

2020-2026年中国房地产中介行业发展趋势与市场前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国房地产中介行业发展趋势与市场前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202007/176571.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

房地产中介行业是房地产业的重要组成部分，房地产中介贯穿在房地产业经济运行的全过程之中，为房地产业的生产、流通和消费提供了多元化的中介服务。房地产中介在我国既是一个年轻的行业，又是一个蓬勃发展的行业，已显示出强大的生命力和广阔的发展前景。它具有服务性、流动性和灵活性的特点，在房地产业中起着重要作用。地产中介服务是贯穿房地产全产业链的房地产综合服务业务。房地产中介服务行业的服务内容涵盖了顾问、代理、经济、估价以及物业管理等服务内容，从最初的土地规划出让到项目的前期规划设计、再到物业销售运营，直到最后的二手房租售，房地产中介服务包含了贯穿地产一二三级市场的所有业务环节，涵盖了顾问、代理、经纪、估价、金融服务、电子商务以及物业管理等服务在内等诸多内容。

房地产中介服务是为房地产投资、开发和交易提供各种媒介活动的总称，它包括房地产咨询、房地产价格评估、房地产经纪等活动。房地产中介服务的类别

房地产咨询

指接受客户的委托，为其提供信息、资料、建议，或为其提供房地产专项研究、市场调查与分析、项目策划、项目可行性研究等服务并收取费用的一种有偿的中介活动。目前，我国的房地产咨询业可以为房地产投资者提供包括政策咨询、决策咨询、工程咨询、管理咨询等在内的各种咨询服务，也可为房地产市场交易行为中的客户提供信息咨询、技术咨询等中介服务。

房地产价格评估

指以房地产为对象，由专业估价人员，根据一定的估价目的，遵循估价原则，按照估价程序，选用适宜的估价方法，并在综合分析影响房地产价格因素的基础上，对房地产在估价时点的客观合理价格或价值进行测算和判定的经营活动。

房地产经纪

由房地产经纪人(个人或机构，统称经纪人)完成的促进房地产市场交易顺利实现一系列居间、代理、行纪等中介活动，是以提取佣金为经营特征，为房地产买卖、交换、租赁、置换等提供信息及信托劳务工作的中介服务。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国房地产中介行业发展趋势与市场前景预测报告》共十四章。首先介绍了房地产中介行业市场发展环境、房地产中介整体运行态势等，接着分析了房地产中介行业市场运行的现状，然后介绍了房地产中介市场竞争格局。随后，报告对房地产中介做了重点企业经营状况分析，最后分析了房地产中介行业发展趋势与投资预测。您若想对房地产中介产业有个系统的了解或者想投资房地产中介行业，本报告是您不可或缺的重

要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章房地产中介基础阐述

第一节房地产中介特点分析

房地产中介活动，主要是通过提供各种信息和咨询，依靠房地产中介机构的专业人员所拥有的各种专业知识，依靠他们特有的组织机构，特殊的活动方式和方法，为房地产市场的各种主体提供专业服务，因此它与一般的房地产开发与经营、房地产交易活动有很大区别。房地产中介服务有如下一些特点。

1、房地产中介活动具有内容的服务性

房地产中介是提供各类信息、咨询、估价、代理服务的经营活动。这个行业的產品就是服务，服务的质量、水平标志着产品的质量、水平。在整个服务过程中，中介机构既不占有商品也不占有货币，主要是依靠自己的专业知识、技术、劳务等为房地产各种部门提供中介代理和相关服务。

2、房地产中介活动具有非连续性和流动性的特点

房地产中介机构在为客户提供服务时，就形成了中介人与委托人的关系，即服务和被服务的关系，这种关系不是长期的和固定的，而是就某一事项达成的一种契约关系，这种服务一旦完成，原有的契约关系也就解除，即委托服务一终止。房地产中介机构就再去与其他的委托人建立新的服务与被服务的关系。房地产中介服务的这种特点容易引发两类问题：一是导致部分房地产中介机构忽略自身的责任，在提供短期服务的过程中以获取佣金作为唯一目的而采用欺骗、误导等手段故意损害委托方的利益；二是在中介行业竞争激烈的情况下，由于中介方与委托方通常缺乏长期合作的可能而导致委托方故意损害中介方的利益，如经纪人可能被交易双方“甩掉”导致其投入的时间和精力无法得到补偿、开发商违约导致代理商的佣金无法兑现等。

3、房地产中介活动具有极大的灵活性

因为房地产中介服务机构与服务对象之间没有固定的联系和关系，不受交易对象的限制，也不受交易主体的制约，从而使它具有极大的灵活性。也就是说，它可以不受时间、地点、交易对象和交易方式的限制。

第二节房地产中介业与房地产市场的关系

一、有机组成部分

二、桥梁与纽带

三、升级的重要力量

第三节国内外房地产中介行业比较

第四节中国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

第二章中国房地产市场发展分析

第一节中国房地产供需分析

一、住房潜在需求分析

二、我国购置开发土地情况

三、我国房地产价格情况分析

四、我国房地产市场调整分析

第二节房地产市场运行分析

一、中国房地产市场整体情况

二、中国房地产市场热点问题

三、房地产开发完成情况

四、商品房销售情况主要房地产商商品房市场规模（恒大、万科、碧桂园）

五、房地产开发企业资金来源情况

六、全国房地产开发景气指数

第三节中国大中城市房屋市场销售价格指数

一、中国房地产市场价格分析

（一）新建住宅销售价格指数

（二）新建商品住宅价格指数

（三）二手住宅销售价格指数

二、中国房地产市场价格分析

(一) 新建住宅销售价格指数

(二) 新建商品住宅价格指数

(三) 二手住宅销售价格指数

第四节中国房地产行业政策分析

一、房地产行业基本政策分析

(一) 《国家新型城镇化规划(2014-2020年)》

(二) 《节约集约利用土地规定》

(三) 《不动产登记暂行条例》

(四) 李克强：中国房地产市场的需求是刚性的

(五) 《关于加大改革创新力度加快农业现代化建设的若干意见》

(六) 《关于优化2015年住房及用地供应结构促进房地产市场平稳健康发展的通知》

二、房地产市场调控政策分析

(一) 积极支持居民家庭合理的住房贷款需求

(二) 《关于发展住房公积金个人住房贷款业务的通知》

(三) 《关于加快培育和发展住房租赁市场的指导意见》

(四) 央行下调金融机构人民币贷款和存款基准利率

(五) 《关于放宽提取住房公积金支付房租条件的通知》

(六) 《中国人民银行、住房城乡建设部、中国银行业监督管理委员会关于个人住房贷款政策有关问题的通知》

三、房地产业中长期发展目标

第三章中国房地产行业概况

第一节中国房地产市场分析

一、商品房施工面积情况

二、商品房竣工面积情况

三、商品房销售额情况

2015年我国商品房销售面积为128495万平方米，商品房销售金额为87281亿元，我国房地产销售均价从2010年的5029.1元/平方米增长至2015年的6792.6元/平方米。

2010-2015年我国房地产销售面积及销售均价走势

资料来源：公开资料、中企顾问网整理

四、商业营业用房投资完成额情况

五、办公楼投资完成额情况

六、住宅投资完成额情况

第二节中国房地产企业分析

一、中国房地产百强企业分析

二、中国房地产百强企业

三、房地产策划代理百强企业分析

四、房地产策划代理企业

第三节中国房地产行业面临的挑战

一、中国房地产市场发展中存在的问题

二、中国房地产市场的新矛盾

三、中国房地产业亟需关注的问题

第四节中国房地产行业发展策略分析

一、中国房地产行业主要对策分析

二、中国房地产市场发展的调控措施

三、克服房地产困难的对策分析

第四章我国房地产中介发展现状

第一节我国房地产中介行业发展概况

一、我国房地产中介发展历程

二、房地产中介经营范围

三、房地产中介公司运营模式

四、房地产中介收费标准

五、房地产中介行业的作用和价值

六、房地产中介诚信问题

第二节房地产中介市场发育不完善的原因分析

一、房地产中介机构从业人员整体专业性不强

二、房地产中介行业缺乏组织自律

三、法律法规不完善

四、行政监管不力

五、客户自身维权意识不强

第三节关于完善我国房地产中介市场的对策思考

一、加强对房地产中介从业人员素质的培养和监督

- 二、健全法律法规
- 三、加强行政监管力度
- 四、加强行业自律组织建设

第五章我国房地产中介行业发展分析

第一节中国房地产中介行业发展状况

- 一、房产中介O2O市场概述
- 二、房产互联网中介市场动态
- 三、房地产中介行业发展热点

第二节中国房产中介行业新一轮扩张因素分析

- 一、交易量回暖
- 二、人才容易招募
- 三、政策利好推动

四、监管加强净化市场

第三节中国银行与房产中介关系分析

- 一、银行与房产中介竞争分析
- 二、银行与房产中介潜规则分析

第四节中国房产中介公司盈利状况

- 一、房地产中介“现金收房”及其变种
- 二、我国房地产中介费变化情况

第六章房地产中介区域市场分析

第一节北京房地产中介市场分析

- 一、北京房地产中介市场现状分析
- 二、北京主要房地产中介企业
- 三、北京房地产中介市场并购分析

第二节上海房地产中介市场分析

- 一、上海房地产中介市场现状分析
- 二、上海主要房地产中介企业
- 三、上海房地产中介市场动向分析

第三节深圳房地产中介市场分析

- 一、深圳房地产中介企业

- 二、深圳房地产中介市场并购分析
- 三、深圳房地产中介市场动态分析
- 第四节其他地区房地产中介市场分析
- 一、广州房地产中介市场状况分析
- 二、重庆房地产中介市场状况分析
- 三、成都房地产中介市场状况分析
- 四、南京房地产中介市场状况分析
- 五、武汉房地产中介市场状况分析
- 六、杭州房地产中介市场状况分析

第七章中国二手房市场发展分析

第一节我国二手房市场发展分析

- 一、二手房市场分析
- 二、二手房市场政策分析
- 第二节二手房消费者分析
- 一、年轻人成二手房消费主力军
- 二、二手房热卖的优势分析
- 三、二手房中介公司营业范围变革
- 四、二手房消费者保障权益的七大戒律
- 五、年初大城市二手房消费情况

第三节中国部分地区二手房市场分析

- 一、上海二手房市场分析
- 二、天津二手房市场分析
- 三、深圳二手房市场分析
- 四、北京二手房市场分析
- 五、成都二手房市场分析
- 六、广州二手房市场分析
- 七、杭州二手房市场分析

第八章房屋租赁市场发展分析

第一节房屋租赁市场分析

- 一、好又贷携满记推“乐租房”项目

二、短租市场日渐成熟

第二节房屋租赁政策

一、中国个人出租住房所得税调整情况

二、《房屋租赁新政策》

三、《商品房屋租赁管理办法》

四、深圳居住证制度改革“居住证+社保”落户方式

五、加快培育和发展住房租赁市场的指导意见

第三节我国部分地区房屋租赁市场分析

一、北京房屋租赁市场分析

二、上海房屋租赁市场分析

三、成都房屋租赁市场分析

四、天津房屋租赁市场分析

五、深圳房屋租赁市场分析

六、广州房屋租赁市场分析

第九章中国房地产中介行业投融资与并购分析

第一节中国房地产中介企业协作与并购方式

一、战略协作优劣势分析

二、企业兼并与收购的优劣势分析

三、房产中介商业模式创新

四、房产中介融资渠道分析

第二节中国房地产中介行业投融资与并购案例

一、21世纪中国不动产收购北京上古

二、链家地产收购德佑

三、58同城收购安居客

四、搜房网与世联行以及合富辉煌签署战略合作协议

第十章房地产中介行业竞争格局分析

第一节房地产市场竞争分析

一、房地产市场竞争格局分析

二、房地产上市公司总体状况

三、房地产企业竞争策略分析

第二节房地产中介竞争分析

一、策划代理业务竞争格局分析

（一）策划代理市场分析

（二）市场竞争表现分析

二、经纪业务的竞争格局

三、房地产中介市场竞争形势分析

第三节房地产中介行业集中度分析

一、房地产中介市场集中度分析

二、策划代理企业集中度分析

三、策划代理企业营销渠道

第十一章房地产中介行业发展形势分析

第一节房地产中介行业发展概况

一、房地产中介行业发展特点分析

二、房地产中介行业投资现状分析

第二节我国房地产中介存在的问题

一、法律法规体系问题

二、人才问题

三、职业道德和服务意识问题

四、中介机构行为问题

五、行业监管问题

第三节房地产中介行业市场情况分析

一、房地产中介行业市场发展分析

二、房地产中介市场规模分析

第四节2020-2026年房地产中介市场预测

第十二章互联网房屋租赁中介市场分析

第一节互联网房屋租赁中介市场分析

一、房屋租赁中介市场亟需解决问题

二、互联网房屋租赁中介市场分析

三、互联网房屋租赁中介市场分类

四、互联网房屋租赁中介市场产业链

五、互联网房屋租赁中介市场亟需解决问题

六、互联网房屋租赁中介市场前景

第二节互联网房屋租赁中介分析

一、搜房网

二、新浪租房

三、链家网

四、爱屋吉屋

五、V租房

第十三章房地产中介重点企业发展分析

第一节国外房地产中介企业分析

一、21世纪不动产

（一）企业基本情况

（二）企业主要服务

（三）企业经营分析

（四）企业在华经营

二、信义房屋

（一）企业基本情况

（二）企业主要产品

（三）企业经营分析

（四）企业在华经营

（五）企业事业版图

三、太平洋房屋公司

（一）企业基本情况

（二）企业主要业务

（三）企业SIR服务系统

（四）企业在华经营

第二节中国房地产中介行业国内企业主体竞争力分析

一、深圳世联地产顾问股份有限公司

（一）企业基本情况

（二）企业经营情况分析

（三）企业经济指标分析

(四) 企业盈利能力分析

(五) 企业偿债能力分析

(六) 企业运营能力分析

(七) 企业成本费用分析

二、合富辉煌集团

(一) 企业基本情况

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经济指标分析

(四) 企业盈利能力分析

(五) 企业偿债能力分析

(六) 企业运营能力分析

(七) 企业成本费用分析

三、我爱我家房地产经纪公司

(一) 企业基本情况

(二) 企业业务范围

(三) 企业网销探索历程

(四) 企业竞争优势

(五) 企业展望

四、满堂红(中国)置业有限公司

(一) 企业基本情况

(二) 企业业务范围

(三) 企业销售网络

(四) 企业竞争优势

五、深圳中原地产代理(深圳)有限公司

(一) 企业基本情况

(二) 企业业务介绍

(三) 企业竞争优势

(四) 企业发展近况

六、上海汉宇房地产顾问有限公司

(一) 企业基本情况

(二) 企业业务范围

(三) 企业运营模式

（四）企业发展近况

七、深圳市世华房地产投资顾问有限公司

（一）企业基本情况

（二）企业产品介绍

（三）企业销售网络

（四）企业发展近况

八、链家地产

（一）公司基本情况介绍

（二）公司主要业务介绍

（三）公司销售网络分析

（四）公司竞争优势分析

九、中联地产

（一）公司基本情况介绍

（二）公司发展动态分析

（三）公司主要业务分析

（四）公司销售网络分布

第十四章中国房地产行业投融资与并购分析

第一节中国房地产行业融资及并购市场

一、房地产市场融资现状分析

二、房地产市场并购现状分析

第二节房地产企业主要融资方式分析

一、国内银行贷款

二、国外银行贷款

三、发行债券融资

四、民间借贷融资

五、信用担保融资

六、企业股权融资

第三节房地产企业融资渠道及金额分析

一、万科地产融资渠道及金额

二、恒大地产融资渠道及金额

三、龙湖地产融资渠道及金额

四、金地集团融资渠道及金额

第十五章房地产中介行业投资策略分析

第一节行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节中国房地产中介投资环境分析

一、交易结算资金账户管理规范政策

二、政府对房地产经纪市场的监管

三、中介代收代管交易金调整分析

四、“二套房”首付调整分析

第三节2020-2026年中国房地产中介行业投资机遇

一、城市化为地产经纪行业创造机遇

二、房产中介行业投资有利因素分析

三、房产中介呈线上线下博弈格局

四、新人投资房产中介分析

五、地产经纪创业分析

第十六章房地产中介行业投资风险预警

第一节影响房地产中介行业发展的主要因素

一、影响房地产中介行业运行的有利因素

（一）国家产业政策的支持

（二）房地产终端消费市场不断扩大

（三）国民经济的快速发展

二、影响房地产中介行业运行的不利因素

第二节房地产中介行业投资风险预警

一、房地产中介行业市场风险

二、房地产中介行业政策风险

三、成本费用支出刚性的风险

四、房地产中介行业竞争风险

五、业务管理上的风险

五、人力资源供应不足的风险

第三节中国房地产中介企业的风险管理

一、经纪业务的风险防范

二、地产中介行业风险与价值分析

第十七章房地产中介行业发展趋势分析

第一节我国房地产市场走势分析

一、全国一二三线城市房地产市场形势

（一）一线城市房地产情况分析

（二）二三线城市房地产市场成交情况

二、我国房地产要区域市场形势

三、房地产市场营销新趋势

四、我国房地产发展趋势预测

第二节2020-2026年中国房地产中介业新趋势探析

一、企业化市场化发展趋势

二、专业化品牌化发展趋势

三、集团化规模化发展趋势

四、信息化网络化发展趋势

五、人员素质综合化发展趋势

第三节2020-2026年中国房屋中介危机中转型趋势分析

一、中介经纪面临转型

二、地产中介寻求新路

第四节2020-2026年中国的房地产中介模式分析

一、中国和美国的中介模式对比

二、中国房地产中介未来发展阶段预测

三、中国房地产中介服务前景分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/176571.html>