

# 2024-2030年中国物业服务 行业发展趋势与投资可行性报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国物业服务行业发展趋势与投资可行性报告》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/202404/456046.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国物业服务行业发展趋势与投资可行性报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：中国物业服务行业相关概念及发展环境分析

1.1 物业服务行业相关概念界定与分类

1.1.1 物业服务的定义

1.1.2 物业服务的分类

（1）按照服务性质分类

（2）按照服务对象分类

1.1.3 行业所属国民经济统计分类

1.1.4 报告数据来源及统计口径

1.2 物业服务行业发展政策环境分析

1.2.1 物业服务行业监管体系

1.2.2 物业服务行业相关标准

1.2.3 物业服务行业中长期规划汇总及解读

（1）规划汇总

（2）重点规划解读

1.2.4 物业服务行业主要法规与政策汇总

（1）国家相关政策法规汇总

（2）疫情期间各地出台帮扶物业政策

（3）老旧小区改造政策及影响

1.2.5 政策环境对物业服务行业发展的影响

1.3 物业服务行业发展经济环境分析

1.3.1 国内外宏观经济发展现状与展望

（1）国际宏观经济环境分析

（2）国内宏观经济环境分析

1.3.2 国内房地产开发投资与运行情况

（1）房地产开发投资额

（2）房地产住宅竣工面积

1.3.3 宏观经济环境对物业服务行业发展的影响

1.4 物业服务行业发展社会环境分析

1.4.1 我国人口规模及结构分析

（1）人口规模

（2）人口结构

1.4.2 我国人口的密度和地理分布

1.4.3 我国城镇化发展进程现状与展望

（1）我国城镇化现状分析

（2）我国城镇化趋势展望

1.4.4 我国居民收支水平与消费升级趋势

（1）中国居民收支状况

（2）中国居民消费升级趋势

1.4.5 中国家庭人数平均规模研究

1.4.6 社会环境对物业服务行业发展的影响

1.5 物业服务行业发展技术环境分析

1.5.1 新型技术在物业服务行业发展的应用与变革

（1）区块链技术

（2）5G技术

（3）大数据

（4）AI与IoT

1.5.2 智慧物业服务发展现状与趋势研究

（1）我国物业发展阶段

（2）智慧物业定义要点

（3）智慧物业重点内容

（4）智慧物业管理平台

（5）智慧物业发展趋势

1.5.3 物业服务行业专利申请及获得的情况

（1）行业专利申请数量

（2）行业专利公开数量

（3）技术领先企业分析

（4）行业热门技术分析

1.5.4 技术环境对物业服务行业发展的影响

第2章：国际物业服务行业发展状况与经验借鉴

2.1 国际物业服务行业管理制度分析

2.1.1 规管物业服务行业的方法

（1）英国为代表的由专业团体自我规管

（2）新加坡为代表的自愿认证计划

（3）日本、中国内地为代表的强制发牌照制度

2.1.2 业主管理团体的立法模式

（1）德国为代表的

不具法人资格的团体模式

（2）日本为代表的附条件的法律人格团体模式

（3）美国为代表的判例实务上的法律人格团体模式

2.1.3 物业管理法的立法模式

（1）意大利为代表的民法模式

（2）英国、加拿大为代表的住宅法模式

（3）日本为代表的建筑物区分所有权法模式

2.2 国际物业服务行业发展状况与经验借鉴

2.2.1 美国物业服务行业发展状况

（1）美国物业服务

运作特点 (2) 美国物业服务人才激励制度 2.2.2 瑞士物业服务行业发展状况 2.2.3 法国物业服务行业发展状况 2.2.4 比利时物业服务行业发展状况 2.2.5 新加坡物业服务行业发展状况

(1) 新加坡物业管理机构 (2) 新加坡物业服务运作特点 (3) 新加坡物业管理资金来源

2.2.6 国际物业服务行业发展经验借鉴 (1) 完善配套法规体系 (2) 推进物业服务专业化

(3) 推行多样化物业服务模式 (4) 改革物业服务收费体制 (5) 培养专业化管理人才 (6)

加快引入物业保险 第3章：中国物业服务行业发展现状与经营效益分析 3.1 我国物业服务行业发展现状分析 3.1.1 我国物业服务业发展历程分析 3.1.2 我国物业服务行业整体发展现状 3.1.3 我国优秀物业服务企业发展现状 3.1.4 我国中小型物业服务企业发展现状 3.2 我国物业服务行业供需现状与价格变动趋势分析 3.2.1 物业服务市场供给现状分析 (1) 物业服务行业管理面积分析 (2) 全国物业在管建筑面积 (3) 百强企业物业管理规模 3.2.2 物业服务市场需求现状分析 (1) 商品房销售面积 (2) 物业服务行业市场规模 3.2.3 物业服务价格变化趋势分析 (1) 物业服务价格指数 (2) 部分城市物业服务价格 (3) 平均物业管理费 1) 物业服务行业经营成本与业绩分析 3.2.4 物业管理行业发展指数 3.2.5 物业服务行业经营收入 (1) 营业收入结构 (2) 营业收入发展指数 (3) 营业收入规模 3.2.6 物业服务行业运营成本 3.3 物业服务业百强企业经营特点与发展潜力分析 3.3.1 物业服务百强企业经营绩效分析 (1) 营业收入与增速 (2) 利润均值 3.3.2 物业服务百强企业的服务结构分析 (1) 物业服务的区域结构 (2) 物业服务的业务结构 (3) 服务的物业类型结构 3.3.3 物业服务百强企业市场拓展能力分析 (1) 物业服务多业务拓展分析 (2) 物业服务合同储备项目分析 (3) 专业分包服务分析 3.4 物业服务行业规模扩张路径分析 3.4.1 依托地产母公司的物业服务企业规模扩张 3.4.2 物业服务行业市场兼并重组动态 3.4.3 物业服务企业中标项目情况 (1) 中标数量 (2) 中标项目结构 第4章：中国物业服务行业竞争现状与市场策略 4.1 我国物业服务行业竞争格局分析 4.1.1 物业服务企业来源结构 4.1.2 物业服务领先企业竞争情况 4.1.3 细分业态企业竞争结构 4.2 我国物业服务行业竞争结构分析 4.2.1 物业服务行业潜在进入者威胁分析 (1) 物业服务行业投资风险小 (2) 人力资源供应两级分化 (3) 物业服务市场规模不断扩大 (4) 物业服务市场管理不完善 4.2.2 物业服务行业现有企业间竞争分析 (1) 现有市场的竞争 (2) 持续发展能力的竞争 (3) 核心竞争力的竞争 (4) 行业的体制竞争 4.2.3 物业服务行业替代品替代能力分析 4.2.4 物业服务行业对消费者议价能力 4.2.5 物业服务行业对供应商议价能力 4.2.6 物业服务行业竞争结构生态图 4.3 我国物业服务行业竞争趋势分析 4.3.1 物业服务企业竞争市场化 4.3.2 物业服务企业经营集团化 4.3.3 物业服务企业专业服务分包化 4.3.4 物业服务行业竞争白热化 4.3.5 物业服务内容创新化 4.3.6 物业服务企业竞争全球化 4.4 物业服务企业市场竞争策略分析 4.4.1 物业服务顾客满意度服务策略分析 (1) 顾客满意服务策略的作用 (2) 顾客满意度指数评价体系 (3) 顾客满意度服务策略分析 4.4.2 物业服务企业体验式营销策

略分析 (1) 体验式物业服务营销的作用 (2) 体验式物业服务营销策略分析 4.5 物业服务企业核心竞争力的培育 4.5.1 企业核心竞争力的本质 4.5.2 物业服务企业核心竞争力的特征 (1) 物业服务产品性质特殊 (2) 物业服务产品的延展性 (3) 物业服务管理的动态性 (4) 物业服务客户的价值性 (5) 物业服务经营的独特性 4.5.3 物业服务企业缺乏核心竞争力原因 4.5.4 物业服务企业核心竞争力构成分析 (1) 物业服务企业服务能力分析 (2) 物业服务企业策划能力分析 (3) 物业服务企业管理和技术能力分析 (4) 物业服务企业整合能力分析 4.5.5 物业服务企业核心竞争力决定因素 (1) 企业规模分析 (2) 企业无形资产分析 (3) 与相关产业的关系 (4) 区域资源经济政策的影响 4.5.6 物业服务企业核心竞争力构成体系 4.5.7 提升物业服务企业核心竞争力建议 (1) 建立和加强策划部门建设 (2) 加强企业的知识管理建设 (3) 重视人力资本的经营建设 (4) 注重企业文化的培育打造 (5) 实施绿色环保的经营策略 第5章：中国物业服务行业区域市场投资机会 5.1 北京市物业服务市场投资机会分析 5.1.1 北京市物业服务行业政策环境分析 5.1.2 北京市物业服务行业需求环境分析 (1) 房地产投资规模 (2) 商品房竣工面积 (3) 房地产开发施工面积 (4) 房地产新开工面积 5.1.3 北京市物业服务行业市场规模 5.1.4 北京市物业服务市场竞争现状分析 5.1.5 北京市物业服务市场投资机会分析 5.2 深圳市物业服务市场投资机会分析 5.2.1 深圳市物业服务行业政策环境分析 5.2.2 深圳市物业服务行业需求环境分析 (1) 房地产投资规模 (2) 商品房屋竣工面积 (3) 房地产开发施工面积 5.2.3 深圳市物业服务行业市场规模 (1) 在管物业项目建筑面积 (2) 物业管理行业营收规模 (3) 物业管理行业集中度 5.2.4 深圳市物业服务市场竞争现状分析 5.2.5 深圳市物业服务市场投资机会分析 5.3 上海市物业服务市场投资机会分析 5.3.1 上海市物业服务行业政策环境分析 (1) 政策法规汇总 (2) 政策影响分析 5.3.2 上海市物业服务行业供给现状 (1) 房屋和物业管理面积 (2) 全市住宅小区数量 (3) 物业服务企业数量 (4) 从业人员队伍建设 5.3.3 上海市物业服务需求环境分析 (1) 房地产投资规模 (2) 房地产开发施工面积 (3) 房屋新开工面积 (4) 房屋竣工面积 5.3.4 上海市物业服务市场规模 5.3.5 上海市物业服务市场价格变动幅度 (1) 住宅物业管理费价格 (2) 非住宅物业管理费价格变动幅度 5.3.6 上海市物业服务市场竞争现状分析 5.3.7 上海市物业服务市场投资机会分析 5.4 广州市物业服务市场投资机会分析 5.4.1 广州市物业服务行业政策环境分析 5.4.2 广州市物业服务行业需求环境分析 (1) 房地产投资规模 (2) 商品房竣工面积 (3) 房地产开发施工面积 5.4.3 广州市物业服务行业市场规模 5.4.4 广州市物业服务市场竞争现状分析 5.4.5 广州市物业服务市场投资机会分析 5.5 重庆市物业服务市场投资机会分析 5.5.1 重庆市物业服务行业政策环境分析 5.5.2 重庆市物业服务行业需求环境分析 (1) 房地产投资规模 (2) 商品房竣工面积 (3) 房地产开发施工面积 5.5.3 重庆市物业服务行业市场规模 5.5.4 重庆市物业服务市场竞争现状分析 5.5.5 重庆市物业服务市场投资机会分析 5.6 成都市物业服务市场投

资机会分析 5.6.1 成都市物业服务行业政策环境分析 5.6.2 成都市物业服务行业需求环境分析  
(1) 房地产投资规模 (2) 商品房竣工面积 (3) 商品房施工面积 5.6.3 成都市物业服务行业市场规模 5.6.4 成都市物业服务市场竞争现状分析 5.6.5 成都市物业服务市场投资机会分析  
5.7 天津市物业服务市场投资机会分析 5.7.1 天津市物业服务行业政策环境分析 5.7.2 天津市物业服务行业需求环境分析 (1) 房地产投资规模 (2) 商品房竣工面积 (3) 房地产开发施工面积 5.7.3 天津市物业服务行业市场规模 5.7.4 天津市物业服务市场竞争现状分析 5.7.5 天津市物业服务市场投资机会分析 5.8 济南市物业服务市场投资机会分析 5.8.1 济南市物业服务行业政策环境分析 5.8.2 济南市物业服务行业需求环境分析 (1) 房地产投资规模 (2) 商品房竣工面积 (3) 房地产开发施工面积 5.8.3 济南市物业服务行业市场规模 5.8.4 济南市物业服务市场竞争现状分析 5.8.5 济南市物业服务市场投资机会分析 第6章：物业服务企业发展策略与经营模式分析 6.1 国际五大行发展策略分析 6.1.1 世邦魏理仕发展策略分析 (1) 企业发展简况 (2) 企业业务架构 (3) 企业核心竞争力分析 (4) 企业主要经营状况分析 (5) 企业物业管理理念分析 (6) 企业中国业务 (7) 企业经典项目案例分析 (8) 企业发展优劣势分析 6.1.2 仲量联行发展策略分析 (1) 企业发展简况 (2) 企业业务架构 (3) 企业主要经营情况分析 (4) 企业物业管理理念分析 (5) 企业物业资产管理规模 (6) 企业经典项目案例分析 (7) 企业发展优劣势分析 6.1.3 戴德梁行发展策略分析 (1) 企业发展简况 (2) 企业业务架构 (3) 企业主要经营情况分析 (4) 企业物业管理理念分析 (5) 企业物业资产管理规模 (6) 企业经典项目案例分析 (7) 企业发展优劣势分析 6.1.4 第一太平戴维斯发展策略分析 (1) 企业发展简况 (2) 企业业务范围 (3) 企业主要经营情况分析 (4) 企业物业管理理念分析 (5) 企业物业资产管理规模 (6) 企业物业管理服务模式 (7) 企业发展优劣势分析 6.1.5 高力国际发展策略分析 (1) 企业发展简况 (2) 企业服务类型 (3) 企业主要经营情况分析 (4) 企业物业管理理念分析 (5) 企业物业资产管理规模 (6) 企业经典项目案例分析 (7) 企业发展优劣势分析 6.2 国内标杆物业服务企业经营模式分析 6.2.1 万科物业发展股份有限公司经营模式分析 (1) 企业发展简况 (2) 企业主业及物业项目类型 (3) 企业经营情况分析 (4) 企业经营规模分析 (5) 企业经营模式分析 (6) 企业区域布局策略 (7) 企业战略布局 (8) 企业经营优劣势分析 6.2.2 绿城物业服务集团有限公司经营模式分析 (1) 企业发展简况 (2) 公司主业及物业项目类型 (3) 企业经营情况分析 (4) 企业经营规模分析 (5) 企业经营模式分析 (6) 企业区域布局策略 (7) 企业经营优劣势分析 6.2.3 北京首开鸿城实业有限公司经营模式分析 (1) 企业发展简况 (2) 公司主业型及物业项目类型 (3) 企业经营规模分析 (4) 企业经营模式分析 (5) 企业区域布局策略 (6) 企业经营优劣势分析 6.2.4 中航物业管理有限公司经营模式分析 (1) 企业发展简况 (2) 企业组织管理架构 (3) 企业经营规模分析 (4) 企业经营模式分析 (5) 企业区域布局情况 (6) 企业

经营优劣势分析 6.2.5 深圳市金地物业管理有限公司经营模式分析 (1) 企业发展简况 (2) 企业  
主业及物业项目类型 (3) 企业经营规模分析 (4) 企业经营模式分析 (5) 企业区域布  
局情况 (6) 企业经营优劣势分析 6.2.6 保利物业发展股份有限公司经营模式分析 (1) 企业  
发展简况 (2) 公司主业及物业项目类型 (3) 公司产品体系 (4) 企业经营规模分析 (5)  
企业经营模式分析 (6) 企业物业服务理念 (7) 企业经营优劣势分析 6.2.7 中海物业管理有  
限公司经营模式分析 (1) 企业发展简况 (2) 企业主业及物业项目类型 (3) 企业经营规模  
分析 (4) 企业经营模式分析 (5) 企业经营优劣势分析 6.2.8 长城物业集团股份有限公司经  
营模式分析 (1) 企业发展简况 (2) 企业主业及物业项目类型 (3) 企业经营规模分析 (4)  
) 企业经营模式分析 (5) 企业区域布局策略 (6) 企业经营优劣势分析 6.2.9 北京市均豪物  
业管理股份有限公司经营模式分析 (1) 企业发展简况 (2) 企业主业及物业项目类型 (3)  
企业经营规模分析 (4) 企业经营模式分析 (5) 企业区域布局情况 (6) 企业经营优劣势分  
析 6.2.10 招商局物业管理有限公司经营模式分析 (1) 企业发展简况 (2) 企业主业及业务  
项目类型 (3) 企业经营规模分析 (4) 企业经营模式分析 (5) 企业经营优劣势分析 6.3 国  
内互联网+物业服务领先平台分析 6.3.1 互联网+物业服务模式创新 6.3.2 万科物业-睿服务 (1)  
) 平台简介 (2) 平台发展模式 (3) 平台应用结构 (4) 平台发展特点 6.3.3 彩生活-彩之云  
(1) 平台简介 (2) 平台发展模式 (3) 平台应用结构 (4) 平台发展特点 6.3.4 长城物业-  
一应云 (1) 平台简介 (2) 平台发展模式 (3) 平台应用结构 (4) 平台发展特点 6.3.5 金  
蝶-我家云 (1) 平台简介 (2) 平台发展模式 (3) 平台应用结构 (4) 平台发展特点 第7  
章：中国物业服务行业商业模式构建与设计 7.1 中国物业服务行业经营模式分析 7.1.1 房地产  
价值链售后服务型模式 (1) 售后型模式定义 (2) 售后型模式代表企业 (3) 售后型模式点  
评分析 7.1.2 物业服务行业基本型模式 (1) 基本型模式定义 (2) 基本型模式代表企业 (3)  
) 基本型模式点评分析 7.1.3 增值型物业服务模式 (1) 增值型模式定义 (2) 增值型模式代  
表企业 (3) 增值型模式点评分析 7.1.4 物业服务行业经营模式对比 7.2 中国物业服务企业盈  
利模式分析 7.2.1 盈利模式创新的影响因素分析 (1) 企业质价相符对盈利模式创新的影响  
(2) 企业管理规模对盈利模式创新的影响 (3) 企业发展阶段对盈利模式创新的影响 7.2.2  
盈利模式创新的关键要点分析 (1) 围绕业主需求进行设计 (2) 前期充分的市场调研 (3)  
要以物业经营为基础 (4) 充分利用物业本身优势 (5) 经营兼顾开源与节流 (6) 经营与收  
益的合法性 7.3 中国物业服务企业价值链的构建 7.3.1 价值链的概念分析 (1) 传统价值链分  
析 (2) 价值网分析 (3) 价值链管理分析 7.3.2 中国物业服务企业价值链构建 (1) 中国物  
业服务企业基本价值链分析 (2) 中国物业服务企业延伸型价值链分析 (3) 中国物业服务  
企业拓展型价值链分析 (4) 中国物业服务企业价值网分析 7.3.3 中国物业服务企业商业模式  
创新价值链视角 7.3.4 中国物业服务企业“价值链-商业模式创新”模型 7.4 中国物

业服务企业商业模式创新设计 7.4.1 物业服务企业商业模式创新的目的 7.4.2 物业服务企业商业模式创新驱动力 7.4.3 物业服务企业商业模式的创新分析 (1) 物业服务企业聚焦型商业模式 (2) 物业服务企业延伸型商业模式 (3) 物业服务企业拓展型商业模式 (4) 物业服务企业竞合型商业模式 (5) 物业服务企业商业模式创新关系 7.4.4 物业服务企业商业模式创新路径分析 (1) 创新路径之依托技术聚焦服务 (2) 创新路径之积极延伸拓展空间 (3) 创新路径之服务外包联盟合作 7.4.5 物业服务企业商业模式创新取得的新进展 第8章：中国物业服务行业发展前景与投资策略建议 8.1 中国物业服务行业发展前景预测与趋势分析 8.1.1 中国物业服务行业增长驱动因素 (1) 存量物业：涨价难，基础物业服务靠增量 (2) 增量物业：依靠城镇化、存量房产渗透率提高 (3) 新型社区建设：社区流量变现 8.1.2 中国物业服务行业增长空间预测 8.1.3 中国物业服务行业发展趋势 (1) 互联网与物业服务行业深度融合 (2) 物业服务行业集中度稳步提升 (3) 物业服务行业价值逐步兑现 8.2 中国物业服务行业上市企业动态与资本市场表现 8.2.1 中国物业服务业上市企业优势与动态汇总 (1) IPO优势分析 (2) IPO动态汇总 8.2.2 中国物业服务业上市企业资本市场表现 (1) 上市企业排名 (2) 核心指标分析 (3) 运营规模分析 (4) 盈利能力分析 8.3 中国物业服务行业投资特性与风险管控 8.3.1 物业服务行业进入壁垒 8.3.2 物业服务行业投资风险 (1) 行业潜在进入者威胁较大的风险 (2) 行业替代品威胁较大的风险 (3) 行业市场竞争激烈的风险 (4) 人力、能源等成本上涨的风险 (5) 运营成本上涨不能传导至下游的风险 8.3.3 物业服务运营中风险管控体系建立 (1) 物业服务风险的影响分析 (2) 物业服务风险的类型识别 (3) 物业服务风险的级别评估 (4) 物业服务风险管控体系建立 (5) 物业服务企业风险管理分析 8.4 物业服务行业投资价值与投资机会 8.4.1 行业投资价值评估 8.4.2 行业投资机会分析 8.5 中国物业服务企业发展建议 8.5.1 大型物业服务企业发展建议 (1) 大型物业服务企业需要独立面对市场化的挑战，可寻求战略联盟 (2) 收购兼并不适用于当下行业发展状况 8.5.2 中小型物业服务企业发展建议 (1) 稳住基本经营与服务 (2) 经营思路领先 (3) 横向联合，广结同盟 (4) 创造模式品牌 图表目录 图表1：物业公共服务的业务模块 图表2：物业公共服务实际工作中的服务内容 图表3：物业经营服务的业务模块 图表4：物业服务按服务对象分类 图表5：物业服务行业所属国民经济统计分类 图表6：本报告的主要数据来源及统计口径说明 图表7：物业服务行业监管体制 图表8：中国物业服务行业主要行业相关标准列表 图表9：中国物业服务行业发展规划列表 图表10：截至2021年中国物业服务行业主要政策汇总 图表11：2021年疫情期间物业服务企业相关利好政策 图表12：2021年部分地区老旧小区改造计划 图表13：2014-2021年全球GDP总值与增长率变化情况（单位：万亿美元，%） 图表14：2020-2021年全球部分国家/地区经济预测（单位：%） 图表15：2014-2021年上半年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%） 图表16：2021年中国宏观经济核指标预测（单位：亿元，%） 图表17



：2014-2021年我国房地产开发投资及同比增速（单位：万亿元，%） 图表18：2012-2021年我国房地产住宅竣工面积及同比增速（单位：万亿元，%） 图表19：2011-2021年中国人口数量增长趋势图（单位：亿人） 图表20：2021年全国人口性别结构（单位：%） 图表21：第六次全国人口普查中的人口受教育程度结构（单位：%） 图表22：2012-2021年中国人口年龄结构（单位：%） 图表23：2008-2021年我国城市人口密度（人/平方公里） 图表24：2021年中国15个副省级城市人口密度排行榜（人/平方公里） 图表25：2012-2021年我国城乡人口比重情况（单位：%） 图表26：我国正处于城市化进程加速阶段（单位：%） 图表27：2014-2021年上半年我国居民可支配收入情况（单位：元） 图表28：2014-2021年上半年我国居民人均消费支出（单位：元） 图表29：2016-2021年上半年居民消费支出结构变化情况（单位：%） 图表30：居民消费习惯转变情况 图表31：中国消费升级演进趋势 图表32：2015-2021年全国居民消费升级综合指数走势图 图表33：2004-2021年我国家庭人数平均规模（单位：人/户） 图表34：社会环境对我国物业服务行业发展的影响分析 图表35：“区块链+物业”技术主要应用 图表36：5G科技对物业管理行业的主要影响 图表37：大数据对物业行业的主要驱动力 图表38：AI+IoT模式对智能物业发展的主要影响 图表39：我国物业主要发展阶段 图表40：智能化物业管理重点内容分析 图表41：智慧物业管理五大主要平台 图表42：2012-2021年中国物业服务相关专利申请数量变化图（单位：项） 图表43：2012-2021年中国物业服务相关专利公开数量变化图（单位：项） 图表44：截至2021年物业服务相关专利申请Top10（单位：项） 图表45：截至2021年物业服务相关专利分布领域（前十位）（单位：项） 图表46：物业服务行业管理制度的组成 图表47：规管物业服务行业的方法 图表48：业主管理团体的立法模式分类 图表49：物业管理法的立法模式分类 图表50：新加坡物业管理机构及其职能 图表51：新加坡物业管理资金来源 图表52：物业管理行业发展历程 图表53：我国优秀物业服务企业的发展特点 图表54：我国中小型物业服务企业的发展特点 图表55：2011-2021年全国物业管理面积及增速（单位：亿平方米，%） 图表56：2022-2027年全国物业在管建筑面积（单位：十亿平方米） 图表57：2016-2021年百强企业管理面积、项目数量及市场份额变化情况（单位：万平方米，%） 图表58：2011-2021年我国商品房销售面积及同比增速（单位：亿平方米，%） 图表59：2021年二十大城市物业服务价格指数 图表60：2019-2021年36城市普通住宅物业服务费（单位：元/月·平方米） 图表61：2021年二十大城市物业服务均价（单位：元/平方米/月） 图表62：2016-2021年我国平均物业管理费变化趋势（单位：元/平方米/月） 图表63：2011-2021年物业管理行业发展指数情况 图表64：物业管理行业的主营收入构成分析 图表65：2011-2021年物业管理行业营业收入发展指数情况 图表66：2010-2021年中国物业管理行业营业收入规模（单位：亿元） 图表67：2018-2021年百强企业营业成本构成情况对比（单位：%） 图表68：2016-2021年百强企业营业收入及增速情

况（单位：亿元，%） 图表69：2021年百强企业分层级营业收入均值及增长率（单位：亿元，%） 图表70：2016-2021年百强企业毛利润均值及毛利润率（单位：万元，%） 图表71：2021年百强企业分层级净利润均值、净利润率及增长率（单位：万元，%） 图表72：2018-2021年百强企业不同城市群管理面积比例变化（单位：%） 图表73：2018-2021年百强企业进入城市数量、单城市项目数及管理面积、单项目管理面积情况（单位：万平方米；个） 图表74：2018-2021年百强企业基础物业服务与多种经营收入情况（单位：万元，%） 图表75：2018-2021年百强企业净利润构成情况（单位：%） 图表76：2021年百强企业业主增值服务收入占比情况（单位：%） 图表77：2018-2021年百强企业住宅和非住宅业态的管理面积占比情况（单位：%） 图表78：2018-2021年百强企业各细分业态管理面积占比（单位：%） 图表79：2016-2021年百强企业物业服务费收缴率与项目续约率情况（单位：%） 图表80：2021年百强企业各业态物业费收缴率情况（单位：%） 图表81：2016-2021年百强企业合同储备面积均值及储备项目数量均值情况（单位：个，万平方米） 图表82：2021年百强企业不同层级合同储备项目情况（单位：个；万平方米） 图表83：2021年中国物业生态链优质服务商 图表84：2016-2021年百强企业基础外包项目数量占比及复合增速情况（单位：%） 图表85：2021年部分物业服务企业其兄弟开发企业销售面积情况（单位：万平方米） 图表86：2012-2021年上半年30家物业服务样本公司并购数量汇总（单位：个） 图表87：2021年物业服务行业主要收并购事件 图表88：2019-2021年我国物业服务百强企业中标项目数量和规划建筑面积（单位：个，万平方米） 图表89：2021年物业公司中标项目类型（单位：%） 图表90：2021年物业公司中标项目类型（单位：%） 图表91：我国物业服务企业来源构成（单位：%） 图表92：2020中国物业服务百强企业服务规模TOP10 图表93：2021年中国服务规模TOP10企业管理面积及进入城市情况 图表94：2020中国物业服务百强企业成长性领先企业 图表95：2020中国物业服务百强企业经营绩效TOP10 图表96：2020中国物业服务百强服务质量领先企业 图表97：2020中国物业服务百强满意度领先企业 图表98：2020中国物业服务年度社会责任感企业 图表99：2020中国物业管理行业市场化运营领先企业 图表100：2021年不同业态的百强企业数量占比情况（单位：%） 图表101：物业服务行业潜在进入者威胁分析 图表102：物业服务行业现有企业的竞争分析 图表103：物业服务行业替代品威胁分析 图表104：物业服务行业对消费者议价能力分析 图表105：物业服务行业对供应商议价能力分析 图表106：我国物业服务行业竞争结构生态图 图表107：顾客满意对物业服务企业的作用 图表108：顾客满意度评价体系与传统质量评价体系的区别 图表109：体验式物业服务营销的作用 图表110：物业服务企业缺乏核心竞争力的主要原因 图表111：物业服务企业服务能力价值流程图 图表112：物业服务企业服务能力的组成 图表113：物业服务企业策划能力价值流程图 图表114：物业服务企业策划流程图 图表115：知识共享在物业服务企业价值活动团体的实现

图表116：物业服务交互式知识管理模型 图表117：物业服务企业不同阶段的知识管理 图  
表118：知识价值转化过程 图表119：第一太平戴维斯资产管理内容 图表120：物业服务企业  
管理和技术能力分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202404/456046.html>