

20
25

房产经纪行业年报

58 安居客研究院



更多免费行业报告

并购家

www.ipopo.cn

并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

目 录

一、行业动态回顾	3
1、 政策变化：建立长效监管机制，步入立法严管新阶段	3
2、 模式变化：传统经纪服务模式被打破，新服务模式在崛起	4
3、 技术变化：AI+VR 双驱动，推动行业服务方式变革	5
二、行业市场环境	8
1、 找房热度：新房、二手房找房需求均同比下降	8
2、 市场分化：一二手房分化明显且稳定，二手房找房人数占比在上升	8
3、 需求变化：房东挂牌风风火火，购房者在房市里精挑细选	9
4、 渠道依赖：市场对渠道开放程度高，渠道依赖度增强	11
三、行业运行现状	13
1、 行业景气度：行业景气度持续回落，长期低于 50 荣枯线	13
2、 行业规模：整体规模持续收缩，单司规模在精简	14
3、 人员分布：华东经纪人最多，一线城市集聚效应坚挺	16
4、 人均效能：成交缩量，行业人均产能下滑	17
四、经纪人画像	19
(一) 基础画像	19
1、 中青年经纪人成绝对主力，女性占比连续四年提升	19
2、 学历整体提升，一线、新一线高学历经纪人超六成	20
(二) 职业发展	20
1、 收入来源：主要来源于二手房业务	20
2、 薪资结构：行业底薪整体下滑，有底薪人数比例增加	21
3、 工作时长：整体工作时长降低，新一线相对最“轻松”	22
4、 从业年限：3 年以上占比最高，新人流动性大，老人稳定性强	22
5、 学习投入：经纪人学习投入增加，且越来越倾向公司内部课程	23
(三) 工作方式	24
1、 获房渠道：老客户再交易/转介绍为获房的最主要方式	24
2、 获客渠道：网络端口、老客户再交易、门店来访占比六成以上	25
3、 房源展示：图片和视频为主要方式，VR 越来越获得更多认可	25
4、 AI 认知：行业内应用已经觉醒，但使用深度尚浅	26
五、2026 年行业趋势展望	27
(一) 政策精准细化，提升匹配能力	27
(二) 市场多维分化，找准细分赛道	27
(三) 服务模式多样，守正创新并举	28
(四) AI 重构行业，学习拥抱赋能	29

一、行业动态回顾

1、政策变化：建立长效监管机制，步入立法严管新阶段

回顾近三年政策，各年度政策侧重点有所不同。2023 年、2024 年政策发布密集，年均出台约 70 条，2025 年政策数量虽有所减少，但其规范性与强制性显著增强。

2023 年，作为行业“规范年”，出台了一系列的行业整治规范，政策在全面规范的同时，着重“去库存、降风险”，大力整治虚假房源、私收差价、资金池跑路等乱象，助力行业走向“合规化”。

2024 年，政策重心转向“促成交、稳市场”，借助房源核验、资金监管等举措，打通“以旧换新”的安全通道，推动行业合规建设落地见效。

2025 年迎来里程碑式突破，我国首次以“行政法规”形式出台《住房租赁条例》，将备案、资金监管、信用评价等内容纳入国家法规体系。房源码、实名备案、信用评分等成为行业准入硬性标准，实现相关监管举措从地方试点向全国全面铺开的跨越，构建起‘不敢违、不能违’的长效监管格局。

2025年房地产经纪行业相关政策概览（部分）

政策方向	发布时间	发布单位	政策名称	核心要求
行业立法	2025.07	住建部	《住房租赁条例》	规范租赁备案、资金监管及信用评价，强化全流程监管
	2025.07	住建部	《房地产从业机构反洗钱工作管理办法》	建立经纪机构反洗钱机制，落实客户身份核验与资金监测
	2025.04	贵阳	《贵阳市住房租赁管理条例》	推行房源核验与备案制度，保障租赁交易安全
备案核验管理	2025.02	西安	《关于个人房源核验上线的通知》	全面推行个人房源核验，确保房源信息真实合规
	2025.08	青岛	《关于推行存量房房源信息发布和房源码核验工作的通知》	实行房源码核验制度，规范存量房信息发布
	2025.08	青岛	《关于全面推行存量房屋交易合同示范文本进一步加强房屋网签备案管理工作的通知》	统一交易合同范本，强化网签备案与交易监管
销售行为监管	2025.11	福州	《关于进一步加强商品房销售管理的通知》	规范销售行为，严禁虚假宣传与捆绑销售
	2025.03	三亚	《2025年三亚市房地产市场专项整治实施方案》	整治虚假房源、违规收费等乱象，净化市场环境
	2025.10	佛山	《佛山市存量房网签交易规则》	细化资金监管流程，保障存量房交易资金安全
信用管理办法	2025.11	苏州	《苏州市房地产经纪行业信用管理办法》	实施信用分级管理，明确奖惩措施，规范经纪行为
	2025.04	郑州	《关于进一步加强郑州市房屋租赁市场管理工作的通知》	加强租赁企业信用管理，规范房源发布与合同备案
	2025.01	山西	《山西省住房和城乡建设厅房地产企业信用评价管理办法》	构建企业信用评价体系，强化信用结果应用
存量市场激活	2025.05	珠海	《珠海市住房“以旧换新”专项补贴申报指引》	与补贴挂钩，激励合规参与“以旧换新”
	2025.10	唐山	《唐山市促进商品房“以旧换新”工作方案》	三种模式共同推进，促激活存量住房市场
	2025.10	聊城	《聊城市商品房“以旧换新”实施方案（试行）》	支持经纪机构开展住房“卖旧换新”业务，提供消费券支持

资料来源：58安居客研究院根据公开资料整理

2、模式变化：传统经纪服务模式被打破，新服务模式在崛起

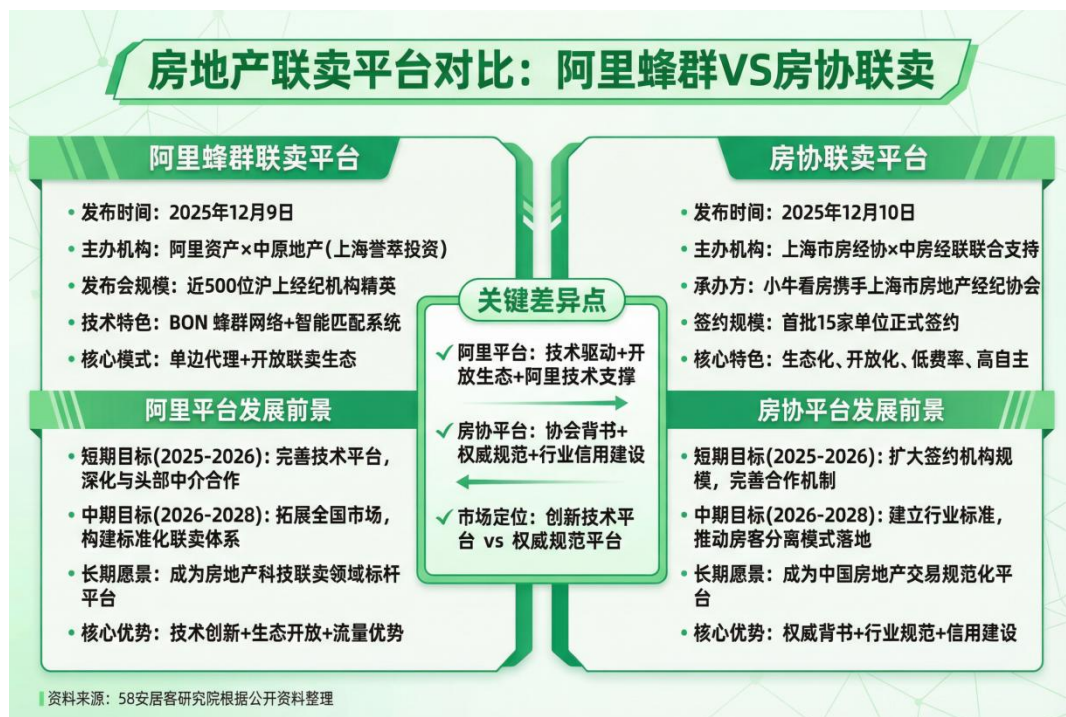
提及房产中介行业，大众普遍的印象是：中介机构开设实体门店，店内员工着装统一、形象专业，主动对接房东拓展房源渠道，并将整合后的房源信息录入自有平台；同时，在地铁口、小区入口等人流密集区域派发传单，精准吸引潜在客户。从业务本质看，房产中介服务主要充当买卖双方信息沟通与交易撮合的桥梁，也被称为居间服务，强调其作为中间方协调双方、促成交易的核心职能。

随着房地产市场步入存量化阶段，行业竞争白热化、内卷态势加剧，传统中介公司纷纷开启积极转型之路，主要聚焦两大方向：

一方面，在原有服务模式的基础上进行深化和延伸，如对交易链条进行精细化拆分和标准化重塑，明确各环节权责，实现“按劳分配”，推动服务精细化，亦或者拓展门店服务边界，在传统房屋交易与租赁业务基础上，延伸出装修、快递代收、便民雨伞租借、打印复印及打造城市驿站等多元化服务。

另一方面，颠覆原有服务模式，积极探索新路径。2025 年，“单边代理”“房客分离”等理念再度成为行业焦点，但当下多为“类单边”模式，真正落地单边代理的公司寥寥无几。部分企业虽喊出‘房客分离’的口号，实则仅完成内部职能调整，从买卖双方的实际服务体验来看，与传统模式并无显著差异，距离真正意义上的房客分离仍存在较大差距。

与此同时，一些基于单边概念的联卖平台相继涌现。例如，阿里资产与中原地产携手打造的阿里蜂群联卖平台，依托 BON 蜂群网络 and 智能匹配系统，专注于法拍房交易服务；上海房经协和中房经联联合推出的房协联卖平台，首批吸引 15 家单位签约入驻，旨在制定行业标准，推动房客分离模式落地，构建规范化交易平台。不过，这类模式仍面临跨主体信息共享不畅、平台数据打通难度大等现实问题。



值得注意的是，目前最接近单边代理的，反而是部分自媒体型房产从业者。他们凭借灵活机动的优势，精准把握买卖双方痛点，开创出“专业咨询收费+单边代理+与传统经纪协作”的新型服务模式。但这类从业者的短板同样突出，既缺乏完善的房源管理系统，也未形成统一的流量获取渠道。

2025年中小机构模式创新探索

机构	服务立场	核心模式	收费特色	地域	核心优势
好好选房	纯买方	大数据+会员	会员费可抵扣	成都	全流程服务+退款承诺
必卖好房	纯卖方	7天必卖对赌	1%+速卖奖金	重庆	极速成交+对赌保障
到家了	双边	社区驻区顾问	0.8%+返现	全国	线下网络+邻里服务
人人居联卖	平台	中介协作分佣	15%平台抽成	区域	低佣金+跨店合作
山城学区房	纯买方	教育+房产捆绑	咨询费+0.5%	重庆	政策预判+学位查询
苏苏房东说	纯卖方	咨询+代理双轨	2999元+1%	上海	双向筛选+置换规划
上海塑房	纯卖方	Home Staging	装修费+佣金	上海	房屋美化+专业营销
环线咨询	纯买方	数据驱动分析	咨询费+定制费	上海	理工男逻辑+预测模型

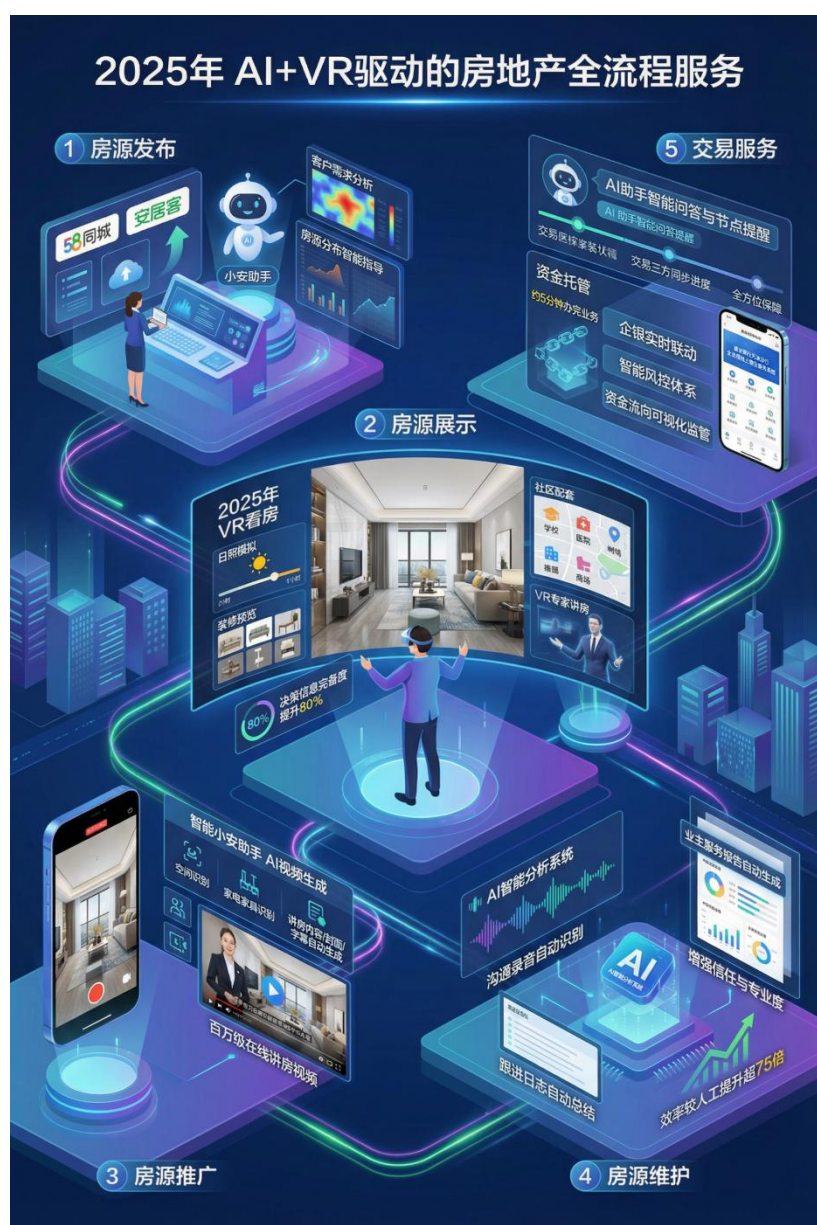
资料来源：58安居客研究院根据公开资料整理

3、技术变化：AI+VR 双驱动，推动行业服务方式变革

当前房地产经纪行业困境重重，房产交易决策周期长、产业链条复杂等现状，对经

纪人的专业能力提出了极高要求。与此同时，经纪人队伍流动性强，年轻新手入行困难，服务意识和能力良莠不齐，致使行业整体效率低下、投入产出比不理想。因此，亟需借助科技与新手段来破解这些复杂难题。

2025 年，新兴技术在房地产经纪行业进入“规模化落地”新阶段。随着 VR、AI、大数据模型等前沿技术的深度应用，传统房产经纪行业“房源发布-客户连接-交易履约”的全业务流程正被全面重塑，由 AI+VR 驱动的新技术正在潜移默化地改变房源发布、房源展示、房源推广、房源维护和交易服务全流程。



房源发布：经纪人将房源录入系统后，经纪人的智能助手，如 58 同城、安居客的小安，能智能分析平台客户的找房需求和房源分布，为经纪人提供发房指导。

房源展示：2025 年，VR 看房从“锦上添花”变为行业“必备之良药”。原本是疫情期间线下看房受限的创新尝试，如今已在新房、二手房和租房领域全面普及。如今的 VR 看房功能丰富，不仅支持“在室内行走”，还整合了日照模拟、噪音数据、装修预览、社区配套等功能，使客户决策信息完备度提升 80%。用户浏览房源时，可通过日照模拟了解不同时段阳光照射情况；通过装修预览设想装修效果；通过社区配套功能知晓周边学校、医院、商场等设施分布。此外，依托 VR 专家讲房，用户可线上听取专家和置业顾问深度解说，并互动了解项目情况。

房源推广：基于智能小安助手的 AI 视频生成功能，经纪人制作专业讲房视频更轻松。只需拍摄房源视频，AI 就能智能识别房屋空间布局、家电家具等装修情况，生成讲房内容、视频封面和字幕。通过 AI 生成的小区周边介绍视频和在线讲房视频，经纪人能更直观、专业地展示房源优势，提升客户看房体验，促进成交。目前，58 同城、安居客平台的在线讲房视频量已达百万级。

房源维护：AI 智能分析系统可自动识别沟通录音，及时更新房源状态，总结跟进日志。系统还能自动生成业主服务报告，通过海量大数据和标准化呈现，增强客户信任度和专业度，助力经纪人维护房源信息，提升服务质量。

获客跟客：智能微聊功能实现 24 小时在线服务，通过 AI 忙时托管、智能沟通辅助和自动复聊，有效提高客户留资率和转化率。此外，AI 还能智能挖掘客户需求，给出精准跟进建议，辅助经纪人更快成交。

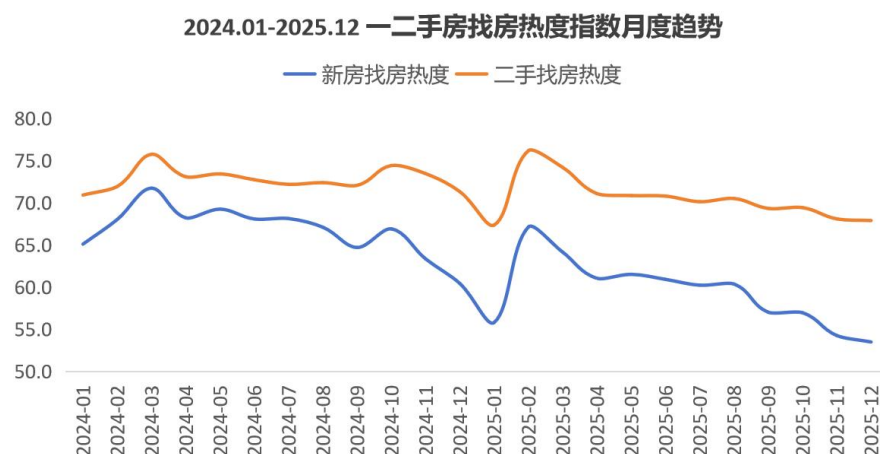
交易服务：AI 助手提供智能问答和节点提醒服务，确保交易三方同步交易进度、知晓交易节点，为交易提供全方位保障，提升客户满意度和行业口碑。在房产交易中，资

金安全备受关注。建设银行天津分行推出全流程线上银企“资金托管”服务系统，对传统流程进行数字化改造。购房者通过相关 APP 约 5 分钟即可办完业务，节约时间成本。同时，系统建立企银实时联动机制，融入智能风控体系，具备欺诈、反洗钱检测等功能，实现资金流向可视化监管。

二、行业市场环境

1、找房热度：新房、二手房找房需求均同比下降

找房热度可直观反映市场真实找房需求，该指标直接影响后续市场成交走势，具备较强的市场前瞻性。安居客研究院对重点 46 城的数据监测显示，2025 年新房、二手房找房热度较去年均有所下滑，且新房找房热度降幅更大。2025 年 1-12 月，新房找房热度月度均值同比下降 11%，二手房找房热度微降 3.2%。



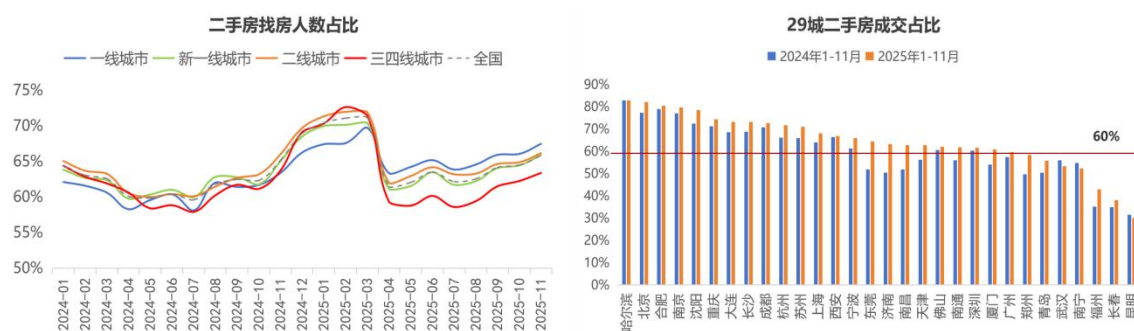
数据来源：58 安居客研究院

2、市场分化：一二手房分化明显且稳定，二手房找房人数占比在上升

根据过去两年对一二手房客户持续监测发现，两者之间的客户重合度基本上稳定在 12% 左右，意味着新房与二手房客户存在明显分化，简言之，市场购房者群呈现“新房

客群与二手房客群高度分化”的特征。

从市场占比看，二手房已成为市场主力需求，且占比逐年上升。据安居客对重点46城的监测数据，1-11月二手房找房人数占比月度均值为65%，较去年提高3个百分点。各能级城市二手房找房人数占比均超六成，其中一线城市最高，达67.5%；三四线城市最低，为63.4%。从重点29城的实际成交来看，2025年1-11月二手房成交占比平均为64%，比去年增加4个百分点，29城中超9成城市的二手房成交占比超过50%，其中有8成甚至超60%。



数据来源：58安居客研究院

说明：二手房找房人数占比= 二手房找房人数÷市场找房总人数。该占比越高，说明二手房市场关注度越高；若占比超50%，表明关注二手房的人数居多，反之则关注新房的人数占多数。

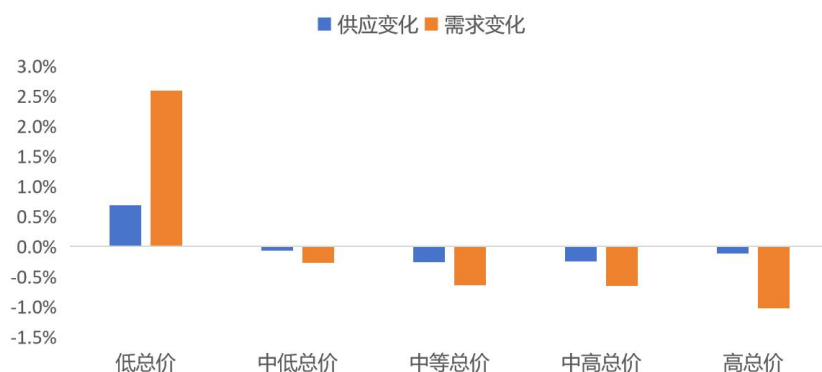
3、需求变化：房东挂牌风风火火，购房者在房市里精挑细选

2025年，受结构性置换需求释放及资产避险需求（市场价格下行预期）影响，二手房挂牌量持续走高，月均挂牌量同比去年增长14%。各能级城市挂牌量均有增长，其中一线、新一线、二线、三四线城市月均挂牌量分别增长10.5%、13.8%、14.3%、17%。可见，供给端房源释放，房东积极寻找时机出手，市场房源供应增多，购房者可选房源也相应增加。

在买方市场下，购房者不再将就，需求悄然变化且出现明显分层。二手房市场中，低总价产品需求显著增长。随着限购放开，首付比例、贷款利率降低等一系列利好政策

落地，购房资格与成本双降，释放了此前受限的刚需客群，这类客户纷纷涌入二手房市场精挑细选心仪房源。今年，低总价小户型产品找房需求明显上升，2025 年市场上低总价房源供应占比 40%，较去年提高 0.7 个百分点；该类房源找房需求占比 45.7%，较去年提升 2.6 个百分点。

2025年不同总价供应、需求占比变化

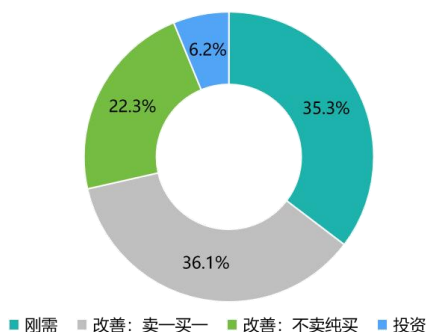


数据来源：58 安居客研究院

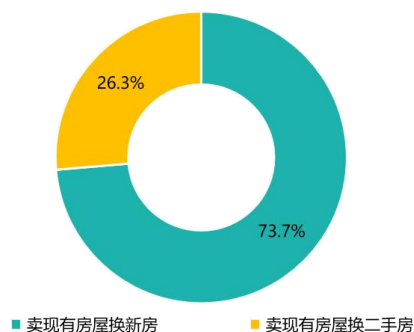
说明：供应对应的是不同总价段的房源挂牌量占比，需求对应的是不同总价段的房源流量占比数据，图中变化指的是与 2024 年比较，2025 年供应占比、需求占比变化。

新房市场中，改善型客户已成为主力需求群体，他们或“卖小换大”，或“卖旧换新”。2025 年度客户购房意愿调研数据显示，58.4%的客户有改善需求，其中 73.7% 的改善客户打算卖掉现有房屋换新房，仅 26.3% 打算换二手房。在户型选择上，改善型购房者更倾向大户型产品，以 90-144 m² 的 3-4 房为主流，占比达 64.2%。

购房者购房需求



购房者改善购房类型

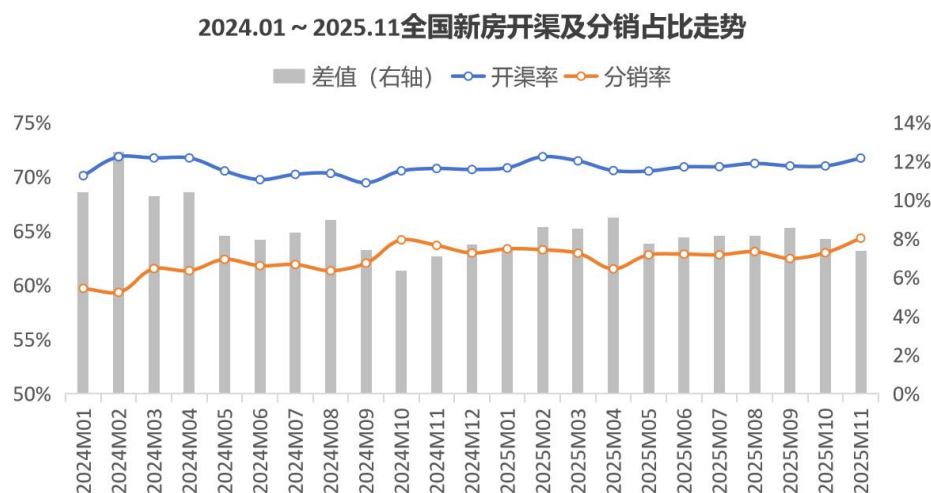


数据来源：58 安居客研究院&安居客培训赋能中心

2025 年，各地好房子政策相继出台并落地，对住宅品质提出高要求，还适当调整了住宅规范和计容规则，力推安全、舒适、绿色、智慧的好房子。这与当前房企从‘重规模扩张’向‘重产品品质打磨’的转型方向高度契合，新房市场的优质房源供给持续增加，进一步激发了改善客群对高品质居住的需求向往。

4、渠道依赖：市场对渠道开放程度高，渠道依赖度增强

2025 年，新房市场对房产经纪行业的依赖程度持续加深。市场渠道开放度较高，平均达 71%，较去年微增 0.4 个百分点。惠州、长春、南昌等开渠率较高的城市，开渠率均超 90%。不过，实际分销占比低于开渠比例，2025 年渠道分销实际成交占比 62.9%，同比提升 1.1 个百分点。计划开渠与实际分销的差值（即“剪刀差”）从 2024 年最高时的 10% 缩小至当前的 7%， “剪刀差”明显收窄，这表明开发商对房产经纪渠道的实际使用愈发接近计划指标，对房产经纪行业的实质性依赖不断增强。



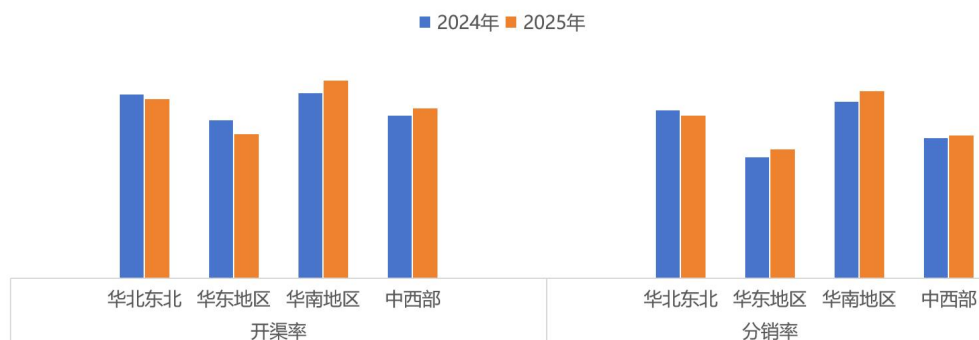
数据来源：58 安居客研究院

说明：开渠率=开渠项目/城市总项目；分销率=分销成交量/城市总成交量。

分地区来看，华南地区对经纪分销的依赖程度最高，其次是华北东北和中西部地区，华东地区最低。2025 年，华南地区分销率达 77%，也是开渠率利用最充分的地区，开

渠率与分销率仅相差 4 个百分点。华北东北、中西部、华东地区这一差距分别为 7、11、6 个百分点。除华北东北外，其他三个地区实际分销占比均较 2024 年有所上升，表明这些地区对渠道的实质性依赖在增强，尤其是华东地区，“剪刀差”较去年缩小了 9 个百分点。

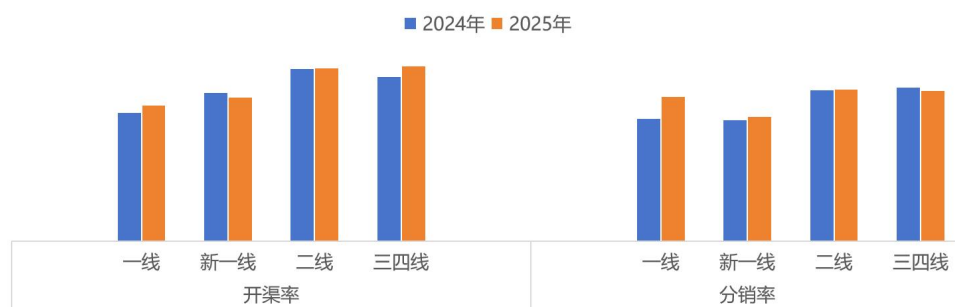
2024-2025年各区域分销及开渠对比情况



数据来源：58 安居客研究院

从城市能级看，低能级城市对经纪渠道依赖度更高，不过高能级城市的依赖度正显著增强。2025 年，各能级城市对渠道的开放程度普遍较高，均在 60%以上，其中三四线城市最高，平均达 77%，较去年提升 5 个百分点。从实际分销占比来看，二线、三四线城市相对较高，分别为 66%、67%。值得注意的是，2025 年一线城市实际分销率显著提升，同比增长 10 个百分点，新一线城市也增长了 1 个百分点，对渠道的实质性依赖不断增强。此外，一线、新一线城市开渠率与实际分销的“剪刀差”在缩小，分别较去年收窄 6 个百分点和 4 个百分点。

2024-2025年各能级城市分销及开渠对比情况



数据来源：58 安居客研究院

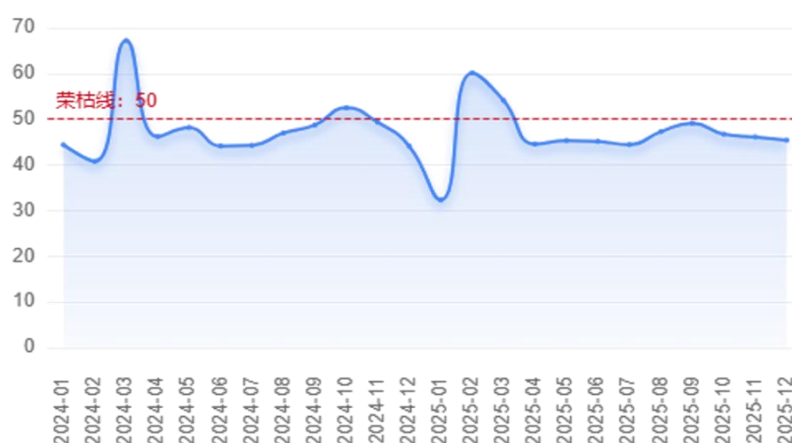
三、行业运行现状

1、行业景气度：行业景气度持续回落，长期低于 50 荣枯线

2025 年，房产经纪行业景气度指数月均为 46.5，较 2024 年小幅回落 1.5，表明今年行业活跃度有所下降。全年来看，行业景气度仅在春节后出现短期小高峰，3 月起连续 9 个月景气度指数低于 50 荣枯线，传统‘金九银十’的市场旺季效应也未显现。

行业景气度下滑，主要受房地产市场下行筑底和找房需求减少的双重影响。尽管房东积极挂牌房源，市场挂牌量显著增加，但找房热度并未同步提升。数据显示，2025 年 46 城房源挂牌量较去年增长超 50%，而二手房找房热度月度均值同比下降 2%，新房找房热度降幅达 10%。除了找房热度降低外，二手房交易周期也有延长，房源平均在架时长也从去年的 78 天延长至 84 天。

2024-2025年房产经纪行业景气度指数



数据来源：安居客研究院【楼盘洞察】产品数据库

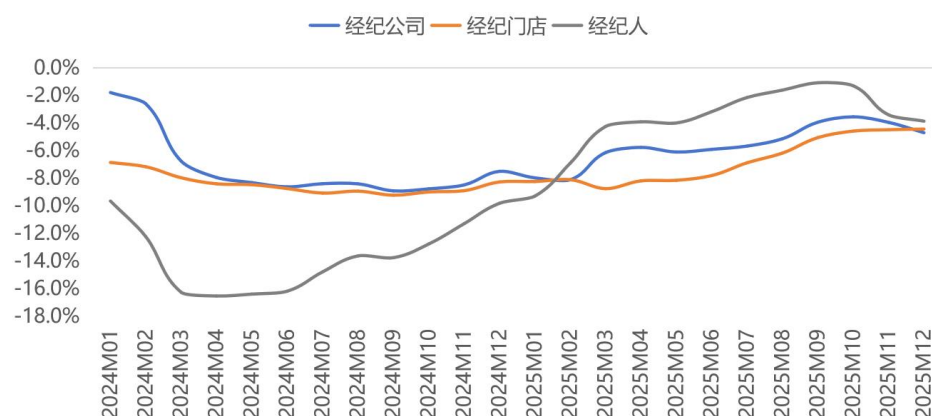
景气度指数说明：参考国际通行的 PMI 指数制订方法，借助安居客线上找房热度（需求指标）、二手房新增挂牌量（供应指标）、总挂牌（库存指标）、经纪人作业活力（人员指标）、房源在架时长（流通指标）等指标通过模型进行指数处理，再经过加权汇总后拟合出房产经纪行业的综合性指数。若景气度指数高于 50，表示整个行业景气度在上升，低于 50 则表示在下降。

2、行业规模：整体规模持续收缩，单司规模在精简

人：2025 年，受市场热度下滑、业务量缩减影响，经纪行业面临挑战，出现经纪人流失、规模持续收缩的情况，不过收缩幅度明显收窄。与 2024 年相比，全国经纪人数量减少 3.8%。全年经纪人数量呈“先扬后抑”，春节后购房需求集中释放且节后复工，2 月起经纪人陆续回归，数量连续 3 个月上升，4 月达全年峰值，之后持续回落，12 月较年初峰值减少 10%。

店：经纪人流失、从业人数下降，核心原因在于经纪公司与线下门店的持续缩减。2025 年市场仍处于深度调整期，购房与租房需求减少、行业竞争加剧、运营成本上升，致使部分小型或经营不善的公司被迫退出或被兼并。线上数据显示，2025 年房产经纪公司和门店数量同比分别减少 5.6%和 6.8%。全年公司和门店数量同比逐月递减，但降幅持续收窄。受行业周期影响，12 月传统淡季来临，部分经纪人离职，降幅再度扩大。

2024-2025全国在线经纪行业规模走势（同比）



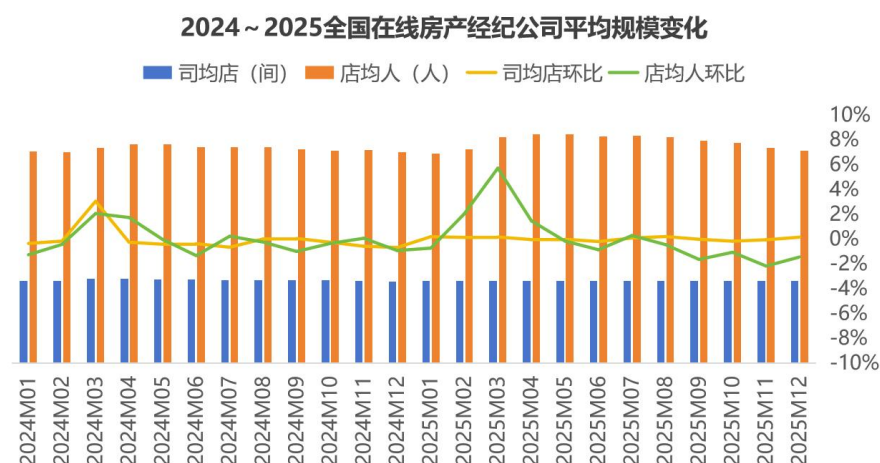
数据来源：58 安居客研究院

单司规模上，全国单家房产经纪公司平均门店数量同比减少 1.2%。2025 年房地产市场持续低位运行，为优化资源配置、降低成本、提升效率，部分经纪公司通过合并门店或关闭低效门店来“瘦身”。

单店规模上，单店平均经纪人数量同比增长 3.2%。行业调整期间，部分门店因战

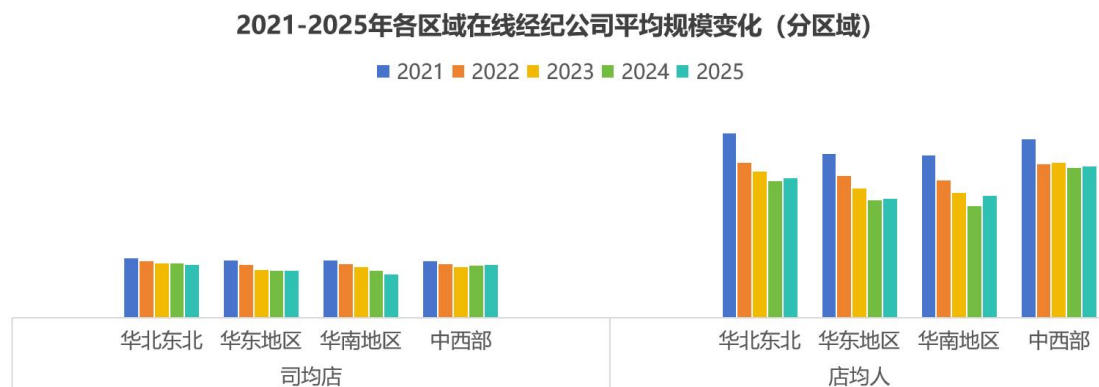
略收缩而合并或关闭，经纪人在不同门店间流动，业绩好、专业强的优秀人员得以留存。

门店数量降幅高于经纪人数量降幅，使得单店平均经纪人数实现逆势微增。



数据来源：58 安居客研究院

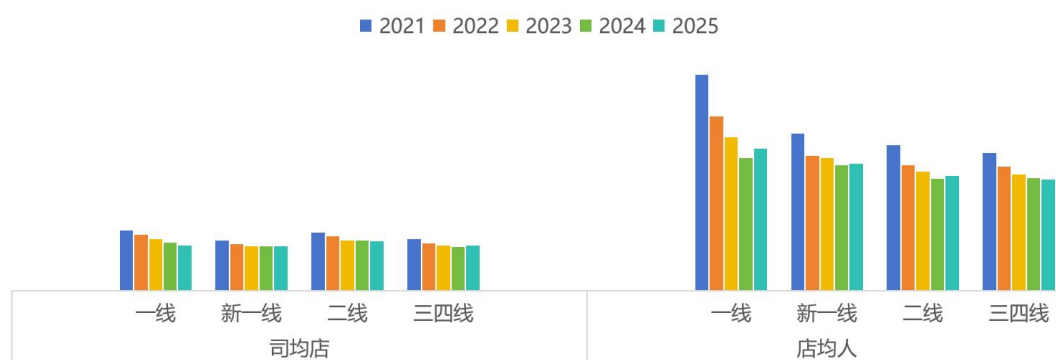
分区域看，区域之间分化显著。单司规模上，华北东北与中西部领先，单司平均门店数达 1.8 间，华东次之，华南最低；单店规模上，华北东北与中西部依旧领先，单店平均经纪人约 5 人，略高于华东、华南。与前几年相比，2025 年呈现企稳分化态势。华东、华北东北、华南地区单司门店数量持续收缩，同比分别降 2.3%、0.4%、8.6%，当地大型中介机构为求生存，有意缩减低效门店、深耕核心区域，企业从规模导向转向存活导向。中西部是唯一增长区域，同比微增 1.6%，主要得益于该地区的运营成本优势、城镇化仍在加速进程中以及基数效应带来的增长。



数据来源：58 安居客研究院

分不同能级城市来看，一线城市变化最为显著，其余能级城市变化幅度相对较小。一线城市已连续四年单司规模收缩，单个房产经纪公司门店数量同比减少 6.9%，经纪人数量减少 4.3%，单店经纪人数量增加 7.5%。与 2024 年相比，二线城市单个房产经纪公司门店数量下降 1.5%；新一线和三四线城市略有增长，分别增长 0.3%和 2%。单店人员方面，三四线城市单店经纪人数量减少 1%，新一线和二线城市分别增长 1.3%和 2.7%。

2021-2025年各区域在线经纪公司平均规模变化（分能级）

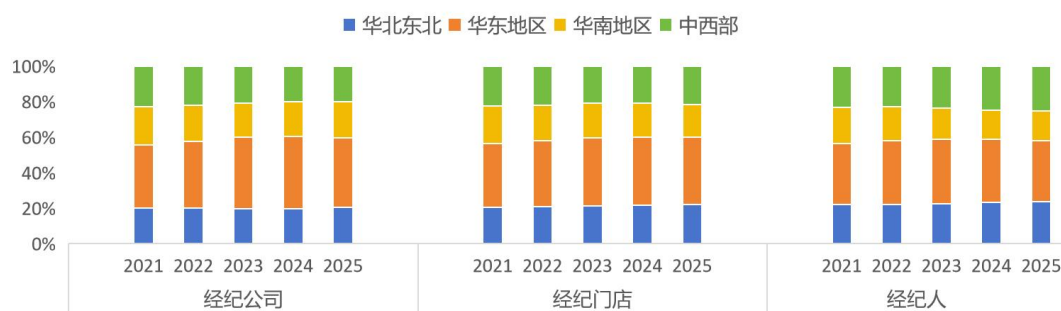


数据来源：58 安居客研究院

3、人员分布：华东经纪人规模居首，一线城市集聚效应坚挺

从地区分布来看，我国经纪人主要分布在华东地区，2025 年经纪公司、门店、经纪人数量占比分别为 39.1%、37.9%、34.4%，远高于其他三个区域。不过，2025 年华东地区结束了连续三年占比增长的态势，公司、门店、人员占比分别下降 1.3%、0.6%、1.1%。与之相反，中西部、华北东北地区在上述三项指标中占比均有所增长。华南地区经纪门店占比虽略降 0.7%，但经纪人数量占比略有提高，结束了连续四年下滑趋势，微增 0.4%。

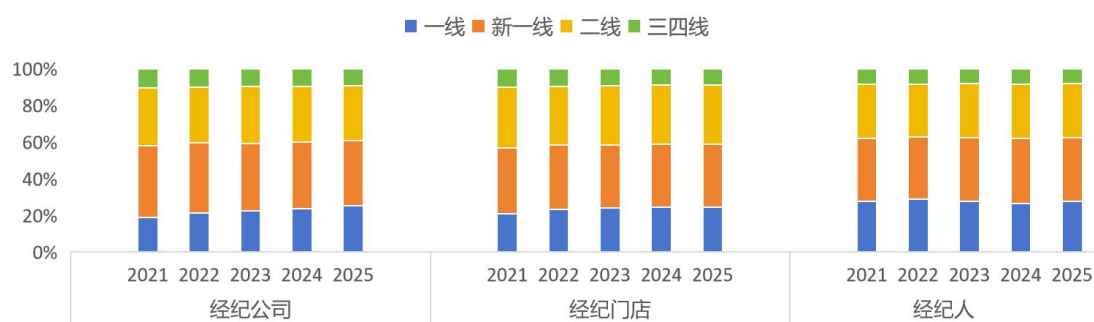
2021-2025年经纪公司布局按区域分布



数据来源：58 安居客研究院

分不同能级城市来看，我国经纪人主要集中在一线、新一线和二线城市，合计占 90.7%，其中新一线城市经纪人数量最多，占 35.6%。从变化情况而言，一线城市占比显著提升，其余能级城市略有下降。经纪公司方面，一线城市经纪公司占比上升 1.3 个百分点，新一线、二线、三四线城市则均有小幅下滑。与 2021 年相比，一线城市经纪公司占比大幅增长 6.1 个百分点，其他线城市占比有所下降；经纪人方面，一线城市上升 1.1 个百分点，其余能级城市同样呈小幅下降态势。

2021-2025年经纪公司布局按梯队分布



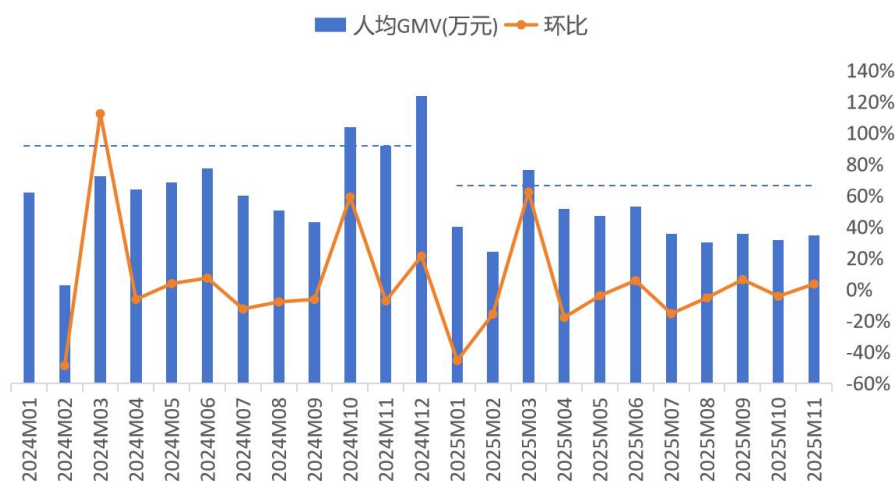
数据来源：58 安居客研究院

4、人均效能：成交缩量，行业人均产能下滑

2025 年，受市场找房热度降低、成交量下滑影响，经纪人单均产出同比下降 18%。其中，人均产出受新房交易影响最大，新房、二手房交易贡献分别减少 19%、9%。尽管在节后复工和春节置业带动下，3 月经纪人人均产出冲高，短暂超过 2024 年均值，

但其余月份表现疲软，呈现“单峰难续、低位震荡”态势。季节性规律被打破，二季度回落，三季度进一步下滑，四季度传统旺季也仅在低位徘徊，与2024年四季度相比，人均产出同比下降近3成。总体来看，行业虽具备短期爆发潜力，但持续造血能力欠缺，“旺季不旺”凸显出市场面临深度调整、行业动能减弱的结构性挑战。

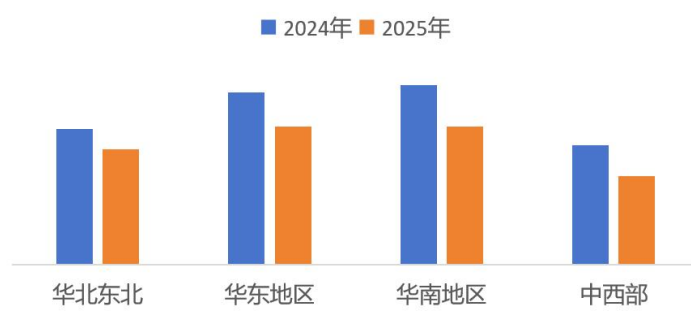
2024~2025经纪人月度人均GMV变化走势



数据来源：58安居客研究院

分地区来看，高能级地区人均效能明显高于低能级地区。华东、华南地区经纪人人均产出较高，二者人均GMV几乎均为中西部地区的1.6倍。2025年，各区域人均效能均大幅下滑，华南、华东、华北东北、中西部降幅分别为23%、20%、15%、25%。

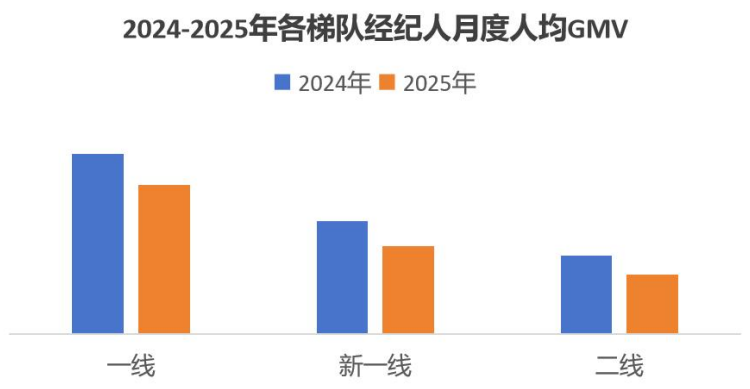
2024-2025年各区域经纪人月度人均GMV



数据来源：58安居客研究院

分不同能级来看，城市能级越高，人均产出越高。这主要是因为高能级城市交易量

大、价格水平高，成交金额大，从而推高了人均产出。其中，一线城市人均产出最高，约为二线城市的 2.5 倍。与 2024 年相比，各能级城市人均产出均显著下滑，一线、新一线、二线城市同比分别减少 17%、22%、23%。在一线城市里，北京经纪人单均产出最高，其后依次是深圳、广州和上海；在新一线城市中，青岛、杭州、宁波、成都等表现突出，青岛单均收入最高，甚至超过了一线城市。



数据来源：58 安居客研究院

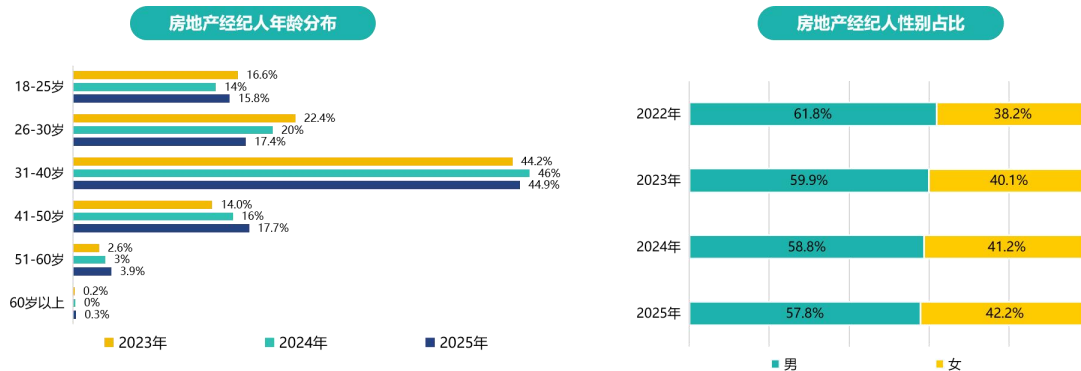
四、经纪人画像

（一）基础画像

1、中青年经纪人成绝对主力，女性占比连续四年提升

2025 年参与调研的房地产经纪人中，31-40 岁的房地产经纪人为行业主力军，占比为 37.8%。得益于房地产交易流程日趋复杂，行业对具备丰富人脉与稳定客户资源的资深经纪人需求更高，40 岁以上从业者占比随之逐年上升。

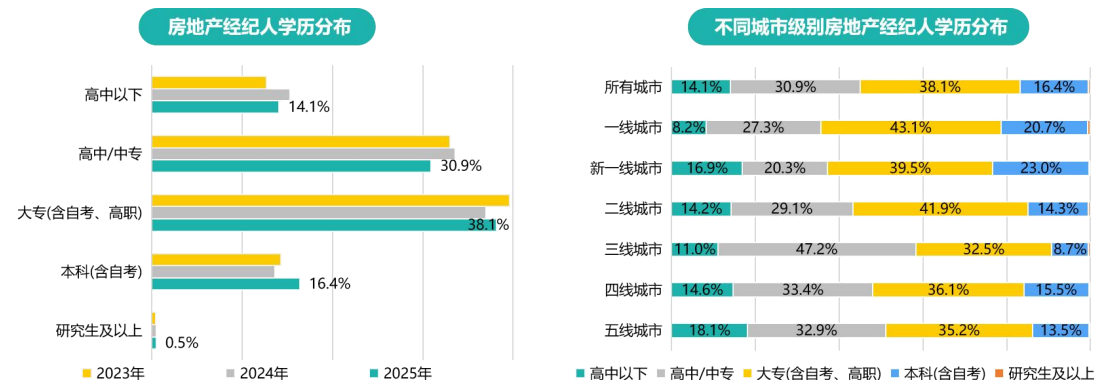
性别方面，女性经纪人占比连续四年增长，2025 年达 42.2%，认可度进一步提升。这主要得益于技术降低了对经纪人体力的要求，以及就业压力增大促使更多女性进入该行业。需说明的是，此次调研未涵盖新房置业顾问，该领域的女性占比会更高。



数据来源：58安居客研究院&安居客培训赋能中心，《2025年百万经纪人生存报告》

2、学历整体提升，一线、新一线高学历经纪人超六成

房地产经纪人学历构成基本稳定，大专及以上学历（含自考、高职）从业者在行业中占比达55%，其中研究生及以上学历者占0.5%，可见行业对高学历人才也有一定吸引力。2025年，拥有大专学历的房地产经纪人占比38.1%，较2024年的37.0%上升1.1个百分点，本科及以上学历者占比16.9%。在一线、新一线城市，大专以上学历的经纪人占比超60%。



数据来源：58安居客研究院&安居客培训赋能中心，《2025年百万经纪人生存报告》

(二) 职业发展

1、收入来源：主要来源于二手房业务

存量房时代下，经纪人收入结构明显向二手房业务倾斜，超半数（54.18%）经纪

人收入来自二手房买卖。近年来，租赁市场愈发活跃，租售同权政策推进与租房观念普及，让租赁客群大幅增长。今年，住房租赁业务为经纪人贡献近三分之一收入。而新房业务收入降幅最大，自 2023 年高峰期的 17% 锐减超五成。

房产经纪人收入来源情况

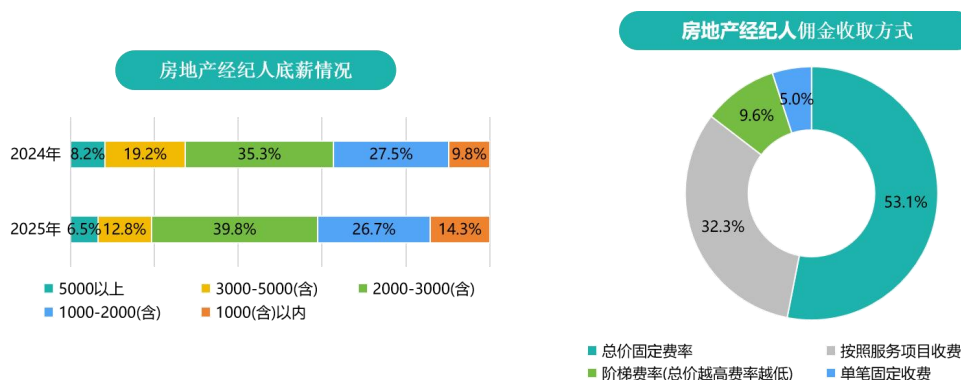
选项	比例
二手房买卖	54.18%
二手房租赁	31.17%
新房	8.4%
商业地产	5.08%
其他	1.17%

数据来源：58 安居客研究院&安居客培训赋能中心，《2025 年百万经纪人生存报告》

2、薪资结构：行业底薪整体下滑，有底薪人数比例增加

我国经纪人员薪资仍采用“底薪+提成”的激励模式。2025 年，有底薪的经纪人占比显著提升，达 41.4%。在有底薪的经纪人里，3000 元/月以上底薪的人数减少；2000-3000 元/月底薪的人数占比最高，为 39.8%，较 2024 年扩大 4.5 个百分点。

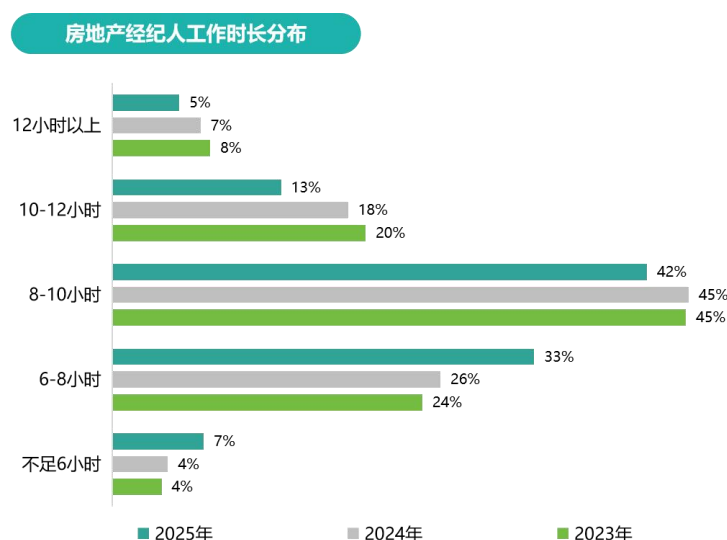
2025 年，经纪人佣金方式中，总价固定费率模式占比最高，为 53.1%；其次是按服务项目收费，占比 32.3%；单笔固定收费占比最少，仅 5.0%。



数据来源：58 安居客研究院&安居客培训赋能中心，《2025 年百万经纪人生存报告》

3、工作时长：整体工作时长降低，新一线相对最“轻松”

2025 年，多数经纪人每日工作时长集中在 8-10 小时，占比 42%。鉴于经纪人普遍“做六休一”，其综合工作时长超过其它行业。近三年数据显示，经纪人日工作时长有缩短，每日工作 6-8 小时的占比大幅提升，有三分之一的经纪人处于该时长范围。主要是因为受行业特性影响，经纪人拓展房源和带客户看房时间不确定性较大，难以精准衡量。分城市来看，各能级城市经纪人工作时长多集中在 8-10 小时。一线城市经纪人工作强度较大，10-12 小时占比最高，达 24.1%；新一线城市经纪人工作强度最小，8 小时以下占比 48.1%，其中 6-8 小时占比最多，为 39.8%。

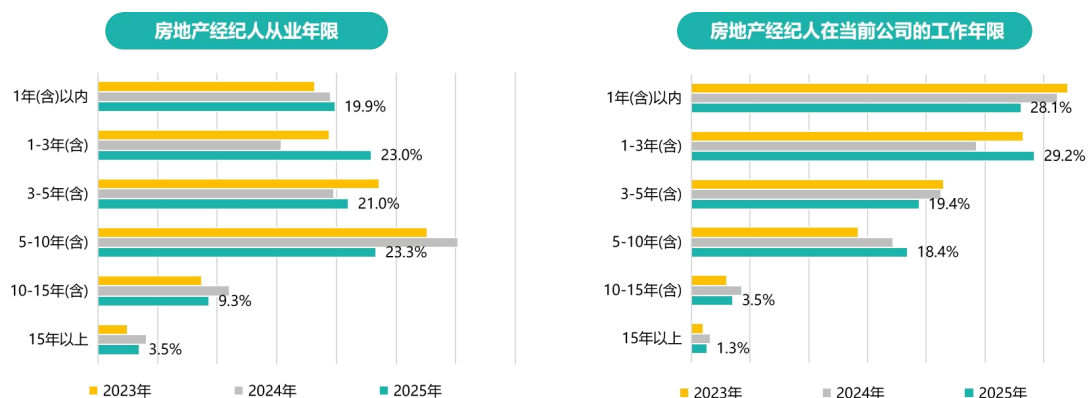


数据来源：58 安居客研究院&安居客培训赋能中心，《2025 年百万纪人生存报告》

4、从业年限：3 年以上占比最高，新人流动性大，老人稳定性强

2025 年，从业 1-3 年的新人占比升至 23.0%，而从业超 3 年的人员占比从 2024 年的 65.1%降至 57.2%。同时，从业 1 年（含）以内的人员占比 19.9%，新入职人员流动性较大，留存难度较高。从司龄看，57.3%的经纪人在当前公司工作不超过 3 年，不过在同一公司连续供职 5-10 年的比例较去年上升，达 18.4%，行业的核心骨干力量

更为稳定。

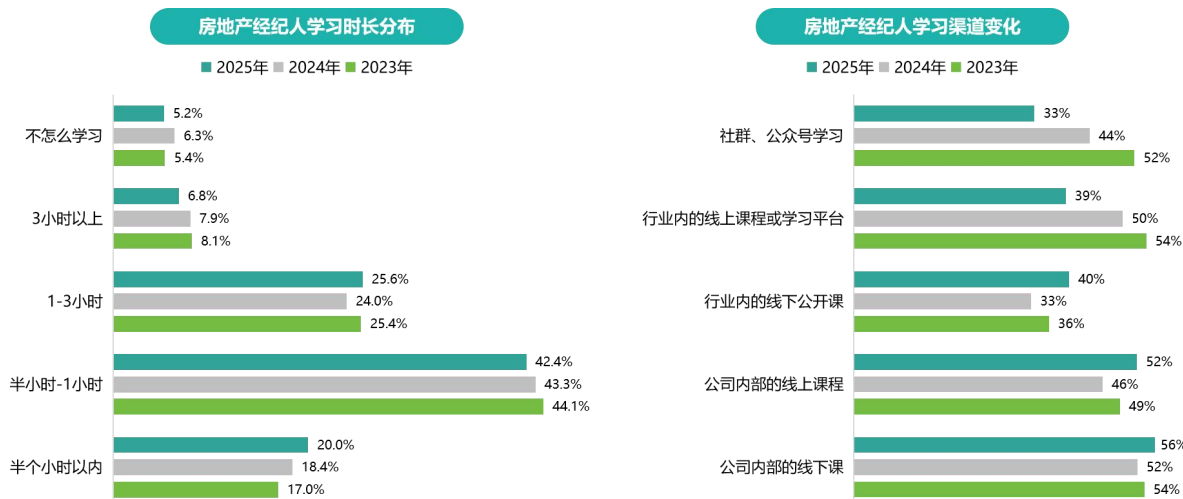


数据来源：58安居客研究院&安居客培训赋能中心，《2025年百万经纪人生活报告》

5、学习投入：经纪人学习投入增加，且越来越倾向公司内部课程

多数经纪人都愿意投入时间精力提升专业与效率。近两年，每天学习半小时到1小时的经纪人占比最多，且2025年平均学习时间有所提升，学习1-3小时的占比从24%升至25.6%。当下新技术应用加速，尤其是AI技术，能极大提升工作效率，但其在房地产领域应用案例较少，更需经纪人主动探索以提升工作效率。

调研数据显示，当前经纪人学习主要转向公司内部课程。无论是线上课程还是线下课程，不少经纪公司针对经纪行业的培训已构建起一套成熟且完备的体系，还提供丰富学习资料供经纪人随时学习。一方面，外面众多学习知识网站纷纷开启收费模式，学习成本增加，另一方面，线上培训内容的质量愈发参差不齐，经纪人甄别优质内容的成本大幅提高。此外，不少外部线上学习内容与企业内部高度重合，且碎片化、不成体系，致使许多经纪人放弃线上学习渠道。

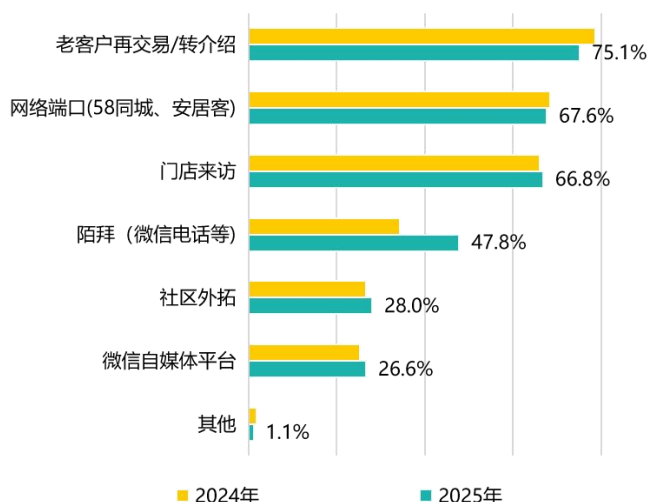


数据来源：58 安居客研究院&安居客培训赋能中心，《2025 年百万经纪人生存报告》

(三) 工作方式

1、获房渠道：老客户再交易/转介绍为获房的最主要方式

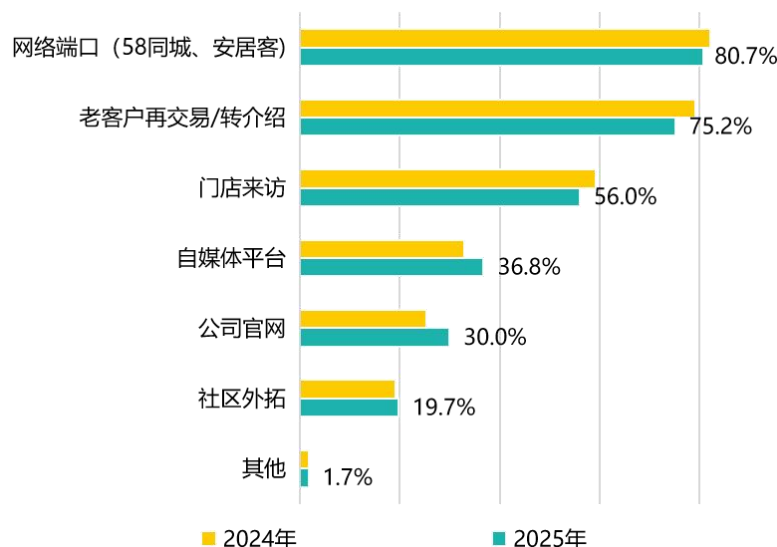
老客户再交易/转介绍是获房主要方式，占比达 75.1%，但较去年略有下降。网络端口、门店拜访获房占比在 60%-70%之间，微信自媒体、社区外拓获房数量占比少。值得注意的是，市场房源充足，低成本陌拜开发房源的占比显著上升，锁定目标价位房源后，通过陌生拜访获取可交易房源成本最低。



数据来源：58 安居客研究院&安居客培训赋能中心，《2025 年百万经纪人生存报告》

2、获客渠道：网络端口、老客户再交易、门店来访占比六成以上

网络端口（如 58 同城、安居客等，占比 80.7%）、老客户再交易/转介绍（75.2%）、门店来访（56.0%）为经纪人三大主要获客渠道。虽然线上趋势明显，但线下实体门店仍是重要触达点，其可更直观的与客户产生交互。

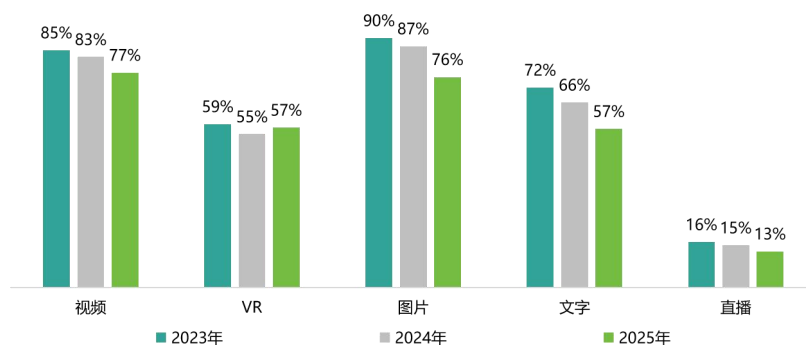


数据来源：58 安居客研究院&安居客培训赋能中心，《2025 年百万经纪人人生存报告》

3、房源展示：图片和视频为主要方式，VR 越来越获得更多认可

从房源呈现方式看，除 VR 外，其他方式占比均有不同程度下滑。传统视频和图文呈现方式占比仍较高，但经纪人制作纯房源展示视频时，正逐渐转向短视频形式，借助短视频平台获客。直播模式存在天然局限，经纪人难以在单场直播中完整展示各类推荐房源，而 VR 作为专业化的房源展示方式，其应用认可度正被越来越多经纪人认可。

房地产经纪人房源呈现方式变化



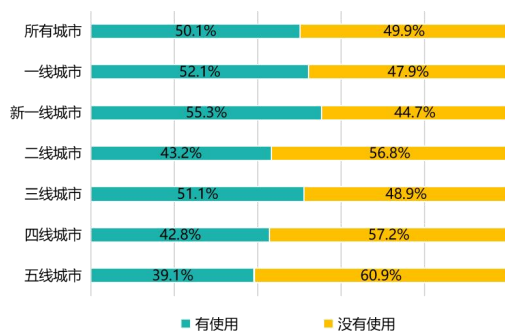
数据来源：58安居客研究院&安居客培训赋能中心，《2025年百万经纪人生存报告》

4、AI 认知：行业内应用已经觉醒，但使用深度尚浅

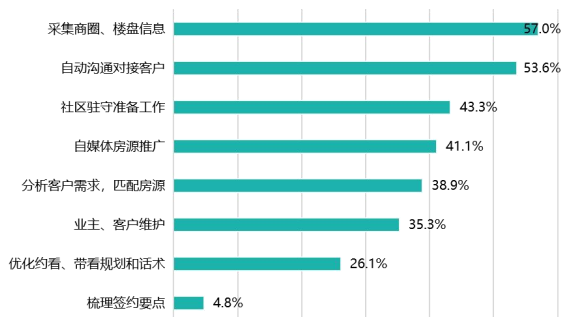
2025年，被访房产经纪人中使用AI的占比50.1%，未使用的占49.9%。一线和新一线城市使用占比均超50%，五线城市最低，不到40%。分城市看，重点城市中杭州房产经纪人使用AI工具比例最高，或得益于Deepseek兴起，达80.4%，天津最低，仅35.1%。一线城市里，广州占比55.9%，北京51.4%，上海51.1%，深圳50.0%。

当前，房产经纪人对AI工具的使用深度不高，多选择复杂度低的功能，选择最多的是采集商圈、楼盘信息（57.0%），其次是自动沟通对接客户、社区助手准备工作、自媒体房源推广、分析客户需求匹配房源等。

2025年房地产经纪人使用AI占比



2025年经纪人使用AI的具体用途占比



注：此处调研选项为多选，故总占比超过100%

数据来源：58安居客研究院&安居客培训赋能中心，《2025年百万经纪人生存报告》

五、2026 年行业趋势展望

（一）政策精准细化，提升匹配能力

2025 年 12 月 24 日，北京再次下调住房限购门槛，包括缩短社保年限、降低首付比例、支持多孩家庭购房等。首付比例降低将有效释放一部分刚需需求，而社保年限的缩短，加速了刚需、改善客群的入场。限购条件放宽只是房地产政策调整的一个缩影，过去几年，为促进市场健康稳定发展，从中央到地方出台了一系列政策，如降低首付和利率、支持多子女家庭购房、优化信贷及公积金政策等。政策从粗放式的放宽限购区域，到精细调整社保年限，从关注户籍到关注多子女家庭，越来越精细，并且能细化到根据购房者特征（如户籍、婚姻状况、子女数量、人才身份等）提供差异化政策。

这就要求经纪人摸清客户关键特征，深度了解政策，为客户匹配最优购房方案，调动其购房积极性。例如，许多地方有人才补贴政策，经纪人需清楚人才认定标准、补贴内容及申请流程。有时购房者资格或购买力不足，匹配到合适政策就能促成交易，提升市场活跃度。

2026 年，在“去库存，优供给”部署下，各地必将出台更精准更细化的新政策，刺激有效需求，这对经纪行业从业者提出更高要求，需第一时间掌握政策，精准匹配客户，及时准确传递政策，促进市场交易。

（二）市场多维分化，找准细分赛道

随着住房从“金融属性”回归“居住属性”，房地产市场出现了显著的分化，这次分化不是过去的单一分化，它是多维的，有城市的分化、有市场结构的分化、有产品需求的分化等等。过去几年，最显著的分化就是“一二手房分家”，二手房市场占比持续

上升。这源于新房与二手房目标客群不同：二手房因供给量大、议价空间大、选择范围广、现房销售等优势，吸引众多购房者，尤其是刚需群体；新房市场则以改善客户为主力，他们追求社区和品质更优的“好房子”。

整体来看，刚需客户仍占市场购房大多数，他们涌入二手房市场，改变了市场成交结构，二手房找房人数和成交占比逐步提升。此外，产品需求也呈分化态势，刚需客户青睐低总价小户型产品，今年此类需求增长 2.6%，而改善客则偏好 90-144 m² 的 3-4 房等更舒适的户型。

2026 年，市场将呈现城市、一二手房、产品需求等多维分化的叠加态，不同城市、区域、板块、阶段和不同条件的客群需求各异，一套打法难以通吃。每家经纪公司、门店乃至经纪人，都需在多维分化叠加态中找准自身定位，筑牢护城河。

（三）服务模式多样，守正创新并举

随着房地产市场步入存量房时代，叠加买方市场到来，传统中介模式正面临挑战。

“房客分离”在房地产经纪行业引发广泛思考，当前“一手托两家”模式遭遇前所未有的困境，买家和房东都期望有能代表自身利益的专业经纪人，这对经纪人的谈判能力和立场代表能力提出更高要求。

2025 年，市场上已经开始涌现出多种关于经纪服务新模式的探索：有企业在内部尝试职能“房客分离”；有平台整合资源组建联卖平台实现房源共享；还有个人自媒体帮客户选房找房，打造个人版“单边代理”等等。

2026 年，在传统模式被打破、科技赋能的背景下，服务模式或有更多的创新，如单边代理化、平台化、经纪能力 API 化。单边代理契合买卖双方需求，是转型方向之一；平台汇聚房源、经纪人、房东、买家等资源，满足各方需求，也是重要转型方向；将经

纪服务的房源核验、客户画像、合同生成等能力进行拆解，生成各种可供调用的 API，经纪人由“坐商”变“行商”，成为服务节点，或许也是将来的重要变革之一。

（四）AI 重构行业，学习拥抱赋能

AI 快速发展推动行业变革，诸多行业被其重构，房地产经纪行业也不例外。从 ChatGPT 到 Deepseek 再到 GPT-5，AI 技术突飞猛进，在房地产经纪行业的应用才刚起步。调查显示，50%的经纪人已接触使用 AI，但程度不深，主要用于采集信息、自动对接客户、自媒体房源推广等，应用分散且未成体系。

2026 年，AI 将重构传统经纪服务“房源→客源→带看→谈判→签约→过户”链条：

- 房源端：AI 全周期管理房源信息，实时稽查真实性，自动识别虚假或过时信息，维护“真房源”体系。
- 客户端：AI 理解客户需求并 24 小时响应，智能微聊在经纪人离线时承接沟通，忙时托管确保咨询零等待，实现“客户在线即响应”；还能分析用户个性化标签，精准匹配房源。
- 带看环节：客户先通过 VR 实景筛选房源，仅实地看高意向房源，减少无效带看，实现“虚实融合”；未来人形机器人或可代替业主看房。
- 定价环节：AI 作为评估师与参谋，实时生成多套交易方案，预测不同报价的成交概率与周期，辅助决策；基于海量数据预测区域价格走势，为业主提供入市时机建议。
- 营销环节：AI 批量制作个性化物料，文案助手、好房笔记自动生成营销文案和短视频脚本；经纪人克隆虚拟形象与音色，批量生成高质量解说视频，降低创作门槛；AI 联动媒体、房产达人形成传播矩阵，提升曝光量。

在此过程中，经纪人角色大转变。AI 将其从繁琐事务中解放，转向高价值环节，从

“全能型中介”变为“超级个体+AI 协作”。AI 成为 7×24 小时“数字员工”，处理信息整理、客户初筛、合同生成等标准化工作；经纪人转型为“交易架构师”，专注复杂谈判、情感连接、交易决策把控。

报告说明

1、数据来源：

(1) 58 安居客研究院报告数据基于市场公开信息、58 同城网站及安居客网站自有监测数据、历史沉淀大数据等；

2、版权声明：

58 安居客研究院（以下简称“本机构”）是上海瑞家信息技术有限公司及北京五八信息技术有限公司等关联公司（以下简称“本公司”）旗下的内部组织，凡属本机构的权责，上海瑞家信息技术有限公司和北京五八信息技术有限公司其中任一公司均可单独负责或共同负责。本报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权归属于本公司。本机构有权随时对报告内容予以补充、更正或修订。未经本公司书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、抄袭和改编，否则本公司有权进行维权保护自身权益。如引用、转载，需注明出处为 58 安居客研究院，且引用、转载不得悖于本报告原意或引起消费者误解。未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

3、免责条款：

本报告内容由 58 安居客研究院整理制作，文中观点系本机构结合相关信息数据和行业经验所述，力求公正、客观的为用户和市场提供更多信息参考。因受数据获取资源的局限性以及信息数据时效性的限制，报告中所述的资料、观点及推测仅反映本报告初次公开发布时的意见，任何机构或个人援引或基于上述数据所采取的任何行为所造成的法律后果以及引发的争议皆由行为人自行承担。本公司对此不承担任何担保或保证责任。

报告中的任何表述，均应从严格经济学意义上理解，并不含有任何道德、政治偏见或其他偏见，用户也不应该从这些角度加以解读，本公司对任何基于这些偏见角度理解所可能引起的后果不承担任何责任，并保留采取行动保护自身权益的一切权利。



👤 | 58 安居客研究院院长：张波
58 安居客研究院高级分析师：盛福杰

✉ | husixu01@58.com

🗣 | 13818400935

📍 | 上海市浦东新区“城市网邻 58” 昌飞路 186 号 A1 栋