

物业企业转型发展路径研究

高磊

(天津天保基建股份有限公司,天津 300000)

摘要:本文分析了传统物业企业在服务中存在的主要问题,以及现阶段推动物业管理行业发展的重要因素,提出了物业企业发展的主要路径。通过升级物业管理水平,拓展增值服务业务、积极参与社会治理以及借助资本市场赋能品牌价值,寻求物业公司可持续发展。

关键词:物业企业;转型发展;路径

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2021.25.137

物业是美好生活的重要部分,随着人们对美好生活的重视,物业服务品质成为人们关注的重要问题。疫情以来,物业企业在城市治理中的重要性也逐渐显现,成为重要的城市治理力量。随着互联网、物联网、云计算等技术在物业管理行业的应用,物业企业开始走上转型之路,着力搭建智慧物业平台,建立与城市综合治理高度融合的智慧社区,物业管理行业整体呈现多元化发展趋势。

1 传统物业企业存在的问题

1.1 物业管理行业满意度总体承压

在物业服务中,业主满意度一直是一个重要的评价指标。随着物业服务市场的发展和业主对物业服务需求的增加,提高业主满意度是物业服务追求的目标之一。大多数物业企业内部尚未形成完整的服务系统,专业化程度不高,处于粗放经营状态,重收费、轻管理、重效益、轻服务现象突出。物业服务人员普遍年龄较大,文化水平不高,仅能提供保洁、保安、绿化等传统型基础物业,难以满足业主的深层次服务要求。2021年中国物业服务总体满意度评价约78分,较去年水平微降,有较大比例的业主对物业服务表示不满意或者非常不满意。

1.2 物业企业利润水平较低

物业公司的主要利润来源为物业管理费和多种经营收入,物业管理费一般受政府指导价及业委会的双重制约,在单价方面难以突破,且较大比例的物业社区收缴率不高,物业费拖欠情况较为突出。物业管理行业属于劳动密集型行业,人力成本较高。部分物业公司会根据管理社区的实际情况进行适当的多种收入项目拓展,但由于社区资源有限、市场化程度不高等原因,多种经营收入规模一般较小。由于盈利模式简单、渠道单一、成本上升等因素的影响,绝大部分的物业企业都处于亏损状态。

1.3 物业服务水平不高

物业管理作为服务行业,服务内容繁杂,涉及面广,专业性强,看似简单的一项工作往往蕴含着多个服务环节。随着人们对于高品质生活的追求,对物业公司的服务水平也提出了新的要求。因此,要求企业建立起严格规范的服务程序,并针对不同的服务内容制定不同的服务规程,深化服务作业流程。日前,许多物管企业已经意识到了服务程序的重要性,建立了操作规范,但是,绝大多数企业对服务程序制定的措施力度不够,精细化程度不深,忽视了对服务过程与服务品质的管控,缺乏局部细节上的内容,直接影响了服务水平的提高。现阶段,物业服务还处于基础的保洁、保安、社区绿化、设备维护等,通过原始的人工方式解决,缺乏现代化管理设备以及先进的管理软件,服务水平不能够满足市场经济大发展,限制了自身的可持续发展。

2 推动物业管理行业未来发展的因素分析

2.1 政策引导与支持持续利好

在保障城镇化建设和稳定社区生活的功能上,物业管理的重要性已经凸显出来了。城镇化快速发展是物业管理行业发展的重要推动力。城镇化水平的提高使得住宅及其他房产项目需求增加,对物业管理的需求也随着物业数量增多而日益增加。2020年,我国的城镇化率超过60%,中国物业管理行业将随着城镇化水平提高而继续发展。而从政策层面来看,物业管理行业的增值服务正在迎来利好。国家多部门联合发文,提出推动物业服务线上线下融合发展。这是国家层面首次把物业管理纳入扩内需的核心领域,也是政策层面首次明确鼓励物业管理公司依托科技赋能,开展社区增值服务。此外,住房和城乡建设部等六部门发布意见,推动物业企业发展居家社区养老服务,强调社区治理共同体的行动逻辑是走向合作治理,物业企业既是推动高品质生活和多样化服务的重要载体,也是参与社区治理的重要力量,为物业企业发展明确了方向。

2.2 现代信息技术提升物业管理水平

现代信息技术的应用不仅能使得物业管理服务效率大幅度提升,同时还能促使物业管理企业在商业模式上进行创新,促进物业服务的转型升级,拓展服务范围并提高附加值。日前,越来越多的物业企业借助现代信息技术提供增值服务,提升居民生活便捷性的同时也发展了新的盈利增长点。

物业管理行业实现信息化和智能化,主要聚焦管理信息化、设施互联网和物业大数据应用。管理信息化是智慧物业的基础,没有基本的系统对业务的支持,无法谈智慧物业。对物业管理行业而言,管理信息化主要包括:合同管理、计费管理、统一结算管理、项目管理、资源管理、电商平台管理、租售管理、服务过程管理、物资管理、服务采购管理、统一的财务管理、办公自动化。设施互联网是实现车场、电梯、门禁等各类设施和业主、物业服务中心信息的在线互联,实现设施的互联互通,提高物业管理销售和减低管理成本,提升业主体验。物业大数据通过大数据进行物业安全、精准营销、便捷生活等方面的应用,提升业主和访客的体验,例如门禁和公安系统联通进行人脸甄别、电梯广告和交易大数据联通进行精准广告投放、车牌和车管所数据联通进行车牌甄别和挪车。

2.3 资本市场助推物业管理行业发展

随着房地产市场的不断发展变化,未来的市场将会逐渐转向存量市场,从这个角度来说对于物业管理公司背后具有庞大的业主群体,较大的发展空间和潜力。物业公司由于直接深入服务业主,可以直接为业主提供多种经营服务,实现公司综合价值的快速提升,往往被称为是“被忽略的蓝海市场”。同时物业管理公司具有轻资产的特点,且现金流也相对稳定,也较为资本市场所欢迎。资本市场的助力将为相关企业后续的健康快速发展带来资本动能和市场契机。在

消费升级、智能化、社区养老、社区医疗、社区金融等热点下,物业管理行业市场资本运作火热。部分开发商将物业服务分拆,通过资本市场,打造新的商业模式,做大规模或者赚取更多利润。在这样的风口下,紧抓机遇,借力资本市场成为了物业公司快速发展、做大做强的必由之路。

2.4 非住宅类房地产项目规模增加

日前,众多传统住宅房地产开发商开始进入产业园区开发领域,工业园区、高科技孵化器、文化创意园区、商务园区以及产业新城、科技新城等不断涌现。与传统办公楼相比,产业园区拥有更加灵活的空间设置和更为完善的整体配套,便于功能集成和独立运营,在部分地区还可享有政策扶持。随着业主对于服务要求的进一步深化,会有更多物业服务市场空间被释放。

3 物业企业转型发展路径

3.1 升级基础物业服务水平。

提升基础物业服务水平是提高业主满意度的基础。一方面是科技赋能,通过科技方式减少人力成本,物业+互联网是现在物业发展的大趋势,是促进传统物业管理转型升级的重要抓手。其本质是以建立核心共享数据库为目标,通过数据的分析应用,解决管理的痛难点。以社区生活和消费场景再造的方式,通过数字化管理,提升保洁保安以及线上投诉、缴费、报事报修等多方面工作效率,降低管理成本,满足人民的服务需求物业服务的基础搞好服务的另一个关键,就要在提高服务质量的同时,加强与住户的联系,听取他们意见。了解他们需要的服务项目,对物业管理企业有哪些意见和建议。解决好住户投诉并及时给予回复,让住户知道物业管理企业在时时刻刻的关心着他们。这样既能了解业主的需求,又能拉近双方的关系,做到相互支持、相互理解。同时根据小区居住的居民的不同的年龄、不同的爱好与兴趣、不同的层次等,有针对性地开展日常的社区活动与主题活动。通过开展各类丰富多彩的互动活动,加强了物业公司 with 住户之间的沟通交流,创建了互动的关系,也营造了浓厚的社区氛围和良好的居住环境。

3.2 推动增值物业服务发展

随着物业管理行业步入高速增长的快车道,物业企业不断拓展增值服务,以满足日益多元化的客户需求。社区经济逐渐成为众多物业企业挖掘社区服务的重要方向,也是撬动未来物业企业利润的新杠杆。社区经济包括社区零售、社区教育,社区家装、社区家政、社区旅游、社区零售等内容,教育、租赁运营在房地产开发领域已被证明是被资本看好的增长领域,通过合理的运营逻辑实现资产的运营价值,一方面可以通过新业务获取利润,另一方面可以通过运营价值的变现实现更高的商业价值,也为自身在资本市场的高估值打下良好的基础。物业企业开展增值服务,首先要清晰自身优势及劣势,并做好业主满意度,在此基础上,利用信息系统建设物业社区增值服务模型,构建智慧社区平台,并通过分析业主大数据的分析进行高效运营。在需求密度低的情况下,物业企业也要考虑如何发挥资源整合的最大优势,提高社区运营的成功率。它们都是未来物业增值业务发展的重要领域,将会给企业带来新的经济增长点。

3.3 积极参与城市治理

近年来,推动物业管理融入基层社会治理已经成为行业绕不开的话题。在理论和政策层面,物业服务区域不仅是人民生产生活的重要场所,也是社会治理的基本单位。在实践层面,越来越多社会治理工作的实施逐步从传统的社区向物业服务区域转移,传统物业管理发展模式已经难以适应人民群众日益多元的社会需求的困境逐

步显现,需要行业积极适应社区治理的新形势、融入社区治理的新体系。加强社区智慧化改造,丰富社区服务供给、提升居民生活品质。即以市场需求和核心技术为驱动,以资源平台为共用基础,以效益均衡最优化为目标,结合自身全产业链资源优势,构建涵盖基层群众自治、公共教育、医疗卫生、公共文化体育、养老服务、残疾人服务等方面的社区基本公共服务设施。通过数字化平台和 AI 技术加上一体化城市服务的手段,让城镇公共服务的财政支出做减法,服务效果做加法,城市居民生活幸福指数不断攀升。

3.4 借助资本市场赋能品牌价值

在精细化、专业化发展的背后,物业管理行业的竞争愈发激烈,而借助资本助力,新的资本介入给企业的快速发展带来了活力,借助外来资本的品牌赋能,实现新的业务发展机会。通过企业品牌价值,促进核心竞争力的形成。物业企业在成为公众公司之后,受到了更多法规和资本市场监管细则的多重管理,对企业来说,更好的规范了法人治理、规范了企业运营,这对于把公司提高到一个更高的运营水平,是非常有现实意义的。不仅如此,企业上市后,将展现更好的公共形象,更加透明的企业管理,促进服务的质量稳定,提升企业核心竞争力的形成。在行业高速发展时期抢占市场份额或许是抢滩成为行业领头羊的趋势。与此同时,在资本市场的催化之下,物业管理行业也定必成为房地产企业轻资产转型的良好试验田。

结束语

我国的物业管理行业规模不断扩大,行业由粗放发展阶段逐步步入相对成熟和规范的新阶段。物业企业要立足提升基础服务水平,主动加强与社区经济、基层社会治理等领域的融合,推动增值业务发展,实现业主、物业企业、政府的三方共赢。同时要借助资本市场,打造合作好品牌,收获市场的青睐,未来物业企业有更大的发展空间和资源优势。

参考文献

- [1]刘娜.互联网环境下物业管理公司创新商业模式初探[J].经济研究导刊,2015(1).
- [2]王海彬.物业管理转型升级背景下的发展研究[J].住宅与房地产,2018(10).
- [3]杨志.物业服务行业转型升级的模式与办法[J].现代物业,2015(14).
- [4]2021年中国物业服务满意度调查结果.中指物业研究,2121(7).

作者简介:高磊(1982.11-),女,汉族,山东日照人,硕士毕业,中级经济师,研究方向:企业管理。