

2023-2029年中国房地产中介服务市场深度分析与发展前景报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国房地产中介服务市场深度分析与发展前景报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202306/366189.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

房地产中介服务行业服务于房地产市场，为房地产开发商提供新房的代理销售服务和顾问策划服务，为二手房的买卖双方提供经纪服务。房地产市场尤其是新房、二手房市场的成交情况对房地产中介服务行业影响重大。

房地产中介服务商在结合互联网的方式上主要有三类：一类是信息平台模式，主要是在大型的信息平台网站发布房源信息，如58同城、安居客等；第二类是由信息平台转为交易平台，即交易平台模式，如搜房网；第三类则是以经纪人为核心的中介自营模式，如链家。

未来，房地产中介企业可以通过四个方面进行突围。首先，利用互联网房地产整合营销平台，线上线下相结合，提供覆盖全产业链的综合服务。因此传统房地产垂直电商应积极布局线下环节，以搜房网代表，快速进军新房、二手房、租房经纪市场，而传统经纪商则应搭建线上营销平台。

其次，房地产中介涉及买卖、房源、价格等诸多数据。因此充分利用大数据技术，建立起贯穿中介全产业链的数据系统，运用统一的大数据平台，可有效降低企业平均成本，提高整体服务效率，实现高效的信息共享。

房地产中介产业链的联动效应十分显著，顾问策划服务往往与代理销售有着较强的联动性，而新房数据更是二手房数据的来源之一；而数据系统更是十分复杂，牵涉到买、卖、房、价等众多数据，所以单单做数据收集和整合这一部分就大有可为。

顾问策划业务数据库利于提高整个市场的专业性，降低行业平均成本。顾问策划业务本身就是以真实可靠、充分完整的信息为基础的服务。基于提高行业的整体服务效率和降低行业整体平均成本的目的，房地产顾问策划服务行业应当建立一个完整而强大的数据库，包括中国主要市场的房源信息以及房地产顾问决策案例，实现有效的信息共享。

最后，单兵作战的时代已经过去，房地产中介商未来的主题之一就是合作和并购，迅速切入新的市场，扩大市场份额，或者介入新的业务，或与原先的业务形成规模效应，或与原先的业务形成协同效应。在一个不进则退的市场上，最强大的企业才能笑到最后。如链家这类的并购或合作，将会继续持续下去。

同时，海外市场也是未来房地产中介行业的一个发展方向。但跟中国不同，因为欧美等地在建的项目并不多，而且地产商资金获取的方式并非依靠银行贷款而更多依靠基金，这就决定了与地产商的合作并非最优选择。当下可能没有一个领域像海外地产投资一样“如饥似渴”地寻求抱团合作。

此外，房地产中介行业应回归中介本源，通过优质服务来获取消费者的信赖，如此行业才能持续健康地发展。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国房地产中介服务市场深度分析与发展前景报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第一章 房地产中介服务行业投资环境分析

第一节 行业发展环境分析

一、我国宏观经济现状及预测

二、房地产开发景气指数

三、房地产开发投资情况

（一）房地产开发投资额

（二）房地产新开工面积

（三）房地产竣工面积

四、房地产市场销售情况

第二节 行业政策环境分析

一、房地产中介服务行业政策

（一）土地供给政策

（二）商品住房政策

（三）保障性住房政策

（四）房地产中介服务政策

二、房地产中介服务政策趋势

第二章 房地产中介服务行业发展现状剖析

第一节 房地产中介服务行业概况

一、房地产中介服务行业界定

二、房地产中介服务行业的领域

三、房地产中介服务行业的内容

四、房地产中介服务行业的地位

（一）房地产业对行业的影响

（二）城市化进程对行业的影响

第二节 我国房地产中介服务行业发展历程

一、萌芽阶段（1993-1997年）

二、快速发展阶段（1998-2004年）

三、整合规范（2005年之后）

第三节 我国房地产中介服务市场发展现状

一、全国房地产中介服务行业发展现状

二、房地产中介服务行业典型区域市场分析

（一）北京房地产中介服务市场运营分析

（二）上海房地产中介服务市场运营分析

（三）天津房地产中介服务市场运营分析

（四）重庆房地产中介服务市场运营分析

第三章 房地产中介服务行业运营模式分析

第一节 我国房地产中介服务行业发展模式分析

一、中国地铺模式

（一）目前中国地铺模式的概念

（二）中国地铺模式发展瓶颈分析

（三）中国地铺模式存在问题根源

（四）中国地铺模式问题解决方法

二、独立经纪人模式

（一）房地产独立经纪人概念

（二）独立经纪人的理论基础

（三）独立经纪人模式的价值

三、多渠道整合模式

（一）移动终端

（二）电子商务

（三）行业间整合

第二节 四大发达地区房地产中介服务行业运营模式分析

一、美国房地产中介服务行业运营模式分析

（一）美国房地产中介行业的特点

（二）美国房地产经纪人的分类

（三）美国房地产中介MLS系统介绍

(四) 美国房地产中介机构管理制度

二、日本房地产中介服务行业运营模式分析

(一) 日本房地产中介主要组织形态和营业特点

(二) 日本对房地产中介的管理

(三) 日本房地产中介的佣金和营业保证金

三、中国台湾地区房地产中介服务行业运营模式分析

(一) 台湾房地产中介业务的经营模式

(二) 台湾房地产中介业务内容

(三) 台湾房地产中介的佣金

(四) 台湾地区对房地产中介行业的管理

四、中国香港特区房地产中介服务行业运营模式分析

(一) 香港房地产经纪机构的种类

(二) 香港房地产经纪业的特点

(三) 香港房地产经纪业务的运作模式

(四) 香港房地产经纪业务的运作程序

第三节 未来房地产中介服务行业发展模式分析

一、目前房地产中介服务行业存在的问题

二、房地产中介企业未来发展趋势分析

第四章 房地产中介服务行业细分领域分析

第一节 房地产传统经纪行业分析

一、房地产经纪服务行业发展概述

(一) 房地产经纪服务行业的构成与特点

(二) 房地产经纪业与存量房市场关系

(三) 房地产经纪行业的主要经营模式

(四) 房地产经纪行业的业务分类

二、我国房地产经纪行业发展分析

(一) 我国房地产经纪行业发展现状

(二) 行业如何在房地产市场变动中发展

(三) 房地产经纪行业的发展趋势

三、房地产经纪机构的融资与上市

第二节 房地产代理行业分析

一、房地产代理行业发展概述

- (一) 房地产代理行业业务领域
- (二) 房地产代理行业企业分类
- (三) 房地产代理区域行业特征
- (四) 房地产代理城市行业特征
- (五) 各区域城市典型代理企业列表

二、房地产策划代理业发展模式分析

- (一) 房地产代理企业三大发展模式分析
- (二) 房地产代理企业发展要素分析

三、房地产代理行业发展分析

- (一) 房地产代理行业发展现状
- (二) 房地产代理行业发展趋势

四、房地产代理行业区域市场分析

- (一) 北京市房地产代理业的发展现状
- (二) 深圳市房地产代理业的发展现状
- (三) 上海市房地产代理业的发展现状

第三节 房地产评估行业分析

一、房地产评估行业发展概述

- (一) 房地产价格评估行业定义
- (二) 房地产评估的类型
- (三) 房地产评估的方法
- (四) 房地产投资价值的评估特点

二、房地产评估行业发展分析

- (一) 房地产估价机构数量分析
- (二) 房地产估价机构收入规模
- (三) 房地产估价机构收入结构

三、房地产评估行业存在问题

- (一) 估价机构产权问题
- (二) 行业法制建设问题
- (三) 估价人员素质问题
- (四) 行业有效竞争问题

四、房地产评估行业发展趋势

第五章 房地产中介服务行业竞争格局分析

第一节 房地产中介服务行业竞争状况

一、房地产中介服务行业竞争的形式

(一) 服务竞争

(二) 素质竞争

(三) 诚信竞争

(四) 项目竞争

(五) 信息竞争

二、房地产中介服务行业竞争格局

(一) 策划业务竞争格局

(二) 代理销售业务竞争格局

(三) 经纪业务竞争格局

第二节 房地产中介服务行业SWOT分析

一、内部分析——优势与劣势并存

(一) 优势 (Strengths)

(二) 劣势 (Weaknesses)

二、外部分析——机会与威胁同在

(一) 机会 (Opportunities)

(二) 威胁 (Threats)

第三节 房地产中介服务行业的外资威胁

一、外资房地产中介服务机构四大特点

二、外资房地产中介服务机构带来的影响

第六章 房地产中介行业市场前景分析

第一节 我国房地产中介行业市场前景分析

一、我国房地产行业商品房新开工面积

二、我国房地产行业商品房销售面积

三、我国房地产行业商品房存货分析

四、我国房地产中介行业市场前景分析

第二节 我国房地产中介行业区域市场前景分析

一、华东地区房地产中介行业市场前景分析

- 二、华中地区房地产中介行业市场前景分析
- 三、华南地区房地产中介行业市场前景分析
- 四、西南地区房地产中介行业市场前景分析
- 五、华北地区房地产中介行业市场前景分析
- 六、西北地区房地产中介行业市场前景分析
- 七、东北地区房地产中介行业市场前景分析

第七章 房地产中介服务标杆企业经营策略分析

第一节 房地产中介服务行业标杆企业发展分析

一、世邦魏理仕有限公司分析

- (一) 企业发展概况
- (二) 企业四大核心竞争力
- (三) 世邦魏理仕业务发展现状
- (四) 世邦魏理仕模式发展总结

二、21世纪不动产公司分析

- (一) 企业发展概况
- (二) 企业发展模式
- (三) 企业发展现状
- (四) 企业经营分析

三、易居(中国)控股有限公司分析

- (一) 企业发展概况
- (二) 企业架构分析
- (三) 企业主营业务分析
- (四) 企业最新发展动向

四、中原(中国)物业顾问有限公司分析

- (一) 企业发展概况
- (二) 企业主营业务分析
- (三) 企业核心理念
- (四) 企业分公司网络分布情况

五、深圳世联行地产顾问股份有限公司分析

- (一) 企业发展概况
- (二) 企业主营业务分析

(三) 企业营收情况分析

(四) 企业发展战略和经营计划

六、合富辉煌集团分析

(一) 企业发展概况

(二) 集团架构情况

(三) 企业服务体系

(四) 企业营收情况分析

(五) 企业运营能力分析

第二节 房地产中介服务行业主要企业发展分析

一、美联物业(中国)有限公司分析

(一) 企业发展概况

(二) 企业获奖荣誉

(三) 企业业务板块

二、北京链家房地产经纪有限公司分析

(一) 企业发展概况

(二) 企业的业务种类

(三) 企业的荣誉与经营理念

(四) 企业地产电子商务发展现状

(五) 北京链家房地产经纪有限公司的优劣势分析

(六) 企业电子商务发展策略分析

三、伟业我爱我家集团分析

(一) 企业发展概况

(二) 企业组织架构

(三) 企业获奖荣誉

(四) 企业业务分析

(五) 企业最新发展动向

四、上海房屋置换股份有限公司分析

(一) 企业发展概况

(二) 企业业务特色

(三) 企业业绩情况

(四) 企业发展目标

五、上海太平洋房屋服务有限公司分析

- (一) 企业发展概况
- (二) 企业所获荣誉
- (三) 企业CIS分析
- (四) 企业主营业务分析

六、满堂红（中国）置业有限公司分析

- (一) 企业发展概况
- (二) 企业发展历程
- (三) 企业获奖荣誉
- (四) 企业业务板块
- (五) 企业发展战略

七、深圳市中联房地产企业发展有限公司分析

- (一) 企业发展概况
- (二) 企业获奖荣誉
- (三) 企业业务板块
- (四) 企业组织架构
- (五) 企业最新发展动向

八、顺驰（中国）不动产网络集团分析

- (一) 企业发展概况
- (二) 企业业务分析
- (三) 企业发展战略

九、重庆金丰易居房屋置换有限公司分析

- (一) 企业发展概况
- (二) 企业获奖荣誉
- (三) 企业业务板块
- (四) 企业发展战略
- (五) 企业业务流程

十、南京三得益房地产有限公司分析

- (一) 企业发展概况
- (二) 企业获奖荣誉
- (三) 企业业务板块
- (四) 企业发展战略

第八章 房地产中介服务行业投资战略研究

第一节 我国房地产中介服务行业前景展望

一、房地产行业发展趋势分析

二、行业自身发展分析

第二节 房地产中介服务行业投资风险分析

一、房地产中介服务行业政策风险及控制策略分析

（一）政策风险

（二）控制策略

二、房地产中介服务行业市场风险及控制策略分析

（一）市场风险

（二）控制策略

三、房地产中介服务行业同行业竞争风险及控制策略分析

（一）竞争风险

（二）控制策略

四、房地产中介服务行业核心人员流失风险及控制策略分析

（一）核心人员流失风险

（二）控制策略

五、房地产中介服务行业并购整合风险及控制策略分析

（一）并购整合风险

（二）控制策略

第三节 房地产中介服务行业投资战略研究

一、我国房地产中介服务行业发展战略研究

（一）网络化服务宗旨

（二）规模化经营

（三）品牌化战略

（四）国际化目标

（五）人才战略

二、对房地产中介行业品牌的战略思考

部分图表目录

图表 1：2022-2023年中国房地产开发景气指数 11

图表 2：2022-2023年中国房地产开发投资增速 13

- 图表 3：2022-2023年全国商品房销售面积及额增速 14
- 图表 4：房地产市场体系及房地产开发价值链 19
- 图表 5：21世纪不动产模式示意图 28
- 图表 6：台湾信义模式示意图 28
- 图表 7：香港中原模式示意图 29
- 图表 8：房地产中介企业创新商业模式 33
- 图表 9：策划代理行业竞争态势 40
- 图表 10：2022-2023年中国房地产策划代理业TOP10 41
- 图表 11：2019-2022年综合实力TOP10企业营业收入及增长率 41
- 图表 12：2019-2022年综合实力TOP10企业销售额及市场份额 42
- 图表 13：2019-2022年世联行、易居中国与合富辉煌的销售额 43
- 图表 14：综合实力TOP10企业多元业务开展情况 43
- 图表 15：2019-2022年综合实力TOP10企业其他业务收入情况 44
- 图表 16：2019-2022年世联行、合富辉煌以及同策咨询收入结构 44
- 图表 17：综合实力TOP10企业借助资本市场情况 45
- 图表 18：综合实力TOP10企业部分兼并收购和投资情况 46
- 图表 19：中国策划代理企业与五大行主要业务比较 47
- 图表 20：世联行与世邦魏理仕发展历程比较 48
- 图表 21：策划代理行业新技术应用 49
- 图表 22：策划代理企业金融服务模式 50
- 图表 23：策划代理企业的业务协同特征 51
- 图表 24：开发商选择策划代理首要考虑因素 61
- 图表 25：易居中国服务模式 78
- 图表 26：2022-2023年世联行主营业务收入构成 84
- 图表 27：2022-2023年世联行房地产交易服务业务销售情况 85
- 图表 28：2022-2023年世联行代理费率变动趋势图 86
- 图表 29：2019-2022年世联行实现代理销售额在各月的分布 86
- 图表 30：2019-2022年世联行各业务毛利率 87

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202306/366189.html>