

2024-2030年中国房地产中介服务市场评估与投资前景报告

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

《2024-2030年中国房地产中介服务市场评估与投资前景报告》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/202312/431465.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前景报告》共十一章。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发展综述

第一节 房地产中介服务行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要分类

三、行业特性

第二节 最近3-5年中国房地产中介服务行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 房地产中介服务行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

五、行业下游产业链相关行业分析

六、上下游行业影响及风险提示

第二章 房地产中介服务行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 房地产中介服务行业政治法律环境（P）

一、行业主要政策法规

二、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

一、房地产中介服务产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

- 一、房地产中介服务技术分析
- 二、行业主要技术发展趋势
- 三、技术环境对行业的影响

第三章 国际房地产中介服务所属行业发展分析及经验借鉴

第一节 美国房地产中介服务所属行业运营模式分析

- 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

第二节 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

第三节 中国台湾地区房地产中介服务所属行业运营模式分析

- 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

第四节 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

第四章 我国房地产中介服务所属行业运行现状分析

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
- 1、房地产业对行业的影响

2、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

二、快速发展阶段

三、整合规范

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

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、深圳房地产中介服务市场运营分析

2018年铺月均签单月均值为1.62单，由于7月31日深圳市发布《关于进一步加强房地产调控促进房地产市场平稳健康发展的通知》（简称“731新政”），店铺月均签单量明显下降至1.30单以下。

第四节 我国房地产中介服务行业发展模式分析

一、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

二、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

三、多渠道整合模式

1、移动终端

2、电子商务

3、行业间整合

第五章 我国房地产中介服务细分市场分析及预测

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

- 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

二、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
- 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

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

- 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

二、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

三、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

四、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

第三节 房地产评估行业分析

一、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
- 二、房地产评估所属行业发展分析
 - 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
- 三、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
- 四、房地产评估行业发展趋势

第六章 2015-2019年房地产中介服务行业竞争形势

第一节 行业总体市场竞争状况分析

- 一、房地产中介服务行业竞争结构分析
 - 1、现有企业间竞争
 - 2、潜在进入者分析
 - 3、替代品威胁分析
 - 4、供应商议价能力
 - 5、客户议价能力
 - 6、竞争结构特点总结
- 二、房地产中介服务行业企业间竞争格局分析
- 三、房地产中介服务行业集中度分析
- 四、房地产中介服务行业SWOT分析

第二节 中国房地产中介服务行业竞争格局综述

- 一、房地产中介服务行业竞争概况
 - 1、中国房地产中介服务行业品牌竞争格局
 - 2、房地产中介服务业未来竞争格局和特点
 - 3、房地产中介服务市场进入及竞争对手分析
 - 二、中国房地产中介服务行业竞争力分析
- ### 第三节 房地产中介服务行业竞争格局分析

一、国内外房地产中介服务竞争分析

二、我国房地产中介服务市场竞争分析

第四节 房地产中介服务行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

二、跨国公司在华投资兼并与重组分析

三、本土企业投资兼并与重组分析

四、企业升级途径及并购重组风险分析

五、行业投资兼并与重组趋势分析

第七章 房地产中介服务行业领先企业经营形势分析

第一节 中国房地产中介服务企业发展状况分析

一、房地产中介服务企业类型

二、房地产中介服务企业的资本运作分析

三、房地产中介服务企业的创新及品牌建设

四、房地产中介服务企业的国际竞争力分析

第二节 中国领先房地产中介服务企业经营形势分析

一、世邦魏理仕有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业服务体系分析

3、企业发展规模分析

4、企业运营能力分析

5、企业销售渠道与网络

6、企业竞争优势分析

二、21世纪不动产公司

1、企业发展概况分析

2、企业服务体系分析

3、企业发展规模分析

4、企业运营能力分析

5、企业销售渠道与网络

6、企业竞争优势分析

三、易居（中国）控股有限公司

1、企业发展概况分析

- 2、企业服务体系分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业销售渠道与网络
- 6、企业竞争优势劣势分析

四、中原（中国）物业顾问有限

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业服务体系分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业销售渠道与网络
- 6、企业竞争优势劣势分析

五、深圳世联行地产顾问股份有限

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业服务体系分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业销售渠道与网络
- 6、企业竞争优势劣势分析

六、合富辉煌集团

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业服务体系分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业销售渠道与网络
- 6、企业竞争优势劣势分析

第八章 2024-2030年房地产中介服务行业前景及投资价值

第一节 房地产中介服务行业五年规划现状及未来预测

- 一、房地产中介服务行业运行情况
- 二、房地产中介服务行业发展成果
- 三、房地产中介服务行业发展方向预测

第二节 2024-2030年房地产中介服务市场发展前景

- 一、2024-2030年房地产中介服务市场发展潜力
- 二、2024-2030年房地产中介服务市场前景展望
- 三、2024-2030年房地产中介服务细分行业发展前景分析

第三节 2024-2030年房地产中介服务市场发展趋势预测

- 一、2024-2030年房地产中介服务行业发展趋势
- 二、2024-2030年房地产中介服务市场规模预测
- 三、2024-2030年房地产中介服务行业应用趋势预测
- 四、2024-2030年细分市场发展趋势预测

第四节 2024-2030年中国房地产中介服务行业供需预测

- 一、2024-2030年中国房地产中介服务行业供给预测
- 二、2024-2030年中国房地产中介服务行业需求预测
- 三、2024-2030年中国房地产中介服务行业供需平衡预测

第五节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第九章 2024-2030年房地产中介服务行业投资机会防范

第一节 房地产中介服务行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、房地产中介服务行业投资现状分析

第二节 2024-2030年房地产中介服务行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、房地产中介服务行业投资机遇

第三节 中国房地产中介服务行业投资建议

- 一、房地产中介服务行业未来发展方向
- 二、房地产中介服务行业主要投资建议
- 三、中国房地产中介服务企业融资分析

第十章 房地产中介服务行业发展战略研究

第一节 房地产中介服务行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国房地产中介服务品牌的战略思考

- 一、房地产中介服务品牌的重要性
- 二、房地产中介服务实施品牌战略的意义
- 三、房地产中介服务企业品牌的现状分析
- 四、我国房地产中介服务企业的品牌战略
- 五、房地产中介服务品牌战略管理的策略

第三节 房地产中介服务经营策略分析

- 一、房地产中介服务市场细分策略
- 二、房地产中介服务市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、房地产中介服务新产品差异化战略

第四节 房地产中介服务行业投资战略研究

- 一、2024-2030年房地产中介服务行业投资战略
- 二、2024-2030年细分行业投资战略

第十一章 研究结论及发展建议

第一节 房地产中介服务行业研究结论及建议()

第二节 房地产中介服务关联行业研究结论及建议

第三节 房地产中介服务行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议()

图表目录：

图表：房地产中介服务行业生命周期

图表：房地产中介服务行业产业链结构

图表：2024-2030年房地产中介服务行业市场规模

图表：2024-2030年中国房地产中介服务行业市场规模

图表：2024-2030年房地产中介服务行业重要数据指标比较

图表：2024-2030年中国房地产中介服务市场占份额比较

图表：2024-2030年我国房地产开发投资累计及同比增速

图表：2024-2030年我国房地产开发投资结构（按建筑性质）

图表：2024-2030年我国房地产开发投资结构（按区域）

图表：2024-2030年我国房地产新施工面积及同比增速

图表：2024-2030年房地产新开工面积结构情况

图表：2024-2030年房地产竣工面积及同比增速

图表：2024-2030年房地产竣工面积结构（按产品）

图表：2024-2030年商品房销售面积及同比增长率

图表：2024-2030年我国房地产商品房销售面积结构（按面积）

图表：2024-2030年国内主要土地政策一览

图表：2024-2030年全国各地区住房用地供应计划

图表：2024-2030年全国各地区保障性安居工程和中小套型商品房用地供应计划

图表：房地产市场体系及房地产开发价值链

图表：2024-2030年我国城镇化水平发展进程

图表：2024-2030年我国城镇化率预测

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：2024-2030年北京市商品房新开工及销售面积累计

图表：2024-2030年上海市商品房新开工及销售面积累计

图表：2024-2030年天津市商品房新开工及销售面积累计

图表：2024-2030年重庆市商品房新开工及销售面积累计

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/431465.html>