

全国房地产经纪人执业资格考试用书

房地产 经纪概论 (第四版)

中国房地产估价师与房地产经纪人学会 编写

中国建筑工业出版社

全国房地产经纪人执业资格考试用书

房地产经纪概论

(第四版)

中国房地产估价师与房地产经纪人学会/编写

张永岳 崔 裴/主 编

房地产经纪概论

本书为《房地产经纪概论》第四版，由张永岳、崔裴主编。本书共分10章，主要介绍房地产经纪的基本理论、基本知识和基本技能。本书可作为房地产专业及相关专业的教材，也可供从事房地产经纪工作的从业人员参考。

中国建筑工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

房地产经纪概论/中国房地产估价师与房地产经纪人学会编写. —4 版. —北京: 中国建筑工业出版社, 2008
全国房地产经纪人执业资格考试用书
ISBN 978-7-112-09999-3

I. 房… II. 中… III. 房地产业—经纪人—资格
考核—中国—自学参考资料 IV. F299.233

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 039373 号

房地产经纪概论

(第四版)

中国房地产估价师与房地产经纪人学会/编写

*

中国建筑工业出版社出版、发行 (北京西郊百万庄)
北京新丰印刷厂印刷

*

开本: 787×960 毫米 1/16 印张: 24 $\frac{3}{4}$ 字数: 455 千字

2008 年 4 月第四版 2008 年 4 月第九次印刷

定价: 40.00 元

ISBN 978-7-112-09999-3
(16802)

版权所有 翻印必究

请考生注意识别本书防伪标签:



本标签表面采用珠光变色技术, 通过变换视角, 可看到“查询真伪”四字。拨打查询热线电话, 核对刮开涂层后显现的 20 位数字, 可知本书真伪。举报电话: (010) 88083151 转 106。

全国房地产经纪人执业资格考试用书

编 审 委 员 会

名誉主任：	齐 骥	刘志峰	谢家瑾		
主 任：	沈建忠				
副 主 任：	侯浙珉	陆克华	吴剑英	张其光	姜万荣
	金一平	张小宏	张学勤	柴 强	刘洪玉
	张永岳	冯长春	叶剑平	廖俊平	苗乐如
	庞 元	吴炳灏	蒙 毅		
委 员：	胡文忠	王立秋	杨佳燕	陈健蓉	李晓龙
	王玉平	刘 霞	朱 华	邢 军	黄 珽
	陈培新	艾建国	王全民	崔 裴	罗洪京
	赵龙杰	耿继进	陈劲松	卢 航	陈早春
	肖 楠	莫天全	倪吉信	王 策	赵鑫明

本书编写人员

会员委审编

张永岳 崔 裴 顾志敏 孙斌艺 关 涛
王 盛 孟 星

张永岳 崔 裴 顾志敏 孙斌艺 关 涛

王 盛 孟 星

张永岳 崔 裴 顾志敏 孙斌艺 关 涛

王 盛 孟 星

张永岳 崔 裴 顾志敏 孙斌艺 关 涛

王 盛 孟 星

张永岳 崔 裴 顾志敏 孙斌艺 关 涛

王 盛 孟 星

张永岳 崔 裴 顾志敏 孙斌艺 关 涛

王 盛 孟 星

张永岳 崔 裴 顾志敏 孙斌艺 关 涛

王 盛 孟 星

目 录

第一章 房地产经纪概述	1
第一节 经纪	1
一、经纪的内涵	1
二、经纪的分类	1
三、经纪的特征	2
四、主要概念辨析	3
五、经纪的作用	6
六、经纪的起源	8
第二节 房地产经纪	10
一、房地产经纪的内涵	10
二、房地产经纪的分类	10
三、房地产经纪的必要性	11
四、房地产经纪的功能定位	13
第三节 房地产经纪业	15
一、房地产经纪业的地位与性质	15
二、房地产经纪业的效率	19
三、房地产经纪业的沿革	21
四、现代服务业的发展与房地产经纪业	31
复习思考题	36
第二章 房地产经纪人员	37
第一节 房地产经纪人员职业资格	37
一、房地产经纪人员职业资格的种类	37
二、房地产经纪人员职业资格考试	38
三、房地产经纪人员职业资格注册	39

四、房地产经纪人员的权利和义务	41
第二节 房地产经纪人员的职业道德	41
一、道德和职业道德	41
二、房地产经纪职业道德的内涵、形成及作用	43
三、房地产经纪人员职业道德的基本要求	44
第三节 房地产经纪人员的职业修养和职业技能	47
一、房地产经纪人员的心理素质	47
二、房地产经纪人员的礼仪修养	49
三、房地产经纪人员的知识结构	50
四、房地产经纪人员职业技能的构成	52
复习思考题	54
 第三章 房地产经纪机构	55
第一节 房地产经纪机构的设立	55
一、房地产经纪机构的内涵及其权利与义务	55
二、房地产经纪机构设立的条件和程序	56
三、房地产经纪机构的变更、注销	56
第二节 房地产经纪机构的基本类型	57
一、不同企业性质的房地产经纪机构	57
二、不同业务类型的房地产经纪机构	58
第三节 房地产经纪机构的经营模式	59
一、房地产经纪机构经营模式的概念与类型	59
二、有店铺经营模式的演进	60
三、直营连锁与特许加盟连锁	62
第四节 房地产经纪机构的组织系统	64
一、房地产经纪机构的组织结构形式	64
二、房地产经纪机构的部门设置	68
三、房地产经纪机构的岗位设置	70
复习思考题	73
 第四章 房地产交易	75
第一节 房地产转让	75
一、房地产转让的基本流程	75

二、商品房买卖合同	80
三、房屋买卖合同	81
第二节 房屋租赁	83
一、房屋租赁的基本流程	83
二、房屋租赁合同	84
第三节 房地产抵押	86
一、房地产抵押的基本流程	86
二、房地产抵押合同	89
复习思考题	91
第五章 房地产经纪基本业务	93
第一节 房地产经纪基本业务的分类	93
一、房地产居间业务与房地产代理业务	93
二、新建商品房经纪业务与二手房经纪业务	96
三、房地产买卖经纪业务与房地产租赁经纪业务	97
第二节 二手房经纪业务	98
一、二手房居间业务	98
二、二手房代理业务	105
第三节 二手房经纪业务运作中的门店设置	114
一、二手房经纪业务门店设置的工作程序	114
二、二手房经纪业务门店设置的区域选择	114
三、二手房经纪业务门店的选址	115
四、二手房经纪业务门店的租赁	118
五、二手房经纪业务门店的布置	119
第四节 新建商品房销售代理业务	121
一、新建商品房销售代理业务基本运作方式	121
二、新建商品房销售代理业务流程	121
复习思考题	123
第六章 房地产经纪相关业务	124
第一节 房地产行纪和房地产拍卖	124
一、房地产行纪	124
二、房地产拍卖	125

第二节 房地产经纪业务中的代办服务	128
一、房地产登记代办	128
二、房地产抵押贷款代办	133
第三节 房地产经纪业务中的咨询服务	134
一、房地产投资咨询	134
二、房地产价格咨询	142
三、房地产法律咨询	152
复习思考题	157
第七章 房地产经纪信息	159
第一节 房地产经纪信息概述	159
一、房地产经纪信息的涵义	159
二、房地产经纪信息的特征	160
三、房地产经纪信息的作用	161
第二节 房地产经纪信息管理	162
一、房地产经纪信息管理的原则	162
二、房地产经纪信息的搜集	163
三、房地产经纪信息的整理	164
四、房地产经纪信息的利用	165
第三节 房地产经纪信息的计算机管理系统	166
一、房地产经纪信息计算机管理系统的主要类型	166
二、房地产经纪信息计算机管理系统实例	167
第四节 MLS 系统	171
一、MLS 系统的涵义与特点	171
二、MLS 系统的类型	172
三、MLS 系统运行规则	173
四、MLS 系统的作用	174
复习思考题	174
第八章 房地产经纪合同	176
第一节 房地产经纪合同的涵义和作用	176
一、房地产经纪合同的涵义	176
二、房地产经纪合同的作用	177

第二节 房地产经纪合同的内容	178
一、房地产经纪合同内容的界定	178
二、房地产经纪合同条款	178
第三节 房地产经纪合同的主要类型	181
一、房地产代理合同与房地产居间合同	181
二、房地产买卖经纪合同与房地产租赁经纪合同	185
三、一手房经纪合同与二手房经纪合同	187
四、房地产买方代理合同与房地产卖方代理合同	187
第四节 房地产经纪合同纠纷	188
一、缔约过失造成的纠纷	188
二、合同不规范造成的纠纷	189
复习思考题	191
第九章 房地产经纪企业管理	192
第一节 房地产经纪企业的战略管理	192
一、现代企业的战略管理	192
二、房地产经纪企业战略管理	197
三、房地产经纪企业扩张模式选择	201
第二节 房地产经纪企业的品牌管理	203
一、房地产经纪企业的品牌战略	203
二、房地产经纪企业的品牌管理	205
第三节 房地产经纪企业的风险管理	207
一、风险类型	207
二、风险规避的步骤	208
三、相关风险的防范措施	209
第四节 房地产经纪企业的运营管理	210
一、房地产经纪企业经营模式的选择	210
二、房地产经纪企业业务流程管理	212
三、房地产经纪企业办公系统组织	214
四、房地产经纪企业的资金管理	216
第五节 房地产经纪企业的人力资源管理	218
一、房地产经纪企业人力资源管理的内容和特性	218
二、房地产经纪企业的雇佣关系	220

三、房地产经纪企业的薪酬制度与激励机制	222
第六节 房地产经纪企业的客户关系管理	223
一、客户关系管理的含义	223
二、客户关系管理的功能	224
三、房地产经纪企业客户关系管理的核心内容	226
四、房地产经纪企业客户关系管理系统的设计	227
复习思考题	243
第十章 房地产经纪职业规范与诚信体系	244
第一节 房地产经纪职业规范	244
一、房地产经纪职业规范的内涵及原则	244
二、房地产经纪基本职业规范	245
三、房地产经纪活动中的争议处理	248
四、房地产经纪活动中的禁止行为	248
五、房地产经纪违规执业的法律责任	249
第二节 诚信与房地产经纪	252
一、诚信的内涵与发展	252
二、我国房地产经纪业的诚信现状	256
第三节 房地产经纪诚信体系	259
一、信用制度	260
二、信用管理	260
三、信用信息	261
四、信用环境	262
五、信用教育	263
复习思考题	264
第十一章 房地产经纪行业管理与发展	265
第一节 房地产经纪行业管理概述	265
一、房地产经纪行业管理的涵义与作用	265
二、房地产经纪行业管理的基本原则	266
三、房地产经纪行业管理的基本模式	268
四、房地产经纪行业组织	270
第二节 房地产经纪行业管理的内容	272

一、房地产经纪行业管理的基本框架·····	272
二、我国现行房地产经纪行业管理的主要内容·····	274
三、我国香港地区房地产经纪行业管理的基本制度·····	277
四、我国台湾地区房地产经纪行业管理的基本制度·····	280
五、美国房地产经纪行业管理的基本制度·····	285
第三节 我国房地产经纪行业的发展·····	289
一、房地产经纪行业发展的特征·····	289
二、房地产经纪行业发展的指导思想·····	290
三、我国房地产经纪行业管理模式选择·····	290
四、我国房地产经纪行业发展的对策思路·····	291
复习思考题·····	294
附录1 中国房地产经纪行业大事记·····	296
附录2 《商品房买卖合同示范文本》·····	301
附录3 《上海市房地产买卖合同示范文本》(2003版)·····	310
附录4 《上海市居住房屋租赁合同示范文本》(2006版)·····	319
附录5 《房地产经纪业务合同推荐文本》(2006版)·····	326
附录6 《新建商品房销售代理合同》·····	369
附录7 《房地产经纪执业规则》(2006版)·····	375

第一章 房地产经纪概述

房地产经纪活动是一种重要的经纪活动，而且有其特点。本章首先介绍经纪的内涵、分类、特征、作用和起源等，然后介绍房地产经纪的概念，并重点说明房地产经纪的内涵、特殊性、功能定位和作用，最后介绍房地产经纪业的地位、性质、效率、产生和发展历史。

第一节 经 纪

一、经纪的内涵

经纪是商品经济发展到一定阶段而出现的促进商品交易的中介服务活动。这种中介服务活动可以提高交易效率、降低交易成本，是一种有偿的经济活动。经纪的完整定义可表述为：经纪是经济活动中的一种中介服务活动，具体是指自然人、法人和其他经济组织以收取佣金为目的，通过居间、代理、行纪等服务方式，促成他人交易的经济活动。

在现实中，无论是哪种经纪活动，均包括以下两层基本涵义：其一，经纪活动是一种中介服务活动，主要是通过提供信息和专业服务来促成他人交易；其二，经纪人提供中介服务是以营利为目的，采取收取佣金的方式获得其服务的报酬。

二、经纪的分类

一般而言，经纪服务最主要的方式有居间、代理、行纪三种。

(1) 居间是指经纪人向委托人报告订立合同的机会或者提供订立合同的媒介服务，撮合交易成功并向委托人收取佣金的经济行为。居间是经纪行为中广泛采取的一种方式，其特点是服务对象广泛，经纪人与委托人之间一般没有长期固定的合作关系。

(2) 代理是指经纪人在受托权限内，以委托人的名义与第三方进行交易，并由委托人承担相应法律责任的经济行为。经纪活动中的代理，是一种商事代理活

动,即代理人根据与被代理人达成的经纪合同关系,从事合同规定领域、程度、时间的商品交易活动的行为。代理活动中产生的权利和责任由委托人承担,经纪人只收取委托人的佣金。

(3) 行纪是指经纪人受委托人的委托,以自己的名义与第三方进行交易,并承担规定的法律责任的经济行为。行纪主要有以下两个特征:一是经委托人同意,或双方事先约定,经纪人可以以低于(或高于)委托人指定的价格买进(或卖出),并因此而增加报酬;二是除非委托人不同意,对具有市场定价的商品,经纪人自己可以作为买受人或出卖人。从形式上看,行纪与自营很相似,但是除经纪人自己买受委托物的情况外,大多数情况下经纪人都并未取得交易商品的所有权,它是依据委托人的委托而进行活动。即使经纪人在行纪业务中可以介入买卖,但也应以完成委托任务为主,不应因介入买卖而改变中介本质。从事行纪活动的经纪人拥有的权利较大,承担的责任也较重。在通常情况下,经纪人与委托人之间有长期固定的合作关系。

目前我国对经纪活动的定义相对较宽泛,不同的行业有不同的特点,对相关经纪活动含义的阐述也略有区别,特别是对行纪是否属于经纪行为有较大争论。但是,不论何种行业的经纪活动,以收取佣金为目的,为促成他人交易而进行活动的特征却是共同的。

三、经纪的特征

经纪活动具有以下 3 个特征:

(一) 活动主体的专业性

经纪活动主体的专业性是经纪活动自身的必然要求。经纪活动实际上是一种交易的辅助活动,它存在的前提是:一项交易中存在着关于交易标的和交易程序的信息不对称以及由此造成的交易决策的不确定性,因而需要他人的辅助来达成交易。因此,经纪活动的主体必然是专业化的主体。

(二) 活动地位的中介性

从哲学含义上讲,中介是指不同事物或同一事物内部不同要素之间的联系。经纪活动的中介性,就是从这种意义上讲的。经纪是为促成其他相对两方的交易而提供服务的活动。在经纪活动中,发生委托行为的必要前提是存在着可能实现委托人目的的第三主体,即委托人进行交易的相对人。而提供经纪服务的行为人,正是为委托人与其交易相对人所进行的交易发挥沟通、撮合的联系作用。接受不存在第三主体的委托事项,不属于经纪服务。

（三）活动内容的服务性

在经纪活动中，经纪主体只是为促成交易提供服务，不直接作为交易主体从事交易。经纪机构对其所中介的商品没有所有权、使用权、抵押权等，不存在买卖行为。经纪机构的自营买卖不属于经纪行为。这意味着，如果一个机构作为交易主体从事了具体商品的交易，那么这项活动就不属于经纪活动。

四、主要概念辨析

在现实中，还有许多与经纪相关的概念，比如居间、代理、行纪、中介、经销等。这些概念往往被误用，从而导致对经纪概念的误解。因此，有必要对这几个概念进行辨析。

（一）经纪、代理与居间

在《大英百科全书》中，“经纪人”（Broker）被解释为“The broker is a business agent who is completely independent of his principal.”即“经纪人是完全独立于他的委托人的职业代理人。”

在《美国传统词典》中，“经纪人”（Broker）意为“One that acts as an agent for others, as in negotiating contracts, purchases, or sales in return for a fee or commission”，即“作为他人的代理人，代理他人进行谈判签约、购买或销售以获取费用或佣金的人”。

由此可以看出，西方的经纪人（Brokers）实际上就是一个代理人，由此也可以认为在西方，经纪活动的主要方式就是代理。

但是在中国，经纪活动的内涵要比西方的经纪内涵更广，不仅包含代理活动，还包含居间活动。代理可分为民法上的代理和商法上的代理两类。在我国，关于民法上的代理，应根据《中华人民共和国民法通则》（中华人民共和国主席令第37号）的有关规定来理解。《民法通则》第四章“民事法律行为和代理”第二节“代理”第六十三条规定：“公民、法人可以通过代理人实施民事法律行为。”“代理人在代理权限内，以被代理人的名义实施民事法律行为。被代理人对代理人的代理行为，承担民事责任。”可见，民法上的代理本是一个涉及范围很广的民事行为。关于商法上的代理，根据主要发达国家的有关法律，可以理解为：代理人根据与被代理人达成的某种合同关系，从事合同规定领域、程度、时间的商务活动行为。经纪活动中的代理，属于商法上的代理，是特指代理人在代理权限内，以被代理人的名义，实施商品交易并收取佣金的行为。居间是指提供交易信息并撮合成交收取佣金的行为，它与代理的根本区别在于：在居间活动中，经纪人不作为任何一方的代理人。

（二）经纪与中介

经纪和中介也是一对容易混淆的概念。这主要是由于“中介”一词有多种解释。《辞海》（1999年9月第1版）就给了两个解释：①表征不同事物或同一事物内部不同要素之间的间接联系的哲学概念。②居中介绍。前者是从哲学层面解释的，后者则是对现实生活中“中介”的常见现象的解释，而有关法律法规又对“中介”概念有所界定。

原国家发展计划委员会、原国家经济贸易委员会、财政部、监察部、审计署、国务院纠风办1999年颁布的《中介服务收费管理办法》（计价格[1999]2255号）第三条对中介机构的概念进行了限定，内容如下：

“本办法所称的中介机构是指依法通过专业知识和技术服务，向委托人提供公证性、代理性、信息技术服务性等中介服务的机构。

（1）公证性中介机构具体指提供土地、房产、物品、无形资产等价格评估和企业资信评估服务，以及提供仲裁、检验、鉴定、认证、公证服务等机构；

（2）代理性中介机构具体指提供律师、会计、收养服务，以及提供专利、商标、企业注册、税务、报关、签证代理服务等机构；

（3）信息技术服务性中介机构具体指提供咨询、招标、拍卖、职业介绍、婚姻介绍、广告设计服务等机构。”

从经济涵义上来理解以上规定，可以认为中介是现代市场经济中众多直接或间接促进市场交易进行的经济活动的总称，是经济运行中不同主体或不同环节之间的联系。如果某种交易标的信息易于识别，交易的主体易于集中，交易程序比较简单，那么，这项交易无需中介服务，由买方和卖方直接沟通、谈判即可达成。日常生活用品的交易即属于此类。但是，如果一种交易的信息不易识别，交易的主体相对分散，交易程序比较复杂，则需要有接受过专门考试和训练的人来促成该交易，这个时候，中介服务就有必要出现了。也正是基于这一点，中介服务根据其发挥作用的方向和途径可以分为下列三大类：

第一类，为交易的顺利进行提供关于交易标的品质、技术或其他综合信息的活动。这实际上是解决交易标的不易“识别”的问题。

第二类，为交易的顺利进行提供关于买方或买方信息（即交易主体信息）的活动。这实际上是解决交易对象不易集中，不易被发现的问题。

第三类，直接代理交易的一方完成交易具体程序的活动。这实际上是解决在以上两种情况存在的前提下，如果交易程序又相对复杂的时候所存在的问题。经纪活动中的代理、行纪就属于这一类。

需要说明的是，现实中还存在一种介于第二类和第三类之间的活动，即中介

服务的提供方为交易的顺利进行不仅提供关于买方或卖方的信息，而且还撮合双方成交但不作为任何一方的代理人的活动，这类活动就是经纪活动中的居间活动。

（三）经纪、行纪与经销

经纪作为一种中介活动，它与经销活动有着本质的区别。经纪活动仅仅是为交易提供服务，经纪活动的主体对交易标的没有所有权；经销活动的主体却直接参与交易，经销活动主体直接占有交易标的。因此，经纪活动的主体获得的是作为经纪服务报酬的佣金，而经销活动的主体获得的却是买进价格和卖出价格之间的差额。在这一点上可以看出，一项活动是不是经纪活动（或者说是不是中介活动），从它所获得报酬的形式就可以进行识别。如果某种活动的报酬形式是佣金，那么这种活动就是经纪活动，如果某种活动的报酬形式是差价，则该种活动就不是经纪活动。

行纪是一种极其特殊的活动，因为它的性质介于经纪活动和经销活动之间。一方面，从行纪主体同交易标的之间的关系来看，它同经纪活动颇为相似：行纪主体不占有交易标的；另一方面，从报酬形式和交易的“名义”来看，它同经销又颇为相似：经销主体所获得的报酬是买入价格与卖出价格之差，并且以自己的名义进行交易。但经销与行纪有所不同的是：经销主体占有标的。既然行纪主体可以享受差额同时又不必占有标的，所以，作为对标的所有者所面临风险的补偿，行纪主体往往需要向所有者支付一定的保证金，同时，行纪主体在交易的过程中，在交易条件、程序等方面还要受到商品所有者的限制。

在一定的条件下，作为介于经纪行为和经销行为之间的行纪，可以采取更靠近经纪的形式，不仅仅不转移交易标的的所有权，而且仍以交易标的所有者的名义进行销售。但是中介服务方的报酬采用“佣金+差价”的形式，如中国房地产领域出现的“包销”。

关于经纪、行纪、经销以及包销之间的区别，参见表 1-1。

经纪、行纪、经销几个概念的区别

表 1-1

概念	同交易标的之间关系	报酬的形式	同交易主体之间的关系
经纪	不占有交易标的	佣金	以交易标的所有者的名义进行活动
经销	占有交易标的	差价	以自己的名义进行活动
行纪	不占有交易标的	差价	以自己的名义进行活动，但行为受到一定的限制
行纪的特殊形式（包销）	不占有交易标的	佣金+差价	以交易标的所有者的名义进行活动，行为受到一定限制