



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009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/10456.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

第一章 2009年中国物业管理行业发展环境分析

一、2009年中国经济发展环境分析

- (一) 2009年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2009年中国物业管理行业发展政治环境分析

- (一) 我国物业管理政策法律逐渐完善
- (二) 《物权法》的施行对物业管理的影响
- (三) 国务院对《物业管理条例》的修订
- (四) 住房制度改革影响分析
- (五) 住房商品化政策的推进影响分析

三、2009年中国物业管理行业发展社会环境分析

- (一) 乡村城市化、城市现代化进程的加快
- (二) 居民生活水平不断提高

四、2009年中国物业管理行业发展技术环境分析

- (一) 物业智能管理
- (二) 安全防范智能化

第二章 物业管理的相关概述

一、物业管理的介绍

- (一) 物业管理的定义
- (二) 物业管理的主要内容
- (三) 物业管理的历史发展分期

二、国内外物业管理基本特征的比较

- (一) 国外物业管理的基本特征
- (二) 国内物业管理的基本特征分析

三、物业管理产权理论的简析

- (一) 产权理论的简介
- (二) 物业管理产权理论的产生

第三章 2009年全球物业管理行业的发展综述

一、2009年全球物业管理行业发展概况分析

- (一) 全球物业管理的特点分析
- (二) 国外物业管理的优秀模式
- (三) 全球物业管理的成功之道
- (四) 国外传媒业办公大楼的管理技巧
- (五) 国外住宅小区的物业管理概况分析

二、2009年美国物业管理行业发展形势分析

- (一) 美国的物业管理概况
- (二) 美国物业管理的主要特征
- (三) 美国物业管理的服务宗旨
- (四) 美国物业管理企业的经费运作概况分析

三、2009年日本物业管理行业发展状况分析

- (一) 日本的物业管理特点分析
- (二) 日本物业管理现状分析
- (三) 日本物业管理法律制度完善
- (四) 日本公寓的物业管理分析

四、2009年新加坡物业管理行业运行态势分析

- (一) 新加坡物业管理的总体印象
- (二) 浅析新加坡物业管理
- (三) 新加坡共管式物业管理概况

五、2009年澳大利亚物业管理行业运行状态分析

- (一) 浅析澳大利亚的物业管理
- (二) 澳大利亚物业管理的主要特征

六、2009年其他国家的物业管理行业运行形势分析

- (一) 荷兰：提前介入的物业管理
- (二) 法国：一切为了业主利益
- (三) 德国：雇主利益的维护者和代理人
- (四) 瑞士：与社区管理相协调

第四章 2009年中国物业管理行业发展形势剖析

一、2009年中国物业管理行业的现状分析

- (一) 产权关系模糊，体制不顺

- (二) 开发、管理专业分工不明确,使建管之间缺乏有效连接
- (三) 人员素质较低,专业人才缺乏
- (四) 服务市场不成熟、行业竞争不规范
- (五) 企业经济效益较低,行业发展后劲不足

二、2009年中国物业管理的法律特色与完善

- (一) 物业纠纷类型和法律特征
- (二) 物业纠纷的原因分析
- (三) 物业纠纷的解决办法及国外的经验

三、2009年中国物业管理发展存在的问题分析

- (一) 中国与全球先进物业管理模式存在的差距
- (二) 中国物业管理发展过程中面临的问题
- (三) 中国物业管理面临的困难简析
- (四) 中国物业管理存在的主要矛盾
- (五) 物业管理市场存在信息不对称

四、2009年中国物业管理行业的发展对策分析

- (一) 建立适宜物业管理企业发展的新型有效的运行机制
- (二) 物业管理提前介入
- (三) 加快人才培养,为物业管理发展提供人才资源
- (四) 引入竞争机制,实行市场化经营
- (五) 组建物业企业集团,实现规模经营

五、2009年中国物业管理可持续发展战略分析

- (一) 物业管理可持续发展的意义
- (二) 物业管理可持续发展的问题分析
- (三) 中国物业管理可持续发展的对策

第五章 2009年中国物业管理的企业发展态势分析

一、2009年中国物业管理企业的发展形势探究

- (一) 物业管理企业品质管理的概况
- (二) 国有物业管理企业改革的发展
- (三) 物业管理企业在前期介入阶段的作用分析
- (四) 现代物业管理公司盈利模式的浅析
- (五) 物业管理企业的专业化是一种战略选择

(六) 民营物业管理企业发展存在的优势

二、2009年中国物业管理企业的企业文化建设的浅析

(一) 物业管理企业的企业文化建设的必要性

(二) 物业管理企业的企业文化建设的困难

(三) 物业管理企业文化建设应遵循的原则

(四) 物业管理企业的企业文化建设的举措

三、2009年中国物业管理企业的诚信分析

(一) 诚信是做企业的根本

(二) 诚信造就物业管理行业的发展

(三) 诚信对物业管理行业发展的利处

(四) 物业管理存在的不诚信种种表现

(五) 物业管理行业诚信机制的建立

四、2009年中国物业管理企业发展存在的问题分析

(一) 物管企业发展面临的挑战

(二) 物业管理企业存在的危机

(三) 高校物业管理企业面临的挑战

(四) 民营物管企业发展的风险

五、2009年中国物业管理企业的发展策略分析

(一) 物业管理企业发展的建议

(二) 物业管理企业应多维度积累无形资产

(三) 物业管理企业应注重企业的形象设计

(四) 物业管理企业的设备维修保养体系亟待建立

(五) 物业管理企业的品牌营销策略

(六) 高校物业管理企业发展的对策

第六章 2009年中国物业管理的费用分析

一、2009年中国物业管理费的介绍

(一) 物业管理费的构成

(二) 物业管理费的收费标准

(三) 物业管理费的核算方法

(四) 物业管理费的主要用途

二、2009年中国物业服务收费方式分析

- (一) 物业服务的两种计费方式
- (二) 两种收费方式的优缺点分析
- (三) 两种收费方式的比较
- (四) 中国酬金制需要完善的方面

三、2009年中国物业管理服务与收费的关系分析

- (一) 物业管理服务与收费相结合的制度基础
- (二) 物业服务与收费的内在联系
- (三) 物业服务与收费相结合的要求和实践

四、2009年中国对物业管理低收费与零收费的理性思考

- (一) 市场经济下低收费和零收费现象分析
- (二) 法律层面的低收费和零收费的审视与考量
- (三) 低收费和零收费的对策建议

五、2009年中国物业管理费用收取存在的问题及对策分析

- (一) 物业管理欠费问题的原因分析和解决建议
- (二) 解决物管费困局的新思路
- (三) 物业管理收费应遵循质价相符的原则
- (四) 物业公司收缴物业管理费的内部控制和核算分析

第七章 2009年中国物业管理招投标的发展局势分析

一、物业管理招投标机制的综述

- (一) 物业管理招投标活动的认识
- (二) 物业管理招投标的特征与其要点
- (三) 物业管理招投标的必要性和意义
- (四) 物业管理依法实行招投标制度的利处

二、2009年中国物业管理招投标方式的分析

- (一) 物业管理行业的健康发展亟需推行招投标
- (二) 中国物业管理三种招标的方法

三、2009年中国物业管理招投标存在的问题分析

- (一) 物业管理招投标制度缺陷和现实的困境
- (二) 物业管理招投标中面临的三大误区
- (三) 实施物业管理招投标所存在的主要问题
- (四) 物业管理招投标待解决的四大难题

四、2009年中国物业管理招投标的对策分析

- (一) 实施物业管理招投标的措施
- (二) 市场化的物业管理科学开展招标投标的对策
- (三) 理顺物业管理招投标关系的思考
- (四) 完善物业管理招投标的六点建议
- (五) 物业招投标市场机制培育和完善的要素

第八章 2009年中国物业管理的营销态势分析

一、2009年中国物业管理营销概述

- (一) 物业管理市场营销的必要性分析
- (二) 物业管理营销的特点与规律简析
- (三) 物业管理市场营销中存在的问题分析
- (四) 解决物业管理市场营销问题的策略

二、2009年中国物业管理市场营销博弈研究

- (一) 博弈论概述
- (二) 物业管理企业间的博弈
- (三) 物业管理企业与消费者的博弈
- (四) 物业管理企业、业主和社会利益三者的博弈

三、2009年中国物业管理的客户关系管理分析

- (一) 客户关系管理概述
- (二) 实施客户关系管理的必要性分析
- (三) 实施客户关系管理的可行性分析
- (四) 客户关系管理的运作分析
- (五) 客户关系管理功能分析
- (六) 客户关系管理目的分析

第九章 2009年中国物业管理行业竞争状况分析

一、2009年中国物业管理的竞争格局分析

- (一) 物业管理的市场竞争浅析
- (二) 新物业管理行业步向品牌竞争的时代
- (三) 物业管理企业竞争促进品质提高

二、2009年中国物业管理中的品牌竞争探析

(一) 品牌和物业管理品牌

(二) 创建物业管理品牌的条件

(三) 创建物业管理品牌的必然性

(四) 建立物业管理品牌的策略

三、2009年中国物业管理的品牌扩张分析

(一) 管理规模扩张

(二) 知名度扩张

(三) 管理规模的扩张和知名度扩张的关系

四、2009年中国物业管理竞争力提升的策略分析

(一) 提升中国物业管理企业竞争力的建议

(二) 创造与培养物业管理企业的核心竞争力

(三) 浅析物业管理企业竞争力的提升对策

(四) 物业管理企业提高自身竞争力的方法

(五) 中国物业管理企业亟待品牌创新

第十章 2009年中国主要地区物业管理行业发展深度分析

一、深圳

(一) 深圳物业管理的发展概况

(二) 深圳物业管理的特征

(三) 深圳物业管理招投标迈入攻坚时刻

(四) 深圳宝安区农村物业管理概况

(五) 深圳物业管理发展的前景

二、北京

(一) 北京物业管理的发展综述

(二) 北京市物业管理的收费分析

(三) 北京物业管理存在的问题

(四) 北京物业管理出现新的规定

(五) 北京将颁布实行住宅物业管理服务标准

三、上海

(一) 上海物业管理的总体透视

(二) 上海物业管理价格的市场化升速

(三) 上海民营物业管理企业发展现况

(四) 上海民营物业管理企业面临的问题

(五) 上海民营物业管理企业的发展举措

四、广州

(一) 广州市物业管理招投标的概况

(二) 广州物业管理出现新的模式

(三) 广州物业管理深入发展的对策

(四) 广州物业管理新规显现四大变化

第十一章 2009年中国物业管理行业重点企业发展状态分析

一、中海物业管理有限公司

(一) 公司简介

(二) 新形象促进中海物业品牌发展战略

(三) 中海物业的发展趋势

二、深圳市万厦居业有限公司

(一) 公司简介

(二) 万厦居业的发展纪实

(三) 万厦居业以创新品牌获得市场

(四) 万厦居业造就深圳物业管理的名片

三、上海陆家嘴物业管理有限公司

(一) 公司简介

(二) 上海陆家嘴物业管理的发展概况

(三) 品牌铸造上海陆家嘴物业管理有限公司

第十二章 2009年中国物业管理与房地产行业相关性分析

一、2007年中国房地产行业回顾

(一) 中国房地产开发市场特点

(二) 中国房地产市场概况分析

(三) 中国房地产景气指数分析

二、2009年中国房地长行业发展现状分析

(一) 中国房地产开发市场特点分析

(二) 中国房地产市场概况分析

(三) 中国房地产景气指数分析

三、2009年中国房地产与物业管理的发展分析

- (一) 房地产与物业管理的关系
- (二) 物业管理是房地产企业的诚信及品牌的伸展
- (三) 物业管理陪伴房地产业发展由陌生成为依赖
- (四) 浅析物业管理在房地产开发中的主导作用
- (五) 优秀的物业管理是房地产业发展的图腾
- (六) 培育物业管理成为房地产开发经营主角的对策

四、2009年中国不同所有权制度下的住宅小区物业管理研究

- (一) 住宅小区的物权关系分析
- (二) 物业管理的委托与被委托联系
- (三) 业主对物业管理的权利及义务
- (四) 物业管理企业向业主提供的服务

五、2009年中国住宅小区前期物业管理研究

- (一) 住宅小区前期物业管理的特点
- (二) 住宅小区前期物业管理的内容
- (三) 住宅小区前期物业管理要把握的重点

六、2009年中国物业管理与社区文化建设浅析

- (一) 物业管理与社区文化建设的关系分析
- (二) 物业公司与业主在社区文化建设的角色定位
- (三) 重视资源的整合利用途径

第十三章 2009-2012年中国物业管理的发展及投资分析

一、2009-2012年中国物业管理的发展趋势分析

- (一) 中国物业管理体制发展前景预测
- (二) 21世纪中国物业管理发展趋势预测
- (三) 今后中国物业管理六大发展趋势研究
- (四) 物业管理服务代理集成商模式的发展方向
- (五) 高校物业管理的发展预测

二、2009-2012年中国物业管理的走势预测分析

- (一) 土洋联姻趋势
- (二) 网络化趋势
- (三) 重组发展趋势

(四) 管理服务日趋主动

(五) 运作日趋规范化

三、2009-2012年中国物业管理行业发展品牌策略分析

(一) 明确品牌定位

(二) 加强物业品牌的宣传力度

(三) 物业品牌架构要清晰化

(四) 加强物业品牌的管理

四、2009-2012年中国中小物业公司的经营策略分析

(一) 夯实基本功

(二) 概念领先

(三) 服务领先

(四) 横向联合, 资源共享

(五) 创造模式品牌

五、2009-2012年中国物业管理行业投资分析

(一) 中国物业管理行业投资环境分析

(二) 中国物业管理行业投资机会分析

(三) 中国物业管理行业投资风险分析

六、2009-2012年中国物业管理风险的规避方式分析

(一) 把好合同关

(二) 提供全方位、多层次的"预防性提示服务"

(三) 合理转移风险

图表目录 (部分) :

图表 : 2006-2009年三季度中国GDP增长情况

图表 : 2008年前三季度中国三大产业结构

图表 : 2003-2009年中国工业增加值增长率

图表 : 2005-2009年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表 : 2007年9月-2009年9月中国CPI、PPI走势

图表 : 2008年1-9月中国外贸增长情况

图表 : 2008年1-9月份我国部分行业调整变化 (同比增长率%)

图表 : 2008年1-9月份我国周期性行业调整变化 (同比增长率%)

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/10456.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）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。