

2017-2022年中国物业服务市场动向调研及发展前景分析报告

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《2017-2022年中国物业服务市场动向调研及发展前景分析报告》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/wuye/287704287704.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

我国现代物业服务随着住房制度改革应运而生。近年来，我国物业服务行业规模不断发展壮大，企业数量、管理面积、从业人员和年营业收入迅速增长。物业服务企业的经营收益以物业费为主、多种经营收入为辅，同时向业主提供卫生清洁、绿化养护、秩序维护、设施维修等公共服务。

一、住房制度改革与现代物业服务行业的发展

我国现代物业服务业的兴起与住房制度改革不无关联。住房的市场化和社会化需要配套的现代物业管理服务，这种背景下，物业公司应运而生，取代了以往的政府房管部门，通过为业主提供多样化的服务而快速发展。

（一）我国的住房制度改革

新中国成立以来，我国的城镇住宅一直采取与工作单位直接挂钩的分配制度。由于住宅是国家所有的共有财产，居住者不具有住宅的产权。与此相应，住宅物业方面的管理、维护以及服务由产权所有者提供，通常由单位的后勤或者政府房管部门的工作人员来承担。因此，彼时的“物业管理者”实质上是公有财产的维护者，与财产所有者利益一致。

随着商品房制度取代实物、福利住房分配制度，住宅私有化潮流开启，越来越多的城镇居民进入商品房市场购买住宅，新型“业主”便出现了。

（二）物业服务行业的兴起

物业服务诞生于19世纪60年代的英国。“物业”是不动产（RealEstate）的别称，是与房屋住宅的所有和使用相关的概念。物业服务就是物业服务企业（物业公司）对房屋的保养、维修、小区绿化、小区服务等所进行的专业化管理，其所使用的管理手段主要是法律和经济手段。

《城市新建住宅小区管理办法》（建设部令〔1994〕第33号）规定，房地产开发企业在出售住宅小区房屋前，应当选聘物业管理公司承担住宅小区的管理，并与其签订物业管理合同。物业管理行业开始驶入发展的快车道。2003年9月1日开始实施的《物业管理条例》规范了物业管理活动，旨在维护业主和物业服务企业的合法权益。

我国的物业管理机构有三种类型：一是政府和国有企业事业单位直属的房屋管理部门，基本上采取行政手段进行管理；二是房地产开发企业出资成立的附属机构，其经营运作受房地产企业控制；三是专业化物业服务企业，具有独立经营自主权。

（三）我国物业管理行业发展阶段

我国物业管理行业的发展大致经历了三个阶段，分别是萌芽阶段（1981—1994年）、快速发展阶段（1994—2004年）和平稳发展阶段（2004—）。

萌芽阶段（1981—1994年），物业管理发展缓慢。1981年3月，深圳市第一家涉外商品房管理的专业公司——深圳市物业管理公司成立，这是新中国第一家物业管理公司。成立伊始，深圳市物业管理公司只有5名员工、50平方米的办公室，管理了216套商品房（中国指数研究院、中国房地产TOP10研究组，2013）。1981年至1994年13年间，只有268家物业企业成立，占1981至2007年物业企业总数的5.82%（中国物业管理协会秘书处，2008）。可见，萌芽阶段的物业管理发展较为缓慢。

快速成长阶段（1994—2004年），始于1994年。1994年建设部出台的《城市新建住宅小区管理办法》将新建住宅小区全面纳入物业管理范围；2003年9月1日起施行的《物业管理条例》推动物业管理走上规范运行的轨道；2007年10月1日正式实施的物权法又从国家法律层面对物业管理做出规范调整。中国物业管理协会秘书处2008年发布的《中国物业管理行业生存状况调查报告》显示，1994年至2007年13年间，共有4332家物业企业成立，占1981年至2007年物业企业总数的94.18%，是我国物业管理发展最为迅猛的阶段，大多数的物业服务企业在这一阶段诞生。其中，1994年至2004年10年间共成立企业2495家，平均以每年近133%的速度猛增（中国物业管理协会秘书处，2008）。

平稳发展阶段（2004—），每年新成立物业服务企业数量逐渐下降。中国物业管理协会秘书处2008年发布的《中国物业管理行业生存状况调查报告》提供了1981—2007年年度物业管理企业成立的数量。数据显示，1992年以前，年度成立的物业管理企业数量均不超过10个，这一数字从1992年开始突破两位数并于1994年破百。年度物业服务企业成立数量于2003年达到最高峰（561家），之后于2004年开始下降，2004—2007年新成立企业数量分别是506家、486家、284家和87家（中国物业管理协会秘书处，2008）。最近几年来，我国的物业服务企业数量快速增长，一些企业的分支机构遍布全国各地，行业规模迅速壮大。

二、我国物业服务企业的收入与利润

近年来，我国物业服务行业规模不断发展壮大，表现为企业数量、管理面积、从业人员和年营业收入的迅速增长。物业服务企业的经营收入以物业服务费为主、多种经营收入为辅。但从收入和利润的数据来看，多种经营的收入增速和利润增速均超过了物业服务。

（一）经营规模

资料来源：公开资料，中国报告网整理

我国物业服务企业管理规模不断扩大，在管项目和在管建筑面积不断增加。

（二）收入状况

物业服务企业的经营收入主要源于两大块：一是物业管理费收入；二是多种经营收入。近年来，物业服务企业不但深耕布局城市，而且积极开拓潜力市场，使得物业服务费稳步增长；此外，多种经营业务由探索创新阶段逐渐成为物业服务企业重要的收入增长点，自2011年起，该业务模式创造的收入增速超过了物业服务费增速。图2呈现了2008—2014年百强企业收入构成变化，包括总体营业收入均值及增长率、物业费 and 多种经营的收入均值及增长率。从图2可以清晰看出，不管是总的营业收入还是分项收入，都呈现出快速上涨趋势；增速方面，多种经营收入的增长率波动幅度较大。物业服务费收入一直是整体收入的主要构成部分。

资料来源：公开资料，中国报告网整理

可以发现，居住物业收入占比逐步下降，由2008年的63.7%降到2013年的54.8%；商业物业收入占比有所提高，由2008年的3.5%上升到2013年的8.3%；其他类型物业收入占比上升也较显著，由2008年的4.4%上升到2013年的10.5%；办公物业收入占比较为稳定。房地产企业新增开发项目由居住物业类型向商业物业类型转移，商业地产的发展促使物业服务企业紧跟市场趋势积极拓展在管业务类型，引起物业费收入构成发生变化。居住物业收入占比连续5年小幅降低，但仍是物业服务企业的主体收入来源。

在物业服务费收入这一主要收入来源之外，多种经营模式正在为物业服务企业贡献越来越大的收入份额。得益于互联网技术和资本市场的力量，物业服务企业近年来不断创新商业模式，大力拓展延伸服务，实现多元化共赢发展。多种经营服务主要包括咨询顾问服务、社区服务以及企业结合自身资源开创的其他特色服务，其中社区服务又包括房屋经纪、家政服务、养老服务等多种类型。很多物业服务企业通过APP等载体向业主提供在线增值服务，如在线水电煤缴费、手机充值、生活信息查询等服务，通过向业主提供便利的生活服务实现价

值增值。

（三）利润状况

从物业公司的经营净利润率来看，延伸业务（多种经营业务）的净利润率显著高于整体净利润率和物业服务净利润率，且上升趋势也显著快于后两者。这说明现代物业服务企业越来越依赖物业服务费之外的经营收入，此种情况可能跟物业服务收费上调困难有关。

三、我国物业服务企业的支出成本

物业服务企业的经营成本与其所提供的服务项目有关。除去人员经费，企业获取的物业费等收益主要用于小区清洁、绿化养护、秩序维护、设施维护等公共服务支出。近年来，人员经费上涨速度快于物业服务费的上涨速度，给物业服务企业造成一定的经营压力。

（一）物业服务企业的经营成本构成按照《物业服务收费管理办法》的规定，物业服务成本或者物业服务支出构成一般包括以下部分：管理服务人员的工资、社会保险和按规定提取的福利费等；物业共用部位、共用设施设备的日常运行、维护费用；物业管理区域清洁卫生费用；物业管理区域绿化养护费用；物业管理区域秩序维护费用；办公费用；物业管理企业固定资产折旧；物业共用部位、共用设施设备及公众责任保险费用；经业主同意的其他费用。

资料来源：公开资料，中国报告网整理

中国报告网发布的《2017-2022年中国物业服务市场动向调研及发展前景分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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\REPORTDIRECTOR

第一章物业服务行业发展背景

1.1行业定义与分类

1.1.1物业服务的定义

1.1.2物业服务的分类

(1) 按照服务性质分类

(2) 按照服务对象分类

1.2物业服务行业发展环境分析

1.2.1我国城镇化发展进程分析

1.2.2我国宏观经济运行状况分析

1.2.3我国人口及收入状况分析

(1) 人口数量和变化趋势分析

(2) 人口的构成结构分析

(3) 家庭类型对物业服务的影响

(4) 人口的密度和地理分布分析

(5) 消费者收入水平分析

1.2.4我国国民消费现状分析

1.3我国物业服务行业发展现状分析

1.3.1我国物业服务行业整体发展现状

1.3.2我国优秀物业服务企业发展现状

1.3.3我国中小型物业服务企业发展现状

1.4我国物业服务行业价格指数分析

第二章中国物业服务行业经营效益分析

2.1物业服务行业盈利能力分析

2.1.1物业服务行业净资产收益率分析

2.1.2物业服务行业总资产报酬率分析

2.1.3物业服务行业营业收益率分析

2.1.4物业服务行业盈余现金保障倍数分析

2.1.5物业服务行业成本费用利润率分析

2.1.6物业服务行业资本收益率分析

2.2物业服务行业发展状况分析

2.2.1物业服务行业营业增长率分析

2.2.2物业服务行业资本保值增长率分析

2.2.3物业服务行业营业利润增长率分析

2.2.4 物业服务行业总资产增长率分析

2.2.5 物业服务行业技术投入比率分析

2.3 物业服务行业资产质量分析

2.3.1 物业服务行业总资产周转率分析

2.3.2 物业服务行业应收账款周转率分析

2.3.3 物业服务行业不良资产比例分析

2.3.4 物业服务行业流动资产周转率分析

2.3.5 物业服务行业资产现金回收率分析

2.4 物业服务行业债务风险分析

2.4.1 物业服务行业资产负债率分析

2.4.2 物业服务行业已获利息倍数分析

2.4.3 物业服务行业速动比率分析

2.4.4 物业服务行业带息负债比率分析

2.5 物业服务行业规模化趋势

2.5.1 物业服务行业市场拓展趋势

2.5.2 物业服务行业区域深耕趋势

2.5.3 物业服务行业项目规模趋势

第三章 中国物业服务行业竞争现状与市场策略

3.1 我国物业服务行业竞争格局分析

3.2 我国物业服务行业竞争结构分析

3.2.1 物业服务行业潜在进入者威胁分析

(1) 物业服务行业投资风险小

(2) 人力资源供应两级分化

(3) 物业服务市场规模不断扩大

(4) 物业服务市场管理不完善

3.2.2 物业服务行业现有企业间竞争分析

(1) 现有市场的竞争

(2) 持续发展能力的竞争

(3) 核心竞争力的竞争

(4) 行业的体制竞争

3.2.3 物业服务行业替代品替代能力分析

3.2.4 物业服务行业对消费者议价能力

3.2.5 物业服务行业对供应商议价能力

3.2.6 物业服务行业竞争结构生态图

3.3我国物业服务行业竞争趋势分析

3.3.1物业服务企业竞争市场化

3.3.2物业服务企业经营集团化

3.3.3物业服务企业专业服务分包化

3.3.4物业服务行业竞争白热化

3.3.5物业服务内容创新化

3.3.6物业服务企业竞争全球化

3.4我国物业服务市场供需平衡分析

3.4.1物业服务市场需求现状分析

3.4.2物业服务市场供给现状分析

3.5物业服务企业市场竞争策略分析

3.5.1物业服务顾客满意度服务策略分析

(1) 顾客满意服务策略的作用

(2) 顾客满意度指数评价体系

(3) 顾客满意度服务策略分析

3.5.2物业服务企业体验式营销策略分析

(1) 体验式物业服务营销的作用

(2) 体验式物业服务营销策略分析

3.6物业服务企业核心竞争力的培育

3.6.1企业核心竞争力的本质

3.6.2物业服务企业核心竞争力的特征

(1) 物业服务产品性质特殊

(2) 物业服务产品的延展性

(3) 物业服务管理的动态性

(4) 物业服务客户的价值性

(5) 物业服务经营的独特性

3.6.3物业服务企业缺乏核心竞争力原因

3.6.4物业服务企业核心竞争力构成分析

(1) 物业服务企业服务能力分析

(2) 物业服务企业策划能力分析

(3) 物业服务企业管理和技术能力分析

(4) 物业服务企业整合能力分析

3.6.5物业服务企业核心竞争力决定因素

(1) 企业规模分析

(2) 企业无形资源分析

(3) 与相关产业的关系

(4) 区域资源经济政策的影响

3.6.6 物业服务企业核心竞争力构成体系

3.6.7 提升物业服务企业核心竞争力建议

(1) 建立和加强策划部门建设

(2) 加强企业的知识管理建设

(3) 重视人力资本的经营建设

(4) 注重企业文化的培育打造

(5) 实施绿色环保的经营策略

第四章 中国物业服务行业区域市场投资机会

4.1 北京市物业服务市场投资机会分析

4.1.1 北京市经济与房地产行业分析

4.1.2 北京市物业服务政策法规建设现状

4.1.3 北京市物业服务行业规模分析

4.1.4 北京市物业服务企业资质结构分析

4.1.5 北京市物业服务需求现状与趋势

(1) 北京市物业服务需求现状分析

(2) 北京市物业管理价格指数分析

(3) 北京市物业服务新增需求预测

4.1.6 北京市物业服务市场竞争现状分析

4.1.7 北京市物业服务市场投资机会分析

4.2 深圳市物业服务市场投资机会分析

4.2.1 深圳市经济与房地产行业分析

4.2.2 深圳市物业服务政策法规建设现状

4.2.3 深圳市物业服务行业规模分析

4.2.4 深圳市物业服务企业资质结构分析

4.2.5 深圳市物业服务行业人才结构分析

4.2.6 深圳市物业服务企业项目管理规模

4.2.7 深圳市在管物业服务项目业态分析

4.2.8 深圳市物业服务需求现状与趋势

(1) 深圳市物业服务需求现状分析

(2) 深圳市物业管理价格指数分析

(3) 深圳市物业服务新增需求预测

4.2.9 深圳市物业服务市场竞争现状分析

4.2.10深圳市物业服务市场投资机会分析

4.3上海市物业服务市场投资机会分析

4.3.1上海市经济与房地产行业分析

4.3.2上海市物业服务政策法规建设现状

4.3.3上海市物业服务行业规模分析

4.3.4上海市物业服务企业资质结构分析

4.3.5上海市物业服务需求现状与趋势

(1) 上海市物业服务需求现状分析

(2) 上海市物业管理价格指数分析

(3) 上海市物业服务新增需求预测

4.3.6上海市物业服务市场竞争现状分析

4.3.7上海市物业服务市场投资机会分析

4.4广州市物业服务市场投资机会分析

4.4.1广州市经济与房地产行业分析

4.4.2广州市物业服务政策法规建设现状

4.4.3广州市物业服务行业规模分析

4.4.4广州市物业服务企业资质结构分析

4.4.5广州市物业服务需求现状与趋势

(1) 广州市物业服务需求现状分析

(2) 广州市物业管理价格指数分析

(3) 广州市物业服务新增需求预测

4.4.6广州市物业服务市场竞争现状分析

4.4.7广州市物业服务市场投资机会分析

4.5重庆市物业服务市场投资机会分析

4.5.1重庆市经济与房地产行业分析

4.5.2重庆市物业服务政策法规建设现状

4.5.3重庆市物业服务行业规模分析

4.5.4重庆市物业服务企业资质结构分析

4.5.5重庆市物业服务需求现状与趋势

(1) 重庆市物业服务需求现状分析

(2) 重庆市物业管理价格指数分析

(3) 重庆市物业服务新增需求预测

4.5.6重庆市物业服务市场竞争现状分析

4.5.7重庆市物业服务市场投资机会分析

4.6成都市物业服务市场投资机会分析

4.6.1成都市经济与房地产行业分析

4.6.2成都市物业服务政策法规建设现状

4.6.3成都市物业服务行业规模分析

4.6.4成都市物业服务企业资质结构分析

4.6.5成都市物业服务需求现状与趋势

(1)成都市物业服务需求现状分析

(2)成都市物业管理价格指数分析

(3)成都市物业服务新增需求预测

4.6.6成都市物业服务市场竞争现状分析

4.6.7成都市物业服务市场投资机会分析

4.7天津市物业服务市场投资机会分析

4.7.1天津市经济与房地产行业分析

4.7.2天津市物业服务政策法规建设现状

4.7.3天津市物业服务行业规模分析

4.7.4天津市物业服务企业资质结构分析

4.7.5天津市物业服务需求现状与趋势

(1)天津市物业服务需求现状分析

(2)天津市物业管理价格指数分析

(3)天津市物业服务新增需求预测

4.7.6天津市物业服务市场竞争现状分析

4.7.7天津市物业服务市场投资机会分析

4.8济南市物业服务市场投资机会分析

4.8.1济南市经济与房地产行业分析

4.8.2济南市物业服务政策法规建设现状

4.8.3济南市物业服务行业规模分析

4.8.4济南市物业服务企业资质结构分析

4.8.5济南市物业服务需求现状与趋势

(1)济南市物业服务需求现状分析

(2)济南市物业管理价格指数分析

(3)济南市物业服务新增需求预测

4.8.6济南市物业服务市场竞争现状分析

4.8.7济南市物业服务市场投资机会分析

第五章物业服务企业发展策略与经营模式分析

5.1国际五大行发展策略分析

5.1.1世邦魏理仕发展策略分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业业务架构
- (3) 企业核心竞争力分析
- (4) 企业主要经营状况分析
- (5) 企业物业管理理念分析
- (6) 企业物业资产管理规模
- (7) 企业经典项目案例分析
- (8) 企业最新投资并购动向
- (9) 企业发展优劣势分析

5.1.2仲量联行发展策略分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业业务架构
- (3) 企业主要经营情况分析
- (4) 企业物业管理理念分析
- (5) 企业物业资产管理规模
- (6) 企业经典项目案例分析
- (7) 企业最新投资并购动向
- (8) 企业发展优劣势分析

5.1.3戴德梁行发展策略分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业业务架构
- (3) 企业主要经营情况分析
- (4) 企业物业管理理念分析
- (5) 企业物业资产管理规模
- (6) 企业经典项目案例分析
- (7) 企业最新投资并购动向
- (8) 企业发展优劣势分析

5.1.4第一太平戴维斯发展策略分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业业务范围
- (3) 企业主要经营情况分析
- (4) 企业物业管理理念分析
- (5) 企业物业资产管理规模
- (6) 企业物业管理服务模式

(7) 企业发展优劣势分析

5.1.5高力国际发展策略分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业业务范围

(3) 企业主要经营情况分析

(4) 企业物业管理理念分析

(5) 企业物业资产管理规模

(6) 企业经典项目案例分析

(7) 企业最新投资并购动向

(8) 企业发展优劣势分析

5.2国内标杆物业服务企业经营模式分析

5.2.1深圳市万科物业服务股份有限公司经营模式分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

5.2.2浙江绿城物业管理有限公司经营模式分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

5.2.3北京首开鸿城实业有限公司经营模式分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

5.2.4中航物业管理有限公司经营模式分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

5.2.5深圳市金地物业管理有限公司经营模式分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

5.2.6保利物业管理有限公司经营模式分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

5.2.7中海物业管理有限公司经营模式分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

5.2.8长城物业集团股份有限公司经营模式分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

5.2.9北京市均豪物业管理股份有限公司经营模式分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

5.2.10招商局物业管理有限公司经营模式分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第六章国际物业服务行业发展经验借鉴

6.1国际物业服务行业管理制度分析

6.1.1规管物业服务行业的方法

(1) 英国为代表的由专业团体自我规管

(2) 新加坡、香港为代表的自愿认证计划

(3) 日本、中国内地为代表的强制发牌照制度

6.1.2业主管理团体的立法模式

(1) 德国为代表的具法人资格的团体模式

- (2) 香港为代表的具有法律人格的团体模式
- (3) 日本为代表的附条件的法律人格团体模式
- (4) 美国为代表的判例实务上的法律人格团体模式

6.1.3 物业管理法的立法模式

- (1) 意大利、澳门为代表的民法模式
- (2) 英国、加拿大为代表的住宅法模式
- (3) 日本为代表的建筑物区分所有权法模式
- (4) 香港、台湾为代表的物业管理专法模式

6.2 国际物业服务行业发展状况与经验借鉴

6.2.1 美国物业服务行业发展状况

6.2.2 瑞士物业服务行业发展状况

6.2.3 法国物业服务行业发展状况

6.2.4 比利时物业服务行业发展状况

6.2.5 新加坡物业服务行业发展状况

6.2.6 香港物业服务行业发展状况

6.2.7 澳门物业服务行业发展状况

6.2.8 国际物业服务行业发展经验借鉴

- (1) 完善配套法规体系
- (2) 推进物业服务专业化
- (3) 推行多样化物业服务模式
- (4) 改革物业服务收费体制
- (5) 培养专业化管理人才
- (6) 加快引入物业保险

第七章 物业服务行业商业模式构建与设计

7.1 中国物业服务行业经营模式分析

7.1.1 房地产价值链售后服务型模式

- (1) 售后型模式定义
- (2) 售后型模式代表企业
- (3) 售后型模式点评分析

7.1.2 物业服务行业基本型模式

- (1) 基本型模式定义
- (2) 基本型模式代表企业
- (3) 基本型模式点评分析

7.1.3 增值型物业服务模式

- (1) 增值型模式定义
- (2) 增值型模式代表企业
- (3) 增值型模式点评分析
- 7.1.4 物业服务行业经营模式对比
- 7.2 中国物业服务企业盈利模式分析
 - 7.2.1 盈利模式创新的影响因素分析
 - (1) 企业质价相符对盈利模式创新的影响
 - (2) 企业管理规模对盈利模式创新的影响
 - (3) 企业发展阶段对盈利模式创新的影响
 - 7.2.2 盈利模式创新的关键要点分析
 - (1) 围绕业主需求进行设计
 - (2) 前期充分的市场调研
 - (3) 要以物业经营为基础
 - (4) 充分利用物业本身优势
 - (5) 经营兼顾开源与节流
 - (6) 经营与收益的合法性
- 7.3 中国物业服务企业价值链的构建
 - 7.3.1 价值链的概念分析
 - (1) 传统价值链分析
 - (2) 价值网分析
 - (3) 价值链管理分析
 - 7.3.2 中国物业服务企业价值链构建
 - (1) 中国物业服务企业基本价值链分析
 - (2) 中国物业服务企业延伸型价值链分析
 - (3) 中国物业服务企业拓展型价值链分析
 - (4) 中国物业服务企业价值网分析
 - 7.3.3 中国物业服务企业商业模式创新价值链视角
 - 7.3.4 中国物业服务企业“价值链-商业模式创新”模型
- 7.4 中国物业服务企业商业模式创新设计
 - 7.4.1 物业服务企业商业模式创新的目的
 - 7.4.2 物业服务企业商业模式创新驱动力
 - 7.4.3 物业服务企业商业模式的创新分析
 - (1) 物业服务企业聚焦型商业模式
 - (2) 物业服务企业延伸型商业模式
 - (3) 物业服务企业拓展型商业模式

- (4) 物业服务企业竞合型商业模式
- (5) 物业服务企业商业模式创新关系
- 7.4.4 物业服务企业商业模式创新路径分析
 - (1) 创新路径之依托技术聚焦服务
 - (2) 创新路径之积极延伸拓展空间
 - (3) 创新路径之服务外包联盟合作

第八章 物业服务行业投资远景与发展趋势

8.1 物业服务行业投资前景与机会

8.1.1 物业服务投资前景与风险

- (1) 物业服务投资前景与机会分析
- (2) 物业服务行业主要投资风险分析

8.1.2 物业服务运营中风险管控体系建立

- (1) 物业服务风险的影响分析
- (2) 物业服务风险的类型识别
- (3) 物业服务风险的级别评估
- (4) 物业服务风险管控体系建立
- (5) 物业服务企业风险管理分析

8.2 中国物业服务企业发展建议

8.2.1 大型物业服务企业发展建议

8.2.2 中小型物业服务企业发展建议

(GYZJY)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wuye/287704287704.html>