

2022-2028年中国办公物业管理市场发展态势与行业竞争对手分析报告

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

《2022-2028年中国办公物业管理市场发展态势与行业竞争对手分析报告》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/maoyi/668477JYJ7.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

写字楼物业管理简介：写字楼物业管理是一项因写字楼物业的存在而产生的一种特定的管理服务交易。在交易过程中，既涉及交易价格，又涉及交易关系。主要的交易关系有物业产权关系、委托代理关系和集体成员在公共决策过程中的相互关系。另外，物业管理学科与经济学、管理学和社会学等学科密切相关。

1)中国的物业管理行业正走在产业快速集中的路上。例如，产业集中品牌如万科、绿城、保利等总体定位于高端物业园区，品牌溢价能力因服务质量而迅速增强，即使在成本加成的基础物业中也能获得比中小型物管公司更高的利润率。(2)我国物业行业有着大量的市场定位清晰的企业。例如：万科物业发展有限公司致力于让更多用户体验物业之美好，围绕业主不动产保值增值提供全生命周期服务的市场定位。绿城物业服务集团有限公司以物业服务为根基，以服务平台为介质，以智慧科技为手段的市场定位。长城物业集团有限公司着力于“物业管理发展”与“社区生态建设”双主航道的发展策略。(3)近年来，“互联网+”思维加速渗透到物业服务领域。从物业服务企业对互联网“看不到、看不懂、看不起”，到如今“物业+互联网”模式逐步迈入成熟期，互联网在物业服务领域的应用，实现了从0到1、从1到N的转变。(4)“机器人+物业”带来的人员冲击。例如高仙作为全球较早从事机器人自主移动技术研发的上游技术型企业，基于全场景移动机器人技术已实现了50+机型、10000+终端和5000+行业案例的应用积累，机器人产品与解决方案更是可直击物业管理中对人力依赖较大的安防、清洁、配送三大垂直场景，全力助推物业地产的智慧升级。(5)基于智慧物业平台服务的相继出现，实现了以往传统服务所无法实现的功能。例如，通过移动互联网和智能手机，可以将原本繁琐的维修流程简化、可以预订服务、购买商品。相关智能APP的开发与普及已经成为物业行业的一个发展方向。三种物业管理面积拓展模式的优劣和前景

拓展新楼盘

拓展存量盘

并购

基础服务毛利

最优，因为新盘定价较高，且设备较新，维护成本较低

有盈利压力，但部分特大城市已经接受物业费涨价，压力较低

短期可透过尽调克服盈利压力，但中期（服务合同结束）后，如果品质不高，可能面临项目流失风险

资本开支

无

无

有资本开支，消耗资产负债表资源

增值服务助力

较为不利，因为新盘很难提升区域密度

最为有利，因为可以选择性提升区域密度，从而便于广告，中介等一批增值服务开展

介于拓展新盘和拓展存量盘之间

非住宅管理能力养成

没有明显助力

单甲方存量盘拓展往往需要很强的关系，并不可能复制

较为有利，可以针对性并购特殊的物业形态，如会展、商办、高校等，并吸纳专业人才

拓展难度

只要品牌有影响力，拓展难度不大

拓展难度较大，业委会诉求一般较之开发企业更为复杂

不难，但风险较大，甚至可能伴随经营风险

中长期前景

会随着开发面积下降而重要性下降

会随着开发面积下降和居民服务意识觉醒，重要性不断上升

会成为特殊物业管理能力养成的重要补充，长期看行业进入寡头时代，并购可能淡化

智研数据研究中心发布的《2022-2028年中国办公物业管理市场发展态势与行业竞争对手分析报告》共十四章。首先介绍了中国办公物业管理行业市场发展环境、办公物业管理整体运行态势等，接着分析了中国办公物业管理行业市场运行的现状，然后介绍了办公物业管理市场竞争格局。随后，报告对办公物业管理做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国办公物业管理行业发展趋势与投资预测。您若想对办公物业管理产业有个系统的了解或者想投资中国办公物业管理行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章办公物业管理行业发展综述

1.1办公物业管理行业定义及分类

1.1.1行业定义

1.1.2行业主要产品分类

1.1.3行业主要商业模式

1.2办公物业管理行业特征分析

1.2.1产业链分析

1.2.2办公物业管理行业在国民经济中的地位

1.2.3办公物业管理行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 办公物业管理行业生命周期

1.3最近3-5年中国办公物业管理行业经济指标分析

1.3.1赢利性

1.3.2成长速度

1.3.3附加值的提升空间

1.3.4进入壁垒 / 退出机制

1.3.5风险性

1.3.6行业周期

1.3.7竞争激烈程度指标

1.3.8行业及其主要子行业成熟度分析

第二章办公物业管理行业运行环境分析

2.1办公物业管理行业政治法律环境分析

2.1.1行业管理体制分析

2.1.2行业主要法律法规

2.1.3行业相关发展规划

2.2办公物业管理行业经济环境分析

2.2.1国际宏观经济形势分析

2.2.2国内宏观经济形势分析

2.2.3产业宏观经济环境分析

2.3办公物业管理行业社会环境分析

2.3.1办公物业管理产业社会环境

- 2.3.2社会环境对行业的影响
- 2.3.3办公物业管理产业发展对社会发展的影响
- 2.4办公物业管理行业技术环境分析
 - 2.4.1办公物业管理技术分析
 - 2.4.2办公物业管理技术发展水平
 - 2.4.3行业主要技术发展趋势

第三章我国办公物业管理行业运行分析

- 3.1我国办公物业管理行业发展状况分析
 - 3.1.1我国办公物业管理行业发展阶段
 - 3.1.2我国办公物业管理行业发展总体概况
 - 3.1.3我国办公物业管理行业发展特点分析
- 3.22015-2019年办公物业管理行业发展现状
 - 3.2.12015-2019年我国办公物业管理行业市场规模
 - 3.2.22015-2019年我国办公物业管理行业发展分析
 - 3.2.32015-2019年中国办公物业管理企业发展分析
- 3.3区域市场分析
 - 3.3.1区域市场分布总体情况
 - 3.3.22015-2019年重点省市市场分析
- 3.4办公物业管理细分产品/服务市场分析
 - 3.4.1细分产品/服务特色
 - 3.4.22015-2019年细分产品/服务市场规模及增速
 - 3.4.3重点细分产品/服务市场前景预测
- 3.5办公物业管理产品/服务价格分析
 - 3.5.12015-2019年办公物业管理价格走势
 - 3.5.2影响办公物业管理价格的关键因素分析
 - (1) 成本
 - (2) 供需情况
 - (3) 关联产品
 - (4) 其他
 - 3.5.32022-2028年办公物业管理产品/服务价格变化趋势
 - 3.5.4主要办公物业管理企业价位及价格策略

第四章我国办公物业管理所属行业整体运行指标分析

4.12015-2019年中国办公物业管理所属行业总体规模分析

4.1.1企业数量结构分析

4.1.2人员规模状况分析

4.1.3行业资产规模分析

4.1.4行业市场规模分析

4.22015-2019年中国办公物业管理所属行业产销情况分析

4.2.1我国办公物业管理所属行业工业总产值

4.2.2我国办公物业管理所属行业工业销售产值

4.2.3我国办公物业管理所属行业产销率

4.32015-2019年中国办公物业管理所属行业财务指标总体分析

4.3.1行业盈利能力分析

4.3.2行业偿债能力分析

4.3.3行业营运能力分析

4.3.4行业发展能力分析

第五章我国办公物业管理行业供需形势分析

5.1办公物业管理行业供给分析

5.1.12015-2019年办公物业管理行业供给分析

5.1.22022-2028年办公物业管理行业供给变化趋势

5.1.3办公物业管理行业区域供给分析

5.22015-2019年我国办公物业管理行业需求情况

5.2.1办公物业管理行业需求市场

2018年我国办公楼销售总额为6276.83亿元，销售额同比下降2.55%。2019年1-7月我国办公楼销售总额为2834.72亿元，同比下降13.26%。其中，现房销售额694.32亿元，同比下降18.02%；期房销售额为2140.40亿元，同比下降11.59%。2011-2019年7月我国办公楼销售金额统计写字楼的硬件条件固然重要，但以写字楼物业管理为实质的软件实力对于写字楼的运转同样重要。事实上，商用物业的成功很大程度上就取决于后期的物业管理水平。专业的物管公司，能够给写字楼营造出一个良好的内部办公环境，并对大厦的设备设施提供优质的维护，保证长期使用，对保证物业口碑、提高出租率、保持租金水平非常有效。很多写字楼在硬件上狠下工夫，却忽视了软件实力的打造，但事实上写字楼更重要的还在于软件实力，来自物业管理和服

务的品质好坏对保证出租率和租金水平的作用显而易见。

5.2.2办公物业管理行业客户结构

5.2.3办公物业管理行业需求的地区差异

5.3办公物业管理市场应用及需求预测

5.3.1办公物业管理应用市场总体需求分析

(1) 办公物业管理应用市场需求特征

(2) 办公物业管理应用市场需求总规模

5.3.22022-2028年办公物业管理行业领域需求量预测

(1) 2022-2028年办公物业管理行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2022-2028年办公物业管理行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3重点行业办公物业管理产品/服务需求分析预测

第六章办公物业管理行业产业结构分析

6.1办公物业管理产业结构分析

6.1.1市场细分充分程度分析

6.1.2各细分市场领先企业排名

6.1.3各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4领先企业的结构分析(所有制结构)

6.2产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1产业价值链的构成

6.2.2产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3产业结构发展预测

6.3.1产业结构调整指导政策分析

6.3.2产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3中国办公物业管理行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4产业结构调整方向分析

第七章我国办公物业管理行业产业链分析

7.1办公物业管理行业产业链分析

7.1.1产业链结构分析

7.1.2主要环节的增值空间

7.1.3与上下游行业之间的关联性

7.2办公物业管理上游行业分析

7.2.1办公物业管理产品成本构成

7.2.22015-2019年上游行业发展现状

7.2.32022-2028年上游行业发展趋势

7.2.4上游供给对办公物业管理行业的影响

7.3办公物业管理下游行业分析

7.3.1办公物业管理下游行业分布

7.3.22015-2019年下游行业发展现状

7.3.32022-2028年下游行业发展趋势

7.3.4下游需求对办公物业管理行业的影响

第八章我国办公物业管理行业渠道分析及策略

8.1办公物业管理行业渠道分析

8.1.1渠道形式及对比

8.1.2各类渠道对办公物业管理行业的影响

8.1.3主要办公物业管理企业渠道策略研究

8.1.4各区域主要代理商情况

8.2办公物业管理行业用户分析

8.2.1用户认知程度分析

8.2.2用户需求特点分析

8.2.3用户购买途径分析

8.3办公物业管理行业营销策略分析

8.3.1中国办公物业管理营销概况

8.3.2办公物业管理营销策略探讨

8.3.3办公物业管理营销发展趋势

第九章我国办公物业管理行业竞争形势及策略

9.1行业总体市场竞争状况分析

9.1.1办公物业管理行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 办公物业管理行业企业间竞争格局分析

9.1.3 办公物业管理行业集中度分析

9.1.4 办公物业管理行业SWOT分析

9.2 中国办公物业管理行业竞争格局综述

9.2.1 办公物业管理行业竞争概况

(1) 中国办公物业管理行业竞争格局

(2) 办公物业管理行业未来竞争格局和特点

(3) 办公物业管理市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国办公物业管理行业竞争力分析

(1) 我国办公物业管理行业竞争力剖析

(2) 我国办公物业管理企业市场竞争的优势

(3) 国内办公物业管理企业竞争能力提升途径

9.2.3 办公物业管理市场竞争策略分析

第十章 办公物业管理行业领先企业经营形势分析

10.1A公司

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 产品/服务特色

10.1.4 公司经营状况

10.1.5 公司发展规划

10.2B公司

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业优势分析

10.2.3 产品/服务特色

10.2.4 公司经营状况

10.2.5 公司发展规划

10.3C公司

10.3.1 企业概况

10.3.2企业优势分析

10.3.3产品/服务特色

10.3.4公司经营状况

10.3.5公司发展规划

10.4D公司

10.4.1企业概况

10.4.2企业优势分析

10.4.3产品/服务特色

10.4.4公司经营状况

10.4.5公司发展规划

10.5E公司

10.5.1企业概况

10.5.2企业优势分析

10.5.3产品/服务特色

10.5.4公司经营状况

10.5.5公司发展规划

10.6F公司

10.6.1企业概况

10.6.2企业优势分析

10.6.3产品/服务特色

10.6.4公司经营状况

10.6.5公司发展规划

第十一章2022-2028年办公物业管理行业投资前景

11.12022-2028年办公物业管理市场发展前景

11.1.12022-2028年办公物业管理市场发展潜力

11.1.22022-2028年办公物业管理市场发展前景展望

11.1.32022-2028年办公物业管理细分行业发展前景分析

11.22022-2028年办公物业管理市场发展趋势预测

11.2.12022-2028年办公物业管理行业发展趋势

11.2.22022-2028年办公物业管理市场规模预测

11.2.32022-2028年办公物业管理行业应用趋势预测

- 11.2.4 2022-2028年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2022-2028年中国办公物业管理行业供需预测
 - 11.3.1 2022-2028年中国办公物业管理行业供给预测
 - 11.3.2 2022-2028年中国办公物业管理行业需求预测
 - 11.3.3 2022-2028年中国办公物业管理供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
 - 11.4.1 市场整合成长趋势
 - 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势
 - 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
 - 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2022-2028年办公物业管理行业投资机会与风险

- 12.1 办公物业管理行业投融资情况
 - 12.1.1 行业资金渠道分析
 - 12.1.2 固定资产投资分析
 - 12.1.3 兼并重组情况分析
- 12.2 2022-2028年办公物业管理行业投资机会
 - 12.2.1 产业链投资机会
 - 12.2.2 细分市场投资机会
 - 12.2.3 重点区域投资机会
- 12.3 2022-2028年办公物业管理行业投资风险及防范
 - 12.3.1 政策风险及防范
 - 12.3.2 技术风险及防范
 - 12.3.3 供求风险及防范
 - 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
 - 12.3.5 关联产业风险及防范
 - 12.3.6 产品结构风险及防范
 - 12.3.7 其他风险及防范

第十三章 办公物业管理行业投资战略研究

- 13.1 办公物业管理行业发展战略研究

- 13.1.1战略综合规划
- 13.1.2技术开发战略
- 13.1.3业务组合战略
- 13.1.4区域战略规划
- 13.1.5产业战略规划
- 13.1.6营销品牌战略
- 13.1.7竞争战略规划
- 13.2对我国办公物业管理品牌的战略思考
 - 13.2.1办公物业管理品牌的重要性
 - 13.2.2办公物业管理实施品牌战略的意义
 - 13.2.3办公物业管理企业品牌的现状分析
 - 13.2.4我国办公物业管理企业的品牌战略
 - 13.2.5办公物业管理品牌战略管理的策略
- 13.3办公物业管理经营策略分析
 - 13.3.1办公物业管理市场细分策略
 - 13.3.2办公物业管理市场创新策略
 - 13.3.3品牌定位与品类规划
 - 13.3.4办公物业管理新产品差异化战略
- 13.4办公物业管理行业投资战略研究
 - 13.4.12019年办公物业管理行业投资战略
 - 13.4.22022-2028年办公物业管理行业投资战略
 - 13.4.32022-2028年细分行业投资战略

第十四章研究结论及投资建议()

- 14.1办公物业管理行业研究结论
- 14.2办公物业管理行业投资价值评估
- 14.3办公物业管理行业投资建议
 - 14.3.1行业发展策略建议
 - 14.3.2行业投资方向建议
 - 14.3.3行业投资方式建议()

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/668477JYJ7.html>