

2009-2010年中国物业管理 行业投资分析与市场预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009-2010年中国物业管理行业投资分析与市场预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200905/17635.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

引言

近几年，我国物业管理行业呈现出生机勃勃的发展趋势，随着一系列物业管理法规、制度的颁布实施，物业管理市场环境日趋成熟，既为物业管理企业创造了发展的机遇，同时使物业管理企业面临着发展的挑战。据不完全统计，全国物业管理企业已逾3万家，从业人员300多万人，国内行业产值已达到数百亿元，并以每年20%以上的幅度递增，物业管理产业经济在我国有着巨大的发展空间。不过，目前我国物业管理公司普遍规模都偏小，行业集中度低。国内规模最大的前三家物业管理企业的管理面积仅占总物业管理面积的0.58%。上海物业管理公司2563家，平均每家管理不足10万平方米；深圳物业管理机构1029家，平均每家管理项目5.1个，管理面积24万平方米。随着我国物业管理企业逐步走向规模化、多元化和跨区域化，行业集中度将逐步提升；一些知名的物业公司执行收缩的策略以及住宅物业管理微薄的利润也会淘汰规模小的公司，这也有利于促进行业集中度的提升。

从宏观环境来看，目前，金融危机已对全球实体经济产生了巨大的冲击，2008年世界经济已明显放缓，下行风险逐步加大。预测2009年全球经济增长率为2.2%，发达经济体经济2009年将下降0.3%。全球物业管理企业都受到金融危机的影响，中国物业管理行业虽然正值大变革、大发展的时代，但也同样受到金融危机的冲击！

从行业发展空间来看，近十年来，我国的年均经济增长保持了10%左右的增幅，城镇居民可支配收入也年增10%左右。在强劲需求的拉动下，房地产投资也强劲增长，为物业管理创造了良好的发展空间。在政策层面，《物权法》、新《物业管理条例》等相继出台，规范了物业管理行为，强化了社会的物管意识，保障了物管行业的健康发展；我国物业产品品质的不断提升，客户对产品国际化、人性化的要求，提高了对物业管理服务的要求；随着信息技术、节能环保技术的发展，对物业管理技术能力的需求也不断提高。

从长远来看，经过二十余年的发展，物业管理作为一种新的产业类型已在社会化分工中被逐步认同，走产业化发展之路成为物业管理的必然趋势。国家的“十一五”规划建设提出“积极发展社区服务等需求潜力大的产业”，“加强和谐社区建设，倡导人与人和睦相处”，“积极发展就业容量大的劳动密集型产业、服务业”等。国家政策、时代发展，给物业管理提供了大有作为的空间。预计2009年及未来几年，住宅物业管理作为房地产开发延伸服务环节的作用将进一步增强，因而仍会以开发商自建自管的模式为主。物业服务的专业化程度将会加强，行业将会涌现实力强大的专业服务商，物业管理公司将向管理集成商转型。那么，在当前物业管理行业发展形势下，我国物业管理企业该如何分析当前行业发展形势、把握未来市场发展方向，根据行业趋势制定发展战

略呢？

《2009-2010年中国物业管理行业投资分析与市场预测》共十二章。本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家住房和城乡建设部、国务院发展研究中心、物业管理行业协会、中国上市公司资讯、国内外相关刊物的基础信息及研究单位等公布和提供的大量资料。本报告对国内外物业管理行业市场的发展现状、趋势、发展前景等进行了分析，并对中国重点城市物业管理的发展做了具体分析，深入研究了物业管理优势企业的发展、经营状况。本报告是物业管理企业及相关企业和单位、计划投资于物业管理的企业等准确了解目前中国物业管理市场发展动态，把握物业管理发展趋势，制定市场策略的必备的精品。

目录

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、物业管理服务的内容
- 三、物业管理七大特色
- 四、高水平物业管理的九条原则

第二节 物业管理产权理论分析

- 一、产权理论简介
- 二、物业管理产生的产权理论分析
- 三、我国物业管理发展的产权理论分析

第三节 物业纠纷相关分析

- 一、物业纠纷类型
- 二、物业纠纷的法律特征
- 三、物业纠纷的法律分析
- 四、物业纠纷的解决办法及国外经验
- 五、物业管理市场纠纷的信息经济学分析
- 六、解决物业矛盾纠纷的根本办法

第四节 物业管理行业风险分析

- 一、物业管理风险的表现形式
- 二、物业管理风险的规避方式

第五节 我国经济环境分析

- 一、2008年我国工业经济运行总体情况
- 二、2008-2009年金融风暴形势下中国经济走势分析
- 三、未来我国经济持续增长潜力分析
- 四、2009年我国经济增长态势预测

第二章 国际物业管理的发展综述

第一节 国外物业管理的发展

- 一、世界物业管理的特点分析
- 二、国外物业管理的优秀模式
- 三、国际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

第二节 美国

- 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

第三节 日本

- 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

第四节 新加坡

- 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

第五节 澳大利亚

- 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

第三章 中国物业管理的发展

第一节 物权法的实施对中国物业管理的影响

- 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

第二节 中国物业管理发展的总体概况

- 一、 中国物业管理的经济浅析
- 二、 中国物业管理的发展环境分析
- 三、 中国物业管理在政治经济文化中的发展情况
- 四、 物业管理的发展模式及其利弊分析
- 五、 2001-2007年中国物业管理回顾

第三节 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

第四节 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

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

第六节 中国物业管理发展的策略

- 一、 推行物业管理市场化发展的对策
- 二、 物业管理信息不对称的解决方法
- 三、 创新物业管理服务促进行业稳健发展
- 四、 把握好物业管理行业发展方向的措施
- 五、 中国物业管理发展需要三方面的共同努力
- 六、 构建和谐物业管理的策略分析

第七节 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

第四章 物业管理的费用分析

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 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

第五节 物业管理费用收取存在的问题及对策

- 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

第五章 物业管理招投标的发展

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、 物业管理招标投标的必要性和意义

四、 物业管理依法实行招标投标制度的利处

第二节 物业管理招标投标方式的分析

一、 物业管理行业的健康发展亟需推行招标投标

二、 中国物业管理三种招标的方法

第三节 物业管理招标投标存在的问题

一、 物业管理招标投标制度缺陷和现实的困境

二、 物业管理招标投标中面临的三大误区

三、 实施物业管理招标投标所存在的主要问题

四、 物业管理招标投标待解决的四大难题

第四节 物业管理招标投标的对策

一、 实施物业管理招标投标的措施

二、 市场化的物业管理科学开展招标投标的对策

三、 理顺物业管理招标投标关系的思考

四、 完善物业管理招标投标的六点建议

五、 物业招标投标市场机制培育和完善的要素

第六章 中国主要地区物业管理的发展

第一节 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、 深圳物业管理招标投标迈入攻坚时刻

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

第二节 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

第三节 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

第四节 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

第五节 其他城市物业管理现状

- 一、 重庆
- 二、 烟台
- 三、 保定
- 四、 陕西
- 五、 德州
- 六、 盐城

第七章 中国房地产市场发展分析

第一节 我国房地产制度改革与市场发展的历程

- 一、 初步形成时期
- 二、 房地产过热时期
- 三、 市场调整时期
- 四、 培育新的经济增长点时期
- 五、 宏观调控时期

第二节 我国房地产市场发展现状分析

- 一、 2008年我国房地产市场盘点
- 二、 近期中国房地产供求对比分析
- 三、 中国房地产市场商品房发展态势
- 四、 近年来我国部分城市房地产市场现状
- 五、 我国房地产企业竞争力发展状况

第三节 我国房地产市场发展前景和风险

- 一、 我国房地产发展前景
- 二、 我国房地产市场三、四线城市发展机遇
- 三、 2008年在金融危机影响下我国房地产市场风险分析

四、2008-2009年我国应对房地产风险的措施

第四节 我国房地产市场社会问题及其解决途径

一、我国房地产市场存在的主要社会问题

二、解决我国房地产市场社会问题的途径

第五节 我国房地产的查封、拍卖及其执行措施分析

一、强制执行中不动产查封和拍卖的思考

二、实践中房地产查封、拍卖中存在的问题梳理与分析

三、房地产查封、拍卖的利益平衡和规范措施

第六节 2008年我国房地产市场发展形势分析

一、2008年我国房地产市场总体形势分析

二、2008年我国不同级别的城市发展形势分析

三、2008年我国不同地区房地产发展形势分析

四、2008年我国不同类别的楼盘市场形势分析

第七节 2009年我国房地产市场发展形势分析

一、2009年广东珠三角房地产资金流向动态分析

二、2009年1-4月房地产开发企业完成投资与增速情况分析

三、2009年1-4月全国房地产开发投资额同比增长分析

第八节 我国房地产市场发展趋势分析

一、2009年中国房地产发展预测

二、未来我国房地产市场发展趋势

三、2009年我国房地产市场调整趋势分析

四、2009-2010年我国房地产市场走势分析

第九节 我国房地产市场投资分析

一、2008年我国房地产开发投资情况

二、未来我国房地产投资机遇分析

三、未来我国二三线城市房地产投资前景分析

第十节 改革我国房地产税制的政策建议

一、税种合并建议

二、征税范围建议

三、税率确定建议

四、计税依据建议

五、税收分配建议

六、税权制定建议

第八章 重点企业

第一节 天鸿集团

一、 集团简介

二、 天鸿集团物业管理品牌的发展概况分析

第二节 中海物业

一、 公司简介

二、 新形象促进中海物业品牌发展战略分析

三、 中海物业的发展趋势分析

第三节 万厦居业

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

第四节 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分析

三、 品牌铸造上海陆家嘴物业管理有限公司

第五节 第一太平戴维斯

一、 公司概况

二、 公司经营策略

三、 2008年上半年公司经营情况分析

四、 公司动态

第六节 浙江绿城物业管理有限公司

一、 公司概况

二、 公司管理的小区情况

三、 公司动态

第七节 深圳市中航物业有限公司

一、 公司概况

二、 2008年公司发展规划分析

三、 公司动态

第八节 万科企业股份有限公司

一、公司概况

二、2007-2008年财务分析

三、2008年前10月公司经营情况分析

第七节 其他优势物业管理企业分析

一、上海明华物业公司

二、深圳市长城物业管理股份有限公司

三、深圳市荣超物业管理有限公司

四、金碧物业有限公司

第九章 中国物业管理的企业分析

第一节 中国物业管理企业的发展

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

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、 物业管理存在的不诚信种种表现

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

第十章 物业管理的竞争分析

第一节 物业管理的竞争格局

- 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

第二节 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

第三节 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

第四节 物业管理竞争力提升的策略

- 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

第十一章 物业管理的营销分析

第一节 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

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

第十二章 物业管理的发展趋势

第一节 中国物业管理的发展趋势

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

第二节 中国物业管理的走势预测

一、 土洋联姻趋势

二、 网络化趋势

三、 重组发展趋势

第三节 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、 从开发商视角看物业管理企业的发展前景

部分图表目录：

图表 注册物业经理的平均时间分配

图表 注册物业经理的各类收入比列

图表 注册物业经理在各项地产行业的比例

图表 日本房地产板块划分

图表 西南地区代表省份的物业管理覆盖率

图表 东北地区代表省份的物业管理覆盖率

图表 各地物业管理的覆盖率

图表 2008年1-10月全国房地产开发投资完成额及同比增长情况

图表 2003-2007年各月全国房地产开发投资完成额及同比增长率对比情况

图表 1987-2007年房地产开发投资同比增长率变化趋势

图表 2007年1-12月东部地区房地产投资完成额及同比增长情况

图表 2008年上半年万科企业股份有限公司主营构成

图表 2007-2008年万科企业股份有限公司每股指标

图表 2007-2008年万科企业股份有限公司获利能力

图表 2007-2008年万科企业股份有限公司经营能力

图表 2007-2008年万科企业股份有限公司偿债能力

图表 2007-2008年万科企业股份有限公司资本结构

图表 2007-2008年万科企业股份有限公司发展能力

图表 2007-2008年万科企业股份有限公司现金流量

图表 2007-2008年万科企业股份有限公司主营业务收入

图表 2007-2008年万科企业股份有限公司主营业务利润

图表 2007-2008年万科企业股份有限公司营业利润

图表 2007-2008年万科企业股份有限公司利润总额

图表 2007-2008年万科企业股份有限公司净利润

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200905/17635.html>