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
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、竞争优劣势分析
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、竞争优劣势分析
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、竞争优劣势分析
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布局梳理
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！