

■ 中国物业管理师执业资格考试参考教材

WYGL

物业管理综合能力

中国物业管理协会 编写

中国建筑工业出版社

中国物业管理师执业资格考试参考教材

物业管理综合能力

中国物业管理协会 编写
韩 朝 主编 邹劲松 副主编

中国建筑工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

物业管理综合能力/中国物业管理协会编写;韩朝
主编. —北京:中国建筑工业出版社, 2006
中国物业管理师执业资格考试参考教材
ISBN 7-112-01979-6

I. 物… II. ①中… ②韩… III. 物业管理—
资格考核—教材 IV. F293.33

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 089782 号

中国物业管理师执业资格考试参考教材
物业管理综合能力

中国物业管理协会 编写
韩 朝 主编 邹劲松 副主编

*

中国建筑工业出版社出版、发行(北京西郊百万庄)
新华书店经销
北京天成排版公司制版
北京新丰印刷厂印刷

*

开本: 787×960 毫米 1/16 印张: 33 $\frac{1}{4}$ 字数: 688 千字
2006 年 8 月第一版 2006 年 8 月第一次印刷
印数: 1—30, 000 册 定价: **40.00** 元

ISBN 7-112-01979-6
(14379)

版权所有 翻印必究

请考生注意识别本书防伪标签:

本标签表面采用珠光变色技术, 通过变换
视角, 可看到“查询真伪”四字。拨打查询
热线电话, 核对刮开涂层后显现的 20 位数字,
可知本书真伪。举报电话: (010)88083105。

中国物业管理师执业资格考试 参考教材编审委员会

名誉主任：刘志峰

主任：谢家瑾

副主任：沈建忠 陆克华 姜万荣 徐俊达 王玉平
陈伟

委员：（以姓氏笔画为序）

刁向明	马象林	马永光	仇慎谦	王军
王鹏	王殿武	王晓瑜	王明炫	田在玮
冯占雄	刘德军	刘洪玉	刘金联	刘少为
刘勇	任宏	任景全	许怀云	许建华
许新民	仲伟斌	朱志刚	陈蔼贫	陈晨苗
陈家豪	陈庆芳	陈之平	陈智勇	杜挺
何从华	何华荣	李萍	李琼才	李文洁
李越	沈大鹏	吴德仁	吴建设	张年
张广云	张继刚	张景伊	张宣文	邹劲松
季如进	罗小钢	郑良雨	周士冲	周心怡
贵振富	赵成	柴强	桑卫京	翁国强
黄嘉辉	黄隆规	梁建	董贤钧	韩朝
彭安绪	彭先成	曾艳	蔡任重	蔡兴发
穆汉卿	薛福志	藏小军		

本书编写人员

(以姓氏笔画为序)

于延周 王瑞华 叶 丽 李媛辉 李 铮 张作祥
张文佳 宋 宁 何 川 吴建平 陈 灵 陈 凯
林子臣 林 震 侯 宁 董金宝 蒋 茸 廖彦君
燕 飞 魏 媛 魏 华

目 录

第一章 经济学基础知识与应用	1
第一节 需求、供给与局部均衡价格理论	1
第二节 弹性理论	8
第三节 生产理论	12
第四节 成本理论	19
第五节 市场失灵	23
第六节 经济学基础知识在物业管理中的应用	30
思考题	34
第二章 管理学基础知识与应用	35
第一节 管理与管理学	35
第二节 管理的基本职能	39
第三节 市场营销管理	42
第四节 企业经营战略	48
第五节 创新管理	52
第六节 管理学基础知识在物业管理中的应用	59
思考题	65
第三章 心理学基础知识与应用	66
第一节 梅奥的霍桑实验及人群关系理论	66
第二节 现代激励理论	68
第三节 劳动者心理与群体心理	73
第四节 个性心理差异与管理	80
第五节 心理学基础知识在物业管理中的应用	89
思考题	97

第四章 公共关系基础知识与应用	99
第一节 公共关系基础知识	99
第二节 人际关系概述	103
第三节 建立、维持和发展人际关系的原则和方法	116
第四节 公共关系基础知识在物业管理中的应用	123
思考题	131
第五章 行政管理学基础知识与应用	132
第一节 行政管理概论	132
第二节 工商行政管理概论	137
第三节 物业管理的行政管理	145
思考题	150
第六章 法律基础知识与应用	151
第一节 法学基础知识	151
第二节 民法基础知识	158
第三节 合同法基础知识	166
第四节 物权法基础知识	176
第五节 法律基础知识在物业管理中的应用	190
思考题	207
第七章 统计学基础知识与应用	209
第一节 物业统计概述	209
第二节 物业统计数据的搜集和整理	210
第三节 统计指标	227
思考题	231
第八章 保险基础知识与应用	232
第一节 概述	232
第二节 保险的类型	241
第三节 保险合同	243
第四节 保险险种及保险公司的选择	247

第五节 物业管理中的保险事务	259
思考题	269
第九章 社会学基础知识与应用	271
第一节 社会学基本概念	271
第二节 社会文化	274
第三节 个人社会化	277
第四节 社会组织	280
第五节 社会群体与社区	288
第六节 社会学在物业管理中的运用	292
思考题	308
第十章 建筑工程基础知识与应用	309
第一节 建筑和构成建筑的基本要素	309
第二节 建筑材料	313
第三节 建筑识图基本知识	328
第四节 建筑构造	370
第五节 建筑工程基础知识在物业管理中的应用	392
思考题	396
第十一章 建筑设备基础知识与应用	398
第一节 建筑给水、排水设备	398
第二节 通风、空气调节及供暖设备	429
第三节 建筑供、配电系统设备	457
第四节 建筑电气照明设备	463
第五节 建筑设备知识在物业管理中的应用	468
思考题	474
第十二章 建筑智能化基础知识与应用	475
第一节 建筑智能化系统概述	475
第二节 火灾自动报警控制系统	480
第三节 保安监控系统	488
第四节 照明控制系统	494

第五节	给水排水控制系统	496
第六节	热交换系统	499
第七节	空调控制系统	505
第八节	集成控制系统	508
第九节	建筑智能化基础知识在物业管理中的应用	513
思考题	517
参考文献	518

第一章 经济学基础知识与应用

相对于人类的无限需求而言，我们所拥有的资源绝大部分都是稀缺的，或者说有限的。这种“稀缺性”是经济学所关注和研究的永恒问题。对企业生产而言，在即定的有限资源条件下，如何进行合理配置资源，以使其能尽可能大的满足人类的需求，即生产什么、为谁生产、如何生产等问题就构成了经济学的核心论题。本章主要是从经济学的角度，结合物业管理实际，阐述物业管理经济学及相关问题。

第一节 需求、供给与局部均衡价格理论

一、需求

(一) 个人需求

个人需求是表示一个人在某一特定时间内，在各种可能的价格下，他将购买的某种商品的各种数量。个人对于商品的需求需要具备两个条件：第一，个人具有购买意愿；第二，个人具有支付能力。没有支付能力的购买意愿只是自然需要而不构成需求。个人需求受许多因素的影响，主要因素有：个人的偏好、个人的资产与收入、个人所购买的商品的价格、与个人所购买的商品的价格有关的其他商品的价格，以及消费者对商品未来价格的预期等。

如果假定其他条件不变，而只有消费者所购买的商品的价格发生变化，那么一元需求函数可以简单地表示为：

$$q_x^d = a - bP_x \quad (1-1)$$

式(1-1)中， q_x^d 表示消费者对于 x 商品的需求， P_x 表示 x 商品的价格， a 、 b 为常数，且 $a, b > 0$ 。

根据式(1-1)，可以大致地得出消费者的需求曲线，如图 1-1 所示。

从图 1-1 我们可以直观地看出：在一般情况下，消费者对于 x 商品的需求量与其价格之间呈现出相反

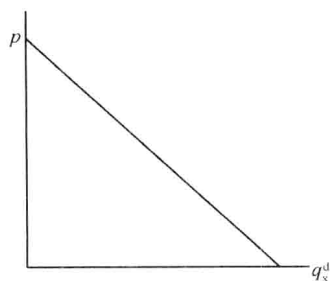


图 1-1 消费者需求曲线

的变化趋势。

同样，根据上述需求函数，我们还可以得出需求表。以线性需求函数为例，假定某消费者的需求函数为：

$$q_x^d = 8 - P_x \quad (1-2)$$

与式(1-2)的需求函数相对应的需求表如表 1-1 所示：

P_x (\$)	8	7	6	5	4	3	2	1
q_x^d	0	1	2	3	4	5	6	7

需求表反映了不同价格下消费者对 x 商品的不同需求量。

需求函数、需求表、需求曲线都是在某特定时期内的需求量与价格之间的关系。通常的需求曲线，不管是线性的需求曲线还是非线性的曲线，都是向右下方倾斜的。需求曲线向右下方倾斜的状况揭示了需求函数的一个重要特征，即需求量与价格呈反方向变化。这一特征被称为需求法则。

需求法则表述如下：假定其他条件不变，商品的需求量与价格呈反方向变化：价格上升，需求量下降；价格下降，需求量上升。

需求函数、需求表或需求曲线所刻画的是商品的需求量与商品的价格之间的关系，表明在各种不同价格下的需求量。一旦商品的价格发生变化，商品的需求量将随之发生变化。这种因商品自身的价格变化而引起的商品需求的变化称为需求量的变动。在局部均衡的条件下，需求理论中的另一种变动，即需求的变动也是值得探讨的。需求的变动是由于除了商品自身的价格以外其他因素的变化引起的。例如，消费者收入的变动、消费者偏好的变动、其他商品价格的变动等因素都会引起需求的变动。要区分需求的变动与需求量的变动。需求量的变动由于是商品自身价格的变化所引起的，因此并不改变需求函数，而需求的变动由于是除了商品自身价格以外的其他因素的变化所引起的，因此它的变动是整个需求函数的变动。从需求曲线来看，需求量的变动是同一条需求曲线上不同点的变动；需求的变动则是整条需求曲线的移动。在图 1-2 中，从 a 点到 b 点的移动是需求量的变动；而从曲线 D_1 到 D_2 的变动则是需求的变动。

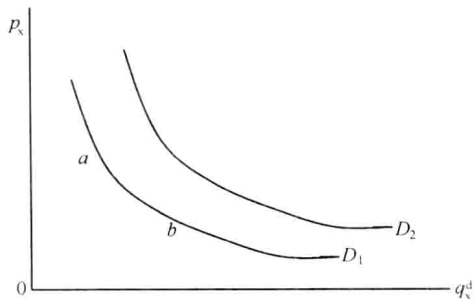


图 1-2 需求量的变动与需求的变动

对于影响需求的变动的因素可以

进行具体分析。例如，消费者收入的变动如何影响需求的变动视商品是正常品与劣等品而定。如果消费者所购买的商品是正常品，那么需求的变动与消费者的收入同方向变化，即消费者收入的增加将引起需求的提高，消费者收入的减少将引起需求的降低。如果消费者所购买的商品是劣等品，那么需求的变动与消费者的收入反方向变化，即消费者收入的增加将引起需求的降低，消费者收入的减少将引起需求的提高。日常生活中我们可以看到，消费者对于精细食品或高中档服装的需求与其收入同方向变化；而消费者对于粗粮与粗布等商品的需求与消费者的收入则呈反方向变化。

其他商品价格的变化对消费者所购买的商品需求的影响分商品是替代品还是补充品而有所不同。替代品是指消费中可以相互替代以满足消费者某种欲望的商品。补充品是指消费中可以相互补充以满足消费者某种欲望的商品。例如，苹果与梨是替代品，咖啡与茶是替代品；汽油是汽车的补充品，糖是咖啡的补充品。如果 A 商品与 B 商品是替代品，那么 A 商品的需求与 B 商品价格同方向变化，即 B 商品价格的提高将引起 A 商品需求的增加，B 商品价格的降低将引起 A 商品需求的减少。如果 B 商品是 A 商品的补充品，那么 A 商品的需求将与 B 商品价格反方向变化，即 B 商品价格的提高将引起 A 商品需求的降低，B 商品价格的降低将引起 A 商品需求的提高。

（二）市场需求

市场需求定义如下：市场需求是一个表列，它表示在某一特定市场和某一特定时期内，所有购买者在各种可能的价格下将购买的某种商品的各种数量。

由于市场需求是个人需求的总和，因此，凡是影响个人需求的因素都会影响市场需求。此外，市场需求还受消费者人数多寡的影响。有些情况下，某种商品的价格降低后，每个消费者对于该商品的需求量都增加了，从而市场需求量也增加了；但另一些情况下，某种商品的价格降低后，市场需求量的增加并不是由于原有的消费者消费量增加了，而是由于消费该商品的消费者数目增加了。小说、报刊、杂志等类产品的消费就存在这类情况。原来只订阅一份某种报刊的某消费者在该报刊降低后不会订阅两份同样的报刊。而原来不订阅该报刊的消费者在该报刊降价后则有可能订阅这种报刊。因此，该报刊市场需求量的增加是消费者数目增加的结果。

与个人需求曲线的形状相同，市场需求曲线也是向右下方倾斜的。因此，对于市场需求来说，需求法则也成立。但是，无论是个人需求还是市场需求都存在例外的情况，即需求曲线不是向右下方倾斜的情况。例如吉芬商品的需求曲线是向右上方倾斜的。吉芬商品是以 19 世纪英国经济学家吉芬的名字命名的。吉芬

发现，当时土豆的价格上升，但是土豆的需求量却在增加。土豆的需求量与价格同方向变化。吉芬商品是惟一不遵从需求法则的特殊商品。关于吉芬商品违背需求法则的原因，在与消费者行为理论有关的收入效应与替代效应的讨论中有所分析。

二、供给

单个厂商的供给是指在某一特定时期内，单个生产者在各种可能的价格下愿意并且能够出售的某种商品的各种数量。

单个厂商的供给受多种因素的影响，其中主要有：厂商打算出售的商品的价格，为生产该商品厂商所投入的生产要素的成本，厂商的技术状况，厂商对于商品未来价格的预期，其他商品的价格等等。我们可以在厂商的供给与影响厂商供给的因素之间建立一种函数关系，称之为单个厂商的供给函数。就上述几种影响厂商供给的因素而言，单个厂商的供给函数一般形式是：

$$q_x^s = f(P_x; P_1, P_2, \dots, P_i \dots P_n; P_e; c; \rho) \quad (1-3)$$

式中， q_x^s 表为厂商对于 x 商品的供给； P_x 表示 x 商品的价格； P_i 为第 i 种商品的价格； P_e 为厂商对于未来价格的预期； c 表示生产要素的成本； ρ 表示厂商的技术情况。

式(1-3)是多元函数。在分析局部均衡问题时，没有必要讨论复杂的多元函数。为了使问题简化，我们假设除了厂商所生产商品的价格以外，影响厂商供给的其他因素不变。于是我们得到一元函数。函数的一般形式是：

$$q_x^s = f(P_x) \quad (1-4)$$

供给函数可能是线性的也有可能是非线性的。对于线性的供给函数来说，函数有可能采取如下形式：

$$q_x^s = -c + dP_x \quad (1-5)$$

对于非线性的供给函数来说，函数的形式有可能是：

$$q_x^s = \lambda P_x^\beta \quad (1-6)$$

式(1-5)与式(1-6)中的 c ， d ， λ ， β 为常数，且 c ， d ， λ ， $\beta > 0$ 。

根据供给函数可以画出供给表和供给曲线。假定某厂商对于 x 商品的供给函数为：

$$q_x^s = -40 + 20P_x \quad (1-7)$$

与这一供给函数相对应的供给如表 1-2 所示：

单个厂商供给表

表 1-2

$P_x (\$)$	2	3	4	5	6	7
q_x^s	0	20	40	60	80	100

由表 1-2 可以看出：当价格为 2 时，该厂商的供给量为 0；当价格为 3 时，该厂商愿意提供 20 单位的 x 产品；当价格为 4 时，该厂商愿意提供 40 单位的 x 产品，等等。

由表 1-2 中价格与供给量之间的一一对应关系可以画出供给曲线，见图 1-3。

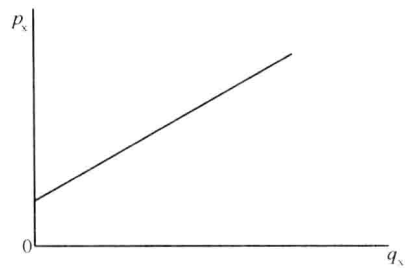


图 1-3 单个厂商供给曲线

图 1-3 的供给曲线向右上方倾斜。不管是线性的供给函数还是非线性的供给函数，除了某些特殊的资源，比如土地、劳动等资源外，大多数商品的供给曲线是向右上方倾斜的，表明供给量与价格是同方向变化的。土地的供给就长期而言也是固定的，因此，土地的供给曲线与表示数量的横坐标是垂直的。

在工资率提高到一定程度以后，闲暇对于劳动供给者来说可能价值更大，继续提高工资可能不仅不会使劳动者增加劳动供给，反而会使他减少劳动供给。因此，在某些条件下，劳动的供给曲线不一定向右上方倾斜。由于某些特殊资源的供给量与价格不一定呈同方向变化，因此并不存在供给法则。

无论是供给函数，还是供给表或是供给曲线都表明，对于一般商品而言供给量是随着商品价格的变化而同方向变化。除了商品自身的价格外，上述生产价格的成本、厂商的技术状况等其他因素也会影响厂商的供给。其他因素变化对于厂商供给的影响与商品自身价格的变化对于厂商供给的影响是不同的。在局部均衡理论中，因商品自身价格的变化而引起的厂商对于商品供给量的变化称为供给量的变动。因其他因素，比如因厂商所投入的生产要素成本、厂商技术状况等因素的变化而引起的厂商对于商品供给量的变化称为供给的变动。供给量的变动不会改变供给函数、供给表、或供给曲线，供给的变动则改变了供给函数、供给表、或供给曲线。从供给曲线来看，供给量的变动是同一条供给曲线上不同点的变动；供给的变动是整条供给曲线的移动，如图 1-4 所示。

图 1-4 中， a 点到 b 点的变动是供给量的变动；曲线 S_1 到 S_2 的变动是供给的变动。

与单个厂商供给曲线的形状一样，一般商品的市场供给曲线也是向右上方倾

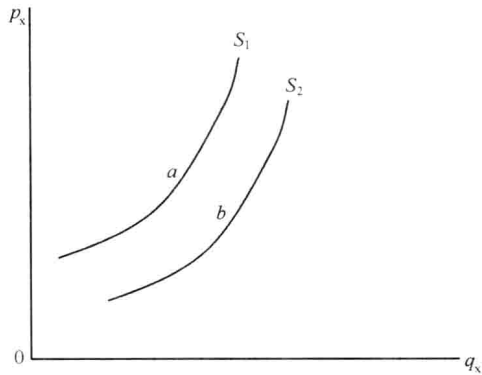


图 1-4 供给量的变动与供给的变动

斜的，表示一般商品的供给量与商品的价格同方向变化。某些特殊资源，比如土地、劳动等资源的供给量不一定与价格同方向变化，因此其市场供给曲线不一定向右上方倾斜。

由于市场供给是单个厂商供给的加总，因此凡是影响单个厂商供给的因素，例如厂商所生产的产品的价格、生产要素的成本、厂商对于未来价格的期望等因素都会影响市场供给。此外，生产某种商品的厂商数目的多寡以及市场的竞争程度也会影响该商品的市场供给。

三、局部均衡价格

(一) 均衡价格与均衡数量

要说明一种商品的价格的确定，就必须将需求和供给结合起来考虑。在某种商品的各种可能的价格中，必有买者和卖者共同接受的价格。在这个价格下，需求量等于供给量，从而使商品的市场达到一种平衡。达到市场均衡时的价格称之为均衡价格，达到市场均衡时的数量成为均衡数量。由市场需求函数与市场供给函数可以求出均衡价格与均衡数量。

根据前面所论述的有关需求与供给的基本规律，我们不妨对某种商品的需求和供给情况进行假设，以求解均衡价格与均衡数量。我们可以假设：

$$\text{需求函数：} \quad Q_x^d = 80000 - 10000P_x \quad (1-8)$$

$$\text{供给函数：} \quad Q_x^s = -40000 + 20000P_x \quad (1-9)$$

令需求与供给相等，解出 P_x

$$\text{由} \quad 80000 - 10000P_x = -40000 + 20000P_x \quad (1-10)$$

得到均衡价格

$$\bar{P}_x = 4$$

将求出的 \bar{P}_x 值代入式(1-8)和式(1-9)，得到均衡数量 $\bar{Q}_x = 40000$

我们可以利用图形显示均衡价格与均衡数量。把市场需求曲线与市场供给曲线合并到一幅图上，得到下列图 1-5。

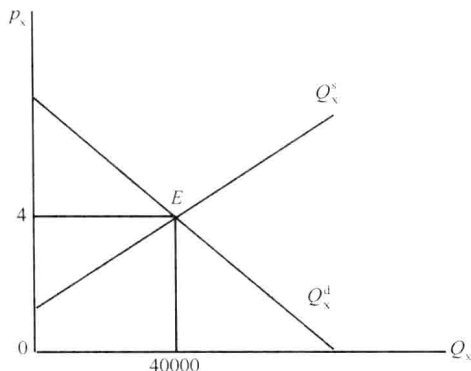


图 1-5 局部均衡价格的确定

图 1-5 中，市场供给曲线 Q_x^s 与市场需求曲线 Q_x^d 的焦点 E 点为均衡点。这一均衡点下的均衡价格为 4，均衡数量为 40000。

商品均衡价格与均衡数量的形成是市场供求力量自发作用的结果。在这一均衡点，生产这一商品的所有生产者愿意接受的价格与愿意提供数量等于消费这一商品的所有消费者愿意支付的价格与愿意购买的数量。任何脱离这一均衡点的状况都成为失衡。在失衡的情况下，市场上供求力量的自发作用最终会实现均衡。例如，当某种商品的供给超过需求时，提供这种商品的厂商会竞相压价出售。这将会降低该商品的市场价格。较低的市场价格会提高消费者的需求而降低的生产者的供给，而最终实现供求的均衡。反之，当某种商品的需求超过供给时，消费者会竞相以高价购买该商品。这将会提高市场价格。较高的市场价格会降低消费者的需求而提高的生产者的供给，从而在较高的均衡价格下实现供给量与需求量的均衡。

(二) 关于均衡点的讨论

均衡点的存在性。如需求曲线与供给曲线在第一象限存在交点，则存在均衡点。否则，就不存在均衡点。

均衡点的惟一性。所谓均衡点惟一性是指只存在惟一的均衡价格与均衡数量，而不存在别的均衡价格与均衡数量。在局部均衡的情况下，均衡点通常是惟一的。

均衡点的稳定性。关于均衡点的稳定性含义如下：当价格略微偏离均衡点时，如果由于市场的力量或其他经济机制的作用，使价格能自动地逼近并达到均衡点，则该均衡点是稳定的；否则，就称该点是不稳定的。对于均衡点的稳定特征的讨论是建立在稳定条件基础上，所规定的稳定条件不一样，均衡点的特征就不同。

第二节 弹性理论

在局部均衡价格理论中，我们讨论了价格与商品的需求量、商品的供给量之间的关系。我们知道，需求量与商品自身的价格反方向变化。对于一般商品而言，供给量与商品自身的价格同方向变化。从数学分析的角度来看，若令需求量函数 $D=f(p)$ ，供给函数 $S=g(p)$ ，则 $f'(p)<0$ ， $g'(p)>0$ 。但是，仅仅了解 $f'(p)<0$ 与 $g'(p)>0$ 还不足以精确地分析价格与需求量、价格与供给量之间的关系。不同商品需求量或供给量与价格之间的关系也不能用 $f'(p)$ ，或 $g'(p)$ 进行比较，因为两种商品的量纲通常是不一样的，即使量纲相同，将函数的导数用于比较商品需求量或供给量与价格之间的关系也是不妥的。

不仅不同性质的商品其需求量对于价格变动的敏感程度不同，即使同一商品在不同的价格下需求量对于价格变动的敏感程度也不一样。不少商品在价格水平较高时，需求的价格弹性较高，而在价格水平较低时，需求的价格弹性则比较低。所以，我们要选择一种较好的方法比较需求量或供给量对于价格变动的反应敏感度。经济学中弹性的概念就是在这种情况下提出的，本节将简要地阐述一下有关商品的需求弹性和商品的供给弹性等基本知识。

一、需求弹性

需求弹性是指由于影响需求的诸因素发生变化后，需求量做出反应的程度。从理论上分析，可以对影响需求的任何变量的弹性进行考察，但由于其中一些因素难以量化，因此通常考察的为需求的价格弹性、需求的交叉弹性和需求的收入弹性。而需求的价格弹性具有代表性，因此我们仅讨论需求的价格弹性，并按通常习惯称之为需求弹性。

各种商品的需求弹性是不同的，通常用需求弹性系数来表示需求弹性的大小。需求弹性系数是需求量变动率与价格变动率的比值。以 E_d 表示需求弹性系数，以 $\Delta Q/Q$ 表示需求量变动率。以 $\Delta p/p$ 表示价格变动率，则需求弹性系数的一般公式如式(1-11)所示：