

文/图 孙绮曼

物业公司利用小区空地停车、在电梯刊登广告,收入多少?如何支出?业主不知道、有意见。共有资金信息不透明,影响了业主和物业的信任合作关系,诸如此类的物业服务问题因涉及的面广人多,纠纷投诉不断,物业服务的小问题变成社区治理的大事情。

今年以来,广州市住房和城乡建设局会同各区开展专项整治,以维护广大业主合法权益为出发点和落脚点,以“推动物业服务规范化,增进广大业主满意度”为目标,开展了一系列工作,取得了一定的进展和成效。

### 小区摸查:把“账本”晒在阳光下

“小区的钱用到哪里去了,往往是业主们最关心的事情。”凯旋新世界物业经理冯朝文表示,凯旋新世界物业自2021年《广州市物业管理条例》实施以来,便积极按照条例要求,按季度公示物业服务相关费用的收支信息。

在凯旋新世界小区的楼宇大堂,加盖公章的业主共有资金信息公开一览表被置于显眼处,表格上共有资金账户名称、共有资金账号等信息均有公示。此外,业主还能从公示表格上查询了解到业主共有部位产生的收益、物业服务企业的相关支出、业主组织的相关支出、货币资金等内容情况。同时,物业服务费的相关收入、支出也均在公示进行了公示,把“账本”晒在了阳光下。

在海珠区的万科金域华庭小区内,业主共有资金信息、物业服务费等信息公示内容陈列于小区公告栏、每栋楼宇公告栏等公示区域。该小区物业经理表示,根据《广州市物业管理条例》相关规定,每季度小区会更新一次公示信息,同时在各个楼宇大堂均以A3纸样式打印公示,方便业主查看。

据广州市住房和城乡建设局工作人员介绍,根据《广州市物业管理条例》相关要求,政府部门将检查、抽查物业小区的物业服务费、业主共有资金公示情况作为一项长期的工作来做,对没有依照条例在物业服务区域内公开并及时更新信息的物业小区进行责令整改。

与此同时,广州市各区住建部门也在想方设法克服人力不足的困难,加大现场检查力度。今年以来,全市现场检查物业小区已近3000个,因部分物业小区需要跟踪整改、二次检查,现场检查实际已累计超过4000次。数据显示,全市公开二季度物业服务费收支信息的物业小区约九成,公开二季度业主共有资金收支信息的物业小区已达近九成。



### 宣传加码:150个物业小区开展普法宣传

一个小区的“钱袋子”怎么花,花了多少,是小区业主们最关注的问题。在广州,大部分物业小区都采用包干制,也即盈余或者亏损由物业公司自行负责。

2021年,《广州市物业管理条例》开始实施,无论物业费采取包干制还是酬金制方式,均要求物业公司按季度公布物业服务费的收支信息。

此外,国家、省只要求将业主共有资金以合理方式向业主公开,而广州则进一步加

压,《广州市物业管理条例》要求共有资金管理单位(物业公司或者业主委员会)每季度公开,还明确了共有资金收入、支出、规范管理的具体规定。

为了加强宣传培训,广州市、区住建部门多次组织线上线下业务培训,强调工作要求,基层监管人员、物业公司员工数万人参加了培训。同时,在150个物业小区开展普法宣传,发放《物业管理政策法规问答》近3万份,帮助广大业主掌握法规、维护权益。

各区住建部门、镇街、社区也从被动受理业主投诉转变为主动解决问题,从一个一个问题处理变成一个一个问题处理,针对没有业主共同决定、没有物业服务合同或者管理规约的约定而支出相关费用等问题,今年以来已责令整改300多宗,致力于形成“现场检查——发现问题——责令整改——复查确认”的工作闭环,优化工作成效,将相关规定和要求落到实处。

在广州,有些老旧小区规

模小、户数少、收费标准低,不足1元/月/平方米的收费标准维持了十几年,甚至二十几年,物业公司作为市场主体,日常经营服务确实不敷出,需要业主共有资金弥补。对于这类情况,有些物业公司主动做好服务、争取业主支持,小区业主也按照市场原则、价格规律,通过业主大会形成决议,签订补充协议,将暗补变为明补,避免了物业公司亏本经营、物业服务品质下降的被动局面。

### 政府喊话:呼吁物业公司提供质价相符的规范服务

规范物业服务费、业主共有资金管理是大势所趋,是维护业主合法权益的必然之举,是物业服务行业健康有序发展的应有之义。广州市住房和城乡建设局相关负责人表示,经过广州市、区相关部门的共同努力,虽然专项工作取得了一定的进展和成效,但是离满足广大业

主对规范化品质化物业服务的要求还有差距。接下来,仍需一以贯之、久久为功地抓实抓好。

对此,住建部门积极呼吁,物业公司要加强员工培训和业务能力,依法依规、依物业服务合同、依行业技术标准提供质价相符的规范服

务,要畅通广大业主咨询、投诉的渠道,及时解答疑问、解决问题。对于违法违规、拒不整改的反面案件,政府部门将依法从重查处,并作为物业服务企业的失信行为给予惩戒。

住建部门也呼吁,请广大业主加入到监督物业公司的行列中来,发挥物业服务

购买方对物业服务供给方的监督作用。请物业小区党组织、业主委员会、物业管理委员会等业主组织收集业主的意见和建议,监督和协助物业公司履行物业服务合同,调解因物业使用、维护和管理产生的矛盾纠纷,建立健全共建共治共享的基层社会治理格局。

文/梁栋贤

9月25日,位于广州黄埔东的新世界星辉双喜临门。锦江酒店(中国区)旗下的高品质社交型酒店——憬黎国际公寓酒店(下简称“憬黎”)意向进驻该项目,双方强强联手打造憬黎大湾区首店。同日,新世界星辉还宣布引入商业巴士,未来业主在家门口就可通过多条线路直达珠江新城、科学城等核心商圈(巴士由第三方运营,此信息仅为巴士拟运营方案,不构成开发商的邀约邀请或承诺)。继华师附小签约进驻及广州蕉叶等近20个首批意向商家达成战略合作协议后,该楼盘再迎重大利好,区域标杆品质红盘当之无愧。

### 高品质社交酒店意向进驻 背后是品牌理念的契合

锦江酒店(中国区)旗下有多个知名品牌,对酒店选址非常严谨。为何憬黎选择与新世界星辉联手?这既是对新世界的认可,也是对新世界星辉卓越品质的首肯,它持续看好楼盘所在片区及其业主圈层,更看好新世界中国的城市运营能力及眼光。

实际上,不仅憬黎,此前广州蕉叶等品牌商家也宣布加盟新世界星辉自运营的3.5万平方米商业中心——星光道。在开实体店日趋谨慎的当下,它们与新世界星辉的结缘是基于对高

品质生活的共同追求,品牌企业选择了新世界和新世界星辉;而对引入各配套、品牌,新世界星辉是多方考量。

以酒店为例,新世界在选择品牌时一直思考,如何为居者创造与众不同的酒店生活体验?憬黎是锦江酒店(中国区)旗下首个公寓品牌,源自法国卢浮酒店集团,以“城市创享之家”为体验核心,致力于为城市奋斗者构建丰富多彩的生活圈,这与新世界星辉不谋而合,也是新世界向其伸出橄榄枝的原因。

## 行稳致远 新世界中国引领地产高质量发展赛道

# 新世界星辉:黄埔东生活理想范本



“新世界星辉”平面效果图 图/受访者提供

### 高质量发展模式已临 每位买家都值得被温柔以待

当市场大环境是“保交付”时,新世界不但持续推进项目建设,还不断为楼盘做加法,为前期买家带来越来越多买楼时未承诺的高段位配套,其原因发人深思。新世界星辉在广州开发区和增城

开发区两个国家级开发区辐射范围内,也靠近新白广城际和增天高速,这都是楼盘外部优势;而无论引进学校、品牌商家、品质酒店还是商业巴士,新世界都希望给楼盘带来更多独有的内部优势。

“对每位城市奋斗者温柔以待,给每位坚定选择我们的客户最高礼遇。这是新世界中国的品牌理念,也是新世界星辉的初心。”新世界中国华南区域总经理梁国强说。

中国房地产已发展近四十年,人们要的已不仅是居住,而是按期按质交付的好房,特别是地产的“三道红线”倒逼行业不再盲目追求高周转,转而进入高质量发展的新赛道。

什么是行业的高质量发展,什么是产品的精细化设计?看过新世界星辉公共空间后或有深刻体会:健身房、X-box 手游室、Party-zone 可打破人与人之间的交往壁垒;玉带环腰的滨水水岸公园、安静的书吧则给人足够的独处时间;设施设计本身又形成天然的筛选条件,助力社区高品质圈层和社群文化的形成。这恰是新世界星辉在广州东部竞争激烈的市场中一直稳居顶流的逻辑。据悉,新世界星辉的业主有超70%是黄埔科学城、增城开发区企业的中高层及医疗、教育、银行等行业的高知人群。

### 超强产品力 让生活理想一步到位

新世界星辉为每位城市奋斗者打造“一步到位”的品质居所,不仅体现在不断完善楼盘设施上,也体现在打造产品力上。楼盘地基整体抬高5米,与外部形成区隔,私密性和安全性更高。高端住宅独有的“围合点式”布局,形成整个社区最宽200米的楼距,不仅保证业主生活的私密性,更将一体化中央园林的景观和视野做到极致。

更难能可贵的是,每种户型都有未被定义的多功能空间:可做书房,容纳思想的厚度;可做亲子游戏室,记录欢乐的时光;可做收藏间,并满足不同家庭的成长需求。以96平方米的3+1房为例,不仅全面考虑三孩家庭的需求,且四开间朝南,确保家庭成员均可享受阳光与清风。这种平等尊重、关照心灵的理念,早已深入星辉的血脉。

据悉,国庆期间新世界星辉将推出全新的76-136平方米精奢三四房,更有限时钜惠6重礼。选新世界星辉,让生活理想一步到位。

保利®发展控股

# 三十而立 住保利好房

保利发展30周年庆 百万“金”喜联动黄金周

活动时间:即日起至2022年10月7日

