

2006年中国物业管理行业研究咨询报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2006年中国物业管理行业研究咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/fangwuzhuangshi/2792727927.html>

报告价格：电子版: 6300元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7300

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

内容简介目前全国实行物业管理的房屋面积超过100亿平方米，物业管理覆盖率已接近50%，北京等较发达城市的覆盖率达70%，深圳、上海已达90%以上。上述3座城市物业管理企业创造的产值已占当地国民生产总值的2%左右。全国物业管理企业已超过3万家，其中一级资质企业300多家，从业人员超过300万人。物业管理行业在快速发展的过程中，也遇到诸多的困难和压力，暴露出一系列的问题和矛盾：行业公信受到质疑；相关主体矛盾频发；有关制度尚待落实；市场机制有待完善；执法困境没有解决；行业风险日益加剧。以北京为例，随着北京许多商品房项目的陆续入住，许多项目的物业问题逐渐暴露，一时间，包括许多明星楼盘在内的住宅项目都出现了业主与开发商、物业公司的矛盾。从拒交物业费到堵塞小区交通，甚至出现了张挂横幅、破坏小区公共设施的事情，北京商品房小区的矛盾焦点已经开始从过去的房屋质量转向物业管理。2006年9月的美丽园事件就凸显出当前物业管理问题的严重。在当前经济全球化加快、市场竞争加剧和WTO环境下，国外先进的物业管理企业纷纷进入国内，这些都使得我国的物业管理企业面临激烈的市场竞争。内部是企业的无序非正当竞争，外部来自宏观大环境如法制环境的不完善、政府导向的干预等，外部微观有具有资金雄厚、技术先进、管理超前的外资狼，例如美国的为您服务与澳洲的商务年华等以及机制灵活、拥有成本优势的民营物业管理企业等等，还有在物业管理发展较成熟的地区，竞争不断加剧，竞争日趋白热化。中国物业管理行业经过20多年的发展，逐步从产品时代演变到品牌时代。进入21世纪以来，随着中国房地产业的迅速发展，我国的物业管理高端、中端与低端市场层次逐步显现，物业管理企业要想在激烈的市场竞争中胜出，就必须基于细节，完美创新品牌的知名度、美誉度、忠诚度，这是当前物业管理企业战略思维与现实抉择。我国物业管理覆盖率还比较低。除现有住宅小区必须进行物业管理外，大范围的后勤服务社会化定会给物业管理更加广阔的发展空间。仅就广州而言，到2006、2007年年底，广州市旧城区物业管理覆盖率将分别达到50%和75%。本研究咨询报告依据国家统计局、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、中国行业研究网、国内外相关刊物的基础信息以及产业研究单位等公布和提供的大量资料。本报告对国内外物业管理行业市场的发展现状、趋势、投资前景等进行了分析，并对中国重点城市物业管理的发展做了具体分析，深入研究了物业管理优势企业的发展、经营状况。是物业管理企业及相关企业和单位、计划投资于物业管理的企业等准确了解目前中国物业管理市场发展动态，把握物业管理发展趋势，制定市场策略的必备的精品。目 录CONTENTS第一部分

国外物业管理发展分析第一章	物业管理的相关概述	1	第一节	物业管理的介绍	
1一、物业管理的定义			1二、	物业管理的主要内容	
1三、中外物业管理起源、历史、发展对比			2	第二节	物业管理产权理论分析
4一、产权理论简介			4	二、	物业管理产生的产权理论解释
5三、我国物业管理发展的产权理论解释	7	第二章	国外	物业管理的	发展情况分析
			10	第一节	

国外物业管理的发展综述	10一、国外住宅区的物业管理概览	10二、国外物业管理的特点
12第二节 美国	13一、美国的物业管理概况	13二、美国物业管理的主要特点
18三、美国的楼宇星级管理	21四、美国物业管理企业的经费运作概况	22第三节 新加坡
26一、新加坡小区的物业管理	26二、新加坡的共管式物业管理	28第四节 澳大利亚
29第五节 香港	32第二部分 中国物业管理发展分析	第三章 中国物业管理的发展
39第一节 中国物业管理的发展历程	39一、中国物业管理的产生与发展	39二、中国物业管理的三个阶段
47一、中国物业管理发展现状综述	47二、中国物业管理发展的影响因素	40第二节 中国物业管理的现状分析
72三、中国物业管理的问题与对策	74四、中国物业管理与世界先进模式的差距	83第三节 中国物业管理行业结构简析
89一、潜在的进入者	89二、替代品	91三、购买者的讨价还价能力
92四、供应者的讨价还价能力	92五、行业内部现有竞争者的抗衡	93第四节 物业管理企业亏损问题探讨
94一、物业管理亏损的原因	94二、物业管理亏损的解决方法	96第五节 中国物业管理可持续发展战略分析
99一、宏观政策对物业管理可持续发展的导向	99二、适应可持续发展要求需建立的行业政策规范	102三、构建开放的产业结构体系。
104四、促成企业结构优化	107五、完善市场监管体系。	108六、构建强大的技术支撑体系。
109第六节 物业管理消费分析	112一、物业管理消费的特征和功能	112二、物业管理消费满意度分析
116三、物业管理的消费者分析	120第四章 物业管理招投标的发展	137第一节 物业管理招投标方式分析
137一、物业管理行业的健康发展需要推行招投标	137二、招投标过程中急需解决的一些问题	140第二节 物业管理招投标中面临的误区
142一、招投标形式的误区	142二、标书的误区	144三、价格的误区
145第三节 物业管理招投标中存在的问题及对策	147一、当前在物业管理招投标中存在的主要问题	147二、物业管理招投标中存在问题的原因分析
148三、矫正物业管理招投标中不正当竞争的对策	148第四节 前期物业管理招投标的难点及对策	149一、现状及分析
150二、解决问题的对策	151第五节 理顺物业管理招投标关系的思考	153第五章 中国主要地区物业管理的发展
158第一节 深圳	158一、深圳物业管理发展概况	158二、深圳物业管理的现状与发展趋势
171三、深圳物业管理服务收费管理规定	177第二节 北京	184一、北京物业管理的发展综述
184二、北京物业管理的收费规定	184三、北京市物业管理的收费分析	185四、北京物业管理企业即将进入盘整期
186第三节 上海	189一、上海物业管理的总体透视	189二、上海物业管理价格的市场化升速
197三、上海民营物业管理企业发展现状	201四、上海民营物业管理企业面临的问题	204五、上海民营物业管理企业发展的对策
207六、上海物业管理规划	210七、上海历史建筑物业管理研究	221第四节 广州
232一、广州市物业管理招投标的概况		

232二、广州出现的物业管理新模式	233第五节	济南	237一、市场综述
237二、物管公司类别	238三、住宅市场物业管理费	239四、物业配套	240第六节 广西
242一、各市有关物业管理配套规章			制度建设情况
243二、各市物业管理现状及行业基本情况	243三、法规在执行过程中的难点和存在问题		
245四、各市物业管理方面热点难点问题	246五、物业管理发展对策	249第七节	西部地区
251一、西部地区物业管理发展现状、问题与对策	251二、重庆物业管理的发展概况		
254三、重庆物业管理发展趋势展望	258第三部分	中国物业管理竞争分析第六章	
中国物业管理的竞争分析	265第一节	物业管理竞争概况	
265一、物业管理行业的SWOT分析	265二、物业管理企业核心竞争力的构建		
268三、物业管理的市场竞争与对策	271四、物业管理民企与国企的竞争	275第二节	
物业管理的品牌竞争分析	280一、品牌和物业管理品牌	281二、创建物业管理品牌的条件	
282三、创建物业管理品牌的必然性	283四、创建物业管理品牌的策略		
286五、物业管理进入品牌竞争时代	291六、物业管理品牌战略分析		
292七、物业管理的发展与竞争趋势的分析	302第七章	重点企业分析	306第一节
上海陆家嘴物业	306一、公司简介	306二、品牌建设	307第二节
308一、公司简介	308二、经营情况	309第三节	天鸿集团
311二、集团物业管理的实践和发展	313三、集团物业管理品牌的发展	317第四节	中海物业
323一、公司简介	323二、中海物业管理模式的特点		
324三、新形象促进中海物业品牌发展战略	326第五节	万厦居业	327一、公司简介
327二、市场策略	329第六节	万科物业	333一、公司概况
334三、管理目标	336四、核心价值观	337第七节	招商局物业
337二、竞争优势	338第八节	鹏基物业	341第四部分
中国房地产行业	343第一节	2005年中国房地产市场形势分析	343一、房地产投资情况分析
343二、房地产价格分析	346三、房地产市场的问题与原因分析	349第二节	
2006年中国房地产市场分析	352一、2006年上半年房地产开发情况		
352二、2006年房地产市场价格的的基本情况	353三、2006年下半年走势的判断分析		
354第三节	房地产经营与物业管理的关系	357一、物管是房地产综合开发过程中的重要环节	
360二、物管是房地产开发企业实施品牌战略的重要内容			
361三、只有通过市场竞争，才能提高物管服务水平	363第九章	物业管理的发展趋势	
365第一节	“国六条”对物业管理行业的影响	365第二节	物业管理企业如何应对WTO
366一、坚强的后台支持	367二、强烈的竞争意识	367三、鲜明的企业文化	
368四、疏通和理顺物业管理政策法规	369五、借鉴国外物业管理市场先进经验		
370六、整顿和规范物业管理行业管理	371七、实施人才战略	372第三节	
网络时代的物业管理	373一、网络对物业管理的影响		
373二、网络时代的客户需求及行为分析	376三、网络时代的物业管理市场竞争策略		

376	第四节	高校物业管理的发展趋势	378	一、	高校住宅物业管理的现状
379	二、	高校物业管理的发展趋势	380	第五节	物业管理行业的发展趋势
385	一、	物业管理市场结构的调整	385	二、	中国数字社区发展趋势
389	三、	国内物业管理市场的发展趋势	394	四、	物业管理行业的发展趋势
396	五、	物业管理企业的发展趋势	401	六、	中小型民营物业管理企业发展思路
404	图表目录图表：传统房屋管理与现代物业管理的区别				
8	图表：美国注册物业经理的平均时间分配		24	图表：美国注册物业经理的各类收入比例	
25	图表：美国注册物业经理在各项地产行业的比例		25	图表：全国物管面积与物管率	
48	图表：2006年宜居指数一级指标得分比较		116	图表：社区空间满意度比较	
117	图表：物业管理满意度调查		118	图表：物业管理不满意的方面	
118	图表：受访者业主性别构成的分析情况				
120	图表：消费者对物业管理服务满意程度的分析				
121	图表：服务满意程度与性别进行相关分析		122	图表：服务满意程度与年龄进行相关分析	
122	图表：消费者对住宅物业管理希望的分析				
123	图表：消费者年龄与物业管理方式的交叉分析				
124	图表：消费者对小区物业管理费用接受程度的分析				
125	图表：受访者性别与管理费用接受程度的分析				
126	图表：受访者年龄与管理费用接受程度的分析				
126	图表：受访者对于小区安全防范措施需求的分析				
127	图表：受访者对小区智能化管理需求情况的分析				
128	图表：受访者性别与智能管理的交叉分析		128	图表：受访者年龄与智能管理的交叉分析	
129	图表：受访者对智能化管理作用的分析				
129	图表：对于物管服务项目认为最有必要的分析情况				
130	图表：对于物管服务项目认为最没有必要的分析情况				
130	图表：受访者的年龄与最有必要服务项目进行交叉分析				
131	图表：受访者的年龄与最没有必要服务项目进行交叉分析				
132	图表：各项物管服务项目之间重要程度的交叉分析				
133	图表：各项物管服务项目与满意程度的相关分析				
133	图表：业主满意度回归分析（方程模型）		135	图表：业主满意度聚类分析	
135	图表：深圳市2005年获得国家一级物业管理资质的企业				
172	图表：2005年深圳市荣获获得全国物业管理示范住宅小区（大厦、工业区）企业				
172	图表：深圳市物业管理行业综合实力二十强		173	图表：济南物业公司类别	
238	图表：济南市场购房者性别比例		240	图表：济南市场不同建筑形态比例	
240	图表：济南市场社区内配套情况		241	图表：济南市场社区内智能化配套情况	
242	图表：中国物业管理公司100强		277	图表：中国物业管理公司100强（续1）	

278图表：中国物业管理公司100强（续2） 279图表：中国物业管理公司100强（续3）
280图表：业主最关心的服务内容 297图表：不同物业公司的客户沟通机制
298图表：北京市写字楼物业与发展商的关系 300图表：物业公司服务内容的三个层次
301图表：2004-2005年商品住宅供给状况 344图表：2005年各月累计空置房面积增长情况
344图表：2005年1-12月房屋投资结构345图表：2005年部分地区房地产投资结构变化情况
345图表：2004-2005年新建房屋价格同比上涨情况
346图表：2004-2005年住宅价格上涨趋势
347图表：一些城市新建商品住宅销售价格同比上涨幅度变化情况
348图表：2006年上半年全国房地产开发情况 352图表：物业管理服务代理集成商的模式
399

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangwuzhuangshi/2792727927.html>