

2017-2023年中国商业地产 物业管理市场深度评估与投资前景分析报告

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

《2017-2023年中国商业地产物业管理市场深度评估与投资前景分析报告》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/fangdichan/V81894COYP.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

过去十多年以来，我国商服用地一直都占到房地产用地出让30%上下的比例。这个比例和社会真实需求是不匹配的（即使考虑开发商的确有自持物业不对外出售的情况）。商品房销售中，商业物业的销售占比一直都只在10%左右。

2004-2015年全国的商办物业广义可销售库存

年份	房屋可售库存	住宅可售库存	商业物业可售库存
2004	24.33	14.7	9.61
2005	27.73	16	11.7
2006	32.25	18.4	13.88
2007	39.39	21.1	18.28
2008	45.02	24.2	20.78
2009	47.86	25.8	22.05
2010	56.07	31.5	24.52
2011	67	39.5	27.46
2012	76.02	45.2	30.85
2013	88.24	52.8	35.44
2014	97.91	58.5	39.42
2015	100.89	59.1	41.82

智研数据研究中心发布的《2017-2023年中国商业地产物业管理市场深度评估与投资前景分析报告》共十四章。首先介绍了商业地产物业管理产业相关概念及发展环境，接着分析了中国商业地产物业管理行业规模及消费需求，然后对中国商业地产物业管理行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国商业地产物业管理行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国商业地产物业管理行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 商业物业概要 19

第一节 商业物业概述 19

一、商业物业的定义 19

二、商业物业属性与特点 19

（一）商业物业的属性 19

（二）商业物业的特点 20

三、商业物业的类型 21

（一）办公物业 21

（二）酒店物业 22

(三) 商贸物业 22

(四) 娱乐休闲物业 22

第二节 商业物业的物业服务模式 22

一、自建自管 22

二、自营与专业物业服务相结合 23

三、委托经营 23

第三节 商业物业的物业服务特点与内容 24

一、商业物业的物业服务特点 24

二、商业物业的物业服务要求 24

(一) 商业物业应具有良好形象 25

(二) 建立商业物业识别体系 25

(三) 商业物业安全服务要求高 26

三、商业物业的物业服务基本内容 26

(一) 楼宇与设备、设施养护及维修管理 27

(二) 环境卫生及绿化管理 27

(三) 安全服务管理 27

(四) 广告管理 27

(五) 装修管理 27

(六) 租赁管理 27

第二章 中国商业地产物业管理行业发展环境 29

第一节 2016年中国宏观经济环境分析 29

一、中国GDP增长情况分析 29

二、工业经济发展形势分析 30

三、社会固定资产投资分析 31

四、全社会消费品零售总额 32

五、城乡居民收入增长分析 34

第二节 中国商业地产政策环境分析 35

一、中国商业地产主要法律法规 35

二、房地产行业调控政策分析 35

三、中国房地产土地政策分析 38

第三节 中国物业管理行业法律法规及监管 40

- 一、物业管理行业主要法律法规 40
 - (一) 《物业管理条例》 40
 - (二) 《物业服务企业资质管理办法》 41
 - (三) 《物业服务收费管理办法》 43
 - (四) 《物业服务收费明码标价规定》 43
 - (五) 《物业服务定价成本监审办法》 44
 - (六) 《服务业十三五规划》 46

- 二、物业管理监管政策分析 46
 - (一) 物业管理市场主体的监管 46
 - (二) 物业管理市场客体的监管 47
 - (三) 物业管理市场价格的监管 47
 - (四) 物业管理市场竞争的监管 48
 - (五) 物业管理市场供求的监管 48
 - (六) 物业管理市场竞争的监管 49

第三章 2016年中国物业管理行业发展现状 50

第一节 物业管理市场发展概况 50

- 一、物业管理行业发展历程 50
 - 二、物业管理行业变化分析 50
 - 三、物业管理营业收入规模 52
 - 四、商业物业管理收入规模 53
- 2012-2015年中国商业物业管理营业收入

- 五、物业管理行业主要问题 53
 - (一) 经营成本急剧上涨 54
 - (二) 价格调整机制缺失 54
 - (三) 从业队伍人才匮乏 54
 - (四) 部分企业生存堪忧 54
 - (五) 服务理念有待端正 54
 - (六) 行业责任边界不清 55
 - (七) 业主大会制度实施难 55
 - (八) 地域发展不平衡 55

六、物业管理行业发展特点	55
七、物业管理发展推动因素	56
第二节 物业管理行业发展现状	57
一、物业管理法规体系	57
二、物业管理面积规模	57
三、物业管理企业数量	58
四、物业管理从业人员	59
五、物业管理百强企业排名情况	60
第三节 物业管理行业企业排名	62
一、综合实力TOP20	62
二、管理规模TOP20	63
三、资产规模TOP20	64
四、经营收入TOP20	65
五、利润规模TOP20	66
六、纳税总额TOP20	67
第四节 物业管理服务价格指数	68
一、物业管理服务指数模型	68
二、物业管理服务价格总指数	68
三、物业管理服务均价分析	69
四、物业服务分星级价格水平	70
第五节 物业管理市场开发策略	70
一、物业管理商业模式创新策略	70
二、物业管理企业经营策略分析	73
（一）战略服务经营模式	73
（二）内部专业化模式	73
（三）产业链条经营模式	73
（四）社区经济经营模式	74
（五）规模优势经营模式	74
（六）专业市场细分模式	74
（七）产品高端化经营模式	74
（八）成本优势竞争模式	75
（九）多元化经营模式	75

- (十) 兼并式发展经营模式 75
- 三、物业管理企业经营策略选择 75
- 四、中小物业管理企业经营策略 77
 - (一) 夯实基础 77
 - (二) 概念领先 78
 - (三) 服务领先 78
 - (四) 横向联合 78
 - (五) 创造品牌 79

第四章 写字楼物业管理 80

第一节 写字楼物业概述 80

- 一、写字楼的概念 80
- 二、写字楼物业的类型 80
 - (一) 写字楼物业发展历程 80
 - (二) 写字楼物业的类型 82
- 三、写字楼物业的特点 84

第二节 2016年中国写字楼投资建设分析 85

- 一、2016年办公楼投资建设分析 85
 - (一) 办公楼投资规模分析 85
 - (二) 办公楼施工面积分析 85
 - (三) 办公楼开工面积分析 86
 - (四) 办公楼竣工面积分析 87
- 二、2016年办公楼销售情况分析 87
 - (一) 办公楼市场景气度 87
 - (二) 办公楼销售面积分析 88
 - (三) 办公楼销售金额分析 89
 - (四) 写字楼销售价格分析 89
- 三、2016年写字楼投资收益分析 90
 - (一) 写字楼投资建设成本 90
 - (二) 写字楼运营管理成本 91
 - (三) 写字楼投资者类型情况 91
 - (四) 写字楼盈利模式分析 92

(五) 写字楼盈利模式因素 93

(六) 写字楼投资回报率分析 95

第三节 写字楼物业的物业服务方式与目标 96

一、写字楼物业的服务方式 96

(一) 委托服务型物业服务 96

(二) 自主经营型物业服务 96

(三) 专业服务企业的物业服务 97

二、写字楼物业的物业服务目标 97

(一) 创造安全舒适快捷工作与生活环境 97

(二) 应延长使用年限及其功能正常发挥 97

(三) 使物业保值、增值 98

第四节 写字楼前期物业服务内容 98

一、签订物业服务合同 98

二、制订物业服务方案 98

三、成立业主委员会 98

四、编写物业维修公约 98

五、制订规划并具体落实 99

六、做好物业的接管验收 99

第五节 写字楼物业营销租售管理 99

一、营销推广 99

(一) 写字楼的客户公关活动 99

(二) 写字楼的社会公关活动 101

二、租赁物业服务与经营管理 101

(一) 写字楼租赁合同的签订 101

(二) 写字楼租赁合同的执行 102

(三) 写字楼客户的选择 104

(四) 写字楼租金的确定 105

第六节 写字楼日常物业服务的内容 108

一、商务中心服务与管理 108

(一) 商务中心的设备配置 108

(二) 工作要求和程序 108

二、前台服务 109

三、设施设备管理 110

(一) 设备管理 110

(二) 维修与保养 110

(三) 设备的更新改造 110

四、安全服务与消防管理 110

(一) 安全服务 110

(二) 消防管理 111

(三) 日常消防工作 111

五、保洁管理 112

第七节 写字楼物业的安全服务 112

一、写字楼物业安全服务的重点 112

(一) 保持设备完好，运行正常 112

(二) 提供安全保障，常备不懈 113

二、写字楼物业安全服务工作规程 113

(一) 巡视检查制度 113

(二) 日常巡视管理制度 114

(三) 档案保密管理制度 115

(四) 贵宾接待制度 116

(五) 出入证管理制度 117

(六) 钥匙使用管理制度 118

第五章 商场物业管理 121

第一节 商场物业概述 121

一、商场物业的概念 121

二、商场物业的类型 121

三、商场物业的特点 122

第二节 中国购物中心投资建设情况分析 123

一、购物中心投资建设情况 123

(一) 购物中心发展阶段分析 123

(二) 购物中心数量增长分析 124

(三) 购物中心体量变化趋势 125

(四) 购物中心商铺数量分析 126

- 二、购物中心分布及城市竞争力 127
 - (一) 购物中心区域分布情况 127
 - (二) 购物中心分布特点分析 127
 - (三) 购物中心各城市竞争力 128
- 三、重点城市购物中心分布特征 130
 - (一) 上海购物中心分布特征 130
 - (二) 成都购物中心分布特征 131
 - (三) 郑州购物中心分布特征 132
 - (四) 南宁购物中心分布特征 133
- 四、三四线购物中心发展现状 133
 - (一) 三四线购物中心发展优势 134
 - (二) 三四线购物中心供应格局 135
 - (三) 三四线购物中心开发模式 137
 - (四) 三四线MALL短培育周期 138
- 第三节 商场物业的物业服务特点与内容 139
 - 一、商场物业的物业管理要求 139
 - 二、商场物业的物业服务基本内容 139
 - (一) 建立商场物业的识别体系 140
 - (二) 设施养护管理 140
 - (三) 环境卫生及绿化管理 140
 - (四) 安全服务 141
 - (五) 广告管理 143
 - (六) 装修管理 143
 - (七) 租赁管理 143
 - (八) 产权、债权关系 144
 - 三、商场物业的物业服务重点 144
 - (一) 安全服务 144
 - (二) 环境和车辆管理 145
 - (三) 设备设施的维修与管理 145
 - (四) 物业服务及时方便 145
- 第四节 商场物业的安全服务 145
 - 一、商场物业的安全服务特性分析 145

- (一) 商场物业安全服务的特点 145
- (二) 商场物业安全服务的重点 146
- 二、商场物业的安全服务组织机构 147
- 三、商场物业的安全服务规程 148
 - (一) 开、闭店安全服务制度 148
 - (二) 钥匙保管和使用规定 148
 - (三) 商场日常巡视制度 149
 - (四) 卸货区管理规定 150

第六章 零售物业管理 151

第一节 零售物业的物业服务概述 151

- 一、零售业态定义及分类原则 151
 - (一) 零售业态定义 151
 - (二) 零售业态的分类 151
 - 二、零售商业物业的定义与分类 152
 - (一) 零售商业物业的定义 152
 - (二) 零售商业物业分类 152
 - 三、零售商业物业的物业服务与经营内容 153
 - (一) 招商及承租户组合 153
 - (二) 零售技术 154
 - (三) 物业维护 154
 - (四) 营销 154
 - (五) 保险及风险管理 154
 - (六) 财务管理 155
 - 四、零售商业物业的物业服务与经营类型 155
 - (一) 策略与运行管理 155
 - (二) 现场管理 155
- ### 第二节 零售商业物业的租赁管理 156
- 一、租户选择 156
 - 二、租金确定与调整 157
 - (一) 基础租金 157
 - (二) 百分比租金 157

(三) 代收代缴费用和净租约 157

(四) 租金的调整 158

三、租约制定 158

(一) 关于每一独立承租单元的用途 158

(二) 限制经营内容相似的租户 158

(三) 限制租户在一定地域范围内重复设店 159

(四) 营业时间 159

(五) 公用面积的维护 159

(六) 广告、标志和图形 159

(七) 折让优惠 160

(八) 其他条款 160

第三节 零售商业物业的现场管理 160

一、策略与计划 160

(一) 现场管理策略 160

(二) 现场管理计划 161

二、现场管理范围 163

(一) 现场管理的基本范围和内容 163

(二) 需要特别界定的区域 163

三、现场管理目标 164

第四节 零售商业物业的风险管理和安全服务 164

一、零售商业物业的风险管理 164

(一) 风险种类及特点 164

(二) 风险防范 166

二、零售商业物业的安全服务 167

(一) 防火安全 167

(二) 安全服务 167

(三) 劳动安全 167

(四) 媒体风险防范安全 168

第五节 典型零售商业物业的物业服务与经营 168

一、大型百货商店的物业服务 168

二、商业街物业的物业服务与经营 168

(一) 建筑物与装修的维护 169

- (二) 商业街区配套设施、设备的维护 169
- (三) 消防与安全的管理 170
- (四) 环境管理 170
- (五) 车辆管理 170
- (六) 紧急事故的处理 170

第七章 批发商业物业管理 171

第一节 批发商业概述 171

一、批发商业的含义 171

二、批发商业的经营特点 171

- (一) 批量交易与批量作价 171
- (二) 批发商业交易的商品仍停留在流通领域 171
- (三) 批发商业交易双方购销关系相对稳定 172
- (四) 批发商业交易范围比较广 172
- (五) 批发商业朝着专业化方向发展 172

三、批发商业的职能 172

- (一) 集散商品 172
- (二) 调节供求 173
- (三) 商品加工 173
- (四) 融通资金 173
- (五) 传递信息 173
- (六) 承担风险 174

四、批发商业的类型 174

- (一) 按商圈规模分类 174
- (二) 按区域特性分类 175
- (三) 按经营范围分类 176
- (四) 按经营商品类型分类 178

五、批发商业管理的要求 180

- (一) 培育现代批发商业 180
- (二) 正确认识生产企业、零批关系 180
- (三) 加强批发商业规划和政策指导 180
- (四) 强化批发商品牌意识 180

(五) 建立共同采购和配送物流体系 181

第二节 中国批发市场现状分析 181

第三节 批发商业的物业形态与特征 181

一、批发商业物业的基本构成 181

(一) 房屋建筑形式 181

(二) 物业设备组成 182

(三) 停车场配套 182

(四) 其他配套设施 182

二、批发商业物业的结构类型 183

(一) 露天敞开型 183

(二) 室内敞开型 183

(三) 封闭型 183

(四) 综合型的物流中心 183

第四节 批发商业物业的基本管理 184

一、设备管理 184

(一) 设备管理的内容 184

(二) 设备管理的任务 184

(三) 设备的维护与维修 184

二、仓库管理 185

(一) 制订严格的管理制度 185

(二) 制订安全保卫制度 185

(三) 制订消防制度 185

三、安保管理 185

(一) 安全保卫工作 185

(二) 消防工作 186

(三) 车辆管理 186

第五节 批发商业物业的经营管理 186

一、批发市场的开发 186

(一) 利用周边批发商业环境 186

(二) 利用地段交通辐射的环境 188

(三) 新类型批发市场的开发 189

二、批发市场的营销 189

- (一) 目标市场决策 189
- (二) 产品编配和服务决策 189
- (三) 定价决策 190
- (四) 促销决策 190
- (五) 销售地点决策 190

第八章 酒店物业管理 191

第一节 酒店物业概述 191

一、酒店的定义 191

二、酒店物业的分类 191

- (一) 根据规模大小划分 191
- (二) 根据区域和地点划分 191
- (三) 根据营业接待时间划分 192
- (四) 按建筑档次和服务层次划分 192
- (五) 根据酒店物业服务与经营与产权关系划分 192
- (六) 根据接待对象和设备、设施条件划分 192

三、酒店的星级标准和级别 194

第二节 中国星级酒店发展分析 194

一、全国星级饭店发展概况 194

二、全国星级酒店经营情况 196

三、全国星级酒店分布状况 197

四、全国星级酒店区域分析 198

五、旅游城市星级酒店情况 200

第三节 酒店物业的物业服务与经营 203

一、酒店物业物业服务与经营的模式 203

- (一) 业主自己物业服务与经营的模式 203
- (二) 租赁物业服务与经营模式 203
- (三) 委托物业服务与经营模式 203
- (四) 联号经营 204

二、酒店物业的物业服务与经营要求和重点 204

- (一) 酒店物业的物业服务与经营要求 204
- (二) 酒店物业的物业服务与经营重点 205

第四节 酒店物业的物业服务与经营内容 205

一、酒店物业物业服务与经营特点 206

- (一) 服务质量要求高 206
- (二) 客人流动频繁 206
- (三) 服务时间不确定 206
- (四) 服务对象复杂 206
- (五) 设施维修养护时间性强 207
- (六) 总体协调性要求高 207

二、酒店物业物业服务与经营内容 207

- (一) 客人接待服务 207
- (二) 酒店物业设备设施的维修养护 207
- (三) 酒店物业的钥匙管理 208
- (四) 酒店物业的保洁服务 208
- (五) 酒店物业的公共安全服务 209
- (六) 酒店物业的消防管理 209
- (七) 酒店物业的绿化管理 210
- (八) 其他服务项目 210

第五节 酒店物业的设备管理 210

- 一、设备管理制度 210
- 二、设备的使用管理 211
- 三、设备的维护保养管理 211

第六节 酒店物业的安全服务 211

- 一、酒店物业安全服务内容 212
- 二、酒店物业安全服务工作要求 212
- 三、酒店物业安全服务制度 213

第七节 酒店物业的保洁管理 215

- 一、酒店物业保洁工作特点 215
- 二、酒店物业保洁管理基本原则与要求 216
 - (一) 酒店物业保洁管理基本原则 216
 - (二) 酒店物业保洁管理的基本要求 217
- 三、酒店物业保洁管理内容 217
 - (一) 酒店物业保洁项目 217

- (二) 酒店物业保洁重点区域 217
- 四、酒店物业保洁管理方法与措施 218
 - (一) 酒店物业保洁管理的方法 218
 - (二) 酒店物业保洁管理基本措施 219

第九章 会展物业管理 221

第一节 会展业的概述 221

一、会展与会展经济 221

- (一) 会展概念 221
- (二) 会展经济的定义 221
- 二、会展经济对城市发展的影响 222
 - (一) 会展业对交通通讯业带动效应 222
 - (二) 会展对旅游业的带动效应 222
 - (三) 会展业对零售业的带动效应 223
 - (四) 会展业对酒店业的带动效应 223

三、会展物业的类型 223

- (一) 单一展览功能的会展物业 223
- (二) 以酒店为主体的会展物业 223
- (三) 综合性的会展中心 224

第二节 2016年中国会展业发展情况分析 224

一、会展业发展基本状况 224

二、展会地域分布分析 225

三、会展业存在问题分析 227

- (一) 行业发展缺乏规划 227
- (二) 市场秩序有待规范 227
- (三) 行业结构亟待优化 227
- (四) 发展环境有待优化 228

四、会展行业发展趋势 228

- (一) 国际化进程加快 228
- (二) 各级政府更加重视 229
- (三) 会展综合体建设兴起 229
- (四) 信息化技术广泛应用 230

(五) 行业融合共赢发展 230

(六) 专业化程度不断推进 230

五、对策措施及政策建议 231

(一) 加强对展会引导支持 231

(二) 积极培育骨干企业 231

(三) 引进国际先进经验 231

(四) 夯实行业发展基础 232

(五) 推动加强行业自律 232

第三节 会展物业的物业服务与经营内容 232

一、现代会展物业的特征 232

(一) 场馆规模宏大 232

(二) 服务设施齐全 232

(三) 智能化水平高 233

(四) 设计以人为本 233

(五) 布局经济实用 233

(六) 政府大力支持 234

二、会展业物业服务与经营的特点 234

(一) 运作机制灵活 234

(二) 专业化程度高 234

(三) 经营开放性强 235

(四) 注重协同发展 235

三、会展物业的物业服务与经营的内容 236

(一) 日常物业服务与经营 236

(二) 现场管理 237

第四节 会展物业的前期管理 238

一、会展物业的规划与设计管理 238

二、会展物业的建设管理 238

第五节 会展物业的现场管理 239

一、会展物业的安全服务 239

二、会展物业的现场组织管理 239

(一) 展前准备 239

(二) 计划分配 239

(三) 标识、导视的制作与布置 240

(四) 布展装修管理 240

(五) 货运车辆管理 240

(六) 提供咨询及其他服务 240

(七) 展品管理 241

三、会展物业的物流管理 241

第十章 会所物业管理 242

第一节 会所概述 242

一、会所的定义 242

二、会所物业的类型 242

(一) 按所处的地理位置划分 242

(二) 按经营的经济目标划分 243

三、会所物业的定位 243

四、会所物业的设计与布局 244

五、会所物业的经营项目 244

(一) 康体项目 244

(二) 休闲项目 245

(三) 娱乐项目 245

第二节 会所物业的物业服务与经营原则和方式 245

一、会所物业的物业服务原则 245

(一) 安全和卫生原则 245

(二) 合理配套的原则 245

(三) 突出特色的原则 246

二、会所物业的经营方式 246

(一) 招商 246

(二) 自营 246

(三) 合作 246

第三节 会所物业的物业服务与经营内容 246

一、前期介入阶段的管理 246

二、日常阶段管理内容 247

三、会所物业的设施制度 248

- (一) 日常保养 248
- (二) 一级保养 248
- (三) 二级保养 248

第十一章 工业物业管理 250

第一节 工业园区概述 250

- 一、工业园区概述 250
- 二、工业园区用途 250
- 三、工业地产行业态势分析 250
 - (一) 工业地产发展历程分析 250
 - (二) 工业园区单位产值分析 251
 - (三) 工业地产投资特点分析 252
 - (四) 工业地产兴起因素分析 253

第二节 工业园区物业基本管理 254

- 一、工业物业管理概述 254
- 二、工业物业管理原则 254
 - (一) 统一管理 with 独立管理相结合 254
 - (二) 专业管理 with 自治管理相结合 255
 - (三) 物业管理 with 经营服务相结合 255
- 三、工业物业管理的特点 255
 - (一) 生产用房的管理是重点 255
 - (二) 辅助配套管理工作复杂 256
 - (三) 险情的出现难以预料 256
 - (四) 清洁工作难度较大 256
 - (五) 治安保卫和消防工作要求高 256
 - (六) 需提供多方位的社会化服务 256

第三节 工业物业管理的内容 257

- 一、工业区各单位的管理 257
- 二、工业区公用部位管理 257
- 三、工业区设施设备管理 258
- 四、工业区环境管理 258
- 五、工业区治安管理 260

- 六、工业区消防管理 261
- 七、工业区车辆管理 262
- 八、工业区物业管理服务 262

第十二章 医院物业管理 263

第一节 医院物业的概述 263

- 一、医院物业概述 263
- 二、医院机构数量 263
- 三、医院物业的特点 263
 - (一) 服务管理计划性 263
 - (二) 效益追求经济性 264
 - (三) 服务对象双重性 264
 - (四) 日常管理挑战性 264
 - (五) 服务项目专业性 265
 - (六) 安全服务特殊性 265
 - (七) 设备运行连续性 266

第二节 医院物业的物业服务内容和要求 267

- 一、医院物业的物业服务基本内容 267
 - (一) 医疗设备设施管理 267
 - (二) 环境卫生保洁管理 267
 - (三) 医疗的辅助服务 267
 - (四) 安全服务 268
 - (五) 病区被褥用品洗涤及供应管理服务 268
 - (六) 医院的其他服务项目 268
- 二、医院物业的物业服务要求 269
 - (一) 环卫保洁工作 269
 - (二) 消毒杀菌工作 270
 - (三) 饮食管理 270
 - (四) 设备设施的维修养护 270
 - (五) 安全服务工作 271

第三节 医院物业的保洁服务 272

- 一、医院物业的保洁工作 272

二、医院物业的消毒杀菌管理作用规程 273

第十三章 商业物业的拓展管理 274

第一节 物业管理的招标与投标 274

一、物业管理招投标概述 274

(一) 物业管理招标与投标的含义 274

(二) 物业管理招投标的基本原则 274

二、物业管理招标 275

(一) 物业管理招标的主要方式 275

(二) 物业管理招标的程序 276

(三) 物业管理招标文件的编制 277

(四) 物业管理招标标底的确定 277

三、物业管理投标的基本目的和原则 278

四、物业管理投标的基本策略 280

(一) 攻势策略 280

(二) 守势策略 280

(三) 低成本策略 280

(四) 差异化策略 281

(五) 谋求发展策略 281

(六) 广告宣传策略 281

(七) 形象包装策略 281

五、物业管理投标的程序 281

(一) 投标前期工作 281

(二) 投标实施阶段 283

(三) 定标后的工作 285

六、物业管理投标书的编写 286

(一) 物业管理投标书的组成 286

(二) 物业管理投标书的主要内容 286

第二节 物业管理的早期介入与接管验收 287

一、物业管理的早期介入 287

(一) 物业管理早期介入的含义 287

(二) 物业管理早期介入的意义 288

(三) 物业管理早期介入的主要内容	289
二、物业竣工验收	290
(一) 物业管理企业在竣工验收中的职责	290
(二) 竣工验收的实施	290
(三) 竣工验收后的物业保修	292
三、配套工程完善和遗留问题改造的管理	293
第三节 物业管理企业的选择与评价	293
一、物业管理企业的视觉形象	293
(一) 视觉形象的含义	293
(二) 实施视觉形象体系的意义	294
(三) 物业管理企业良好品牌的建立	294
二、选择物业管理企业的指标	295
三、物业管理工作的评价	296
第十四章 2017-2023年中国商业地产物业管理投资前景	298 (ZY CW)
第一节 2017-2023年中国物业管理行业发展方向	298
一、规范物业管理市场秩序	298
二、完善物业管理行业立法	298
三、摆正物业管理企业定位	299
四、健全物业管理价格机制	299
五、推动物业管理转型升级	299
六、提升从业人员整体素质	299
七、树立标杆企业带动发展	300
第二节 2017-2023年物业管理行业前景分析	300
一、物业管理行业扩展分析	300
二、物业顾问服务前景广阔	301
三、物业管理行业前景走向	304
第三节 2017-2023年商业物业管理行业前景预测	305
一、中国商业地产发展前景预测	305
二、物业管理营业收入预测	308
三、商业物业管理营业收入预测	308

图表目录：

- 图表1 2016年国内生产总值构成及增长速度统计 29
- 图表2 2009-2016年中国国内生产总值及增长变化趋势图 30
- 图表3 2016年规模以上企业工业增加值增长速度趋势图 31
- 图表4 2009-2016年中国全社会固定资产投资增长趋势图 32
- 图表5 2009-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 33
- 图表6 2016年中国主要消费品零售额及增长速度统计 33
- 图表7 2009-2016年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 34
- 图表8 2009-2016年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图 35
- 图表9 中国商业地产主要法律法规 35
- 图表10 2010-2016年中国物业管理营业收入 53
- 图表11 2010-2016年中国商业物业管理营业收入变化趋势图 53
- 图表12 中国物业管理法律法规体系 57
- 图表13 各地区物业管理面积 58
- 图表14 各地区物业管理公司数量 59
- 图表15 各地区一级资质物业管理公司数量 59
- 图表16 各地区物业管理行业从业人员数量 60
- 图表17 2016年中国物业管理百强企业名单 60
- 图表18 2016年度中国物业管理企业综合实力TOP20排名 62
- 图表19 2016年度中国物业管理企业管理规模TOP20排名 63
- 图表20 2016年度中国物业管理企业资产规模TOP20排名 64
- 图表21 2016年度中国物业管理企业经营收入TOP20排名 65
- 图表22 2016年度中国物业管理企业利润总额TOP20排名 66
- 图表23 2016年度中国物业管理企业纳税总额TOP20排名 67
- 图表24 中国物业服务价格指数系统 68
- 图表25 2016年城市物业价格指数 69
- 图表26 2016年中国十大城市物业服务均价 69
- 图表27 2016年中国十大城市分星级物业服务价格 70
- 图表28 2010-2016年中国办公楼投资完成额变化趋势图 85
- 图表29 2009-2016年中国办公楼施工面积变化趋势图 86
- 图表30 2009-2016年中国办公楼新开工面积变化趋势图 86
- 更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fangdichan/V81894COYP.html>