

# 2014-2018年中国物业管理 市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2014-2018年中国物业管理市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitafangchan1401/B33827CDTP.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-01-08

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2014-2018年中国物业管理市场分析与投资前景研究报告》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。

目前物业管理企业小、弱、散、差的现象普遍存在，随着物业管理招投标大力推行和物业管理市场化的发展，物业管理将从数量型增长质量、规模、效益型转变，规模化经营的资产重组必然驱使物业管理企业向品牌化企业方向发展。在有限的市场资源条件下，企业竞争将进一步加剧，势必推动物业管理行业整体素质的提高，社会资源配置也将得到进步优化。随着物业管理范围和内容的扩展，市场化进程的加快，物业管理招投标的逐步规范，物业管理行业的竞争将日益激烈，行业间的兼并、整合现象将逐渐加剧、迅速扩展。在激烈的市场竞争中各物业管理公司将更注重企业的管理质量和企业外部形象，&ldquo;以名牌闯天下，以质量取天下，以服务守天下&rdquo;，创立企业名牌，树立行业形象将直接关系到企业的存亡。同时作为一个企业，&ldquo;效益&rdquo;是中心，对物业管理这个&ldquo;微利&rdquo;行业而言，管理就是&ldquo;效益&rdquo;，规模就是&ldquo;效益&rdquo;。

## 第一章 物业管理的相关概述

### 1.1 物业管理的介绍

#### 1.1.1 物业管理的定义

#### 1.1.2 物业管理的主要内容

#### 1.1.3 物业管理的历史发展分期

### 1.2 国内外物业管理基本特征的比较

#### 1.2.1 国外物业管理的基本特征

#### 1.2.2 国内物业管理的基本特征分析

### 1.3 物业管理产权理论的简析

#### 1.3.1 产权理论的简介

#### 1.3.2 物业管理产权理论的产生

#### 1.3.3 中国物业管理模式发展及产权理论解释

## 第二章 2013年国际物业管理的发展综述

- 2.1 2013年国外物业管理发展分析
  - 2.1.1 国际典型物业管理模式分析
  - 2.1.2 发达国家物业管理的鲜明特色简述
  - 2.1.3 国外物业管理的先进性评析
  - 2.1.4 国外物业管理的征税标准分析
  - 2.1.5 国外传媒业办公大楼的管理技巧
  - 2.1.6 国外住宅小区的物业管理概况
- 2.2 2013年美国物业管理发展分析
- 2.3 2013年日本物业管理发展分析
- 2.4 2013年新加坡物业管理发展分析
- 2.5 2013年澳大利亚物业管理发展分析
- 2.6 2013年香港地区物业管理发展分析

### 第三章 2013年中国物业管理的发展

- 3.1 2013年中国物业管理发展的总体概况
  - 3.1.1 中国物业管理发展状况概述
  - 3.1.2 中国物业管理行业动态分析
  - 3.1.3 中国物业管理的市场经济特点
  - 3.1.4 中国物业管理的经济浅析
- 3.2 2011年中国物业管理发展分析
- 3.3 2012年中国物业管理市场分析
- 3.4 2013年中国物业管理的发展模式分析
- 3.5 2013年中国物业管理行业结构简析
  - 3.5.1 潜在的进入者
  - 3.5.2 替代品
  - 3.5.3 购买者的讨价还价能力
  - 3.5.4 供应者的讨价还价能力
  - 3.5.5 行业内部现有竞争者的抗衡
- 3.6 中国物业管理发展存在的问题及策略

### 第四章 2013年中国物业管理相关法规及法律实践分析

- 4.1 《物权法》下中国物业管理行为模式的变革

- 4.1.1 业主依法维权走向现实
- 4.1.2 物业公司从“物业管理”走向“物业服务”
- 4.1.3 “业主自治”任重道远
- 4.2 《物权法》对中国物业管理的影响分析
  - 4.2.1 《物权法》的实施引起物业管理的变化
  - 4.2.2 《物权法》对物业管理的法制作用分析
  - 4.2.3 《物权法》对物业管理活动的影响
  - 4.2.4 《物权法》对物业管理发展局面的影响
  - 4.2.5 《物权法》对《物业管理条例》的影响
- 4.3 《劳动合同法》对中国物业管理行业的影响分析
  - 4.3.1 《劳动合同法》对中国物业管理行业的影响
  - 4.3.2 物业管理受《劳动合同法》影响的变化趋势
  - 4.3.3 物业服务企业应积极推进管理模式创新
  - 4.3.4 对物业管理企业的建议
- 4.4 《物业管理条例》实施中某些问题的思考
  - 4.4.1 业主委员会的诉讼主体资格问题
  - 4.4.2 政府在业主大会成立及业主委员会选举工作中的指导作用问题
  - 4.4.3 物业服务合同的性质问题
  - 4.4.4 对业主欠缴物业服务费用的处理问题
  - 4.4.5 物业服务企业在物业管理安全事故中的责任问题
- 4.5 《物权法》对《物业管理条例》的影响分析
  - 4.5.1 《物权法》的规定为物业服务构建了权利支撑体系
  - 4.5.2 《物业管理条例》与《物权法》的协调
  - 4.5.3 《物业管理条例》对《物权法》规定的细化与充实
- 4.6 中国物业管理的纠纷与完善
  - 4.6.1 物业纠纷类型和法律特征
  - 4.6.2 物业纠纷的原因分析
  - 4.6.3 物业纠纷的解决办法及国外的经验
- 4.7 中国物业管理费收取权的法律保障
  - 4.7.1 物业管理费收取权的运行现状
  - 4.7.2 物业管理费收取权保障的实体法机制
  - 4.7.3 物业管理费收取权保障的程序法机制

## 第五章 2013年物业管理的费用分析

### 5.1 物业管理费的介绍

#### 5.1.1 物业管理费的构成

#### 5.1.2 物业管理费的收费标准

#### 5.1.3 物业管理费的核算方法

#### 5.1.4 物业管理费的主要用途

### 5.2 物业服务收费方式分析

#### 5.2.1 物业服务的两种计费方式

#### 5.2.2 两种收费方式的优缺点分析

#### 5.2.3 两种收费方式的比较

#### 5.2.4 中国酬金制需要完善的方面

### 5.3 物业管理服务与收费的关系分析

#### 5.3.1 物业管理服务与收费相结合的制度基础

#### 5.3.2 物业服务与收费的内在联系

#### 5.3.3 物业服务与收费相结合的要求和实践

### 5.4 对物业管理低收费与零收费的理性思考

#### 5.4.1 市场经济下低收费和零收费现象分析

#### 5.4.2 法律层面的低收费和零收费的审视与考量

#### 5.4.3 低收费和零收费的对策建议

### 5.5 物业管理费用收取存在的问题及对策

#### 5.5.1 物业管理欠费问题的原因分析和解决建议

#### 5.5.2 解决物管费困局的新思路

#### 5.5.3 物业管理收费应遵循质价相符的原则

#### 5.5.4 物业公司收缴物业管理费的内部控制和核算分析

## 第六章 2013年物业管理招投标的发展

### 6.1 物业管理招投标机制的综述

#### 6.1.1 物业管理招投标活动的认识

#### 6.1.2 物业管理招投标的特征与其要点

#### 6.1.3 物业管理招投标的必要性和意义

#### 6.1.4 物业管理依法实行招投标制度的利处

### 6.2 物业管理招投标方式的分析

- 6.2.1 物业管理行业健康发展亟需推行招投标
- 6.2.2 对目标物业管理与服务的策划进行招投标法的分析
- 6.2.3 关于确立收费标准测算为重点的招标方法分析
- 6.2.4 关于物业管理无标底二步法招标方法的分析
- 6.3 物业管理招投标存在的问题
  - 6.3.1 物业管理招投标制度缺陷和现实的困境
  - 6.3.2 物业管理招投标中面临的三大误区
  - 6.3.3 实施物业管理招投标所存在的主要问题
  - 6.3.4 物业管理招投标待解决的四大难题
- 6.4 物业管理招投标的对策
  - 6.4.1 实施物业管理招投标的措施
  - 6.4.2 市场化的物业管理科学开展招标投标的对策
  - 6.4.3 理顺物业管理招投标关系的思考
  - 6.4.4 完善物业管理招投标的六点建议
  - 6.4.5 物业招投标市场机制培育和完善的要素

## 第七章 2013年中国主要地区物业管理的发展

- 7.1 2013年深圳物业管理业分析
- 7.2 2013年北京物业管理业分析
- 7.3 2013年上海物业管理业分析
- 7.4 2013年广州物业管理业分析
- 7.5 2013年其他省市物业管理业分析
  - 7.5.1 天津
  - 7.5.2 长沙
  - 7.5.3 呼和浩特
  - 7.5.4 齐齐哈尔
  - 7.5.5 哈尔滨
  - 7.5.6 四川
  - 7.5.7 浙江
  - 7.5.8 河北

## 第八章 2013年物业管理与房地产行业

- 8.1 2010年中国房地产行业回顾
- 8.2 2011年中国房地产行业分析
- 8.3 2012年中国房地产行业分析
- 8.4 2013年房地产与物业管理的发展分析
  - 8.4.1 房地产与物业管理的关系
  - 8.4.2 2013年房地产行业对物业管理市场的影响分析
  - 8.4.3 物业管理是房地产企业的诚信及品牌的伸展
  - 8.4.4 浅析物业管理在房地产开发中的主导作用
  - 8.4.5 优秀的物业管理是房地产业发展的图腾
  - 8.4.6 培育物业管理成为房地产开发经营主角的对策
- 8.5 2013年不同所有权制度下的住宅小区物业管理研究
  - 8.5.1 住宅小区的物权关系分析
  - 8.5.2 物业管理的委托与被委托联系
  - 8.5.3 业主对物业管理的权利及义务
  - 8.5.4 物业管理企业向业主提供的服务
- 8.6 2013年住宅小区前期物业管理研究
  - 8.6.1 住宅小区前期物业管理的特点
  - 8.6.2 住宅小区前期物业管理的内容
  - 8.6.3 住宅小区前期物业管理要把握的重点
- 8.7 2013年物业管理与社区文化建设浅析
  - 8.7.1 物业管理与社区文化建设的关系分析
  - 8.7.2 物业公司与业主在社区文化建设的角色定位
  - 8.7.3 重视资源的整合利用途径

## 第九章 2013年重点企业分析

- 9.1 万科物业
  - 9.1.1 企业简介
  - 9.1.2 企业竞争力分析
- 9.2 中海物业
  - 9.2.1 企业简介
  - 9.2.2 企业竞争力分析
- 9.3 天鸿集团



### 9.3.1 集团简介

### 9.3.2 企业竞争力分析

## 9.4 万厦居业

### 9.4.1 企业简介

### 9.4.2 企业竞争力分析

## 9.5 上海陆家嘴物业管理有限公司

### 9.5.1 企业简介

### 9.5.2 企业竞争力分析

## 第十章 2013年中国物业管理企业经营管理分析

### 10.1 中国物业管理企业经营管理综述

#### 10.1.1 物业管理企业品质管理的概况

#### 10.1.2 国有物业管理企业改革的发展

#### 10.1.3 物业管理企业在前期介入阶段的作用分析

#### 10.1.4 现代物业管理公司盈利模式的浅析

#### 10.1.5 物业管理企业的专业化是一种战略选择

#### 10.1.6 民营物业管理企业发展存在的优势

### 10.2 物业管理企业文化建设的浅析

#### 10.2.1 物业管理企业文化建设的必要性

#### 10.2.2 物业管理企业文化建设的困难

#### 10.2.3 物业管理企业文化建设应遵循的原则

#### 10.2.4 物业管理企业文化建设的举措

#### 10.2.5 构建物业管理企业文化的建议

### 10.3 物业管理企业的诚信分析

#### 10.3.1 诚信是做企业的根本

#### 10.3.2 诚信造就物业管理行业的发展

#### 10.3.3 诚信对物业管理行业发展的利处

#### 10.3.4 物业管理存在的种种不诚信表现

#### 10.3.5 物业管理行业诚信机制的建立

### 10.4 物业管理企业发展存在的问题及策略

## 第十一章 2013年物业管理的竞争分析

- 11.1 物业管理的竞争格局
  - 11.1.1 物业管理进入市场竞争的必然趋势
  - 11.1.2 新物业管理行业步向品牌竞争的时代
  - 11.1.3 物业管理企业竞争促进品质提高
- 11.2 物业管理中的品牌竞争探析
  - 11.2.1 品牌和物业管理品牌
  - 11.2.2 创建物业管理品牌的条件
  - 11.2.3 创建物业管理品牌的必然性
  - 11.2.4 建立物业管理品牌的策略
- 11.3 物业管理的品牌扩张分析
  - 11.3.1 管理规模扩张
  - 11.3.2 知名度扩张
  - 11.3.3 管理规模的扩张和知名度扩张的关系
- 11.4 物业管理竞争力提升的策略
  - 11.4.1 提升中国物业管理企业竞争力的建议
  - 11.4.2 创造与培养物业管理企业的核心竞争力
  - 11.4.3 浅析物业管理企业竞争力的提升对策
  - 11.4.4 物业管理企业提高自身竞争力的方法
  - 11.4.5 中国物业管理企业亟待品牌创新

## 第十二章 2013年物业管理的营销分析

- 12.1 物业管理营销概述
  - 12.1.1 物业管理市场营销的必要性分析
  - 12.1.2 物业管理营销的特点与规律简析
  - 12.1.3 物业管理市场营销中存在的问题分析
  - 12.1.4 解决物业管理市场营销问题的策略
- 12.2 物业管理市场营销博弈论
  - 12.2.1 博弈论概述
  - 12.2.2 物业管理企业间的博弈
  - 12.2.3 物业管理企业与消费者的博弈
  - 12.2.4 物业管理企业、业主和社会利益三者的博弈
- 12.3 物业管理的客户关系管理分析

- 12.3.1 客户关系管理概述
- 12.3.2 实施客户关系管理的必要性分析
- 12.3.3 实施客户关系管理的可行性分析
- 12.3.4 客户关系管理的运作分析
- 12.3.5 客户关系管理功能分析
- 12.3.6 客户关系管理目的分析

### 第十三章 物业管理的发展趋势

- 13.1 2014-2018年中国物业管理行业预测分析
  - 13.1.1 2014-2018年中国物业管理行业影响因素分析
  - 13.1.2 2014-2018年中国物业管理行业市场需求预测
  - 13.1.3 2014-2018年中国物业管理行业主营业务收入预测
- 13.2 中国物业管理的发展趋势
  - 13.2.1 中国物业管理体制改革发展的方向
  - 13.2.2 今后中国物业管理六大发展趋势研究
  - 13.2.3 中国物业管理行业未来发展方向简析
  - 13.2.4 高校物业管理的发展预测
- 13.3 中国物业管理的发展走向
  - 13.3.1 土洋联姻
  - 13.3.2 网络化
  - 13.3.3 重组发展
- 13.4 物业管理企业的发展预测
  - 13.4.1 物业管理企业的发展趋势
  - 13.4.2 服务集成商成为未来物业管理企业的角色
  - 13.4.3 从开发商视角看物业管理企业的发展前景
  - 13.4.4 国内民营物业管理企业的发展前景

### 图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

图表：略&hellip;&hellip;

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitafangchan1401/B33827CDTP.html>