

2025-2030 年中国商业物业市场深度调研及投资前景预测研究报告

Annual Research and Consultation Report of Panorama Survey and Development Strategy on China Industry

(中国企业高层战略决策参考必备)



关注微信，
行业干货，
财经资讯，
一手掌握。

2025 年度版
中国行业研究咨询报告系列
中研普华决策参考

● 行业研究咨询报告 (推荐指数★★★★★)

《中国行业研究咨询报告》是中研普华依托国家统计局、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。凭借中研普华在其多年的行业研究经验基础上建立起的完善产业研究体系，一整套的产业研究方法始终处于行业领先地位，是目前国内覆盖面最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的行业研究报告系列。

《中国行业研究咨询报告》充分体现了中研普华所特有的与国际接轨的咨询背景和专家智力资源的优势，以客户需求为导向，以行业为主线，全面整合行业、市场、企业等多层面信息源，依据权威数据和科学的分析体系，在研究领域上突出全方位特色，着重从行业发展的方向、格局和政策环境，帮助客户评估行业投资价值，准确把握行业发展趋势，寻找最佳营销机会与商机，具有相当的预见性和权威性，是企业领导人制定发展战略、风险评估和投资决策的重要参考。

我们的优势：

丰富的专家资源和信息资源：中研普华依托国家发展改革委和国家信息中心系统丰富的数据资源，建成了独具特色和覆盖全面的产业监测体系。同时，与国内众多研究机构和专家有着密切的合作关系。

《中国行业研究咨询报告》全部由国内一流经济学家、行业专家作为顾问，由多年从事相关行业的资深研究员撰写，他们长期专门从事行业研究，掌握着大量的第一手资料，加上我们严格的审稿制度，使报告的质量都有充分的保证。

行业覆盖范围广、针对性强：中研普华《中国行业研究咨询报告》的入选行业普遍具有市场前景好、行业竞争激烈和企业重组频繁等特征。我们在对行业进行综合分析的同时，还对其中重要的细分行业或产品进行单独分析。其信息量大，实用性强是任何同类产品难以企及的。

内容全面、论述生动：中研普华《中国行业研究咨询报告》在研究内容上突出全方位特色，报告以本年度最新数据的实证描述为基础，全面、深入、细致地分析各行业的市场供求、进出口形势、投资状况、发展趋势和政策取向以及主要企业的运营状况，提出富有见地的判断和投资建议；在形式上，报告以丰富的数据和图表为主，突出文章的可读性和可视性，避免套话和空话。报告附加了与行业相关的数据、政策法规目录、主要企业信息及行业的大事记等，为投资者和业界人士提供了一幅生动的行业全景图。

深入的洞察力和预见力：我们不仅研究国内市场，对国际市场也一直在进行职业的观察和分析，因此我们更能洞察这些行业今后的发展方向、行业竞争格局的演变趋势以及技术标准、市场规模、潜在问题与行业发展的症结所在。我们有 100 多位专家的智慧宝库为您提供决策的洞察这些行业今后的发展方向、行业竞争格局的演变趋势以及技术标准、市场规模、潜在问题与行业发展的症结所在。

有创造力和建设意义的策略：对行业或具体产品的投资特性、市场规模、供求状况、行业竞争状况（结构与主要竞争企业）、发展趋势等进行分析和论证，寻求规律、发展机会、现存问题的解决方案、做大做强的对策等等。

一、报告简介 PROFILE

2025-2030 年中国商业物业市场深度调研及投资前景预测研究报告		
【出版日期】 2025 年 4 月	【报告页码】 326 页	【图表数量】 38 个
【中文全套】 RMB 13000	【中文电子】 RMB 12500	【中文印刷】 RMB 12500
【英文全套】 USD 6500	【英文电子】 USD 6000	【英文印刷】 USD 6000
【全国热线】 400-856-5388 400-086-5388 全国免费热线		中研普华公司介绍
【订阅热线】 0755-25425716 25425726 25425736		了解中研普华的实力
【订阅热线】 0755-25425756 25425776 25425706		下载征订表
【版权声明】 本报告由中国产业研究院出品，报告版权归中研普华公司所有。本报告是中研普华公司的研究与统计成果，报告为有偿提供给购买报告的客户使用。未获得中研普华公司书面授权，任何网站或媒体不得转载或引用，否则中研普华公司有权依法追究其法律责任。如需订阅研究报告，请直接联系本网站，以便获得全程优质完善服务。中研普华公司是中国成立时间最长，拥有研究人员数量最多，规模最大，综合实力最强的咨询研究机构，公司每天都会接受媒体采访及发布大量产业经济研究成果。在此，我们诚意向您推荐一种“ 鉴别咨询公司实力的主要方法 ”。		

商业物业是指建设规划中必须用于商业性质的房地产，它是城市整体规划建筑中的一种重要功能组成部分，其直接的功用就是为消费者提供购物场所。其中，公共性商业楼宇是因商业发展而兴起的一种新的房地产类型，与一般零售商店不同，零售商店即使规模再大，仍然只有一个经营实体。而公共性商业楼宇一般会有很多独立的商家从事经营，各行各业的经营服务都有，范围远远超过零售商店，它不仅包括零售商店，而且包括银行、餐饮等各种服务性行业和各种娱乐场所。它的经营范围已远远超出原来商场的概念，是一种集商业、娱乐、餐饮等各种功能为一体的经营场所。

过去相当长一段时间，物业管理行业热衷于规模扩张，众多物企将在管面积、合约面积的增长视为首要目标。物企通过收购、拓展新项目等方式，快速做大管理规模。然而，近年来形势发生了显著转变。从数据来看，物业上市公司的管理规模增速持续放缓，管理面积均值增速由 2020 年的 37.29%一路下滑至 2023 年的 12.40%，进入 2024 年这一趋势仍在延续。甚至部分物企，如万物云、合景悠活等，在财报中不再披露管理面积数据。究其原因，一方面，随着城市服务、IFM（综合设施管理服务）等业务的兴起，管理面积与营业收入之间的直接关联度被削弱。在学校、医院、景区、轨道交通等项目中，服务内容和要求更为复杂，大多根据具体服务内容核算项目金额，而非单纯依据建筑面积收取物业费。另一方面，行业发展渐趋成熟，市场饱和度提升，管理面积增长空间受限，很难再现以往的高速增长态势。

与此同时，部分物企在规模导向下，收购或拓展了一些低盈利甚至潜在亏损的项目，给企业后

续的高质量、可持续发展埋下隐患。在 2024 年上半年，多家企业主动解除合约项目及在管项目。虽然短期内导致管理规模下降，但从长远看，有助于提升运营质效，有效遏制经营效益的下滑，实现从单纯追求规模到注重质量与效益的转变。

物业管理行业作为现代服务业的重要组成部分，与城市治理和居民生活质量密切相关。第五次全国经济普查数据显示，截至 2023 年末，全国物业企业实现营业收入 16960.5 亿元，较 2018 年增长 87.1%，展现出行业的蓬勃发展态势。

本研究咨询报告由中研普华咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据国家统计局、商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、工信部、中国行业研究网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国商业物业市场进行了分析研究。报告在总结中国商业物业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国商业物业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为商业物业企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

二、报告目录 CONTENTS

第一章 商业物业概要 1

第一节 商业物业概述 1

一、商业物业的定义 1

二、商业物业属性与特点 1

（一）商业物业的属性 1

（二）商业物业的特点 2

三、商业物业的类型 3

（一）办公物业 3

（二）酒店物业 3

（三）商贸物业 4

（四）娱乐休闲物业 4

第二节 商业物业的物业服务模式 5

一、自建自管 5

二、自营与专业物业服务相结合 6

三、委托经营 6

第三节 商业物业的物业服务特点与内容 7

一、商业物业的物业服务特点 7

二、商业物业的物业服务要求 8

（一）商业物业应具有良好形象 8

（二）建立商业物业识别体系 8

（三）商业物业安全服务要求高 9

三、商业物业的物业服务基本内容 10

（一）楼宇与设备、设施养护及维修管理 10

（二）环境卫生及绿化管理 10

（三）安全服务管理 11

（四）广告管理 11

（五）装修管理 12

（六）租赁管理 12

第二章 中国商业地产物业管理行业发展环境 13

第一节 2024 年中国宏观经济环境分析 14

一、中国 GDP 增长情况分析 14

二、工业经济发展形势分析 15

三、社会固定资产投资分析	18
四、全社会消费品零售总额	19
五、城乡居民收入增长分析	20
第二节 中国商业地产产业政策环境分析	21
一、中国商业地产主要法律法规	21
二、房地产行业调控政策分析	22
三、中国房地产土地政策分析	23
第三节 中国物业管理行业法律法规及监管	24
一、物业管理行业主要法律法规	24
(一)《物业管理条例》	24
(二)《物业服务企业资质管理办法》	25
(三)《物业服务收费管理办法》	27
(四)《物业服务收费明码标价规定》	28
(五)《物业服务定价成本监审办法》	29
(六)《服务业十三五规划》	30
二、物业管理监管政策分析	30
(一)物业管理市场主体的监管	31
(二)物业管理市场客体的监管	32
(三)物业管理市场价格的监管	33
(四)物业管理市场竞争的监管	34
(五)物业管理市场供求的监管	35
(六)物业管理市场竞争的监管	36
第三章 2024 年中国物业管理行业发展现状	37
第一节 物业管理市场发展概况	38
一、物业管理行业发展历程	38
二、物业管理行业变化分析	39
三、物业管理营业收入规模	40
四、商业物业管理收入规模	40
五、物业管理行业主要问题	41
(一)经营成本急剧上涨	41
(二)价格调整机制缺失	42
(三)从业队伍人才匮乏	43
(四)部分企业生存堪忧	44
(五)服务理念有待端正	45
(六)行业责任边界不清	46

（七）业主大会制度实施难	47
（八）地域发展不平衡	47
六、物业管理行业发展特点	48
七、物业管理发展推动因素	49
第二节 物业管理行业发展现状	50
一、物业管理法规体系	50
二、物业管理面积规模	51
三、物业管理企业数量	51
四、物业管理从业人员	52
五、物业管理百强企业排名情况	52
第三节 物业管理行业企业排名	55
一、综合实力 TOP20	55
二、管理规模 TOP20	57
三、资产规模 TOP20	58
四、经营收入 TOP20	59
五、利润规模 TOP20	60
六、纳税总额 TOP20	61
第四节 物业管理服务价格指数	61
一、物业管理服务指数模型	62
二、物业管理服务价格总指数	63
三、物业管理服务均价分析	63
四、物业服务分星级价格水平	64
第五节 物业管理市场开发策略	64
一、物业管理商业模式创新策略	64
二、物业管理企业经营策略分析	66
（一）战略服务经营模式	66
（二）内部专业化模式	67
（三）产业链条经营模式	68
（四）社区经济经营模式	69
（五）规模优势经营模式	70
（六）专业市场细分模式	71
（七）产品高端化经营模式	72
（八）成本优势竞争模式	73
（九）多元化经营模式	74
（十）兼并式发展经营模式	75
三、物业管理企业经营策略选择	75

四、中小物业管理企业经营策略 76

- (一) 夯实基础 76
- (二) 概念领先 76
- (三) 服务领先 77
- (四) 横向联合 77
- (五) 创造品牌 77

第四章 写字楼物业管理 78

第一节 写字楼物业概述 79

- 一、写字楼的概念 79
- 二、写字楼物业的类型 79
 - (一) 写字楼物业发展历程 79
 - (二) 写字楼物业的类型 80
- 三、写字楼物业的特点 81

第二节 2024 年中国写字楼投资建设分析 82

一、2024 年办公楼投资建设分析 82

- (一) 办公楼投资规模分析 82
- (二) 办公楼施工面积分析 82
- (三) 办公楼开工面积分析 83
- (四) 办公楼竣工面积分析 83

二、2024 年办公楼销售情况分析 84

- (一) 办公楼市场景气度 84
- (二) 办公楼销售面积分析 84
- (三) 办公楼销售金额分析 85
- (四) 写字楼销售价格分析 85

三、2024 年写字楼投资收益分析 86

- (一) 写字楼投资建设成本 86
- (二) 写字楼运营管理成本 86
- (三) 写字楼投资者类型情况 87
- (四) 写字楼盈利模式分析 88
- (五) 写字楼盈利模式因素 88
- (六) 写字楼投资回报率分析 89

第三节 写字楼物业的物业服务方式与目标 89

- 一、写字楼物业的服务方式 90
 - (一) 委托服务型物业服务 90
 - (二) 自主经营型物业服务 90

(三) 专业服务企业的物业服务	90
二、写字楼物业的物业服务目标	91
(一) 创造安全舒适快捷工作与生活环境	91
(二) 应延长使用年限及其功能正常发挥	91
(三) 使物业保值、增值	92
第四节 写字楼前期物业服务内容	92
一、签订物业服务合同	92
二、制订物业服务方案	93
三、成立业主委员会	93
四、编写物业维修公约	93
五、制订规划并具体落实	93
六、做好物业的接管验收	94
第五节 写字楼物业营销租售管理	94
一、营销推广	94
(一) 写字楼的客户公关活动	94
(二) 写字楼的社会公关活动	94
二、租赁物业服务与经营管理	95
(一) 写字楼租赁合同的签订	95
(二) 写字楼租赁合同的执行	95
(三) 写字楼客户的选择	96
(四) 写字楼租金的确定	97
第六节 写字楼日常物业服务的内容	97
一、商务中心服务与管理	97
(一) 商务中心的设备配置	97
(二) 工作要求和工作程序	98
二、前台服务	99
三、设施设备管理	99
(一) 设备管理	100
(二) 维修与保养	100
(三) 设备的更新改造	101
四、安全服务与消防管理	101
(一) 安全服务	102
(二) 消防管理	102
(三) 日常消防工作	103
五、保洁管理	104
第七节 写字楼物业的安全服务	105

一、写字楼物业安全服务的重点	105
（一）保持设备完好，运行正常	105
（二）提供安全保障，常备不懈	106
二、写字楼物业安全服务规程	107
（一）巡视检查制度	107
（二）日常巡视管理制度	108
（三）档案保密管理制度	108
（四）贵宾接待制度	109
（五）出入证管理制度	110
（六）钥匙使用管理制度	111

第五章 商场物业管理 112

第一节 商场物业概述 113

一、商场物业的概念	113
二、商场物业的类型	113
三、商场物业的特点	114

第二节 中国购物中心投资建设情况分析 115

一、购物中心投资建设情况	116
（一）购物中心发展阶段分析	116
（二）购物中心数量增长分析	116
（三）购物中心体量变化趋势	116
（四）购物中心商铺数量分析	116
二、购物中心分布及城市竞争力	117
（一）购物中心区域分布情况	117
（二）购物中心分布特点分析	117
（三）购物中心各城市竞争力	118
三、重点城市购物中心分布特征	118
（一）上海购物中心分布特征	118
（二）成都购物中心分布特征	118
（三）郑州购物中心分布特征	119
（四）南宁购物中心分布特征	119
四、三四线购物中心发展现状	119
（一）三四线购物中心发展优势	119
（二）三四线购物中心供应格局	120
（三）三四线购物中心开发模式	120
（四）三四线 MALL 短培育周期	120

第三节 商场物业的物业服务特点与内容 121

一、商场物业的物业管理要求 121

二、商场物业的物业服务基本内容 122

（一）建立商场物业的识别体系 122

（二）设施养护管理 122

（三）环境卫生及绿化管理 123

（四）安全服务 123

（五）广告管理 123

（六）装修管理 123

（七）租赁管理 123

（八）产权、债权关系 123

三、商场物业的物业服务重点 124

（一）安全服务 124

（二）环境和车辆管理 124

（三）设备设施的维修与管理 124

（四）物业服务及时方便 124

第四节 商场物业的安全服务 124

一、商场物业的安全服务特性分析 125

（一）商场物业安全服务的特点 125

（二）商场物业安全服务的重点 125

二、商场物业的安全服务组织机构 125

三、商场物业的安全服务规程 125

（一）开、闭店安全服务制度 126

（二）钥匙保管和使用规定 126

（三）商场日常巡视制度 126

（四）卸货区管理规定 126

第六章 零售物业管理 126

第一节 零售物业的物业服务概述 127

一、零售业态定义及分类原则 127

（一）零售业态定义 127

（二）零售业态的分类 127

二、零售商业物业的定义与分类 128

（一）零售商业物业的定义 128

（二）零售商业物业分类 128

三、零售商业物业的物业服务与经营内容 130

(一) 招商及承租户组合	130
(二) 零售技术	130
(三) 物业维护	130
(四) 营销	130
(五) 保险及风险管理	130
(六) 财务管理	131
四、零售商业物业的物业服务与经营类型	131
(一) 策略与运行管理	131
(二) 现场管理	131
第二节 零售商业物业的租赁管理	132
一、租户选择	132
二、租金确定与调整	132
(一) 基础租金	132
(二) 百分比租金	132
(三) 代收代缴费用和净租约	132
(四) 租金的调整	133
三、租约制定	133
(一) 关于每一独立承租单元的用途	133
(二) 限制经营内容相似的租户	133
(三) 限制租户在一定地域范围内重复设店	133
(四) 营业时间	133
(五) 公用面积的维护	134
(六) 广告、标志和图形	134
(七) 折让优惠	134
(八) 其他条款	134
第三节 零售商业物业的现场管理	134
一、策略与计划	134
(一) 现场管理策略	134
(二) 现场管理计划	136
二、现场管理范围	138
(一) 现场管理的基本范围和内容	138
(二) 需要特别界定的区域	139
三、现场管理目标	140
第四节 零售商业物业的风险管理和安全服务	141
一、零售商业物业的风险管理	141
(一) 风险种类及特点	141

(二) 风险防范	142
二、零售商业物业的安全服务	144
(一) 防火安全	144
(二) 安全服务	145
(三) 劳动安全	147
(四) 媒体风险防范安全	148
第五节 典型零售商业物业的物业服务与经营	149
一、大型百货商店的物业服务	150
二、商业街物业的物业服务与经营	151
(一) 建筑物与装修的维护	151
(二) 商业街区配套设施、设备的维护	152
(三) 消防与安全的管理	153
(四) 环境管理	154
(五) 车辆管理	155
(六) 紧急事故的处理	156
第七章 批发商业物业	157
第一节 批发商业概述	158
一、批发商业的含义	158
二、批发商业的经营特点	158
(一) 批量交易与批量作价	159
(二) 批发商业交易的商品仍停留在流通领域	159
(三) 批发商业交易双方购销关系相对稳定	159
(四) 批发商业交易范围比较广	160
(五) 批发商业朝着专业化方向发展	160
三、批发商业的职能	160
(一) 集散商品	161
(二) 调节供求	161
(三) 商品加工	161
(四) 融通资金	162
(五) 传递信息	162
(六) 承担风险	162
四、批发商业的类型	163
(一) 按商圈规模分类	163
(二) 按区域特性分类	164
(三) 按经营范围分类	165

(四) 按经营商品类型分类	166
五、批发商业管理的要求	167
(一) 培育现代批发商业	167
(二) 正确认识生产企业、零批关系	168
(三) 加强批发商业规划和政策指导	168
(四) 强化批发商品品牌意识	169
(五) 建立共同采购和配送物流体系	170
第二节 中国批发市场现状分析	171
第三节 批发商业的物业形态与特征	172
一、批发商业物业的基本构成	173
(一) 房屋建筑形式	173
(二) 物业设备组成	174
(三) 停车场配套	175
(四) 其他配套设施	175
二、批发商业物业的结构类型	176
(一) 露天敞开型	176
(二) 室内敞开型	177
(三) 封闭型	177
(四) 综合型的物流中心	178
第四节 批发商业物业的基本管理	178
一、设备管理	179
(一) 设备管理的内容	179
(二) 设备管理的任务	180
(三) 设备的维护与维修	181
二、仓库管理	182
(一) 制订严格的管理制度	182
(二) 制订安全保卫制度	184
(三) 制订消防制度	185
三、安保管理	186
(一) 安全保卫工作	186
(二) 消防工作	188
(三) 车辆管理	189
第五节 批发商业物业的经营管理	190
一、批发市场的开发	191
(一) 利用周边批发商业环境	191
(二) 利用地段交通辐射的环境	191

(三) 新类型批发市场的开发	192
二、批发市场的营销	193
(一) 目标市场决策	193
(二) 产品编配和服务决策	193
(三) 定价决策	194
(四) 促销决策	195
(五) 销售地点决策	195
第八章 酒店物业管理	196
第一节 酒店物业概述	197
一、酒店的定义	197
二、酒店物业的分类	197
(一) 根据规模大小划分	197
(二) 根据区域和地点划分	198
(三) 根据营业接待时间划分	198
(四) 按建筑档次和服务层次划分	199
(五) 根据酒店物业服务与经营与产权关系划分	199
(六) 根据接待对象和设备、设施条件划分	200
三、酒店的星级标准和级别	200
第二节 中国星级酒店发展分析	201
一、全国星级饭店发展概况	201
二、全国星级酒店经营情况	201
三、全国星级酒店分布状况	202
四、全国星级酒店区域分析	202
五、旅游城市星级酒店情况	202
第三节 酒店物业的物业服务与经营	203
一、酒店物业物业服务与经营的模式	203
(一) 业主自己物业服务与经营的模式	203
(二) 租赁物业服务与经营模式	203
(三) 委托物业服务与经营模式	204
(四) 联号经营	204
二、酒店物业的物业服务与经营要求和重点	205
(一) 酒店物业的物业服务与经营要求	205
(二) 酒店物业的物业服务与经营重点	205
第四节 酒店物业的物业服务与经营内容	206
一、酒店物业物业服务与经营特点	207

（一）服务质量要求高	207
（二）客人流动频繁	207
（三）服务时间不确定	208
（四）服务对象复杂	208
（五）设施维修养护时间性强	209
（六）总体协调性要求高	209
二、酒店物业物业服务与经营内容	210
（一）客人接待服务	210
（二）酒店物业设备设施的维修养护	210
（三）酒店物业的钥匙管理	211
（四）酒店物业的保洁服务	211
（五）酒店物业的公共安全服务	212
（六）酒店物业的消防管理	212
（七）酒店物业的绿化管理	213
（八）其他服务项目	213
第五节 酒店物业的设备管理	213
一、设备管理制度	213
二、设备的使用管理	214
三、设备的维护保养管理	214
第六节 酒店物业的安全服务	215
一、酒店物业安全服务内容	215
二、酒店物业安全服务工作要求	216
三、酒店物业安全服务制度	216
第七节 酒店物业的保洁管理	217
一、酒店物业保洁工作特点	217
二、酒店物业保洁管理基本原则与要求	218
（一）酒店物业保洁管理基本原则	218
（二）酒店物业保洁管理的基本要求	218
三、酒店物业保洁管理内容	219
（一）酒店物业保洁项目	219
（二）酒店物业保洁重点区域	219
四、酒店物业保洁管理方法与措施	220
（一）酒店物业保洁管理的方法	220
（二）酒店物业保洁管理基本措施	221

第九章 会展物业管理 221

第一节 会展业的概述	222
一、会展与会展经济	222
(一) 会展概念	222
(二) 会展经济的定义	222
二、会展经济对城市发展的影响	222
(一) 会展业对交通通讯业带动效应	223
(二) 会展对旅游业的带动效应	223
(三) 会展业对零售业的带动效应	223
(四) 会展业对酒店业的带动效应	224
三、会展物业的类型	224
(一) 单一展览功能的会展物业	224
(二) 以酒店为主体的会展物业	225
(三) 综合性的会展中心	225
第二节 2024 年中国会展业发展情况分析	226
一、会展业发展基本状况	226
二、展会地域分布分析	227
三、会展业存在问题分析	227
(一) 行业发展缺乏规划	227
(二) 市场秩序有待规范	228
(三) 行业结构亟待优化	229
(四) 发展环境有待优化	229
四、会展行业发展趋势	230
(一) 国际化进程加快	230
(二) 各级政府更加重视	231
(三) 会展综合体建设兴起	231
(四) 信息化技术广泛应用	232
(五) 行业融合共赢发展	233
(六) 专业化程度不断推进	233
五、对策措施及政策建议	234
(一) 加强对展会引导支持	234
(二) 积极培育骨干企业	235
(三) 引进国际先进经验	235
(四) 夯实行业发展基础	236
(五) 推动加强行业自律	237
第三节 会展物业的物业服务与经营内容	238
一、现代会展物业的特征	238

(一) 场馆规模宏大	238
(二) 服务设施齐全	238
(三) 智能化水平高	239
(四) 设计以人为本	239
(五) 布局经济实用	239
(六) 政府大力支持	240
二、会展业物业服务与经营的特点	240
(一) 运作机制灵活	240
(二) 专业化程度高	241
(三) 经营开放性强	241
(四) 注重协同发展	241
三、会展物业的物业服务与经营的内容	242
(一) 日常物业服务与经营	242
(二) 现场管理	242
第四节 会展物业的前期管理	243
一、会展物业的规划与设计管理	243
二、会展物业的建设管理	244
第五节 会展物业的现场管理	244
一、会展物业的安全服务	245
二、会展物业的现场组织管理	245
(一) 展前准备	245
(二) 计划分配	246
(三) 标识、导视的制作与布置	246
(四) 布展装修管理	246
(五) 货运车辆管理	247
(六) 提供咨询及其他服务	247
(七) 展品管理	248
三、会展物业的物流管理	248

第十章 会所物业管理 249

第一节 会所概述	250
一、会所的定义	250
二、会所物业的类型	250
(一) 按所处的地理位置划分	250
(二) 按经营的经济目标划分	251
三、会所物业的定位	252

四、会所物业的设计与布局	252
五、会所物业的经营项目	253
(一) 康体项目	253
(二) 休闲项目	254
(三) 娱乐项目	254
第二节 会所物业的物业服务与经营原则和方式	254
一、会所物业的物业服务原则	254
(一) 安全和卫生原则	254
(二) 合理配套的原则	255
(三) 突出特色的原则	255
二、会所物业的经营方式	256
(一) 招商	256
(二) 自营	257
(三) 合作	257
第三节 会所物业的物业服务与经营内容	257
一、前期介入阶段的管理	257
二、日常阶段管理内容	258
三、会所物业的设施制度	259
(一) 日常保养	259
(二) 一级保养	259
(三) 二级保养	260
第十一章 工业物业管理	260
第一节 工业园区概述	261
一、工业园区概述	261
二、工业园区用途	262
三、工业地产行业态势分析	262
(一) 工业地产发展历程分析	263
(二) 工业园区单位产值分析	263
(三) 工业地产投资特点分析	264
(四) 工业地产兴起因素分析	265
第二节 工业园区物业基本管理	266
一、工业物业管理概述	266
二、工业物业管理原则	266
(一) 统一管理 with 独立管理相结合	266
(二) 专业管理与自治管理相结合	267

(三) 物业管理与经营服务相结合	267
三、工业物业管理的特点	268
(一) 生产用房的管理是重点	268
(二) 辅助配套管理工作复杂	268
(三) 险情的出现难以预料	269
(四) 清洁工作难度较大	269
(五) 治安保卫和消防工作要求高	270
(六) 需提供多方位的社会化服务	271
第三节 工业物业管理的内容	272
一、工业区各单位的管理	272
二、工业区公用部位管理	272
三、工业区设施设备管理	273
四、工业区环境管理	273
五、工业区治安管理	274
六、工业区消防管理	274
七、工业区车辆管理	275
八、工业区物业管理服务	276
第十二章 医院物业管理	276
第一节 医院物业的概述	277
一、医院物业概述	277
二、医院机构数量	277
三、医院物业的特点	278
(一) 服务管理计划性	278
(二) 效益追求经济性	278
(三) 服务对象双重性	279
(四) 日常管理挑战性	279
(五) 服务项目专业性	279
(六) 安全服务特殊性	280
(七) 设备运行连续性	280
第二节 医院物业的物业服务内容和要求	281
一、医院物业的物业服务基本内容	281
(一) 医疗设备设施管理	281
(二) 环境卫生保洁管理	281
(三) 医疗的辅助服务	282
(四) 安全服务	282

（五）病区被褥用品洗涤及供应管理服务	282
（六）医院的其他服务项目	283
二、医院物业的物业服务要求	283
（一）环卫保洁工作	283
（二）消毒杀菌工作	284
（三）饮食管理	285
（四）设备设施的维修养护	286
（五）安全服务工作	286
第三节 医院物业的保洁服务	287
一、医院物业的保洁工作	287
二、医院物业的消毒杀菌管理作用规程	288

第十三章 商业物业的拓展管理 289

第一节 物业管理的招标与投标 290

一、物业管理招投标概述 290

（一）物业管理招标与投标的含义 290

（二）物业管理招投标的基本原则 290

二、物业管理招标 291

（一）物业管理招标的主要方式 291

（二）物业管理招标的程序 292

（三）物业管理招标文件的编制 292

（四）物业管理招标标底的确定 293

三、物业管理投标的基本目的和原则 293

四、物业管理投标的基本策略 294

（一）攻势策略 294

（二）守势策略 295

（三）低成本策略 295

（四）差异化策略 295

（五）谋求发展策略 296

（六）广告宣传策略 296

（七）形象包装策略 296

五、物业管理投标的程序 297

（一）投标前期工作 297

（二）投标实施阶段 297

（三）定标后的工作 298

六、物业管理投标书的编写 298

(一) 物业管理投标书的组成	298
(二) 物业管理投标书的主要内容	299
第二节 物业管理的早期介入与接管验收	299
一、物业管理的早期介入	300
(一) 物业管理早期介入的含义	300
(二) 物业管理早期介入的意义	300
(三) 物业管理早期介入的主要内容	300
二、物业竣工验收	301
(一) 物业管理企业在竣工验收中的职责	301
(二) 竣工验收的实施	302
(三) 竣工验收后的物业保修	302
三、配套工程完善和遗留问题改造的管理	303
第三节 物业管理企业的选择与评价	303
一、物业管理企业的视觉形象	304
(一) 视觉形象的含义	304
(二) 实施视觉形象体系的意义	304
(三) 物业管理企业良好品牌的建立	305
二、选择物业管理企业的指标	305
三、物业管理工作的评价	306
第十四章 2025-2030 年中国商业物业投资前景	307
第一节 2025-2030 年中国商业物业行业发展方向	308
一、规范商业物业市场秩序	308
二、完善商业物业行业立法	308
三、摆正商业物业企业定位	309
四、健全商业物业价格机制	309
五、推动商业物业转型升级	309
六、提升从业人员整体素质	310
七、树立标杆企业带动发展	310
第二节 2025-2030 年商业物业行业前景分析	311
一、商业物业行业扩展分析	311
二、物业顾问服务前景广阔	312
三、商业物业行业前景走向	313
第三节 2025-2030 年商业物业管理行业前景预测	314
一、中国商业地产发展前景预测	314
二、商业物业营业收入预测	315

三、商业物业管理营业收入预测 316

图表目录

图表：商业物业的特点	2
图表：2021-2024 年国内生产总值及其增长速度	14
图表：2021-2024 年三次产业增加值占国内生产总值比重	15
图表：2024 年分行业固定资产投资（不含农户）占比	19
图表：2021-2024 年国内居民消费价格指数变动情况	21
图表：中国商业地产主要法律法规	21
图表：物业管理市场主体的监管	31
图表：物业管理市场客体的分类	32
图表：物业管理市场客体监管的内容与措施	33
图表：物业管理市场价格监管措施	34
图表：物业管理市场竞争监管措施	35
图表：2021-2024 年物业管理营业收入规模	40
图表：2022-2025 年物业管理行业规模（亿平方米）	41
图表：全国物业管理面积（亿平方米）	51
图表：2025 年中国物业服务满意度调查 100 强企业	52
图表：2025 年物业管理行业企业综合实力 TOP2055	
图表：2025 年物业管理规模 TOP2057	
图表：2023 年物业管理行业经营收入 TOP2059	
图表：2024 年上半年净利润排名前十的物业管理	60
图表：模型构成	62
图表：模型计算方法	62
图表：2024 年物业管理服务价格总指数	63

订阅报告，请来电咨询 400-856-5388 400-086-5388

- ①.请详细填写封底客户征订表后传真给我们
- ②.通过银行转帐、邮局汇款形式支付购买报告款项
- ③.我们收到汇款凭证后，特快专递报告或者发送报告邮件
- ④.款项到帐后快递款项发票
- ⑤.大批量采购报告可享受会员优惠，详情来电咨询

全程配有客服专员为您提供贴心服务

第三章 2024 年中国物业管理行业发展现状

第一节 物业管理市场发展概况

一、物业管理行业发展历程

1、起源与初步探索阶段（20 世纪 80 年代初至 90 年代初）

1981 年，深圳成立了第一家物业管理公司——深圳市物业管理公司，这标志着我国物业管理行业的诞生。当时主要是为了满足涉外商品房小区的管理需求，借鉴了香港等地的物业管理经验，管理模式和服务内容相对简单，主要集中在房屋维修、环境卫生、治安保卫等基础方面。

2、快速发展阶段（20 世纪 90 年代初至 90 年代末）

随着住房制度改革的推进，房地产市场逐渐活跃，物业管理行业也得到了快速发展。各地纷纷成立物业管理公司，管理的物业类型从商品房小区逐渐扩展到写字楼、商业物业等。1994 年，建设部颁布了《城市新建住宅小区管理办法》，明确规定新建住宅小区应当推行社会化、专业化的物业管理模式，为物业管理行业的发展提供了政策支持和规范指导。

3、规范化发展阶段（21 世纪初至 2010 年）

2003 年，国务院颁布了《物业管理条例》，这是我国物业管理行业的第一部行政法规，标志着物业管理行业进入了法制化、规范化发展的新阶段。此后，相关部门陆续出台了一系列配套政策和法规，如《物业服务企业资质管理办法》《物业服务收费管理办法》等，进一步完善了物业管理的法规体系。同时，行业标准和规范也不断建立和完善，物业管理企业的服务质量和水平得到了显著提高。

4、多元化发展阶段（2010 年至今）

随着互联网技术的发展和人们生活水平的提高，物业管理行业呈现出多元化、智能化的发展趋势。物业管理企业不再局限于传统的服务内容，而是积极拓展增值服务，如社区养老、社区文化、电子商务等。同时，利用物联网、大数据、人工智能等技术，实现了物业管理的智能化升级，提高了管理效率和服务质量。此外，行业竞争也日益激烈，物业管理企业通过并购、重组等方式实现规模化发展，品牌化、专业化的物业管理企业逐渐脱颖而出。

如今，物业管理行业在我国已经成为一个庞大的产业，在维护城市秩序、提升居民生活品质、促进经济发展等方面发挥着重要作用。同时，随着社会的不断发展和科技的不断进步，物业管理行业也将不断创新和发展，迎来新的机遇和挑战。

二、物业管理行业变化分析

过去相当长一段时间，物业管理行业热衷于规模扩张，众多物企将在管面积、合约面积的增长视为首要目标。物企通过收购、拓展新项目等方式，快速做大管理规模。然而，近年来形势发生了显著转变。从数据来看，物业上市公司的管理规模增速持续放缓，管理面积均值增速由 2020 年的 37.29% 一路下滑至 2023 年的 12.40%，进入 2024 年这一趋势仍在延续。甚至部分物企，如万物云、合景悠活等，在财报中不再披露管理面积数据。

究其原因，一方面，随着城市服务、IFM（综合设施管理服务）等业务的兴起，管理面积与营业收入之间的直接关联度被削弱。在学校、医院、景区、轨道交通等项目中，服务内容和要求更为复杂，大多根据具体服务内容核算项目金额，而非单纯依据建筑面积收取物业费。另一方面，行业发展渐趋成熟，市场饱和度提升，管理面积增长空间受限，很难再现以往的高速增长态势。

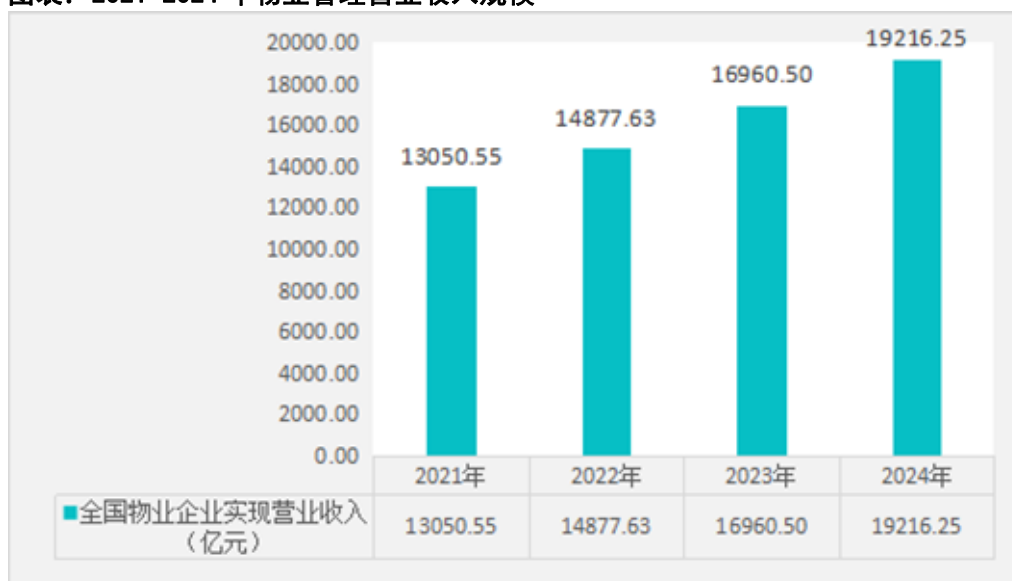
与此同时，部分物企在规模导向下，收购或拓展了一些低盈利甚至潜在亏损的项目，给企业后续的高质量、可持续发展埋下隐患。在 2024 年上半年，多家企业主动解除合约项目及在管项目。虽然短期内导致管理规模下降，但从长远看，有助于提升运营质效，有效遏制经营效益的下滑，实现从单纯追求规模到注重质量与效益的转变。

2025 年 2 月，全国物业管理行业迎来政策密集调整期。全国人大常委会法工委明确业主未实际入住时需按合同约定履行物业费交纳义务，填补了法律执行的模糊地带，为物业服务企业收费提供了清晰依据，有助于减少物业费交纳纠纷，保障企业运营权益。

三、物业管理营业收入规模

物业管理行业作为现代服务业的重要组成部分，与城市治理和居民生活质量密切相关。第五次全国经济普查数据显示，截至 2023 年末，全国物业企业实现营业收入 16960.5 亿元，较 2018 年增长 87.1%，展现出行业的蓬勃发展态势。

图表：2021-2024 年物业管理营业收入规模

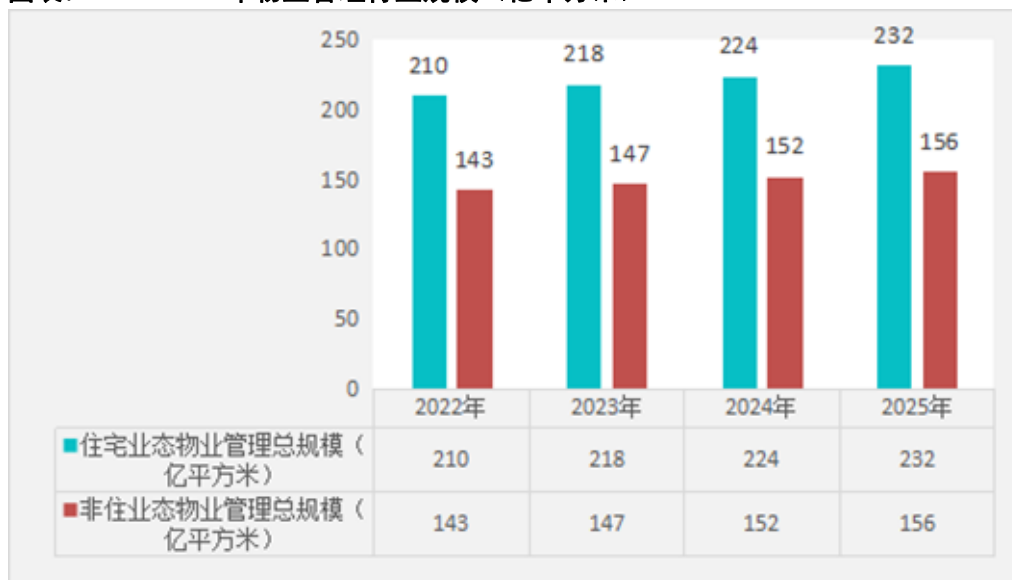


资料来源：统计局

四、商业物业管理收入规模

根据物业类型的不同，可以将物业管理分为住宅物业管理和非住宅物业管理。所谓住宅物业是指居民赖以生存的空间和必要的条件，即住宅以及附属的设备设施和环境，主要包括普通住宅、花园洋房、公寓、别墅等；非住宅物业是指住宅物业以外的物业类型，主要包含商业物业、写字楼、产业园、多功能综合楼、政府大楼、医院、学校及其他公共设施等。

图表：2022-2025 年物业管理行业规模（亿平方米）



资料来源：中研普华产业研究院

随着机关及事业单位后勤服务社会化改革不断推进，非住业态规模快速增长，2022 年非住业态

物业管理总规模 143 亿平方米，预计 2025 年非住宅物业管理行业总规模有望实现 156 亿平方米。

三、公司介绍 COMPANY

中研普华集团创始于 1998 年，是中国领先的产业研究专业机构，公司致力于为企业中高层管理人员、企事业发展研究部门人员、市场投资人士、投行及咨询行业人士、投资专家等提供各行业丰富翔实的市场研究资料和商业竞争情报；为国内外的行业企业、研究机构、社会团体和政府部门提供专业的行业市场研究、商业分析、投资咨询、市场战略咨询等服务。公司经历 20 多年的发展，现已成为中国领先的细分市场研究机构及金融咨询领域权威专家。我们拥有多年的投资银行、企业上市一体化服务、市场调研、细分行业研究、项目可行性研究及投资咨询专业经验。目前，中研普华已经为上万家包括政府机构、银行、研究所、行业协会、咨询公司、投资公司、集团公司和各行业公司在内的单位提供了专业的产业研究报告、项目投资咨询及竞争情报研究服务，并得到客户的广泛认可；为众多企业进行了上市导向战略规划，同时也为境内外上百家上市企业进行财务辅导、行业细分领域研究和募投方案的设计，并协助其顺利上市；还协助国内多家证券公司开展 IPO 业务。

随着中国加入 WTO，中国企业将面临更多严峻挑战，市场信息显的尤为重要。中研普华将集团公司在国际市场上成功运作的商业服务模式引入中国，帮助中国企业成长，在国内外市场不断取得新的竞争优势和新的成长。在这种形势下，中研普华迅速崛起，已成为中国首屈一指的资讯服务商。面对中国新经济形势，我们以一名“辅导员”的身份，结合中国企业目前现状，为企业引进和提供最前沿的行业市场商情和企业管理资讯，通过中研普华 One Stop Service（一站式服务），秉承“管理是本质、信息是基础、效益是目的”的原则，愿意与所有具有前瞻性的中国企业分享成功实践的经验，用务实的精神和优质的服务，携手成就未来。

目前，中研普华已将客户服务总部设于深圳，信息研究中心设在北京，营销传播中心设在上海，海外资讯中心设于香港，并在广州、杭州、成都、青岛、武汉、哈尔滨等地设有分支机构。

顾问团队 CONSULTANT TEAM

中研普华始终把引进优秀的员工加盟作为公司的核心目标之一，公司员工拥有多种专业学历背景：统计学、金融学、产业经济学、市场营销学、国际贸易学、经济学、社会学、数学等数十个专业。中研普华现有 350 多名员工中，本科以上学历占 98.5%，60%具有双学位、硕士及博士学位，高级研究员 180 多名，专家顾问 45 人，市场调研专家 16 人，数据建模专家 8 人，海外咨询专家 5 人，公司大多数员工曾在国内多家知名产业研究所与证券研究机构有过丰富的从业经验。高素质的专业人才是中研普华的最大财富，也是我们向客户提供优质服务的保证。

业务范围 BUSINESS SCOPE

中研普华业务范围主要囊括了细分产业领域研究、IPO 咨询、并购与重组、投资咨询、项目可行性分析、行业市场研究、市场调查、商业计划书编制及营销策划咨询等领域。中研普华业务覆盖全球主要国家及地区，为外资企业注资中国及跨国合作提供了切实高效的服务。公司 80%以上的业务主要针对大中华区实施，我们在中国大陆 220 多个主要城市设立调查网点（如北京、上海、天津、重庆、南京、武汉、成都、长沙、杭州、西安、兰州、石家庄、沈阳、济南、郑州、合肥、福州、厦门、南宁等），为客户提供专项市场调查的同时，也为市场研究及投资咨询服务提供主要的数据支

持。公司拥有在中国香港、澳门、台湾及部分海外地区实施项目的宝贵经验。公司已与国内外上百家专业调研机构建立长期合作关系，确保了跨国性项目的有效实施和执行。

细分市场研究

[医疗](#) [通讯](#) [机电](#) [汽车](#) [房产](#) [轻工](#)
[家电](#) [日化](#) [食品](#) [零售](#) [酒店](#) [金融](#)
[传媒](#) [建材](#) [能源](#) [石化](#) [农业](#) [文教](#)

项目可行性研究

[可行性研究](#) [项目建议书](#) [项目计划书](#)
[募投可研报告](#) [项目申请报告](#) [资金申请报告](#)
[境外投资申请](#) [项目评估报告](#) [投资价值报告](#)

商业计划书

[商业计划书](#) [项目计划书](#) [商业策划书](#)
[招商计划书](#) [创业计划书](#) [私募计划书](#)
[并购计划书](#) [合作计划书](#) [商业企划书](#) [标书](#)

专项市场调研

[专项市场研究](#) [产品营销研究](#) [品牌调查研究](#)
[广告媒介研究](#) [渠道商圈研究](#) [满意度研究](#)
[神秘顾客调查](#) [消费者研究](#) [调查执行技术](#)

兼并重组研究

[兼并重组](#) [公司兼并](#) [企业重组](#) [资产重组](#)
[股权重组](#) [借壳上市](#) [跨国并购](#) [横向并购](#)
[纵向并购](#) [现金并购](#) [企业私有化](#)

IPO 上市咨询

[上市前规范](#) [上市前咨询](#) [上市前融资](#)
[细分市场调研](#) [募投项目可研](#) [发展战略规划](#)
[尽职调查](#) [上市后服务](#) [一体化方案](#)

产业园区规划

[产业园区规划](#) [产业分析规划](#) [城市/区域规划](#)
[空间规划咨询](#) [招商策划咨询](#) [总部经济规划](#)
[智慧城市规划](#) [地产策划咨询](#) [一体化服务](#)

十五五规划

[政府规划研究](#) [产业发展规划](#) [企业发展规划](#)
[区域发展规划](#) [城市发展规划](#) [战略规划研究](#)
[热点领域聚焦](#) [热点解决方案](#)

特色小镇

[特色产业规划](#) [申报立项](#) [招商策划](#)
[特色小镇特征](#) [政策汇总](#) [评分细则](#)
[商业运营模式](#) [经典案例](#) [投融资模式](#)

产业地产

[项目拿地](#) [产业定位](#) [产业规划](#) [产业招商](#)
[产业运营](#) [产业新城](#) [产业小镇](#) [产业综合体](#)
[开发模式](#) [关键要素](#) [赢利模式](#) [解决方案](#)

核心竞争力 CORE COMPETITIVENESS

丰富的行业经验。我们针对各行业都设有产业研究组，组长均具有资深实际行业从业经验，研究组定期举办行业主题研讨会及进行典型企业走访调研，积累了丰富的行业实践经验，以此为基础，充分运用扎实的理论知识，更好的为客户提供服务。

资深的专家顾问。我们的专家团队来自于国家级科研院所、著名大学教授、以及具备成功经验的企业家，在产业研究、市场调研、投资咨询、管理咨询等领域拥有强大的专业能力，能及时有效的满足客户需求。

权威的信息数据。中研普华建立了覆盖 3000 多个细分行业市场的数据库并持续的更新。我们设有数据中心，以国家统计局部门、工商部门、行业协会、海关总署及其他战略合作机构为重要信息渠道。另外，我们拥有自己的调研队伍，运用各种调查手段和渠道，准确、及时地掌握权威信息。

科学的研究方法。我们采取专业的研究模型，如：SWOT 分析、波士顿矩阵、波特竞争力、洛伦茨曲线等；精准的数据分析，如：相关分析、方差分析、多维尺度分析、聚类分析、因子分析等；周密的调查方法，如：定性调查、定量调查等相结合的方式，力求为客户提供专业化的服务。

完善的服务体系。我们不仅为您提供专业化的研究报告，还会为您提供超值的售后服务，如：免费数据查询、行业发展建议、投资行业策略、市场深度分析、营销策划、重大展会提示等服务，给您带来完善的一站式服务。

社会影响力 SOCIAL INFLUENCE

中研普华集团是中国成立时间最长，拥有研究人员数量最多，规模最大，综合实力最强的咨询研究机构之一。中研普华始终坚持研究的独立性和公正性，其研究结论、调研数据及分析观点广泛被电视媒体、报刊杂志及企业采用。同时，中研普华的研究结论、调研数据及分析观点也大量被国家政府部门及商业门户网站转载，如中央电视台、凤凰卫视、深圳卫视、新浪财经、中国经济信息网、商务部、国资委、发改委、国务院发展研究中心（国研网）等。



了解中研普华的实力：[电视采访报道](#) [门户网站引用](#) [招股说明书引用](#) [权威媒体报道](#) [客户好评如潮](#)

客户征订表

让决策更稳健，让投资更安全！

单位名称: _____ (盖章)
主营业务: _____
公司负责人: _____ 职务: _____
资料收件人: _____ 职务: _____
电 话: _____ 手机: _____
地 址: _____
邮 编: _____ 电子邮件: _____

报告及专项: _____ 份数: _____

服务方式: ☐ 全套版本 (含印刷版及电子版) ☐ 电子版本 (电子邮件发送) ☐ 印刷版本 (免费快递)
付款总金额: _____ 付款日期: _____

特别推荐订阅套餐

保证100%满意，您必须拥有

- ☐ **战略套餐：5份研究报告，特惠订阅费用 5万元，自选报告或咨询客服，全年尊享专家咨询指导及跟踪服务**
套餐价值：全面了解行业上下游产业链，对行业脉络进行系统性梳理，厘清产品流通各个环节，实现企业的成长与产品的成功。
- ☐ **发展套餐：10份研究报告，特惠订阅费用 8万元，自选报告或咨询客服，全年尊享专家咨询指导及跟踪服务**
套餐价值：充分了解行业重点领域发展态势，准确把握市场热点变化趋势，为营销策略的制定、企业的战略规划提供有力支持。
- ☐ **智慧套餐：15份研究报告，特惠订阅费用10万元，自选报告或咨询客服，全年尊享专家咨询指导及跟踪服务**
套餐价值：深入了解行业细分市场及关联产业发展形势，挖掘各领域投资机会，延伸企业经营触角，实现企业跨行业并购整合。
- ☐ **总裁套餐：20份研究报告，特惠订阅费用12万元，自选报告或咨询客服，全年尊享专家咨询指导及跟踪服务**
套餐价值：多角度！多层面！透视各行业、各业务发展，完善集团管控体系，准确掌舵集团航向，有效降低企业智力投资成本。

专项咨询定制服务

专项定制需根据企业具体要求出具项目方案，再做出合理报价

商业计划书编制	商业计划书/项目计划书/商业策划书/招商计划书/创业计划书/私募计划书/并购方案/标书，编制及翻译。
项目可行性研究	可行性研究/项目建议书/项目计划书/项目申请/资金申请/境外投资/项目评估/机会研究/风险评估服务。
行业市场专项调研	细分市场研究/竞争对手研究/营销研究/品牌调查/广告研究/商圈研究/消费者研究，覆盖多行业多领域。
产业园区规划咨询	产业集群/园区规划/区域战略规划/城市新区规划/园区建设和运营/园区招商引资/园区功能服务体系等。
IPO上市咨询服务	细分市场调研/募投可研/上市前规范/上市前融资/招股说明书/上会路演/上市后服务/财经公关/再融资。

☐ 汇款至 中国建设银行

帐户名：深圳市中研普华产业研究院有限公司
开户行：中国建设银行深圳市分行
帐 号：44201501100052597578

☐ 汇款至 中国工商银行

帐户名：深圳市中研普华管理咨询有限公司
开户行：中国工商银行深圳市分行
帐 号：4000023009200181386



扫描二维码，查看
更多研究
报告目录

中研普华集团™
ZERO POWER INTELLIGENCE GROUP



总部地址：深圳市福田区滨河大道中洲湾西座 27 层 (518000)
全国统一服务热线：400-856-5388 400-086-5388 免费电话
订阅热线：0755- 25425716 25425726 25425736 25425706
0755- 25425756 25425776 25420896 25420806
0755- 23895086 25427856 25428586 25429596
传 真：0755- 25429588 25428099 全年无休 24 小时服务
官方网站：中国产业研究院 www.ChinaIRN.com 深圳/ 北京/ 上海

订阅方法：请把征订表用正楷字填写完后传真或快递给我们，然后通过银行付款。款到后即完成订阅手续，产品与发票会在款到后 24 小时内以特快专递寄出。订阅传真：0755- 25429588 25428099 7 天×24 小时 贴心服务