

王德起
著

房地产中介

FANGDICHAN ZHONGJIE



FANGDICHAN
ZHONGJIE

山东人民出版社

房 地 产 中 介

王德起 著

山东人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

房地产中介/王德起著. — 济南: 山东人民出版社,
2001.2

ISBN 7-209-02704-1

I. 房... II. 王... III. 房地产业-中介组织
-基本知识 IV. F293.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 08756 号

房 地 产 中 介

王德起 著

*

山东人民出版社出版发行

(社址: 济南经九路胜利大街 39 号 邮政编码: 250001)

新华书店经销 山东省东营新华印刷厂印刷

*

850×1168 毫米 32 开本 17 印张 400 千字

2001 年 2 月第 1 版 2001 年 2 月第 1 次印刷

印数 1-4000

ISBN 7-209-02704-1

F·762 定价: 27.00 元

序

房地产业属于第三产业,在进行房地产开发建设、流转和消费过程中,需要大批中介人员提供必要的知识、信息、技术等服务。但目前我国的房地产业,生产阶段比重过大,即大量的人力、财力和物力投入房地产的开发和建设,而流通和消费阶段比重过小,这显然不利于激活房地产市场,难以发挥市场机制配置房地产资源的基础性作用,最终不利于房地产业的均衡、快速和持续发展。

当前,我国房地产业国民经济的基础性、先导性、支柱性作用已为社会各界所重视,房地产业(特别是住宅业)正在逐渐成为我国新的消费热点和经济增长点。伴随着城镇土地使用制度改革和住房制度改革的不断深化,我国城镇房地产市场会日趋活跃,房地产中介业也必将同时出现空前繁荣的局面,并伴随着社会主义市场经济体制的不断完善而逐渐走向成熟和规范。

我国的房地产中介业,自 90 年代初启动以来,一直备受社会各界的密切关注。房地产咨询、估价、经纪、公证、仲裁等中介机构纷纷成立,房地产中介从业人员迅速增加,国家也出台了一系列有关法规、政策和技术规范,对房地产业(特别是房地产中介业)的发展起到了极为重要的作用。然而,正在房地产中介行业素质亟待进一步提高之时,相关研究却相对滞后,全面深入地研究房地产中介业有关问题的成果甚为少见,致使大量欲投身该行业的有识之士难以找到系统掌握有关知识和技术的参考依据。

出于一种使命感,王德起博士广泛寻访业内有关人士,延揽国内外有关资料,集其经年研讨之成,成就了眼前这部全方位、系统性地深入探讨房地产中介业的著作。

综观本书,突出体现了以下几个特点:一是规范性,有关基本概念的定义和理论的阐释,征引国家法律规章给出的定义,结合国际共识的概念内涵和相关概念的历史演变,予以规范,并以相关学科的基本原理构建了本书的理论框架;二是实践性,以大量案例实证演示了各类房地产中介业务的操作程序,详细说明了各环节的要点;三是系统性,本书从总体上分为三个部分,即综论、实务、管理,形成了一个结构严谨、逻辑性极强的体系;四是创新性,集中体现为密切了实践与理论两个环节的衔接,论述上不拘人云,于实例剖析中撷取观念,视角独特,方法新颖,令人耳目一新。

总之,呈现在读者眼前的是一部理论性和实践性均比较强,且结合密切的著作,可以作为广大理论工作者、实际操作人员、政府管理人员以及大中专院校师生的重要参考书。

随着我国改革大业的不断推进,定会有许多新问题相继出现,房地产中介业也盖莫能外。因此,应邀欣然为本书作序之余,也希望作者再接再厉,大胆探索,为本项研究的进一步深入和完善做出不懈努力和应有奉献。

山东财政学院 院长
山东省经济学会 会长

卢希悦

2001年2月

内容提要

本书从内容上分四个部分：第一部分即第一章，探讨房地产中介业产生的渊源和发展的轨迹，介绍房地产中介的基本知识和基本理论；第二部分包括房地产咨询、估价、经纪等四章实务内容，全面描述有关技术要点和操作程序，其中房地产中介的核心内容——房地产经纪，分为第四、五两章着力表述；第三部分，包括企业自身内部管理、政府管理以及同业组织管理等三章内容；第四部分，为了让读者能够真正掌握有关操作技术，还特别列举了四个全面系统的案例作为第九章，以便读者应用时参考，这也大大增强了本书的实践性和可借鉴性。

目 录

第一章 房地产中介概念与基础理论	(1)
一、中介业的产生及其发展	(1)
二、房地产市场与房地产市场中介.....	(11)
三、房地产中介的基本理论.....	(24)
第二章 房地产咨询	(39)
一、房地产投资咨询.....	(39)
二、房地产市场信息咨询.....	(56)
三、房地产融资咨询.....	(74)
四、房地产纠纷及处理咨询.....	(87)
第三章 房地产估价	(94)
一、房地产估价的必要性.....	(94)
二、房地产价格概念、特性及形成机制.....	(101)
三、房地产估价的原则与程序	(109)
四、房地产估价基本方法介绍	(119)
五、房地产估价辅助方法概要	(133)
第四章 房地产经纪(I)—营销、信托与保险	(138)
一、房地产经纪人及经纪业	(138)
二、房地产营销代理	(155)
三、房地产信托与保险	(173)
第五章 房地产经纪(II)—书证代理	(189)
一、房地产生产阶段书证代理	(189)
二、房地产交易阶段书证代理	(195)
三、房地产消费阶段书证代理	(229)

四、房地产公证与仲裁	(235)
第六章 房地产中介组织内部管理	(245)
一、房地产中介组织的运行机制	(245)
二、房地产中介机构的组织管理	(248)
三、房地产中介企业经济关系的契约化	(262)
四、房地产中介企业财务管理	(271)
五、创业理念——成功案例的剖析	(279)
第七章 房地产中介组织的政府管理	(283)
一、房地产中介政府管理概要	(283)
二、房地产中介人员资格认证制度	(287)
三、房地产中介机构(组织)资质认证制度	(309)
四、房地产中介服务收费管理制度	(322)
第八章 房地产中介行业自律	(331)
一、房地产中介行业自律组织的地位和作用	(331)
二、西方国家房地产中介行业自律组织	(335)
三、我国房地产中介自律性组织	(344)
第九章 房地产中介案例研究	(353)
一、房地产开发项目可行性研究案例	(353)
二、房地产开发经营企业营销策划案例	(370)
三、房地产估价案例	(380)
四、房地产中介管理信息化案例研究	(408)
五、房地产交易(含租赁)合同争议仲裁裁决案例	(417)
附录:房地产中介有关法律、法规和规章	(426)
后记	(537)

第一章 房地产中介概念与基础理论

现代市场经济是高度信息化的经济,中介机构和人员的广泛参与,大大减少了市场主体之间的摩擦,提高了市场机制配置资源的效率。房地产既是生产要素,又是商品,由于其不动性、高价值性等特性,房地产市场的不完全性,使得房地产中介机构和人员的作用尤显重要。因此,意欲从事房地产中介业的人员和拟开拓房地产中介业务的机构或组织,不仅要掌握房地产商品自身的知识、房地产中介专业知识,而且还应从社会经济发展的角度,去了解中介业和房地产中介业。同时,还应当清晰和牢固地掌握房地产中介的有关概念和基础理论。

一、中介业的产生及其发展

(一)中介、中介人、中介业概念的诠释

1. 中介活动。中介,顾名思义,是“中间介绍或介引”的意思。国内有关介绍中介的著作,有的使用的是“仲介”,这里“仲”的含义也是“中间”的意思,因此,二者在引用上应是相通的。本书以我国有关法律(如《中华人民共和国城市房地产管理法》等)使用的称谓为准,使用“中介”一词。通常意义上的“中介”,是指中介活动或中介行为,它主要包括信息服务、技术咨询、价格评估、公证协调、经纪代理等活动或行为。

2. 中介人。中介人是中介活动或行为的主体,它包括从事中介活动的自然人和法人。从事中介活动的自然人需按照国家有关规定,取得相应的资格并服从有关管理规定,如注册会计师、注册审计师、注册设计师、注册资产评估师、注册房地产估价师、注册土地估价师、注册经纪人等。各专业中介人非经考试(考核)合格并发证注册,不得从事相应的中介业务。中介法人是指从事中介业务的组织或机构,它们主要由相应的中介人组成,并经政府有关行政主管部门资质等级审查、颁发营业执照后,方能在其允许的范围内开展业务。中介人同时是自然人和法人,应当分别按自然人应获取资格和法人应获取资质进行管理。

3. 中介业。中介业即中介行业,它是由各种中介人及其中介活动集合而成的系统。从更微观的结构层次上,同一属性的中介人及其中介活动构成较低一层次的中介行业,如资产评估业或房地产评估业等。因此,中介业的载体组织,可以是全国统一的一个中介业协会或学会,也可以是分地域或分职能范围的中介行业协会或学会。政府对中介业的管理可以落实到各种不同等级的结构层次。

与一般行业或产业不同,中介业贯穿整个社会再生产过程,而不仅仅是体现于社会再生产过程的某个环节;与物质产品生产的行业或产业不同,中介业的产品是服务,而不是某件具体的物质产品,中介人一般不占有物质产品;与一般的服务行业(如餐饮、宾馆、旅游等)不同,中介业提供的是信息(包括技术知识)服务。所以,信息和掌握专业技术知识的人才是中介机构或组织的主要资本,其所提供服务的质量优劣决定了佣金报酬的高低。

(二)中介业的产生与发展

1. 中介业的产生。从实质上来讲,中介、中介人和中介业是社会分工、商品交换以及专业化协作的结果,是社会经济发展的必

然。

首先,社会经济的发展和生产力水平的提高以及私有权的确立,使商品、货币以及交易等成为必然。生产者和销售方不仅需要了解商品本身的有关信息、同类商品生产和销售者信息,而且更重要的是应了解购买者的信息;购买者也需要掌握销售者及其商品的有关信息。这便对中介活动提出了客观要求。

其次,仅靠交易双方各自收集对方及商品的有关信息,需要相当多的人力、财力、时间和精力,即必须付出较高的交易成本。因此,交易双方都渴望得到一种服务,为双方提供信息,以求用较低的成本顺利地完成交易,一些专门提供中介服务的中介人便应运而生。中介服务也逐渐成了一种商品。

第三,随着商品生产和交换规模的不断扩大,中介人队伍及其活动范围也随之而扩大,为了获得规模效益,中介人有自觉进行同行业联合的内在冲动。通过优胜劣汰这一市场法则的作用,能够提供优质高效中介服务的中介人队伍则不断壮大,使其逐渐成为组织比较完善的中介机构。

第四,随着中介活动种类日趋繁多,中介组织职能分工也越来越细,例如信息咨询机构、评估鉴定机构、经纪代理机构、公证和调解机构等。为了共享信息资源、降低信息成本以及规范行业行为,经营同类中介服务商品的各中介机构,自行联合或由政府牵头组织成立行会或协会,它们也可能再形成更大的行会或协会。如此繁多的中介组织相互联系、相互制约,共同组成完整的中介服务体系,这便是社会经济中的中介系统,构成这一系统的各中介行业可以看作是中介系统的子系统,而它们各自所包括的各机构则可看作是更低层次的子系统。

第五,产权概念的产生和发展,使交易概念扩大,也使得中介服务对象内容更加丰富。传统意义上的有形物质商品交易逐渐变

成了无形的产权交易，整件交易的实物型商品逐渐转变为可有限分制的丰富多彩的产权交易。例如，同一宗房地产可以体现为一束完整的产权，也可以是产权束中使用权、抵押权等某项或某几项权利。这便对中介活动、中介人、中介组织、中介系统以及政府管理等提出了更多更高的要求。

2. 中介业的历史变迁。早期的中介活动仅限于不同商品生产者和占有者之间交换的居间介绍。据有关史书记载，我国历史上最早的经纪人出现于马市。在西汉时期，专门从事马匹居间交易的人被称为“狙侩”。根据《汉书》颜师古注：“侩者，合会二家交易者也；狙者，其首率也”。即识别马匹健壮与否，并促使买卖双方交易的人，也就是马匹交易的经纪人。相马是一项专业性和技术性都比较强的行业，“狙侩”看马是以马的牙齿状况，即以马牙齿的多少及缺损情况来判断马的年龄及健壮与否，进而确定价格水平，正所谓“南北物价定于其口”。因此，这种中介人又称为“牙侩”，除“中间介绍”外，还起“鉴定评价”的作用。他们在马匹交易市场上完全以一个独立的中间人身份，为买卖双方交易斡旋撮合，不受官府支配，能公平进行经纪且收费低微，因而颇受人们信任和尊重。

及至唐代，牙侩又具有了“牙郎”、“牙侩”、“牙子”、“牙人”等不同称谓，并且出现了牙商的同业组织——“牙行”，这都说明了这一时期中介业的繁荣。

元代和明初，由于商贸活动很不景气，中介业曾一度大为衰退。到了明朝永乐年间，随着商品交易的大量增加，牙行开始恢复，并在后来得到了迅速发展。清代以后，在大体上沿用明代的牙人牙行制度的基础上，进而将“牙商”分为“官牙”和“私牙”。“官牙”由官府指定。“私牙”也须得到官府的允准，并领取“牙贴”（相当于现在的营业执照）后方能开始营业，并且还要求必须按期缴纳“牙税”。此外，清代的牙人牙行制度还规定，外国人来华贸易不得直接与中

国商人进行接触,而必须通过牙行和牙商进行贸易。这些中介人就成了“买办”。特别是鸦片战争以后,“买办”地位日渐升高,他们代表外商与中国地方政府官员打交道,代为办理进出口货物交易。内陆城市的商人必须向“买办”或“行商”(经纪人)交付佣金才得以货物出口外销。因此,这一时期“买办”与“商行”基本垄断了对外商品交易的中介活动。

中华民国建立以后,中介人依其营业范围又区分为行纪人和牙商。前者主要在城市开展中介活动,而后者主要在农村集市开展中介活动。国民政府颁布了《六法全书》、《民法总则施行法》等各种法律,确立了中介人的合法地位。尽管这个时期的“买办”被洋人改称“华经理”,但其业务性质并未发生变化,大多仍为进出口业务作中介,并且开始与外商联合组织交易所,或者独立组织经纪行、货栈等机构,不仅建立了与外商之间的合伙经销关系,而且争取到了独立的中介人地位。证券交易所引入中国以后,华人经纪人被称为“华籍会员”,他们按交易余额抽取佣金,是一族收入比较丰厚的“白领人”。而从事一般的现货商品中介人,则被称为“掮客”或被称为“黄牛”,一般是地位较低的经纪人。流动的“掮客”往往是市民的第二职业,他们来源复杂、活动隐蔽,再加上当时战争连绵不断、经济秩序混乱,这些人往往参与哄抬物价、扰乱市场秩序、诈骗钱财等投机或不法行为,严重损害了中介人在社会公众中的形象。

新中国成立初期,政府采取了一系列措施取缔非法中介活动,同时在地设立信托机构,保护正当中介活动的开展。1950年11月中央政府贸易部颁布了《关于取缔投机商业的几项指示》,在全国各大城市对从事中介活动的各类代理行、交易所、货栈等采取了一系列限制和改造措施,股票和期货经纪活动被取缔,证券交易所及各类物资交易所被逐渐关闭。随后的“土改”政策和“三大改造”政策的不断深入执行,使得中介人和中介活动在中国从城市到农

村几乎匿迹,仅存的是政府特许的少数特定法人组织(如物资委托行等)从事中介业务。在随后的几十年间里,由于我国推行的是高度集中的计划经济体制,根本上否认了市场的作用,中介人及中介活动甚至正常的个人商业活动都一直是被制裁、打击的对象。

党的十一届三中全会以后,各地各类市场逐渐开始焕发生机和活力,中介人开始重新登上了社会经济生活的大舞台,但由于受传统观念的影响,中介活动并没得到较快的发展。1992年邓小平同志“南巡讲话”和中共十四大提出建立社会主义市场经济体制以后,国家通过颁布一系列关于中介活动的法律法规、规章条例等,从法律上明确了中介人及中介活动的合法地位,并通过一系列政策和措施等,大大促进了中介业的发展。

(三)现代经济中的中介业

1. 现代经济的主要特征。一是高度市场化。市场机制在资源配置中起基础性作用。二是高度信息化。现代科学技术手段加强了信息收集、储存、处理和传播能力,提高了人们对事物发展变化的感知能力,从而也使得人们决策更加迅速和准确,最终使得市场经济运行更加有效率。三是高度货币化。货币占国民经济总价值量比例不断加大的趋势,从质上说则是价值运动描述着经济运行的基本现象,高度货币化的经济更能体现价值规律这一基本经济规律,也更有利经济要素的有效重组。四是高度社会化。经济活动各个主体均按市场经济规律参与经营和竞争,政府不直接从事某项具体经济活动,其某些服务职能可由中介机构或组织代而行之,政府的主要精力则放在宏观社会管理上。中介机构或组织既是企业的帮手,也是政府的助手,它们以独立经济主体的身份积极参与各项经济活动,较好地沟通和理顺了政府和企业的关系。五是高度法制化。市场经济也是法制经济,每个经济活动主体的业务行为都要严格遵守国家的有关法律规章,依法经营、照章纳税,各种经济

关系均趋于契约化、规范化。中介组织不仅需要更加密切地关注其业务对象交易活动的契约问题,而且在自己开展中介业务活动时,也必须以契约为前提。六是高度产业化。江泽民总书记在《正确处理社会主义现代化建设中的若干重大关系》中指出:“第三产业的兴旺发达是现代经济的一个重要特征”,“要加强对第三产业的规范和管理,重视发展为社会生产和广大群众基本生活服务的行业,规范和发展金融业,引导房地产业健康发展。”中介业和房地产业同属第三产业,是未来发展的重点。七是高度一体化。现代经济表现在区域分布与运行上,日益显示出其一体化的趋势,这一特征不仅体现在一国之内不同地区经济的紧密联合上,而且还体现于世界各国经济的密切合作上。现代经济的高度一体化趋势,为中介组织在更大地域内发挥作用奠定了基础。

2. 现代市场经济中中介的职能组织。中共十四届三中全会通过的《中共中央关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》指出:“发展市场中介组织,发挥其服务、沟通、公证、监督的作用。当前要着重发展会计师、审计师和律师事务所,公证和仲裁机构,信息咨询机构,资产资信评估机构等。发挥行业协会、商会等组织的作用。”

市场中介组织的主要职能是:沟通信息、筹备策划、咨询服务、账目审核、资金结算、资产评估、经纪代理、法律保护、组织交易、广告传媒、公证仲裁、法律保护以及市场监督等。这些职能都是通过相应的中介机构组织具体发挥的。

(1) 咨询类组织。这类组织的职能是为市场主体提供信息咨询、分析预测、广告策划等服务。它们通常以某某咨询公司、广告策划中心等来命名,例如,1988年12月成立的首家咨询类中介机构——深圳国际房地产咨询股份有限公司、1992年8月成立的首家全国性房地产咨询类中介机构——中外合资建银房地产咨询有

限公司等。

目前,全国较有影响的信息咨询类组织是中外建设信息有限责任公司,其支持系统不仅权威而且庞大,如:建设部各司局,全国640多个城市的城建、规划、国土、房地产管理等部门,全国2000多家房地产交易所、30000多家房地产开发企业、9000多家勘察和施工设计单位,国家信息中心、经贸部信息中心等10多家专业信息机构,新华社、人民日报社、中央电视台、中央人民广播电台、中国新闻社等100多家新闻单位,以及新加坡、美国等许多国家和地区的联络处等,信息来源极其广泛,是我国重要的房地产信息基地。该公司创建的“中国房地产指数系统”(简称“中房指数系统”),即以中房价格指数为主、关于全国及重要城市房地产形势信息和分析的系統,是一套以价格指数形式反映我国全国及主要城市房地产发展变化轨迹和房地产市场状况的指标体系,其季度报告揭示了全国分地区、分区位、分物业、分档次的房地产投资环境,供给与需求、价格变化、销售情况、成本效益等现状及走势,是房地产开发主体、政府部门、其他中介机构等决策的重要参考依据。

(2)评估类组织。该类组织的职能是为市场经济活动主体提供资产(包括房地产)价格评估、价值分析等服务。它们常常以某某评估公司、资产评估事务所或评估中心等来命名。有时该类组织与咨询类组织合并在一起,例如,90年代初建立的中国地产咨询评估中心,是我国最大的地产评估类组织,自成立以来,为我国企业股份制改造、上市企业土地出让或出租价格以及土地转让价格的评估做了大量工作。

近年来,随着市场经济活动的日趋活跃,全国各地评估类组织大量涌现,如资产评估公司或事务所、房地产评估公司或事务所、单独的地方评估公司或事务所等在全国各地迅速建立,它们在国有企业股份制改造、公有住房销售、国有土地使用权出让和转让等

方面做出了重大贡献。

(3) 经纪类组织。经纪类组织的职能是为市场交易双方提供媒介服务,帮助交易双方顺利完成交易。这类组织有时与咨询、评估等机构综合在一起,以某某信息服务公司来命名,也有的专门以经纪人公司、经纪行等来命名。它们提供服务的主要方式就是代理,即受当事人委托代理其寻找其中意商品或交易对象合作伙伴等。目前,我国各城市的房地产交易所主要职能就是经纪。其他经济活动中也有大量的经纪人组织提供中介服务,如劳动力就业(或再就业)服务中心以及文化技术、体育等方面经纪代理等,另外还包括资产托管代管类组织等。它们构成了现代市场经济活动中心的一个重要部分。

(4) 监督类组织。该组织的职能是监督和规范市场主体的行为,保证市场交易的公正与公平。就整体而言,该类组织常常接受政府委托开展业务,因此,往往具有较强的约束力。按其监督和约束力度不同可以粗略分为普遍服务类和强制管理类。前者,如现有的理财事务所、律师事务所、会计师事务所、审计师事务所、税务事务所等;后者则主要包括公证和仲裁机构、登记机构、资产和资信评估鉴定机构、市场公正交易委员会、商品质量检查和计量中心、消费者协会等。监督组织的监督职能主要是从原来传统计划体制政府职能中分离出来,在当前我国的转轨时期,他们有些还未与政府彻底分离,而是以政府附属事业性机构的身份出现。随着我国市场经济体制的不断完善,它们当中的大部分要进入市场,参与公平竞争。

(5) 行业自律性组织。这类组织通常是从事同类中介活动的机构或组织,根据自愿原则成立的集体性组织,如同行业的协会、联合会、学会、研究会等。它们的职能是联合各具体从业组织,就专业技术、服务价格等制定统一标准,供各具体机构参照执行,协调业