

2011-2015年中国物业管理 行业运营态势及未来发展趋势报告

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

《2011-2015年中国物业管理行业运营态势及未来发展趋势报告》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/A7189418L1.html>

报告价格：印刷版：RMB 6800 电子版：RMB 7000 印刷版+电子版：RMB 7500

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

21世纪，是中国物业管理行业进入发展、完善和成熟的重要阶段，在这个阶段将会出现一个竞争激烈、管理完善、服务理念提升的时期。对物业管理行业来说，质量理念和品牌理念的角逐市场环境的变化、竞争格局的形成、高新技术的应用、消费观念的更新，要求物业管理企业从服务观念到服务方式，从经营理念到市场定位，都要作出相应的变革，才能适应发展的需要。

智研数据研究中心发布的《2011-2015年中国物业管理行业运营态势及未来发展趋势报告》共十三章。首先介绍了物业管理相关概述、中国物业管理市场运行环境等，接着分析了中国物业管理市场发展的现状，然后介绍了中国物业管理重点区域市场运行形势。随后，报告对中国物业管理重点企业经营状况分析，最后分析了中国物业管理行业发展趋势与投资预测。您若想对物业管理产业有个系统的了解或者想投资物业管理行业，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。

第一章 物业管理的相关概述

第一节 物业管理的简介

一、定义

二、起源

三、发展简况

第二节 物业管理的基本内容

一、是常规性的公共服务

二、是针对性的专项服务

三、是委托性的特约服务

第三节 物业管理在我国发展的主要因素分析

第四节 物业管理条例主要内容

第五节 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

第六节 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
- 三、我国物业管理发展的产权理论

第二章 国际物业管理的发展分析

第一节 国外物业管理的发展概述

- 一、国外物业管理的特点分析
- 二、国外物业管理的特色分析
- 三、国外物业管理的成功之道
- 四、国外住宅小区的物业管理

第二节 美国的物业管理

- 一、物业管理社会化
- 二、物业管理权明晰
- 三、业主委员会的性质和作用

第三节 新加坡的物业管理

- 一、物业管理组织系统健全
- 二、强化法治管理
- 三、提供优质的保养与服务

第四节 澳大利亚的物业管理

- 一、物业管理公司必须有执照
- 二、多层住宅楼的管理
- 三、高层住宅楼管理
- 四、商用的办公大楼管理

第三章 中国物业管理发展的影响因素分析

第一节 全球金融危机对我国物业管理行业的影响分析

- 一、负面影响
- 二、机遇与灾难

第二节 入世对中国物业管理市场的影响分析

- 一、物管市场进一步细分，结构趋于完善
- 二、招投标活动趋于频繁，推进物管市场化运作

三、市场主体意识加强

四、市场客体进一步优化

第三节 物权法实施对中国物业管理的影响分析

一、物业管理意识形态方面的影响

二、物业管理法规修订方面的影响

三、物业管理行业形态方面的影响

四、对物业管理属性定位和竞争规则影响

第四章 中国物业管理市场运行环境分析

第一节 国内物业管理经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2011年中国物业管理经济发展预测分析

第二节 中国物业管理行业政策环境分析

第五章 中国物业管理区域市场分析

第一节 中国物业管理区域化分析

一、实行区域化物业管理的必要性和可行性分析

二、区域化物业管理区域的划分

三、实行区域化物业管理应遵循的原则

四、影响区域化物业管理的制约因素

五、实行区域化物业管理应当抓好的几项工作

第二节 中国主要地区物业管理市场分析

一、深圳

二、北京

三、上海

四、广州

第六章 物业管理与房地产行业的发展分析

第一节 物业管理前期介入对房地产开发项目的影响分析

一、物业管理前期介入的内容及其运作过程

二、物业管理前期介入的现状与存在问题

三、改进物业管理前期介入的几点建议

第二节 中国房地产业发展分析

一、2010年房地产市场运行特点

二、影响房地产市场的国际、国内因素分析

第三节 2009-2010年中国房地产开发投资额情况

第四节 物业管理公司与房地产开发企业关系的回顾与分析

一、“自建自管”模式的出现

二、物业管理问题、矛盾的凸显

三、从“建管分离”走向物业管理的和谐

第五节 不同所有权制度下的住宅小区物业管理分析

一、住宅小区的物权关系分析

二、物业管理的委托与被委托关系

三、业主对物业管理行使权利和履行义务

四、物业管理企业向业主提供的服务

第六节 物业管理与社区文化建设探究

一、两者的关系

二、物业公司及业主在社区文化建设中的角色定位

三、重视资源的整合利用途径

第七章 物业管理的费用分析

第一节 物业管理服务与收费的关系分析

一、物业管理服务与收费相结合的制度基础

二、物业服务与收费的内在联系

三、物业服务与收费相结合的要求和实践

第二节 物业管理收费发展分析

一、物业管理收费存在的矛盾

二、物业管理收费矛盾产生的原因分析

三、解决物业管理收费矛盾的对策

第三节 我国住宅小区物业管理收费难的思考

一、引发住宅小区物业服务收费难的成因

二、住宅小区收费难问题造成的后果

三、解决住宅小区物业管理收费难的对策

第八章 物业管理招投标的发展

第一节 物业管理招投标的方式分析

- 一、物业管理行业的健康发展需要推行招投标
- 二、招投标过程中急需解决的一些问题

第二节 物业管理项目招投标分析

- 一、对物业管理招投标活动的认识
- 二、关于物业管理招标书
- 三、物业管理投标书的编写
- 四、评标介绍
- 五、做好招投标工作的若干建议

第三节 物业管理招投标存在的问题

- 一、立法滞后
- 二、竞相压价、恶性竞争
- 三、地方保护主义、本位主义严重
- 四、违反竞争原则，实行“先定后招”
- 五、产权人、使用人的利益得不到体现

第四节 物业管理依法实行招投标制度的优势分析

- 一、依法确定了所有权人利益在物业管理活动中的核心地位问题
- 二、依法解决了业主投诉和业主物业管理相矛盾、相冲突的问题
- 三、依法解决了“物业公司争当管家”的问题

第五节 房产管理部门在物业管理招投标中的监管职责分析

- 一、案例
- 二、审判
- 三、评析

第六节 物业管理招投标机制分析

- 一、实施物业管理招投标所面临的主要问题
- 二、物业招投标市场机制有待培育和完善

第九章 物业管理的竞争分析

第一节 物业管理行业的SWOT分析

第二节 物业管理企业的核心竞争力分析

- 一、创造与培养企业的核心竞争力需要实施专业化战略

二、创造与培养企业的核心竞争力需要实施成本领先优势战略

三、创造与培养企业核心竞争力需要实施差异化战略

第三节 我国物业管理发展面临的环境分析

一、物业管理市场竞争的加剧

二、业主对物业管理的水平要求越来越高

三、新技术革命和物业智能化的快速发展

四、面临生存和发展的挑战

第四节 建立物业管理竞争机制的原则分析

一、从国情出发的原则

二、公开的原则

三、平等的原则

四、公平的原则

五、合理的原则

六、稳步推进的原则

第五节 物业管理的市场竞争与对策分析

一、市场竞争现状

二、摆脱竞争的策略

第六节 物业管理竞争战略分析

一、物业管理的行业特征

二、物业管理企业的竞争战略

第十章 中国物业管理的企业分析

第一节 组建物业管理集团的发展分析

一、组建物业管理企业集团的必要性

二、组建物业企业集团应遵循的原则

三、组建物业企业集团存在的问题

四、组建物业企业集团应注意的几个问题

第二节 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

第三节 物业管理企业在节能降耗中的重要性分析

- 一、物业管理企业在节能降耗中存在的主要问题
- 二、物业管理企业在建筑节能降耗中的重要性
- 三、物业管理企业实施节能降耗管理和服务的具体措施

第四节 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

第五节 物业管理企业亏损现状及扭亏的建议

- 一、企业亏损现状
- 二、解决目前困境的建议

第十一章 重点企业运营分析

第一节 天鸿集团

- 一、公司简介
- 二、天鸿集团物业管理品牌的发展

第二节 中海物业

- 一、公司简介
- 二、发展历程
- 三、中海物业管理模式

第三节 万厦居业

- 一、公司简介
- 二、万厦居业以创新品牌赢得市场
- 三、构建最适宜人居社区物业管理新模式

第四节 上海陆家嘴物业管理有限公司

- 一、公司简介
- 二、品牌铸造上海陆家嘴物业管理有限公司

第五节 万科物业

- 一、公司简介
- 二、万科物业的管理分析

第十二章 中国物业管理的营销分析

第一节 营销理论在物业管理的运用方式分析

- 一、消费者价值理论及其运用方式
- 二、消费者非常满意理论及其运用方式
- 三、关于营销理论及其运用方式

第二节 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分析
- 三、物业管理企业、业主与社会利益三者博弈分析

第三节 物业管理市场营销中存在的问题及相应对策

- 一、市场营销的必要性
- 二、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

第十三章 2011-2015年中国物业管理的发展趋势及策略分析

第一节 未来物业管理的发展预测

第二节 物业管理的发展趋势

- 一、物业管理升级是市场发展的必然趋势
- 二、资产管理的概念和主要手段
- 三、物业服务企业进行资产管理的优势

第三节 中国物业管理的发展对策分析

- 一、目前我国物业管理的主要问题
- 二、中国物业管理的发展对策

第四节 政府部门改进物业管理监管的对策

- 一、政府部门对物业管理活动监督管理的困境
- 二、政府部门应改进对物业管理活动的监管

第五节 《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、相关建议

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiyeguanli/A7189418L1.html>