



# 商业物业的 物业服务与经营

戴玉林 主 编

王穗玲 汪启东 副主编



化学工业出版社



本书主要阐述目前几种常见商业物业（如写字楼物业、商场物业等）的物业服务与经营管理。为了使学习者能系统地学习和掌握各章内容，附录了一些相关范例，力求将理论阐述与操作实务相结合，在编写过程中考虑到我国商业物业服务发展的现实需要，在侧重于对未来商业物业服务发展宏观态势的分析与把握的基础上，总结了以前商业物业服务理论研究的成果，兼顾实际操作技能的培养，力求做到充分体现系统、全面、创新、实用的特色。

本书为高等院校的本科、高职高专等层次的物业管理专业教学用书，也可作为商业物业服务企业培训的教材和从业人员的工作参考书，还可作为成人教育、函授、自学考试和广大有志从事商业物业服务工作的人员自学用书。

### 图书在版编目 (CIP) 数据

商业物业的物业服务与经营/戴玉林主编. —北京: 化学工业出版社, 2010. 1

ISBN 978-7-122-07384-6

I. 商… II. 戴… III. 商业管理: 物业管理 IV. F293.33

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 233169 号

---

责任编辑: 王文峡  
责任校对: 陈 静

文字编辑: 贺婷婷  
装帧设计: 尹琳琳

---

出版发行: 化学工业出版社 (北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011)

印 刷: 北京市振南印刷有限责任公司

装 订: 三河市宇新装订厂

787mm×1092mm 1/16 印张 15 字数 386 千字 2010 年 2 月北京第 1 版第 1 次印刷

---

购书咨询: 010-64518888 (传真: 010-64519686)

售后服务: 010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书, 如有缺损质量问题, 本社销售中心负责调换。

---

定 价: 27.00 元

版权所有 违者必究

# 前 言



随着我国商业物业的蓬勃发展,商业物业已经逐渐进入了繁荣时期,不少大城市商业物业红火经营。同时,大型商业项目像北京东方新天地广场、广州天河城、深圳中信城市广场及上海新天地等成功经营的案例,为许多商业房地产开发商提供了复制的动力和获得高额利润的想象空间,也不失时机地成为各地开发商开发商业物业的催化剂。然而,近年来的实践证明,商业物业的开发经营并非易事,不少开发商虽然摸着石头过河,可还是呛了不少水,得到的结果是多数商铺销售成功,而项目经营失败。分析其原因,主要是开发商重视商铺销售,忽略项目的商业运营管理所致。为了适应新形势下商业物业服务对专业人才和专业知识的急剧增长以及商业物业服务从业人员的实际需要,本书作者立足于目前我国商业物业发展的现实需要,吸收了国内外商业物业运营管理的先进思想和实践经验,秉持“求实创新,兼容并蓄”的精神,撰写了这本专业教材,旨在为为广大商业物业服务的从业人员以及对商业物业服务充满激情的学习者提供一本理论性和实践性兼备的专业教材。

本书共十章,内容包括商业物业的物业服务概述、写字楼物业的物业服务与经营、商场物业的物业服务与经营、零售物业的物业服务与经营、酒店物业的物业服务与经营、会所物业的物业服务与经营、会展物业的物业服务与经营、工业园区物业的物业服务与经营、医院物业的物业服务与经营以及其他物业的物业服务。为了学习者能系统地学习和掌握各章内容,本书附录了一些相关典型范例,力求将理论阐述与操作实务相结合,既考虑到我国商业物业服务发展的现实需要,又注重对未来商业物业服务发展宏观态势的分析与把握;既系统总结了以前商业物业服务理论的研究成果,又兼顾实际操作技能的培养,做到充分体现系统、全面、创新、实用的特色。本书既可作为高等院校的本科、高职高专等层次的物业管理专业教学用书,又可作为商业物业服务企业培训的教材、从业人员的工作参考书,还可作为成人教育、函授、自学考试和广大有志从事商业物业服务工作的人员的自学用书。

本书由戴玉林担任主编,王穗玲、汪启东担任副主编。全书共十章,其中第一、四、八、九章由广州城建职业学院(原广州大学城建学院)戴玉林老师编写,第五章由广州致诚物业管理服务有限公司王穗玲总经理编写,第七章和第十章由广西北海市久源房地产开发有限公司深海花园物业公司项目经理戴森林编写,第六章由曾在香港合和集团等公司工作过的郭小平先生编写,第二、三章由曾在香港和记黄埔、广东中奥物业服务有限公司、广州新世界物业服务有限公司等公司从事多年物业服务工作的汪启东先生编写。全书由戴玉林编写大纲、统稿、定稿。

本书在编写过程中,参阅了大量的相关著作及论文等文献资料,并将引用的

资料列于书后的参考文献，如有遗漏，恳请谅解。在此向参考文献中的所有编、著者对本书提供的大力帮助，本书在撰写过程中，还得到了化学工业出版社的大力支持与帮助，正是各位的帮助使得本书得以顺利出版，在此一并表示真挚的谢意！

由于编者理论水平、实操能力的限制，本书难免存在不足之处，恳请业界专家、同仁和读者批评指正，使本书不断得到完善！

编者

二〇〇九年九月于广州

# 目 录

<b>第一章 商业物业的物业服务概述</b>	<b>1</b>
第一节 商业物业的定义、特点与类型	1
一、商业物业的定义	1
二、商业物业的属性与特点	2
三、商业物业的类型	3
第二节 商业物业的物业服务模式	4
一、自建自管	4
二、自营与专业物业服务相结合	4
三、委托经营	4
第三节 商业物业的物业服务特点与内容	5
一、商业物业的物业服务特点	5
二、商业物业的物业服务要求	5
三、商业物业的物业服务基本内容	6
【思考题】	7
<b>第二章 写字楼物业的物业服务与经营</b>	<b>8</b>
第一节 写字楼物业概述	8
一、写字楼的概念	8
二、写字楼物业的类型	8
三、写字楼物业的特点	13
第二节 写字楼物业的物业服务方式与目标	13
一、写字楼物业的服务方式	13
二、写字楼物业的物业服务目标	14
第三节 写字楼物业的物业服务内容	15
一、写字楼前期物业服务内容	15
二、营销租售管理	15
三、写字楼日常物业服务的内容	21
第四节 写字楼物业的安全服务	24
一、写字楼物业安全服务的重点	24
二、写字楼物业安全服务部组织机构	24
三、写字楼物业安全服务工作规程	24
第五节 写字楼物业的风险管理	32
一、写字楼物业的风险管理概述	32

二、写字楼物业的风险应对策略 .....	33
【思考题】 .....	34
<b>第三章 商场物业的物业服务与经营</b> .....	<b>35</b>
第一节 商场物业概述 .....	35
一、商场物业的概念 .....	35
二、商场物业的类型 .....	35
三、商场物业的特点 .....	37
第二节 商场物业的物业服务特点与内容 .....	37
一、商场物业的物业管理要求 .....	37
二、商场物业的物业服务基本内容 .....	37
三、商场物业的物业服务重点 .....	43
第三节 商场物业的招商管理 .....	43
一、商业物业招商的特点 .....	43
二、招商部门的组织结构 .....	45
三、招商的基本原则与渠道 .....	46
四、招商营销管理 .....	49
五、招商合同 .....	51
第四节 商场物业的安全服务 .....	55
一、商场物业的安全服务特性分析 .....	55
二、商场物业的安全服务组织机构 .....	57
三、商场物业的安全服务规程 .....	57
【思考题】 .....	61
<b>第四章 零售物业的物业服务与经营</b> .....	<b>62</b>
第一节 零售物业的物业服务概述 .....	62
一、零售业的发展历程 .....	62
二、中国零售业现状及发展趋势分析 .....	63
三、零售商业物业的定义与分类 .....	68
四、零售商业物业的物业服务与经营内容 .....	69
五、零售商业物业的物业服务与经营类型 .....	70
第二节 零售商业物业的租赁管理 .....	71
一、租户选择 .....	71
二、租金确定与调整 .....	73
三、租约制定 .....	74
第三节 零售商业物业的现场管理 .....	75

一、策略与计划 .....	75
二、管理范围 .....	78
三、管理目标 .....	79
第四节 零售商业物业的风险管理和安全服务 .....	79
一、零售商业物业的风险管理 .....	79
二、零售商业物业的安全服务 .....	81
第五节 典型零售商业物业的物业服务与经营 .....	82
一、购物中心的物业服务与经营 .....	82
二、大型百货商店的物业服务 .....	92
三、商业街物业的物业服务与经营 .....	93
【思考题】 .....	100

## 第五章 酒店物业的物业服务与经营 101

第一节 酒店物业概述 .....	101
一、酒店的定义 .....	101
二、酒店物业的分类 .....	101
三、酒店的星级标准和级别 .....	103
第二节 酒店物业的物业服务与经营 .....	103
一、酒店物业物业服务与经营的模式 .....	103
二、酒店物业的物业服务与经营要求和重点 .....	105
三、酒店物业的物业服务与经营内容 .....	106
第三节 酒店物业的设备管理 .....	110
一、设备管理制度 .....	110
二、设备的使用管理 .....	111
三、设备的维护保养管理 .....	113
第四节 酒店物业的安全服务 .....	115
一、酒店物业安全服务内容 .....	115
二、酒店物业安全服务工作要求 .....	116
三、酒店物业安全服务制度 .....	116
四、酒店物业安全服务人员的工作职责 .....	117
第五节 酒店物业的保洁管理 .....	119
一、酒店物业保洁工作特点 .....	119
二、酒店物业保洁管理基本原则与要求 .....	120
三、酒店物业保洁管理内容 .....	120
四、酒店物业保洁管理方法与措施 .....	123
【思考题】 .....	126



<b>第六章 会所物业的物业服务与经营</b>	<b>127</b>
<b>第一节 会所概述</b>	127
一、会所的定义	127
二、会所物业的类型	127
三、会所物业的定位	128
四、会所物业的设计与布局	129
五、会所物业的经营项目	130
<b>第二节 会所物业的物业服务与经营原则和方式</b>	134
一、会所物业的物业服务原则	134
二、会所物业的经营方式	134
<b>第三节 会所物业的物业服务与经营内容</b>	135
一、前期介入阶段的管理	135
二、日常阶段管理内容	135
三、会所物业的服务管理要求	136
四、会所物业服务岗位职责	138
五、会所物业项目服务程序	141
六、会所物业服务人员的礼仪要求	150
七、会所物业的设施制度	152
<b>【思考题】</b>	153
<b>第七章 会展物业的物业服务与经营</b>	<b>154</b>
<b>第一节 会展业的概述</b>	154
一、会展与会展经济	154
二、会展经济对城市发展的影响	156
三、我国会展业的发展现状	157
四、国内外会展业发展的特点	158
五、会展物业的类型	159
<b>第二节 会展物业的物业服务与经营内容</b>	160
一、现代会展物业的特征	160
二、会展业物业服务与经营的特点	161
三、会展物业的物业服务与经营的内容	162
<b>第三节 会展物业的前期管理</b>	164
一、会展物业的规划与设计管理	164
二、会展物业的建设管理	167
<b>第四节 会展物业的现场管理</b>	169
一、会展物业的安全服务	169

二、会展物业的现场组织管理 .....	171
三、会展物业的物流管理 .....	173
【思考题】 .....	176
<b>第八章 工业园区物业的物业服务</b> .....	<b>177</b>
第一节 工业园区物业概述 .....	177
一、工业园区的概念 .....	177
二、工业园区物业服务的现状 .....	177
三、工业园区物业的类型 .....	178
四、工业园区物业的特点 .....	179
第二节 工业园区物业的物业服务特点与内容 .....	180
一、工业园区物业服务的概念 .....	180
二、工业园区物业的物业服务特点 .....	180
三、工业园区物业的物业服务内容 .....	181
第三节 工业园区物业的仓库管理 .....	183
一、仓库的定义 .....	183
二、仓库的分类 .....	183
三、仓库物业的物业服务内容 .....	184
第四节 工业园区物业的环境管理 .....	187
一、工业园区环境污染的防治 .....	187
二、环境绿化和保洁 .....	188
第五节 工业园区物业的安全服务 .....	188
一、工业园区门岗安全服务运作规程 .....	188
二、工业园区巡逻安全运作规程 .....	189
三、工业园区进出车辆管理运作规程 .....	189
【思考题】 .....	190
<b>第九章 医院物业的物业服务</b> .....	<b>191</b>
第一节 医院物业的概述 .....	191
一、医院的概念、属性和特点 .....	191
二、医院物业的特点 .....	192
第二节 医院物业的物业服务内容 and 要求 .....	194
一、医院物业的物业服务基本内容 .....	194
二、医院物业的物业服务要求 .....	196
第三节 医院物业的物业服务机构设置和职责 .....	198
一、医院物业的物业服务机构设置 .....	198
二、岗位职能及机构配置 .....	199

三、职能运作基本方式和服务措施 .....	200
第四节 医院物业的保洁服务 .....	202
一、医院物业的保洁工作 .....	202
二、医院物业的消毒杀菌管理作用规程 .....	202
三、医院物业的保洁作业规程 .....	204
四、医用垃圾处理管理作业规程 .....	215
第五节 医院物业的餐饮管理服务 .....	215
一、饮食管理的特点和任务 .....	215
二、饮食社会化管理的方法 .....	216
三、餐饮管理服务的工作规程 .....	217
【思考题】 .....	220
<b>第十章 其他物业的物业服务</b> .....	<b>221</b>
第一节 其他物业概述 .....	221
一、其他物业的主要类型 .....	221
二、其他物业的物业服务特点 .....	221
第二节 学校物业的物业服务特点与内容 .....	222
一、学校物业的物业服务特点 .....	222
二、学校物业的物业服务的内容 .....	222
第三节 体育场馆物业的物业服务 .....	224
一、体育场馆的物业特点 .....	224
二、体育场馆物业的运营特点 .....	225
三、体育场馆物业的物业服务内容 .....	226
【思考题】 .....	229
<b>参考文献</b> .....	<b>230</b>

## 商业物业的物业服务概述

随着我国国民经济的发展和城市建设水平的提高,各种类型的商业物业迅速发展,商业物业服务作为物业服务的一个重要组成部分,其市场化、社会化的程度也比较高。商业物业有出租经营、确保最高回报率的目标,它们的设备设施比较先进、复杂,对专业物业服务的要求较高,要求管理者有系统的物业服务与经营理论、服务意识与操作技能,它最能反映现代物业服务的本质。

### 第一节 商业物业的定义、特点与类型

#### 一、商业物业的定义

《辞海》对商业的定义是:商业是指连接工业同农业、城市同农村、生产和消费的桥梁和纽带;其职能是收购、销售、调拨和储存;其任务是为生产和消费服务。

西方学者是这样定义商业的:商业包括所有的交易形式,包含批发业、零售业、进出口贸易、转口贸易以及为进行交易而存在的一切服务业,如银行业、储运业、保险业及相关的中介服务等。在我国现行的统计指标体系中,“商业”被“批发零售贸易和餐饮业”所取代,进出口业和商业经纪代理业也包括其中。

商业和商务是有所区别的,有的人经常把办理商业事务的物业(即写字楼或办公楼)称为商务楼,并把兼有办公与居住功能的大楼称为商住楼。其实,二者的简称虽然都有一个“商”字,但此“商”非彼“商”,商业楼是进行买卖方式的商业行为的地方,如商店、商场、超市、购物中心等,而商务楼宇就是写字楼或办公楼。

从行业结构来看,商业类型有批发业、零售业、进出口业;从投资主体来看,商业类型由买卖型向外延伸为各类经纪代理和交易中介机构,如批发市场、商品交易所也被列入商业范畴。商业物业正是为商业流通、经济活动这种交易提供服务平台的物业,准确地说,商业物业就是指商业房地产开发商(或业主、租赁者)作为投资主体直接参与的、为生产和消费提供交易平台的商业场所。商业物业包括批发市场、零售市场、娱乐休闲消费市场、社区服务市场等商业场所;其内容包括策划、招商和日常运营管理;其任务是为生产者(或中间商)和消费者提供交易平台,并为企业获取未来不确定的收益。

目前,商业物业有两种说法,即广义和狭义之分。广义的商业物业是指用于商业用途或者具备商业功能的物业,它包含了购物中心、商业街、商场、写字楼、酒店、批发市场等。而狭义的商业物业是指用于商业服务的物业形式,主要有零售、批发、餐饮、娱乐、休闲等商业业态,它们在开发模式、经营模式和功能用途等方面都有别于住宅、公寓、写字楼、酒店等物业类型。所以说,商业物业包括各类商场、购物中心、购物广场及各种专业性的市场等,其中,集商业购物、餐饮、娱乐、金融等各种服务功能于一体的大型商场物业也称公共性的商业物业。

现在,世界各国城市的商业物业正向综合型、智能型等方面发展,如英国的米尔顿·凯恩斯购物中心。由于各国的城市用地紧张、昂贵,一些国家就开始兴建地下商业建筑,形成地下商业街,如日本的东京目前就已建成10多条地下商业街。

## 二、商业物业的属性与特点

### (一) 商业物业的属性

#### 1. 经营性

商业物业具有经营性。业主或租户付出租金获得商业物业一定期限的经营权,其目的主要是通过商品的服务经营活动获取不确定的利润或进行商品展示。

#### 2. 公众性

商业物业具有公众性。商业物业面向公众服务,为有需要的消费者提供服务。因此,商业物业原则上是向公众开放的,虽然也有一些商业企业制定了准入门槛,如麦德龙、山姆会员店等,但只要是会员的消费者,都可以进入店内消费。

### (二) 商业物业的特点

#### 1. 商业用途精心规划、空间布局合理设计

随着我国经济的快速发展,商业的现代化水平也在不断提高,现在各大城市涌现了一大批商业物业。可以说商业物业和人们生产、生活关系十分密切,因此,对商业物业建设得是否合理化的要求也越来越高,对商业物业的布局、规模、功能、档次等方面都要求更加合理,更加适合经济发展的要求。所谓规划设计的合理,就是要合经济规律之理,合经济发展之理,合提高经济效益之理。商业物业的建设一定要与周围地区的人口、交通、购买力、消费结构、人口素质、文化背景等特点紧密联系起来,要因地制宜地规划设计方案,规模可大可小,功能宜多则多,宜少则少,档次宜高则高,宜低则低。即一切从商业物业的实际情况出发。

#### 2. 建筑结构设计要新颖、别致,有特色

随着人们生活水平的提高,人们的购买习惯已发生了质的变化,都希望在舒适、高雅、方便、布置得富丽堂皇的气氛中无拘无束地购物,追求购物的享受和乐趣。因此,商业物业在设计时就要下工夫,务必求得新颖、奇特、别致,在外观上要突出商业物业的个性及地区特色,以给顾客留下较深的第一印象。对于商业物业的内部设计也要竭尽所能,进出口处都要有鲜明的标志,有条件的可以在内部配置一些像喷泉、瀑布、阳光走廊等小景点,而且内部装修颜色要协调,布局比例要恰到好处,令人赏心悦目、流连忘返。

#### 3. 选址和规模要满足不同层次的需要

商业物业的设施要依据城市人口的数量、密集程度、顾客的多少,分散与集中兼备。在大城市中,由于常住的和流动的人口多,居民消费水平也高,因而所需要的商业、服务业的设施也就越多、越齐全,物业档次的要求也就越高。因此,高档的商店、高级餐厅等都要选在人口密集、流动人口量大的繁华闹市,有的可连在一起建成商业街、食品街或购物中心

等。日用小百货店、一般的副食品商店或修理店就可以分设在各个居民区，以便就近服务。

#### 4. 具有良好的商业氛围

商业物业的经营就是要吸引消费者。所以，商业物业首先要具备良好的地理位置和便利的交通条件，如是否有便捷的公共交通、足够的停车位，甚至免费接送车；其次，经营者还要利用市场聚集效应，如通过成行成市的商业布局来扩大有效商圈的辐射范围；最后，经营者还要利用户外广告、霓虹灯饰和巨幅门店招牌来营造营业气氛，吸引消费者的眼球。

#### 5. 应保持良好的商业环境

良好的商业环境是提高物业收益率的保证之一。许多著名的商业中心和商业街，虽然经营的历史久远，但仍长盛不衰，除了其良好的商业信誉外，更为重要的原因之一就是其能不断地更新设施、设备，以保持消费环境的舒适，长期地吸引众多消费者前来购物消费。

#### 6. 要具有较高的租赁比例

商业物业的价值是不能存储的，若一天没有租售出去实现收益，就会损失当天的价值。所以，很多商业物业的开发商或管理商把物业的全部或大部出租给中小商户进行经营活动，以收取租金作为投资收益。商业中心、批发市场、专业市场等商业物业绝大多数是出租铺位或摊位。很多开发商建成商业物业后，希望将所有商铺销售出去，而对商铺的租赁不予重视，这种做法的后遗症比较严重，容易因为物业产权的过度分散而无法实现统一管理，最终导致商业物业的经营失败。

### 三、商业物业的类型

根据第三产业的部门划分和商业物业的属性来划分，商业物业大致可分为以下四类。

#### (一) 办公物业

指各种企事业单位用于从事办公、物业服务与经营的场所，又称为商务楼。商务楼是商品经济和社会专业分工发展的产物。当商品经济发展到一定水平，客观上就需要一种集中的办公场所，于是，商务楼就应运而生，并得到迅速发展。按照不同的角度，商务楼可以分为如下的不同类型。

(1) 按建筑面积的大小 可以分为小型、中型和大型。

(2) 按商务楼的功能 可分为单纯型、商住型和综合型。

(3) 按大楼现代化程度 可分为智能化大楼和非智能化大楼。

(4) 按建造等级和所处区位、收益能力等综合因素 可分为甲级写字楼、乙级写字楼、丙级写字楼。

#### (二) 酒店物业

酒店一词是从英文“Hotel”译过来的。Hotel来自法文，原意是小旅馆，我国的称谓在古代为馆驛、客栈、驛站等。酒店是提供饮食产品及客房，各项设施与无形的服务效用的综合型产品与服务，从而获得利润的经济单位。酒店从古代简陋的小客栈发展到今天的“小社会”、“小城市”，完全反映了人类的经济和生活的发展变化，反映了人们的消费要求。人们的旅游动机无非有两大类，即公务和娱乐，而在酒店的类别中，也总是以这两者来区分的。因此，我们认为，酒店类别是为了人们的各种不同的旅游消费需要而出现的。

#### (三) 商贸物业

商贸物业是为商品流通、销售而进行经济活动的场所，可以分为商场、会展、零售中心（购物中心）、批发市场（交易中心）和街区商铺等类型。

#### (四) 娱乐休闲物业

主要指为人们提供娱乐休闲活动的场所。随着现代生活节奏的加快和激烈的社会竞

争，在紧张工作之余，娱乐休闲已经成为都市人调节心理、恢复精力的重要手段。因此，该类物业近年在国内发展迅速，按照设施与功能，可分为综合性的娱乐休闲物业（社区会所、会员制俱乐部、主题公园）和专项性的娱乐休闲物业（舞厅、卡拉 OK 厅、保龄球馆等）。

## 第二节 商业物业的物业服务模式

### 一、自建自管

在商业物业中，有些开发建设单位投资兴建物业后，在即将竣工时则开始筹建班子，准备日后的物业服务与经营。凡适用于自建自管的物业，首先是开发建设单位本身是唯一的业主，物业中没有出售的部分。其次，也应该是以自用为主，只有部分出租。这样，就不会产生区分所有权的问题，没有共有部分，也甚少有共同事务。再次，该类物业需要自建自管，是因为它们的经营与管理服务的同步性极强，管理服务中的微小失误，都可能导致经营活动的损失，如在酒店中，服务员的粗心或保洁工的鲁莽，都可能使顾客中止消费。

所以，该类型的物业多为酒店物业，尤其对小型、低档次的酒店物业比较适用。而对于四星级或五星级的酒店，则最好按现代管理理论的要求，实行所有权与经营权分离，委托专业的酒店管理公司进行物业服务与经营。目前，国内外都有一批专门从事酒店管理的品牌公司，如美国的希尔顿酒店公司、假日酒店管理集团公司、喜来登酒店公司、香港的新世界酒店管理集团等，在管理国内一些星级酒店过程中都有良好的业绩。由香港新世界酒店管理集团管理的广州中国大酒店，是国内首批评定的五星级酒店，于 1983 年 12 月试营业，至 1993 年就完全偿还了外商投资的本息，经济效益居全国酒店之首。

### 二、自营与专业物业服务相结合

这种模式是由开发建设单位负责商业物业的出租经营和产权产籍管理，而聘请专业物业服务企业提供日常管理与服务。一些大机构投资兴建的商务楼常用这种模式，建成后部分楼层作为机构总部办公用，其余部分用于出租经营，但又对承租人的选择比较慎重。另外，有些零售中心和批发中心，开发建设单位掌握了较多的租赁客源，为降低出租经营成本，也采用这种方式。

### 三、委托经营

由开发建设单位把建成的商业物业委托物业服务企业，承担出租经营和日常管理服务工作。这种状况，主要是我国目前的物业服务企业，绝大部分为开发建设单位下属的子公司，物业建成后，开发建设单位“顺理成章”地交给子公司进行物业服务与经营。

这种模式要求受委托的物业服务企业有一定的商业物业服务经验，如果缺乏这种经验，一般都会在开业时聘请一些水平较高的专业物业服务企业担任顾问。

也有些开发建设单位把出租经营业务委托给房地产代理公司，这样，可以充分利用代理商的营销经验和租户网络，较快地完成物业租赁工作，取得较好的经济效益。

目前的商业物业，大部分都是委托经营型的，因此，研究该类型的物业服务，自然就成为商业物业服务的重点。商业物业服务工作中的每一部分，都应以满足当前的承租人需要和吸引新的承租人为中心。

### 第三节 商业物业的物业服务特点与内容

#### 一、商业物业的物业服务特点

##### (一) 要保持商业物业的美观、整洁、有序

商业物业不一定要像办公楼宇那样气派、雅致，而是追求热闹、休闲，往往在大空间、大间隔式的层面里显得商品琳琅满目，并一览无余，外墙上、商场内的广告往往铺天盖地，有的还在广场上建造了喷水池、室内摆设花卉，设置小瀑布或高大的人工绿树等，经营者为创立品牌做足了文章；商业物业的人流量和物流量较之其他物业来说大得多，因此，商业物业的服务、环境保护、广告管理、通道管理、咨询管理服务、车辆管理等要与之相适应，以保持商业物业的美观、整洁、有序。

##### (二) 具有齐全、先进的设备、设施

商业物业尤其是豪华型商业物业的设备、设施配置齐全、先进，有的已属于智能化建筑。

##### (三) 加强商业物业区域内的安全服务工作

商业物业的客流量不仅大，而且人员构成比较复杂，由于人们在进出商业物业时受到的限制较少，尤其是敞开式的商业购物中心，商品陈列四周，场地的安全服务工作就更加重要。同时，还要加强对易燃易爆商品的管理和清场后的商铺管理。

##### (四) 要按照与经营者签订的契约实施物业服务

在对商业物业服务时，要和经营者签订管理委托合同，物业服务者必须按照合同的要求去做好每一项工作。同时还要为租户提供良好的服务和优良的经营环境。

#### 二、商业物业的物业服务要求

商业物业依靠形体环境来显示企业实力，增大知名度，扩大影响力，设法把顾客引进来。因此，对于物业服务企业来说就要认真做好广告宣传广告活动，扩大商业场所的知名度和影响力，树立良好的商业企业形象和声誉，以吸引更多的消费者前去购物。具体地说，其物业服务要求有如下三点。

##### (一) 商业物业应具有良好形象

商业物业一般都沿街建造，对市容有很大的影响，既要符合社会的实用要求，又要符合社会的美学要求。为此，具有良好形体环境既是商业特色、是商界潜在的销售额，也是潜在的资产或无形的资产。具体要求如下。

##### 1. 商业物业必须具有良好的形体环境和商业特色

商业物业的形体环境是指建筑群体的布局，建筑物，构筑物的造型、色彩并与雕塑、工艺美术、园林融合为和谐统一体，给人们创造出的一种舒适、安全、方便的购物环境。

每一个商场都具有自己鲜明的特色，这样才能吸引更多的顾客。而在管理上要突出一贯形象，使顾客熟悉、认识，印入脑海，潜移默化，产生联想。通过对具体形象、特征部分的认可，逐步达到强化认识、逐步接受的目的，这样可以帮助顾客克服记忆困难。

##### 2. 商业物业的良好形象是潜在的销售额

公共商业物业的销售业绩，原则上应该和商场的知名度成正比例，因为，消费者对商场有认识，才可能产生好感和信赖感，并成为该店的顾客。同样的两家商店，知名度高的那一



家一定优于知名度低的那一家，所以良好的形象可获得更高的潜在销售额。

### 3. 商业物业的良好形象是潜在的资产

企业的良好形象就是一种无形资产，当商业市场进入印象时代，消费者认可的店牌、品牌，则同样的商品在不同的商场，会具有不同的价值和效益。

### (二) 建立商业物业识别体系

企业识别系统是强化商业企业形象的一种重要方式，它包括：理念识别体系、视角识别体系和行为识别体系，三者互相推进、互相作用，能产生良好的商业效果。

企业识别系统是以改变企业形象、注入新鲜感、增强企业活力，从而吸引广大消费者的注意、提高销售业绩的一种经营手段。它的特点就是通过对企业的一切可视事务，即形象中的有形部分进行统筹设计、控制、传播，使商业物业的识别特征一贯化、统一化、标准化和专业化。具体做法是围绕商业物业周围的消费群体，以商业物业所特有的和专用的文字、图案、字体组合成的基本标志作为顾客和公众识别自己的特征。

### (三) 商业物业安全服务要求高

具体原因在于商业物业安全服务要求综合性强、服务性强，安全服务人员素质要求高。

#### 1. 综合性强

一些大型的商业区、商住区，建筑物类型复杂、楼层高、楼幢多、功能各异、建筑面积大、进出口多，而且物业区内公司多、商场多，人流量大、人员复杂，这些就给制定和落实安全措施带来一定困难。同时，众多单位又各有各的管理部门，物业服务企业不可能过多地干预，只能同各单位、租户、业主的主管部门及派出所等密切合作、相互配合、积极参与，才能较好地完成管理工作。

#### 2. 服务性强

物业服务企业的治安管理工作实质上就是服务，就是为用户提供安全服务，为保障商业区内员工、客户的人身和财产安全服务。因此，作为安全人员，一定要树立“服务第一、用户至上”的思想，既要有公安人员的警惕性，又要有服务人员的热诚；既要坚持原则，按制度办事，又要文明礼貌，乐于助人。

#### 3. 安全服务人员素质要求高

作为一名安全服务人员，不但要有较高的思想品德，还要求知法、懂法和会用法；不仅要坚持原则，依法办事，还要讲究处理问题的方法和艺术。安全工作除了与违法犯罪分子作斗争外，更多的是与违反规章制度的群众打交道，治安人员一定要区分清楚，不同对待，以免处理不当，陷入被动。

## 三、商业物业的物业服务基本内容

商业物业的管理服务有许多同办公楼宇相同和相仿之处。但是，商业物业的物业服务还有许多特殊的内容，具体包括以下几点。

### (一) 楼宇与设备、设施的养护及维修管理

商业物业的设备、设施管理是非常重要的，除了对机电设备必须保障正常运转外，特别要保证在营业期间不发生突发性的停电故障，避免引起营业现场的混乱，甚至发生伤人事件。要把自动扶梯等的开关装置在顾客碰不到的地方。

### (二) 环境卫生及绿化管理

基本的保洁工作应安排在非营业时间，营业时间应避免使用长柄拖把，而宜用抹布擦拭，清场后必须把垃圾清理出现场，置放的绿化、盆栽要保持干净、鲜活，枯萎的要及时调换。