

2024-2030年中国房地产中介服务市场评估与投资战略咨询报告

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

《2024-2030年中国房地产中介服务市场评估与投资战略咨询报告》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/202312/431463.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

我国的房地产销售代理起源于1978年，发起者为香港中原地产，该公司目前为国内最大的新房代销公司之一。自20世纪90年代以来，房地产新房代销行业先后经历了形成期、发育期、成长期、稳定期、整合发展期等阶段，随着我国房地产行业市场化的逐步加深，房地产价格的不断上涨，新房代销行业也同房地产开发行业一同发展壮大。2008年之后，传统的新房代销企业的格局已经初步形成，行业渐趋成熟，随着我国对房地产行业的限制与规范逐渐增多，代销行业一片红海，竞争激烈、价格降低、集中度提高。但2015年之后，部分头部的房地产经纪公司逐步开辟新房代销市场业务，利用其平台、流量优势入局，成为行业增长的新生力量，并领导着新房代销行业的结构性改革。

2008年以来，新房代销行业逐渐进入稳定发展的红海阶段，行业内竞争不断加剧，各类企业通过降低价格及佣金费用率的方式进行竞争，并同时伴随着行业集中度的不断增加，自2007年至2014年，新房代销行业前十大企业的市场占有率从7%左右逐步增加至2014年的16.3%，前百名策划代理企业的市场占有率达到34.2%，佣金费用率不断下降至1%左右。

2015年之后，行业增长逐步放缓，虽然TOP10策划代理企业的营业收入依然保持增长，但是增长速率则已经由2016年的接近30%逐步下降到2018年的仅有2.3%，增长放缓现象明显。行业集中度2015年之后甚至掉头向下，2015年时TOP10策划代理企业的市场占有率（市场占有率=一手物业代理实现销售额/全国商品房销售额）为17.1%，2018年的市场占有率则下滑至14.1%。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国房地产中介服务市场评估与投资战略咨询报告》共八章。首先介绍了中国房地产中介服务行业市场发展环境、房地产中介服务整体运行态势等，接着分析了中国房地产中介服务行业市场运行的现状，然后介绍了房地产中介服务市场竞争格局。随后，报告对房地产中介服务做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国房地产中介服务行业发展趋势与投资预测。您若想对房地产中介服务产业有个系统的了解或者想投资中国房地产中介服务行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

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 我国宏观经济现状及预测分析

1.1.2 房地产开发景气指数

1.1.3 房地产开发投资状况分析

(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 房地产市场销售状况分析

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) 土地供给政策分析

(2) 商品住房政策分析

(3) 保障性住房政策分析

(4) 房地产中介服务政策

1.2.2 年房地产中介服务政策趋势预测分析

第二章 房地产中介服务所属行业发展现状剖析

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

2.3 我国房地产中介服务市场发展现状调研

2.3.1 全国房地产中介服务行业发展现状调研

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 房地产中介服务所属行业运营模式分析

3.1 我国房地产中介服务行业发展模式分析

3.1.1 国内地铺模式所属行业

- (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 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) 中国台湾房地产中介业务的经营模式
- (2) 中国台湾房地产中介业务内容
- (3) 中国台湾房地产中介的佣金
- (4) 中国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) 中国香港房地产经纪机构的种类
 - (2) 中国香港房地产经纪业的特点
 - (3) 中国香港房地产经纪业务的运作模式
 - (4) 中国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预测

第四章 房地产中介所属行业市场前景预测

4.1 我国房地产中介行业市场前景预测

4.1.1 我国房地产行业商品房新开工面积

4.1.2 我国房地产行业商品房销售面积

4.1.3 我国房地产行业商品房存货分析

4.1.4 我国房地产中介行业市场前景预测

4.2 我国房地产中介行业区域市场前景预测

4.2.1 华东地区房地产中介行业市场前景预测

(1) 商品房新开工面积

(2) 商品房销售面积

(3) 商品房存货分析

4.2.2 华中地区房地产中介行业市场前景预测

(1) 商品房新开工面积

(2) 商品房销售面积

(3) 商品房存货分析

4.2.3 华南地区房地产中介行业市场前景预测

(1) 商品房新开工面积

(2) 商品房销售面积

(3) 商品房存货分析

4.2.4 西南地区房地产中介行业市场前景预测

(1) 商品房新开工面积

(2) 商品房销售面积

(3) 商品房存货分析

4.2.5 华北地区房地产中介行业市场前景预测

(1) 商品房新开工面积

(2) 商品房销售面积

(3) 商品房存货分析

4.2.6 西北地区房地产中介行业市场前景预测

(1) 商品房新开工面积

(2) 商品房销售面积

(3) 商品房存货分析

4.2.7 东北地区房地产中介行业市场前景预测

(1) 商品房新开工面积

(2) 商品房销售面积

(3) 商品房存货分析

第五章 房地产中介服务行业细分领域分析

5.1 房地产传统经纪行业分析

5.1.1 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

5.1.2 我国房地产经纪行业发展分析

(1) 我国房地产经纪行业发展现状调研

(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预测分析

5.1.3 房地产经纪机构的融资与上市

5.2 房地产代理行业分析

5.2.1 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

5.2.2 房地产策划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

5.2.3 房地产代理行业发展分析

(1) 房地产代理行业发展现状调研

(2) 房地产代理行业发展趋势预测分析

5.2.4 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调研

(2) 深圳市房地产代理业的发展现状调研

(3) 上海市房地产代理业的发展现状调研

5.3 房地产评估行业分析

5.3.1 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

5.3.2 房地产评估行业发展分析

(1) 房地产估价机构数量分析

(2) 房地产估价机构收入规模

(3) 房地产估价机构收入结构

5.3.3 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

5.3.4 房地产评估行业发展趋势预测分析

第六章 房地产中介服务行业竞争格局分析

6.1 房地产中介服务行业竞争情况分析

6.1.1 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

6.1.2 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

6.2 房地产中介服务行业swot分析

6.2.1 内部分析——优势与劣势并存

(1) 优势 (strengths)

(2) 劣势 (weaknesses)

6.2.2 外部分析——机会与威胁同在

(1) 机会 (opportunities)

(2) 威胁 (threats)

6.3 房地产中介服务行业的外资威胁

6.3.1 外资房地产中介服务机构四大特点

6.3.2 外资房地产中介服务机构带来的影响

第七章 房地产中介服务标杆企业经营策略分析

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分析

(1) 企业发展概况

(2) 企业核心竞争力

(3) 业务发展现状调研

(4) 模式发展总结

7.1.2 世纪不动产公司分析

(1) 企业发展概况

(2) 企业发展模式

(3) 企业发展现状调研

(4) 企业经营分析

(5) 企业本土化分析

(6) 国际品牌本土崛起分析

7.1.3 易居 (中国) 控股有限公司分析

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业架构分析
- (3) 企业主营业务分析
- (4) 企业最新发展动向

7.1.4 中原（中国）物业顾问有限公司分析

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业核心理念
- (4) 企业分公司网络分布状况分析
- (5) 企业最新发展动向

7.1.5 深圳世联行地产顾问股份有限公司分析

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业核心理念
- (4) 企业分公司网络分布状况分析
- (5) 企业最新发展动向

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（中国）有限公司分析

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业获奖荣誉
- (3) 企业业务板块
- (4) 企业组织架构

7.2.2 北京链家房地产经纪有限公司分析

- (1) 企业的发展概况
- (2) 企业的业务种类
- (3) 企业的荣誉与经营理念
- (4) 企业地产电子商务发展现状调研
- (5) 优劣势分析
- (6) 企业电子商务发展策略分析
- (7) 企业最新发展动向

7.2.3 伟业我爱我家集团分析

- (1) 企业发展概况

- (2) 企业组织架构
- (3) 企业获奖荣誉
- (4) 企业业务分析
- (5) 企业最新发展动向

7.2.4 上海房屋置换股份有限公司分析

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业业务特色
- (3) 企业业绩状况分析
- (4) 企业发展目标

7.2.5 上海太平洋房屋服务有限公司分析

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业所获荣誉
- (3) 企业cis分析
- (4) 企业主营业务分析

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预测

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应对措施

- (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应对措施

- (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应对措施

- (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应对措施

- (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应对措施

(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 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 2015-2019年中国gdp总值及其同比增速（单位：万亿元，%）

图表 2015-2019年底国房景气指数

图表 2015-2019年我国房地产开发投资累计及同比增速（单位：亿元，%）

图表 2015-2019年我国房地产开发投资结构（按建筑性质）（单位：%）

图表 2015-2019年我国房地产开发投资结构（按区域）（单位：%）

图表 2015-2019年我国房地产新施工面积及同比增速（单位：万平方米，%）

图表 2015-2019年房地产新开工面积累计情况（单位：万平方米，%）

图表 2015-2019年房地产累计竣工面积及同比增速（单位：万平方米，%）

图表 2015-2019年房地产竣工面积结构（按产品）（单位：%）

图表 2015-2019年商品房销售面积累计（单位：亿平方米）

图表 2015-2019年我国房地产商品房销售面积结构（按面积）（单位：%）

图表 房地产市场体系及房地产开发价值链

图表 房地产中介服务行业发展的萌芽阶段

图表 房地产中介服务行业发展的快速发展阶段

图表 房地产中介服务行业发展的整合规范发展阶段

图表 2015-2019年北京市商品房新开工及销售面积累计（单位：万平方米）

图表 2015-2019年上海市商品房新开工及销售面积累计（单位：万平方米）

图表 2015-2019年天津市商品房新开工及销售面积累计（单位：万平方米）

图表 2015-2019年重庆市商品房新开工及销售面积累计（单位：万平方米）

图表 目前我国房地产行业价值链

图表 美国房地产经纪人的分类

图表 中国台湾房地产中介经纪人收取报酬的方式

图表 中国香港房地产经纪机构的种类

图表 中国香港房地产经纪机构的特点

图表 中国香港房地产经纪业务的运作程序

图表 按公司成立方式分类图

图表 按行销模式分类图

图表 按业务范围分类图

图表 华北地区房地产策划代理行业的特征

图表 东北地区房地产策划代理行业的特征

图表 华中地区房地产策划代理行业的特征

图表 华南地区房地产策划代理行业的特征

图表 华东地区房地产策划代理行业的特征

图表 房地产策划代理行业的代表城市及其特征

图表 典型城市的房地产中介代表企业

图表 房地产估价行业的估价流程

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/431463.html>