

2022 年房地产经纪人之业务操作基础试题库和答案 要点

单选题（共 50 题）

1、写字楼项目自销售推广至销售完成的过程中，（ ）阶段由于涉及形象导入与推广、集中开盘销售等重要环节，成为写字楼项目销售执行的重中之重。

- A. 进场期、蓄客期、开盘期
- B. 进场期、开盘期、稳定消化期
- C. 蓄客期、开盘期、稳定消化期
- D. 开盘期、持销期、稳定消化期

【答案】 A

2、业态组合定位需考虑的因素不包括（ ）。

- A. 能聚集人气，形成商气
- B. 要适合市场的实际需求、消费者购物习惯、周边商业状况
- C. 要做到同业差异化、异业互补，避免内部竞争
- D. 要有利于企业发掘新的市场机会

【答案】 D

3、当房地产开发企业采用“大幅度提高销售价格，开辟新市场，扩大市场渗透”的策略时，表明该房地产产品处于生命周期中的（ ）。

- A. 引入期
- B. 成长期
- C. 成熟期
- D. 衰退期

【答案】 B

4、李某希望购买一套距离上班地点较近的高档商品住房，欲与甲房地产经纪公司（以下简称甲公司）签订买方独家代理协议。根据甲公司查询和分析，发现李某是一名老客户，有一定的经济实力，可以作为追踪及服务的对象。

- A. 提高佣金水平
- B. 节约客源开发成本
- C. 增加公司业务来源
- D. 缩短业务成交时间

【答案】 B

5、房地产市场调查的目的可以通过探测性调查、描述性调查、因果性调查和（ ）来确定。

- A. 现时性调查
- B. 定性调查
- C. 预测性调查
- D. 回顾性调查

【答案】 C

6、张先生委托该中介公司出售他的房屋，原来一直要价是65万元，但一直没能售出。由于张先生因生意原因打官司输了，按照法院判决，急需一笔钱作为赔偿。于是同意以60万元的价格出售，在不长的时间内该房屋就成交了。造成张先生降价是因为房源的（ ）属性。

- A. 可替代
- B. 法律
- C. 心理

D. 物理

【答案】 C

7、在销售过程中有效地实现各类产品的（ ），是项目价值得以实现的关键。

A. 价格过渡

B. 大量销售

C. 价值让渡

D. 使用价值

【答案】 A

8、 张某委托甲房地产经纪公司（以下简称甲公司）承租一套住房，甲公司委派房地产经纪人刘某为张某服务。刘某通过发布广告信息，很快找到了张某满意的房源，该房源的所有权人为王某。看房前甲公司与张某签订的委托协议约定：张某向甲公司交纳佣金 200 元。张某与王某签订租赁协议后，预付了 6 个月房租 9000 元并支付了甲公司佣金 3000 元。

A. 房屋特征

B. 广告费用

C. 租金数额

D. 佣金结算

【答案】 A

9、 张某拥有一间商铺，并用该商铺向银行抵押贷款，抵押合同约定：张某如欲出售、出租该商铺，应征得银行的书面同意。张某委托 A 房地产经纪机构的房地产经纪人李某出租该商铺，并答应该业务完成后给李某“好处费”。李某为了隐瞒这笔业务，便偷盖了 A 房地产经纪机构印章的空白合同与张某订立了委托合同，委托合同约定的佣金为每年 2 个月的租金收入。后来李某找到王某，游说王某委托李某个人为其承租商铺，李某代表王某与张某订立了房屋租赁合同，该合同的租赁双方均有李某的签名，出租方有张某的签名，李某向张某出

具了王某的授权委托书，委托书载明王某委托李某全权代理承租商铺事宜(合同期限不长于 10 年)。

- A. 宣布该租赁合同无效
- B. 追究张某的违约责任
- C. 从发现张某擅自出租商铺之日起，直接收取王某应当支付的房屋租金
- D. 一旦发现张某擅自出租商铺，立即将承租户王某驱逐

【答案】 B

10、房地产市场调查中，最常用的调查方法是()。

- A. 直接观察法
- B. 行为记录法
- C. 访问法
- D. 实验法

【答案】 C

11、按照房源的交易形式划分，房源不包括()。

- A. 出租房源
- B. 出售房源
- C. 房地产买卖
- D. 租售房源

【答案】 C

12、利用一部分客户的成效去说服另一部分客户，制造“羊群效应”是()的表现形式。

- A. 抢购促成法

- B. 涨价促成法
- C. 从众促成法
- D. 压力促成法

【答案】 C

13、房地产经纪人向购房客户推荐房源时，错误的做法是（ ）。(2010 年真题)

- A. 介绍房源基本信息
- B. 指出房源优点
- C. 掩盖房源重大缺陷
- D. 提出对房源的专业观点

【答案】 C

14、客户信息是房地产经纪公司和经纪人的宝贵资源，只有()才能发挥其价值，促成交易。

- A. 有效分类
- B. 合理使用
- C. 准确定位
- D. 安全管理

【答案】 B

15、抵押贷款申请完之后，借款人凭（ ）与房地产开发企业签订商品房买卖合同，确定付款方式和房款总额。

- A. 抵押贷款合同
- B. 银行出具的贷款承诺书
- C. 第三方担保凭证

D. 承诺书

【答案】 B

16、根据规定，首次购房人的贷款首付款为_____，再次置业者的贷款首付款为_____。（ ）

A. 30%； 70%

B. 35%； 60%

C. 35%； 70%

D. 30%； 60%

【答案】 D

17、房地产买卖的房款支付最稳妥的做法是（ ）。

A. 开具收据后支付主要房款

B. 拿到旧房产证复印件后支付全部房款

C. 取得完税凭证后支付主要房款

D. 通过银行办理资金转账业务支付主要房款

【答案】 C

18、癌细胞胞质嗜碱性增强是由于（ ）。

A. 蛋白质增多

B. 核浆比值增大

C. 核糖体增多

D. 胞质脱水

【答案】 C

19、同一胚叶分化成熟组织转化为另一种成熟组织的过程

- A. 化生
- B. 机化
- C. 分化
- D. 再生

【答案】 A

20、关于市场需求的组成，下列说法错误的是（ ）

- A. 购买者是需求的主体
- B. 购买欲望是需求行为的物质保障
- C. 购买欲望是需求的动力
- D. 购买能力是需求的实现条件

【答案】 B

21、在众多招商原则中，异业互补的目的是（ ）。

- A. 带动整个商场的顺利招商与管理
- B. 降低购物中心竞争力
- C. 要满足顾客消费的选择权
- D. 加强经营控制力度

【答案】 C

22、（ ）是房地产开发企业不动产销售重要决策的执行人。

- A. 房地产开发商

- B. 房地产建筑商
- C. 房地产经纪人
- D. 房地产经纪机构

【答案】 D

23、下列关于写字楼项目销售展示策略的表述，错误的是（ ）。

- A. 应当体现商务气质
- B. 通过展示内容及服务交流内容的专业程度，建立与高端商务客户的对话平台
- C. 确保提升项目品质感与尊贵感
- D. 在销售期内应进行精细化的样板间展示

【答案】 D

24、目前，采用()方式管理房源信息的一般是小型的单店式房地产经纪公司。

- A. 纸张载体
- B. 计算机
- C. 纸张和计算机结合
- D. 计算机联机系统

【答案】 A

25、可导致咳嗽少痰，痰黏难咯，口咽干燥的原因是

- A. 痰热郁肺
- B. 燥邪袭肺
- C. 风热犯肺
- D. 肺津耗伤

【答案】 B

26、MLS 系统的类型中，()是指系统的成员可以根据自己的需要决定是否将所获得的独家销售委托输入网络中心。

- A. 自愿性的 MLS 系统
- B. 强制性的 MLS 系统
- C. 全国性的 MLS 系统
- D. 企业内部的 MLS 系统

【答案】 A

27、自然销售新建商品住宅，其优点是()。

- A. 客户诚意度高
- B. 市场关注度高
- C. 前期积累的客户多
- D. 客户满意度高

【答案】 B

28、某项目总投资 10 万元，建筑投资 500 元/m²，若总建筑面积 1000m²，预期利润 6 万元，则单位价格为()元/m²。

- A. 350
- B. 420
- C. 500
- D. 660

【答案】 D

29、作为房地产经纪人必须在沟通中明确，看房的人之中，谁能起到决定的作用，或者说谁最具有决策能力，谁的决策是最主要的。该分析是针对客源信息中（ ）的分析。

- A. 购买力与消费信用
- B. 目标物业与偏好
- C. 客户购买决策
- D. 客户需求程度

【答案】 C

30、在签订商品房认购书时没有（ ）风险。

- A. 房号销售与算价
- B. 转售
- C. 购买、贷款资格（针对限购未取消的城市）
- D. 变更

【答案】 B

31、为实现最大利润的目标，房地产开发项目最为合理的价格和规模就是开发项目的边际收益等于（ ）时的价格和规模。（2007年真题）

- A. 平均收益
- B. 边际固定成本
- C. 边际成本
- D. 平均成本

【答案】 C

32、市场营销过程中的最后一个步骤是（ ）。

- A. 设计客户导向的营销战略
- B. 理解市场和客户的需求、欲望
- C. 建立营销性的关系和创造客户愉悦
- D. 从客户处获得价值以创造利润和客户价值

【答案】 D

33、企业的潜在消费者数据来自（ ）。

- A. 内部资料
- B. 外部数据
- C. 直接客户资料
- D. 间接客户资料

【答案】 B

34、写字楼项目进行目标客户定位时，根据片区现有写字楼客户的调查分析，将主流行业、主流发展规模、主流来源区域的企业作为（ ）。

- A. 重要客户群锁定
- B. 项目核心客户群
- C. 游离客户群界定
- D. 无效客户群

【答案】 B

35、 某市土地储备中心拟拍卖一宗位于城市中心区、规划用途为办公的地块。甲房地产开发公司（以下简称甲公司）参与拍卖并获得该地块。由于该地块周边区域写字楼市场竞争不激烈，甲公司决定利用该地块开发写字楼。为了掌握该地块区域写字楼的供应和需求状况，甲公司开展了市场调查和 market 分析，并结合该地块现有状况，对拟开发的写字楼进行了定位。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/545020242140012001>