

陈春根 孙家良 编著

中介组织与经纪人操作实务丛书



房地产市场中介和经纪人

上海人民出版社

陈春根 孙家良 编著

中介组织与经纪人操作实务丛书

房地产市场中介和经纪人

上海人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

房地产市场中介和经纪人/陈春根,孙家良编著.

—上海:上海人民出版社,2005

(中介组织与经纪人操作实务丛书)

ISBN 7-208-05921-7

I. 房... II. ①陈...②孙... III. ①房地产业—
中介组织—基本知识②房地产业—经纪人—基本知识
IV. F293.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 125726 号

责任编辑 李 卫

封面装帧 陈 楠

· 中介组织与经纪人操作实务丛书 ·

房地产市场中介和经纪人

陈春根 孙家良 编著

世纪出版集团

上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)

世纪出版集团发行中心发行 上海天马印刷厂印刷

开本 850×1168 1/32 印张 13.25 插页 2 字数 305,000

2005 年 12 月第 1 版 2005 年 12 月第 1 次印刷

印数 1-4,250

ISBN 7-208-05921-7/F·1328

定价 23.00 元

序

浙江省社会科学院 万斌

由戴文标教授主编的“中介组织与经纪人操作实务丛书”就要陆续与读者见面了。这套丛书是先前出版的“中介组织与经纪人管理丛书”的配套之作。与前相比,这套丛书主要侧重于不同领域里中介服务的实务与方法的阐述,希望能为从事教育、演出、科技、农业、房地产市场等中介服务的从业人员提供帮助。

出于上述目的,丛书的作者较多借鉴了发达国家中介组织与经纪人的操作经验。将国外的经验引入我们这个尚不成熟的中介组织与经纪人的活动中来,目的是使我们的实践活动少走弯路,可以尽快起步,逐步完善。

作为有中国特色的社会主义市场经济,其中介组织与经纪人的活动也必然是有中国特色的,不可能完全照搬照抄别国的经验。作者们深知这一道理,在论述的过程中一方面努力地体现党和国家的相关政策、法规,另一方面又大量收集了国内中介组织与经纪人活动的实践经验,指出了国内中介组织与经纪人

在活动中所要注意的问题和要开展的步骤等。这样做很自然地使丛书有了植根于国情的操作方法,使丛书的实务能务在中国国情上。

我之所以愿为这套丛书作序,一方面是因为这套丛书的大多数作者与我有师生之情,而另一方面还是因为这套丛书和这支编写的队伍还都“年轻”,在其成熟的过程中需要有更多的人来参与,来推动。

尽管我国中介组织与经纪人的事业起步较晚,但随着我国市场经济的发展、政府职能的转变,其发展是不可限量的。我真诚地希望大家都能来关心这一事业,关心这方面的研究和教育工作,为我国的中介组织与经纪人事业贡献自己的力量。

2005年11月8日

前 言

21 世纪,中国的市场经济建设将进入全面深化阶段,作为市场经济重要组成部分的市场中介行业,必将迎来规范发展的大好机遇。

房地产市场是我国近年发展起来的一个新兴市场。伴随着我国城市化的不断推进,城镇土地使用制度和住房制度改革不断深化,我国房地产市场在未来相当长时期内的兴旺几成共识。与之相应,房地产中介和经纪业也必将同时出现空前繁荣的局面,并伴随我国市场经济体制的不断完善而逐渐走向成熟和规范,成为一个潜力巨大、前景乐观的新兴行业。

《房地产市场中介和经纪人》是一部系统论述房地产经济理论和实务的著作。本书结合最新的政策、理论和实践成果,对房地产中介企业和房地产中介行业中的房地产咨询、房地产估价、房地产营销、房地产经纪和房地产经纪人等各个领域的业务运作范围、运作内容、运作模式和技巧、组织管理等作了详细介绍。为适应新时期房地产市场的发展需要,本书的编写力图体现如下特点:一是内容的系统性和规范性,全书内容涵

盖房地产市场中介和经纪业务的各个领域,遵循相关的行业标准和规范;二是实践性,即从业务实际出发,强调实务操作流程和实际案例分析;三是创新性,强调理论联系实际,注意介绍国际通行的新观念和新方法,指出我国房地产中介行业中存在的问题,提出解决思路。

本书主要针对各类欲从事或已从事房地产中介服务行业的人员和行政主管部门人员,也可作为高校相关专业或本行业相关培训的参考教材。相信本书将成为有志于房地产中介行业的读者朋友们事业上的有力助手。

至于为什么作为世界经济中心的中国会迅速衰落的问题,马克斯·韦伯曾在《儒教与道教》一书中认为,“主要原因是缺乏一种特殊宗教作为鼓舞力量”,而以顾准为代表的中国知识界比较普遍的看法则是中国古代典型的集权主义、专制主义传统阻滞了近代化的过程,在大一统的王权政治框架下,产生不了基于西方城邦民主、民间自治、个性独立之上的经济形态。

从费正清到杨小凯、袁伟时等学者的研究表明,清末的中国,政府垄断了一切大规模有组织的活动,包括政治、军事、企业、大型工商业。技术发明、盐、铁、火柴等大型生产活动不可能在没有与官府的特殊关系及批准和监护下发展起来。政府不仅利用盐业官营、官窑、皇家织造与民争利,而且利用其任意侵犯私人企业财产的特权从与官府勾结的商人处索取各种利益。由于整个经济主要是为官府和特权阶级生产,因而市场狭小,分工无法深化,生产力不可能提高。

在最近 20 多年中国经济迅速崛起的背景下,近来有不少学者力图弘扬中国历史上的商业精神与管理文化,从诸子百家到晋商徽商。究竟是什么力量造就了今天中国经济的繁荣,答案本来不言自明,那就是以给予创业者以创业机会、鼓励企业家创新行为为特征的制度变迁。而在我们的历史上,这种制度变迁从未发生过。我们始终应该记住,在整个封建历史上,关乎国计民生的重要工商业一直由国家经营和控制,由此产生的大宗工商利润绝大部分都被用于行政、军事开支,甚至被皇室贵族和各级官府挥霍浪费,而没有变成发展工商业的资本。私营工商业一直被官府控制,商人成功的首要条件是依附权贵,与官府搞好关系,得到庇护。“朝里有人好发财”,但正如清朝大盐商江春所说:“奴才即使有金山银山,只需皇上一声口谕,便可名正言顺的拿过来,无须屈身说是赏借。”因此他们即使有了资本积累,也要捐官买爵、兴建牌坊,断然不会谋求可持续发展的投入与发展。

通过以上的分析,不难看出,官府对自由经济的控制与重本抑末、轻商贱商的风气互为表里,使得商人和企业家没有独立的存在价值,没有持续发挥其创造力的制度保障。这样的话,纵使一国的经济曾经繁荣,却如高楼屹立沙滩,其衰落看似突然,实则必然。

无论是借鉴外部的经验,还是审视自身的历史教训,我们都没有任何理由看轻商业的价值,贬损企业家的作用。可是,直到今天,那种站在权力立场教训企业家的声音,那种将企业家创造的商业价值和财富看作和社会无关的“私利”而仇视和讨伐的声音,还是如同幽灵般会经常出现。在“集体无意识”中,企业家似乎是一种外于我们的“异化力量”。

| 四 |

中国经济的未来系于中国企业的价值,中国企业的未来系于中国企业家的精神、能力与实践。

抚今思昔,后顾前瞻,我们不能不重新思考中国企业家的深层次价值基础。

利中有义。我们要理直气壮地看待商业的力量,理直气壮地阐述企业家的作用。同时,我们要正视企业家的社会价值和精神价值,并以更高的标准审视企业家如何担当他们的社会责任,在全球化背景下的中国语境中实践他们的“天职”。

我们呼唤,只有建构在负责任的企业家行为基础上的商业活动,才是文明的活动。没有文明的商业,就没有文明和谐的社会。

(本文作者为《第一财经日报》总编辑)

主编寄语(2)

吴晓波

在经济学家约瑟夫·A.熊彼特看来,现代商业精神的核心是矛盾的。在一个经济社会中,人为了生存和证明自己的价值而必须赚钱,赚钱就必须投身商业,商业的成功让人富足却又开始陷入迷惘。在他看来企业家的人生充满了悖论,钱本身在道德上是中立的——它没有温度、没有感情、扁平而圆润,但是一沾染上人的思考便会变得暧昧而癫狂起来。

事实上,每一个人的人生都充满了悖论,无非企业家们因为角色的显赫和鲜亮而显得更为凸出一点而已。在一个商业日渐成为主流的时代,企业家对生命、社会的思考已经成为所有公众不得不聆听的声音。

在一向缺乏现代商业精神的中国,企业家的生命体验和他们所拥有的价值观,从来没有被认真地关注过。他们从来被视为“物质化的族群”,为了追求利润而不惜血腥地积累,他们似乎没有情感、没有血肉,在任何场合下,他们说出来的话都可以用公式推演、用钢铁打造。很显然,这是一些极深的误读,被彻底物质化的企业家形象让这个族群始终游离在社会和谐发展的主航线之外。

我们此次编选本书,其动机便是为了原始展现中国企业家的感性面和思考面。所以在文章的选择中,我们更多地选用了与人生感悟和社会历练更贴近的那部分,而忍痛放弃了很多经营管理方面的优秀文本。如果条件成熟,我们也可能在日后将未选入的那部分以其他的形式加以编选出版。

陆新之为编选本书,多方联络、收集,工作至为细致。初稿完成之后,我们又请著名财经传媒人何力、秦朔、牛文文等审校补充,力求避免遗珠之憾。目前呈现出来的文本,基本上收集了自1984年以来中国企业家的

经典文章,其中不少文字已经流传甚广,堪称经典,也有一些是首次印刷成文。当这些文本以集群的方式呈现在世人面前的时候,我们大抵会对中国企业家有一个更惊奇、更全面的了解。

2005 年 9 月

主编寄语(3)

企业家文章的标本价值

陆新之

2005 年春天开始,我一直忙于编辑这本有关 20 年来中国企业家文章的选本。

“一个时代的问题,将由铁和血来解决,不靠演说或议案。”这是俾斯麦这位“铁血首相”的名言。一般总以为,他是一个冥顽不灵的武力至上者,殊不知他其实一样熟悉动人言辞的翻云覆雨之道。我们并非怀疑企业管理者们写作这些文章时候的动机,但是,在阅读上千篇更像是他们对于企业内部人员灌输传播自己想法的文本之后,多少会产生一些审美疲劳。所幸的是,我还能找到近百篇具有生活和个性气息,围绕着人文和感受而展开的文章,虽然比起我和我的朋友们期待的数字和质量,还有一些距离,但是总算可以让我们完成这个看上去有点太理想的构思。

“对人生来说,20 年是一代人的时间。对于商业研究者来说,20 年是一个具有指标意义的年份。”这段话是“狂热”沉迷于中国企业研究的本书编者之一吴晓波经常强调的。

过去 20 多年来,随着中国社会逐步向真正的商业社会转型,企业在社会生活中的作用和影响越来越显著。造就一大批类似 IBM 和 GE 这种级别的公司,具有强大的综合实力和核心竞争力的本土企业,将成为中国社会在 21 世纪的重要愿景。

但是现实却每每难以令人如愿。虽然中国经济常常被称作增长奇迹,然而目前中国企业的整体现状依旧并不乐观。中国的企业,尤其是广大民营企业生命非常短暂。有研究称,中国民营企业的平均生命仅仅 3 到 5 年,大量民营企业在短暂的辉煌之后就走向没落,更多的则连创业期

都没有熬过,中途夭折。生命如此之短,这与中国企业管理落后有直接关系,更和企业的首脑们的价值观和方法论缺陷密不可分。

这几年,在经管书籍迅速升温之下,不少企业家都能够头头是道地谈论“高瞻远瞩的战略目标”、“回馈社会的长期使命”和“凝聚员工的核心价值”。但是在实际做法之中,能够体现上述思路的管理者还不是很多。

作为中国经济改革和市场转型阶段的成功探索者,中国的企业家们身上存在天使与魔鬼的双重属性。一方面,他们显然是那一代人中几乎最勇敢、几乎最精明的,遇上了几乎最好的机遇,他们把握住了社会变迁的潮流,提升了生产力,创造了大量的社会财富;另一方面,他们之中有相当一批人,具有恐怕自身也难以完全驾驭的扩张本能,他们往往凭借对商业游戏规则的熟悉,利用社会规则的漏洞,在灰色地带通过技术手段,尽可能地扩张自己的财富。

事实上,商业就是竞争,它能挖掘出我们最好的东西,可有时也会让人性的丑恶在瞬间膨胀。每一个伟大的企业家都曾经在某些方面打破过某些规则,有时候对规则的破坏让世界获得了加速度的进步,而更多的时候,它也造成新的社会不公。

“有人问我:你成功的诀窍是什么?我的回答是:我知道我没有诀窍,我知道我不知道什么东西。我的一个基本认识是:这个世界上几乎没有什么是完美无缺的,所有的概念、所有的事物都有它内在的缺陷,我就力图去找到这些缺口或弱点。”这一段话是乔治·索罗斯的自述,用来形容目前的企业家同样适用。

星战前传第3部《Revenge of the Sith》,是星战系列6部电影中最黑暗最沉重的一部。因为在这一部中,星系帝国的平衡终于被打破,黑暗势力占据了上风。天行者阿纳金,在众多星战迷苦苦等待了20多年以后,不负众望地投向黑暗。

西方电影中相当喜欢运用这样的元素,黑暗的势力无处不在地引诱着一个人的内心,如阿纳金由光明力量栽培长大,却只需要小小的谎言,轻轻的推动,不知不觉中便开始脱离光明的控制。

同时,现在的企业,已经强大到了一个令人目眩的程度,比尔·盖茨一个人的财富比富有的美国40%的个人收入的总和还多,而每一年在美

国金融家赫伯特位于爱达华州太阳谷的牧场中聚会的商界名流掌控的公司财富比世界上前7名之后所有国家的国民生产总值还要多。现代学者们认为与其说这些太阳谷聚会的座上宾是商业游戏的主宰者,不如说是他们的公司在进行着这场游戏。这些庞大企业的经济权力和影响深远的政治力量结合在一起,用自己的非凡成就把商业社会的价值取向铭刻在人们的集体意识当中。

虽然中国的企业家们,还没有达到这样的控制资源能力,但是他们对于公众生活的影响,显然正在以一种不易觉察但是又迅猛的速度蔓延。这样的情况下,他们对于人文以及历史的思考和沉淀,就变为极其具有研究价值的标本了。

李嘉诚每年一两次在长江商学院对着学生们的演讲已经成为一个品牌。去年在“奉献的艺术”主题下,他用现代人的语境去分析一个中国历史上的成功人士:

“范蠡没有日记,没有回忆录;只有他行动的记录,故无法分析他的心态。他历尽艰辛协助勾践复国,又看透勾践不仁不义的性格,他建立制度,却又害怕制度;他雄才伟略,但又厌倦社会的争辩和无理;他成就伟大,却又深刻体会到世间上最强最有杀伤力的情绪是嫉妒,范蠡为什么会有如此消极的抗拒(不参与本身就是一种抗拒)?”

他归纳的范蠡的性格,是不是我们今天时常见到的在胡润或者福布斯富豪榜上面出现的这一群人的神似的写照?

当然,我无意夸大,企业家们是否都为了利益不择手段。实际上,在很多企业进入10年、15年乃至20年的周年庆典的时候,他们都开始忙于归纳总结自己的经验教训,出版企业专著或者老总名言录,乐于争取受尊敬公司和企业公民等5年前10年前无人知悉的称号。我相信,这些看起来还有点生硬和笨拙的努力,不仅仅是为了赢取一点媒体的注意力。本质上这些能够存活和发展得不错的企业,都已经有危机意识,明白在可见的未来企业需要这些元素才能维持更长久的发展。

这就有助于我们理解,为什么柳传志、张瑞敏、王石等名字经常会出现于财经媒体的重要位置,为什么他们说的似乎大同小异的一些企业做法和管理思想会经常被不同领域的管理者们时常提及。因为商业社会需

要有成功的企业案例和正面的人物标本。某种意义上,这些企业家就是他们同时代人经验积淀的符号,是一种具体的精神体现。

当然,李嘉诚也在演讲之中推崇美国伟人富兰克林的 13 个人生信条——节制、缄默、秩序、决心、节俭、勤勉、真诚、正义、中庸、清洁、平静、贞节、谦逊。

我不知道李嘉诚是否做到了这些,但是我赞赏他的期许:

“今天商业社会的进步,不仅要靠个人勇气、勤奋和坚持,更重要的是建立社群所需要的诚实、慷慨,从而创造出一个更公平、更公正的社会。”

但愿有更多的企业家也能够这样做。

目 录

序.....	万斌	1
前言.....		1
第一章 房地产市场和房地产市场中介.....		1
第一节 房地产市场概述.....		1
第二节 房地产中介服务企业的.....		11
第三节 房地产中介服务企业的管理.....		18
相关链接 城市房地产中介服务管理规定.....		42
第二章 房地产咨询业务.....		47
第一节 房地产咨询业务的基本知识.....		47
第二节 房地产市场信息咨询.....		52
第三节 房地产投资、融资咨询.....		59
第四节 房地产纠纷及处理咨询.....		69
相关链接 房地产法律纠纷中常见问题与案例分析.....		76
第三章 房地产估价业务.....		81
第一节 房地产估价业务的基本知识.....		81
第二节 房地产估价常用方法.....		94
第三节 房地产估价操作程序.....		97

相关链接	某商店三、四层及电梯间分摊部分	
	房地产价值评估报告及点评·····	108
第四章	房地产经纪业务·····	115
第一节	房地产经纪基本知识·····	115
第二节	房地产居间经纪业务·····	127
第三节	房地产代理经纪业务·····	142
第四节	房地产行纪业务·····	170
相关链接	“房屋银行”业务·····	173
第五章	房地产营销业务·····	176
第一节	房地产营销的基本特点·····	176
第二节	房地产市场调研·····	182
第三节	房地产营销价格策略·····	202
第四节	房地产市场推广和销售渠道·····	212
第五节	房地产营销组织与营销管理·····	224
相关链接	城市商品房销售管理办法·····	232
	城市商品房预售管理办法·····	240
第六章	房地产经纪人·····	244
第一节	房地产经纪人的概念与特点·····	244
第二节	房地产经纪人的经纪服务方式·····	250
第三节	房地产经纪人的权利、义务与报酬·····	256
相关链接	国家计委、建设部关于房地产中介	
	服务收费的通知·····	265
	上海市房地产经纪业行业规则(试行)···	267