

2020-2025年中国物业管理行业市场运营现状及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国物业管理行业市场运营现状及投资战略咨询报告》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：<https://www.huaon.com/detail/523619.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

物业管理，是指业主通过选聘物业服务企业，由业主和物业服务企业按照物业服务合同约定，对房屋及配套的设施设备和相关场地进行维修、养护、管理，维护物业管理区域内的环境卫生和相关秩序的活动。

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。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。

报告目录：

第一部分 行业运行现状

第一章 物业管理的相关概述

第一节 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

第二节 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、国外物业管理启示和借鉴

第三节 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

三、中国物业管理模式发展及产权理论解释

第二章 2015-2019年国际物业管理行业的发展综述

第一节 2015-2019年国外物业管理发展分析

一、国际典型物业管理模式分析

二、发达国家物业管理的鲜明特色简述

三、国外物业管理的先进性评析

四、国外物业管理的征税标准剖析

五、国外传媒业办公大楼的管理技巧

六、国外住宅小区的物业管理概况

第二节 美国物业管理发展分析

一、美国的物业管理概况

二、美国物业管理发展及运行

三、美国物业管理行业发展前景预测

第三节 日本物业管理发展分析

- 一、日本的物业管理特点分析
- 二、日本物业管理现状分析
- 三、日本物业管理模式及风险分析
- 四、日本物业管理行业发展前景预测

第四节 新加坡物业管理发展分析

- 一、新加坡物业管理的总体印象
- 二、新加坡物业管理基本模式
- 三、新加坡共管式物业管理概况
- 四、新加坡物业管理前景阐述

第五节 澳大利亚物业管理发展分析

- 一、澳大利亚物业管理的运行机制简析
- 二、澳大利亚物业管理的主要优点

第六节 香港地区物业管理发展分析

- 一、香港物业管理发展进程回顾
- 二、香港物业管理的分类状况
- 三、香港物业管理行业的政策法规环境

第二部分 行业深度分析

第三章 2015-2019年中国物业管理行业发展分析

第一节 2015-2019年中国物业管理发展的总体概况

- 一、中国物业管理发展状况概述
- 二、中国物业管理行业发展特征
- 三、中国物业管理行业的政策环境
- 四、中国物业管理业务板块分析
- 五、中国物业服务发展现状分析
- 六、中国物业管理的市场经济特点
- 七、中国物业管理的经济浅析

第二节 中国物业管理百强企业发展分析

- 一、2018年中国物业管理百强企业发展分析
- 二、2019年中国物业管理百强企业发展分析
- 三、2019年中国物业管理企业动态分析

第三节 中国物业管理的发展模式分析

- 一、传统的房管模式
- 二、福利模式

三、自营式

第四节 2015-2019年中国物业管理行业结构简析

- 一、潜在的进入者
- 二、替代品
- 三、购买者的讨价还价能力
- 四、供应者的讨价还价能力
- 五、行业内部现有竞争者的抗衡

第五节 中国物业管理发展存在的问题

- 一、中国与世界先进物业管理模式的差距
- 二、中国物业管理行业发展的障碍因素
- 三、中国物业管理市场存在信息不对称
- 四、中国物业管理行业发展的主要矛盾
- 五、中国物业管理企业发展的主要问题

第六节 中国物业管理发展的策略

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

第四章 2015-2019年中国物业管理行业相关法规及法律实践分析

第一节 《物权法》下中国物业管理行为模式的变革

- 一、业主依法维权走向现实
- 二、物业公司从“物业管理”走向“物业服务”
- 三、“业主自治”任重道远

第二节 《物权法》对中国物业管理的影响分析

- 一、《物权法》的实施引起物业管理的变化
- 二、《物权法》对物业管理的法制作用分析
- 三、《物权法》对物业管理活动的影响
- 四、《物权法》对物业管理发展局面的影响
- 五、《物权法》对《物业管理条例》的影响

第三节 《劳动合同法》对中国物业管理行业的影响分析

- 一、《劳动合同法》对中国物业管理行业的影响
- 二、物业管理受《劳动合同法》影响的变化趋势
- 三、物业企业应积极推进管理模式创新
- 四、对物业管理企业的建议

第四节 《物业管理条例》实施中某些问题的思考

- 一、业主委员会的诉讼主体资格问题
- 二、政府在业主委员会的指导作用问题
- 三、物业服务合同的性质问题
- 四、对业主欠缴物业服务费用的处理问题
- 五、企业在物业管理安全事故中的责任问题

第五节 《物权法》对《物业管理条例》的影响分析

- 一、《物权法》的规定为物业服务构建了权利支撑体系
- 二、《物业管理条例》与《物权法》的协调
- 三、《物业管理条例》对《物权法》规定的细化与充实

第六节 中国物业管理的纠纷与完善

- 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

第七节 中国物业管理费收取权的法律保障

- 一、物业管理费收取权的运行现状
- 二、物业管理费收取权保障的实体法机制
- 三、物业管理费收取权保障的程序法机制

第五章 2015-2019年物业管理行业的费用分析

第一节 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

第二节 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

第三节 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

第四节 物业服务价格体系构建研究

- 一、物业服务价格形成机制概述

二、物业服务价格形成机制存在的问题

三、构建“质价相符”价格体系的思路

四、物业服务成本上涨与行业应对措施

第五节 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

第六节 物业管理费用收取存在的问题及对策

一、目前物业管理收费的情况

二、物业管理收费难的原因

三、物业管理收费难问题的对策

第三部分 市场全景调研

第六章 2015-2019年物业管理行业招投标的发展

第一节 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

第二节 物业管理招投标方式的分析

一、物业管理行业招标方式

二、物业管理与服务的策划招投标法特征分析

三、关于确立收费标准测算为重点的招标方法分析

四、关于物业管理无标底二步法招标方法的分析

第三节 物业管理招投标存在的问题

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

第四节 物业管理招投标的对策

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

第七章 2015-2019年中国主要地区物业管理行业的发展

第一节 深圳物业管理业分析

一、深圳物业管理的发展成就

二、深圳物业管理的主要特征

三、深圳绿色物业管理成就卓著

四、深圳物业管理行业发展概况

五、深圳物业管理条例修订后实施

六、深圳物业管理发展规划

第二节 北京物业管理业分析

一、北京市物业管理办法实施

二、北京物业管理行业发展特征

三、北京物业动态监管平台启用

四、北京物业管理存在问题分析

五、北京物业管理的发展趋向

第三节 上海物业管理业分析

一、上海物业管理行业发展回顾

二、上海物业管理行业发展现状

三、上海新版物业管理规定实施

四、上海物业管理发展水平

五、上海调整公有住宅售后物业服务收费标准

六、上海民营物业管理企业发展分析

第四节 广州物业管理业分析

第五节 其他省市物业管理业分析

一、呼和浩特市

二、哈尔滨市

三、杭州市

四、贵阳市

五、四川省

六、浙江省

七、河北省

八、广西壮族自治区

第八章 2017-2019年物业管理行业与房地产行业

第一节 2017年中国房地产行业分析

一、开发状况

二、行业运行

三、发展特征

四、热点回顾

第二节 2018年中国房地产行业分析

- 一、开发状况
- 二、行业运行
- 三、发展特征
- 四、热点回顾

第三节 2019年中国房地产行业分析

- 一、开发状况
- 二、行业运行
- 三、发展特征
- 四、热点分析

第四节 房地产与物业管理的发展分析

- 一、物业管理在房地产开发中的现状
- 二、物业管理在房地产开发中受限的原因分析
- 三、挖掘物业管理在房地产开发中的价值
- 四、物业管理带给房地产开发的积极作用

第五节 不同所有权制度下的住宅小区物业管理研究

- 一、住宅小区的物权归属及利用关系根据《物权法》关于区分所有权的规定，住宅小区的物权关系已经基本明晰，简单归纳为：
- 二、物业管理的委托与被委托关系
- 三、业主对物业管理行使权利和履行义务
- 四、物业管理企业受委托向业主提供物业管理服务

第六节 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的问题

第七节 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

第四部分 竞争格局分析

第九章 重点企业发展分析

第一节 万科物业

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营理念
- 三、企业发展运营状况
- 四、企业战略合作情况

五、企业发展策略

第二节 中海物业

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营理念与方针
- 三、企业发展特色与优势
- 四、企业发展现状阐述

第三节 天鸿集团

- 一、企业发展概况
- 二、企业品牌发展概况
- 三、企业的物业管理标准
- 四、企业发展战略

第四节 万厦居业

- 一、企业发展概况
- 二、企业的行业地位
- 三、企业的创新优势

第五节 上海陆家嘴物业管理有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业服务模式转型
- 三、企业的品牌战略

第十章 2015-2019年中国物业管理企业经营管理分析

第一节 中国物业管理企业经营管理综述

- 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

第二节 物业管理企业文化建设的浅析

- 一、物业管理企业文化建设的必要性
- 二、物业管理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、物业管理企业文化建设的举措

第三节 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、物业管理存在的种种不诚信表现

五、物业管理行业诚信机制的建立

第四节 物业管理企业发展存在的问题

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

第五节 物业管理企业的发展策略

一、物业管理企业发展的建议

二、物业管理企业应注重企业的形象设计

三、物业管理企业的设备维修保养体系亟待建立

四、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

第十一章 2015-2019年物业管理行业的竞争分析

第一节 物业管理行业的竞争格局

一、物业管理进入市场竞争的必然趋势

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

第二节 物业管理行业的品牌竞争探析

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

第三节 物业管理行业的品牌扩张分析

一、进行资格认证，提高企业品牌的权威实力。

二、树立良好信誉，打造坚实品牌基石。

三、加强宣传，强化品牌意识。

四、不断发展创新，成就品牌业绩

第四节 物业管理行业竞争力提升的策略

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

第五部分 发展战略研究

第十二章 2015-2019年物业管理行业的营销分析

第一节 物业管理行业营销概述

- 一、物业管理市场营销的必要性分析
- 二、市场营销理论在物业服务实践中的具体应用
- 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

第二节 物业管理市场营销博弈论

- 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

第三节 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

第六部分 发展前景展望

第十三章 2019-2025物业管理行业的发展趋势预测

第一节 2020-2025年中国物业管理行业预测分析（AK ZJH）

- 一、物业管理业发展影响因素分析
- 二、2020-2025年中国物业管理面积预测
- 三、2020-2025年中国物业管理业营业收入预测

第二节 中国物业管理的发展趋势

- 一、中国物业管理细分市场发展的方向
- 二、今后中国物业管理六大发展趋势研究
- 三、中国物业管理行业未来发展方向简析
- 四、高校物业管理的发展预测

第三节 中国物业管理的发展走向

- 一、物业管理的社会化
- 二、物业管理的专业化
- 三、物业管理的智能化与信息化

第四节 物业管理企业的发展预测

- 一、物业管理企业的发展趋势
- 二、服务集成商成为未来物业管理企业的角色
- 三、国内民营物业管理企业的发展前景

附录：

附录一：《中华人民共和国物权法》

附录二：《物业管理条例》

附录三：《物业服务企业资质管理办法》

附录四：《物业服务收费管理办法》

附录五：《普通住宅小区物业管理服务等级标准（试行）》

附录六：《城市住宅小区物业管理服务收费暂行办法》

图表目录：

图表：国内物业行业发展阶段

图表：关于物业行业法律法规

图表：2019年中国物业服务行业百强企业个业态营收占比

图表：2015-2019年物业服务百强企业市场份额

图表：2015-2019年全国物业管理面积

图表：2019年百强企业不同层级管理面积及增长率

图表：2015-2019年百强企业管理规模与市场份额变化情况

图表：百强物业企业2017年各业态面积占比

图表：百强物业企业2017年各业态平均物业费

图表：物业管理和传统房屋管理比较

图表：收费管理模式对比

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/523619.html>