

# 国有企业的物业管理如何在发展中增强核心竞争力

高帅

中国石化集团华北石油局有限公司，河南省郑州市，450000；

**摘要：**在市场经济不断发展的大背景下，物业管理作为新兴的服务行业，迅速崛起，成为国民经济的重要组成部分。尤其是在国有企业发展中，物业管理不仅关系到企业的正常运营，更是完美展现出企业的软实力。面对市场竞争的愈演愈烈，如何提升国有企业物业管理的核心竞争力，已成为一个亟待解决的问题。基于此，本文主要通过对国有企业物业管理现状的分析，探索其增强核心竞争力的有效途径，期望可以为国有企业的可持续发展提供理论支持和实践指导。

**关键词：**国有企业；物业管理；核心竞争力

**DOI：**10.69979/3029-2700.25.02.041

## 引言

随着国外企业、合资企业、民营企业的不断发展，国有企业受到了明显的冲击。在物业管理方面，他们不仅具备先进的管理理念，管理模式，还具备更优质的服务体系，使得国有企业物理管理工作面临严峻地挑战。同时，由于缺乏强有力的物业品牌，无法充分整合社会资源，使得国有企业物业管理工作无论是在管理还是服务方面都相对单一。而国有企业物业管理要想在发展中不断增强核心竞争力，争取利润，还需要从管理模式、管理理念等方面入手，全面提升企业的服务质量，实现高质量发展。

## 1 国有企业物业管理的定义与特点

国有企业物业管理是指由国家控股或全资拥有的企业所进行的物业资产管理和服务活动。通常情况下，物业管理会涉及到小区，商场等多种物业形态。包括提供基础的服务需求，供水供电服务，基础设施维护，公共区域卫生清洁，电梯定期维修保养等，以维护小区的正常秩序，保证居民的居住质量。在商场物业管理中，主要包括商铺租赁，水电服务，接待咨询，投诉处理，市场推广以及基本的客户需求服务，保障商场的安全和秩序，促进商场的繁荣与发展。国有企业物业管理的特点包括政策导向性强，稳定性高，社会责任大。作为国有企业，物业管理工作的开展不仅需要严格遵守国家的法规政策，还需要紧贴用户需求，将国家政策融入到日常管理中。同时，在国家的支持下，物业管理工作的开展具备雄厚的资金，相较于其他私企或者个体，稳定性更高，即便是在市场不断波动下，也能提供长期稳定的

服务。此外，国有企业物业管理还注重在追求经济利益的同时承担相应的社会责任。通过利用自身的资源和优势，为社区居民提供更多的就业机会和创业支持，推动社区经济的繁荣和发展。

## 2 国有企业物业管理面临的挑战

尽管国有企业物业管理在过去几十年里取得了一定的发展成果，但随着市场环境的不断变化和社会的快速发展，它仍面临诸多严峻的挑战。首先，市场竞争日益激烈。在经济的持续发展下，很多民营企业，合资企业迅速崛起，不仅丰富了物业管理市场，促使物业管理市场朝着更加多元化的方向发展，而且这些新兴企业往往具有更加灵活的管理机制，更强的管理效率和更创新的管理模式，可以迅速适应市场，并满足市场的变化需求。相比之下，虽然国有企业兴起较早，国民认可度较高，但是在长期的发展中，管理模式较为固定，资源配置和决策流程也中规中矩，在一定程度上影响了其现代化和多样化发展，使之在激烈的市场竞争中逐渐处于劣势。因此，为了保持竞争优势，国有企业必须不断优化自身的管理流程和运营模式，提高决策效率和资源利用效率。

其次，客户需求日趋多样化和个性化。随着人们生活水平的提高和消费观念的转变，用户对物业管理提出了更高的要求，他们不再满足于基础的安全和卫生管理，而是要求在服务质量和服务效率方面有所提升，期望得到更加全面、细致和个性化的服务体验。例如，在安全方面，业主出入小区必须要刷门禁卡或者扫脸识别，同时希望物业能够提供 24 小时不间断的监控和巡逻，避免有外来人员随意进出，影响居住安全。在便捷性方面，

他们可能希望物业能够提供在线报修、智能门禁等智能化服务。因此，国有企业需要密切关注客户需求的变化趋势，不断创新服务内容和方式，以满足客户的多样化和个性化需求。

再者，随着科技的进步和社会的发展，传统的物业管理模式已难以满足现代化管理的需求。新技术的应用如物联网、大数据、人工智能等正在深刻改变物业管理行业的运作方式。这些技术可以提高管理效率、降低运营成本并提升服务质量。然而，国有企业由于管理模式和管理理念的落后，在新技术方面的应用并未全面开展，使得物业管理服务远不能满足现代化业主的需求。再加上一些国有企业在管理体制上存在僵化、官僚主义等问题，导致决策缓慢、反应迟钝；在激励机制上存在单一、缺乏灵活性等问题，导致员工积极性不高、创新能力不足。而要想改变现状，适应现代化管理的需求，国有企业需要加大科技投入力度，引进先进的技术设备和管理系统，不断完善内部管理之，提升自身的信息化水平，加快实现物业管理的现代化改革。

### 3 国有企业物业管理增强核心竞争力的措施

#### 3.1 优化管理结构与流程

国有企业物业管理要想在激烈的市场竞争中脱颖而出，需要不断增强核心竞争力，优化管理架构。首先，要简化管理流程，减少不必要的中间环节，明确各部门之间的职责。在传统的物业管理中，由于需要经过层层审批，上传下达才能做出决策，使得物业管理效率非常低，再加上各部门之间互相推诿，导致很多工作卡在中间环节难以进一步落实，严重影响着物业管理工作的效率和质量。对比，可以通过设立综合管理部门或团队来协调各个业务板块的工作，提高整体运营效率，明确各部门的职责和权限，确保每个部门都能在其职责范围内发挥最大效能。通过建立跨部门的协作机制，可以更好地应对复杂多变的市场需求和挑战。其次，国有企业物业管理应推行标准化、模块化的管理流程。在物业管理工作中根据市场变化和用户需求，不断细化服务流程和质量标准，进而提高工作的规范性和可预测性，减少人为错误和管理漏洞。同时，模块化的管理流程也有助于实现资源的优化配置和高效利用。例如，可以将物业管理中的清洁、安保、维修等各项服务进行模块化拆分，并安排专门的负责人员，这样可以根据实际需求进行灵活组合和调配。同时，为了满足市场环境和客户需求的变化，需要不断改进原有的管理流程，积极引入先进的管理理念和技术手段，推动管理流程的创新和升级。例

如，可以利用微信群、公众号等网络平台加强与客户的互动和沟通，提升客户满意度。

#### 3.2 引入现代信息技术与智能化管理

在信息技术的全面普及下，大数据、物联网等技术手段广泛应用于各行各业中。国有企业物业管理也应积极利用现代化信息技术，实现自动化管理，提升物业管理的效率和质量。例如在小区管理中，通过智能识别系统，精准识别业主信息，实现自动化门禁。物联网技术的运用，使得物业管理能够实现对设施设备的远程监控和智能调控。这样管理人员可以随时监控到设备的运行状态，一到设备出现问题，可以立即确认故障问题，及时解决，不仅可以保障基本的物业基础设施需求，提高设备的可靠性和使用寿命。同时，基于对这些数据的分析，还可以实现对设备的智能调控，如根据实际需求自动调整照明显亮度、空调温度等，从而降低能耗和运营成本。此外，在物业管理中，还经常会遇到各种投诉问题，日常维修养护问题，仅依靠人为记录不仅会存在纰漏，而且很难做出科学分析，而借助大数据分析技术，可以为物业管理提供更加科学、精准的决策支持，帮助企业更好地了解客户需求和服务痛点，还能够为制定更加合理的管理策略和服务方案提供依据。例如，通过分析客户的投诉数据，可以发现哪些问题是客户最关心的，从而有针对性地改进服务质量。因此，国有企业物业管理应该认识到信息技术手段的重要作用，不断加大科技投入力度，不断探索智能化的管理模式和方法，不断提升核心竞争优势。

#### 3.3 提升服务质量，构建客户关系体系

在国有企业物业管理中，最终的目的是为了给客户提供最优质的服务，提升服务质量不仅有利于增强客户的满意度和认可度，还可以增强物业管理的核心竞争力。因此，国有企业应高度重视服务质量的提升，并着力构建客户关系管理体系。为了不断提升服务水平，国有企业应定期对员工进行专业培训。一方面要培养基本知识和技能，以提升员工的服务水平，另一方面要锻炼他们的反应能力，帮助他们树立正确的服务理念，掌握沟通技巧，从而提高他们解决问题的能力和效率。在提升服务质量的同时，国有企业还应积极构建客户关系管理体系。全面了解客户的需求、偏好和历史记录，从而为他们提供更加精准、个性化的服务。同时，企业还应加强与客户的沟通和互动，及时回应客户的需求和反馈，解决客户的问题和困难。为了增强客户忠诚度和满意度，国有企业还可以采取一系列措施。例如，可以设立客户

服务热线、在线客服等渠道，方便客户随时咨询和反馈问题。总之，通过不断优化服务流程、提高服务质量、加强与客户的沟通和互动，国有企业可以赢得更多客户的信任和支持，实现可持续发展。

### 3.4 加强品牌建设与市场营销策略

国有企业物业管理虽然有很多年的经验，客户认可度也比较高，但是随着民营企业，外资企业，合资企业的不断发展，国有企业受到了明显的冲击，而通过品牌建设可以提升市场影响力，增强国有企业物业管理的优势。一个强大的品牌不仅能够增强客户的忠诚度和满意度，还能够为企业带来更广阔的发展空间和更高的经济效益。因此，国有企业应高度重视品牌建设工作，通过制定明确的品牌战略、加大品牌宣传力度以及提升品牌的知名度和美誉度来加强品牌建设。国有企业应根据自身的资源优势、市场环境以及客户需求等因素来制定品牌战略，确保品牌具有独特性和竞争力。例如，可以将品牌定位为高端物业服务品牌，注重服务质量和客户体验；或者将品牌定位为绿色环保品牌，强调环保理念和可持续发展。其次，国有企业可以通过多种渠道加大品牌宣传，如广告投放、公关活动、社交媒体营销等，进一步打开国内市场，增强客户的认可度。同时，国有企业还应结合市场营销策略来扩大品牌的市场覆盖范围。根据市场需求和竞争态势来制定相应的市场营销策略，如推出新产品或者新服务来满足客户的需求。此外，国有企业还可以通过线上线下推广活动来进一步扩大品牌的市场覆盖范围，如举办线上抽奖活动、线下体验活动等来吸引客户的关注和参与，赢得更多客户的信任和支持，在提升自身竞争优势的基础上，实现平稳发展。

### 3.5 加大人才培养，建立完善的激励体系

在国有企业关于管理中，需要持续不断的人才力量为管理工作注入新的活力和动力。因此，国有企业应高度重视人才培养与激励体系的建设和完善。首先，国有企业应建立完善的人才培养体系。根据员工的个性化特点，基本能力和职业目标，制定针对性的发展路径，不断培养他们的专业知识和工作能力，提升综合素养，让他们可以在工作中感受到幸福感和满足感，从而更好的投入到物业管理工作当中。其次，国有企业还应通过合理的薪酬福利制度和职业晋升通道来激发员工的工作热情和创新能力。薪酬福利制度是企业吸引和留住人才

的重要因素之一。企业应根据市场水平和员工贡献等因素来制定合理的薪酬福利政策，确保员工的付出得到应有的回报；同时，企业还应建立多元化的薪酬福利结构，如基本工资、绩效奖金、年终福利等，以满足员工的不同需求和期望。职业晋升通道则是企业激励员工的重要手段之一。企业应建立公平、公正、透明的职业晋升机制，为员工提供广阔的发展空间和机会，让员工看到自己在企业中的发展前景和希望。此外，国有企业还可以通过加强企业文化建设来营造积极向上的工作氛围和团队精神等，增强团队的凝聚力，让所有员工拧成一股绳，力往一块使，共同构建良好的团队精神和服务意识。通过打造一支高素质、高效率的员工队伍，可以为企业的可持续发展提供坚实的基础和有力的保障。

## 4 结语

总之，国有企业物业管理要想不断增强核心竞争力，增强在市场竞争中的优势，需要通过优化管理结构与流程，引入现代信息技术与智能化管理，提升服务质量，构建客户关系体系，加强品牌建设与市场营销策略，加大人才培养，建立完善的激励体系等具体措施，明确主要职责，改进管理模式，优化管理流程。并打造良好的物业企业形象，提升公众的认可度和满意度，进而实现稳定发展。

## 参考文献

- [1]田海锋. 国有企业的物业管理如何在发展中增强核心竞争力[J]. 现代国企研究, 2017(20): 10.
- [2]郑淳. 国有企业的物业管理如何在发展中增强核心竞争力[J]. 现代国企研究, 2017(02): 17.
- [3]王晓峰, 顾皓丹. 浅析国有企业的物业管理如何在发展中增强核心竞争力[J]. 中小企业管理与科技(下旬刊), 2015(10): 11-12.
- [4]邓纯东. 坚持党建引领促进物业企业高质量发展[J]. 城乡建设, 2024(08): 56-57.
- [5]法律培训助力物业企业高质量发展[J]. 城市开发, 2020(21): 70-71.

作者简介：高帅，身份证号：412822198807084118，出生年月：1988年7月，性别：男，民族：汉族，籍贯：河南省泌阳县，学历：大学本科，职称：（现目前的职称）中级经济师，研究方向：国有企业后勤管理。