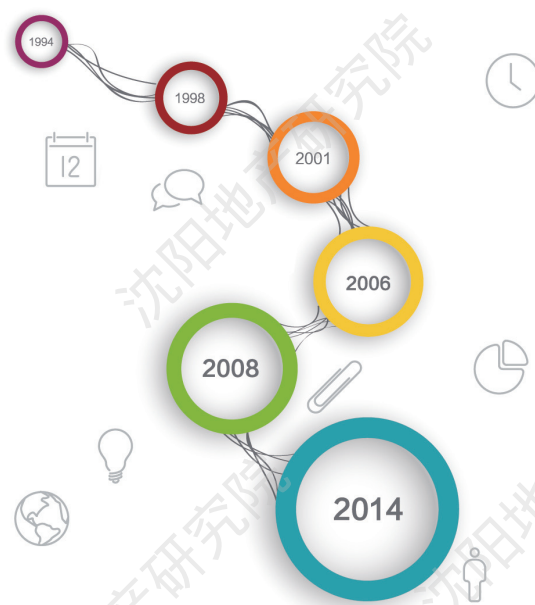


## 沈阳地产研究院专题研究

# 沈阳中介行业市场发展蓝皮书



沈阳地产研究院

## 关于我们 ABOUT US

沈阳地产研究院成立于2013年11月6日，由中国专业的房地产信息运营商佳恒传媒集团组织发起。沈阳地产研究院是整合佳恒传媒集团旗下《沈城楼市》、《买房情报》、房小二网、都市短信四大媒体信息资源为一体的旗舰式地产研究机构。

沈阳地产研究院站在大数据时代的背景之下，承载沈阳房地产市场16年的深厚积淀，组建庞大的市场调研团队、数据分析团队、专家顾问团队，以“研究创造价值”的宗旨，为沈阳房地产市场的投资商、开发商、中介机构提供权威可靠的决策参考，为老百姓理性购房提供置业指导。沈阳地产研究院主要从事与沈阳房地产市场相关的政策解读、市场走势判断、专项调研、项目及产品定位、企业咨询及百姓购房服务咨询等多项研究。沈阳地产研究院致力于打造“专业的沈阳房地产信息服务商”，精准服务沈阳地产业，造福百姓千万家。



专业的沈阳房地产信息服务商

## 2015或将迎来市场理性升级时代

走过了2003-2013这被称为“地产黄金时代”的十年，2014年的转折让不少人陷入了迷茫之中，量价齐跌的成绩单给房地产市场带来了不小的冲击，房地产还能走多远、现阶段房子该不该买成了各方争论的焦点。其实把眼界放宽来看，无论在哪一领域都没有永远的辉煌，房地产同样如此，如果可以让稳定、理性的发展作为常态，其实是一大幸事，而2015年的沈阳房地产市场正将迎来这一阶段。

### 不同城市呈现差异化发展特征

我国各个城市房地产发展水平有所差异，结合各城市的不同发展状况来看，房地产市场在2015年也将向不同的方向迈进。北京、上海、深圳等一线城市依旧存在很大的购房需求，这些城市每年的外来人口也还在逐渐增加，这就很可能造成市场在2015年量价齐升；而像沈阳、杭州这样的1.5线城市应该会保持比较稳定的可观销量，价格方面可能会出现适量上扬，这与城市的持续发展、城市人口的逐渐扩容相关。在2015年二线城市的市场将不易出现明显变化，观察分析发现，这类城市的产品供应与需求基本没有严重失衡，新的一年在成交量和价格方面不会出现明显的浮动，总体保持稳定发展。

相对来说，三、四线城市的市场境遇要严峻得多，很多城市都存在市场供应量过大的问题，而这些城市的城市人口数量增长以及经济发展速度却不如二线及以上城市那样迅速，市场需求不足以消化过大的市场供应，因此在2015年甚至是接下来的数年调整供需结构都将是这些城市亟待解决的问题。

### 2015年注、注重品质的高性价比产品将受欢迎

沈阳房地产市场环境较为稳健，住宅发展早已经从粗犷型向精细型发展，在未来品质好、价格合理的高性价比楼盘更容易被购房者接受，因此专注于产品的内在品质是至关重要的。2015是充满机遇的一年，符合刚需及刚性群体需求的高性价比产品，定会在市场上取胜市场。



佳恒传媒集团董事长  
沈阳地产研究院院长



出品 佳恒传媒集团

院长 赵贵武

总经理 孙 莉

研究员 王 岩

焦杨帆

蒋小芳

王 欢

申智超

市场支持 宋玉波

张治华

李雨珊

网站支持 房小二网

技术支持 张保辰

设计 崔俊喆

## 目录 CONTENTS

- 一、沈阳中介机构的类型.....05
- 二、沈阳中介机构发展现状.....08
  - (一) 夫妻店为主，品牌店为辅
  - (二) 沈阳市各区域中介机构分布占比
  - (三) 存量房市场低迷，中介行业遭遇冲击
  - (四) 中介市场发展不够规范
  - (五) 外来品牌中介到沈阳大多水土不服
- 三、沈阳存量房市场低迷现状探析.....11
- 四、租赁业务撑起中介半边天.....12
- 五、中介盈利新渠道：一二手联动模式成新宠.....13
- 六、案例分享：打开中介机构的胜利之匙.....14
- 七、国外中介行业的借鉴意义.....16
- 八、沈阳中介机构未来的发展方向及前景.....17
- 九、结论：与时俱进，中介的生存之道.....19

### 版权声明

本刊所有内容的版权归佳恒传媒集团所有，未经允许，请勿转载。

内部交流 参考资料



## 前言

从1994年萌芽开始，发展到今天，沈阳中介行业已经走过了20个年头，经历了启蒙到兴起，快速发展到市场调整等多个阶段。20年后的今天，沈阳中介市场并没有形成规模化发展布局，中介机构良莠不齐，存量房市场受到多方面的冲击，一度萎靡不振。沈阳中介的发展有太多的地方值得反思与深省。

本期，沈阳地产研究院深入到中介行业之中，多方调研，不仅对沈阳中介行业发展历程进行了简单梳理，而且对沈阳中介的发展现状进行了客观分析，深度解析中介行业的发展困境，探寻影响中介发展的原因，并且对国内外中介行业的成功经验进行了探寻，与大家分享如下。

## 一、沈阳中介机构的类型

### 品牌连锁店

品牌连锁店为直营店面，以其规范的管理制度、专业的从业人员、优秀的企业文化和成熟的运营模式为特色，通常这一类中介机构发展稳健，抗风险能力较高。而对于顾客而言，品牌连锁店具有统一的运营管理特征，更能把握服务质量和信用。

### 加盟店

加盟店的运作模式是加盟者提供几万到几十万不等的加盟费用即可成立加盟店。加盟店的运营模式南北差异较大，在南方，品牌会为加盟者提供经营模式和理念，提供管理和从业人员，尽可能保证加盟店的统一性。而在北方，加盟者加盟后一般只是在店面的设计上与品牌保持统一，并无过多服务，也就是加盟者借用的仅是品牌的作用。

与品牌连锁店相比，特许加盟的运作，投资成本低，可以使企业迅速发展，提高品牌知名度，但是管理方面往往会有困难，比如品牌声誉和形象会受个别经营业绩不好的加盟店的影响、难以保证各加盟店的服务质量达到统一标准、发现加盟店店主不能胜任却无法更换等。

### 小型“夫妻店”

小型“夫妻店”运营成本及投入更加低廉，仅需一张桌子、一台电脑、一面展示房源信息的墙面即可开张营业，目前这一类中介机构仍然是沈阳中介市场的主力军，在市场上占到了80%之多。虽然这一类型的中介机构占比最多，但由于其经营极为不规范、从业人员的专业素质普遍不高、经营模式陈旧而有限，所以预计未来5年内将面临淘汰的可能。

## 沈阳中介行业发展历史简要梳理

沈阳中介行业萌芽于1994年，从最初的简单“换房”开始，中介行业应广大市民的需求而不断成长，历经了萌芽及雏形期、兴起及快速发展期，直到如今的市场调整期。沈阳中介的发展历程并非一帆风顺，既受到外来品牌的冲击，也受到楼市调控政策的影响，甚至面临过倒闭潮，始终艰难前行。



**1994**  
“换房”收取服务费。

**1995-1996**  
以介绍工作的名义收钱，处于混乱阶段。



**1996-1997**  
房屋交易及租房收取佣金，为公房办理个人产权，获得高额利润，沈阳最早一批中介诞生。

**1998-1999**  
沈阳中介市场迅速扩展，开启街道摆小黑板公示房源时代。



**2000-2001**  
贷款买房开始，中介依靠办贷款盈利，沈阳中介市场开始活跃。

**2002-2004**  
沈阳中介门店纷纷涌现，中介机构有了长足发展。







2006

### 2005

21 世纪不动产进入沈阳二手房市场，标志沈城中介市场与世界接轨，实现全球化。

### 2006-2007

小中介为沈阳二手房市场主力，外来连锁品牌增多，开始逆袭发展。



2008

### 2008

金融危机，房产遇冷，沈阳房地产的冬天波及到了房产中介，沈阳 300 家中介门店关门歇业。

### 2009-2010

沈阳房产中介市场开始恢复，日益火爆，同时沈阳中介网络化开始。



2014

### 2011

沈阳发布限购令，中介市场受波及，二手房市场开始走下坡路。

### 2012-2013

沈阳中介市场处于沉闷状态，中介行业面临洗牌，新房业务代理兴起。

### 2014

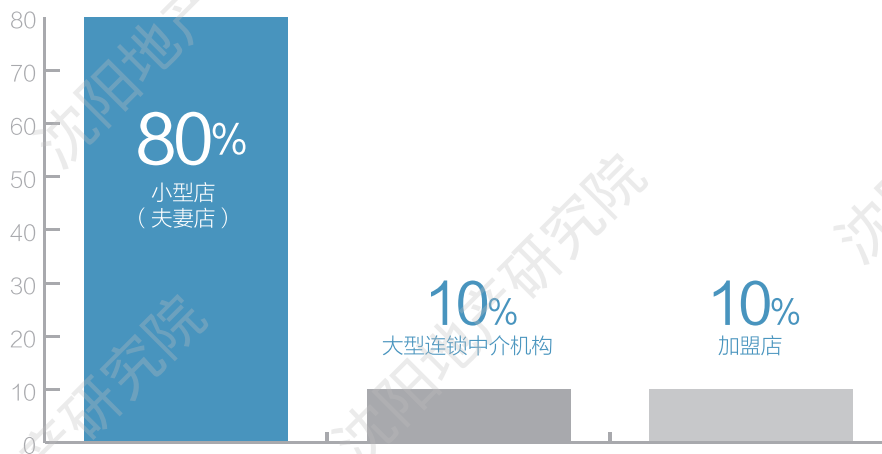
部分房产中介出现罕见“零成交”，中介店关门倒闭数不胜数，后续兴起的品牌中介所剩无几。

## 二、沈阳中介机构发展现状

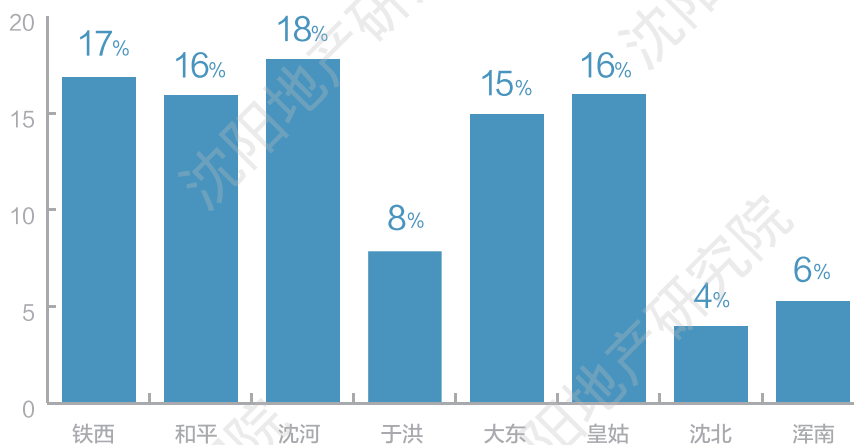
### (一) 夫妻店为主，品牌店为辅

据沈阳地产研究院调查显示，截止到2014年10月，沈阳约有2300家中介机构，其中大型连锁中介机构约占10%，加盟店约占10%，小型店（夫妻店）约占80%。

中介属于房地产服务性行业，尽管历经20年发展历程，但是中介行业依然呈现出“夫妻店”为主，直营及加盟店为辅的格局，这一方面反映出行业的特殊性，另外一方面也是行业发展不成熟的表现。



### (二) 沈阳市各区域中介机构分布占比





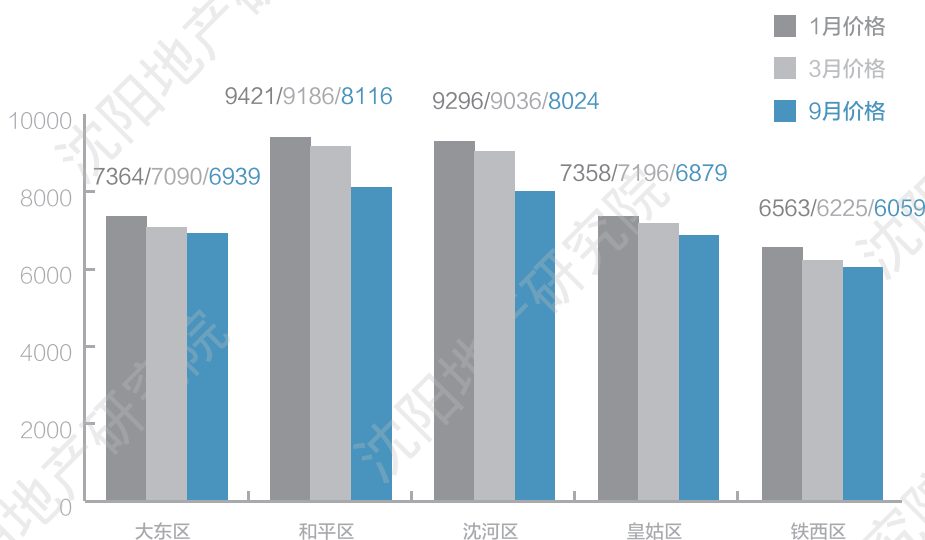
### (三) 存量房市场低迷，中介行业遭遇冲击

#### 1、存量房市场低迷，中介公司难以为继，门店倒闭15%左右

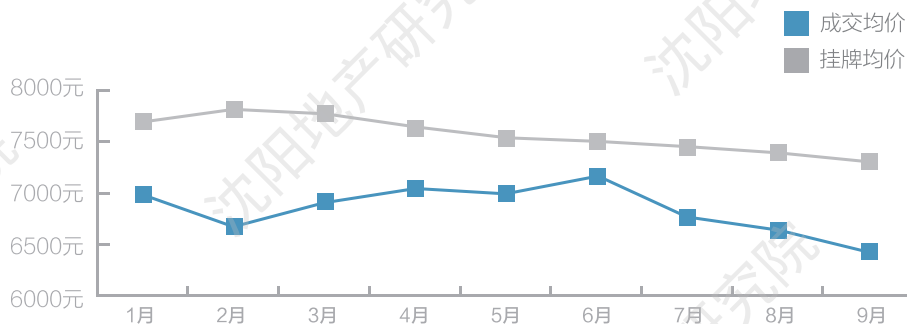
2014年3月商品房市场遽变，存量房市场也随之变冷，加之受租金、人力等成本的制约，中介机构关店现象严重。据沈阳地产研究院调查显示，自2013年起至目前，沈阳中介机构市场约有15%的门店陷入倒闭潮，其中尤以中型的形象店闭店现象严重，而大型的连锁门店及小型的夫妻门店受影响不大。

#### 2、存量房市场价格持续走低

1、3、9月份沈阳主要市内五区存量房市场价格走势图（表一）



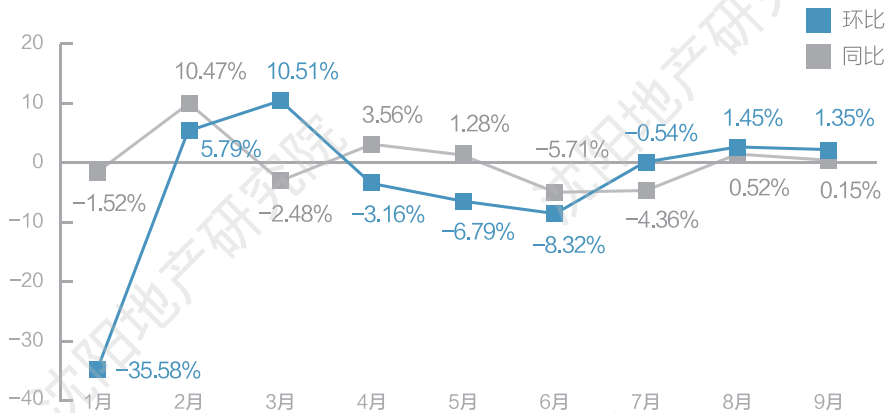
2014沈阳存量房价格走势（表二）



据沈阳地产研究院对沈阳市内五区的存量房价格监测（表一）可以看出，沈阳存量房价格从今年1月份以后呈现了一个持续下跌的走势，最高跌幅达1305元/平。此外，沈阳存量房市场挂牌及成交均价也呈现出下跌的态势（表二），价格持续走跌也是存量房市场疲软的一种表现。

### 3、2014年1-9月沈阳存量房成交量较为低迷

2014年1-9月份沈阳存量房成交量走势图



从以上图表不难看出，2014年1-9月份，沈阳存量房成交量表现平平，尤其是4月份至9月份，成交量并无太大波澜，期待“银十”会给市场带来真正的转变。

### 4、限购取消、限贷松绑 并未给存量房市场带来春天

目前，沈阳市取消限购政策，限贷也逐渐松绑，在一定程度上刺激了改善型购房客户的需求。但是，据沈阳地产研究院调查显示，政策的出台对二手房成交量的促进并不大，只是中介的到访量有了一定程度的提升，潜在客户有所增加。市场能否回暖，还需看银行贷款新政出台后，对消费者的刺激作用如何。

#### （四）中介市场发展不够规范

沈阳中介市场长期存在协助签订“阴阳合同”、协助规避限购限贷、炒卖房号非法牟利、乱收交易费等混乱情形。虽然官方此前出台过不少市场规定，但暗箱操作以谋取利益的行为屡禁不止。据媒体报道，沈阳中介机构在房产部门备案的数量仅有292家，占比仅为10%。近日，沈阳市房产局出台新规，规定房产中介“无执业资质不得营业”，在中介市场引起轩然大波，沈阳中介市场整顿正式开启。

#### （五）外来品牌中介到沈阳大多水土不服

在沈阳中介发展过程之中，不少外来品牌中介进驻沈阳，试图分得一杯羹。但是从市场发展来看，这些品牌中介大多会出现水土不服的现象，快则一年半载后撤离，慢则生存六七年后，纷纷撤出沈阳市场，这也成为了沈阳中介市场的怪现象。外来中介水土不服，究其原因大致有三：

##### 一是沈阳百姓对品牌中介的认可度不强。

沈阳中介遍布大街小巷，在2007年这些品牌店撤离市场的时候，沈阳百姓的品牌意识较为薄弱，品牌中介在夫妻店比拼下，优势不明显。

## 二是品牌中介进驻沈阳后，管理跟不上。

尽管品牌中介进驻了沈阳，但是由于后续管理跟不上，企业文化不能获得新员工的认同，长此以往，经营必然受到影响。

## 三是沈阳中介盈利有限，对外来品牌中介无更大吸引力。

在其他城市经营较好的中原地产撤离沈阳，究其主要原因在于沈阳中介的盈利空间有限，中原地产在外地主打高端精细化服务，沈阳属于中低端市场，对品牌中介的吸引力不强。

中介名称	品牌来源	在沈阳的时间	生存状态
中原地产	香港	约2004-2007年	2007年撤离沈阳
21世纪不动产	美国	2006-至今	42家加盟店，到现在的6家店
顺驰房产	天津	约2003-2007年	历经5年撤离沈阳市场
富爸爸不动产	大连	——	一年左右撤出沈阳市场

## 三、沈阳存量房市场低迷现状探析

### （一）沈阳购房百姓观望情绪浓

沈阳存量房价格自7月份以来，屡创下二手房全国最大降幅，沈阳二手房市场也进入前所未有的低迷期，究竟是何原因导致当下二手房苦苦挣扎，主要原因仍旧是百姓观望情绪浓。据沈阳地产研究院近期调查显示，目前有60%的购房者计划半年后出手，其中一年以上出手的购房者占34%。

### （二）新楼盘降幅大对存量房市场造成冲击

目前沈阳二手房成交均价为7506元/平，其中最高的和平区单价达8062元/平，而沈阳商品住宅均价为7426元/平，基本上与二手房持平或更低。显然，在高库存压力下，开发商为回笼资金需要采用灵活降价等营销手段，但二手房业主都有自己的底线价，他们此前支付税费、维修基金等，不会轻易大幅降价。在同等条件下，不少二手房购买者便会转而瞄准新楼盘。

### （三）购房主力大多更倾向于买新房

据沈阳地产研究院关于购房人群年龄调查显示，20-30岁为购房主力军。而在新房、二手房的选择上，六成以上选择了新楼盘，尤其是婚房需求者，多数会选择购买全新的住宅。

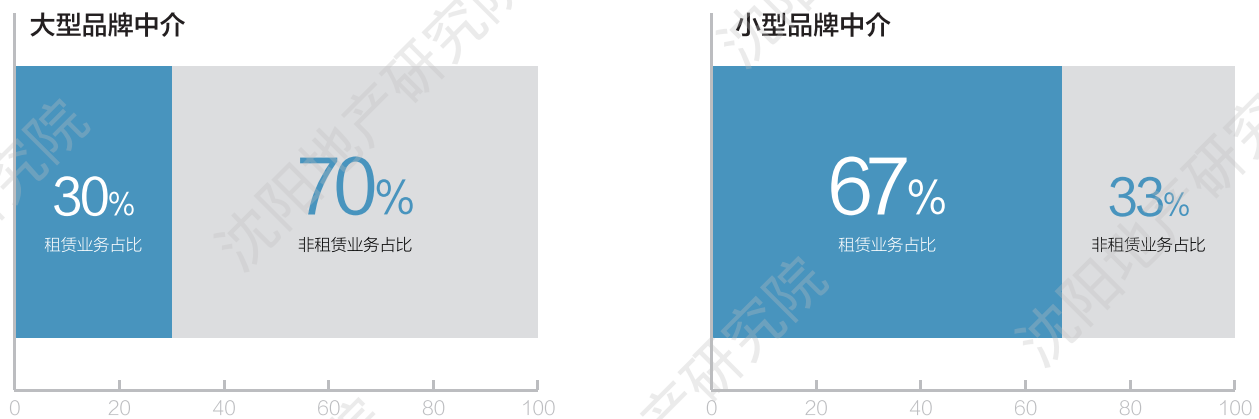
### （四）管理服务意识差，创新力不足

在当前冷清的市场环境下，沈阳房产中介的管理意识和服务意识都存在差距，夫妻店的简单形式，难以跟上市场的发展趋势。目前，沈阳中介管理人员91%为中老年人，其中75%在管理和服务模式上五年内未做任何改变。面对新房市场的营销手法百变、服务精益求精，沈阳二手房市场的营销方式愈发显得单一无活力。

## 四、租赁业务撑起中介半边天

### 1. 普通租赁

在前些年，租赁只是中介公司的非主营业务，其主要业绩来自于房子销售后的佣金收入。2014年，在中介销量下跌，佣金收成减少的情况下，租房成为二手房市场的救命稻草。2014年租赁的佣金收益有了不同程度的上涨。前两年，租赁一套房子中介仅仅向房客征收200元左右的费用，对房东免征服务费。如今，部分品牌中介向租赁双方双向收费，而且服务费标准有了很大程度的上浮。



沈阳主要中介租赁服务费收取标准

中介名称	收费标准
芒果不动产	租赁双方各支付月租金的50%
信友中介	租赁方支付月租金的50%
阿凡提中介	租赁方支付月租金的50%
小型中介	单间300-400元、两室以上400-500元不等

### 2. 租赁托管

在沈阳，租赁托管业务刚刚兴起，这一在南方已经比较普及的经营形式，得到了沈阳中介的大胆尝试，成了当下中介公司新的业务增长点，也是对租赁服务的一种延伸。

租赁托管的主要经营形式是：出租方与中介公司签订长期租赁协议，先将房屋租给中介公司，之后中介公司再转租给租客。一般而言，出租方会以略低于市场正常租金的价格委托给中介，中介只给予房东11个月的房租收益。出租方通过托管，租房省时省心省力，中介则赚取一个月的房屋租金以及市场租赁差价，双方各取所需。目前志联房产、阿凡提中介等已经开拓了此项业务。

### 3. 日租房

日租房业务普遍存在于小型中介公司，也是当前市场情况下，小型中介的一种生财之道。一般来讲，中介公司会承租一套或几套公寓，之后对该公寓进行装修布置，再将房源登陆到网站上出租。日租房由于属于公寓型装修，房屋的舒适度较好，而且价格略低于经济型酒店，可作为一些外地人来沈的落脚之地。以一间40平左右的公寓为例，日租金约80-100元/平，以每月出租20天计算，一套日租房的月收益为2000元左右，除去费用，一套房至少可赚取1000元。

## 五、中介盈利新渠道：一二手联动模式成新宠

2014年，沈阳二手房交易量大幅缩水，完全依托二手房买卖的中介公司面临生存危机。在此大背景下，一二手联动模式迅速崛起，并成为中介新宠，乃至中介新利润增长点。据沈阳地产研究院统计，沈阳约40%的中介拓展了一二手联动模式，环比上涨58%。

### 浑南90%中介店开启一二手联动模式

具体到区域上，目前中介一二手联动模式多集中于新楼盘较密集区域，比如浑南、沈北，而二环内市中心区域甚少。目前，浑南区域中介店不到60家，但一二手联动模式运营达到90%以上，而沈北则占80%以上。



### 品牌遇品牌 佣金高收益大双收共赢

目前，包括中海、华润、万科、金地等在内的所有品牌企业均大幅引进了中介一二手联动模式，尤其是金地集团，佣金返点较高，成为近两年最早吃螃蟹并获益的企业。与此相对应的，沈阳中介联动模式运营中，品牌、中高级中介店占79%。个别品牌店2014年的新房销售业绩甚至能达到总业绩的50%以上。

### 互联网电商助推一二手联动快速发展

一二手联动模式之所以能被迅速推广并得到广大开发公司的认同，除了其自身生存、业务拓展的需要，还与新一代互联网格局下，房产电商营销的大力助推有关，以房小二网为例，E起购电商合作数量先后超百家，而其每个项目基本上均有一二手联动合作模式。目前经纪公司已纳入房产电商产业链，成为助力实现开发商与购房者成交的好帮手。

### 房地产泛营销冲击大 何去何从

2014年中介经纪人散布在沈阳各个角落，发传单，留电话，带客去售楼处……同样，2014年还有一项新业务在如火如荼的进行中，那就是房地产泛营销，也是我们平时常常说到的“全民营销”，如今万科、中海等均是此全民营销的推崇者，即让全民做地产经纪，荐房成功同样获得高额返点。它的出现是否会改变中介机构一二手联动的行业格局，为其带来冲击，还需时间检验。



## 六、行业启示：专业、管理、服务——打开中介机构的胜利之匙

### （一）加强系统化管理 方可立于不败之地

2003年正式成立的沈阳某品牌连锁中介机构，历经11年的发展成为沈阳最大的中介机构之一，200余家门店体量。其业务可提供二手房买卖租赁、新盘代理、品牌加盟、房产软件开发、品牌营销策划、房产贷款、资金拆借等综合服务。今年以来，随着二手房市场的转冷，其逐步加大在新房代理的业务比重。

那么中介机构如何可以保持稳定增长的发展态势，我们应该在其身上学习哪些经营发展方法呢？



#### 1、网站+门店 提高工作效率 扩大宣传范围

据悉，该品牌实行的是网站加门店相结合的经营模式，这也是与其它大中小型中介机构的最大区别，其官网已经发展的非常成熟，页面设计简单美观，查询方便，并有专业的工作人员维护房源，用户只需登录网站就可以了解沈城的二手房房源情况。除了自身网站的建设，其也比较注重SEO优化、友情链接推广等网络营销工作，可以说这种跨地域、跨时间的网络覆盖宣传使其稳稳地占领了中介机构网络发展高地。

#### 2、经纪人晋级之路严苛 专业度更胜新房置业顾问

该品牌中介机构将经纪人等级分为：见习、初级、中级、高级、钻石级等级别。每名经纪人都须经过正规培训、严格考核方可上岗工作。经纪人的晋级除了以业绩作为衡量标准外，还将客户的满意度作为重要参考指标，所以从另一侧面看，该品牌旗下的经纪人都有很大的工作压力，这种压力也促使其不断加强自身业务能力，不断开放自身性格。除了严格的晋升之路，其也非常注重对经纪人的培训和企业文化的灌输，每一位新进职员都会接受资深职员对于成功经验，职业前景，人生规划等的知识分享，可以说未操业就已激情满满。

### （二）市场日渐成熟 专业更重要

另有来自大连的某品牌连锁中介机构，以其良好的业务能力和专业素质在沈阳取得良好的发展。现其在沈阳已有十余家店面，其发展轨迹比较平稳。其最大的特点是服务的专业性，所有销售房源需在1公里半径内，一



且超出这个范围就不予以销售。此外，所有经纪人都经过专业化的培训，并必须按照明确的流程为购房者提供服务。比如，一旦确定上门顾客为二手房意向购买客户，即有专人接待，开始从区域房价走势，到区域销售房源情况，再到房源优劣分析等的详细介绍，这样给顾客的印象非常专业。

### （三）多渠道经营、精细化服务 是中介发展的必然之路

香港某大型品牌中介，在行业内有30年的历程，目前已经在北京、上海、深圳、广州等近30个大中城市建立分公司，其成功运营值得借鉴的地方在于多渠道经营。

#### 1、业务范围广泛

该中介涵盖一手、二手房地产买卖及租赁代理服务，具体如：一手项目的可行性研究分析、市场定位、推广、营销策划及销售等等。二手房地产买卖/租赁、物业评估、物业按揭/抵押等服务，既参与一手市场，又活跃于二手市场。

#### 2、精细化经营，多渠道发展

该中介不仅针对二级市场培养一支拥有项目实操经验丰富的团队，分别专注于豪宅、一般住宅、写字楼、商场等物业类型的营销，而且拥有分别专长于市场研究、规划及建筑设计、房地产营销策划、广告推广、销售管理等众多精英，率先导入“一二手联动操盘模式”。

#### 3、服务纵深化发展

针对三级市场不断向纵深领域提供品牌代理服务：二手物业代理除了传统住宅租赁和买卖代理外，还有“多元拳头产品”服务，配备从业经验丰富的复合型专业营销团队，致力于写字楼、商铺、厂房领域，向各大企业、投资者提供以“高效增值理财”为服务宗旨的相关租赁及买卖营销策划代理服务。同时成立有豪宅及外籍客户业务部，配备以熟练掌握英、韩、日、法等多国语言的高素质地产精英团队，针对世界各国知名企业高端外籍人士，以及国内高端人士提供差异化品牌服务，真正做到了服务至上。

从上可知，中介机构要想稳步发展就必须有一套系统、完善的管理模式，此外更为重要的是对于从业人员的培训和奖罚制度的建立，以刺激从业人员的销售积极性，从而更好的留住客户及潜在客户，除此之外，中介机构更应放长眼光，进行多渠道经营与多元化营销，增强综合实力。



#### （四）沈阳“蓝泰”事件的启示

2014年8月份，在沈阳拥有136家门店的蓝泰中介涉嫌拖欠购房者2000万而退出市场，“蓝泰事件”也透视出沈阳中介行业的一些弊端。

##### 1、掠夺式扩张，资不抵债

蓝泰在沈阳一年多的时间内迅速扩张至136家门店，在当前的市场情况下，二手房交易不景气，佣金收入难以维系公司的正常运营。蓝泰的扩张速度并没有带来更多的利润，反而带来了人员及房租方面的负担，陷入了资金运转困境，值得其他中介公司引以为戒。

##### 2、公司管理松散弊端凸显

中介分为加盟店及直营店，一般而言直营店的优势是便于管理，加盟店的优势是风险自担，但不便于管理。而蓝泰公司的136家直营店出现问题，足以看出其企业内部管理上的松散。

##### 3、社会及法制上的监管不足

中介行业的规范经营一方面需要行业自律，同时也需要有关部门的监管，以及相关法律法规的健全，蓝泰事件也暴露出中介行业监管及法治方面的不足。

##### 4、百姓购房知识欠缺

蓝泰在二手房买卖过程中，要求购房者将首付款现金打入中介公司的个人账户进行“资金监管”，这并不符合沈阳二手房的交流流程，百姓由于缺少这方面的购房知识及经验，上当受骗。

### 七、国外中介行业的借鉴意义

在国外，中介事业已有近百年的历史，无论是新房还是二手房交易，大部分都通过中介来完成，在国外已经形成了一套独具特色的房地产中介管理制度和运作手段。

#### 1、美国中介行业的法律法规健全

据资料显示，美国自1917年就相继颁布了《州执照法》、《一般代理法规》、《契约法规》、《专业理论法则》，其中房地产《执业法》最严，作用最大。美国的房地产执照法规定了经纪人取得执照的条件、资格、标准等，并由州房地产委员会作为执行该法的机构，核发、拒发、扣留、吊销执照，出现纠纷视情节可进行诉讼。这些法规是美国房地产中介业长期健康发展的基础，是规范中介行为、保护各方权益的保证。

#### 2、从业人员通过考试才能上岗，需要取得执照

美国房地产经纪人制度规定了两类资历不同的专业人员，一类是销售员，另一类是经纪人，他们必须通过房地产经纪人执照考试，方可从业。

## 房地产经纪人取得执照的条件

类别	条件
销售员	年满18岁的自然人，修完《房地产原理》，考试合格后，在会计、商业、公证、专业法律、产业管理、房地产估价、房地产经纪人、房地产贷款、办公室行政管理、房地产实务等10门课中任选6门，18个月内学完，并达到2门合格者，才能取得销售员执照。
房地产经纪人	年满18岁的自然人或法人，大学学历，2年实务，修完房地产实务，法律规章、财务、估价、会计共5门必修课，并在商业、法律、管理、公证等课程中再选3门，通过考试。一般能通过考试的人大约只有20%。

为保证房地产经纪人的专业水准和服务质量，每年还要参加考试，接受再教育。执照每4年须申请重新换发。

### 3、利用网络信息技术，实现资源共享

中美两国的房产中介起点比较类似，都是以夫妻店为主，各自拥有各自的房源，之后中介有了品牌及大小之分。美国的公共房源系统是从小公司开始建立起来的，然后美国的大型房地产中介公司也加入了这个系统。这个MLS即“多重上市服务”系统风行于欧美国家。它是一种互联网上的房源数据库解决方案，提供经纪人专业管理运营工具及社区服务网络，含义是房地产业内房屋销售及行销的信息共享。在几个国家或一个国家不同区域的房产中介可利用MLS这样一套专业软件以及互联网进行房屋销售与房源信息的交流，并通过互联网直接管理MLS系统的数据库。

### 4、中介企业发展注重连锁经营和品牌效应

国外中介更加注重品牌的打造，并且有的走向了国际化，在跨国连锁经营。美国“威茨特”经纪人组织有6000人，有自己专门发行的房地产广告信息，组成了跨州的联销店。此外，英国上市物业顾问公司DTZ联合成立戴德量行，进行房地产服务的跨国经营，也是一大典型代表。

## 八、沈阳中介机构未来的发展方向及前景

### 1、拓宽经营渠道，多方盈利，取胜市场

在店铺租金和人员成本日益上涨，销售业绩不稳定的情况下，中介面临着经营的压力较大。在房地产市场深度调整期，中介公司也面临着洗牌。拓宽经营渠道，多方面盈利、灵活经营是中介公司的生存之道。

### 2、一二手联动有很大的发展空间

目前沈阳一些品牌中介，即使在存量房销量萎缩的情况下，通过销售新楼盘依然获得了不错的销售业绩。作为掌握三级市场的中介公司，在一二手联动方面还有很大的盈利空间。

在美国，大约85%的房屋交易是通过中介机构完成的，在我国房地产开发行业发展时间早、市场化程度高，经济发达的珠三角和长三角地区，由中介代理的新增商品房的市场份额达到了50%；沈阳的一二手联动业务刚刚兴起，未来有广阔的发展空间。



### 3、需要组建强大的销售团队

中介承揽新楼盘销售任务，不仅在国外比较盛行，而且在我国南方中介市场也是主营业务之一。在沈阳，某些中介已经在试水新楼盘销售业务，并且取得了佳绩。作为中介公司而言，能否取胜于新楼盘销售市场，在于能否组建一支强有力的销售团队，销售技能等同或高于售楼员，才能在市场上分得一杯羹。

### 4、向现代化管理公司迈进

目前沈阳的中介公司中大型品牌店寥寥无几，中型的形象店也没有形成气候，更多的是以夫妻店的形式出现。随着市场的变化，客户的细分，以及客户对品牌的认可，中介公司的管理水平提升是一种必然，具备现代化管理的品牌中介才能立足于未来市场。

### 5、向服务的精细化发展

中介属于服务型的行业，随着市场竞争的加剧，中介也将向服务的精细化发展，针对不同需求的客户定制个性化的解决方案，除了单纯交易之外，应该给与客户更多的增值服务。如中原地产就划分了普通住宅、写字间、商铺、豪宅等部门，真正做到了服务的精细化，了解客户需求，受到客户持续认可。

### 6、向品牌化、规模化发展

目前沈阳中介行业参差不齐，优秀经纪人短缺以及人员流动是不争的事实，在未来的市场环境下，提升中介公司的管理水平及管理规范，向着品牌化、规模化发展，是中介公司立足市场的关键。

### 7、移动互联网将成为未来重要的营销渠道

网络营销已经逐渐登上了中介行业发展的历史舞台，成为中介企业一个重要的利润助推器。未来中介企业的业务营销渠道可能将更加广泛，如通过手机互联网等新兴方式进行销售，更加科技化及普及化。

### 8、经纪人品牌化，是未来发展方向

在房地产业内，有着著名的“中国房地产中介四个阶段论”。第一阶段是沿街店面，职介、婚介、房介混合阶段；第二阶段是独立店面与网络共存阶段；三是房产事务所和独立经纪人结合以网络为主导的阶段；四是网络为载体，经纪人个人品牌的建立和推广阶段。未来，优秀的经纪人将会为客户建立一站式服务模式，建立良好的个人品牌同样至关重要。

### 9、未来沈阳中介发展将越来越规范化

2014年8月29日，沈阳市房产局正式下发了《关于加强房地产经纪行业管理工作的通知》，要求今后凡从事房地产经纪业务的机构，须自领取工商营业执照之日起30日内，到房产管理部门备案并取得《房地产经纪执业资质证书》后方可承接业务。

同时，在备案审批中，房产部门要审核房地产经纪机构的专业人员数量、注册资金和经营年限等条件。各级房地产交易与登记、抵押、租赁等业务部门不得受理未经备案经纪机构的业务申请。

日前，由沈阳市房产中介联合监管办和房地产经纪协会建立的沈阳房产中介网，首次对外公示沈阳市292家房地产经纪机构名单及其信用档案。网上公布房地产经纪机构的信用档案共包括4项内容：机构名称、资质等

级、负责人及经营地址。其中，资质等级达到一级的房地产经纪机构4家，资质等级二级的13家，余下的均为三级资质。

为进一步规范房产中介行为，市房产局、市工商局、市行政执法局联合签发了《沈阳市房地产经纪行业专项清理整顿工作方案》，正在全面开展全市房产中介行业专项清理整顿工作。此外，执法部门还将对沈阳市在售商品楼盘进行全面清查，严禁开发商委托未到房产管理部门备案的房地产经纪机构代理楼盘销售、代办购房贷款和代办产权登记手续等。随着政府对中介市场的不断整治，沈阳中介经营将越来越规范化，中介机构健康发展是一种必然。

## 九、结论：与时俱进，中介的生存之道

1、沈阳作为二线城市，中介市场有着浓郁的地方色彩：一方面中介行业依靠自身发展，受到市场机制的自发调节，在大浪淘沙中优胜劣汰，属于自然选择的过程；同时中介行业也受到楼市调控政策的波及，以及百姓观望态度的影响，沈阳中介市场崛起一定程度上还依赖于政策的实施与转变。

2、在如此的市场环境下，沈阳中介机构良莠不齐的发展态势，也凸显出中介行业出现的一些弊端：有些小型中介老板管理意识差、适应市场的应变能力差，创新力不足，被市场淘汰只是时间早晚的问题；与之相反，沈阳的一些品牌中介，采取现代化的管理理念适应时代，精细化的服务理念打动客户，用网络化的技术手段迎合市场，用多渠道经营思路取胜市场，这样的中介必将“强者必强”，引领市场。

3、随着房地产行业市场化进程的加速，沈阳的中介市场将在市场竞争中不断自然淘汰，只有与时俱进的中介机构，才能在未来的市场中站稳脚跟。■

### 沈阳地产研究院的宗旨

- 1、**建立购房资源数据库**：建立沈阳庞大的购房资源数据库，做到定制化楼盘推荐，针对性购房指导，服务广大购房百姓。
- 2、**权威行业解析**：掌握房地产市场动态，并结合国家宏观经济、政策，解读房地产业现状及未来，科学研判市场走势。
- 3、**引导理性置业**：关注百姓购房，为消费者提供免费咨询服务及楼盘推荐服务，及时有效、精准深入地解读购房政策等进行解读，指导百姓理性购房。
- 4、**房地产市场研究**：为开发企业提供产品差异化研究、专题研究、产品线研究等，为明晰产品定位献计献策，为房企提供利润最大化、运营最优化的解决方案。
- 5、**企业咨询服务**：为沈阳开发企业或将在沈阳开发项目的企业提供房地产项目的咨询和专项服务，在踏实调研的基础之上，为项目立项提供可研性分析。



## 沈阳地产研究院

官方网站

[dcyjy.fangxiaoer.com](http://dcyjy.fangxiaoer.com)

联系电话

024-88905000

E-mail

[sydcyjy@fangxiaoer.com](mailto:sydcyjy@fangxiaoer.com)

官方微信



专业的沈阳房地产信息服务商