



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

北京市高等教育精品教材

全国物业管理师资格考试《物业管理综合能力》辅导教材

物业管理学

韩 朝 陈 凯 主编



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

配学习卡



普通高等教育“十一五”国家级规划教材
北京市高等教育精品教材

全国物业管理师资格考试《物业管理综合能力》辅导教材

物业管理学

韩 朝 陈 凯 主编

封面设计 王淑英
版式设计 王淑英
责任编辑 王淑英
校对 王淑英
文字编辑 王淑英
插图设计 王淑英
封面设计 王淑英
版式设计 王淑英
责任编辑 王淑英
校对 王淑英
文字编辑 王淑英
插图设计 王淑英
封面设计 王淑英

出版发行 高等教育出版社
社址 北京市西城区德胜门内大街4号
邮政编码 100011
电话 010-58281000
网址 <http://www.hep.com.cn>
<http://www.hep.edu.cn>
电子邮箱 hep@hep.com.cn
010-58281118



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

内容提要

物业管理学作为管理学科体系的一个分支,将管理学的基本原理、方法与物业管理行业相结合,表现出一定的特殊性。本书从理论结合实际的角度出发,将全书分为如下六篇:概述篇、沿革篇、原理篇、职能篇、运营篇和建设篇。首先,在阐述了物业管理行业、企业以及物业管理学科的基础上,系统地介绍了物业管理的过去、现在与未来,介绍了物业管理的基本管理原则与方法;其次,着重分析了物业管理决策、计划、组织、领导、激励、沟通与控制等具体职能,以及物业管理企业市场营销、质量管理、危机管理、战略管理等运营方面所需要注意的问题;最后,强调了物业管理企业社会责任、企业文化以及核心竞争力等建设方面的管理。

本书是为了适应新时期物业管理行业以及物业管理企业发展过程中实践与理论的需要编写而成的,结构合理,内容新颖。本书既可作为在校大学生、研究生的教材和参考读物,也可作为物业管理企业管理人员以及相关政府部门工作人员的理论读物。

图书在版编目(CIP)数据

物业管理学 / 韩朝,陈凯主编. —北京:高等教育出版社,
2007.7

ISBN 978 - 7 - 04 - 021585 - 4

I. 物… II. ①韩…②陈… III. 物业管理 - 中国
IV. F299.233.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 080572 号

策划编辑 童 宁 责任编辑 赵 鹏 封面设计 王凌波
责任绘图 朱 静 版式设计 王艳红 责任校对 俞声佳
责任印制 宋克学

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100011
总 机 010 - 58581000

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司
印 刷 高等教育出版社印刷厂

开 本 787 × 960 1/16
印 张 30.5
字 数 570 000

购书热线 010 - 58581118
免费咨询 800 - 810 - 0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
畅想教育 <http://www.widedu.com>

版 次 2007 年 7 月第 1 版
印 次 2007 年 7 月第 1 次印刷
定 价 37.70 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 21585 - 00

本书编写委员会：

韩朝	陈凯	翁国强	沈杰
李健辉	任景全	陈耀忠	藏宇宏
张一民	周星	王树炎	贺俊泉
陈枫	陈远腾	马象林	刘刚
王雪丽	张平安	杨勇	陈照新
牛志伟	徐军利	赵北利	王世威
黄升	董贤钧	梁建	刘彬
李杰	刘孜	潘安岚	张作祥
郑良雨	陈纳	韩文选	

前言

时至今日，萌芽于19世纪60年代英国工业革命时期，正式形成于19世纪末美国经济高速发展时期的现代物业管理，在世界范围内已有了相当程度的发展。改革开放前，我国绝大多数房地产是由政府设立的管理机构进行统一管理，政企合一，提供的是一种福利性的、无偿的或者说是低偿的服务。在这种管理体制下，部门系统管理与多头分散管理现象严重。进入20世纪80年代以后，随着我国市场经济体制的逐步发展，房地产业重新崛起并不断加快发展步伐，物业管理行业便应运而生。这时，由深圳和广州开始，出现了借鉴香港经验，大胆探索，不断创新的现代物业管理企业。1994年，建设部第33号令颁布了我国第一个关于物业管理的部门规章——《城市新建住宅小区管理办法》，从而明确了这种新的管理体制。

经过20余年的探索与实践，我国的物业管理行业从无到有，从小到大，已充分显示出其良好的经济效益、社会效益和环境效益，以及强大的生命力和广阔的发展前景。目前，物业管理行业作为一个新兴行业已在我国确立，其管理队伍已具有相当的规模，管理的物业类型涉及住宅、写字楼、商场、工业厂房、社会后勤物业等各种类型，管理的物业面积已逾百亿平方米。物业管理已形成了庞大的市场基础，物业管理的市场化也在逐步启动。

但我们也应看到，我国的物业管理行业还存在着诸多不足。同生产、制造等行业相比，物业管理市场仍处于自建自管的状态。企业规模较小，专业化能力较低，经济效益较差，从业人员素质不高，服务质量差强人意等现象仍普遍存在。此外，我国物业管理行业在经济发达地区和不发达地区的差异很大，地区发展严重失衡。除国家经济发展水平、政策制约等因素外，我国的物业管理行业尚缺乏理论指导，企业管理手段、管理方法不成熟的现象亦不容忽视。

本教材的特点主要体现在以下几个方面：

第一，将物业管理定位为一个行业，并将其视为国民经济的重要组成部分。作为现代服务业，它是一个投入少、见效快、收益大的行业。它吸纳了大量的劳动力，提供了大量的就业岗位，为保持经济持续增长发挥了重要作用。同时，该行业关联度大，物业管理行业的发展，可以带动科技、生态、

环保、教育、医疗、社区文化、社区综合服务等相关行业和产业的发展 and 进步。

第二，将物业管理定位为一门学科，并将其视作管理学的一个分支。作为一门学科，物业管理学应该具有本学科的学科理论、研究方法及思想体系。本教材从学科体系以及管理学体系基本理论入手，逐步导入物业管理学科的基础知识，并力求清晰明确。

第三，明确了物业管理企业是坚持自主经营、独立核算、自负盈亏，具有独立法人地位的经济实体；其主要职责是为业主和用户创造一个优雅、舒适、宁静、安全的居住和工作环境，并使物业保值增值；追求企业利润最大化是其最终目标；物业管理企业应按照现代企业制度组织并管理企业内外部事务。本教材在深入分析物业管理企业宏微观环境的基础上，从企业控制、计划、组织、沟通等角度分析了物业管理企业的管理方法、管理手段等。

第四，目前国内物业管理教材大多停留在技术层面、操作层面和运行层面，理论层次的教材凤毛麟角；在物业管理行业发展相对完善的欧美地区，也少有理论指导教材。本教材恰恰是从理论层面对物业管理进行剖析，研究其属性、特点、地位等，希望可以弥补理论教材方面的空白，以期为本行业发展尽绵薄之力。

第五，本教材各章都有我们深入企业实际调查所得的针对本章教学内容的案例，可加深学生对该章节内容的理解，并提供该课程案例教学的内容。

第六，为达到理论结合实际、知识与能力双重提高的良好教学效果，特将本教材设计为一本立体教材。本教材配有课程网站，网站中有相关教学材料，以及案例、教学讨论区等，并计划根据实际情况更新教学内容并提供新的教学案例。

综上所述，本教材在对物业管理行业宏微观环境细致分析的基础上，对物业管理的理论、研究方法以及企业管理手段等进行了初步的研究与分析，并将其科学化、规范化、技术化。通过对本教材的学习，广大读者及从业人员可以对物业管理行业有一个清晰整体的认识。

本书主要用作高等院校物业管理、房地产、土地资源管理等专业的本科生和研究生的教材及参考书，也可用作物业管理相关人员，尤其是物业管理企业中高层管理者提升理论素养的参考书。另外，在本书的编写过程中，对一些具有代表性的物业管理企业运营实践进行了调研，获得了丰富而宝贵的第一手资料。由于篇幅方面的原因，针对多家不同性质、具有不同区域文化特点的物业管理企业的案例将另外整理成册，作为本教材的辅助用书。

本教材由韩朝和陈凯担任主编，参加编写工作的人员有：曹柏松、左靖、

康健、丁斌汇、于宁、王文珍、王敏、叶丽、卢敬、孙建伟、孙莹、孙艳芳、刘杰村、刘月、刘玉生、庄捷、毕建伟、宋颖、宋宁、李湘玲、扬晟、张占伟、张文佳、张连波、何川、欧阳汀、范萍、邵利民、陈灵、周磊、孟杰、郑美华、赵聚伟、秦永荣、贾琰、夏春锋、谭泽宏、潘紫锋、魏媛、瞿学泽、郭倩楠、黄雪婷、张迎利。

由于物业管理行业在我国的发展时间不长，对其进行系统性的理论研究也刚刚起步。加之时间、精力和水平所限，书中难免有错误和不妥之处，敬请各位读者批评指正。

编 者

2007年5月于北京

目 录

第一篇 概 述 篇

第一章 物业管理行业	3
第一节 国民经济基本知识	3
第二节 物业管理行业	6
第三节 物业管理与相关行业	8
第二章 物业管理学科	14
第一节 管理学科基本知识	14
第二节 物业管理学科概述	18
第三节 物业管理与相关学科	21
第三章 物业管理企业	24
第一节 企业的基本知识	24
第二节 物业管理企业概述	28
第三节 与物业管理企业相关的基础理论	31

第二篇 沿 革 篇

第四章 物业管理行业的起源及发展	45
第一节 管理思想发展概论	45
第二节 物业管理的发展历程	55
第五章 物业管理行业的未来	63
第一节 物业知识管理	64
第二节 物业管理流程再造	71
第三节 经营性物业的发展	78
第四节 建立物业管理企业的现代企业制度	80
第五节 物业管理品牌发展战略	82
第六节 物业管理法制化发展趋势	86
第七节 物业管理的区域化趋势	88
第八节 物业管理行业的市场化趋势	91

第六章 物业管理比较	94
第一节 美国的管理及物业管理	94
第二节 英国的管理及物业管理	97
第三节 德国的管理及物业管理	99
第四节 亚太地区主要国家和地区的管理及物业管理	101

第三篇 原 理 篇

第七章 物业管理企业的管理原理	115
第一节 管理原理概述	115
第二节 系统原理	116
第三节 反馈原理	117
第四节 弹性原理	119
第五节 统一原理	120
第六节 能级原理	122
第七节 人本原理	123
第八节 调节原理	125
第八章 物业管理企业的管理方法	127
第一节 管理方法概述	127
第二节 现代管理的基本方法	129
第三节 现代管理的技术方法	136

第四篇 职 能 篇

第九章 物业管理决策	147
第一节 决策基本理论	147
第二节 物业管理企业决策	154
第三节 案例分析	166
第十章 物业管理计划	170
第一节 计划的基本理论	170
第二节 物业管理企业计划	179
第三节 案例分析	185
第十一章 物业管理组织	187
第一节 组织的基本理论	187
第二节 物业管理企业组织设计	194
第三节 物业管理企业组织变革	201
第四节 案例分析	204

第十二章 物业管理领导	209
第一节 领导的基本理论	209
第二节 物业管理企业的领导	215
第三节 案例分析	224
第十三章 物业管理激励	230
第一节 激励的基本理论	230
第二节 物业管理企业激励	239
第三节 案例分析	243
第十四章 物业管理沟通	245
第一节 沟通的基本理论	245
第二节 物业管理企业沟通	253
第三节 案例分析	265
第十五章 物业管理控制	268
第一节 控制的基本理论	268
第二节 物业管理企业控制	279
第三节 案例分析	286

第五篇 运 营 篇

第十六章 物业管理企业市场营销	293
第一节 市场营销概述	293
第二节 物业管理市场营销	296
第三节 物业管理市场营销策略	307
第四节 物业管理服务价格策略	311
第五节 案例分析	318
第十七章 物业管理企业质量管理	321
第一节 质量管理基本理论	321
第二节 物业管理企业质量管理分析	331
第三节 案例分析	337
第十八章 物业管理企业危机管理	341
第一节 危机管理概述	341
第二节 物业管理中的危机管理	350
第三节 案例分析	358
第十九章 物业管理企业战略管理	360
第一节 企业战略管理的基本知识	360
第二节 物业管理企业发展战略	365
第三节 物业管理企业的品牌战略	375

第四节 案例分析	381
----------------	-----

第六篇 建设篇

第二十章 物业管理企业的社会责任	387
第一节 企业社会责任	387
第二节 物业管理企业的社会责任分析	390
第二十一章 物业管理企业人力资源管理	397
第一节 人力资源管理概述	397
第二节 物业管理企业人力资源规划	400
第三节 物业管理企业人员的招聘及录用	403
第四节 物业管理企业绩效考核	406
第五节 物业管理企业薪酬管理	411
第六节 物业管理企业员工培训	415
第二十二章 物业管理企业文化	421
第一节 企业文化概述	421
第二节 物业管理企业文化建设	426
第二十三章 物业管理企业核心竞争力	434
第一节 企业核心竞争力概述	434
第二节 物业管理企业核心竞争力培育	438
第二十四章 物业管理企业创新	454
第一节 企业创新概述	454
第二节 物业管理企业创新分析	458
第三节 案例分析	469
主要参考文献	472

第一篇

概述篇

物业管理是一个新兴行业，是社会发展不可或缺的重要组成部分。物业管理学是一门相对独立的，以管理科学基本原理为基础的具有完善理论体系的综合性、应用性学科。物业管理企业必须以科学理论为指导，强化市场竞争意识，才能在未来的物业管理市场取得更大的发展，并同时促进整个物业管理行业水平的不断提高。

第一章

物业管理行业

学习目的：

1. 理解国民经济与行业等基本知识；
2. 掌握物业管理行业与国民经济的关系；
3. 熟悉物业管理行业发展的特点及现状；
4. 了解物业管理行业发展对国民经济的意义等。

第一节 国民经济基本知识

一、国民经济的基本概念

国民经济，按照概念的本义来理解就是国家经济。它是由社会再生产的各个环节、各个要素和各个产业部门有机构成的整体。国民经济包罗万象，它涉及全部的宏观经济，也包括称之为中观经济的产业经济和区域经济，甚至包括已形成群体现象的厂商行为和消费者行为。它具有宏观性、综合性、战略性等特点。

一个国家的经济是由不同层面、不同环节和不同要素的内容有机构成的。国民经济一般是指物质生产行业和非物质生产行业的总和，是社会产品再生产——生产、分配、流通和消费的总体。

国民经济中的每个部门都包括众多的基层单位，它们在再生产过程中发挥不同的职能作用：工业、农业、建筑业直接从事生产，提供工农业和建筑业产品；商业和运输业组织商品流通；服务业提供社会化的专业服务。可以说，国民经济各行业之间是横的关系，再生产各环节之间是纵的关系，纵横相互交叉，结成网络般的经济联系。

二、国民经济的作用

国民经济是一个有机整体，企业是这个整体的基本组成细胞。在经济活动中，大致可以归纳为两种不同层次的经济运动：一是国民经济运动，二是企业经济运动。行业作为特定的企业集合在国民经济这个大系统中是相互影响的。一个行业的发展变化，往往会引起其他行业或部门的反应。国民经济总是在生产力和生产关系的对立统一中按其固有的规律运动着。

国民经济的作用正是体现在这一系列的生产力和生产关系的矛盾运动中，其具体表现为行业或行业内细胞——企业的经济运动发展。国民经济由此在国家和社会的经济生产和生活中起着举足轻重的作用，构成了国家社会生活和发展的基本框架。

国民经济决定着一个国家和社会的全部物质生活和非物质生活，决定着国家的富强和人民生活的富裕，也决定着一个国家的政治发展。

国民经济是国家行政的基础，国民经济的强弱直接影响着国家和社会的进步和文明程度，以及社会的稳定。

三、国民经济的基本构成

首先，国民经济按照空间范围的大小可划分为微观、中观和宏观经济。其中，微观经济一般是指单独的个人、家庭和厂商等的经济活动，这些活动也被称作经济个量。宏观经济一般是指一个国家的整体经济活动，如社会的总需求和总供给、总投资、总消费、总进出口等。宏观经济并不是单独的经济个量的简单相加，而是这些经济个量按照一定的形式有机组合而形成的经济总量。中观经济一般是指介于宏观经济与微观经济之间的部门和区域的经济活动，这种划分具有相对性，是在首先存在宏观和微观经济层次前提下的进一步划分。从概念的严格科学意义上讲，国民经济包含了这三个不同层次经济活动的全部内容。

其次，国民经济按照再生产环节可划分为生产、交换、分配和消费。市场经济条件下的经济活动依照再生产环节循环往复，以至无穷，但在各个环节上又具有相对的阶段稳定性。生产领域是厂商内部的领地，效率是该环节的核心。但是，效率能否带来效益，则取决于厂商外部的交换领域。交换是从生产通向分配及消费的必要途径，是商品价值实现过程中的“惊险一跳”，几乎市场经济的所有矛盾都是在交换领域中呈现出来，并反馈给生产领域和延续到分配及消费领域。分配领域是生产和交换领域的折射，生产及交换关系决定了分配关系，分配关系进一步强化了生产与交换关系，并进一步决定了消费。因此，分配是市场经济的中枢神经。消费领域既是再生产的终点，又是再生产新

一轮循环的起点。这样，市场经济始终处于生产、交换、分配和消费的循环运动中，其中任何一个环节运行不畅，都会给市场经济运行造成伤害。

最后，国民经济按照资源要素可划分为自然、人力、资本和技术等。一个国家的全部资源可以简单地分成自然资源、人力资源、资本资源和技术资源等。自然资源又叫资源禀赋，是完全客观化、自然化的要素。资源禀赋较好的国家比资源禀赋较差的国家拥有长远的国家竞争优势潜力。但是这种潜力要发挥出来，必须通过生产力与生产关系的良好组合。这种组合的核心就是人力资源、资本资源与技术资源的整合。一定数量的受过良好专业素质训练的劳动力，采用恰当的组织形式和适当的技术手段去推动规模巨大的资本，一般都能获得明显的自然资源利用效果。

直观地讲，国民经济涵盖了社会经济运行体系中的所有行业，是一个全局性的涵盖社会经济生活各方面的庞大体系，按产业划分可分为三类：

第一产业(农业、林业、牧业、渔业等)，第二产业(工业、建筑业等)和第三产业(金融、房地产、餐饮、旅游、交通运输等)。

具体来说，根据《中华人民共和国国家标准——国民经济行业分类》(GB/T 4754—2002)，我国国民经济行业共分为 20 个门类：

- A. 农、林、牧、渔业；
- B. 采矿业；
- C. 制造业；
- D. 电力、燃气及水的生产和供应业；
- E. 建筑业；
- F. 交通运输、仓储和邮政业；
- G. 信息传输、计算机服务和软件业；
- H. 批发和零售业；
- I. 住宿和餐饮业；
- J. 金融业；
- K. 房地产业；
- L. 租赁和商业服务业；
- M. 科学研究、技术服务和地质勘查业；
- N. 水利、环境和公共设施管理业；
- O. 居民服务和其他服务业；
- P. 教育；
- Q. 卫生、社会保障和社会福利业；
- R. 文化、体育和娱乐业；
- S. 公共管理和社会组织；

T. 国际组织。

四、国民经济管理

简单地说, 对一个国家的经济活动加以管理, 就是国民经济管理。然而, 由于国民经济从内涵到外延都十分丰富, 国民经济管理也具有相应的非常丰富的内容。

由管理学的知识可知, 任何一项管理行动都是由管理主体、管理对象或客体、管理手段和管理目的构成的。在市场经济中, 国民经济管理的主体是政府, 国民经济管理的对象是国民经济, 国民经济管理的手段是一切能够用于实现管理目的的措施和方法, 国民经济管理的目的是保持国民经济各个层面、环节和要素的协调, 或者说保持市场经济的良好运行。因此, 所谓国民经济管理, 就是指政府为了达到一定的预期目的, 对国民经济进行全局性的规划、组织、调控、监督等行动的总和。

第二节 物业管理行业

一、行业的基本含义

所谓行业, 它实际上是一个“群体”的概念, 是指由生产或提供相同或相近的产品或服务的具有一定数量和规模的企业所组成的集合或群体。也可以说, 行业是由提供相近商品或服务, 在相同或相关价值链上活动的企业共同构成的。在经济研究中, 行业从分类的角度看是一个较为模糊的概念。具有某类共同特征是划分为不同行业的基准。行业是介于微观经济细胞(企业和家庭消费)与宏观经济单位(国民经济)之间的中观“集合”。相对于企业来说, 它是同类企业的集合体; 相对于国民经济来说, 它又是国民经济的一个部分。

因此, 一个相对独立的行业必须要具备以下几个基本的条件:

第一, 生产或提供相同或相近的产品或服务的企业数量和规模要达到一定的标准;

第二, 一个健全、成熟的行业的显著标志是该行业组织——行业协会的成立和规范运作;

第三, 行业内要有一套行之有效, 且能够被大部分行业内的企业和个人所共同遵守的“潜规则”。

二、物业管理行业

所谓物业管理行业, 就是由以提供物业管理服务为主要业务内容的相关企