

2021-2027年中国物业服务 市场评估与发展前景预测报告

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

《2021-2027年中国物业服务市场评估与发展前景预测报告》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/202106/223823.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

2015-2019年，重点企业业主满意度均值均在80%以上，其中2019年重点企业业主满意度为80.1%。扎实的基本功带来了经济效益和社会效益的外溢，物业管理行业在协助维护社会稳定、处理社会突发事件和抗击自然灾害中所发挥的重要作用，得到了社会的高度评价。2015-2018年物业服务行业重点企业整体服务水平满意度情况

中企顾问网发布的《2021-2027年中国物业服务市场评估与发展前景预测报告》共十四章。首先介绍了物业服务相关概念及发展环境，接着分析了中国物业服务规模及消费需求，然后对中国物业服务市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国物业服务面临的机遇及发展前景。您若想对中国物业服务有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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 产业环境透视

第一章 物业服务行业发展综述

第一节 物业服务行业定义及分类

一、物业服务定义

二、物业服务特点

三、物业服务产业服务对象

四、物业服务职责分析

第二节 物业服务发展简况

一、物业服务业发展周期

二、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

第三节 物业服务行业发展环境分析

一、我国城镇化发展进程分析

二、我国宏观经济运行状况分析

三、我国人口及收入状况分析

- 1、人口数量和变化趋势分析
- 2、人口的构成结构分析
- 3、家庭类型对物业服务的影响
- 4、人口的密度和地理分布分析
- 5、消费者收入水平分析

四、我国国民消费现状分析

第四节 物业服务法律法规

- 一、物业服务标准
- 二、物业服务条例
- 三、《物业服务企业资质管理办法》
- 四、《物业服务收费管理办法》

第二章 国际物业服务行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球物业服务市场总体情况分析

- 一、全球物业服务行业的发展特点
- 二、全球物业服务市场结构
- 三、全球物业服务行业发展分析
- 四、全球物业服务行业竞争格局
- 五、全球物业服务市场区域分布
- 六、国际重点物业服务企业运营分析

第二节 全球主要国家（地区）市场分析

一、法国

- 1、法国物业服务模式及行业发展进程
- 2、法国物业服务需求结构及发展方向
- 3、法国物业服务标准及收费状况

二、美国

- 1、美国物业服务模式及行业发展进程
- 2、美国物业服务需求结构及发展方向
- 3、美国物业服务标准及收费状况

三、瑞士

- 1、瑞士物业服务模式及行业发展进程

2、瑞士物业服务需求结构及发展方向

3、瑞士物业服务标准及收费状况

四、意大利

1、意大利物业服务模式及行业发展进程

2、意大利物业服务需求结构及发展方向

3、意大利物业服务标准及收费状况

第二部分 行业深度分析

第三章 我国物业服务行业运行现状分析

第一节 我国物业服务行业发展状况分析

一、我国物业服务行业发展阶段

二、我国物业服务行业发展总体概况

三、我国物业服务行业发展特点分析

四、我国物业服务行业商业模式分析

第二节 我国物业服务行业发展现状分析

一、我国物业服务行业整体发展现状

二、我国优秀物业服务企业发展现状

三、我国中小型物业服务企业发展现状

第三节 物业服务市场情况分析

一、中国物业服务市场总体概况

二、中国物业服务产品市场发展分析

第四章 中国物业服务所属行业经营效益分析

第一节 物业服务所属行业盈利能力分析

一、物业服务所属行业净资产收益率分析

二、物业服务所属行业总资产报酬率分析

三、物业服务所属行业营业收益率分析

得益于管理规模的不断扩大，物业服务行业保证了营收及净利的稳步增长。2019年，百强企业营业收入均值达88617.51万元，同比增长19.41%；净利润均值为7221.40万元，同比增长25.95%，继续呈现增长态势。2015-2018年中国物业服务百强企业营业收入及净利润均值

四、物业服务所属行业盈余现金保障倍数分析

五、物业服务所属行业成本费用利润率分析

六、物业服务所属行业资本收益率分析

第二节 物业服务所属行业发展状况分析

一、物业服务所属行业营业增长率分析

二、物业服务所属行业资本保值增长率分析

三、物业服务所属行业营业利润增长率分析

四、物业服务所属行业总资产增长率分析

五、物业服务所属行业技术投入比率分析

第三节 物业服务所属行业资产质量分析

一、物业服务所属行业总资产周转率分析

二、物业服务所属行业应收账款周转率分析

三、物业服务所属行业不良资产比例分析

四、物业服务所属行业流动资产周转率分析

五、物业服务所属行业资产现金回收率分析

第四节 物业服务所属行业债务风险分析

一、物业服务所属行业资产负债率分析

二、物业服务所属行业已获利息倍数分析

三、物业服务所属行业速动比率分析

四、物业服务所属行业带息负债比率分析

第三部分 市场全景调研

第五章 中国物业服务行业商业模式构建与设计

第一节 中国物业服务行业经营模式分析

一、房地产价值链售后服务型模式

二、物业服务行业基本型模式

三、增值型物业服务模式

四、物业服务行业经营模式对比

第二节 中国物业服务企业盈利模式分析

一、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

二、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
- 五、经营兼顾开源与节流
- 六、经营与收益的合法性

第三节 中国物业服务企业价值链的构建

一、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

二、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

三、中国物业服务企业商业模式创新价值链视角

四、中国物业服务企业“价值链-商业模式创新”模型

第四节 中国物业服务企业商业模式创新设计

一、物业服务企业商业模式创新的目的

二、物业服务企业商业模式创新驱动力

三、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

四、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

第六章 物业服务细分市场预测分析

第一节 住宅物业服务市场预测分析

- 一、住宅物业特点及物业服务管理特点
- 二、我国住宅分类及数量规模
- 三、住宅物业服务市场需求规模
- 四、住宅物业服务市场竞争趋势分析

第二节 工业物业服务市场预测分析

- 一、工业物业特点及物业服务管理特点
- 二、我国工业地产分类及数量规模
- 三、工业物业服务市场需求规模
- 四、工业物业服务市场竞争趋势分析

第三节 商业物业服务市场预测分析

- 一、商业物业特点及物业服务管理特点
- 二、我国商业地产分类及数量规模
- 三、商业物业服务市场需求规模
- 四、商业物业服务市场竞争趋势分析

第四部分 竞争格局分析

第七章 我国物业服务行业竞争现状与市场策略

第一节 我国物业服务行业竞争格局分析

第二节 我国物业服务行业竞争结构分析

一、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

二、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

三、物业服务行业替代品替代能力分析

四、物业服务行业对消费者议价能力

五、物业服务行业对供应商议价能力

六、物业服务行业竞争结构生态图

第三节 我国物业服务行业竞争趋势分析

一、物业服务企业竞争市场化

二、物业服务企业经营集团化

三、物业服务企业专业服务分包化

四、物业服务行业竞争白热化

五、物业服务内容创新化

六、物业服务企业竞争全球化

第四节 我国物业服务市场供需平衡分析

一、物业服务市场需求现状分析

二、物业服务市场供给现状分析

第五节 物业服务企业市场竞争策略分析

一、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

(1) 以顾客满意为中心的经营理念

(2) 以顾客满意为宗旨的质量管理

(3) 以顾客满意为准则的服务管理

(4) 以顾客满意为导向的信息管理

二、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

(1) 感官体验式物业营销分析

(2) 情感体验式物业营销分析

(3) 思考式物业服务营销分析

(4) 行动式物业服务营销分析

(5) 关联式物业服务营销分析

第六节 物业服务企业核心竞争力的培育

一、企业核心竞争力的本质

二、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

三、物业服务企业缺乏核心竞争力原因

四、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

五、物业服务企业核心竞争力决定因素

- 1、企业规模分析
- 2、企业无形资源分析
- 3、与相关产业的关系
- 4、区域资源经济政策的影响

六、物业服务企业核心竞争力构成体系

七、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

第八章 我国物业服务行业区域市场竞争格局分析

第一节 北京市物业服务市场投资机会分析

- 一、北京市经济与房地产行业分析
- 二、北京市物业服务政策法规建设现状
- 三、北京市物业服务行业规模分析
- 四、北京市物业服务企业资质结构分析
- 五、北京市物业服务需求现状与趋势

1、北京市物业服务需求现状分析

2、北京市物业管理价格指数分析

3、北京市物业服务新增需求预测

六、北京市物业服务市场竞争现状分析

七、北京市物业服务市场投资机会分析

第二节 深圳市物业服务市场投资机会分析

一、深圳市经济与房地产行业分析

二、深圳市物业服务政策法规建设现状

三、深圳市物业服务行业规模分析

四、深圳市物业服务企业资质结构分析

五、深圳市物业服务行业人才结构分析

六、深圳市物业服务企业项目管理规模

七、深圳市在管物业服务项目业态分析

八、深圳市物业服务需求现状与趋势

1、深圳市物业服务需求现状分析

2、深圳市物业管理价格指数分析

3、深圳市物业服务新增需求预测

九、深圳市物业服务市场竞争现状分析

第三节 上海市物业服务市场投资机会分析

一、上海市经济与房地产行业分析

二、上海市物业服务政策法规建设现状

三、上海市物业服务行业规模分析

四、上海市物业服务企业资质结构分析

五、上海市物业服务需求现状与趋势

1、上海市物业服务需求现状分析

2、上海市物业管理价格指数分析

3、上海市物业服务新增需求预测

六、上海市物业服务市场竞争现状分析

第四节 广州市物业服务市场投资机会分析

一、广州市经济与房地产行业分析

二、广州市物业服务政策法规建设现状

三、广州市物业服务行业规模分析

四、广州市物业服务企业资质结构分析

五、广州市物业服务需求现状与趋势

1、广州市物业服务需求现状分析

2、广州市物业管理价格指数分析

3、广州市物业服务新增需求预测

六、广州市物业服务市场竞争现状分析

第五节 重庆市物业服务市场投资机会分析

一、重庆市经济与房地产行业分析

二、重庆市物业服务政策法规建设现状

三、重庆市物业服务行业规模分析

四、重庆市物业服务企业资质结构分析

五、重庆市物业服务需求现状与趋势

1、重庆市物业服务需求现状分析

2、重庆市物业管理价格指数分析

3、重庆市物业服务新增需求预测

六、重庆市物业服务市场竞争现状分析

第六节 成都市物业服务市场投资机会分析

一、成都市经济与房地产行业分析

二、成都市物业服务政策法规建设现状

三、成都市物业服务行业规模分析

四、成都市物业服务企业资质结构分析

五、成都市物业服务需求现状与趋势

1、成都市物业服务需求现状分析

2、成都市物业管理价格指数分析

3、成都市物业服务新增需求预测

六、成都市物业服务市场竞争现状分析

第七节 天津市物业服务市场投资机会分析

一、天津市经济与房地产行业分析

二、天津市物业服务政策法规建设现状

三、天津市物业服务行业规模分析

四、天津市物业服务企业资质结构分析

五、天津市物业服务需求现状与趋势

1、天津市物业服务需求现状分析

2、天津市物业管理价格指数分析

3、天津市物业服务新增需求预测

六、天津市物业服务市场竞争现状分析

第八节 济南市物业服务市场投资机会分析

一、济南市经济与房地产行业分析

二、济南市物业服务政策法规建设现状

三、济南市物业服务行业规模分析

四、济南市物业服务企业资质结构分析

五、济南市物业服务需求现状与趋势

1、济南市物业服务需求现状分析

2、济南市物业管理价格指数分析

3、济南市物业服务新增需求预测

六、济南市物业服务市场竞争现状分析

第九章物业服务行业领先企业经营形势分析

第一节 中国物业服务企业总体发展状况分析

一、物业服务企业主要类型

二、物业服务企业资本运作分析

三、物业服务企业创新及品牌建设

四、物业服务企业国际竞争力分析

第二节 中国领先物业服务企业经营形势分析

一、万科物业发展有限公司

1、企业发展概况

2、企业业绩分析

3、企业资产总计

4、企业业务收入规模

二、绿城物业服务集团有限公司

1、企业发展概况

2、企业业绩分析

3、企业资产总计

4、企业业务收入规模

三、北京首开鸿城实业有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业业绩分析
- 3、企业资产总计
- 4、企业业务收入规模

四、长城物业集团股份有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业业绩分析
- 3、企业资产总计
- 4、企业业务收入规模

五、中航物业管理有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业业绩分析
- 3、企业资产总计
- 4、企业业务收入规模

六、招商局物业管理有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业业绩分析
- 3、企业资产总计
- 4、企业业务收入规模

第五部分 发展前景展望

第十章 服务业发展“十三五”规划

第一节 服务业发展面临的形势

- 一、发展基础
- 二、发展机遇
- 三、面临挑战

第二节 总体要求

- 一、指导思想
- 二、基本原则
- 三、发展目标

第三节 服务业发展重点

一、加快发展生产性服务业

二、大力发展生活性服务业

三、提升农村服务业水平

四、拓展海洋服务业领域

第四节 扩大服务业开放

一、大力发展服务贸易

二、提高服务业利用外资水平

三、稳步实施“走出去”战略

四、深化内地与港澳地区服务业合作

五、推进海峡两岸服务业合作

第五节 改革完善服务业发展体制机制

一、深化服务业改革

二、创新政策支持

第六节 规划实施保障

一、加强组织协调

二、夯实发展基础

三、健全规划实施机制

第十一章 2021-2027年物业服务行业前景及趋势预测

第一节 2021-2027年物业服务市场发展前景

一、2021-2027年物业服务市场发展潜力

二、2021-2027年物业服务市场发展前景展望

三、2021-2027年物业服务细分行业发展前景分析

第二节 2021-2027年物业服务市场发展趋势预测

一、2021-2027年物业服务行业发展趋势

二、2021-2027年物业服务市场规模预测

第三节 物业服务运营中风险管控体系建立

一、物业服务风险的影响分析

二、物业服务风险的类型识别

三、物业服务风险的级别评估

四、物业服务风险管控体系建立

五、物业服务企业风险管理分析

第六部分 发展战略研究

第十二章 2021-2027年物业服务行业面临的困境及对策

第一节 物业服务行业面临的困境

第二节 物业服务企业面临的困境及对策

一、重点物业服务企业面临的困境及对策

1、重点物业服务企业面临的困境

2、重点物业服务企业对策探讨

二、中小物业服务企业发展困境及策略分析

1、中小物业服务企业面临的困境

2、中小物业服务企业对策探讨

三、国内物业服务企业的出路分析

第三节 中国物业服务行业存在的问题及对策

一、中国物业服务行业存在的问题

二、物业服务行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国物业服务市场发展面临的挑战与对策

一、中国物业服务市场发展面临的挑战

二、中国物业服务市场发展对策

三、咨询建议

第十三章 物业服务行业发展战略研究

第一节 物业服务行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、竞争战略规划

第二节 对我国物业服务品牌的战略思考

一、物业服务品牌的重要性

二、物业服务实施品牌战略的意义

三、物业服务企业品牌的现状分析

四、我国物业服务企业的品牌战略

五、物业服务品牌战略管理的策略

第三节 物业服务经营策略分析

一、物业服务市场细分策略

二、物业服务市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、物业服务新产品差异化战略

第四节 物业服务行业发展战略研究

一、物业服务行业发展战略

二、2021-2027年物业服务行业发展战略

第十四章 研究结论及发展建议

第一节 物业服务行业研究结论及建议

第二节 物业服务行业竞争力研究及建议

第三节 物业服务行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：2015-2019年我国物业服务行业净资产收益率

图表：2015-2019年我国物业服务行业总资产报酬率

图表：2015-2019年我国物业服务行业营业收益率

图表：2015-2019年我国物业服务行业盈余现金保障倍数

图表：2015-2019年我国物业服务行业成本费用利润率

图表：2015-2019年我国物业服务行业资本收益率

图表：2015-2019年我国物业服务行业营业增长率

图表：2015-2019年我国物业服务行业资本保值增长率

图表：2015-2019年我国物业服务行业营业利润增长率

图表：2015-2019年我国物业服务行业总资产增长率

图表：2015-2019年我国物业服务行业技术投入比率

图表：2015-2019年我国物业服务行业总资产周转率

图表：2015-2019年我国物业服务行业应收账款周转率

图表：2015-2019年我国物业服务行业不良资产比例

图表：2015-2019年我国物业服务行业流动资产周转率

图表：2015-2019年我国物业服务行业资产现金回收率

图表：2021-2027年我国物业服务行业收入规模预测

图表：2021-2027年我国物业服务行业市场规模预测

图表：2021-2027年我国物业服务行业百强企业实现利润总额预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202106/223823.html>