# 新时期物业管理的品牌竞争

来源：网络 作者：雾凇晨曦 更新时间：2025-08-04

*新时期物业管理的品牌竞争企业品牌传达的是企业的经营理念、企业文化、企业价值观念及对消费者的态度等。良好的企业品牌，能有效突破地域之间的壁垒，进行跨地区的经营活动。品牌是企业的无形资产,也是企业赢得市场的利刃。正是有形的商品品牌和无形的服务品...*

新时期物业管理的品牌竞争

企业品牌传达的是企业的经营理念、企业文化、企业价值观念及对消费者的态度等。良好的企业品牌，能有效突破地域之间的壁垒，进行跨地区的经营活动。品牌是企业的无形资产,也是企业赢得市场的利刃。正是有形的商品品牌和无形的服务品牌相互结合，才成就了提升企业核心竞争优势的企业品牌，一个优秀的品牌就可以成就一个优势的企业。企业品牌的确认是在企业成立的初期进行设定，通常企业品牌都同它所提供的特定的产品与服务相联系，在随后的经营过程中，不会轻易进行调整。

物业管理是一新兴产业,目前还不够完善,它的社会地位也不高,加上物业管理的赢利微乎其微,因而很多物业管理企业都忽略了品牌的创立。事实上,在物业管理市场逐步形成、市场竞争日趋激烈的今天,创名牌企业，建优秀示范小区，现已成为我国物业的管理目标和奋斗方向。品牌能让人们保持忠诚和充分信赖,好的品牌能够传达出企业的价值、文化和个性。

一、树立物业管理品牌理念。

据统计，目前，我国物业管理企业总数已超过2万家，更多企业仍如雨后春笋般涌现。价格低廉的物业收费已使很多物业服务企业无法单靠物业管理费生存。大多管理落后的小型物业管理企业已陷入生计维艰，又遭消费者口诛笔伐的尴尬困境。品牌是耀眼的招牌、显赫的身份，是综合品质的崇尚。它是对承诺兑现的程度，是精细工作的结果，是长期让消费者们感到满意的回报。品牌的组成包括企业和产品名称、产品质量、产品定位及宣传口号等等。品牌是靠积累形成的，它需要塑造、维护、提升和再开发。物业管理品牌，是由物业的品牌跟管理品牌共同构成的。构成的要素主要有：物业公司的声誉、形象以及形成和影响物业公司声誉、形象的一系列因素，包括物业公司的特殊名称（如响亮、引人注意、涵义深刻、来历特殊等）、注册资金、管理业绩、装备水平、社会评价、业主管理委员会的反映、政府意见等；负责人的管理经历、社会地位与影响力；

管理层的素质；专业技术人员的职称或技术等级等等；此外，还包括公司物业管理服务的项目、收费标准、服务态度、服务深度等方面。

二、创建物业管理品牌的条件。

如果物业管理公司受托实施物业管理的小区内，业主入住后发现建筑质量低下，配套及环境很不完善，售后遗留问题成堆，服务人员态度恶劣等等一系列问题，面对这样的小区物业公司只能穷于应付，根本谈不上创建自己的服务品牌。物业管理公司要成功的创建品牌，要根据物业的软硬件特点，有点到面，从而实现创建物业管理品牌的战略，如果管理的物业为写字楼可能更多的是关注区域市场的现状和走向，如果是住宅则更多的是研究客户需求，目标群体的需求，而且这个研究要保证这个物业可持续发展。物业的服务对象是人。为了提供让其满意的服务要尽量使其服务需求趋同，使这个群体的人在他的需求层面、需求趋向方面，尽可能达到一致。树立品牌意识，作为一种无形资产，品牌的效用是任何广告所不能比拟的，物业管理品牌形象所形成的口碑效应不仅能给物业管理公司带来超额利润，而且有利于其经营规模的扩大。完善的规章制度和高素质的从业人员规章制度有利于各项工作的顺利发展开展和公司的进步，员工工作的有序。

三、创建物业管理品牌的必然性。

实施物业管理品牌是满足居民要求的需要。随着生活水平的不断提高，人民对住房的要求已经从有房住、住得下，提高到住得好。所谓住得好，不是单纯的面积大小、布局合理等“硬件”，更重要的是要有良好的管理房屋等“软件”，来保证房屋及设备正常运行、物业区内治安良好、环境整洁、服务设施齐全等等。因此，一流的物业必须配以一流的管理服务，才能创造出一流的居住环境。其次，名牌物业管理受到消费者青睐，不仅仅在于其表层的管理

服务，更重要的是它所蕴含的企业文化，即对消费者的地位、个性、修养、品味、生活方式的肯定性的文化特征。换句话说消费者的购买和消费过程，同时也是一种追求上述文化价值的实现过程。正因为名牌物业管理所蕴含的高文化品味及高附加值，才能使消费者对其情有独钟，不惜为之投资。实施物业管理品牌是物业管理企业在市场竞争中生存与发展的需要物业管理服务性的性质决定其目前经营方针是“保本微利，服务社会”，不能以牟取高额利润为目的，所以许多物业管理企业处于微利亏本状态。真正的物业品牌（优秀物业管理小区、楼宇、安全文明小区）能体现出一种强大的信任和效益，是一种无形的资产和力量。物业管理品牌是对服务价值的最好诠释。如果一个物管企业总能够以合理的收费价格（这种合理收费价格是按照国家收费标准，而且是物管企业和业主都能接受的），提供优质的产品或服务，那么，市场就会认同于它，业主就会忠实于它。物业公司和业主的这种关系，是以经营品牌为纽带的。品牌或优秀物业管理小区是承诺和忠诚的象征。品牌表示物管企业给予业主以承诺。物管企业以履行承诺来维护其产品，作为对业主的奉献和热情，这样，会使业主发现忠实一家物管企业是值得和有利的。物业管理品牌不仅有益于弥补和完善开发商的信誉和形象，而且使物业本身更具有吸引力，让潜在的购房者更乐意为几乎可以看到的、未来的、系统周到的服务和优良的管理而倾囊。因此，物业管理品牌策略是战胜竞争对手的新颖而有效的策略营销中利用物业管理品牌主要有两个途径。营销中有意把物业管理品牌作为一个卖点，通过电视、杂志、报纸等媒体把项目物业管理品牌的概念突出出来。因此创建物业管理品牌是物业公司发展的必然趋势，它将会使物业管理的服务水平不断推向新的高度，服务质量得到不断提高。

物业管理市场经过20多年来的漫长发展，新的时期，物业管理企业要生存、要发展，就必须积极参与市场竞争，品牌物业管理企业已成为市场发展的趋势。不断创新服务平台，只有坚持“以人为本”服务理念，才能获得市场。物业管理与其它如房地产的物业管理既有相同之处，更有其自身的特点。物业服务企业应从长远考虑，从有利于物业管理发展的角度着手，积极制定物业管理的方针政策和法律法规，建立适应市场经济的物业管理新体制，帮助解决和协调物业管理公司与居委会、专业管理部门的关系，给予物业管理企业发展和壮大的空间，营造物业管理服务交易的良好环境，只有这样物业管理市场才能健康、协调、迅速发展起来。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！