

想知道你的复习效果吗?
想知道你能否通过考试吗?

最后九套题给你答案。



2013

每天一套题，轻松开启成功之门

全国房地产经纪人

执业资格考试



最后九套题

房地产经纪实务

(第2版)

执业资格考试命题研究中心 编

国内顶级专业考...团队执笔

回馈读者

超值大赠礼

免费赠送

作者团队

全程跟踪答疑服务

同类书中的拳头产品
考生相传的冲刺宝典

9 + 3
套押题密卷

年真题



全国房地产经纪人执业资格考试
最后九套题

房地产经纪实务

(第2版)

执业资格考试命题研究中心 编

图书在版编目(CIP)数据

房地产经纪实务/执业资格考试命题研究中心编. —南京:江苏科学技术出版社,2013.4

(全国房地产经纪人执业资格考试最后九套题)

ISBN 978-7-5345-9219-5

I. ①房… II. ①执… III. ①房地产业—经纪人—资格考试—中国—习题集 IV. ①F299.233-44

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第035035号

全国房地产经纪人执业资格考试最后九套题

房地产经纪实务(第2版)

编 者 执业资格考试命题研究中心

责任编辑 刘屹立

特约编辑 翟永梅

责任校对 郝慧华

责任监制 刘 钧

出版发行 凤凰出版传媒股份有限公司

江苏科学技术出版社

出版社地址 南京市湖南路1号A楼,邮编:210009

出版社网址 <http://www.pspress.cn>

经 销 凤凰出版传媒股份有限公司

印 刷 昌黎县思锐印刷有限责任公司

开 本 787 mm×1 092 mm 1/16

印 张 10.75

字 数 275 000

版 次 2013年4月第2版

印 次 2013年4月第2次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5345-9219-5

定 价 35.00元

图书如有印装质量问题,可随时向我社出版科调换。

编写委员会

主任：郭丽峰

副主任：周 胜 靳晓勇

委员：郝鹏飞 姜 海 吕 君

张丽玲 魏文彪 梁晓静

李同庆 薛孝东 张海鹰

张建边 赵春海 张福芳

赵晓伟 刘 龙 黄贤英

杨自旭

内 容 提 要

本书共分两部分：第一部分为“最后九套题”，根据2013年考试大纲的要求，精心选择题目，编写了九套模拟试题，供考生冲刺使用。考生在做题过程中要结合教材理解题目的意图。第二部分为“历年考题”，包括2009年、2010年和2011年的考题。考生通过对这三年考题的学习，基本上可以掌握命题的规律。本书适合参加2013年全国房地产经纪人执业资格考试的考生使用。

前 言

《全国房地产经纪人执业资格考试最后九套题》丛书是严格按照 2013 年《全国房地产经纪人执业资格考试大纲》的要求，根据《全国房地产经纪人执业资格考试用书》的内容编写而成的。

我们以前编写的相关辅导书受到了很多考生的青睐和厚爱，在听到读者赞扬声的同时，我们还经常收到读者的来信、来电，反映书中安排的习题还不够，希望能出版与考试相配套的模拟试卷，以便在复习的最后冲刺阶段体验考试的实战情景，从而在考试中取得好成绩。根据广大读者的要求，我们组织了一个有实力的编写团队，为读者精心打造了本丛书。

本丛书秉承了“探寻考试命题的变化轨迹，预测考试试题可能的发展方向 and 考查重点”的宗旨，以期减少学生在复习迎考中的盲目性，加强复习的针对性，减轻考生的负担，强化复习效果。

本丛书编写时充分体现了新考试大纲的要求，每套试卷的分值、题型等都是按最新的要求编排的。在习题的编排上，本丛书注重与知识点所关联的考点、题型、方法的再巩固与再提高，并且题目的综合和难易程度尽量贴近实际、注重创新、注重实用。书中试题突出重点、考点，针对性强，题型标准，应试导向准确。试题的选编体现了“原创与经典”相结合的原则，着力加强“能力型、开放型、应用型和综合型”试题的开发与研究，各科目均配有一定数量的作者最新原创题目。从知识点的考纲、考点、考题的“三考”导向目标上审视，堪称为考生导学、导练、导考的优秀辅导材料，能使考生举一反三、融会贯通、查漏补缺，为考生最后冲刺助一臂之力。

为了配合考生的复习备考，我们配备了专家答疑团队，开通了答疑 QQ (1742747522) 和答疑网站 (www.wwbedu.com)，以便随时解答考生所提问题。

由于时间和水平有限，书中难免有疏漏和不当之处，敬请广大读者批评指正。

编者

2013 年 3 月

目 录

第一部分 最后九套题	1
第 1 套题	1
第 1 套题参考答案	13
第 2 套题	16
第 2 套题参考答案	27
第 3 套题	30
第 3 套题参考答案	41
第 4 套题	44
第 4 套题参考答案	55
第 5 套题	58
第 5 套题参考答案	69
第 6 套题	71
第 6 套题参考答案	83
第 7 套题	86
第 7 套题参考答案	98
第 8 套题	101
第 8 套题参考答案	112
第 9 套题	115
第 9 套题参考答案	126
第二部分 历年考题	129
2009 年度全国房地产经纪人执业资格考试试卷	129
2009 年度全国房地产经纪人执业资格考试试卷参考答案	140
2010 年度全国房地产经纪人执业资格考试试卷	141
2010 年度全国房地产经纪人执业资格考试试卷参考答案	152
2011 年度全国房地产经纪人执业资格考试试卷	153
2011 年度全国房地产经纪人执业资格考试试卷参考答案	164

第一部分 最后九套题

第1套题

一、单项选择题(共50题,每题1分。每题的备选答案中只有1个最符合题意)

1. 市场营销作为企业管理的重要组成部分,必然需要一定的人力、物力和财力以保证其有效实施。其中,属于营销调研成本的是()。
A. 渠道设计费用
B. 调研问卷印制费
C. 自建分销网费用
D. 客户关系管理组织构建费用
2. 市场营销要求企业进行市场分析,创造或生产能满足消费者某种需求的使用价值的具体形式。这要求市场营销需要具有()职能。
A. 地点效用的创造
B. 持有效用的创造
C. 时间效用的创造
D. 形式效用的创造
3. 客户关系管理的最后一个步骤是()。
A. 为每一个客户制定产品、信息和服务
B. 与单个客户交流,了解客户需求
C. 依据客户需要和客户对公司的价值划分客户
D. 确定潜在客户和当前客户
4. 在市场营销的4Ps的理论中,()是一个关键决策,它涉及产品定价的方法及产品定价与企业利润之间的关系。
A. 产品策略
B. 分销策略
C. 价格策略
D. 促销策略
5. 房地产市场营销,是指房地产企业开展的()适应动态变化的房地产市场的活动,以及由这些活动综合形成的房地产商品、服务和信息从房地产经营者流向房地产购买者的社会活动和管理过程。
A. 灵活性
B. 创造性
C. 合理性
D. 特殊性
6. 下列房地产产品中,()是项目资金的主要来源和利润主力,客户需求较高,可实现较高市场价值。
A. 明星产品
B. 现金牛产品
C. 问号产品
D. 瘦狗产品
7. 预期投资收益率可以通过总投资回收年限计算,公式为()。
A. 预期投资收益率=总投资额/总投资回收年限
B. 预期投资收益率=总投资回收年限/总投资额

- C. 预期投资收益率=(总投资额÷总投资回收年限)/平均投资额
D. 预期投资收益率=(总投资额÷总投资回收年限)/总投资额
8. 房地产市场分析的层次中,()是对所界定的地理范围内特定物业(住宅、商业或工业物业)供给和需求情况进行的分析。
A. 区域房地产市场分析
B. 专业房地产市场分析
C. 房地产项目竞争环境分析
D. 特殊房地产市场分析
9. 房地产市场环境调查中,()对房地产价格有外部性作用。
A. 社区环境
B. 经济环境
C. 政治法律环境
D. 社会文化环境
10. 根据(),确定市场细分的标准,这是市场细分的依据。
A. 消费者的特点
B. 市场效益的趋势
C. 市场战略的方法
D. 消费水平的增长
11. 房地产经纪机构和房地产经纪人认知房地产市场供求关系的关键是()。
A. 房地产市场环境
B. 房地产市场调查
C. 房地产市场政策
D. 房地产市场分析
12. 在房地产市场环境调查中,社会文化环境调查的内容不包括()。
A. 居民职业构成、教育程度
B. 社区繁荣程度、购物条件
C. 家庭人口规模及构成
D. 消费者民族与宗教信仰、社会风俗
13. 目前,采用()方式管理房源信息的一般是小型的单店式房地产经纪公司。
A. 纸张载体
B. 计算机
C. 纸张和计算机结合
D. 计算机联机系统
14. 房地产网络技术环境为房源信息的发布和搜集提供了便利,使用者可以通过数据库检索轻易实现,通过有效的分类、检索,能大大提高房源信息的()。
A. 有效性
B. 及时性
C. 稳定性
D. 易查询性
15. 因为房源具有动态性等特点,有关资料会随时变化,房地产经纪人还应及时对房源信息进行更新,以保证房源的()。
A. 可持续性
B. 完整性
C. 有效性
D. 准确性
16. 限价房购房人取得房屋权属证书后()年内不得转让所购住房,的确需转让的,由政府回购。
A. 3
B. 5
C. 7
D. 10
17. 关于房源信息的共享形式,说法不正确的是()。
A. 私盘制的房源信息由接受业主(委托人)委托的房地产经纪人录入
B. 私盘制容易导致效率低下
C. 使用公盘制较容易使房源信息外泄
D. 分区公盘制可使房地产经纪机构确定分区的边界明晰
18. 房地产经纪企业与银行合作,共同宣传房地产抵押贷款代办服务项目,从而争取到该银行

- 办理房地产抵押贷款业务的客户,属于用()开拓客源信息。
- A. 人际关系法
B. 会员揽客法
C. 驻守和横幅揽客法
D. 团体揽客法
19. 客户的分类中,按()分类,可分为未来客户、关系客户和新客户等。
- A. 与本经纪机构接触的次数
B. 客户的性质
C. 物业的价格区间
D. 交易过程
20. 客户信息是房地产经纪公司和经纪人的宝贵资源,只有()才能发挥其价值,促成交易。
- A. 有效分类
B. 合理使用
C. 准确定位
D. 安全管理
21. 在存量房卖方代理业务流程中,紧接“洽商议价”之后的程序是()。
- A. 收集物业信息
B. 寻找与筛选购房客户
C. 签署独家委托书
D. 展示房地产
22. 下列选项中,()将决定房地产经纪人能否与客户建立初步的信任关系,进而愿意委托房地产经纪人代理房地产交易业务。
- A. 沟通是否顺利
B. 信息收集是否完善
C. 接待水平是否专业
D. 营销展示是否全面
23. 在房源与客源信息配对中,房地产经纪人首先应明确(),才能更好地了解潜在客户对住房的偏好。
- A. 客户的交易资格
B. 客户的购买能力
C. 客户的住房问题
D. 客户的选择倾向
24. 在房源与客源信息配对过程中,房地产经纪人()是关键环节。
- A. 交易撮合
B. 信息采集
C. 信息调查
D. 推荐房源
25. 一旦购房者发出希望签署购房确认书的信号,房地产经纪人应该及时把握,()地引导购房,直至签署确认书。
- A. 指导性
B. 试探性
C. 简洁性
D. 强制性
26. 无论房地产经纪人寻找何种理由,都应该是()的,最好是租赁双方都很在意的方面,切忌为了促成交易而编造不实情况。
- A. 系统全面
B. 客观真实
C. 关键系统
D. 明确可靠
27. 房屋租赁合同应一式()份,如果租赁双方丢失了合同,又发生了矛盾,可以依据公司留存的合同协助双方解决问题。
- A. 2
B. 3
C. 4
D. 5
28. 目前,有很多的经纪机构都制定了保护经纪机构利益的“看房书”,以防止()。
- A. 逃单
B. 丢单
C. 弃单
D. 跳单

39. 商业街商铺属于按()分类标准划分的。
- A. 商业形态
B. 商业辐射范围
C. 开发形式
D. 使用年限
40. 商业地产不同于其他物业的重要区别在于,它包含了来自土地和建筑物的收益,也包含了()产生的收益。
- A. 商业运营投资
B. 商业运营行为
C. 周围环境
D. 服务代理
41. 有一临街商铺,面积约 50 m^2 ,总房价约 100 万元,目前在这个物业的周边,同等物业的月租金约是 $200 \text{ 元}/\text{m}^2$,那么,它的投资回报率是()。
- A. 9%
B. 10%
C. 12%
D. 15%
42. 在谈判初期,房地产经纪人首先要判断()。
- A. 谈判的目的
B. 谈判的方式
C. 谈判的难度
D. 谈判的时间
43. 房地产经纪人提供经纪服务的基本前提和要求是()。
- A. 良好的个人形象
B. 标准的商务礼仪
C. 掌握 5S 技巧
D. 提问技巧
44. 商业地产租赁价格制定一般采用(),并结合自身商业运营管理能力综合考虑。
- A. 成本法
B. 收益法
C. 市场比较法
D. 综合法
45. 在()中,房地产经纪人需要在听话过程中对客户进行恰当地提问。
- A. 投入式倾听
B. 系统式倾听
C. 鼓励式倾听
D. 客观式倾听
46. 沟通是按照一定的目标,将()在个人、群体或组织之间进行传递,并达成共识的过程。
- A. 信息、意图和技巧
B. 信息、观念和情感
C. 技巧、信息和情感
D. 情感、观念和技巧
47. 交易委托合同、房源钥匙保管协议等属于()。
- A. 口头承诺
B. 定性协议
C. 书面承诺
D. 强制协议
48. 在房地产经纪业务中存在的风险是各不相同的,这要从风险发生的()等方面去衡量。
- A. 后果和损失
B. 概率与后果
C. 概率和承担方式
D. 概率和管理
49. 为保证风险识别的(),必须在有关制度的指导下,进行周密、系统的调查分析,将风险进行综合分类,揭示各种风险的性质及其后果。
- A. 有效性
B. 准确度
C. 及时性
D. 真实性
50. 风险管理损失前的目标主要包括()。
- A. 节约成本和维持生存
B. 维持生存和持续发展
C. 节约成本和减少忧虑心理
D. 尽快恢复正常的经营秩序

二、多项选择题(共 30 题,每题 2 分。每题的备选答案中有 2 个或 2 个以上符合题意。错选不得分;少选且选择正确的,每个选项得 0.5 分)

51. 根据客户对公司的价值,客户价值可以划分为()等。
- A. 历史价值
 - B. 有效价值
 - C. 当前价值
 - D. 成本价值
 - E. 潜在价值
52. 成本导向定价法是指以房地产产品成本作为定价基础的定价方法,也是企业普遍采用的定价方法,具体包括()。
- A. 比较定价法
 - B. 指标定价法
 - C. 盈亏平衡定价法
 - D. 变动成本定价法
 - E. 目标利润定价法
53. 广告产品实体定位策略,是在广告中突出宣传商品新价值、新功能、新用途能给消费者带来新的利益,使消费者对该产品产生深刻印象的一种宣传方法,其方法主要有()等。
- A. 功效定位
 - B. 目标定位
 - C. 组合定位
 - D. 策略定位
 - E. 品质定位
54. 房地产市场的供给是指在某一时期内为房地产市场提供房地产产品的总量,它主要调查的方面有()。
- A. 行情调查
 - B. 市场反响调查
 - C. 社会文化调查
 - D. 企业经济调查
 - E. 建筑设计及施工企业调查
55. 地区经济分析主要考虑当地经济中决定所有类型房地产需求的基本因素,主要变量包括()。
- A. 人口变量
 - B. 经济变量
 - C. 住户数变量
 - D. 收入变量
 - E. 就业变量
56. 初始开发项目需要重点研究()。
- A. 政府颁布的土地利用规划
 - B. 项目开发方案
 - C. 原有房屋拆除成本与收益的关系
 - D. 城市规划方面的合法性
 - E. 项目进行功能性改造
57. 房源实物状况包括()。
- A. 户型
 - B. 建筑结构
 - C. 建筑面积
 - D. 装修状况
 - E. 产权性质
58. 房改住房包括以()购买的公房。
- A. 集资价
 - B. 市场价
 - C. 标准价
 - D. 政府指导价

- E. 成本价
59. 房地产经纪活动中的重要内容包括()。
- A. 了解客户动机
B. 客源需求量的确定
C. 客源信息开发
D. 客源需求意向
E. 客户关系维护
60. 成功的销售人员应该具备的销售秘诀包括()。
- A. “四十五规则”
B. 60%的潜在客户将转和别人做生意
C. 客户信息越新,竞争就越不激烈
D. 客户信息越陈旧,竞争就越不激烈
E. 出色的经纪人对每一个客户信息都穷追不舍,直到潜在客户购买或者离去
61. 客源信息开发策略的内容有()。
- A. 将精力集中于市场调查
B. 使潜在客户变为真正的客户
C. 致力于发展和顾客之间的关系
D. 建立与客户的长期联系
E. 随时发现客户信息
62. 客源信息按客户的需求类型可分为()。
- A. 住宅客户
B. 买房客户
C. 机构团体客户
D. 租房客户
E. 中低价位物业需求客户
63. 在与客户沟通时,信息是必须记录清楚的,针对不同客户所需采集的信息内容是不同的,针对承租客户需要采集的信息有()。
- A. 物业需求位置
B. 房屋求购位置
C. 入住时间要求
D. 公共设施配套
E. 基本联系资料
64. 针对租赁业务物业交验,房地产经纪人应注意()。
- A. 如果双方在物业交验过程中产生分歧,房地产经纪人应协助解决,不能放任双方自行协调
B. 解决双方的分歧较大时,应将双方针对的问题重新进行协调
C. 解决双方的分歧应当依照客观、强制的原则和市场惯例
D. 房地产经纪人要与租赁双方仔细核对物业中的各种设施设备,注明品牌、型号和数量
E. 对于当时无法确认由哪方缴纳的费用,应协助双方制定解决办法
65. 房地产经纪人要向买卖双方讲解合同的意义,简述买卖手续办理的整个流程及合同中与之相关的条款,并向买卖双方讲解重点条款,其重点条款包括()等。
- A. 滞纳金
B. 双方责任义务
C. 违约金
D. 法定条款
E. 付款方式
66. 下列资料中,最主要的是(),该资料通常制作成便于客户携带、传递的形式,同时也是销售人员向客户讲解的重要工具。
- A. 影像资料
B. 宣传单张

- C. 项目楼书
D. 户型手册
E. 置业锦囊
67. 购楼须知的内容应明确购房者所购物业的(),并提醒购房者对所购物业有清楚详细的了解。
A. 抵押方式
B. 具体信息
C. 相关税费
D. 付款方式
E. 建筑面积定价
68. 在进行新建商品房销售前资料准备时,一般要根据项目的()等来选择资料制作的档次,并选择其中一种或多种组合使用。
A. 目标客户群
B. 规模
C. 进度
D. 档次
E. 建设目标
69. 与客户面对面地交流时,要懂得设身处地为客户着想,采用换位思考的方式理解客户的真实需求,引导客户填写()的客户调查问卷。
A. 系统
B. 真实
C. 有效
D. 合理
E. 完整
70. 房地产抵押贷款须知应由项目的贷款银行提供,一般包括()。
A. 办理抵押贷款的手续
B. 抵押贷款的方式
C. 办理抵押贷款的条件
D. 抵押贷款的时间
E. 需要提供的资料
71. 商业地产项目档次一般分为高级、中高级、中档、大众化等几种,影响项目商业档次定位的因素有()。
A. 项目规划
B. 项目规模
C. 项目位置
D. 周边购买力
E. 消费结构
72. 在进行新建商品房销售过程中,发售方案包括()等内容。
A. 销售期限
B. 销售目标
C. 销售条件
D. 销售方式
E. 销售优势
73. 对于一个城市的写字楼市场的把握主要可从()等方面来分析。
A. 市场需求程度
B. 产品
C. 客户
D. 市场定位
E. 价格与租金走势
74. 在商圈研究指标中,边缘商圈主要的研究指标有()。
A. 附近商业的租金
B. 各类商业规模、业态及经营
C. 主要商业分析
D. 交通情况
E. 常住人口及消费水平
75. 房地产经纪机构为买卖双方提供房地产产权登记代办服务时,需注意()。

- A. 房地产经纪人提前预约买卖双方时间,并告知携带资料明细
B. 房地产经纪人在办理过程中耐心解答买卖双方的问题
C. 办理产权登记当日,房地产经纪人应提前 15 分钟到达
D. 办理完毕后,房地产经纪人将相关证件、票据交由对应的当事人,并要求接收人签字确认
E. 向产权登记部门递交产权登记申请资料前,房地产经纪人应全面审核买卖双方资料是否符合要求
76. 从房地产投资基金的资金来源和管理方式来看,房地产投资基金可以分为()。
A. 独立型房地产投资基金
B. 有限期房地产投资基金
C. 附属型房地产投资基金
D. 无限期房地产投资基金
E. 半附属型房地产投资基金
77. 有限合伙型房地产基金的集资通常有()。
A. 承诺制
B. 基金制
C. 股份制
D. 有限制
E. 合作制
78. 沟通的目标有(),因此为了提高沟通的有效性,要选择合适的沟通方式。
A. 表达清楚
B. 信息分析
C. 传递信息
D. 争取理解
E. 达成共识
79. 在房地产经纪的谈判技巧中,房地产经纪人处于被动地位时,应采取的策略有()。
A. 团队力量策略
B. 不开先例策略
C. 先斩后奏策略
D. 软化个别策略
E. 私人接触策略
80. 风险识别应该遵循的原则包括()等。
A. 系统化、制度化原则
B. 统一化、完善化原则
C. 全面周详原则
D. 综合考察原则
E. 量力而行原则

三、综合分析题(共 20 小题,每小题 2 分。每小题的备选答案中有 1 个或 1 个以上符合题意。错选不得分;少选且选择正确的,每个选项得 0.5 分)

(一)

调查显示,某市 A 区高等院校和科研院所密集地区,高校教师和科研人员近年来收入稳定,收入水平有较大提高,原有住宅建筑面积一般在 80 m^2 左右,户型多为二室一厅,他们改善住房条件的愿望十分强烈,而周边未有合适楼盘推出。该地区原有某企业效益不好,破产后土地闲置,甲开发商拟获取该土地使用权,按规划要求进行住宅开发。

81. 住宅单套建筑面积定位应为()。
A. $70\sim 80\text{ m}^2$
B. $80\sim 90\text{ m}^2$
C. $100\sim 120\text{ m}^2$
D. 120 m^2 以上
82. 最难以成为房地产经纪人主要销售对象的是()。

- A. 高校教师
B. 国家公务人员
C. 工业企业职工
D. 科研人员
83. 不宜定位为项目主力户型的是()。
A. 三室二厅
B. 三室一厅
C. 二室一厅
D. 四室二厅
84. 下列属于中户型客户特征的是()。
A. 二次或多次置业客户为主,目的多为改善居住条件
B. 对居住面积、产品户型及居住配套条件有更高的追求
C. 关注生活便利性、舒适性
D. 对自己的选择较自信,朋友的影响较关键

(二)

某房地产开发公司开发了一种成本较低的新型住宅,与该新型住宅结构相同、地段相同的住宅价格为 3800 元/m²,而该新型住宅的价格定为 3500 元/m²,属于同类结构和同等地段的最低价。

85. 该房地产开发公司对新型住宅定价时,采用的定价策略是()。
A. 折扣定价策略
B. 渗透定价策略
C. 低开高走定价策略
D. 稳定定价策略
86. 该房地产开发公司采用的定价策略适宜需求弹性()的新型住宅。
A. 较小
B. 较大
C. 稳定
D. 不稳定
87. 该房地产开发公司采用的定价策略的优点是()。
A. 易拓展销路
B. 提高市场占有率
C. 降低成本
D. 树立企业形象
88. 该新型住宅推向市场时,营销人员应通过()等方法,找出目标客户的理性价格区间,作为价格敏感度分析的依据。
A. 难点户型价格分析
B. 一般市场调查
C. 成交客户分析
D. 售楼现场调查
89. 同一类户型的产品因其位置不同,价格也会有很大的变化。在销售过程中,()是项目价值得以实现的关键。
A. 将产品根据户型、资源及客户需求细分
B. 有效地实现各类产品价格过渡
C. 结合产品分类、客户需求和销售目标确定价格
D. 切实地了解自身产品的特点

(三)

某房地产经纪公司在某城市开设了二十多家连锁店,各连锁店之间房源和客源信息使用计算机联机系统进行统一管理,实现资源完全共享。业主王某在房地产经纪公司的甲连锁店登记一套二手房拟出售,甲连锁店房地产经纪人李某接待了他。