



高雄成功物流園區

物業經營心法 新興服務 · 用心價值

文、圖 / 高雄分公司

何謂物業管理？

「物業」廣泛的解釋包含了土地或建築物，都稱之為「物業」。那麼何謂物業管理？從本質上來說算是房地產管理，在「物業管理教程」書中提到最合適的定義為「物業管理就是以經營方式來管理物業，它包括物業的租賃、租金的收取、維修等內容」。

台糖高雄成功物流園區

台糖高雄成功物流園區（以下簡稱園區）座落在經濟部科技產業園區成功專區內（亦屬高雄多功能經貿園區內），位於前鎮區成功二路及中華五路之間，身旁還有人氣景點 - 「統一夢時代購物中心」。園區規劃為兩期投資興建，第一期於 90 年完工啟用，佔地面積約 4.61 公頃，總樓地板面積約 16,767 坪。106 年由本分公司正式接管園區維運，物業經營課由此孕育而生。

招商打頭陣

本園區是屬於都會型的綜合物流園區，園區內除提供專業的物流業務外，另一項重要業務就是物業經營。這項業務包含了倉儲區、辦公區、展示區的招商租賃，另外還有國際會議廳、會議室等活動招租及尚未開發的二期空地出租招商，當然最重要還是招租後的客戶服務。

園區位處精華地段，土地成本高，相對高租金提高了招商難度；又因園區多元化的經營，非固定性的人流及車流量，更加深了管理的複雜度。在這樣艱難的條件下，短短 4 年內，園區一期招商率已達 98.68%，並有多家知名企業進駐，服務滿意度也獲得駐區客戶的肯定，高達 90.36 分。

不同於常見的業務行銷推廣，園區物業招商涉及的面向廣泛，不單只有業務接洽、價格估算、經營預測、風險評估

等，因園區內每個場域都互有關聯，牽一髮動全身，故如何提供給客戶最佳的解決方案，又能降低管理負擔達到雙贏，必須做好充分準備才能與目標客戶在談判桌上達成共識，直到雙方簽訂契約並完成公證手續，至此僅為招商工作的開端，後續的履約管理、客戶經營及園區養護工作才是挑戰，因為這是能否維繫雙方長久合作關係的重要關鍵因素。

客戶服務 · 獲取信任

完成契約簽訂並非就可以高枕無憂，接續應協助客戶在最短時間內就定位，其中包含園區管理規定的遵循、貨物及人車動線的協調、應收帳款作業等。又因駐區客戶的增加，進出園區的人流及車流逐漸上升，新舊駐區客戶間的磨合也讓我們的話及訊息聲熱鬧不已，但這過程也是獲得客戶信任的最佳時機，在與客戶聯繫互動中，獲得信任及取得市場商業訊息，並獲客戶轉介紹尋找更多的業務機會。

養護工作 · 不容馬虎

高雄成功物流園區完工至今已逾 20 年，為維持高品質的場域，並提供使用者整潔、舒適、安全的工作環境，適時地進行養護及維修管理工作相當重要。園區物業養護工作內容涵蓋眾多，包括消防、機電、空調、電梯、保全、環境清潔、景觀綠化、飲水機等，每一項作業，都是非常專業卻又容易被大眾所忽略的細節。隨著進駐客戶日益增加，設備使用率提高，更顯得養護維護工作的重要性。

每到汛期，當各地水庫喜迎降雨時，就是考驗養護的能力及效率的時候了。俗話說「醫生怕治咳，土水怕抓漏」，隨著建築物年紀漸增，不免會有漏水危機，但物業養護人員不管何時都隨時動員，並且超高效率執行下，克服了一次次的難題。養護維運工作，很難提出亮眼的成績單，甚至有些人連名片都沒

有，但他們就像是顆小螺絲釘，是維持園區運作重要且不可缺少的零件。

維繫關係 · 永續經營

建立暢通的溝通管道是維持客戶關係的一大基石，因此我們建立園區官方客服群組，將重要訊息傳遞給客戶，並透過聊天功能，即時回復並處理客戶問題，且不定期提供台糖商品資訊分享，藉此使客戶能認識台糖商品並有機會以優惠價格購買，以達到推廣台糖商品之目的。

園區不定時會舉辦活動，藉以維繫與客戶之間的關係；每半年定時實施顧客滿意度調查，透過調查及分析，瞭解客戶的需求與期望，持續改善園區經營環境；與客戶建立緊密的合作夥伴關係，藉由與駐區財團法人單位合作，協辦育成中心、弱勢學童輔導等公益性質活動，落實企業社會責任 (CSR)，朝永續經營目標邁進。

本分公司的物業經營業務以高雄成功物流園區為起步點，並著手規劃建立物業經營標準作業流程 (SOP)，以期更加強物業管理服務品質及效率，並規劃安排業界參訪等活動，借鏡各事業單位的物業管理經驗，期盼未來業務拓展，能複製再貼上成功模式，面對任何業務挑戰都能快速上手，增進效能，提升績效。



物業養護工作不容馬虎