

## 行業概覽

除另有指明外，本章節所載資料來自多份政府官方刊物、其他刊物以及由我們所委託弗若斯特沙利文編製的市場研究報告。

我們相信有關資料來源恰當，且我們已合理審慎地摘錄及轉載該等資料。我們無理由相信該等資料在任何重大方面含虛假或誤導成分或遺漏任何事實致使該等資料在任何重大方面含虛假或誤導成分。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、包銷商或我們或彼等各自的任何董事、高級管理層、代表或參與[編纂]的任何其他人士並無對有關資料進行獨立核實，亦無就其準確性或完整性發表任何聲明。有關資料及統計數據可能與中國境內外所編製的其他資料及統計數據不一致。因此，閣下不應過度依賴該等資料。

### 資料來源

本集團已委聘獨立第三方弗若斯特沙利文進行中國物業管理服務行業的研究。我們同意就編製弗若斯特沙利文報告而向弗若斯特沙利文支付人民幣750,000元的費用，而董事認為該費用反映市場價格。

弗若斯特沙利文為一家於1961年在紐約成立的全球諮詢公司，並有超過40間全球辦事處及超過2,000名行業顧問、市場研究分析員、技術分析員及經濟師。弗若斯特沙利文的服務包括技術研究、獨立市場研究、經濟研究、企業最佳常規諮詢、培訓、客戶研究、競爭情報及企業策略。弗若斯特沙利文在香港及中國設有四個辦事處，可直接聯繫物業管理服務市場最博學的專家和市場參與者。

於編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文就搜集相關市場數據所採用的方法包括一級研究及二級研究。一級研究涉及與主要的行業參與者和行業專家討論行業狀況。二級研究涉及從多個來源取得的數據及刊物，包括公司報告、獨立研究報告及基於弗若斯特沙利文本身研究數據庫的數據。

於編撰及備製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文採納了以下假設：(i)中國經濟在未來十年可能保持穩定增長；及(ii)中國的社會、經濟及政治環境在預測期內很可能維持穩定。

## 行業概覽

### 中國物業管理服務市場概覽

#### 定義及劃分

廣義而言，物業管理指對房地產的營運、控制及監管。物業管理亦指對個人財產、設備、工具及[購作及用作興建、維修、維護可交付物業的實體資本資產的管理。大多數中國物業管理服務公司為各類型物業提供服務，包括住宅社區及非住宅社區，如辦公室大樓、政府大樓、購物中心、工業設施、表演場地及體育館、學校、醫院及其他。物業管理服務一般提供該等服務：(i)標準物業管理服務；(ii)交付前服務及諮詢服務；(iii)增值服務。

物業管理服務指向住宅社區(包括混合用途物業)及非住宅社區，如商業物業、娛樂場所及政府物業等提供秩序維護、維修、清潔及維護等服務。物業管理服務公司可按包幹制或佣金制方式收取管理費用。

交付前物業管理服務指在物業銷售的交付前階段向客戶及物業開發商提供的任何相關銷售協助服務。物業諮詢服務包括向物業開發商建議項目規劃、設計管理及建築管理。

增值物業管理服務包括(i)工程服務，如自動化諮詢、工程產品銷售及調查服務、維修、維護及設備升級；及(ii)社區租賃、銷售及其他服務，當中在管物業住戶及租戶透過O2O平台獲提供多元化的線上及線下服務(如公共空間租賃協助及[保潔])。

中國物業管理服務市場的歷史可追溯至1980年代初。物業管理服務市場於過去數十年經歷急速增長。《物業管理條例》已於2013年6月正式頒布，當中提供規管物業管理服務市場的法律框架。根據發改委及住房和城鄉建設部於2003年11月13日聯合頒布，並於2004年1月1日生效的《物業服務收費管理辦法》，物業管理服務公司獲准對房屋及配套的設施設備和相關場地進行維護及管理、遵守環境保護法規及其他相關標準而向業主收取費用。

#### 物業管理服務市場的市場規模

合約建築面積指經營物業管理服務合約項下總建築面積。由2012年至2017年，由物業管理服務公司的總合約建築面積由2012年的291億平方米增加至2017年的381億平方米，複合年增長率為5.5個百分點。住宅樓宇的總合約建築面積於2017年達到326億平方米，複合年增長率為4.8個百分點，而非住宅樓宇的總合約建築面積於2017年達到55億平方米，2012年至2017年的複合年增長率為10.9個百分點。

## 行業概覽

不同於合約建築面積，在管建築面積指物業業主私人擁有的獨立單位總樓面面積及公共空間的總樓面面積。由2012年至2017年，由物業管理服務公司管理的總在管建築面積由2012年的242億平方米增加至2017年的321億平方米，複合年增長率為5.8個百分點。住宅社區的總在管建築面積於2017年達到274億平方米，複合年增長率為5.1個百分點，而非住宅社區的總在管建築面積於2017年達到47億平方米，2012年至2017年的複合年增長率為10.8個百分點。

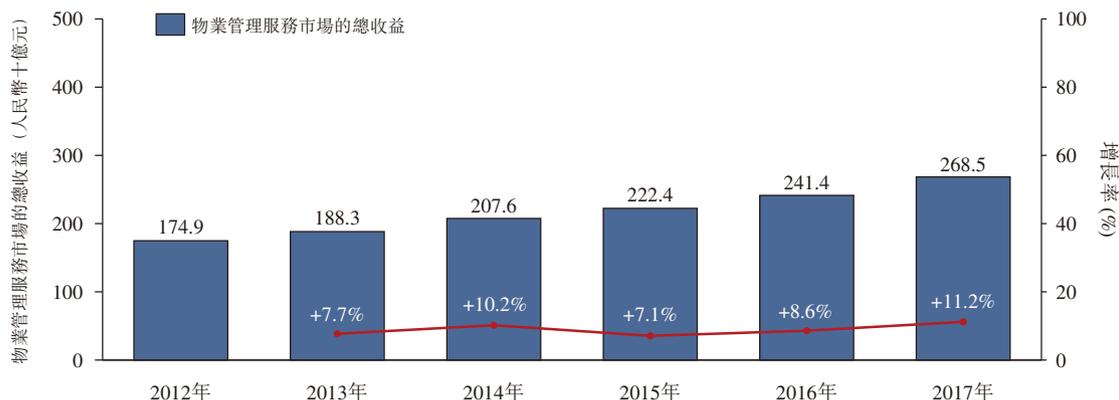
### 2012年至2017年中國物業管理服務公司的總合約建築面積及總在管建築面積



資料來源：弗若斯特沙利文分析

在急速城市化、人均可支配收入增加，加上房地產市場發展下，令物業管理服務市場近年來維持快速增長。由2012年至2017年，物業管理服務市場的總收益由人民幣1,749億元增加至人民幣2,685億元，複合年增長率為8.9個百分點。未來，物業管理服務市場預期將持續發展。

### 2012年至2017年中國物業管理服務市場的總收益



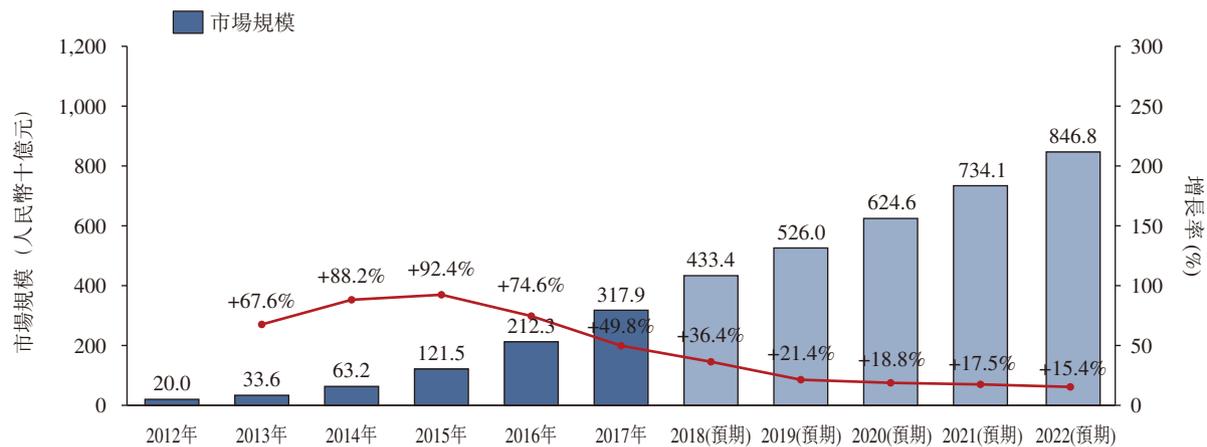
資料來源：弗若斯特沙利文分析

## 行業概覽

### 中國住宅社區O2O市場的市場規模

住宅社區O2O為將線上及線下資源結合的平台，以便捷地向住戶提供物業管理服務及產品，並實現閉路循環的資訊及資金流通。住宅社區O2O處理線下服務提供商在社區內提供交付及點對點直達服務時所遇到的問題。在互聯網行業進一步發展及住戶需求更多元化下，住宅社區O2O的市場規模近年來急速增長。2017年，中國住宅社區O2O的市場規模達到人民幣3,179億元，2012年至2017年的複合年增長率為73.8個百分點。未來，藉著「互聯網+」等政府政策的進一步推廣以及可支配收入的持續增加，住宅社區O2O市場預期將繼續增長。於2022年，住宅社區O2O市場的市場規模估計達到人民幣846.8百萬元，2017年至2022年的複合年增長率為21.6個百分點。憑藉穩定的客戶基礎及豐富的線下社區資源，物業管理服務公司可更有利於在社區內提供O2O服務以滿足業主及住戶的需要。

住宅社區O2O市場的市場規模(中國)，2012年至2022年(預期)



附註：住宅社區O2O被設計用作提供地區服務，主要包括送餐服務、雜貨交付服務、管家服務、上門美容服務及其他透過互聯網預約或購買的點對點服務，例如洗衣服務及維護服務。

資料來源：弗若斯特沙利文分析

### 中國物業管理服務市場的市場推動因素

**人均可支配收入增加及急速城市化：**人均可支配收入增長及急速城市化對中國居民的購買力及對物業管理服務的需求帶來正面影響。急速城市化加上房地產市場急速發展導致對物業管理的需求日增。因此，人均可支配收入增加及急速城市化成為物業管理服務市場的主要推動因素之一。粵港澳大灣區、長三角地區及環渤海經濟圈為

## 行業概覽

中國經濟發展最迅速的地區。粵港澳大灣區及長三角地區發展成熟、高度城市化，人均年度可支配收入亦高。於2017年，粵港澳大灣區及長三角地區的城市化比率分別為85.0個百分比及71.0個百分比，遠高於中國的城市化比率。於2017年，就人均年度可支配收入而言，粵港澳大灣區較中國人口平均值高出三倍，達到人民幣85,483.1元。

### 人口、城市化及人均可支配收入 (中國、粵港澳大灣區、長三角地區及環渤海經濟圈)，2012年至2017年

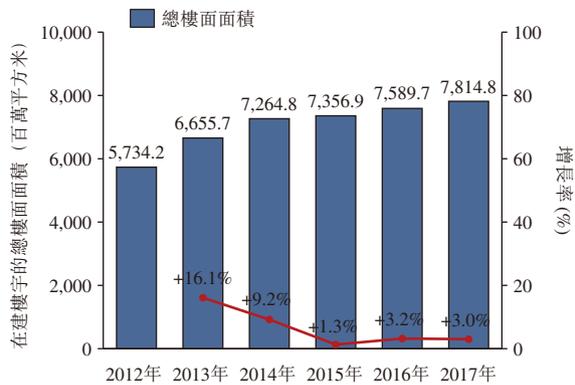
	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2012年至 2017年 複合年 增長率
<b>中國</b>							
總人口(百萬).....	1,354.0	1,360.7	1,367.8	1,374.6	1,382.7	1,390.1	0.5%
城市人口(百萬).....	711.8	731.1	749.2	771.2	793.0	813.5	2.7%
城市化比率.....	52.6%	53.7%	54.8%	56.1%	57.3%	58.5%	不適用
人均可支配收入(人民幣元).....	16,510.0	18,311.0	20,167.0	21,966.0	23,821.0	25,974.0	9.5%
<b>粵港澳大灣區</b>							
面積.....							
總人口(百萬).....	64.6	65.0	65.5	66.7	67.2	67.9	1.0%
城市人口(百萬).....	55.5	55.8	56.4	57.6	58.2	58.9	1.2%
城市化比率.....	83.8%	84.0%	84.1%	84.6%	84.8%	85.0%	不適用
人均可支配收入(人民幣元).....	58,085.4	62,160.6	66,905.9	71,780.0	78,184.9	85,483.1	8.0%
<b>長三角地區</b>							
總人口(百萬).....	157.8	158.5	158.9	159.3	160.1	160.7	0.4%
城市人口(百萬).....	105.8	107.7	109.4	110.7	112.9	114.1	1.5%
城市化比率.....	67.0%	68.0%	68.8%	69.5%	70.5%	71.0%	不適用
人均可支配收入(人民幣元).....	33,384.4	36,294.0	39,202.0	42,346.4	45,807.2	50,420.1	8.6%
<b>環渤海經濟圈</b>							
總人口(百萬).....	309.4	311.7	313.9	315.5	317.3	319.6	0.6%
城市人口(百萬).....	175.9	180.8	185.3	190.6	195.9	201.1	2.7%
城市化比率.....	56.9%	58.0%	59.0%	60.4%	61.7%	62.9%	不適用
人均可支配收入(人民幣元).....	25,285.5	27,309.5	29,675.1	31,992.4	34,321.1	36,547.8	7.6%

資料來源：中華人民共和國國家統計局、弗若斯特沙利文分析

**房地產市場進一步發展：**因急速城市化及人均可支配收入增長，中國政府已增加土地供應。因此，房地產市場近年取得進一步發展。因此，房地產市場的進一步發展帶動物業管理服務的需求。

## 行業概覽

在建樓宇的總樓面面積(中國)，  
2012年至2017年



已交易商品房的總樓面面積(中國)，  
2012年至2017年



附註： 商品房包括住宅物業、商業物業及其他物業，不包括二手物業  
資料來源：中華人民共和國國家統計局、弗若斯特沙利文分析

**政府政策的支持：**中國政府頒布一系列政策以支持物業管理服務市場的發展。國家發展及改革委員會於2014年發表《放開部分服務價格意見的通知》規定省級價格主管部門廢除保障性住房以外的住宅物業的任何價格管制或指導價政策。保障性住房、房改房、老舊住宅小區的物業服務費，則仍由各省級價格主管部門會同住房城鄉建設行政主管部門決定實行指導價。預期有利的政府政策將鼓勵物業管理服務市場持續發展。《城市房地產管理法》將房地產發展商界定為以營利為目的從事房地產業務的企業，而《物業管理資質辦法》訂明物業管理服務公司根據物業管理協議的條款，獲准就房屋、配套設施、設備以及相關場地的維修、維護及管理向物業擁有人收取費用。此外，《物權法》闡明物業擁有人可自行管理樓宇及配套設施或委聘物業管理公司或託管人，而物業擁有人可替換由發展商委聘的物業管理公司或託管人。

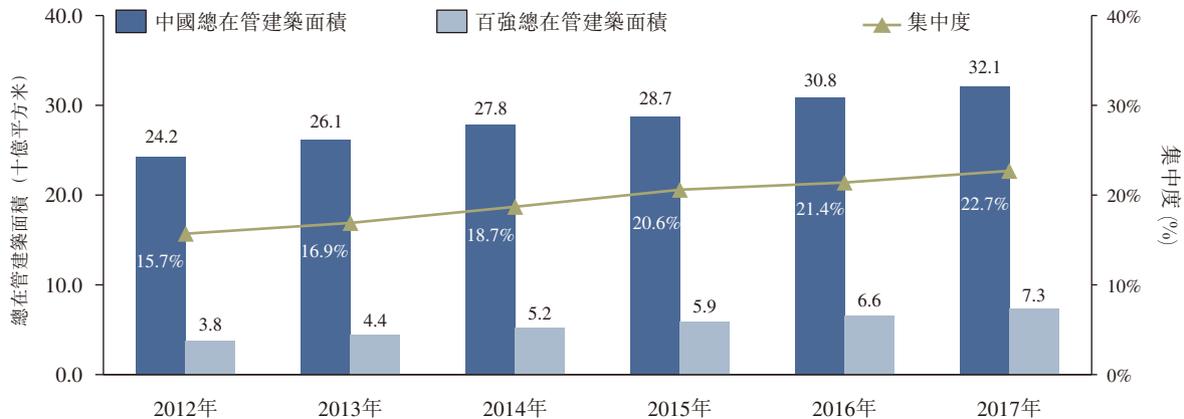
### 中國物業管理服務市場的市場趨勢

**百強集中率日益提升：**近年來，物業管理服務市場因政策變化、市場競爭及資訊科技而愈趨集中。尤其是少數領先的物業管理服務公司尋求透過收購合併提升管理標準及核心競爭力。此外，物業管理服務公司致力發展聯盟及夥伴關係以達致規模經濟，令中國物業管理市場愈趨集中。就物業管理服務公司的總在管建築面積而言，百強物

## 行業概覽

業管理服務公司合共佔中國總在管建築面積約15.7個百分比，於2012年達到38億平方米。於最近五年，隨著百強服務公司加快擴充，百強物業管理服務公司繼續趨向集中。於2017年，百強物業管理服務公司的總在管建築面積達到73億平方米，佔中國總在管建築面積22.7個百分比。

以總在管建築面積計百強物業管理服務公司的集中率(中國)，  
2012年至2017年之比較



資料來源：弗若斯特沙利文分析

**標準化及自動化有所提升：**概無統一標準規管中國物業管理服務公司所提供的服務。因此，不同公司提供的物業管理服務質素可能差異甚大。因此，愈來愈多領先的公司正致力提升物業管理服務的標準化水平。此外，擬對自動化技術作出更多投資，以改善物業管理服務的效益，如社區智能系統，包括門禁系統及停車場管理系統。該等公司預期透過加強自動化科技改善企業管理的效益及促進優質服務。

**多元化及創意服務帶來機遇：**隨著互聯網及數據科技急速發展以及對多元化物業管理服務的需求增長，物業管理服務公司正把握商機並調整其傳統業務模式以維持收益增長。此外，物業管理服務的多元化乃由資訊科技及互聯網促進。例如，住宅社區O2O平台為將線上及線下資源結合的住宅社區平台，以便捷地向客戶及物業業主提供物業管理服務，如雜貨交付服務、維護及管家服務。流動互聯網及大數據的急速發展讓物業管理服務公司可為彼等的客戶提供多種創意服務。

## 行業概覽

住宅物業管理市場因勞工及營運成本日益上漲而導致競爭愈趨激烈。因此，物業管理服務公司正將其服務擴展至更多元化的物業，如非住宅物業。非住宅物業管理服務市場的入行門檻相對較高，乃由於行內競爭對手較少，主要參與者均為具有豐富經驗及大型公司。此外，物業管理服務公司在與非住宅物業的物業業主商討物業管理費時一般較具彈性。因此，物業管理服務公司嘗試透過向更多元化的物業，如公共物業、辦公室大樓及酒店、商業綜合體、政府物業等提供服務以取得競爭優勢。

**勞工及營運成本上漲：**物業管理服務市場屬勞動密集型，涉及大量員工(如保安員、清潔工及維修技工)。近年每月最低工資持續上升。此外，公用事業費如水費、電費等於最近數年亦有所增加。勞工成本及營運成本上漲或會導致物業管理服務公司的溢利率減少，並對市場內的公司造成更多壓力。

### 競爭格局

#### 百強物業管理服務公司(中國)，2017年

排名	公司	市場份額(%)
1	公司A	2.59%
2	公司B	1.91%
3	公司C	1.21%
4	公司D	1.16%
5	公司E	1.25%
6	公司F	1.07%
7	公司G	0.76%
8	公司H	0.67%
9	公司I	0.66%
10	公司J	0.61%
11	公司K	0.47%
12	公司L	0.45%
13	公司M	0.37%
14	本集團	0.25%
.....	.....	.....
100	.....	.....
<b>百強</b>		<b>26.74%</b>

資料來源：年報、弗若斯特沙利文分析

## 行業概覽

中國的物業管理服務市場較為分散，百強的公司佔中國物業管理服務市場總收益約26.74個百分比。截至2017年，本集團以收益而言於中國的物業管理服務公司中排名14，收益達人民幣6.7億元，佔物業管理服務市場總收益約0.25個百分比。

於2017年，就住宅物業平均物業管理費每月每平方米人民幣2.27元而言，本集團高於行業平均值。

### 十大物業管理服務公司(粵港澳大灣區)，2017年

排名	公司	市場份額(%)
1	公司A	2.17%
2	公司D	1.21%
3	公司F	1.19%
4	公司G	0.69%
5	公司C	0.50%
6	公司E	0.50%
7	本集團	0.43%
8	公司J	0.39%
9	公司H	0.37%
10	公司I	0.35%
<b>十大</b>		<b>7.81%</b>

資料來源：年報、弗若斯特沙利文分析

於2017年，粵港澳大灣區的物業管理服務市場總收益達到人民幣962億元。粵港澳大灣區的物業管理服務市場頗為分散，十大公司佔粵港澳大灣區物業管理服務市場的總收益約7.81個百分比。於2017年，本集團以收益計於粵港澳大灣區的物業管理服務公司中名列第七位，佔粵港澳大灣區物業管理服務市場的總收益約0.43個百分比。於2017年，本集團業為八家大型表演場地及體育館提供物業管理服務，佔粵港澳大灣區大型表演場地及體育館總數約3.2%。

## 行業概覽

### 中國入行門檻

**品牌聲譽：**品牌聲譽對物業管理服務公司而言為一重要因素。相較於知名度較低的服務提供者，大部分客戶偏好知名度較高的物業管理服務公司。良好的聲譽乃憑藉多年優良管理及培養而得來，因此新參與者或未能輕易追上發展成熟的品牌。

**客戶關係：**客戶關係為影響物業管理服務公司業務的決定性因素之一。尤其是與部分高水準且對優質物業管理服務有需求的客戶(如醫院及政府機構)之間的合作乃建基於良好的客戶關係。因此，市場中的新入行業者在建立具價值的連繫及達至良好客戶關係時或會遇到困難。

**物業服務企業的資格：**於2018年3月，中國政府廢除了《物業服務企業資質管理辦法》，導致進入物業管理服務市場的門檻有所下降。然而，客戶仍可考慮該資質，因物業管理服務市場的新參與者或未能即時取得該資質。

**豐富的行業經驗：**粵港澳大灣區的物業管理服務市場享有全國領先的地位，其涉及為數不少的優秀物業管理服務公司。因此，客戶偏好饒富經驗且有良好口碑聲譽的當地物業管理服務公司。大灣區的新入行業者在與該等富有經驗的物業管理服務公司競爭時或會遇上重大困難。