

2020年中国物业服务行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

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《2020年中国物业服务行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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/491478491478.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

《北京市物业管理条例》实施，条例提出物业服务收费实行市场调节价并适时调整，动态调整物业费不是坐地起价、单方决定，物业费调整须与业主协商，物业公司更须按时“晒”账单，证明确需调价。

《北京市物业管理条例》主要内容

序号

内容

01

首次提出可由街道成立物业管理委员会，成立条件：不具备成立业主大会条件；具备成立业主大会条件，但是确有困难未成立；业主大会成立后，未能选举产生业主委员会。

02

针对处于失管状态的小区，提出可成立应急物业

03

针对高空抛物、违建等问题，明确了物业等各方的职责

04

针对市民关心的物业费，提出物业费可实行市场调节价并适时调整

05

物业相关主体应当遵守权责一致、质价相符、公平公开的物业服务市场规则。资料来源：公开资料整理

而动态调整，则是可以涨价，也可以降价。无论是涨是降，物业都应对物业的经营所得进行公示，让业主明白账目上的具体信息。

2020年我国动态调整物业费的主要原因

方面

具体描述

服务成本上涨

目前，一些十几年甚至二十多年的老旧小区，其物业费一直维持在交房入住时的水平，但这些年人工和各方面的成本都在上涨，如果物业费仍然很低，物业不得不降低服务水平,这对业主是不利的。在不降低物业服务水平的前提下，需要适度上调物业费。

服务与物业费不匹配

物业服务从根本上说，是一种业主购买质价相符的服务的问题。一些新建小区或者较新的小区存在物业费过高，但实际服务可能不够好的情况，也可以在沟通公示后进行调整。

物业纠纷过多

原地踏步的物业费和不断上涨的服务成本，一动一静下，物业公司闹亏空，物业服务质量也跟不上业主要求，不少纠纷由此产生。资料来源：公开资料整理

而由于目前我国物业服务行业存在的服务质量与物业费不匹配，尤其针对服务质量低而物业费高的现象，我国政府为了进一步规范物业服务行业发展，在此次出台的《北京市物业管理条例》中也明确规定了物业费的收取以及如何计算。

我国政府进一步规范物业服务行业发展的内容

方面

具体描述

物业费采取市场调节价

市场调节价是指由经营者自主制定，但业主也有性价比最优的选择权，是供需双方协商自愿的结果。”

适时调整物业费

根据当时的服务成本与市场供需关系而进行的动态、良性的调整。由官方机构建立实时的物业成本信息保障机制。市住建委要发布住宅小区物业服务项目清单，物业管理行业协会要监测并定期发布物业服务项目成本信息和计价规则。业主可通过这两份信息，获取客观适时的物业成本数据，并以此为参考，与物业公司协商出合理公平的物业服务价格。

物业公司按时“晒”账单

按时“晒”账单；按规定的程序合理调整物业费。物业服务人应当在物业管理区域内显著位置如实、及时公示以下信息：物业服务内容和标准、收费标准和方式；上一年度物业服务合同履行及物业服务项目收支情况、本年度物业服务项目收支预算；上一年度公共水电费用分摊情况、物业费、公共收益收支与专项维修资金使用情况。

公共收益

物业服务人利用共用部分从事经营活动的，应当将公共收益单独列账。资料来源：公开资料整理（shz）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国物业服务行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国物业服务行业发展概述

第一节 物业服务行业发展情况概述

- 一、物业服务行业相关定义
- 二、物业服务行业基本情况介绍
- 三、物业服务行业发展特点分析

第二节 中国物业服务行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、物业服务行业产业链条分析
- 三、中国物业服务行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国物业服务行业生命周期分析

- 一、物业服务行业生命周期理论概述
- 二、物业服务行业所属的生命周期分析

第四节 物业服务行业经济指标分析

- 一、物业服务行业的赢利性分析
- 二、物业服务行业的经济周期分析
- 三、物业服务行业附加值的提升空间分析

第五节 中国物业服务行业进入壁垒分析

- 一、物业服务行业资金壁垒分析
- 二、物业服务行业技术壁垒分析
- 三、物业服务行业人才壁垒分析
- 四、物业服务行业品牌壁垒分析
- 五、物业服务行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球物业服务行业市场发展现状分析

第一节 全球物业服务行业发展历程回顾

第二节 全球物业服务行业市场区域分布情况

第三节 亚洲物业服务行业地区市场分析

- 一、亚洲物业服务行业市场现状分析
- 二、亚洲物业服务行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲物业服务行业市场前景分析

第四节 北美物业服务行业地区市场分析

- 一、北美物业服务行业市场现状分析
- 二、北美物业服务行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美物业服务行业市场前景分析

第五节 欧盟物业服务行业地区市场分析

- 一、欧盟物业服务行业市场现状分析
- 二、欧盟物业服务行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟物业服务行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界物业服务行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球物业服务行业市场规模预测

第三章 中国物业服务产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品物业服务总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国物业服务行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国物业服务产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国物业服务行业运行情况

第一节 中国物业服务行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国物业服务行业市场规模分析

第三节 中国物业服务行业供应情况分析

第四节 中国物业服务行业需求情况分析

第五节 中国物业服务行业供需平衡分析

第六节 中国物业服务行业发展趋势分析

第五章 中国物业服务所属行业运行数据监测

第一节 中国物业服务所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国物业服务所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国物业服务所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国物业服务市场格局分析

第一节 中国物业服务行业竞争现状分析

一、中国物业服务行业竞争情况分析

二、中国物业服务行业主要品牌分析

第二节 中国物业服务行业集中度分析

一、中国物业服务行业市场集中度分析

二、中国物业服务行业企业集中度分析

第三节 中国物业服务行业存在的问题

第四节 中国物业服务行业解决问题的策略分析

第五节 中国物业服务行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国物业服务行业需求特点与动态分析

第一节 中国物业服务行业消费市场动态情况

第二节 中国物业服务行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 物业服务行业成本分析

第四节 物业服务行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国物业服务行业价格现状分析

第六节 中国物业服务行业平均价格走势预测

一、中国物业服务行业价格影响因素

二、中国物业服务行业平均价格走势预测

三、中国物业服务行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国物业服务行业区域市场现状分析

第一节 中国物业服务行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区物业服务市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区物业服务市场规模分析

四、华东地区物业服务市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区物业服务市场规模分析

四、华中地区物业服务市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区物业服务市场规模分析

四、华南地区物业服务市场规模预测

第九章 2017-2020年中国物业服务行业竞争情况

第一节 中国物业服务行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国物业服务行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国物业服务行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 物业服务行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国物业服务行业发展前景分析与预测

第一节 中国物业服务行业未来发展前景分析

- 一、物业服务行业国内投资环境分析
- 二、中国物业服务行业市场机会分析
- 三、中国物业服务行业投资增速预测

第二节 中国物业服务行业未来发展趋势预测

第三节 中国物业服务行业市场发展预测

- 一、中国物业服务行业市场规模预测
- 二、中国物业服务行业市场规模增速预测
- 三、中国物业服务行业产值规模预测
- 四、中国物业服务行业产值增速预测
- 五、中国物业服务行业供需情况预测

第四节 中国物业服务行业盈利走势预测

- 一、中国物业服务行业毛利润同比增速预测
- 二、中国物业服务行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国物业服务行业投资风险与营销分析

第一节 物业服务行业投资风险分析

- 一、物业服务行业政策风险分析
- 二、物业服务行业技术风险分析
- 三、物业服务行业竞争风险
- 四、物业服务行业其他风险分析

第二节 物业服务行业企业经营发展分析及建议

- 一、物业服务行业经营模式
- 二、物业服务行业销售模式
- 三、物业服务行业创新方向

第三节 物业服务行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国物业服务行业发展战略及规划建议

第一节 中国物业服务行业品牌战略分析

- 一、物业服务企业品牌的重要性
- 二、物业服务企业实施品牌战略的意义
- 三、物业服务企业品牌的现状分析
- 四、物业服务企业的品牌战略
- 五、物业服务品牌战略管理的策略

第二节 中国物业服务行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国物业服务行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国物业服务行业发展策略及投资建议

第一节 中国物业服务行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国物业服务行业定价策略分析

第三节 中国物业服务行业营销渠道策略

- 一、物业服务行业渠道选择策略
- 二、物业服务行业营销策略

第四节 中国物业服务行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国物业服务行业重点投资区域分析

二、中国物业服务行业重点投资产品分析

图表详见正文 更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wuye/491478491478.html>