

2015-2020年中国物业管理 行业全景调研及投资战略报告

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

《2015-2020年中国物业管理行业全景调研及投资战略报告》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/J68941VVCN.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

物业管理（property management），受物业所有人的委托，依据物业管理委托合同，对物业的房屋建筑及其设备，市政公用设施、绿化、卫生、交通、治安和环境容貌等管理项目进行维护、修缮和整治，并向物业所有人和使用人提供综合性的有偿服务。

物业管理是指业主对区分所有建筑物共有部分以及建筑区划内共有建筑物、场所、设施的共同管理或者委托物业服务企业、其他管理人对业主共有的建筑物、设施、设备、场所、场地进行管理的活动。物权法规定，业主可以自行管理物业，也可以委托物业服务企业或者其他管理者进行管理。物业管理有狭义和广义之分。狭义的物业管理是指业主委托物业服务企业依据委托合同进行的房屋建筑及其设备，市政公用设施、绿化、卫生、交通、生活秩序和环境容貌等管理项目进行维护，修缮活动。广义的物业管理应当包括业主共同管理的过程，和委托物业服务企业或者其他管理人进行的管理过程。

物业管理的基本目标：

- 1、保护业主或使用的消费权益，保障房屋及其、设施的正常使用功能。
- 2、保障业主的合法权益，保持房屋的何时间何地和使用价值，使物业发挥最大的使用效益和经济效益。
- 3、为业主提供高效、优质、便捷、经济的多层次、多方位的服务，确保有一个整洁、文明、安全、方便的居住条件与生活环境。
- 4、物业管理企业要获取最佳的社会、环境、经济的综合效益。中国物业服务百强企业服务规模 TOP10 序号企业名称1万科物业发展有限公司2绿城物业服务集团有限公司3长城物业集团股份有限公司4保利物业管理有限公司5深圳市金地物业管理有限公司6北京首开鸿城实业有限公司7中航物业管理有限公司8中海物业管理有限公司9广州广电物业管理有限公司10北京市均豪物业管理股份有限公司资料来源：智研咨询整理 本物业管理行业研究报告共十二章是智研咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。物业管理行业研究报告是2015-2016年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了物业管理行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国物业管理做了重点企业经营状况分析，并分析了物业管理行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。报告目录：

第一章 物业管理行业概念 1

第一节 物业管理的介绍 1

一、物业管理的定义 1

二、物业管理服务的内容 1

三、物业管理七大特色 2

四、高水准物业管理的九条原则 3

第二节 国内外物业管理基本特征的比较 4

一、国外物业管理的基本特征分析 4

二、国内物业管理的基本特征分析 7

第三节 物业管理产权理论分析 9

一、产权理论简介 9

二、物业管理产生的产权理论分析 10

三、我国物业管理发展的产权理论分析 11

第二章 全球物业管理业发展分析 14

第一节 国外物业管理的发展综述 14

一、国外物业管理的特点 14 (1) 自负盈亏、自主经营的独立的物业管理公司发展迅速，政府公屋逐渐交由独立的物业管理公司管理，私人楼宇越来越多地委托专业的物业公司管理。

(2) 物业的所有权与管理权分离。物业管理公司与业主的关系是雇佣关系，业主通过招标或协议等方式选择物业管理公司，要认真考察公司的信誉、专业知识背景及管理、财务、法律水平、管理费用的高低以及社区活动能力。而物业管理公司饱受市场竞争的压力，必须注意其形象，不断改善经营管理，提高效益，尽量让业主满意，否则就会有被淘汰或被解雇的危险。

(3) 物业管理及收费标准由市场形成。政府一般不规定具体的收费标准。

(4) 各国的物业管理模式均结合自己国情，符合各自特点。如新加坡因土地资源稀缺而形成了政府统筹型的物业管理模式。

(5) 政府在物业管理中发挥了重要作用，但政府一般不直接干预物业管理收费的具体标准。政府多以详尽、善的法律、法规规范物业管理各方面关系人的行为与责、权、利。二、发达国家的物业管理模式 14

三、国外物业税特点 17

四、国外物业管理模式	18
第二节 美国物业管理的发展情况	20
一、美国物业管理的主要特点	20
二、美国的楼宇星级管理	23
三、美国物业管理收费制度及启示	24
四、美国物业管理企业的经费运作概况	28
第三节 新加坡物业管理的发展情况	30
一、新加坡物业管理概况	30
二、新加坡的共管式物业管理	32
第四节 澳大利亚物业管理的发展情况	33
一、澳大利亚物业管理的主要特点	33
二、澳大利亚物业管理特色	36
第三章 中国物业管理的发展概况	38
第一节 中国物业管理发展历程	38
一、中国物业管理的产生与发展	38
二、中国物业管理的三个阶段	41
三、三大问题困扰我国物业管理行业	42
四、影响物业管理服务行业健康发展的“八大”瓶颈	44
第二节 物业管理的经济环境分析	46
一、物业管理的经济分析	46
二、全球金融危机对我国物业管理行业的影响	56
三、房产税将全国逐步推开	60
四、物业管理多项法规起施行	61
第三节 物业管理发展现状分析	65
一、物业服务行业总体结构情况	65
二、2015年中国物业服务企业发展研究	74
三、2015年物业管理发展服务市场分析	86
中国住宅市场规模在保障房制度的推进下将稳定增长，住宅物业的需求在楼市逐渐回暖的背景下将保持相对稳定，商业物业的增长势头较为明显。统计资料显示，2012年我国物业管理市场整体规模达到5180亿元，物业管理面积约为175亿平方米。在近几年中，整体的物业管理面积增长较为缓慢，年均增速约为6%，到2014年达到200亿平方米，营业收入达到7800亿的规模。2010-2014年我国物业管理行业服务面积及市场规模增长分析	
资料来源：智研咨询整理	
第四节 2015年物业服务企业经营状况研究	87

一、物业服务行业发展困境分析	87
二、百强企业控制成本、提高盈利能力。	88
三、物业服务百强企业增加收入	91
第五节 物业管理的法律特色分析	93
一、物业纠纷类型	93
二、物业纠纷的法律特征	94
三、物业纠纷的法律分析	95
四、物业纠纷的解决办法及国外经验	96
五、物业管理市场纠纷的信息经济学分析	96
六、物业管理的市场化是解决物业矛盾纠纷的根本办法	99
第六节 物业管理行业风险	102
一、物业管理风险的表现形式	102
二、物业管理风险的规避方式	103
第七节 物业管理消费分析	106
一、物业管理消费的特征和功能	106
二、物业管理消费满意度分析	107
三、物业管理的消费者分析	108

首先是“不合格的物业管理公司”：市场上的物业管理公司分几种，占市场绝大多数的是开发公司在销售楼盘时单方组建或指定的物业管理公司，还有从原企事业单位剥离成立的或由原各区房管所改制成立的公司，真正的社会型物业管理公司仅占5%的小比例。不同类型的物业公司由于形成的环境不同，对物业管理的认识和服务水平也各有高低，有些根本称不上是物业公司，但是不够完善的市场体制给了他们生存的机会，也就有了这些“不合格的物业管理公司”。随着招投标政策的出台和实施，物业管理行业将面临市场的全面洗牌，这些“不合格”的企业必定要遭市场淘汰。

其次是“不公平协议”：在新建的住宅小区，使用的协议也分为两个阶段，一是前期物业管理协议，一是业主委员会与物业管理公司签订的协议。而前期物业管理协议多是由开发商与物业管理公司单方面制定的，没有时间也不可能与所有的业主商量制定，这也就是“不公平协议”存在的原因，在业主委员会的规范操作以及招投标制的实施下，这个问题也将得到解决。

物业管理作为一个新生事物，一直在磕磕绊绊中成长，一些业主不成熟的消费观念是其目前发展中的最大障碍。在这个过程中它更需要社会各界的关心、爱护和支持，因此通常所做的鞭策也好，批评也好，都应该以促进其良性发展为目的。鉴于此，让更多的人了解物业管

理，认识物业管理，为物业管理创造一个良好的消费和舆论环境尤为迫切。四、与物业服务者对服务认识的误差	109
第八节 中国物业管理的发展模式分析	110
一、酒店式物业管理模式分析	110
二、服务集成型物业管理模式分析	110
三、《物权法》实施后物业管理有新模式	112
四、对《物业管理条例》实施中几个问题的认识	113
第九节 《物权法》的实施对行业的影响	117
一、《物权法》对物业管理的影响分析	117
二、《物权法》对物业管理的法制作用	120
三、《物权法》的实施对物业管理发展格局的影响	123
四、物权法及2009年新司法解释背景下的物业管理问题	128
第十节 我国开征物业税的难点透析与政策建议	131
一、物业税开征的难点透析	131
二、开征物业税的政策建议	134
第十一节 《劳动合同法》对物业管理行业的影响与对策	135
一、《劳动合同法》对物业管理行业的影响	135
二、物业企业要积极推进管理模式创新	136
三、几点认识与建议	136
第四章 物业管理招投标的发展	139
第一节 物业管理招投标机制的综述	139
一、物业管理招投标的重要性及其意义	139
二、物业管理招投标的特点及其要点	141
第二节 中国物业管理招投标方法的分析	146
一、我国物业管理三种招标方法分析	146
二、住宅小区物业管理招投标方法分析	149
第三节 物业管理招投标存在的问题及对策	154
一、实施物业管理招投标所面临的主要问题	154
二、物业管理招投标中存在的问题及对策	155
三、实施物业管理招投标的措施	158
四、完善物业管理招投标的六点建议	160
五、物业管理招投标策略分析	163
第五章 物业管理费用收取分析	165
第一节 物业管理费的介绍	165

一、物业管理费的构成	165
二、物业管理费的收费标准	166
三、物业管理费的主要用途	166
四、物业管理消费的特征和功能	167
第二节 2015年广州新版物管收费标准问题探讨	171
一、2015年广州新版物管收费标准	171
二、2015年广州新版物管定价标准	172
三、2015年广州新版物管流程标准	172
第三节 物业管理费用收取存在的问题及对策	173
一、收费难的现状及其原因	173
二、解决收费难的基本思路	175
三、物业服务收费矛盾纠纷的成因	177
四、物业服务收费矛盾解决的基本思路与对策	182
五、解决物业收费难完善法规是关键	186
第四节 完善物业服务收费定价机制的思考	188
一、物业服务产品属性决定其价格形成的市场化	188
二、现阶段物业服务收费制度值得商榷的问题	189
三、完善物业服务市场化机制面临的困难	189
四、推进物业服务收费市场化的法律保障	191
五、完善物业服务收费管理政策的几点思路	191
第六章 主要地区发展分析	193
第一节 深圳物业管理的发展	193
一、深圳物业管理行业发展现状	193
二、深圳物业管理行业存在的问题	194
三、深圳物业管理行业问题解决思路	194
四、深圳物业管理模式	195
五、深圳物业管理发展的趋势	196
第二节 北京物业管理的发展	198
一、北京物业管理现状分析	198
二、北京市写字楼市场物业管理市场分析	198
三、北京市将规范物业服务管理收费相关问题	200
四、2015年北京185家物业未晒账单挨罚	200
五、2015年北京物业管理市场分析	201

第三节 上海物业管理的发展	202
一、上海物业管理市场分析	202
二、2015年上海物业管理企业公众满意度分析	203
三、2015年上海市物业服务行业存在的突出问题及若干建议	203
第四节 重庆物业管理的发展	206
一、重庆物业管理行业发展现状	206
二、2015年重庆物业50强权威发布	208
三、新版《物业管理条例》即将出台	209
四、重庆物业管理行业存在的问题	209
五、重庆物业管理行业问题解决思路	211
第五节 沈阳物业管理的发展	211
一、2015年沈阳出台物业招投标管理办法	211
二、2015年沈阳开评五星物业有效期两年	212
三、2015年《沈阳市物业服务履约保证金管理办法》起实施	214
四、2015年起沈阳物业公司要“晒账本”	215
五、《沈阳市人民政府办公厅关于加强住宅区物业管理的实施意见》	215
第六节 武汉物业管理的发展	221
一、《武汉市物业管理条例》（自2011年1月1日起施行）	221
二、2015年物业管理成武汉投诉“重灾区”	221
三、2015年武汉公布物业服务标准合同	222
四、2015年高端物业集体入市武汉上演豪门盛宴	223
第七节 广州物业管理的发展	223
一、2015年广州出台物业服务退出新《办法》	223
二、2015年广州出台物业管理办法	224
第八节 郑州物业管理的发展	225
一、郑州着力破解物业管理发展难题	225
二、2015年郑州市物业管理综合实力20强出炉	227
三、2015年郑州新物业管理办法有望出台	227
第九节 西部开发：物业管理也需要跨越式发展	228
一、西部物业管理现状	228
二、西部物管跨越式发展的必要性	229
三、西部物管跨越式发展的可行性	229

第十节 其他地区物业管理发展情况分析	230
一、江苏省物业管理发展分析	230
二、天津市物业管理发展分析	239
三、杭州物业服务行业发展分析	240
四、2015年《辽宁省物业管理条例》正式施行	242
五、2015年《山东省住宅物业服务收费管理办法》	242
六、2015年《四川省物业管理条例》亮点解读	244
第七章 物业管理行业竞争分析	246
第一节 物业管理的市场竞争分析	246
一、物业管理进入市场竞争的必然趋势	246
二、物业管理应对市场竞争分析	246
三、物业管理在竞争中走向成熟分析	248
四、2015中国物业服务百强企业	251
第二节 中国物业管理行业结构分析	253
一、潜在的进入者	253
二、替代品	255
三、购买者的讨价还价能力	255
四、供应者的讨价还价能力	256
五、行业内部现有竞争者的抗衡	257
第三节 物业管理中的品牌竞争探析	258
一、物业管理的品牌支撑点	258
二、物业品牌价值战略的定位	258
三、物业品牌的价值战略	259
第八章 物业管理行业重点企业分析	262
第一节 上海陆家嘴物业管理有限公司	262
一、企业概况	262
二、竞争优势分析	262
三、2014-2015年经营状况分析	262
四、2015-2020年公司发展战略分析	262
第二节 龙湖物业	263
一、企业概况	263
二、竞争优势分析	263
三、2014-2015年经营状况分析	263
四、2015-2020年公司发展战略分析	264

第三节 第一太平戴维斯	264
一、企业概况	264
二、竞争优势分析	264
三、2014-2015年经营状况分析	264
四、2015-2020年公司发展战略分析	265
第四节 仲量联行	265
一、企业概况	265
二、竞争优势分析	265
三、2014-2015年经营状况分析	266
四、2015-2020年公司发展战略分析	270
第五节 世邦魏理仕	271
一、公司概况	271
二、运营模式	272
三、品牌推广模式	277
第六节 戴德梁行	278
一、公司概况	278
二、运营模式	278
第七节 高力国际	280
一、公司概况	280
二、运营模式	281
三、品牌推广模式	286
第八节 深圳市万科物业服务有限公司（000002）	287
一、公司概况	287
二、运营模式	287
三、品牌推广模式	292
第九章 房地产行业分析、预测及与物业管理的关系	293
第一节 2014-2015年我国房地产业主要运行指标	293
一、土地开发及购置面积	293
（一）2014年土地购置与开发情况	293
（二）2015年土地购置与开发情况	294
二、房地产投资完成额	295
（一）2014年房地产开发投资分析	295
（二）2015年房地产开发投资分析	295

三、资金来源分析	296
(一) 2014年房地产开发企业资金来源分析	296
(二) 2015年房地产开发企业资金来源分析	297
四、房屋施竣工面积	298
(一) 2014年房屋施竣工面积	298
(二) 2015年房屋施竣工面积	298
五、国房景气指数分析	298
(一) 2014年国房景气指数分析	298
(二) 2015年国房景气指数分析	299
第二节 2014-2015年我国房地产市场运行状况	299
一、土地市场	299
二、房地产开发投资	301
(一) 2014年房地产业市场供给结构分析	301
(二) 2015年房地产业市场供给结构分析	302
三、商品房销售面积与销售额	303
(一) 2014年全国商品房销售面积与销售额情况	303
(二) 2015年全国商品房销售面积与销售额情况	304
四、房地产价格	304
(一) 2014年全国房地产市场价格变动情况	304
(二) 2015年8月全国房地产市场价格变动情况	307
五、商品房库存量	308
第三节 2015-2020年中国房地产发展环境分析	309
第四节 2015-2020年中国房地产发展预测	310
一、2015-2020年房地产市场刚需分析	310
二、2015-2020年我国房地产市场预测	310
三、2015-2020年中国楼市政策预测	311
第五节 房地产与物业管理的发展分析	312
一、物业管理公司与房地产开发企业关系的回顾与分析	312
二、房地产经营与物业管理的关系	315
三、优秀的物业管理是房地产开发业的图腾	316
四、2015年房地产市场环境对物业服务市场的影响	321
第六节 物业管理前期介入对房地产开发项目的影响	322

一、物业管理前期介入的内容及其运作过程	322
二、物业管理前期介入的现状与存在问题	323
三、改进物业管理前期介入的几点建议	324
第十章 2015-2020年行业发展策略探讨	326
第一节 中国物业管理发展的策略	326
一、物业管理的市场竞争与对策	326
二、物业管理当以构建和谐社会为己任	328
三、物业管理应成为和谐平衡器	331
四、增强物业管理企业市场竞争力的“三把利器”	332
第二节 我国物业管理企业品牌创新策略分析	334
一、物业管理品牌形象的构成要素	334
二、物业管理企业炼好内功的主要策略	335
三、物业管理企业外部传播策略	338
第三节 中国物业管理可持续发展战略分析	339
一、物业管理可持续发展的必要性	339
二、我国物业管理持续发展的对策	340
三、创新服务理念实现物业行业可持续发展	344
第四节 对调整转型期物业管理企业发展新战略的思考	347
第五节 物业管理跨区域发展的策略分析	351
一、初始规模不经济问题	351
二、拓展区规模效益问题	351
三、地域文化差异问题	352
四、本地化与特色化问题	352
五、人力资源本地化问题	352
第六节 酒店式服务管理策略研究	357
一、酒店服务管理研究	357
二、酒店式管理服务模式设计思路	357
三、酒店式服务管理可行性分析	358
四、酒店式服务管理策略研究	362
五、实行酒店式服务管理成功与不足之处	363
六、酒店式物业管理服务的案例	364
第十一章 2015-2020年企业经营策略探讨	366
第一节 我国经营性物业发展面临的困惑及对策	366
一、发展我国经营性物业的意义	366

二、发展经营性物业面临的困惑	366
三、促进我国经营性物业发展的对策	368
四、面对危机在高品质服务中寻找机遇	369
第二节 物业管理公司运营模式探讨	370
一、物业管理公司运营模式	370
二、现有商业模式的剖析	371
三、成功商业模式的共性	375
四、物业管理行业的个性	377
五、未来商业模式的构建	380
六、物业服务企业的选择	385
第三节 物业管理公司企业文化构建策略	388
一、建立物业管理企业文化的必要性	388
二、构建物业管理企业文化的几点建议	390
第四节 拓宽物管行业盈利空间策略	391
一、物业管理企业拓展盈利空间的理论思考	391
二、物业管理行业盈利能力的重新定位	394
三、物业管理企业盈利点的设计	395
四、浅析物业管理企业亏损现状及扭亏的建议	397
第五节 物业管理企业绩效管理分析	399
一、物业管理行业绩效管理的特点及要求	399
二、物业管理行业绩效管理现状分析	402
三、完善物业管理行业绩效管理的建议	406
第六节 物业管理企业成本的特点及管控分析	414
一、物业管理企业成本的特点	414
二、物业管理企业成本管理的现状	415
三、完善物业管理企业成本管控的对策	416
第七节 物业管理专项外委服务的选择与监管	419
一、物业管理专项外委服务招标方法分析	419
二、以委托服务的策划方案为评标重点的招标方法	420
三、以外委服务支出测算标准为重点的招标方法	420
四、建立科学的专项外委服务监管考核指标体系	421
五、加强专项外委服务合同履行执行与监督管理	421

六、外委各项服务的管理制度应完善到位	422
七、管理服务经费测算的指标体系	422
八、加强物管服务外委业务的日常管控	423
第十二章 2015-2020年物业管理行业发展趋势预测	424
第一节 网络时代的物业管理	424
一、网络对物业管理的影响	424
二、网络时代的客户需求及行为分析	425
三、网络时代的物业管理市场竞争策略	426
第二节 高校物业管理的发展趋势	428
一、高校住宅物业管理的现状	428
二、高校物业管理的发展趋势	429
第三节 2015-2020年中国物业管理的发展趋势 (ZY ZMW)	432
一、2015-2020年中国物业管理发展前景	432
二、2015-2020年中国物业管理发展趋势分析	434
三、未来中国物业管理发展的十大趋势	436
一.物业管理行业的进一步洗牌整合将成为发展趋势。有可能出现多个管理面积超过2000万平方米、营业收入超过亿元的超大型物业管理企业集团，甚至会出现管理面积超过5000万平方米或营业收入达到5至10亿元的物管大鳄。	
二.除了大型企业集团对所属物管企业的重组外，通过市场进行并购、联合、股份合作等整合形式也将会出现，并形成以经济因素为主要构件的新品牌实力，市场将向这些名牌企业最大限度地敞开胸怀。目前深圳、北京已有公司用并购的方式进行了重组和联合。	
三.业主大会、业主委员会制度将继续完善，管理体制逐步理顺，与物业管理公司的普遍对抗现象将出现舒缓。	
四.物业管理行业整顿将在各地出现，政府查出违规企业、行业协会自律性处罚，甚至企业退出机制都将浮出水面。企业自律、强化服务将是企业发展中的重要选择。	
五.物业管理企业内部管理将进一步加强，一些新兴公司和一些力求上进的老牌公司会导入三标一体综合管理体系，北京、上海、深圳都有三标一体标准进行认证。同时，大多数公司将注重服务，强化服务细节，争取业主的满意。三标一体包括ISO9001质量管理体系、ISO14001环境管理体系，OHSAS18001职业安全健康体系。	
六.物业管理费总体上可能停止跌回稳甚至可能出现轻微上浮。	
七.零管理费现象有可能继续出现并引发理性探讨甚至导出规范。	
八.物业管理专业咨询机构、社会中介机构和第三方公证机构参与物业管理活动将越来越多，社会化专业分工将越来越细。	

九.企业资产结构的多元化将发生变化，未来5—10年，民营企业、合伙制、职业经理人制将成为物业管理改制和发展的一个主流。

十.物业管理主流产品在市场竞争中开始分化，专业分工与存在形式将发生变化，资产管理公司和设施管理公司将以物业管理公司的姊妹形式出现。四、和谐物管是当代物业管理的发展方向 437

五、从开发商视角看物业管理企业的发展趋势 439

六、菜单式物业服务收费将成主导模式 442

七、资产管理：物业管理的发展趋势 443

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiyeguanli/J68941VVCN.html>