

第 / 章

物业管理概述



教学目的

通过导入物业服务行业的基本常识,了解物业服务管理活动的基本知识,为以后章节的学习奠定理论基础。

通过对物业服务行业发展现状与未来趋势的研究分析,让物业管理专业的学习者坚定行业信心,树立行业自豪感,为未来达成职业愿景做好准备。

教学重点

1. 需要了解的知识

- (1) 不同使用功能的物业以及不同的服务管理内容、标准与侧重点;
- (2) 我国物业服务行业的发展现状;
- (3) 物业服务管理的现实意义。

2. 需要理解的知识

- (1) 物业的分类;
- (2) 物业服务行业的性质;
- (3) 物业服务对房地产开发经营的作用;
- (4) 物业服务管理的特点。



3. 需要掌握的知识

物业管理的概念。

4. 需要重点掌握的知识

- (1) 现代物业服务管理的基本原则；
- (2) 物业服务是一个极具发展潜力的朝阳产业的理论依据。



教学方法

提问解读+理论讲授+案例分析+师生互动+分组研讨



思考与练习

我国经济发展落后地区物业服务市场发展滞后及企业经营困难的原因

物业服务对当今的中国而言,属于一个起步较晚的发展中行业。从其产生至今,粗算一下也就 30 年左右,而在一些经济发展落后的地区,经历的时间更短暂。

虽然每一个处于发展中的新兴产业,其产生与发展过程中一定会存在各种有待逐步完善与弥补的缺陷与断层,这是不可避免的客观规律,但在一些经济发展落后的地区,对探索中前行的物业服务行业而言,其成长历程并没有完全符合社会经济发展规律,从而引起这些地区整个行业的发展偏离正确轨道,大量企业的经营也由此陷入困境。

利用本章所学习的知识,分析我国经济发展落后地区物业服务市场发展滞后,导致许多物业服务企业产生经营性亏损的根源。

1.1

物业与物业管理

1.1.1 物业与物业管理的概念

1. 物业的概念

“物业”一词源自英语 property 或 estate,经中国香港传入东南沿海,后逐步深入至内地。

物业的基本含义是指财产、资产、地产、房地产、产业等。

对物业管理而言,物业通常是指已经建设完成并投入使用的各类房屋建筑物和与之相配套的设备、设施以及场地的总称。

通过以上物业的概念,可以确定物业的三种基本存在形式:已经建设完成并具备了相应使用功能的各类供居住及非居住使用的房屋建筑物;与上述这些房屋建筑物相配套的市政、共用设备和设施;与上述这些房屋建筑物相配套的道路、绿地、园林景观、庭院及相关场地等。

2. 物业管理的概念

物业管理是指业主通过选聘物业服务企业,由业主和物业服务企业按照物业服务合同约定,对房屋及配套的设施设备和相关场地进行维修、养护、管理,维护物业管理区域内的环境卫生和相关秩序的活动。(《物业管理条例》第二条)

2007年10月1日起施行修订后的《物业管理条例》中,根据《中华人民共和国物权法》的有关规定,将“物业管理企业”修改为“物业服务企业”。

同时,《物权法》第八十一条规定:业主可以自行管理物业,也可以委托物业服务企业或者其他管理者进行管理。

1.1.2 物业的分类

当今,物业概念的外延已无限延伸,并以各种业态存在。例如,商业写字楼、企事业单位与政府机关的办公楼、综合性商业广场、民航机场、医院学校、普通住宅小区、花园洋房与高档别墅、工业与科技园区、宾馆酒店、生产车间及厂房、城市CBD与城市综合体等。

根据具体使用功能的差异,物业主要可分为以下五大类:居住物业、商业物业、工业物业、综合物业、其他物业。

1. 居住物业

居住物业,是指具备居住使用功能,供人们生活居住的房屋建筑物、配套设施设施及场地。

居住物业主要包括社会居民住宅小区、企事业单位住宅楼、公寓、别墅等,以及与之相配套的共用设备、设施和公共场地。

2. 商业物业

商业物业,是指具备商业经营使用功能,以及为了满足商业经营需要,



提供相应辅助服务功能的建筑物、配套设备设施及场所。

商业物业又可以大致分为经营物业和办公物业。经营物业最典型的表现形式是商业广场、宾馆酒店、娱乐场所等。办公物业则属于生产经营资料的范畴,最典型的代表业态是写字楼。

3. 工业物业

工业物业,是指为企业的生产经营活动提供使用空间与场所的建筑物、配套设备设施及场地。

工业物业主要包括生产制造用车间厂房、相关的研究与发展用房以及相应的仓储保管场所与配套设备设施等。

4. 综合物业

综合物业,是指兼有居住物业、商业物业、工业物业等综合使用功能元素的物业。

伴随现代化城市物业服务业态多元化的发展趋势,物业服务与其他服务业日益融合。例如,物业服务业与酒店服务业在经济发展速度较快的地区,尤其是现代化、商业化程度较高的一线城市,已经达到融为一体的程度。两者彼此依托、功能互补,在一个服务区域内,写字楼、酒店、购物商场、居住区及其他服务业态充分融合,提供综合性、多元化、功能齐全的无缝隙服务。都市 CBD、城市综合体等就是综合物业的典型模式。

5. 其他物业

其他物业是指除了居住功能、商业功能、生产制造等功能以外,具有其他特殊应用型功能物业的总称,如医疗卫生、文化教育、科研机构、机场码头、通信设施、基础设施等类型的物业。

不同使用功能的物业,其服务管理有不同的内容、标准与侧重点。

不同类型的物业业态如生活居住型、商业经营型、文化教育型、科技研发型、生产制造型、医疗卫生型等,以及不同的物业服务管理定位如温馨家居型、尊崇品质型、设施功能型、绿色环保型以及人文理念型等,都要求物业服务管理者为不同的物业服务产品对象,规划具有各自特性的内容、标准与侧重点。

1.1.3 物业服务的性质

国务院 2007 年修订的《物业管理条例》将“物业管理”更改为“物业

服务”。

建设部 2007 年 164 号令《建设部关于修改〈物业管理企业资质管理办法〉的决定》中也明确提出,“物业服务企业,是指依法设立、具有独立法人资格,从事物业管理服务活动的企业”。

由此可知,物业服务本身是一种建立在平等主体基础上的合同委托关系,而非上下级的行政管理关系。

为避免字义上的歧义,《物业管理条例》将“物业管理”改为“物业服务”、“物业管理企业”改称“物业服务企业”,是物业服务行业发展的必然结果,也是物业服务行为的本质的直接体现。

物业管理企业之所以改称物业服务企业,是基于《物权法》的基本立法精神,突出尊重个人物权的合法性与重要性的一种必然变革。因此,物业服务企业本质上属于服务行业的范畴,是标准的第三产业。

物业服务的性质用一句话来概括就是:通过对物的管理,实现对人的服务。

1.2 物业管理的发展状况

1.2.1 物业管理的起源

物业管理的起源,最早应追溯到 19 世纪 60 年代的欧洲。当时正值英国机器工业快速发展的历史变革阶段,大工业生产的急剧发展产生了大量的城市就业机会,促使农村人口纷纷涌向城市,从而引起了城市房屋需求的大幅度增长。但是,在工业革命大发展的同时,由于缺乏有效管理,也带来了房屋破损严重、环境日趋恶化等诸多社会问题。

在这种社会背景下,一位英国女士奥克维娅·希尔(Octavia Hill)率先制订了一套规范租户行为的管理办法,而且出乎意料地收到了良好的管理与规范效果。于是,人们纷纷效仿。因此,希尔女士被认为是世界上最早的“物业管理”创始人,英国也被称为“物业管理”行业的起源地。

时至今日,英国的物业管理整体水平仍属世界一流。在物业管理行业平稳发展的同时,成立了英国皇家物业管理学会,会员遍布全球许多国家与地区。

美国的物业管理发展水平也颇具代表性。1908 年,由美国芝加哥大楼的所有者和管理者乔治·A. 霍尔特组织的芝加哥建筑物管理人员



组织(Chicago Building Managers Organization,CBMO)召开了第一次全国性代表会议,标志着世界范围内第一个专门的物业管理行业组织正式诞生。

1.2.2 我国物业管理的诞生

物业服务管理对目前的中国而言,仍是一个年轻的行业。

20 世纪 80 年代初,随着我国改革开放的深入与发展,物业管理概念开始由中国香港引入沿海地区。此后,再逐步北上,进入了内地,并在全国范围内迅速延伸。首先登陆的地点就是被誉为我国改革开放的窗口——广东省深圳市。

1981 年 3 月 10 日,深圳市第一家涉外商品房管理的专业公司——深圳物业管理公司正式成立,开始对深圳经济特区的涉外商品房统一实行物业管理,这是国内物业管理行业诞生的标志。此后,1993 年 6 月 30 日,深圳市成立了国内首家物业管理协会;1994 年深圳市颁布了《深圳经济特区住宅区物业管理条例》。

发展到今天,深圳的物业管理水平在全国范围内仍然处于领先地位,许多优秀的物业服务管理企业持续带动着行业水平的不断发展,其服务管理理念和实践管理经验得到了广泛的引用与借鉴。其中,最具代表性的企业是深圳万科物业。

2001 年,万科物业全面推广 VI 体系。2002 年,开始推行客户满意度调查。2003 年,全面推行万科物业 BI 手册。2004 年,全面推广由外部公司进行的第三方质量调查,推出“体验式”、“金钥匙”服务模式。2005 年 12 月,万科物业属下“物业管理处”统一更名为“物业服务中心”,推出“五步一法”创新服务体系。2007 年,万科旗下 20 家“物业管理公司”统一更名为“物业服务公司”。这些都引领着中国物业服务行业的发展。

1994 年 4 月建设部颁布第 33 号令《城市新建住宅小区管理办法》中明确指出:“住宅小区应当逐步推行社会化、专业化的管理模式,由物业管理公司统一实施专业化管理。”这是我国物业服务管理行业正式走向社会、走向市场的标志。

2003 年 9 月 1 日,我国第一部《物业管理条例》正式颁布施行,为规范物业服务管理活动,维护业主和物业服务管理企业的合法权益,改善人民群众的生活和工作环境,提供了重要的法律依据。

1.2.3 我国物业服务行业的发展现状

我国物业服务行业的产生与发展是内地源于深圳,深圳借鉴中国香港。

虽然已经走过30多年的历程,但仍处于发展阶段,突出表现在南北差异大、内地与沿海地区发展水平不均衡。

我国内地物业服务行业的发展水平与香港地区相比,至今还存在一定的差距,这种差距集中体现在服务管理模式的差异。

中国香港地区的物业服务管理行业,已经完成由劳动密集型行业向技术密集型行业的成功转型,表现为:为数不多的人就能运营好一个庞大的物业服务项目。其原因就在于,市场上具有成熟、专业的清洁、安保、设施、绿化、会所、公寓管理等专项服务公司,物业服务管理企业可以针对具体的服务项目实行分包管理,也就是让那些“专业的人做专业的事”,各尽所能、各司其职,物业服务管理企业扮演的是服务资源“集成商”的角色。

近些年来,内地也在积极探索这种物业服务集成化管理的模式,部分企业已经取得了成功的经验。例如,将一个物业服务项目分为若干个模块,服务合同的签订也分为多个标段,如设备标段、清洁绿化标段、秩序维护管理标段、对客服务标段等。物业服务企业的服务供应集成商模式已初现端倪。这种变化是物业服务行业发展的必然趋势。

这里需要注意一点,物业服务企业可以将物业管理区域内的专项服务业务委托给专业性服务企业,但不得将该区域内的全部物业管理一并委托给他人。(《物业管理条例》第四十条)

参考资料 1-1 物业服务:极具发展潜力的朝阳产业

物业服务作为现代经济社会发展过程中的必然产物,伴随着社会各领域的延展,尤其是城市化进程的提速,在下一个阶段,将会迅速演变成一个极具发展潜力的朝阳产业,拥有广袤的舞台。这一论断,源于物业服务行业本身的四个特性。

1. 具有高成长性

物业服务行业发展至今,“社会物业”的概念已落地生根。物业的内涵无限深入,外延也无限延伸,涉及前所未有的许多领域。

当代的物业服务不仅仅只是涉足普通居住型物业、高档别墅区、商业写字楼等传统业态,也已经进入了政府机关、医院学校、工矿企业、酒店商场、都市CBD、



科技园区、机场码头等社会各个领域。

同时,行业内物业服务产品的细分也越来越具有针对性、专属性,今后必将发展成为都市的主流行业。物业服务行业的高成长性已经显露无遗。

2. 具有赢利能力

时至今日,我国物业服务仍属微利性行业,而且市场发展规律及自身行业属性也决定了无论是现阶段还是今后相当长的一个时期内,都将难以逾越微利性行业的范畴。

但是,物业服务行业仍具有提升赢利空间的能力。

对物业服务企业而言,要想进一步取得利润上升空间,重要的一点是必须摆脱现行的“小而全”模式,走“1拖N”规模化经营管理的道路。

“1拖N”管理模式,就是确定一个具备引领能力的物业服务项目为区域管理中心,由该中心对周边项目实行管理辐射,工作统一安排、分头实施,人员统一集中、分片服务,财务统一收支、分别核算。

“1拖N”管理模式使物业服务管理趋于标准化、规范化的同时,还能够带来明显的规模经济效益。

一般情况下,在“1拖N”的运行管理模式下,新接项目的前期开办费用可减少20%以上,管理与服务人员配置可降低30%以上,专业设备的使用率也可以提高40%以上。

同时,增加物业智能化服务管理设施的投入,加大现代服务管理的科技含量,运用物业服务的现代管理手段,有效降低占物业服务行业绝大部分成本中固定人力和物力支出,降低物业服务的综合管理成本,也是重要手段之一。

此外,在物业服务活动中,除开展常规基础性服务项目外,还应开拓多种特约经营服务,走“以业养业”的道路,使其服务触角延伸到居住与生活的方方面面,以此来增强自身的市场生存机能,取得较好的经济效益。

3. 专业要求较高

物业服务行业自身具有相当高的专业化特质。

物业服务行业涉及建筑、设备、管理、法律、营销、心理学、行为学、公共关系等多个领域,是一门跨专业、综合要求极高的社会学科。而且,服务中的清洁服务、园林绿化、石材养护、建筑装修、设施维护、秩序维护、对客沟通等,也无一不涉及专业化的元素。

社会分工与市场细分的趋势对任何一个行业来说,没有内在的专业支撑,都不可能在竞争激烈的市场上找到稳固立足点与广阔生存空间。这就是为什么现今高品质的物业服务企业其市场生命力愈来愈强,道路愈走愈宽阔;而不思进取的物业服务企业举步维艰,连生存都难以维系,更别奢望长远发展了。

物业服务行业本身的专业化要求,是其生存与发展的持续源泉与基本内功。

4. 社会分工必需

首先,随着我国住房体制改革与住房分配制度社会化、市场化,特别是商品化进程的逐步普及,原来长期存在的公房管理体制已经完全被市场经济所摒弃,房屋管理市场化的主导地位已经确立。

其次,广大人民收入水平的不断提高,使其追求生活质量的需求也在大幅度提升。房屋作为一般居民价值最高的个人资产,已由原来的基础居住条件演变为财富积累的主要形式以及品质生活方式的重要体现。因此,对房屋的使用、维护、保养、保值、增值,提出了更高的服务需求。

同时,物业项目的开发建设体量也越做越大,几十万平方米的住宅小区早已见怪不怪,高耸入云的现代化高端楼宇在都市中也随处可见。这种数以千计、甚至万计的业主与使用人共同使用的物业,公共性物业服务不可能由单个或部分业主来完成,而必须委托具有专业化管理能力的物业服务企业来提供专业化的服务与管理。

此外,高层建筑、高档写字楼对专业化物业服务的需求更加迫切。这类物业业态,空间密集、功能繁杂、人员稠密,并且设备设施系统复杂、管理起点高。中央空调、给排水、高低压供电、燃气、电梯、消防等系统,有些智能化程度较高的还设有楼宇、通信、办公、保安、消防等自动化控制系统,对这些系统的设备设施进行维修与养护,保障其正常运行,更需要专业化程度高的物业服务企业来实现。

因此,高品质、专业化、高标准的物业服务是社会分工发展的必然产物。

综上所述,物业服务必将成为现代文明社会中最具发展潜力的朝阳产业!

1.3

物业服务对房地产开发经营的作用

从我国物业服务行业产生与发展的传统意义上讲,物业服务最早被定位为房地产开发经营环节的最末端,是房地产开发经营业务的一个组成部分,这种定位曾被长期传袭并沿用。

但是,随着物业服务社会化、市场化与专业化的成熟,今天的物业服务已经不仅仅是房地产业的附属产业,而是作为一个完整的社会产业,发挥着独特的社会功能与作用。同时,又对房地产业的开发与经营起着举足轻重的推动或制约作用。

如何发挥物业服务对房地产开发经营的积极推动作用,辅助房地产业日益走向健康与成熟,并成为房地产业持续、稳定发展的重要保障,这些问题不仅仅是物业服务行业本身,更是房地产开发行业积极探索的课题。



1. 以物业服务品质实现房产保值、升值的目标

通过物业服务对房产进行长期的专业化维护与保养,从而使其保值与增值是物业服务的基础与终极目标。

房产作为一种典型的固定资产、高额投资资产和不动产,其存续期间非常长。而且,从一个较长的经济周期来看,其内在价值将随着时间的推移而逐渐递减,这是不以人的意志为转移,不可逆转的客观价值运行规律。但是,高品质的物业服务将延缓价值的这种递减速度,从而达到相对保值的作用,甚至可以逆流而上,实现相对增值的目标。

随着商业房地产建设开发成本与市场交易价格的不断攀升,在专业化物业服务的支撑下,当这种攀升速度大于价值递减速度时,房产的使用价值将相对提高,房产将实现相对增值的目标。反之,当物业服务企业在物业的日常维修与保养中,长期没有实施专业、有效的措施与手段,日积月累、水滴石穿,将导致物业本体、各种设备设施系统使用效能下降,使用价值提前衰减,从而导致房产出现绝对的贬值。

2. 以物业服务品牌促进房地产企业品牌的建立

物业服务以其所独有的长期性、广泛性、渗透性效应,对房地产开发企业的品牌促进作用越来越显著。

现阶段,在普通居民的思想意识中,物业服务仍然是房地产业的售后保障,甚至狭义理解为售后服务。因此,一个让业主充分接受、信任、依赖的物业服务品牌有助于增强其对房地产企业的信心与品牌忠诚度。建立起良好的房地产企业社会公共形象,从某种意义上讲,就是直接为房地产企业品牌建立提供了巨大的无形助力,并且这种助力是其他任何力量都无可比拟的。

3. 以物业服务品牌拉动房地产开发经营利润的提升

由一个市场上广受认可与追捧的物业服务品牌所服务的房产项目,在其开发经营过程中,这种品牌效应将会成为一个鲜明的亮点,甚至在交易中成为买家眼中一个夺目的卖点,尤其是在房地产、物业服务行业较成熟的地区,更具有现实价值。

随着我国广大居民生活与居住水平的不断提高,人们对居住的空间、环境、条件,特别是软环境、软条件的要求越来越高,眼光也越来越挑剔。在选择居住基础的前提下,更多的是关注今后长期享有的软性服务与硬件维护。作为房地产开发商,如果在其开发经营过程中融入高品质物业服务元素,使