

高职高专物业管理专业系列教材

盛承懋 主编

物业管理 概论

周云 编著



东南大学出版社

物业管理概论

高职高专物业管理专业系列教材

周云 编著

东南大学出版社

内容提要

本书将物业管理放在房地产寿命管理的平台上考虑,系统阐述了物业及物业管理的基本问题、物业管理在国内外的发展与模式、物业管理在房地产全寿命管理中的地位与作用、物业管理理论及其应用、物业管理的基本环节与技能、物业管理市场化与招投标、物业管理质量与质量管理、物业管理质量认证与 ISO 贯标、物业管理质量体系与质量体系文件等内容。本书既可作为高职高专物业管理专业的教材,也可作为大专院校相应专业师生的教材或教学参考书,以及有关部门进行物业管理培训的教材。

图书在版编目(CIP)数据

物业管理概论/周云编著. —南京:东南大学出版社,2004.9

(高职高专物业管理专业系列教材/盛承懋主编)

ISBN 7-81089-730-6

I. 物... II. 周... III. 物业管理-高等学校: 技术学校-教材 IV. F293.33

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 081998 号

东南大学出版社出版发行
(南京四牌楼 2 号 邮编 210096)

出版人:宋增民

江苏省新华书店经销 南京京新印刷厂印刷

开本: B₅ 印张: 14.75 字数: 289 千字

2004 年 9 月第 1 版 2004 年 9 月第 1 次印刷

印数: 1—4000 定价: 23.00 元

(凡因印装质量问题,可直接向发行部调换。电话:025-83795801)

编者的话

2000年4月我们编写出版了《物业管理丛书》(共10本),受到物业管理从业人员和物业消费者的充分肯定与广泛欢迎。为规范与健全物业管理工作作出了应有的贡献。

时间又过去了四年,这四年中我国的房地产业得到了迅猛的发展,与之相伴的物业管理行业也发生了深刻的变化,取得了可喜的进步。

但是,作为一个新兴行业,物业管理在实践中也出现了一些新的问题,主要表现为:第一,业主的权利义务不明确,物业管理各主体之间的法律关系不明确,出现问题后无法追究相关责任;第二,物业管理企业的行为不规范,存在着服务不到位、收费与服务不相符、擅自决定本该由业主决定的事项等行为,损害业主的合法权益;第三,业主大会、业主委员会的成立、组成、运作等缺少监督与制约,有的业主委员会不能真正代表业主利益,甚至损害了业主的共同利益;第四,物业开发建设遗留的质量问题使得物业管理企业承担了本应由开发商承担的一部分责任;第五,物业管理的人才队伍远远不能满足物业管理发展的需要。

针对这些问题,国务院颁布了《物业管理条例》,并于2003年9月1日正式实施。与此同时,建设部也颁布了《前期物业管理招标投标管理暂行办法》与《业主大会规程》,并相继正式实施。

《物业管理条例》在明确业主权利、进一步强化业主的监督权和财产管理权;加强前期物业管理;物业管理企业应按照物业服务合同提供相应服务;在物业服务收费上,推行“按质论价”;规定行政处罚的同时,在民事赔偿责任等方面实现了突破。

但是在物业管理人才队伍培养上,我们仍然面临着不少问题。为了进一步规范与健全物业管理,按照《物业管理条例》的要求,造就一批思想水平高、知识素质全、工作能力强、富有开创性的物业管理人才,显得越发迫切与重要。为此,我们重新编写了《高职高专物业管理专业系列教材》,以适应现行高等学校物业管理专业人才的培养。

这套系列教材共分七册:即《物业管理概论》、《物业管理实务》、《物业维修管理》、《物业设备管理》、《物业管理法规》、《物业管理会计与财务》、《物业管理案例分析》。这套教材按照国务院新颁布的《物业管理条例》与有关主管部门的一系列最新规定,以国内外物业管理最新动态为背景,系统地阐述了物业管理的基本知识、基本理论与基本方法,国内外物业管理的现状与制度,物业管理从业人员所应具备的相关知识和能力,并附录了我国物业管理的相关法律、法规、规范性文件及部分合同文本。这套系列教材既可作为高等学校相关专业的教学用书,也可供物业管理从业人员和物业的消费者阅读参考,并可作为物业管理从业人员上岗的培训教材。

参加本系列教材编写的成员是苏州科技学院(原苏州城建环保学院)管理科学与工程及房地产研究所的专家教授。苏州科技学院于1985年在全国首批设置了房地产经营管理专业,并面向全国招生,至今已形成了以房地产经营管理为特色的教学与科研,并在工程项目管理、房地产估价、工程造价管理、投资项目分析、应用软件设计、房地产法等方面形成了自己的研究方向和服务领域,在全国尤其是在江苏地区房地产业界具有一定的影响。

本系列教材在编写过程中得到了东南大学出版社、江苏省建设厅房地产业处、苏州市房产管理局的大力支持,苏州科技学院党委和院行政领导对教材的出版也十分关注与支持,在此一并表示感谢。

苏州科技学院房地产研究所
盛承懋
2003年12月

前言

云 图

月 9 年 2005

一年多前,接到编写《物业管理概论》一书的任务,我一直感到很大的压力和责任。尽管在物业管理方面也做了一些工作,包括物业管理方面的理论研究、协助组建物业管理公司、编写物业管理公司的相关管理文件、参加物业管理招投标等物业管理实践活动,也做一些人才培养与实训等等,有了一些体会,形成了一点自己的认识,但随着房地产业在近几年的高速发展,随着人民生活水平的提高,随着人们对物业管理认识的逐步深入和现代物业管理理念的建立,物业管理在中国大陆的发展可谓是日新月异。现在来编写这样一本书需要做一个重新的思考。

作为具有较长寿命年限的建筑产品,从其项目设计、可行性研究、土地征用开发、勘察设计、施工、销售和实施物业管理,到结束它的物理寿命,少则几十年,多则几百年、上千年。随着科学技术的长足进步,房地产的全寿命周期价值该如何度量呢?带着这样的思考,我选择并决定将物业管理放在基于房地产全寿命管理的平台上加以讨论。工业发达国家的企业对下游部门的服务范围正在拓展和延伸,并把服务视为创造新的价值的源泉。物业管理作为房地产业的售后服务环节,其内涵和外延及服务形式与理念都在发生着不断的变化,伴随房地产产品生命周期的全过程,许多人性化的、新的服务品种应运而生,如 JIT 的服务模式、“金钥匙”酒店式的服务均得到了广泛的应用。在价格竞争激烈、利润空间迅速缩小的趋势下,物业管理惟有从房地产全寿命周期的角度,依靠现代的服务理念与服务意识来扩大经营、实现增值。

全书分为 9 个章节,在力求理论联系实际的基础上,系统阐述了物业及物业管理的基本问题、物业管理在国内外的发展与模式、物业管理在房地产全寿命管理中的地位与作用、物业管理理论及其相关应用、物业管理的基本环节与业务技能、物业管理市场化与招投标、物业管理质量与质量管理、物业管理质量认证与 ISO 贯标和物业管理质量体系与质量体系文件等方面的内容。兼顾到知识性、实践性与可操作性,穿插了一定量的案例和操作范本。

在这里,我要特别感谢苏州市房产管理局物业管理处的领导,感谢在苏州物业管理行业一线的优秀物业管理经理人和我的同仁们,感谢这几年跟我一起做论文的我的学生们,没有他们的辛勤耕耘和努力,没有他们创造这片实践和探索的沃土,没有与他们一起广泛的调研和积极的思考,我无法想象我还要付出多大的艰辛和多长的时间才能得到今天的结果。同时,本书在完成过程中还参阅、借鉴了大量同行专家们的研究成果和资料,在此一并表示衷心的感谢!

本书中若有错误及不当之处,敬请批评指正,静候商榷与联系。

周 云

2004 年 9 月

目 录

第 1 章 物业与物业管理概述	1
1.1 物业的概念与分类	1
1.2 物业管理的含义与性质	5
1.3 物业管理的特点	9
1.4 物业管理的一般原则	10
1.5 物业管理的功能	12
1.6 物业管理的目标与任务	15
本章小结	17
复习思考题	17
第 2 章 物业管理的发展与模式	18
2.1 物业管理的起源	18
2.2 香港特别行政区的物业管理	19
2.3 物业管理与物业管理企业在中国的成长与发展	24
2.4 物业管理现代化对行业发展的要求	34
本章小结	35
复习思考题	36
第 3 章 物业管理在房地产全寿命管理中的地位与作用	37
3.1 房地产全寿命管理的概念与主要过程	37
3.2 物业管理与房地产开发的关系	44
本章小结	49
复习思考题	49

第4章 物业管理基本理论与应用	50
4.1 产权理论	50
4.2 价值—价格理论	60
4.3 公共选择理论	71
4.4 委托—代理理论	75
4.5 现代企业管理理论	81
本章小结	90
复习思考题	91
第5章 物业管理的基本环节与业务技能	92
5.1 物业管理的基本环节	92
5.2 物业管理的业务范围与基本流程	98
5.3 物业管理人员的职业道德与素质要求	100
5.4 物业管理的主要技能	104
本章小结	125
复习思考题	126
第6章 物业管理市场化与招投标	127
6.1 物业管理市场的形成与发展	127
6.2 物业管理市场的准入条件与途径	133
6.3 物业管理招投标与建设工程招投标的比较	138
6.4 物业管理招投标的程序与文件的编写	140
本章小结	148
复习思考题	149
第7章 物业管理质量与质量管理	150
7.1 质量概述	150
7.2 物业管理质量的形成	157
7.3 物业管理——质量管理的方法	164
7.4 物业管理服务质量的评价	174
本章小结	179
复习思考题	180

第 8 章 物业管理质量认证与 ISO 贯标	181
8.1 ISO 9000 概况	181
8.2 质量认证概述	187
8.3 物业管理质量认证的实施	193
8.4 物业管理质量管理体系认证的管理	202
本章小结	204
复习思考题	204
第 9 章 物业管理质量体系与质量体系文件	205
9.1 质量体系概述	205
9.2 物业管理质量体系的建立	208
9.3 物业管理 ISO 9001:2000 质量管理体系的内容	216
9.4 关于咨询	219
9.5 物业管理质量体系文件的编写	220
本章小结	224
复习思考题	224
参考文献	225

第1章 物业与物业管理概述

1.1 物业的概念与分类

1.1.1 物业的概念

“物业”一词来源于对英语“Real Estate”或“Property”的翻译,最早使用出现在香港,其基本含义是指单元性房地产。随着物业管理的推广和普及,“物业”一词也广泛地被我国内地所接受,并且其含义基本类似,例如,建设部物业管理主管部门及各地区物业管理的有关条例中,对物业的解释大多为“物业,是指住宅区内各类房屋及相配套的公用设施、设备及公共场地”、“居住物业,是指住宅以及相关的公共设施”、“物业是指已建成并投入使用的各类房屋及与之相配套的设备、设施和场地”等等。由此可见,物业主要包括三个部分:

- (1) 已建成并具有使用功能的各类供居住和非居住的建筑物;
- (2) 与这些建筑物相配套的设备和设施;
- (3) 相关的场地及内部非主干道。

在国际上,“物业”作为通用的习惯词汇,与房地产、不动产表达的是同一个概念。在我国特定的环境下,物业与房地产并不等同。房地产是指形成于生产、流通、消费的整个过程中的房地产产品,是土地及其定着于土地之上的建筑物、构筑物和其他附属物在自然形态和经济形态下的总称;而“物业”则是指进入消费领域的房地产产品,从房地产全寿命管理的角度而言是房地产的“售后服务”。

综上所述,结合我国的具体情况,我们可以把物业定义为:已建成并经竣工验收投入使用的各类具有使用功能的建筑物及其配套设施、附属设备设施以及相关的场地。

1.1.2 物业的分类及特点

物业可以是群体建筑物,如住宅小区、工业厂区;也可以是单体建筑物,如高层住宅、商业大厦、办公楼宇、旅游宾馆等。根据物业的使用功能的不同,我们可以将其分为四种类型:居住物业、商业物业、工业物业、其他用途物业。

1) 居住物业

居住物业,是指已建成并经竣工验收投入使用的各类具有使用功能的住宅以及相关的配套设施、附属设备设施和场地,一般包括住宅小区、单体住宅楼、公寓、别墅、度假村等多种类型。

住宅是人类赖以生存的基本条件之一。在现代城市中,住宅在城市建筑物中一般占到房屋总量的50%左右。住房与人们的生活息息相关,因而住宅是一种十分复杂而敏感的房地产商品。住宅的供应量,尤其是房租、房价哪怕是十分微小的变化,都会引起整个社会的关注——可以说,这是一个关系到社会安定的大事。世界各国政府都对住房政策采取十分谨慎的态度。大多对住宅实施福利性政策,有的国家甚至通过立法禁止对住宅进行商业化的投资经营。国外有的人甚至认为住房是生活必需品,与水、电一样,不能用于赚钱。

从实践上看,住宅可以分为三类:

第一类,住宅本身不是商品,而仅仅是一种福利设施。这类住宅由政府投资兴建,承租户只是象征性地交纳少量的租金,这部分房租甚至不足以弥补正常的房屋建筑物的维修、管理费用,当然就根本谈不上投资回收了。这类住宅是靠国家大量财政补贴而维持的。

第二类,住宅属于一种准商品。这类住宅的买卖、租赁,通常是国家通过一定的财政补贴给以各种优惠政策,如控制最高租金水平、给予低息购买贷款等。说这类住宅属于准商品是因为它们的租金与价格已同建筑的成本、利润挂钩,并受房地产市场供求的一定影响,但它们的租金和价格是不与市场供求、竞争直接联系的。

第三类,住宅本身就是一种商品。这部分房地产与其他商品一样,其价格、租金以及供求关系完全由市场决定。

很长一段时期内,我国的住宅除了少量私房外基本上都是属于第一种类型的。近几年来各地的住房制度改革方案相继出台,江苏省的住房制度也已正式出台,从1998年12月1日起,全面停止实物化分房。目前我国的住宅已逐步向第二种类型演变,商品住宅已成为住宅的主体。

2) 商业物业

商业物业,也称为收益性物业,是指经营该类物业可以直接获得收益,主要包括:店铺、购物中心、商业大厦、写字楼、宾馆、酒吧、餐厅、各种文化娱乐设施以及服

业务用建筑等。

商业物业具有以下显著特征：

- (1) 商业物业由于装修等原因，地上建筑价值占整个物业价值的比重较大；
- (2) 由于商业物业单位营业面积盈利率高，因而商业物业单位面积的售价和租金也相对比较高；
- (3) 商业物业对周围环境的反应特别敏感，在城市中的位置往往成为决定商业物业价值的关键因素。同样，商业用地或店面分别处于城市商业中心区和城郊结合部，售价和租金前者往往高于后者，会是后者的数十倍，甚至上百倍；
- (4) 商业物业具有较强的适应性。

商业是一个十分广泛的概念，在这里实际是指第三产业。商业物业在具体用途发生变化时不会有太大困难。例如，经营自行车的店铺稍加装修便可以经营家用电器；办公楼的楼面则可以出租给各种各样不同的行业。

3) 工业物业

工业物业，包括工厂、仓库、成品和材料堆放场地、码头等。工业物业是工业生产的重要生产资料，一般认为它们部分地参加产品的生产过程，工业用房地产有这样几个特点：

- (1) 工业物业一般不作外部装修，总建筑成本相对较低；
- (2) 工业物业在结构设计方面技术性要求很高，因而一般适应性比较差。有时一幢厂房就是专门为某一条生产线而设计的；

(3) 工业物业对周围环境也有一定要求，主要是交通运输便利，有较大的发展空间。

工业物业中的专用厂房进入市场的可能性很小，标准厂房、仓库、码头、堆放场地，大量地被用来开展租赁业务，也可买卖。

4) 其他用途物业

其他用途物业，这里主要是指具有较多公共功能的建筑及配套设施、附属设施和相关场地，如：车站、机场、医院、学校、政府办公大楼等。就使用功能而言，它们具有较多的公共性。

1.1.3 物业的性质

1) 二元性

物业的物质实体往往表现为在空间上具有特定地基和在权利主体上具有明确归属的建筑物。即：无论是何种功能的建筑物，其基础总是建筑在一定面积的土地之上的，是土地的附属物；而土地的功能则借助于建筑物得以发挥。因此，物业兼有土地与建筑两方面的物质内容。当然，对于不同的物业，其二元物质组成的比重是不同的，总体而言，物业的建筑面积与土地面积的比值：城市>城郊>乡村，商业

中心>工业基地,高层住宅>多层住宅>别墅。

2) 固定性

除了极少数房屋建筑物能以不寻常的方法移动外,绝大部分房屋是不能移动的。这一特征又被称为空间上的不可移动性。首先,土地是不可移动的,建筑物一旦定着于土地之上,就与土地形成不可分割的一体;第二,人们对土地的投入也是不可移动的,水渠、管道、电缆、道路等都是土地(熟地)的组成部分,离开土地便不成其为对土地的投入。当然,国内外都有过将旧建筑物“整幢搬走”的例子,但这种“移动”并非等同于“可移动”,只是将原建筑物“拆开”后,易地照原样重建,而且这种移动的耗资量是相当巨大的,除了极少数国家重点保护的文物古建筑,一般是不会这样做的。

3) 耐久性

土地是永久存在的。现代武器能够摧毁整座城市,能使一个地方变为一片焦土,若干年内不能生长植物。但即使是那样,威力无穷的现代武器也无法消灭土地,具有特定地理位置的土地是永存的。同时,房屋虽然有自然损耗,有因建筑类型、建筑标准、使用功能等已不适应时代的要求而人为的将其拆除或改造的精神损耗,但这种损耗的周期是很长的,少则几十年,多则上百年甚至于几百年。相对一般商品而言,它们完全可以被看作是耐久的、长期的商品。因此,物业既可以是一次性地出售,转移价值与使用价值,也可以是采用出租的方式,在时间和空间上进行价值与使用价值的零星出售。

4) 经济价值的多样性

首先,物业既是生产资料,又是消费资料(生活资料)。它可以是一种最终消费品,如人们购买住宅房地产可以满足居住这一基本生活消费需求;它又可以是一种生产资料,如农田、树林、仓库、厂房、店铺、办公大楼、旅馆等等,人们占有它们是为了从事经营;它还可以是完成各种社会公益事业的手段,如政府办公大楼、国家公园、国家博物馆,以及属于国家或社会共同事业的医院、学校、营房、庙宇等等。

第二,物业既是固定资产,又是流动资产。当物业以出租或出售等不同形式完成交易时,物业对于买卖双方就资产的形式来讲是不同的。以厂房为例,当厂房的所有者将厂房的所有权一次性出卖给工厂时,厂房对于工厂来讲是固定资产,而对于出卖者来讲则是流动资产;当厂房的所有者以出租的方式将厂房租给工厂时,对于双方来讲都是固定资产。

5) 保值增值性

物业的保值增值是一种规律性的现象。第一,土地是一种稀缺性的资源,随着社会经济的不断发展,人类使用土地数量的不断增加,势必导致可供建筑的地基数量会越来越少,因此,以土地为本的物业在物理寿命年限内具有保值增值的潜力;第二,随着土地资产及各种市政设施、配套设施等固定资产在某一地块上的积累,

必然存在着带动周边相关物业价值增值的可能。当然,物业的升值不会是直线式的,受各种因素的影响,随着时间的推移会有不同程度的波动,但从长期来看,物业的保值增值形式是客观存在的。

6) 物权性

与购置其他商品不同,购置物业即意味着获得了对一宗物业——不动产(房地产)的所有权,即物权,也即意味着拥有了对该物业的占有、使用、收益、处分的权利。在我国,房地产权是指物权人在法律规定的范围内享有的房屋的所有权及其占有土地的使用权。因此,物业的法律属性集中地体现在物权的关系上。

1.2 物业管理的含义与性质

1.2.1 物业管理的概念

“物业管理”与“物业”一样是翻译而来的词汇,英文的表示有 Real Estate Management, Estate Management, Real Property Management, Property Management 等多种形式。如上所述,根据我国对物业的约定俗成的定义,物业管理应侧重于 Property Management,即对建成后物业的管理,按阶段性管理划分应属于“售后服务”的范畴。

我国于2003年9月1日颁布并实施的《物业管理条例》第二条称:物业管理是指业主通过选聘物业管理企业,由业主和物业管理企业按照物业服务合同约定,对房屋及配套设施和相关场地进行维修、养护、管理,维护相关区域内的环境卫生和秩序的活动。

物业管理在当前的实践表明,物业管理可以有广义和狭义两种解释。广义上的物业管理是指对各类建筑物、附属设备、设施以及场地进行管理,同时对建筑物区域周围的环境保护、清洁卫生、安全保卫、庭院绿化、道路养护、车辆停放等实施统一管理,并向业主和使用人提供全方位的服务。从狭义上讲,物业管理就是为了保持房屋的完好,附属设备、设施的正常使用和相关场地的使用有序而对各类建筑物、附属设备、设施以及场地进行管理。

由此可见,物业管理的内涵是对建筑物、附属设备、设施及相关场地的经营管理,从这个角度讲,传统的房管模式也是物业管理。随着物业管理行业的发展,物业管理集管理、经营、服务为一体:不但管理物业,还向物业所有人和物业使用人提供各种服务,其外延越来越广。除了清洁卫生、安全保卫、庭院绿化、消防安全等以外,还接受业主和使用人的委托服务、特约服务,并提供电器维修、室内装潢、商务中心等经营服务。

物业管理的对象是物业,而服务对象是人,是包括业主、住户、租户在内的各类

物业使用人。所以,物业管理可以定义为:物业管理经营人受物业所有人的委托,按照国家法律法规、管理标准及委托合同行使管理权,运用现代管理科学和先进的维修保养技术,以经济手段管理物业,从事对物业(包括物业周围的环境)的养护、修缮、经营,并为物业所有人和使用人提供全方位的服务,使物业发挥最大的使用价值和经济效益。

综上所述,物业管理就是由物业管理经营专业机构人员,受物业所有人(业主)的委托,依照有关的法律、法规,按照合同或契约,运用现代化的管理科学和先进的维修保养技术,以经济的手段管理房屋及其附属设施,并对房屋周围的环境实施有偿管理活动的总称。

1.2.2 物业管理的性质——服务性

物业管理属于第三产业,是一种服务性行业,它要为物业所有人和使用人提供高标准、高质量的服务。物业管理的性质就是服务,管理本身就是提供一种服务,是寓管理于服务之中的活动。服务作为市场中产品的一部分,包括服务保证、实施服务行为人的信誉与声誉、提供的信息等,他们将给顾客带来利益与心理上的满足和信任,满足顾客的需求。

1) 服务与服务意识的内涵

在追求优质服务的今天,人们更希望得到恰到好处的细微服务,从“标准化服务”到“个性化服务”、“情感服务”,以及过渡到现在的为业主/住户/租户提供“超值服务”理念,是物业管理服务理性化的集中体现,同样也是求得业主/住户认同并为物业管理企业创造效益的必由之路。服务是一种无形产品,是有价值的,是可以用来进行交换和买卖的,是用 JIT 模式(Just In Time)——即适当的时间、适当的地点、给适当的人提供的适当的“产品”。

服务意识则是指能自觉地、主动地、发自内心地为他人和社会提供有经济价值的劳动。具体包含两层含义:第一层含义是对服务的认识,即用简单而明确的语言把“服务”具体化,使服务人员清楚什么是优质的服务。第二层含义是要制定出服务的标准。标准是服务质量的保证,服务标准的制定,可使服务人员明确自己的职责,最大程度地发挥自己的创造力,为顾客提供优质的服务。需要说明的是员工即使具备了业务知识和技巧,熟悉了程序标准,也不能保证服务质量一定会提高,还存在着员工愿不愿做,能不能发自内心、主动去做的问题。所以说,服务意识是在掌握了业务技巧,把握了服务的本质和规律,加之兴趣情感等个性品质等方面的因素后形成的心理上成熟的行为习惯。

2003 年 3 月,由中国质量协会、全国用户委员会组织开展的全国住宅用户满意度指数评测结果显示,我国住宅用户满意指数平均为 63.3 分。用户对现有住宅满意度不高,特别是在物业管理、配套设施方面意见较大。这种基于房地产全寿命

管理的房地产市场满意度低下的症结所在就是物业管理服务意识的建立。我们在生活中常常会遇到这样两个问题:为什么在工作过程中总是会出现许多尴尬?为什么在生活中接受服务的时候,总是感到不够好?只说明了一个问题:服务意识不到位。

物业管理是一种劳动密集型的服务性行业,物业管理服务行为在房地产供应链中占有举足轻重的地位。在市场经济社会,服务意识是服务产品的生命力,是服务质量的关键,是服务工作的灵魂,是员工素质的标志。因而无论是各级各类物业管理教育,还是物业管理企业,在对学生的教育和员工的岗位培训中应特别重视服务意识教育。

2) 物业管理服务的层次

物业管理服务作为一个整体的概念,从理论上可以概括为三个层次:产品的核心层、产品的有形层和产品的延伸层(如图1-1所示)。

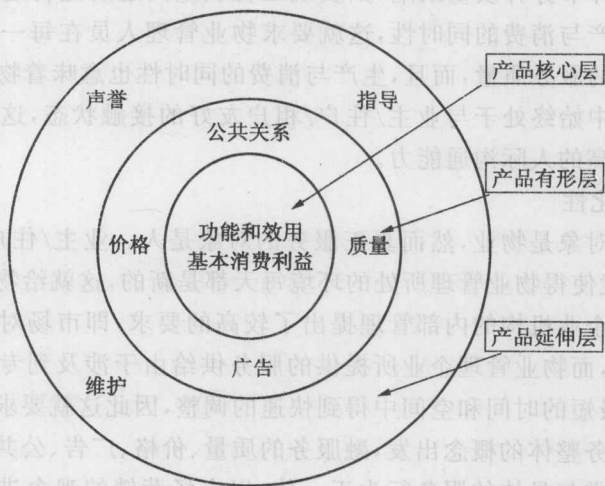


图 1-1 服务性产品的层次

其中:

(1) 产品的核心层,即是业主/住户通过物业管理的服务获得效用,这是顾客购买专业的物业管理服务的基本要求。

(2) 产品的有形层,对于服务性产品而言主要是指服务组成中住户/用户可以直观观察和感受到的产品部分,包括:服务的质量、价格、广告及公共关系等。物业管理公司所提供的服务产品在这一层次上是很重要的,没有良好的服务质量,物业管理公司将最终失去业主/住户,最终失去市场。

(3) 产品的延伸层,包括在提供服务时所伴随能够满足客户心理需求的所有