



普通高等教育土建学科专业“十一五”规划教材
全国高职高专教育土建类专业教学指导委员会规划推荐教材

KEHU
FUWU JICHU

客户服务基础

(物业管理与房地产类专业适用)

本教材编审委员会组织编写
何伟 主编

 中国建筑工业出版社

普通高等教育土建学科专业“十一五”规划教材
全国高职高专教育土建类专业教学指导委员会规划推荐教材

客 户 服 务 基 础

(物业管理与房地产类专业适用)

本教材编审委员会组织编写

何 伟 主编
佟颖春 主审

中国建筑工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

客户服务基础/何伟主编, —北京: 中国建筑工业出版社, 2010.6

普通高等教育土建学科专业“十一五”规划教材. 全国
高职高专教育土建类专业教学指导委员会规划推荐教材.
物业管理与房地产类专业适用

ISBN 978-7-112-12162-5

I. ①客… II. ①何… III. ①企业管理: 销售管理-商
业服务-高等学校: 技术学校-教材 IV. ①F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 103088 号

本书是根据全国高职高专教育土建类专业教学指导委员会制定的物业管理专业教育标准和培养方案及主干课程教学大纲编写的, 是高等职业院校物业管理专业的配套教材。本书主要介绍了客户服务概述、客户消费行为、客户消费心理、客户服务中的公共关系、客户服务中的公关礼仪、客户习俗等。

本书既可作为高职院校物业管理专业的学生用书, 也可作为物业管理行业经济与管理实际工作的参考用书。

* * *

责任编辑: 张 晶

责任设计: 张 虹

责任校对: 陈晶晶

普通高等教育土建学科专业“十一五”规划教材
全国高职高专教育土建类专业教学指导委员会规划推荐教材

客户服务基础

(物业管理与房地产类专业适用)

本教材编审委员会组织编写

何 伟 主编

佟颖春 主审

*

中国建筑工业出版社出版、发行 (北京西郊百万庄)

各地新华书店、建筑书店经销

北京红光制版公司制版

北京市书林印刷有限公司印刷

*

开本: 787×1092 毫米 1/16 印张: 12 $\frac{3}{4}$ 字数: 318 千字

2010 年 8 月第一版 2010 年 8 月第一次印刷

定价: 22.00 元

ISBN 978-7-112-12162-5

(19421)

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)

本教材编审委员会名单

主 任：吴 泽

副主任：陈锡宝 范文昭 张怡朋

秘 书：袁建新

委 员：(按姓氏笔画排序)

马 江	王林生	甘太仕	刘建军	刘 宇	汤万龙
汤 斌	陈锡宝	陈茂明	陈海英	李永光	李渠建
李玉宝	张怡朋	张国华	吴 泽	范文昭	周志强
胡六星	郝志群	倪 荣	袁建新	徐佳芳	徐永泽
徐 田	夏清东	黄志洁	温小明	滕永健	

序 言

全国高职高专教育土建类专业教学指导委员会工程管理类专业指导分委员会（原名高等学校土建学科教学指导委员会高等职业教育专业委员会管理类专业指导小组）是建设部受教育部委托，由建设部聘任和管理的专家机构。其主要工作任务是，研究如何适应建设事业发展的需要设置高等职业教育专业，明确建设类高等职业教育人才的培养标准和规格，构建理论与实践紧密结合的教学内容体系，构筑“校企合作、产学结合”的人才培养模式，为我国建设事业的健康发展提供智力支持。

在建设部人事教育司和全国高职高专教育土建类专业教学指导委员会的领导下，2002年以来，全国高职高专教育土建类专业教学指导委员会工程管理类专业指导分委员会的工作取得了多项成果，编制了工程管理类高职高专教育指导性专业目录；在重点专业的专业定位、人才培养方案、教学内容体系、主干课程内容等方面取得了共识；制定了“工程造价”、“建筑工程管理”、“建筑经济管理”、“物业管理”等专业的教育标准、人才培养方案、主干课程教学大纲；制定了教材编审原则；启动了建设类高等职业教育建筑管理类专业人才培养模式的研究工作。

全国高职高专教育土建类专业教学指导委员会工程管理类专业指导分委员会指导的专业有工程造价、建筑工程管理、建筑经济管理、房地产经营与估价、物业管理及物业设施管理等6个专业。为了满足上述专业的教学需要，我们在调查研究的基础上制定了这些专业的教育标准和培养方案，根据培养方案认真组织了教学与实践经验丰富的教授和专家编制了主干课程的教学大纲，然后根据教学大纲编审了本套教材。

本套教材是在高等职业教育有关改革精神指导下，以社会需求为导向，以培养实用为主、技能为本的应用型人才为出发点，根据目前各专业毕业生的岗位走向、生源状况等实际情况，由理论知识扎实、实践能力强的双师型教师和专家编写的。因此，本套教材体现了高等职业教育适应性、实用性强的特点，具有内容新、通俗易懂、紧密结合工程实践和工程管理实际、符合高职学生学习规律的特色。我们希望通过这套教材的使用，进一步提高教学质量，更好地为社会培养具有解决工作中实际问题的有用人才打下基础，也为今后推出更多更好的具有高职教育特色的教材探索一条新的路子，使我国的高职教育办得更加规范和有效。

**全国高职高专教育土建类专业教学指导委员会
工程管理类专业指导分委员会**

前 言

物业管理的客户服务是 21 世纪物业服务中不可或缺的内容，本教材是全国高职高专教育土建类专业教学指导委员会规划推荐教材，本着“以学生为主体、以就业为导向”的指导思想，本教材对客户服务课程进行了系统分析，从物业管理从业人员的客户服务专业基本知识、物业管理从业人员的客户服务心理素质、物业管理从业人员的客户服务公关意识、物业管理从业人员的客户服务行为规范进行阐述。

本书每章配以相应的思考题，有较高的实用性和针对性，对将要从事物业管理工作的学生有现实指导作用。本书由天津国土资源和房屋职业学院佟颖春副教授主审，其中第一章、第二章由天津现代物业管理公司总经理刘晶编写，第三章、第四章、第五章由天津国土资源和房屋职业学院杜晨编写，第六章、第十二章、第十三章由上海城市管理职业技术学院吉慧君编写，第七章、第八章、第九章、第十章、第十一章由天津国土资源和房屋职业学院何伟编写。本教材在编写过程中得到中国建筑工业出版社的指导和帮助，在此表示衷心感谢。由于编者学术水平有限，书中难免存在错漏与不足之处，恳请有关专家和广大读者批评指正。

目 录

第一章 客户服务概述.....	1
第一节 物业管理客户.....	1
第二节 常规性服务的内容.....	3
第三节 不同类型客户的服务.....	6
第四节 服务标准考核依据	11
第五节 客户关系维护	13
【练习与思考】	16
【案例分析】	16
案例思考	17
第二章 客户消费行为	18
第一节 物业管理客户消费项目	18
第二节 物业管理客诉	18
【练习与思考】	20
【案例分析】	20
案例思考	21
第三章 客户心理学概述	22
第一节 客户心理学的研究对象	22
第二节 客户心理学研究方法	23
【练习与思考】	25
【案例分析】	25
案例思考	25
第四章 客户的心理活动过程	26
第一节 心理学概述	26
第二节 客户的认识活动过程	29
第三节 客户的情绪、情感过程	35
【练习与思考】	39
【案例分析】	39
案例思考	39
第五章 客户的个性心理	40
第一节 客户的个性倾向性	40
第二节 客户的能力	44
第三节 客户的气质与性格	46
【练习与思考】	49

【案例分析】	49
案例思考	50
第六章 客户消费心理	51
第一节 消费流行	51
第二节 消费心理	54
【练习与思考】	58
【案例分析】	58
第七章 客户服务中的公共关系	59
第一节 公关与物业公关	59
第二节 物业管理公共关系构成要素	63
第三节 物业管理公共关系社会功能	69
第四节 公共关系组织机构与从业人员	71
第五节 客户服务的发展	78
【练习与思考】	82
【案例分析】	82
案例思考	83
第八章 客户服务中的公关职能	84
第一节 采集信息	84
第二节 咨询建议	86
第三节 参与决策	88
第四节 协调沟通	89
第五节 教育引导	92
【练习与思考】	94
【案例分析】	94
案例思考	94
第九章 客户服务中的公关程序	95
第一节 公共关系调查	95
第二节 公共关系策划	102
第三节 公共关系实施	108
第四节 公共关系评估	111
【练习与思考】	114
第十章 客户服务中的公关传播沟通	115
第一节 传播与公关传播	115
第二节 如何有效利用传播媒介	120
第三节 与传播媒介的维系技巧	122
第四节 企业形象识别系统	123
【练习与思考】	127
第十一章 客户服务中的公关专题活动	128
第一节 联谊活动	128

第二节 庆典活动·····	129
第三节 赞助活动·····	130
第四节 新闻发布会·····	132
第五节 开放参观·····	135
第六节 展览会·····	136
第七节 危机管理·····	138
【练习与思考】·····	142
【案例分析】·····	142
案例思考·····	143
第十二章 客户服务中的公关礼仪 ·····	144
第一节 个人礼仪·····	144
第二节 社交礼仪·····	151
第三节 职场礼仪·····	157
第四节 语言艺术·····	169
【练习与思考】·····	171
【案例分析】·····	172
案例思考·····	173
第十三章 客户习俗 ·····	174
第一节 民族礼俗·····	174
第二节 宗教礼俗·····	179
第三节 其他国家的礼俗·····	185
【练习与思考】·····	191
【案例分析】·····	191
参考文献 ·····	193

第一章 客户服务概述

【知识要求】

通过本章的学习，了解狭义和广义客户、常规性服务的内容、不同类型客户的服务、服务标准考核依据、物业管理客户服务、内部客户关系维护、外部客户关系维护。充分了解物业管理的客户分类和客户构成，做好客户服务工作。

【技能要求】

通过本章的学习，要求学生运用其基本原理，进行物业管理的客户分类和客户构成分析，明确各类客户的服务需求。

第一节 物业管理客户

人们通常认为，客户是指“产品或服务的最终接受者”，也就是通常意义上所称的消费者。然而，此种定义仅仅是一种狭义的客户概念。

物业管理中的狭义客户包括：业主、准业主和业主大会。

广义的客户概念应该是：“一切对企业的生存与发展有影响的组织或个人都可以称作客户”。

物业管理中的广义客户包括：内部客户和外部客户。

一、准业主

从下单买期房开始，直到竣工收房，在这中间很长一段时间，购房者对房子并不拥有真正的权属，他们的身份介于非业主和业主之间，“准业主”或许是对他们最准确的称呼。

二、业主

根据《物业管理条例》（国务院令第 379 号）中，第二章第六条之规定：“房屋的所有权人为业主。”

三、业主大会

根据《物业管理条例》（国务院令第 379 号）中，第二章第八条之规定：“物业管理区域内全体业主组成业主大会。业主大会应当代表和维护物业管理区域内全体业主在物业管理活动中的合法权益。”

四、内部客户

（一）物业服务公司各部门

物业服务公司各部门关系维护主要是指各项目管理中心与公司本部的关系维护。其重要性为：

- （1）专业职能部门的建立，能节约单项管理成本的支出，推进项目间的资源共享。
- （2）督促项目专业化水平的提高，避免因只注重短期利益而产生的不良后果。
- （3）项目管理中心应充分协调、利用企业各职能部门的资源，为项目服务，提高企业

整体的服务质量。

（二）物业公司员工

员工关系指在公司内部管理过程中形成的人事关系。其具体对象包括全体职员。员工是企业的内部公众。当前，大部分物业服务公司均属于劳动密集型企业，员工层次参差不齐，文化水平高低不等。因此，建立良好的员工关系，培养组织成员的认同感和归属感，形成向心力和凝聚力，就更为困难与重要。

五、外部客户概念

（一）房地产开发公司

在物业管理服务中，物业公司是通过对其房屋及其附属设施的服务与管理，保证业主能正常地居住和使用房屋，并逐步实现保值、增值的最终目标。在这一过程中，与物业企业接触最为频繁、紧密的是房屋的建造者——房地产开发公司（以下简称开发公司），与开发公司关系的维护直接影响业主的满意度、正常管理的实施等诸多问题。

（1）在房屋的设计、开发、销售阶段，物业企业通过早期介入的方式，根据项目管理的经验，为开发公司提供合理的意见和建议，并对施工及设计变更等方面进行监督，提高房屋设计的实用性与合理性，为物业管理的硬件配套设施打下良好的基础。

（2）开发公司各施工单位在维保期内的工作情况、尾款的结算、配套工程的验收、交接及项目的二次施工等，也是物业公司日常的一项重要管理工作。此类问题直接关系到项目今后的日常管理工作及费用支出，应通过开发公司对各施工单位进行统一调控和管理。

（3）在实际管理中，对与房屋质量问题的维修、项目内各类配套设施的到位情况、前期承诺事宜等，是业主重点关注的问题，也是项目中影响物业费收缴率及业主满意度的一个重要因素。对此，物业企业应协调开发公司积极解决，并尽可能地给业主以满意答复，充分利用物业企业的协调功能，提高物业企业和开发公司在业主心中的信誉度和满意度。

（二）专业部门和相关单位

各类专业配套设施，是影响业主居住环境的重要因素。物业公司应根据项目的实际情况及业主的需求，提供给开发公司配套部与专业配套部门，以保证各类配套设施及时到位，满足业主的正常生活需要。

（三）行政主管部门

以天津地区情况为例，根据《天津市物业管理条例》中第六条规定，天津市国土资源和房屋管理局是本市物业管理的行政主管部门，负责全市物业管理活动的监督管理。

区、县房地产管理局是本辖区物业管理的行政主管部门，负责本辖区内物业管理活动的监督管理。

规划、建设、市容、城市管理综合执法、公安、民政、市政、园林、物价等相关部门，按照各自职责负责物业管理区域内相关的行政管理和服务工作。

第七条规定：“街道办事处、乡镇人民政府应当明确部门和人员，负责本辖区内业主大会成立和业主委员会换届等项工作的组织、指导，监督业主大会和业主委员会依法履行职责，调解业主、业主委员会与物业服务企业之间的物业管理纠纷，协调物业管理与社区管理、社区服务的关系。”

（四）媒体

媒体关系也称新闻界关系，是公共关系中最敏感、最重要的一部分。这种关系具有明

显的两重性：一方面，新闻媒介是组织与公众实现广泛、有效沟通的必经渠道，具有工具性；另一方面，新闻媒介与公众的合一，决定了新闻界关系是一种传播性最强、公共关系操作意义最大的关系。因此，从对外公共关系实务工作和层次来看，新闻界往往被放在首要位置，或被称为对外传播之首。

第二节 常规性服务的内容

一、综合服务

(1) 建立物业管理制度和物业服务质量管理体系，制定较完善的物业管理方案并组织实施。

(2) 按规范签订物业管理服务合同，并按照合同约定公布物业管理服务项目、内容及物业管理服务标准。

(3) 服务人员统一着装、佩戴标识，语言规范、文明服务。

(4) 主要管理人员持有物业管理上岗证，特种作业员工应 100% 持有政府或专业部门颁发的有效证书上岗。

(5) 运用计算机对业主资料、房屋档案、设备档案、收费管理、日常办公等工作进行数字化管理。

(6) 建立完善的档案管理制度（包括竣工验收资料、设备档案管理、业主资料、日常管理档案等），各种基础资料、台账报表、图册应健全且保存完好。

(7) 设置“服务中心”，公示服务联系电话，24 小时有物业管理服务人员接待住户，处理物业管理服务合同范围内的公共性事务，受理住户的咨询和投诉，有效投诉处理率 100%。

(8) 提供有偿特约服务和代办服务，公示服务项目及服务标准。

(9) 采取入户走访、业主座谈会、电话沟通、问卷调查等形式开展回访工作，回访率 85% 以上。每年进行一次满意度抽样测评，满意率应达到 85%，并对薄弱环节进行改进。

(10) 建立、健全财务管理制度，定期公布物业管理服务费收支情况。

(11) 建立共用部位设施设备维修基金台账，账目清楚、准确，按规定使用共用部位设施设备维修基金，定期公布维修基金缴存和使用情况。

(12) 召集首次业主大会，协助组建业主委员会并配合其工作。

二、特约委托服务

特约委托服务项目可包含但不限于：

- (1) 住户有偿维修；
- (2) 代购代送煤气；
- (3) 代请家教；
- (4) 代理物业出租；
- (5) 接送小孩入学、入托；
- (6) 家庭卫生清洁；
- (7) 家庭绿化保养；
- (8) 洗衣服务；

(9) 打字、复印、传真服务。

三、房屋设施维护

(1) 按有关政策规定和业主公约约定对房屋及配套设施进行管理服务。

(2) 小区主出入口设小区房屋、道路平面分布图、宣传栏。小区内各路口、栋、门、户及其他配套设施场地标识齐全、规范、美观。

(3) 房屋外观（包括屋面、露台）完好、整洁；公共楼梯间墙面、地面无破损；外墙及公共空间无乱贴、乱涂、乱画、乱悬挂的现象；室外招牌、广告牌、霓虹灯按规定设置，整齐有序。

(4) 对违反规划私搭乱建及擅自改变房屋用途现象及时劝告，并报告有关部门依法处理。

(5) 阳台封闭规格色调一致。

(6) 空调安装位置统一，有条件的组织实施冷凝水集中排放。

(7) 房屋装修符合规定，有装修管理服务制度；与业主、装修公司签订装修管理协议，查验装修申请方案及审批记录；对进出小区的装修车辆、装修人员实行出入证管理；对装修现场进行巡视与检查，有日常巡查记录及验收手续；对私拆乱改管线、破坏房屋结构和损害他人利益的现象及时劝告，问题严重的报有关部门处理；督促装修垃圾的及时清运。

四、建筑设备设施的维修养护

(1) 维修养护制度健全并在所有工作场所明示，工作标准及岗位职责明确，执行良好；

(2) 共用设备设施按照项目配套建设管理责任分工运转正常，维护良好，有设备台账、运行记录、检查记录、保养记录；对设备故障及重大或突发性事件有应急方案和现场处理措施、处理记录。

(3) 实行 24 小时报修值班制度。急修报修半小时内到达现场，预约维修保修按双方约定时间到达现场，回访率 90% 以上。

(4) 水、电、电梯、监控等设备运行人员技能熟练，严格遵守操作规程及保养规范。

(5) 道路、停车场平整通畅，交通标识齐全规范。

(6) 楼道灯、景观灯等公共照明设备完好率 98% 以上，按规定时间定时开关。

(7) 设备用房整洁、主要设施标识清楚齐全，危及人身安全隐患处有明显标志和防范措施。

(8) 雨水井、化粪池每月检查 1 次，根据需要定期清理疏通，保持通畅，无堵塞外溢。

(9) 在接到相关部门停水、停电通知后，按规定时间提前通知用户。

五、环境卫生管理服务

(一) 环境卫生管理与服务

环境卫生管理是指物业管理中心通过对项目内室内公共区域（楼梯间、电梯间、楼内各类设施等）、室外公共区域（道路、院落、各类公共设施、建筑小品及景观等）、停车场、垃圾箱（桶）、垃圾房的清理，实现整体环境的整洁。

(二) 卫生防疫工作

卫生防疫工作是指物业管理中心通过对项目内垃圾箱、楼梯间、设备间等区域，进行

灭蚊、蝇、鼠害及传染病等所采取的投药、消毒等措施，保持整个项目健康的居住环境。

六、绿化及水系的养护内容

(一) 花木养护

(1) 植物疏密相间、草坪碧绿平坦，无病虫害。绿篱模纹图形清晰、花卉花色鲜艳、常绿植物树形美观、枝干挺拔。乔木树形美观，生长茂盛。

(2) 绿篱根据品种定时修剪，及时修剪，修剪后整齐美观，横平竖直，无漏剪及突出枝条。绿篱生长茂盛，萌生枝不得超过水平线 10 厘米。

(3) 花灌木生长旺盛，树冠丰满，及时剪除残花败枝。

(4) 树木生长健壮，无枯枝、断枝、病虫害枝条，叶色正常。

(5) 草花栽植必须保证 3 季有花。北方地区从 4 月 25 日至 11 月 1 日保证有草花供给。

(6) 节日期间的鲜花租摆、造型。

(二) 草坪养护

(1) 草坪无斑秃，覆盖率应达到 98% 以上。发现病虫害及时打药。

(2) 草坪及时修剪，草坪的最大高度应控制在 10 厘米以下，或 15 天修剪一次。

(3) 草坪内的杂草及杂物应及时清理。

(三) 建筑小品的养护

(1) 地面构筑物、建筑物外观完好、整洁。

(2) 建筑小品构造稳定，无安全隐患。

(3) 喷泉、水池面砖完好，无脱落、渗水现象。

(四) 水系的管理

(1) 水质检测，符合国家湖体水质标准。

(2) 控制湖体内生物群落的正常分布，以自然循环方式保持水质良好。

(3) 保持水面清洁，无漂浮物、水草、油渍。

(4) 对于小面积景观水系，应防止其自然蒸发或变质后对设备造成的损坏，应及时补水或投药。

(5) 使用水系设备、设施进行养护。

七、公共秩序管理与服务的内容及标准

(一) 公共秩序的维护

公共秩序的维护是指物业管理中心通过 24 小时秩序维护员巡查，智能安防设施监控等方式，对项目内各类安全隐患、突发事件进行有效的预防和控制，维护项目稳定、有序的公共秩序，为业主提供良好的生活环境。

(二) 24 小时全范围巡查与监控

(1) 根据项目特点及实际情况制定《突发事件紧急处理程序》，能正确、有效地处理发生的各类治安事件。

(2) 对项目内外来人员及危险品的进出进行管理与监控。

(3) 对项目内安全隐患具有一定预见性，降低治安案件的发生率。

(三) 消防管理与服务

消防管理是指物业管理中心通过日常消防管理与预防工作，有效地预防、控制火灾的

发生。其主要服务范围如下：

- (1) 根据项目特点及实际情况制定《消防预案》，能正确、有效地处理发生的火灾。
- (2) 定期对消防器材进行检查更换，保证火灾发生时能正常使用。
- (3) 定期进行消防演练，使物业管理中心具备火灾初期的有效控制能力。
- (4) 能对小区消防安全隐患、明火施工、易燃易爆物品进行管理，杜绝意外事件的发生。

(四) 车辆管理与服务

车辆管理是指物业管理中心通过对项目内交通秩序、车辆进出、停车泊位等方面的管理，保证项目内正常、畅通的交通秩序，及业主出行的安全。其主要服务范围如下：

- (1) 对车辆进行登记、核查，对非本项目车辆进出、停放进行严格的盘查与控制。
- (2) 指挥车辆进出及停放，保证道路畅通，无堵塞。
- (3) 对停放车辆进行检查、登记。
- (4) 做好停车场地的管理工作，为业主提供停车泊位。

第三节 不同类型客户的服务

一、民用住宅项目

住宅小区。城市居民的居住生活聚居地称为居住区。居住区是具有一定的人口和用地规模，以满足居民日常物质和文化生活需要的，为城市干道所分割或自然界限所包围的相对独立的区域。在规划设计中，居住区按居住户数或人口规模分为居住区、居住小区、住宅组团三级，一个完整的居住区由若干小区组成。同样，一个完整的居住小区由若干居住组团组成。每一个级别均需配套建设相应数量和级别的公共服务设施。对达到一定规模、基础设施比较齐全的居住区称为住宅小区（含居住小区、住宅组团）。

(一) 住宅小区的功能

从物业管理的角度来看，住宅小区是一个集居住、服务、经济、社会功能于一体的社会的缩影。

1. 居住功能

这是住宅小区最基础的功能。根据居民的不同需要，提供各种类型的住宅，如多种类型的居住单元、青年公寓、老年公寓等。在居住功能中，最重要的是能够提供人们休息的场地和环境，其次才是如饮食、盥洗、个人卫生、学习、娱乐、交际等功能。

2. 服务功能

住宅小区的服务功能是随着城市规划建设要求、房地产综合开发而来的，即要求小区的公用配套设施和小区的管理应能为居民提供多项目、多层次的服务。包括：教卫系统，如托儿所、幼儿园、小学、中学、医疗门诊、保健站、防疫站等；商业餐饮业系统，如饭店、饮食店、食品店、粮店、百货店、菜场等；文化、体育、娱乐服务系统，如图书馆、游泳池、健身房、电影院、录像室等；其他服务系统，如银行、邮局、煤气站、小五金、家电维修部等。

3. 经济功能

住宅小区的经济功能体现在交换功能和消费功能两方面。交换功能包括物业自身的交换，即开展住宅和其他用房的出售或出租经纪中介服务和小区管理劳务的交换，即业主通

过合同的方式将住宅小区的管理委托出去。消费功能指的是随着城市住房制度改革不断深化，住宅小区中的住宅将不断的商品化，并进行商业化的管理。

4. 社会功能

住宅小区的主体是居民，居民的活动是社会活动，聚集在住宅小区的各种社会实体，如行政治安机关、商业服务业、文化教育、银行等，是以住宅小区为依托，共同为居民服务，发挥各自的功能。这些实体之间、实体与居民之间、居民相互之间组成了住宅小区的社会关系、人际关系，形成了一个社会网络，相互影响和相互制约。

(二) 住宅小区物业管理的特点

住宅小区内居住着不同阶层、职业的家庭，不同的生活习惯、爱好、文化程度、道德水准、经济收入水平等决定了他们对居住环境要求和居住行为的差异。这些差异有时会产生各种各样的问题、矛盾和纠纷。这也给住宅小区的物业管理提出了更高的要求。住宅小区是小区内全体居民共同的家园，是大家共同生活的场所，建设和维护一个良好、和谐的居住环境就是全体居民共同的心愿。为减少和妥善处理发生的问题、矛盾和纠纷，有必要在自治自律的基础上对人们的居住行为做出某些限制和约束，制定一个大家共同遵循的居住行为的规范，即管理规约，其核心是任何人的行为不得违反社会公共利益、不得损害他人利益。也就是说，自治自律是相统一的，自治是在自律基础上的自治。每个人在享受一定权利的同时，也应承担相应的义务。

住宅小区物业管理还带有相当的复杂性，主要表现在三个方面。首先，小区的房屋产权的多元化要求管理上的权威性和统一性。不同产权性质的住宅在物业管理上的侧重点不同，如何针对产权的多元化实行统一的物业管理具有一定的复杂性。其次，小区的物业管理在实施过程中要涉及市政各部门、公安、街道办事处等多个部门和单位，如何协调好相互间的关系和利益，明确各自的职责和管理范围，对搞好小区物业管理是至关重要的。最后，物业管理经费筹集的复杂性。不同产权形式下物业管理经费的筹集渠道不同，物业管理服务收费的计算原则不同，收缴方式不同。当前，中国的物业管理主要是在普通住宅小区推行，其住宅小区物业管理经费的筹集既要考虑到物业管理实际运作的成本费用，又要考虑到人民群众经济收入的实际水平。这种费用与支付能力的矛盾构成了现阶段住宅小区物业管理经费筹集的复杂性，带来了比非住宅物业更大的经费筹集困难，需要认真加以研究，制定稳妥可行的收费标准与办法。

二、商业用房

(一) 商场物业的类型

1. 按经营方式不同

可分为货柜隔离购物和开放式购物两类。货柜购物即每个层面购物被柜台或铺位分割成销售不同种类商品的小单元，顾客购物时不进入柜台直接挑选，由售货员拿给顾客，这种零售商店一般被称为百货商场（或专营店）。开放式购物是把零售商品陈列在开放式货架上，顾客可直接挑选，这种零售店被称为超级市场或仓储式购物中心。

2. 按楼宇功能不同

可分为单一经营性商店和综合多功能经营商店。

3. 按商业物业档次不同

可分为普通型和豪华型两种。普通型的商业物业的设施、设备和管理方式都是传统性

的，所经营的商品都是大众化商品。豪华型是高档的商业楼宇，其设施、设备齐全、先进，如电视监控、消防系统都由计算机系统控制，先进的管理设施，豪华、高雅的购物环境，是现代的商业楼宇。

（二）商场物业管理的特点、建筑特点

建筑内部一般用大间隔、大空间设置，使整个层面一览无遗；外观设计讲究宏伟、富丽，有的还有喷泉或小瀑布；装饰上追求典雅、奇特，气氛上力图营造浓烈、激情或温馨，造成感观上的刺激或和谐。据此，在管理上要求创造和维持环境的优美，使顾客在幽雅、轻松的环境中流连忘返，增强购物的信心和欲望。

1. 设施齐全

现代商业设备、设施先进，因而对管理人员的素质要求较高。

2. 客流量大

商场进出人员杂，不受管制，客流量大，易发生意外，安全保卫管理非常重要，有些零售商品易燃易爆，消防安全不得有半点松懈。

（三）商场物业的管理内容

1. 楼宇及附属设施、设备的养护及维修管理

商业楼宇的日常养护标准高，维修要求严，其内容同办公楼相似，但方式不同。商业楼宇的重点在于各种设施、设备，因为这些都能直接影响经营环境。高档的商业楼宇设施、设备多而复杂，电脑化程度高，如供电、监控、安全管理、消防、给水排水、交通管理等各系统大多互连网络，由计算机控制，所以维护管理至关重要，一些设备如电梯、自动扶梯等易出故障，保证其正常运行也靠平时养护。

2. 环境卫生及绿化管理

环境卫生是管理的重点，主要是外部环境和内部环境两方面。外部环境包括楼宇外墙、附属建筑设施及周围场地等；内部环境包括过道、自动扶梯、电梯、卫生间、会议室、餐厅等一切公用场所，以及承租户和业主的铺内、办公室等非公用部位。绿化是指内外环境的花草树木的种植及养护，旨在创造整洁、优美、和谐怡人的商业氛围。

环境卫生管理方面应注意以下几点：

（1）楼宇内外的广告牌、条幅、悬挂物、灯饰等，属商户铺内的，由商户提出设计要求或制作，但必须由物业服务公司统一安装在合理位置。

（2）柜台内陈列架上商品陈列应美观，不得凌乱或随意放置。

（3）商户铺内产生的垃圾须袋装并放至指定位置，及时清理。

（4）楼宇内外的主要卫生清洁时间应安排在非营业时间，营业期间必要的清洁应由清洁人员用抹布擦拭，尽量不用长柄拖布擦拭。

（5）进门处及其他公用过道应设置一些雨具存放器，尽量不要把带雨水的雨具带进大厅，同时注意清洁卫生。

（6）安防管理是商场物业管理的要点，必须予以重视。它由两部分组成：消防管理和公共秩序维护。

（7）商场楼宇一般都安装先进的自动火灾报警装置和自动灭火装置，这些装置直接与电视监控系统联网，一旦发现火情，烟雾达到一定的浓度或温度达到一定的高度这两种装置便自动通过导线将报警信号传输至报警装置、电视监控系统和自动喷淋装置。