



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2010年中国物业管理行业市场分析及发展前景预测报告

## 一、调研说明

《2009-2010年中国物业管理行业市场分析及发展前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/10247.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

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。

物业管理实际上是与我国国家的房改和住房商品化密切相关的，中国内地最早的物业管理是1981年有了第一家物业管理公司，但是真正物业管理的发展是从90年代开始的。特别是近年来它的发展是非常快的。从目前物业管理来看，按照不完全统计数据，目前我国国家物业管理企业总数超过3万家，从业人员大概有300多万，城镇物业管理覆盖率可以达到50%左右，在一些大城市，像北京、上海、深圳都能达到70%甚至80%、90%。所以说物业管理所创造的增加值在一些大城市占GDP的比重也在逐年上升，逐渐成为推动国民经济增长，增加就业的新兴行业。

本研究报告中主要依据了国家统计局、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、中国建设部等权威机构公布和提供的大量资料。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，内容全面，概括精辟。是物业管理企业及相关企业和单位准确了解目前中国物业管理行业发展现状，制定投资策略的必备的参考资料。

### 目录

#### 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、物业管理的主要内容 2

###### 三、中外物业管理起源、历史、发展对比 4

##### 第二节 物业管理产权理论分析 6

###### 一、产权理论简介 6

###### 二、物业管理产生的产权理论解释 6

###### 三、我国物业管理发展的产权理论解释 8

#### 第二章 国外物业管理的发展情况分析 11

##### 第一节 国外物业管理的发展综述 11

###### 一、国外住宅区的物业管理概览 11

## 二、国外物业管理的特点 14

### 第二节 美国 15

#### 一、美国的物业管理概况 15

#### 二、美国物业管理的主要特点 19

#### 三、美国的楼宇星级管理 21

#### 四、美国物业管理企业的经费运作概况 22

### 第三节 新加坡 26

#### 一、新加坡小区的物业管理 26

#### 二、新加坡的共管式物业管理 27

### 第四节 澳大利亚 28

### 第五节 香港 30

## 第三章 中国物业管理的发展 36

### 第一节 中国物业管理的发展历程 36

#### 一、中国物业管理的产生与发展 36

#### 二、中国物业管理的三个阶段 37

### 第二节 中国物业管理的现状分析 44

#### 一、中国物业管理发展现状综述 45

#### 二、中国物业管理发展的影响因素 50

#### 三、中国物业管理的问题与对策 54

#### 四、中国物业管理与世界先进模式的差距 57

### 第三节 中国物业管理行业结构简析 60

#### 一、潜在的进入者 61

#### 二、替代品 62

#### 三、购买者的讨价还价能力 63

#### 四、供应者的讨价还价能力 63

#### 五、行业内部现有竞争者的抗衡 64

### 第四节 物业管理企业亏损问题探讨 64

#### 一、物业管理亏损的原因 65

#### 二、物业管理亏损的解决方法 67

### 第五节 中国物业管理可持续发展战略分析 69

#### 一、宏观政策对物业管理可持续发展的导向 69

二、适应可持续发展要求需建立的行业政策规范 71

三、构建开放的产业结构体系 73

四、促成企业结构优化 76

五、完善市场监管体系 77

六、构建强大的技术支撑体系 78

第六节 物业管理消费分析 80

一、物业管理消费的特征和功能 80

二、物业管理消费满意度分析 83

三、物业管理的消费者分析 90

第四章 物业管理招投标的发展 107

第一节 物业管理招投标方式分析 107

一、物业管理行业的健康发展需要推行招投标 107

二、招投标过程中急需解决的一些问题 109

第二节 物业管理招投标中面临的误区 111

一、招投标形式的误区 111

二、标书的误区 114

三、价格的误区 115

第三节 物业管理招投标中存在的问题及对策 117

一、当前在物业管理招投标中存在的主要问题 117

二、物业管理招投标中存在问题的原因分析 118

三、矫正物业管理招投标中不正当竞争的对策 119

第四节 前期物业管理招投标的难点及对策 120

一、现状及分析 120

二、解决问题的对策 122

第五节 理顺物业管理招投标关系的思考 124

第五章 中国主要地区物业管理的发展 128

第一节 深圳 128

一、深圳物业管理发展概况 128

二、深圳物业管理的现状与发展趋势 132

三、深圳物业管理服务收费管理规定 142

## 第二节 北京 147

- 一、北京物业管理的发展综述 147
- 二、北京物业管理的收费规定 149
- 三、北京市物业管理的收费分析 153
- 四、北京物业管理企业即将进入盘整期 155

## 第三节 上海 157

- 一、上海物业管理的总体透视 157
- 二、上海物业管理价格的市场化升速 157
- 三、上海民营物业管理企业发展现况 160
- 四、上海民营物业管理企业面临的问题 163
- 五、上海民营物业管理企业发展的对策 164
- 六、上海物业管理规划 166
- 七、上海历史建筑物业管理研究 166

## 第四节 广州 175

- 一、广州市物业管理招投标的概况 175
- 二、广州出现的物业管理新模式 177

## 第五节 济南 180

- 一、市场综述 180
- 二、物管公司类别 181
- 三、住宅市场物业管理费 182
- 四、物业配套 183

## 第六节 广西 185

- 一、各市有关物业管理配套规章 制度建设情况 185
- 二、各市物业管理现状及行业基本情况 186
- 三、法规在执行过程中的难点和存在问题 187
- 四、各市物业管理方面热点难点问题 188
- 五、物业管理发展对策 191

## 第七节 西部地区 192

- 一、西部地区物业管理发展现状、问题与对策 192
- 二、重庆物业管理的发展概况 194
- 三、重庆物业管理发展趋势展望 198

## 第六章 中国物业管理的竞争分析 203

### 第一节 物业管理竞争概况 203

- 一、物业管理行业的SWOT分析 203
- 二、物业管理企业核心竞争力的构建 206
- 三、物业管理的市场竞争与对策 209
- 四、物业管理民企与国企的竞争 211

### 第二节 物业管理的品牌竞争分析 223

- 一、品牌和物业管理品牌 223
- 二、创建物业管理品牌的条件 224
- 三、创建物业管理品牌的必然性 225
- 四、创建物业管理品牌的策略 227
- 五、物业管理进入品牌竞争时代 233
- 六、物业管理品牌战略分析 233
- 七、物业管理的发展与竞争趋势的分析 235

## 第七章 重点企业分析 247

### 第一节 上海陆家嘴物业 247

- 一、公司简介 247
- 二、品牌建设 248

### 第二节 第一太平戴维斯 250

- 一、公司简介 250
- 二、经营情况 255

### 第三节 天鸿集团 256

- 一、集团简介 256
- 二、集团物业管理的实践和发展 258
- 三、集团物业管理品牌的发展 260

### 第四节 中海物业 262

- 一、公司简介 262
- 二、中海物业管理模式的特点 265
- 三、新形象促进中海物业品牌发展战略 267

### 第五节 万厦居业 268

- 一、公司简介 268

## 二、市场策略 269

### 第六节 万科物业 270

#### 一、公司概况 270

#### 二、经营理念 273

#### 三、管理目标 274

#### 四、核心价值观 275

### 第七节 招商局物业 275

#### 一、公司简介 275

#### 二、竞争优势 276

### 第八节 鹏基物业 278

## 第八章 中国房地产行业 280

### 第一节 2007年中国房地产市场形势分析 280

#### 一、2007年房地产市场运行特点 280

#### 二、2007年房地产调控措施回顾与分析 281

#### 三、房地产市场若干影响因素分析 284

### 第二节 2008年中国房地产市场分析 286

#### 一、房地产市场现状 286

#### 二、当前宏观经济状况分析 286

#### 三、相关政策的分析 288

#### 四、成交情况分析 288

#### 五、其他特殊因数对房地产市场的影响 289

#### 六、房地产市场未来走势预测 290

### 第三节 房地产经营与物业管理的关系 291

#### 一、物管是房地产综合开发过程中的重要环节 291

#### 二、物管是房地产开发企业实施品牌战略的重要内容 293

#### 三、只有通过市场竞争，才能提高物管服务水平 294

## 第九章 物业管理的发展趋势 296

### 第一节 "国六条"对物业管理行业的影响 296

### 第二节 物业管理企业如何应对WTO 297

#### 一、坚强的后台支持 298



二、强烈的竞争意识	298
三、鲜明的企业文化	299
四、疏通和理顺物业管理政策法规	300
五、借鉴国外物业管理市场先进经验	300
六、整顿和规范物业管理行业管理	301
七、实施人才战略	302
第三节 网络时代的物业管理	303
一、网络对物业管理的影响	303
二、网络时代的客户需求及行为分析	306
三、网络时代的物业管理市场竞争策略	310
第四节 高校物业管理的发展趋势	312
一、高校住宅物业管理的现状	312
二、高校物业管理的发展趋势	314
第五节 物业管理行业的发展趋势	317
一、物业管理市场结构的调整	317
二、中国数字社区发展趋势	321
三、国内物业管理市场的发展趋势	323
四、物业管理行业的发展趋势	325
五、物业管理企业的发展趋势	329
六、中小型民营物业管理企业发展思路	331

## 图表目录

图表 1：传统房屋管理与现代物业管理的区别	9
图表 2：注册物业经理的平均时间分配	24
图表 3：注册物业经理的各类收入比列	24
图表 4：注册物业经理在各项地产行业的比例（美元）	25
图表 5：受访者性别构成	86
图表 6：消费者对物业管理服务满意程度	86
图表 7：服务满意程度与性别相关分析	88
图表 8：服务满意程度与年龄相关分析	88
图表 9：消费者对住宅物业管理希望的分析	89
图表 10：消费者性别与物业管理方式的交叉分析	90

图表 11：消费者年龄与物业管理方式的交叉分析	90
图表 12：消费者对小区物业管理费用接受程度的分析	92
图表 13：受访者性别与管理费用接受程度的分析	93
图表 14：受访者年龄与管理费用接受程度	93
图表 15：受访者对于小区安全防范措施需求	94
图表 16：受访者对小区智能化管理需求情况	95
图表 17：受访者性别与智能管理的交叉分析	96
图表 18：受访者年龄与智能管理的交叉分析	96
图表 19：受访者对智能化管理作用的分析	97
图表 20：对于服务项目认为最有必要的分析情况	97
图表 21：对于服务项目认为最没有必要的分析	98
图表 22：受访者的年龄与最有必要服务项目交叉分析	99
图表 23：各项服务项目之间重要程度交叉分析	101
图表 24：各项服务项目与满意程度的相关分析	102
图表 25：回归分析	104
图表 26：聚类分析（1）	104
图表 27：聚类分析（2）	105
图表 28：聚类分析（3）	105
图表 29：深圳市物业管理行业综合实力二十强	141
图表 30：物业公司类别	181
图表 31：社区配套分析	184
图表 32：智能化配套分析	184
图表 33：中国物业管理公司100强	219
图表 34：用户最关心的服务内容	243
图表 35：不同物业公司的客户沟通机制	243
图表 36：北京市写字楼物业与发展商的关系	245
图表 37：物业公司服务内容的三个层次	246
图表 38：固定资产投资增幅走势及当月出口增长率走势	286
图表 39：06年1月至08年5月中国CPI月度走势	287
图表 40：近期出台的市场手段一览	288
图表 41：全国主要城市成交情况分析表	288
图表 42：物业管理行业服务代理集成商模式	327

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/10247.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。