



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2018年中国物业服务行业市场深度分析与投资前景预测报告

一、调研说明

《2013-2018年中国物业服务行业市场深度分析与投资前景预测报告》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/239156.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 物业服务行业发展背景 18

1.1 行业定义与分类 18

1.1.1 物业服务的定义 18

1.1.2 物业服务的分类 18

(1) 按照服务性质分类 18

1) 物业公共服务 18

2) 物业经营服务 19

(2) 按照服务对象分类 20

1) 居住物业服务 20

2) 商务物业服务 20

3) 工业物业服务 20

4) 特种物业服务 21

1.2 物业服务行业发展环境分析 21

1.2.1 我国城镇化发展进程分析 21

1.2.2 我国宏观经济运行状况分析 23

1.2.3 我国人口及收入状况分析 25

(1) 人口数量和变化趋势分析 25

(2) 人口的构成结构分析 25

(3) 家庭类型对物业服务的影响 27

(4) 人口的密度和地理分布分析 27

(5) 消费者收入水平分析 28

1.2.4 我国国民消费现状分析 28

1.3 我国物业服务行业发展现状分析 29

1.3.1 我国物业服务行业整体发展现状 29

1.3.2 我国优秀物业服务企业发展现状 30

1.3.3 我国中小型物业服务企业发展现状 31

1.4 我国物业服务行业价格指数分析 32

第二章 中国物业服务行业经营效益分析 34

2.1 物业服务行业盈利能力分析	34
2.1.1 物业服务行业净资产收益率分析	34
2.1.2 物业服务行业总资产报酬率分析	34
2.1.3 物业服务行业营业收益率分析	35
2.1.4 物业服务行业盈余现金保障倍数分析	35
2.1.5 物业服务行业成本费用利润率分析	36
2.1.6 物业服务行业资本收益率分析	36
2.2 物业服务行业发展状况分析	37
2.2.1 物业服务行业营业增长率分析	37
2.2.2 物业服务行业资本保值增长率分析	37
2.2.3 物业服务行业营业利润增长率分析	38
2.2.4 物业服务行业总资产增长率分析	38
2.2.5 物业服务行业技术投入比率分析	39
2.3 物业服务行业资产质量分析	40
2.3.1 物业服务行业总资产周转率分析	40
2.3.2 物业服务行业应收账款周转率分析	40
2.3.3 物业服务行业不良资产比例分析	41
2.3.4 物业服务行业流动资产周转率分析	41
2.3.5 物业服务行业资产现金回收率分析	42
2.4 物业服务行业债务风险分析	42
2.4.1 物业服务行业资产负债率分析	42
2.4.2 物业服务行业已获利息倍数分析	43
2.4.3 物业服务行业速动比率分析	43
2.4.4 物业服务行业带息负债比率分析	44

第三章 中国物业服务行业竞争现状与市场策略 45

3.1 我国物业服务行业竞争格局分析	45
3.2 我国物业服务行业竞争结构分析	46
3.2.1 物业服务行业潜在进入者威胁分析	46
(1) 物业服务行业投资风险小	46
(2) 人力资源供应两级分化	47
(3) 物业服务市场规模不断扩大	47

(4) 物业服务市场管理不完善	47
3.2.2 物业服务行业现有企业间竞争分析	47
(1) 现有市场的竞争	48
(2) 持续发展能力的竞争	48
(3) 核心竞争力的竞争	48
(4) 行业的体制竞争	48
3.2.3 物业服务行业替代品替代能力分析	49
3.2.4 物业服务行业对消费者议价能力	49
3.2.5 物业服务行业对供应商议价能力	50
3.2.6 物业服务行业竞争结构生态图	50
3.3 我国物业服务行业竞争趋势分析	51
3.3.1 物业服务企业竞争市场化	51
3.3.2 物业服务企业经营集团化	51
3.3.3 物业服务企业专业服务分包化	52
3.3.4 物业服务行业竞争白热化	52
3.3.5 物业服务内容创新化	52
3.3.6 物业服务企业竞争全球化	52
3.4 我国物业服务市场供需平衡分析	53
3.4.1 物业服务市场需求现状分析	53
3.4.2 物业服务市场供给现状分析	53
3.5 物业服务企业市场竞争策略分析	54
3.5.1 物业服务顾客满意度服务策略分析	54
(1) 顾客满意服务策略的作用	54
(2) 顾客满意度指数评价体系	55
(3) 顾客满意度服务策略分析	56
1) 以顾客满意为中心的经营理念	56
2) 以顾客满意为宗旨的质量管理	56
3) 以顾客满意为准则的服务管理	56
4) 以顾客满意为导向的信息管理	56
3.5.2 物业服务企业体验式营销策略分析	57
(1) 体验式物业服务营销的作用	57
(2) 体验式物业服务营销策略分析	58

- 1) 感官体验式物业营销分析 58
- 2) 情感体验式物业营销分析 59
- 3) 思考式物业服务营销分析 59
- 4) 行动式物业服务营销分析 59
- 5) 关联式物业服务营销分析 59
- 3.6 物业服务企业核心竞争力的培育 60
 - 3.6.1 企业核心竞争力的本质 60
 - 3.6.2 物业服务企业核心竞争力的特征 60
 - (1) 物业服务产品性质特殊 60
 - (2) 物业服务产品的延展性 61
 - (3) 物业服务管理的动态性 61
 - (4) 物业服务客户的价值性 61
 - (5) 物业服务经营的独特性 61
 - 3.6.3 物业服务企业缺乏核心竞争力原因 62
 - 3.6.4 物业服务企业核心竞争力构成分析 63
 - (1) 物业服务企业服务能力分析 63
 - (2) 物业服务企业策划能力分析 65
 - (3) 物业服务企业管理和技术能力分析 70
 - (4) 物业服务企业整合能力分析 71
 - 3.6.5 物业服务企业核心竞争力决定因素 73
 - (1) 企业规模分析 73
 - (2) 企业无形资源分析 73
 - (3) 与相关产业的关系 74
 - (4) 区域资源经济政策的影响 74
 - 3.6.6 物业服务企业核心竞争力构成体系 74
 - 3.6.7 提升物业服务企业核心竞争力建议 75
 - (1) 建立和加强策划部门建设 75
 - (2) 加强企业的知识管理建设 76
 - (3) 重视人力资本的经营建设 76
 - (4) 注重企业文化的培育打造 76
 - (5) 实施绿色环保的经营策略 77

第四章 中国物业服务行业区域市场投资机会 78

4.1 北京市物业服务市场投资机会分析 78

4.1.1 北京市经济与房地产行业分析 78

4.1.2 北京市物业服务政策法规建设现状 79

4.1.3 北京市物业服务行业规模分析 80

4.1.4 北京市物业服务企业资质结构分析 80

4.1.5 北京市物业服务需求现状与趋势 80

(1) 北京市物业服务需求现状分析 80

(2) 北京市物业管理价格指数分析 81

(3) 北京市物业服务新增需求预测 82

4.1.6 北京市物业服务市场竞争现状分析 83

4.1.7 北京市物业服务市场投资机会分析 83

4.2 深圳市物业服务市场投资机会分析 84

4.2.1 深圳市经济与房地产行业分析 84

4.2.2 深圳市物业服务政策法规建设现状 85

4.2.3 深圳市物业服务行业规模分析 86

4.2.4 深圳市物业服务企业资质结构分析 86

4.2.5 深圳市物业服务行业人才结构分析 87

4.2.6 深圳市物业服务企业项目管理规模 87

4.2.7 深圳市在管物业服务项目业态分析 89

4.2.8 深圳市物业服务需求现状与趋势 90

(1) 深圳市物业服务需求现状分析 90

(2) 深圳市物业管理价格指数分析 91

(3) 深圳市物业服务新增需求预测 91

4.2.9 深圳市物业服务市场竞争现状分析 93

4.2.10 深圳市物业服务市场投资机会分析 93

4.3 上海市物业服务市场投资机会分析 94

4.4 广州市物业服务市场投资机会分析 100

4.5 重庆市物业服务市场投资机会分析 105

4.6 成都市物业服务市场投资机会分析 111

4.7 天津市物业服务市场投资机会分析 117

4.8 济南市物业服务市场投资机会分析 124

第五章 物业服务企业发展策略与经营模式分析 131

5.1 国际五大行发展策略分析 131

5.1.1 世邦魏理仕发展策略分析 131

- (1) 企业发展简况 131
- (2) 企业业务架构 134
- (3) 企业核心竞争力分析 135
- (4) 企业主要经营状况分析 138
- (5) 企业物业管理理念分析 138
- (6) 企业物业资产管理规模 138
- (7) 企业经典项目案例分析 139
- (8) 企业最新投资并购动向 139
- (9) 企业发展优劣势分析 140

5.1.2 仲量联行发展策略分析 140

- (1) 企业发展简况 140
- (2) 企业业务架构 142
- (3) 企业主要经营情况分析 142
- (4) 企业物业管理理念分析 144
- (5) 企业物业资产管理规模 144
- (6) 企业经典项目案例分析 144
- (7) 企业最新投资并购动向 145
- (8) 企业发展优劣势分析 145

5.1.3 戴德梁行发展策略分析 146

5.1.4 第一太平戴维斯发展策略分析 149

5.1.5 高力国际发展策略分析 153

5.2 国内标杆物业服务企业经营模式分析 156

5.2.1 深圳市万科物业服务有限公司经营模式分析 156

- (1) 企业发展简况 157
- (2) 企业主业及物业项目类型 158
- (3) 企业经营规模分析 158
- (4) 企业在管项目分析 158
- (5) 企业新签项目分析 158

- (6) 企业经营模式分析 158
- (7) 企业区域布局策略 159
- (8) 企业经营优劣势分析 159
- 5.2.2 浙江绿城物业管理有限公司经营模式分析 159
 - (1) 企业发展简况 159
 - (2) 企业主业及物业项目类型 160
 - (3) 企业经营规模分析 160
 - (4) 企业在管项目分析 160
 - (5) 企业新签项目分析 160
 - (6) 企业经营模式分析 161
 - (7) 企业区域布局策略 161
 - (8) 企业经营优劣势分析 161
- 5.2.3 北京首开鸿城实业有限公司经营模式分析 162
- 5.2.4 中航物业管理有限公司经营模式分析 164
- 5.2.5 深圳市金地物业管理有限公司经营模式分析 171

第六章 国际物业服务行业发展经验借鉴 247

- 6.1 国际物业服务行业管理制度分析 247
 - 6.1.1 规管物业服务行业的方法 247
 - (1) 英国为代表的由专业团体自我规管 248
 - (2) 新加坡、香港为代表的自愿认证计划 248
 - (3) 日本、中国内地为代表的强制发牌照制度 248
 - 6.1.2 业主管理团体的立法模式 249
 - (1) 德国为代表的 不具法人资格的团体模式 249
 - (2) 香港为代表的 具有法律人格的团体模式 250
 - (3) 日本为代表的 附条件的法律人格团体模式 250
 - (4) 美国为代表的 判例实务上的法律人格团体模式 250
 - 6.1.3 物业管理法的立法模式 251
 - (1) 意大利、澳门为代表的民法模式 251
 - (2) 英国、加拿大为代表的住宅法模式 251
 - (3) 日本为代表的建筑物区分所有权法模式 252
 - (4) 香港、台湾为代表的物业管理专法模式 252

6.2 国际物业服务行业发展状况与经验借鉴 252

6.2.1 美国物业服务行业发展状况 252

6.2.2 瑞士物业服务行业发展状况 253

6.2.3 法国物业服务行业发展状况 254

6.2.4 比利时物业服务行业发展状况 255

6.2.5 新加坡物业服务行业发展状况 255

6.2.6 香港物业服务行业发展状况 257

6.2.7 澳门物业服务行业发展状况 258

6.2.8 国际物业服务行业发展经验借鉴 259

(1) 完善配套法规体系 259

(2) 推进物业服务专业化 259

(3) 推行多样化物业服务模式 260

(4) 改革物业服务收费体制 260

(5) 培养专业化管理人才 261

(6) 加快引入物业保险 261

第七章 物业服务行业商业模式构建与设计 262

7.1 中国物业服务行业经营模式分析 262

7.1.1 房地产价值链售后服务型模式 262

(1) 售后型模式定义 262

(2) 售后型模式代表企业 262

(3) 售后型模式点评分析 262

7.1.2 物业服务行业基本型模式 263

(1) 基本型模式定义 263

(2) 基本型模式代表企业 263

(3) 基本型模式点评分析 265

7.1.3 增值型物业服务模式 266

(1) 增值型模式定义 266

(2) 增值型模式代表企业 266

(3) 增值型模式点评分析 268

7.1.4 物业服务行业经营模式对比 268

7.2 中国物业服务企业盈利模式分析 269

7.2.1 盈利模式创新的影响因素分析	269
(1) 企业质价相符对盈利模式创新的影响	270
(2) 企业管理规模对盈利模式创新的影响	270
(3) 企业发展阶段对盈利模式创新的影响	270
7.2.2 盈利模式创新的关键要点分析	270
(1) 围绕业主需求进行设计	270
(2) 前期充分的市场调研	271
(3) 要以物业经营为基础	271
(4) 充分利用物业本身优势	271
(5) 经营兼顾开源与节流	272
(6) 经营与收益的合法性	272
7.3 中国物业服务企业价值链的构建	272
7.3.1 价值链的概念分析	272
(1) 传统价值链分析	273
(2) 价值网分析	274
(3) 价值链管理分析	274
7.3.2 中国物业服务企业价值链构建	275
(1) 中国物业服务企业基本价值链分析	275
(2) 中国物业服务企业延伸型价值链分析	276
(3) 中国物业服务企业拓展型价值链分析	277
(4) 中国物业服务企业价值网分析	278
7.3.3 中国物业服务企业商业模式创新价值链视角	279
7.3.4 中国物业服务企业"价值链-商业模式创新"模型	279
7.4 中国物业服务企业商业模式创新设计	280
7.4.1 物业服务企业商业模式创新的目的	280
7.4.2 物业服务企业商业模式创新驱动动力	281
7.4.3 物业服务企业商业模式的创新分析	282
(1) 物业服务企业聚焦型商业模式	282
(2) 物业服务企业延伸型商业模式	283
(3) 物业服务企业拓展型商业模式	283
(4) 物业服务企业竞合型商业模式	283
(5) 物业服务企业商业模式创新关系	284

7.4.4 物业服务企业商业模式创新路径分析 285

(1) 创新路径之依托技术聚焦服务 285

(2) 创新路径之积极延伸拓展空间 286

(3) 创新路径之服务外包联盟合作 287

第八章 物业服务行业投资远景与发展趋势 289

8.1 物业服务行业投资前景与机会 289

8.1.1 物业服务投资前景与风险 289

(1) 物业服务投资前景与机会分析 289

(2) 物业服务行业主要投资风险分析 290

8.1.2 物业服务运营中风险管控体系建立 291

(1) 物业服务风险的影响分析 291

(2) 物业服务风险的类型识别 292

(3) 物业服务风险的级别评估 295

(4) 物业服务风险管控体系建立 297

(5) 物业服务企业风险管理分析 298

8.2 艾凯咨询集团建议 301

8.2.1 大型物业服务企业发展建议 301

8.2.2 中小型物业服务企业发展建议 302

报告图表摘要

图表1 物业公共服务的业务模块 25

图表2 物业公共服务实际工作中的服务内容 26

图表3 物业经营服务的业务模块 26

图表4 物业服务按服务对象分类 27

图表5 1949-2012年我国城镇化进程趋势(单位:%) 28

图表6 2012年我国正处于城市化进程加速阶段(单位:%) 29

图表7 2018和2020年我国城镇化率预测(单位:%) 29

图表8 2001-2012年中国国内生产总值及增长速度(单位:万亿元,%) 30

图表9 2001-2012年我国房地产开发投资额及同比增速(单位:亿元,%) 31

图表10 2001-2012年我国人口数量及自然增长率(单位:万人,%) 32

图表11 第六次全国人口普查中的人口性别结构(单位:%) 32

图表12 第六次全国人口普查中的人口受教育程度结构（单位：%）	33
图表13 2006-2012年末我国人口年龄结构（单位：%）	33
图表14 第六次全国人口普查人口数占比前二十名地区（单位：%）	34
图表15 2001-2012年我国城镇居民人均可支配收入（单位：元，%）	35
图表16 1978-2012年我国城镇居民恩格尔系数变化趋势（单位：%）	36
图表17 2000-2012年我国城镇居民消费性支出复合增速（单位：%）	36
图表18 我国优秀物业服务企业的发展特点	37
图表19 我国中小型物业服务企业的发展特点	38
图表20 2005-2012年全国物业管理价格指数	39
图表21 2009-2012年我国物业服务行业净资产收益率（单位：%）	41
图表22 2009-2012年我国物业服务行业总资产报酬率（单位：%）	41
图表23 2009-2012年我国物业服务行业营业收益率（单位：%）	42
图表24 2009-2012年我国物业服务行业盈余现金保障倍数（单位：倍）	42
图表25 2009-2012年我国物业服务行业成本费用利润率（单位：%）	43
图表26 2009-2012年我国物业服务行业资本收益率（单位：%）	44
图表27 2009-2012年我国物业服务行业营业增长率（单位：%）	44

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/239156.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专业提供投资咨询报告、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。