相同。而世界上商务代理发展较早且最为风行的却是在美国。美国最早的商务代理雏形是代销业务。18世纪90年代，美国经济扩展使商业企业的活动走向专业化的道路，一些新的营销手段也随之产生，代销便是其中的一种。18世纪末英国的产业革命，使美国逐渐成为原料的主要供应地和接纳机器制造的纺织品的主要市场。这一贸易趋势，造成了商业企业专业化和商业活动非个人化。到19世纪初期，美国前所未有的棉花贸易，使一揽子服务的一般商人急剧没落，棉花的交易由专业公司来经营。由于国际性供需不平衡所造成的价格波动无法控制，正在走向专业化的商人不愿冒买进货品风险（除非故意投机），而宁可收取更保险的佣金。这些在多数情况下不是为自己，而是为获得佣金而从事棉花交易的新兴商人，就形成了代理商。随着美国工业化进程的加速和美国经济的进一步发展，工厂迅速增多，工厂的销售事务也就逐步专业化，专由一批销售代理商来承担。此时的代理商所代理的商品也已由棉花逐步扩展到其他商品，从而形成了大量的贸易代理人，同时也逐渐形成了较完善的代理制，并为美国的相关企业“代”来了较为可观的效益。

根据美国 1840 年的统计，当时在商业发达的路易斯安那州登记从事国际贸易的公司中，代理制公司有 381 家,而一般贸易公司只有 24 家 在纽约,代理制公司有 1 044 家，而一般贸易公司只有 469 家。

2. 商务代理业的危机

随着工业革命的发展，产品结构与功能日益复杂，代理商销售当时较为先进的产品如缝纫机、汽车时，对商品的生产原理不太了解，导致代理商在营销与售后服务上跟不上厂商要求，从而一度出现了厂商自设营销机构与代理商并存的局面，甚至一度出现了厂商自设营销机构排挤代理商的情况。代理商在 19 世纪的美国之所以衰落，是因为代理制度不完善，代理商服务水平跟不上复杂的机器对服务水平的要求。这种机器可分为两类，一类是缝纫机、农业机械和办公机器，它们与目前的耐用消费品相似，虽然它们主要是用于生产产品与劳务，而不是为最终消费者所消耗。这些产品在高速度进行生产，通常一星期几千台，销售对象是个人与商业公司。第二类机器是生产性消费产品,如升降机、泵、锅炉、印刷机与各式各样的电气设备。这些复杂、庞大、标准化的机器，需要专门的安装、销售、维修与长期信贷，这是当时尚不发达的代理制度所不能满足的。

3. 商务代理制的发展

19 世纪，大量生产、大量销售的出现及复杂机械的出现使代理商沦于衰败阶段，进入 20 世纪，代理商本身进行了制度与行为方式的改革，从而适应了社会发展的需求。这些变革包括：

商务代理体系的完善。商务代理不再局限于销售代理与采购代理,本世纪出现了标准化的、较为先进的广告代理、运输代理、仓储代理、保险代理等各种代理形式。

商务代理的行为方式有了巨大改进，以适应现代化营销的需求。这包括代理合同的标准化,代理业人、财、物管理的标准化,同时企业也有了一批帮助挑选、评估代理商的服务机构，这使商务代理在经济舞台上重新焕发光彩。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

销售代理体系日趋完善。19 世纪时，就已出现多种销售代理的方式，如：独家代理与多家代理、总代理与分代理等。进入 19世纪后，这一体系更加完善，从而出现了混合式代理等新的代理方式；多家代理下，代理区域的区分更为合理，从而减轻了代理商之间的冲突；厂商通过销售额、推销与广告、售后服务及订单处理等代理合同条款加强了对代理商的控制与约束；同时代理商本身业务水平也提高了，许多代理商都有维修服务部门，已完全能适应对各类产品的客户服务的要求。

代理法规的制订与完善。各国都在制订与修改代理法的有关条款，一方面以适应现代经济的要求，另一方面力图与国际代理法规接轨,如 1978 年的《关于代理的适用法律公约》、1983 年的《国际货物销售代理合同公约》及 1986 年欧共体理事会制订的《关于协调成员国间有关独立商事代理人法律的法令》等，这些代理法规的制订，规范了代理业务过程，有利于国际代理业务的开展。由于代理商及商务代理制本身在 20 世纪都发生了革命性的变化，所以,在 20 世纪尤其是中后期，商务代理已成为了风行全球的重要贸易方式。

三、国外商务代理制类型与特点

1. 国外商务代理制的基本形式

经过一百多年的发展，商务代理逐渐成熟，并成为商品流通的一种重要组织形式。商务代理有两种基本形式，一种是“代理权”的代理,一种是‘佣金’代理。

“代理权”代理。这种代理形式是生产企业给予流通企业销售代理权（即特许经营权），流通企业被生产企业选定为某个地区的产品销售代理公司，双方商定每年一个大致代理量，按代理公司的要求分批发货，生产企业确定产品的出厂价格与市场销售价格的最高限价，代理公司买断经营，承担市场变化产生的价格风险。这类给予流通企业代理权买断经营的方式，称为“代理权”代理。

“佣金”代理。这类代理形式是流通企业充当市场中介人，按

照生产企业指定的价格推销商品，根据销售额的多少提取佣金或代理费，产品在售出以前所有权属于生产企业，代理公司不承担市场风险,称为‘ 佣金 ’代理。

2. 国外商务代理制的特点

商务代理制发展到今天，已成为一种很普遍的流通体制。代理商具有法人地位，是独立经营的商业组织，并与制造商有长期固定关系。代理商与制造商是平等互惠的贸易伙伴关系，不是总公司与分公司、母公司与子公司的关系，他们之间的联结纽带是具有法律效力的经济合同。代理商与制造商之间一般都是较长期的固定关系。在国外，许多商人更看重长期良好的商业信誉和业务关系。

代理商在指定销售区域内只能销售其代理商品，不能再销售其他有竞争性的商品。但代理商仍可自由经营或再代理与其代理的制造商没有竞争关系的其他相关商品。代理商要严格执行制造商的商品定价。制造商要开拓新市场、保存现有市场，对商品一般有个科学的定价，代理商不能随行就市、任意浮动价格。事实上，国外的商业活动大多是制造商（卖方）定一个最高销售价，完全由销售商定价的是少数。因此，对代理商来说，严格执行制造商的定价是代理制的一个重要原则。

代理商按销售额或采购额的固定百分比提取佣金。代理商代理得越多佣金就越多，有的代理商，年营业额可达数千万美元，并开设了许多分支机构，雇用成批的销售人员。一般情况下，代理商不用承担市场风险，但其销售过程中发生的费用须自理。有些情况下，比如制造商想打开某一产品的销路，委托代理商进行一些促销活动(广告等),这部分费用一般需要制造商出。

代理商对它所代理销售或采购的商品一般不具有法律上的所有权。代理商只是作为制造商的代理人执行业务，不能对所代理销售或采购的商品进行业务之外的活动（如加工、包装、储存和拆散等）。但从国外的实际情况看，代理商还是可以以寄售方式储存小批量商品的。

四、我国的商务代理

我国明确要求和提倡推行商务代理制始于近几年，但实践中早在实行。自实行改革开放政策以后，许许多多的企业为寻求经营出路,发展商品经济,参与竞争,在试行种种经营方式中,商务代理经营之道就很引人注目。

我国商务代理的显著特征表现在它的过渡性，即商务代理形式千姿百态，采用的模式多种多样，它还处在实验阶段，很不成熟。完善我国商务代理制的关键在于加快商务代理立法，并结合实际开展理论研究，使商务代理活动在理论指导下，按照法律规定的要求，由实验阶段走向全面适用阶段，由不成熟走向成熟。

1. 我国商务代理的历史

我国古代虽然没有商务代理及代理商的概念，但类似商务代理及商务代理的组织却有着悠久的历史。追溯起来，代理形式很久以前就已开始萌芽，专门从事类似商务代理职业的人很早就存在。这种人秦朝时期被称为“驵侩”，东晋和南北朝时期称为“邸店”,唐宋时期称为‘牙人’、‘牙子’或‘牙侩’。

唐宋以后，从事商务代理的经纪业发展很快，以至到明代出现了牙行，每年官府向牙行或行商征收捐税，牙行成为合法的商务代理组织。牙行、牙商的业务范围从最初的经营牲畜买卖，发展到其他各种买卖,主要业务是交互说合,洽谈买卖,代储代运,为客商提供住宿等。从事牙行、牙商业务的人，以捕捉市场行情的能手著称，凭借其掌握的信息，说合买卖双方达成交易，从中收取报酬。清代以后,经营代理业务的机构越来越多,除了牙行、牙商、牙店以外,还出现了行店、行栈和货栈,各种金银行、药行、绢行、肉行、鱼行等代理业务普遍开展起来。把专门从事这种职业的商铺和商人称为‘经纪商’或‘经纪人’,经纪人向买方收取手续费称为‘谢中’,向卖方收取报酬称为“回扣”。

旧中国,20 世纪 20 年代初期出现了信托公司，后来，一些大

银行专门设有信托部；各地方行栈、货栈、信托公司等代理业均有发展。流通企业中曾开展过的委托代理、代销、代加工、代储、代托运以及寄售、报关等皆可归于商务代理的范畴。

新中国成立后，政府一方面限制私营行栈和货栈等经纪企业的发展，另一方面又对其进行社会主义改造，使其成为满足人民需要的服务行业。其内涵发生了一些变化，有的经纪商同时兼作代理商。其中代购、代销是我国商业流通领域中的习惯做法。代购商品，是指商业企业接受其他单位委托从事代为购买商品的业务。代销商品，是指商业企业接受其他单位委托从事代销商品的业务。企业接受代销任务，需要和委托单位订立合同或协议，规定代销品种、价格及手续费标准等，作为双方执行的依据。受托企业对代销商品结算有两种办法：一种作为自销处理；另一种不作为自销处理，手续费向委托单位另行结算。

信托商店、贸易货栈、旧货寄售店等这些属于代理批发商性质的机构，在新中国都成为社会主义经济的有益补充而得到保存和发展。信托商店，又称委托商店或寄卖商店，是接受顾客的委托，经营代办业务的商店。通常由顾客将旧货或存货送到商店，双方议定价格，委托商店代销；货物出售后，商店按规定收取一定的代销手续费，其余货款归寄卖者。国营企业有时也委托信托商店推销某些商品。如果顾客急于脱手，商店也可以作价收购，作为自营商品出售，信托商店实质是一种零售商业形式。贸易货栈，它在我国具有悠久的历史，过去有牙行、行店、行栈、贸易信托部等名称，是沟通交易双方、属于居间服务性质、拥有一定经营和服务设施的商业组织。它接受委托，以代购代销、代办托运、代储业务为主。其主要职能是沟通行情，牵线搭桥，拾遗补缺，互通有无，搞好吞吐，活跃经济。城市“三代店”则是商业内部的一种代理商，它接受国营企业的委托，代收废旧物资，代销所接受委托的物资，代营饮食业。这类商店一般由商业部门拨给资金，供给货源，由城市街道为商店配置房屋、设备和服务人员，商业部门按一定比例给付一些手续费，商店收益归城市街道统一分配。城市“三代店”实行城市

街道和商业部门双重管理领导体制，这是典型的计划经济的产物。

1978 年后，在经济体制改革的推动下，打破了单一的统购包销形式，实行灵活购销，80 年代后发展为代批代销的新型购销形式。所谓代批代销，是指商业企业接受生产企业的委托，代理批发和零售。代批代销商业企业不拥有商品所有权，商品出售后，向委托的商业企业收取一定的手续费。

新的代批代销的出现，是商务代理在我国进入到一个新阶段的表现。因为代批代销过去只是在个别行业、个别企业或特定用途的产品中才被采用，这时却改为任何企业均可采用的购销形式。比起过去，这是一种发展，但代批代销商品范围仍有一定的局限性，多数企业仍未采用这种购销形式。只是到 90 年代，特别是确立我国实行社会主义市场经济后，商务代理才被较多地采用，总代理、一般代理、独家代理、经纪、拍卖等各种代理形式都得到较快的发展，并成为企业参与市场竞争的重要策略和手段。

2.20 世纪 90 年代后我国商务代理的发展态势

我国政府决定推行商务代理制应当说是从 1994 年到 1995 年初开始的。这个时期以来，国务院领导同志对改革生产资料流通体制，建立新型的工商关系，推行生产资料商务代理制问题非常重视。1994 年 12 月 17 日，李岚清副总理在视察国内贸易部工作时指示：内贸体制要改革，特别是生产资料流通要发挥主渠道作用。重点在钢材、汽车流通方面发展代理制。在这半个月之前，李岚清副总理还在内贸部的一个报告上批示：“建议请经贸委牵头，请计委、体改委、内贸部等有关部门参加，以钢材为试点，认真研究一下社会主义市场体制下，如何发挥国有经营渠道的重要作用问题，并提出建议。”12 月 5 日，朱镕基副总理圈阅同意。1995 年 3 月 5 日，李鹏总理在第八届全国人民代表大会第三次会议上的《政府工作报告》中指出：“要深化流通体制改革……国有与合作流通企业要通过改革，在调节市场和平抑物价中积极发挥主渠道作用。……积极发展商业代理制和连锁经营等多种经营方式，适应

不同层次的市场需求。”在国务院决策的推动下，国内贸易部和有关部委多次召开专门会议，研究商务代理问题。国家体改委《1995年经济体制改革实施要点》明确写道：物资企业重点改革经营方式，建立稳定的工商关系，继续推广物资配送和发展代理制。国家经贸委《关于做好1995年市场流通工作的意见》也明确指出：选择10家左右大中型生产、流通企业，进行建立总代理、总经销或其他产销结合形式的试点。1995年10月23日中央有关部门在北京召开全国性会议，李岚清副总理到会讲话，确定在钢材、汽车两个领域实行代理制试点。

在实践方面,自进入90年代，尤其是近两年，我国内贸代理发展迅速，很快成为内贸中的一种新形式。尤其在批发行业中，内贸代理已逐步成为一支生力军。这种代理关系，对双方企业稳定资源基地、占领市场、建立遍及全国的销售网点起了重要作用，还促进这些企业降低了商品库存，节约了流动资金，节省了不必要的开支，减少了中间流通环节，降低了有关费用和提高了服务质量。

在我国商务代理制进行试行、实验期间，学术界、出版界也配合开展了理论研究，进行了一些商务代理制的介绍、宣传工作。中国物资出版社出版《流通理论与实践》一书，该书以论文集的形式，对商务代理制问题进行了较多的探索。中国统计出版社出版了欧阳礼泉著的《商务代理人门》小册子。1994年10月以后,《中国物资报》设专栏介绍和讨论商务代理制理论，引起了全国各界的关注,不少人踊跃投稿,将商务代理制的宣传推向高潮。另外,《中国商报》《经济研究参考》《现代企业导刊》《中华工商时报》等报纸杂志发表了数篇商务代理方面的研究文章。目前，我国商务代理制理论研究正走向新的高潮。

3. 我国推行商务代理制的意义

在我国，推行商务代理制并引导它健康发展，其意义可概括为三个方面：

第一，经济体制改革促使独立的商品经营者有权自主选择最佳的经营方式，这为商务代理制的发展创造了根本性的前提条件。

需要全本请访问 www.ertongbook.com