



# 共商物业顽疾解决之道 共话物业发展前景趋势

## 今日下午,“见证郑州物业服务品质提升之路”高峰论坛重磅开启

高品质的房产开发和贴心的管家式服务,让房产在二手房市场拉开了明显的差距,那些有口皆碑的好社区展现了较高的溢价空间。但事实上,在中国楼市的迅猛发展中,关于物业的问题却层出不穷地出现,行业亦良莠不齐,关于物业服务出现的问题令人深思。

这个3·15,本报特别策划系列主题活动——唯物主义,作为本次活动的重磅环节,“见证郑州物业服务品质提升之路”论坛将于今天下午正式举行,郑州市的品牌物业公司领军者将齐聚共商物业“顽疾”的解决之道,共话物业发展的前景、趋势。

而本报记者也于近期暗访全城近20个知名小区,对安全、景观、设施维护等方面进行切身感受,本期《TOP地产》将集中呈现物业“顽疾”。

郑州晚报记者 王亚平



### 安防形同虚设、社区车流不息、设施维护滞后 物业“顽疾”难消

“一个交房入住不到五年的小区,怎么会成这个样子?”本周一,家住郑州的居民李兰致电本报情绪激动地说,“地下车库基本处于停用的状态,垃圾遍地,小区东、西院之间的道路上停满了车,甚至社区单元门口都有轿车停放。社区内电动车、老年代步车、快递车辆快速横行,这让老人和小孩一点安全感都没有。其他的绿化和设施维护就可以想象了,草地上都散布上白色塑料袋、废旧用品……”

她足足说了10分钟,才把心中的郁闷宣泄一尽,“这还是一个全国的品牌房企,在郑州开发了多

个项目,当初买房看中的就是品牌实力,没想到实际的居住感受和卖房时宣传的差距如此之大。”

现实中,如李兰所说的社区现状并不少见。

“明明是物业小区,每年物业费大伙都按时交,可垃圾在社区露天堆放,绿植大片枯死,枯枝败叶无人清除、安防形同虚设、大门四敞八开,哪里像有物业的小区,住着闹心,准备卖房子吧,人家一看这环境都不爱买,愁人不多?”家住南区的刘伟说,想卖都难出手,周围的中介都纷纷关门了。

“品牌物业服务,给你一个五星级的家。”如今,诸多品质楼盘

与高端物业公司的强强联合已经成为社会常态,专业的物业服务不仅可以保证业主的居住品质,更可以提升小区的附加值。

简单地来说,所谓物业就是为小区居民服务的。物业是在业主们交了物业费后,为业主服务,维护小区的。物业管理是一项以服务为本质,以管理体现服务的工作。作为业主,谁都希望聘请到高水平的物业管理公司,享受货真价实的优质服务。

而在中国楼市的迅猛发展中,关于物业的问题层出不穷地出现,行业亦良莠不齐,关于物业服务出现的问题令人深思。

### 以信息化为工具,物业服务模式步入新阶段 助力业主、商家和物业实现三方共赢

从最早的“保安、保洁、保修”等基础服务为特色的第一代生活服务模式,到以个性化服务为特色的第二代生活服务模式,再到以满足业主多元化增值服务需求为特色的第三代生活服务模式。随着科技的发展,尤其是互联网、移动互联网、云计算以及物联网等技术的日益发展,正日益体现在人们日常生活中。就连人们所居住的社区,也在科技与技术的推动下,不断呈现出服务的创新与便捷周到。

一切走在行业前端的物业公司,甚至意识到前三代生活服务模式已不能满足客户日益增长的服务需求,在总结前三代生活服务模式的基础上,积极地进行了第四代生活服务模式的探索。据悉,“第四代生活服务模式”正是以信息化为工具,集成基础服务、增值服务和专业服务,荟萃全面接触客户生活的资源要素,从售前到入住,为客户贴心打造全程的生活服务体系。

作为内地首个独立上市的物业服务企业,“彩生活”因其轻资产模式在港上市,彩生活的商业模式可以简单地归纳为“物业管理+工程服务+社区增值服务”。彩生活的发展历程就经过了从“对物的管理”到“对人的服务”这一服务产品设计思想的转变过程,从过去的“看好

大门、搞好清洁”到现在的通过互联网思维打造科技化、智能化智慧社区,通过模式的升级,让业主、商家和物业实现三方共赢。

如何能让好的物业服务和经验落地中原,提升中原百姓的人居幸福感受?

由于消费市场是信心市场,只有重视消费者的合法权益,才能够有效提振消费者的信心;只有充分发挥消费者对社区物业服务的信心,才能够使房地产市场更具活力和动力。在今年3·15消费者权益日来临之际,本报特别策划系列主题活动——“唯物主义”,通过新闻报道、活动论坛、业主互动评选等方式,让更多置业者了解郑州物业服务的水平、特色以及存在的问题,为品牌物业公司提供互通交流的平台。

为了让新闻报道更为生动和真实,近期,本报记者分别到郑州近20个已入住知名社区进行走访,对安全、景观、设施维护、地下车库等方面进行体验,将发现的问题于本期《TOP地产》中集中呈现。

作为“唯物主义”重磅活动的关键环节,“见证郑州物业服务品质提升之路”论坛将于今天下午正式举行,郑州市的品牌物业公司领军者将齐聚共商物业“顽疾”的解决之道,共话物业发展的前景、趋势。

### 人性化关怀、个性化服务、醇熟体系、严苛标准 好管家为房产带来高溢价

随着信息的愈加透明化和置业的理性化,越来越多的购房者明白是否有一个好的“管家”来打理,不仅决定着居住的舒适体验,更关系到房产的增值与否。

但凡到中海地产的代表作——中海华庭社区的人,都会对物业的重要性有着更为深刻的认知。这个已经交付使用了15年的老社区,有着如两三年新社区一样的“面容”。据悉,每年他们都会对小区建筑的外立面、景观区的装饰照明灯等部位进行清洗,局部进行维护,所以才会有良好的人居感受呈现给大家。

在社区地下停车场,一进一出两个道路,皆专门设有人行道,为安全起见,特用护栏隔开;在停车场的墙上,还会有漂亮的壁画,诸

多细节都体现出浓厚的人文关怀。

近年来,万科产品的热销有很大程度上也得益于万科物业的高品质服务。从首创“物业管理”模式而著名,到全国第一个业主委员会的成立,从万客会的成立到“全心全意为您”品牌理念的提出,个性化服务、人性化关怀、邻里公约、幸福社区……根基于“最终满足客户,不断提升需求”的服务理念,万科物业用优质服务赢得客户口碑,已发展为国内规模最大的物业服务领航企业。

在郑州,虽然有如上文所述的种种问题,行业的快速发展同样推动了物业服务的提升。比如,建业森林半岛社区的业主就常称赞物业对小区的生活环境和设施维护的重视和常为业主们开

展文化娱乐生活。

而作为国家一级资质专业物业管理企业,永威物业是口碑见证下的中原后起之秀,精细化的服务理念,铸就了醇熟的服务体系。数百条严苛服务标准,体贴细致的“管家式服务”。在永威社区,业主们平时遇到什么急事难事,第一个出来帮忙的可能就是物业的保安大哥或者保洁大嫂;而这里的邻里之间,更是在这种氛围下互相关心、守望相助。

记者查阅多个二手房网站均发现,高品质的房产开发和贴心的管家式服务,让房产在二手房市场拉开了明显的差距,那些有口皆碑的好社区展现了较高的溢价空间,每平方米均高出同区域产品3000元左右。