

2012-2016年中国物业管理 行业市场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国物业管理行业市场现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitafangchan1211/831984R62E.html>

【报告价格】纸介版7200元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-11-01

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国物业管理行业市场现状分析及投资前景研究报告》共十三章。介绍了物业管理行业相关概述、中国物业管理产业运行环境、分析了中国物业管理行业的现状、中国物业管理行业竞争格局、对中国物业管理行业做了重点企业经营状况分析及中国物业管理产业发展前景与投资预测。您若想对物业管理产业有个系统的了解或者想投资物业管理行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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、国内物业管理的基本特征分析

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、国际物业管理的发展综述

第一节、国外物业管理的发展

- 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

- 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
- 五、美国物业管理的专业化分工突出

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
- 五、日本物业管理费的欠缴与追缴方案探析

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
- 四、新加坡物业管理注重法制规范

第五节、澳大利亚

- 一、澳大利亚物业管理的运行机制简析
- 二、浅析澳大利亚的物业管理的特色
- 三、澳大利亚物业管理的主要优点

第六节、中国香港地区

- 一、香港物业管理发展进程回顾
- 二、香港物业管理的分类情况浅析
- 三、公营房屋物业管理的运行模式简述
- 四、私营房屋物业管理的运作情况分析
- 五、香港物业管理的法律规范与相关制度介绍

第三章、中国物业管理的发展

第一节、中国物业管理发展的总体概况

- 一、中国物业管理发展状况综述
- 二、中国物业管理的发展回顾
- 三、中国物业管理的市场经济特点
- 四、中国物业管理的经济浅析

五、2010年中国物业管理行业动态分析

六、2011年中国物业管理行业动态分析

第二节、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、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、中国物业管理行业目前的主要问题

三、中国物业管理行业发展的瓶颈

四、中国物业管理面临的困难及主要矛盾

五、物业管理市场存在信息不对称

第五节、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、政府部门应改进我国物业管理监管

三、物业管理行业面临危机应在服务中寻找机遇

四、中国物业管理发展需要三方面的共同努力

五、构建和谐物业管理的策略分析

六、物业管理信息不对称的解决方法

第六节、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、中国物业管理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、政府在业主大会成立及业主委员会选举工作中的指导作用问题
- 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、物业服务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及国外的经验

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、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

第六章、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、物业管理行业健康发展亟需推行招投标
- 二、对目标物业管理与服务的策划进行招投标法的分析
- 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
- 四、物业管理招投标待解决的四大难题

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、中国主要地区物业管理的发展

第一节、深圳

- 一、深圳物业管理发展现状
- 二、深圳“物业管理进社区”进展情况
- 三、深圳物业管理业主满意度指数调查
- 四、深圳住宅区物业管理覆盖率达90%
- 五、深圳物业管理发展的前景

第二节、北京

- 一、北京市物业管理发展概况
- 二、北京物业管理存在问题分析
- 三、北京将物业管理条例列入立法规划
- 四、2010年北京物业管理行业颁布新规
- 五、浅析北京物业管理的菜单式发展趋向

第三节、上海

- 一、上海物业管理的发展回顾
- 二、上海市首部别墅物业管理服务企业标准出台

- 三、上海物业管理行业发展现状
- 四、上海物业管理价格的市场化提速
- 五、上海出现新型物业管理模式
- 六、上海售后公房物业管理现状及发展建议
- 七、上海民营物业管理企业发展分析

第四节、广州

- 一、广州市物业管理招投标的概况
- 二、广州老城区推行物业管理进展
- 三、广州推行“菜单式”物业管理费模式
- 四、广州物业管理深入发展的对策

第五节、其他省市

- 一、天津
- 二、烟台
- 三、阜阳
- 四、沈阳
- 五、德州
- 六、盐城

第八章、物业管理与房地产行业

第一节、2010年中国房地产业的发展

- 一、2010年中国房地产行业运行状况
- 二、2010年中国房地产市场运行特点
- 三、2010年中国房地产行业热点回顾
- 四、2010年成中国房地产市场调控年

第二节、2011年中国房地产业的发展

- 一、2011年中国房地产行业运行状况
- 二、2011年中国房地产市场发展特征
- 三、2011年中国房地产市场发展动态
- 四、2011年中国房地产市场热点回顾

第三节、2012年一季度中国房地产市场的发展

- 一、2012年一季度中国房地产市场运行状况
- 二、2012年一季度中国房地产市场发展动态

三、2012年一季度中国房地产市场热点概述

第四节、房地产与物业管理的发展分析

- 一、房地产与物业管理的关系
- 二、物业管理是房地产企业的诚信及品牌的伸展
- 三、物业管理陪伴房地产业发展由陌生成为依赖
- 四、浅析物业管理在房地产开发中的主导作用
- 五、优秀的物业管理是房地产业发展的图腾
- 六、培育物业管理成为房地产开发经营主角的对策

第五节、不同所有权制度下的住宅小区物业管理研究

- 一、住宅小区的物权关系分析
- 二、物业管理的委托与被委托联系
- 三、业主对物业管理的权利及义务
- 四、物业管理企业向业主提供的服务

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要把握的重点

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
- 三、重视资源的整合利用途径

第九章、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
- 三、天鸿集团的物业管理标准
- 四、天鸿宝地物业公司发展势头良好

第二节、中海物业

- 一、公司简介
- 二、中海物业屡获行业殊荣
- 三、中海物业的发展特色与优势

四、中海物业的发展趋势

第三节、万厦居业

- 一、公司简介
- 二、万厦居业发力大西北市场
- 三、万厦居业成为物业管理行业发展典范
- 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公司积极推进服务模式转型
- 三、品牌铸造上海陆家嘴物业管理有限公司

第十章、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、中国物业管理行业部分品牌企业发展浅析

- 一、品牌企业的基本发展状况分析
- 二、品牌企业逐渐主导市场呈现发展特点
- 三、“创新”成为品牌企业发展的主调
- 四、品牌企业整合资源走多元化发展之路
- 五、品牌企业重视人才储备及建设

第三节、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
- 五、构建物业管理企业文化的建议

第四节、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

第五节、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

第六节、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

第十一章、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

第十二章、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

第十三章、物业管理的发展趋势

第一节、中国物业管理的发展趋势

- 一、2012-2016年中国物业管理业市场规模预测分析
- 二、中国物业管理体制改革发展的方向
- 三、今后中国物业管理六大发展趋势研究
- 四、中国物业管理行业未来发展方向简析

五、高校物业管理的发展预测

第二节、中国物业管理的发展走向

一、土洋联姻

二、网络化

三、重组发展

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

四、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 2009年1-12月房地产开发企业完成投资及增速情况

图表 2009年1-12月商品房销售面积和销售额增长情况

图表 2009年12月七十个大中城市房屋销售价格指数

图表 2009年12月七十个大中城市房屋销售价格指数（90平米及以下）

图表 2008年5月-2009年12月全国房地产开发景气指数趋势图

图表 2009年1月-2010年12月全国房地产开发景气指数趋势图

图表 2010年1-12月房地产开发企业完成投资及增速情况

图表 2010年1-12月商品房销售面积和销售额增长情况

图表 2010年12月七十个大中城市房屋销售价格指数

图表 2010年12月七十个大中城市房屋销售价格指数（90平米及以下）

图表 2008-2011年国房景气指数

图表 2008-2011年房地产开发投资及增速

图表 2011年房地产市场资金来源结构

图表 2008-2011年房地产销售情况

图表 2008-2011年房地产开发投资情况

图表 2012年1-3月份全国房地产开发和销售情况

图表 2012年1-3月东中西部地区房地产开发投资情况

图表 2012年1-3月东中西部地区房地产销售情况

图表 2011-2012年3月房地产开发投资及增速

图表 2012年1-3月东中西部地区房地产开发投资总量及增速

图表 2011-2012年3月全国商品房销售面积增速

图表 2011-2012年3月全国商品房销售额增速

图表 2011-2012年3月全国房地产开发企业本年资金来源增速

图表 2011-2012年3月全国房地产开发企业土地购置面积增速

图表 现代物业管理服务体系

图表 市场需求递增明显的增值服务

图表 2012-2016年中国房地产开发投资规模预测

图表 2012-2016年中国物业管理业主营业务收入预测

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitafangchan1211/831984R62E.html>