

# 2007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](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2007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/xiantiyongpin/2973029730.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。以上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。可见，物业管理在我国发展快速，市场广阔，潜力无穷。然而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。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。21世纪社会对物业管理的需求，既是多元化的综合需求，又是个性化的需求；既有物业本身的需求，又有物业使用人建立在物业基础上的需求，纷繁复杂。在众多的各种需求里面，有一个共同的核心需求：人为适应生存和发展而产生的需求。它要求社会诸多功能在个性化及个人领域得到延伸，以便更好地通过使用物业连接人与社会。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2007年年底，广州市旧城区物业管理覆盖率将达到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

国内外物业管理发展概况第一章	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、物业管理服务的内容		1三、物业管理七大特色		
3四、中外物业管理发展历史对比	5	第二节	国内外物业管理基本特征的比较		
7一、国外物业管理的基本特征分析	7二、国内物业管理的基本特征分析	10	第三节		
物业管理产权理论分析	12一、产权理论简介	12	二、物业管理产生的产权理论解释		

12三、我国物业管理发展的产权理论解释	14第二章 国际物业管理的发展分析	17第一节
国外物业管理的发展综述	17一、国外住宅区的物业管理概览	17二、国外物业管理的特点
19三、国外最新物业管理形式	20四、国际传媒业办公大楼管理技巧	22五、国外物业税特点
31第二节	美国物业管理的发展情况	32一、美国的物业管理概况
32二、美国物业管理的主要特点		37三、美国物业管理收费制度
40四、美国物业管理的服务宗旨	43五、美国物业管理企业的经费运作概况	44第三节
新加坡物业管理的发展情况	48一、新加坡物业管理概况	48二、新加坡的共管式物业管理
50第四节	澳大利亚物业管理的发展情况	52一、澳大利亚物业管理的主要特点
52二、澳大利亚物业管理特色	55第五节	德国物业管理的发展情况
56一、德国物业管理服务简介	56二、德国物业管理的特色	58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概括	59第一节 中国物业管理发展历程
59一、中国物业管理的产生与发展		59二、中国物业管理的三个阶段
60三、我国物业管理面临的主要矛盾	67第二节	中国物业管理行业结构分析
70一、潜在的进入者	70二、替代品	72三、购买者的讨价还价能力
73四、供应者的讨价还价能力	73五、行业内部现有竞争者的抗衡	74第三节
物业管理的法律特色与完善	74一、物业纠纷类型	74二、物业纠纷的法律特征
75三、物业纠纷的法律分析		77四、物业纠纷的解决办法及国外经验
78五、物业管理市场纠纷的信息经济学分析		
80六、物业管理的市场化是解决物业矛盾纠纷的根本办法	83第四节	物业管理行业风险
87一、物业管理风险的表现形式	87二、物业管理风险的规避方式	89第五节
中国物业管理可持续发展战略分析		92一、物业管理可持续发展的必要性
92二、我国物业管理持续发展的对策		94三、物业管理可持续发展战略
98四、创新服务理念实现物业行业可持续发展	103第六节	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
110三、物业管理的消费者分析	114第七节	中国物业管理的发展模式分析
130一、酒店式物业管理模式简析		130二、服务集成型物业管理模式分析
131三、物权法实施后物业管理有新模式	135第八节	中国物业管理发展的策略
136一、物业管理的市场竞争与对策		136二、物业管理当以构建和谐社会为己任
140三、物业管理应成为和谐平衡器	142四、增强物业管理企业市场竞争力的“三把利器”	
144第四章 物业管理的费用分析	147第一节 物业管理费的介绍	147一、物业管理费的构成
147二、物业管理费的收费标准		148三、物业管理费的主要用途
150四、物业管理消费的特征和功能	151第二节	2006年我国物业管理价格指数分析
155一、2006年35个大中城市物业管理价格指数		155二、2006年1-4季度物业管理价格指数
155第三节	拓宽物管行业盈利空间	156一、物业管理企业拓展盈利空间的理论思考
157二、物业管理行业盈利能力的重新定位	160三、物业管理企业盈利点的设计	161第四节

物业管理企业绩效管理分析	163一、物业管理行业绩效管理的特点及要求
164二、物业管理行业绩效管理现状分析	167三、完善物业管理行业绩效管理的建议
171第五节 物业管理企业成本的特点及管控分析	180一、物业管理企业成本的特点
180二、物业管理企业成本管理的现状	182三、完善物业管理企业成本管控的对策
183第六节 物业管理的经济环境分析	186一、物业管理的经济分析
186二、物业管理行业亟待“第三方机构”出现	190三、物业税的核心是找到平衡点
194四、2007年物业税开征必须解决三个问题	195五、物业管理费回归市场是大势所趋
198第七节 物业管理费用收取存在的问题及对策	200一、收费难的现状及其原因
200二、解决收费难的基本思路	203三、物业服务收费矛盾纠纷的成因
205四、物业服务收费矛盾解决的基本思路与对策	210五、解决物业收费难完善法规是关键
215第五章 物业管理招投标的发展	217第一节 物业管理招投标机制的综述
217一、物业管理招投标的重要性及其意义	217二、实施物业管理招投标所面临的主要问题
219三、物业管理招投标的特点及其要点	221第二节 中国物业管理招投标方法的分析
226一、我国物业管理三种招标方法分析	
226二、市场化的物业管理如何科学的开展招标投标	230第三节
物业管理招投标存在的问题及对策	233一、当前在物业管理招投标中存在的主要问题
233二、物业管理招投标中存在问题的原因分析	234三、实施物业管理招投标的措施
234四、完善物业管理招投标的六点建议	237五、物业管理招投标策略分析
241第六章 中国主要地区物业管理的发展	243第一节 深圳物业管理的发展
243一、深圳物业管理的现状	243二、深圳物业管理模式
245三、深圳物业管理发展的趋势	246四、深圳物业管理服务收费管理规定
248五、2006年深圳物业管理行业十强排名	
255第二节 北京物业管理的发展	255一、北京物业管理的发展综述
255二、北京物业管理现状分析	256三、北京市物业管理的收费分析
258第三节 上海物业管理的发展	259一、上海物业管理的总体透视
259二、上海物业管理价格的市场化升速	267三、“十一五”上海物业管理规划
271四、2010年世博会与构筑“陆家嘴物业”国际知名品牌的策略	279第四节
广西物业管理的发展	283一、各市有关物业管理配套规章 制度建设情况
283二、各市物业管理现状及行业基本情况	283三、法规在执行过程中的难点和存在问题
285四、各市物业管理方面热点难点问题	286五、物业管理发展对策
289第三部分 中国物业管理竞争及关联行业分析第七章	行业重点企业分析
293第一节 上海陆家嘴物业管理有限公司	293一、公司简介
293二、公司动态	294第二节
第一太平戴维斯	295一、公司简介
295二、公司经营策略	295第三节 北京天鸿集团
297一、集团简介	297二、集团物业管理的实践和发展
299第四节 中海物业	
303一、公司简介	303二、公司动态
303第五节 深圳市万厦居业有限公司	304一、公司简介
304二、公司动态	305第六节 万科物业管理有限公司
307一、公司概况	307二、最新动态

308第七节 招商局物业管理有限公司	309一、公司简介	309二、最新动态	311第八节
深圳市鹏基物业管理有限公司	313第八章	中国房地产行业	314第一节
中国房地产业发展现状	314一、2007年房地产仍是经济形势风向标		
314二、2007年房地产发展面临四大挑战	317三、2007年房地产行业欲再掀狂潮	319第二节	
2007年中国房地产市场分析	321一、2006年经济运行分析	321二、2007年经济运行分析	
325三、2007年上半年房地产开发投资热度不减			
327四、2007年1-5月全国房地产开发投资分析	328第三节 房地产与物业管理的发展分析		
329一、房地产经营与物业管理的关系	329二、物业管理对房地产经营的影响		
330三、房地产行业的发展对物业管理影响重大			
331四、优秀的物业管理是房地产开发业的图腾	332第四节 地产业发展的前景与趋势		
338一、2007年房地产市场展望	338二、2007年房地产行业运行趋势预测及下半年投资策略		
339三、2007年下半年中国房地产市场的六大趋势	346第九章 物业管理的竞争分析		
350第一节 物业管理中的品牌竞争探析	350一、物业管理的品牌支撑点		
350二、物业品牌价值战略的定位	352三、物业管理的品牌扩张分析		
353四、物业管理的市场竞争与对策	355第二节 物业管理企业要打造自己的品牌		
358一、品牌和物业管理品牌	359二、创建物业管理品牌的条件		
359三、创建物业管理品牌的方法	361第四部分 中国物业管理发展趋势分析	第十章	
物业管理的发展趋势	365第一节 网络时代的物业管理	365一、网络对物业管理的影响	
365二、网络时代的客户需求及行为分析	368三、网络时代的物业管理市场竞争策略		
368第二节 高校物业管理的发展趋势	370一、高校住宅物业管理的现状		
371二、高校物业管理的发展趋势	372第三节 中国物业管理的发展趋势		
377一、21世纪中国物业管理发展趋势	377二、21世纪中国物业管理发展预测		
381三、物业管理行业发展前景	390四、物业管理的发展前景展望		
394五、和谐物管是当代物业管理的发展方向			
395六、把握物业管理行业发展方向打造行业新形象			
398七、未来中国物业管理发展的十大趋势			
400八、从开发商视角看物业管理企业的发展趋势	405附录附录一：物业管理条例		
409附录二：中华人民共和国物权法			
422图表目录	图表：传统房屋管理与现代物业管理的区别		
15图表：美国注册物业经理的平均时间分配	46图表：美国注册物业经理的各类收入比例		
47图表：美国注册物业经理在各项地产行业的比例			
47图表：2006年宜居指数一级指标得分比较	111图表：社区空间满意度比较		
112图表：物业管理满意度调查	112图表：物业管理不满意的方面		
113图表：受访者业主性别构成的分析情况			
114图表：消费者对物业管理服务满意程度的分析			

- 115图表：服务满意程度与性别进行相关分析 116图表：服务满意程度与年龄进行相关分析  
116图表：消费者对住宅物业管理希望的分析  
117图表：消费者年龄与物业管理方式的交叉分析  
118图表：消费者对小区物业管理费用接受程度的分析  
119图表：受访者性别与管理费用接受程度的分析  
120图表：受访者年龄与管理费用接受程度的分析  
120图表：受访者对于小区安全防范措施需求的分析  
121图表：受访者对小区智能化管理需求情况的分析  
122图表：受访者性别与智能管理的交叉分析 122图表：受访者年龄与智能管理的交叉分析  
123图表：受访者对智能化管理作用的分析  
123图表：对于服务项目认为最有必要的分析情况表  
124图表：对于服务项目认为最没有必要的分析情况表  
124图表：受访者的年龄与最有必要服务项目进行交叉分析  
125图表：受访者的年龄与最没有必要服务项目进行交叉分析  
126图表：各项服务项目之间重要程度的交叉分析  
127图表：各项服务项目与满意程度的相关分析 127图表：回归分析（方程模型）  
129图表：聚类分析表1 129图表：聚类分析表2 130图表：聚类分析表3  
130图表：2006年4季度35个大中城市物业管理价格指数  
155图表：2006年1-4季度商业娱乐用房物业管理价格指数  
155图表：2006年1-4季度住宅物业管理价格指数  
155图表：2006年1-4季度办公楼物业管理价格指数  
156图表：2006年1-4季度物业管理价格指数  
156图表：2007年初评合格的一级资质物业管理企业名单  
156图表：物业管理三种导向的战略比较 173图表：2006年深圳物业管理行业十强排名  
255图表：2006年1-12月住宅投资完成额 321图表：2006年1-12月办公楼投资完成额  
321图表：2006年1-12月商业营业用房投资完成额  
322图表：2006年1-12月各地区房地产开发投资完成额  
322图表：2006年1-12月各地区住宅建设完成情况  
323图表：2006年1-12月各地区城镇住宅建设完成情况  
324图表：2007年1-4月住宅投资完成额 325图表：2007年1-4月办公楼投资完成额  
325图表：2007年1-4月商业营业用房投资完成额  
326图表：2007年1-2月分地区住宅完成情况 326

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2973029730.html>