

2024-2030年中国物业服务行业市场全面调研及市场规模预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国物业服务行业市场全面调研及市场规模预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202010/900242.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

本《报告》从2022年全国物业服务行业发展环境、市场现状、需求情况、竞争格局、区域发展潜力等角度进行入手，系统、客观的对我国物业服务行业发展运行进行了深度剖析，展望2023年中国物业服务行业发展趋势。《报告》是系统分析2022年度中国物业服务行业发展状况的著作，对于全面了解中国物业服务行业的发展状况、开展与物业服务行业发展相关的学术研究和实践，具有重要的借鉴价值，可供从事物业服务行业相关的政府部门、科研机构、产业企业等相关人员阅读参考。

物业服务是指受物业所有人的委托，依据物业管理委托合同，对物业的房屋建筑及其设备，市政公用设施、绿化、卫生、交通、治安和环境容貌等管理项目进行维护、修缮和整治，并向物业所有人和使用人提供综合性的有偿服务。

目前我国物业管理企业的盈利模式主要有两大类：一是基础物业服务，以基础物业服务为主的企业主要通过项目的获取来扩张管理面积以实现收入的可持续性增长；二是通过提供增值服务收取费用，增值业务主要包括业主增值服务和非业主增值服务。

近年来，在城镇化持续推进、居民消费升级、鼓励性政策的推动下，叠加科技赋能与资本红利，物业管理行业迈入快速发展期。2010-2021年，我国物业管理企业的管理面积规模持续扩大。2022年，受关联行业房地产市场持续下行、房地产竣工面积下滑等因素影响，全国物业管理面积增速放缓。2022年国内物业管理面积约372.72亿平方米，同比增长2.04%，其中，住宅物业管理面积占比达85%以上。

碧桂园服务、万物云、雅生活集团、保利物业等企业的在管面积居于业内领先地位。2022年，受关联房企资金周转压力较大影响，碧桂园服务、雅生活服务均出现控股股东出售股权的情况，其新增在管面积相比2021年有较大的回落，而华润万象生活受益于并购扩张规模等因素影响，2022年新增在管面积达1.44亿平方米。

《2024-2030年中国物业服务行业市场全面调研及市场规模预测报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是物业服务领域从业者把握行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

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 物业服务行业定义与分类

一、物业服务定义

二、物业服务分类

第二节 物业服务概述

一、物业服务的轻资产属性

二、物业服务产业服务对象

三、物业服务职责分析

第三节 物业服务行业进入壁垒

一、资质壁垒

二、管理、经验壁垒

三、资金壁垒

四、品牌壁垒

第二章 物业服务行业发展环境分析

第一节 物业服务宏观经济环境分析

第二节 物业服务社会环境分析

一、我国城镇化发展进程分析

二、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

三、我国国民消费现状分析

第三节 物业服务政策环境分析

第三章 全球物业服务行业发展现状

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、全球物业服务行业规模分析

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

第二节 全球主要国家（地区）市场分析

一、法国

- 二、美国
- 三、瑞士
- 四、意大利

第二部分 行业深度分析

第四章 我国物业服务关联行业——房地产市场分析

第一节 房地产业与物业服务关联度高

第二节 2023年楼市以宽松政策导向为主

第三节 房地产需求特点

- 一、商品房销售面积下滑，房地产市场持续下行
- 二、一线城市销售贡献提升，改善性需求有所释放

第四节 房地产开发企业到位资金分析

第五节 房地产竣工面积分析

第六节 房地产行业竞争格局分析

第七节 房地产市场下行对物业服务行业的影响

- 一、面临被出险房企出售股权以缓解资金压力的风险
- 二、应收账款等减值计提导致盈利能力大幅缩水

第八节 物业服务企业独立发展策略分析

- 一、明晰经营模式，判断是否具备独立能力
- 二、优化治理结构，降低关联交易比重
- 三、持续外拓市场，提升独立第三方占比
- 四、建立严格的内控制度，降低相关房企干预度

第五章 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特点分析

第二节 我国物业服务行业发展现状分析

- 一、我国物业服务管理面积分析
- 二、我国物业服务市场规模分析

第三节 物业服务细分市场结构分析

第四节 物业服务行业存在的问题与建议

- 一、行业存在的问题
 - 1、市场竞争激烈
 - 2、关联房企影响企业的经营稳定性

3、商业模式面临挑战

二、行业发展对策

第三部分 市场全景调研

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、住宅物业管理面积分析

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 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

第三节 公共及其他物业服务市场预测分析

一、公共物业特点及物业服务管理特点

二、我国公共及其他物业管理面积分析

三、公共及其他物业服务市场需求规模

四、公共及其他物业服务市场竞争趋势分析

第七章 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
- 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
- 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

第四节 中国物业服务企业业务增长点

- 一、巩固基础物业管理服务
- 二、推动业主增值服务潜力释放
- 三、非业主增值服务需求增长
- 四、商业运营市场化程度提高
- 五、城市服务成为拓展重点

第四部分 竞争格局分析

第八章 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

第三节 我国物业服务行业竞争趋势分析

第四节 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
- 二、物业服务企业体验式营销策略分析

第五节 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、提升物业服务企业核心竞争力建议

第九章 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现状分析
- 四、北京市物业服务市场竞争现状分析
- 五、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、深圳市在管物业服务项目业态分析
- 六、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、上海市物业服务市场竞争现状分析
- 五、上海市物业服务市场投资机会分析
- 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、广州市物业服务市场竞争现状分析
 - 五、广州市物业服务市场投资机会分析
- 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、重庆市物业服务市场竞争现状分析
 - 五、重庆市物业服务市场投资机会分析
- 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、成都市物业服务市场竞争现状分析
 - 五、成都市物业服务市场投资机会分析
- 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、天津市物业服务市场竞争现状分析
 - 五、天津市物业服务市场投资机会分析

第十章 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、碧桂园服务

- 1、企业发展概况
- 2、企业业务矩阵
- 3、企业收入结构
- 4、企业在管面积
- 5、企业竞争优势分析
- 6、企业发展战略

二、万物云空间科技服务股份有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业业务矩阵
- 3、企业收入结构
- 4、企业在管面积
- 5、企业竞争优势分析
- 6、企业发展战略

三、雅生活智慧城市服务股份有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业业务矩阵
- 3、企业收入结构
- 4、企业在管面积
- 5、企业竞争优势分析
- 6、企业发展战略

四、保利物业

- 1、企业发展概况
- 2、企业业务矩阵
- 3、企业收入结构
- 4、企业在管面积
- 5、企业竞争优势分析
- 6、企业发展战略

五、绿城服务

- 1、企业发展概况
- 2、企业业务矩阵
- 3、企业收入结构
- 4、企业在管面积
- 5、企业竞争优势分析
- 6、企业发展战略

六、华润万象生活

- 1、企业发展概况
- 2、企业业务矩阵
- 3、企业收入结构
- 4、企业在管面积
- 5、企业竞争优势分析
- 6、企业发展战略

第五部分 发展前景展望

第十一章 2024-2030年物业服务行业前景及趋势预测

第一节 2024-2030年物业服务市场发展前景

- 一、2024-2030年物业服务市场发展潜力
- 二、2024-2030年物业服务市场发展前景展望
- 三、2024-2030年物业服务细分行业发展前景分析

第二节 2024-2030年物业服务市场发展趋势预测

- 一、2024-2030年物业服务行业发展趋势
- 二、2024-2030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 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

第二节 对我国物业服务品牌的战略思考

- 一、物业服务企业品牌的现状分析
- 二、我国物业服务企业品牌建设路径
- 三、我国物业服务企业品牌战略着力点

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

第十三章 研究结论及发展建议

第一节 物业服务行业研究结论

第二节 物业服务行业发展建议

一、延伸多种管理类型和多元化发展

二、从经营竞争向“品牌”战略发展

三、从战略高度广泛吸纳培养人才

图表目录：

图表1：2016-2023年中国GDP发展运行情况

图表2：2016-2023年中国固定资产投资（不含农户）投资情况

图表3：2022-2023年中国规模以上工业同比增长速度

图表4：2016-2023年中国社会消费品零售总额情况

图表5：2016-2023年中国货物进出口总额情况

图表6：2014-2023年中国城镇化率变化趋势图

图表7：2014-2023年中国人口数量情况

图表8：2012-2023年中国人口性别数量情况

图表9：2014-2023年中国人口密度情况

图表10：中国部分省市人口密度情况

图表11：2011-2023年中国居民人均可支配收入情况

图表12：2008-2023年中国城镇及农村居民收入及消费支出情况

图表13：2023年居民人均消费支出构成占比

图表14：2023年居民人均消费支出情况 单位：元

图表15：我国物业服务行业相关政策

图表16：各省市物业服务行业相关政策

图表17：2023年全球物业服务市场结构

图表18：2014-2023年全球物业服务市场规模

图表19：2023年全球物业服务区域市场分布

图表20：2014-2023年法国物业服务市场规模

图表21：2014-2023年美国物业服务市场规模

图表22：2014-2023年瑞士物业服务市场规模

图表23：2014-2023年意大利物业服务市场规模

图表24：2015-2023年中国商品房销售面积情况（单位：万平方米）

图表25：2015-2023年中国商品房销售额情况（单位：亿元）

图表26：2023年12月全国重点城市新房成交面积

图表27：2015-2023年中国房地产开发企业到位资情况

图表28：2015-2023年中国房地产开发企业资金来源（单位：亿元）

图表29：2015-2023年中国房屋竣工面积情况

图表30：2015-2023年中国住宅竣工面积情况

图表31：2023年中国房地产企业销售TOP20

图表32：我国物业服务行业发展历程

图表33：2014-2023年中国物业服务面积走势

图表34：2014-2023年中国细分物业管理面积结构

图表35：2014-2023年中国物业服务市场规模情况

图表36：2014-2023年中国物业服务细分市场情况

图表37：2014-2023年中国物业服务面积及细分市场发展

图表38：2014-2023年我国住宅物业管理面积走势图

图表39：2014-2023年我国住宅物业市场规模统计

图表40：2024-2030年我国住宅物业管理面积预测

图表41：2024-2030年我国住宅物业市场规模预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202010/900242.html>