

行業概覽

除非另有說明，本節所載的資料乃摘自各種政府及官方刊物、其他刊物及我們委託中指院編製的市場研究報告。

我們相信有關資料來源適當，在摘取及轉載有關資料時已採取合理措施及審慎行事。我們並無理由相信有關資料在任何重大方面屬虛假或有誤導性，或遺漏了任何事實，令該等資料在任何重大方面屬虛假或有誤導性。我們、獨家保薦人、[編纂]、包銷商或我們或其各自的任何董事、高級管理層、代表或參與[編纂]的任何其他人士概無獨立核實有關資料，亦未就其準確性及完整性作出任何聲明。相關資料及統計數字可能與在中國境內或境外編纂的其他資料及統計數字不符。因此，不可過度倚賴該等資料。

資料來源

我們已委託獨立第三方中指院對中國的物業管理服務行業進行研究。我們同意向中指院支付中指院報告編製費用人民幣0.8百萬元，我們董事認為該費用反映了市場費率。

中指院是領先的獨立物業研究機構，在全國的75個城市設有辦事處。目前，中指院擁有逾600名經驗豐富的研究分析人員，涵蓋了中國600多個城市的物業交易實時數據。中指院已根據其自研數據庫、CREIS中指數據（「CREIS中指數據」）、fdc.fang.com的數據庫及各種政府刊物編製行業報告。該等數據庫及政府刊物於中國物業市場中獲廣泛使用及倚賴。在編製行業報告及地區排名資料時，中指院已依賴以下假設：(i)統計局所有已發佈的數據屬準確；(ii)從相關地方住房管理局獲取的與住宅銷售交易有關的資料屬準確；及(iii)如有關訂閱的數據從知名公眾機構獲得，中指院已依賴該等機構的專業知識。

我們董事確認，就我們所深知，有關市場資料自中指院報告日期起及直至最後實際可行日期概無發生任何不利變動，從而可能使本節所披露的資料有所保留、與該等資料相矛盾或對該等資料造成影響。

中國的物業管理服務行業概覽

物業管理服務行業的背景介紹

物業管理服務行業的歷史發展：中國物業管理服務市場的歷史可追溯至上世紀八十年代初。物業管理服務市場在過去幾十年間蓬勃發展。《物業管理條例》於2003年6月正式頒

行業概覽

佈，已就規範物業管理服務市場的法律框架作出規定。《物權法》於2007年3月正式頒佈，從國家層面對物業管理服務行業進行規範作出了進一步規定。根據國家發改委與住房和城鄉建設部於2003年11月13日聯合頒佈及於2004年1月1日生效的《物業服務收費管理辦法》，允許物業管理公司向業主收取有關物業及配套設施維護管理及遵守價格管理條例與其他相關標準所產生的費用。

物業管理服務的收入來源：物業管理服務的收入指物業管理服務提供商透過其物業管理服務及其他業務活動所產生的全部收入，包括物業管理費及其他服務費，其中物業管理費是大多數物業管理服務提供商的主要收入來源。

物業管理費指物業管理服務提供商在其物業管理活動期間向業主及／或使用人提供維修、管理服務及其他基本物業管理服務所產生的直接收入，其包括物業管理及物業重大維護的費用。

其他服務費指其他物業活動(如除傳統的物業管理服務以外的增值服務)產生的間接收入。該間接收入主要源自社區服務、諮詢服務及其他業務。具體而言，社區服務費包括社區電子商務服務、社區物業代理服務、社區家政服務、老年人社區護理服務及其他社區服務的服務費。

物業管理服務提供商的收入模式：物業管理服務費可按包幹制或酬金制收取。包幹制指要求業主承擔固定物業管理開支及要求物業管理服務提供商享受盈利或承擔虧損的一種收入模式。酬金制指物業管理服務提供商可以提前按約定的比例或金額從物業管理收入中收取服務費，餘下部分完全用於物業管理服務合約規定的項目，且業主應享受有關盈利或承擔有關虧損。此外，社區空間服務提供額外收入來源。社區空間服務可充分利用在管物業的公共空間及可能包括維護、託管、老年人護理、門房服務以及就於社區空間的戰略及廣告投放向廣告公司提供諮詢服務。

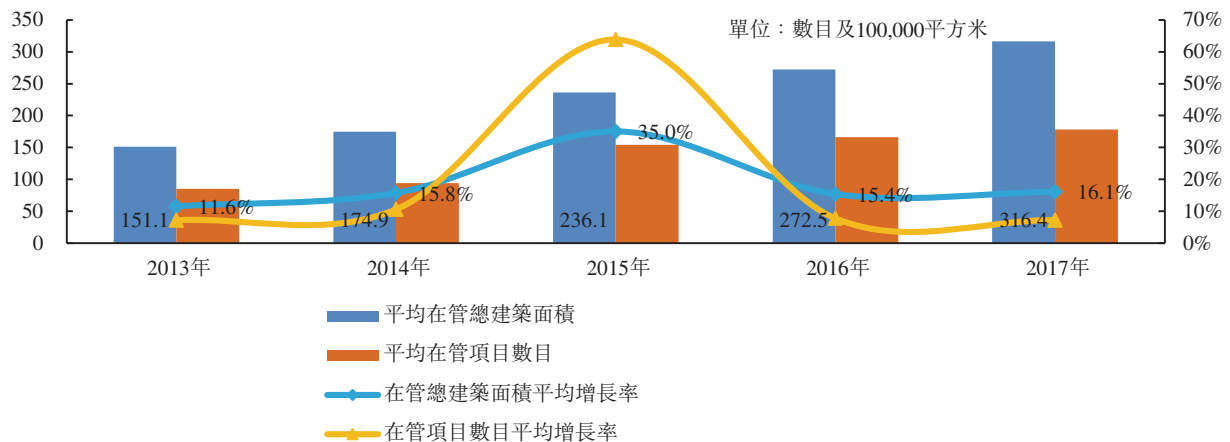
物業管理服務行業的市場趨勢

物業管理服務的建築面積與集中度均增加：根據中指院的資料，由於部分公司開始透過整合提升管理標準及核心競爭力並擴張其服務平台，以便實現協同效應及規模經濟效應，

行業概覽

因此，物業管理服務市場的集中度日益提升。物業管理服務行業的在管總建築面積預期由2017年的246億平方米增至2020年的296億平方米，複合年增長率為6.4%。物業服務百強企業的在管總建築面積合共自2013年的15億平方米增加至2017年的63億平方米。此外，於2017年物業服務百強企業的平均在管總建築面積達到31.6百萬平方米，2013年至2017年的複合年增長率為20.3%。物業服務百強企業的平均在管項目數目自2013年的85個增加至2017年的178個，複合年增長率為20.3%。物業服務百強企業按在管總建築面積計算的市場份額自2013年的約16.3%增加至2017年的32.4%，意味著物業管理服務行業的集中度有所提升。下表載列自2013年至2017年物業服務百強企業業務規模的趨勢。

2013年至2017年物業服務百強企業業務規模的趨勢

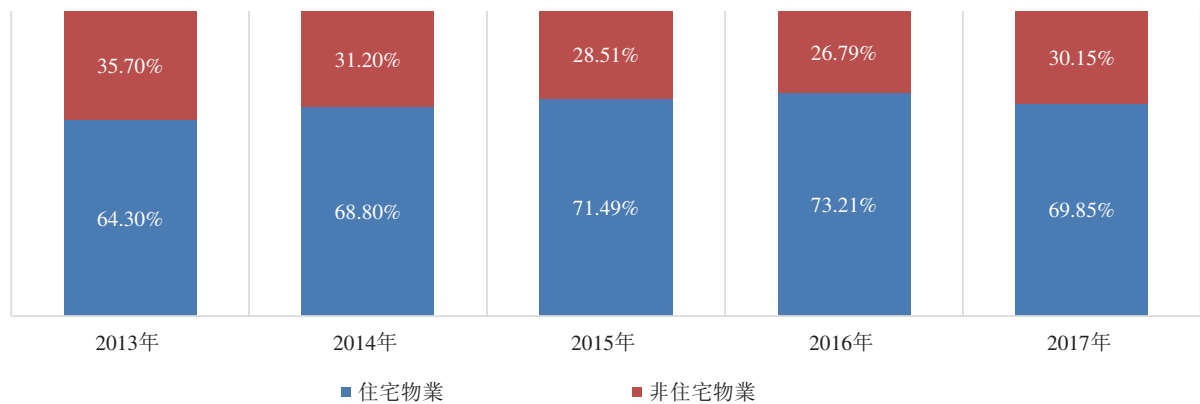


資料來源：中指院

非住宅物業類型多元化，專注於住宅物業：中國的物業管理服務公司已多元化其在管非住宅物業類型，但大多數在管物業仍為住宅物業。2017年，物業服務百強企業的在管住宅物業建築面積佔其在管總建築面積的69.9%。自2013年至2017年，物業服務百強企業的在管非住宅物業建築面積(包括商業物業、寫字樓、公眾物業、工業園、學校、醫院及其他類型物業)佔其在管總建築面積的35.7%至30.2%。就非住宅範疇之物業類型多元化而言，自商業物業及寫字樓的初級管理多元化至包括公眾物業、工業園、學校及醫院。下表載列2013年至2017年物業服務百強企業在管物業類型(按在管建築面積劃分)。

行業概覽

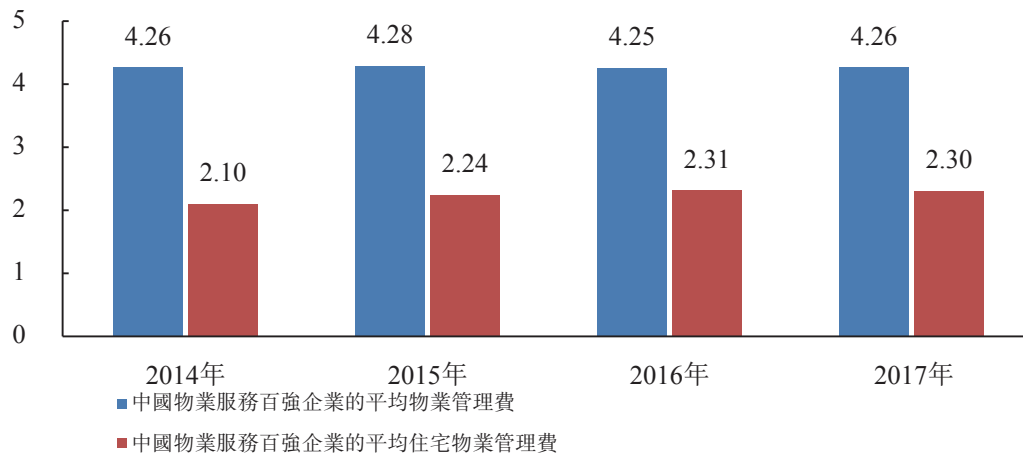
2013年至2017年物業服務百強企業在管物業類型(按在管總建築面積劃分)



資料來源：中指院

物業管理費均值上升：根據中指院的資料，物業服務百強企業的住宅物業管理費均值繼續增加。自2014年至2017年，物業服務百強企業的物業管理費均值保持相對平穩。根據此趨勢及上述物業管理服務行業自2017年至2020年的在管總建築面積預期複合年增長率6.4%，預期物業管理服務的市場規模預期自2017年至2020年按複合年增長率6.4%增長。於2017年，所有物業的物業管理費達每月每平方米人民幣4.26元，據此，物業管理服務的市場規模預期將於2020年達人民幣1.5萬億元。於2017年，住宅物業的服務費為每月每平方米人民幣2.30元。下表載列2014年至2017年物業服務百強企業的平均物業管理費及平均住宅物業管理費。

2014年至2017年物業服務百強企業平均物業管理費及平均住宅物業管理費



資料來源：中指院

行業概覽

有所提升的標準化及多樣化的服務：由於物業管理服務缺乏統一的標準，物業管理服務的質量存在顯著的差異。因此，越來越多的領先公司正對資訊科技作出投資（比如移動互聯及大數據）以使物業管理服務標準化並提升其效率。有關公司亦正利用互聯網+策略，據此有關公司利用社交媒體、移動應用程序及其他技術工具提升彼等的業務合作、實現有效的整合及社區資源的分配以及擴大社區增值服務或使之多樣化，比如家政、社區老年人護理、諮詢服務等。

中國物業管理服務市場的市場推動因素

快速的城鎮化進程及日益增長的人均可支配收入：快速發展的城鎮化及人均可支配收入增加對中國業主及住戶的購買力以及房地產市場的發展產生積極影響，將致使物業管理需求增加。因此，人均可支配收入增加及城鎮化進程加速已成為物業管理服務市場的主要推動因素之一。自1996年至2017年，中國城鎮化率由30.5%上升至58.5%，每年新增城鎮人口達約22.1百萬。長江三角洲、浙江省及杭州是中國最具經濟活力的地區，該等地區發展成熟，城鎮化水平及城市人均可支配年收入較高。2017年，長江三角洲、浙江省及杭州的城鎮化率分別為71.4%、68.0%及76.8%，遠高於中國的城鎮化率。2017年，長江三角洲、浙江省及杭州的城市人均可支配年收入均約為全國平均水平的1.4倍，分別達到人民幣49,689元、人民幣51,261元及人民幣56,276元。下表載列2013年至2017年中國、長江三角洲、浙江省及杭州的人口、城市化率及城市人均可支配收入。

行業概覽

2013年至2017年中國、長江三角洲、 浙江省及杭州的人口、城市化率及城市人均可支配收入

	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
中國					
總人口(百萬)	1,360.7	1,367.8	1,374.6	1,382.7	1,390.1
城鎮人口(百萬)	731.1	749.2	771.2	793.0	813.5
城鎮化率	53.7%	54.8%	56.1%	57.4%	58.5%
城市人均可支配年收入(人民幣元)	26,467	28,843	31,194	33,616	36,396
長江三角洲					
總人口(百萬)	158.5	159.0	159.3	160.1	161.1
城鎮人口(百萬)	107.7	109.4	110.7	112.9	115.0
城鎮化率	68.0%	68.8%	69.5%	70.5%	71.4%
城市人均可支配年收入(人民幣元)	35,844	38,978	42,346	45,800	49,689
浙江省					
總人口(百萬)	55.0	55.1	55.4	55.9	56.6
城鎮人口(百萬)	35.2	35.8	36.5	37.5	38.5
城鎮化率	64.0%	64.9%	65.8%	67.0%	68.0%
城市人均可支配年收入(人民幣元)	37,080	40,393	43,714	47,237	51,261
杭州					
總人口(百萬)	8.8	8.9	9.0	9.2	9.5
城鎮人口(百萬)	6.6	6.7	6.8	7.0	7.3
城鎮化率	74.9%	75.1%	75.3%	76.2%	76.8%
城市人均可支配年收入(人民幣元)	39,310	44,632	48,316	52,185	56,276

來源：中國國家統計局；中指院

房地產市場的持續發展：隨著城鎮化的持續推進、城鎮居民人均可支配收入不斷增長，房地產市場發展潛力日益提升。因此，房地產市場的進一步發展推動現有物業的物業管理服務需求。根據中指院的資料，物業管理公司從其關聯物業開發商取得物業管理服務合同在中國較為常見。根據中國國家統計局數據，中國商品房銷售合同管理面積由2013年的13億平方米增至2017年的17億平方米，複合年增長率為6.9%。中國商品房新開工建築面積於2017年達到18億平方米，而中國商品房竣工建築面積於2017年達到10億平方米。下表載列2013年至2017年中國房地產市場的整體資料，其顯示中國房地產市場呈增長勢頭。

2013年至2017年中國房地產市場整體資料

	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
商品房銷售合同管理面積(百萬平方米)	1,305.5	1,206.5	1,284.9	1,573.5	1,694.1
商品房新開工建築面積(百萬平方米)	2,012.1	1,795.9	1,544.5	1,669.3	1,786.5
商品房竣工建築面積(百萬平方米)	1,014.3	1,074.6	1,000.4	1,061.3	1,014.9

附註：

- (1) 商品房包括住宅物業、商業物業及其他物業，不包括二手房。

資料來源：中國國家統計局、CREIS中指數據

行業概覽

有利的政府政策支持：中國政府頒佈了一系列政策支持物業管理服務市場發展。2014年，國家發展和改革委員會發佈了《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政策。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》將房地產開發商定義為以盈利為目的，從事房地產開發及銷售之企業。2018年3月，住房和城鄉建設部廢止了《物業服務企業資質管理辦法》，結束對物業管理公司的資質規定。相反，全國物業服務標準化技術委員會率先設立物業管理服務行業國家標準。於2015年11月，國務院發佈《關於加快發展生活性服務業促進消費結構升級的指導意見》，提議向標準化生活服務行業邁進。《政府工作報告》聲明中國政府支持(其中包括)老年人護理、健康及教育(均屬物業管理服務的關鍵性領域)。此外，中國政府已採納「互聯網+」行動計劃，將改善服務質量及促進產業創新。

競爭格局

物業管理服務市場仍為一個競爭激烈高度分散的行業，於2017年，物業服務百強企業佔中國物業管理服務市場在管總建築面積的約32.4%。根據中指院的資料，於2018年，就綜合實力而言，我們在中國物業管理公司中排名第32位。於2018年的品牌價值為人民幣18.86億元，我們獲中指院評為「2018中國物業服務專業化運營領先品牌企業」。我們的在管建築面積由截至2015年12月31日的5.5百萬平方米增至截至2018年8月31日的10.8百萬平方米。在快速發展的過程中，我們始終保持良好的服務質量。根據中指院的資料，從杭州的客戶滿意度來看，我們自2013年至2016年連續排名第一位，而於2017年，我們排名第二。根據中指院的資料，從客戶忠誠度來看，我們於2017年在杭州排名第二。

當前，我們的主要市場佈局位於長江三角洲，主要位於浙江省。就於浙江省的市場佈局而言，杭州為衢州、金華、紹興及嘉興輻射範圍的市場中心。尤其是，我們於高端市場取得市場地位。

行業概覽

2017年長江三角洲高端物業市場排名資料(以市場規模計)

排名	名稱	在管建築面積 (百萬平方米)
1	公司A	超過 31.0
2	公司B	超過 26.0
3	公司C	超過 13.0
4	公司D	超過 13.0
5-9	*****	超過 5.5
10	本公司	5.0

資料來源：中指院

2017年浙江省高端物業市場排名資料(以市場規模計)

排名	名稱	在管建築面積 (百萬平方米)
1	公司A	超過 20.0
2	公司B	超過 8.0
3	公司C	超過 7.5
4	公司D	超過 6.0
5	本公司	5.0
6-10	*****	超過 1.4

資料來源：中指院

2017年杭州高端物業市場排名資料(以市場規模計)

排名	名稱	在管建築面積 (百萬平方米)
1	公司A	超過 6.6
2	本公司	4.0
3	公司B	超過 3.8
4	公司C	超過 3.3
5	公司D	超過 3.0
6-10	*****	超過 0.6

資料來源：中指院

行業概覽

中國的准入壁壘

雖然物業管理服務市場的准入門檻相對較低，但由於人們對「良好的居住條件」提出更高要求，故仍然存在若干准入門檻。這些准入門檻(將在下文詳細闡述)包括品牌價值、管理質量、對技術的資本要求及人才。

品牌價值：隨著家庭開支增加、物業管理服務行業的服務標準整體提高及預期物業管理服務會更好，物業管理服務行業的競爭有所加劇。由於競爭加劇，品牌聲譽已成為物業管理公司(特別是高端物業管理服務市場)的重要資產。物業管理公司通過提供優質物業管理服務實現品牌價值及形成了良好的口碑。市場現有品牌的更大品牌影響力和更深入的品牌滲透，以及客戶對優質服務的更高預期均將導致品牌價值形成更高的准入門檻。

管理質量：隨著物業管理服務更加專業及標準化，行業競爭加劇，經驗豐富、有能力及穩定的管理團隊成為重要要求。為在市場上獲得競爭優勢，物業管理服務提供商必須具備較高的物業管理標準及使用專門的管理系統，如信息技術系統及財務管理系統，以更好地管理大型及高端項目或業務及產業園項目。這需要一定水平的管理標準，這對於較小的物業管理服務提供商而言難以實現，因此令其處於劣勢。

資本要求：隨著物業管理服務行業的業務規模擴大，自動化及智能科技變得普及。大部分優秀的物業管理提供商正在以智能管理系統及設備取代人力處理密集型體力工作，建立物業信息管理系統，並使得智慧社區理念大眾化。管理效率的提高、對技術的更加依賴及向資本密集型行業的轉變，對物業管理服務行業進一步提高了資本要求方面的准入門檻。

人才：物業管理服務行業屬於勞動密集型行業。因此，人才招聘為物業管理服務行業的核心競爭要素之一。具備中高級管理人員、專業人士及技術人員、適量的長期而穩定的人才，以及充足的人力資源是物業管理公司的重要成功因素。再者，隨著物業管理服務行業的大數據及網絡大量使用，物業管理公司一直在發展創新的業務模式及非傳統增值服務。因此，專業人員及技術人員在物業管理服務行業中扮演著日益重要的角色。

行業概覽

物業管理服務行業面臨的潛在威脅及挑戰

物業管理服務行業的進入門檻相對較低，使得進入市場的競爭更激烈。此外，行業內中、大型公司正通過擴大規模及差異化服務在市場份額方面展開激烈競爭。

自2017年底以來，若干大型中國互聯網公司已進入社區服務及高品質生活行業，與物業管理服務行業展開競爭。其他互聯網公司及垂直整合公司亦正進入社區服務行業，尋求獲取市場份額。

隨著基本工資的提高，物業管理服務行業的人工成本亦有所增加。因此，物業管理公司的盈利能力或會受到不利影響。

有關經營長期酒店式公寓及產業園的行業資料

長期酒店式公寓：自2017年以來，中國政府一直採用政策發展長期酒店式公寓市場。例如，為支持租賃公寓的建設，政府增加（尤其是一線城市）租賃用土地的供應及降低徵地成本。由於有關政策對長期酒店式公寓有利，國內長期酒店式公寓市場蓬勃發展。中國的租賃市場規模龐大，且主要受到流動人口（包括尋求租賃公寓的180百萬人（含高校畢業生居民））的需求的帶動。根據中指院的資料，到2020年，中國流動人口預計增加至242百萬。根據中指院的資料，2017年中國的租賃市場規模為人民幣1.38萬億元。尤其是，長江三角洲的城市人均可支配年收入一直相對較高，因此對公寓的租賃需求暢旺。於2017年，上海、蘇州、寧波、杭州及南京等長江三角洲主要城市的總租賃市場規模超過人民幣4,500億元。

長期酒店式公寓公司可根據其行業背景分為五類：房地產公司、代理商、酒店、企業家及物業管理公司。物業管理公司從其他競爭對手中脫穎而出的原因在於其並不依賴租賃差價賺取利潤。相反，物業管理公司更多地專注於實現更高檔裝修、標準化服務流程及增加品牌溢價。雖然長期酒店式公寓市場的市場參與者眾多，但該市場仍然非常分散。長期酒店式公寓市場的未來機遇將集中在一、二線城市，導致了競爭加劇。

產業園：產業園的發展推動了中國的經濟增長。截至2017年，中國共有483個國家級開發區、近1,000個省級開發區及150億平方米的規劃建設區。截至2017年這些開發區共創造了約人民幣15萬億元，約佔中國國內生產總值的25%。

行業概覽

近年來，產業園物業管理服務已成為產業園經濟及產業園服務鏈的重要部分。特別是，產業園物業管理服務已更為全面，包括對智慧大樓、能源中心及節能大樓的管理等服務。再者，產業園物業管理服務促進了產業園投資環境、工業發展及服務園區經濟的改善。

除傳統物業管理服務項目外，產業園物業管理服務亦包括其他服務，如資產管理、設施管理、環境管理及產業園事務及能源管理。因此，產業園物業管理服務需要較高水平的精英化及專業化，從而將使得住宅物業普遍溢價。

工業園物業管理服務市場已經歷過強勁增長，符合整體物業管理服務市場的發展趨勢。自2014年至2017年，工業園的在管建築面積佔總在管面積逾4.0%。預計工業園在管建築面積將於2020年之前超過12億平方米，市場規模超過人民幣500億元。