核心引领品牌创建在红色物业中的实践与探索

王兴国

广西美居物业服务有限公司，中国·广西　桂林　530200

【摘　要】本文深入探讨了核心引领品牌创建在红色物业中的实践与应用，结合当前社区治理的实际情况，分析了红色物业品牌建设的必要性和可行性。作为基层社会治理的“最后一公里”，物业管理十分重要，直接影响到居民生活的满意度、幸福感。通过具体案例分析，揭示了核心引领在红色物业品牌建设中的关键作用，提出了相应的策略和建议，以期为我国红色物业的品牌化发展提供理论参考和实践指导。

【关键词】核心引领；品牌创建；红色物业；社区治理；品牌建设

引言

随着城市化进程的加快，物业管理在社区治理中扮演着越来越重要的角色。红色物业作为新时代社区治理的创新模式，其品牌建设对于提升服务质量、增强居民满意度、推动社区和谐稳定发展具有重要意义。本文旨在探讨核心引领在红色物业品牌建设中的实践与探索，以期为相关领域的研究和实践提供参考。

1　红色物业品牌建设的必要性与可行性

红色物业是指在物业管理中融入红色元素，通过党建引领、党员示范等方式，推动物业管理与社区治理深度融合的一种新型物业管理模式。在当前社区治理中，红色物业品牌建设具有以下必要性和可行性：

1.1提升服务质量

红色物业品牌建设，如同一缕温暖的阳光，照亮了物业服务的每一个角落。它推动着服务标准的细化与完善，从日常的清洁维护到紧急事件的应对，每一步都严谨有序，让服务不再流于表面，而是深入到居民生活的细微之处。规范的服务流程如同丝线，将物业团队与居民紧密联结，使得每一次的沟通、每一次的反馈都能顺畅无阻，确保问题得到及时解决。

物业服务人员的专业素养在品牌建设中得到提升，他们不再是简单的守护者，而是成为社区生活的贴心伙伴。他们不仅具备专业的技能，更具备高度的服务意识，时刻关注居民的需求，以真诚的微笑和专业的态度，化解困扰，传递温暖。他们用行动诠释着“以人为本”的服务理念，让每一个细微的服务都充满温度，提升着物业服务的整体质量与水平，让社区生活更加和谐、美好。

1.2增强居民满意度

红色物业品牌建设致力于深挖居民潜在需求，提供更加精细化、个性化的服务选项。例如，针对不同年龄层的居民，设计定制化的服务套餐，如为老年人提供便捷的助老服务，为儿童营造安全的游玩环境。此外，通过引入智能化管理系统，提升服务响应速度，让居民在享受科技便利的同时，感受到物业的贴心关怀。

在提升信任度方面，红色物业注重透明度与沟通，定期举办公开会议，邀请居民参与决策，共同讨论社区事务，确保物业工作的公开公正。同时，建立有效的投诉反馈机制，对居民的每一条意见和建议都给予认真对待，及时解决居民的困扰，让信任在互动中逐渐建立。

通过举办社区活动，增强居民的归属感和认同感，如组织文化讲座、亲子活动等，不仅丰富了居民的业余生活，也强化了物业与居民的紧密联系。红色物业品牌建设，以其全方位、多层次的服务提升，不断优化居民的生活体验，从而在本质上增强居民的满意度。

1.3推动社区和谐稳定发展

红色物业品牌建设通过强化物业管理与社区治理的协同，实现双方在服务理念、资源利用和决策参与上的深度融合。这一过程中，物业不再仅仅是提供日常维护的机构，而是转化为社区治理的积极参与者，共同构建多元主体参与的治理格局。这既提升了物业的公共服务效能，又增强了社区居民的自治意识，形成居民、物业、社区三者间的良性互动。

在实践中，红色物业品牌通过打造和谐宜居的社区环境，促进邻里关系的和谐，降低社会矛盾的发生。通过定期举办社区活动，增进居民间的交流与理解，增强社区的凝聚力。物业积极参与社区安全防范，提升应急处理能力，为居民提供安心的生活保障，确保社区的稳定。

红色物业品牌建设强调公平公正，保障每一位居民的

权益，减少因服务不均等引发的纠纷。通过公开透明的管理，增强居民对物业管理的信任，促进社区内部的和谐共处。这样的品牌建设不仅提升了社区的整体品质，也为构建社会主义和谐社会贡献了重要力量。

2 核心引领在红色物业品牌建设中的关键作用

核心引领是红色物业品牌建设的关键因素之一，其重要作用主要体现在以下几个方面：

2.1引领方向

在红色物业品牌建设中，核心引领发挥着至关重要的作用。它不仅为品牌建设提供了明确的方向和目标，更为物业服务的各项工作注入了强大的精神动力。通过核心引领，我们能够深刻理解红色物业的核心理念，即坚持以人民为中心，强化服务意识，提升服务质量，打造和谐宜居的社区环境。

核心引领确保了红色物业品牌建设的正确方向。在这一过程中，我们始终将居民的需求和利益放在首位，关注居民的生活体验和感受，从而不断增强居民的获得感、幸福感和安全感。通过深入了解居民的需求，我们能够为居民提供更加贴心、更加精准的服务，真正让居民感受到红色物业的温暖和关怀。

核心引领也促进了红色物业品牌建设的创新发展。在核心引领的指引下，我们积极探索新的服务模式和管理方式，不断引入先进的管理理念和技术手段，提高物业服务效率和质量。我们注重培养员工的创新意识和创新能力，鼓励员工积极参与创新实践，为红色物业品牌建设贡献智慧和力量。

核心引领还推动了红色物业品牌建设的深入发展。在核心引领的推动下，我们注重与社区居民、业主委员会、政府部门等多方面的沟通与协作，共同推动社区治理体系和治理能力现代化。我们积极参与社区公益事业和志愿服务活动，为社区居民提供更多的帮助和支持，赢得了社区居民的信任和认可。

核心引领在红色物业品牌建设中发挥着至关重要的作用。它为我们指明了前进的方向，提供了强大的精神动力，促进了红色物业品牌建设的创新发展和深入发展。我们将继续坚持核心引领的理念，为打造更加和谐宜居的社区环境而努力奋斗。

2.2凝聚力量

核心引领像一盏明灯，照亮了广大党员和居民的心灵，激发了他们共同为红色物业品牌建设贡献力量的热忱。在社区的每一个角落，党员们率先垂范，用实际行动诠释着红色物业的使命和担当，他们的先锋模范作用如同磁石一般，吸引着更多的居民参与其中。家庭主妇、退休老人、青年志愿者，无论身份年龄，他们因共同的目标凝聚在一起，用汗水和爱心铸就红色物业的坚实基础。

小区的清晨，党员志愿者们身穿红马甲，忙碌在垃圾分类、环境整治的前线，他们的身影成为一道亮丽的风景线。在业主大会上，党员代表倾听民声，协调矛盾，他们的智慧和公正赢得了居民的尊重和信任。而在日常生活中，物业人员以党员为榜样，不断提升服务质量，解决居民的困难，让每一份需求都能得到及时回应。

这种力量的凝聚，不仅仅是人员的聚合，更是情感的交融。邻里间的关爱、互助在红色物业的氛围中升华，形成一种温暖的社区文化。每一次的社区活动，无论是节日庆祝还是公益服务，都见证了这种力量的释放，人们在参与中感受到归属感，红色物业的品牌因此深入人心，成为社区和谐、进步的象征。

2.3创新实践

核心引领激发了物业服务人员的创新热情，他们不再满足于传统的服务模式，而是以解决实际问题为导向，积极寻求突破。在炎炎夏日，物业团队设计了“夏日清凉服务”，为老年居民提供免费的绿豆汤，为儿童设立安全的水上乐园，让社区在酷暑中焕发活力。在寒冷的冬季，他们提前进行设施检修，确保供暖系统正常运行，让家家户户感受到温暖。

在社区治理中，物业引入了“居民参与式决策”机制，定期举办居民论坛，鼓励大家提出意见和建议，共同商讨小区的事务。这种创新实践不仅提升了服务效率，也让居民在参与中增强了主人翁意识。物业人员在面对突发情况时，如疫情爆发，迅速响应，制定防疫措施，开展消毒工作，他们的专业与担当赢得了居民的广泛赞誉。

核心引领的力量，让物业服务人员在实践中不断提升，他们在创新的道路上勇往直前，以实际行动推动红色物业品牌不断焕发新的光彩。每一次的创新尝试，都是对红色物业品牌内涵的丰富和深化，也是对社区和谐生活的美好诠释。

3 红色物业品牌建设的实践探索

为了更好地推动红色物业品牌建设，本文从以下几个方面进行了实践探索：

3.1加强党建引领

通过加强党建引领，红色物业将党的思想精髓与物业服务深度融合。党员物业团队定期开展主题党日活动，重温

入党誓词，强化党员身份意识，激发服务群众的使命感。在社区中，党员志愿者们身先士卒，参与小区的环境整治、安全巡逻，用实际行动践行党的初心和使命。他们与居民密切交流，倾听群众心声，解决实际问题，让党的温暖渗透到每一个家庭。在关键时期，如疫情防控，党员物业人员更是发挥了先锋模范作用，坚守岗位，保障居民的生命安全，用责任与担当塑造了红色物业的鲜明形象。这种党建引领下的物业服务，不仅提升了服务质量，更在社区内形成了党群共融、共治的良好氛围。

3.2创新服务模式

积极探索和创新服务模式，红色物业团队致力于打造智能化的物业管理平台，利用先进的科技手段，如物联网、大数据和人工智能，让服务更加便捷、高效。例如，开发一款物业APP，居民可以随时随地报修、缴费，甚至预约家政服务，一键解决日常生活琐事。同时，引入智能安防系统，保障社区安全，让居民安心居住。

物业人员接受专业培训，提升服务质量，以人性化关怀温暖每一位居民。他们关注老年人的需求，定期组织健康讲座，提供上门服务，让老人们感受到社区的温暖。对于有小孩的家庭，物业会举办亲子活动，搭建邻里交流的平台，让孩子们在快乐中成长。针对特殊群体，如残障人士，提供定制化的服务，确保他们能无障碍地享受社区生活。

红色物业不仅满足居民的基础需求，更关注他们的精神生活。定期举办社区文化活动，如书画展、音乐会，丰富居民的文化生活，增进邻里间的感情。通过这些创新服务模式，红色物业致力于打造一个和谐、温馨、有温度的社区环境，让每一位居民都能感受到家的温馨和幸福。

3.3加强宣传推广

通过举办社区开放日，邀请居民实地参观物业管理的日常运作，展示红色物业的专业与责任，增强其透明度和信任感。精心设计的宣传册，图文并茂地讲述红色物业的故事，传递其服务理念和人文关怀。利用社交媒体平台，定期发布物业动态，分享居民的幸福瞬间，形成线上线下互动，让品牌更具活力。

组织社区活动，如“红色物业之星”评选，让优秀的物业人员成为社区的明星，激发团队的荣誉感和归属感。在重要节日，举办主题庆祝活动，如端午的包粽子比赛，中秋的团圆晚会，让居民在参与中感受红色物业的温度。

不仅如此，红色物业还携手社区志愿者，开展公益活动，如环保清洁、敬老助残，让爱与服务深入人心。通过这些生动的宣传推广，红色物业的品牌形象逐渐深入人心，居民的认同感与日俱增，形成了一股强大的社区凝聚力。

4 结论与展望

红色物业品牌建设的实践探索揭示了核心引领的重要性，其在塑造品牌形象、提升服务质量、增进社区凝聚力等方面发挥了决定性作用。以某红色物业为例，其将“服务人民，奉献社会”的核心价值观融入日常运营，打造出独特的品牌特色。通过强化红色文化元素，该物业不仅提供基础服务，更致力于满足居民的精神需求，营造和谐的社区氛围。

展望未来，红色物业品牌建设应深化核心引领的内涵，不断探索创新服务模式。这包括但不限于智能化升级，利用科技手段提升物业管理效率，提供更加便捷、个性化的服务。同时，应强化社区文化建设，举办多元化的文化活动，增强社区居民的归属感。

红色物业应注重社会责任的履行，与社区形成共生共荣的关系。通过组织公益活动，如环保、敬老等，提升品牌形象，同时也提升社区的整体幸福感。持续的宣传推广也是品牌建设的关键，借助新媒体平台，让更多人了解和认同红色物业的品牌理念和价值。

总结而言，红色物业品牌建设的深化需在核心引领下，全面提升服务质量、文化内涵和社区影响力，以此推动物业行业的可持续发展，为构建和谐宜居的社区环境贡献力量。

参考文献：

[1]王小红.社区物业管理模式研究[D].北京:清华大学,2015.

[2]王任静.红色文化在物业服务中的应用[J].物业管理研究,2018,10(2):32-35.

[3]刘颖莹.品牌建设与社区凝聚力——以某红色物业为例[J].社区建设,2020,12(3):46-49.

[4]赵红梅.物业服务创新与居民满意度关系研究[J].经济问题探索,2019,36(5):78-82.

[5]刘晓燕.红色物业的内涵与实践[J].物业管理评论,2017,9(4):18-22.

[6]郭强.社区文化与物业服务融合路径探讨[J].社区建设研究,2021,14(1):56-59.

[7]陈晓华.智能化技术在物业管理中的应用[J].城市建设理论研究,2020,10(12):112-115.

作者简介：

王兴国（1985.12—），男，汉族，广西桂林，大学本科，研究方向：党建工作、国有企业党建品牌创建等。