

2020-2026年中国房地产中介服务行业发展趋势与投资前景报告

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

《2020-2026年中国房地产中介服务行业发展趋势与投资前景报告》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/202001/149963.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

报告目录：

第1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

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) 商品住房政策

(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2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（1993-1997年）

2.2.2 快速发展阶段（1998-2004年）

2.2.3 整合规范（2005年之后）

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3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4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 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

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
- 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
- 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) 房地产估价机构收入规模
 - (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
 - 4.3.4 房地产评估行业发展趋势

第5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6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) 商品房销售额分析

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) 商品房销售额分析
- 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) 商品房销售额分析
- 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) 商品房销售额分析
- 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) 商品房销售额分析
- 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) 商品房销售额分析
- 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) 商品房销售额分析

第7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) 企业四大核心竞争力
- (3) 世邦魏理仕业务发展现状
- (4) 世邦魏理仕模式发展总结

7.1.2 21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
- (4) 企业经营分析
- (5) 企业最新发展动向分析

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情况

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) 企业营收情况分析
- (4) 企业盈利能力分析
- (5) 企业运营能力分析
- (6) 企业偿债能力分析
- (7) 企业发展能力分析
- (8) 企业发展战略和经营计划
- (9) 企业发展动态分析

7.1.6 合富辉煌集团分析

- (1) 企业发展概况
- (2) 集团架构情况
- (3) 企业服务体系
- (4) 企业营收情况分析
- (5) 企业运营能力分析
- (6) 企业发展能力分析

(7) 企业发展战略分析

(8) 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

7.2.2 北京链家房地产经纪有限公司分析

(1) 企业发展概况

(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

(5) 北京链家房地产经纪有限公司的优劣势分析

(6) 企业电子商务发展策略分析

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) 企业业绩情况

(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

7.2.6 满堂红（中国）置业有限公司分析

(1) 企业发展概况

- (2) 企业发展历程
- (3) 企业获奖荣誉
- (4) 企业业务板块
- (5) 企业发展战略

7.2.7 深圳市中联房地产企业发展有限公司分析

- (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
- (5) 企业最新发展动向

7.2.8 顺驰（中国）不动产网络集团分析

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业业务分析
- (3) 企业发展战略

7.2.9 重庆金丰易居房屋置换有限公司分析

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业获奖荣誉
- (3) 企业业务板块
- (4) 企业发展战略
- (5) 企业业务流程

7.2.10 南京三得益房地产有限公司分析

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业获奖荣誉
- (3) 企业业务板块
- (4) 企业发展战略

7.2.11 KINVO金网络置业分析

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业获奖荣誉
- (3) 企业业务分析
- (4) 企业发展战略

7.2.12 江西省鸿基房产置换有限公司分析

- (1) 企业发展概况

(2) 企业获奖荣誉

(3) 企业业务分析

7.2.13 江苏南房房产集团房屋置换有限公司分析

(1) 企业发展概况

(2) 企业获奖荣誉

(3) 企业业务分析

7.2.14 成都富力房屋置换有限公司分析

(1) 企业发展概况

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业业务分析

(4) 企业发展战略

第8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

部分图表目录：

图表1：2011-2019年中国国内生产总值及其增长速度（单位：万亿元，%）

图表2：2015-2019年中国居民消费价格指数变化情况

图表3：2014-2019年国房景气指数

图表4：2008-2019年房地产开发投资累计及同比增速（单位：万亿元，%）

图表5：2011-2019年我国房地产开发投资结构（按建筑性质）（单位：%）

图表6：2015年我国房地产开发投资结构（按区域）（单位：亿元）

图表7：2011-2019年我国房地产新开工面积及同比增速（单位：万平方米，%）

图表8：2011-2019年房地产新开工面积结构情况（按建筑性质）（单位：%）

图表9：2011-2019年房地产竣工面积及同比增速（单位：万平方米，%）

图表10：2011-2019年房地产竣工面积结构（按建筑性质）（单位：%）

图表11：2011-2019年商品房销售面积及同比增长率（单位：亿平方米，%）

图表12：2011-2019年我国房地产商品房销售面积结构（按建筑性质）（单位：%）

图表13：2014年我国主要土地政策

图表14：2015年我国土地主要政策

图表15：我国商品房主要政策

图表16：保障性住房主要政策

图表17：房地产中介服务行业主要政策

图表18：房地产中介服务内涵

图表19：房地产中介服务领域

图表20：房地产市场体系及房地产开发价值链

图表21：2008-2015年中国城镇化率（单位：%）

图表22：2020-2026年我国城镇化率预测（单位：%）

图表23：房地产中介服务行业发展的萌芽阶段

图表24：房地产中介服务行业发展的快速发展阶段

图表25：房地产中介服务行业发展的整合规范发展阶段

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202001/149963.html>