

2010-2015年中国物业管理 行业深度评估及投资发展分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2010-2015年中国物业管理行业深度评估及投资发展分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/qiyeguanli/4410438UX5.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

[b]2010-2015年中国[b]物业管理[/b]行业深度评估及投资发展分析报告 内容介绍：[/b]

本报告主要依据国家统计局、物业管理行业协会、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、中国建设部、国内外相关刊物的基础信息以及物业管理行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于世界物业管理行业相关概述[/b]

第一节 物业管理的介绍

一、物业管理的定义

二、物业管理服务的内容

三、物业管理七大特色

四、水准物业管理的九条原则

第二节 国内外物业管理基本特征的比较

一、国外物业管理的基本特征分析

二、国内物业管理的基本特征分析

第三节 物业管理产权理论分析

一、产权理论简介

二、物业管理产生的产权理论分析

三、中国物业管理发展的产权理论分析

[b]第二章 国际物业管理业发展分析[/b]

第一节 国外物业管理的发展综述

一、国外物业管理的特点

二、发达国家的物业管理模式

三、国外物业税特点

四、国外物业管理模式

第二节 美国物业管理的发展情况

一、美国物业管理的主要特点

二、美国的楼宇星级管理

三、美国物业管理收费制度及启示

四、美国物业管理企业的经费运作概况

第三节 新加坡物业管理的发展情况

一、新加坡物业管理概况

二、新加坡的共管式物业管理

第四节 澳大利亚物业管理的发展情况

一、澳大利亚物业管理的主要特点

二、澳大利亚物业管理特色

[b]第三章 中国物业管理的发展概况[/b]

第一节 中国物业管理发展历程

一、中国物业管理的产生与发展

二、中国物业管理的三个阶段

三、三大问题困扰中国物业管理发展研究

三、2006-2009年我国物业管理价格指数分析

第四节 物业管理行业生存状况调查报告

一、物业管理行业对社会经济发展的贡献

二、行业发展的基本状况

三、行业生存与发展面临的主要问题

四、关于本调查报告的说明

第五节 物业管理的法律特色分析

一、物业纠纷类型

二、物业纠纷的法律特征

三、物业纠纷的法律分析

四、物业纠纷的解决办法及国外经验

五、物业管理市场纠纷的信息经济学分析

六、物业管理的市场化是解决物业矛盾纠纷的根本办法

第六节 物业管理行业风险

一、物业管理风险的表现形式

二、物业管理风险的规避方式

第七节 物业管理消费分析

一、物业管理消费的特征和功能

二、物业管理消费满意度分析

三、物业管理的消费者分析

第八节 中国物业管理的发展模式分析

一、酒店式物业管理模式分析

二、服务集成型物业管理模式分析

三、《物权法》实施后物业管理有新模式

四、对《物业管理条例》实施中几个问题的认识

第九节 《物权法》的实施对行业的影响

一、《物权法》对物业管理的影响分析

二、《物权法》对物业管理的法制作用

三、《物权法》的实施对物业管理发展格局的影响

四、物权法及2009年新司法解释背景下的物业管理问题

第十节 我国开征物业税的难点透析与政策建议

一、物业税开征的难点透析

二、开征物业税的政策建议

第十一节 《劳动合同法》对物业管理行业的影响与对策

一、《劳动合同法》对物业管理行业的影响

二、物业企业要积极推进管理模式创新

三、几点认识与建议

[b]第四章 物业管理费用收取分析[/b]

第一节 物业管理费的介绍

一、物业管理费的构成

二、物业管理费的收费标准

三、物业管理费的主要用途

四、物业管理消费的特征和功能

第二节 广州物业管理费涨价问题探讨

一、物业管理服务收费的现状

二、物业公司高呼提价的原由

三、业主反对涨价的主要原因

四、解决双方矛盾的几点建议

第三节 物业管理费用收取存在的问题及对策

一、收费难的现状及其原因

二、解决收费难的基本思路

三、物业服务收费矛盾纠纷的成因

四、物业服务收费矛盾解决的基本思路与对策

五、解决物业收费难完善法规是关键

第四节 完善物业服务收费定价机制的思考

一、物业服务产品属性决定其价格形成的市场化

二、现阶段物业服务收费制度值得商榷的问题

三、完善物业服务市场化机制面临的困难

四、推进物业服务收费市场化的法律保障

五、完善物业服务收费管理政策的几点思路

[b]第五章 物业管理招投标的发展[/b]

第一节 物业管理招投标机制的综述

一、物业管理招投标的重要性及其意义

二、物业管理招投标的特点及其要点

第二节 中国物业管理招投标方法的分析

一、我国物业管理三种招标方法分析

二、住宅小区物业管理招投标方法分析

第三节 物业管理招投标存在的问题及对策

一、实施物业管理招投标所面临的主要问题

二、物业管理招投标中存在的问题及对策

三、实施物业管理招投标的措施

四、完善物业管理招投标的六点建议

五、物业管理招投标策略分析

[b]第六章 主要地区发展分析[/b]

第一节 深圳物业管理的发展

一、深圳物业管理行业发展现状

二、深圳物业管理行业存在的问题

三、深圳物业管理行业问题解决思路

四、深圳物业管理模式

五、深圳物业管理发展的趋势

六、2010年下半年深圳将率先试征物业税

第二节 北京物业管理的发展

一、北京物业管理现状分析

二、北京市写字楼市场物业管理市场分析

三、2009年西城区物业管理企业经营状况有待提高

四、2009年《北京市物业服务企业资质动态监督管理暂行办法》出台

第三节 上海物业管理的发展

一、上海物业管理市场分析

- 二、上海物业管理企业公众满意度分析
- 三、上海售后公房物业管理现状及对策分析

第四节 郑州物业管理的发展

- 一、郑州写字楼物业管理的现状与发展
- 二、《郑州市物业管理条例》于2008年起实施
- 三、2009年郑州出台物业管理招标投标办法
- 四、2010年底前郑州所有住宅小区实施物业管理
- 五、郑州市物业市场满意度调查分析

第五节 西部开发：物业管理也需要跨越式发展

- 一、西部物业管理现状
- 二、西部物管跨越式发展的必要性
- 三、西部物管跨越式发展的可行性

第五节 其他地区物业管理发展情况分析

- 一、江苏省物业管理发展分析
- 二、天津市物业管理发展情况
- 三、杭州物业服务行业迈入高速发展期
- 四、2009年《辽宁省物业管理条例》正式施行

[b]第二部分 行业竞争分析[/b]

[b]第七章 物业管理行业竞争分析[/b]

第一节 物业管理的市场竞争分析

- 一、物业管理进入市场竞争的必然趋势
- 二、物业管理应对市场竞争分析
- 三、物业管理在竞争中走向成熟分析
- 四、2009中国物业服务百强企业
- 五、2009年首家全国性的股份制物业管理集团成立

第二节 中国物业管理发展趋势分析

- 三、未来中国物业管理发展的十大趋势
- 四、和谐物管是当代物业管理的发展方向
- 五、从开发商视角看物业管理企业的发展趋势
- 六、菜单式物业服务收费将成主导模式
- 七、资产管理：物业管理的发展趋势

[b]第十章 2010-2015年房地产行业分析、预测及与物业管理的关系[/b]

第一节 2009年我国房地产业主要运行指标

一、土地开发及购置面积

二、房地产投资完成额

三、资金来源分析

四、房屋施竣工面积

五、国房景气指数分析

第二节 2009年中国房地产发展环境分析

第四节 2010-2015年中国房地产发展预测

一、促进房地产市场长期繁荣的因素

二、2010-2015年中国房地产发展的策略

一、物业管理的市场竞争与对策

二、物业管理当以构建和谐社会为己任

三、物业管理应成为和谐平衡器

四、增强物业管理企业市场竞争力的“三把利器”

第二节 我国物业管理企业品牌创新策略分析

一、物业管理品牌形象的构成要素

二、物业管理企业炼好内功的主要策略

三、物业管理企业外部传播策略

第三节 中国物业管理可持续发展战略分析

一、物业管理可持续发展的必要性

二、中国物业管理持续发展的对策

三、创新服务理念实现物业行业可持续发展

第四节 对调整转型期物业管理企业发展新战略的思考

第五节 物业管理跨区域发展的策略分析

一、初始规模不经济问题

二、拓展区规模效益问题

三、地域文化差异问题

四、本地化与特色化问题

五、人力资源本地化问题

[b]第十二章 2010-2015年企业经营策略探讨[/b]

第一节 中国经营性物业发展面临的困惑及对策

一、发展我国经营性物业的意义

二、发展经营性物业面临的困惑

三、促进中国经营性物业发展的对策

四、面对危机在高品质服务中寻找机遇

第二节 物业管理公司企业文化构建策略

一、建立物业管理企业文化的必要性

二、构建物业管理企业文化的几点建议

第三节 拓宽物管行业盈利空间策略

一、物业管理企业拓展盈利空间的理论思考

二、物业管理行业盈利能力的重新定位

三、物业管理企业盈利点的设计

四、浅析物业管理企业亏损现状及扭亏的建议

第四节 物业管理企业绩效管理分析

一、物业管理行业绩效管理的特点及要求

二、物业管理行业绩效管理现状分析

三、完善物业管理行业绩效管理的建议

第五节 物业管理企业成本的特点及管控分析

一、物业管理企业成本的特点

二、物业管理企业成本管理的现状

三、完善物业管理企业成本管控的对策

第六节 物业管理专项外委服务的选择与监管

一、物业管理专项外委服务招标方法分析

二、以委托服务的策划方案为评标重点的招标方法

三、以外委服务支出测算标准为重点的招标方法

四、建立科学的专项外委服务监管考核指标体系

五、加强专项外委服务合同履行执行与监督管理

六、外委各项服务的管理制度应完善到位

七、管理服务经费测算的指标体系

八、加强物管服务外委业务的日常管控

[b]第十三章 2010-2015年企业营销策略探讨[/b]

第一节 物业管理营销特点与规律分析

一、内在、持续的过程性营销

二、营销过程中“人”的要素作用

三、等值等价的营销原则

四、差别化营销理论的正确运用

第二节 行业市场营销存在的问题及相应对策

一、物业管理市场营销的必要性

二、物业管理企业在市场营销中存在的问题

三、解决物业管理企业在市场营销中存在问题的对策

第三节 物业管理市场营销博弈分析

一、物业管理企业之间的博弈分析

二、物业管理企业与物业消费者的博弈

三、物业管理企业、业主与社会利益三者博弈分析

第四节 物业管理服务营销策略

第五节 物业管理工作中的危机公关管理

附录

附录一 物业管理条例

附录二 中华人民共和国物权法

附录二 建设部关于修改《物业管理企业资质管理办法》的决定

图表目录

图表：传统房屋管理与现代物业管理的区别

图表：注册物业经理的平均时间分配

图表：注册物业经理的各类收入比列

图表：注册物业经理在各项地产行业的比例

图表：物业服务从业人员岗位统计图

图表：样本企业2007年主要指标均值（按成立时间划分）

图表：主要城市各类型企业占比图

图表：民营、国有企业2007年主要指标均值

图表：全国及主要城市非隶属关系企业数量比例分布图

图表：2005-2007年物业服务企业管理非关联项目面积均值

图表：2008中国物业服务百强企业(部分优秀企业名单)

图表：2005-2007年优秀企业管理项目个数均值

图表：2005-2007年优秀企业管理项目总建筑

图表：2005-2007年优秀企业管理项目类型结构

图表：2005-2007年优秀企业营业收入及其增长率

图表：2005-2007年优秀企业营业收入构成

图表：2008年中国物业服务企业满意度TOP10企业

图表：TOP10样本企业业主满意度调查部分分项结构

图表：2006年1-4季度物业管理价格指数

图表：2006年4季度35个大中城市物业管理价格指数

图表：2006年1-4季度物业管理价格指数(住宅)

图表：2006年1-4季度物业管理价格指数(办公楼)

图表：2006年1-4季度物业管理价格指数(商业娱乐用房)

图表：2007年1-4季度物业管理价格指数

图表：2007年4季度70个大中城市物业管理价格指数

图表：2007年1-4季度物业管理价格指数(住宅)

图表：2007年1-4季度物业管理价格指数(办公楼)

图表：2007年1-4季度物业管理价格指数(商业娱乐用房)

图表：2008年1-4季度物业管理价格指数

图表：2008年1-4季度70个大中城市物业管理价格指数

图表：2008年1-4季度物业管理价格指数(商业营业用房)

图表：2008年1-4季度物业管理价格指数(办公楼)

图表：2008年1-4季度物业管理价格指数(住宅)

图表：2008年1-4季度物业管理价格指数(普通住宅)

图表：2008年1-4季度物业管理价格指数(商品住宅)

图表：2008年1-4季度物业管理价格指数(非住宅)

图表：2008年1-4季度物业管理价格指数(高档住宅)

图表：2008年1-4季度物业管理价格指数(经济适用房)

图表：2008年1-4季度物业管理价格指数(其他用房)

图表：2007年1季度-2009年4季度全国物业管理价格指数情况

图表：2009年1-4季度物业管理价格指数

图表：2009年1-4季度70个大中城市物业管理价格指数

图表：2009年1-4季度物业管理价格指数(商业营业用房)

图表：2009年1-4季度物业管理价格指数(其他用房)

图表：2009年1-4季度物业管理价格指数(住宅)

图表：2009年1-4季度物业管理价格指数(非住宅)

图表：2009年1-4季度物业管理价格指数(办公楼)

图表：2009年1-4季度物业管理价格指数(经济适用房)

图表：2009年1-4季度物业管理价格指数(商品住宅)

图表：2009年1-4季度物业管理价格指数(高档住宅)

图表：2009年1-4季度物业管理价格指数(普通住宅)

图表：物业管理企业成立时间走势图

图表：物业管理企业各资质等级面积、人员之间关系

图表：物业管理企业从业人员情况——以工作岗位划分

图表：物业管理企业操作人员收入情况

图表：物业管理企业保险、住房公积金缴纳情况

图表：市场信息传递机制不健全所导致物业管理纠纷的作用机理

图表：物业管理市场信息传递机制

图表：消费者对小区物业管理各方面满意度状况

图表：各城市消费者对小区物业管理满意度指数比较

图表：物业管理行业“服务代理集成商”模式

图表：2007年1至4季度物业服务公众满意度测评结果的柱状图表

图表：在2007年4季度的上海物业管理企业公众满意度百强榜

图表：业主委员会成立与否调查

图表：业主对物业收费是否清楚分析

图表：小区与写字楼业主对物业收费是否清楚对比分析

图表：业主对公用设施和场所使用分析

图表：业主对物业服务人员满意度评价分析

图表：小区和写字楼业主对物业服务人员满意度对比评价分析

图表：业主对物业服务项目满意度评价分析

图表：小区和写字楼业主对各种物业服务项目满意度评价分析

图表：最让业主不满意的行为分析

图表：业主认为最不到位的服务分析

图表：业主是否遇到物业公司不履行合同分析

图表：物业公司不履行合同原因分析

图表：业主认为解决服务不到位的措施分析

图表：业主对未来一年的物业服务还有哪些需求

图表：业主对物业服务的改善提出好的意见

图表：被访者年龄构成分析

图表：被访者学历构成分析

图表：被访者职业构成分析

图表：2009中国物业服务百强企业(部分优秀企业名单)

图表：2009中国优秀物业服务企业服务规模TOP

图表：2009中国优秀物业服务企业服务质量TOP

图表：2009中国特色物业服务领先企业

图表：2009年深圳市中航物业管理有限公司业绩表

图表：中航物业经营型物业管理模式

图表：深圳市中航物业管理有限公司组织结构

图表：2007-2009年各月累计全国房地产企业购置与完成开发土地面积及同比增长情况

图表：2007-2009年各月累计全国商品房、商品住宅施工面积及同比增长情况

图表：2007-2009年各月累计全国商品房、商品住宅竣工面积及同比增长情况

图表：2009年1月-7月累计全国购置土地面积及同比增长情况

图表：2009年8月-12月累计全国购置土地面积及同比增长情况

图表：2005-2009年各月累计购置土地面积及同比增长率对比情况

图表：2009年1月-12月累计完成开发土地面积及同比增长情况

图表：2005-2009年各月累计完成开发土地面积及同比增长率对比情况

图表：2003年-2009年各月累计固定资产投资及房地产开发投资增速变动情况

图表：2009年1月-12月累计住宅投资完成额及同比增长情况

图表：2005-2009年各月累计住宅投资完成额对比情况

图表：2005-2009年各月累计住宅投资完成额同比增长率对比情况

图表：2005-2009年全国房地产开发投资走势

图表：2003年-2009年各月累计固定资产投资及房地产开发投资增速变动情况

图表：2005-2009年各月累计住宅投资完成额对比情况

图表：2005-2009年各月累计住宅投资完成额同比增长率对比情况

图表：2006年12月-2009年12月房地产开发企业资金来源结构运行趋势

图表：2007年12月-2009年12月累计全国房地产开发企业资金来源及同比增长情况

图表：2007-2009年全国商品房与住宅供应类指标增长率

图表：2005年4季度-2009年4季度全国行业企业与房地产企业景气指数走势

图表：2005年4季度-2009年4季度全国行业企业与房地产企业景气指数走势

图表：2006年12月-2009年12月国房景气指数及主要分类指数走势

图表：2005-2009年全国房地产开发投资走势

图表：2007-2009年各月累计全国商品房销售面积及同比增长情况
图表：2007年12月-2009年12月累计商品房销售面积及同比增长情况
图表：2005-2009年各月累计商品房销售面积及同比增长率对比情况
图表：2005-2009年各月累计商品住宅销售面积及同比增长率对比情况
图表：2007-2009年各月累计全国商品房销售额及同比增长情况
图表：2007年12月-2009年12月累计商品房销售额及同比增长情况
图表：2007-2009年全国商品房销售面积与销售额增长率
图表：2007-2009年各月全国70个大中城市房屋销售价格指数变动情况
图表：2009年4季度70个大中城市房屋销售价格指数
图表：2009年4季度70个大中城市房屋销售价格指数（续表）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiyeguanli/4410438UX5.html>