



全国房地产经纪人资格考试用书

房地产经纪相关知识 (第五版)

中国房地产估价师与房地产经纪人学会 编写

提示:
本书版权页下方
贴有防伪标签,请
查询核对。

中国建筑工业出版社

全国房地产经纪人资格考试用书

房地产经纪相关知识

(第五版)

中国房地产估价师与房地产经纪人学会/编写

柴 强/主 编

王全民 王 霞/副主编

中国建筑工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

房地产经纪相关知识/中国房地产估价师与房地产经纪人
学会主编. —5版. —北京:中国建筑工业出版社, 2010
全国房地产经纪人资格考试用书
ISBN 978-7-112-12078-9

I. ①房… II. ①中… III. ①房地产业—经纪人—资格考核
—中国—自学参考资料 IV. ①F299.233

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 082956 号

房地产经纪相关知识

(第五版)

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)
河北零五印刷厂印刷

*

开本:787×960 毫米 1/16 印张:25½ 字数:468 千字

2010 年 5 月第五版 2010 年 5 月第十一次印刷

定价:40.00 元

ISBN 978-7-112-12078-9
(19337)

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	王玉平	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	黄 强	
委 员：	胡文忠	王立秋	杨佳燕	陈健容	李晓龙
	刘 霞	邢 军	陈 伟	黄 珽	陈培新
	艾建国	王全民	崔 裴	罗洪京	赵龙杰
	李 邨	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

柴 强	王全民	王 霞	冯长春	季如进	刘 琳
王学发	叶盛东	刘冰冰	邓振春	李 政	吴丹华

目 录

第一章	法律和消费者权益保护	1
第一节	法律概述	1
	一、法律和法规的含义	1
	二、中国现行法律体系	1
	三、法律的适用	2
第二节	民法	4
	一、民法的概念和基本原则	4
	二、民事法律关系	5
	三、自然人、法人和合伙	8
	四、民事法律行为	10
	五、代理	11
	六、民事责任	13
	七、诉讼时效	13
第三节	合同法	14
	一、合同概述	14
	二、合同的订立	16
	三、合同的效力	17
	四、合同的履行	17
	五、违约责任	18
	六、买卖合同和租赁合同	19
	七、委托合同、居间合同和行纪合同	22
第四节	物权法	26
	一、物权概述	26
	二、所有权	28
	三、用益物权	29
	四、担保物权	30

第五节	消费者权益保护法	31
一、	消费者权益的概念	31
二、	消费者的权利	31
三、	经营者的义务	32
四、	消费者权益争议的解决	33
复习思考题		33
第二章	建筑和房地产测绘	35
第一节	建筑概述	35
一、	建筑的相关概念	35
二、	建筑物的分类	35
三、	对建筑物的基本要求	39
第二节	建筑构造	40
一、	建筑构造概述	40
二、	基础和地基	40
三、	墙体和柱	42
四、	门和窗	43
五、	地面、楼板和梁	43
六、	楼梯	44
七、	屋顶	45
第三节	建筑设备	45
一、	建筑给水系统及设备	46
二、	建筑排水系统及设备	47
三、	建筑采暖系统及设备	48
四、	建筑通风和空调系统及设备	48
五、	建筑电气设备	49
六、	燃气供应系统及设备	50
七、	电梯	51
八、	设备层和管道井	51
九、	综合布线系统和楼宇智能化	52
第四节	建筑识图	54
一、	施工图中常见的表格和符号	55
二、	施工图的图纸目录	57

三、施工图的设计总说明	57
四、建筑施工图	57
五、结构施工图	59
六、设备施工图	64
第五节 房地产测绘	64
一、测绘中的基本概念	64
二、地形图和房地产图	66
三、土地面积测算	69
四、房屋面积测算	73
复习思考题	79
第三章 建筑装饰装修和材料	81
第一节 建筑装饰装修概述	81
一、建筑装饰装修基本概念	81
二、建筑装饰装修风格	81
三、室内装饰装修风格	82
四、室内装饰装修流派	84
五、室外装饰装修风格	86
第二节 外墙装饰装修	88
一、室外装饰装修的基本要求	88
二、外墙面装饰构造	89
三、幕墙和玻璃幕墙	90
四、建筑外立面的视觉	93
五、建筑外立面的色彩	95
第三节 室内装饰装修	97
一、室内装饰装修的基本要求	97
二、室内装饰装修构造	98
三、室内装饰装修色彩与质感	102
第四节 建筑装饰材料	105
一、建筑材料的概念和种类	105
二、建筑材料的性质	106
三、建筑装饰装修材料	108
复习思考题	113

第四章 环境和景观	115
第一节 环境概述	115
一、环境的概念	115
二、环境的分类	115
第二节 环境污染	116
一、环境污染概述	116
二、大气污染	117
三、环境噪声污染	121
四、水污染	124
五、固体废物污染	126
六、辐射污染	127
第三节 室内环境污染	129
一、室内环境污染概述	129
二、室内环境污染的来源	130
三、建筑材料的室内环境污染	130
第四节 景观概述	132
一、景观及相关概念	132
二、景观的分类	134
三、景观要素与景观功能	134
第五节 景观设计	135
一、景观设计的内涵	135
二、景观设计的特点、要素和方法.....	136
三、居住区环境景观设计	136
第六节 景观评价	138
一、景观评价概述	138
二、景观评价方法	139
复习思考题	140
 第五章 城市 and 城市规划	 142
第一节 城市 and 城市化	142
一、城市的概念	142
二、城市的类型	142

三、城市的地域范围	144
四、城市功能分区	145
五、城市土地利用类型	146
六、城市化	147
第二节 城市用地评价	150
一、城市用地评价概述	150
二、城市用地自然条件评价	150
第三节 城市规划常用术语和控制指标	155
第四节 城乡规划体系	157
一、城乡规划体系概述	157
二、城镇体系规划	157
三、城市规划	158
第五节 城市居住区规划设计	158
一、城市居住区的规模与规划布局形式	159
二、城市居住区的组成要素与用地构成	159
三、城市居住区规划布局的有关内容	160
四、城市居住区综合技术经济指标	162
复习思考题	164
 第六章 房地产市场和投资	166
第一节 房地产市场	166
一、房地产市场概述	166
二、房地产市场竞争	169
三、房地产市场波动	171
第二节 房地产供给与需求	173
一、房地产需求	173
二、房地产供给	176
三、房地产供求平衡	178
四、房地产供求弹性	179
第三节 资金的时间价值	184
一、资金时间价值的概念及存在原因	184
二、单利和复利	185
三、名义利率和实际利率	188

	四、资金时间价值的换算	189
第四节	房地产投资分析	193
	一、房地产投资的概念	193
	二、房地产投资项目经济评价概述	194
	三、现金流量分析技术	195
	四、房地产投资项目经济评价指标和方法	197
	复习思考题	201
第七章	房地产价格和估价	203
第一节	房地产价格概述	203
	一、房地产价格的概念和形成条件	203
	二、房地产价格的特征	204
第二节	房地产价格和价值的种类	205
	一、价值、使用价值和交换价值	205
	二、投资价值和市场价值	206
	三、成交价格、市场价格和理论价格	207
	四、总价格、单位价格和楼面地价	209
	五、名义价格和实际价格	210
	六、现房价格和期房价格	212
	七、起价、标价、成交价和均价	213
	八、评估价、保留价、起拍价、应价和成交价	213
	九、买卖价格、租赁价格、抵押价值、保险价值、计税价值 和征收价值	214
	十、基准地价、标定地价和房屋重置价格	217
	十一、补地价	217
	十二、市场调节价、政府指导价和政府定价	218
第三节	房地产价格的影响因素	219
	一、房地产价格的影响因素概述	219
	二、人口因素	221
	三、居民收入因素	223
	四、物价因素	224
	五、利率因素	225
	六、汇率因素	225

七、房地产税收因素	226
八、城市规划因素	227
九、交通管制因素	228
十、心理因素	228
第四节 房地产估价基本方法	229
一、市场法	230
二、收益法	238
三、成本法	247
复习思考题	256
第八章 房地产金融和保险	258
第一节 金融概述	258
一、金融的概念和职能	258
二、金融机构	259
三、货币和汇率	259
四、信用和利率	262
第二节 房地产贷款	269
一、房地产贷款概述	269
二、个人住房贷款	275
三、房地产贷款程序	279
四、各种还款方式下的还款额计算	280
第三节 房地产信托	286
一、信托的概念和职能	286
二、房地产信托的概念和原则	287
三、房地产信托资金的筹集	288
四、房地产信托贷款业务	290
第四节 住房置业担保	292
一、住房置业担保的概念	292
二、住房置业担保的程序	292
三、保证合同和房屋抵押反担保合同的内容	293
第五节 房地产保险	293
一、保险概述	293
二、保险的种类	295

三、保险合同	298
四、房地产贷款保险	302
复习思考题	304
第九章 统计和房地产统计指标	307
第一节 统计的基本概念和术语	307
一、统计的概念和作用	307
二、描述统计和推断统计	307
三、总体、个体和样本	308
四、标志和变量	308
第二节 统计数据的搜集与整理	309
一、统计数据的搜集	309
二、统计数据的整理	315
第三节 统计指标	321
一、统计指标的概念和分类	321
二、总量指标	321
三、相对指标	322
四、平均指标	323
五、变异指标	325
第四节 时间序列分析	327
一、时间序列的概念和种类	327
二、时间序列的水平分析	327
三、时间序列的速度分析	329
四、时间序列的构成因素与模型	331
五、长期趋势分析	332
第五节 指数	337
一、指数的概念和分类	337
二、个体指数	338
三、综合指数	338
四、指数体系	340
第六节 房地产统计指标	342
一、房地产统计指标与指标体系	342
二、房地产的主要统计指标	342

复习思考题	345
第十章 消费心理和营销心理	347
第一节 消费者的基本心理	347
一、心理学和心理现象	347
二、消费者的心理活动过程	348
三、消费者的个性心理特征	355
第二节 消费者的需要与动机	359
一、消费者的需要	360
二、消费者的动机	363
第三节 消费者群体的心理与行为	364
一、消费者群体的形成和细分	364
二、不同年龄消费者的心理与行为	366
三、不同性别消费者的心理与行为	368
四、不同阶层消费者的心理与行为	368
第四节 营销过程心理	368
一、价格心理	369
二、广告心理	371
三、营销场景与消费者心理	371
四、现场营销心理	373
第五节 营销人员心理	375
一、营销人员与消费者心理互动	375
二、营销人员的心理素质及其提高	376
三、人际交往和人际关系	377
四、房地产经纪人的心理压力及其应对	386
复习思考题	389

第一章 法律和消费者权益保护

第一节 法律概述

一、法律和法规的含义

法律一词有广义和狭义两种含义。广义的法律是指由立法机关或国家机关制定,国家政权保证执行的行为规则的总和,包括宪法、基本法律、普通法律、行政法规、地方性法规和规章等规范性文件。狭义的法律在中国是指由全国人民代表大会及其常务委员会制定的法律。

法规一词也有广义和狭义两种含义。广义的法规是指法律、法令、条例、规则、章程等的总称。狭义的法规在中国是指法律效力低于宪法和法律的规范性文件,包括国务院制定的行政法规和地方国家权力机关制定的地方性法规。

二、中国现行法律体系

中国现行法律体系包括宪法、法律(基本法律、其他法律)、行政法规、地方性法规、自治条例、单行条例和规章(部门规章、地方政府规章)等。

(一)宪法

宪法是国家的根本法。它既具有一切法律的共同特点,又具有与其他法律不同的特征,主要是:

(1)宪法的内容不同于其他法律。其他法律的内容只涉及社会生活的某一个方面、某一个领域。宪法的内容涉及国家和社会生活的根本问题,它规定国家的根本制度和根本任务、公民的基本权利和义务,是一切组织和个人的根本活动准则。

(2)宪法是制定其他法律的依据。一切法律都要以宪法为依据。正如人们通常所说的,宪法是母法,其他法律是子法。

(3)宪法具有最高的法律效力,一切法律、法规都不得同宪法相抵触。

(二)法律

这里所讲的法律是狭义的法律,分为:①由全国人民代表大会制定的基本法

律,如民法、合同法、物权法、刑法;②由全国人民代表大会常务委员会制定的其他法律或一般法律,如土地管理法、城市房地产管理法、广告法、消费者权益保护法。

(三)行政法规

行政法规是指国务院根据宪法和法律,按照法定程序制定的有关行使行政权力,履行行政职责的规范性文件,如《城市房地产开发经营管理条例》、《物业管理条例》。

(四)地方性法规、自治条例和单行条例

地方性法规有广义和狭义两种含义。广义的地方性法规是指地方国家权力机关制定的规范性文件的总称,包括:

(1)省、自治区、直辖市人民代表大会及其常务委员会根据本行政区域的具体情况和实际需要,在不同宪法、法律、行政法规相抵触的前提下,制定的地方性法规。

(2)较大的市的人民代表大会及其常务委员会根据本市的具体情况和实际需要,在不同宪法、法律、行政法规和本省、自治区的地方性法规相抵触的前提下,制定的地方性法规。较大的市是指省、自治区的人民政府所在地的市,经济特区所在地的市和经国务院批准的较大的市。

(3)经济特区所在地的省、市的人民代表大会及其常务委员会根据全国人民代表大会的授权决定,制定的在经济特区范围内实施的法规。

(4)民族自治地方的人民代表大会依照当地民族的政治、经济和文化的特点,制定的自治条例和单行条例。

狭义的地方性法规是指上述第一、二种地方性法规。

(五)规章

规章也称为行政规章,是指国家行政机关根据法律和行政法规在其职权范围内制定的关于行政管理的规范性文件,分为部门规章和地方政府规章。

部门规章是指国务院各部、委员会、中国人民银行、审计署和具有行政管理职能的直属机构根据法律和国务院的行政法规、决定、命令,在本部门的权限范围内,制定的规范性文件,如《城市房地产转让管理规定》、《城市房地产中介服务管理规定》。

地方政府规章是指省、自治区、直辖市和较大的市的人民政府根据法律、行政法规和本省、自治区、直辖市的地方性法规,制定的规范性文件。

三、法律的适用

(一)法律的适用范围

法律的适用范围即法律的效力范围,包括:

(1)法律在时间上的适用范围。是指法律在时间上所具有的效力,包括法律的

生效和失效两个方面。法律开始生效的时间通常有两种情况:①自法律公布之日起生效;②法律公布之后经过一段时间再开始生效。一般来说,法律的效力自施行之日发生,至废止之日停止。

(2)法律在空间上的适用范围。是指法律在地域上所具有的效力。制定法律的机关不同,法律适用的空间范围也不相同,大体上有两种情况:①宪法、法律、行政法规、部门规章适用于全国;②凡属地方立法机关制定的地方性法规、地方政府规章只在各该立法机关管辖区域内发生效力。

(3)法律对人的适用范围。是指法律对哪些人具有效力。法律的对人效力存在两种不同的理论:①属人主义,例如不论某人是处于国内还是国外,只要该人具有本国国籍即适用本国的法律;②属地主义,即以地域为标准确定法律对人的约束力,例如凡是居住在本国领土内的人,不论其国籍是本国还是外国,均受本国法律的管辖。

(二)法律适用的基本原则

解决法律的适用冲突问题,一般遵循“上位法优先于下位法”、“新法优先于旧法”、“特别法优先于普通法”、“法律文本优先于法律解释”、“强行法优先于任意法”、“法不溯及既往”等原则。

1. 上位法优先于下位法

上位法优先于下位法原则,是指在效力较高的法律与效力较低的法律相冲突的情况下,应适用效力较高的法律。在中国,宪法具有最高的法律效力,一切法律、行政法规、地方性法规、自治条例和单行条例、规章都不得同宪法相抵触;法律的效力高于行政法规、地方性法规、规章;行政法规的效力高于地方性法规、规章;地方性法规的效力高于本级和下级地方政府规章;省、自治区的人民政府制定的规章的效力高于本行政区域内的较大的市的人民政府制定的规章;部门规章之间、部门规章与地方政府规章之间具有同等效力,在各自的权限范围内施行。

2. 新法优先于旧法

新法优先于旧法原则,是指同一事项已有新法公布施行时,旧法自然废止。该原则是在效力相等的法律有冲突时适用。具体来说,同一机关制定的法律、行政法规、地方性法规、自治条例和单行条例、规章,新的规定与旧的规定不一致的,适用新的规定。

3. 特别法优先于普通法

根据法律的适用范围有无限制,可将法律分为普通法和特别法。普通法是指适用于全国领域、规定一般事项,并且无适用的时间限制的法律。特别法是指适用于特定区域、规定特定事项,或在适用时间上有限制的法律。特别法优先于普通法