

中国房地产经纪人
执业资格考试辅导教材

房地产 经纪概论

(第二版)

中国房地产估价师学会 编

2

33-43

7

中国建筑工业出版社

中国房地产经纪人执业资格考试辅导教材

房地产经纪概论

(第二版)

主编 张永岳 崔 裴

花
言

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/中国房地产估价师学会编. 2 版—北京: 中国建筑工业出版社, 2003

中国房地产经纪人执业资格考试辅导教材

ISBN 7-112-05847-3

I. 房… II. 中… III. 房地产业—经纪人—资格考核—
中国—教材 IV. F299.233

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 037759 号

房地产经纪概论

(第二版)

中国房地产估价师学会 编

*

中国建筑工业出版社出版、发行(北京西郊百万庄)

北京新丰印刷厂印刷

*

开本: 850×1168 毫米 1/32 印张: 8.25 字数: 202 千字

2003 年 5 月第二版 2004 年 4 月第五次印刷

定价: 30.00 元

ISBN 7-112-05847-3

F·469(11486)

版权所有 翻印必究

请考生注意识别:

本页用含有  图案的水印防伪纸印制; 本页用这种水印防伪纸印制的, 为正版图书。

中国房地产经纪人执业资格考试 辅导教材编审委员会

名誉主任：刘志峰

主任：谢家瑾

副主任：沈建忠

金一平

柴强

叶剑平

刘锦红

委员：张小宏

郭仁忠

崔裴

陈劲松

莫天全

王瑞春

赵鑫明

姚运德

范勇

刘洪玉

廖俊平

吴炳灏

杨佳燕

陈培新

黄顺清

卢航

王玉平

朱华

侯浙珉

李竹成

张永岳

胡志勇

蒙毅

胡文忠

艾建国

赵龙杰

陈早春

姜万荣

杨佳燕

陆克华

王子牛

冯长春

马云安

陈玉堂

陶建明

王全民

黄福来

肖楠

张学勤

倪吉信

本书编写人员

张永岳	崔 裴	苏继光	彭再康
顾志敏	彭加亮	李 岚	张炳奎
岳 昉	张 剑	汪海丽	刘华伟
吴徽辉	马露露	杨 杰	

目 录

第一章 房地产经纪概述	1
第一节 经纪	1
第二节 房地产经纪	10
第三节 房地产经纪行业	17
复习思考题	21
第二章 房地产经纪人员	22
第一节 房地产经纪人员的职业资格	22
第二节 房地产经纪人员的职业道德	28
第三节 房地产经纪人员的职业修养	36
第四节 房地产经纪人员的职业技能	45
复习思考题	50
第三章 房地产经纪机构	51
第一节 房地产经纪机构的设立	51
第二节 房地产经纪机构的经营模式	56
第三节 房地产经纪机构的组织形式	61
第四节 房地产经纪机构的人员管理	70
复习思考题	81
第四章 房地产交易流程与合同	82

第一节 房地产转让流程与合同	82
第二节 房屋租赁流程与合同	100
第三节 房地产抵押流程与合同	104
复习思考题	111
第五章 房地产代理业务	112
第一节 房地产代理业务的主要类型	112
第二节 房地产代理业务的基本流程	114
第三节 房地产代理合同	120
复习思考题	123
第六章 房地产居间业务	124
第一节 房地产居间业务的主要类型	124
第二节 房地产居间业务的基本流程	125
第三节 房地产居间合同	129
复习思考题	131
第七章 房地产经纪其他业务	132
第一节 房地产行纪和房地产拍卖	132
第二节 房地产经纪业务中的代办服务	137
第三节 房地产经纪业务中的咨询服务	145
复习思考题	147
第八章 房地产经纪信息	148
第一节 房地产经纪信息概述	148
第二节 房地产经纪信息管理	152
第三节 房地产经纪信息的计算机管理系统	157
复习思考题	164

第九章 房地产经纪行业管理	165
第一节 房地产经纪行业管理概述.....	165
第二节 房地产经纪行业管理的主要内容.....	172
第三节 房地产经纪职业规范.....	179
复习思考题.....	187
第十章 中国港台地区房地产经纪业	188
第一节 香港特别行政区房地产经纪业.....	188
第二节 台湾地区房地产经纪业.....	205
复习思考题.....	227
第十一章 美国房地产经纪业	228
第一节 美国房地产经纪业的历史与发展.....	229
第二节 美国房地产经纪业的基本制度.....	235
第三节 美国房地产经纪业的行业管理.....	240
第四节 美国房地产经纪机构及业务运作.....	246
复习思考题.....	254

第一章 房地产经纪概述

房地产经纪是全社会经纪活动的一个重要部分,在房地产业的发展 and 房地产市场的繁荣过程中起着十分重要的作用。本章作为全书的概述,从阐述经纪的概念和起源入手,论述了房地产经纪的内涵、特性和房地产经纪活动的基本类型,介绍了房地产经纪行业在中国的发展及意义。

第一节 经纪

一、经纪的概念

(一)经纪的内涵

经纪作为一种社会经济活动,即经纪活动,是社会经济活动中的一种中介服务行为,具体是指为促成各种市场交易而从事的居间、代理及行纪等的有偿服务活动。在中国,房地产经纪人员从事房地产经纪活动必须以房地产经纪机构为载体。

在现实生活中,无论何种经纪活动,均包括下列两层基本涵义:

其一,经纪活动是一种中介活动,主要是提供信息和专业服务来进行牵线说合,促成交易。

其二,经纪机构提供中介服务,是以赢利为目的,通过佣金方式取得其服务的报酬。

(二)经纪的特点

经纪作为一种社会中介服务活动,主要有下列 5 个特点:

1. 活动范围的广泛性

市场上有多少种商品就会有多少种经纪活动,不仅包括有形商品,还包括无形商品,社会需求的千差万别为经纪活动提供了广泛的空间。

2. 活动内容的服务性

在经纪活动中,经纪主体只提供服务,不直接从事经营。经纪机构对其所中介的商品没有所有权、抵押权和使用权,不存在买卖行为。经纪机构的自营买卖不属于经纪行为。

3. 活动地位的居间性

在经纪活动中发生委托行为的必要前提,是存在着可能实现委托人目的的第三主体,即委托人目标的承受人。而经纪服务的行为人,只是为委托人与承受人所进行的事项发挥居间撮合、协助的作用。接受不存在第三主体的委托事项,不属于经纪服务。

4. 活动目的的有偿性

在经纪活动中,经纪机构所提供的服务是一种服务商品,不仅有一定的使用价值,而且具有交换价值,因此提供服务的经纪机构有权向享受服务的委托人收取合理的佣金。佣金是经纪机构应得的合法收入。

5. 活动责任的确定性

在经纪活动中,经纪机构与委托人之间往往通过签订经纪合同,明确各自的权利和义务。在不同的经纪方式下经纪人员承担不同的法律责任和义务。明确的法律关系,是经纪活动中双方诚实守信的基础。

(三)经纪活动的方式

一般而言,经纪活动最主要的方式为居间、代理及行纪。

1. 居间是指经纪机构向委托人报告订立合同的机会或者提供订立合同的媒介服务,撮合交易成功并从委托人取得报酬的商业行为。这是经纪行为中广泛采用的一种基本形式。其特点是服务对象广泛,经纪人员与委托人之间一般没有长期固定的合作关

系。

2. 代理是指经纪机构在受托权限内,以委托人名义与第三方进行交易,并由委托人直接承担相应法律责任的商业行为。经纪活动中的代理,属于一种狭义的商业代理活动。其特点是经纪机构与委托人之间有较长期稳定的合作关系,经纪人员只能以委托人的名义开展活动,活动中产生的权利和责任归委托人,经纪人员只收取委托人的佣金。

3. 行纪是指经纪机构受委托人的委托,以自己的名义与第三方进行交易,并承担规定的法律责任的商业行为。行纪与代理的区别有两点:一是经委托人同意,或双方事先约定,经纪机构可以以低于(或高于)委托人指定的价格买进(或卖出),并因此而增加报酬;二是除非委托人不同意,对具有市场定价的商品,经纪机构自己可以作为买受人或出卖人。从形式上看,行纪与自营很相似,但是除经纪机构自己买受委托物的情况外,大多数情况下经纪机构都并未取得交易商品的所有权,他是依据委托人的委托而进行活动。从事行纪活动的经纪人员拥有的权利较大,承担的责任也较重。在通常情况下,经纪机构与委托人之间有长期固定的合作关系。

目前中国对经纪活动的定义相对较宽泛,不同的行业有不同的特点,对相关经纪活动涵义的阐述也略有区别,特别是对行纪行为是否属于经纪行为有较大争论。但是,不论何种行业的经纪活动,以获取报酬为目的,为促成他人交易而进行活动的这一特征却是共同的。

(四) 经纪收入

佣金是经纪收入的基本来源,其性质是劳动收入、经营收入和风险收入的综合体。它是对经纪机构开展经纪活动时付出的劳动、花费的资金和承担的风险的总回报。国家保护经纪机构拥有从事合法经纪活动并取得佣金的权利。

佣金可分为法定佣金和自由佣金。法定佣金是指经纪机构从事特定经纪业务时按照国家对特定经纪业务规定的佣金标准获取的佣金。法定佣金具有强制效力,当事人各方都必须接受,不得高于或低于法定佣金。自由佣金是指经纪机构与委托人协商确定的佣金,自由佣金一经确定并写入合同后也具有同样的法律效力,违约者必须承担违约责任。

除法律法规另有规定外,佣金的支付时间由经纪机构与委托人自行约定,可以在经纪成功后支付,也可以提前支付。经纪机构在签订经纪合同时,应将佣金的数量、支付方式、支付期限及中介不成功时中介费用的负担等明确写入合同。经纪机构收取佣金时应当开具发票,并依法纳税和缴纳行政管理费。经纪机构可以在签订合同时预收部分佣金和费用,也可与委托人签订“专有经纪合同”。

在经济活动中,有一类与佣金貌似相同的东西,那就是回扣。虽然回扣与佣金有很多相似之处,它们都是商品经济发展的产物,在正常运作的条件下都能起到促进商品流通的作用。给付经纪机构佣金和给对方采购员一定的回扣都是企业的促销手段,但两者之间有本质的差别。佣金是经纪机构开展经纪业务所得到的合理合法收入,它是由经营收入、劳动收入和风险收入构成的综合体。佣金以经纪合同为依据,由委托人支付给经纪机构而不是具体经办业务的经纪人员个人。只要经纪合同是合法的,佣金就是经纪机构正大光明的合法收入。而回扣是由卖方暗中转让给买方具体经办人的一部分让利,既不是风险收入,也不是劳动收入和经营收入。收受回扣属于违法违规行为。此外,信息费也是一类易与佣金混淆的概念。在多数情况下,佣金和信息费都是用户为获取某种服务或信息而支付的费用,是收集、加工信息所耗费的人力、物力的补偿,但两者有明显的区别。首先,是两者的性质不同。信息费是出卖信息商品的销售收入,无论信息以何种介质为载体,也无

论信息有何种用途,只要将信息售出,即可收取,它从属于信息咨询业。而佣金则是对经纪机构提供服务的报酬,而且这种服务是经纪机构为了满足委托人的某种商业需要而付出的,提供的信息往往只是这种服务活动中的部分内容,经纪机构与委托人之间是一种雇与佣的关系。其次,两者作用的效果也不同。支付信息费满足了买方的信息需求,卖方只要保证信息准确、及时就可达到加速信息有效传播的效果。而支付佣金则是为了实现委托人进行交易的具体目的,只有当目的实现了,一项经纪业务才算最终完成,它作用的最终效果应是商品交易的成功,而不仅仅是提供信息。

二、经纪的起源

经纪活动涉及生产、流通、消费等各个环节,它是商品流通的润滑剂,对加速商品流通、实现商品价值、促进社会再生产的顺利进行起着重要作用。从经纪产生的历史看,经纪是商品生产和商品交换发展到一定阶段的产物。它以商品生产和商品交换为其产生和发展的前提,商贸活动是其产生和发展的土壤。其实,经纪本身就是商贸活动中的一种经营方式,经纪人员是为商品生产和商品流通服务的经营者。

在原始社会早期和中期的漫长年代里,没有商品生产和商品交换。到了原始社会后期,人类社会发生了第一次大规模的社会分工,即畜牧业和农业的分离。分工促进了劳动生产率的提高,农业部落和畜牧业部落都有了剩余产品,同时,不同部落都需要自己所不能生产的产品,从而既有了商品交换的需要,又有了商品交换的可能。

随着生产力的进一步发展,在父系氏族公社时期,发生了第二次社会大分工,即手工业和农业的分离。手工业从农业中分离出来,便出现了以交换为目的的商品生产者,使得交换的范围不断扩大,数量也越来越多,商品交换的手段也由直接的物物交换发展为

以贵金属货币为媒介的交换。

随着商品生产的进一步发展,商品交换的范围和规模不断扩大,商品生产者用来买卖商品的时间也越来越多。而买卖所费的时间会侵占他们的劳动时间。因此,商品交换活动同商品生产活动便产生了矛盾,特别是在商品行销区域不断扩大和远方市场出现以后,这种矛盾越来越突出。为了解决这种矛盾,客观上要求把商品交换事务从商品生产者那里独立出来,以利于商品生产的发展。于是社会上就出现了一种专门从事商品交换而不从事商品生产的人,这就是第三次社会大分工,即商业从生产中分离出来。第三次社会大分工创造了一个特殊的阶级——商人,创造了一个新的行业——商业,即专职媒介交换的行业。因而商品交换形式也由简单的商品流通形式,发展到以商业为媒介的“货币——商品——货币”的发达商品流通形式。

最初的商品交换是分散进行的,没有固定的场所和时间。随着商品生产的发展,商品交换越来越频繁,于是出现了集市,把众多的买者和卖者集中到一起进行交易。但是在集市上,每一个人入市者并非都对市场的情况了如指掌,熟谙交易技巧。这就需要那些经常出入于市场,了解市场情况,熟悉市场行情和交易技巧的人,在市场上充当交易的中介,公正、诚实地为交易双方牵线搭桥,提供服务,从而使交易迅速实现。

到了近代和现代,社会分工日益发展,生产的社会化程度日益提高,市场迅速扩大,商品经济内在的供求矛盾日益突出。一方面,众多的生产者不能及时找到消费者;另一方面,众多的消费者找不到合适的商品。传统的商业形式并不能解决这一矛盾,商业新的组织形式和经营方式不断革新涌现。一部分掌握各种信息和购销渠道的人为交易双方提供信息介绍和牵线服务,促成交易的实现,由此产生了人类经济活动的全新行业——经纪业。尤其是市场的细化和专业化程度的提高,交易的难度和费用提高,在一些

专业市场上更需要那些具有专门知识和交易技巧的人为客户提供服务或代客户进行交易。经纪人员成为市场运行必不可少的部分,并通过提供服务获得经济收入。由此看出,经纪的产生和发展是商品生产和商品交换发展的产物,是社会分工的必然结果。

在中国古代,从事经纪活动的人叫牙人,又叫牙郎、牙侩、牙子。最早见诸文字记载的中国古代经纪人员是西汉的“狙会”,又叫“狙侩”。《资治通鉴》注解:“牙郎,狙侩也。南北物价定于其口,而后相与贸易。”明确指出了牙郎与早期的狙侩相似,是贸易的中介。中国古代经纪人员的行业组织最早可以追溯到唐代。唐代的行业至少有 120 种以上,新兴行业有东坊、邸店等。邸店是安寓客商、代客寄存货物、为客商提供洽谈交易条件的堆栈。经营者即店主人,往往就是牙人。可以说,邸店实际上就是牙行的雏形。

经过漫长的历史演变,经纪业务随着现代市场经济的发展而日趋完善。在当今的西方发达国家,经纪行业相当发达,经纪机构林立,业务范围十分广泛,他们涉足的领域包括商品和证券买卖、劳动雇佣、房地产交易、融资借款、保险,甚至体育比赛、文艺演出、图书出版等各个领域。在西方相当多的国家,生产厂家的对外销售都是通过经纪人来完成的,经纪人在制造商与消费者之间建立了买卖关系。这些国家的国际分销系统机制发育完善,制造商可以通过委托代理方式,与国际贸易中间人及他国进口中间人签订销售合同。这种业务一般都是通过本国出口商和他国进口商达成商品所有权交割协议。现代市场经济条件下,经纪业已经发展到了相当高的水平。

三、经纪的作用

经纪的作用集中表现为经纪在各种社会经济活动中的沟通和中介作用,即沟通市场供给与需求,提供说合买卖的中介服务。经纪可以使交易双方预先掌握有关专业知识,减少双方信息沟通时

间,从而加快交易速度,避免不必要的交易无效,提高交易效率。经纪机构就是为交易双方互通信息、提供专项服务、受一方委托与另一方具体接触磋商的桥梁。

在中国社会主义市场经济中,经纪活动的作用具体体现在以下方面:

1. 传播经济信息

随着中国社会主义市场经济的形成和发展,市场竞争必然日益加剧,中国企业的生产和经营面临众多的竞争对手,触及各种类型的市场,企业靠自身的能力难以掌握多种市场信息,从而需要通过经纪的中介服务来把握有关商品需求与生产的信息。

经纪能够发挥信息传播作用。因为从事经纪活动的经纪人员都是活跃在各个市场的专业人员,他们依靠自身的专业知识,借助中介组织的优势和有效的设备,能够针对性很强地汇集和把握市场供求双方的信息。通过中介过程的实施,买卖双方也就能对自己买卖商品的行情和有关信息有清晰的了解。

2. 加速商品流通

随着中国市场体系的进一步完善和细化,每一个专业市场将不断调整、更新其交易规则,并强化其专业特点。企业靠自身的能力往往难以及时、准确地把握市场交易规则,从而需要通过经纪的中介服务来抓住交易时机,迅速实施交易。

经纪能够发挥加速商品流通的作用。这是因为从事经纪活动的经纪人员常常能较系统和连续地掌握某类商品供求的有关信息,因此对此类商品的供求变化趋势就能有较准确的分析和判断。同时,从事经纪活动的经纪人员在各自熟悉的专业领域中不断实践,积累了丰富的交易经验和熟练的交易技巧,因此在每个交易环节上,能够综合行情及价格走势,照顾各种交易因素,结合交易规则 and 法律法规的要求,及时地提出可行的分析和判断,熟练地办理繁琐和复杂的手续,帮助交易双方顺利通过各个交易环节,以合理

的价格、最短的时间来完成交易。

3. 优化资源配置

资源的合理配置,主要是指人力、物力、财力在各种不同的使用方向之间的合理分配。资源在产业、地区、企业之间的合理配置取决于市场的完善,而供求双方良好的沟通和健全的市场竞争机制,将驱使企业有效利用资源,使之发挥尽可能大的作用。市场的这一功能需借助经纪的作用才能很好地体现。由于经纪的最基本作用就是沟通供求双方,发挥信息传播作用,通过委托业务将有关产品竞争力的分析和判断传播给企业,从而为企业调整资源配置提供必要的依据和市场向导。同时,在经纪活动中,由于经纪人员与客户之间“无连续性关系”的重要特征,因而经纪人员是在市场上广泛的客户层面中依据公认的竞价原则为买主寻找卖主,或为卖主寻找买主,这种顺应市场竞争规律的持续的经纪活动过程,会引导企业等买卖双方将资源向合理的方向配置。可见,经纪服务能发挥优化资源配置的积极作用。

4. 推动市场规范完善

经纪活动数量的增加和质量的提高,将加大商品交换的范围,加快商品交换的速度,增加商品交换的数量,进而促使市场更加活跃。同时,经纪活动的参与,有助于专业市场发展。这将使市场结构不断完善。同时,由于经纪业务的展开和发展,将增加对市场信息的需求量,并提高对信息的汇集、处理和传播的质量要求,从而在客观上推动了市场硬件和软件的现代化建设。

通过经纪活动,经纪人员可以积累大量的交易经验,并且能够加以归纳整理,因此经纪人员能把握交易的规律性特点,从而能够通过企业的委托业务,影响企业在竞争中的行为从不规范转向规范。可见,在市场管理部门规范化管理的指导下,经纪人员通过自身的努力,通过中介组织的协调,能够发挥推动市场规范化的积极作用。