



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年中国房地产中介行业投资分析及深度研究咨询报告

## 一、调研说明

《2009-2012年中国房地产中介行业投资分析及深度研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/135870.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

### &rarr;内容简介

从"乱象丛生"到"秩序井然",房地产中介行业在短短的几年内发生了质的改变。国家对房地产中介行业的一系列宏观调控,房中介协会大量的积极工作,促成了如今房产中介行业的健康发展。"不吃差价"、"资金监管"、"网上签约"等监管制度,有效地遏制了市场上存在的不规范行为,使市场形成优胜劣汰的局面,企业长期经营不规范,不适合市场竞争,即使由于市场的过于火热,而能暂时生存的,最终也只能面临被淘汰。国内几家大的房产经纪公司,在操作运营上都作出了很好的典范,坚决执行国家法律法规,对从业人员的严格管理,正是其一直走到今天的重要因素,现在很多中小房产中介都积极地涌入了房产中介行业,这些都是他们值得学习和借鉴的,只有做到这些,才能不被房产中介行业所淘汰。消费者通过在房产中介市场的磨炼,也都成长了很多。无论是相关的法律法规、专业知识还是交易经验,都使得消费者在交易过程中作出理性和正确的判断。作为房产中介公司,能做的也只有不断地提高自己的业务能力,"歪门邪道"的运营操作已经没有什么存活空间了,这也使得房产中介行业不断地向正确的方向发展。

在香港地区以及国际房地产市场,一手房销售主要依靠房产中介公司,所谓的售楼处仅仅是中介公司在众多连锁门店中再开设一个临时性门店而已。上房置换的一二手联动从2005年就已经开始,从分众传媒获取视频安装在门店,就是为了让小小门店干净利索地做N个楼盘代理,省得一张张楼盘海报把门店的脸面贴得一塌糊涂。从中原到汉宇,到其他连锁中介,自2008年开始,这些二手房公司靠一手代理赚取了利润。一手代理从本质上看,无非就是房地产专业广告公司搭配市场营销公司的产物。须知,从有房产销售的历史看,真正一流的广告创意人才和4A公司并不加盟和青睐房地产产品,这里既有房产产品本身量少、非标区域性强烈和高度先观等等因素,也有雇主(开发商)要求广告、公关和促销三者叠加的利益分配困难。房产销售代理,旺销时是开发商给中介的情面,滞销时是开发商要中介扛起的肩膀。一手代理公司必将只是房产历史长河中的一个现象,不能永续经营。在成熟市场中,中介将与代理合二为一。其流程分工,随社会科学技术的进步而发生革命性的变化。2009年,房产中介在一二手联动这块必然会着眼着力,但是必须闯出新路。根据发达国家房地产市场发展的规律,房地产开发与代理销售的分离,是检验房地产市场是否成熟的标志。随着国内房地产行业的整合、房地产开发商的集约化、规模化经营,房地产行业的开发与代理销售分离是市场发展的必然趋势。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上,主要依据了国家统计局、国家商务部、国务院发展研究中心、国家经济信息中心、中国房地产行业协会、北京房地产中介服务行业协

会、上海市房地产经纪行业协会、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、国内外相关报刊杂志的基础信息，结合深入的市场调查研究，以独特精辟的视角，对我国房地产中介服务行业发展现状、市场状况、政策状况、发展趋势、投资策略等进行了分析。本报告还对我国房地产市场做了深入探讨，并详细分析了房地产中介服务行业优势企业的发展战略、经营状况，是房地产中介服务企业及相关企业和单位、计划投资于房地产中介服务行业的机构等准确了解目前中国房地产中介服务市场发展动态，把握房地产中介服务行业发展趋势，制定市场策略必备的精品。

&rarr;报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 行业概况及国际市场分析

第一章 研究概述 1

第一节 房地产中介相关概念 1

一、房地产中介的基本概念 1

二、房地产中介的定义与内涵 1

三、房地产中介活动的特点 2

第二节 房地产中介业与房地产市场的关系 3

一、有机组成部分 3

二、桥梁与纽带 3

三、升级的重要力量 4

第三节 我国房地产中介行业发展概况 4

一、我国房地产中介发展历程 4

二、房地产中介经营范围 4

三、房地产中介公司运营模式 5

四、房地产中介收费标准 9

五、房地产中介与二手房市场的关联 11

六、房地产中介行业的作用和价值 12

第二章 国际房地产中介行业现状及发展趋势 14

第一节 2008-2009年世界房地产市场分析 14

一、2008年世界房地产市场分析 14

二、金融危机下世界房地产业发展分析 15

三、2009年世界房地产"主心骨"探讨	17
四、2009年全球房地产市场分析与预测	18
五、全球房地产市场"触底"探讨	20
第二节 国外房地产中介体制分析	21
一、经纪人资质等级	21
二、法规制度	22
三、职业道德	23
第三节 国内外房地产中介行业比较	23
一、国内房地产中介行业现状及特点	23
二、国外房地产中介行业现状和特点	24
三、国内外房地产中介行业的比较	25
四、我国房地产中介行业发展对策	26
第四节 美国房地产中介行业分析	27
一、美国房地产中介行业发展状况	27
二、美国房地产中介公司运作分析	29
三、美国房地产中介管理制度	33
四、美国房地产经纪人概况	37
第五节 穗港地产代理监管之比较	39
一、香港地产代理监管概况	39
二、香港地产代理监管的优劣	41
三、广州市与香港地产代理监管对比分析	42
第二部分 国内行业发展现状分析	
第三章 中国房地产中介内外部发展环境研究	43
第一节 中国房地产供需分析	43
一、住房潜在需求分析	43
二、我国购置未开发土地情况	46
三、我国房地产价格情况	47
四、我国房地产市场调整分析	48
五、我国房地产购买力的外部抽离解析	53
第二节 2008年房地产市场运行分析	54
一、2008年中国房地产市场整体情况	54
二、2008年中国房地产市场热点问题	62

三、2008年房地产开发完成情况	65
四、2008年商品房销售和空置情况	67
五、2008年房地产开发企业资金来源情况	69
六、2008年全国房地产开发景气指数	69
七、2008年四季度企业景气指数分析	70
第三节 2008年我国大中城市房屋市场销售价格指数	73
一、2008年10月全国70个大中城市房屋销售价格指数	73
二、2008年11月全国70个大中城市房屋销售价格指数	77
三、2008年12月全国70个大中城市房屋销售价格指数	83
第四节 2009年上半年全国房地产市场运行情况	88
一、房地产开发完成情况	88
二、商品房销售情况	88
三、房地产开发企业资金来源情况	89
四、全国房地产开发景气指数	89
第五节 2009年我国大中城市房屋市场销售价格指数	98
一、2009年1月全国70个大中城市房屋销售价格情况	98
二、2009年2月全国70个大中城市房屋销售价格情况	102
三、2009年3月全国70个大中城市房屋销售价格情况	106
四、2009年4月全国70个大中城市房屋销售价格情况	107
五、2009年5月全国70个大中城市房屋销售价格情况	111
六、2009年6月全国70个大中城市房屋销售价格情况	113
第六节 2009年中国房地产市场发展分析	114
一、2008-2009年中国房地产业发展概述	114
二、2009年中国房地产全行业发展形势	116
三、2009年我国房地产调整空间情况	117
四、2009年中国房地产市场调控分析	118
五、2009年中国房地产市场发展的关键	122
第七节 2009年房地产市场形势分析与影响因素	124
一、我国房地产市场形势分析	124
二、影响2009年房地产市场走势的因素分析	126
三、我国房地产政策建议	127
第八节 2009-2010年我国房地产走势分析	128

一、全国房地产市场总体形势	129
二、全国一二三线城市房地产市场形势	131
三、我国房地产主要区域市场形势	135
四、分类别楼盘市场形势	146
五、2009-2010年我国房地产市场走势	147
第四章 中国房地产中介市场现状及发展趋势研究	150
第一节 2009年我国房地产中介发展现状	150
一、房地产中介行业成长发展历程	150
二、房产中介发展现状分析	151
三、2009年地产中介发展新阶段分析	153
四、2009年房产中介行业发展动态	155
五、2009年房产中介运用网络问题分析	156
第二节 我国房地产中介存在的问题	161
一、法律法规体系问题	161
二、人才问题	162
三、中介机构行为问题	162
四、职业道德和服务意识问题	162
五、行业监管问题	163
六、房地产中介诚信问题	163
第三节 中国房产中介公司盈利状况	165
一、房地产中介公司营业收入分析	165
二、房地产中介"现金收房"及其变种	166
三、2009年金九银十房产中介企业动向分析	170
四、房地产中介企业盈利分析	171
第四节 2009年房产中介行业新一轮扩张因素分析	174
一、2009年交易量回暖	175
二、人才容易招募	175
三、政策利好推动	175
四、监管加强净化市场	176
第五节 2009年银行与房产中介关系分析	176
一、2009年银行与房产中介竞争分析	176
二、2009年银行与房产中介潜规则分析	179

第五章 中国重点城市房地产中介市场研究	182
第一节 北京	182
一、2009年北京二套房贷政策变动情况	182
二、北京地产中介垄断格局分析	182
三、2009年北京地产中介变局分析	183
第二节 广州	187
一、2009年广州房产中介行业政策分析	187
二、2009年广州地产中介行业发展状况	189
三、2009年广州房产中介行业竞争状况	194
第三节 深圳	195
一、深圳房地产中介行业法律现状	195
二、2009年深圳地产中介新规分析	199
三、2009年上半年深圳地产中介行业发展状况	200
四、2009年深圳地产中介行业竞争状况	202
第四节 其他城市	208
一、2009年沈阳房产中介行业动向	208
二、2009年福州中小房产中介突围策略	210
三、2009年宁波商业地产中介分析	210
四、2009年中山房产中介举办"购房节"分析	213
五、2009年厦门品牌房产中介直营店扩张情况	214
第三部分 行业竞争及重点企业分析	
第六章 中国房地产中介行业投融资与并购分析	217
第一节 房地产中介企业协作与并购方式	217
一、战略协作优劣势分析	217
二、企业兼并与收购的优劣势分析	218
三、企业跨地域拓展优劣势分析	220
四、房产中介新发展模式融资	221
第二节 中国房地产中介行业投融资与并购案例	222
一、21世纪中国不动产收购搏邦地产	222
二、21世纪不动产收购戴德梁行	224
三、21世纪中国不动产获5200万美元融资	225
四、世联地产融资	226



五、中大恒基并购北京城建经纪	228
第七章 中国房地产中介行业国际企业主体竞争力分析	232
第一节 21世纪不动产	232
一、公司简介	232
二、公司市场动态	243
三、2009年公司发展战略	244
第二节 美联物业	245
一、公司简介	245
二、2009年公司开店扩张情况	246
第三节 戴德梁行	247
一、公司简介	247
二、2009年公司发展动态	248
第四节 信义房屋	249
一、公司简介	249
二、公司新动态	256
第八章 中国房地产中介行业国内主体企业竞争力分析	258
第一节 我爱我家	258
一、公司简介	258
二、公司经营策略分析	258
三、2009年公司发展动态	260
第二节 链家	261
一、公司简介	261
二、公司发展战略	262
三、2009年公司发展动态	264
第三节 满堂红	265
一、公司简介	265
二、2009年公司服务升级情况	266
三、2009年公司动态	266
第四节 中联地产	268
一、公司简介	268
二、公司增强竞争力举措	273
三、2009年公司发展动态	274

第五节 世联地产	277
一、公司简介	277
二、2007-2009年财务分析	277
三、2009年公司上市表现分析	281
四、2009年公司布局全国战略分析	284
第六节 中原物业	285
第四部分 行业发展趋势及投资分析	
第九章 中国房地产中介市场发展趋势分析	287
第一节 房地产业发展趋势与预测	287
一、我国房地产发展前景	287
二、我国房地产市场未来趋势的判断	289
三、房地产市场营销新趋势	292
四、2009年中国房地产市场预测	295
五、2009-2010年我国房地产市场预测	300
第二节 房地产中介业发展趋势分析	301
一、企业化市场化发展趋势	301
二、专业化品牌化发展趋势	301
三、集团化规模化发展趋势	302
四、信息化网络化发展趋势	302
五、人员素质综合化发展趋势	303
第三节 房屋中介危机中转型发展趋势分析	304
一、地产中介面临竞争分析	304
二、中介经纪面临转型	305
三、地产中介寻求新路	306
第四节 我国的房地产中介未来模式分析	308
一、中国和美国中介模式对比	308
二、中国房地产中介未来发展阶段预测	310
三、中国房地产中介服务前景分析	311
第十章 中国房地产中介行业投资机会与风险分析	316
第一节 全国政府对房地产中介政策分析	316
一、2008年政府对房地产中介政策调整	316
二、交易结算资金账户管理规范政策	320

三、政府对房地产经纪市场的监管	323
四、中介代收代管交易金调整分析	325
五、关于放开部分房地产中介服务收费的通知及其影响	326
六、2009年“二套房”房贷利率调整分析	328
第二节 房地产中介行业的SWOT分析	328
一、优势	329
二、劣势	330
三、机会	330
四、威胁	331
第三节 2009年房地产中介行业投资机遇	332
一、城市化为地产经纪行业创造机遇	332
二、房地产市回暖为房产中介带来机遇	334
三、房产中介行业投资有利因素分析	335
四、2009年新人投资房产中介分析	336
五、2009年地产经纪创业分析	338
第四节 房地产中介企业的风险管理	340
一、房地产中介面临的风险	340
二、经纪业务的风险防范	343
三、地产中介行业风险与价值分析	347
第十一章 中国房地产中介行业投融资战略决策建议	349
第一节 房地产中介行业薪酬制度设计分析	349
一、薪酬制度设计原则及思路	349
二、设计薪酬制度策略	350
三、设计薪酬制度问题分析	353
第二节 房地产中介发展策略	354
一、当前房地产营销策略分析	354
二、我国房地产中介行业信息化策略	358
三、中小房地产中介生存策略	360
第三节 房地产中介应对市场困境策略分析	362
一、信心对房地产中介应对市场困境的重要性	362
二、市场困境下房地产中介企业信心的来源	363
三、房地产中介应对市场困境策略	363

## 图表目录

图表：房地产市场的升级示意图 4

图表：2007年11月-2008年11月全国房地产开发投资走势 55

图表：2007年11月-2008年11月土地购置开发面积情况 56

图表：1998年-2008年11月土地购置开发面积情况 56

图表：2007年11月-2008年11月竣工面积、新开工面积、施工面积增长情况 57

图表：2007年11月-2008年11月销售面积及增长情况 58

图表：2001年-2008年11月销售面积及增长情况 58

图表：2006年-2008年前11个月全国住宅日均销售套数 59

图表：2006年-2008年主要城市住宅总销售套数和日均销售套数 59

图表：2007年11月-2008年11月销售额与投资额差值情况 63

图表：2008年1-11月全国房地产开发投资完成情况 66

图表：2008年1-11月东部地区房地产开发投资完成情况 66

图表：2008年1-11月中部地区房地产开发投资完成情况 66

图表：2008年1-11月西部地区房地产开发投资完成情况 67

图表：2008年1-11月全国商品房销售情况 67

图表：2008年1-11月东部地区商品房销售情况 68

图表：2008年1-11月中部地区商品房销售情况 68

图表：2008年1-11月西部地区商品房销售情况 68

图表：2007年2月-2008年11月全国房地产开发景气指数趋势图 70

图表：2007年2月-2008年12月全国房地产开发景气指数趋势图 70

图表：2008年四季度全国企业景气指数回落 72

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（一） 74

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（二） 75

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（三） 75

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（四） 75

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（五） 76

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（六） 76

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（七） 76

图表：2008年10月份70个大中城市房屋销售价格指数（八） 77

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（一） 78

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（二） 79

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（三） 79

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（四） 79

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（五） 80

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（六） 80

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（七） 80

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（八） 81

图表：2008年11月份70个大中城市房屋销售价格指数（90平方米及以下） 81

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（一） 85

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（二） 85

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（三） 85

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（四） 86

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（五） 86

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（六） 87

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（七） 87

图表：2008年12月份70个大中城市房屋销售价格指数（八） 87

图表：2008年1月房地产开发综合景气指数 89

图表：2008年2月房地产开发综合景气指数 89

图表：2008年3月房地产开发综合景气指数 89

图表：2008年4月房地产开发综合景气指数 89

图表：2008年5月房地产开发综合景气指数 90

图表：2008年6月房地产开发综合景气指数 90

图表：2008年7月房地产开发综合景气指数 90

图表：2008年8月房地产开发综合景气指数 90

图表：2008年9月房地产开发综合景气指数 90

图表：2008年10月房地产开发综合景气指数 90

图表：2008年11月房地产开发综合景气指数 90

图表：2008年12月房地产开发综合景气指数 90

图表：2009年2月房地产开发综合景气指数 91

图表：2009年3月房地产开发综合景气指数 91

图表：2009年4月房地产开发综合景气指数 91

图表：2009年5月房地产开发综合景气指数 91

图表：2009年6月房地产开发综合景气指数 91

图表：2008年1月房地产开发投资分类指数 91  
图表：2008年2月房地产开发投资分类指数 91  
图表：2008年3月房地产开发投资分类指数 92  
图表：2008年4月房地产开发投资分类指数 92  
图表：2008年5月房地产开发投资分类指数 92  
图表：2008年6月房地产开发投资分类指数 92  
图表：2008年7月房地产开发投资分类指数 92  
图表：2008年8月房地产开发投资分类指数 92  
图表：2008年9月房地产开发投资分类指数 92  
图表：2008年10月房地产开发投资分类指数 92  
图表：2008年11月房地产开发投资分类指数 93  
图表：2008年12月房地产开发投资分类指数 93  
图表：2009年2月房地产开发投资分类指数 93  
图表：2009年3月房地产开发投资分类指数 93  
图表：2009年4月房地产开发投资分类指数 93  
图表：2009年5月房地产开发投资分类指数 93  
图表：2009年6月房地产开发投资分类指数 93  
图表：2008年1月土地开发面积分类指数 93  
图表：2008年2月土地开发面积分类指数 94  
图表：2008年3月土地开发面积分类指数 94  
图表：2008年4月土地开发面积分类指数 94  
图表：2008年5月土地开发面积分类指数 94  
图表：2008年6月土地开发面积分类指数 94  
图表：2008年7月土地开发面积分类指数 94  
图表：2008年8月土地开发面积分类指数 94  
图表：2008年9月土地开发面积分类指数 94  
图表：2008年10月土地开发面积分类指数 95  
图表：2008年11月土地开发面积分类指数 95  
图表：2008年12月土地开发面积分类指数 95  
图表：2009年2月土地开发面积分类指数 95  
图表：2009年3月土地开发面积分类指数 95  
图表：2009年4月土地开发面积分类指数 95

图表：2009年5月土地开发面积分类指数 95

图表：2009年6月土地开发面积分类指数 95

图表：2008年1月商品房平均销售价格分类指数 96

图表：2008年2月商品房平均销售价格分类指数 96

图表：2008年3月商品房平均销售价格分类指数 96

图表：2008年4月商品房平均销售价格分类指数 96

图表：2008年5月商品房平均销售价格分类指数 96

图表：2008年6月商品房平均销售价格分类指数 96

图表：2008年7月商品房平均销售价格分类指数 96

图表：2008年8月商品房平均销售价格分类指数 97

图表：2008年9月商品房平均销售价格分类指数 97

图表：2008年10月商品房平均销售价格分类指数 97

图表：2008年11月商品房平均销售价格分类指数 97

图表：2008年12月商品房平均销售价格分类指数 97

图表：2009年2月商品房平均销售价格分类指数 97

图表：2009年3月商品房平均销售价格分类指数 97

图表：2009年4月商品房平均销售价格分类指数 97

图表：2009年5月商品房平均销售价格分类指数 98

图表：2009年6月商品房平均销售价格分类指数 98

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（一） 99

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（二） 99

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（三） 100

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（四） 100

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（五） 101

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（六） 101

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（七） 101

图表：2009年1月份70个大中城市房屋销售价格指数（八） 102

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（一） 103

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（二） 104

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（三） 104

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（四） 104

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（五） 105

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（六） 105

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（七） 105

图表：2009年2月份70个大中城市房屋销售价格指数（八） 106

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（1） 107

图表：2009年4月份70个大中城市房屋销售价格指数（2） 109

图表：2008-2009年4月全国房地产景气开发指数趋势图 111

图表：2006-2008年我国部分城市住房价格走势 127

图表：2007-2008年全国房地产开发景气指数趋势图 130

图表：2007-2008年全国70个大中城市房屋销售价格增幅演变 131

图表：2008年9月及3季度京沪深商品住宅供求情况 132

图表：2008年8、9月京沪深商品住宅成交均价情况 133

图表：2008年9月及3季度二线城市商品住宅成交情况 133

图表：2008年9月二线城市商品住宅成交均价情况 134

图表：2008年9月主要三线城市商品住宅成交均价情况 135

图表：2007-2008年深圳商品住宅成交走势图 137

图表：2007-2008年上海商品住宅成交走势图 139

图表：2007-2008年北京商品住宅供求及价格走势 141

图表：2007年全国10个典型城市的房价收入比情况 142

图表：2007-2008年武汉商品住宅市场走势 143

图表：2007-2008年重庆商品住宅成交走势 145

图表：21世纪不动产美誉度 232

图表：21世纪不动产品牌广告认知度 232

图表：21世纪不动产品牌认知度 233

图表：21世纪不动产品牌潜在使用度 233

图表：21世纪不动产品牌电视广告认知度 233

图表：21世纪不动产的地区分布情况 234

图表：21世纪SIS数据区域排名 241

图表：21世纪区域业绩排名 241

图表：21世纪SIS数据区域加盟店业绩排名 242

图表：21世纪加盟店边数排名 242

图表：21世纪经纪人边数排名 242

图表：21世纪经纪人业绩排名 242



图表：中国信义集团公司结构 250  
图表：中国信义的营运范畴 250  
图表：中国信义上海门店分析 251  
图表：中国信义北京门店分析 255  
图表：中国信义重庆门店分析 256  
图表：中国信义江苏门店分析 256  
图表：2009年2季度深圳世联地产顾问股份有限公司主营构成 277  
图表：2007-2009年深圳世联地产顾问股份有限公司投资收益分析 278  
图表：2007-2009年深圳世联地产顾问股份有限公司获利能力分析 278  
图表：2007-2009年深圳世联地产顾问股份有限公司经营能力分析 278  
图表：2007-2009年深圳世联地产顾问股份有限公司偿债能力分析 279  
图表：2007-2009年深圳世联地产顾问股份有限公司资本结构 279  
图表：2007-2009年深圳世联地产顾问股份有限公司发展能力分析 279  
图表：2007-2009年深圳世联地产顾问股份有限公司现金流量分析 279  
图表：2007-2009年深圳世联地产顾问股份有限公司主营业务收入 280  
图表：2007-2009年深圳世联地产顾问股份有限公司主营业务利润 280  
图表：2007-2009年深圳世联地产顾问股份有限公司营业利润 280  
图表：2007-2009年深圳世联地产顾问股份有限公司利润总额 281  
图表：2007-2009年深圳世联地产顾问股份有限公司净利润 281

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/135870.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

## 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

## 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。