

奥运对物业公司的影响和启示



百年期盼，两度申办，七年筹备，完美谢幕。气势恢弘、精彩纷呈的北京奥运会，无论是对中华民族还是对奥林匹克运动，无论是横看世界还是纵观历史，都是一座伟大的丰碑。我们为能够生活在和平崛起的伟大国度、为能够见证伟大时代的历史性时刻而骄傲，也为了我们曾经用辛勤的汗水和扎实的工作服务奉献北京奥运而自豪。

北京奥运会取得了巨大的成功，也给我们留下了丰厚的遗产。这种遗产不仅包括雄伟壮观的场馆建筑和面貌一新的城市环境，更包括世界与中国的认知融合、国人文明素质的日益提高、生态环保理念的深入人心、科技进步创新的时代潮流、经济、社会、资源、环境的协调发展……

北京奥运会“无与伦比”的辉煌属于过去，但奥运带给国家经济社会方方面面的影响和启示将是深远和永恒的。“更高、更快、更强”的奥运精神，“绿色奥运、科技奥运、人文奥运”的核心理念，以及奥运在风险管理、品牌营销、组织协调等方面的成功做法和经验，都值得我们去认真地去学习借鉴和研究实践，进而将奥运的“内涵”和“品质”内生为习惯，演化为机制，积淀为能量，促进企业发展迈出新的步伐，迈上新的台阶，取得更大的进步。根据华融公司的指示精神，物业公司结合工作实际，对奥运带给我们的影响和启示进行了认真地研讨和梳理，现总结如下：

一、奥运启示之一——“更高、更快、更强”

为成功举办北京奥运会，全国人民可谓“毕其功于一役”，集全国之财力、物力、人力以及智慧、科技与创意，尽管有首次申办失败的挫折，尽管有不明真相的国际人士的质疑，尽管有大自然不合时宜地发威，尽管有少数敌对分子的挑衅，但是十三亿中国人众志成城，齐心协力，克服种种艰难险阻，圆满地完成了第29届奥运会的筹办工作，也郑重地、完美地履行了中国人民对世界人民的承诺。

这不由得让我们联想到金融街物业公司的发展史——面对临建楼拆除、千余万元的固定房租收入不复存在、房管公司、西马物业等企业的划归重组、控股公司百余万元的亏损、白塔寺商场百余名员工的安置等严峻的危机和多重困难，物业公司“苦练内功求生存、锻炼队伍求发展”，历经十余年的成长磨砺，成长为拥有200余万平方米的管理面积、1000余名员工的全国一级资质物业管理企业。十年磨一剑，这种不畏艰辛、迎难而上、脚踏实地、真抓实干的精神同样值得物业公司的全体员工牢记和发扬。

近年来，我国物业管理行业呈现出生机勃勃的发展趋势，随着一系列政策法规的颁布实施，市场环境日趋成熟，既为物业公司创造了发展的机遇，也使物业公司面临着集专业能力、经营理念、管理模式、品牌文化、社会责任等多种内容的多元化竞争。

作为华融公司物业管理的产业平台，对此，物业公司要以“更高、更快、更强”的奥运精神激励自我，抓住机遇，应对挑战，树立科学的发展观，科学地研究制定公司的发展规划，有效地贯彻落实公司的战略举措，在配合服务好集团大局的同时，努力推进企业又好又快发展。唯有如此，才能在日益严峻的挑战中把握主动，才能在激烈的市场竞争中抢得先机，实现集团赋予的战略任务。

二、奥运启示之二——“科技奥运、绿色奥运、人文奥运”

(一)“绿色奥运”的启示

“用保护环境、保护资源、保护生态平衡的可持续发展思想筹办奥运会”是北京奥运会的核心理念之一。那么对于物业公司的启示是什么呢？

物业公司在为写字楼、住宅、商场等物业项目提供管理服务的同时，加强能源资源节约和生态环境保护的责任也是必不可少的。这不仅是企业的社会责任，也是企业竞争中重要的硬性指标和显而易见的要素之一。一个企业如果在节能降耗和生态环境保护方面具有先进的能力和水平，那么将会显著地增强企业的市场竞争力，在同行业竞争中将会是一种极大的优势，其结果将是利国、利企、利于业主的多赢之举。

物业公司没有资本优势，收取的物业费还要取之于民，用之于民，营利空间小，效益增长低。面对运营成本（特别是能源成本）持续上升、传统物业管理



业务利润空间降低等因素的多重影响，要求物业公司必须在节能降耗上下功夫，实现经济效益的稳步增长。

(二)“科技奥运”的启示

北京奥运会紧密结合国内外科技最新进展，集成全国乃至全世界科技创新成果，是一届极具高科技含量的体育盛会。科技奥运在“鸟巢”、“水立方”等奥运场馆的建设、奥运开幕式精彩演出、运动员们的器材装备中都有深刻的体现。

对于物业管理行业，新技术革命和物业智能化步伐加快，在物业管理中引入诸多高科技的设施设备，已经是大势所趋。物业管理相关技术的快速发展为建设信息化、高技术含量、人员精简、快速反应的物业服务企业提供了可能性。同时，由于建筑的智能化和物业管理科技含量的日益提高，专业化趋势得到增强，将使物业服务企业日益分化成集成商和专业公司两种企业，对行业的专业化发展起到了有力的推动作用。

物业公司必须借助先进的科技手段进一步提高管理服务水平，以保证自己的管理实力始终与现代物业管理科技要求同步。网络化、科技化管理可以提高物业管理的附加值，高附加值的增值服务也将获得高附加值的回报。

(三)“人文奥运”的启示

作为北京奥运会的核心理念，“人文奥运”主要追求的就是“人与自然、人与社会、人的精神与体魄之间的和谐发展。”“同一个世界，同一个梦想”的奥运口号、“我和你”的奥运主题歌、开幕式上活字印刷表演的“和”字，都体现了对于建设“和谐社会”、“和平世界”的美好愿望。另外，奥运前夕，一系列临时交通管理措施，也让政府在交通管理中体现的“以人为本”的执政理念体现得淋漓尽致。而这，也是“人文奥运”的具体彰显与体现。

“和谐”是当今时代的主旋律。企业只有顺应时代潮流、顺应社会发展的趋势，努力的促进企业内外的和谐，实现企业经济效益和社会责任的统一，才能将自己化作江河中的一朵浪花，始终激荡在历史的潮流。

对于物业公司，也要用和谐理念统领企业发展，建立和谐的企业内外关系，努力把企业建设成为“遵纪守法、诚信至上、团结协作、关爱员工、持续发展”的和谐企业。对内要坚持以人为本，建立和谐的劳动关系和文化氛围，增强员工的归属感，提升企业的凝聚力，激发员工的主动性，以和谐促效益，以效益促和谐，使企业向着良性循环的轨迹发展。对外则要在坚持抓管理，提素质，促服务的基础上，积极协调好与各方面的关系，实现与业主、开发商、政府部门、社区的共生共赢，互利共赢，为企业的和谐发展营造了健康、稳定的外部环境，以更好地维护促进企业的和谐发展。

一直以来，物业公司按照华融公司的指示精神和要求，积极开展与客户单位的交流共建，通过搭建沟通服务的平台，为增进政府部门、街区机构单位间的交流融通、合作共建，优化街区的发展环境做出了自身的贡献。在奥运筹办期间，物业公司通过组织开展参观奥运场馆、公益义务劳动、平安奥运讲座等主题活动增进与客户单位的交流互动，使公司与广大客户单位之间的关系更加融洽和谐，更好地促进了各项工作的开展。

三、奥运启示之三——“奥运战略”

我国奥运健儿之所以能够取得今天的辉煌成绩，很大程度上得益于我国在体育运动方面一直坚持实施的“奥运战略”。本届奥运会，中国军团在确保乒乓球、跳水、举重、体操等传统优势项目继续保持优异成绩的基础上，在赛艇、帆船、摔跤、拳击等许多民间开展较少、发展相对不平衡的比赛项目上实现了历史性突破。这表明，我国在备战北京奥运期间，首先是确保传统项目保持优势，而在一些总体实力和水平尚不具领先地位的项目上，有选择性地寻找在世界列强格局中相对薄弱、还未形成明星超强优势的某个单项进行重点突破，事实证明，这便是“战略定位”的成功。

与体育竞技一样，企业在发展过程中同样需要不断调整自己的战略部署，并根据市场变化进行重新定位，只有这样才能了解市场行情和自身能力，把握住成功的关健因素。在一个方面、某一个时期，企业内外的市场空间和资源能力也会表现出均衡性和有限性，在这种情况下，要在坚持做好做强的基础上，着力将自身的优势资源集中起来，创造新的机会，促进新的发展。

对于物业公司的战略发展来说，要坚持树立科学发展观，切实把握好人才培养与规模发展、资源能力与市场拓展、强化主业与多种经营、市场运作与服务集团、资源配置与项目类型的均衡匹配，有所为、有所不为，集中优势力量打造核心业务的核心竞争力，在不断完善核心能力和人才队伍的基础上适时、适度、适宜、循序渐进地扩大发展空间和经营业务，以确保企业在做强做大的基础上，实现又好又快发展。

四、奥运启示之四——“平安奥运”

在北京奥运会筹办期间，面对当前复杂的国际国内环境，“平安奥运”成为举国上下压倒一切的中心任务和全国人民共同的目标愿望。可以说，只有确保了“平安奥运”，北京奥运会才能实现“科技奥运、绿色奥运、人文奥运”，才能成为“无与伦比”的史上最成功的一届奥运会。

对于物业公司，认真做好安全工作则不仅是履行社会责任，为平安奥运的大局做出自身的贡献，更是物业公司生存与发展的前提和保障。同时，安全管理工作的水平和能力也是衡量物业公司发展质量和综合实力的一项最为重要的指标。

“奥运年以来”，物业公司认真贯彻落实政府部门和华融公司关于“平安奥运”的指示精神和目标要求，把维护奥运安全稳定当作重中之重的工作任务，加强组织领导，研究制定方案；全面排查防范，整改问题隐患；抓住关键环节，落实管控措施，全体员工以最强的责任感、最好的精神状态、最高的工作标准，全面深入地扎实开展奥运安全保障工作。



在一如既往地做好常规安全工作的基础上，为了更好地为全体业主提供更为安全的工作生活环境，物业公司在充分征求全体业主意见，并参照《消防法》、《物业管理条例》等政策法规依法合规运作的前提下，结合各物业项目的实际情况，建立完善了“防爆处突”等多项应急预案，落实采取了“网格化管理”、“凭证出入管理”、“进出车辆三位一体管理”等多项有效措施，卓有成效地增强了全体员工的安全意识，强化了提升了物业公司整体的安全管理工作效能。奥运期间，多家客户单位给我们送来了锦旗、感谢信和慰问品，这也充分体现了我们的工作得到了业主的很好的理解、认可和好评，有力地促进了物业公司经营管理工作的开展。

五、奥运启示之五——“风险管理”

有组织者称，鉴于奥运会的庞大和复杂程度，奥运的筹办过程也就是对各类风险进行预测、评估、规避的过程。奥运风险包括抵制奥运会、恐怖活动、公共卫生安全等宏观层面的风险，也包括技术、竞赛、新闻等运行方面的风险。北京各个奥运场馆管理者的一项重要工作，就是针对可能出现风险，提出相应的解决方案。从奥运场馆失火、观众中暑倒地，到运动员忘记带器材进入场地等，很多事先准备好的对策。在奥运场馆应急预案当中，很多紧急情况99%都不会发生，但运行团队仍要为此1%的可能性作100%的准备。

对企业来说，如果应急应变的能力不强，诸多的风险可能导致在市场竞争中失利、商誉受损、产生健康和安全隐患、支付更高的赔偿费用等。物业服务公司也会面对企业经营和服务管理来自于资金安全、项目流失、追缴欠费、物资采购、品牌维护、劳资纠纷以及突发安全事件（包括火灾、电梯困人、食品卫生、停电、防汛、可疑爆炸物等）方面的运营风险。因此，物业公司要结合企业实际进一步制定完善切实可行的内部控制、风险预警、危机管理制度以及突发事件应急预案，通过有效实施全面预算、风险防范、内部审计等各项内部控制和风险防范措施，对企业经营管理进行全过程、全方位的风险控制，规避防范公司运营风险，确保企业健康持续发展。

六、奥运启示之六——“人力资源管理”

本届奥运会，博尔特横空出世创造了新的人类百米记录，让全球记住了这个名字——博尔特，还有他的祖国——牙买加；许多国家为实现奖牌零突破而努力拼搏，而非尔普斯在这次奥运会中一人独揽八金。不会令人反思，举一国之力不敌一人之八分之一，其奥秘在于人才的重要性。现实中企业间的竞争，本质上是人才的竞争，人才的多少、人才素质的高低是企业发展的关键所在。在日趋全球化的今天，企业也需要“博尔特”、“菲尔普斯”，让更多的客户通过他们认识企业、信赖企业，使企业在市场经济大潮

中脱颖而出，立于胜利之巅。奥运会上，那些耀眼的明星被人们寄予了浓厚兴趣，留下了深刻的印象。而对于企业来说，核心员工的管理向来与企业的整体竞争力联系在一起，因此，奥运会上知名运动员的表现也对企业如何实现核心员工的合理管理有所启示：

肩负中国首金重任的杜丽在巨大的压力下失利，对解决企业核心员工的减压问题有所启发。有专家指出，在应对这种情况时，企业管理者可以提供健身运动与心理咨询，双管齐下，保证核心员工的身心健康和情绪发泄；在职业生涯规划中，帮助核心员工改变思维方式，建立现实客观的发展目标；并致力于营造和谐的工作氛围，这将会给巨大压力下的核心员工提供来自集体的支持力量。

而刘翔的退赛引发的则是人们对核心员工关键时刻“掉链子”的危机管理问题的思索。比如，不要把所有希望都压在一个员工的肩上，用加强人力资源实力的方法分化压力；以宽容和成熟的企业文化来看待核心员工的失败和遗憾；把后备人才培养工作提上日程等。

鉴于目前物业行业的人才培养速度整体上远落后于楼宇的建设速度，高素质人才匮乏，成为制约中国物业管理行业整体发展的关键因素。对于金融街物业公司，随着几年来快速发展，在人才需求、储备方面同样还存在较大的差距。物业公司要从公司发展战略整体角度出发，坚持以人为本，建立健全适应市场经济及企业发展需要的、科学完善的劳动用工、人才开发、薪酬福利和考核激励体系，重点培养、引进、储备高素质的市场化、专业化人才，打造管理团队，建设人才梯队，使人力资源的量和质满足企业长远发展的需求。

七、奥运启示之七——“专业化与多元化”

北京奥运会，我国军团取得了金牌数第一，奖牌数过百的辉煌成就。这种巨大成功一方面是乒乓球、跳水、举重、体操等项目继续保持传统优势，为我国贡献了大部分的金牌和奖牌。另一方面是在赛艇、帆板、射箭、蹦床等项目上也取得了优异成绩，实现了重大、可喜的突破。对此作以分析，可以对物业公司得出以下启示：

一是：物业服务的综合性、复杂性要求物业公司必须具有突出的专业能力，以达到各方面的要求。规范化、标准化、专业化的服务管理是物业公司巩固掌握现有管理资源的必备条件，也是物业公司不断拓展新业务的基础和前提。

二是：物业公司要利用好现有项目锻炼人员队伍，提升专业能力，不断夯实商务物业管理方面的核心优势，同时要认真学习、不断提升对于住宅物业等其他类型物业管理的能力水平，为服务配合好华融公司房地产业务，更好地促进企业发展，打下良好基础，做好充分准备。

三是：随着经营成本上升、传统业务利润空间降低，物业公司要保证自身的健康持续发展，并不断提升发展空间，实施一业为主、多元化经营是必然的选择。专业化是多元化的前提，物业公司只有不断夯实物业管理主业，确保规模发展与自身资源能力的科学匹配，才能为将来开展多元化经营打下坚实的基础。

八、奥运启示之八——“品牌运营”

一个由只有15人领导的200人的团队——奥组委，却打造了世界上最大的品牌活动——奥运会。为何奥林匹克的品牌价值远远超过可口可乐等国际知名品牌，成为品牌世界中的冠军？为何奥运会能够调动世界各国和一流跨国公司的巨大支持？作为地球上最成功的国际品牌，奥林匹克在品牌运营中确立了那些原则？这些原则又是如何保证奥林匹克品牌的价值创新和成长？我们从奥运品牌运营中能学到什么？

现代社会，企业具有LOGO或VI手册，或者发布几项广告，就称之为企业形象、企业品牌的时代已一去不返。企业有“品”无“牌”不行，有“牌”无“品”更不行，企业要有“品”又有“牌”。品牌建设是一个系统工程，它要求站在品牌战略管理的高度去规划构建并有效实施。

今后企业间的竞争更多地表现为品牌的竞争，随着社会的进步和行业的发展，具有强势品牌的物业企业将赢得更多的市场份额。物业公司要在不断提升企业管理服务品质的基础上，继续实施以诚信为基础，以市场为导向，以业主为中心，以服务为宗旨的品牌发展战略，赢得业主和社会的信任和口碑，持续提升品牌知名度和美誉度，为企业可持续发展奠定扎实的基础。

奥运是我国向世界展现文明成果和繁荣发展的舞台，更是推动经济社会发展和现代化建设的契机。2008北京奥运会在圆满和精彩中谢幕，又在新的光荣和梦想中出发。我们将怀着奥运带来的欣喜与思索为企业的美好未来而继续不懈奋斗！

(北京金融街物业管理有限责任公司研发部)