

从“以人为本”的管理学角度浅析物业公司成立专门的顾问服务的必要性——以南京 H 小区为例

孙庆¹ 于雨倩²

1 菲律宾圣保罗大学马尼拉校区, 马尼拉, 0900;

2 钟山职业技术学院, 江苏南京, 210000;

摘要: 2007 年我国《物权法》从立法的角度将“管理型”的物业公司更名为“服务型”的物业公司, 也就是从那时起, 我国物业管理公司的性质发生了质的变化即从管理到服务, 自此, 开启了物业公司的新征程。同时也为物业企业的发展明确了定位与指导方向¹, 随着城镇化进程的加快和房地产市场的持续发展, 越来越多的居民开始进入“小区化”时代, 进而使得物业管理和服务行业市场规模将持续扩大, 根据我国最新的物业管理协会数据, 从 2021 年到 2025 年, 短短的四年间, 物业管理市场规模从 1.5 万亿元增长到 2 万亿元²。所以加强和提高物业企业的专业化水平也越来越被提上日程, 本文的论述的核心是从“以人为本”的管理学角度浅析物业公司成立专门的顾问服务的必要性出发, 首先结合南京某小区的物业服务的现状, 然后引入以人为本的管理学理念与物业服务相结合进一步分析物业服务的本质和特点, 最后阐述物业公司成立顾问服务的必要性。

关键词: 物业公司; 顾问服务; 必要性

DOI: 10.69979/3041-0673.25.07.067

1 以人为本的管理学理念与物业服务

“以人为本”是指个人需要被尊重和理解进而去关心和关注个人的发展, 这是管理学中最明确也最核心的内容, 管理者在整个过程中是充当“守夜人”的角色, 是一个被动的“施恩者”, 企业如同一艘行驶中的帆船, 员工如同帆船的水手们, 做为管理者虽然对于帆船的方向和目的地具有决定权, 但是真正驾驭帆船的水手们才是使帆船前进的主要参与者, 水手们的年龄、体力和健康状况直接决定了帆船的前进快慢和是否能够顺利到达目的地, 以人为本的管理学理念与物业服务紧密相连。在理念层面, 物业服务以业主需求为核心, 尊重业主权益, 如同以人为本强调重视个体价值, 比如关注业主生活便利性、舒适度等需求。在服务过程中, 物业人员秉持该理念, 主动了解业主期望, 提供个性化服务, 像定制专属的社区活动等。同时注重员工关怀, 提升员工服务意识与能力, 进而为业主提供更优质、贴心的服务, 构建和谐社区。

2 物业管理的现状

2018 年发布的《物业管理条例》中提到的物业管理是业主和物业之间双向选择的过程, 期间物业企业按照合同约定为业主提供相关的服务业主支付相应的报酬³。

从定义中得出, 物业公司是业主选聘为业主服务即普通类的公共服务、较为私人的延伸服务和具有一定要求的专项性服务及特殊性质的委托类特约服务, 业主定期向其支付薪金和报酬的一种劳务关系, 随着人们物质文化水平的提高, 对精神层面的服务需求慢慢地成为物业企业的主要服务范围, 这就要求将来的物业公司的业务将越来越多越来越细化, 虽然传统的物业服务如保洁、保安、绿化、维修等虽然现在仍占比约 70%。但近年来, 增值服务快速发展, 例如家政服务、养老服务、社区团购等, 占比在不断提升, 而且随着科技的发展, 物业服务的科技赋能化趋势也越来越明显, 据一项社会调查显示超过 60% 的物业企业已经开始应用物联网、大数据、人工智能等技术, 提升服务效率和管理水平⁴, 以满足业主的多元化、个性化实际需求。

3 物业公司成立顾问服务的必要性

3.1 可以满足业主多元化、个性化需求

小区人群的不同, 也从一个侧面决定了需求的多样化和差异化⁵。年轻上班族业主, 由于工作繁忙, 更关注物业能否提供便捷服务。比如快递能及时通知并代收代发, 小区周边共享单车摆放有序方便出行, 以及有快速高效的维修响应, 水管破裂能迅速解决, 以免影响正

常生活，另一方面，老年业主通常更需要安全保障和贴心关怀。如增加小区巡逻频次，确保他们的居住安全；物业工作人员能耐心解答疑问、帮忙处理一些简单事务，像代买药品等；同时，组织适合老年人的休闲活动，丰富他们的业余生活。而对于高净值业主来说，对居住品质要求较高。期望物业能提供高端定制化服务，如专属的私人管家随时响应需求，定期对房屋进行精细保养维护，安排高品质的社区文化活动，彰显身份地位。这些多样化的需求是传统的物业服务很难满足这样的需求，

这就需要成立专业的顾问服务来满足不同层次和身份的业主个性化的需求，为其量身定做具体的解决方案，进而提升物业的服务水平，最终来进一步提高小区业主的满意度 6。

3.2 SPSS 模型的线性分析

为了更好地研究不同层次和身份的业主对物业服务的满意程度与物业成立专门的顾问服务的相关性及密切程度为多少，特自以南京某小区的 19 组具有代表性的数据进行线性分析。

线性回归分析结果 (n=19)							
	非标准化系数		标准化系数	t	p	共线性诊断	
	B	标准误	Beta			VIF	容忍度
常数	0.915	0.452	-	2.026	0.059	-	-
6.您认为物业管理人员的专业素质如何？	0.621	0.141	0.730	4.400	0.000**	1.000	1.000
R 2	0.532						
调整 R 2	0.505						
F	F (1,17)=19.359,p=0.000						
D-W 值	2.161						
备注：因变量 = 4. 您对物业服务的整体满意度如何？							
* p<0.05 ** p<0.01							

从上表可知，将 6. 您认为物业管理的专业素质如何？作为自变量，而将 4. 您对物业服务的整体满意度如何？作为因变量进行线性回归分析，从上表可以看出，模型公式为：4. 您对物业服务的整体满意度如何？=0.915 + 0.621*6. 您认为物业管理的专业素质如何？，模型 R 方值为 0.532，意味着 6. 您认为物业管理的专业素质如何？可以解释 4. 您对物业服务的整体满意度如何？的 53.2%变化原因。对模型进行 F 检验时发现模型通过 F 检验 (F=19.359, p=0.000<0.05)，也即说明 6. 您认为物业管理的专业素质如何？一定会对 4. 您对物业服务的整体满意度如何？产生影响关系，最终具体分析可知：

6. 您认为物业管理的专业素质如何？的回归系数数值为 0.621 (t=4.400, p=0.000<0.01)，意味着 6. 您认为物业管理的专业素质如何？会对 4. 您对物业服务的整体满意度如何？产生显著的正向影响关系。

总结分析可知：6. 您认为物业管理的专业素质如何？全部均会对 4. 您对物业服务的整体满意度如何？产生显著的正向影响关系。

3.3 加强物业公司与所服务客户之间的有效沟通与默契交流程度，利于构建和谐社区

根据若干楼栋的问卷调查和采访得知，物业公司与业主之间存在不同程度的信息不对称和沟通渠道不畅等现象，成立专门的物业服务顾问，可以成为双方的沟通桥梁，更专业和更周到的服务及有效的沟通家交流 7。再者，也可以从某种程度上加强物业公司和业主的相互理解，更容易让提升业主的满意度和信任感，进而更高效地了解业主需求并及时处理和解决业主的实际问题，最终构建出较为文明和谐社区。

3.4 有效地提高物业公司的服务质量和增强其竞争能力

有了专业的顾问服务部门，通过增加专业人才的招聘，并有效地利用科技手段和科技工具解决一些传统物业部门解决不了的“难题”，如安装专门的消防报警装置和摄像头，可以及时迅速地找到问题的发生地和责任人，为空巢老人配备专门的呼叫装置提升他们的生活安全感等进而提升服务专业化的水平，让业主真正感受到物业服务质量和 service 水平的提升，使服务效率更上一层楼

楼,增强服务意识,也从侧面增强了物业企业的竞争力,形成一种良性循环 8。

综上所述,成立专门的物业顾问服务,可以使传统的物业公司实现从“基础服务商”向“解决问题无忧商”的成功过渡,然后实现物业行业的“更新换代”最终达到“质”的飞跃的目的 9,通过不断的新的技术创新伴随着新的知识赋能,进而打开企业、客户与社会的多方共赢的局面,在智慧化与可持续发展趋势的加持下,其战略价值也会愈发地显著。另一方面,从企业竞争的角度看,成立专门的顾问服务还可以优化人员管理与客户关系,高效解决问题。这不仅满足成员期望,更使企业在人性化服务和在市场竞争中脱颖而出。

参考文献

- [1] 王晓宇,(第二版),物业客户服务管理,北京:中国财富出版社,2023:1
- [2] (2025.3.22),物业管理行业运行规模分析 2023 物业管理行业未来发展趋势,HTTPS://MP.WEIXIN.QQ.COM/S?__BIZ=mZKWmZmZnJuXnG==&MID=2247500708&IDX=4&SN=11A608514DB12ED56A0BA527AE074189&CHKSM=C0

95448FF7E2CD99D22C53A617BFEC02935BCB24CF8DBA8105CC36DDDEEE378AA436CBF7C6D5D&SCENE=27

- [3] 王晓宇,(第二版),物业客户服务管理,中国财富出版社,2023:31-32
- [4] (2025.3.22),2021 全国物业管理行业发展报告,HTPS://MP.WEIXIN.QQ.COM/S?__BIZ=mZKWmZmZnJuXnG==&MID=2247500708&IDX=4&SN=11A608514DB12ED56A0BA527AE074189&CHKSM=C095448FF7E2CD99D22C53A617BFEC02935BCB24CF8DBA8105CC36DDDEEE378AA436CBF7C6D5D&SCENE=27
- [5] 王晓宇,(第二版),物业客户服务管理,北京:中国财富出版社,2023:36-37
- [6] 王晓宇,(第二版),物业客户服务管理,北京:中国财富出版社,2023:82-86
- [7] 孙惠萍. 物业客户服务[m]. 北京:高等教育出版社,2006:45-49
- [8] 刘秋雁. 物业管理理论与实务[m]. (第 3 版),大连:东北财经大学出版社,2017:17-19
- [9] 劭小云,李锋,雷宏等. 物业管理工作手册[m]. 北京:化学工业出版社,2010:94-95