

2020-2026年中国物业服务 行业发展趋势与投资方向研究报告

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

《2020-2026年中国物业服务行业发展趋势与投资方向研究报告》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.cction.com/report/202009/185982.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

随着物业管理行业的火热发展，基础物业服务的同质性特征加剧了企业间竞争，越来越多的物业服务企业采取竞争战略，探索更贴近业主需求的特色服务，以特定领域服务优势谋求更多更好的市场资源。根据城市发展阶段、不同业态特征、业主年龄阶段等需求差异，百强企业从高端服务、商业办公、养老、旅游、教育、健康、产业新城等多维度入手，制定差异化发展战略，打造特色服务品牌，提升物业服务附加值，抢占市场份额。如保利物业的居家养老服务、雅乐居物业的旅游地产物业、幸福基业物业的产业新城服务等差异化服务，形成企业独特的市场竞争优势。

企业名称	差异化服务战略
保利物业	整合资源打通养老产业链，打造“中国式”模式
中海物业	通过专注于中高端物业管理的核心竞争力，稳固作为中高端物业管理服务供应商的品牌知名度
雅乐居物业	持续致力于“打造旅游地产物业管理第一品牌”
幸福基业物业	探索与研究产业新城物业服务模式，致力于成为全球“产业新城服务”的引领者
金融街物业	高端商务物业服务引领者“服务让金融办公楼不一样”

中企顾问网发布的《2020-2026年中国物业服务行业发展趋势与投资方向研究报告》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

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 我国物业服务所属行业运行现状分析

第一节 我国物业服务所属行业发展状况分析

一、我国物业服务所属行业发展阶段

二、我国物业服务所属行业发展总体概况

三、我国物业服务所属行业发展特点分析

四、我国物业服务所属行业商业模式分析

第二节 2016-2019年物业服务所属行业发展现状

一、2016-2019年我国物业服务所属行业市场规模2020年潜在物业行业总市场规模 - 住宅类
物业 办公楼类物业 商业营业用物业 2019年物业在管面积（亿平方米） - 185.12 - 单
项物业占比（%） 82.7 3.8 13.5 单项物业在管面积（亿平方米） 153.1 7.0 25.0 物业
费均价（元/平方米/月） 2.24 7.89 6.69 单项物业市场规模（亿元） 342.9 55.5 167.2
2019年物业总规模（亿元） - 6787.5 -- 2023年潜在物业总规模（亿元） - 9647.7

二、2016-2019年我国物业服务所属行业发展分析全国2012-2023年预计在管面积（亿平方米）

三、2016-2019年中国物业服务企业发展分析

第三节 2016-2019年物业服务市场情况分析

一、2016-2019年中国物业服务市场总体概况

二、2016-2019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、2016-2019年物业服务价格走势分析

四、2020-2026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

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

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

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

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

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

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 2020-2026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、2016-2019年物业服务行业投资状况回顾
- 3、2016-2019年中国物业服务行业风险投资状况
- 4、2020-2026年我国物业服务行业的投资态势

第二节 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026年物业服务行业面临的困境及对策

第一节 2019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、2019年物业服务行业投资战略

二、2020-2026年物业服务行业投资战略

三、2020-2026年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议（）

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

图表目录：

图表：2016-2019年全球物业服务行业市场规模

图表：2016-2019年中国物业服务行业市场规模

图表：2016-2019年物业服务行业重要数据指标比较

图表：2016-2019年中国物业服务市场占全球份额比较

图表：2016-2019年物业服务行业销售收入

图表：2016-2019年物业服务行业利润总额

图表：2016-2019年物业服务行业资产总计

图表：2016-2019年物业服务行业负债总计

图表：2016-2019年物业服务行业竞争力分析

图表：2016-2019年物业服务市场价格走势

图表：2016-2019年物业服务行业主营业务收入

图表：2016-2019年物业服务行业主营业务成本

图表：2016-2019年物业服务行业销售费用分析

图表：2016-2019年物业服务行业管理费用分析

图表：2016-2019年物业服务行业财务费用分析

图表：2016-2019年物业服务行业销售毛利率分析

图表：2016-2019年物业服务行业销售利润率分析

图表：2016-2019年物业服务行业成本费用利润率分析

图表：2016-2019年物业服务行业总资产利润率分析

图表：2016-2019年物业服务行业集中度

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/185982.html>