

本书是根据房地产市场发展的需要,结合最新的宏观调控政策和大量实践成果,针对房地产中介行业中的房地产经纪、房地产代理、房地产咨询、房地产项目策划、房地产价格评估等几个领域中的基本理论、运作内容、运作流程、运作技巧、组织模式等方面逐一阐释。

从内容上看,这本书既保证了系统性,又有很强的实用性和示范性,注重基本理论与实际案例的结合,其中关于房地产行纪、房地产代理风险防范及经纪合同等一系列房地产中介关键技术要点构成了本书的鲜明特色。

本书适合于房地产经营管理、工程管理等相关专业本科生、高职高专学生教学使用。

图书在版编目(CIP)数据

房地产中介概论/吴翔华编著. —北京:化学工业出版社, 2006.5
(21世纪普通高等教育房地产经营管理系列规划教材)
ISBN 7-5025-8021-2

I. 房… II. 吴… III. 房地产业-中介组织-高等学校-教材 IV. F293.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 043055 号

21世纪普通高等教育房地产经营管理系列规划教材

房地产中介概论

吴翔华 编著

责任编辑:唐旭华

文字编辑:朱磊

责任校对:李林

封面设计:尹琳琳

*

化学工业出版社 出版发行
教材出版中心

(北京市朝阳区惠新里3号 邮政编码 100029)

购书咨询:(010)64982530

(010)64918013

购书传真:(010)64982630

<http://www.cip.com.cn>

*

新华书店北京发行所经销

大厂聚鑫印刷有限责任公司印刷

三河市延风装订厂装订

开本 720mm×1000mm 1/16 印张 15 $\frac{3}{4}$ 字数 331千字

2006年6月第1版 2006年6月北京第1次印刷

ISBN 7-5025-8021-2

定价:25.00元

版权所有 违者必究

该书如有缺页、倒页、脱页者,本社发行部负责退换

21 世纪普通高等教育房地产经营管理系列规划教材

编审委员会

主 任 聂琦波

副主任 瞿富强 吴翔华

委 员 聂琦波 郭宗逵 瞿富强 吴翔华 张晓牧

蒋黎暉 姚玉蓉 钟萍萍 陈江红

编写说明

自 1998 年以来,为了适应加强基础,拓宽专业,培养宽口径工程管理专业人员的需要,教育部将房地产经营管理专业和建筑管理工程等专业合并为工程管理专业。经过这些年的发展,房地产经营管理的本科专业教育有了长足的进步,有的院校采用工程管理专业(房地产经营管理方向)的形式,有的采用工商管理专业(房地产经营管理方向)的形式,还有的采用土地资源管理专业(房地产经营管理方向)的形式。自 2002 年开始,已出现了直接用“房地产经营管理专业”(目录外专业)招生的院校,而且数量在逐渐增多。此外,高职高专目前采用“房地产管理”或“房地产经营管理”作为专业名称的就更多了。

众多院校的选择充分说明了该专业的市场需求现状与前景,然而该专业目前使用的教材却良莠不齐,有的教材内容陈旧,有的教材体系不完整,导致任课教师很难选择到合适的教材,因此由南京工业大学牵头,多所高校的专任教师共同参与的“21 世纪普通高等教育房地产经营管理系列规划教材”正是弥补了市场的空白。

本套系列规划教材共计 8 本,计划分两个写作周期出版,其中第一批教材包括《房地产开发与经营》、《房地产估价》、《房地产经济学》、《房地产中介概论》;第二批包括《房地产营销策划》、《管理学概论》、《物业管理》、《经济法》。

本套系列教材的主要特点如下。

(1) 房地产经营管理专业方向的学生需要综合的广博的知识,这使得该系列教材所涉及的课程数目多,横跨房地产业、管理、经济、法律等多个学科。组织这个课程体系的难度很大,但在编写中注重了理论分析的准确、清晰、简明,反映经典的和最新的理论研究成果。

(2) 教材的内容新颖。我国已经加入 WTO,我国的房地产行业的发展、房地产人才的培养必须与国际接轨,教材的编写必须既符合我国的国情,又要反映国际上最新的内容,能够反映最新的、常用的、规范的操作内容和最新的政策与法规,最新的历史数据等。因此,该套教材在编撰过程中注重吸收了国外教材的长处,穿插大量的、最新的、综合性的实际案例以及图片、实景照片、复习思考题等,帮助学生深入理解理论知识,增强学习兴趣,增强实践动手能力与灵活运用理论知识的能力。

(3) 按照高等学校工程管理专业(含房地产经营管理)指导委员会制定的培养方案及课程教学大纲的要求、课时分配来设计教材体系与教材容量。使每门课有自己完整的知识体系,又要求尽可能多地介绍一些新的内容,以扩大学生的知识面。

(4) 在过去相关专业的教学体系中,有些课程内容有明显的重叠和内容不

全，必须既尽量减少课程之间的内容的重叠，又作一些补缺。在本系列教材的策划和编写过程中，除了十分注重上述这些矛盾和问题的解决之外，编委会与各本教材的主编还将充分考虑到房地产经营管理与其他管理专业、土木工程专业之间的相关性，因此，在教材的编写体系与内容上兼顾了这些专业的需要，也可为这些专业所采用。

(5) 本系列教材参编的老师都长期在房地产经营管理及其相关专业从事专业课程的科研、教学，具有丰富的研究成果和教学经验，曾编写过许多教材。有的老师还曾参加过国家级、省部级规划教材的编写，同时他们都参与了大量的房地产行业的实践，为本套教材内容上的新颖、实用提供了有力的保证。

总之，本套系列规划教材着重强调基本理论与实证分析相结合，在内容上既有系统性，又有很强的可读性、实用性和示范性，同时注重吸收了建筑学、工程经济学、市场营销学、项目管理学、建筑策划理论、风险管理理论等相关学科的最新成果。每位主编都有多年教学和实践经验，各本书的书名是传统的，但在对具体内容充分把握后，能够对目前房地产教材及参考用书编写的传统结构有所突破，以方便读者更好掌握课程精髓为目的，以创新为核心，重新构架全书的结构。不仅可以作为大专院校本科生、高职高专学生的教材，也可以作为房地产开发企业、房地产市场研究机构、房地产经纪机构、房地产市场管理部门的从业人员参考用书、继续教育用书。

21 世纪普通高等教育房地产经营管理系列规划教材
编审委员会
2006 年 1 月

前 言

改革开放二十年以来，房地产中介行业的从业人员队伍迅速扩大，随着房地产市场的迅猛发展，房地产中介业面临着新的挑战和发展机遇。目前，我国各类房地产中介服务机构已超过 2 万家，其中房地产评估机构有 3500 家，提供评估、经纪、代理、咨询、策划等服务的房地产中介行业的各类从业人员约有几十万人，并且仍在不断增加。我国加入 WTO 后，将会有一大批国外房地产中介机构进入我国房地产中介服务领域，房地产中介机构和中介人员的数量还会迅速增长。目前部分高校的房地产经营管理、工程管理、土木工程等专业陆续开设“房地产中介概论”的相关课程，其目的在于培养具备综合素质的房地产中介专业人才。与此同时，建设部、人事部为了进一步规范房地产中介业，加强对中介人员执业资格的管理，也相继出台了中介人员的执业资格考试制度及一系列有关房地产中介行业的法规，其目的在于规范整个房地产中介市场的运作，加强对房地产中介机构的管理，提高从业人员的专业素质。

虽然房地产中介业的发展呈现出良好的发展势头，但是，与国外相比，我国的房地产中介机构由于起步较晚，在执业标准、执业规则、专业人员素质、技术手段、运作经验和管理经验方面都有待全面提高。由于我国现阶段房地产中介总体上仍然比较稚嫩，竞争力弱，与国际规则的要求和发达国家成熟的房地产中介服务体系相比，还存在着不少的差距。我国当前房地产中介业中，大量的从业人员普遍缺乏必要的、系统的理论学习和指导，有关房地产中介方面的参考书、工具书也一直较为贫乏。

本书正是根据房地产市场发展的需要，结合最新的政策和实践成果，从房地产中介行业中的房地产经纪、房地产代理、房地产咨询、房地产策划、房地产价格评估等几个领域入手，对房地产中介业的基础理论、运作内容、运作流程、运作技巧、组织模式、合同、技术要点及风险防范等方面逐一阐释。本书的主要特点是注重基本理论与案例分析相结合，内容既有系统性，又有很强的实用性和示范性。

本书主要作为高等学校、高职高专工程管理、房地产经营管理等相关专业的教材，也可作为本行业培训考试教学用书及房地产中介行业的从业人员的参考用书。

编著者

2006 年 2 月

目 录

1 房地产中介概述	1
1.1 房地产中介的基本概念	1
1.1.1 房地产中介的定义与内涵	1
1.1.2 房地产中介活动的特点	2
1.2 房地产市场与房地产中介	3
1.2.1 房地产市场的分类	3
1.2.2 房地产中介在房地产市场中的活动	6
1.3 房地产中介基本理论	7
1.3.1 信息的非对称性与委托代理理论	7
1.3.2 代理与中介	9
1.3.3 房地产营销渠道理论	10
1.4 房地产中介业的发展状况	15
1.4.1 房地产中介业的过去	15
1.4.2 房地产中介业的现在	16
1.4.3 房地产中介业的展望	18
复习思考题	20
2 房地产中介市场运作	21
2.1 房地产中介市场构成	21
2.1.1 房地产中介市场的主体	21
2.1.2 房地产中介市场的客体	21
2.1.3 房地产中介市场的运行方式	22
2.2 房地产中介市场管理	24
2.2.1 房地产中介市场管理体系	24
2.2.2 房地产中介市场管理的方法	25
2.3 房地产中介服务价格	26
2.3.1 房地产中介服务价格的构成	26
2.3.2 房地产中介服务价格的确定	31
2.3.3 房地产中介服务价格的支付形式	32
复习思考题	32

3	房地产中介组织	33
3.1	房地产中介组织的设立	33
3.1.1	房地产中介机构的组织形式选择	33
3.1.2	房地产中介机构的分类	34
3.1.3	房地产经纪机构的设立	36
3.1.4	房地产评估机构的设立	36
3.2	房地产中介组织模式	39
3.2.1	房地产中介组织模式的特点	40
3.2.2	房地产中介组织的基本模式	40
3.3	房地产中介组织的连锁经营	42
3.3.1	房地产中介业连锁经营的发展与分类	43
3.3.2	房地产中介业连锁经营形式比较	45
3.3.3	特许连锁经营的优势	45
3.3.4	特许连锁的管理	46
3.4	房地产经纪机构特许加盟连锁案例	48
	复习思考题	49
4	房地产居间	50
4.1	房地产经纪业的内容	50
4.2	房地产居间业务的相关知识	51
4.3	房地产转让居间流程	53
4.4	房地产转让居间合同	59
4.5	房地产租赁居间流程	65
4.6	房地产租赁居间合同	69
4.7	房地产经纪管理信息化	72
	复习思考题	75
5	房地产代理与行纪	76
5.1	房地产代理的类别	76
5.2	房地产代理价格确定	78
5.3	房地产代理的流程	79
5.4	代理模式的风险分析	84
5.5	房地产代理的市场选择程序	87
5.6	房地产代理销售合同	90
5.7	房地产行纪业务	92
	复习思考题	95
6	房地产信息咨询	96
6.1	房地产咨询的基本概念	97
6.1.1	房地产咨询的作用	97
6.1.2	房地产咨询业务范围	98

6.1.3 我国房地产咨询业的现状与对策	100
6.2 房地产信息的收集与利用	101
6.2.1 房地产信息的特点	101
6.2.2 房地产信息服务的内容	101
6.3 房地产市场调查的内容	104
6.4 房地产市场调查的步骤与方法	106
6.4.1 房地产市场调查的步骤	106
6.4.2 房地产市场调查方法	111
6.5 房地产市场调查报告案例	116
复习思考题.....	121
7 房地产项目策划	122
7.1 房地产项目策划的起源与发展	122
7.2 房地产项目策划的基本要求	124
7.3 房地产项目策划的基本原则	126
7.4 房地产项目策划中的基本方法	129
7.5 房地产项目策划的基本流程	130
7.6 房地产项目策划报告的内容	135
7.7 房地产项目策划案例	144
复习思考题.....	164
8 房地产价格评估	165
8.1 房地产估价概述	165
8.2 房地产价格及其影响因素	174
8.3 房地产价格法则	179
8.4 房地产估价基本原则	183
8.5 房地产估价基本方法	186
8.6 房地产估价程序	198
8.7 房地产估价机构的管理	211
复习思考题.....	218
9 海外房地产中介业	219
9.1 美国的房地产评估业	219
9.2 英国的房地产评估业	222
9.3 香港地区房地产经纪业	225
9.4 美国的房地产经纪业	228
复习思考题.....	230
附录	231
参考文献	242

房地产中介概述

本章要点 房地产中介行业是房地产业的重要组成部分，房地产中介贯穿在房地产业经济运行的全过程之中，为房地产业的生产、流通和消费提供了多元化的中介服务。本章重点介绍了房地产中介的基本概念、房地产中介在房地产市场运作中的角色以及房地产中介的理论来源。

1.1 房地产中介的基本概念

房地产的概念有广义和狭义之分。广义的房地产概念是指固定在土地及土地上的永久性建筑物、基础设施、水和矿藏等自然资源；狭义的房地产概念仅指土地上的永久性建筑物和由它们衍生出来的各种权益。

房地产业是从事房地产综合开发、经营、管理和服务的综合性行业，是一项新兴的独立产业，是城市第三产业的一部分。房地产业是商品经济发展的产物，它随着商品经济的发展和扩大而发展和扩大。在我国，把房地产业作为一个经济部门，开展各种经营活动，建立房地产市场，是从实行经济体制改革之后才开始的。

房地产业可以分为房地产投资开发业和房地产中介服务业。房地产服务业又可以分为房地产中介服务业（含房地产咨询、房地产价格评估、房地产经纪等）和物业管理业（见表 1-1）。

表 1-1 房地产业的构成

房地产业					
房地产服务业			物业管理业		房地产投资开发业
房地产中介服务业					
房地产咨询	房地产价格评估	房地产经纪			

1.1.1 房地产中介的定义与内涵

狭义的房地产中介是指在房地产市场中，以提供房地产供需咨询、协助供需双方公平交易、促进房地产交易形成为目的而进行的房地产租售的经纪活动、委托代理业务或价格评估等活动的总称。广义的房地产中介服务，是指覆盖房地产投资、经营管理、流通消费的各个环节和各个方面，为房地产的生产、流通、消费提供多元化的中介服务。按照《城市房地产管理法》的规定，我国房地产中介服务主要表现为房地产咨询、房地产经纪和房地产估价三种形式，显然这是对房地产中介作了

狭义的理解。今后，随着我国市场经济的不断深入和房地产业的进一步发展，房地产中介服务必将会更加丰富和完善。

综合起来讲，房地产中介服务是为房地产投资、开发和交易提供各种媒介活动的总称，它包括房地产咨询、房地产价格评估、房地产经纪等活动。

房地产咨询是指接受客户的委托，为其提供信息、资料、建议，或为其提供房地产专项研究、市场调查与分析、项目策划、项目可行性研究等服务并收取费用的一种有偿的中介活动。目前，我国的房地产咨询业可以为房地产投资者提供包括政策咨询、决策咨询、工程咨询、管理咨询等在内的各种咨询服务，也可为房地产市场交易行为中的客户提供信息咨询、技术咨询等中介服务。

房地产价格评估是指以房地产为对象，由专业估价人员，根据一定的估价目的，遵循估价原则，按照估价程序，选用适宜的估价方法，并在综合分析影响房地产价格因素的基础上，对房地产在估价时点的客观合理价格或价值进行测算和判定的经营活动。

房地产经纪是由房地产经纪人（个人或机构，统称经纪人）完成的促进房地产市场交易顺利实现一系列居间、代理、行纪等中介活动，是以提取佣金为经营特征，为房地产买卖、交换、租赁、置换等提供信息及信托劳务工作的中介服务。

1.1.2 房地产中介活动的特点

房地产中介活动，主要是通过提供各种信息和咨询，依靠房地产中介机构的专业人员所拥有的各种专业知识，依靠他们特有的组织机构，特殊的活动方式和方法，为房地产市场的各种主体提供专业服务，因此它与一般的房地产开发与经营、房地产交易活动有很大区别。房地产中介服务有如下一些特点。

① 房地产中介活动具有内容的服务性，房地产中介是提供各类信息、咨询、估价、代理服务的经营性活动。这个行业的产物就是服务，服务的质量、水平标志着产品的质量、水平。在整个服务过程中，中介机构既不占有商品也不占有货币，主要是依靠自己的专业知识、技术、劳务等为房地产各种部门提供中介代理和相关服务。

② 房地产中介活动具有非连续性和流动性的特点。房地产中介机构在为客户提供服务时，就形成了中介人与委托人的关系，即服务和被服务的关系，这种关系不是长期的和固定的，而是就某一事项达成的一种契约关系，这种服务一旦完成，原有的契约关系也就解除，即委托—服务—终止。房地产中介机构就再去与其他的委托人建立新的服务与被服务的关系。房地产中介服务的这种特点容易引发两类问题：一是导致部分房地产中介机构忽略自身的责任，在提供短期服务的过程中以获取佣金作为唯一目的而采用欺骗、误导等手段故意损害委托方的利益；二是在中介行业竞争激烈的情况下，由于中介方与委托方通常缺乏长期合作的可能而导致委托方故意损害中介方的利益，如经纪人可能被交易双方“甩掉”导致其投入的时间和精力无法得到补偿、开发商违约导致代理商的佣金无法兑现等。

③ 房地产中介活动具有极大的灵活性。因为房地产中介服务机构与服务对象之间没有固定的联系和关系，不受交易对象的限制，也不受交易主体的制约，从而使它具有极大的灵活性。也就是说，它可以不受时间、地点、交易对象和交易方式

的限制，可以在任何地点、任何时间，为任何主体提供各种各样的服务。

④ 房地产中介活动的有偿性。房地产中介活动是一种提供专业性服务的第三产业。从本质上说，它也是一种经营活动，房地产中介机构向委托方提供了专业服务，也是为了取得报酬，获得利润。房地产中介活动的报酬和利润，就是房地产中介业务活动的劳务和服务的价格，即通常所说的佣金。它是中介活动完成以后，由房地产委托人按照签订的协议确定的支付金额，包括支付方式和支付时间。

⑤ 房地产中介活动具有独立性。房地产中介服务业是一个独立的并有一定社会地位的职业，具备独立的投资主体和自主经营的实体，无论是在房地产咨询、房地产评估、房地产经纪等活动中，都要求房地产中介服务机构具有独立性，在从事房地产中介服务的过程中，不受交易主体、委托方或其他方面的干扰，运用自身的知识、经验和技能，独立地开展中介服务，完成委托任务。

⑥ 房地产中介活动责任的明确性。委托方与中介方之间有明确的法律关系，委托合同就是这种法律关系的体现，通过合同明确双方各自的权利与义务，不同的中介服务活动承担不同的法律责任与义务。明确的法律关系是双方诚实信用的基础。

1.2 房地产市场与房地产中介

房地产市场是房地产交易的场所和流通的空间形式，是房地产投资、开发、买卖、抵押、典当等交易的活动场所，同时房地产市场也是房地产中介发挥作用的主要领域。

1.2.1 房地产市场的分类

房地产市场作为社会主义统一市场的子市场，也可以按不同标准进一步细分。

(1) 根据房地产的交换层次

按房地产的交换层次来划分，房地产市场可以划分为三个层次

① 一级市场 一级市场的主要活动内容是国家采用征购方式从农村集体经济组织手中取得土地所有权，并将这部分土地或原有的城镇土地的使用权转让给房地产开发经营者和土地使用者。它反映的是纵向经济关系。

在我国的城镇土地属国家所有，在我国的农村土地属农村集体经济组织所有。由于城镇是在不断发展和扩大的，这势必会产生对土地的需求，这部分所需的土地国家可以按照法律规定，采取带有一定程度的行政强制性的土地征购方式对农村集体经济组织所有的土地实行征用，并支付一定的征地补偿费。在市场经济条件下，这种征购所支付的土地补偿费由于市场力量的作用，正在逐渐接近土地所有权的市场价格。与此同时，这笔征地费用将呈现不断增高的趋势，因为农村土地和城镇土地一样，也具有增值趋势，土地的征购价格除了考虑原用途（农业）收益外，还应该适当考虑预期新用途的收益，也就是说，土地征购价格应当随着农村经济的发展，特别是乡镇企业的发展所引起的土地增值趋势而逐步有所提高。

国家在取得这部分土地所有权之后，国家以土地所有者的身份将这部分土地或

原来拥有的城镇土地的使用权纵向转让给开发商和土地使用者。此时的土地使用权交易市场又可以分为两种：一种是土地批租市场；另一种是土地租赁市场。土地批租市场是指国家将征用的土地、城市存量闲置的土地或生地的使用权，以批租的形式在明确规定用途、使用年限和其他使用要求的条件下，采用一次性收取地租的方式，有偿出让给房地产开发企业或土地使用者。土地租赁市场是指国家将征用的土地、城市存量闲置的土地或生地的使用权租赁给土地使用者，按年收取地租。

上述的土地征购市场、土地批租市场和土地租赁市场共同组成为国家垄断的一级房地产市场。这一级市场的出现，在一定程度上实现了变土地无偿征用为有偿征购、变土地的无偿使用为有偿使用的目标，改变了过去土地收益不归所有者而归使用者的利益颠倒的状况。

② 二级市场 二级市场以房地产开发经营活动为主要内容，其交易行为包括土地使用权的转让和房产所有权的让渡或房产使用权的转让。

房地产开发经营企业在获得土地使用权后，对土地加以投资开发，然后将投资开发形成的物业，以出售、出租、转让、抵押等方式从事房地产经营活动。二级市场反映的是一种横向经济关系，表现为房地产开发经营企业和消费者之间的交易行为。二级市场的卖主是房地产开发经营企业，买主是不确定的，价格主要是在市场中自发形成。随着市场经济的发展，房地产开发企业将发挥越来越大的作用，不仅住宅而且越来越多的工商企业和事业单位用房也将由他们开发，二级市场将日趋活跃与繁荣。

③ 三级市场 三级市场以房地产的使用消费活动为主要内容。它是指将由二级市场取得的房地产进行再转让、租赁、抵押等交易活动而形成的市场。这个市场上的卖主和买主都是不定的，几乎所有的土地使用者、房产所有者和房产使用者，包括企业、事业、单位、机关、个人都可能成为市场主体，价格也主要是在市场中自由竞争形成，同时，三级市场也是房地产中介服务活动的主要领域之一。

房地产这三级市场是相互促进、相互并存的。一级市场是国家垄断的出让市场，二级市场是放开的转让市场。一级市场是二三级市场生长、发展的前提和基础，起导向作用。一级市场的交易量将在很大程度上决定二级市场交易量；二级市场的活跃必然促进三级市场的兴旺。二三级市场是一级市场的延伸和扩大，二三级市场的健康发育将促进一级市场的进一步完善、扩大，没有二三级市场的交易活动，房地产商品的价值就不能实现，一级市场上的土地批租就不能顺利进行。这样，一级市场的垄断经营和二三级市场充分自由竞争，共同构成了一个完整的有机的房地产市场体系，发挥整体功能，促进房地产资源的优化配置和房地产业的繁荣发展。

(2) 根据房地产经济活动的内容

按房地产经济活动的内容不同，房地产市场可以划分为房地产投资开发市场、物业管理服务市场、房地产金融市场和房地产中介服务市场等。其中，房地产投资开发市场又可进一步分为房地产投资开发市场、房地产建筑施工市场和物业交易市场等。

① 房地产投资开发市场 房地产投资开发市场可以分解出三个子市场。

a. 房地产开发市场 房地产开发市场的最主要的主体主要是房地产开发商,其主要业务活动从选址和承租土地开始,服务于土地及地上建筑物和其他附着物的开发活动中的策划、建造、使用、直至拆毁的全过程。开发商之所以要服务于房地产的策划、建造、使用及拆毁全过程,是因为房地产的不可移动性带来的许多法律问题所造成的购买或租用土地所涉及的法律问题是建筑商无法应付的,楼房建成后的几十年的物业管理工作也是建筑商难以承担的。可以说房地产开发商在该市场上提供的商品是一种专业性的服务或劳务,所以,房地产开发市场属于第三产业的市场。

b. 建筑施工市场 建筑施工市场上最重要的主体是建筑商。这一市场上交易的商品不是已完工的建筑产品,而是房地产开发项目的承包工程合同。具体的程序是,建筑商通过投标或其他方式从开发商那里获得施工委托并同开发商签订施工合同,取得施工费,按合同兴建各种物业后将其交给开发商。建筑商并不与物业的用户和租户直接发生经济关系,只承担物业的兴建任务和维修责任。

c. 物业交易市场 交易方式分物业出租和物业出售两种方式。这一市场的主要活动主体是房地产开发商或开发商的代理商,其主要业务是出租或出售物业,包括住宅、办公楼宇、商业用房、工业用房以及其他地上附着物。这一市场在整个房地产市场上具有举足轻重的地位,主要因为:房地产商品的价值只有在这一市场上才能得以实现;开发商或其代理商直接面临物业的需求主体,可以直接反馈用户或租户的信息,用以指导各种要素的流向和今后的开发经营活动;城镇各经济部门和居民可以从这一市场上购买或承租自己的工作用房和生活空间。

② 物业管理服务市场 物业管理服务市场是以物业管理服务为交易对象的市场,是属于第三产业的市场。物业管理服务,就一般涵义来讲,是指物业出售和出租后的一切管理服务,其中包括:房屋的保养、维修、改建、局部更新改善;房屋的装饰、装修;住宅区的环境保护;公共设施的管理;治安保卫、文化娱乐等。从目前发达国家和地区房地产业发展的成功经验来看,是否具有一个功能健全、运行良好的物业管理服务市场,已经成为衡量房地产业和房地产市场成熟程度的重要标志,并且将直接影响房地产业能否持续、稳定、健康发展。

③ 房地产金融市场 房地产开发经营投资巨大,建设周期长且资金周转慢。因此,房地产开发经营活动需要巨大的资金支持,于是房地产金融市场便应运而生。房地产金融市场是房地产开发经营过程中货币金融通的场所,它贯穿于房地产开发市场、建筑施工市场、物业交易市场等市场交易的各个环节,其主要融资形式有发放房地产股票和债券、房地产抵押贷款以及提供房地产保险抵押等。可以说,房地产金融市场是与房地产开发市场、建筑施工市场和物业交易市场发展需要相配套而派生出来的市场。房地产金融市场的形成,为房地产开发经营活动提供了众多的筹资渠道和方式,加快了整个市场上的资金运转速度,提高了房地产的开发经营效益。在现阶段,房地产金融市场的活跃还可以大大加快我国住房制度的改革进程。

④ 房地产中介服务市场 房地产中介服务市场是以房地产经济活动所需的中介服务或劳务为交易对象的市场,是属于第三产业的市场。房地产中介机构所提供

的中介服务渗透于房地产活动的各环节和方面，建立运行规范的房地产中介服务机构是发展房地产业的客观要求。

(3) 根据房地产的类型

根据房地产类型的不同类别，可以将房地产市场划分为土地市场、住宅市场、商业用房市场、工业用房市场和其他房产市场等。

(4) 根据房地产的状态

根据房地产状态的不同类别，可以分为期房市场和现房市场。有时把期房称为预售房，把现房称为存量房。

还有其他分类方法，在此不作一一介绍。

1.2.2 房地产中介在房地产市场中的活动

房地产市场的运行机制是由房地产市场交易主体、客体和市场信号在房地产市场运作过程中相互联系、相互作用而形成的，其一旦形成又作用于房地产市场运行过程之中，约束着房地产市场的各行为主体。房地产市场的运作过程大致可分为四大阶段，在每个不同阶段，房地产中介能够提供的服务内容主要包括以下几个阶段（见图 1-1）。

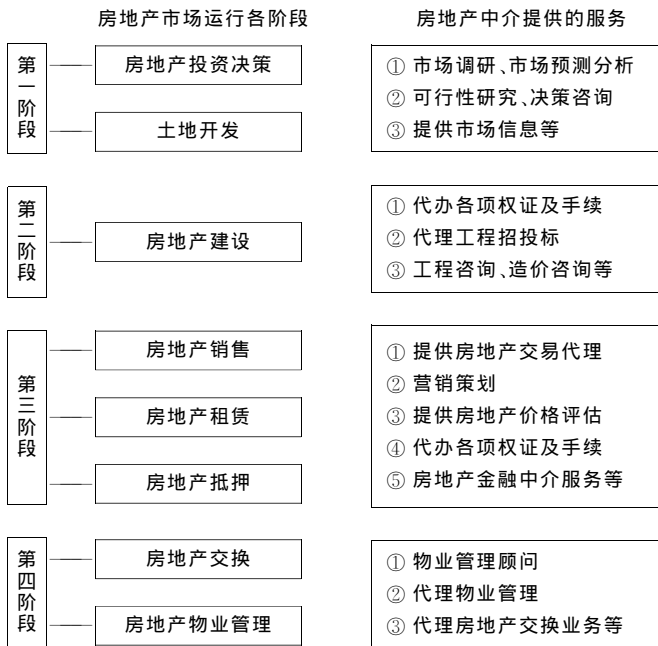


图 1-1 房地产中介与房地产市场

第一阶段的活动主要发生在地产市场上。首先，政府发布批租通告，然后房地产开发企业可通过查阅批租案例，进行投资咨询，从而做出投资决策；其次，房地产开发企业通过参加拍卖、招标，以及私下协议等方式获得土地使用权，并委托律师和房地产中介机构与政府和第一承租人签约和办理交割。

第二阶段的活动主要发生在房地产开发市场和建筑施工市场。房地产开发企业

获得土地使用权后，着手筹措资金。筹集资金的方式主要有：自有资金、抵押土地使用权获得贷款，发行股票和债券、预售房屋等。筹集资金后，开发商进行设计、建筑招标，由中标的建筑商开工兴建，最后竣工验收。

第三阶段的活动主要是物业的交易租赁活动，主要发生在物业交易租赁市场。房地产开发企业通过各种方式向公众发布待售和待租物业的消息，由购买者选择后，买卖双方直接或通过中介人商定成交价，预付定金。房地产开发企业也可以通过中介机构代理房屋销售，并按契约一次或分次向代理商支付佣金。供方难以一次支付房价时，可以到银行申请办理按揭贷款。

第四阶段的活动主要是物业管理，主要发生在物业管理服务市场。由专业物业管理公司向物业使用者提供治安消防服务、环境卫生管理、维修保养服务、绿化养护服务、家居服务等。

从上述运作过程可以看出，房地产中介服务，包括咨询、金融中介、经纪代理、物业管理等，始终渗透于市场运作的各个阶段，它们是房地产市场顺畅运作的基本保证。房地产市场的发展越成熟，与中介服务活动的结合就越紧密。

1.3 房地产中介基本理论

房地产中介的基本理论的建立对于加强和完善房地产中介市场的制度建设、规范行业准则、规范佣金标准及提取方式、提高房地产中介从业人员的业务能力有着重要作用。

1.3.1 信息的非对称性与委托代理理论

所谓信息的非对称性，是指契约关系中的一方在某一方面掌握着“私有信息”，即这些信息只有他自己了解，契约另一方则不了解。比如，生产厂家不了解空运货物的渠道和操作办法，但国际运输公司对空运业务则完全了解，它有这方面的专业知识，可以承揽生产厂家的这项业务，及时按客户要求办理空运业务。

信息的非对称性又分为两类：一类与所谓逆向选择问题相联系，即订立契约的一方在签订合约时，便把握私有信息；另一类与所谓道德风险问题有关，其特点是缔约一方的私有信息是在合约订立之后才发生的。在实践中，每一个人都对其他人有着信息上的优势，因为它掌握着某种独有的信息，要利用这些信息，就必须二者择一，或将需要依据这种信息作出的决策留给掌握信息的人来做，或得到他的积极合作。

现代经济学中的委托——代理理论，源自于对现代企业层级组织的分析，即针对企业内部关系来分析的。但是企业还有非常重要的外部关系问题，企业处于一个买卖双方对等的市场交易中，企业与外部的横向联系是一种森林型的结构关系，企业与外部的契约关系便是企业与外部的连接点。但是，企业外部信息的非对称性则更加显著，要想利用信息就必须寻找人“积极的合作”，理所当然，为此便要付出信息租金给“积极的合作”者即代理人。在市场经济条件下，信息资源是一种名副其实的“无形财富”，作为企业经营管理者，不仅应重视利用企业内部信息，而且

要注意开发利用企业外部信息。信息资源与自然资源不同，信息资源是一个取之不尽，用之不竭的资源，一方面以扩大再生产的形态不断再生出来，另一方面，随着社会化大生产，专业化分工协作的加深，信息在不断通过知识、技术、性能、经验等形态生成积累，且越来越庞大。人们要能在竞争中取胜，就必须获得竞争性的信息，而这种信息在企业外部是由他人掌握，必须委托他人或代理人才能得到。

在现代经济学中，代理关系被定义为一种契约关系。在这种契约下，一个或一些人即委托人，授权另一个人或另一些人即代理人为他们的利益而从事某项活动，其中包括授权代理人某些决策权力。这种委托代理关系则是通过委代双方订立明文或默契的合约进行的。管理和实施这类合约的全部费用，就是所谓的代理成本。美国学者詹森和麦克林二人，在1978年所发表的“公司的原理：管理行为、代理成本和所有权结构”一文中，把代理权分为三个部分：委托人的监督费用；代理人的担保费用；剩余损失，即委托人因代理人代替他决策时蒙受的损失。

委托—代理理论从一定意义上而言，就是力图降低代理成本，控制代理风险的理论。他们同时认为，这种委托—代理关系存在于一切组织，一些合作性活动，存在于企业的每一个管理层级上。

人们的社会生活中出现了有的人把某种活动委托给他人来代办和处理的行为，这种行为被称作代理。它区别于行为主体亲自从事某种特定活动，而是把该活动委托给他人来代理和处理，即由代理人来作为委托者办事的代表。

所谓代理制度，就是代理活动成为社会活动的一种既定方式，是代理行为的制度化，即商品经济发达的条件下委托他人代替自己进行民事活动的制度。这种制度是随着社会的发展而逐步发展起来的。早期的社会经济活动还没有这种需要，后来随着商品货币关系的发展，才出现了委托合同，即一个人可以委托别人代为办理某种事务。在资本主义制度下，由于商品交换关系高度发达，社会分工复杂多样，代理制度才有了很大的发展，因此代理制度是商品经济高度发达的产物。

商品经济的发展促进了信用关系的发展，为代理制的经营提供了可能，出现了为解决买者与卖者之间矛盾而产生的买方信用和卖方信用，又出现了中间商人与生产者和用户之间的信用关系。生产企业依附生产资本从事商品生产活动而将商品销售的任务交给代理商，代理商则垫付流通费用（不包括购买商品的费用）为企业寻找用户。流通企业按既定的价格代理生产企业签订销售合同并从中提取佣金，并能得到生产企业的承认，这是建立在生产者信用的基础上；而流通企业为生产企业开拓市场以及回收货款，这是建立在代理商信用的基础之上。所以，离开信用制度，代理制度就不能得以形成和维护。

在资本主义制度下，代理制度得以最终确立并有了很大发展。首先，资本主义社会是商品经济高度发达的社会，其交易规模大，交易范围广，交易日益频繁，加之社会关系极为复杂和多样化，各种复杂的经营活动，以及为适应复杂的经营活动而兴起的各种经营组织，又使得社会关系更为复杂，人们迫切需要通过他人行为进行民事活动，代理制度得到了广泛的应用。其次，资本主义社会中的法人经营组织形式，主要是公司的形式，在激烈市场竞争中要进行频繁而又广泛的经营活动，处

理各种复杂的关系，单纯依靠公司的董事会和经理、总裁或其他法定代表人等组织机构的活动是难以完成的，不能事事亲力亲为。为此，通过委托代理方式，由专门机构和各类专门人员来开展各项业务活动，参与民事生活，显得十分重要。再次，由于经济生活国际化，跨国公司、跨国集团在国际经济生活中占有举足轻重的作用，这使得代理制度更加国际化。

1.3.2 代理与中介

所谓代理，是指代理人按照本人的授权，代表本人同第三人订立合同或作其他的法律行为，由此而产生的权利与义务直接对本人发生法律效力，这里所说的本人就是指委托人，代理人就是受本人的委托替本人办事的人，而第三人则泛指一切与代理人打交道的人。所谓中介，是指介于市场主体之间，商品的生产者与经营者之间，以及个人与单位之间从事服务、协调、沟通、公证、评价、咨询等活动的总称，市场中介是随着商品交换要求而产生。

可以看出，代理与中介有许多的相似之处，他们都是利用交易双方信息的不对称性提供服务的。无论是生产者和购买者都想知道商品需求和可供的数量、质量、规格、售价等，靠交易双方各自收集对方信息，则需要相当的时间、人力和资金，即必须付出较高的交易成本。因此，交易双方都渴望得到一种服务，为双方提供信息，以求用较低的成本顺利地完成交易。随着代理制度的发展，代理机构的增多，服务内容也进一步拓展。一些机构开始为企业提供咨询、广告策划、信息收集、参与决策等各种各样的服务，由原来单一的交易代理变成了门类繁多，功能配套的中介机构，并成为市场经济的重要组成部分。

在市场经济中，中介组织被比作润滑剂、协调器、保险阀，这形象地说明，中介组织具有三个方面的重要作用，这就是减少市场主体之间的摩擦，规范市场主体行为、保护市场主体的利益。相比较而言，代理与中介的联系主要表现在以下几点。

① 他们都是为了经营者加快交易活动而提供服务的，无论是代理或中介，都是利用手中掌握的供求双方信息，发挥沟通、媒介作用，使商品供求顺利实施，使交易活动加快，市场活跃，促进经济发展。

② 代理与中介的发展有助于降低市场交易费用。代理与中介在市场交易中的介入会给供、需双方带来极大的便利，避免发生经济摩擦，增加交易的广度和深度，节约了大量的人力、物力、时间和费用，大大降低了交易成本。

③ 代理和中介对于改进市场主体，对市场决策起到了重要作用。市场活动需要各方面信息，代理机构和中介组织能比较方便地获取所需信息，反馈给市场主体，从而导致市场决策的准确，防止失误，以便达到预期的目的。有时，代理机构和中介组织在销售价格和市场划分上可以直接参与决策，这发挥了重要作用。

由于中介组织是从代理机构逐步发展而来的，因此，中介与代理有以下几点本质区别。

① 中介服务范围较广。社会各行各业需要什么，市场中介就服务什么，基本上不受行业限制。市场中介组织不仅是市场主体之间进行组合和协调的组织，同时