

经纪人致胜丛书之四

JINGJIREN
ZHISHENG
CONGSHU

肖学文 主编

经纪人 与 房地产市场



经济管理出版社

经纪人致胜丛书之四

经纪人与房地产市场

主 编 肖学文

Jm43/26



经济管理出版社

(京)新登字 029 号

责任编辑 苏全义

经纪人致胜丛书之四
经济人与房地产市场
主编 肖学文

出版：经济管理出版社

(北京市西城区新街口红园胡同 8 号 邮政编码:100035)

发行：经济管理出版社总发行 各地新华书店经销

印刷：北京印刷一厂

787×1092 毫米 32 开 8.125 印张 181 千字

1994 年 9 月 第 1 版 1994 年 9 月北京第 1 次印刷

印数:1—11000 册

ISBN 7-80025-974-9/F·784

定价:7.50 元

丛书审编著成员名单

编审委员会

主 任 甘国屏 周叔莲
副主任 李彦章 曼 欣 孙望尘 于名芳 孟昭宇
苏全义
委 员 (按姓氏笔画排列) 王宝桐 石兰太 冯所深
苏全义 陈 福 李丰文 何云昌 孟昭宇
郑春喜 张林虎 黄富华 焦文生 曹宝华
潘晓玲 肇恒玉

编辑委员会

主 编 肖学文
副主编 林立章 戚聿东 贾晓建 关德东
委 员 (按姓氏笔画排列) 文红宇 王 波 王心荣
刘俊德 卢海顺 关德东 肖学文 陈 举
陈立新 陈其寿 林立章 贺京生 贾晓建
晓 梅 晓 茉 晓 盼 张 玲 张东来
郝德顺 夏 雷 戚聿东 谢志强

编 著

戚聿东 管宏治 }
高艳侠 赵海涓 } 《经纪人基础知识》

周宏智	学智	《经纪人与现货市场》
晓文	晓建	
黄晓波	夏海	《经纪人与期货市场》
葛红	赵萍	
骆莹	张丽华	《经纪人与房地产市场》
方傅根	刘太刚	
张晓军	景学军	《经纪人与技术市场》
音信	凯西	
杜左东	彭高见	
王健	张彤	《经纪人与文化市场》
杨旭	杜沛宜	
段德	沈华根	
张永江	蔡琳	《经纪人与保险市场》
段秀梅		
白玉珍	吕莉	
李红霞	王少晖	《经纪人与金融市场》
毛志毅	翟后文	《经纪人与国际市场》
郑蹯	井光春	《经纪人与诉讼仲裁》
韩光军	马巧红	
刘明	尹红	《经纪人与税务》
左云	赵萍	
张继平	郝德顺	
关德东		《经纪人与工商行政管理》

前 言

随着社会主义市场经济的发展,经纪人以其旺盛的生命力重现于我国经济的大舞台,成为广大生产者、经营者及消费者通向现货市场、期货市场、产权市场、房地产市场、金融市场、技术市场、保险市场、劳务市场、文化市场、国际市场的重要桥梁和纽带。

由于经纪人的特殊地位和作用,决定了他们不仅要有全面的知识、灵通的信息、广泛的交往、独特的渠道、灵活的策略、高效的工作,而且要有健全的法律意识,良好的职业道德。只有这样,经纪人的行为才能被社会公认,经纪人也才能在市场经济的海洋中立于不败之地。

为了普及经纪人基础知识,宣传经纪人职业道德、介绍经纪人法律法规、熟悉经纪人法律文书格式,使经纪人全面掌握各类市场的特点、他们的业务以及他们与工商管理、税务管理、商检管理、海关管理、技术监督的关系,从而推动我国经纪行业的健康发展,促进社会主义市场经济,我们奉献上这套丛书。

丛书由国家工商局、国家体改委、国家经贸委、国家外经部、建设部、文化部、劳动部、国家科委、国家技术监督局、海关总署、国家商检局以及中国政法大学、中国人民大学、中国社会科学院、北京财贸学院等单位的专家和学者共同编著而成。丛书集知识、法律、法规、政策于一体,有较高的权威性,是我国经纪人通向国内市场与国际市场的金钥匙。

丛书编委会

1994. 1.

目 录

第一章 房地产经纪人概述	(1)
第一节 房地产市场的特点及其经纪人的作用	(1)
一、经纪人的概念及其特点	(1)
二、房地产交易市场的特点	(2)
三、房地产经纪人的作用	(6)
第二节 房地产经纪人的特点和类型	(9)
一、房地产经纪人的特点	(9)
二、房地产经纪人的类型	(12)
三、我国房地产经纪人分类	(17)
第三节 房地产经纪人的权利和义务	(18)
一、房地产经纪人的权利	(19)
二、房地产经纪人的义务	(20)
三、房地产经纪人的报酬	(22)
四、房地产经纪人行使权利履行义务的前提	(25)
第四节 房地产经纪人的基本素质	(26)
一、房地产经纪人的基本素质	(26)
二、现代房地产交易对经纪人的要求	(31)
第二章 房地产经纪人必备的专业知识(一)	(34)
第一节 房地产市场概述	(34)
一、房地产市场的涵义及其特点	(34)
二、房地产市场与其他市场的关系	(36)
三、房地产市场的构成要素	(38)

第二节 我国房地产市场的特点和类型	(44)
一、我国房地产市场的性质和特点	(44)
二、我国房地产市场的类型	(47)
第三节 房地产市场的供给与需求	(52)
一、土地供给与供给弹性	(52)
二、土地需求和需求弹性	(56)
三、土地供求均衡	(60)
四、房屋供给与需求	(63)
第三章 房地产经纪人的专业知识(二)	(69)
第一节 房地产价格	(69)
一、房地产价格的特点	(69)
二、房地产价格的种类	(71)
三、房地产价格的构成	(75)
四、影响房地产价格的因素	(81)
第二节 房地产市场管理	(86)
一、房地产市场管理的意义和现状	(86)
二、房地产市场管理的原则和手段	(90)
三、房地产市场管理的内容	(93)
第四章 房地产经纪人的业务	(104)
第一节 房地产经纪人的业务特点	(104)
一、房地产卖出者的委托经纪人,必须以卖出者对 房地产的所有权为前提	(104)
二、从事房地产经纪业务必须具有足够的耐心	(104)
三、根据房地产的不同使用价值寻找交易对象	(105)
四、经纪业务必须从信息的传递开始	(105)
五、房地产交易合同要明确产权关系	(106)
六、房地产经纪人的服务可延伸性强	(106)
第二节 房产经纪人的业务	(106)
一、房产买卖经纪人的业务	(106)

二、房产租赁经纪人的业务	(109)
三、房产互换经纪人的业务	(112)
第三节 地产经纪人的业务	(113)
一、地产买卖经纪人的业务	(113)
二、地产出租经纪人的业务	(119)
三、地产交换经纪人的业务	(121)
第四节 委托者对经纪人的要求	(122)
一、委托经纪人进行交易的优势	(122)
二、对委托者对经纪人的基本要求	(123)
三、委托者对经纪人提供服务的要求	(125)
第五节 房地产经纪人接受委托业务的前提	(125)
一、房地产买卖交易主客体的资质条件	(126)
二、房屋租赁交易主客体的资质条件	(127)
三、房屋调换市场房屋的资质条件	(130)
四、地产交易主客体的资质条件	(130)
五、房地产经纪人委托协议的签订	(131)
六、房地产交易合同格式举例	(133)
第五章 房地产经纪人的业务技巧	(137)
第一节 市场营销技巧	(137)
一、细分房地产交易市场,选择目标市场	(137)
二、提供良好的服务	(140)
三、制定适当的服务价格	(142)
四、通过各种渠道、寻找更多的客户	(143)
五、采取适当的营销促进组合	(144)
第二节 心理战术技巧	(146)
一、了解买卖方心理	(147)
二、培养健康的投资心态	(147)
三、取悦于卖方	(148)
四、掌握卖方的信息	(149)

五、具体的技巧	(150)
第三节 房地产的经营技巧	(151)
一、房地产的投资技巧	(151)
二、房地产交易中的杀价技巧	(153)
三、房地产的投标报价技巧	(155)
四、房地产的经营决策技巧	(157)
第四节 房地产交易的谈判技巧	(162)
一、做好谈判前的准备工作	(162)
二、宣传自己公司及其房地产优势	(162)
三、恰如其分地妥协、让步	(163)
第五节 确定房地产价格及其资金运用的技巧	(163)
一、新住宅的价格构成	(164)
二、旧屋按质论价的技巧	(165)
三、运用资金的技巧	(166)
第六节 分析房地产市场的技巧	(167)
一、分析房地产市场的主要方法	(167)
二、影响房地产市场的主要因素	(168)
第六章 对房地产经纪人的管理	(174)
第一节 对房地产经纪人管理的必要性	(174)
一、规范房地产交易行为的需要	(174)
二、维护交易双方权益的需要	(175)
三、保护经纪人自身利益的需要	(176)
第二节 对房地产经纪人管理的原则	(177)
一、宏观管住、微观搞活原则	(177)
二、规范化管理原则	(178)
三、监督和保护并存原则	(179)
四、自律性管理原则	(179)
第三节 对房地产经纪人的管理方法	(180)
一、经济管理方法	(180)

二、行政管理方法	(181)
三、法律管理方法	(181)
四、行会管理办法	(182)
第四节 对个人房地产经纪人的管理	(182)
一、个人房地产经纪人的资格和条件	(183)
二、个人房地产经纪人的申办程序	(184)
三、房地产经纪人中介活动的原则和行为规范	(185)
四、对个人房地产经纪人的收入管理	(186)
第五节 对单位房地产经纪人的管理	(186)
一、单位房地产经纪人的资质审查和申办程序	(187)
二、单位房地产经纪人的职能和业务范围	(188)
第七章 海内外房地产经纪人制度比较	(192)
第一节 美国房地产经纪人制度	(192)
一、美国房地产经纪人法规制度	(192)
二、对经纪人资格及执照的管理	(192)
三、美国房地产契约的类型	(196)
四、美国对房地产经纪人的组织管理	(198)
五、美国房地产经纪人的佣金	(199)
六、美国房地产复原基金	(200)
第二节 日本房地产经纪人制度	(200)
一、日本房地产经纪人的法规	(200)
二、日本对房地产经纪人资格和执照管理	(200)
三、日本对房地产经纪人的组织管理	(201)
四、日本房地产经纪人的佣金	(201)
五、日本的房地产营业保证金	(201)
第三节 台湾房地产经纪人概况	(202)
一、台湾房地产经纪人概况	(202)
二、台湾房地产经纪人的经营模式	(202)
三、台湾房地产经纪人的经营方式	(203)

四、台湾房地产经纪人的佣金制度	(203)
第四节 香港房地产经纪业	(204)
一、香港房地产经纪业概况	(204)
二、香港房地产经纪人的种类	(204)
三、香港房地产经纪业的特点	(205)
四、香港房地产经纪业的主要服务对象	(206)
第五节 我国房地产经纪业的发展	(206)
一、我国房地产经纪人的历史和现状	(207)
二、我国房地产经纪人的发展趋势和特点	(210)
三、运用多种手段,促进房地产经纪业健康发展	(213)

附录

《中华人民共和国城镇国有土地使用权出让 和转让暂行条例》	(215)
《建设部关于建立和健全房地产交易所的通 知》	(223)
《关于加强房地产交易市场管理的通知》	(225)
《广州市政府批准发展和完善经纪人中介活 动的意见》	(229)
《城市房屋产权产籍管理暂行办法》	(232)
《中华人民共和国房产税暂行条例》	(236)
《中华人民共和国城镇土地使用税暂行条例》	(238)
《城市房地产税暂行条例》	(241)
《契税暂行条例》	(245)
《关于修改契税暂行条例的通知》	(247)

第一章 房地产经纪概述

第一节 房地产市场的特点及其经纪人的作用

为适应社会主义市场经济发展的需要,越来越多的经纪人活跃在我国各个经济领域中,经纪人的产生以及经纪人所从事的经纪业的发展对促进我国经济的发展起着十分重要的作用。房地产业作为我国新兴的产业,随着我国产业结构的调整,市场体系的逐步完善,必将成为国民经济的支柱产业。房地产是一种特殊的商品,房地产商品的特殊性决定了房地产交易市场的特殊性和复杂性。复杂的房地产交易有待于中间人的介入,房地产经纪人便应运而生。房地产经纪人的存在,活跃了房地产市场,促进了房地产业的发展。

一、经纪人的概念及其特点

(一)经纪人的概念

经纪人,是指在各种商业活动中专门从事中介活动,以获取佣金的中间商人。

经纪人,我国的《经济大辞典》中定义为“旧时称掮客,处于独立地位,作为买卖方的媒介,促成交易,以赚取佣金的中间商人。也称居间人、中介人等。”美国的菲利浦·卡特奥拉对现代经纪人进一步描述为“提供廉价、代理服务的各种中间人的总称。”

(二) 经纪人的特点

将对经纪人种种描述概括起来反映了经纪人是有以下特点：

1. 经纪人是以信息为资本,通过中介活动,赚取佣金的中间商人。经纪人本身并不占有商品,也无需垫支大笔的资本,只需要知道何处可提供某类商品或服务,而何处又需要这种商品或服务的信息,就可以为供需双方服务,通过中间撮合,促成交易的实现。

2. 经纪人与客户之间无连续性关系。经纪人的服务对象是十分广泛的,从某种意义上说,经纪人就是各种信息的集结点。经纪人利用大量的信息可以同时为多个客户服务,也可以中介多笔相关交易。因而,经纪人与客商之间一般不存在固定的、较长时间的协议关系,这是经纪人的重要特征之一。

3. 经纪人大多是素质好、声望高的专业人才。经纪人要提供各种代理服务,因而,经纪人必须熟悉所代理行业的各种专业知识以及宏微观的经济政策。经纪人与客户之间无连续性关系,使得经纪人必须具有良好的声望才能保持很好的信誉。

二、房地产交易市场的特点

房地产,是房产和地产的统称。随着我国市场经济的发展,房地产也开始实行商品化。作为商品,房地产和其他工业产品有着明显的区别,可以说是一种特殊的商品。房地产商品的特殊性,决定了房地产交易不同于一般商品交易的特殊性。

1. 房地产位置的固定性决定了房地产商品实物交易的不可移动性。房地产商品并不像其他商品,可以通过运输集中在某个有形市场上进行买卖交易。由于土地具有不可移动性,使所有建筑于土地之上的房屋也必须固定在一定的地方,不

能随便移动位置,因而准备购买房地产的人也不可能像逛商场、挑选其他商品一样随意选择满意的房地产品。可见,房地产位置的不可移动性在空间上增加了供需双方选择的难度,阻隔了供求信息,使得房地产市场经常出现有市无场、有场无市、有供无求、有求无供的现象,使房地产交易难以实现。

2. 房地产商品建设周期长,需要投资量大,因而,房地产是价值量大的商品,每一笔房地产交易都是大额交易。房地产开发建设周期比其它商品生产周期要长得多,并且需要巨额的投资,这对于开发建设单位来说,需要垫支大笔的资金,并且资金回收慢;对于购买房地产的需求者来说,房地产价值大,也难以承受一次付完货款的压力。因而在房地产交易中,银行起着十分重要的作用。房地产交易双方都需要借助于银行的帮助来完成交易。因而,房地产交易双方都要和银行发生借贷关系,使得房地产交易形式和过程更加复杂化。

3. 房地产商品价格形成复杂,房地产商品的建筑造价仅仅是影响房地产商品价格的一个因素。房地产商品的位置、结构、朝向、楼层等诸多影响房地产使用价值的构造因素,也直接影响房地产交易价格的形成。由于受土地有限性的制约,房地产的供给要受到限制,而需求随着经济的发展,人口的增长是越来越大的,所以说,房地产交易价格形成在更大程度上是受房地产商品需求的影响的。可见,房地产市场的供求信息对房地产交易市场的影响是十分明显的。

4. 房地产商品的房地不可分性,使房地产交易涉及一系列产权、法律问题。房产和地产从理论上是可分开的,但在现实交易上是紧密联系不可分割的。一方面房屋必须建立在土地上,它不能离开土地而存在;另一方面土地必须通过房屋来实现其价值,是房屋不可缺少的组成部分。但在我国现行的土

地制度下,房产和地产的产权却是截然分开的。我国实行土地的所有权和使用权分离政策,土地的所有权一律归国家所有,土地的使用权有偿出让给土地的使用者;房产的所有权和使用权可以归个人所有,可以一致,也可以分离。这样由于产权问题,给房地产交易带来了许多复杂性,例如,卖房不能卖地,出租房屋却不出售房屋所有权,土地买卖都只能是一定期限内土地使用权的买卖,而不包括土地的所有权等,可以说产权问题是房地产交易最复杂的一面,它要涉及许多法律问题,进行房地产交易必须熟知有关产权的各种法律法规,才能通过法律程序完成交易。目前,我国房地产的法律、法规主要有《民法》、《企业法》、《中外合资经营企业法》、《土地管理法》、《经济合同法》、《继承法》、《婚姻法》、《城镇国有土地使用权出让和转让暂行条例》和各种税法等。每一个房地产交易人都很难熟知所有的这些法律规定及合理的交易程序,因而,委托房地产交易经纪人代办各种手续是十分必要的。

受房地产商品固有属性的影响,房地产交易表现出上述特性,此外,房地产交易还具有以下特点:

1. 房地产交易的层次性。我国房地产市场是三级市场结构,使得房地产交易也呈现出层次性。房地产一级市场,是政府垄断的土地市场,主要进行土地使用权的出让。因而一级市场是土地交易市场,是土地使用权在土地所有者与使用者之间的纵向流通,由政府直接控制和垄断经营。房地产二级市场是房地产交易市场,是房地产开发企业与房地产使用者之间的交易市场,是房地产在土地经营者与土地使用者之间纵向流通。房地产三级市场是土地使用者将所取得的一定年限的土地使用权和房地产产权再转让的市场,是房地产在消费者之间的横向交易。对于不同层次的房地产交易市场,交易的主

体和交易的范围不同,国家也有不同的政策规定和法律程序,参与房地产交易的人不可能一时全面了解这些内容,借助于经纪人的帮助,便能够顺利地找到交易对象,完成交易。

2. 房地产交易主体广泛性。房地产交易主体是指房地产商品的供求双方。参与房地产交易的主体是十分广泛的,可以是政府、事业单位,可以是企业单位、金融机构,也可以是个人,外商或外国政府。在不同层次的市场上有不同的交易主体,其交易范围不同,例如,在一级市场上,土地需求者只能购买一定时期的土地使用权,而无权参与土地所有权的买卖。再例如,国家对外商参与我国房地产投资的有关事宜有专门的政策规定。此外,不同的供给者提供的都是有差异的房地产商品,满足不同的需求;而不同的交易主体其交易目的也不尽相同,有的是为了使用,有的是为了投资保值,也有的是为了投机等。交易目的不同,对于同一房地产商品,其愿意支付的价格不同,选择不同的交易对象将决定最终的交易效益。因而作为参与房地产交易的主体,只有熟悉各项房地产政策,才能明确自己的交易范围和权利;只有了解交易对方的动机及情况,才能作出最佳决策。

3. 房地产交易形式的多样性。不同的交易主体在不同的房地产市场上,可以选择不同的房地产交易方式,我国房地产交易方式有多种,除土地使用权的出让、转让、抵押等交易形式外,房产交易以及由房产交易涉及的地产交易方式主要有:

(1)房产买卖,这是房产的所有者将房产所有权和使用权一并出售的方式。房产买卖又有房产的现货交易和期货交易两种形式。目前,我国房产买卖经营主要包括办公用房、写字楼、宾馆、住宅等多项内容。

(2)房产的租赁,是指把房产的使用价值零星出卖,以收