

## 2022年房地产经纪人《业务操作》试题及答案(新版)

1、[单选题]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

**【解析】** 业态组合是目前商业地产项目的基本要求，合理的业态组合定位不仅能使商业地产项目功能多样化，而且能凝聚商业人气，提高商业消费需求，增加商业地产项目经营获利。业态组合定位考虑因素包括：①要有利于商业地产项目的销售及后期持续经营；②能聚集人气，形成商气；③要适合市场的实际需求、消费者购物习惯、周边商业状况；④要做到同业差异化、异业互补，避免内部竞争

2、[多选题]新建商品房交付的条件有()。

- A. 房屋实体交付给买受人
- B. 该商品房已取得建设工程竣工验收备案证明文件
- C. 该商品房已取得房屋测绘报告
- D. 相关设施设备具备交付条件、相应的使用标准。E, 所有权转移给买受人

**【答案】** BCD

**【解析】** 新建商品房交付应具备一定的条件。《商品房买卖合同示范文本》GF—2014—0172 对商品房交付条件作了详细规定：①该商品房已取得建设工程竣工验收备案证明文件和房屋测绘报告；②商品房相关设施设备要具备交付条件、相应的使用标准。

3、[多选题]运用市场比较定价法，房地产项目价目表的制定步骤包括()。

- A. 制定均价
- B. 制定分幢、分期均价
- C. 确定层差和朝向差
- D. 确定难点和重点户型价格。E, 形成价目表

**【答案】** ABCE

**【解析】** 房地产市场价格在市场的反复验证中，不断总结规律，房地产价格才能很好地被市场接受。新建商品房的价格确定过程为：①制定均价；②制定分幢、分期均价；③层差和朝向差的确定；④形成价目表；⑤特别调整；⑥付款方式对价格的影响。

4、[多选题]下列资料中，()是将项目楼书上的核心卖点进一步提炼抽取。

- A. 户型手册
- B. 置业计划

C. 宣传展板

D. 宣传单张。E, 销售导示牌

**【答案】** CE

**【解析】** 宣传展板和销售导示牌是将项目楼书的核心卖点进一步提炼抽取，或将销售信息以展板的形式在销售现场展示，达到项目价值点渗透宣传、销售信息(如促销措施等)及时公布的作用。

5、[选择题]杭州某房地产开发集团为开展业务需要建立一个下属房地产营销公司，则该集团应明确哪些问题及如何进行规划?房地产一级市场上的营销活动主要分为()几个阶段。

A. 项目筹划与地块研究

B. 产品设计与规划

C. 项目策划与销售

D. 项目转让与地块使用权转让

**【答案】** ABC

**【解析】** 就房地产经纪人而言，新建商品房和存量房营销活动中的工作内容略有差异。其中，房地产经纪人在新建商品房市场上，房地产市场营销活动主要分为项目筹划与地块研究、产品设计与规划、项目策划与销售三大阶段。

6、[单选题]存量房过户买方需提供的材料不包括()。

- A. 买方身份证、授权委托书、代理人身份证、购房资格证明
- B. 户口簿/暂住证
- C. 与卖方签订的《房屋买卖合同》
- D. 不动产权证

**【答案】** D

**【解析】** 买卖双方在存量房过户的过程中都要提供相应的资料。其中，存量房过户买方需提供的材料包括：①买方身份证、授权委托书、代理人身份证、购房资格证明；②户口簿/暂住证；③与卖方签订的《房屋买卖合同》。存量房过户卖方需提供的材料包括：①产权人夫妻双方身份证、户口簿；②不动产权证；③与买方签订的《房屋买卖合同》；④共有人意见书；⑤结婚证复印件，如离婚需提供离婚证、离婚协议、财产分割协议，如丧偶需提供死亡证明处理证明；⑥若为公房，还应提供与原产权单位签订的公有住房买卖合同；⑦如是中央机关直属产权的房子，业主还需提供物业费、供暖费结清证明等。

7、[单选题]访问地区市场上曾经发生过交易行为的买方或卖方，应着重查访成交标的物的位置、面积、()、交易当时的状况和其他条件等。

- A. 途径
- B. 交易价格
- C. 交易方法

D. 交易行为

**【答案】** B

**【解析】** 访问地区市场上曾经发生过交易行为的买方或卖方，应着重查访成交标的物位置、面积、交易价格、交易当时的状况和其他条件等。在访问中应尽量了解其交易进行时的状况，并从其提供的资料中尽可能导引出其他市场交易线索。

8、[多选题]在制订新建商品房的营销方案时，需要注意的内容有()。

A. 做好市场定位

B. 制订推广策略

C. 制订销售计划

D. 销售现场展示。E, 行业公示

**【答案】** ABC

**【解析】** 在制订新建商品房的营销方案时，需要注意以下三方面的内容：①做好市场定位，除了房地产开发企业自身的销售意愿以外，从项目的本体特征(SWOT 分析)和周边市场的竞争状况等客观因素进行分析，判断项目是定位为市场领先者、市场补缺者、市场追随者还是市场挑战者。②制订推广策略，项目的市场定位明确后，根据其定位可以制订后续的宣传推广策略，包括项目形象展示、推广渠道、宣传资料以及活动组织等一系列销售执行动作均围绕项目而展开，并要结

合项目的营销总费用和预算来编制和实施。③制订销售计划，根据项目在一定时期内需达成的销售金额、市场占有率等总体目标，对项目入市前的预热期、公开销售期、持续在售期和尾盘销售期等关键时间节点进行安排和指标监测。

9、[多选题]住宅项目的销售执行过程中，展会方案确定后，接下来就是对方案的执行，主要包括()及安排从展会现场到销售现场的看楼车等工作。

- A. 协助展位设计制作
- B. 物料准备
- C. 彩排走场
- D. 展场布场。E, 展会客户分析

**【答案】** ABCD

**【解析】**展会组织是指参加一些地区专为房地产企业及相关产业举办的展会。展会方案的执行主要包括：协助展位设计制作、人员培训、物料准备、展场布场、彩排走场、安排从展会现场到销售现场的看楼车等等工作。

10、[单选题]商业地产项目的消费者心理特征分析的内容是()。

- A. 消费金额、频次
- B. 消费追求的价值、消费时间
- C. 家庭组织的构成、收入

D. 消费者在社会的角色和地位

**【答案】** B

**【解析】** 据表 7-12 所示，消费者心理特征分析的内容有消费追求的价值、消费时间等。

11、[单选题]房地产经纪服务合同，是指房地产经纪机构和()之间就房地产经纪服务事宜订立的协议。

A. 委托人

B. 代理人

C. 出租人

D. 贷款人

**【答案】** A

**【解析】** 房地产经纪服务合同，是指房地产经纪机构和委托人之间就房地产经纪服务事宜订立的协议，包括房屋出售经纪服务合同、房屋出租经纪服务合同、房屋承购经纪服务合同和房屋承租经纪服务合同等。

12、[单选题]写字楼的特性不包括()。

A. 与宏观经济正相关

B. 客户非个体属性

C. 项目运作专业性

D. 高风险性

【答案】D

【解析】写字楼的产品特性包括：①与宏观经济的正相关性；②客户非个体属性；③产品技术性；④销售商务性；⑤项目运作专业性。

13、[选择题] (四)某市土地储备中心准备拍卖一块城市中心区的空地，规划用途为商住两用，A房地产开发公司准备竞标开发。若开发的项目总面积为6000m<sup>2</sup>，固定总成本1200万元，单位变动成本为2000元/m<sup>2</sup>，销售税费率为10%，开发商的目标利润为1000万元，则该项目全部销售出去的保本价格和目标利润销售价格分别是()万元。

A. 4400、4620

B. 4444、4620

C. 4444、6296

D. 4400、6296

【答案】C

【解析】单位保本价格= $(\text{固定成本总额}/\text{盈亏平衡点产(销)量}+\text{单位变动成本})\div(1-\text{销售费率})$ ，目标利润销售价格= $(\text{固定总成本}+\text{目标利润额})\div\text{预计销售面积}+\text{单位变动成本}\div(1-\text{销售费率})$ ；即单位保本价格= $(12000000/6000+2000)/(1-10\%)\approx 4444(\text{元}/\text{m}^2)$ ，目标利润销售价格= $(12000000+10000000)/6000+2000/(1-10\%)\approx 6296(\text{元}/\text{m}^2)$ 。



14、[单选题]房地产开发企业为了维护企业形象，提高社会声誉，其定价目标通常是()。

- A. 实现利润最大化
- B. 提高市场占有率
- C. 稳定所售商品房价格
- D. 快速收回资金成本

**【答案】** C

**【解析】** 房地产定价目标大致包括以下几种：①以利润为中心的定价目标；②提高市场占有率的目标；③稳定价格目标；④过渡定价目标。其中，稳定价格目标又称为企业声誉目标，是指房地产企业为维护企业形象，采取稳定价格的做法。

15、[单选题]在计算单笔住房公积金的贷款最高额度时，家庭月收入应扣除()。

- A. 债务利息
- B. 物业服务费
- C. 一定额度的生活费
- D. 房屋登记手续费

**【答案】** C

**【解析】**以北京市为例，单笔住房公积金的贷款最高可贷款额度为：家庭月收入扣除至少 400 元的生活费后所剩余额，再除以申请贷款年限的每万元贷款月均还款额的所得即为最高可贷款额度。即最高可贷款额度公式为：最高可贷款额度=(个人月缴存额÷缴存比例-400 元)÷贷款年限所对应月均还款额的系数。

16、[单选题]房地产经纪人应把那些潜在的、创收潜力大的客户作为()。

- A. 近期重点客户
- B. 短期重点客户
- C. 中期重点客户
- D. 长期重点客户

**【答案】**C

17、[单选题]对于()客户应引导其购买意向和需求条件，使其明确购房意向，待时机成熟实现房地产交易。

- A. A 类
- B. B 类
- C. C 类
- D. D 类

**【答案】**C

**【解析】**按客户购买意向的强弱、经济承受能力的大小、购房区域范围及对物业品质要求程度的高低等因素，可以将客户分为 A、B、C 三个等级的客户群。房地产经纪人应对 A、B 类客户进行重点扶持与培养。C 类客户属于根本无法成交的对象，房地产经纪人应客观地告诉客户无法成交的原因，希望其能重新安排购房或租房计划。对于此类客户应引导其调整购买意向和需求条件，使其明确购房意向，待时机成熟实现房地产交易。

18、[单选题]住房项目销售的最后阶段是()。

- A. 预交物业管理费
- B. 预付费
- C. 房屋交付
- D. 物业交付

**【答案】** D

**【解析】**物业交付是住房项目销售的最后阶段，代理公司协助房地产开发商共同完成，购房者顺利搬入住房。在物业交付中，销售人员、工程人员、物业管理人员等组成验房小组，为客户验房提供零接触服务。

19、[多选题]在消费者购房过程中，房屋信息搜索耗费了消费者大量的()等摩擦成本。

- A. 机会成本

B. 时间成本

C. 代理成本

D. 交通成本。E, 原始成本

**【答案】** BD

**【解析】** 新建商品房销售为项目销售，销售标的物一般就在销售处(售楼处)附近，销售人员可以比较便利地引导消费者查看待销售房屋。存量房遍布城市的各个角落，尽管房地产经纪机构通常建立了社区性门店，但经纪人和消费者还是需要花费较大的时间成本和交通成本用于查勘坐落于不同住宅小区的物业单元。

20、[单选题]未竣工的房地产项目进入市场销售需要符合()条件。

A. 封顶

B. 验收

C. 预售

D. 规划

**【答案】** C

**【解析】** 房地产项目进入市场预售，首要条件是需要符合预售条件。目前，全国各地对项目预售的规定有所不同。商品房预售条件及商品房预售许可证的办理程序按照《城市房地产管理法》、《城市房地产开发经营管理条例》、《城市商品房预售管理法》及地方有关房地产转让及预售的规定执行。

21、[单选题]写字楼销售项目策略制定的出发点不包括()。

- A. 以市场竞争优势为主导
- B. 以目标客户需求为主导
- C. 以项目差异化特点为主导
- D. 以投资回报率为主导

**【答案】** D

**【解析】** 写字楼销售策略制定大致可分为以下三种：①以市场竞争优势为主导的销售策略制定；②以目标客户需求为主导的销售策略制定；③以项目差异化特点为主导的销售策略制定。

22、[单选题]新建商品房买卖合同签订程序方面的培训内容不包括()。

- A. 合同说明及其他法律文件的讲解
- B. 入住程序及相关费用
- C. 售楼处签约程序
- D. 接待制度

**【答案】** D

**【解析】** 商品房买卖合同签订程序的培训内容主要包括：①售楼处签约程序；②如何办理银行抵押贷款及计算；③合同说明及其他法律文件的讲解；④物业入住程序及相关费用；⑤须填写的各类表格等。

23、[单选题]销售的价目表需有开发企业的有效盖章，以作为()的价格依据。

- A. 政府指导
- B. 当期交易
- C. 合理交易
- D. 市场定价

**【答案】** B

**【解析】** 最终确定并用于销售的价目表需有开发企业的有效盖章，以作为当期交易的价格依据。价目表的内容应包含楼盘名、楼栋号、户型、建筑面积、套内面积、公摊面积、单价、总价及重要提示。

24、[多选题]房地产开发商在销售房地产项目之前，必须准备的法律文件包括()。

- A. 建设工程规划许可证
- B. 土地使用权出让合同
- C. 商品房预售许可证
- D. 商品房买卖合同。E, 建设工程竣工验收合格证明

**【答案】** ACD

**【解析】** 开发商在房地产项目进入市场销售前需取得、并在销售现场进行公示的批示和法律文件，主要包括“五证”、“两书”以及

《商品房买卖合同》等。“五证”是指《国有土地使用证》、《建设用地规划许可证》、《建设工程规划许可证》、《建设工程施工许可证》（建设工程开工证）、《商品房销售(预售)许可证》。“两书”是指《住宅质量保证书》、《住宅使用说明书》。

25、[多选题]在进行新建商品房销售前，应该准备好销售资料，包括()。

- A. 公示文件
- B. 宣传资料
- C. 市场分析文件
- D. 销售文件。E, 合约文件

**【答案】** ABDE

**【解析】**房地产经纪机构获取销售代理项目后，将针对项目的具体特点制订营销方案，并在正式销售前，准备好项目的宣传资料、现场展示、批准销售的必要法律文件及销售人员的培训，为顺利实现项目的销售目标提供充分保障。其中，销售资料包括宣传资料和批准销售的必要法律文件。而批准销售的必要法律文件又包括：①行业公示；②销售文件；③合约文件等。

26、[单选题]房地产经纪公司常用的宣传方式是()。

- A. 报纸广告
- B. 电话拜访

C. 门店接待

D. 互联网

**【答案】** C

**【解析】** 门店接待法是指房地产经纪人利用房地产经纪机构沿街开设的店面，客户主动上门咨询而得到客户的方法。这种方法是常用的方法，也是房地产经纪人获得精准客户的渠道之一。

27、[多选题]委托出售经纪业务信息调查的事项有()。

A. 房屋权属状况

B. 房屋出售条件

C. 业主身份信息

D. 物业管理水平。E, 业主希望的租期

**【答案】** ABCD

**【解析】** 房地产经纪人在接待卖房客户时，工作核目标是了解客户对房屋售价的期望值。对房屋的信息了解，应从以下六个方面进行：  
①所处商圈环境；②房屋物理属性；③房屋权属状况；④房屋出售条件；⑤业主身份信息；⑥物业管理水平。E项是承租房屋信息调查中的项目。

28、[选择题](六)某房地产企业拟建一项目，总投资 20000 万元，建设期 3 年，建设完成后用于出租，从投资开始到投资全部回收的预期年限为 10 年，为了提高市场占有率的目标，该企业加大广告宣传费



用的投入，并以低廉的价格进入市场，但该企业因建材价格上涨、同行业竞争激烈等方面的猛烈冲击，并未成功进入市场，商品房无法按正常价格出售，最终倒闭。为了维护企业形象或为了阻止带有风险的价格竞争，企业经常会制定（）。

- A. 过渡定价目标
- B. 竞争定价目标
- C. 稳定价格目标
- D. 提高市场占有率的目标

【答案】C

【解析】稳定价格目标，又称为企业声誉目标，是指房地产企业为维护企业形象，采取稳定价格的做法。良好的企业形象是企业的无形资产，是企业成功运用市场营销组合取得消费者的信赖，是长期积累的结果。为了维护企业形象或为了阻止带有风险的价格竞争，经常会采用稳定价格的定价目标。

29、[单选题]在存量房交易中，房地产经纪人的下列做法不利于协助办理迁移户口手续的是（）。

- A. 在买卖合同中明确户口迁出时间
- B. 只做好房屋交接和权利转移工作即可
- C. 明确约定逾期迁出户口日数及违约金标准
- D. 建议留存户口迁出保证金

**【答案】** B

**【解析】** 关于户口的约定条款，是房屋买卖合同当中的一项重要条款，将户口迁入所购买房屋，是居民在该区域内享受一定公共服务的基础，如子女就近入学、拆迁补偿等。而在存量房买卖交易中，除房屋交接和权利转移以外，卖方的户口没有及时迁出，是发生纠纷最多的因素之一。因此，房地产经纪人应提醒卖方在房屋交接日前将户口迁出，包括：①在买卖合同中明确户口迁出时间；②明确约定逾期迁出户口日数及违约金标准；③建议留存户口迁出保证金。

30、[选择题]甲房地产经纪公司在制定某房地产项目的价格时，采用比较定价法，表 1-4 是一个市场比较楼盘的打分表。表 1-4 打分表根据题意，下列表述正确的为（）。

A. 楼盘甲的权重为 20%

B. 楼盘戊的权重值为 643、35

C. 项目较为合理的均价应定为 3726 元/m<sup>2</sup>

D. 对每个重点市场比较楼盘进行价格调整时，可由公司销售经理决定

**【答案】** ABC

**【解析】** A 项，楼盘甲的权重=100%-楼盘乙的权重-楼盘丙的权重-楼盘丁的权重-楼盘戊的权重-楼盘己的权重-楼盘庚的权重=100%-20%-15%-15%-15%-10%-5%=20%；或楼盘甲的权重=楼盘甲的权重值÷楼盘甲的比较价=650.8÷3254=20%。B 项，楼盘戊的权重值=楼盘戊的比较价

格×楼盘戊的权重=4289×15%=643.35。C项，项目较为合理的均价=楼盘甲的权重值+楼盘乙的权重值+楼盘丙的权重值+楼盘丁的权重值+楼盘戊的权重值+楼盘己的权重值+楼盘庚的权重值  
=650.8+703.2+541.2+570.15+643.35+381.6+235.8=3726(元/m<sup>2</sup>)。

31、[单选题]房源信息由接受业主(委托人)委托的房地产经纪人录入，其他房地产经纪人只能看到房源的基本情况，业主的联系方式只有接受委托的房地产经纪人拥有，这种房源信息共享方式是()。

- A. 私盘制
- B. 公盘制
- C. 混合制
- D. 公私合盘制

**【答案】** A

32、[单选题]为实现良好的销售业绩，甲公司针对该住宅项目采取的恰当促销方式是()。

- A. 在E市市区繁华路段派发DM宣传单
- B. 在E市高速公路旁设立户外大型广告牌
- C. 在高尔夫杂志上刊发广告
- D. 在高档俱乐部举办酒会

**【答案】** A

**【解析】** 派发宣传单的优点是覆盖人群广、投入成本低、目标性较强，被许多房地产经纪机构所采用。

33、[单选题]以办公为主要用途的小面积办公空间，多设置独立卫生间，适合于小型企业办公需求，运营成本相对于纯正写字楼较低，物业硬件水平及形象档次亦较低的产品类型界定为()

- A. 写字楼
- B. LOFT
- C. 商务公寓
- D. 商务综合体

**【答案】** C

**【解析】** 公用途物业伴随其企业客户群的核心需求变化不断演绎，形成了四类细分产品：①写字楼；②LOFT，指由旧工厂或旧仓库改造而成的，少有内墙隔断的高挑开敞空间；③商务公寓；④商务综合体。其中，商务公寓以办公为主要用途的小面积办公空间，多设置独立卫生间，适合于小型企业办公需求，运营成本相对于纯正写字楼较低，物业硬件水平及形象档次亦较低。

34、[单选题]针对写字楼项目紧邻区域企业客户应采取的销售策略不包括()。

- A. 注重外围包装展示
- B. 突出写字楼高端配置、低运营成本

C. 突出区域发展潜质与高性价比

D. 区域写字楼稀缺性

**【答案】** A

**【解析】** 针对写字楼项目紧邻区域企业客户的有效诉求点或销售解决方案为：①突出区域发展潜质与高性价比；②区域写字楼稀缺性；③突出写字楼高端配置、低运营成本。

35、[单选题]以办公为主要用途的小面积办公空间，多设置独立卫生间，适合于小型企业办公需求，运营成本相对于纯正写字楼较低，物业硬件水平及形象档次亦较低的产品类型界定为()

A. 写字楼

B. LOFT

C. 商务公寓

D. 商务综合体

**【答案】** C

**【解析】** 公用途物业伴随其企业客户群的核心需求变化不断演绎，形成了四类细分产品：①写字楼；②LOFT，指由旧工厂或旧仓库改造而成的，少有内墙隔断的高挑开敞空间；③商务公寓；④商务综合体。其中，商务公寓以办公为主要用途的小面积办公空间，多设置独立卫生间，适合于小型企业办公需求，运营成本相对于纯正写字楼较低，物业硬件水平及形象档次亦较低。

36、[单选题]下列建立专门的分销渠道进行房地产产品销售的好处不包括()。

- A. 提高了销售的专业知识和技能
- B. 减少了潜在消费者搜寻产品的次数，提高了形成交易的效率
- C. 通过分销商的标准化销售行为，提高了房地产交易的标准化程度
- D. 便于房地产销售方找到交易对象

【答案】 A

【解析】 建立专门的分销渠道进行房地产产品销售的好处包括：①减少了潜在消费者搜寻产品的次数，提高了形成交易的效率；②通过分销商的标准化销售行为，提高了房地产交易的标准化程度；③便于房地产销售方找到交易对象。

37、[选择题] (一)甲房地产开发公司(以下简称甲公司)开发了一住宅和商业混合项目，委托乙房地产经纪公司(以下简称乙公司)代理销售。经与甲公司协商，乙公司为项目住宅部分的目标客户制定了置业计划；对项目商业部分采取先租后售的方式促销。客户李某在项目交房前1年购买了一个建筑面积为400m<sup>2</sup>、总价为1152万元的商铺。经调查，类似商铺当时月租金为200元/m<sup>2</sup>。乙公司房地产经纪人张某制定的置业计划得到了很多客户的认同。张某因制定置业计划表现出的品质可能为(

- A. 业务熟练

- B. 圆滑而善变
- C. 热情而真诚
- D. 善于团队协作

**【答案】** ACD

**【解析】** 客户置业计划是根据购房者的需求，向其明确展示付款方式与支付金额的一种销售工具。销售人员需要认真了解置业计划的使用方法，书写工整；应写明销售人员的联系方式，同时注明该份置业计划制定的日期及有效期。因此张某制定置业计划表现出的品质应该有业务熟练、热情真诚和善于团队协作

38、[多选题]在制定新建商品房销售价目表时，应开展的基础工作有()。

- A. 对市场进行调查
- B. 对竞争项目深入了解
- C. 重点记录竞争项目的差异点
- D. 寻找本项目各楼层、各单元的共同点。E, 对本项目进行查勘及爬楼打分

**【答案】** ABCE

**【解析】** 作为房地产经纪机构，在制定价格前，首先需要对市场进行调查、对竞争楼盘详细深入了解、对楼盘进行查勘及爬楼打分，重点记录竞争楼盘、本项目各楼层各单位的差异，这是制定价格的基础。

39、[多选题]房地产定价目标主要有()。

- A. 力求最高单价的定价目标
- B. 提高市场占有率的定价目标
- C. 稳定价格目标
- D. 过渡定价目标。E, 竞争定价目标

**【答案】** BCDE

**【解析】**为房地产产品定价是房地产营销一个关键环节，产品价格具有动态性，受多种因素的影响。房地产定价目标大致包括以下几种：  
①以利润为中心的定价目标；②提高市场占有率的目标；③稳定价格目标；④过渡定价目标。

40、[选择题]甲房地产开发公司(以下简称甲公司)开发了一个住宅小区。为促进住宅销售，甲公司制作了功能楼书和形象楼书，并租用路边广告牌进行宣传。李某与甲公司签订了《房地产认购协议书》，拟购买一套建筑面积为80m<sup>2</sup>、单价为5000元/m<sup>2</sup>的住宅。据了解，李某的家庭是第一次购买住宅，付款方式采用银行抵押贷款。李某办理房地产抵押贷款，额度最高可达()万元。

- A. 20
- B. 24
- C. 28
- D. 32



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/276120012221010154>