

2011

全国房地产经纪人 执业资格考试 教材解读与实战模拟 房地产经纪实务

执业资格考试命题研究中心 编



增值服务网站

中华培训教育网
www.wtbedu.com

- * 教材解读——分割式详剖细解教材，夯实基础知识
- * 命题考点——准确式归纳命题重点，浓缩关键考点
- * 考题解析——创新式呈现解题技巧，直击命题精髓
- * 实战模拟——淘金式精选优秀试题，科学预测考题

全国房地产经纪人执业资格考试教材解读与实战模拟

房地产经纪实务

执业资格考试命题研究中心 编



凤凰出版传媒集团 | 凤凰联动·空间
江苏人民出版社 | IFENGSPACE

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:江苏人民出版社,2011.3

(全国房地产经纪人执业资格考试教材解读与实战模拟)

ISBN 978-7-214-06878-1

I. ①房… II. ①执… 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(2011)第 034979 号

房地产经纪实务

执业资格考试命题研究中心 编

责任编辑:刘 焱 封秀敏

出版发行:江苏人民出版社(南京湖南路1号A楼 邮编:210009)

销售电话:022-87893668

网 址:<http://www.ifengspace.cn>

集团地址:凤凰出版传媒集团(南京湖南路1号A楼)

经 销:全国新华书店

印 刷:河北省昌黎县第一印刷厂

开 本:787 mm×1092 mm 1/16

印 张:13.25

字 数:340千字

版 次:2011年4月第1版

印 次:2011年4月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-214-06878-1

定 价:33.00元

(本书若有印装质量问题,请向发行公司调换)

编写委员会

主任：周 胜

副主任：张海鹰 靳晓勇 郭丽峰

委员：葛新丽 姜 海 计富元

张丽玲 梁晓静 李奎江

薛孝东 张建边 张永方

赵春海 黄贤英 赵晓伟

刘 龙 杨自旭 吴志斌

内 容 提 要

本书是《全国房地产经纪人执业资格考试教材解读与实战模拟》系列丛书之一。本书根据历年考题的命题规律，经过详细分析，将问题按照知识点和考点加以归类，并对各考点的命题采分点做了总结，有针对性地设置习题，供广大考生有的放矢地复习、应考。

本书是从考生的角度汇编的学以致考的辅导材料，适合参加全国房地产经纪人执业资格考试的考生使用。

前言

为帮助考生在繁忙的工作学习期间能更有效地正确领会 2011 年全国房地产经纪人执业资格考试大纲的精神,掌握考试教材的有关内容,有的放矢地复习、应考,同时也应广大考生的要求,我们组织有关专家根据最新修订的考试大纲,编写了《全国房地产经纪人执业资格考试教材解读与实战模拟》系列丛书。该系列丛书包括《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》四个分册。

本书的特点如下。

1. 化繁为简

在解决某些问题时,可能会有很多种方法可供考生选择,方法选择不当会造成解决问题的难易程度不同,本书会告诉考生应该在什么情况下选择什么方法。此外,教材中是按理论来讲解的,某些内容可能篇幅多,且不易掌握,本书将为考生介绍一些通俗易懂的方法,考生可依自己喜好有选择地进行掌握。

2. 重点突出

凡考试涉及的重点,在本书中都有不同程度的体现。

3. 引导学法

本书根据历年考试的出题规律有针对性地设置习题,为考生提供 2011 年考试的出题方向,把握学习的重点,并选择一些典型的例题进行详细的讲解,可以使考生在解答习题时有一个完整、清晰的解题思路。

4. 把握经典

本书根据考前专业辅导网站答疑提问频率的情况,对众多考生提出的有关领会辅导教材实质精神、把握考试命题规律的一些共性问题,有针对性、有重点地进行解答,并将问题按照知识点和考点加以归类,是从考生的角度进行学以致考的经典问题汇编,对广大考生具有很强的借鉴作用。

5. 体例独到

本书的编写体例适合所有参加 2011 年全国房地产经纪人执业资格考试的考生参考使用。

6. 通俗易懂

本书既能使考生全面、系统、彻底地解决在学习中的问题,又能让考生准确地把握考试的方向。作者旨在将多年积累的应试辅导经验传授给考生,对辅导教材中的每一部分都做了详尽的讲解,辅导教材中的问题都能在书中解

决，完全适用于自学。

本书是在作者团队的通力合作下完成的，若能对广大考生顺利通过执业资格考试有所帮助，我们将感到莫大的欣慰。在此，我们祝所有参加房地产经纪人考试的考生通过努力学习取得优异成绩，成为合格的房地产经纪人。

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)，以便随时答复考生所提问题。

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

2011 年 3 月

目 录

第一部分 命题规律与命题素材盘点

命题规律探究	(1)
考试题型点拨	(2)
必考知识盘点	(5)

第二部分 教材解读与命题考点解析

第一章 房地产市场营销概述	(8)
命题考点一 市场营销理论概述	(8)
命题考点二 房地产市场营销理论	(13)
第二章 房地产市场分析与调查	(18)
命题考点一 房地产市场分析	(18)
命题考点二 房地产市场调查的类型	(21)
命题考点三 房地产市场调查的方法	(23)
命题考点四 房地产市场调查资料的搜集	(25)
命题考点五 商圈资料的搜集与方法	(27)
第三章 房地产营销策略	(30)
命题考点一 房地产产品对营销策略的影响	(30)
命题考点二 房地产产品定位	(30)
命题考点三 房地产产品线和产品组合	(33)
命题考点四 房地产定价目标与原则	(36)
命题考点五 房地产定价方法	(37)
命题考点六 房地产定价技巧	(38)
命题考点七 房地产分销和促销策略	(40)
第四章 存量房房源管理	(46)
命题考点一 房源信息的开拓与获取	(46)
命题考点二 房源信息的管理	(50)
命题考点三 房源信息的利用	(56)
第五章 存量房客源管理	(59)
命题考点一 客源概述	(59)
命题考点二 客源信息的开拓和获取	(60)
命题考点三 客源信息的管理和维护	(62)
第六章 存量房经纪业务流程	(65)
命题考点一 存量房经纪业务流程概述	(65)

命题考点二 客户接待	(67)
命题考点三 配对及约看	(70)
命题考点四 实地看房	(72)
命题考点五 交易撮合	(73)
命题考点六 合同签订及款项支付	(74)
命题考点七 物业交验及后续服务	(78)
命题考点八 房地产经纪人促成业务成交应注意的因素	(78)
第七章 新建商品房销售代理	(82)
命题考点一 新建商品房销售代理业务	(82)
命题考点二 住宅项目的销售代理	(91)
命题考点三 写字楼项目的销售代理	(93)
命题考点四 商业项目的销售代理	(99)
第八章 房地产独家代理经纪业务	(105)
命题考点一 房地产买卖独家代理经纪业务	(105)
命题考点二 房屋租赁独家代理经纪业务	(107)
第九章 房地产经纪业务技巧	(111)
命题考点一 与潜在客户沟通的技巧	(111)
命题考点二 房屋销售过程中的技巧	(117)
第十章 房地产经纪业务风险控制	(120)
命题考点一 风险管理概述	(120)
命题考点二 房地产经纪业务中的主要风险	(123)
命题考点三 房地产经纪业务的风险防范	(124)

第三部分 实战模拟试卷

实战模拟试卷(一)	(127)
实战模拟试卷(一)参考答案	(139)
实战模拟试卷(二)	(140)
实战模拟试卷(二)参考答案	(152)
实战模拟试卷(三)	(153)
实战模拟试卷(三)参考答案	(164)
实战模拟试卷(四)	(165)
实战模拟试卷(四)参考答案	(176)
实战模拟试卷(五)	(177)
实战模拟试卷(五)参考答案	(189)
实战模拟试卷(六)	(190)
实战模拟试卷(六)参考答案	(201)

第一部分 命题规律与命题素材盘点

命题规律探究

一、依纲靠本

全国房地产经纪人执业资格考试大纲是确定当年考试内容的唯一根据，而考试教材是对考试大纲的具体化和细化，考试大纲中要求掌握、熟悉、了解的比例为7:2:1，考试时也是按此比例命题的，而且同一题型的考题顺序基本是按教材的顺序进行排序。此外，考题中不会出现现行法律法规及规范与教材有冲突的内容。

二、重实务轻理论

全国房地产经纪人执业资格考试的命题趋势主要体现其实务性，考题不仅越来越全面细致，而且更注重题干的复杂性和干扰项的迷惑性，命题者倾向于通过对具体实施过程的具体工作的阐述，利用相关理论来对其分析，目的在于考核考生运用基本理论知识和基本技能综合分析问题的能力。

三、陷阱设置灵活

陷阱的设置主要体现在以下几方面：一是直接将教材中的知识点的关键词眼提出来设置其他干扰选项；二是在题干中设置隐含陷阱，教材中以肯定形式表述的内容命题者在题干中会以否定形式来提问，教材中从正面角度阐述的内容命题者在题干中会从反面角度来提问；三是题干和选项同时设置陷阱，命题者会同时选择两个以上的知识点来构造场景。

四、体现知识的关联性

命题者通过某一确切的工程项目，在不同的知识点间建立起内在的逻辑关系，巧妙地设置场景，科学地设置题目。每一问题的解决需要兼顾两个以上的限制条件，这种题型就属于较难的题目。

考试题型点拨

一、概念型选择题

概念型选择题主要依据基本概念来命题，此类题在题干中提出一个基本概念，对基本概念的原因、性质、原则、分类、范围、内容、特点、作用、结果、影响、因素等进行选择，经常出现的主要标志性词语有“内容是”、“标志是”、“性质是”、“特点是”、“准确的理解是”等。备选项则是对这一概念的阐释，多数会在备选项的表述上采用混淆、偷梁换柱、以偏概全、以末代本、因果倒置手法。由于此类题多考查考试教材上的隐性知识，所以在做题时多采用逻辑推理法，要注意一些隐性的限制词，结合相关的知识结论来判断选项是否符合题意，这往往是解题的关键。

二、因果型选择题

因果型选择题，即考查原因和结果的选择题。此类题的基本结构大致有两种表现形式：一是题干列出了某一结果，备选项中列出原因，在试题中常出现的标志性词语有“原因是”、“目的”、“是为了”等；另一种是题干列出了原因，备选项列出的是结果，在试题中常出现的标志性词语有“影响”、“结果”等。因果型选择题在解题时需注意如下几点：一是要正确理解有关概念的含义；二是要注意相互之间的内在联系，全面分析和把握影响的各种因素；三是在做题时要准确把握题干与备选项之间的逻辑关系，弄清二者之间谁是因、谁是果。

三、否定型选择题

否定型选择题即要求选出不符合的选项，也称为逆向选择题。该题型题干部分采用否定式的提示或限制，如“不是”、“无”、“没有”、“不正确”、“不包括”、“错误的”、“无关的”、“不属于”等提示语。解答的关键是对其本质、原因、影响、意义、评价等有一个完整的、准确的认识；其次，此类题较多地考查对概念的理解能力。在做此类题时，要全面理解和把握概念的内涵和外延，在分析问题时要注意对逆向思维和发散性思维的培养。此类题的主要做题方法有：排除法（通过排除符合题干的选项，选出符合题意的选项）；推理法（若不能确定某个选项时，可以先假设此选项正确，然后再根据所学知识进行推理，分析其结论是否符合逻辑关系）；直选法（根据自己对事实的认识和理解，直接确定不符合的选项）。

四、组合型选择题

组合型选择题是将同类选项按一定关系进行组合，并冠之以数字序号，然后分解组成备选项作为选项；也可以构成否定形式，可根据题意从选项中选出符合题干的应该否定的一个组合选项。解答组合型选择题的关键是要有准确、扎实的基础知识，同时由于该题型的逻辑性较强，所以还要求具备一定的分析能力。解答此类题的方法主要是筛选法，而筛选法又分为肯定筛选法和否定筛选法。肯定筛选法是先根据试题要求分析各个选项，确定一个正确的选项，这样就可以排除不包含此选项的组合，然后一一筛选，最后得出正确答案。否定筛选法又称排除法，即确定一个或两个不符合题意的选项，排除包含这些选项的组合，得出正确答案。解答此类选择题也可采取首尾两端法（从头或从尾判断），即先确定不符合题干要求的选项，如能确定最早或最后一个，即使其中个别时间未掌握，也可能选出正确答案，大大提高命中率。能否准确、牢固地掌握时间概念是答好此种题型的关键。

五、程度型选择题

这类型选择题的题干多有“最主要”、“最重要”、“主要”、“根本”等表示程度的副词或形容词，其各备选项几乎都符合题意，但只有一项最符合题意，其他选项虽有一定道理，但因不够全面，或处于次要地位，或不合题意而不能成为最佳选项。解答该类型题的方法主要是运用优选法，逐个比较、分析备选项，找出最佳答案。谨防以偏概全的错误。

六、比较型选择题

比较型选择题是把具有可比性的内容放在一起，让考生通过分析、比较，归纳出其相同点或不同点。此类题在题干中一般都有“相同点”、“不同点”、“共同”、“相似”等标志性词语，有些题也有反映程度性的词语，如“最大的不同点”、“最根本的不同”、“本质上的相似之处”等。比较型选择题主要考查同学们的分析、归纳和比较能力。比较型选择题都是对教材内容的重新整合，所以备选项中的表述基本上都是教材中没有的，因此在做此类题时要善于运用理论进行分析判断。经常用的基本理论是共性和个性关系的原理，要从同中找异，从异中求同。解答比较型选择题最常用的是排除法。

七、计算型选择题

对于计算型的选择題，一般情况下计算量不会很大，如果对解决该问题的计算方法很明白，就可轻而易举地作答，而且备选项还可以起到验算的作用。如果对解决该问题的计算方法不太明白，则可以采取以下方法：估算法（有些计算型选择题，表面上看起来似乎要计算，但只要认真审题，稍加分析，便可以目测心算，得到正确答案。估算法是通过推理、猜测得出答案的一种方法）；代入法（有些题目直接求解比较麻烦，若将选项中的答案代入由题设条件推出的方程，可比较简单地选出正确答案）；比例法（根据题目所给的已知条件和有关知识列出通式，找出待求量和已知量的函数关系，即可求出正确答案）；极端法（有些题目中涉及“变小”或“变大”问题，如果取其变化的极端值来考虑，将会使问题简化。例如，将“变小”变为零来处理，很快即可得出正确答案）。

八、简答型综合分析题

这种题型表面看来是综合分析题，实际上是简答题。这种题型要求考生凭记忆将该部分内容再现，重点是考查记忆能力而不是考分析问题和解决问题的能力。简答型的综合分析题一般情节简单、内容覆盖面较小，要求回答的问题也直截了当，因此难度较小。由于主要是考查考生掌握基本知识的能力，只需问什么答什么就够了，不必展开论述，否则会浪费宝贵的时间。

九、判断型综合分析题

这种题型本质上已属于综合分析题，因为需要考生作出分析，只不过在回答问题时省略掉了分析的过程和理由，只要求写出分析的结果即可。一个综合分析题往往包含相关联的多个问题，判断题往往是第一问，然后接着再在判断的基础上对考生提出其他更为复杂的问题。由于判断正确与否是整个综合题解是否成功的前提，因此，一旦判断失误，相关的问题就会跟着出错，甚至整道题全部答错。所以这种题型是关键题型，不能因为分值少而马虎大意。对于这种判断型综合分析题，一般来讲，只要答出分析结论即可，如果没有要求回答理由，或没有问为什么，考生一般不用回答理由或法律依据。

十、分析型综合分析题

这是资格考试中最常见的一种综合分析题型。与简答型综合分析题相比,这种综合分析题的题干没有直接提供解答的依据,需要考生自己通过分析背景材料来找出解决问题的突破口。与判断型综合分析题相比,这种题型不仅要求答出分析结果,同时要求写出分析过程和计算过程。这种题型的提问方式主要有三种:一是在判断题型的基础上加上“为什么”;二是在判断题型的基础上加上“请说明理由”;三是以“请分析”来引导问题。典型的分析型综合题的情节较为复杂,内容涉及面也较广,要求回答的问题一般在一个以上,问题具有一定的难度,涉及的内容也不再是单一的。答题时要针对问题作答,并要适当展开。

十一、计算型综合分析题

该类题型有一定的难度,既要求考生掌握计算方法,又要理解其适用条件,还要提高计算速度和准确性。计算型综合分析题的关键是要认真仔细。

必考知识盘点

点用限员老强会

命题涉及知识点	重要考点清单
房地产市场营销概述	市场营销概述及市场营销理论的演变
	房地产市场营销的概念及内涵分析
	房地产市场营销的基本特征
	房地产市场营销的主体及流程
	房地产电子营销与全球视角
房地产市场分析与调查	房地产市场分析的概念及其理解
	房地产市场特征分析
	房地产目标市场的选择
	房地产市场调查的类型和方法
	房地产市场调查资料的搜集
	商圈资料的搜集与方法
	市场调查问卷的设计
房地产营销策略	房地产产品对营销策略的影响
	房地产产品定位
	房地产产品线和产品组合
	房地产新产品开发
	房地产定价目标、原则、方法与技巧
	房地产分销策略
	房地产促销策略
	房地产促销策略组合
存量房房源管理	房源信息概述
	房源的特征
	房源开拓的渠道与原则
	业主接洽与协议签署
	房源的分类
	二手房销售的特点
	房源信息的管理
	房源信息的共享形式
	房源信息的推荐与更新
	房源营销
	网络环境下房源信息的特征

续表

命题涉及知识点	重要考点清单
存量房客源管理	客源概述
	客源的构成要素和特征
	客源和房源的关系
	客源信息的开拓
	客源信息的开拓策略
	客户接洽与买方协议签署
	客源信息特征分析
	客源信息管理的对象和内容
	客户信息管理的原则和策略
	房地产经纪客户数据库的建立
存量房经纪业务流程	存量房买方代理与卖方代理业务流程
	存量房出租和承租代理业务流程
	存量房居间经纪业务流程
	到店及电话接待流程
	客户和房屋信息调查
	签署委托代理协议
	配对的概念
	推荐房源的方法
	配对的注意事项
	约看的注意事项
	实地看房的步骤与看房的操作要点
	交易撮合的操作要点
	买卖业务的撮合与租赁业务的撮合
	合同签订的操作要点
	买卖合同与租赁合同的签订
	物业交验及后续服务
	房屋产权状况
	房屋物理状况与周边配套
	卖方本身与买方本身
	房地产经纪机构
	房地产经纪人专业程度

续表

命题涉及知识点	重要考点清单
新建商品房销售代理	新建商品房销售准备及销售工作流程
	住宅客户的类型
	项目住宅的销售执行
	写字楼项目代理销售的特性和目标
	写字楼项目的市场分析和定位
	写字楼项目销售策略的制订
	写字楼项目销售的执行
	商业项目的特征
	商业项目的市场调研及定位
	商业项目的销售策略及销售手册
	商业项目购买客户的特征
房地产独家代理经纪业务	买方独家代理与卖方独家代理
	房地产经纪人在买卖独家代理中的作用和责任
	房屋租赁独家代理的概念
	房屋租赁独家代理的注意事项
房地产经纪业务技巧	沟通的基本理论
	倾听技巧、提问技巧、面谈技巧
	非语言沟通技巧
	接待客户的技巧
	谈判技巧
	带客户看房技巧
	引导客户购买决策技巧
房地产经纪业务风险控制	风险的概念和类型
	风险管理
	纯粹风险、价格风险、信用风险
	风险识别
	正确对待风险
	风险的防范措施

第二部分 教材解读与命题考点解析

第一章 房地产市场营销概述

命题考点一 市场营销理论概述

一、市场营销概述 (表 1-1)

表 1-1

市场营销概述

项目	内 容
总体概念	对市场营销的定义存在各种各样的表述,基恩·凯洛西尔将其所收集的市场营销定义进行了概括并分为以下三类: (1) 把市场营销看成一种为消费者服务的理论。 (2) 强调市场营销是对社会现象的一种认识。 (3) 认为市场营销是通过一定的销售渠道把生产企业同市场联系起来的过程。 较为完整的市场营销定义如下: 市场营销是从卖方的立场出发,以买主为对象,在不断变化的市场环境中,以满足一切现实和潜在消费者的需要为中心,提供和引导商品或服务到达消费者手中,同时企业也获得利润的企业经营活动
与市场营销有关的概念	市场营销核心概念包含以下要素: (1) 需要、欲望与需求。 (2) 营销客体。 (3) 价值与满意。 (4) 交换和交易。 (5) 市场
市场形成必备要素	(1) 消费主体,即购买商品或服务的消费者和各类社会组织的总和。 (2) 消费客体,即具有能够满足消费者某种需要的一定量的商品或服务。 (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
市场营销的内涵	(1) 市场营销是一种经营理念。 (2) 市场营销是企业的一种战略管理活动。 (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。 (4) 市场营销的本质是企业动态的环境、企业目标和企业内部条件三者之间寻求平衡的过程
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