

物业

服务经济概论

张贯益 主编

WUYE FUCU JINGJI GAILUN

3.3



华中师范大学出版社

(鄂)新登字 11 号

图书在版编目(CIP)数据

物业服务经济概论/张贯益主编. —武汉:华中师范大学出版社, 1998. 6.

中等职业技术学校物业管理专业系列教材

ISBN 7-5622-1896-X/F · 100

I. 物… II. 张… III. 物业管理—服务经济学—技术学校—教材 IV. F063.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 15222 号

中等职业技术学校物业管理专业系列教材

物业服务经济概论

©张贯益 主编

华中师范大学出版社出版发行

本社照排中心排版

(武昌桂子山 邮编:430079)

新华书店湖北发行所经销

湖北新生报印刷厂印刷

责任编辑:方正平 杨发明
责任校对:本 易

封面设计:罗明波
督 印:朱 虹

开本:787mm×1092mm 1/32

印张:7.375 字数:164千字

版次:1998年6月第1版

1998年6月第1次印刷

印数:1—8100

定价:12.00元

本书如有印装质量问题,可向承印厂调换。

中等职业技术学校物业管理专业系列教材

高秉坤 张贯益 刘圣欢 主编

物业服务经济概论

张贯益 主编

华中师范大学出版社

1998年·武汉

前 言

市场是资源配置的基础性手段，这已成为共识。当中国的经济体制、住房分配体制发生重大变革的时候，以变革前体制为基础的传统房屋管理体制，势必要进行重大变革。

物业管理，作为一种新型的房屋管理模式，以其专业化、一体化和市场化为特征，在社会主义市场经济体制下，已呈现出强劲的生命力与发展势头。正所谓哪里有房屋，哪里就有物业管理。当新开发房屋普遍实施物业管理的时候，对已有房屋全面实施物业管理的呼声也越来越高。自1998年7月1日始，住房分配将全面步入货币化、市场化的轨道，住房制度改革也将进入一个新的发展历程。在新的形势下，如何使每一位业主的房产都能保值增值，如何使每一位房屋使用者都能享有舒适优美的居住与工作环境，是新时期物业管理所要承担的主要任务。

为了适应当前的发展形势，满足众多物业管理参与者的学习需求，我们组织一批专家编写了这套物业管理丛书，首批推出的有：《物业管理概论》，《物业服务经济概论》，《物业管理计算机化》，《物业管理法概论》，《物业管理国际质量标准》。这套教材汇集了专家们多年的理论研究、教学实践和社会实践的成果，并参考了国内外有关研究资料。各门课程均对基本理论、基本知识和操作技巧作了深入浅出的论述。既具有理论的科学性，又有很强的可操作性。本套教材是中等专科学校物业管理专业学生的主要教材，也是物业管理公司

和社会各界了解、学习物业管理理论与方法，物业投资与经营操作技巧的指南。

如果艺海拾贝是大师们的自谦之词，那么吾辈资质中平，不敢妄称弄潮儿。物业管理是房地产经济管理园中的一座奇峦。加之市场还有待充分发育，转轨变型尚未结束，从这个角度说反映不成熟实践的理论必然不很成熟。书中疏漏错误之处，恳请各位同仁、读者批评指正。

本套教材的写作得到了国家建设部，武汉市房地局，华中师范大学出版社的大力支持，在此一并致谢。

编者

内 容 提 要

物业服务对房地产业的发展起着至关重要的作用。然而我国目前物业服务的发展还远不够成熟,必须引起广大房地产经营者和学者的高度重视。

基于上述认识,本书主要从服务经济学的角度对物业服务进行了全面、透彻的研究。本书共七章。第一章介绍了物业服务经济产业和发展的过程;第二章至第四章运用服务经济学原理,针对物业服务的特点,对它的需求、生产以及成本进行了分析;第五章、第六章则从物业服务公司角度出发,对其经营决策和价格的确定提供了参考依据;第七章论述了政府应如何对物业服务进行宏观调控以及调控的手段。

目 录

第一章 物业服务经济的产生和发展	(1)
第一节 物业服务经济的内涵和外延	(1)
一、物业服务经济的内涵	(1)
二、物业服务经济与第三产业	(11)
三、物业服务经济与房地产业	(13)
第二节 物业服务经济的产生	(15)
一、建筑技术的进步与产权的多元化	(15)
二、城市规划思想的进步和规划理论的应用	(16)
三、物业服务经济的兴起	(18)
第三节 物业服务经济的发展	(20)
一、60年代中期到70年代末期物业服务经济在世界范围的发展	(21)
二、70年代末以来各国物业服务经济的发展	(23)
第四节 我国大陆的物业服务经济	(25)
一、传统体制下住房制度的特点及弊端	(25)
二、物业服务的最初尝试	(28)
三、物业服务经济的发展	(29)
第二章 物业服务的需求	(32)
第一节 物业服务的需求弹性	(32)
一、物业服务的需求	(33)
二、需求价格弹性	(42)
三、需求收入弹性	(45)
四、需求弹性在物业经营决策中的作用	(49)

第二节 物业服务的需求预测	(52)
一、需求预测对物业服务公司发展的重要意义	(52)
二、物业服务需求信息获取的途径	(53)
三、物业服务公司需求预测的几种方法	(54)
第三节 物业服务的消费函数	(60)
一、价格消费曲线	(60)
二、恩格尔曲线	(61)
三、市场需求函数	(63)
案例分析	(66)
第三章 物业服务的生产	(68)
第一节 物业服务的企业组织	(68)
一、物业服务的企业组织形式	(68)
二、物业服务公司的生产要素	(70)
三、物业服务公司的存在原因	(71)
第二节 生产函数	(72)
一、物业服务的短期生产函数	(73)
二、物业服务的长期生产函数	(77)
第三节 一般技术条件下的生产者选择	(84)
一、等成本线	(84)
二、生产者优化选择	(85)
第四节 技术进步条件下的生产者选择	(87)
一、技术进步的类型	(87)
二、技术进步条件下生产者最优选择点变化	(89)
三、技术进步的测定	(92)
案例分析	(92)
第四章 物业服务的成本	(94)
第一节 物业公司的成本	(94)
一、会计成本与机会成本	(94)

二、显明成本与隐含成本	(96)
三、个别成本与社会成本	(96)
四、增量成本与沉没成本	(97)
第二节 短期成本	(98)
一、总成本	(98)
二、平均成本	(102)
三、平均成本曲线与总成本曲线	(105)
四、边际成本	(106)
第三节 长期成本	(110)
一、长期总成本	(111)
二、长期平均成本	(113)
三、长期边际成本	(116)
案例分析	(119)
第五章 物业服务公司的经营决策	(121)
第一节 完全竞争物业服务市场的经营决策	(122)
一、完全竞争物业服务市场的短期决策	(123)
二、完全竞争物业服务市场的长期决策	(128)
三、完全竞争物业服务市场的经营分析	(132)
第二节 完全垄断物业服务市场的经营决策	(135)
一、完全垄断物业服务市场的短期决策	(136)
二、完全垄断物业服务市场的长期决策	(139)
三、完全垄断模型在物业服务市场中的应用	(140)
第三节 物业服务市场的垄断竞争和寡头垄断	(141)
一、物业服务垄断竞争市场的特征	(142)
二、垄断竞争市场的决策	(143)
三、垄断竞争物业服务企业的品牌策略和广告策略	(147)
四、寡头垄断市场的条件和特征	(149)
五、寡头垄断市场模型	(150)
案例分析	(156)

第六章 物业服务的价格	(159)
第一节 成本加成定价法	(159)
一、成本加成定价法概述	(159)
二、对成本加成定价法的评价	(163)
三、成本加成定价法与标准边际定价模式的比较	(166)
四、成本加成定价法在物业服务定价实践中的运用分析...	(167)
第二节 增量分析定价法	(170)
一、增量分析定价法概述	(170)
二、对增量分析定价法的评价	(172)
三、增量分析定价法在物业服务实践中的运用分析	(173)
第三节 差别定价法	(175)
一、差别定价法概述	(175)
二、价格差别	(179)
三、对差别定价法的评价	(185)
四、差别定价法在物业服务定价实践中的运用	(186)
第四节 多产品定价法	(188)
一、多产品定价法概述	(188)
二、多产品定价法在物业服务中运用实例分析	(191)
三、多产品定价法在物业管理中运用评价	(192)
案例分析	(193)
第七章 物业服务经济的宏观管理	(197)
第一节 市场的缺陷	(197)
一、市场竞争不完全	(199)
二、市场信息不对称	(201)
三、市场供求不均衡	(203)
四、洛伦茨曲线与基尼系数	(205)
第二节 政府的宏观调控	(208)
一、从凯恩斯革命谈起	(208)
二、宏观经济管理的两种模式	(210)

三、物业服务经济管理的类型	(212)
第三节 调控物业服务经济的若干手段	(215)
一、经济手段的调控	(215)
二、非经济手段的调控	(219)
后 记	(222)

第一章 物业服务经济的产生和发展

物业服务经济活动是本书的研究对象。物业服务活动在国外出现较早,在我国大陆则始于 80 年代初。随着我国大陆住房体制改革的深化和房地产业的发展,物业服务越来越显示出其巨大的生命力。本章将从介绍服务与服务经济入手,系统地阐述物业服务经济的内涵和外延、物业服务经济在世界范围内的产生和发展情况以及物业服务经济在我国大陆的产生与发展过程。

第一节 物业服务经济的内涵和外延

一、物业服务经济的内涵

1. 服务和服务经济

(1)服务的概念及其种类 服务是劳动者在他人的支配下按照他人的需要提供一定劳动的活动。也就是说,服务就是为满足他人的需要而进行的一种劳动活动。服务有广义的服务和狭义的服务之分。

从狭义上来讲,服务一般指只提供一定劳动活动而不提供实物形态物品的活动。例如,教师、售货员、邮递员、司机、警察、公务员等所从事的活动。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实物形态的物品,就不能称为服务活动。从广义上来讲,

人类社会的分工和协作实际上就是相互提供服务。本书所讲的服务是狭义的服务。

服务与劳务不是一回事，它们之间既有联系又有区别。从联系方面来讲，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，都以提供某种活动的形式满足他人的需要，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。从区别方面讲，主要有以下几点：

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作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，劳务和服务交换的实际内容不同。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。

服务按性质分类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。交通运输业、商业、旅游业、饮食业、银行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作农业经济、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,满足他们衣食住行的需要;交通运输部门为商品流通提供运输服务;金融部门为商品经济的发展提供资金支持和金融服务;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。

商品经济条件下,如果劳动者为他人提供的服务是当作商品来生产和销售,就是经济性质的服务,反之则是非经济性质的服务。政治和文化性质的服务,如果当作商品进入交换领域,也可以称为经济性质的服务,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。这是因为服务劳动者一般不创造实物形态的产品,部分服务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,工农业越发达则服务经济也越发展,否则服务经济就落后。

2. 物业服务与物业服务经济

(1) 物业与物业的特点 一个事物之所以存在是因为该事物有其区别于其他事物的特点。物业也有其自身的特点。

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。如香港李宗鐸先生在其编著的《香港房地产法》(商务印书馆香港有限公司1994年12月第5版)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,大物业可分割为小物业。”

在国外则通常称为不动产,因其位置固定,不可移动。所谓不动产,简单地说,是指不能移动或移动后会破坏其功能、损害其价值的财产。例如罗马法对动产和不动产的划分是:凡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,如家俱、牲畜等,称为动产;反之,如土地、房屋等则称之为不动产。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。

我国大陆习惯称为房地产,包括土地、建筑物及固着于其上不可分离的部分,以及附带的各项权益。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、通讯、电梯、消防、卫生等设备与器材。附带的各种权益指对房地产物质实体进行占有、使用、收益、处置等的权利及相关的各种利益。

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香港借鉴而来。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,物业有如下特点:

第一,位置固定。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象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。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、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。所以说物业具有耐用性。

第三,昂贵。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。所以一宗物业的价值很高,消费者在购买物业时,常常会受到支付能力的限制。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,情况可能会相反。现实中常有这样的情况,一条道路的修筑或改造,或者一座购物中心的新建,都

会使其周围的各类物业产生价格上或升或降的变化。

第五,保值增值。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得到的商品。当某种投资是保值性的,意味着该种投资能抵抗通货膨胀,使投入的资金增值速度能抵销货币贬值速度,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,物业早已被看作是一种特殊的资产,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。

此外,物业还受一个国家政治环境的影响。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。

(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、工作环境,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