

<<房地产经纪服务理论与应用>>

图书基本信息

书名：<<房地产经纪服务理论与应用>>

13位ISBN编号：9787112082346

10位ISBN编号：711208234X

出版时间：2006-10

出版时间：刘洪玉、郑思齐 中国建筑工业出版社 (2006-10出版)

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<房地产经纪服务理论与应用>>

内容概要

《房地产经纪服务理论与应用》结合中国房地产经纪行业发展的实际情况，从理论和实证两方面揭示房地产经纪服务在降低交易成本、提高市场效率方面的作用，其主要包括房地产经纪服务及其发展历程、房地产经纪公司的发展模式与服务质量、房地产经纪服务的佣金与合同模式和信息技术对经纪行业的影响等内容。

<<房地产经纪服务理论与应用>>

书籍目录

第一篇 房地产经纪服务及其发展历程 第一章 房地产经纪服务概述 第一节 房地产经纪相关概念介绍 第二节 房地产经纪服务与房地产市场 第二章 部分国家和地区房地产经纪行业发展概况 第一节 北美部分国家和地区 第二节 欧洲部分国家 第三节 日本和中国香港 第三章 中国房地产经纪行业发展概况 第一节 中国房地产经纪行业的发展历程 第二节 现行的房地产经纪服务相关制度 第三节 中国房地产经纪行业的发展状况和特点 本篇 结语 第二篇 房地产经纪服务与房地产市场效率 第四章 信息搜寻与经纪服务理论纵览 第一节 搜寻成本与搜寻行为特征理论 第二节 搜寻成本对住房消费和住房价格的影响 第三节 经纪服务降低搜寻成本的效应 第五章 消费者调研实施方案与数据初步分析 第一节 调研实施方案与执行 第二节 买方数据分析 第三节 卖方数据分析 第六章 搜寻成本的组成与规模分析 第一节 搜寻成本组成与规模的理论研究 第二节 搜寻成本组成与规模的实证研究 第七章 搜寻成本对住房消费的阻滞效应 第一节 阻滞效应的理论研究 第二节 阻滞效应的实证研究 第八章 经纪服务润滑效应的实证研究 第一节 润滑效应的理论研究 第二节 润滑效应在买方搜寻中的实证研究 第三节 润滑效应在卖方搜寻中的实证研究 第九章 经纪服务受众人群分析 第一节 经纪服务受众人群的理论研究 第二节 经纪服务受众人群的实证分析 本篇 结语 第三篇 房地产经纪公司的发展模式与服务质量 第十章 经纪公司发展模式与服务质量相关理论 第一节 国外研究概况 第二节 国内研究概况 第三节 国内外研究的比较和评述 第十一章 经纪人对经纪行业和经纪服务的认知 第一节 经纪人调研及访谈的基本情况 第二节 经纪行业的现状和发展前景 第三节 经纪服务的定位和服务内容 第四节 经纪公司的佣金制度和信息传播方式 第五节 经纪人的作用和社会地位提升的影响因素 第十二章 消费者对经纪服务的选择 第一节 消费者调研及访谈的基本情况 第二节 消费者对经纪服务的选择 第三节 消费者对经纪服务的反馈 第四节 消费者获取市场信息的渠道 第五节 消费者个体因素对其选择经纪服务的影响 第十三章 经纪公司组织结构及经营模式的比较研究 第一节 房地产经纪公司组织结构的形式与设计 第二节 房地产经纪公司的经营模式及其选择 第十四章 房地产经纪公司服务质量的测量 第一节 房地产经纪公司服务质量概述 第二节 服务质量的现状 第三节 房地产经纪服务质量的定量分析 第十五章 房地产经纪服务利润链的营造和整合 第一节 服务利润链的基本原理 第二节 房地产经纪服务利润链的营造 第三节 房地产经纪服务利润链的整合 本篇 结语 第四篇 房地产经纪服务的佣金与合同模式 第十六章 研究假定与说明 第一节 各地区经纪市场差异 第二节 经纪服务市场的特征与研究假定 第十七章 佣金方式的评价与比较 第一节 佣金方式介绍 第二节 佣金方式的静态评价与比较 第三节 佣金方式的动态评价与比较 第十八章 合同形式的评价与比较 第一节 合同形式介绍 第二节 三种合同形式比较 第十九章 合同时限的评价与比较 第一节 有无合同时限比较 第二节 合同重议 第二十章 适宜中国采用的佣金与合同模式 第一节 佣金方式 第二节 合同形式与时限 第三节 适宜中国采用的佣金和合同模式 本篇 结语 第五篇 信息技术对房地产经纪行业的影响 第二十一章 信息技术对经纪行业的重要性 第一节 信息技术及其在房地产业中的应用 第二节 信息技术对存量住房交易的重要性 第三节 信息技术对经纪服务信息管理的重要性 第四节 信息技术对经纪公司管理的重要性 第二十二章 信息技术对经纪行业的影响 第一节 信息技术在行业内应用所带来的影响 第二节 网络自助交易对经纪行业的冲击 第三节 信息技术下经纪行业的发展趋势 第二十三章 信息技术在中国房地产经纪行业中的应用 第一节 互联网应用现状分析 第二节 经纪人对信息技术的利用 第三节 经纪公司 对信息技术的利用 第四节 买方网络自助交易意愿的实证研究 本篇 结语 结语篇 策略与建议 第二十四章 促进中国房地产经纪行业发展的若干建议 第一节 对政策制订者的建议 第二节 对行业协会的建议 第三节 对企业和消费者的建议 参考文献

<<房地产经纪服务理论与应用>>

章节摘录

版权页：插图：特定代理具有以下三个特点：有限的时间。

卖方的挂牌合同和买方的代理协议仅限于特定的时间段，而不是具有持续性的长期关系。

在美国，卖方的挂牌合同中，必须指明终止日期。

有限的目的。

代理关系是为了实现特定的目的而建立的。

卖方或业主要求代理人去寻找具有购买欲望和购买能力的买主或租户。

而买方或租户则是雇佣代理人去寻找符合其支付能力并满足其需求的物业。

有限的授权。

在特定代理中，委托人给予代理人有限的权利和义务。

通常来讲，代理人被雇佣按照委托人和代理人在合同中的约定，去销售或出租物业。

2.总代理 在总代理关系中，代理人拥有更多行动的自由，甚至可以直接代表委托人"讲话"。

在投资物业的买卖中，总代理可能被授予代理权，代表委托人，并在委托人的要求下制定出一系列行动框架。

3.全权代理 全权代理通常是由代理权所形成的，代理人被指定代表委托人处理所有的法律事务，而不是仅仅限于房地产交易这一特定目的。

(三) 房地产代理合同的性质 房地产代理服务所依据的合同是委托合同。

《合同法》第三百九十六条指出："委托合同是委托人和受托人约定，由受托人处理委托人事务的合同"。

其中委托他方处理事务的人为委托人，接受他方委托并处理其事务的人为受托人。

(四) 房地产代理合同的特征 房地产委托合同具有以下法律特征：(1) 房地产代理合同是基于双方当事人的信任而产生的。

委托他人代为处理事务，必须是以委托方对受托方的办事能力和信誉有所了解，并相信受托人能办好委托事项为基础的。

因此，受托方负有忠诚、勤勉地为委托方处理事务的义务。

任何一方对对方的不信任，都会导致委托合同的终止。

(2) 房地产代理合同为诺成合同。

只要双方当事人就委托事务达成一致，即成立委托合同关系，而不以当事人的实际履行作为合同成立的条件。

(3) 房地产代理合同既可为有偿合同，也可为无偿合同。

罗马法中的委任合同以无偿为原则。

但由于现代社会关系的复杂化，被委托的事务往往需要受托人投入相当的人力、物力和财力，因此，委托合同可以是有偿的。

至于有偿与否，完全由当事人自由协商而定，法律原则上不予干预。

(五) 房地产经纪人的责任和义务 在《合同法》第三百九十九条中规定了委托合同中受托人的义务

：(1) 按照委托人的指示，亲自处理委托事务（经委托人同意，受托人可以转委托）；(2) 按照委托人的要求，报告委托事务的处理情况和最终结果；(3) 交付财务或转移权利的义务；(4) 对由于其自身原因对委托人所造成的损害进行赔偿的责任。

在《合同法》第二十一章中，还对委托合同中委托人的义务进行了规定：(1) 支付费用的义务；(2) 支付报酬的义务；(3) 对受托人在授权范围内处理事务所产生的债务负有清偿的义务；(4) 对受托人在处理受托事务过程中非因自身过错所造成的损失负赔偿损失的义务。

<<房地产经纪服务理论与应用>>

编辑推荐

《房地产经纪服务理论与应用》由中国建筑工业出版社出版。

<<房地产经纪服务理论与应用>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>