

中国互联网+房地产中介服务行业商业模式创新与投资机会深度研究报告

目 录

CONTENTS

——综述篇——

第1章：房地产中介服务及互联网+内涵综述/研究说明

1.1 房地产中介服务综述

- 1.1.1 房地产中介服务的界定
- 1.1.2 房地产中介服务的业务
- 1.1.3 房地产中介服务所处行业
- 1.1.4 房地产中介服务市场监管
- 1.1.5 房地产中介服务标准规范

1.2 互联网+房地产中介服务综述

- 1.2.1 “互联网+”的定义及特点
- 1.2.2 “互联网+房地产中介服务”的内涵

1.3 房地产中介服务产业画像★

- 1.3.1 房地产中介服务产业链结构示意图
- 1.3.2 房地产中介服务产业链生态全景图
- 1.3.3 房地产中介服务产业链区域热力图

1.4 房地产中介服务研究说明

- 1.4.1 本报告研究范围界定
- 1.4.2 本报告权威数据来源
- 1.4.3 本报告研究统计方法

——现状篇——

第2章：中国房地产调控政策及中国房地产业发展现状

2.1 中国房地产业调控政策

- 2.1.1 中国房地产业土地政策
- 2.1.2 中国房地产业税收政策
- 2.1.3 中国房地产业融资政策
- 2.1.4 中国房地产业监管重点
- 2.1.5 中国房地产业调控方向——房住不炒
- 2.1.6 各省市房地产政策汇总
- 2.1.7 各省市房地产发展目标

2.2 中国人口规模及城镇化

- 2.2.1 中国总人口规模及自然增长率
- 2.2.2 中国总人口规模及生育率预测
- 2.2.3 中国城镇人口规模及城镇化率
- 2.2.4 中国城镇人口及城镇化率预测
- 2.2.5 中国人口增量排名靠前的城市

2.3 中国居民住房基本情况

- 2.3.1 中国人均住房面积提升（改善需求将放缓）
- 2.3.2 中国存量住房房龄结构（旧房更新需求大）
- 2.3.3 中国存量住房来源结构（一手/自建/租赁/二手/保障性住房比例）

2.4 中国房地产业发展现状

- 2.4.1 中国房地产开发景气指数
- 2.4.2 中国房地产开发投资规模
- 2.4.3 中国房地产业新开工面积
- 2.4.4 中国房地产业的竣工面积
- 2.4.5 中国商品房销售面积变化
- 2.4.6 中国主要城市商品住宅房价

2.5 中国社会保障性住房情况

- 2.5.1 社会保障性住房政策历程
- 2.5.2 中国保障性住房主要类型

- 2.5.3 中国保障性住房建设目标
 - 1、国家
 - 2、重点城市
- 2.5.4 中国保障性住房建设现状
- 2.6 中国住房租赁市场现状**
 - 2.6.1 中国租房人口规模体量
 - 1、中国成年流动人口规模
 - 2、中国高校毕业生人数变化
 - 3、中国租房需求群体规模
 - 2.6.2 中国租房人口区域分布
 - 2.6.3 中国租房人口年龄结构
 - 2.6.4 中国住房租赁市场规模
- 第3章：中国房地产中介服务行业发展现状及面临挑战**
 - 3.1 中国房地产中介服务发展政策/解读**
 - 3.1.1 中国房地产中介服务发展政策
 - 3.1.2 中国房地产中介服务政策解读
 - 3.2 中国房地产中介服务发展历程/特征**
 - 3.2.1 中国房地产中介服务发展历程
 - 3.2.2 中国房地产中介服务发展特征
 - 3.3 中国房地产中介服务市场规模/体量★**
 - 3.3.1 中国房地产中介服务市场渗透率
 - 3.3.2 中国房地产中介服务市场规模体量
 - 3.4 中国房地产中介服务企业类型/数量**
 - 3.4.1 中国房地产中介服务市场参与者类型
 - 3.4.2 中国房地产中介服务企业入场方式
 - 3.4.3 中国房地产中介服务企业入场进程
 - 3.5 中国房地产中介服务机构数量清单**
 - 3.5.1 中国房地产中介服务机构数量
 - 3.5.2 中国房地产中介服务机构清单
 - 3.6 中国房地产中介服务机构业务布局**
 - 3.7 中国房地产中介服务机构运营模式**
 - 3.8 中国房地产中介服务机构运营现状**
 - 3.9 中国房地产中介服务发展痛点及面临挑战**
- 第4章：中国房地产中介服务细分市场发展现状分析**
 - 4.1 中国房地产中介细分业务服务市场**
 - 4.1.1 中国房地产中介业务——房地产估价
 - 1、中国房地产估价机构发展现状
 - (1) 房地产估价机构数量分析
 - (2) 房地产估价机构竞争情况
 - 2、中国房地产评估行业存在问题
 - 3、中国房地产评估行业发展趋势
 - 4.1.2 中国房地产中介业务——房地产经纪
 - 1、中国房地产经纪行业发展现状
 - 2、中国房地产经纪行业发展趋势
 - 4.1.3 中国房地产中介业务——房地产策划代理
 - 1、房地产策划代理企业排名情况
 - 2、房地产策划代理企业市场规模分析
 - 3、房地产策划代理企业竞争态势分析
 - 4.1.4 中国房地产中介业务——房地产金融服务
 - 1、房地产融资渠道分析
 - 2、房地产行业融资需求分析
 - 3、房地产市场融资成本分析
 - 4、房地产金融服务风险管理
 - 4.2 房地产中介服务细分市场发展现状★**
 - 4.3 房地产中介服务细分市场结构分析★**
 - 4.4 房地产中介服务细分市场：新房中介服务**
 - 4.4.1 新房中介服务业务基本流程
 - 4.4.2 新房中介服务市场规模体量
 - 4.4.3 新房中介服务市场竞争分析

- 4.4.4 新房中介服务市场前景预测
 - 4.5 房地产中介服务细分市场：二手房中介服务
 - 4.5.1 二手房中介服务业务基本流程
 - 4.5.2 二手房中介服务市场规模体量
 - 4.5.3 二手房中介服务市场竞争分析
 - 4.5.4 二手房中介服务市场前景预测
 - 4.6 房地产中介服务细分市场：住房租赁中介服务
 - 4.6.1 住房租赁中介服务业务基本流程
 - 4.6.2 住房租赁中介服务市场规模体量
 - 4.6.3 住房租赁中介服务市场竞争分析
 - 4.6.4 住房租赁中介服务市场前景预测
 - 4.7 房地产中介服务细分市场战略地位分析
- 第5章：房地产中介服务模式的“互联网+”及AI冲击**
- 5.1 中国房地产中介服务业经营模式——传统门店式
 - 5.1.1 传统门店式房地产中介服务经营特点
 - 5.1.2 传统门店式房地产中介服务的优劣势
 - 5.1.3 传统门店式房地产中介服务典型品牌
 - 5.1.4 传统门店式房地产中介服务细分类型
 - 1、传统门店式房地产中介服务——无店铺经营模式
 - (1) 无店铺经营模式简介
 - (2) 无店铺经营模式梳理
 - 2、传统门店式房地产中介服务——单店经营模式
 - (1) 单店经营模式简介
 - (2) 单店经营模式梳理
 - 3、传统门店式房地产中介服务——连锁店经营模式
 - (1) 连锁店经营模式简介
 - (2) 连锁店经营模式主要类型
 - (3) 连锁店经营模式类型对比
 - 4、传统门店式房地产中介服务——联盟经营模式
 - (1) 联盟经营模式简介
 - (2) 联盟经营模式梳理
 - 5.2 中国房地产中介服务业经营模式——互联网+平台式
 - 5.2.1 “互联网+”对房地产中介服务的影响
 - 5.2.2 “互联网+”房地产中介服务发展历程
 - 5.2.3 “互联网+”房地产中介服务经营特点
 - 5.2.4 “互联网+”房地产中介服务的优劣势
 - 5.2.6 “互联网+”房地产中介服务典型品牌
 - 5.2.7 “互联网+”房地产中介服务细分类型
 - 1、无门店基础纯线上平台
 - 2、传统房产中介线上平台
 - 5.2.8 “互联网+”房地产中介服务——互联网信息平台模式
 - 1、互联网信息平台模式发展情况
 - 2、互联网信息平台模式代表性企业
 - 3、互联网信息平台模式优劣势分析
 - 5.2.9 “互联网+”房地产中介服务——交易平台模式
 - 1、交易平台模式发展情况
 - 2、交易平台模式代表企业
 - 3、交易平台模式优劣势分析
 - 5.2.10 “互联网+”房地产中介服务——中介自营模式
 - 1、中介自营模式发展情况
 - 2、中介自营模式代表企业
 - 3、中介自营模式优劣势分析
 - 5.2.11 “互联网+”房地产中介服务——全民众销平台型模式
 - 5.3 典型地区房地产中介服务业经营模式借鉴
 - 5.3.1 典型地区房地产中介服务市场概况——美国
 - 1、美国房地产中介服务行业发展现状
 - 2、美国房地产中介服务行业运营模式
 - 3、美国房地产中介服务行业盈利模式
 - 5.3.2 典型地区房地产中介服务市场概况——日本

- 1、日本房地产中介服务行业发展现状
 - 2、日本房地产中介服务行业运营模式
 - 3、日本房地产中介服务行业盈利模式
 - 5.3.3 典型地区房地产中介服务市场概况——中国香港
 - 1、中国香港房地产中介服务行业发展现状
 - 2、中国香港房地产中介服务行业运营模式
 - 3、中国香港房地产中介服务行业盈利模式
 - 5.3.4 典型地区房地产中介服务市场概况——中国台湾
 - 1、中国台湾地区房地产中介服务行业发展现状
 - 2、中国台湾房地产中介服务行业运营模式
 - 3、中国台湾房地产中介服务行业盈利模式
 - 5.3.5 典型地区的房地产中介服务发展经验借鉴
 - 5.3.6 国内外房地产中介服务业经营模式对比
 - 5.4 中国房地产中介服务机构运营成本分析
 - 5.5 中国房地产中介服务机构的房产经纪人
 - 5.5.1 房产经纪人人数统计
 - 5.5.2 房产经纪人人员年龄
 - 5.5.3 房产经纪人人员性别
 - 5.5.4 房产经纪人人员学历
 - 5.5.5 房产经纪人从业年限
 - 5.5.6 房产经纪人获客渠道
 - 5.5.7 房地产经纪人职业资格考试现状
 - 5.6 中国房地产中介服务盈利模式及收费水平
 - 5.7 国内外房地产中介服务盈利模式差异对比
 - 5.8 中国房地产中介服务信息技术应用/AI的冲击
 - 5.8.1 房地产中介服务信息技术应用——大数据技术
 - 5.8.2 房地产中介服务信息技术应用——VR/AR技术
 - 5.8.3 房地产中介服务信息技术应用——AI人工智能
 - 5.8.4 房地产中介服务信息技术应用——AI人工智能
 - 5.9 中国房地产中介服务软件开发应用/流程优化
 - 5.9.1 房地产中介服务软件——电子签约与区块链存证
 - 5.9.2 房地产中介服务软件——业务流程自动化（RPA）
 - 5.9.3 房地产中介服务软件——客户关系管理系统（CRM）
 - 5.9.4 房地产中介服务软件——智能营销与推荐系统
 - 5.9.5 房地产中介服务软件——经纪人效能管理系统
 - 5.10 中国房地产中介服务营销渠道——短视频影响
 - 5.10.1 传统房地产中介服务营销渠道
 - 5.10.2 房地产中介服务短视频营销
 - 5.11 中国政府主导的二手房自助交易系统试点及影响分析
 - 5.11.1 政府主导的二手房自助交易系统试点概述
 - 5.11.2 政府主导的二手房自助交易系统建设目标
 - 5.11.3 政府主导的二手房自助交易系统试点现状
 - 5.11.4 政府主导的二手房自助交易系统对中介服务的影响
- 第6章：重点城市房地产中介服务及“互联网+”探索**
- 6.1 中国区域房地产业开发投资及销售情况
 - 6.2 中国商品住宅销售面积省市及城市排行
 - 6.3 中国房地产中介服务门店数量区域分布
 - 6.4 中国房地产中介服务重点城市发展总结
 - 6.5 房地产中介服务重点区域：北京
 - 6.5.1 北京房地产中介服务发展环境
 - 6.5.2 北京房地产中介服务发展现状
 - 1、北京房地产新房成交现状
 - (1) 成交数量
 - (2) 成交均价
 - 2、北京房地产二手房成交现状
 - (1) 成交数量
 - (2) 成交均价
 - 3、北京房地产租房成交现状
 - (1) 北京住房租赁价格趋势

- (2) 北京住房租赁市场品牌
- (3) 北京“十四五”租赁供应计划

4、北京市房地产中介服务发展现状

- 6.5.3 北京房地产中介服务企业格局
- 6.5.4 北京房地产中介服务“互联网+”
- 6.5.5 北京房地产中介服务发展规划

6.6 房地产中介服务重点区域：上海

- 6.6.1 上海房地产中介服务发展环境
- 6.6.2 上海房地产中介服务发展现状

1、上海市新房成交现状

- (1) 上海市房地产开发投资额
- (2) 上海市商品房销售面积
- (3) 上海市商品房销售额

- (1) 成交数量
- (2) 成交均价

2、上海二手房成交现状

- (1) 成交数量
- (2) 成交均价

3、上海房地产租房成交现状

- (1) 上海住房租赁供给情况
- (2) 上海住房租赁需求情况
- (3) 上海住房租赁指数趋势

4、上海房地产中介服务发展现状

- 6.6.3 上海房地产中介服务企业格局
- 6.6.4 上海房地产中介服务“互联网+”
- 6.6.5 上海房地产中介服务发展规划

6.7 房地产中介服务重点区域：广州

- 6.7.1 广州房地产中介服务发展环境
- 6.7.2 广州房地产中介服务发展现状

- (1) 广州市房地产开发投资额
- (2) 广州市商品房销售面积

- 6.7.3 广州房地产中介服务竞争格局
- 6.7.4 广州房地产中介服务“互联网+”
- 6.7.5 广州房地产中介服务发展规划

6.8 房地产中介服务重点区域：深圳

- 6.8.1 深圳房地产中介服务发展环境
- 6.8.2 深圳房地产中介服务发展现状

- 1、深圳房地产开发投资额
- 2、深圳市新房成交现状

- (1) 成交数量
- (2) 成交均价

3、深圳市商品房销售面积

4、深圳房地产二手房成交现状

- (1) 成交数量
- (2) 成交均价

5、深圳房地产租房成交现状

- (1) 深圳市住房租赁供给情况
- (2) 深圳市住房租赁需求情况
- (3) 深圳“十四五”租赁供应计划

6、深圳房地产中介服务发展现状

- 6.8.3 深圳房地产中介服务企业格局
- 6.8.4 深圳房地产中介服务“互联网+”
- 6.8.5 深圳房地产中介服务发展规划

6.9 房地产中介服务重点区域：重庆

- 6.9.1 重庆房地产中介服务发展环境
- 6.9.2 重庆房地产中介服务发展现状
- 6.9.3 重庆房地产中介服务竞争格局
- 6.9.4 重庆房地产中介服务“互联网+”
- 6.9.5 重庆房地产中介服务发展规划

6.10 房地产中介服务重点区域：杭州

- 6.10.1 杭州房地产中介服务发展环境
- 6.10.2 杭州房地产中介服务发展现状
 - 1、杭州市房地产开发投资额
 - 2、杭州新房成交现状
 - (1) 成交数量
 - (2) 成交均价
 - 3、杭州市商品房销售面积
 - 4、杭州二手房成交现状
 - (1) 成交数量
 - (2) 成交均价
 - 5、杭州房地产租房成交现状
 - 6、杭州房地产中介服务发展现状
- 6.10.3 杭州房地产中介服务企业格局
- 6.10.4 杭州房地产中介服务“互联网+”
- 6.10.5 杭州房地产中介服务发展规划

6.11 房地产中介服务重点区域：苏州

- 6.11.1 苏州房地产中介服务发展环境
- 6.11.2 苏州房地产中介服务发展现状
 - 1、苏州市房地产开发投资额
 - 2、苏州市商品房销售面积
- 6.11.3 苏州房地产中介服务竞争格局
- 6.11.4 苏州房地产中介服务“互联网+”
- 6.11.5 苏州房地产中介服务发展规划

6.12 房地产中介服务重点区域：厦门

- 6.12.1 厦门房地产中介服务发展环境
- 6.12.2 厦门房地产中介服务发展现状
- 6.12.3 厦门房地产中介服务竞争格局
- 6.12.4 厦门房地产中介服务“互联网+”
- 6.12.5 厦门房地产中介服务发展规划

第7章：中国互联网+房地产中介服务典型企业案例

7.1 传统房地产中介服务企业案例分析

- 7.1.1 易居企业（中国）集团有限公司
 - 1、企业发展概况
 - 2、企业经营分析
 - 3、企业发展模式
 - (1) 营销模式
 - (2) 盈利模式
 - (3) 服务模式
 - 4、竞争优势分析
- 7.1.2 深圳世联行集团股份有限公司
 - 1、企业发展概况
 - 2、企业经营分析
 - 3、企业房地产中介服务业务布局及发展状况
 - (1) 企业房地产中介服务业务服务内容
 - (2) 企业房地产中介服务业务商业模式
 - (3) 企业房地产中介服务业务盈利模式
 - 4、企业房地产中介服务业务动向
 - 5、竞争优势分析

7.2 中国房地产中介信息平台发展分析

- 7.2.1 搜房网（房天下）
 - 1、基本情况介绍
 - 2、经营情况分析
 - 3、运营模式分析
 - 4、竞争优势分析
- 7.2.2 新浪乐居
 - 1、基本情况介绍
 - 2、经营情况分析
 - 3、运营模式分析

- 4、竞争优势劣势分析
- 7.2.3 58同城
 - 1、企业基本情况介绍
 - 2、企业业务模式分析
 - 3、企业经营情况分析
 - 4、企业发展优劣势分析
- 7.3 中国房地产中介交易平台发展分析**
 - 7.3.1 深圳市云房网络科技有限公司（Q房网）
 - 1、企业发展历程及基本信息
 - (1) 企业发展历程
 - (2) 企业基本信息
 - (3) 企业股权结构
 - 2、企业业务架构及经营情况
 - (1) 企业整体业务架构
 - (2) 企业整体经营情况
 - 3、企业房地产中介服务业务布局及发展状况
 - (1) 企业房地产中介服务业务服务内容
 - (2) 企业房地产中介服务业务商业模式
 - (3) 企业房地产中介服务业务盈利模式
 - 4、企业房地产中介服务业务发展优劣势分析
 - 7.3.2 吉屋网
 - 1、企业基本情况介绍
 - 2、企业经营情况分析
 - 3、企业运营模式分析
 - 4、企业投融资情况分析
 - 7.3.3 房多多
 - 1、企业基本情况介绍
 - 2、企业经营情况分析
 - 3、企业业务模式分析
 - 4、企业竞争优势劣势分析
 - 7.3.4 安居客
 - 1、企业基本情况介绍
 - 2、企业业务模式分析
 - 3、企业经营情况分析
 - 4、企业发展优劣势分析
- 7.4 中国房地产中介自营平台发展分析**
 - 7.4.1 北京链家房地产经纪有限公司
 - 1、企业发展历程及基本信息
 - (1) 企业发展历程
 - (2) 企业基本信息
 - (3) 企业股权结构
 - 2、企业业务架构及经营情况
 - (1) 企业整体业务架构
 - (2) 企业整体经营情况
 - 3、企业房地产中介服务业务布局及发展状况
 - (1) 企业房地产中介服务业务服务内容
 - (2) 企业房地产中介服务业务商业模式
 - (3) 企业房地产中介服务业务盈利模式
 - 4、企业房地产中介服务业务发展优劣势分析
 - 7.4.2 我爱我家控股集团股份有限公司
 - 1、企业发展历程及基本信息
 - (1) 企业发展历程
 - (2) 企业基本信息
 - (3) 企业股权结构
 - 2、企业业务架构及经营情况
 - (1) 企业整体业务架构
 - (2) 企业整体经营情况
 - 3、企业房地产中介服务业务布局及发展状况
 - (1) 企业房地产中介服务业务服务内容

- (2) 企业房地产中介服务业务商业模式
- (3) 企业房地产中介服务业务盈利模式
- 4、企业房地产中介服务业务发展优劣势分析
- 7.4.3 中原（中国）房地产代理有限公司
 - 1、企业发展历程及基本信息
 - (1) 企业发展历程
 - (2) 企业基本信息
 - 2、企业业务架构
 - 3、企业房地产中介服务业务布局及发展状况
 - (1) 企业房地产中介服务业务服务内容
 - (2) 企业房地产中介服务业务商业模式
 - (3) 企业房地产中介服务业务盈利模式
 - 4、企业房地产中介服务业务发展优劣势分析

——展望篇——

第8章：中国房地产中介服务及互联网+PEST/SWOT

8.1 中国房地产中介服务行业经济环境分析（E）

- 8.1.1 中国宏观经济发展现状
 - 1、中国GDP及增长情况
 - 2、中国三次产业结构
- 8.1.2 中国宏观经济发展展望
- 8.1.3 中国房地产中介服务行业发展与宏观经济相关性分析

8.2 中国互联网+基础设施及用户数量变化趋势

- 8.2.1 互联网基础设施情况
- 8.2.2 总体网民规模
- 8.2.3 手机网民规模
- 8.2.4 中国互联网发展趋势

8.3 中国房地产中介服务行业PEST环境总结

8.4 中国房地产中介服务行业SWOT分析图

第9章：中国房地产中介服务行业发展潜力及前景展望

- 9.1 中国房地产中介服务行业发展潜力评估
- 9.2 中国房地产中介服务行业未来关键增长点
- 9.3 中国房地产中介服务行业发展前景预测
 - 9.3.1 中国房地产交易规模及结构预测
 - 9.3.2 中国房地产中介服务的交易规模发展前景预测
- 9.4 中国房地产中介服务行业发展趋势洞悉
 - 9.4.1 中国房地产中介服务行业整体发展趋势
 - 9.4.2 中国房地产中介服务行业细分市场趋势
 - 9.4.3 中国房地产中介服务行业技术创新趋势
 - 9.4.4 中国房地产中介服务行业市场竞争趋势
 - 9.4.5 中国房地产中介服务行业市场供需趋势

第10章：中国房地产中介服务行业发展机遇及策略建议

- 10.1 中国房地产中介服务行业投资风险预警
 - 10.1.1 中国房地产中介服务行业投资风险预警
 - 10.1.2 中国房地产中介服务行业投资风险应对
- 10.2 中国房地产中介服务行业投资机遇分析——全产业链配套
 - 10.2.1 不足：房地产中介服务产业链薄弱点投资机会
 - 1、数字化管理系统软件
 - 2、新兴技术应用的配套服务
 - 10.2.2 欠缺：房地产中介服务产业链空白点投资机会
- 10.3 中国房地产中介服务行业投资机遇分析——细分领域布局
 - 10.3.1 房地产中介服务（按业务类型）机会分析
 - 10.3.2 房地产中介服务（按房屋类型）机会分析
- 10.4 中国房地产中介服务行业投资机遇分析——优势区域布局
 - 10.4.1 国内：房地产中介服务省市/区域投资布局机会
 - 10.4.2 海外：房地产中介服务海外/出海投资布局机会
- 10.5 中国房地产中介服务行业投资价值评估
- 10.6 中国房地产中介服务行业投资策略建议
- 10.7 中国房地产中介服务行业可持续发展建议

图表目录

- 图表1: 房地产中介服务的定义
- 图表2: 房地产中介服务业务（按服务内容）
- 图表3: 房地产中介服务业务（按房屋属性）
- 图表4: 房地产中介服务所处行业
- 图表5: 中国房地产中介服务行业监管体系
- 图表6: 房地产中介服务监管机构
- 图表7: 房地产中介服务标准体系
- 图表8: 房地产中介服务标准汇总
- 图表9: 中国房地产中介服务行业相关标准
- 图表10: “互联网+”的主要特征
- 图表11: “互联网+房地产中介服务”的内涵
- 图表12: 房地产中介服务产业链结构示意图
- 图表13: 房地产中介服务产业链生态全景图
- 图表14: 房地产中介服务产业链区域热力图
- 图表15: 本报告研究范围界定
- 图表16: 本报告权威数据资料来源汇总
- 图表17: 本报告的主要研究方法及统计标准说明
- 图表18: 2010-2025年我国主要土地调控政策和内容
- 图表19: 2010-2025年我国土地监管政策一览
- 图表20: 2018-2025年中国房地产领域的主要税收政策
- 图表21: 2018-2025年中国房地产企业融资政策
- 图表22: 房地产行业相关国家调控
- 图表23: 各省市房地产政策规划汇总
- 图表24: 各省市房地产发展目标解读
- 图表25: 2010-2024年中国人口规模及自然增长率（单位：亿人，‰）
- 图表26: 2015-2024年中国城镇人口规模及城镇化率（单位：万人，%）
- 图表27: 中国城市化进程发展阶段
- 图表28: 2016-2025年全国房地产总体景气指数（单位：%）
- 图表29: 2010-2025年我国房地产开发投资及同比增速（单位：万亿元，%）
- 图表30: 2010-2025年中国房地产开发企业新开工面积及同比增速（单位：亿平方米，%）
- 图表31: 2008-2025年我国房地产开发企业竣工面积及同比增速（单位：亿平方米，%）
- 图表32: 2010-2025年中国商品房销售面积（单位：亿平方米）
- 图表33: 2025年中国主要城市商品住宅销售价格（单位：元/平方米）
- 图表34: 2011-2024年我国保障性安居工程住房新开工建设情况（单位：万套）
- 图表35: 中国流动人口数量规模（单位：万人，%）
- 图表36: 中国流动人口数量规模变化（单位：亿人）
- 图表37: 2015-2024年中国高校毕业生人数变化（单位：万人）
- 图表38: 中国租房需求群体规模测算（单位：亿人）
- 图表39: 中国房屋租赁人口规模（单位：亿人，%）
- 图表40: 2025年中国租房人口区域分布（单位：%）
- 图表41: 2025年中国租房人口区域分布（单位：%）
- 图表42: 2023-2025年中国住房租赁市场规模（单位：万亿元）
- 图表43: 截至2025年中国房地产中介服务策汇总（部分）
- 图表44: 中国房地产中介服务发展历程/阶段
- 图表45: 中国房地产中介服务行业发展历程
- 图表46: 中国房地产中介服务行业发展特征分析-以政策周期性为例
- 图表47: 2016-2024年中国房地产市场通过经纪服务产生的房产交易规模（单位：%）
- 图表48: 中国房地产中介服务市场规模体量★
- 图表49: 中国房地产中介服务市场参与者类型
- 图表50: 中国房地产中介服务企业入场方式
- 图表51: 中国房地产中介服务行业竞争者入场进程
- 图表52: 中国房地产中介服务机构数量-1
- 图表53: 中国房地产中介服务机构数量-2

- 图表54: 中国房地产中介服务企业业务梳理
- 图表55: 中国主要房地产中介服务机构运营模式
- 图表56: 中国主要房地产中介服务机构运营现状 (单位: 亿处, 人, 个, 万, 亿元)
- 图表57: 中国房地产中介服务行业市场发展痛点分析
- 图表58: 截至2024年底我国房地产估价机构数量 (单位: 家)
- 图表59: 全国一级资质房地产估价机构排名 (按营业收入)
- 图表60: 中国房地产评估行业存在问题
- 图表61: 中国房地产评估行业发展趋势
- 图表62: 2016-2024年中国房地产交易市场通过经纪服务产生的房产交易规模 (单位: 万亿元)
- 图表63: 中国房地产经纪行业发展趋势
- 图表64: 2025年房地产策划代理TOP10排名情况
- 图表65: 2024年中国房地产策划代理行业市场规模 (单位: 亿元)
- 图表66: 房地产策划代理行业竞争态势
- 图表67: 房地产信贷业务分类
- 图表68: 房地产信托业务特征
- 图表69: 房地产典法律特征
- 图表70: 房地产债券融资模式列表
- 图表71: 房地产融资租赁运作模式列表
- 图表72: 房地产投资基金结构
- 图表73: 住房抵押贷款证券化一般流程
- 图表74: 房地产行业融资需求分析
- 图表75: 房地产行业融资需求分析
- 图表76: 房地产金融服务风险管理
- 图表77: 中国房地产中介服务细分市场现状-1
- 图表78: 中国房地产中介服务细分市场现状-2
- 图表79: 中国房地产中介服务细分市场结构-1
- 图表80: 中国房地产中介服务细分市场结构-2
- 图表81: 中国房地产通过中介服务达成的交易结构分布 (单位: %)
- 图表82: 新房中介服务交易流程概述
- 图表83: 新房中介服务市场规模体量
- 图表84: 中国房地产交易市场通过经纪服务产生的新房交易规模 (单位: 万亿元, %)
- 图表85: 新房中介服务市场竞争分析
- 图表86: 新房中介服务市场前景预测
- 图表87: 存量房中介服务交易流程概述
- 图表88: 二手房中介服务市场规模体量
- 图表89: 中国房地产市场通过经纪服务产生的存量房交易规模 (单位: 万亿元, %)
- 图表90: 二手房中介服务市场竞争分析
- 图表91: 二手房中介服务市场前景预测
- 图表92: 中国存量房业务发展趋势
- 图表93: 住房租赁中介服务市场规模体量
- 图表94: 中国房地产交易市场通过经纪服务产生的租赁房交易规模 (单位: 万亿元)
- 图表95: 住房租赁中介服务市场竞争分析
- 图表96: 国内住房租赁市场四大参与主体
- 图表97: 住房租赁互联网服务平台主要参与者
- 图表98: 住房租赁中介服务市场前景预测
- 图表99: 2025-2030年中国房地产交易市场通过经纪服务产生的租赁房交易规模 (单位: 万亿元)
- 图表100: 中国房地产中介服务行业细分市场战略地位分析
- 图表101: 传统门店式房地产中介服务经营特点
- 图表102: 传统门店式房地产中介服务的优劣势
- 图表103: 传统门店式房地产中介服务的典型品牌门店数量 (单位: 家)
- 图表104: 中国房地产中介无店铺经营模式
- 图表105: 中国房地产中介单店经营模式梳理
- 图表106: 中国房地产中介连锁店经营模式
- 图表107: 中国房地产中介连锁店经营模式直营与加盟类型对比
- 图表108: 中国房地产中介连锁店经营模式直营方式优劣势分析
- 图表109: 中国房地产中介连锁店经营模式特许加盟方式优劣势分析
- 图表110: “互联网+”对房地产中介服务的影响
- 图表111: “互联网+”房地产中介服务发展历程
- 图表112: 房地产中介服务O2O模式特点

- 图表113: “互联网+”房地产中介服务经营特点
图表114: “互联网+”房地产中介服务经营功能板块
图表115: 中国房地产中介服务行业“互联网+”式经营模式分析
图表116: “互联网+”房地产中介服务的优劣势
图表117: “互联网+”房地产中介服务典型品牌
图表118: 互联网+房地产中介主要模式
图表119: 中国房地产中介服务行业无门店基础纯线上平台分析
图表120: 中国房地产中介服务行业传统房产中介线上平台分析
略.....完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：<https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！