



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国物业管理市场 需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2016-2022年中国物业管理市场需求及投资前景分析报告》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/276565.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

物业管理（property management），受物业所有人的委托，依据物业管理委托合同，对物业的房屋建筑及其设备，市政公用设施、绿化、卫生、交通、治安和环境容貌等管理项目进行维护、修缮和整治，并向物业所有人和使用人提供综合性的有偿服务。

物业管理是指业主对区分所有建筑物共有部分以及建筑区划内共有建筑物、场所、设施的共同管理或者委托物业服务企业、其他管理人对业主共有的建筑物、设施、设备、场所、场地进行管理的活动。物权法规定，业主可以自行管理物业，也可以委托物业服务企业或者其他管理者进行管理。物业管理有狭义和广义之分。狭义的物业管理是指业主委托物业服务企业依据委托合同进行的房屋建筑及其设备，市政公用设施、绿化、卫生、交通、生活秩序和环境容貌等管理项目进行维护，修缮活动。广义的物业管理应当包括业主共同管理的过程，和委托物业服务企业或者其他管理人进行的管理过程。

物业管理的基本目标：

- 1、保护业主或使用的消费权益，保障房屋及其、设施的正常使用功能。
- 2、保障业主的合法权益，保持房屋的何时何地和使用价值，使物业发挥最大的使用效益和经济效益。

- 3、为业主提供高效、优质、便捷、经济的多层次、多方位的服务，确保有一个整洁、文明、安全、方便的居住条件与生活环境。

- 4、物业管理企业要获取最佳的社会、环境、经济的综合效益。

中国物业服务百强企业服务规模 TOP10

序号	企业名称
1	万科物业发展有限公司
2	绿城物业服务集团有限公司
3	长城物业集团股份有限公司
4	保利物业管理有限公司
5	深圳市金地物业管理有限公司
6	北京首开鸿城实业有限公司
7	中航物业管理有限公司
8	中海物业管理有限公司
9	广州广电物业管理有限公司
10	北京市均豪物业管理股份有限公司

资料来源：艾凯咨询网整理

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。

报告揭示了物业管理行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国物业管理做了重点企业经营状况分析，并分析了物业管理行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公

司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 物业管理行业概念1

第一节 物业管理的介绍1

一、物业管理的定义1

二、物业管理服务的内容1

三、物业管理七大特色2

四、高水准物业管理的九条原则3

第二节 国内外物业管理基本特征的比较4

一、国外物业管理的基本特征分析4

二、国内物业管理的基本特征分析7

第三节 物业管理产权理论分析9

一、产权理论简介9

二、物业管理产生的产权理论分析10

三、我国物业管理发展的产权理论分析11

第二章 全球物业管理业发展分析14

第一节 国外物业管理的发展综述14

一、国外物业管理的特点14

（1）自负盈亏、自主经营的独立的物业管理公司发展迅速，政府公屋逐渐交由独立的物业管理公司管理，私人楼宇越来越多地委托专业的物业管理公司管理。

（2）物业的所有权与管理权分离。物业管理公司与业主的关系是雇佣关系，业主通过招标或协议等方式选择物业管理公司，要认真考察公司的信誉、专业知识背景及管理、财务、法律水平、管理费用的高低以及社区活动能力。而物业管理公司饱受市场竞争的压力，必须注意其形象，不断改善经营管理，提高效益，尽量让业主满意，否则就会有被淘汰或被解雇的危险。

（3）物业管理及收费标准由市场形成。政府一般不规定具体的收费标准。

（4）各国的物业管理模式均结合自己国情，符合各自特点。如新加坡因土地资源稀缺而形成了政府统筹型的物业管理模式。

(5) 政府在物业管理中发挥了重要作用，但政府一般不直接干预物业管理收费的具体标准。
政府多以详尽、善的法律、法规规范物业管理各方面关系人的行为与责、权、利。

二、发达国家的物业管理模式14

三、国外物业税特点17

四、国外物业管理模式18

第二节 美国物业管理的发展情况20

一、美国物业管理的主要特点20

二、美国的楼宇星级管理23

三、美国物业管理收费制度及启示24

四、美国物业管理企业的经费运作概况28

第三节 新加坡物业管理的发展情况30

一、新加坡物业管理概况30

二、新加坡的共管式物业管理32

第四节 澳大利亚物业管理的发展情况33

一、澳大利亚物业管理的主要特点33

二、澳大利亚物业管理特色36

第三章 中国物业管理的发展概况38

第一节 中国物业管理发展历程38

一、中国物业管理的产生与发展38

二、中国物业管理的三个阶段41

三、三大问题困扰我国物业管理行业42

四、影响物业管理服务行业健康发展的"八大"瓶颈44

第二节 物业管理的经济环境分析46

一、物业管理的经济分析46

二、全球金融危机对我国物业管理行业的影响56

三、房产税将全国逐步推开60

四、物业管理多项法规起施行61

第三节 物业管理发展现状分析65

一、物业服务行业总体结构情况65

二、2015年中国物业服务企业发展研究74

三、2015年物业管理发展服务市场分析86

中国住宅市场规模在保障房制度的推进下将稳定增长，住宅物业的需求在楼市逐渐回暖的背景下将保持相对稳定，商业物业的增长势头较为明显。统计资料显示，2012年我国物业管理市场整体规模达到5180亿元，物业管理面积约为175亿平方米。在近几年中，整体的物业管理面积增长较为缓慢，年均增速约为6%，到2014年达到200亿平方米，营业收入达到7800亿的规模。 2010-2014年我国物业管理行业服务面积及市场规模增长分析

资料来源：艾凯咨询网整理

第四节 2015年物业服务企业经营状况研究87

一、物业服务行业发展困境分析87

二、百强企业控制成本、提高盈利能力。88

三、物业服务百强企业增加收入91

第五节 物业管理的法律特色分析93

一、物业纠纷类型93

二、物业纠纷的法律特征94

三、物业纠纷的法律分析95

四、物业纠纷的解决办法及国外经验96

五、物业管理市场纠纷的信息经济学分析96

六、物业管理的市场化是解决物业矛盾纠纷的根本办法99

第六节 物业管理行业风险102

一、物业管理风险的表现形式102

二、物业管理风险的规避方式103

第七节 物业管理消费分析106

一、物业管理消费的特征和功能106

二、物业管理消费满意度分析107

三、物业管理的消费者分析108

首先是“不合格的物业管理公司”：市场上的物业管理公司分几种，占市场绝大多数的是开发商在销售楼盘时单方组建或指定的物业管理公司，还有从原企事业单位剥离成立的或由原各区房管所改制成立的公司，真正的社会型物业管理公司仅占5%的小比例。不同类型的物业公司由于形成的环境不同，对物业管理的认识和服务水平也各有高低，有些根本称不上是物业公司，但是不够完善的市场体制给了他们生存的机会，也就有了这些“不合格的物业管理公司”。随着招投标政策的出台和实施，物业管理行业将面临市场的全面洗牌，这些“不合格”的企业必定要遭市场淘汰。

其次是“不公平协议”：在新建的住宅小区，使用的协议也分为两个阶段，一是前期物业管理

协议，一是业主委员会与物业管理公司签订的协议。而前期物业管理协议多是由开发商与物业管理公司单方面制定的，没有时间也不可能与所有的业主商量制定，这也就是"不公平协议"存在的原因，在业主委员会的规范操作以及招投标制的实施下，这个问题也将得到解决。

物业管理作为一个新生事物，一直在磕磕绊绊中成长，一些业主不成熟的消费观念是其目前发展中的最大障碍。在这个过程中它更需要社会各界的关心、爱护和支持，因此通常所做的鞭策也好，批评也好，都应该以促进其良性发展为目的。鉴于此，让更多的人了解物业管理，认识物业管理，为物业管理创造一个良好的消费和舆论环境尤为迫切。

四、与物业服务者对服务认识的误差109

第八节 中国物业管理的发展模式分析110

一、酒店式物业管理模式分析110

二、服务集成型物业管理模式分析110

三、《物权法》实施后物业管理有新模式112

四、对《物业管理条例》实施中几个问题的认识113

第九节 《物权法》的实施对行业的影响117

一、《物权法》对物业管理的影响分析117

二、《物权法》对物业管理的法制作用120

三、《物权法》的实施对物业管理发展格局的影响123

四、物权法及2009年新司法解释背景下的物业管理问题128

第十节 我国开征物业税的难点透析与政策建议131

一、物业税开征的难点透析131

二、开征物业税的政策建议134

第十一节 《劳动合同法》对物业管理行业的影响与对策135

一、《劳动合同法》对物业管理行业的影响135

二、物业企业要积极推进管理模式创新136

三、几点认识与建议136

第四章 物业管理招投标的发展139

第一节 物业管理招投标机制的综述139

一、物业管理招投标的重要性及其意义139

二、物业管理招投标的特点及其要点141

第二节 中国物业管理招投标方法的分析146

- 一、我国物业管理三种招标方法分析146
- 二、住宅小区物业管理招投标方法分析149
- 第三节 物业管理招投标存在的问题及对策154
 - 一、实施物业管理招投标所面临的主要问题154
 - 二、物业管理招投标中存在的问题及对策155
 - 三、实施物业管理招投标的措施158
 - 四、完善物业管理招投标的六点建议160
 - 五、物业管理招投标策略分析163

第五章 物业管理费用收取分析165

第一节 物业管理费的介绍165

- 一、物业管理费的构成165
- 二、物业管理费的收费标准166
- 三、物业管理费的主要用途166
- 四、物业管理消费的特征和功能167

第二节 2015年广州新版物管收费标准问题探讨171

- 一、2015年广州新版物管收费标准171
- 二、2015年广州新版物管定价标准172
- 三、2015年广州新版物管流程标准172

第三节 物业管理费用收取存在的问题及对策173

- 一、收费难的现状及其原因173
- 二、解决收费难的基本思路175
- 三、物业服务收费矛盾纠纷的成因177
- 四、物业服务收费矛盾解决的基本思路与对策182
- 五、解决物业收费难完善法规是关键186

第四节 完善物业服务收费定价机制的思考188

- 一、物业服务产品属性决定其价格形成的市场化188
- 二、现阶段物业服务收费制度值得商榷的问题189
- 三、完善物业服务市场化机制面临的困难189
- 四、推进物业服务收费市场化的法律保障191
- 五、完善物业服务收费管理政策的几点思路191

第六章 主要地区发展分析193

第一节 深圳物业管理的发展193

- 一、深圳物业管理行业发展现状193
- 二、深圳物业管理行业存在的问题194
- 三、深圳物业管理行业问题解决思路194
- 四、深圳物业管理模式195
- 五、深圳物业管理发展的趋势196

第二节 北京物业管理的发展198

- 一、北京物业管理现状分析198
- 二、北京市写字楼市场物业管理市场分析198
- 三、北京市将规范物业服务管理收费相关问题200
- 四、2015年北京185家物业未晒账单挨罚200
- 五、2015年北京物业管理市场分析201

第三节 上海物业管理的发展202

- 一、上海物业管理市场分析202
- 二、2015年上海物业管理企业公众满意度分析203
- 三、2015年上海市物业服务行业存在的突出问题及若干建议203

第四节 重庆物业管理的发展206

- 一、重庆物业管理行业发展现状206
- 二、2015年重庆物业50强权威发布208
- 三、新版《物业管理条例》即将出台209
- 四、重庆物业管理行业存在的问题209
- 五、重庆物业管理行业问题解决思路211

第五节 沈阳物业管理的发展211

- 一、2015年沈阳出台物业招投标管理办法211
- 二、2015年沈阳开评五星物业有效期两年212
- 三、2015年《沈阳市物业服务履约保证金管理办法》起实施214
- 四、2015年起沈阳物业公司要"晒账本"215
- 五、《沈阳市人民政府办公厅关于加强住宅区物业管理的实施意见》215

第六节 武汉物业管理的发展221

- 一、《武汉市物业管理条例》（自2011年1月1日起施行）221
- 二、2015年物业管理成武汉投诉"重灾区"221

三、2015年武汉公布物业服务标准合同	222
四、2015年高端物业集体入市武汉上演豪门盛宴	223
第七节 广州物业管理的发展	223
一、2015年广州出台物业服务退出新《办法》	223
二、2015年广州出台物业管理办法	224
第八节 郑州物业管理的发展	225
一、郑州着力破解物业管理发展难题	225
二、2015年郑州市物业管理综合实力20强出炉	227
三、2015年郑州新物业管理办法有望出台	227
第九节 西部开发：物业管理也需要跨越式发展	228
一、西部物业管理现状	228
二、西部物管跨越式发展的必要性	229
三、西部物管跨越式发展的可行性	229
第十节 其他地区物业管理发展情况分析	230
一、江苏省物业管理发展分析	230
二、天津市物业管理发展分析	239
三、杭州物业服务行业发展分析	240
四、2015年《辽宁省物业管理条例》正式施行	242
五、2015年《山东省住宅物业服务收费管理办法》	242
六、2015年《四川省物业管理条例》亮点解读	244

第七章 物业管理行业竞争分析246

第一节 物业管理的市场竞争分析246

- 一、物业管理进入市场竞争的必然趋势246
- 二、物业管理应对市场竞争分析246
- 三、物业管理在竞争中走向成熟分析248
- 四、2015中国物业服务百强企业251

第二节 中国物业管理行业结构分析253

- 一、潜在的进入者253
- 二、替代品255
- 三、购买者的讨价还价能力255
- 四、供应者的讨价还价能力256

五、行业内部现有竞争者的抗衡257

第三节 物业管理中的品牌竞争探析258

一、物业管理的品牌支撑点258

二、物业品牌价值战略的定位258

三、物业品牌的价值战略259

第八章 物业管理行业重点企业分析262

第一节 上海陆家嘴物业管理有限公司262

一、企业概况262

二、竞争优势分析262

三、2014-2015年经营状况分析262

四、2016-2022年公司发展战略分析262

第二节 龙湖物业263

一、企业概况263

二、竞争优势分析263

三、2014-2015年经营状况分析263

四、2016-2022年公司发展战略分析264

第三节 第一太平戴维斯264

一、企业概况264

二、竞争优势分析264

三、2014-2015年经营状况分析264

四、2016-2022年公司发展战略分析265

第四节 仲量联行265

一、企业概况265

二、竞争优势分析265

三、2014-2015年经营状况分析266

四、2016-2022年公司发展战略分析270

第五节 世邦魏理仕271

一、公司概况271

二、运营模式272

三、品牌推广模式277

第六节 戴德梁行278

一、公司概况278

二、运营模式278

第七节 高力国际280

一、公司概况280

二、运营模式281

三、品牌推广模式286

第八节 深圳市万科物业服务有限公司（000002）287

一、公司概况287

二、运营模式287

三、品牌推广模式292

第九章 房地产行业分析、预测及与物业管理的关系293

第一节 2014-2015年我国房地产业主要运行指标293

一、土地开发及购置面积293

（一）2014年土地购置与开发情况293

（二）2015年土地购置与开发情况294

二、房地产投资完成额295

（一）2014年房地产开发投资分析295

（二）2015年房地产开发投资分析295

三、资金来源分析296

（一）2014年房地产开发企业资金来源分析296

（二）2015年房地产开发企业资金来源分析297

四、房屋施竣工面积298

（一）2014年房屋施竣工面积298

（二）2015年房屋施竣工面积298

五、国房景气指数分析298

（一）2014年国房景气指数分析298

（二）2015年国房景气指数分析299

第二节 2014-2015年我国房地产市场运行状况299

一、土地市场299

二、房地产开发投资301

（一）2014年房地产业市场供给结构分析301

(二) 2015年房地产业市场供给结构分析	302
三、商品房销售面积与销售额	303
(一) 2014年全国商品房销售面积与销售额情况	303
(二) 2015年全国商品房销售面积与销售额情况	304
四、房地产价格	304
(一) 2014年全国房地产市场价格变动情况	304
(二) 2015年8月全国房地产市场价格变动情况	307
五、商品房库存量	308
第三节 2016-2022年中国房地产发展环境分析	309
第四节 2016-2022年中国房地产发展预测	310
一、2016-2022年房地产市场刚需分析	310
二、2016-2022年我国房地产市场预测	310
三、2016-2022年中国楼市政策预测	311
第五节 房地产与物业管理的发展分析	312
一、物业管理公司与房地产开发企业关系的回顾与分析	312
二、房地产经营与物业管理的关系	315
三、优秀的物业管理是房地产开发业的图腾	316
四、2015年房地产市场环境对物业服务市场的影响	321
第六节 物业管理前期介入对房地产开发项目的影响	322
一、物业管理前期介入的内容及其运作过程	322
二、物业管理前期介入的现状与存在问题	323
三、改进物业管理前期介入的几点建议	324
第十章 2016-2022年行业发展策略探讨	326
第一节 中国物业管理发展的策略	326
一、物业管理的市场竞争与对策	326
二、物业管理当以构建和谐社会为己任	328
三、物业管理应成为和谐平衡器	331
四、增强物业管理企业市场竞争力的"三把利器"	332
第二节 我国物业管理企业品牌创新策略分析	334
一、物业管理品牌形象的构成要素	334
二、物业管理企业炼好内功的主要策略	335

三、物业管理企业外部传播策略338

第三节 中国物业管理可持续发展战略分析339

一、物业管理可持续发展的必要性339

二、我国物业管理持续发展的对策340

三、创新服务理念实现物业行业可持续发展344

第四节 对调整转型期物业管理企业发展新战略的思考347

第五节 物业管理跨区域发展的策略分析351

一、初始规模不经济问题351

二、拓展区规模效益问题351

三、地域文化差异问题352

四、本地化与特色化问题352

五、人力资源本地化问题352

第六节 酒店式服务管理策略研究357

一、酒店服务管理研究357

二、酒店式管理服务模式设计思路357

三、酒店式服务管理可行性分析358

四、酒店式服务管理策略研究362

五、实行酒店式服务管理成功与不足之处363

六、酒店式物业管理服务的案例364

第十一章 2016-2022年企业经营策略探讨366

第一节 我国经营性物业发展面临的困惑及对策366

一、发展我国经营性物业的意义366

二、发展经营性物业面临的困惑366

三、促进我国经营性物业发展的对策368

四、面对危机在高品质服务中寻找机遇369

第二节 物业管理公司运营模式探讨370

一、物业管理公司运营模式370

二、现有商业模式的剖析371

三、成功商业模式的共性375

四、物业管理行业的个性377

五、未来商业模式的构建380

六、物业服务企业的选择385

第三节 物业管理公司企业文化构建策略388

一、建立物业管理企业文化的必要性388

二、构建物业管理企业文化的几点建议390

第四节 拓宽物管行业盈利空间策略391

一、物业管理企业拓展盈利空间的理论思考391

二、物业管理行业盈利能力的重新定位394

三、物业管理企业盈利点的设计395

四、浅析物业管理企业亏损现状及扭亏的建议397

第五节 物业管理企业绩效管理分析399

一、物业管理行业绩效管理的特点及要求399

二、物业管理行业绩效管理现状分析402

三、完善物业管理行业绩效管理的建议406

第六节 物业管理企业成本的特点及管控分析414

一、物业管理企业成本的特点414

二、物业管理企业成本管理的现状415

三、完善物业管理企业成本管控的对策416

第七节 物业管理专项外委服务的选择与监管419

一、物业管理专项外委服务招标方法分析419

二、以委托服务的策划方案为评标重点的招标方法420

三、以外委服务支出测算标准为重点的招标方法420

四、建立科学的专项外委服务监管考核指标体系421

五、加强专项外委服务合同履行执行与监督管理421

六、外委各项服务的管理制度应完善到位422

七、管理服务经费测算的指标体系422

八、加强物管服务外委业务的日常管控423

第十二章 2016-2022年物业管理行业发展趋势预测424

第一节 网络时代的物业管理424

一、网络对物业管理的影响424

二、网络时代的客户需求及行为分析425

三、网络时代的物业管理市场竞争策略426

第二节 高校物业管理的发展趋势428

一、高校住宅物业管理的现状428

二、高校物业管理的发展趋势429

第三节 2016-2022年中国物业管理的发展趋势432

一、2016-2022年中国物业管理发展前景432

二、2016-2022年中国物业管理发展趋势分析434

三、未来中国物业管理发展的十大趋势436

一.物业管理行业的进一步洗牌整合将成为发展趋势。有可能出现多个管理面积超过2000万平方米、营业收入超过亿元的超大型物业管理企业集团，甚至会出现管理面积超过5000万平方米或营业收入达到5至10亿元的物管大鳄。

二.除了大型企业集团对所属物管企业的重组外，通过市场进行并购、联合、股份合作等整合形式也将会出现，并形成以经济因素为主要构件的新品牌实力，市场将向这些名牌企业最大限度地敞开胸怀。目前深圳、北京已有公司用并购的方式进行了重组和联合。

三.业主大会、业主委员会制度将继续完善，管理体制逐步理顺，与物业管理公司的普遍对抗现象将出现舒缓。

四.物业管理行业整顿将在各地出现，政府查出违规企业、行业协会自律性处罚，甚至企业退出机制都将浮出水面。企业自律、强化服务将是企业发展中的重要选择。

五.物业管理企业内部管理将进一步加强，一些新兴公司和一些力求上进的老牌公司会导入三标一体综合管理体系，北京、上海、深圳都有三标一体标准进行认证。同时，大多数公司将注重服务，强化服务细节，争取业主的满意。三标一体包括ISO9001质量管理体系、ISO14001环境管理体系，OHSAS18001职业安全健康体系。

六.物业管理费总体上可能停止跌回稳甚至可能出现轻微上浮。

七.零管理费现象有可能继续出现并引发理性探讨甚至导出规范。

八.物业管理专业咨询机构、社会中介机构和第三方公证机构参与物业管理活动将越来越多，社会化专业分工将越来越细。

九.企业资产结构的多元化将发生变化，未来5~10年，民营企业、合伙制、职业经理人制将成为物业管理改制和发展的一个主流。

十.物业管理主流产品在市场竞争中开始分化，专业分工与存在形式将发生变化，资产管理公司和设施管理公司将以物业管理公司的姊妹形式出现。

四、和谐物管是当代物业管理的发展方向437

五、从开发商视角看物业管理企业的发展趋势439

六、菜单式物业服务收费将成主导模式442

七、资产管理：物业管理的发展趋势443

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：物业管理行业产业链

图表：2011-2015年年我国物业管理行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国物业管理行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国物业管理行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年年我国物业管理行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年年我国物业管理行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年年我国物业管理行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年年我国物业管理行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年年我国物业管理行业费用使用统计图

图表：2011-2015年年我国物业管理行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年年我国物业管理行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：企业6
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：其他企业……
图表：主要经济指标走势图
图表：2011-2015年物业管理行业市场供给
图表：2011-2015年物业管理行业市场需求
图表：2011-2015年物业管理行业市场规模
图表：物业管理所属行业生命周期判断
图表：物业管理所属行业区域市场分布情况
图表：2016-2022年中国物业管理行业市场规模预测
图表：2016-2022年中国物业管理行业供给预测
图表：2016-2022年中国物业管理行业需求预测
图表：2016-2022年中国物业管理行业价格指数预测
图表：……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/276565.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。