

# 2017-2022年中国房地产服务行业分析与投资决策咨询报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国房地产服务行业分析与投资决策咨询报告》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.chinairr.org/report/R04/R0402/201703/20-227483.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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：

### 第一部分 全球篇 26

#### 第一章 全球房地产服务市场现状及经验借鉴 26

##### 第一节 房地产服务行业基本概述 26

###### 一、房地产服务行业界定 26

###### 二、房地产服务业务类型 26

###### 三、房地产服务行业周期 27

##### 第二节 全球房地产服务行业发展概况 28

###### 一、全球房地产服务行业发展历程 28

###### 二、全球房地产服务行业地域扩张 28

###### 三、全球房地产服务行业产品线扩张 29

###### 四、全球房地产服务行业兼并收购情况 30

##### 第三节 主要国家及地区房地产服务市场分析 30

###### 一、美国 30

###### （一）美国房地产市场运行现状 30

###### （二）美国房地产市场特点分析 32

###### （三）美国房地产服务业务分析 34

###### 二、中国香港 34

###### （一）香港房地产市场运行现状 34

###### （二）香港房地产服务市场特点 35

###### （三）香港房地产服务业务分析 35

###### 三、台湾房地产服务市场特点 35

#### 第二章 全球房地产服务五大行业务情况及经验借鉴 37

##### 第一节 戴德梁行（DTZ） 37

###### 一、企业基本概况 37

###### 二、企业经营情况 37

###### 三、业务发展分析 37

###### （一）经纪服务 37

(二) 咨询服务	38
(三) 评估服务	38
(四) 物业管理	38
(五) 金融服务	39
四、区域市场分析	39
五、竞争优势分析	40
六、在华发展布局	40
第二节 世邦魏理仕 (CBRE)	40
一、企业基本概况	40
二、企业经营情况	41
三、业务发展分析	41
(一) 经纪服务	41
(二) 咨询服务	42
(三) 评估服务	42
(四) 物业管理	43
(五) 金融服务	44
四、区域市场分析	45
五、竞争优势分析	46
六、在华发展布局	46
第三节 仲量联行 (JLL)	47
一、企业基本概况	47
二、企业经营情况	47
三、业务发展分析	47
(一) 经纪服务	47
(二) 咨询服务	48
(三) 评估服务	48
(四) 物业管理	49
(五) 金融服务	49
四、区域市场分析	50
五、竞争优势分析	50
六、在华发展布局	50
第四节 高力国际 (Colliers)	51

一、企业基本概况 51

二、企业经营情况 52

三、业务发展分析 52

（一）经纪服务 52

（二）咨询服务 52

（三）评估服务 53

（四）物业管理 54

（五）金融服务 55

四、区域市场分析 56

五、竞争优势分析 56

六、在华发展布局 56

第五节 第一太平洋戴维斯（Savills） 56

一、企业基本概况 56

二、企业经营情况 56

三、业务发展分析 57

（一）经纪服务 57

（二）咨询服务 57

（三）评估服务 58

（四）物业管理 59

（五）金融服务 60

四、区域市场分析 61

五、竞争优势分析 61

六、在华发展布局 62

第二部分 国内篇 63

第三章 中国房地产服务行业发展环境分析 63

第一节 房地产服务行业经济环境分析 63

一、国内经济发展情况 63

（一）中国GDP增长情况分析 63

（二）工业经济发展形势分析 64

（三）社会固定资产投资分析 65

（四）全社会消费品零售总额 66

(五) 城乡居民收入增长分析	68
(六) 居民消费价格变化分析	69
(七) 对外贸易发展形势分析	70
二、经济环境对行业的影响	71
第二节 房地产服务行业政策分析	71
一、中国房地产土地政策分析	71
(一) 土地市场调控政策最新动向及解读	71
(二) 房地产市场调控政策最新动向及解读	73
(三) 土地管理制度深层次改革必要性及方向	76
二、中国保障性住房政策分析	77
(一) 保障性住房主要政策分析	77
(二) 保障性住房建设政策解读	77
(三) 房地产地方性政策解读	82
三、中国房地产限购政策分析	84
(一) 新“国四条”与新“国十条”	84
(二) 新“国五条”限购政策出台	85
(三) 新“国八条”房地产限购政策	86
(四) 住建部公布新增限购城市五项标准	87
四、中国房地产其他政策分析	88
(一) 住房公积金管理规划	88
(二) 港澳“印花税”模式分析	88
(三) 房产税改革政策分析	88
(四) 扩容房产税试点情况	89
(五) “十八届三中全会”房地产政策解读	91
第三节 房地产交易管理制度与政策	92
一、房地产交易管理	92
(一) 价格申报制度	93
(二) 价格评估制度	93
(三) 价格评估人员资格认证制度	93
二、房地产转让管理	93
(一) 房地产转让类型	94
(二) 房地产转让条件	94

### 三、商品房销售管理 95

#### （一）商品房预售的条件 95

#### （二）商品房预售合同登记备案 95

#### （三）商品房买卖合同管理 95

### 四、房屋租赁管理 97

#### （一）房屋租赁分类 97

#### （二）房屋租赁政策 97

#### （三）房屋租赁合同 98

#### （四）房屋租赁登记备案 99

### 五、房地产抵押管理 99

#### （一）房地产作为抵押物的条件 99

#### （二）房地产抵押合同 100

#### （三）房地产抵押登记 100

#### （四）房地产抵押的效力 100

#### （五）房地产抵押的受偿 101

### 第四节 中国房地产服务行业社会环境分析 101

#### 一、人口规模及结构分析 101

#### 二、中国城镇化进程分析 103

#### 三、中国人均住房面积情况 103

#### 四、家庭人均居住支出情况 104

#### 五、居民住房观念的改变 104

## 第四章 中国房地产行业市场开发运营分析 105

### 第一节 房地产市场开发投资情况 105

#### 一、房地产景气指数分析 105

#### 二、房地产开发投资规模 105

#### 三、房地产开发投资区域结构 106

#### 四、房地产开发资金来源分析 106

### 第二节 中国土地市场供需分析 107

#### 一、房地产企业待开发土地面积 107

#### 二、房地产企业土地成交规模 107

#### 三、房地产企业土地购置费用 108

#### 四、主要城市土地价格情况分析 108

#### 第三节 房地产市场销售情况 113

##### 一、商品房销售情况分析 113

###### （一）商品房销售面积分析 113

###### （二）商品房待售面积分析 114

##### 二、商品房销售金额分析 114

#### 第五章 中国房地产服务行业发展分析 115

##### 第一节 中国房地产服务行业发展历程 115

###### 一、萌芽阶段（1988-1995） 115

###### 二、起步阶段（1996-1999） 115

###### 三、扩张阶段（2000-2007） 115

###### 四、整合阶段（2008至今） 115

##### 第二节 中国房地产服务业务发展概述 116

###### 一、代理销售业务 116

###### 二、代理租赁业务 116

###### 三、物业管理业务 116

###### 四、资产管理业务 116

###### 五、咨询顾问业务 117

##### 第三节 中国与美国房地产服务行业发展对比 117

###### 一、商业环境对比分析 117

###### （一）人均GDP对比 117

###### （二）城市化率对比 117

###### （三）市场成熟度对比 118

###### 二、房地产行业商业模式对比 118

###### 三、房地产行业收入构成对比 119

##### 第四节 房地产服务细分市场运行概况 120

###### 一、住宅房地产服务市场分析 120

###### 二、商业房地产服务市场分析 121

#### 第三部份 细分市场篇 122

#### 第六章 房地产中介服务市场分析 122



## 第一节 房地产中介服务基本概述 122

### 一、房地产中介行业特征 122

### 二、房地产中介服务内容 124

### 三、房地产中介市场构成 126

### 四、房地产中介运行方式 126

## 第二节 房地产中介服务市场运行概况 128

### 一、发展规模 128

### 二、业务比例 128

### 三、区域格局 129

## 第三节 房地产中介服务管理模式 130

### 一、战略管理模式 130

### 二、资金管理模式 132

### 三、风险管理模式 132

### 四、品牌管理模式 133

### 五、人力资源管理模式 134

### 六、客户关系管理模式 135

## 第四节 房地产中介服务商业模式 138

### 一、香港模式 138

#### （一）发展特点 138

#### （二）典型案例 138

### 二、台湾模式 138

#### （一）发展特点 138

#### （二）典型案例 139

### 三、美国模式 139

#### （一）发展特点 139

#### （二）典型案例 140

### 四、本土模式 140

#### （一）发展特点 140

#### （二）典型案例 141

## 第七章 房地产经纪服务市场分析 143

### 第一节 房地产经纪服务基本概述 143

一、房地产经纪概念界定	143
二、房地产经纪业务类型	145
(一) 房地产居间	145
(二) 房地产代理	145
(三) 房地产行纪	146
三、房地产经纪服务特性	146
第二节 房地产经纪市场运行情况	147
一、房地产经纪行业发展历程	147
二、房地产经纪市场运行特征	149
三、房地产经纪市场运行情况	149
(一) 企业规模	149
(二) 从业人员	150
(三) 组织模式	150
(四) 服务方式	151
第三节 房地产经纪国外经验借鉴	151
一、美国	151
(一) 美国房地产经纪业概况	151
(二) 美国房地产经纪人管理	152
(三) 房地产经纪业管理特色	152
二、日本	153
(一) 日本房地产经纪业概况	153
(二) 日本房地产经纪人管理	153
(三) 房地产经纪业管理特色	153
三、香港	154
(一) 香港房地产经纪业概况	154
(二) 香港房地产经纪人管理	154
(三) 房地产经纪业管理特色	155
四、台湾	155
(一) 台湾房地产经纪业概况	155
(二) 台湾房地产经纪人管理	156
(三) 房地产经纪业管理特色	156
第四节 房地产经纪服务现存问题及转型策略	156

## 一、房地产经纪服务市场问题剖析 156

（一）无序的行业竞争 156

（二）企业定位多样化 157

（三）向现代服务业升级 157

（四）一二手房销售长期割裂 157

（五）房地产经纪行业信息孤岛 158

## 二、房地产经纪服务市场转型升级策略 158

（一）转型升级“一体两翼”框架 158

（二）加强转型升级组织领导 159

（三）管理体制创新 160

（四）管理机制创新 161

## 第八章 房地产咨询服务市场分析 164

### 第一节 房地产咨询服务基本概述 164

一、房地产咨询的概念 164

二、房地产咨询的原则 164

三、房地产咨询的特点 165

### 第二节 房地产咨询服务的类型 166

一、房地产法律咨询 166

二、房地产投资咨询 166

（一）开发投资咨询 167

（二）置业投资咨询 167

（三）间接投资咨询 168

三、房地产融资咨询 168

四、房地产信息咨询 169

五、房地产价格咨询 169

### 第三节 房地产咨询市场竞争格局 170

一、现有咨询机构竞争现状 170

二、潜在进入者威胁分析 170

三、替代业务威胁分析 171

四、行业上游议价能力 171

五、需求客户议价能力 171

#### 第四节 国外房地产咨询市场经验借鉴 172

##### 一、美国的经验借鉴 172

##### 二、日本的经验借鉴 172

##### 三、加拿大的经验借鉴 173

#### 第九章 房地产评估服务市场分析 174

##### 第一节 房地产评估服务基本概述 174

##### 一、房地产评估的概念 174

##### 二、房地产评估的类型 174

###### （一）一般评估 174

###### （二）特定评估 174

###### （三）抵押贷款评估 174

##### 三、房地产评估的原则 175

###### （一）供需原则 175

###### （二）替代原则 175

###### （三）贡献原则 175

###### （四）合法原则 175

###### （五）估价时点原则 175

###### （六）最有效使用原则 175

##### 四、房地产评估的方法 175

###### （一）成本法 175

###### （二）收益法 177

###### （三）市场比较法 178

##### 第二节 房地产评估服务法律政策分析 180

##### 一、中国房地产评估法律概述 180

##### 二、房地产评估市场监管现状 180

##### 三、完善房地产评估监管机制 181

##### 四、房地产评估监管体制走向 182

##### 第三节 房地产评估服务市场发展分析 183

##### 一、国外房地产评估市场现状 183

##### 二、中国房地产评估市场现状 184

##### 三、房地产评估机构资质企业分析 185

- (一) 一级资质要求及企业分析 185
- (二) 二级资质要求及企业分析 187
- (三) 三级资质要求及企业分析 191

#### 四、房地产评估市场竞争格局 194

- (一) 现有机构的竞争 194
- (二) 潜在进入者威胁 195
- (三) 替代产品的威胁 195
- (四) 买方的谈判能力 196
- (五) 卖方的谈判能力 196

#### 第四节 国外房地产评估制度对中国的启示 197

- 一、估价人员考试注册制度 197
- 二、估价机构注册管理制度 197
- 三、估价职业管理制度 198
- 四、职业道德与伦理规范 199
- 五、对我国发展的经验及建议 199

#### 第五节 房地产评估的风险及控制对策 200

- 一、财务风险及控制对策 200
- 二、金融风险及控制对策 202
- 三、监管风险及控制对策 206
- 四、市场风险及控制对策 208

### 第十章 房地产物业管理市场分析 210

#### 第一节 物业管理市场发展概况 210

- 一、物业管理市场现状分析 210
- 二、物业管理行业发展特点 212
- 三、物业管理发展推动因素 213

#### 第二节 物业管理百强企业分析 213

- 一、物业管理百强企业排名情况 213
- 二、物业管理百强企业经营规模 215
- 三、物业管理百强企业经营效益 218
- 四、物业管理百强企业服务品质 222
- 五、物业管理百强企业发展潜力 225

## 六、物业管理百强企业社会贡献 227

### 第三节 住宅物业管理市场分析 228

#### 一、住宅物业管理的特点 228

#### 二、物业费的构成与制定 228

#### 三、住宅物业管理 230

#### 四、别墅物业管理分析 230

##### （一）别墅物业环境特点 230

##### （二）别墅物业治安特性 231

##### （三）别墅物业服务要点 231

### 第四节 商业物业管理市场分析 232

#### 一、商业地产开发销售情况 232

##### （一）商业地产开发投资额分析 232

##### （二）商业地产销售面积分析 234

##### （三）商业地产销售价格分析 235

#### 二、商业地产不同业态管理特点 236

##### （一）写字楼物业管理的特点 236

##### （二）购物中心物业管理特点 237

##### （三）休闲会所物业管理特点 238

##### （四）公寓酒店物业管理特点 239

### 第五节 工业物业管理市场分析 240

#### 一、工业物业管理业态特征 240

##### （一）工业厂房物业管理 240

##### （二）研发中心物业管理 240

##### （三）医药园区物业管理 241

#### 二、工业物业管理的特点 242

#### 三、工业物业管理的难点 243

#### 四、工业物业管理的思路 244

#### 五、工业物业管理组织结构设计 246

#### 六、工业物业管理运营策略分析 247

##### （一）工业物业管理的前期介入 247

##### （二）工业物业管理的接管验收 248

##### （三）工业物业管理日常管理策略 248

## 第六节 公共建筑物业管理市场分析 251

### 一、政府机关物业管理 251

#### （一）政府机关物业管理模式 251

#### （二）政府机关物业管理特点 252

#### （三）政府机关物业管理要素 254

### 二、医院物业管理 255

#### （一）医院物业管理模式 255

#### （二）医院物业管理特点 257

#### （三）医院物业管理内容 258

### 三、学校物业管理 259

#### （一）学校物业管理模式 259

#### （二）学校物业管理特点 262

#### （三）学校物业管理内容 263

## 第十一章 房地产金融服务市场分析 266

### 第一节 房地产金融服务基本概述 266

#### 一、房地产金融的概念 266

#### 二、房地产金融的分类 266

##### （一）房产金融 266

##### （二）地产金融 266

##### （三）房产银行 267

#### 三、房地产金融的特点 267

#### 四、房地产金融的内容 269

#### 五、房地产金融的意义 269

#### 六、房地产金融的作用 270

#### 七、房地产金融的风险 272

### 第二节 房地产金融市场运行情况 274

#### 一、房地产融资总况 274

#### 二、房地产并购情况 274

#### 三、房地产信贷情况 275

##### （一）房地产开发贷款 275

##### （二）个人住房贷款 275

(三) 保障性住房贷款	276
四、房地产股权融资情况	276
(一) 首次公开发行 (IPO)	276
(二) 增发募集现金	276
(三) 增发收购资产	277
五、房地产债券融资情况	277
(一) 境内债券融资	277
(二) 境外债券融资	277
第三节 房地产信托市场发展分析	278
一、房地产信托发展相关概述	278
(一) 房地产信托产品的概述	278
(二) 房地产信托发展背景现状	279
(三) 房地产信托产品形式分析	279
(四) 房地产信托中国化发展模式	279
二、中国房地产信托市场分析	280
(一) 房地产信托产品发行规模	280
(二) 房地产信托发行结构分析	280
(三) 房地产信托余额规模分析	281
(四) 房地产信托兑付情况分析	281
(五) 房地产信托投资方式分析	282
第四节 房地产私募基金市场分析	282
一、中国房地产私募基金发展概述	282
(一) 房地产私募基金发展历程	282
(二) 房地产私募基金发展现状	283
二、房地产私募基金管理公司现状	284
三、房地产私募基金管理公司特点	285
四、房地产私募基金总体规模分析	287
(一) 私募房地产新募基金数量	287
(二) 房地产私募基金募资金额	287
(三) 房地产私募基金投资金额	288
(四) 房地产私募基金投资案例	288
五、房地产私募基金产品结构分析	289



- (一) 房地产基金的管理方研究 289
- (二) 房地产基金产品结构研究 291
- 六、房地产私募基金发展趋势分析 293

## 第四部分 区域篇 294

### 第十二章 中国一线城市房地产服务市场分析 294

#### 第一节 一线城市房地产服务市场发展概况 294

- 一、一线城市房地产市场开发情况 294
- 二、一线城市房地产服务需求特点 294
- 三、一线城市房地产服务竞争格局 295
- 四、一线城市房地产服务市场潜力 295

#### 第二节 北京房地产服务市场分析 297

- 一、北京房地产投资开发情况 297
  - (一) 房地产投资金额分析 297
  - (二) 房地产施竣工面积分析 297
  - (三) 商品房销售规模分析 298
- 二、北京房地产服务市场运行分析 298
  - (一) 房地产服务政策规划 298
  - (二) 房地产经纪机构现状 300
  - (三) 房地产经纪行业现状 300
  - (四) 房地产服务竞争格局 301
  - (五) 房地产服务前景展望 302

#### 第三节 上海房地产服务市场分析 303

- 一、上海房地产投资开发情况 303
  - (一) 房地产投资金额分析 303
  - (二) 房地产施竣工面积分析 303
  - (三) 商品房销售规模分析 303
- 二、上海房地产服务市场运行分析 304
  - (一) 房地产服务政策规划 304
  - (二) 房地产经纪市场现状 304
  - (三) 地产经纪行业信用现状 305
  - (四) 房地产服务竞争格局 308

(五) 房地产服务前景展望 309

#### 第四节 广州房地产服务市场分析 309

##### 一、广州房地产投资开发情况 309

(一) 房地产投资金额分析 309

(二) 房地产施竣工面积分析 309

(三) 商品房销售规模分析 310

##### 二、广州房地产服务市场运行分析 310

(一) 房地产服务政策规划 310

(二) 房地产中介市场现状 311

(三) 房地产服务竞争格局 312

(四) 房地产服务前景展望 313

#### 第五节 深圳房地产服务市场分析 313

##### 一、深圳房地产投资开发情况 313

(一) 房地产投资金额分析 313

(二) 房地产施竣工面积分析 314

(三) 商品房销售规模分析 314

##### 二、深圳房地产服务市场运行分析 314

(一) 房地产服务政策规划 314

(二) 房地产服务竞争格局 315

(三) 房地产服务前景展望 318

### 第十三章 中国二三线城市房地产服务市场分析 319

#### 第一节 二三线城市房地产服务市场发展概况 319

##### 一、二三线城市房地产市场开发情况 319

##### 二、二三线城市房地产服务需求特点 319

##### 三、二三线城市房地产服务市场潜力 319

#### 第二节 天津房地产服务市场分析 320

##### 一、天津房地产投资开发情况 320

(一) 房地产投资金额分析 320

(二) 房地产施竣工面积分析 320

(三) 商品房销售规模分析 321

##### 二、天津房地产服务市场分析 321

(一) 房地产服务业政策规划	321
(二) 房地产服务业竞争格局	322
(三) 房地产服务业发展前景	322
第三节 杭州房地产服务市场分析	323
一、杭州房地产投资开发情况	323
(一) 房地产投资金额分析	323
(二) 房地产施竣工面积分析	323
(三) 商品房销售规模分析	324
二、杭州房地产服务市场分析	324
(一) 房地产服务业政策规划	324
(二) 房地产中介市场竞争格局	324
(三) 房地产服务业发展前景	326
第四节 南京房地产服务市场分析	327
一、南京房地产投资开发情况	327
(一) 房地产投资金额分析	327
(二) 房地产施竣工面积分析	327
(三) 商品房销售规模分析	328
二、南京房地产服务市场分析	328
(一) 房地产服务业政策规划	328
(二) 房地产服务业竞争格局	329
(三) 房地产服务业发展前景	329
第五节 厦门房地产服务市场分析	330
一、厦门房地产投资开发情况	330
(一) 房地产投资金额分析	330
(二) 房地产施竣工面积分析	330
(三) 商品房销售规模分析	330
二、厦门房地产服务市场分析	331
(一) 房地产服务业政策规划	331
(二) 房地产服务业竞争格局	333
(三) 房地产服务业发展前景	333
第六节 重庆房地产服务市场分析	333
一、重庆房地产投资开发情况	333

(一)	房地产投资金额分析	333
(二)	房地产施竣工面积分析	334
(三)	商品房销售规模分析	334
二、	重庆房地产服务市场分析	335
(一)	房地产服务业政策规划	335
(二)	房地产服务业竞争格局	338
(三)	房地产服务业发展前景	339
第七节	成都房地产服务市场分析	339
一、	成都房地产投资开发情况	339
(一)	房地产投资金额分析	339
(二)	房地产施竣工面积分析	340
(三)	商品房销售规模分析	340
二、	成都房地产服务市场分析	341
(一)	房地产服务业政策规划	341
(二)	房地产服务业竞争格局	341
(三)	房地产服务业发展前景	341
第八节	武汉房地产服务市场分析	342
一、	武汉房地产投资开发情况	342
(一)	房地产投资金额分析	342
(二)	房地产施竣工面积分析	342
(三)	商品房销售规模分析	342
二、	武汉房地产服务市场分析	343
(一)	房地产服务业政策规划	343
(二)	房地产服务业竞争格局	343
(三)	房地产服务业发展前景	345
第九节	长沙房地产服务市场分析	345
一、	长沙房地产投资开发情况	345
(一)	房地产投资金额分析	345
(二)	房地产施竣工面积分析	346
(三)	商品房销售规模分析	346
二、	长沙房地产服务市场分析	347
(一)	房地产服务业政策规划	347

(二) 房地产服务业竞争格局	347
(三) 房地产服务业发展前景	348
第十节 青岛房地产服务市场分析	348
一、青岛房地产投资开发情况	348
(一) 房地产投资金额分析	348
(二) 房地产施竣工面积分析	348
(三) 商品房销售规模分析	349
二、青岛房地产服务市场分析	349
(一) 房地产服务业政策规划	349
(二) 房地产服务业竞争格局	350
(三) 房地产服务业发展前景	350

## 第五部分 企业篇 352

### 第十四章 中国房地产策划代理百强企业研究 352

#### 第一节 研究方法体系 352

一、研究基本原则	352
二、计量评价方法	352
三、基本数据来源	353
四、评价指标体系	353

#### 第二节 房地产策划代理企业发展概况 354

一、企业营业收入分析	354
二、物业代理销售面积	355
三、企业营销渠道分析	356

#### 第三节 房地产策划代理企业全国布局情况 356

一、企业城市布局总况	356
二、企业进入城市数量规模	357
三、策划代理行业集中度分析	358

#### 第四节 房地产策划代理企业业务发展情况 359

一、企业策划业务发展分析	359
(一) 策划业务收入规模	359
(二) 企业策划业务构成	359
(三) 策略业务结构变化	360

## 二、企业代理业务发展分析 360

### （一）代理业务收入规模 360

### （二）企业代理业务构成 360

### （三）物业代理收费情况 361

## 三、百强企业业务拓展情况 362

## 四、企业业务发展趋势分析 362

## 第五节 房地产策划代理企业发展潜力分析 364

### 一、企业盈利能力分析 364

### 二、企业资产利用状况 364

### 三、员工人均绩效分析 365

### 四、人才和技术投入分析 366

### 五、项目储备情况及影响 367

## 第六节 房地产策划代理百强企业发展趋势分析 368

### 一、房地产策划代理行业生命周期分析 368

#### （一）萌芽期 368

#### （二）成长期 368

#### （三）成熟期 369

### 二、房地产策划代理百强企业发展趋势展望 369

#### （一）外部环境 369

#### （二）趋势分析 370

## 第十五章 中国典型房地产服务企业经营分析 371

### 第一节 深圳世联地产顾问股份有限公司 371

#### 一、企业基本情况概述 371

#### 二、企业总体经营情况 371

#### 三、企业主营业务分析 372

#### 四、企业区域发展布局 373

#### 五、企业竞争优势分析 373

#### 六、企业发展战略规划 374

### 第二节 易居（中国）控股有限公司 374

#### 一、企业基本情况概述 374

#### 二、企业总体经营情况 375

三、企业主营业务分析	375
四、企业区域发展布局	375
五、企业竞争优势分析	375
六、企业发展战略规划	376
第三节 合富辉煌集团公司	376
一、企业基本情况概述	376
二、企业总体经营情况	376
三、企业主营业务分析	378
四、企业区域发展布局	378
五、企业竞争优势分析	379
六、企业发展战略规划	379
第四节 中原地产	380
一、企业基本情况概述	380
二、企业主营业务分析	380
三、企业区域发展布局	380
四、企业竞争优势分析	380
五、企业发展战略规划	381
第五节 美联物业（中国）有限公司	381
一、企业基本情况概述	381
二、企业总体经营情况	381
三、企业主营业务分析	382
四、企业区域发展布局	382
五、企业竞争优势分析	383
第六节 同策房产咨询股份有限公司	383
一、企业基本情况概述	383
二、企业总体经营情况	383
三、企业主营业务分析	384
四、企业区域发展布局	384
五、企业竞争优势分析	384
六、企业发展战略规划	385
第七节 北京思源兴业房地产经纪有限公司	385
一、企业基本情况概述	385

二、企业总体经营情况	385
三、企业主营业务分析	386
四、企业区域发展布局	386
五、企业竞争优势分析	387
六、企业发展战略规划	387
第八节 上海策源置业顾问有限公司	388
一、企业基本情况概述	388
二、企业总体经营情况	388
三、企业主营业务分析	388
四、企业区域发展布局	388
五、企业竞争优势分析	389
六、企业发展战略规划	389
第九节 新联康（中国）有限公司	389
一、企业基本情况概述	389
二、企业区域发展布局	390
三、企业竞争优势分析	390
四、企业发展战略规划	390
第十节 上海华燕置业发展有限公司	390
一、企业基本情况概述	390
二、企业主营业务分析	391
三、企业区域发展布局	391
四、企业竞争优势分析	391
五、企业发展战略规划	391
第十一节 北京远洋嘉业房地产经纪有限公司	392
一、企业基本情况概述	392
二、企业总体经营情况	392
三、企业主营业务分析	392
四、企业区域发展布局	392
五、企业发展战略规划	393
第十二节 厦门同舟济置业顾问有限公司	393
一、企业基本情况概述	393
二、企业总体经营情况	393



三、企业主营业务分析	393
四、企业区域发展布局	394
五、企业竞争优势分析	394
第十三节 博思堂地产综合服务股份有限公司	394
一、企业基本情况概述	394
二、企业总体经营情况	394
三、企业主营业务分析	395
四、企业区域发展布局	395
五、企业竞争优势分析	395
第十四节 世方商业地产顾问机构	396
一、企业基本情况概述	396
二、企业主营业务分析	396
三、企业区域发展布局	396
四、企业竞争优势分析	397
五、企业发展战略规划	397
第十五节 高策地产服务机构	397
一、企业基本情况概述	397
二、企业主营业务分析	398
三、企业区域发展布局	398
四、企业经典项目分析	398
第十六节 北京我爱我家房地产经纪有限公司	399
一、企业基本情况概述	399
二、企业总体经营情况	399
三、企业主营业务分析	399
四、企业区域发展布局	399
五、企业竞争优势分析	400
六、企业发展战略规划	400
第十七节 北京链家房地产经纪有限公司	401
一、企业基本情况概述	401
二、企业总体经营情况	401
三、企业主营业务分析	401
四、企业区域发展布局	401

五、企业竞争优势分析	402
六、企业发展战略规划	402
第十八节 上海房屋置换股份有限公司	402
一、企业基本情况概述	402
二、企业总体经营情况	403
三、企业主营业务分析	403
四、企业区域发展布局	403
五、企业竞争优势分析	403
六、企业发展战略规划	404
第十九节 北京康正宏基房地产评估公司	404
一、企业基本情况概述	404
二、企业总体经营情况	404
三、企业主营业务分析	405
四、企业竞争优势分析	405
五、企业发展动态情况	406
第二十节 深圳市国策房地产土地估价公司	406
一、企业基本情况概述	406
二、企业主营业务分析	406
三、企业区域发展布局	406
四、企业竞争优势分析	407
第二十一节 上海城市房地产估价有限公司	407
一、企业基本情况概述	407
二、企业总体经营情况	407
三、企业主营业务分析	408
四、企业区域发展布局	408
五、企业竞争优势分析	408
第二十二节 万科物业	408
一、企业基本情况概述	408
二、企业主营业务分析	409
三、企业区域发展布局	409
四、企业发展战略规划	409
第二十三节 中海物业管理有限公司	410

一、企业基本情况概述 410

二、企业总体经营情况 410

三、企业主营业务分析 410

四、企业区域发展布局 410

五、企业竞争优势分析 411

六、企业发展战略规划 411

第二十四节 长城物业集团 411

一、企业基本情况概述 411

二、企业主营业务分析 412

三、企业区域发展布局 412

四、企业竞争优势分析 412

五、企业发展战略规划 413

六、企业经典项目分析 413

第六部分 投资前景及策略篇 414

第十六章 2017-2022年中国房地产服务行业投资前景 414

第一节 2017-2022年中国房地产行业发展前景 414

一、促进房地产市场长期繁荣因素 414

二、中国房地产业中长期发展目标 415

三、“十二五”中国保障房建设规划 416

第二节 2017-2022年房地产服务业发展SWOT分析 417

一、发展优势分析 417

二、发展劣势分析 417

三、发展机遇分析 418

四、发展威胁分析 419

第三节 2017-2022年房地产服务业发展趋势 420

一、房地产行业商业模式走向成熟 420

二、服务模式由粗放走向专业现代 420

三、住宅服务向商业地产服务过渡 420

四、房地产金融市场加速形成完善 421

第四节 2017-2022年房地产服务业务发展方向 421

一、传统代理业务 421

- (一) 佣金费率走势 421
- (二) 市场竞争趋势 422
- 二、物业资产管理 423
  - (一) 业务构成变化 423
  - (二) 市场空间前景 423
  - (三) 业务需求潜力 424
- 三、金融服务业务 424
  - (一) 制度趋于完善 424
  - (二) 结构趋于合理 425
  - (三) 需求更加多元 425

## 第十七章 2017-2022年中国房地产服务行业投资特性及策略 426

### 第一节 2017-2022年房地产服务行业投资特性 426

- 一、房地产服务行业投资壁垒 426
- 二、房地产服务行业盈利预测 426
- 三、房地产服务行业投资潜力 427
- 四、房地产服务行业投资风险 427
  - (一) 政策调控风险 427
  - (二) 市场竞争风险 427
  - (三) 企业经营风险 427
  - (四) 并购整合风险 428

### 第二节 2017-2022年房地产服务行业战略转型策略 428

- 一、向服务经营理念转变 428
  - (一) 战略转变 428
  - (二) 战略重点 428
- 二、向标准化业务模式转变 429
  - (一) 战略转变 429
  - (二) 战略重点 429
- 三、向跨区域服务提供转变 430
  - (一) 战略转变 430
  - (二) 战略重点 430
- 四、向行业整合创造新价值链转变 431

(一) 战略转变 431

(二) 战略重点 431

### 第三节 2017-2022年房地产服务商业模式借鉴及建议 432

#### 一、房地产服务行业优秀商业模式经验借鉴 432

(一) 香港中原模式经验借鉴 432

(二) 台湾信义模式经验借鉴 433

(三) 美国21世纪不动产模式经验借鉴 433

(四) “我爱我家”的“三网合一”模式借鉴 434

(五) “链家地产”专业服务科学管理模式借鉴 434

#### 二、中国房地产服务行业商业模式发展建议 435

(一) 网络工具助力行业创新 435

(二) 寻求在经纪人佣金制上创新 436

(三) 探索产品组合上的创新 437

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0402/201703/20-227483.html>