

CENTENNIAL BUILDING TO SUSTAINABLE SERVICE

苏宝炜 编著

百年建筑到永续服务

——从 BIM 向 PIM 演进的资产增值最佳实践

BEST PRACTICES FOR ASSET APPRECIATION FROM
BIM TO PIM

说出你真想要的服务需求
书写你看得懂的服务体系
画你能看明白的服务过程
获得真正的资产服务增值

中国建筑工业出版社

百年建筑到永续服务

——从BIM向PIM演进的资产增值最佳实践

苏宝炜 编著

行业精英对现代物业资产运维服务专业价值的进一步深入思考！

一个半世纪的行业沉淀
将近四十载的经验积累
作者十八年的亲身经历
基于十年运营维护数据
总结一代人锻造之服务
最终都将转化成为资产
秉承以人为本持续增值



中国建筑工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

百年建筑到永续服务：从BIM向PIM演进的资产增值最佳实践 / 苏宝炜编著. —北京：中国建筑工业出版社，2019.4
ISBN 978-7-112-23288-8

I. ①百… II. ①苏… III. ①物业管理-研究 IV. ①F293.347

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第027652号

责任编辑：封毅 张瀛天

责任校对：赵力

百年建筑到永续服务

——从BIM向PIM演进的资产增值最佳实践

苏宝炜 编著

*

中国建筑工业出版社出版、发行（北京海淀三里河路9号）

各地新华书店、建筑书店经销

北京中科印刷有限公司印刷

*

开本：787×1092毫米 1/16 印张：8 $\frac{1}{4}$ 字数：143千字

2019年4月第一版 2019年4月第一次印刷

定价：35.00元

ISBN 978-7-112-23288-8

(33536)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题，可寄本社退换

（邮政编码 100037）

序言：关于资产服务价值的误会，应当到此为止了

什么是卓越的服务、要怎样做才能实现优质的资产服务体验呢？想要回答这个问题并不容易，毕竟全球不动产即物业资产占世界全部财富的40%~50%，全球500强账面价值中总资产的三分之一为不动产；物业资产的建设、买卖和租赁以及对自有物业者所带来的收益，占了富裕国家国内生产总值的15%左右。因此，与世界上最大的生意所对应的“资产管理运维服务”也被誉为是现代服务产业一朵艳丽的“服务之花”，理性认知并正确理解资产服务所蕴含的价值是当代社会应该有的态度！

而按照人们的习惯性看法，像房屋建筑这样的物业资产相对于一般性的实物产品而言，其空间使用功能的时间维度，确实存在很大的不同。有的建筑虽然经过百年沧桑磨砺与时光变迁依然历久弥新，而有些房屋虽然投入使用时间才十几年，但却已显老旧；各自的物业资产价值差异不言自明。换句话说，即便在空间层面上来看，物业资产显得十分清晰；但是从时间的维度上感受，其服务过程却又非常的模糊。

当一宗物业资产经历了几十年甚至是上百年的时空变换依然矗立时，经历了时间与空间磨砺与沉淀的物业资产所呈现出的现实状态及其具有的价值，应该对资产拥有者乃至整个社会有所触动。人们应该知道并且应当深刻理解其中的关键词。如何用简单的一句话说清楚，什么才是现代资产管理运维服务存在的真正意义和价值本源呢？

回答这个问题有点难，不仅是因为服务关系到“人”的参与，导致服务活动本身越发地复杂；除此以外，资产服务还是涉及空间和时间多维度变化过程，就更加突显与众不同的不同。也许在过去像如何认识物业资产运维服务活动、怎样通过服务过程实现物业资产的增值等，这些问题或是由此引发的矛盾并不突出，而现在则大为不同——“大服务新经济时代”即将来临！

纵观全球，世界经济由“制造经济”向“服务经济”飞速发展过程中，现代资产管理运维服务过程除了要运用先进的科技手段赚取利润产生收益外，还需要给客户创造新的价值；需要处理的将是“科学技术”、“现实利益”以及“价值本源”等多重复杂关系。

随着技术门槛越来越低，行业第一代物业人率先借助最新科技作为驱动，实现了行业十几年的高速发展。而即便是在技术领域可以实现跨越，但在行业认知领域，如果没有经过一步一步扎实的知识沉淀和积累的过程，在接下来发展中，由于缺乏来自行业内部的理性服务思维核心的原发动力加以有效支撑，就显得后劲不足。毕竟技术和价值是可以相互分离的，数学方程或是物业定律到了哪里都一样，但思维认知主导下的现实利益格局和价值本源实现，则不一定是完全一样的。

准确地说，现代服务业不会被科学技术本身所限制，而确实是会受到理性认知思维的制约。因为科学认知是认识这个世界现今最有效的方式，当然这也适合于现代物业资产管理运维服务的；虽然现在还有很多事物是科学解决不了的，但在被证伪之前科学理性的认知方式一定是最为有效的。

科学认知系统及其理论知识体系本身，在大多数情况下是不可能将复杂的问题真的变得十分简单；否则，那问题就称不上是真正的复杂；PIM（Property Information Modeling）认知思维和理论体系本质上追求的是将事物的内在复杂性，以简单化的外在形式予以呈现。

因此，为了使第二代的服务发展跃迁劲头更加持久，我们就需要将利用基于PIM的理性价值判定将短板补齐，作为现代物业资产运维的科学理性最佳实践；一方面就是抽象支点：构建理性的认知思维框架，另一方面就是具象支点：提炼有效的理论知识体系。

作者通过十八年的内资公司及外资机构的专业经验积累，使得能够从对传统物业管理的运营方式的现状不满出发，通过对以往大量成功经验的总结，利用归纳和演绎的方法试图去接近服务的内在规律。在行业内首次创造性地提出的以PIM为基础的科学认知思维系统及其理论知识体系，能够实现的就不仅是完美解释已经发生过的事实，即确定的结局；此外，还能有效合理并准确地预测可能要发生的未来，即不确定的命运。毕竟，这种充满智慧的思想极有可能触及的是现代资产运维服务活动全过程中背后所遵循的内在的时空规律和原理，即拓展未来服务的发展轨迹。

《百年建筑到永续服务——从BIM向PIM演进的资产增值最佳实践》将从科学角度最为精确的定义描述现代资产运维服务，是由人作为媒介的基于PIM方式下，具有波动性的椭圆服务轨迹时空场景，这可能是现有科学概念所能表达的最完全、最彻底的对资产运维的结论性解释。

一旦建立以 PIM 为基础的现代服务科学认知模式得以确立，就有扩展时空观的可能，那么实现现代服务业的空前大飞跃就不再是一句空话。而本书介绍的依托科学认知为基底的基于 PIM 效能的方式，不仅包含理论、模型、公式，还有大量经过验证的数据有形可检，有数可推；此外，还有多年来根据作者自身亲历的实践案例可供参考。

现代资产运维管理这个行业要做到卓越，其实需要的并不很多，仅仅是主动去改变一些传统的东西，通过努力就可以充分来展现自身真正的价值，但如果不去改变，未来的一切可能都将与你无关。那么，就让我们在这个不那么有趣的重要行业里，做一个专业而又有趣的职业精英人士吧！

前 言

《百年建筑到永续服务——从BIM向PIM演进的资产增值最佳实践》要讨论的核心议题只有一个：中国即将进入的“大服务新经济时代”，作为服务提供者，如何科学有效地联结“人”“资产”和“服务”，并最终使得人们的生活更加美好和幸福！在寻找现代资产服务价值本源的道路上，不但要有对过去经验的沿袭逻辑推理，还需要有对未来发展预判的理性演绎，这也就意味着实现几方联结多赢的结果，很可能是有多种可能的，我们需要在新时代运用新的认知思维方式，方可智见未来。

虽然问题的提出涉及的范围很广范畴很广很大，但作者对此给出的解答也非常简洁，就是要以科学理性的价值判断，作为人们获得幸福感的连接链条和衡量标尺。正是基于这一理念，作者集十八年行业经验于一役，总结研发并首创了PIM——理性价值判断体系，即PIM（Property Information Modeling）物业信息模型，理性思维认知基础上通过技术手段实现“资产价值的加速器”。执着于人文品质、专注于科学技术、秉承沿袭行业良性传统，并期望成功于变革创新；将“PIM理性价值判断”战略体系化、标准化、产品化，来兑现创造幸福生活的承诺，让现代物业资产更好地承载价值与内涵。

PIM不仅是一项技术，也是科技手段、分析工具、信息平台，还可以是一种认识思维、工作的方式或是生活的态度，即企业柔性化的前置预判工作管理模式和科学理性的认知思维范畴的通用语言。PIM不仅会改变人们对待传统物业管理服务工作的看法，甚至还能够改变“我们”自身，当然也包括你和我，因为从更全面的格局或是更持久的时空情境来看，在这其中没有局外人。因此，称其是“现代资产管理运维服务行业推行价值深度挖掘的运作体系基础，并且会为拓展未来管理与服务时间和空间维度的技术工具，借助创新思维方式增强企业发展软实力的现代服务通用语言”的评价也是实至名归。

本书即是从新时代背景下，在行业未来发展过程中，传统物业管理运营方式暴露出来的诸多问题出发，通过对以往大量成功经验的总结，利用归纳和演绎的方法试图去接近服务的内在规律。针对资产管理运维服务过程在时间与空间维度上呈现出的逻辑关系，构建现代资产服务运维服务时空场理论（假

说)，并建立动态协同模型，利用数学语言对以上的结论进行计算公式转化，将量化后的数据资讯通过科学算法，结合物业资产符合生命周期（即时间范畴）和坐落位置（即空间范畴）的具体情景出发，着眼从物业服务到资产运维，以科学思维探索现代物业资产管理服务之价值本源。

本书从新时代背景下行业未来的发展及传统物业管理运营方式暴露出来的诸多问题出发，通过对以往大量成功经验的总结，利用归纳和演绎的方法试图去接近服务的内在规律。针对资产管理运维服务过程在时间与空间维度上呈现出的逻辑关系，构建现代资产服务运维服务时空场理论（假说），并建立动态协同模型，明确服务的椭圆轨道定律，利用数学语言对以上的结论进行计算公式转化，将量化后的数据资讯通过科学算法，结合物业资产符合生命周期（即时间范畴）和坐落位置（即空间范畴）的具体情景出发，着眼从物业服务到资产运维，以科学思维探索现代物业资产管理服务之价值本源。

基于PIM的理性价值判断，作为现代物业资产运维的科学理性最佳实践；不仅能够完美诠释已经发生的物业服务行业矛盾问题之本质原因，还能够实现现代物业资产管理运维服务的前瞻性预判，以便顺势而为指导优化当前服务活动过程；甚至由此对行业传统的商业底层逻辑产生趋好影响，并试图在行业第一代物业管理服务变革中取得成绩，构建出的共同规律及共同特性基础上，由第二代现代资产运维变革，借助以PIM为基础的科学认知思维系统及其服务时空场理论知识体系，重新解构现代物业资产管理运维服务理念及价值观体系。

目 录

序言：关于资产服务价值的误会，应当到此为止了

前言

第一章 信息互联性策略：构建有效的认知思维系统	1
第一节 服务之花：现代资产管理已悄然绽放	2
一、城市演变：不同时代下的别样双城记	3
二、思维认知：关于人本时代下的微观察	5
三、人本资产：通过管理可持续创造价值	7
四、全程关注：资产管理服务知难行亦难	9
第二节 认知偏差：每个人都有逃不出的陷阱	12
一、镜像测试：当我们遇见镜子中的自己	12
二、自我认知：人才会有主观独立意识	13
三、用心体验：无法逾越的认知思维陷阱	16
四、服务升级：卓越感受你不用懂听我的	17
第三节 接轨国际：扩大延展自身的认知视角	20
一、美国军工：借助品质保证打赢的战争	21
二、国际认证：贯标跑偏又岂非一步之遥	23
三、环境先锋：LEED 可持续发展绿色计划	25
四、行业权威：BOMA 百年沉淀的卓越模式	28
第二章 信息数据化策略：提炼有效的理论知识体系	32
第一节 天体力学：不断变化着的时间与空间	33
一、地静天动：从复杂混沌到深刻的简洁	34
二、遵守规则：不同参考系下的时空转换	37
三、星空模型：资产管理运维服务的轨迹	39
四、椭圆定律：动态平衡与服务运动轨道	41
第二节 数学转换：管理的收缩与服务的膨胀	44
一、科学证实：从第谷开普勒再到伽利略	45
二、简化管理：管理就像是空间正在收缩	47

三、加速服务：服务就像是时间正在膨胀	49
四、时空扩展：服务好坏其实和他人无关	52
第三节 管理演变：突破传统的惯性思维模式	55
一、纳什均衡：非零和博弈实现各方共赢	56
二、质量管理：基于SDCA标准维持模式	57
三、品质管理：基于PDCA的改进与优化	60
四、效能管理：与未来链接的辅助线PIM	62
第三章 资源信息化策略：激活高效能管理前沿实践	65
第一节 你行我思：员工业绩评价及职业规划	66
一、玻璃之泪：作为反面典型太过成功了	67
二、企业员工：服务波动时空场中的媒介	69
三、成为浪头：企业组织团队的内部自由	72
四、精英选拔：认知误区与操作误判规避	74
第二节 优化升级：人与服务的动态协同联结	77
一、解构未来：麦麦2.0的商业底层逻辑	78
二、意化准备：被抽象化的思维认知准备	81
三、物化准备：须具象化的应用平台准备	83
四、最佳实践：激活企业持续发展原动力	85
第三节 时代定位：开启行业全新的发展纪元	88
一、发展契机：拥抱大服务之新经济时代	90
二、惯性陷阱：理性的思维替代传统认知	92
三、逆向思维：由简单变复杂增加适用度	94
四、预见未来：用心实现美好服务幸福感	96
第四章 服务增值化策略：深度挖掘与赋能服务应用	99
第一节 艰苦历程：传统模式下信息平台构建	100
一、遭遇尴尬：发展问题变成有问题发展	101
二、建构平台：传统的物业系统功能模块	102
三、理性谋变：以优化创新回归服务本质	105
四、改变认知：将科学理性融入服务过程	106
第二节 先行一步：以服务升级实现资产增值	108
一、共识认知：个体有意识与集体无意识	110
二、消费升级：回归人与人的良性化关系	112

三、深度思考：秉承市场规则之顺势而为	114
四、创造未来：物业服务价值波动性表现	116
第三节 预见未来：PIM 资产运维卓越服务体验	119
一、人无我有：从服务生命周期持续获利	120
二、人有我优：资产运维要向服务化转型	122
三、人优我新：将科学理性融入服务过程	124
四、人新我变：规划服务专注于效能管理	125
后记：以科学理性联结服务过程，增值其实很简单	128

第一章 信息互联性策略：构建有效的认知思维系统

自 2013 年，以服务业为代表的第三产业在中国 GDP 总量的占比达到 46.1%，首次超越以制造业为代表的第二产业占比指标 43.9%，成为支撑经济的第一大产业。据国家统计局 2016 年公布的数据显示，第三产业增长率 7.8% 也超过了第二产业的 6.1%，更是超过第一产业增长率 3.3% 的两倍；服务业在中国经济中占比的增长势头，也和中国经济转型的内涵相符、发展趋势保持一致。

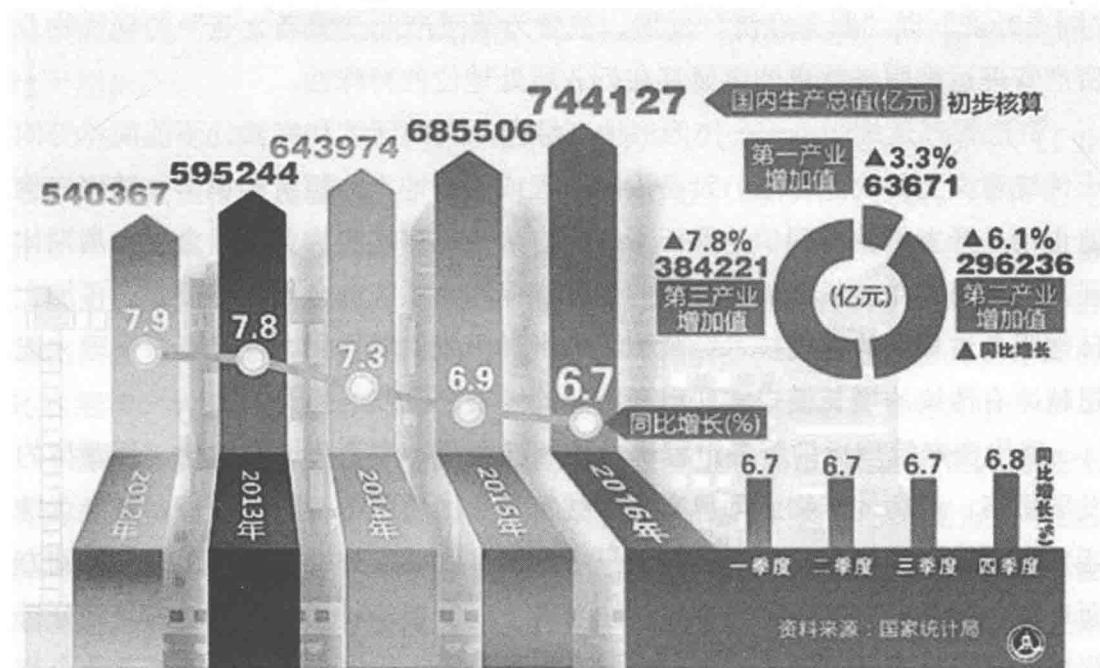


图 1-1 国家统计局发布的最新经济指标说明

事实上，第三产业——现代服务业的内涵和范畴非常宽广；服务业的发达程度也是一个国家或一个地区经济体发展水平的重要标志之一。而且，随着时代的发展、城市形态会不断发生变化，人们的消费能力也必然会发生相应的改变，进而消费心理产生变化，从而就会促使消费行为产生变化。在中国经济转型的过程中，中国服务业正在走向一个全新的“大服务时代”，在经济发展中的比重将会不断增加，也是中国经济整体转型和升级的关键所在。

第一节 服务之花：现代资产管理已悄然绽放

据统计，全球不动产即物业资产占世界全部财富的40%~50%，全球500强账面价值中总资产的三分之一为不动产，“资产管理”被称作是世界上最大的生意。物业资产的建设、买卖和租赁以及对自有物业者所带来的收益，占了富裕国家国内生产总值的15%左右。因此，与世界上最大的生意所对应的“资产管理服务”，也被誉为是第三产业的“服务之花”，并已成为现代服务业营销的典型代表之一；专业化的物业资产管理运维服务，则是现代物业管理服务效能提升以及物业资产价值倍增的基础和关键所在。纵观全球，世界经济由“制造经济”向“服务经济”发展，被誉为第三产业“服务之花”的现代物业资产管理运维服务就更加突显其在行业所处地位的特殊性。

资产管理运维服务——作为房地产综合开发的延续和完善，不能简单等同于传统意义上的物业管理、设备设施管理或是房地产的租赁和销售，其资产价值也不是开发价值的简单兑现还原，而应该是从房地产物业项目全生命周期体现其成本与收益；长线生命周期的运营维保和大系统的全面业务覆盖，再加上日常服务过程中的管理技术经验积累的多种因素共同作用，现代资产管理才能超越原有传统的增长模式实现自身行业的发展和价值的提升。

现代资产管理运维服务过程也应按照社会化、专业化、企业化、经营型的发展思路，对房地产物业项目实施有效管理和优质服务。除此以外，资产运维还有利于避免传统意义上物业管理只考虑经济利益的弊端。资产运维从时间方面来讲，服务过程的着眼点不仅关注当前，还需要从长远可持续性的角度分析问题；从空间方面来看，整个服务过程也不是仅限于某一个或是某几个物业项目，其最终的目的是要实现物业项目在时间和空间维度的延展，从经济效益、社会效益和环境效益三重角度去寻找最佳实践策略，并进一步发挥对社会和谐、经济发展、吸纳就业和加强城市管理的作用，这才是现代化城市管理和房地产经营的重要组成部分。

需要再次强调的是，世界经济由“制造经济”向“服务经济”的发展过程中，现代资产管理运维服务企业的生存策略必将有别于一般意义上的传统的物业管理服务企业；除了赚取利润外，还需要给客户创造新的价值；在追求经济效益的同时，兼顾社会效益和环境效益的三重底线原则，才能实现企业长久可

持续发展。

一、城市演变：不同时代下的别样双城记

随着共享经济、知识经济和以互联网、信息技术为基础的“大服务新经济时代”的到来，由于旧模式与新思维之间的差异，必将导致由现代服务行业引发一场深刻的认知革新，其本质不仅是一次技术革命，更是一场深刻的社会大变革。

这种变革在人类发展史上并不罕见，在两个世纪以前就曾发生，史称第一次工业革命或产业革命，由英国始发。从生产技术方面来说，工业革命使工厂制代替了手工工场，用机器代替了手工劳动；从社会关系来说，工业革命使依附于落后生产方式的自耕农阶级消失了，工业资产阶级和工业无产阶级形成和壮大起来。

1750~1850年，第一次工业革命从开始到完成，大致经历了一百年，工业革命使得英国经济迅猛增长，创造了人类历史上空前的伟大成就。从18世纪中叶开始的第一次工业革命——机械化，到19世纪最后30年和20世纪初的第二次工业革命——电气化，再到20世纪40~50年代的第三次工业革命——自动化，直至20世纪后期第四次工业革命——智能化……而且第四次工业革命还在继续，大服务新经济时代作为其中一个分支，你我也必然参与其中。

英国伦敦，这座充满浪漫而又神秘色彩的“皇家都市”，留给世人的的是无尽的遐想与向往。伦敦有着最为时尚的现代感，同时，又有不失复古的华丽。但当我们调转时间转轮，回到当时的年代还原真实的情景就会发现，在19世纪末期，维多利亚时代的伦敦是充满混乱——城市被烟雾笼罩，小孩在街上奔跑，小贩沿街兜售商品；但这个城市也正经历着城市化改造并快速发展——现在伦敦的许多地标性建筑都是在那个时期修建的。

而有关本书的主题——物业资产管理运维服务，也是在此时逐渐兴起。现在被公认的行业起源于19世纪的英国，当时工业革命已经完成，正值资本主义上升时期，在英国的城镇化迅猛发展的形势下，大量农村人口涌入城市工作，住宅建设、建筑管理需求旺盛，英国诞生了全球最早的房地产业，但城市房屋跟不上人口的激增，造成严重的房荒；一些开发商修建了简易住宅，以低价租给贫民和工人家庭。由于条件简陋，环境又脏又差，所以承租人拖欠房费严重，经常有人为破坏情况，严重影响业主的收入。



图 1.1-1 （左图）19 世纪的伦敦齐普赛街（Cheapside）；（右图）北京，正在经历一次大规模的城市现代化改造，东长安街（East Chang'an Street）的 CBD 中央商务核心区正在建设中

由于当时房屋管理混乱，居住环境恶劣，引起大量事端。就在当时有个叫奥克维娅·希尔（Octavia Hill）的女士，为在其名下出租的房屋制定了一套行之有效的管理办法，引导并要求租户严格遵守。这个办法出人意料地取得了成功，不仅改善了居住环境，还使业主和承租人的关系由原来的对立变得友善起来。住房秩序和居住环境有了明显的改善，社会其他人士也纷纷效仿，并取得政府的关注。随后，英国还成立了非营利性行业组织——皇家特许屋宇经理学会，以英国为起源地并在世界各地逐渐推行开来。

随后，19 世纪末 20 世纪初，美国经济迅速发展，伴随着建筑技术的不断进步，一幢幢高楼大厦拔地而起，这些高层建筑附属设备多结构复杂，日常维修养护和管理事务繁琐复杂，对物业管理人员专业性和技术水平提出很高的要求。同时，这些建筑物往往不是一个或几个业主所有，常常是数十个或数百个业主共有，于是出现了专业化的物业管理机构，为楼宇所有业主提供专业性的楼宇管理和维修养护工作。随着物业管理机构的增加，20 世纪初，美国也成立了第一个行业协会——芝加哥建筑管理人协会。行业自治组织的成立，既标志着物业管理行业的成熟，又有力地推动了物业管理行业的有序

发展。此后，物业管理日益被业主和政府重视，逐渐发展成为一个新型的服务行业。

二、思维认知：关于人本时代下的微观察

当人们身处在那个正在发生着巨大变革的时代风口时，一定能深切地感受到生活方式和工作状态正在发生天翻地覆的变化。然而，这种改善本该被看作是商业社会给人们带来的快乐与幸福的认知体验，也许在大多数人的身上感受得并不太深；相反，取而代之的恰恰是伴随着新事物和新技术一起到来的为了更好地生活需要付出的代价，即什么叫竞争、什么是压力，大家必定体会得一清二楚。这种现象不免使人大惑不解，事实上构成的矛盾与冲突，既对立又统一，似乎永远不可分离。

维多利亚女王（Alexandrina Victoria）统治时期（1837~1901年），这个时期的大英帝国走向了世界之巅，经济占全球的70%，贸易出口更是比全世界其他国家的总和还多上几倍，国力之雄厚，经济之繁荣，到处称王称霸，疯狂掠夺殖民地的财富。但是当时的英国社会生活与那个时代英国的国情却是极不协调，除了资产阶级、贵族、大商人从中获利以外，这一切，显然没有给底层人民带来任何好处，他们依然过着贫苦不堪的生活。

在英国工业革命前夕，只有不到百分之十的欧洲人生活在城市里，其余的百分之九十的人则居住在小的城镇和分布在各地的乡村中，这些居住在乡镇的欧洲人大部分的时间都是在田间耕种。随着英国工业革命的产生和发展，大量的农村人口涌入城市，成为产业工人的一部分，城市人口的增长引起了人们对房屋需求的增加。为了满足在工业化进程中，不断增加的城市人口对住房的需要，一些房地产开发商建造了一批简易住宅以低廉价格租给工人居住，由于住宅条件简陋，设施不全、缺乏管理，导致房屋破损严重，居住环境日趋恶化，承租人拖欠租金，业主投资效益无法保障种种问题。

特别是在面对新的矛盾和激烈冲突时，首先需要摒弃的，也是最难摒弃的，而又必须摒弃的，就是认知思维的偏差。对比英国曾经经历过的维多利亚时代（Victorian era），就会发现当前中国在2016年全年国内生产总值（GDP）达到创纪录的70万亿元，按可比价格计算，比上年增长6.7%。在增速放慢的同时，经济结构有所优化。2016年第三产业增加值占比为51.6%，较上年提高1.4个百分点，高于第二产业11.8个百分点。全年最终消费支出对GDP增长的

贡献率为64.6%，换言之，经济已经主要依靠消费和服务业增长。同时，第二产业和投资对经济的贡献率下降。



图1.1-2 （左图）19世纪的英国伦敦，齐普赛街市场繁华与穷困并存；（右图）21世纪中国北京CBD的早晨，没有炊烟，却已吹响了上班的号角

中国的新兴中产阶层的对于服务的需求将不仅仅是“物美和价廉”，还需要更多的“品质与享受”；除了物质层面之外，更注重的是通过服务让用户得到愉悦、惊喜，超出想象的期望；与之相对应，品质服务也只有得到相关客户的认可和信赖才具有价值。这些中产阶层感受到的不应仅仅是微笑、友好、体贴周到，品质服务还应该包括尊重感、高贵感、安全感、舒适感、愉悦感。在他们心里认为“性能比”较“性价比”更为重要。同时，他们愿意也有能力为更高品质、更加舒适、更好体验的服务去买单。这些观点已不再是少数人的高端奢求，而正在逐渐成为社会的普遍需要的新常态。

中国服务业蕴藏着巨大的发展潜力，以服务体验与感受为主导的现代服务行业转型升级的全新商业模式正在开启，这一趋势当然毋庸置疑，主题也符合这个时代。然而，我们也不得不遗憾地承认一个事实——在中国服务业长期得不到应有的重视和关注，甚至很多从业者还不知道自己想知道什么、应该知道