

行業概覽

投資者須注意，本行業概覽一節載有轉載自政府刊物的資料及統計數據、我們從中國指數研究院及艾瑞諮詢集團購入的數據及公開可得數據。

我們相信政府官方刊物以及中國指數研究院及艾瑞諮詢集團所用的資料來源恰當，且已合理審慎摘錄並轉載有關資料。轉載自中國指數研究院及艾瑞諮詢集團的資料及數據並非由我們、聯席保薦人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人或包銷商委託編製，而中國指數研究院的資料及數據可由其所有認購人進行評估。我們並無理由相信該等資料屬虛假或含誤導成份，或遺漏任何事實致使該等資料屬虛假或含誤導成份。我們或我們任何的聯屬人士及顧問、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、聯席全球協調人、聯席保薦人、包銷商或彼等各自的董事及顧問或任何其他參與[編纂]的人士或各方概無獨立核實摘錄自政府官方刊物的資料、向中國指數研究院及艾瑞諮詢集團購入的數據及摘錄自公開可得來源數據。該等資料未必與中國境內或境外其他來源的其他可得資料一致。我們、我們的聯屬人士或顧問、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、聯席全球協調人、聯席保薦人、包銷商或彼等各自的董事、聯屬人士或顧問，或任何參與[編纂]的各方概不就該等資料的準確性、完整性或公平性發變表任何聲明，因此，閣下不應過份依賴該等資料。

中國物業管理行業

中國指數研究院及其方法

我們以總成本約人民幣300,000元購入使用及引用中國指數研究院刊物中多項數據的權利。中國指數研究院於1994年成立，是中國房地產專業研究機構，擁有逾500個分析師。在中國覆蓋華北、華東、華南、華中、西南五大區域，落地分院20家，研究範圍覆蓋中國300多個城市。中國指數研究院擁有研究及追蹤中國物業管理行業的豐富經驗，並自2008年起已就中國百大物業管理公司進行研究。

中國指數研究院的研究主要考慮於過往三年內至少管理五項物業或建築面積100,000平方米的物業管理公司。中國指數研究院透過自多個一手及二手來源收集數據使用研究參數及假設，包括物業管理公司的數據(包括申報統計數字、網站及市場資料的數據)、中國指數研究院進行的調查、中國房地產指數系統(「中國房地產指數系統」)收集的數據、中國房地產統計年鑑、政府機關的公開資料及中國指數研究院為早前刊發的報告所收集的數據。中國指數研究院評估各物業管理公司的經營規模、財務表現、服務質量、增長潛力及社會責任，為物業管理公司的整體實力釐定排名。中國指數研究院根據各種因素(包括收益增長率、手頭管理合約數目及合約管理建築面積增長率)評估物業管理公司的增長潛力。本節中的數據分析主要根據中國指數研究院按上述因素排名的物業服務百強企業而進行。

行業概覽

中國物業管理行業的起源

深圳經濟特區(「深圳經濟特區」)於1980年代成立。隨著深圳經濟特區的成立及發展，其房地產行業亦迅速增長。中國物業管理行業的歷史可追溯至1981年，當時國家首家物業管理公司於深圳成立。中國其他地區隨之而仿效深圳物業管理行業的發展，該行業自此迅速增長。根據中國指數研究院的資料，中國物業管理行業目前非常零散。

影響中國物業管理行業的市場狀況

城鎮化及可支配收入提升

中國的城鎮化及人均可支配收入均顯著增長，我們相信這推動了中國的房地產行業增長。下表載列自2008年至2013年期間中國的城鎮化水平及人均可支配收入的數字摘要。

	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
城鎮人口(百萬).....	624.0	645.1	669.8	690.8	711.8	731.1
總人口(百萬).....	1,328.0	1,334.5	1,340.9	1,347.4	1,354.0	1,360.7
城鎮化比率(%).....	47.0%	48.3%	49.9%	51.3%	52.6%	53.7%
人均可支配年收入 (人民幣).....	15,781	17,175	19,109	21,810	24,565	26,955

資料來源：中國國家統計局

土地供應增加

隨著急速的城鎮化及人均可支配收入不斷增加，中國政府過去數年增加土地供應。作物業用途的新土地供應(地盤面積)由2008年約752.2百萬平方米增加至2013年約2,000.0百萬平方米，複合年增長率約為21.6%。同期，中國在建住宅物業總建築面積亦由2008年約2,228.9百萬平方米增加至2013年約4,863.5百萬平方米，複合年增長率約為16.9%。同期，已竣工住宅物業建築面積亦由2008年約543.3百萬平方米增加至2013年約787.4百萬平方米的複合年增長率約為7.7%。下表載列自2008年至2013年中國作物業用途的新土地供應(地盤面積)、在建住宅物業建築面積及已竣工住宅物業建築面積的數據。

	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2008年至 2013年間的 複合年增長率
作物業用途的新土地供應(地盤面積) (百萬平方米).....	752.2	1,028.4	1,531.2	1,673.0	1,602.0	2,000.0	21.6%
在建住宅物業建築面積 (百萬平方米).....	2,228.9	2,513.3	3,147.6	3,877.1	4,289.6	4,863.5	16.9%
已竣工住宅物業建築面積 (百萬平方米).....	543.3	596.3	634.4	743.2	790.4	787.4	7.7%

資料來源：中國國家統計局及國土資源部

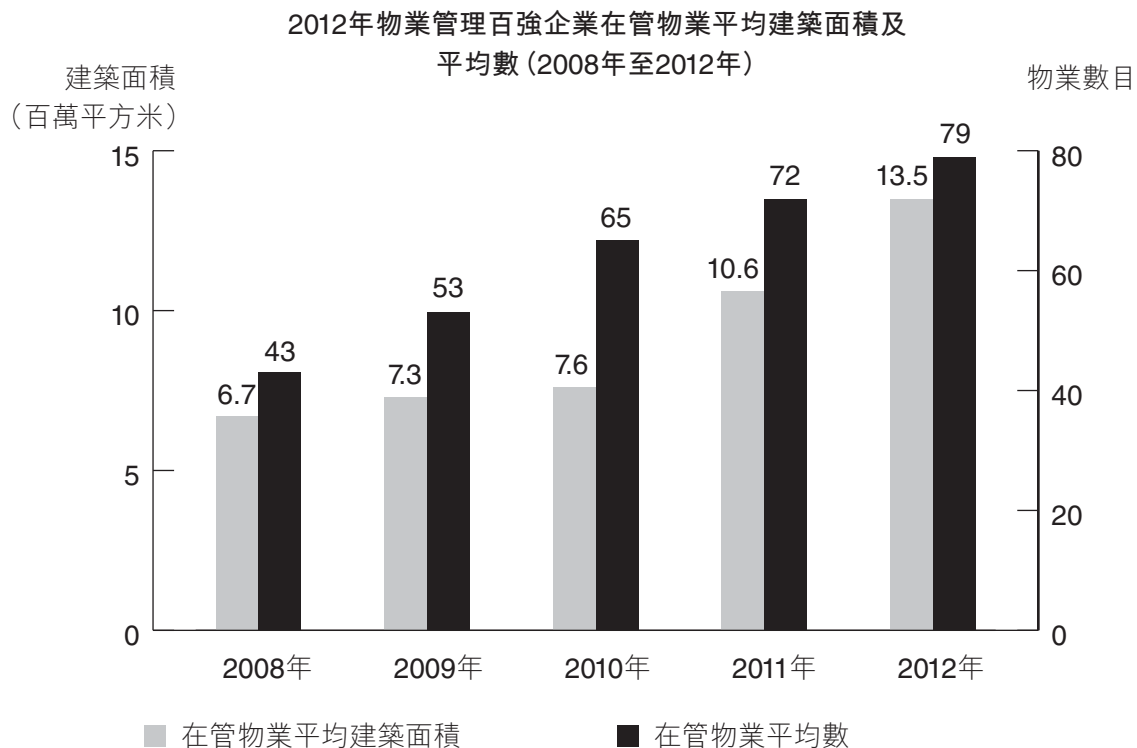
行業概覽

中國物業管理行業概覽

行業參與者概覽

根據中國指數研究院的資料，自1980年代起，中國物業管理行業不斷演變。該行業目前非常零散。

自2008年至2012年，物業管理百強企業所管理的平均建築面積由6.7百萬平方米增加至13.5百萬平方米，複合年增長率為19.1%。於2012年，隨著政府宏觀經濟調控的深入，房地產市場快速增長的勢頭備受遏制，但物業服務百強企業憑藉良好的品牌知名度及優質的服務，在市場中依舊維持競爭優勢。至2012年底，物業管理百強企業的在管物業平均數為79項，自2008年起複合年增長率為16.4%。下圖載列於2008年至2012年間，2012年物業管理百強企業的在管物業平均建築面積及平均數：



資料來源：中國指數研究院；中國指數研究院於最後實際可行日期並未公佈2013年數據

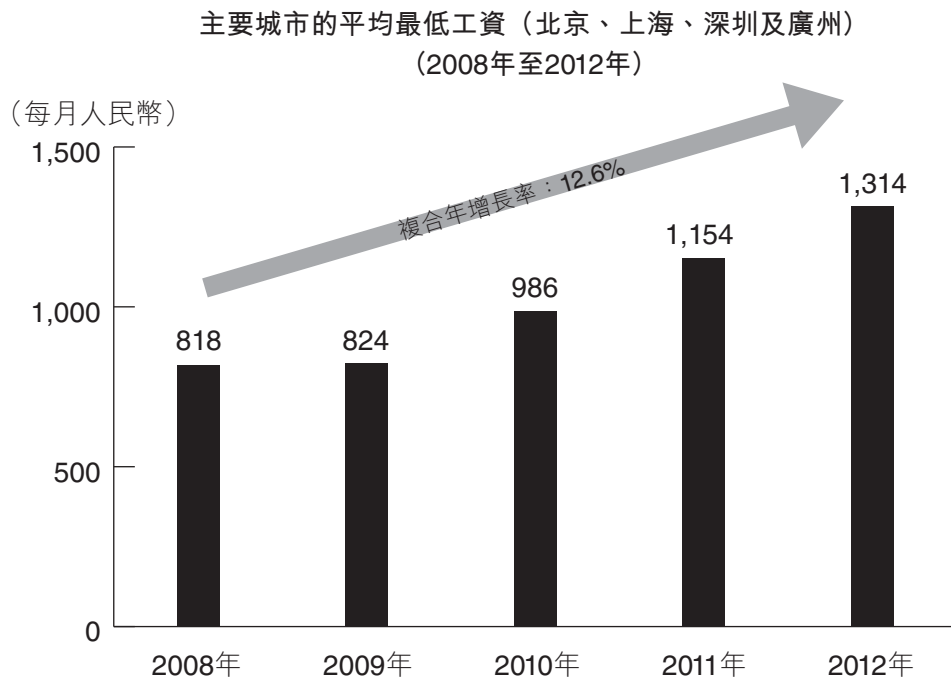
就地理覆蓋而言，2008年以來，物業管理百強企業所建立的據點持續增加，於2012年底平均數達21個城市。根據中國指數研究院的資料，於2012年，物業管理百強企業中，20家公司於超過20個城市為擁有據點，22家於10至20個城市擁有據點，26家於5至10個城市擁有據點，32家於少於5個城市擁有據點。

行業概覽

根據中國指數研究院的資料，物業管理百強企業透過增加於已建立據點的城市的物業管理數目，加強當地的業務規模。另外，部分物業管理百強企業正在由區域性企業轉型為全國性企業，擴展速度相對較快，某些企業通過收購等方式加速擴張。

傳統勞動密集的物業管理服務

根據中國指數研究院的資料，中國物業管理行業涉及多個傳統服務範疇內的勞動密集程序，包括保安、清潔、園藝、綠化以及維修及保養等服務。除勞動工人外，行業亦對技術及管理專業人士的需求殷切，此乃由於該等人士直接影響經營業績、服務質量及未來增長。於2011年及2012年底，物業管理百強企業的平均員工人數分別為2,973名及3,024名。於2011年及2012年底，物業管理百強企業所管理的平均建築面積分別為10.6百萬平方米及13.5百萬平方米，該等公司於各期間所管理的每百萬平方米平均聘用281及224名員工。隨著員工人數不斷增加，平均勞工成本亦持續上升。勞工成本不斷提高，以及近年來通貨膨脹加劇令能耗和物料成本持續增加，導致物業服務成本持續上升。下圖載列於所示期間主要城市(北京、上海、深圳及廣州)的每月平均最低工資：



資料來源：中國指數研究院；中國指數研究院於最後實際可行日期並未公佈2013年數據

同時，物業管理公司收取的平均費用大致維持不變。舉例而言，根據中國指數研究院的資料，該等城市於2012年的物業管理費水平比2011年輕微增加0.9%。費用增長低於勞工成本升

行業概覽

幅。物業服務成本持續上升，再加上物業服務費標準變動不大，導致整體的物業管理公司傳統業務溢利率下降。以集約化經營降低物業管理成本已成為該等公司的當務之急。

標準化比率較低

根據中國指數研究院的資料，中國物業管理行業基本上並無統一的標準主導服務質量。因此，不同物業管理公司所提供的服務質量可能存在極大差別。由於勞工成本上升，一些物業管理公司的服務質量降低，導致住戶滿意度下跌。隨著城市發展水平越來越高，城市發展劃分將越來越細，業主對於物業服務的期望也越來越高。物業管理公司預期將更投入組織、整合與分配資源。預期物業管理公司日後將根據業主的需求，致力於服務質量標準化，而過程將加強中國物業管理行業的發展。

中國物業管理公司的盈利能力

2012年物業管理百強企業能加強彼等於已建立據點的城市的業務，積極開拓具潛力機會的新市場與過往主要集中於住宅物業的情況不同，彼等亦已拓展其業務範圍至包括商業、公共及工業物業等多類物業。服務項目增加令彼等的物業服務費收入穩步增長。根據中國指數研究院的資料，除物業管理服務外，該等物業管理公司由純物業管理公司逐漸擴展業務，提供物業管理服務以外的其他多元化服務。

根據中國指數研究院的資料，物業管理百強企業調整業務模式，以物業管理服務業務為基礎，進一步發展多元化服務，旨在於有效控制營運成本的情況下保證溢利持續增長。2011年及2012年連續兩年增速均有所下滑，這主要是由於勞工成本等營運成本增加，面臨物業管理費上漲困難，導致物業管理百強企業傳統業務增長速度持續放緩；與此同時，多元化服務業務發展迅速，連續三年均保持高增長。根據中國指數研究院的資料，多元化服務或已成為持續盈利能力的根本推動力。

物業管理百強企業透過拓展業務範圍，逐步形成了物業管理服務與多元化服務相輔相成的業務模式，盈利能力已達致穩健增長。隨著物業管理百強企業調整業務模式，彼等能優化並整合內部資源及控制經營成本，溢利率得以提升。根據中國指數研究院的資料，物業管理百強企業於2008年、2009年、2010年、2011年及2012年的平均純利率分別為5.5%、6.2%、6.8%、7.4%及8.0%。

行業概覽

中國物業管理行業的趨勢

傳統勞動密集物業管理服務的盈利能力日益受壓

自1980年代中國物業管理服務成立以來，行業涉及勞動密集傳統服務成份，包括保安、清潔、園藝以及維修及保養服務。

根據中國指數研究院的資料，主要依賴該等傳統服務的物業管理公司正面臨若干經營困難。由於經營成本持續上升，且盈利能力日益受壓，故增長已告放緩。此外，無法再單靠拓展產生相應的盈利增長。在該情況下，許多物業管理公司被迫於服務質量及盈利能力之間作出取舍。

採取標準化及自動化的過渡

根據中國指數研究院的資料，國家科技部提出業務模式創新及技術支援是加快現代服務業（包括物業管理行業在內）發展的基本原則之一。根據中國指數研究院的資料，於2009年至2012年，物業管理百強企業在自動化科技方面的投資持續增長。自動化科技投資包含企業層面的投資和在管物業層面的投資。根據中國指數研究院的資料，物業管理提升自動化可降低勞動密集程度、提升企業管理水平、有效節省人力成本、推動物業管理的標準化運作、提升服務質量和改善業主滿意度。

多元化服務帶來的新機會

根據中國指數研究院的資料，住戶對物業管理公司改善現有服務質量及提供多元化服務的需求日益增加。有關需求加上物業管理公司面對整體成本上升引致日漸增加的營運壓力，為該等公司提供機會，以調整其傳統業務模式、整合資源及將業務轉型以實現可持續盈利能力增長。

具體而言，物業管理公司意識到其最大的資產為為應付於所管理物業住戶的數量，而該等住戶的需求乃最直接的潛在商機。受尋找新收益來源所推動及為應付住戶需求，更多物業管理公司願意調整業務模式及發展多元化服務，以把握住戶的需求。

多元化服務不僅提升整體盈利能力及解決市場需求，亦有助擴闊傳統物業管理的狹窄業務範圍。多種服務有助提高管理水平，並為長期發展建立基礎。根據中國指數研究院的資料，預期物業管理行業亦將與資訊科技同步發展，支持多元化服務的發展。

行業概覽

主動尋求收購機會

由於地區文化及市場狀況的差異，當以內涵方式拓展至新市場時，物業管理公司面對更大的風險，導致擴充成本上升。根據中國指數研究院的資料，為減輕該等風險，自2012年起，物業管理公司透過併購打進新市場。

物業管理公司經常利用併購作為有效擴展至新市場的方法，以節省成本及時間，提升彼等的地理市場覆蓋。此擴充方法亦提高資源使用，從而改善市場資源分配、達致資源共享及建立更強的業務聯盟。然而，收購可能面臨若干困難，如收購目標的估值、人力資源及公司文化難以整合及被收購公司的任何遺留問題，此等問題均須由收購公司解決。中國指數研究院預測併購將為物業管理公司達致增長的最重要方法之一。

一流物業管理公司的服務質量

透過多種方法持續提升服務質量

自2011年起，中國地方政府將改善物業管理服務質量視為重要政策目標。根據中國指數研究院的資料，物業管理公司一般評估其內部潛力及改善自身的服務質量，積極回應政府政策。根據中國指數研究院的資料，較多公司亦透過外包方式提高服務效率及服務質量。

根據中國指數研究院的資料，物業管理百強企業一般通過業務外包的形式實施專業化管理，通過專業化及集約化經營提高服務水平，降低成本。業務外包是物業管理百強企業近幾年的共同趨勢，將部分業務外包予專業公司可以使各項服務更專注，並降低成本。業務外包允許物業管理公司作為外包專業公司與消費者之間的平台，能更專注於對服務質量作出客觀評價。

高水平的整體滿意率，故可獲準時繳付物業管理服務費

根據中國指數研究院的資料，於2012年，物業管理百強企業的物業管理服務費支付率達95.6%。物業管理公司竭力持續提升服務質量以滿足住戶需要及改善其滿意度，從而提升支付率，並為住戶及物業管理公司創造雙贏局面。根據中國指數研究院的資料，於2012年，物業管理百強企業的續約率約為99%，顯示住戶普遍對該等公司感到滿意。

行業概覽

競爭

競爭情勢

我們主要在規模、品牌知名度、財務資源、價格、服務質量及其他因素等種種因素方面與主要競爭對手競爭。於2012年12月31日，管理建築面積超過20,000,000平方米的物業管理公司約有20家。下表載列我們及主要競爭對手所管理的建築面積：

公司	在管建築面積(平方米)
A公司.....	超過50,000,000
B公司.....	超過50,000,000
C公司.....	超過50,000,000
彩生活服務集團有限公司.....	超過30,000,000
D公司.....	超過30,000,000
E公司.....	超過30,000,000
F公司.....	超過30,000,000

該等公司一般為住宅及商業物業提供物業管理服務。除物業管理服務業務外，部分此等公司亦提供若干多元化服務。

根據中國指數研究院於2013年進行的研究，於2012年12月31日，以在管住宅單位數目計，本公司獲評為中國最大的社區服務運營商。此外，於2012年12月31日，其於2013中國物業管理百強企業增長潛力排名中位列第二名，並於2013物業服務百強企業總體實力排名中位列第22位。

我們的工程服務亦與其他提供類似服務的物業管理公司及工程公司競爭。就我們的社區租賃、銷售及其他服務而言，我們透過我們的平台與直接向住客提供相同產品或服務的各類供應商競爭。舉例而言，我們與直接銷售水、米及食用油的供應商及電子商務競爭、就租賃服務與物業代理競爭及就廣告服務與廣告公司競爭。此外，由於當地供應商於我們的服務平台作廣告宣傳，我們亦面對來自其他廣告場所的競爭，例如電子商務。

行業進入門檻

新入行的業者須符合相關中國法律及法規下的資格準則。請參閱載於「與行業有關的法律及法規—中國物業管理板塊的法律監管—物業管理企業的資格」。我們相信此行業進入門檻不高，導致競爭激烈。

行業概覽

彩生活的競爭優勢

本集團專注實行標準化、集約化及自動化策略。傳統物業管理業務模式乃以物業為本，導致同一公司管理不同物業時服務質量不一致。我們的業務模式確保我們能集中控制及監管由駐場服務隊伍提供的服務，並將若干於傳統上彼等提供的服務集約化。我們專注實行自動化，以減低對人手的依賴。此外，我們旨在繼續開發社區租賃、銷售及其他服務平台，連接住戶與當地供應商。我們擁有全面的內部員工培訓系統，稱為「彩生活學院」。我們亦與專業學院設立合辦課程，開辦課程及撰寫課程材料，以培訓能於我們業務模式及文化下成長的新人才。有關更多資料，請參閱「業務—我們的競爭優勢」及「業務—我們的業務策略」各節。

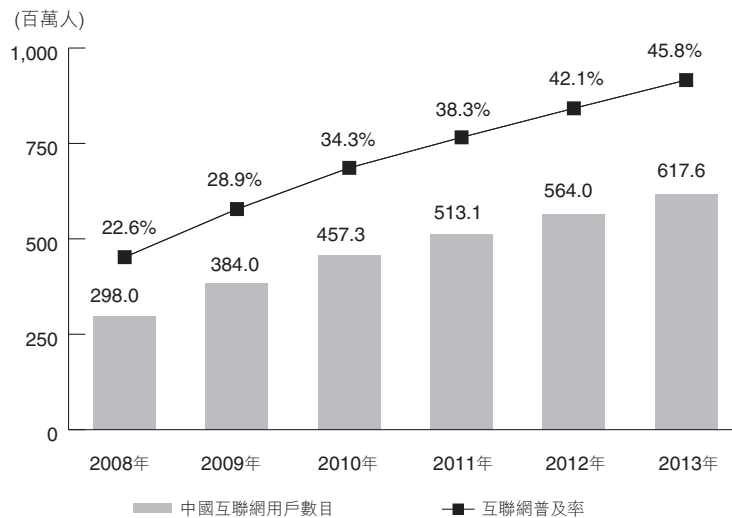
中國電子商務行業

艾瑞諮詢集團及其方法

以下數據包括我們向艾瑞諮詢集團購入使用及引述的其資料的權利，總成本約為人民幣120,000元，以及引述自公開可得來源的其他資料數據。艾瑞諮詢集團於2002年成立，並擁有超過200名專家，為專注於對電子商務等中國互聯網行業進行深入研究的組織。自其成立以來，艾瑞諮詢集團已累積研究及監察中國互聯網行業發展的豐富經驗。艾瑞諮詢集團透過其網上問卷、其與業界專家及參與者的訪問、公開資料及其研究收集數據。

中國互聯網的普及及使用

根據中國互聯網絡信息中心的資料，中國近年的互聯網普及率及互聯網用戶數目顯著增加。下圖載列2008年至2013年中國互聯網普及率及互聯網用戶數目：

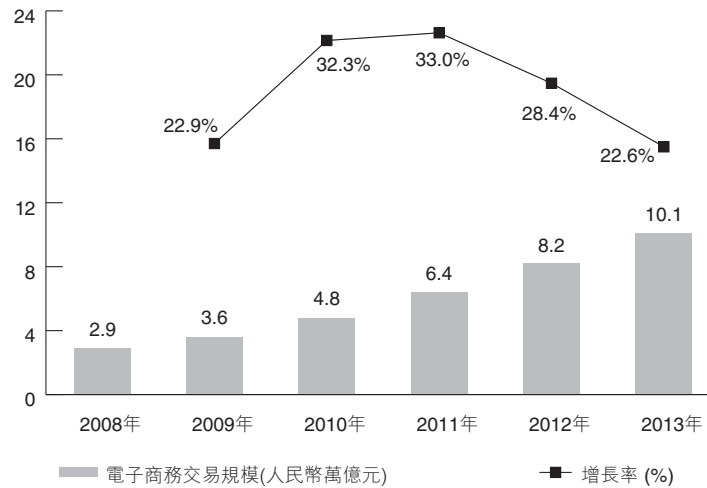


資料來源：中國互聯網絡信息中心

行業概覽

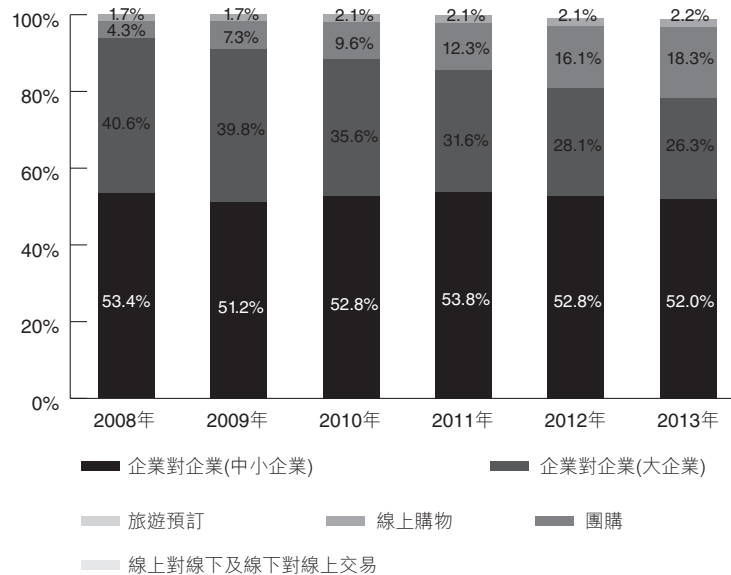
中國電子商務交易的規模及組成部分

根據艾瑞諮詢集團的資料，中國於2013年的電子商務交易價值達人民幣10.1萬億元。艾瑞諮詢集團將急劇增長的原因總結為(i)國家工業及信息化部公佈的電子商務「十二五」發展規劃的政策支持；及(ii)電子商務於中小企業間的普及程度增加。下圖載列2008年至2013年中國電子商務交易的增長：



資料來源：艾瑞諮詢集團

下圖載列2008年至2013年中國電子商務交易的不同組成部分：



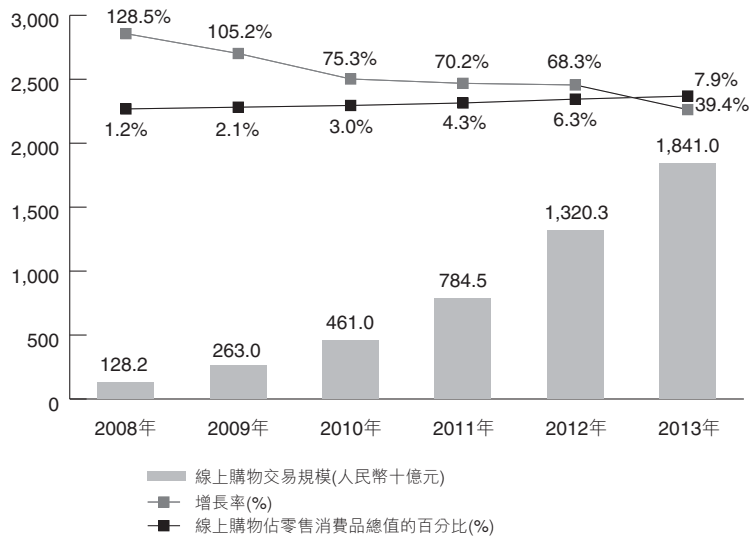
資料來源：艾瑞諮詢集團

附註：團購於2008年、2009年及2010年佔極低百分比，而於2011年則佔0.2%。自2012年起，艾瑞諮詢集團已於其研究內修訂中國電子商務交易的分類。新分類「線上對線下及線下對線上交易」指消費者透過使用互聯網及流動互聯網主要購買服務的交易。消費者可首先於線上購買服務，其後於線下享用該等服務。該等交易亦包括透過條碼及音頻付款支付的交易。於2012年及2013年，線上對線下及線下對線上交易分別佔電子商務交易的0.9%及1.2%。

行業概覽

中國線上購物的增長

根據艾瑞諮詢集團的資料，中國線上購物交易價值於2013年超過人民幣1.8萬億元，較2012年按年增長39.4%，相當於2013年零售消費品總值的7.9%。艾瑞諮詢集團認為有關升幅主要由於企業對個人的電子商務崛起，其規模較彼等以客戶對客戶模式經營的競爭對手為大，且為用戶提供更高的透明度及更安全的購物環境。下圖載列2008年至2013年中國線上購物的若干數據：

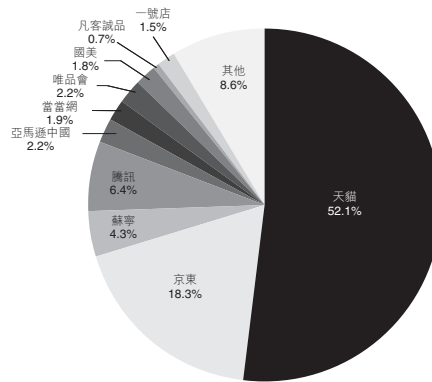


資料來源：艾瑞諮詢集團

附註：線上購物交易規模即電子商務業務商品總價值，其主要售賣採用成本加成定價法的實貨及業務，包括已完成交易中實貨及虛擬產品的商品總價值(不包括旅遊預訂)、營業(或增值)稅及未完成交易的商品總價值(基於不付款或退貨等因素)。

行業概覽

下圖載列2013年中國的領先企業對個人電子商務業務：



資料來源：艾瑞諮詢集團

附註：數據包括線上達成的銷售。

董事確認

於最後實際可行日期，經合理審慎考慮後，董事確認，自此節所載各項數據各自的日期起，市場資料並無出現可能會限制、抵觸或影響本文件所載資料的顯著或重大不利變動。