



21 世纪物业管理专业本科系列教材

物业服务与管理

Wuye
Fuwu Yu Guanli

● 主 编 张贯一

· 华中科技大学出版社 ·

<http://press.hust.edu.cn>

21世纪物业管理专业本科系列教材

物业服务与管理

- 主 编 张贯一
- 副主编 陈淑云

F293.33
ZGY

· 华中科技大学出版社 ·

图书在版编目(CIP)数据

物业服务与管理/张贯一 主编
武汉:华中科技大学出版社,2005年1月
ISBN 7-5609-3287-8

I. 物…

I. 张…

Ⅲ. 物业管理-服务经济学-高等学校-教材

IV. F063.1

物业服务与管理

张贯一 主编

责任编辑:张欣

封面设计:刘卉

责任校对:章红

责任监印:张正林

出版发行:华中科技大学出版社

武昌喻家山 邮编:430074 电话:(027)87557437

印刷:华中科技大学印刷厂

开本:787×960 1/16

印张:16.75

字数:287 000

版次:2005年1月第1版

印次:2005年1月第1次印刷

定价:25.50元

ISBN 7-5609-3287-8/F·271

(本书若有印装质量问题,请向出版社发行部调换)

21世纪物业管理专业本科系列教材

编委会

顾 问: 曹 阳

主 任: 邓宏乾

副主任: 张贯一 高炳华

编 委: (以姓氏笔画为序)

王华莹 王佑辉 邓红平

邓宏乾 张贯一 高炳华

徐晓音 戴 璐

内 容 提 要

本书运用西方经济学的基本原理对物业的服务与管理的若干重要方面进行了深入研究。全书共十章。第一章介绍物业服务经济的产生和发展的过程;第二章至第五章运用服务经济学的原理研究了物业服务的需求与供给、物业服务的效用、物业服务的生产以及物业服务的成本;第六章和第七章从物业公司的角度出发,对其经营、决策,乃至价格的决定进行了研究;第八章介绍了智能化楼宇管理的方方面面;第九章从法律的角度考察物业管理;第十章从宏观的角度论述政府对物业管理市场的调控,以使其可持续发展。

本书力图将西方经济学的原理与中国物业服务与管理的实践相结合,探索物业管理可持续发展之路。

本书适合于物业服务部门的管理者、员工和大专院校物业与房地产专业的学生作教材,也可作为研究物业管理学者的参考资料。



物业管理最早起源于 19 世纪 60 年代的英国,经历了 100 多年的发展,已经成为一个特定的行业。物业管理在我国尚属新兴行业,是随住房制度改革的不不断深化而逐步培育起来的。在短短的 20 多年时间内,我国已初步形成了一个巨大的物业管理市场,目前,全国有物业管理企业 10 多万家,从业人员 200 多万人。特别是 2003 年《物业管理条例》的实施,是中国物业管理发展史上的重要里程碑,对物业管理的健康发展将起到积极的作用。

物业管理是一种与房地产综合开发现代化生产方式相配套的综合性管理,是与市场经济相适应的社会化、专业化、市场化的管理。其目的是使物业不断保值增值,为物业所有者创造并保持整洁、文明、安全、舒适的生活环境,提高城市的现代文明程度,它必然要求物业管理向信息化、现代化、集约化的方向发展。因此,增强物业管理的创业能力和提高物业管理的竞争能力是现实的迫切需要。

物业管理属劳动密集型产业,能吸纳大量的劳动力就业。人才是关系物业管理行业未来发展的关键,但是,目前我国物业管理从业人员素质普遍不高,物业管理虽名为“朝阳”行业,实为“夕阳”所为,这严重地制约了物业管理的发展。因此,造就一支懂经营、会管理、通技术、精业务的行业管理者队伍,提高从业人员的素质已刻不容缓。为此,华中师范大学经济学院经全国高等教育自学考试办公室批准,率先在全国开始物业管理(独立本科段)的自学考试,希望能为物业管理人才的培养尽微薄之力。为了配合物业管理(独立本科段)专业的开考,我们组织经验丰富的专业教师编写了这套物业管理专业系列教材。

“21 世纪物业管理专业本科系列教材”共分为八册,即《金融理论与实务》、《房地产财务管理》、《房地产金融》、《物业服务与管理》、《物业环境管理》、《物业管理计算机化》、《房地产市场营销》、《物业管理国际质量标准》。本套教材旨在为每一位自学者铺就成才之路,促进学习者创新能力和实践能力的培养。本套教材可供物业管理从业人员阅读,也可作为物业管理企业岗位培训教材以及大专院校相关专业教学用教材。

华中师范大学经济学院 1985 年在全国首家开设房地产经营管理专业,至今已形成了一定的优势与特色,在华中地区乃至全国房地产业界有一定的影响。本套丛书的编写和出版得到了华中科技大学出版社的全力支持,在此深表谢意。

21 世纪物业管理专业本科系列教材编写组
2004 年 4 月于武昌



第一章 物业服务经济的产生与发展	(1)
第一节 物业服务经济的内涵和外延	(2)
一、服务经济	(2)
二、物业服务经济	(3)
第二节 物业服务经济的产生和发展	(10)
一、物业服务经济产生的动力机制	(10)
二、物业服务经济产生的物质基础	(11)
三、物业服务经济的发展	(12)
第三节 我国物业服务经济的发展历程	(15)
一、20 世纪 90 年代以来对物业服务经济的探索	(15)
二、物业服务经济发展中的困惑	(16)
三、物业服务经济的改革方向	(19)
第四节 国(境)外的物业服务经济	(21)
一、美国的物业服务经济	(21)
二、新加坡的物业服务经济	(23)
三、我国香港地区的物业服务经济	(25)
复习思考题	(27)
第二章 物业服务的需求与供给	(29)
第一节 物业服务的需求	(30)
一、需求、需求表、需求曲线	(30)
二、影响物业服务需求的因素与需求函数	(33)
三、需求量的变动与需求的变动	(34)
第二节 物业服务市场需求的分析与预测	(35)
一、需求分析与预测的内容及信息收集的方法与途径	(35)
二、需求分析与预测决策方法	(38)
三、未来几年物业服务市场需求的简要分析	(40)
第三节 物业服务的供给	(41)
一、供给、供给表、供给曲线	(41)

二、影响供给的因素与供给函数·····	(44)
三、物业服务供给的几种类型·····	(45)
第四节 物业服务的需求弹性·····	(46)
一、需求价格弹性·····	(46)
二、需求收入弹性·····	(48)
三、需求弹性在物业经营决策中的作用·····	(50)
复习思考题·····	(53)
典型案例分析·····	(54)
第三章 物业服务的效用·····	(55)
第一节 效用、总效用、边际效用·····	(55)
一、物业服务的效用·····	(55)
二、物业服务的总效用·····	(56)
三、物业服务的边际效用·····	(56)
四、边际效用递减规律·····	(57)
第二节 消费者均衡和消费者剩余·····	(58)
一、物业服务消费者均衡·····	(58)
二、物业服务消费者剩余·····	(60)
第三节 无差异曲线·····	(63)
一、无差异曲线·····	(63)
二、价格变动的效果分析·····	(65)
复习思考题·····	(67)
典型案例分析·····	(68)
第四章 物业服务的生产·····	(69)
第一节 物业服务的企业组织·····	(70)
一、物业服务的企业组织形式·····	(70)
二、物业服务公司的性质·····	(72)
三、物业服务公司的资质条件·····	(74)
第二节 物业服务的边际收益递减规律·····	(76)
一、边际收益递减规律·····	(77)
二、总服务量、平均服务量、边际服务量·····	(78)
三、一种生产要素的合理投入·····	(80)
第三节 物业服务的规模经济·····	(80)
一、规模经济·····	(80)
二、内在经济和内在不经济·····	(82)
三、外在经济和外在不经济·····	(85)

第四节 生产要素的最优组合	(88)
一、等产量线	(89)
二、等成本线	(89)
三、生产要素的最优选择	(90)
复习思考题	(91)
典型案例分析	(92)
第五章 物业服务的成本	(93)
第一节 物业服务公司的短期成本分析	(94)
一、物业服务公司成本的构成	(94)
二、总固定成本、总变动成本、总成本	(96)
三、平均成本和边际成本	(98)
第二节 物业服务公司的长期成本分析	(100)
一、长期总成本	(100)
二、长期平均成本	(102)
三、长期边际成本	(106)
第三节 物业服务公司的机会成本及其他	(108)
一、机会成本	(108)
二、显性成本与隐含成本	(111)
第四节 收益与利润最大化	(112)
一、总收益、平均收益与边际收益	(112)
二、利润最大化	(113)
复习思考题	(115)
典型案例分析	(116)
第六章 物业服务公司的经营决策	(118)
第一节 完全竞争物业服务市场的经营决策	(118)
一、完全竞争物业服务市场的短期决策	(120)
二、完全竞争物业服务市场的长期决策	(123)
三、完全竞争市场上物业服务的经营决策	(126)
第二节 完全垄断物业服务市场的经营决策	(128)
一、完全垄断物业服务市场的短期决策	(129)
二、完全垄断物业服务市场的长期决策	(131)
三、完全垄断模型在物业服务市场中的应用	(132)
第三节 物业服务市场的垄断竞争和寡头垄断	(132)
一、物业服务垄断竞争市场的特征	(133)
二、垄断竞争市场的决策	(134)

三、垄断竞争物业服务企业的品牌策略和广告策略	(136)
四、寡头垄断市场的条件和特征	(137)
五、寡头垄断市场模型	(138)
复习思考题	(142)
典型案例分析	(144)
第七章 物业管理服务价格的确定	(145)
第一节 物业管理服务的价值与使用价值	(145)
一、物业管理服务是一种商品	(145)
二、物业管理服务的价值构成	(147)
三、物业管理服务费及其构成	(148)
四、物业管理服务费的外在表现	(150)
第二节 物业管理市场价格分析	(151)
一、物业管理市场价格及其特征	(151)
二、物业管理市场定价主体与价格形式	(152)
三、物业管理市场定价原则	(154)
四、物业管理市场定价目标	(155)
五、物业管理市场价格决定分析	(156)
第三节 物业管理市场定价方法与策略	(159)
一、成本法	(159)
二、增量分析法	(162)
三、差别定价法	(166)
四、渗透定价法	(170)
五、比较定价法	(170)
六、经验判断法	(170)
复习思考题	(171)
典型案例分析	(172)
第八章 物业服务智能化	(174)
第一节 物业管理智能化的必要性和可行性	(174)
一、物业管理智能化的必要性和可行性	(175)
二、智能化物业服务管理信息系统的基本内容	(177)
第二节 各种类型建筑物智能化物业服务系统	(182)
一、住宅小区智能化物业服务系统	(182)
二、智能化大厦及物业服务系统	(189)
三、物业管理公司管理系统简介	(193)
复习思考题	(194)

第九章 物业服务法律规范	(196)
第一节 物业服务的法律关系、体系	(197)
一、物业服务的法律关系	(197)
二、物业服务的法律体系	(198)
第二节 业主与物业服务公司关系的规范	(199)
一、业主与物业商双方关系的特征	(200)
二、管理合同	(202)
三、接管程序	(207)
第三节 物业租赁关系的法律规范	(208)
一、物业租赁形式	(209)
二、租金支付形式分类	(210)
三、合法租约的组成部分	(212)
四、通用标准租约	(220)
第四节 物业服务的法律责任	(221)
一、物业服务法律责任的涵义	(221)
二、物业服务法律责任的具体形式	(221)
复习思考题	(223)
典型案例分析	(224)
第十章 物业服务的宏观调控	(225)
第一节 对物业服务市场进行宏观调控的必要性	(225)
一、市场失灵	(226)
二、转轨成本——转轨效益的帕累托最优	(230)
三、“国情”与“国际惯例”的对接	(232)
第二节 小区管理与社区管理	(233)
一、小区管理	(233)
二、社区管理	(234)
第三节 国家对物业服务宏观调控的手段	(236)
一、行政手段	(237)
二、经济手段	(240)
复习思考题	(244)
典型案例分析	(245)
模拟试题(一)	(248)
模拟试题(二)	(250)
参考文献	(252)
后 记	(253)

第一章

物业服务经济的产生与发展

本章学习要点

1. 物业服务是一种特殊的服务活动,它具有综合性、经营性、规范性和管理性等特点;物业服务与第三产业尤其是房地产业有着密切的关系。

2. 物业服务经济的产生有两个方面的原因:一是建筑业的发展和建筑技术的进步导致多层建筑和高层建筑的出现,同一建筑归属多个产权人;二是城市规划思想的进步导致城市各项活动的区域性集中,出现了大片的居住区、商业区和工厂区等专门的区域。前者是物业服务经济产生的动力机制,后者则是物业服务经济产生的物质基础。从20世纪70年代末开始,以房地产综合开发为契机,世界各国物业服务经济开始迈向新的阶段。

3. 我国的物业服务产生于20世纪80年代初期,历经二十余年物业服务业已取得了长足的发展,物业服务的市场化、专业化态势已形成,但是同发达国家相比还存在着诸如市场主体自主性缺位,物业服务水平较低等种种问题。

4. 物业服务在我国是一个新兴的、朝气蓬勃的行业,已经成为整个房地产市场中不可或缺的一部分,我们要借鉴发达国家和地区的经验,结合我国的实际,对我国的物业服务经济从市场主体、市场规则、服务水平等各方面进行完善。

第一节 物业服务经济的内涵和外延

物业服务活动在国外出现较早,在我国则始于 20 世纪 80 年代初。随着我国房地产市场的日臻完善,物业服务越来越受到人们的重视。目前,物业服务已经发展成为一个新兴的、朝气蓬勃的行业,成为整个房地产市场中不可或缺的一部分。

一、服务经济

1. 服务的概念和种类

服务是指劳动者在他人的支配下按照他人的需要提供一定的劳动,即服务就是为满足他人的需要提供一定劳动的活动。服务有广义和狭义之分。狭义的服务一般指只提供一定的劳动活动而不提供实物形态物品的活动。例如,教师、邮递员、司机、警察、售货员等所从事的活动。而对于农民来讲,他们生产粮食、棉花、蔬菜、油料等农产品;对于工人来讲,他们制造和生产各种机器设备、各种日常用品和用具等工业品,他们的劳动活动为社会提供了实物形态的物品,就不能称之为服务活动。从广义上讲,人类社会的分工和协作实际上就是相互提供服务。本书所讨论的是狭义的服务。

服务不能等同于劳务,它们之间既有联系又有区别。服务和劳务都是从物质资料生产过程中派生出来的经济现象,都是以提供某种活动的形式来满足他人的需要,在商品经济条件下,都具有商品的形式,通过货币买卖进行交换。但它们又是有区别的,其区别主要表现在以下几个方面。

第一,劳务和服务产生的社会条件不同。服务是人类劳动社会分工的产物。随着劳动生产率的提高,劳动过程中的辅助劳动开始由专门的劳动者承担,进一步又发展为由专门的部门承担,于是出现了专门提供社会化服务的服务部门,并成为社会经济的一个组成部分。劳务是由于社会经济关系的变化,一部分人失去生产资料,或者离开自己的生产资料,专门为他人提供劳动。劳务消费者是把劳动者当做劳动过程中人的要素来使用。劳务是劳动力使用的表现。

第二,劳务和服务交换的内容不同。服务是以劳动结果即服务商品与消费者的货币相交换。劳务是以个人劳动力为基础,以劳动力价值进行交换。如保姆劳务的价格是以保姆的月生活费用作为工资谈判的出发点。

第三,服务活动一般是以企业为基本单位进行企业化经营与管理,是有组织的经济活动。服务业中的个体经济只是在规模上小于服务企业,在经营活动上其实是一样的。劳务则是个人劳动力的使用,如何合理使用劳动力是劳务消费者的事。

服务按性质一般可分为政治性质的服务、经济性质的服务和文化性质的服务。政府机关的公务员、军队士兵、警察等提供的服务属于政治性质的服务;交通运输、商业、旅游业、餐饮业、银行业等行业的职工围绕实物形态物品的生产、流通和消费提供劳动活动,是提供经济性质的服务;学校、图书馆、影剧院等的工作人员则是为社会提供文化性质的服务。

2. 服务经济

服务经济是指服务性质的行业及其经济活动。服务经济是物质生产资料生产活动的一部分。人类社会发生的三次社会分工,实际上也是国民经济划做农业经济、工业经济和服务经济的历史起点。

服务经济是伴随着商品交换的发展而产生并发展起来的。商品交换将服务经济活动卷入交换之中,使之与商品经济紧密联系起来。一旦服务经济形成为独立的经济力量,便反过来成为商品经济发展的条件。服务经济为从事商品交换的人们提供生活服务,满足衣、食、住、行的需要;交通运输部门为商品流通提供运输服务;信息部门为商品经济活动提供情报和信息服务;其他服务部门如房地产业、租赁业、律师事务所、会计师事务所等也为商品经济活动提供必不可少的各种专业服务。

在商品经济条件下,如果劳动者为他人提供的服务是当做商品来生产和销售,就是经济性质的服务,反之就是非经济性质的服务。政治性质和文化性质的服务,如果当做商品进入交换领域,也可以称之为经济性质的服务,如影剧院、保安公司、商业性演出团体等提供的服务。

服务经济赖以存在的基础是农业经济和工业经济。这是因为服务的劳动者一般不创造实物形态的产品,部分服务的劳动者创造实物产品也只是对工农产品进行简单加工。工农业为服务劳动者提供生活用品和服务生产资料,因此工农业越发达则服务经济也越发达,否则服务经济就越落后。

二、物业服务经济

1. 物业及物业的特点

物业就是房地产,是房地物质实体及其附着物和附带的各种权益。“物业”

一词是从香港引用过来的。香港李宗鐸先生在其编著的《香港房地产法》中对物业解释如下:“物业是单元性地产。一住宅单位是一物业,一工厂楼宇是一物业,一农庄也是一物业。故一物业可大可小,大物业也可分割为小物业。”物业因其位置固定,不可移动在国外则通常称为不动产。所谓不动产,是指不能移动或移动后会破坏其功能、损害其价值的财产。例如,《罗马法》对不动产和动产的划分是:凡是能用外力推动或自行能够移动,而且不会改变其性质和价值的物品,如家具、牲畜等,称为动产;反之,如土地、房屋等则称为不动产。日本《民法》第八十六条规定:“土地及其定着物为不动产。”所谓定着物,是指持续定着于土地,在不容易分离的状态下使用的东西,如房屋、桥梁、石墙、水井等,这些都是不动产。

我国习惯称之为房地产,包括土地、建筑物及固着于其上不可分离的部分,以及附带的各种权益。固着在土地、建筑物上不可分离的部分,一般包括为提高房地产使用价值而种植在土地上的花草树木、人工景点等;为提高建筑物使用功能而安装在建筑物上的水、电、通信、电梯、消防、卫生等设备与器材。附带的各种权益指对房地产实体进行占有、使用、收益、处分等的权利以及相关的各种利益。

我们在本书中之所以使用“物业”一词而不用“房地产”一词,是因为后面将要谈到的物业服务是从我国的香港地区借鉴而来的,使用“物业”一词与使用“房地产”一词在本质上没有差别。

一般来说,物业有如下几个特点。

第一,位置固定性。土地的位置是固定不动的,建筑物由于固着在土地上,其位置也是固定的。这种位置固定性使物业不可移动,表现出个别性和地区性特征。由于坐落位置、所处环境的不一样,外观和结构等条件完全相同的两宗物业实际上也是不同的,两者的价格可能会相差很大。所以物业买卖不可能像其他商品交易一样可以采取样品交易方式,而只能到实地进行观察。

第二,耐用性。一般来说,土地具有不可毁灭性,建筑物建成后其使用寿命通常可达数十年甚至上百年、几百年。一般情况下,建筑物在耐用年限内很少会倒塌,除非发生自然灾害或人为破坏。有时候将某些建筑物拆除也只是为了让土地在更好的用途上使用,提供更高的使用价值。

第三,价值巨大性。土地是一种不可再生的资源,自然供给有限,经济供给不足,供求矛盾突出决定了土地价格高昂。在城市中心地带和交通发达、地段位置好的街区,土地价格更是达到了寸土寸金的地步。建筑物的建造和所需设备的购买与安装都花费了大量投资。正因为物业昂贵,所以物业的开发与消费常常需要金融业的支持。

第四,相关性。物业的价格与其本身的用途有直接的关系,同时还要受周围其他物业的用途和状况的影响。例如,一幢高级别墅会因为其附近新建一座工

厂而价格大跌,因为该别墅的环境质量受到了工厂的影响。如果新建的不是一座工厂而是一座公园或绿化带,情况就可能会相反。

第五,保值增值性。当一国经济出现通货膨胀即出现财政赤字、货币购买力下降的情况时,人们手中现有的货币已经购买不到原来能购买到的商品。当某种投资是保值性的,即该种投资能抵抗通货膨胀,使投入的资金增值速度能抵消货币贬值速度,亦即能保证该投资在一段时间后抽回的资金完全能购买到当初投资额可以购买到的同等实物或服务。投资于物业通常具有此功能。在商品经济条件下,物业早已被看做是一种特殊的资产,除了用作居所和工作场所外,人们还将其出租或出售,以获得经济收益。物业的保值增值作用一般是经济发展、城市发展等外部条件作用的结果,并非仅仅改进物业本身就能保值增值。

第六,政策影响性。如果一个国家政治开明、政局稳定,就会形成良好的投资环境,物业的价格就会不断上升。反之,如果一国政局不稳,政权更替频繁,政策变动较大,就会使物业价格低落。政府在土地供给、住房、金融、财政、税收等方面政策的改变,均会对房地产的价值产生影响。

2. 物业服务及其特点

物业服务是指由专业的物业服务机构和人员,根据物业业主的委托,依照国家法律法规和双方签订的合同,运用现代的管理方法和先进的维修技术,以有偿服务的形式,为合同规定范围内的房屋建筑、附属设施和周围相关环境提供维修、养护和保持服务,在统一提供清洁卫生、公共绿化、道路车辆管理、安全保卫等公共服务的同时为业主和租户提供各种生活服务,并在此基础上进一步组织社区活动,提供文化教育、体育、娱乐等社区服务,从而为业主和租户提供一种方便和舒适的生活和工作环境,以满足其物质生活和精神生活的需要。

物业服务内容包括两大部分,即对物的服务和对人的服务。对物的服务是指对物业本身及配套的各种管线、设施、物业区域内的道路、花草树木、人工景点等进行的经常性维修与养护服务。对人的服务是指围绕业主和租户的生活和工作而提供的各种经常性服务(如清洁环境、治安保卫等)、专项服务(如定期对物业进行维修,对设备进行更换)和特约服务(如代管车辆、代洗衣服、代购生活品等),并在此基础上开展社区文化、体育、娱乐活动,组织居民之间的交往活动,为人们提供精神生活上的服务,创造良好的社区环境。

物业服务有如下几个特点。

第一,物业服务是一种综合性的服务。我们从物业服务的内容就能看出这一特点。物业服务提供的不只是某一两种服务,而是多层次的综合服务。只要是物业区域内需要的服务,物业服务企业都可以提供,使人们可以不出远门就能得到各种优质的服务。

第二,物业服务是一种经营性的服务。物业服务机构一般是企业性质的经济组织,它们为物业及物业业主和租户提供服务是有偿的。这与我国传统的行政福利性质的房屋管理是根本不同的。作为一种企业化经营活动,物业服务如果不能实现自身的资金良性循环,不要说为物业及其业主、租户提供高效、优质的服务,就是能否维持企业的日常运转都是一个问题。因此,为了享受物业服务,业主必须按物业服务合同的规定,每月向物业服务企业交纳一定的服务费。服务费标准由市场决定。物业服务企业一般还经营物业区域内的商业用房,以便提供各种居民的生活服务,同时取得一些收入,作为企业运营资金。

第三,物业服务是一种规范性的服务。物业服务企业要根据国家的法律法规,在工商行政管理部门进行登记注册后,方可进行服务活动,依法经营。行业主管部门也要对其进行资质审查。物业服务企业和业主之间必须通过规范的方式进行聘用,并签订合同。对于物业服务企业制定的合法的和规范的制度和措施,如《服务公约》、《住户手册》、《管理规则》等,业主和租户都必须遵守,予以合作。

第四,物业服务是一种带有管理性质的服务。这种管理性体现在三个方面。首先,当某个物业服务企业一旦接受了某个物业区域的物业服务任务时,就对该区域内的物业及诸多事项拥有了统一经营和服务的权力,对许多事项的处理业主必须征得物业服务企业的同意。其次,物业服务企业对其服务范围内的物业及附属设施如灯盏道路、环境、花草树木和其他市政设施一方面要提供维修养护、清扫保洁等服务,另一方面还要代理业主进行管理,通过各种管理措施规范人们的行为,以提高服务质量和服务水平。例如,居住区内不准私自违章改建房屋和违章装修,不准私搭乱建,不准乱扔垃圾,不准破坏绿化物等。没有这些约束,居住区可能很快就变成脏、乱、差的地方。再次,物业服务企业客观上承担了政府有关部门的一些管理工作。物业服务企业要和政府机关、城建、城管、环卫、公安、消防、房地产管理等行政部门发生业务上的联系,传达有关政策,协调业主与政府的各种关系,甚至承担政府部门的某些任务。人们将物业服务习惯上称为物业管理是有一定道理的,但服务是物业服务企业的中心任务,这是必须明确的。对于物业服务有以下多种分类标准。

①按物业服务是否有偿可分为行政福利型、半行政福利型和企业化经营型。第一种类型是对公房或国有的物业而言。第二种类型主要是对优惠出售给职工的公房而言。第三种类型则主要是对市场化的物业而言。

②按物业是否有盈利能力可分为盈利性物业服务和非盈利性物业服务。前者的服务费标准一般较高,如商场、商厦等物业的业主就要支付较高的物业服务费。后者主要是对住宅类物业服务而言。

③按服务的重点不同可分为管理型、服务型和经营型。管理型物业服务主