

2019-2025年中国物业服务 市场研究与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2019-2025年中国物业服务市场研究与投资前景分析报告》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.chinairr.org/report/R04/R0402/201812/26-283113.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

物业管理行业的起源可以追溯到19世纪60年代的英国。作为第三产业，物业管理在我国经历了从无到有、不断发展壮大的历程。20世纪80年代初，随着我国改革开放的国策实施，物业管理由香港地区引入，经历三十多年的发展，物业管理服务全面推进并广泛覆盖，在对扩大内需、解决就业、拉动经济增长发挥积极作用的同时，行业的经济效益、社会认知度、业主满意度和在国民经济和社会发展中的地位得到了不同程度的提高。此外，物业服务的全天候性，可有效防范犯罪、减少意外事故、配合社区活动开展等，从多个角度为促进社会的和谐发挥着积极的作用。物业管理行业属于服务型行业，上游是人力资源、保洁用品、安防用品等行业；下游直接客户是房地产开发企业、市政机关、医疗机构、企业办公、公共设施、学校、住宅小区等。行业与上、下游行业之间的关联性强。上游的人力资源（保安、保洁、设备维修工等）在行业成本中占比最大，其人力成本对行业的毛利空间影响较大。下游的房地产销售面积、市政机关、公共场所等对物业管理的需求将会影响物业管理行业的市场需求。2012年以来，我国物业管理面积不断增长，由145.3亿平方米增长到2016年约186.4亿平方米。2012-2016年中国物业管理行业管理面积

中国产业研究报告网发布的《2019-2025年中国物业服务市场研究与投资前景分析报告》共十四章。首先介绍了物业服务行业市场发展环境、物业服务整体运行态势等，接着分析了物业服务行业市场运行的现状，然后介绍了物业服务市场竞争格局。随后，报告对物业服务做了重点企业经营状况分析，最后分析了物业服务行业发展趋势与投资预测。您若想对物业服务产业有个系统的了解或者想投资物业服务行业，本报告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 物业服务行业发展背景第一节 行业定义与分类一、物业服务的定义二、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2016中国物业服务企业综合实力TOP10

序号	单位名称
1	万科物业
2	绿城物业
3	保利物业
4	绿城物业
5	广东碧桂园物业
6	中海物业
7	彩生活服务集团
8	万达物业
9	金科
10	深圳市金地物业

三、我国中小型

物业服务企业发展现状

第四节 我国物业服务行业价格指数分析

第二章 中国物业服务行业发展环境分析

第一节 物业服务行业政策环境分析

一、物业服务行业监管体系

二、物业服务行业产品规划

三、物业服务行业布局规划

四、物业服务行业企业规划

第二节 物业服务行业经济环境分析

一、中国GDP增长情况

二、固定资产投资情况

第三节 物业服务行业技术环境分析

一、物业服务行业专利申请数分析

二、物业服务行业专利申请人分析

三、物业服务行业热门专利技术分析

第四节 物业服务行业消费环境分析

一、物业服务行业消费态度调查

二、物业服务行业消费驱动分析

三、物业服务行业消费需求特点

四、物业服务行业消费群体分析

五、物业服务行业消费行为分析

六、物业服务行业消费关注点分析

七、物业服务行业消费区域分布

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 2014-2017年物业服务行业发展现状

一、2014-2017年我国物业服务行业市场规模

二、2014-2017年我国物业服务行业发展分析

三、2014-2017年中国物业服务企业发展分析

第三节 2014-2017年物业服务市场情况分析

一、2014-2017年中国物业服务市场总体概况

二、2014-2017年中国物业服务市场发展分析

第四节 我国物业服务市场价格走势分析

一、物业服务市场定价机制组成

二、物业服务市场价格影响因素

三、2014-2017年物业服务价格走势分析

四、2019-2025年物业服务价格走势预测

第四章 中国物业服务行业经营效益分析

第一节 物业服务行业盈利能力分析

一、物业服务行业净资产收益率分析

二、物业服务行业总资产报酬率分析

三、物业服务行业营业收益率分析

四、物业服务行业盈余现金保障倍数分析

五、物业服务行业成本费用利润率分析

六、物业服务行业资本收益率分析

第二节 物业服务行业发展状况分析

一、物业服务行业营业增长率分析

二、物业服务行业资本保值增长率分析

三、物业服务行业营业利润增长率分析

四、物业服务行业总资产增长率分析

五、物业服务行业技术投入比率分析

第三节 物业服务行业资产质量分析

一、物业服务行业总资产周转率分析

二、物业服务行业应收账款周转率分析

三、物业服务行业不良资产比例分析

四、物业服务行业流动资产周转率分析

五、物业服务行业资产现金回收率分析

第四节 物业服务行业债务风险分析

一、物业服务行业资产负债率分析

二、物业服务行业已获利息倍数分析

三、物业服务行业速动比率分析

四、物业服务行业带息负债比率分析

第五节 物业服务行业规模化趋势

一、物业服务行业市场拓展趋势

二、物业服务行业区域深耕趋势

三、物业服务行业项目规模趋势

第三部分 市场全景调研

第五章 物业服务行业产业结构分析

第一节 物业服务产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构及整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的

引导因素三、中国物业服务行业参与国际竞争的战略市场定位四、产业结构调整方向分析 第四部分 竞争格局分析第六章 物业服务产业集群发展及区域市场分析第一节 中国物业服务产业集群发展特色分析一、长江三角洲物业服务产业发展特色分析二、珠江三角洲物业服务产业发展特色分析三、环渤海地区物业服务产业发展特色分析四、闽南地区物业服务产业发展特色分析第二节 物业服务重点区域市场分析预测一、行业总体区域结构特征及变化1、区域结构总体特征2、行业区域集中度分析3、行业区域分布特点分析4、行业规模指标区域分布分析5、行业效益指标区域分布分析6、行业企业数的区域分布分析二、物业服务重点区域市场分析1、江苏2、浙江3、上海4、福建5、广东 第七章 中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 2019-2025年物业服务行业领先企业经营形势分析第一节 江苏新城物业服务有限公司一、企业发展简况二、企业经营规模分析三、企业在管项目分析四、企业经营模式分析五、企业区域布局策略六、企业经营优劣势分析第二节 上海上房物业管理有限公司一、企业发展简况二、企业经营规模分析三、企业在管项目分

析四、企业经营模式分析五、企业区域布局策略六、企业经营优劣势分析

第三节 上海复瑞物业管理有限公司一、企业发展简况二、企业经营规模分析三、企业在管项目分析四、企业经营模式分析五、企业区域布局策略六、企业经营优劣势分析

第四节 深圳市彩生活服务集团有限公司一、企业发展简况二、企业经营规模分析三、企业在管项目分析四、企业经营模式分析五、企业区域布局策略六、企业经营优劣势分析

第五节 重庆市金科物业服务有限公司一、企业发展简况二、企业经营规模分析三、企业在管项目分析四、企业经营模式分析五、企业区域布局策略六、企业经营优劣势分析

第六节 广东康景物业服务有限公司一、企业发展简况二、企业经营规模分析三、企业在管项目分析四、企业经营模式分析五、企业区域布局策略六、企业经营优劣势分析

第七节 深业集团（深圳）物业管理有限公司一、企业发展简况二、企业经营规模分析三、企业在管项目分析四、企业经营模式分析五、企业区域布局策略六、企业经营优劣势分析

第八节 上海银湾物业管理连锁集团一、企业发展简况二、企业经营规模分析三、企业在管项目分析四、企业经营模式分析五、企业区域布局策略六、企业经营优劣势分析

第九节 北京网信物业管理有限公司一、企业发展简况二、企业经营规模分析三、企业在管项目分析四、企业经营模式分析五、企业区域布局策略六、企业经营优劣势分析

第十节 天津融创物业管理有限公司一、企业发展简况二、企业经营规模分析三、企业在管项目分析四、企业经营模式分析五、企业区域布局策略六、企业经营优劣势分析

第五部分 发展前景展望

第九章 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二、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三、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5、经营兼顾开源与节流6、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

第十章 物业服务行业投资远景与发展趋势第一节 物业服务行业投资前景与机会一、物业服务投资前景与风险1、物业服务投资前景与机会分析2、物业服务行业主要投资风险分析二、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

第二节 中国物业服务企业发展建议一、大型物业服务企业发展建议二、中小型物业服务企业发展建议

第十一章 2019-2025年物业服务行业投资机会与风险防范第一节 物业服务行业投融资情况一、行业资金渠道分析二、固定资产投资分析三、兼并重组情况分析四、物业服务行业投资现状分析1、物业服务产业投资经历的阶段2、2014-2017年物业服务行业投资状况回顾3、2014-2017年中国物业服务行业风险投资状况4、2019-2025年我国物业服务行业的投资态势

第二节 2019-2025年物业服务行业投资机会一、产业链投资机会二、细分市场投资机会三、重点区域投资机会四、物业服务行业投资机遇

第三节 2019-2025年物业服务行业投资风险及防范一、政策风险及防范二、技术风险及防范三、供求风险及防范四、宏观经济波动风险及防范五、关联产业风险及防范六、产品结构风险及防范七、其他风险及防范

第四节 中国物业服务行业投资建议一、物业服务行业未来发展方向二、物业服务行业主要投资建议三、中国物业服务企业融资分析1、中国物业服务企业IPO融资分析2、中国物业服务企业再融资分析

第六部分 发展战略研究第十二章 2019-2025年物业服务行业面临的困境及对策第一节 2017年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

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、营销品牌战略七、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 物业服务行业投资战略研究一、2017年物业服务行业投资

战略二、2019-2025年物业服务行业投资战略三、2019-2025年细分行业投资战略 第十四章 研究结论及投资建议 (ZY GXH) 第一节 物业服务行业研究结论及建议第二节 物业服务子行业研究结论及建议第三节物业服务行业投资建议一、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 (ZY GXH) 图表目录：图表：物业服务行业生命周期图表：物业服务行业产业链结构图表：2014-2017年全球物业服务行业市场规模图表：2014-2017年中国物业服务行业市场规模图表：2014-2017年物业服务行业重要数据指标比较图表：2014-2017年中国物业服务市场占全球份额比较图表：2014-2017年物业服务行业销售收入图表：2014-2017年物业服务行业利润总额图表：2014-2017年物业服务行业资产总计图表：2014-2017年物业服务行业负债总计图表：2014-2017年物业服务行业竞争力分析图表：2014-2017年物业服务市场价格走势图表：2014-2017年物业服务行业主营业务收入图表：2014-2017年物业服务行业主营业务成本图表：2014-2017年物业服务行业销售费用分析图表：2014-2017年物业服务行业管理费用分析图表：2014-2017年物业服务行业财务费用分析图表：2014-2017年物业服务行业销售毛利率分析图表：2014-2017年物业服务行业销售利润率分析图表：2014-2017年物业服务行业成本费用利润率分析图表：2014-2017年物业服务行业总资产利润率分析图表：2014-2017年物业服务行业集中度

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0402/201812/26-283113.html>