



全国房地产经纪人资格考试用书

房地产经纪概论

(第七版)

中国房地产估价师与房地产经纪人学会 编写

FANGDICHAN
JINGJI GAILUN

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

- ◆ 房地产基本制度与政策 (第七版)
- ◆ 房地产经纪概论 (第七版)
- ◆ 房地产经纪实务 (第七版)
- ◆ 房地产经纪相关知识 (第七版)



图书销售分类：考试用书 (R)

封面设计：王 毅

ISBN 978-7-112-16686-2



(25495) 定价：40.00元

全国房地产经纪人资格考试用书

房地产经纪概论

(第七版)

中国房地产估价师与房地产经纪人学会/编写

张永岳 崔 裴/主 编

中国建筑工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

房地产经纪概论/中国房地产估价师与房地产
经纪人学会编写. —7 版. —北京: 中国建筑
工业出版社, 2014. 6

全国房地产经纪人资格考试用书
ISBN 978-7-112-16686-2

I. ①房… II. ①中… 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 064630 号

房地产经纪概论

(第七版)

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: 16 $\frac{3}{4}$ 字数: 319 千字

2014 年 6 月第七版 2014 年 6 月第十七次印刷

定价: 40.00 元

ISBN 978-7-112-16686-2
(25495)

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。拨打全国免费查
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) 88083080。

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	杜 鹃		
主 任	沈建忠				
副 主 任	(按姓氏笔画排序)				
	王 著	王玉平	王立秋	王荣武	左 晖
	刘洪玉	杨佳燕	李金生	李晓龙	张小宏
	张永岳	张秀智	张其光	陆克华	陈劲松
	陈培新	庞 元	侯浙珉	姜万荣	莫天全
	柴 强	黄 珽	黄 强	曹金彪	彭小平
	廖俊平				
委 员	(按姓氏笔画排序)				
	王 霞	王全民	王永慧	艾建国	卢 航
	申 月	邢 军	刘 田	李文杰	陈 伟
	陈 琪	陈健容	赵增凯	赵鑫明	洪声刚
	倪吉信	浦建华	黄 英	崔 裴	

本书编写人员

张永岳	崔 裴	黄 英	赵庆祥	王 霞
关 涛	陈兰青	顾志敏	孙斌艺	王 盛
孟 星				

目 录

第一章 房地产和房地产业	1
第一节 房地产.....	1
一、房地产的含义.....	1
二、房地产的重要性.....	5
三、房地产的特性.....	5
四、房地产的分类	10
第二节 房地产业	13
一、房地产业的概念和性质	13
二、房地产业的地位和作用	13
三、房地产业与建筑业的关系	14
四、房地产业的细分行业	15
复习思考题	16
第二章 房地产经纪概述	17
第一节 房地产经纪的含义与分类	17
一、房地产经纪的含义	17
二、房地产经纪的分类	22
第二节 房地产经纪的特性	24
一、经纪的特性	24
二、房地产经纪的特性	25
第三节 房地产经纪的作用	26
一、房地产经纪的必要性	26
二、房地产经纪的作用	28
第四节 房地产经纪的产生与发展	29
一、房地产经纪的产生与历史沿革	29
二、房地产经纪业的发展现状	43
三、房地产经纪业的发展展望	45

复习思考题	48
第三章 房地产经纪人员	50
第一节 房地产经纪人员职业资格	50
一、房地产经纪人员职业资格考试	51
二、房地产经纪人员资格互认	54
三、房地产经纪人员资格注册	55
四、房地产经纪人员的继续教育	59
第二节 房地产经纪人员的权利和义务	60
一、房地产经纪人员的权利	60
二、房地产经纪人员的义务	62
第三节 房地产经纪人员的职业素养与职业技能	63
一、房地产经纪人员的职业素养	63
二、房地产经纪人员的职业技能	68
第四节 房地产经纪人员的职业道德与职业责任	71
一、房地产经纪人员职业道德的内涵、形成及作用	71
二、房地产经纪人员职业道德的主要内容	73
三、房地产经纪人员的职业责任	77
复习思考题	80
第四章 房地产经纪机构	81
第一节 房地产经纪机构的设立与备案	81
一、房地产经纪机构的界定、特点与类型	81
二、房地产经纪机构的设立	85
三、房地产经纪机构的备案、变更与注销	85
四、房地产经纪机构的权利和义务	86
五、房地产经纪机构与房地产经纪人员的关系	87
第二节 房地产经纪机构的经营模式	88
一、房地产经纪机构经营模式的概念与类型	88
二、直营连锁与特许加盟连锁经营模式的比较	92
三、房地产经纪机构经营模式的演进	93
第三节 房地产经纪机构的组织系统	95
一、房地产经纪机构的组织结构形式	95

二、房地产经纪机构的部门设置	99
三、房地产经纪机构的岗位设置	101
复习思考题	104
第五章 房地产经纪机构管理	106
第一节 房地产经纪机构的战略与品牌管理	106
一、房地产经纪机构的战略管理	106
二、房地产经纪机构的品牌管理	112
第二节 房地产经纪机构的人力资源与客户关系管理	115
一、房地产经纪机构的人力资源管理	115
二、房地产经纪机构的客户关系管理	119
第三节 房地产经纪机构的运营管理	123
一、房地产经纪机构的业务流程管理	123
二、房地产经纪机构的信息管理	125
三、房地产经纪机构的风险管理	131
复习思考题	134
第六章 房地产经纪门店与售楼处管理	135
第一节 房地产经纪门店管理	135
一、房地产经纪门店的开设	135
二、房地产经纪门店的日常管理	142
第二节 商品房售楼处管理	146
一、商品房售楼处的设置	146
二、商品房售楼处的日常管理	149
复习思考题	153
第七章 房地产经纪业务	154
第一节 房地产经纪基本业务的分类	154
一、新建商品房经纪业务与存量房经纪业务	154
二、房地产买卖经纪业务与房地产租赁经纪业务	155
三、住宅经纪业务与商业房地产经纪业务	156
四、房地产买方代理业务与房地产卖方代理业务	157
第二节 房地产经纪基本业务的流程	158

一、新建商品房销售代理业务流程·····	158
二、存量住房买卖、租赁经纪业务流程·····	160
三、商业房地产租赁代理业务流程·····	167
第三节 房地产经纪基本业务的网络化运作·····	170
一、房源客源管理网络化·····	170
二、房源发布网络化·····	171
三、网上房地产经纪门店·····	171
四、房地产经纪人员工作辅助系统·····	171
五、房地产电子商务·····	173
第四节 房地产经纪延伸服务·····	174
一、房地产交易相关手续代办服务·····	174
二、房地产咨询服务·····	176
三、房地产交易保障服务·····	177
复习思考题·····	179
 第八章 房地产经纪服务合同·····	180
第一节 房地产经纪服务合同的含义、特征与作用·····	180
一、房地产经纪服务合同的含义·····	180
二、房地产经纪服务合同的特征·····	181
三、房地产经纪服务合同的作用·····	181
第二节 房地产经纪服务合同的内容和重要事项·····	182
一、房地产经纪服务合同的内容·····	182
二、签订房地产经纪服务合同的有关重要事项·····	185
第三节 存量房经纪服务合同·····	188
一、房屋出售经纪服务合同·····	188
二、房屋承购经纪服务合同·····	191
三、房屋出租经纪服务合同·····	192
四、房屋承租经纪服务合同·····	193
第四节 新建商品房销售代理合同·····	195
一、新建商品房销售代理合同的主要内容·····	195
二、新建商品房销售委托书·····	196
复习思考题·····	197

第九章 房地产经纪执业规范	198
第一节 房地产经纪执业规范概述.....	198
一、房地产经纪执业规范的概念.....	199
二、房地产经纪执业规范的作用.....	200
三、房地产经纪规范的制定和执行.....	201
第二节 房地产经纪执业的基本原则.....	201
一、合法原则.....	202
二、自愿原则.....	203
三、平等原则.....	204
四、公平原则.....	204
五、诚信原则.....	205
第三节 房地产经纪执业规范的主要内容.....	206
一、业务招揽规范.....	206
二、业务承接规范.....	207
三、业务办理规范.....	212
四、房地产经纪服务费用收取规范.....	215
五、资料签署和保存规范.....	215
六、信息保密规范.....	216
七、处理与同行关系的行为规范.....	217
八、处理与社会关系的行为规范.....	218
复习思考题.....	218
第十章 房地产经纪行业管理	220
第一节 房地产经纪行业管理概述.....	220
一、房地产经纪行业管理的含义与作用.....	220
二、房地产经纪行业管理的基本原则.....	221
三、房地产经纪行业管理的基本模式.....	223
四、房地产经纪行业管理的重要内容.....	226
第二节 我国房地产经纪行业行政管理.....	227
一、我国房地产经纪行业行政管理部门.....	227
二、我国房地产经纪行业行政管理的主要内容.....	228
三、我国房地产经纪行业监管方式和措施.....	232
第三节 我国房地产经纪行业自律管理.....	234

一、房地产经纪行业组织的性质和组织形式·····	234
二、房地产经纪行业组织的管理职责·····	234
三、我国的房地产经纪行业自律管理体系·····	236
复习思考题·····	238
附录 ·····	239
附录 1 房地产经纪管理办法·····	239
附录 2 房地产经纪执业规则(2013 版)·····	246
附录 3 房地产经纪行业“诚信经营 阳光服务”倡议书·····	253

第一章 房地产和房地产业

第一节 房 地 产

房地产经纪活动的标的是房地产，房地产经纪业作为房地产业内一个细分行业，其职能就是为房地产市场上的各类交易主体达成房地产交易而提供中介服务。因此，房地产经纪人员必须对房地产、房地产业等基本概念进行全面的了解。本章介绍房地产的基本概念、主要类型，房地产业的含义、地位与作用、细分行业等基础知识。

一、房地产的含义

（一）房地产的概念

通俗地说，房地产是指房屋和土地，或者房产和地产。严谨意义上的房地产，是指土地以及建筑物等地上定着物，是实物、权益和区位的结合体。住房、空地、办公楼、商场、宾馆、厂房等土地和房屋，都是房地产。

房地产通常也称为不动产。在法律上，通常把财产分为不动产和动产两大类。例如，《中华人民共和国物权法》（以下简称《物权法》）第二条规定：“本法所称物，包括不动产和动产。”一种财产是属于不动产还是动产，一般是根据其实物是否可以自由移动来判别的：凡是自行或者在外力作用下能够移动，并且其性质和价值在移动后不会改变的财产，像牲畜、家禽和汽车、家具、器物之类，属于动产；反之，不能移动的财产，像土地、房屋及附着于土地、房屋上不可分离（如树木和安装在房屋中的给水、排水、采暖、电梯等设备），属于不动产。

要进一步理解房地产的概念，一方面要弄清什么是土地、建筑物和其他地上定着物，另一方面要弄清什么是实物、权益和区位。

（二）土地、建筑物和其他地上定着物的概念

1. 土地的概念

人们对于什么是土地，有许多不同的认识和定义。从房地产经济的角度看，土地是一个空间，但该空间不是平面的，而是三维立体的，具体是指地球的陆地

表面及其上下一定范围内的空间。

一宗土地的地表范围，是指该土地在地表上的“边界”所围合的区域。土地的实物形态是连绵无垠的，本身无范围可言，但因为人们在地表上划分界线，所以形成了一块一块或者一宗一宗的土地，也使每块或每宗土地有了平面界址、形状和面积。从理论上讲，一宗土地的地上空间范围是从该土地的地表边界向上扩展到无限天空的空间，地下空间范围是从该土地的地表边界呈锥形向下延伸到地心的空间。但在现代法律规定中，土地所有权的上下空间范围已不再是“上穷天空，下尽地心”，而是“除法律有限制外，于其行使有利益的范围内”，“如他人的干涉无碍其所有权之行使，不得予以排除”。通常，地上空间的高度以飞机的飞行高度为限，地下空间的深度以人类的能力所及为限。例如，现代立法规定，飞行器飞越土地所有权人的土地上空不构成非法侵入。另外，地下资源、埋藏物等可以出售、出租或者以法律规定等方式而属于地表所有权人以外的其他人。

2. 建筑物的概念

建筑物是最主要的地上定着物，有广义和狭义两种含义。广义的建筑物既包括房屋，也包括构筑物。狭义的建筑物主要指房屋，不包括构筑物。

房屋是指有基础、墙、顶、门、窗，起着遮风避雨、保温隔热、抵御野兽或他人侵袭等作用，供人们在里面居住、工作、学习、娱乐、储藏物品或进行其他活动的建筑物，一般是由建筑材料、建筑构配件和建筑设备（如给排水、卫生、燃气、照明、电梯、空调、通信、防灾等设备）等组成的空间场所。

构筑物是指人们一般不直接在里面进行生产和生活活动的建筑物，如烟囱、水塔、水井、道路、桥梁、隧道、水坝等。

3. 其他地上定着物的概念

地上定着物也称为土地定着物、土地附着物、地上附着物。其他地上定着物是建筑物以外的地上定着物，是指附属于或结合于土地或建筑物，从而成为土地或建筑物的从物，应在房地产交易中随着土地或建筑物的转让而转让的物，但当事人另有约定的除外。

其他地上定着物与土地、建筑物在物理上不可分离，或者虽然可以在物理上分离，但是这种分离是不经济的，或者分离后会破坏土地、建筑物的完整性、使用价值或功能，或者会使土地、建筑物的价值受到明显损害。例如，为了提高土地或建筑物的使用价值或功能，埋设在地下的管线、设施，建造在地上的围墙、假山、水池，种植在地上的树木、花草等。仅仅是放进土地或者建筑物中，置于土地或者建筑物的表面，或者与土地、建筑物毗连者，不属于其他地上定着物，例如摆放在房屋内的家具、电器，挂在墙上的画，在地上临时搭建的帐篷、戏台

等。在实际房地产交易中,交易对象的范围如果不包含属于房地产范畴的其他地上定着物的,应逐一列举说明,未作说明的,应理解为在交易对象的范围内;如果包含房地产以外的财产的,也应逐一列举说明,未作说明的,应理解为不在交易对象的范围内。另外,在现实中,其他地上定着物往往被视为土地或建筑物的构成或附属部分,因此通常把房地产简化为包括土地和建筑物两大部分。

(三) 房地产实物、权益和区位的概念

为了说明房地产既与家具、机器设备等动产有本质不同,又与商标、专利、著作权、特许经营权等无形资产有本质区别,通常强调房地产是实物、权益和区位的结合体。

1. 房地产实物的概念

房地产实物是指房地产中看得见、摸得着的部分,例如,建筑物的外观、建筑结构、设施设备、装饰装修等,土地的形状、地势、地质、平整程度等。

2. 房地产权益的概念

房地产权益是指房地产中无形的、不可触摸的部分,是基于房地产实物而衍生出来的权利、利益和收益。房地产权益以房地产权利为基础,包括:①房地产的各种权利,如所有权、建设用地使用权、地役权、抵押权、租赁权等。②受到其他房地产权利限制的房地产权利。同一宗房地产上可以同时存在着多种房地产权利,如设立了地役权、抵押权的房屋所有权或建设用地使用权。③受到房地产权利以外的各种因素限制的房地产权利。例如,城市规划对土地用途、建筑容积率、建筑高度、建筑密度、绿地率等的限制,房地产被人民法院查封从而其处分受到限制。④房地产的额外利益或收益,如屋顶或外墙面可出售或出租给广告公司做广告获得经济收入。

在不同类型的资产中,实物和权益对价值的影响是不同的:一般的有形资产主要是实物的价值,即实物状况的好坏决定着其价值高低,如珠宝玉石、家具、机器设备等。一般的无形资产主要是权益的价值,如著作权、商标权、非专利技术,通常不具有实物形态,有的虽然依附在某种实物上,但该实物本身的好坏对其价值影响不大,甚至可以忽略不计。房地产的实物和权益在房地产价值决定中都很重要。例如一幢房屋,其价值既受建筑结构、设施设备、装饰装修、完损程度等实物状况的影响,又受产权是否完整等权益状况的影响。两宗实物状况相同的房地产,如果权益状况不同,价值就可能有很大的不同;反之,两宗权益状况相同的房地产,如果实物状况不同,价值也可能有很大区别。

3. 房地产区位的概念

区位原本是房地产的外在因素,因房地产不可移动而内在化,成了房地产的

重要组成部分。房地产区位是指一宗房地产与其他房地产或者事物在空间方位和距离上的关系，包括位置、交通、周围环境和景观、外部配套设施等方面，特别是与重要场所（如市中心、汽车客运站、火车站、机场、码头、政府机关、同行业、工作地、居住地等）的距离，以及进出该房地产的方便程度，包括从别的地方到该房地产的可及性和从该房地产去别的地方的便捷性。某些房地产受单行道、道路隔离带、立交桥、人行天桥、交通出入口方位等的影响，其“进来”与“出去”的方便程度是不同的。

衡量区位优势最常见、最简单的指标是距离。距离可分为空间直线距离、交通路线距离、交通时间距离和经济距离。空间直线距离是最简单、最基础的距离，但在路网不够发达和地形复杂的地区（如山地城市），它往往会失去意义。交通路线距离是指通过道路等来连接的距离，有时受路况（包括路面、交通流量等状况）、交通管制等的影响，虽然距离不远，但通达性可能不好，特别是在时间对人们越来越宝贵的情况下。交通时间距离从理论上讲更为科学，但在实际中往往被误用而产生误导，原因主要是测量所用的交通工具、所处时段不能反映真实的交通时间。例如，大城市的某些房地产广告所称的商品房交通方便、15分钟车程即可到达，可能是在交通流量很小的夜间、用速度很快的高级小轿车测量的，而对依靠公共汽车上下班的购房者来说，在上下班时段可能需要1小时才能到达。因此，在使用交通时间距离时应采用该房地产有代表性的使用者适用的交通工具和出行时段来测量。另外，有些房地产虽然来往所需的交通时间较短，但要经过较高收费的道路或桥梁、隧道等，这样即使节省了交通时间，但可能并不经济。经济距离是更科学但较复杂的一种距离，它是把交通时间、交通费用统一用货币来衡量，以反映距离。

虽然任何资产在某一时间都有一个具体的位置，但房地产不可移动，其位置固定不变；其他资产可以移动，其位置能够改变。因此，价值与区位密切相关几乎是房地产所独有的（不排除相同的商品在不同的购物环境中的售价不同）。“location, location and location”是西方认为的投资房地产的三大秘诀，即“第一是区位，第二是区位，第三还是区位”。当然，区位并不能代表房地产的一切，但它强调了区位对房地产的极端重要性——一般你能够改变房地产除区位以外的东西，但你改变不了房地产的区位，这就是为何区位对房地产如此重要的原因。两宗实物和权益状况相同的房地产，如果它们的位置、交通、周围环境和景观、外部配套设施等区位状况不同，价值会有所不同，甚至差异很大。

二、房地产的重要性

房地产是一种极为重要而量大面广的财产。说其极为重要,是因为人们的各种生活、生产活动都需要空间,而房地产正是由于提供这种空间而为人们所必需。人们拥有自己的房地产,有助于增加归属感和使社会趋向稳定,是所谓“有恒产者有恒心”。因此,古今中外,房地产都是人们极其重视、十分珍惜的财产。英语中的房地产一词——Real Estate 或 Real Property,从字面上来看就是真实的(real)财产(estate, property)的意思。

说其面广,是国为在世界上大多数国家的国民财富中,房地产通常是其中比例最大的部分,一般占 50%~70%,其他种类的财富之和也不及房地产一项。例如,1990 年美国的房地产价值大约占美国财富总额的 56%。^① 房地产也是家庭财产的最重要组成部分。房地产占家庭总资产的比重,在西欧国家为 30%~40%,在美国为 25%左右。美国家庭平均拥有的房地产资产 4 倍于其股票资产。^②

三、房地产的特性

房地产与其他经济物品,包括房地产市场与其他经济物品市场,房地产价格与其他经济物品价格,有许多不同之处。这些不同之处是由房地产的特性决定的。房地产的特性主要有不可移动、独一无二、寿命长久、供给有限、价值较大、用途多样、相互影响、易受限制、难以变现和保值增值。

(一) 不可移动

不可移动特性也称为位置固定性。土地上的土壤、砂石等虽然可以移动、搬走,但是作为立体空间、完整意义上的土地,其位置是固定的,不能移动。建筑物由于“扎根”在土地之中,其位置通常也是固定的,不能移动。由于不可移动,每宗房地产的周围环境和景观、对外交通、与其他地方(如市中心)的距离、外部配套设施等,均有一定的相对稳定的状态,从而形成了每宗房地产独有的自然地理位置和社会经济位置,使得不同房地产之间有区位优势之分。同时值得指出的是,房地产的不可移动主要是其自然地理位置固定不变,房地产的社会经济位置在经过一段时间之后可能会发生变化。因为对外交通、外部配套设施

① [美] 丹尼斯·迪帕斯奎尔、威廉·C·惠顿,《城市经济学与房地产市场》,经济科学出版社,2002 年。

② 余明,《资产价格、金融稳定与货币政策》,中国金融出版社,2003 年。