



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国物业管理市场 深度调研与投资战略研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国物业管理市场深度调研与投资战略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/248437.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

中国的物业管理始于20世纪八十年代初，最早的物业管理开始于深圳经济特区。1988年伴随深圳住房制度改革，房管制度的革新也连锁展开，物业管理迅速发展。此后的十几年内深圳的物业管理迅速发展，从大到小，从涉外商品房到全市物业管理的发展，初步从借鉴、探索、推广到规范化，由传统的房管式逐步发展为专业化、企业化、一体化招投标的三化一体的物业管理模式。

近年来，中国房地产市场持续升温，为物业管理行业提供了良好的发展机遇，经营规模持续大幅增长。2014年，物业服务百强企业布局城市增至22个，同比增长4.8%；在管项目总建筑面积平均1511万平方米，同比增长11.6%。

2014年，我国物业服务百强企业营业收入也保持了良好的增长势头，平均29387.6万元，同比增长14.2%。由于百强企业不断深耕已布局城市，积极开拓潜力市场，由过去服务单一的住宅类型逐步扩展为涵盖商业物业、公共物业、工业物业等多种类型，百强企业服务项目数量增多，物业服务费收入稳步增长。

展望未来，中国物业管理行业将进一步发展、完善和成熟，在这个阶段将会出现一个竞争激烈、管理完善、服务理念提升的时期，未来我国物业管理行业将进一步发展壮大。特别是随着我国市场经济体制的不断完善，民营物业管理企业不断涌现，我国民营物业管理企业的发展前景是非常广阔的。

艾凯咨询网发布的《2015-2020年中国物业管理市场深度调研与投资战略研究报告》共十三章。首先介绍了物业管理的定义、主要内容、发展历程及基本特征等，接着分析了国际国内物业管理行业的发展概况，然后介绍了物业管理的相关法规及法律实践概况、收费情况和招投标的发展。随后，报告对物业管理行业做了区域发展分析、关联产业发展分析、重点企业运营状况分析、企业经营管理分析、行业竞争分析和营销分析，最后分析了物业管理行业的未来发展趋势。

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家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。

第一章 物业管理的相关概述

1.1 物业管理的介绍

1.1.1 物业管理的定义

1.1.2 物业管理的主要内容

- 1.1.3 物业管理的历史发展分期
- 1.2 国内外物业管理基本特征的比较
 - 1.2.1 国外物业管理的基本特征
 - 1.2.2 国内物业管理的基本特征分析
- 1.3 物业管理产权理论的简析
 - 1.3.1 产权理论的简介
 - 1.3.2 物业管理产权理论的产生
 - 1.3.3 中国物业管理模式发展及产权理论解释

第二章 2013-2014年国际物业管理行业的发展综述

- 2.1 2013-2014年国外物业管理发展分析
 - 2.1.1 国际典型物业管理模式分析
 - 2.1.2 发达国家物业管理的鲜明特色简述
 - 2.1.3 国外物业管理的先进性评析
 - 2.1.4 国外物业管理的征税标准剖析
 - 2.1.5 国外传媒业办公大楼的管理技巧
 - 2.1.6 国外住宅小区的物业管理概况
- 2.2 2013-2014年美国物业管理发展分析
 - 2.2.1 美国的物业管理概况
 - 2.2.2 美国物业管理的主要特征
 - 2.2.3 美国物业管理的服务宗旨
 - 2.2.4 美国物业管理企业的经费运作概况
 - 2.2.5 美国物业管理的专业化分工突出
- 2.3 2013-2014年日本物业管理发展分析
 - 2.3.1 日本的物业管理特点分析
 - 2.3.2 日本物业管理现状分析
 - 2.3.3 日本物业管理法律制度完善
 - 2.3.4 日本公寓的物业管理分析
 - 2.3.5 日本物业管理费的欠缴与追缴方案探析
- 2.4 2013-2014年新加坡物业管理发展分析
 - 2.4.1 新加坡物业管理的总体印象
 - 2.4.2 新加坡物业管理基本模式

- 2.4.3 新加坡共管式物业管理概况
- 2.4.4 新加坡物业管理范围阐述
- 2.5 2013-2014年澳大利亚物业管理发展分析
 - 2.5.1 澳大利亚物业管理的运行机制简析
 - 2.5.2 澳大利亚物业管理的主要优点
 - 2.5.3 澳大利亚物业管理的特色
- 2.6 2013-2014年香港地区物业管理发展分析
 - 2.6.1 香港物业管理发展进程回顾
 - 2.6.2 香港物业管理的分类状况
 - 2.6.3 公营房屋物业管理的运行模式简述
 - 2.6.4 私营房屋物业管理的运作情况分析
 - 2.6.5 香港物业管理行业的政策法规环境

第三章 2013-2014年中国物业管理行业发展分析

- 3.1 2013-2014年中国物业管理发展的总体概况
 - 3.1.1 中国物业管理发展状况概述
 - 3.1.2 中国物业管理行业发展特征
 - 3.1.3 中国物业管理行业的政策环境
 - 3.1.4 中国物业管理业务板块分析
 - 3.1.5 中国物业服务发展现状分析
 - 3.1.6 中国物业管理的市场经济特点
 - 3.1.7 中国物业管理的经济浅析
- 3.2 2013-2014年中国物业管理百强企业发展分析
 - 3.2.1 2014年中国物业管理百强企业发展分析
 - 3.2.2 2014年中国物业管理百强企业分析
 - 3.2.3 2014年中国物业管理百强企业动态分析
- 3.3 2013-2014年中国物业管理的发展模式分析
 - 3.3.1 传统的房管模式
 - 3.3.2 福利模式
 - 3.3.3 自营式
- 3.4 2013-2014年中国物业管理行业结构简析
 - 3.4.1 潜在的进入者

- 3.4.2 替代品
- 3.4.3 购买者的讨价还价能力
- 3.4.4 供应者的讨价还价能力
- 3.4.5 行业内部现有竞争者的抗衡
- 3.5 中国物业管理发展存在的问题
 - 3.5.1 中国与世界先进物业管理模式的差距
 - 3.5.2 中国物业管理行业发展的障碍因素
 - 3.5.3 中国物业管理市场存在信息不对称
 - 3.5.4 中国物业管理行业发展的主要矛盾
 - 3.5.5 中国物业管理企业发展的主要问题
- 3.6 中国物业管理发展的策略
 - 3.6.1 政府改进监管物业管理行业措施
 - 3.6.2 推行物业管理市场化发展的对策
 - 3.6.3 构建和谐物业管理的策略分析
 - 3.6.4 物业管理信息不对称的解决方法
 - 3.6.5 物业管理行业发展的整体战略

第四章 2013-2014年中国物业管理行业相关法规及法律实践分析

- 4.1 《物权法》下中国物业管理行为模式的变革
 - 4.1.1 业主依法维权走向现实
 - 4.1.2 物业公司从"物业管理"走向"物业服务"
 - 4.1.3 "业主自治"任重道远
- 4.2 《物权法》对中国物业管理的影响分析
 - 4.2.1 《物权法》的实施引起物业管理的变化
 - 4.2.2 《物权法》对物业管理的法制作用分析
 - 4.2.3 《物权法》对物业管理活动的影响
 - 4.2.4 《物权法》对物业管理发展局面的影响
 - 4.2.5 《物权法》对《物业管理条例》的影响
- 4.3 《劳动合同法》对中国物业管理行业的影响分析
 - 4.3.1 《劳动合同法》对中国物业管理行业的影响
 - 4.3.2 物业管理受《劳动合同法》影响的变化趋势
 - 4.3.3 物业企业应积极推进管理模式创新

- 4.3.4 对物业管理企业的建议
- 4.4 《物业管理条例》实施中某些问题的思考
 - 4.4.1 业主委员会的诉讼主体资格问题
 - 4.4.2 政府在不业主委员会的指导作用问题
 - 4.4.3 物业服务合同的性质问题
 - 4.4.4 对业主欠缴物业服务费用的处理问题
 - 4.4.5 企业在物业管理安全事故中的责任问题
- 4.5 《物权法》对《物业管理条例》的影响分析
 - 4.5.1 《物权法》的规定为物业服务构建了权利支撑体系
 - 4.5.2 《物业管理条例》与《物权法》的协调
 - 4.5.3 《物业管理条例》对《物权法》规定的细化与充实
- 4.6 中国物业管理的纠纷与完善
 - 4.6.1 物业纠纷类型和法律特征
 - 4.6.2 物业纠纷的原因分析
 - 4.6.3 物业纠纷的解决办法
- 4.7 中国物业管理费收取权的法律保障
 - 4.7.1 物业管理费收取权的运行现状
 - 4.7.2 物业管理费收取权保障的实体法机制
 - 4.7.3 物业管理费收取权保障的程序法机制

第五章 2013-2014年物业管理行业的费用分析

- 5.1 物业管理费的介绍
 - 5.1.1 物业管理费的构成
 - 5.1.2 物业管理费的收费标准
 - 5.1.3 物业管理费的核算方法
 - 5.1.4 物业管理费的主要用途
- 5.2 物业服务收费方式分析
 - 5.2.1 物业服务的两种计费方式
 - 5.2.2 两种收费方式的优缺点分析
 - 5.2.3 两种收费方式的比较
 - 5.2.4 中国酬金制需要完善的方面
- 5.3 物业管理服务与收费的关系分析

- 5.3.1 物业管理服务与收费相结合的制度基础
- 5.3.2 物业服务与收费的内在联系
- 5.3.3 物业服务与收费相结合的要求和实践
- 5.4 物业服务价格体系构建研究
 - 5.4.1 物业服务价格形成机制概述
 - 5.4.2 物业服务价格形成机制存在的问题
 - 5.4.3 构建"质价相符"价格体系的思路
 - 5.4.4 物业服务成本上涨与行业应对措施
- 5.5 对物业管理低收费与零收费的理性思考
 - 5.5.1 市场经济下低收费和零收费现象分析
 - 5.5.2 法律层面的低收费和零收费的审视与考量
 - 5.5.3 低收费和零收费的对策建议
- 5.6 物业管理费用收取存在的问题及对策
 - 5.6.1 物业管理欠费问题的原因分析和解决建议
 - 5.6.2 解决物管费困局的新思路
 - 5.6.3 物业公司收缴物业管理费的内部控制和核算分析

第六章 2013-2014年物业管理行业招投标的发展

- 6.1 物业管理招投标机制的综述
 - 6.1.1 物业管理招投标活动的认识
 - 6.1.2 物业管理招投标的特征与其要点
 - 6.1.3 物业管理招投标的必要性和意义
 - 6.1.4 物业管理依法实行招投标制度的利处
- 6.2 物业管理招投标方式的分析
 - 6.2.1 物业管理行业健康发展亟需推行招投标
 - 6.2.2 物业管理与服务的策划招投标法特征分析
 - 6.2.3 关于确立收费标准测算为重点的招标方法分析
 - 6.2.4 关于物业管理无标底二步法招标方法的分析
- 6.3 物业管理招投标存在的问题
 - 6.3.1 物业管理招投标制度缺陷和现实的困境
 - 6.3.2 物业管理招投标中面临的三大误区
 - 6.3.3 实施物业管理招投标所存在的主要问题

- 6.3.4 物业管理招投标待解决的四大难题
- 6.4 物业管理招投标的对策
 - 6.4.1 实施物业管理招投标的措施
 - 6.4.2 市场化的物业管理科学开展招标投标的对策
 - 6.4.3 理顺物业管理招投标关系的思考
 - 6.4.4 完善物业管理招投标的六点建议
 - 6.4.5 物业招投标市场机制培育和完善的基本要素

第七章 2013-2014年中国主要地区物业管理行业的发展

- 7.1 2013-2014年深圳物业管理业分析
 - 7.1.1 深圳物业管理的发展成就
 - 7.1.2 深圳物业管理的主要特征
 - 7.1.3 深圳绿色物业管理成就卓著
 - 7.1.4 深圳物业管理行业发展概况
 - 7.1.5 深圳物业管理条例修订后实施
 - 7.1.6 "十二五"深圳物业管理发展规划
- 7.2 2013-2014年北京物业管理业分析
 - 7.2.1 北京市物业管理办法实施
 - 7.2.2 北京物业管理行业发展特征
 - 7.2.3 北京物业动态监管平台启用
 - 7.2.4 北京物业管理存在问题分析
 - 7.2.5 北京物业管理的菜单式发展趋向
- 7.3 2013-2014年上海物业管理业分析
 - 7.3.1 上海物业管理行业发展回顾
 - 7.3.2 上海物业管理行业发展现状
 - 7.3.3 上海新版物业管理规定实施
 - 7.3.4 上海工业园区物业管理规范施行
 - 7.3.5 上海调整公有住宅售后物业服务收费标准
 - 7.3.6 上海民营物业管理企业发展分析
- 7.4 2013-2014年广州物业管理业分析
 - 7.4.1 广州物业管理行业发展概述
 - 7.4.2 广州物业专项维修资金管理新规

- 7.4.3 2014年广州物业管理新办法实施
- 7.4.4 广州物业管理深入发展的对策
- 7.5 2013-2014年其他省市物业管理业分析
 - 7.5.1 呼和浩特市
 - 7.5.2 哈尔滨市
 - 7.5.3 杭州市
 - 7.5.4 贵阳市
 - 7.5.5 四川省
 - 7.5.6 浙江省
 - 7.5.7 河北省
 - 7.5.8 广西壮族自治区

第八章 2013-2014年物业管理行业与房地产行业

- 8.1 2014年中国房地产行业分析
 - 8.1.1 开发状况
 - 8.1.2 行业运行
 - 8.1.3 发展特征
 - 8.1.4 热点回顾
- 8.2 2014年中国房地产行业分析
 - 8.2.1 开发状况
 - 8.2.2 行业运行
 - 8.2.3 发展特征
 - 8.2.4 热点回顾
- 8.3 2014年上半年中国房地产行业分析
 - 8.3.1 开发状况
 - 8.3.2 行业运行
 - 8.3.3 发展特征
 - 8.3.4 热点回顾
- 8.4 2013-2014年房地产与物业管理的发展分析
 - 8.4.1 房地产与物业管理的关系
 - 8.4.2 物业管理是房地产企业的诚信及品牌的伸展
 - 8.4.3 物业管理在房地产开发中的主导作用

- 8.4.4 优秀的物业管理是房地产业发展的图腾
- 8.4.5 培育物业管理成为房地产开发经营主角的对策
- 8.5 2013-2014年不同所有权制度下的住宅小区物业管理研究
 - 8.5.1 住宅小区的物权关系分析
 - 8.5.2 物业管理的委托与被委托联系
 - 8.5.3 业主对物业管理的权利及义务
 - 8.5.4 物业管理企业向业主提供的服务
- 8.6 2013-2014年住宅小区前期物业管理研究
 - 8.6.1 住宅小区前期物业管理的特点
 - 8.6.2 住宅小区前期物业管理的内容
 - 8.6.3 住宅小区前期物业管理要把握的重点
- 8.7 2013-2014年物业管理与社区文化建设浅析
 - 8.7.1 物业管理与社区文化建设的关系分析
 - 8.7.2 物业公司与业主在社区文化建设的角色定位
 - 8.7.3 重视资源的整合利用途径

第九章 2013-2014年重点企业发展分析

- 9.1 万科物业
 - 9.1.1 企业简介
 - 9.1.2 企业经营理念
 - 9.1.3 企业发展运营状况
 - 9.1.4 企业战略合作情况
 - 9.1.5 企业未来发展规划
 - 9.1.6 企业发展策略
- 9.2 中海物业
 - 9.2.1 企业简介
 - 9.2.2 企业经营理念与方针
 - 9.2.3 企业发展特色与优势
 - 9.2.4 企业发展现状阐述
- 9.3 天鸿集团
 - 9.3.1 集团简介
 - 9.3.2 企业品牌发展概况

9.3.3 企业的物业管理标准

9.3.4 企业发展状况

9.4 万厦居业

9.4.1 企业简介

9.4.2 企业的行业地位

9.4.3 企业的创新优势

9.5 上海陆家嘴物业管理有限公司

9.5.1 企业简介

9.5.2 企业服务模式转型

9.5.3 企业的品牌战略

第十章 2013-2014年中国物业管理企业经营管理分析

10.1 中国物业管理企业经营管理综述

10.1.1 物业管理企业品质管理的概况

10.1.2 国有物业管理企业改革的发展

10.1.3 物业管理企业在前期介入阶段的作用分析

10.1.4 现代物业管理公司盈利模式的浅析

10.1.5 物业管理企业的专业化是一种战略选择

10.1.6 民营物业管理企业发展存在的优势

10.2 物业管理企业文化建设的浅析

10.2.1 物业管理企业文化建设的必要性

10.2.2 物业管理企业文化建设的困难

10.2.3 物业管理企业文化建设应遵循的原则

10.2.4 物业管理企业文化建设的举措

10.2.5 构建物业管理企业文化的建议

10.3 物业管理企业的诚信分析

10.3.1 诚信是做企业的根本

10.3.2 诚信造就物业管理行业的发展

10.3.3 诚信对物业管理行业发展的利处

10.3.4 物业管理存在的种种不诚信表现

10.3.5 物业管理行业诚信机制的建立

10.4 物业管理企业发展存在的问题

- 10.4.1 物管企业发展面临的挑战
- 10.4.2 物业管理企业存在的危机
- 10.4.3 高校物业管理企业面临的挑战
- 10.4.4 民营物管企业发展的风险
- 10.5 物业管理企业的发展策略
 - 10.5.1 物业管理企业发展的建议
 - 10.5.2 物业管理企业应多维度积累无形资产
 - 10.5.3 物业管理企业应注重企业的形象设计
 - 10.5.4 物业管理企业的设备维修保养体系亟待建立
 - 10.5.5 物业管理企业的品牌营销策略
 - 10.5.6 高校物业管理企业发展的对策

第十一章 2013-2014年物业管理行业的竞争分析

- 11.1 物业管理行业的竞争格局
 - 11.1.1 物业管理进入市场竞争的必然趋势
 - 11.1.2 新物业管理行业步向品牌竞争的时代
 - 11.1.3 物业管理企业竞争促进品质提高
- 11.2 物业管理行业的品牌竞争探析
 - 11.2.1 品牌和物业管理品牌
 - 11.2.2 创建物业管理品牌的条件
 - 11.2.3 创建物业管理品牌的必然性
 - 11.2.4 建立物业管理品牌的策略
- 11.3 物业管理行业的品牌扩张分析
 - 11.3.1 管理规模扩张
 - 11.3.2 知名度扩张
 - 11.3.3 管理规模的扩张和知名度扩张的关系
- 11.4 物业管理行业竞争力提升的策略
 - 11.4.1 提升中国物业管理企业竞争力的建议
 - 11.4.2 创造与培养物业管理企业的核心竞争力
 - 11.4.3 浅析物业管理企业竞争力的提升对策
 - 11.4.4 物业管理企业提高自身竞争力的方法
 - 11.4.5 中国物业管理企业亟待品牌创新

第十二章 2013-2014年物业管理行业的营销分析

12.1 物业管理行业营销概述

12.1.1 物业管理市场营销的必要性分析

12.1.2 物业管理营销的特点与规律简析

12.1.3 物业管理市场营销中存在的问题分析

12.1.4 解决物业管理市场营销问题的策略

12.2 物业管理市场营销博弈论

12.2.1 博弈论概述

12.2.2 物业管理企业间的博弈

12.2.3 物业管理企业与消费者的博弈

12.2.4 物业管理企业、业主和社会利益三者的博弈

12.3 物业管理的客户关系管理分析

12.3.1 客户关系管理概述

12.3.2 实施客户关系管理的必要性分析

12.3.3 实施客户关系管理的可行性分析

12.3.4 客户关系管理的运作分析

12.3.5 客户关系管理功能分析

12.3.6 客户关系管理目的分析

第十三章 物业管理行业的发展趋势预测

13.1 2015-2020年中国物业管理行业预测分析

13.1.1 物业管理业发展影响因素分析

13.1.2 2015-2020年中国物业管理面积预测

13.1.3 2015-2020年中国物业管理业营业收入预测

13.2 中国物业管理的发展趋势

13.2.1 中国物业管理体制改革发展的方向

13.2.2 今后中国物业管理六大发展趋势研究

13.2.3 中国物业管理行业未来发展方向简析

13.2.4 高校物业管理的发展预测

13.3 中国物业管理的发展走向

13.3.1 土洋联姻

13.3.2 网络化

13.3.3 重组发展

13.4 物业管理企业的发展预测

13.4.1 物业管理企业的发展趋势

13.4.2 服务集成商成为未来物业管理企业的角色

13.4.3 从开发商视角看物业管理企业的发展前景

13.4.4 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 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 小额诉讼的流程

图表 截至2014年我国物业管理行业政策法规制定情况

图表 2014年我国物业管理面积

图表 2014年各省、自治区、直辖市物业管理面积

图表 2014年物业服务企业数量增长情况

图表 2014年各省、自治区、直辖市物业服务企业数量

图表 2014年各省、自治区、直辖市一级资质物业服务企业数量

图表 2014年物业管理行业从业人员增长情况

图表 2014年各省、自治区、直辖市物业管理从业人员数量

图表 2014年1-11月住宅销售面积及增速

图表 住宅物业管理嵌入地产价值创造环节示意

图表 2014年1-11月商业营业用房销售面积及增速

图表 商业物业的主要管理模式

图表 2014年城市物业服务价格指数

图表 2014年十大城市物业服务价格指数

图表 全国物业服务价格增长率与相关指标增长率对比

图表 2014年城市物业服务均价

图表 2014年十大城市物业服务均价

图表 2014年不同星级物业服务价格指数

图表 2014年不同星级物业服务价格指数

图表 2014年不同星级物业服务均价

图表 2014年不同星级物业服务均价

图表 2014年度中国物业服务百强企业

图表 2009-2014年物业服务百强企业服务规模变化趋势

图表 2009-2014年物业服务百强企业进入城市数量均值及增长率

图表 部分物业服务百强企业2014年项目签约城市分布情况

图表 2014年物业服务百强企业进入城市个数分布

图表 2009-2014年物业服务百强企业单个项目建筑面积变化趋势

图表 2014年部分物业服务百强企业城市深耕情况

图表 2009-2014年物业服务百强企业收入变化及构成

图表 2009-2014年物业服务百强企业各类型项目物业费收入比例

图表 2009-2014年物业服务百强企业净利润及变化情况

图表 2009-2014年物业服务百强企业盈利能力变化趋势

图表 2009-2014年物业服务百强企业营业成本均值及三项费用均值变化趋势

图表 2009-2014年物业服务百强企业人均在管面积和人均产值变化情况

图表 2014年出台的地方性物业管理条例

图表 2009-2014年物业服务百强企业业务外包项目数量均值

图表 2009-2014年物业服务百强企业物业费收缴率及续约率

图表 2009-2014年物业服务百强企业合同储备项目规模变化

图表 2009-2014年物业服务百强企业智能化投入情况

图表 2014年物业服务百强企业员工构成比例

图表 2014年1月部分物业百强企业新签约项目

图表 2014年1月部分物业百强企业新签约项目（续）

图表 2014年1月部分城市物业项目招标情况

图表 2014年6月部分物业百强企业新签约项目

图表 2014年6月部分物业百强企业新签约项目（续一）

图表 2014年6月部分物业百强企业新签约项目（续二）

图表 部分城市2014年6月份物业项目招标情况

图表 2014年7月部分物业百强企业新签约项目

图表 2014年7月部分物业百强企业新签约项目（续）

图表 部分城市2014年7月份物业项目招标情况

图表 2014年12月部分物业百强新签约项目

图表 2014年12月部分物业百强新签约项目（续）

图表 2014年12月部分城市物业招标面积与项目个数

图表 2014年1月部分物业百强企业新签约项目

图表 2014年1月部分物业百强企业新签约项目（续）

图表 2014年1月份物业服务百强企业签约中标数量

图表 2014年4月部分物业百强企业新签约项目

图表 2014年4月部分物业百强企业新签约项目（续）

图表 2014年4月物业服务百强企业签约中标数量

图表 住宅物业定价方式

图表 物业服务等级标准的作用

图表 《中国物业服务星级评价标准体系》考量指标

图表 软件评价标准体系得分统计

图表 硬件评价标准体系得分统计

图表 "中国物业服务价格指数"系统结构

图表 十大城市2014年6月物业服务价格

图表 十大城市按入住时间的物业服务价格

图表 样本开盘价与物业服务价格对应关系

图表 物业服务价格增长率与相关指标增长率对比情况

图表 十大城市物业服务价格变动

图表 物业服务价格变动的样本分布

图表 2014年度深圳市物业服务企业综合实力50强排名名单

图表 2011年-2014年12月全国房地产开发企业土地购置面积增速

图表 2011年-2014年12月全国房地产开发企业到位资金增速

图表 2011年-2014年12月全国商品房销售面积及销售额增速
图表 2014年1-12月份东中西部地区房地产销售情况
图表 2014年全国房地产开发投资增速
图表 2014年全国房地产开发企业土地购置面积增速
图表 2014年全国房地产开发企业到位资金增速
图表 2005-2014年全国商品房销售面积及同比走势
图表 2014年各城市商品住宅成交面积
图表 2014年11月各城市商品住宅消化周期（月）
图表 2010-2014年重点城市90m²以下新房供求比
图表 2010-2014年重点城市90-140m²新房供求比
图表 2010-2014年全国288城市房价指数
图表 主要一、二线城市房价指数及人均可支配收入增速
图表 2014年各能级城市经营性用地成交金额
图表 2014年各能级城市经营性用地成交金额
图表 销售业绩TOP10及TOP50房企拿地占全国重点城市土地成交量比例
图表 2014年1-6月份全国房地产开发投资增速
图表 2014年1-6月份东中西部地区房地产开发投资情况
图表 2014年1-6月份全国房地产开发企业土地购置面积增速
图表 2014年1-6月份全国房地产开发企业本年到位资金增速
图表 2014年1-6月份全国商品房销售面积及销售额增速
图表 2014年1-6月份东中西部地区房地产销售情况
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 2015-2020年中国物业管理面积预测
图表 2015-2020年中国物业管理业营业收入预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/248437.html>

三、研究方法

1、系统分析方法

- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。