

小区公共收益进了谁兜里

大多成了物业公司隐性收入,业主多不知情



▲15日,山大路附近的数码港公寓内,楼道里挂着各种广告牌。 本报记者 王媛 摄

使用公共收益 业委会同意

小区的公共收益就是用来弥补物业公司亏损的吗?物业公司已经收取了物业管理费用,他们的亏损为何要由全体业主买单?物业公司给出的回答,并不能让张新信服。

公共收益这一“新鲜词”引发了张新更多的疑问:既然是公共收益,业主有权知道这些费用是怎么赚来的,又是怎么花出去的?物业公司在与广告公司合作时,究竟是怎样的流程?具体的合作细则是什么?这些也是业主有权知道的,在种种经营运作中,小区的业委会是不是应该介入?

山东宏泰物业发展有限公司济南区项目管理中心总经理隋玉谦回答了张新的疑问:在公共区域进行的所有经营活动,都不是物业公司“一手遮天”完成的。公共收益在不同的小区,都有不同的办理流程。济南市现有新建小区六七百个,约1/3成立了业委会。在成立了业委会的小区,物业公司在对物业公有部分的经营运作上,必须经过业主委员会的授权。业委会经业主大会同意后,才可出面授权物业公司。拿到授权后,物业公司再与第三方洽谈,洽谈的结果需及时向业委会汇报,经过业委会同意后,才能实施。而在实施之前,物业公司还要和业委会签订一份分配协议,去掉物业公司的管理费、经营成本和税金等合理成本后,剩下的收益要一次性转到业委会的专用账户,再由业主大会决定如何使用。

而在大多数没有业委会的小区,物业公司也不能随意在小区公有区域做经营活动。开发商在取得预售证的同时,通过招投标形式确定配套的物业公司。此时,物业公司要与开发商签订《前期物业管理合同》,在业委会成立之前,物业公司要对小区的公共收益单独做账,根据相关要求,把部分收益补充到专项维修基金后,其余的收益可根据合同内容进行支配。

“作为公共收益,自然要向所有的业主公示。”隋玉谦坦言,物业公司应该在每年年初或固定时间,向全体业主公布收益所得的实际收入与支出情况。

严格按照相关流程运营公共区域的数码港小区,小区的业主们也尝到了甜头:小区的公共收益在透明的状态下公示后,在业主委员会的监督下,公共收益做到了取之于民,用之于民。公共收益为业主买了健身路径,买了电视机。

另外,据济南市住房保障和房产管理局物业管理处相关负责人介绍,针对不少业主反映的“隐性收入”等通病,济南市将于6月份对全市物业管理项目进行拉网式大检查,要求物业服务办事制度、服务标准、收费标准、收费项目以及24小时服务电话必须在醒目位置进行公示。

小区有多项收益,年收入可达60万元

港澳花园小区新划出的53个停车位,返还给业主6万余元的公共区域收益,这条消息在东园山庄张新和他同事的心头扔了块不大不小的石头。“小区公共区域收益?”这个名词此前从未进入过张新的脑中。而知道这个名词背后的繁复条目和非数字后,张新忍不住惊讶道。

“在济南,小区的公共收益主要有小区内广告收益和公共区域停车收益两大方面。”一位“老物业”一口气列出了广告收益的近十个项目:电梯内广告、电梯门口广告、地下停车场广告、户外灯箱广告、小区广场展览、宣传栏广告……

连日来,记者走访了省城新世界阳光花园小区、泉城花园小区、数码港公寓小区、世纪佳园、开元山庄、正大城市花园、三箭吉祥苑等

十余家住宅小区看到,各类广告已经在小区的宣传栏、电梯、楼梯口、沿街楼等处“攻城略地”。虽然看上去不起眼,但背后的数字不容小觑。济南数码港公寓小区的物业每年都会将公共收益状况向小区业主进行公示。根据2010年数码港公寓公共区域收入确认表显示的信息,该小区固定车位的车辆管理费共415160元,而其他收入则有222010.3元,该小区公共区域收入共达到637170.3元。其中其他收入包括,临时车位费税后净收入64709.4元,废品回收管理费7200元,洗车场管理费67800元,电梯广告29000元,楼宇液晶电视管理费7500元,门庭传媒20000元。小区公共收益在扣除合理成本比如人工、维护和税费等费用后,业委会的

应得收入是325165.4元。而这些费用中还包括了业委会直接收取收入64709.4元,业委会预支款6000元。业委会的应得收入减去这两项费用后,则是业委会实际收入。

“根据小区规模和档次的具体情况,公共区域收益有多有少,但数字绝对可观。”

在槐荫区幸福路上的一处新建小区,虽然入住率还非常低,但已经有家具品牌抢先占领“电梯”这块阵地了。该小区物业工作人员透露,整个小区共有40余部电梯,物业如果对每部电梯进行装修的话,是笔不小的开支。物业和这个家具品牌达成的协议是:家具商利用电梯,免费投放两年广告,而物业的收益是减少了近6万元的装修开支。“两年之后,物业开始征收广告费,估计每年至少得5万元。”

隐性收入业主多不知情,成物业“小金库”

就像地下暗渠里的水流,小区公共区域收益源源不断却深藏不露,业主多不知情,它们最后流到了何处?

“如果没有停车费的补充,

仅靠物业费收入,公司根本无法维持。”省城东部一小区物业管理处负责人刘先生透露,停车位场地使用费和广告费的收益归属了物业,但他强调这是有原因的:“小区多层楼房的物业费为每平方米0.7元,一共有70多名物业人员。加上建成较早,而且没有实现一户一表,物业在小区设施维护、水电损耗等方面的负担很重。”

“一个黑色的垃圾袋,前几年只要两毛一个,现在已经涨到4毛了!”一位业内人士强调:一些小区的物业收费价格还是几年前的水平,但是随着物价上涨,各项支出也在水涨船高。“虽然按照规定,停车位场地使用费、广告费等收入应该归业主支配,但这块资金一旦刨出去,住宅物业根本没法干。”他表示。

“但也不排除拿人不敷出做幌子的情形。”这位业内人士透露,一些小开发商在前期招标物业公司时,个别物业公司通过报低价恶性竞争,他们所上报的价格是不能维持公司正常运营的。为了能尽快步入正轨,及早摆脱入不敷出,这类物

业公司就打起“公共区域收益”的主意,以此弥补物业公司亏损。而凭此理由,物业公司不再对外公示收益的支出,时间长了,业主共有的财产自然成了物业公司的隐性收入。

“到底是不是入不敷出,需要给我们一个说法。”公共区域收益的盖子揭开后,业主的态度大多非常明确:对于公共区域的收益情况,业主有权知情,分配方案也需由业主们决定。

而在这方面,市中区舜华园小区的做法或许可资借鉴。2002年现任物业山东中房物业在业委会罢免前期物业后竞标进驻小区,物业费从原来的每平米2.98元降到了1.70元。但在运营一段时间后,物业发现入不敷出。大约在三四年前,物业和业委会就此进行了协商,业主大会通过了这样的方案:将地上停车位、广告位、公共用房收益补贴物业费,物业每月拿出4000元给业委会作为办公经费。而具体的收入明细,物业至少每年一次会向业主进行公示,而且业主可以前来查询。



5月13日,本报以《物业向业主派发收益红包》为题,报道了港澳花园小区向业主返还车位租金一事,引起了市民关注。

停车位场地使用费、广告位使用费……对于公共区域的占用,以及公共收益的利用、公开等,多数业主一头雾水:这些费用该公示吗?什么时候公示?物业公司把这些钱用在了何处?公共收益为何大多成了物业公司一个单位的“灰色收入”?本报记者进行了探访。

关注变化中的城市

本期策划 常新喜
本版采写
本报记者 喻雯 赵丽
见习记者 陈伟
实习生 王倩 张晓伟 何则伟

