

2018年中国物业管理行业分析报告- 市场深度分析与发展前景研究

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《2018年中国物业管理行业分析报告-市场深度分析与发展前景研究》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/352426352426.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

我国物业管理行业最早可以追溯至1981年，全国第一家物业管理公司——深圳市物业管理公司成立，建立起“综合收费，全面管理服务，独立核算，靠企业自身经营运转”的商品化房管体制。从1981年到1994年，可以算是物业管理行业的探索和起步阶段。21世纪后，随着《物业管理条例》及《物业服务收费管理办法》的颁布，行业开始进入法制规范期。

物业管理业态分类 资料来源：公开资料整理

当前，物业管理公司的收入主要包含三类：

（1）公共性服务费收入，即物业管理费。根据国家发改委、建设部发布的《关于印发物业服务收费管理办法的通知》，规定业主与物业管理企业可以采取包干制或者酬金制等形式约定物业服务费用。

（2）综合性多种经营收入，包括媒体资源经营、场地经营、经营性物业及其他业务。媒体资源经营指框架、电子屏、宣传栏、电梯等媒体资源的开发经营，场地经营包括临时摆摊、固定区域长期设点经营（物流柜、饮水机等），经营性物业包括仓库、门面经营、球场、会所等娱乐设施经营管理。

（3）增值服务收入，即物业公司提供有偿服务经营。包括家政、房屋中介、装修家居、维修、小孩接送、商务服务等等。

数据显示，2017年，中国物业管理百强企业营业收入均值达74209.92万元，同比增长18.20%；净利润均值为5733.65万元，同比增长25.22%，总体呈上升趋势。

新型城镇化进程中，中国房地产市场的持续繁荣，为物业管理行业的蓬勃发展奠定了“量变”的基石，而社区经济作为新的增长点，为物业服务企业带来“质变”的契机，物业服务行业将迎来新一轮成长机遇期，万亿级蓝海市场有待百强企业开拓。

总的来说，中国较快的城镇化进程和人均可支配收入的提升是拉动国内房地产市场的主要推手，也是物业服务得以持续发展的重要源泉。鉴于国内土地供应相对充足、居民住宅新建增速仍旧较高，有理由相信物业服务市场的前景可期，百强企业业绩有望跨上新的台阶。

未来十年，随着中国房地产市场的持续发展，物业管理市场或将会有超过100亿平方米

的管理面积空间等待百强企业开拓，不过行业集中度会进一步扩大。基于未来巨大的市场容量，不同企业规模出现明显分化，其各自发展路径也将会不同。企业要根据自己的具体情况，在规模化扩张做大与深耕细分市场做专业之间合理选择，才能赢得更多的发展空间。（Y M）

观研天下发布的《2018年中国物业管理行业分析报告-市场深度分析与发展前景研究》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。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。

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 2016-2018年国际物业管理行业的发展综述

2.1 2016-2018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剖析

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 美国物业管理发展分析

2.2.1 美国的物业管理概况

2.2.2 美国物业管理的主要特征

2.2.3 美国物业管理的服务宗旨

2.2.4 美国物业管理企业的经费运作概况

2.2.5 美国物业管理的专业化分工突出

2.3 日本物业管理发展分析

2.3.1 日本的物业管理特点分析

2.3.2 日本物业管理现状分析

2.3.3 日本物业管理法律制度完善

2.3.4 日本公寓的物业管理分析

2.3.5 日本物业管理费的欠缴与追缴方案探析

2.4 新加坡物业管理发展分析

2.4.1 新加坡物业管理的总体印象

2.4.2 新加坡物业管理基本模式

2.4.3 新加坡共管式物业管理概况

2.4.4 新加坡物业管理范围阐述

2.5 澳大利亚物业管理发展分析

2.5.1 澳大利亚物业管理的运行机制简析

2.5.2 澳大利亚物业管理的主要优点

2.5.3 澳大利亚物业管理的特色

2.6 香港地区物业管理发展分析

2.6.1 香港物业管理发展进程回顾

- 2.6.2 香港物业管理的分类状况
- 2.6.3 公营房屋物业管理的运行模式简述
- 2.6.4 私营房屋物业管理的运作情况分析
- 2.6.5 香港物业管理行业的政策法规环境

第三章 2016-2018年中国物业管理行业发展分析

- 3.1 2016-2018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 中国物业管理行业发展特征
 - 3.1.3 中国物业管理行业的政策环境
 - 3.1.4 中国物业管理业务板块分析
 - 3.1.5 中国物业服务发展现状分析
 - 3.1.6 中国物业管理的市场经济特点
 - 3.1.7 中国物业管理的经济浅析
- 3.2 中国物业管理百强企业发展分析
 - 3.2.1 2017年中国物业管理百强企业发展分析
 - 3.2.2 2017年中国物业管理百强企业发展分析
 - 3.2.3 2018年中国物业管理企业动态分析
- 3.3 中国物业管理的发展模式分析
 - 3.3.1 传统的房管模式
 - 3.3.2 福利模式
 - 3.3.3 自营式
- 3.4 2016-2018年中国物业管理行业结构简析
 - 3.4.1 潜在的进入者
 - 3.4.2 替代品
 - 3.4.3 购买者的讨价还价能力
 - 3.4.4 供应者的讨价还价能力
 - 3.4.5 行业内部现有竞争者的抗衡
- 3.5 中国物业管理发展存在的问题
 - 3.5.1 中国与世界先进物业管理模式的差距
 - 3.5.2 中国物业管理行业发展的障碍因素
 - 3.5.3 中国物业管理市场存在信息不对称
 - 3.5.4 中国物业管理行业发展的主要矛盾
 - 3.5.5 中国物业管理企业发展的主要问题
- 3.6 中国物业管理发展的策略

- 3.6.1 政府改进监管物业管理行业措施
- 3.6.2 推行物业管理市场化发展的对策
- 3.6.3 构建和谐物业管理的策略分析
- 3.6.4 物业管理信息不对称的解决方法
- 3.6.5 物业管理行业发展的整体战略

第四章 2016-2018年中国物业管理行业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 政府在不业主委员会的指导作用问题
 - 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 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

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 2016-2018年物业管理行业的费用分析

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 物业服务价格体系构建研究

5.4.1 物业服务价格形成机制概述

5.4.2 物业服务价格形成机制存在的问题

5.4.3 构建“质价相符”价格体系的思路

5.4.4 物业服务成本上涨与行业应对措施

5.5 对物业管理低收费与零收费的理性思考

5.5.1 市场经济下低收费和零收费现象分析

5.5.2 法律层面的低收费和零收费的审视与考量

5.5.3 低收费和零收费的对策建议

5.6 物业管理费用收取存在的问题及对策

5.6.1 物业管理欠费问题的原因分析和解决建议

5.6.2 解决物管费困局的新思路

5.6.3 物业公司收缴物业管理费的内部控制和核算分析

第六章 2016-2018年物业管理行业招投标的发展

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 物业管理与服务的策划招投标法特征分析

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 2016-2018年中国主要地区物业管理行业的发展

7.1 深圳物业管理业分析

7.1.1 深圳物业管理的发展成就

7.1.2 深圳物业管理的主要特征

7.1.3 深圳绿色物业管理成就卓著

7.1.4 深圳物业管理行业发展概况

7.1.5 深圳物业管理条例修订后实施

7.1.6 深圳物业管理发展规划

7.2 北京物业管理业分析

7.2.1 北京市物业管理办法实施

7.2.2 北京物业管理行业发展特征

7.2.3 北京物业动态监管平台启用

- 7.2.4 北京物业管理存在问题分析
- 7.2.5 北京物业管理的菜单式发展趋向
- 7.3 上海物业管理业分析
 - 7.3.1 上海物业管理行业发展回顾
 - 7.3.2 上海物业管理行业发展现状
 - 7.3.3 上海新版物业管理规定实施
 - 7.3.4 上海工业园区物业管理规范施行
 - 7.3.5 上海调整公有住宅售后物业服务收费标准
 - 7.3.6 上海民营物业管理企业发展分析
- 7.4 广州物业管理业分析
 - 7.4.1 广州物业管理行业发展概述
 - 7.4.2 广州物业专项维修资金管理新规
 - 7.4.3 广州物业管理新办法实施情况
 - 7.4.4 广州物业管理深入发展的对策
- 7.5 其他省市物业管理业分析
 - 7.5.1 呼和浩特市
 - 7.5.2 哈尔滨市
 - 7.5.3 杭州市
 - 7.5.4 贵阳市
 - 7.5.5 四川省
 - 7.5.6 浙江省
 - 7.5.7 河北省
 - 7.5.8 广西壮族自治区

第八章 2016-2018年物业管理行业与房地产行业

- 8.1 2017年中国房地产行业分析
 - 8.1.1 开发状况
 - 8.1.2 行业运行
 - 8.1.3 发展特征
 - 8.1.4 热点回顾
- 8.2 2017年中国房地产行业分析
 - 8.2.1 开发状况
 - 8.2.2 行业运行
 - 8.2.3 发展特征
 - 8.2.4 热点回顾

8.3 2018年中国房地产行业分析

8.3.1 开发状况

8.3.2 行业运行

8.3.3 发展特征

8.3.4 热点分析

8.4 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 物业管理是房地产企业的诚信及品牌的伸展

8.4.3 物业管理在房地产开发中的主导作用

8.4.4 优秀的物业管理是房地产业发展的图腾

8.4.5 培育物业管理成为房地产开发经营主角的对策

8.5 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 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 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 2016-2018年重点企业发展分析

9.1 万科物业

9.1.1 企业发展概况

9.1.2 企业经营理念

9.1.3 企业发展运营状况

9.1.4 企业战略合作情况

9.1.5 企业未来发展规划

9.1.6 企业发展策略

9.2 中海物业

9.2.1 企业发展概况

9.2.2 企业经营理念与方针

9.2.3 企业发展特色与优势

9.2.4 企业发展现状阐述

9.3 天鸿集团

9.3.1 企业发展概况

9.3.2 企业品牌发展概况

9.3.3 企业的物业管理标准

9.3.4 企业发展状况

9.4 万厦居业

9.4.1 企业发展概况

9.4.2 企业的行业地位

9.4.3 企业的创新优势

9.5 上海陆家嘴物业管理有限公司

9.5.1 企业发展概况

9.5.2 企业服务模式转型

9.5.3 企业的品牌战略

第十章 2016-2018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
 - 10.4.1 物管企业发展面临的挑战
 - 10.4.2 物业管理企业存在的危机
 - 10.4.3 高校物业管理企业面临的挑战
 - 10.4.4 民营物管企业发展的风险
- 10.5 物业管理企业的发展策略
 - 10.5.1 物业管理企业发展的建议
 - 10.5.2 物业管理企业应多维度积累无形资产
 - 10.5.3 物业管理企业应注重企业的形象设计
 - 10.5.4 物业管理企业的设备维修保养体系亟待建立
 - 10.5.5 物业管理企业的品牌营销策略
 - 10.5.6 高校物业管理企业发展的对策

第十一章 2016-2018年物业管理行业的竞争分析

- 11.1 物业管理行业的竞争格局
 - 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 物业管理行业的品牌竞争探析
 - 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 物业管理行业的品牌扩张分析
 - 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 物业管理行业竞争力提升的策略
 - 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 2016-2018年物业管理行业的营销分析

12.1 物业管理行业营销概述

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 2018-2024物业管理行业的发展趋势预测

13.1 2018-2024年中国物业管理行业预测分析

13.1.1 物业管理业发展影响因素分析

13.1.2 2018-2024年中国物业管理面积预测

13.1.3 2018-2024年中国物业管理业营业收入预测

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 国际化

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

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wuye/352426352426.html>