

高职高专物业管理专业系列教材

# 物业管理市场

全国房地产行业培训中心组织编写  
张弘武 主编



中国建筑工业出版社

高职高专物业管理专业系列教材

# 物 业 管 理 市 场

全国房地产行业培训中心组织编写

张弘武 主编

罗永泰 主审

中国建筑工业出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

物业管理市场 / 全国房地产行业培训中心组织编写.

北京: 中国建筑工业出版社, 2004

(高职高专物业管理专业系列教材)

ISBN 7-112-06621-2

I. 物… II. 全… III. ①物业管理: 市场管理—高等学校②技术学校—教材 IV. F293.33

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 067545 号

本书主要介绍了物业管理市场的产生、发展、特点、制约机制、运行规律和相关主体在市场运行各环节中的工作程序, 以及政府对物业管理市场的管理和调控等问题。

本书可以作为高等院校物业管理专业及相关专业的教材或教学参考书, 也可供从事物业管理的工作人员参考。

\* \* \*

责任编辑: 王 跃

责任设计: 孙 梅

责任校对: 李志瑛 王金珠

高职高专物业管理专业系列教材

物 业 管 理 市 场

全国房地产行业培训中心组织编写

张弘武 主编

罗永泰 主审

\*

中国建筑工业出版社出版(北京西郊百万庄)

新华书店总店科技发行所发行

北京市兴顺印刷厂印刷

\*

开本: 787×1092 毫米 1/16 印张: 11 1/4 字数: 272 千字

2004 年 8 月第一版 2004 年 8 月第一次印刷

印数: 1—3000 册 定价: 16.00 元

ISBN 7-112-06621-2

F·569 (12575)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

本社网址: <http://www.china-abp.com.cn>

网上书店: <http://www.china-building.com.cn>

## 《高职高专物业管理专业系列教材》编委会名单

(以姓氏笔画为序)

主 任：肖 云

副 主 任：王 钊 杨德恩 张弘武 陶建民

委 员：王 娜 刘 力 刘喜英 杨亦乔 吴锦群

佟颖春 汪 军 张莉祥 张秀萍 段莉秋

参编单位：全国房地产行业培训中心

天津工商职业技术学院

天津市房管局职工大学

## 前 言

物业管理服务在我国登陆已经二十余年,但这种服务大多不是在开放的市场中进行的交换,而是由房地产开发商直接派给了自己的管理部门,供求双方均无选择的自由,使物业管理的发展受到一定影响。《物业管理条例》及其配套法规的出台,改变了这种私相授受的交换方式,保护了业主的合法权益。现行的法规强制达到一定规模的住宅物业必须公开招标,物业管理企业可以在完全开放的市场上公平竞争。国家通过立法所创造的需求,拉动了物业管理市场的发展。但由于我国物业管理市场启动较晚,市场运行中出现的许多问题都值得探讨。本人不揣冒昧,根据自己对国家法规政策的理解和招标投标策划中所得到的体会,对物业管理市场相关问题提出一些看法,并将其编撰成书以飨读者。

本书面对的读者主要是物业管理相关专业的学生和业内人士,为此力求突出实践性和可操作性。书中对物业管理市场运作程序着墨较多,而且插入了一些较为实用的表格和文本,供读者参考。

天津财经学院首席教授、博士生导师、微观经济研究所所长、乌克兰国家科学院名誉院士罗永泰为本书主审;天津市土地局南毅同志和天津市物业管理办公室王军同志及其他各位领导为本书的编写提供了大量资料;全国房地产行业培训中心的马丽参与了本书的校对,在此共达谢忱。

由于本人水平所限,肯定有不少疏漏谬误之处,尚希业内专家不吝指正。

# 目 录

|                         |    |
|-------------------------|----|
| 第一章 概述 .....            | 1  |
| 第一节 物业管理市场的产生与发展 .....  | 1  |
| 第二节 《物业管理市场》研究的范围 ..... | 3  |
| 第三节 基本概念和基础知识 .....     | 4  |
| 复习思考题 .....             | 14 |
| 第二章 物业管理的特征 .....       | 15 |
| 第一节 物业管理服务活动的特性 .....   | 15 |
| 第二节 管理模式的特点 .....       | 16 |
| 复习思考题 .....             | 17 |
| 第三章 物业管理市场的特征 .....     | 18 |
| 第一节 没有“物流”只有“人流” .....  | 18 |
| 第二节 供求关系确定方式特殊 .....    | 18 |
| 第三节 国家干预 .....          | 19 |
| 第四节 供求主体特殊 .....        | 20 |
| 第五节 各主要环节的时间顺序错位 .....  | 21 |
| 第六节 受载体的牵制 .....        | 22 |
| 第七节 不同市场的比较 .....       | 22 |
| 复习思考题 .....             | 23 |
| 第四章 物业管理市场的主体 .....     | 24 |
| 第一节 供给主体 .....          | 24 |
| 第二节 需求主体 .....          | 29 |
| 第三节 协调主体 .....          | 32 |
| 第四节 非市场行为主体 .....       | 33 |
| 复习思考题 .....             | 36 |
| 第五章 物业管理市场的运行机制 .....   | 37 |
| 第一节 供求之间制约机制 .....      | 37 |
| 第二节 价格调节机制 .....        | 39 |
| 第三节 政府的监控机制 .....       | 39 |
| 复习思考题 .....             | 43 |
| 第六章 物业管理市场上中介的服务 .....  | 44 |
| 第一节 物业管理市场上的代理 .....    | 44 |
| 第二节 物业管理市场上的咨询活动 .....  | 46 |
| 第三节 物业管理市场上的居间活动 .....  | 48 |

|                               |            |
|-------------------------------|------------|
| 复习思考题 .....                   | 49         |
| <b>第七章 物业管理招标 .....</b>       | <b>50</b>  |
| 第一节 物业管理招标内容和招标形式 .....       | 50         |
| 第二节 招标的组织 .....               | 54         |
| 第三节 招标程序 .....                | 56         |
| 复习思考题 .....                   | 62         |
| <b>第八章 物业管理招标常用文件 .....</b>   | <b>63</b>  |
| 第一节 招标公告和邀请书 .....            | 63         |
| 第二节 招标文件 .....                | 66         |
| 复习思考题 .....                   | 85         |
| <b>第九章 物业管理市场营销 .....</b>     | <b>86</b>  |
| 第一节 物业管理市场营销的特点 .....         | 86         |
| 第二节 物业管理市场调查分析 .....          | 86         |
| 第三节 市场细分 .....                | 91         |
| 第四节 目标市场的选择 .....             | 92         |
| 第五节 练好内功打造市场名牌产品 .....        | 95         |
| 复习思考题 .....                   | 96         |
| <b>第十章 物业管理投标 .....</b>       | <b>97</b>  |
| 第一节 物业管理投标人 .....             | 97         |
| 第二节 投标目的 .....                | 98         |
| 第三节 投标程序 .....                | 99         |
| 第四节 投标决策 .....                | 101        |
| 第五节 投标宣讲和答辩 .....             | 104        |
| 第六节 夺标策略 .....                | 107        |
| 复习思考题 .....                   | 108        |
| <b>第十一章 投标文件 .....</b>        | <b>109</b> |
| 第一节 投标文件的主要内容 .....           | 109        |
| 第二节 投标文件的形式和包装 .....          | 112        |
| 第三节 制定投标文件的几个关键问题 .....       | 113        |
| 复习思考题 .....                   | 114        |
| <b>第十二章 物业管理决标 .....</b>      | <b>115</b> |
| 第一节 决标的原则 .....               | 115        |
| 第二节 决标程序 .....                | 116        |
| 第三节 决标技术 .....                | 126        |
| 复习思考题 .....                   | 133        |
| <b>第十三章 物业管理市场的法律保障 .....</b> | <b>134</b> |
| 第一节 相关法规政策 .....              | 134        |
| 第二节 物业管理相关合同 .....            | 141        |
| 第三节 物业管理市场上的法律服务 .....        | 149        |

复习思考题 ..... 149

第十四章 物业管理市场的监督管理 ..... 151

第一节 物业管理市场上目前存在的问题 ..... 151

第二节 市场化的引导 ..... 154

第三节 物业管理招标投标专职管理机构 ..... 156

第四节 对招标投标过程的监督管理 ..... 159

第五节 物业管理招标投标公证 ..... 163

第六节 交换过程的管理 ..... 167

复习思考题 ..... 171

参考文献 ..... 172



# 第一章 概述

房地产在消费过程中有多种管理模式。解放以后我国城市房屋的产权多为公有,国家一直委托房地产行政主管部门采用行政手段来管理。改革开放后,产权结构发生了巨大的变化,传统的管理模式不能适应多元化的产权结构。因此,迫切需要一种新的管理模式替代传统的管理模式。但是究竟采用哪种模式进行管理为好,在当时尚无权威性的结论。从20世纪80年代初期到90年代初期,出现了多种管理模式并存的局面,如:街道管理、开发商管理、物业管理以及街道、开发商和居民的三结合管理等。直到1993年经过十几年的工作实践和专家论证、总结,一致认为专业化、社会化、企业化和经营型的物业管理,是现阶段房地产消费过程中的最为理想的管理模式。

传统管理模式和新兴的物业管理模式的最根本的区别,就在于传统管理模式是计划经济的产物,而物业管理是市场经济的产物。要想推动物业管理快速发展,就必须对物业管理市场的产生、发展及其运行的规律进行深入的研究。

## 第一节 物业管理市场的产生与发展

### 一、物业管理市场启动

物业管理市场的产生是生产力水平提高和经济发展的结果,社会分工深化必然导致制度化交换机制的建立。科学技术的发展,使一些技术含量较高的设备成为物业的组成部分之一。使用和维护这些设备需要有很高的专业知识和技能,于是一种新的商品——物业管理服务便应运而生了。业主必须到市场上购买这种商品,满足消费过程的需要。在市场经济的社会里,此类商品的市场早已形成,但在我国因为物业管理工作开展得较晚,其市场的形成也姗姗来迟。

物业管理虽然是市场经济的产物,然而在初始阶段并没有走向市场,而是依附于开发商的羽翼之下,成为开发商的附庸。严格地讲,这还不是真正意义的物业管理,仅仅是房地产开发的售后服务。物业管理应当是专业化、社会化、企业化和经营型的。但当时的专业化程度并不高,社会上专业服务机构也还没有建立起来;更谈不上社会化,因为服务的供给主体封闭在开发企业的内部,只管理自己所开发的房地产;也不是企业化,虽然开发商是企业,但管理机构本身不是独立的企业法人,不可能与开发商形成平等企业之间的合同关系,无法以独立企业身份运行;因为没有进入市场也就没有办法把“物业管理服务”这一商品放到市场中去经营,所以也不是真正的经营型。我们这样分析问题并不是想否定当时的成就,提倡市场化也不是想抹煞开发商扶植物业管理的作用。没有学会走路不可能会跑步,应该说这是物业管理发展历程中不可逾越的必然阶段。没有房地产开发企业对物业管理的培育,也就不会有今天物业管理的大好局面。房地产开发企业,对中国物业管理发展所起的作用将永

远载入史册。但我们不能总在摇篮里生活,也不能总靠学步车走路,引进市场竞争机制是物业管理发展的必然趋势。

### (一) 房地产开发与物业管理合一的弊端

物业管理囿于房地产开发企业内部,开发商、业主和物业管理企业各有苦衷:

#### 1. 管理者处于被动地位

房地产开发企业以生产和流通为主,消费中的管理从属于生产和流通。在开发商的眼里,管理只不过是开发扫尾,必须听命于开发商的安排,管理者没有主动权。

#### 2. 业主的权益不能得到有效保障

物业管理者不是受业主直接委托,没有形成相互制约的合同关系。当开发商和业主的利益发生冲突时,管理者为了维护开发商的利益而不得不损害业主的利益。

#### 3. 依赖母体供血

由于管理者并没有把业主的利益放在第一位,业主也不可能百分之百按时付费,管理工作难以为继。而开发商为了顺利售房,管理成本只能由开发商承担。物业管理不能完全自给,而依靠母体供血生存。

#### 4. 代人受过责任不清

房地产在开发建设的过程中,设计、施工或供料等任何一个环节问题都会影响质量。这些质量问题应该是开发建设单位的责任。但业主入伙后,在使用中发现了其中的问题往往迁怒于管理者,使之代开发商和施工单位受过。

#### 5. 影响物业管理发展

房地产开发和物业管理混在一起,各主体的责任、权利、义务模糊不清。物业管理在经济上不能独立,严重地影响了物业管理的发展。

有鉴于此,开发商、业主、物业管理企业和行业的行政主管部门,都希望通过市场竞争来解决这些问题。

### (二) 物业管理市场启动

在1994年,某城市政府兴建的三十多万平方米的住宅小区,拟通过招标的方式确定物业管理单位。但当时并不是在公共媒体上公开招标,而是房地产行政主管部门向其所属的几个物业管理公司下发通知,让他们前来投标。这种招标方式,有点近似于邀请招标。虽然如此,但此举毕竟开物业管理招标之先河,打破了物业管理服务私相授受的局。此后,在各地陆续出现了用邀请招标和议标的方式来选聘物业管理企业。大约从1996年开始,有些地区在选聘物业管理企业时,已经在公众媒体上公开招标。这标志着我国真正的物业管理市场竞争已经开始,物业管理市场已经启动。

### 二、物业管理市场的培育

物业管理市场的启动是物业管理的一个新起点,还需要社会和全行业的培育。培育市场必须要强化市场需求,抑制非市场行为的交换,规范主体的行为使之日趋成熟。解决这一问题的办法是立法、舆论宣传和建立完善的市场运行机制。法律是强制性的,通过立法使房地产开发与物业管理剥离,通过立法强制物业管理的消费需求。舆论宣传的作用是讲清道理、转变观念,使全社会都能认识到物业管理和物业管理市场对每一个社会成员的重要意义。

近几年来立法问题正在逐渐解决,已经出台了《物业管理条例》、《招标投标法》、《前期物

业管理招标投标管理暂行办法》和《物业服务收费管理办法》等。各地也相继制定了与之配套的实施细则,并建立了相应的组织机构,物业管理市场必将迅速得到发展。

国家通过强制招标引导消费需求,而消费者在尝到了物业管理的甜头以后就成为了自愿的需求。市场上有了消费者的需求意愿,国家再订立一系列的游戏规则,物业管理市场将会日趋完善。

### 三、物业管理市场的发展趋势

相关法律法规的出台使房地产开发企业不得不走向市场,物业管理企业也离开了母体而展开激烈的竞争。有些企业可能会徘徊观望,甚至是为了眼前的蝇头小利而设法抵制市场的形成。但这也只能是螳臂挡车,物业管理市场肯定要向前发展,估计发展的趋势是:

#### (一) 住宅物业全面招标

由于法律强制住宅必须通过招标选择物业管理企业,开发商回避招标已不太可能。虽然各地都规定了一定规模的限制,但低于这个规模的开发项目也很难通过规划管理部门的审批。因此绝大部分的住宅物业,都会采用公开招标的方式确定供求关系。

#### (二) 物业管理企业纷纷脱钩

《物业管理条例》规定:“从事物业管理活动的企业应当具有独立的法人资格。”原来依附于开发企业的物业管理机构,只能与其脱钩,否则无法接管新的项目。

#### (三) 非住宅物业陆续竞标

市场机制的建立,使物业管理的当事人尝到了甜头。虽然国家现在不强迫非住宅物业招标,但许多非住宅项目的开发商将会主动招标,物业管理市场日趋完善。

## 第二节 《物业管理市场》研究的范围

### 一、基本概念

本书首先应探讨与物业管理市场相关的基本概念。1994年以后,物业管理的有关书籍开始陆续出版,迄今已不计其数。也正是由于有这么多的学者和业内人士对物业管理的深入研究,才使物业管理得到长足的发展。但早期出版的一些书籍对于有关物业管理市场基本概念的描述并不十分清楚,有的甚至把物业和物业管理、房地产市场和物业管理市场混为一谈。为了澄清有关的概念,也为了在书中探讨问题方便,在本书开始时拟将本书涉及到的基本概念先交代清楚。对于在业内还有争议的问题,也在此阐明自己的观点。

### 二、市场运行规律

研究市场首先应该分析市场的供求关系,把握市场供求变化规律。物业管理市场供求变化有其自身的特点,而且与房地产市场和服务市场有着千丝万缕的联系。本书对此试图予以揭示。

### 三、主体责任

物业管理具有主体广泛性的特点,参与物业管理市场运行的主体很多,但各个主体对自己和相互之间所应承担的责任和义务并不十分清楚,以致使物业管理市场无法正常运行。如:物业管理市场上需求方的支付意愿问题较大。许多物业管理项目服务费收缴率极低,不能支付物业管理服务成本,服务活动难以为继。细究其原因,并不是物业管理市场的供给方所提供的商品质量有问题,而是物业管理服务活动载体的质量有问题。按道理讲,应该追究

物业市场上供给方的责任,但物业市场的供给方是房地产开发商而不是物业管理企业。可是业主对责任主体浑然不知或开发商售房后已难寻去向,只好迁怒于物业管理市场的供给方。为了使物业管理市场正常运行,本书有必要对物业管理市场上各个主体的责任予以澄清。

#### 四、物业管理市场运行方式

由于物业管理市场的主体和客体与普通商品市场上的主体和客体有很大的差别,因此市场的运行方式也有所不同。本书拟对物业管理市场运行规律进行探讨,并介绍主要运行方式。

#### 五、管理和调控

物业管理市场的主体是非常广泛的,市场是否能够正常发展直接影响着社会成员的切身利益,政府必须对其进行必要的管理和调控。特别是市场启动伊始,更要规范和引导市场的发展方向。本书也想就目前市场上出现的问题,以及如何管理和调控市场进行探讨。

### 第三节 基本概念和基础知识

#### 一、物业

##### (一) 物业的含义

物业是物业管理的标的物,是研究物业管理的核心,但国家对物业一词并没有明确而权威的解释。“物业”原为香港地方俚俗之语,意指单元性的房地产,包括一宗土地、一幢楼宇或一套住房。20世纪80年代初此词已经传到大陆,但字典中并无确切解释,将其理解为房地产也不十分准确,因此大陆多不使用。自从1994年《城市新建住宅小区管理办法》出台以后,为了区别房地产消费过程中传统的管理模式,而把新的管理模式称之为“物业管理”。从此“物业”一词不胫而走,成为家喻户晓的词汇。但我们所指的物业与香港人所说的物业并不完全相同。我们所指的物业是消费阶段的房地产,而香港所说的物业包括了尚未开发建设的生地。

抛开物业的社会属性不谈,物业的自然属性应包括房屋和土地。但《物业管理条例》的第六条明确指出:“房屋所有权人为业主”。意即物业管理中所说的“物业”不涉及土地。因为业主应当是财产的所有权人,而按照宪法规定我国“城市的土地属于国家所有”。任何人都不会拥有土地的所有权,最多只能拥有使用权。因此业主所拥有的所有权中不包括土地。在以后的探讨中也仅围绕着有关房屋、相关设施、设备和场地问题,而不探讨没有建筑物的土地及其使用权问题。

“物业”的概念国家并无法定解释,《物业管理条例》也未直接做出回答。如果我们把管理的标的理解为物业,或者按照一些地方法规对物业的诠释,则“物业”应该是指:“房屋和与其相配套的共用设施、设备和场地”。这一解释在业内基本能够达成共识。

在物业管理过程中,物业是管理的标的物,是物业管理活动的载体,也是沟通各主体之间关系的介质。对于异产毗连房屋(即多主楼宇或区分所有权建筑),由于存在着共有部位或共有设备,因此众多业主才成为某一不动产的共有人。为了维护共有财产的完好,就需要每一个业主承担一定的义务。物业是连接业主的共同利益的纽带,业主之间的相互制约仅涉及物业业权而引起的行为。物业是确立业主之间财产共有人关系的介质。如果没有物业

就不存在物业管理服务行为,业主和物业管理公司就是毫不相干的两个主体。有些登门入户的服务活动属于家政服务,而不是物业管理服务。因此,物业是反映物业管理服务质量,连接物业管理供求双方的介质。

## (二) 物业的分类

在研究物业管理市场的过程中,肯定要涉及到各种类型的物业。为了后面描述问题的方便,在这里必须要把物业不同类型分析清楚。物业的分类方法有很多种,许多专家、学者各持己见很难统一,业内也有许多不同的看法。本人认为,研究任何问题应以法律、法规和规范规定为准。房屋虽然不等于物业;但房屋毕竟是物业的核心,研究物业应当围绕房屋及其配套设施、设备和场地进行。有关房屋的分类,我国房产测量规范中有明确的规定,应以国家现行规范为准,目前已经出台的国家规范中也只有《房产测量规范》涉及到了物业的分类问题。按照《房产测量规范》的规定,把物业分为房屋用地和房屋两大类,房屋的分类有三种,即:按房屋的产别分类、按房屋的建筑结构分类和按房屋用途分类。

### 1. 房屋用地分类

(1) 商业、金融业

(2) 工业、仓储

(3) 市政

(4) 公共建筑

(5) 住宅

(6) 交通

(7) 特殊

### 2. 房屋按产权类别划分

(1) 国有

(2) 集体所有

(3) 私有

(4) 联营企业所有

(5) 股份制企业

(6) 港、澳、台投资

(7) 涉外

(8) 其他

### 3. 房屋按建筑结构类别划分

(1) 钢结构

(2) 钢、钢筋混凝土结构

(3) 钢筋混凝土结构

(4) 混合结构

(5) 砖木结构

(6) 其他结构

### 4. 房屋按用途类别划分

(1) 住宅

(2) 工业、交通、仓储

(3) 商业、金融、信息

(4) 教育、医疗卫生、科研

(5) 文化、娱乐、体育

(6) 办公

(7) 军事

(8) 其他

(三) 物业管理区域

前面我们说过物业是反映物业管理服务质量,连接物业管理供求双方的介质,没有物业谈不到物业管理,更不会有物业管理市场。但是一套 100 平方米的住宅可以理解为一个物业的单位,一个几十万平方米的小区也可以理解成为一个物业的单位。作为物业管理市场商品交换的载体,究竟物业量定位到什么程度才最为适宜、才便于物业管理的实施、才便于物业管理市场运作,是我们现在要研究的问题。国家的《物业管理条例》规定:“一个物业管理区域成立一个业主大会”(第九条),“一个物业管理区域由一个物业管理企业实施物业管理”(第三十四条)。物业管理区域是物业的集合,是物业管理的基本单位,是物业管理市场供求双方进行商品生产、交换和消费的载体。《物业管理条例》第九条规定:“物业管理区域的划分应当考虑物业的共用设施设备、建筑物规模、社区建设等因素。具体办法由省、自治区、直辖市制定”。现在各地有关物业管理区域划分的方法有很多种,有的以订立同一业主公约的物业来确定、有的以拥有相对独立的共用设施设备来确定、有的以主要交通道路围合而成的区域来确定、有的以自然街坊或封闭小区来确定。在物业管理市场运行时,一定要注意到各地的有关规定,界定物业管理区域的范围。

(四) 物业管理项目

物业管理企业对于所接管的每一个物业管理区域,都应作为一个项目去管理。在物业管理市场上,也是以某一个物业管理项目去进行招投标的,项目是物业管理市场交换的单位。项目管理自古有之,但作为一种科学的管理手段应用于社会实践活动,则是始于 20 世纪中叶,近十几年才得到普遍的推广和应用。

项目是指按限定的时间、预算和质量标准完成的单件性的任务。项目管理是为了使项目能够实现所要求的目标、所限定的时间和所预测的费用,而进行的全面的计划、组织、协调和控制。单件性是项目的最主要特征,也可以理解为一次性。项目的任务和最终的成果是惟一的、没有完全相同的另一项任务。大批量的重复性生产活动不是项目。项目的单件性促使其管理者必须根据某一项目的特殊情况和要求进行管理。

项目应该有明确的目标,其目标可分为成果性目标和约束性目标。成果性目标是指项目的功能性要求,不同类型的各种项目应有各种具体的标准或技术经济指标。约束性目标是指项目的限制条件,包括时间、费用、环境和其他条件。项目是一个整体的管理对象,在按照需要配置生产要素时,必须以总体效益的提高为前提,做到数量、质量和结构的总体优化。由于项目实施过程中内外环境的变化,管理和生产要素的配置应该是动态的。项目应以最终结果进行分类,这样可以分为:建设项目、维修项目、科研项目、航天项目和服务项目。

物业管理的标的物——物业,从其出现伊始就是按项目进行管理的。决定立项之前要进行项目的可行性研究,然后要进行项目的报批工作,接下来就要进行项目的建设施工。生产阶段完成后,项目进入流通领域,通常需要进行项目的代理销售。项目在消费过程中,需



要专业化的管理以达到其设计使用功能,实现其使用价值。这种专业化的管理就是物业管理,属于服务类的项目管理。需要进行专业化管理的标的物——消费过程中的物业整体,就是物业管理项目。

物业管理项目是单件性的任务,首先管理标的物本身就有异质性,世界上找不到完全相同的两个项目。另外,物业的所有者——业主对管理质量标准的要求也不尽相同,因此其任务和最终结果是惟一的。物业管理的时间应在政府主管部门规定范围内由甲乙双方约定,因此物业管理项目有一定的时间要求。物业管理应在一定预算控制下完成,而且要达到一定的目标,物业管理服务活动具有项目的所有特征。物业管理项目是以消费过程中的某物业为整体的管理对象,按照国家规定和甲乙双方约定的成果目标和约束目标,所需完成的单件性任务。

#### (五) 物业的权属关系

管理的权利、义务和责任源于财产的产权,只有明确了物业的权属关系,才能对物业管理进行深入的研究。前面我们在物业分类中已经提到了物业的产权有国有、私有和集体所有等。但在一个物业管理区域内,究竟哪些是国有、哪些是私有、哪些是业主群体共同所有必须界定清楚。

现在新建的住宅小区都属于异产毗连房屋,有些商贸楼也是异产毗连房屋。按照建设部的解释“本规定所称异产毗连房屋,系指结构相连或具有共有、共用设备和附属建筑,而为不同所有人所共有的房屋。”(《城市异产毗连管理规定》第二条)。业内习惯上称之为多主楼宇。从产权关系上讲,异产毗连房屋实际上是国有产权、私有产权和业主共有产权的混合体。由于异产毗连房屋是物业管理的主要标的物,我国的物业管理也源于异产毗连房屋的出现,因此这种类型物业的物业管理市场是本书研究的重点。

消费者购买了物业以后,就拥有了物业的产权即所有权,使其所购部分成为“私有”物业。但如果所购买的物业不是单体的,或具有共有、共用设备和附属建筑的建筑物,就应该是异产毗连房屋,众多业主共同拥有的“共有”产权。在现在所能见到的文件中,大多不用“共有”而用“共用”。一是因为过去并没有把所有权与管理权密切挂钩;二是因为传统的房地产管理模式中产权均为国家所有,公共部位只能是共同使用而不能共同拥有。“房改”以后,虽然许多产权已经私有,但“插花”居多并未全部转变为私有,公共部位的产权关系比较模糊,只能使用“共用”一词。

在一个物业管理区域内也存在公有产权。“公”和“共”有不同的含义,“公有”是全民所有即国家所有,也可称为“国有”。“共有”是多个私人共同拥有,是一定范围内业主群体共同所有的财产。城市的基础设施应该是国有财产,物业管理的出现只是改变了管理模式并未变更权属关系。因此,城市基础设施仍然属于国有财产。不过随着城市管理体制改革的不断深化,有些已经交由国家的垄断性经营机构去经营管理,但产权关系并没有转交给任何私人企业。这些垄断性经营机构在经济上和政策上,仍然享受着特殊的照顾。

物业管理区域内私有、共有和公有产权究竟如何划分,国家迄今尚无明确规定,因此严重地影响了物业管理责任的界定及物业管理市场上正常的交换活动。为了研究物业管理市场方便,在此先阐明本书的观点。

##### 1. 物业的公有部分

物业管理区域内,建筑物以外的水、电、气和道路等基础设施应为公有即国有部分。公有部分业主和物业管理企业不负责养护和维修。

## 2. 物业的共有部分

### (1) 共有设施、设备

公有和共有设施、设备的界限应以建筑物的外围为准,建筑物以外为公有部分,建筑物以内为共有和私有部分。

1) 供水设施、设备,多层建筑以建筑物外第一个水表井为界,高层建筑以建筑物内供水泵房计费水表为界;

2) 排水设施、设备以建筑物外第一个检查井为界;

3) 供电设施、设备中使用架空线路的,高层以建筑物内配电箱为界,多层以建筑物外墙为界;使用地下埋设线路供电的,以电缆进线连接箱为界;

### (2) 建筑物的共用部分

前面我们已经分析了物业的公有部分,如果要把私有和共有分开,只需把私有部分剥离出去剩下的就是共有部分。建筑物的共有和私有部分不容易划分清楚,世界各国划分方法也不尽相同。有的国家是按空间划分,业主的私有部分仅为单元以内的空间,物质实体(包括所有的结构、装修和设备)都是业主群体共有;有的国家是按结构划分,建筑物的结构都是业主群体共有,装修可以是业主私有(设备在后面另议)。现在国内在这一问题的认识上比较混乱,有人认为建筑物中的单元门以内是业主私有部分,单元门以外是共有部分。我们认为不妥,单元以内的墙体也要抗剪切和传递上部荷载,对其他业主的单元照样起支撑作用。如果该业主装修时随便破坏墙体,造成承受动荷载或静荷载的能力下降,很容易使建筑物坍塌。可以认为,只要对建筑物整体结构起到一定作用的任何部位,都是业主群体共有部分。本书倾向于按建筑物结构划分共有和私有部分。虽然按空间划分对建筑物安全更加有利,但我国业主习惯于二次装修,按空间划分无法控制。

如果上述观点可以成立,则建筑物的共有部分具体指:屋盖、楼盖、楼板、楼梯、梁、柱、立杆、支墩、支撑、墙体、屋架、悬索、连接接点和基础等建筑实体的结构构造和承重结构。

业内习惯把物业分为建筑本体(或实体)和设施设备。以上我们分析了建筑本体,现在分析一下设施设备的共有和私有的划分方法。有人认为,以各种管线的安装方向为准,以横竖管线接点为界,铅直放置的为业主群体共有,水平放置的为业主个人私有。对于下水管线可以这样理解,但“自来水表”或“气表”,“横表”和“竖表”都有。对于给水管线或供气管线末端单元,如果所装计量表是竖表,又以横竖管接点为界,则该单元的计量表划入了共有部分。本书认为,应当以单元内的计量表为界,计量表以上是业主群体共有,计量表以下是业主私有。

## 3. 物业的私有部分

业主的个人私有部分包括业主单元以内的专用空间和装修,以及各种计量表以下的管线和业主专用设施、设备。毗连单元以结构部分为界,装修为所在单元的业主所有。

## 二、物业管理

物业管理是物业管理市场的商品。要想研究物业管理市场,就应对其商品有一个清晰的了解。



### （一）含义

众所周知,物业管理是舶来品,但是我们对物业管理的理解和外国人所说的物业管理并不完全一样。如果我们的一些英文资料中看到“Property management”时,千万不要理解为我国现行的管理模式。因为耐心看下去的话,很快就会发现所阐述的都是住宅租赁经营过程中的管理问题。可以认为,近代物业管理模式确实始于斯。在 19 世纪 60 年代,英国的一些出租的住房环境恶劣,承租人拒交租金,出租人利益不能得到保证。当时有一位女士,制定了严格的管理制度改善了居住环境,因此提高了租金收缴率。后来这种管理方式在一些国家和地区得到推广,时称“Property management”即物业管理。现在境外的物业管理公司大多仍然承担租赁经营的业务,而且设有住宅租赁经营代理部门。我们现在所说的物业管理,实际上是多主楼宇管理和商贸楼宇管理。因此广义的物业管理应该包括,多主楼宇、商贸楼宇管理和住宅租赁经营代理。

我国的物业管理有其特定的含义,《物业管理条例》第二条规定:“本条例所称物业管理,是指业主通过选聘物业管理企业,由业主和物业管理企业按照服务合同的约定,对房屋及配套的设施设备和相关的场地进行维修、养护、管理,维护相关区域内的卫生和秩序的活动。”物业管理是一种活动,更确切地说是一种以物业为标的所进行的服务活动。服务本身是一种产品,《质量管理和质量保证标准》规定:“产品是活动和过程的结果”,“产品包括服务、硬件、流程性材料、软件或它们的组合”。服务作为一种产品究竟始于何时现在已经无法考证,但在生活中却无时不在进行着。有些属于自我服务、有些是亲友之间的服务,这些仅仅是产品而不是商品。产品不一定是商品,只有进入市场进行交换才是商品。物业管理服务是经营性的服务,是一种供求双方在市场上进行交换的商品。

### （二）物业管理服务内容

物业管理服务实际上包括了物业消费过程中,针对物业所进行的管理和服务两项工作。物业管理服务的内容主要包括常规服务、专项服务和特约服务。

#### 1. 常规服务

对于异产毗连房屋的常规服务,一般是指物业管理企业向物业管理区域内的全体业主,所提供的最基本的公共性管理和服务。服务的目的主要是对业主群体共有财产和公共秩序的管理和维护。对于单一业主物业管理的常规服务,是对产权人所拥有的物业和秩序的管理和维护。常规服务通常需要写入物业服务合同之内,具体内容包括:

##### （1）建筑物共有部位的管理和服务

- 1) 建筑物的查勘鉴定;
- 2) 制定维修方案;
- 3) 编制维修预算和专项维修资金使用计划;
- 4) 组织维修、养护;
- 5) 建筑物档案资料管理。

##### （2）共有设施设备的管理和服务

- 1) 保证设施设备正常运行;
- 2) 办理设施设备使用许可证;
- 3) 不同级别的定期保养、检查和维修;
- 4) 设施设备档案资料的管理;