

# 2020年中国房地产中介服务市场前景研究报告- 行业运营态势与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国房地产中介服务市场前景研究报告-行业运营态势与发展趋势研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/fangdichang/344230344230.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

房地产中介服务行业在国外已有近百年历史,在我国仅发展了二十多年,虽然我国房地产中介行业发展规模与专业化程度与国外还有一定差距,但房地产中介服务行业发展迅速,2015年底中央经济工作会议明确提出了2016年五大任务,房地产去库存位列其中,经过行业调整之后,房地产行业逐步迈入平稳发展新常态、市场竞争更趋激烈的背景下,房地产中介服务行业尤其是商业地产中介服务行业蕴含着新的发展机遇。

### 一、行业概况

房地产中介服务是房地市场价值链不可或缺的环节,一级市场、二级市场和三级市场均存在不同业态的房地产中介服务,在房地产开发、交易过程中为各级市场的参与者提供专业化中介服务,在促进房地产市场健康发展、保障房地产交易安全、节约房地产交易成本等方面都发挥着日益重要的作用。

一级市场,房地产中介服务企业提供地方政府或土地运营机构提供政策建议、土地规划建议、经济评价、土地出让策略等顾问中介服务,帮助地方政府和土地运营机构科学规划土地用途,有序实施土地出让,实现资源有效配置;在物业开发阶段,房地产中介服务企业提供房地产开发商提供市场进入战略、土地竞投策略、物业项目开发策略等顾问中介服务;在物业交易的二级市场,房地产中介服务企业提供开发商提供营销策划、代理销售等专业中介服务;在三级市场,房地产中介服务企业提供机构或个人提供房屋租赁中介服务、二手房交易经纪中介服务。

### 二、行业发展趋势

房地产中介是房地产咨询、房地产价格评估、房地产经纪等活动的总称。房地产中介服务行业伴随房地产业的发展而发展,1998年国务院取消福利分房制度,全体国民的住房纳入货币化商品房体系,以及中国城市化进程全面起步,房地产中介服务业伴随着房地产业的发展在全国范围迅速发展。我国房地产中介服务业的发展呈现出以下特点:

#### 1、行业向规范化方向发展

房地产中介服务行业的发展水平与房地产开发行业的市场化水平密切相关,房地产中介服务行业在国外已有近百年历史,在我国仅发展了二十多年,我国房地产中介行业发展规模与专业化程度与国外还有一定差距。目前国内房地产中介企业数量众多,但大多为中小型企业,存在着规模较小、知名度较低,执业标准、执业规则、专业人员素质、执业运营经验和管理

经验有待提高的问题。随着信息传递便捷性的提高,房地产市场信息日趋透明,消费者日趋理性,对房地产中介企业在诚信、规范、专业中介服务方面的要求越来越高。

## 2、行业向专业化方向发展

房地产中介行业中,住宅地产中介服务的企业数量众多,多数企业以简单代理销售、租赁获取佣金为主要中介服务模式,专业的商业地产中介服务的企业数量较少,主要是因为商业地产在选址定位、投资、销售和管理等方面与住宅开发存在明显的差异,商业地产的专业技术性门槛更高,运作更加复杂,因此,商业地产中介服务需要更专业的管理团队和更多的经验积累。目前专业的商业地产中介服务公司的市场需求非常大,尤其是提供代理销售咨询中介服务一体化全流程营销代理的企业。随着三、四线城市商业地产市场的扩大和深化,带来的是市场需求的进一步提高。

## 3、行业向品牌化方向发展

房地产中介企业的实力和品牌对于开展顾问代理业务至关重要,尤其是商业地产中介服务企业对实力和品牌的要求更高。品牌能提升企业产品和中介服务的附加值,在激烈的竞争中体现优势,同时也能吸引更多优秀人才的加盟。一个品牌的形成需要时间的磨砺,需要企业在市场上保持优秀的表现、拥有良好的口碑以及较多成功的案例。从置业者角度来讲,房地产中介公司的品牌认知度和口碑对置业者的投资决策具有较强的影响力,对于房地产开发商来讲,房地产中介公司的市场品牌认知度和专业化能力是开发商与中介公司长期合作的重要保证。

# 三、行业市场规模

## 1、我国房地产行业整体规模

公司所处的房地产中介服务业市场规模的持续增长与房地产行业的发展密切相关。2015年,全国房地产开发投资95979亿元,比上年名义增长1.0%(扣除价格因素实际增长2.8%),增速比1-11月份回落0.3个百分点。其中,住宅投资64595亿元,增长0.4%,增速回落0.3个百分点。住宅投资占房地产开发投资的比重为67.3%。

数据来源:公开资料整理

### 【报告大纲】

## 第一章 房地产中介服务行业投资环境分析

### 1.1 行业发展环境分析

### 1.1.1 我国宏观经济现状

- (1) 国内生产总值增长情况
- (2) 总人口增长与城镇化情况
- (3) 居民收入及消费增长情况
- (4) 宏观经济与房地产行业的关系分析

### 1.1.2 房地产开发景气指数

### 1.1.3 房地产开发投资情况

- (1) 房地产开发投资额
- (2) 房地产新开工面积
- (3) 房地产竣工面积

### 1.1.4 房地产市场销售情况

## 1.2 行业政策环境分析

### 1.2.1 房地产中介服务行业政策

- (1) 土地供给政策
- (2) 商品房政策
- (3) 保障性住房政策
- (4) 房地产中介服务政策

### 1.2.2 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

### 2.1 房地产中介服务行业概况

#### 2.1.1 房地产中介服务行业界定

#### 2.1.2 房地产中介服务行业的领域

#### 2.1.3 房地产中介服务行业的内容

#### 2.1.4 房地产中介服务行业的地位

- (1) 房地产业对行业的影响
- (2) 城市化进程对行业的影响

### 2.2 我国房地产中介服务行业发展历程

#### 2.2.1 萌芽阶段

#### 2.2.2 快速发展阶段

#### 2.2.3 整合规范

### 2.3 我国房地产中介服务市场发展现状

#### 2.3.1 全国房地产中介服务行业发展现状

#### 2.3.2 房地产中介服务行业典型区域市场分析

- (1) 北京房地产中介服务市场运营分析
- (2) 上海房地产中介服务市场运营分析

- (3) 天津房地产中介服务市场运营分析
- (4) 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
- 3.1 我国房地产中介服务行业发展模式分析
- 3.1.1 国内地铺模式
  - (1) 目前国内地铺模式的概念
  - (2) 国内地铺模式发展瓶颈分析
  - (3) 国内地铺模式存在问题根源
  - (4) 国内地铺模式问题解决方法
- 3.1.2 独立经纪人模式
  - (1) 房地产独立经纪人概念
  - (2) 独立经纪人的理论基础
  - (3) 独立经纪人模式的价值
- 3.1.3 多渠道整合模式
  - (1) 移动终端
  - (2) 电子商务
  - (3) 行业间整合
- 3.2 四大发达地区房地产中介服务行业运营模式分析
- 3.2.1 美国房地产中介服务行业运营模式分析
  - (1) 美国房地产中介行业的特点
  - (2) 美国房地产经纪人的分类
  - (3) 美国房地产中介MLS系统介绍
  - (4) 美国房地产中介机构管理制度
- 3.2.2 日本房地产中介服务行业运营模式分析
  - (1) 日本房地产中介主要组织形态和营业特点
  - (2) 日本对房地产中介的管理
  - (3) 日本房地产中介的佣金和营业保证金
- 3.2.3 中国台湾地区房地产中介服务行业运营模式分析
  - (1) 台湾房地产中介业务的经营模式
  - (2) 台湾房地产中介业务内容
  - (3) 台湾房地产中介的佣金
  - (4) 台湾地区对房地产中介行业的管理
- 3.2.4 中国香港特区房地产中介服务行业运营模式分析
  - (1) 香港房地产经纪机构的种类
  - (2) 香港房地产经纪业的特点

- (3) 香港房地产经纪业务的运作模式
- (4) 香港房地产经纪业务的运作程序
- 3.3 未来房地产中介服务行业发展模式分析
  - 3.3.1 目前房地产中介服务行业存在的问题
  - 3.3.2 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
  - 4.1 房地产传统经纪行业分析
    - 4.1.1 房地产经纪服务行业发展概述
      - (1) 房地产经纪服务行业的构成与特点
      - (2) 房地产经纪业与存量房市场关系
      - (3) 房地产经纪行业的主要经营模式
      - (4) 房地产经纪行业的业务分类
    - 4.1.2 房地产经纪业现状分析
      - (1) 我国房地产经纪行业发展现状
      - (2) 行业如何在房地产市场变动中发展
      - (3) 房地产经纪行业的发展趋势
    - 4.1.3 房地产经纪机构的融资与上市
  - 4.2 房地产代理行业分析
    - 4.2.1 房地产代理行业发展概述
      - (1) 房地产代理行业业务领域
      - (2) 房地产代理行业企业分类
      - (3) 房地产代理区域行业特征
      - (4) 房地产代理城市行业特征
      - (5) 各区域城市典型代理企业列表
    - 4.2.2 房地产代理业发展模式分析
      - (1) 房地产代理企业三大发展模式分析
      - (2) 房地产代理企业发展要素分析
    - 4.2.3 房地产代理行业发展分析
      - (1) 房地产代理行业发展现状
      - (2) 房地产代理行业发展趋势
      - (3) 房地产代理转型策略分析
    - 4.2.4 房地产代理行业区域市场分析
      - (1) 北京市房地产代理业的发展现状
      - (2) 深圳市房地产代理业的发展现状
      - (3) 上海市房地产代理业的发展现状

#### 4.3 房地产评估行业分析

##### 4.3.1 房地产评估行业发展概述

- (1) 房地产价格评估行业定义
- (2) 房地产评估的类型
- (3) 房地产评估的方法
- (4) 房地产投资价值的评估特点

##### 4.3.2 房地产评估行业发展分析

- (1) 房地产估价机构数量分析
- (2) 房地产估价机构竞争情况
- (3) 房地产估价机构收入结构

##### 4.3.3 房地产评估行业存在问题

- (1) 估价机构产权问题
- (2) 行业法制建设问题
- (3) 估价人员素质问题
- (4) 行业有效竞争问题
- (5) 战略发展方向尚未明朗

##### 4.3.4 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

##### 5.1 房地产中介服务行业竞争状况

###### 5.1.1 房地产中介服务行业竞争的形式

- (1) 服务竞争
- (2) 素质竞争
- (3) 诚信竞争
- (4) 项目竞争
- (5) 信息竞争

###### 5.1.2 房地产中介服务行业竞争格局

- (1) 策划业务竞争格局
- (2) 代理销售业务竞争格局
- (3) 经纪业务竞争格局

##### 5.2 房地产中介服务行业SWOT分析

###### 5.2.1 内部分析——优势与劣势并存

- (1) 优势 (Strengths)
- (2) 劣势 (Weaknesses)

###### 5.2.2 外部分析——机会与威胁同在

- (1) 机会 (Opportunities)



## (2) 威胁 (Threats)

### 5.3 房地产中介服务行业的外资威胁

#### 5.3.1 外资房地产中介服务机构四大特点

#### 5.3.2 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

### 6.1 我国房地产中介行业市场前景分析

#### 6.1.1 我国房地产行业商品房新开工面积

#### 6.1.2 我国房地产行业商品房销售面积

#### 6.1.3 我国房地产行业商品房存货分析

#### 6.1.4 我国房地产中介行业市场前景分析

### 6.2 我国房地产中介行业区域市场前景分析

#### 6.2.1 华东地区房地产中介行业市场前景分析

##### (1) 商品房新开工面积

##### (2) 商品房销售面积

##### (3) 商品房销售额

#### 6.2.2 华中地区房地产中介行业市场前景分析

##### (1) 商品房新开工面积

##### (2) 商品房销售面积

##### (3) 商品房销售额

#### 6.2.3 华南地区房地产中介行业市场前景分析

##### (1) 商品房新开工面积

##### (2) 商品房销售面积

##### (3) 商品房销售额

#### 6.2.4 西南地区房地产中介行业市场前景分析

##### (1) 商品房新开工面积

##### (2) 商品房销售面积

##### (3) 商品房销售额

#### 6.2.5 华北地区房地产中介行业市场前景分析

##### (1) 商品房新开工面积

##### (2) 商品房销售面积

##### (3) 商品房销售额

#### 6.2.6 西北地区房地产中介行业市场前景分析

##### (1) 商品房新开工面积

##### (2) 商品房销售面积

##### (3) 商品房销售额

## 6.2.7 东北地区房地产中介行业市场前景分析

- (1) 商品房新开工面积
- (2) 商品房销售面积
- (3) 商品房销售额

## 第七章 房地产中介服务行业企业分析（随数据更新有调整）

### 7.1 房地产中介服务行业标杆企业发展分析

#### 7.1.1 世邦魏理仕有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

#### 7.1.2 21世纪不动产公司分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

#### 7.1.3 中原地产代理（深圳）有限公司分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

#### 7.1.4 易居（中国）企业控股有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

#### 7.1.5 深圳世联行地产顾问股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

#### 7.1.6 合富辉煌集团分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2 房地产中介服务行业主要企业发展分析

7.2.1 美联物业顾问(上海)有限公司分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2.2 北京链家房地产经纪有限公司分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2.3 北京我爱我家房地产经纪有限公司分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2.4 上海房屋置换股份有限公司分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2.5 上海太平洋房屋服务有限公司分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2.6 广东链家房地产经纪有限公司分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2.7 深圳链家房地产经纪有限公司分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

#### 7.2.8 顺驰（中国）不动产网络集团有限公司分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

#### 7.2.9 重庆金丰宜居商业运营管理有限公司分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

#### 7.2.10 南京三得益房地产置换有限公司分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

#### 7.2.11 江西省鸿基房产置换有限公司分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

#### 7.2.12 江苏南房房产集团南京房屋置换有限公司分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

### 第八章 房地产中介服务行业投资战略研究

#### 8.1 我国房地产中介服务行业前景展望

##### 8.1.1 房地产行业发展趋势分析

##### 8.1.2 行业自身发展分析

#### 8.2 房地产中介服务行业投资风险分析

##### 8.2.1 房地产中介服务行业政策风险及控制策略分析

(1) 政策风险

(2) 控制策略

## 8.2.2 房地产中介服务行业市场风险及控制策略分析

(1) 市场风险

(2) 控制策略

## 8.2.3 房地产中介服务行业同行业竞争风险及控制策略分析

(1) 竞争风险

(2) 控制策略

## 8.2.4 房地产中介服务行业核心人员流失风险及控制策略分析

(1) 核心人员流失风险

(2) 控制策略

## 8.2.5 房地产中介服务行业并购整合风险及控制策略分析

(1) 并购整合风险

(2) 控制策略

## 8.3 房地产中介服务行业投资战略研究

### 8.3.1 我国房地产中介服务行业发展战略研究

(1) 网络化服务宗旨

(2) 规模化经营

(3) 品牌化战略

(4) 国际化目标

(5) 人才战略

### 8.3.2 对房地产中介行业品牌的战略思考

(1) 企业品牌的重要性

(2) 房地产中介行业实施品牌战略的意义

(3) 房地产中介行业品牌的现状分析

(4) 房地产中介企业的品牌战略

(5) 房地产中介品牌战略管理的策略

## 图表目录

图表1：2017-2020年中国GDP及其增长情况（单位：万亿元，%）

图表2：2020年中国31个省市GDP排名（单位：万亿元，%）

图表3：2017-2020年中国人口数量及增长情况（单位：亿人，‰）

图表4：2017-2020年中国城镇化率增幅情况（单位：%）

图表5：2017-2020年我国的城镇化率走势（单位：%）

图表6：2017-2020年我国城镇人口变化情况（单位：亿人，%）

图表7：2017-2020年中国城镇和农村居民人均可支配收入变动（单位：元，%）

图表8：2017-2020年中国城乡居民消费水平增长情况（单位：元，%）

图表9：2017-2020年我国房地产开发投资增速与GDP增速对比（单位：%）

图表10：2017-2020年中国房地产开发景气指数走势

图表11：2017-2020年我国房地产开发投资及同比增速（单位：万亿元，%）

图表12：2017-2020年我国房地产开发投资结构（按建筑性质）（单位：%）

图表13：2017-2020年我国房地产开发投资结构（按区域）（单位：%）

图表14：2017-2020年我国房屋新开工面积及同比增速（单位：万平方米，%）

图表15：2017-2020年房地产新开工面积结构情况（单位：%）

图表16：2017-2020年我国房屋竣工面积及同比增速（单位：亿平方米，%）

图表17：2017-2020年房屋竣工面积结构（按产品）（单位：%）

图表18：2017-2020年我国商品房销售面积及同比增速（单位：亿平方米，%）

图表19：2017-2020年我国商品房销售面积结构（按面积）（单位：%）

图表20：2020年我国主要土地政策

图表详见报告正文 . . . . .（GYSYL）

### 【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国房地产中介服务市场前景研究报告-行业运营态势与发展趋势研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、阿里巴巴、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangdichang/344230344230.html>