



2014年  
全国房地产经纪人执业资格考试  
高频考点与历年真题精析

房地产经纪实务

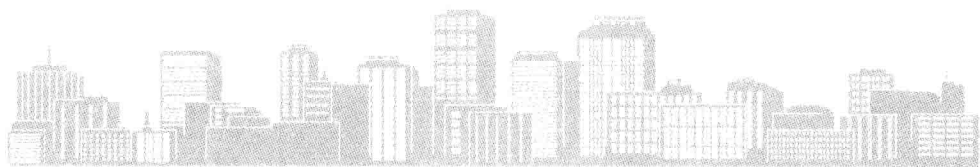
房地产经纪人执业资格考试辅导用书编委会◎编写

- 高频考点汇总
- 探究命题规律
- 典型真题精析
- 解读答题技巧
- 历年真题回顾
- 全面模拟实战



中国经济出版社  
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

2014年  
全国房地产经纪人执业资格考试  
高频考点与历年真题精析



# 房地产经纪实务

房地产经纪人执业资格考试辅导用书编委会◎编写



中国经济出版社  
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

## 图书在版编目 (CIP) 数据

房地产经纪实务 / 房地产经纪人执业资格考试辅导用书编委会编写.

北京: 中国经济出版社, 2014. 4

(2014 年全国房地产经纪人执业资格考试高频考点与历年真题精析)

ISBN 978 - 7 - 5136 - 3058 - 0

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 008391 号

责任编辑 贾轶杰  
责任审读 贺 静  
责任印制 马小宾  
封面设计 华子图文

出版发行 中国经济出版社  
印刷者 三河市华骏印务包装有限公司  
经销者 各地新华书店  
开 本 787mm × 1092mm 1/16  
印 张 17.5  
字 数 320 千字  
版 次 2014 年 4 月第 1 版  
印 次 2014 年 4 月第 1 次  
书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 3058 - 0  
定 价 42.00 元

中国经济出版社 网址 [www.economyph.com](http://www.economyph.com) 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换(联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究(举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心(举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

# 本书编委会

主 编：魏文彪

参编人员：计富元 张海鹰 郭雪峰 赵俊丽 栾海明  
周 胜 姜 海 刘 娇 刘颂歌 靳永利  
伍浩纯 刘海明 王星玥

## 前 言

《2014 全国房地产经纪人执业资格考试高频考点与历年真题精析》系列丛书包括四分册，分别为《房地产基本制度与政策》、《房地产经纪概论》、《房地产经纪实务》、《房地产经纪相关知识》。

本系列丛书以考试大纲为依据，紧紧围绕考试指定用书，并结合最权威的考试信息，准确把握考试中的关键采分点，提炼大纲要求掌握的知识信息，遵循循序渐进、各个击破的原则，精心筛选和提炼，去粗取精，力求突出重点。在编写过程中注重洞悉命题规律，致力于提高考生运用所学知识解决实际问题的能力。具体来讲，本系列丛书具有如下特点：

一、权威性。本系列丛书由长期从事房地产经纪人资格考试培训的专家组成的编写组编写，凭借这些专家丰富的基础知识和长期的培训经验，一定会编写出具有权威性的辅导用书。

二、针对性。本系列丛书针对参加 2014 年度考试的广大考生急需解决的考试重点、难点和采分点，作了深入细致的分析和解答。

三、实用性。本系列丛书切实从广大考生的角度来编写，根据历年考试的题型组织了相应的测试题，有着极强的实用性，考生通过使用本套丛书，一定会在考试中有出色的表现。

四、独创性。本系列丛书将采分点、真题、典型例题融为一体，全方位、全角度为考生提供复习资料，目前在同类书中尚属唯一。

五、互动性。这是本系列丛书最具鲜明的特点，由于独创性的体例安排，会改善目前考生学习的被动状态，引导考生从被动走向主动，由主动走向互动，取得最佳的学习效果。

购买本系列丛书的考生可以通过 QQ：1742747522 与我们专门的答疑老师取得联系，老师会对考生提出的问题一一耐心解答。

由于时间仓促，书中难免会存在不妥和不足之处，敬请读者批评指正。

编者

# 目 录

## CONTENTS

第一部分 真题采分点与命题素材盘点 .....	1
真题采分点 .....	1
命题素材盘点 .....	5
第二部分 高频考点与历年真题专题讲座 .....	6
第一章 房地产市场营销概述 .....	6
高频考点归纳 .....	6
考点精讲精练 .....	7
综合分析题 .....	35
第二章 房地产市场分析与调查 .....	42
高频考点归纳 .....	42
考点精讲精练 .....	43
综合分析题 .....	64
第三章 存量房房源管理 .....	66
高频考点归纳 .....	66
考点精讲精练 .....	67
综合分析题 .....	81
第四章 存量房客源管理 .....	86
高频考点归纳 .....	86
考点精讲精练 .....	87
综合分析题 .....	101
第五章 存量房经纪业务流程 .....	104
高频考点归纳 .....	104
考点精讲精练 .....	105
综合分析题 .....	127

第六章 存量房经济业务其他服务 .....	130
高频考点归纳 .....	130
考点精讲精练 .....	131
第七章 新建商品房销售代理 .....	142
高频考点归纳 .....	142
考点精讲精练 .....	143
综合分析题 .....	159
第八章 住宅、写字楼、商业地产的销售代理 .....	163
高频考点归纳 .....	163
考点精讲精练 .....	164
综合分析题 .....	185
第九章 房地产经纪业务技巧 .....	188
高频考点归纳 .....	188
考点精讲精练 .....	189
综合分析题 .....	200
第十章 房地产经纪业务风险控制 .....	203
高频考点归纳 .....	203
考点精讲精练 .....	203
第三部分 近年考试真题回顾 .....	212
2012 全国房地产经纪人执业资格考试试卷 .....	212
2012 年度全国房地产经纪人执业资格考试试卷参考答案及解析 .....	225
2011 年度全国房地产经纪人执业资格考试试卷 .....	240
2011 年度全国房地产经纪人执业资格考试试卷参考答案及解析 .....	253

# 第一部分 真题采分点与命题素材盘点

## 真题采分点

命题点		题型	2012	2011	2010	2009
房地产市场 营销概述	市场营销理论概述	单项选择题	1	2	2	1
		多项选择题	2			4
		综合分析题		2		
	房地产市场 营销理论概述	单项选择题	1	1	1	2
		多项选择题	2	2	4	2
		综合分析题	6			
	房地产市场 营销策略	单项选择题	4	5	4	9
		多项选择题	4	6	6	4
		综合分析题	2	6	12	
房地产市场 分析与调查	房地产市场分析	单项选择题	3	1	1	5
		多项选择题	2			6
		综合分析题	2		2	4
	房地产市场调查	单项选择题	1	2	5	6
		多项选择题	2	4	4	8
		综合分析题	2	2		
存量房房 源管理	房源信息的 开拓与获取	单项选择题	4	3	3	2
		多项选择题	6	4	2	4
		综合分析题	2	2	4	2
	房源信息的 管理	单项选择题	2	2		
		多项选择题	2	2		
		综合分析题	4	4		
	房源信息的 利用	单项选择题	1	1	2	2
		多项选择题		2	4	4
		综合分析题				2
	网络环境下的 房源信息	单项选择题				
		多项选择题				
		综合分析题				



续表

命题点		题型	2012	2011	2010	2009
存量房房源管理	客源概述	单项选择题	3	1	1	1
		多项选择题	4		2	4
		综合分析题		2	4	
	客源的开拓和获取	单项选择题	2	1	2	1
		多项选择题	2	4	4	
		综合分析题		2	2	6
	客源信息的管理和维护	单项选择题		4	1	1
		多项选择题	2	4	2	2
		综合分析题		2		
存量房经纪业务流程	存量房经纪业务流程概述	单项选择题	1	2	2	1
		多项选择题			4	2
		综合分析题			2	6
	客户开发与接待	单项选择题		4	2	1
		多项选择题	6	2	4	2
		综合分析题	2			
	签署房地产经纪服务合同	单项选择题	2		1	
		多项选择题	2		2	
		综合分析题				
	房源与客源信息配对	单项选择题	1	3	5	
		多项选择题	4	2	2	
		综合分析题				
	约看及实地看房	单项选择题	3			
		多项选择题		2	2	
		综合分析题		2		
	交易撮合	单项选择题		2		
		多项选择题				
		综合分析题			2	4
	合同签订及款项支付	单项选择题	1	1	1	
		多项选择题		4		
		综合分析题	2			2
物业交验	单项选择题	1	1	1		
	多项选择题		2	2		
	综合分析题				4	
存量房经济业务其他服务	房地产抵押贷款代办	单项选择题	3			
		多项选择题	4			
		综合分析题	2			

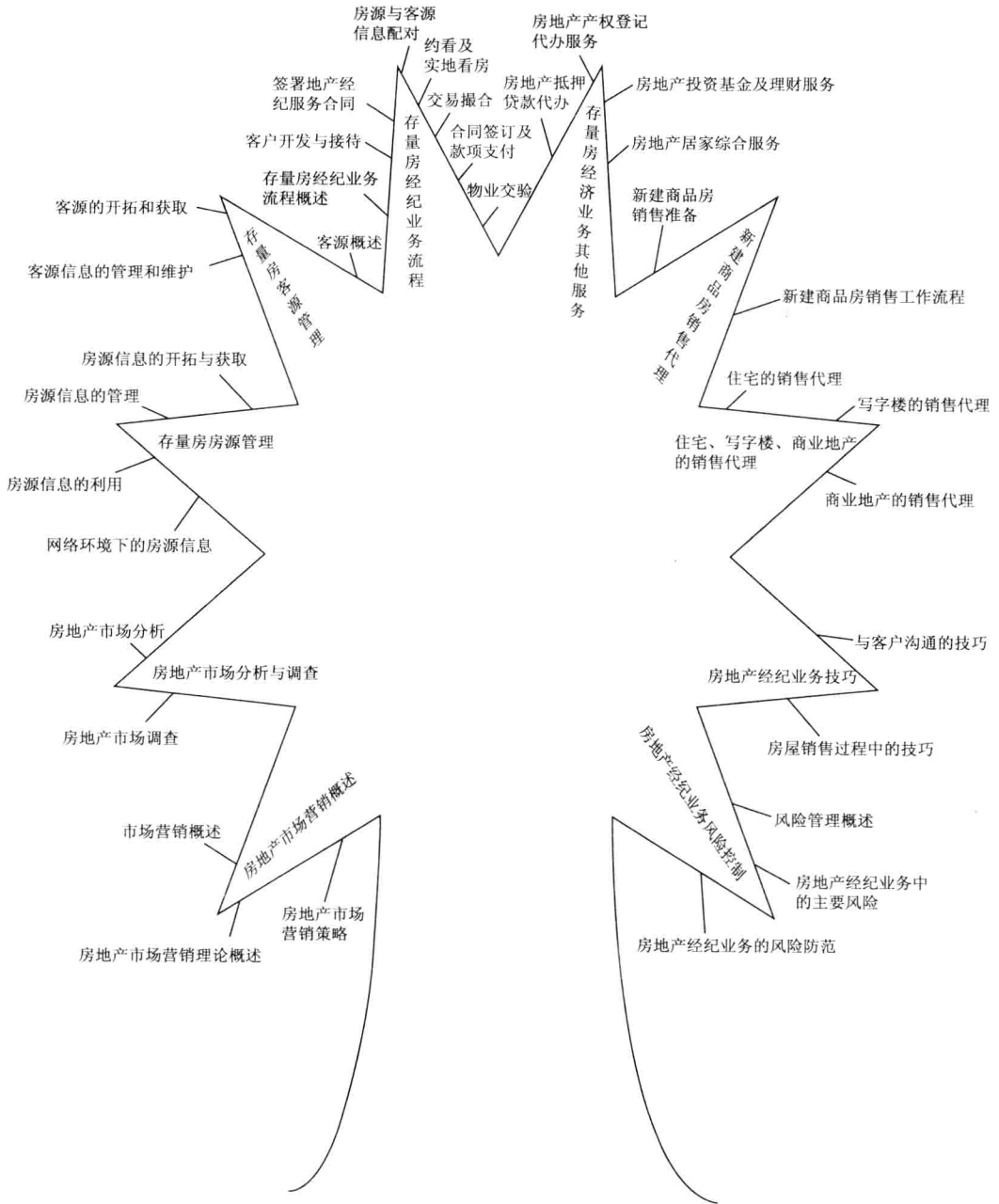
续表

命题点		题型	2012	2011	2010	2009
存量房经济 业务其他服务	房地产权 登记代办服务	单项选择题				
		多项选择题				
		综合分析题	2		2	
	房地产投资基 金及理财服务	单项选择题				
		多项选择题				
		综合分析题				
	房地产居家综合服务	单项选择题				
		多项选择题				
		综合分析题	2		2	
新建商品房 销售代理	新建商品房销售准备	单项选择题	3	2	3	5
		多项选择题	2	2	2	6
		综合分析题	2	2	6	2
	新建商品房 销售工作流程	单项选择题	1	1	2	4
		多项选择题	2	2	2	6
		综合分析题		4		8
住宅、写字楼、 商业地产的 销售代理	住宅的销售代理	单项选择题	1	1	3	2
		多项选择题	2	4		
		综合分析题				
	写字楼的销售代理	单项选择题	2	1	1	1
		多项选择题	2	2	2	
		综合分析题	10			
	商业地产的销售代理	单项选择题	2	1		1
		多项选择题		4	2	
		综合分析题		2		2
房地产经纪 业务技巧	与客户沟通的技巧	单项选择题	3	3	3	3
		多项选择题	4	2	4	4
		综合分析题		4		
	房屋销售过程中的技巧	单项选择题	1	1	1	1
		多项选择题		2		
		综合分析题		4		
房地产经纪 业务风险控制	风险管理概述	单项选择题	1	1	2	
		多项选择题	2			
		综合分析题				
	房地产经纪业务 中的主要风险	单项选择题	2	2		1
		多项选择题	2	2	4	
		综合分析题			2	

续表

命题点		题型	2012	2011	2010	2009
房地产经纪 业务风险控制	房地产经纪业务 的风险防范	单项选择题		1	1	
		多项选择题		2		
		综合分析题				
合计		单项选择题	50	50	50	50
		多项选择题	60	60	60	60
		综合分析题	40	40	40	40

# 命题素材盘点



## 第二部分 高频考点与历年真题专题讲座

### 第一章 房地产市场营销概述

#### 高频考点归纳

项 目	内 容
市场营销理论概述	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 市场营销的概念与内涵是一个重要命题点，应试者应重点记忆。</li> <li>(2) 掌握市场营销的成本构成，这是本节重点，需牢记。</li> <li>(3) 市场营销的作用和职能，只作一般了解即可。</li> <li>(4) 客户价值的划分，是个很好的命题点。</li> <li>(5) 熟悉市场营销的 4Ps 理论与 4Cs 理论，这是命题者很喜欢的命题点。</li> </ul>
房地产市场营销理论概述	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 掌握房地产市场营销的内涵分析内容，这很可能出现在试卷中。</li> <li>(2) 房地产市场营销的基本特征，是个很好的命题点。</li> <li>(3) 房地产市场营销的机构，只作一般了解即可。</li> <li>(4) 熟悉存量房和新建商品房市场营销特点的对比。</li> <li>(5) 房地产经纪人在新建商品房营销活动中的工作内容，是历年常考的命题点，注意把握。</li> <li>(6) 了解房地产经纪人在存量房营销活动中的工作内容，尽量不失分。</li> <li>(7) 有关房地产市场营销的流程，很容易成为今年考题。</li> <li>(8) 了解房地产市场调查信息的主要内容。</li> <li>(9) 注意房地产 4P 营销组合策略，出题的可能性很大。</li> <li>(10) 电子商务在房地产营销中的应用，这是命题者很喜欢的命题点。</li> </ul>
房地产市场营销策略	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 了解市场分析定位法的流程。</li> <li>(2) 房地产产品制定行动对策内容的分值很大，注意把握。</li> <li>(3) 房地产产品的目标客户需求定位法，是个很好的命题点。</li> <li>(4) 掌握房地产产品线的内容，这是本节重点，需牢记。</li> <li>(5) 房地产市场的组合策略、生命周期策略，是历年常考的命题点，注意把握。</li> <li>(6) 房地产定价目标，这是命题者很喜欢的命题点。</li> <li>(7) 房地产市场的品牌策略，只作一般了解即可。</li> <li>(8) 熟悉“成本+竞争”和“消费者需求+竞争者价格”的定价策略定价流程。</li> <li>(9) 注意成本导向定价法，出题的可能性很大。</li> <li>(10) 掌握房地产分销渠道的内容，这很可能出现在试卷中。</li> <li>(11) 有关房地产促销的目标，很容易成为今年考题。</li> <li>(12) 了解广告媒介的分类及其优点与缺点，不可排除被命题者拿来出题的可能性，尽量不失分。</li> </ul>

## 考点精讲精练

### 考点一 市场营销概述

#### <采分点 1> 市场的概念

“市场”是指一个特定产品或某类产品进行交易的卖方和买方的集合。市场的形成必须具备以下三个要素：（1）消费主体，即购买商品或服务的消费者；（2）消费客体，即能够满足消费者某种需要的商品或服务；（3）有效需求，即购买欲望和有购买力的组织和个人，人们愿意并有支付能力的购买需求。营销学强调，作为一个现实有效的市场，需具备人口、购买力和购买欲望三个要素，用公式概括为：市场=人口+购买力+购买欲望。

**【点拨】**这个考点主要考查市场形成的因素。

例 1：一个现实且有潜力的房地产市场需要具备人口、购买力和（ ）三个要素。（2010 年考题）

- |         |         |
|---------|---------|
| A. 交易场所 | B. 支付手段 |
| C. 购买行为 | D. 购买欲望 |

答案：D

例 2：市场形成必须具备的要素包括（ ）。

- |         |          |
|---------|----------|
| A. 有效需求 | B. 消费客体  |
| C. 消费主体 | D. 合理的价格 |
| E. 交易场所 |          |

答案：ABC

#### <采分点 2> 市场营销内涵的理解

市场营销的内涵从以下三个方面来进行理解：（1）市场营销是一种经营理念。基本核心思想是以顾客为中心，企业的经营活动自始至终要围绕顾客、服务顾客、满足顾客需求；（2）市场营销是企业的一种战略管理活动。凡管理活动就要有目标，其最终目标就是要实现企业的经营目标，即要实现生存、获利和发展。市场营销不是一般的管理活动，而是一种战略管理活动；（3）市场营销的基本原理是企业动态的环境

中，通过满足消费者的需要促进交换，最终实现企业的目标。

**【含义】**理解市场营销的概念。

例 1：现代市场营销以（ ）为中心。（2011 年考题）

- A. 客户  
B. 产品  
C. 利润  
D. 成本

答案：A

例 2：市场营销是企业的一种（ ）活动。

- A. 经营管理  
B. 企业管理  
C. 销售管理  
D. 战略管理

答案：D

### <采分点 3> 市场营销成本构成（表 1-1）

表 1-1 市场营销成本构成

成本项目	成本内容
营销调研成本	包括调研方案制定费、调研问卷印制费、调研信息分析费、差旅支出、通信费、人员工资等。
客户关系管理成本	包括 CRM 系统建立的设计费用，系统硬件购置和软件配置费用，系统组装、调试、维修和日常使用费用，系统升级费用，客户关系管理组织构建费用，处理客户投诉、与客户沟通费用，客户数据挖掘费用。
分销渠道成本	包括渠道调查费用、渠道设计费用、寻找分销商费用、自建分销网费用、激励中间商费用、控制和评估中间商费用。
人员推销成本	包括工资、奖金、差旅费、培训费、交际费。
公共关系成本	包括新闻宣传、记者招待会、公益活动等费用。
广告成本	包括广告设计、制作、发布和广告效果统计等费用。
销售促进成本	包括赠送样品、优惠卡、退款、奖励、免费试用、产品保证、价格折扣等费用。
仓储和运输成本	包括租金、维护费、折旧、保险、包装费、存货成本、燃料费、牌照税、司机工资等。
其他营销成本	包括管理人员工资、办公费等。

**【理论】**掌握市场营销成本的构成，并分析各组成成本的构成。

例 1. 下列市场营销成本中，属于公共关系成本的是（ ）。（2012 年考题）

- A. 新闻宣传费用  
B. 市场调查费用  
C. 广告设计费用  
D. 渠道设计费用

答案：A

例 2：公共关系费用是房地产市场营销成本的组成部分，其主要内容包括（ ）等费用。（2010 年考题）

- A. 客户管理  
B. 销售网络建立  
C. 新闻宣传  
D. 市场调查

答案：C

例 3：销售促进成本不包括（ ）。

- A. 产品保证  
B. 广告设计费  
C. 价格折扣  
D. 优惠卡

答案：B

例 4：仓储和运输成本包括（ ）。

- A. 包装费  
B. 租金  
C. 维护费  
D. 培训费  
E. 牌照税

答案：ABCE

#### <采分点 4> 市场营销的作用和职能 (表 1-2)

表 1-2 市场营销的作用和职能

项 目	内 容
市场营销的作用	(1) 解决生产与消费之间的矛盾，满足生活消费和生产消费的需要。 (2) 实现商品或服务的价值和增值。 (3) 避免社会资源和企业资源的浪费。 (4) 满足消费者需求，提高人们的生活水平和生存质量。
市场营销的职能	(1) 形式效用的创造。 (2) 地点效用的创造。 (3) 时间效用的创造。 (4) 持有效用的创造。

**【了解】** 了解市场营销的作用及其职能。

例 1：市场营销的作用包括（ ）。

- A. 避免社会资源和企业资源的浪费  
B. 实现商品或服务的价值和增值  
C. 提高产品质量  
D. 满足消费者需求，提高人们的生活水平和生存质量  
E. 解决生产与消费之间的矛盾，满足生活消费和生产消费的需要

答案：ABDE

例 2：市场营销的职能包括（ ）。



- A. 地点效用的创造
- B. 持有效用的创造
- C. 市场效用的创造
- D. 形式效用的创造
- E. 时间效用的创造

答案：ABDE

## 考点二 市场营销理论的演变

### <采分点 1> 客户让渡价值图 (图 1-1)

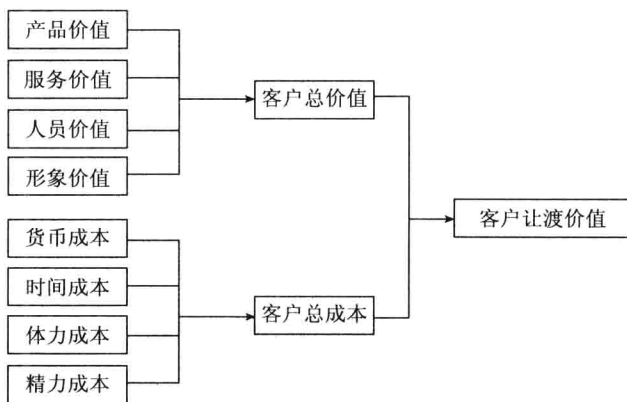


图 1-1 客户让渡价值图

**【归纳】** 客户的让渡价值及分类，了解客户总价值与客户总成本。

例 1：客户让渡价值中，客户总价值不包括（ ）。

- A. 形象价值
- B. 服务价值
- C. 产品价值
- D. 货币价值

答案：D

例 2：客户让渡价值中，客户总成本包括（ ）。

- A. 精力成本
- B. 产品成本
- C. 体力成本
- D. 时间成本

E. 货币成本

答案：ACDE

### <采分点 2> 客户价值的划分

根据客户对公司的价值，客户价值可以划分为三个部分：历史价值——到目前为止，客户为公司创造的利润现值；当前价值——客户购买模式行为不变，在将来为公