

物业管理学

WUYEGUANLIXUE

王在庚 白丽华 主编



中国建材工业出版社

物业管理学

王在庚 白丽华 主编

中国建材工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

物业管理学/王在庚, 白丽华主编. —北京: 中国建材工业出版社, 2002. 7
ISBN 7-80159-207-7

I. 物… II. ①王… ②白… III. 物业管理 IV. F293.33

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 048223 号

物业管理学

王在庚 白丽华 主编

*

中国建材工业出版社出版

(北京海淀区三里河路 11 号 邮编: 100831)

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售

北京丽源印刷厂印刷

*

开本: 787mm×960mm 1/16 印张: 20 字数: 378 千字

2002 年 7 月第一版 2002 年 7 月第一次印刷

印数: 1~4000 册 定价: 26.00 元

ISBN 7-80159-207-7/TU · 103

前 言

“物业管理”，这个新生事物以极快的速度来到了我们的身边，与我们的生活和工作密切相关，扮演着越来越重要的角色。在现实生活中，围绕着房屋、建筑物的使用和管理，人们经常遇到许多困惑。例如：城市中数量庞大的旧有房屋需要更好地管理与维修；业主对私有房屋加强维修和养护以使物业保值增值的需求在加大；对房屋周边环境的管理；房前屋后的绿化美化；对共同产权人行为的约束等房屋管理和使用的问题已经到了影响人们生活和工作质量的程度。因此，伴随着物业的管理和使用，存在着这样一个业务领域，它不同于房地产的开发、经营，也不同于家政服务，更有别于房管所传统的房屋管理模式，物业管理是诞生于住房制度改革和房地产的商品化过程中，围绕着物业的使用和业主的多种需求而产生的管理与服务行为。随着城市经济功能的扩展，由经济发展而产生的对物业管理的需求，它是内生性的，也是社会发展的必然选择。

在我国的大中城市中，住房消费观念的变化，就业方式的变化和人才流动的加快产生出大量的房屋租赁需求，而伴随着房屋租赁市场的发展，利用租赁来的房屋从事违法犯罪活动的案件也屡见不鲜，对这样的房屋急需进行管理方式的改革。另外，随着个人财富的增加，以保值增值为目的而拥有房地产的业主数量也在快速增加，这部分人对物业管理所能带给业主的效益更关心，因为良好的物业管理带来的物业升值是对投资行为的极好回报。

从实践中我们看到，物业管理这个行业很特殊，它不是单纯的服务，也不是单纯意义上的管理，它是集服务、管理、经营为一体的，连接不同行业，填补传统行业之间空白的行业，是现代经济社会人们工作方式的变化、生活质量的提高和需求多样化的产物。

对物业管理行业中的诸多问题，迄今为止还没有形成成熟的理论体系和明晰的行业定位，目前我国在这方面也没有形成系统的法律规范体系，这一切都在不断地探索和完善中，需要业内外的有关人士从理论到实践方面进行更积极的探讨。本书在大量参考同行专家、学者已有成果的基础上，结合目前的物业管理的实践和个人的认识来阐述物业管理这一业务。本书除了对物业管理的基本内容进行介绍外，还探讨了物业的升值、物业的经营、物业管理业务范围的扩展、物业管理的创新和物业管理企业的管理等问题。

本书可作为大、中专院校相关专业《物业管理》课程的教材，也可以作为物业管理企业和房地产开发企业员工培训的教材。

本书在编写过程中，得到了许多同行的支持和鼓励，并参阅了大量的相关

专业资料。天津商学院的王俊安、梁镇、张金娟、李文杰老师和石家庄市委党校的刘长泽老师参加了有关章节的编写工作。同时，天津商学院企业管理专业的硕士研究生和房地产专业的本科生为本书的编写付出了辛勤的劳动，在此一并表示感谢。

编 者

2002年6月于天津

目 录

前言

第一章 物业管理基础理论	(1)
第一节 物业管理基本概念	(1)
一、物业	(1)
二、物业管理	(3)
三、物业管理的性质	(4)
第二节 物业管理基础理论	(6)
一、物业管理的原则	(6)
二、物业管理的模式	(8)
三、物业管理的基本环节	(12)
四、物业管理的功能与作用	(16)
第二章 物业管理的社会学意义	(22)
第一节 物业消费趋势	(22)
一、传统房屋消费	(22)
二、传统物业消费	(24)
三、现代物业消费	(25)
四、物业消费趋势辨析	(27)
第二节 物业管理与城市发展	(30)
一、城市发展对物业管理的内在需求	(30)
二、物业管理在城市发展过程中的地位	(33)
第三节 物业管理中的几大关系	(36)
一、物业管理公司与政府主管部门	(36)
二、物业管理公司与专业化服务公司	(37)
三、物业管理公司与业主委员会	(39)
四、物业管理公司与开发商	(41)
五、其他几大关系	(43)
第三章 物业管理的经济学意义	(47)
第一节 物业管理与现代产权理论	(47)
一、现代产权理论	(47)
二、物业管理与产权理论	(50)

第二节 物业管理与房地产消费理论	(53)
一、房地产消费与物业管理行业产生的必然性	(53)
二、社会分工的专业化趋势与物业管理企业	(54)
第三节 物业管理与服务贸易	(56)
一、服务经济	(56)
二、服务贸易	(58)
三、服务竞争与服务质量	(59)
第四章 物业管理市场	(62)
第一节 物业管理市场的涵义与内容	(62)
一、物业管理市场的涵义	(62)
二、物业管理市场的内容	(62)
第二节 物业管理市场的特点	(64)
一、物业管理市场的特点	(64)
二、物业管理市场客体—物业管理服务的特性	(65)
第三节 物业管理市场的供求分析	(66)
一、物业管理市场需求主体的行为动机	(66)
二、物业管理市场需求的形成	(68)
三、物业管理市场的供给分析	(70)
第四节 物业管理市场的运行	(72)
一、物业管理市场的运行机制	(72)
二、物业管理市场现状	(74)
第五章 物业管理政策法规	(76)
第一节 物业管理法规概述	(76)
一、物业管理立法的必要性	(76)
二、物业管理法律规范依据	(78)
三、物业管理的法律关系	(79)
四、物业管理的法律责任	(82)
五、物业管理法律责任的种类	(83)
六、业主在物业管理中的法律地位	(83)
第二节 物业管理法规体系	(85)
一、国家有关物业管理市场的法规与政策	(85)
二、行业部门有关物业管理市场的管理办法	(88)
三、地方有关物业管理市场的管理规定	(92)
第六章 物业管理的基础工作	(93)
第一节 物业管理早期介入	(93)

一、城市规划与物业规划	(93)
二、物业的绿化	(105)
三、物业的施工质量监理	(107)
第二节 物业的接管验收	(111)
一、物业接管验收的概念	(111)
二、物业的接管	(116)
三、接管验收应注意的事项	(117)
第三节 楼宇入伙	(118)
一、楼宇入伙的手续	(118)
二、楼宇入伙的程序	(119)
三、楼宇入伙的工作内容	(120)
第四节 物业管理的招投标	(123)
一、物业管理招投标的意义和特点	(123)
二、物业管理招标的方式和程序	(125)
三、物业管理投标的程序和方法	(127)
第五节 物业档案资料管理	(129)
一、物业档案资料的涵义和作用	(129)
二、物业档案资料管理	(130)
三、物业档案资料管理的工作内容	(132)
第七章 物业管理的服务范围	(135)
第一节 物业的日常管理	(135)
一、房屋维修管理	(135)
二、房屋设备管理	(140)
三、治安保卫与消防管理	(146)
四、卫生与保洁管理	(152)
五、绿化与美化管理	(153)
第二节 住宅小区物业管理	(158)
一、住宅小区物业管理的特点与内容	(159)
二、住宅小区物业管理的组织实施	(164)
第三节 高层办公楼宇的物业管理	(171)
一、高层办公楼宇物业的特点与管理的要求	(172)
二、高层办公楼宇物业管理的模式	(175)
三、高层办公楼宇物业管理的目标	(176)
四、高层办公楼宇物业管理的组织实施	(177)
五、多方探索, 开创高层办公楼宇物业经营的新局面	(179)

第四节 公共商业楼宇的管理	(180)
一、公共商业楼宇的特点与分类	(180)
二、公共商业楼宇物业管理的特点	(184)
三、公共商业楼宇物业管理的目标	(185)
四、公共商业楼宇物业管理的组织实施	(186)
五、公共商业楼宇物业管理实施中应注意的问题	(187)
六、公共商业楼宇物业管理的发展方向	(188)
第五节 工业物业的管理	(189)
一、工业物业管理的现状与发展	(189)
二、工业物业管理的主要内容	(189)
第六节 特种物业的管理	(191)
一、学校物业的管理	(192)
二、公共物业的管理	(192)
三、行政办公物业的管理	(193)
四、医院物业的管理	(194)
五、其他特种物业的管理	(194)
第八章 物业管理企业的管理与经营	(195)
第一节 物业管理公司的组织管理	(195)
一、物业管理公司的组建	(195)
二、物业管理公司的类型	(197)
三、物业管理公司的机构设置与职能划分	(198)
第二节 物业管理公司的财务管理	(201)
一、物业管理公司的资金筹措	(202)
二、物业管理公司的财务安排	(203)
三、物业管理公司的资金收入与增加收入的措施	(204)
四、物业管理公司的费用支出	(207)
五、物业管理公司的费用控制	(209)
六、物业管理公司的经济核算	(210)
第三节 综合配套经营服务	(211)
一、综合配套经营服务的内容	(211)
二、综合配套经营服务的操作	(212)
第四节 物业租赁管理	(217)
一、物业租赁及其形式	(217)
二、物业租赁的性质及租金的构成	(218)
三、物业租赁关系的建立和终止	(219)

第五节 物业管理的盈利模式	(221)
一、物业管理定位	(221)
二、物业管理公司增收渠道的思考	(222)
三、导致行业性亏本的主要因素剖析	(223)
第六节 物业的升值	(225)
一、物业升值的定义及其界定	(225)
二、物业升值的原因	(226)
第七节 物业管理公司的企业文化	(227)
一、物业管理公司企业文化概述	(227)
二、物业管理公司企业文化发展方向	(229)
三、物业管理公司的价值观	(230)
四、物业管理公司的企业精神	(231)
五、物业管理公司的企业英雄	(233)
六、物业管理公司的作风和仪式	(234)
第八节 物业管理公司的服务质量管理	(236)
一、ISO9000 质量管理体系介绍	(236)
二、实施 ISO9000 族标准的意义	(237)
三、物业管理公司实施 ISO9000 族标准应树立的正确观念	(237)
四、物业管理公司推行 ISO9000 族标准应注意的几个问题	(238)
第九章 现代科技在物业管理中的应用	(240)
第一节 物业管理的科技投入	(240)
第二节 智能化建筑与物业管理	(241)
一、智能化住宅小区的概念	(242)
二、智能化住宅小区系统的设计原则	(243)
三、智能化住宅小区的基本系统和常用设备	(243)
四、智能化住宅小区的物业管理目标	(244)
五、智能大厦的物业管理	(244)
第十章 物业管理典型案例	(246)
第一节 港台现代物业管理案例	(246)
一、香港的物业管理概况	(246)
二、台湾地区物业管理概况	(250)
第二节 中国沿海地区的物业管理	(251)
一、深圳的物业管理	(251)
二、上海的物业管理	(252)
三、北京的物业管理	(252)

四、天津的物业管理.....	(253)
五、大连的物业管理.....	(253)
第三节 物业管理案例.....	(254)
案例一.....	(254)
案例二.....	(256)
案例三.....	(258)
案例四.....	(260)
附录 1	(262)
附录 2	(265)
附录 3	(270)
附录 4	(273)
附录 5	(276)
附录 6	(282)
附录 7	(285)
附录 8	(287)
附录 9	(289)
附录 10	(296)
附录 11	(307)
参考文献.....	(308)

第一章 物业管理基础理论

第一节 物业管理基本概念

房地产是现代社会的重要经济资源,是社会财富的重要组成部分,随着房地产业的发展带来的对物业管理业务的需求已经摆在开发商和业主面前,对这部分经济资源进行有效的管理和经营是一个不容回避的现实问题。国际上通行的物业管理已经运行了一个多世纪,而中国的物业管理业务是在改革开放、推行市场经济以后逐渐从其他行业分离出来的。物业管理在中国是蓬勃发展的一個新兴行业,是在经济资源数量不断增加的基础上对存量资产进行市场化经营而产生的一种新需求。结合目前物业管理业务的蓬勃发展,需要对物业管理的理论基础和学科框架进行探讨和挖掘,有助于形成科学合理的、有中国特色的物业管理理论和方法。

一、物业

(一) 物业的起源

“物业”一词,是港澳台地区方言对房地产的称呼。20世纪50年代初,香港九龙木屋区发生大火后,大兴土木,快速发展的楼宇物业使开发商从英国聘请房屋专业化的管理经理,并逐步摸索出一套适合实际的,与房地产开发相对独立的管理方法,形成了香港的物业管理行业。中国大陆实行“改革开放”以后,“物业”一词首先由香港传到深圳等沿海地区,又从沿海地区扩散到内地。而“物业”一词是由英语词汇“property”、“estate”翻译而来的。无论怎样称呼,物业是早已客观存在的,是指以土地和土地上的建筑物形式存在的不动产。但是由于对物业管理行业性质认识上的偏差,以及受我国传统的房地产管理体制的制约,没有把物业管理作为一个独立的行业来看待,认为物业管理附属于房地产业,无法单独从房地产业中剥离出来。因此,我国的物业管理理论的研究落后于物业管理的实践。总结物业管理公司在物业管理方面的成功经验,对这些经验和做法从理论层面上进行系统化、规范化、科学化地总结和完善,给予物业管理以相应的地位,是本书编写的任务之一。

(二) 物业的概念

“物业”一词是由英语词汇“property”引译而来,其含义为:“财产”、“资产”、“拥有物”、“房地产”等,是一个较为广义的范畴。现实中我们所称的

“物业”，是物业的一种狭义范畴，即指各类有价值（经济价值和使用价值）的土地、房屋及其附属市政、公用设施、毗邻场地等。物业可以是未开发的土地，也可以是整个住宅小区或单体建筑，包括高层与多层住宅楼、综合办公楼、商业大厦、旅游宾馆、工业厂房、仓库等等。物业的概念随着房地产业的发展 and 我国行政管理体制的改革，不断扩充内容，一座大厦或一个住宅小区可以称作物业，一个正在使用的办公设施、经营场所、公共建筑等也可以称为物业。对物业所包含内容的理解不同，会带来对物业的狭义、广义的理解，或称为微观物业和宏观物业。根据目前许多物业管理公司所开展的业务范围，物业的概念在逐步扩大，例如：学校、医院、园林、墓地等也纳入了物业的范畴。

对物业一词无论怎样理解，它应该包括的内容有：

- 指已建成并具有使用功能的各类供居住和非居住的房屋；
- 与上述房屋相配套的设备和市政、公用设施；
- 房屋的建筑实体和与之相连的场地、庭院、停车场、区域内的非主干交通道路；
- 一切与房地产有关的，可被人们使用的建筑物、构筑物以及相关场所；
- 与物业有关的文化背景、外在景观、配套服务和与物业有关的各种权利。

在进行“物业”概念的辨析时，同时要分清物业与房地产、物业与不动产等概念的区别和联系。

(1) 联系

房地产：房地产是指房屋、房基地以及附属土地，其中，包括以土地和房屋作为物质形态的财产和由此形成的所有权、使用权、租赁权、抵押权等财产权益。

不动产：指土地以及附着在土地上的人工构筑物和房屋等位置固定、不可移动的财产。

物业：指以土地和土地上的建筑物、构筑物形式存在的不动产和相关财产。

英语中，房地产（Real estate 和 Real property）、不动产两个单词可互译互称，是同一语义的不同表述，二者之间存在着密切的联系。

(2) 区别

称谓领域上的区别：房地产一般是广义上对房屋开发、建设、销售等方面的统称，是对房屋建筑物进行描述时最常使用的概念；不动产一般在界定法律财产关系时使用，其着眼点是该项财产实物形态的不可移动性；物业一般在描述房地产项目时使用，是针对具体房屋建筑物及其附着物的使用、管理、服务而言的概念。

适用范围的区别：房地产一般在经济学范畴使用，用以研究房屋及其连带的土地的生产、流通、消费和随之产生的分配关系；不动产一般在法律范畴使

用以研究该类型财产的权益特性和连带的经济法律关系；物业一般在房屋消费领域使用，而且特指在房地产交易、售后服务这一阶段的针对使用功能而言的房地产，一般是指具体的房地产。

经过以上的分析，我们可以对物业下这样一个定义：物业是指已建成并具有使用功能或经济效益的各类供居住或非居住的房屋建筑物及与之配套的设备、市政公用设施、房屋所连带的土地及其附属的场地、庭院。

（三）对物业概念的拓展性思考

物业有大小之分，小的物业可以特指某一座楼房甚至其中的一个单元，大的物业可以是对一切在使用中的房屋建筑物、构筑物、设施或某一项有用财产的涵盖。站在宏观角度对“物业”这一概念进行创新和拓展，可以这样下定义：物业首先是人与人关系的界定，是对房屋（住宅、写字楼、商铺、宾馆等）及其他经营场所中所发生的甲乙双方，即买方和卖方关系的一种界定，是房屋这种特殊商品使用功能的人格化、精神化、情感化和法制化的延续。物业所涵盖的内容，超出物质实体。站在这一角度，整个社会就是一个大物业。这一概念，使物业由静态物变为人格化的动态物，给无生命的房地产注入经济关系并使之人性化、情感化。这种对物业概念的阐述，使物业这一依附于房地产的概念扩展到社会财富，涵盖了能够为人们提供满足使用功能的所有物业，使物业管理行业的业务范围从传统的对已售楼盘的管理服务扩展到所有的社会资产，这样为物业管理行业的发展提供了无限的业务空间。

二、物业管理

（一）物业管理的概念

物业管理是指物业管理经营人受物业所有人的委托，依照国家有关法律规范，按照合同或契约行使管理权，运用现代管理科学和先进维修养护技术，以经济手段对物业实施多功能全方位的统一管理，并为物业所有人和使用人提供高效、周到的服务，使物业发挥最大的使用价值和经济价值。

“物业管理经营人”是指从事物业管理的企业或组织。“物业所有人”是指房屋所有权人，即业主；物业管理的管理对象是物业；物业管理的服务对象是人，即物业的所有权人和使用人。物业管理是一种集管理、经营、服务于一体的有偿劳动，是实行社会化、专业化、企业化、经营型的社会服务性行业。

传统意义上的物业管理所管理的对象往往局限在对建筑实体的管理，也就是说所管理的是建筑的结构主体和配套设施、设备、场地的物业实体，忽视了建筑的文化含量和精神价值以及建筑与人息息相关的心理联系。现代物业管理应包括新的内涵，在更开阔的层面上不再局限于对建筑实体的管理而更要关注空间与人、文化与价值、服务与权益等附生于建筑物之上的精神内涵。

(二) 物业与物业管理概念的比较

物业与物业管理既有联系又有区别。

1. 联系

首先,物业管理是对现有物业进行管理。如果没有物业,物业管理就失去了实施对象,物业管理也就无从谈起。其次,物业管理可以延长物业的使用寿命,使物业保值、增值。物业借助于管理使其保持良好的使用功能。第三,对于开发商,良好的售后物业管理是房屋销售的最有利的促动因素,是对房屋销售的有力支持。因此,许多开发商将物业管理看作是销售的后续环节。

2. 区别

(1) 本质不同。物业具有实体性,是指各类有价值的土地、房屋及其附属市政、共用设施、毗邻场地等,可以比喻为硬件,是有形资产。而物业管理是指一类行业,属于第三产业中的社会服务行业。为物业的所有业主、租户和居民提供服务,其工作范围相当宽泛,工作性质多元化,可以比喻为软件,更多情况下,提供的是无形的服务。

(2) 服务对象不同。物业既可以为生活服务,也可以为生产或行政管理服务。既可以充当生产资料,又可以充当消费资料。当物业是住宅时,就是消费资料,是厂房、商店时,就是生产资料。有的物业可以是生产资料,也可以是消费资料。如某一整体物业,一部分用于住人,一部分用于生产经营。有的物业今天是生产资料,随着经营方式和经营范围的变化,明天又可能是消费资料。

而物业管理的服务对象是物业的所有人和使用人,是针对物业所有人或使用人在使用物业的过程中所产生的对物业各方面功能的种种需求而发生的管理与服务。

(3) 效用性不同。物业的效用性是指物业可以对人类各种活动提供的使用价值,即人们因占有、使用物业而得到某些需求的满足。

物业管理是对现有物业进行管理,围绕正常发挥物业的功能而对业主实施的各种管理与服务,使物业的使用者能够保持正常的生活和工作秩序。

(4) 价值实现方式不同。物业价值是由物业的效用、物业的相对稀缺性和物业的有效需求三者共同决定的。 $\text{物业价值} = \text{物业自身价值} + \text{物业管理价值}$ 。物业的价值还包括在其建造过程中所发生的工程建设费用,主要受物业形成时工程成本的影响。

物业管理价值是物业管理公司通过完善的管理和优良的服务,不断地完善和增加物业的功能,使物业效用最大限度地发挥,从而增加的那部分物业价值。相对来说,物业管理为物业所提供的增值空间取决于管理理念和管理水平,具有人为因素,即通过管理行为可以改变物业的价值。

三、物业管理的性质

（一）物业管理的基本属性

物业管理属于第三产业的服务性行业，其基本出发点是根据社会生产力发展水平和人们对工作和生活需求的变化，运用现代管理科学、环境生态科学等先进的维修养护技术，运用经济手段来管理房产物业，为物业业主、用户以及居民提供所需要的全方位、多层次的管理服务。同时，物业管理企业运用物业独特的造型设计以及整体规划，向用户展示物业的历史和本地区人们的文化习俗。另外，可以在居住物业中通过举办文化艺术活动，让居民在一个浓郁的艺术氛围中受到熏陶。由此可见，物业管理是集科学性与艺术性为一体的，除具有管理的性质之外，还附加有许多非实物性、不可见的、包含人文科学的延伸在内的特殊性质的服务。

（二）物业管理的经济性质

物业管理的对象是物业，服务对象是人，物业管理是集管理、经营、服务为一体的有偿劳动。物业管理的经济性质表现在：

1. 物业管理坚持有偿服务原则：这是市场经济条件下第三产业的基本特征，也是行业存在的基本条件，经济性为物业管理的收费提供了依据，为维修、保养物业提供了资金来源，为延长物业的使用寿命提供了经济保证。

2. 良好的物业管理为用户提供必需的物业使用功能，使物业满足人们需要的能力不断提高，从而达到物业增值的目的。

3. 良好的物业管理可以提高物业投资的经济效益，使物业投资得以较快地回收。

（三）物业管理的社会性质

物业管理工作是一项社会性很强的工作，它涉及方方面面。首先，它是城市精神文明建设的一个重要标志，通过物业服务使城市的建筑物保持良好的外观形象和使用效能。其次，它是保障物业业主合法经营、人民生活安定、社会稳定的重要一环。最后，物业管理还承担社会管理的使命。就具体工作而言，物业管理公司要和各级政府、政法、公安、医疗等部门加强联系，随时向物业的使用人传达新的政策和法令，协助开展工作。比如当某种传染病流行时，物业管理公司就可以和医疗单位取得联系，通知并组织住户及时采取预防措施。类似还有诸如预防接种，普及医疗教育等等。此外，公民选举、人口普查等社会工作，都可以由物业管理公司来组织实施。由于物业管理公司有详细业主档案，且对于所管物业的使用、居住、工作人员比较熟悉，对于侦察犯罪也会有所帮助。

（四）物业管理的生态环保性质

追求人类自身发展与所处的生态环境相和谐是物业管理的既定初衷，也是物业管理追求的最终目标。物业管理工作架起了外部环境和家庭内部环境之间

相互协调的桥梁。

物业管理生态环保性质表现在：

1. 物业管理比较注重环境卫生和周围绿化的管理，对美化市容具有不可低估的环境效益。

2. 物业管理规范了业主自身行为，对业主提出物业使用的外部、内部的规范性要求，使其与整个物业的环境相和谐。

在这里必须强调的是，物业的属性和物业管理的属性不是同一个概念，物业的属性是针对物业这种客观物质而言的属性，主要是指物业的物理属性和其他相关的功能属性，而物业管理的属性是以管理作为归纳属性的出发点，站在管理的角度看物业，在学习物业管理理论时二者不能混淆。

第二节 物业管理基础理论

一、物业管理的原则

为了保证我国物业管理行业的健康发展，结合我国国情和物业管理的现状，物业管理应包括以下几项原则。

（一）有偿服务的原则

物业管理企业是独立核算、自主经营、自负盈亏、自我约束、自我发展的经济实体。因此，物业管理企业在实施管理和提供服务的同时，必须依照市场经济规律的要求，实行有偿服务，按照谁享用、谁受益、谁负担的原则，由享用人、受益人分担物业管理费用。作为经济实体的物业管理企业，其是否实现利润是衡量物业管理企业市场经济成效的重要标志之一，所以物业管理企业无论从何种角度来经营，必须以企业未来利润的最大化为目标。

（二）以业养业及基金专用原则

物业管理经费是搞好物业管理的经济基础，应根据“以业养业”的原则培养物业管理企业的造血功能，在经费上做到“维持平衡，略有结余”。物业管理的资金来源是多方面的，其中，主要是来自用户缴纳的物业管理费用和维修基金，有些依附于房地产开发公司的物业管理企业，作为房地产销售的后续环节，则有一部分资金来自于开发商。无论来自哪一方面，资金都是取之于房屋的所有者或使用者，因此一定要做好资金的管理和使用工作。“取之于物业，用之于物业”，使之有效地分配在各项管理和服务上，使每项支出均可以为用户提供最大利益。

（三）公平竞争原则

既然物业管理是市场经济的产物，就应鼓励公平竞争，优胜劣汰。对物业的经营管理权通过招投标的方式获得，就是把选择权交给物业的业主，这是市