

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、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、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

我們已委託獨立市場研究及諮詢公司弗若斯特沙利文就中國商業經營及物業管理服務市場進行分析及編製報告。弗若斯特沙利文為一家獨立的全球諮詢公司，於1961年在紐約成立。弗若斯特沙利文提供行業研究及市場策略，並提供成長性諮詢及公司培訓。其於中國涉足的行業包括化工產品、物料及食品、商業航空、消費產品、環境及建造技術、保健、工業自動化及電子、工業及機械以及技術、媒體及電訊。我們就編製弗若斯特沙利文報告同意向弗若斯特沙利文支付費用總額人民幣600,000元。

弗若斯特沙利文報告

本公司已將弗若斯特沙利文報告的若干資料載入本文件，原因為董事相信有關資料有助潛在投資者瞭解相關市場。弗若斯特沙利文報告的市場研究過程透過仔細一手研究進行，當中涉及與業內龍頭公司及行業專家對商業經營及物業管理服務市場狀況的討論。二手研究涉及審閱公司報告、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。

弗若斯特沙利文報告所載分析及預測乃基於編製有關報告時的以下主要假設：(i) 於未來十年中國經濟可能維持穩定增長；(ii) 於預測期間中國的社會、經濟及政治環境很可能維持穩定；及(iii) 商業經營服務市場將受城鎮化加速、人均可支配收入持續增長、政府對消費及服務產業的支援、商業物業投資持續增長等市場驅動因素所推動。

中國宏觀經濟概覽

名義GDP

根據中國國家統計局的資料，受益於一系列刺激經濟措施，包括十大重點產業振興規劃以及「一帶一路」，中國名義國內生產總值(GDP)錄得相對強勁的增長，複合年增長率為8.7%，自2013年的人民幣59.3萬億元增加至2018年的人民幣90.0萬億元。根據國際貨幣基金組織(IMF)，預期中國名義GDP持續增長，自2018年至2023年的複合年增長率為8.2%，並將於2023年輕微上升至人民幣133.5萬億元。

行業概覽

商業用房銷售收入總額

與不斷增長的中國房地產業以及商業用房開發成本相符，中國商業用房銷售收入總額由2013年人民幣8,280億元至2018年人民幣13,349億元，複合年增長率為10.0%。自2018年至2023年，預期中國商業用房銷售收入總額維持穩定增長，並於2023年末前達人民幣19,564億元，同期複合年增長率為7.9%。

中國的商業經營服務市場

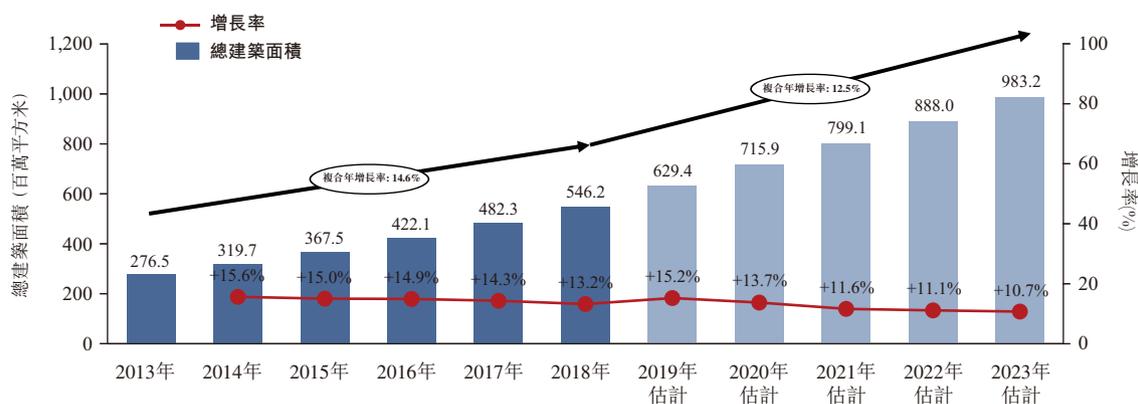
釋義及介紹

商業經營服務是指為商業物業提供從設計與施工到交接與營運的全方位諮詢與營運服務，以實現較高的租金以及出租率、決定合適的租戶組合及創造獨特的生活體驗，以吸引客戶。商業物業指不同零售場所，主要包括大型多業態發展項目的封閉式及開放式商場及開放式購物街。

在開業前的準備階段，商業運營服務公司向物業開發商或物業業主提供的服務主要包括(i)市場研究及定位服務，例如進行市場研究及分析以就商業物業的設計及建築提供建議；(ii)物色及招攬租戶服務，其涉及為該等商業物業物色及招攬租戶以及協調簽署租賃協議；及(iii)為零售商業物業的預期開幕提供籌備服務，包括監督工程計劃的設計及執行以及管理租戶進入。於零售商業物業的運營階段，向物業業主或租戶提供的服務一般涉及：(i)向租戶提供零售商業物業管理服務，包括安保、清潔、維修及維護及租戶輔導服務；(ii)向物業業主提供租戶管理及收租服務，涉及向租戶提供有關運營方面的支援及指導、處理租戶查詢及投訴、處理租金支付並確保租戶按時交租；及(iii)向業主提供其他增值服務，包括交付前籌備及垃圾處理、廣告位及公共區域及停車場管理服務。商業運營供應商亦向位處購物街及商場的單位提供物業租賃服務。

商業經營服務市場的市場規模

2013年至2023年預期商業經營
服務供應商的總在管建築面積(中國)



資料來源：弗若斯特沙利文的分析

行業概覽

自2013年至2018年，商業經營服務供應商的總在管建築面積由2013年的276.5百萬平方米增加至2018年的546.2百萬平方米，複合年增長率為14.6%。預期日後由商業經營服務供應商管理的總建築面積將持續增長，於2023年達983.2百萬平方米，自2018年至2023年的複合年增長率為12.5%。

市場驅動因素

城鎮化加速以及人均可支配收入持續增長：自2013年至2018年期間，中國城鎮化比率由53.7%增加至59.6%。與此同時，人均年度可支配收入錄得增長，由人民幣26,467元增至人民幣39,251元，複合年增長率為8.2%。城鎮化加速及人均年度可支配收入持續增長導致商業物業投資增長穩定，刺激商業運營服務的需求，並促進中國商業經營服務市場發展。

2013年至2018年人口、城市化及 人均可支配收入(中國及長三角地區)

	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2018年 至2023年 估計 複合年 增長率
中國							
總人口(百萬)	1,360.7	1,367.8	1,374.6	1,382.7	1,390.1	1,395.4	0.2%
城市人口(百萬)	731.1	749.2	771.2	793.0	813.5	831.4	2.6%
城市化比率	53.7%	54.8%	56.1%	57.4%	58.5%	59.6%	2.4%
人均年度可支配收入 (人民幣元)	26,467	28,844	31,195	33,616	36,396	39,251	8.1%
長三角地區							
總人口(百萬)	158.5	158.9	159.3	160.1	161.0	162.1	0.6%
城市人口(百萬)	107.7	109.4	110.7	112.9	114.9	117.3	2.1%
城市化比率	67.9%	68.8%	69.5%	70.5%	71.4%	72.4%	1.4%
人均年度可支配收入 (人民幣元)	36,050	39,202	42,346	45,807	49,683	53,885	8.2%

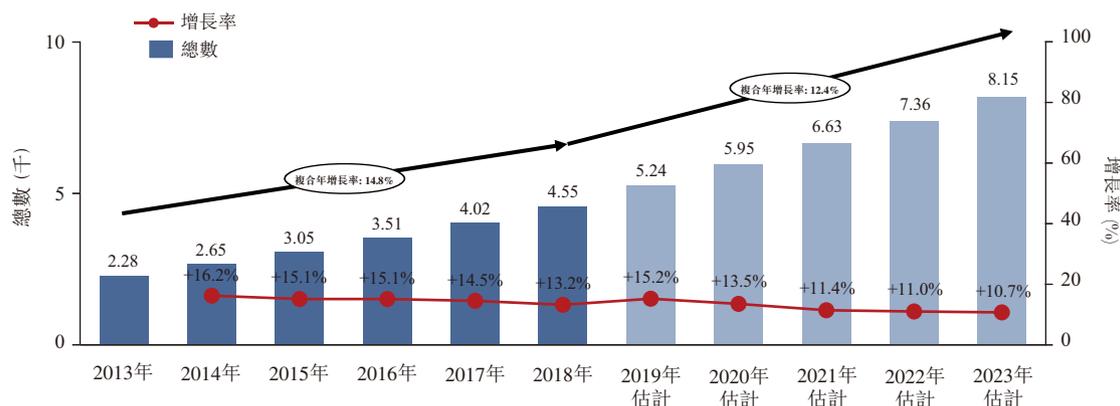
資料來源：中國國家統計局；弗若斯特沙利文分析

政府扶持消費及服務業：根據2015年頒佈的「十三五規劃」等一系列政策及規定，中國政府建議促進消費及服務業，致力優化經濟架構，由傳統依賴投資及出口，轉變為以消費及服務為主導的增長模式。在政策及規定的大力支持下，消費及服務業的發展將刺激對專業商業經營服務的需求，並加快發展中國商業經營服務市場。

商業物業投資持續增長：中國商業物業投資於近年來急劇增長，而在建及竣工商業物業的總建築面積維持穩定增長，使商業經營服務市場的消費潛力良好，發展前景廣闊。此外，城鎮化加快以及消費水平提升，對購物中心的需求持續提升。2013年至2018年，購物中心的總數由約2,280個增至約4,550個，複合年增長率為14.8%。未來，中國的購物中心總數預期持續上升至約8,150個，2018年至2023年複合年增長率為12.4%。

行業概覽

購物中心總數(中國)，2013年至2023年估算



資料來源：弗若斯特沙利文分析

未來機遇及挑戰

市場集中度不斷增加：自2012年起，中國商業物業數目大幅增加，導致商業經營服務市場競爭激烈。於商業經營服務供應商中，物業開發商的附屬營運商將逐步佔據市場，導致市場集中度越來越高。知名商業物業的持續擴張將有利於物業開發商的附屬商業經營服務供應商的發展，彼等熟知策略、經營模式及相關專業知識。此外，相對小型物業開發商偏好營運知名品牌下的商業物業，以擁有更高訪客量、出租率及收取更高租金，故彼等偏好聘用附屬商業經營服務供應商。

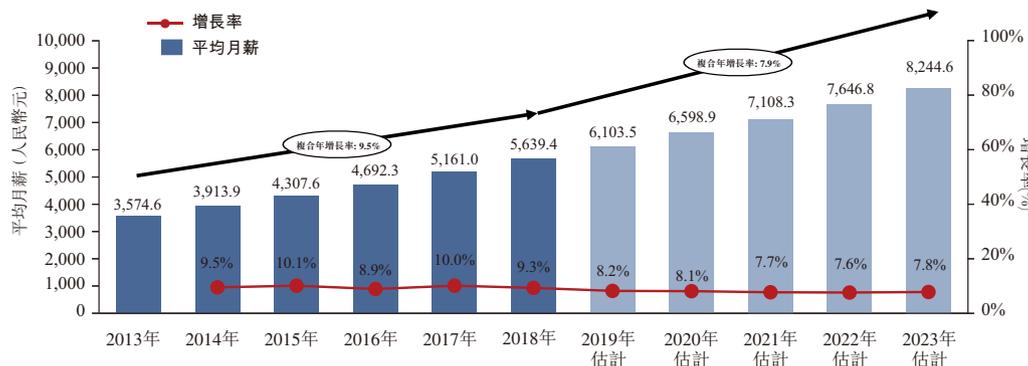
輕資產模式及策略的普遍性：輕資產模式及策略能夠減輕商業經營服務供應商於持有及收購資產時的財務負擔，提高營運效率，並隨著中國商業經營服務市場的發展於日後將更加普及。商業經營服務供應商透過外包部分服務(例如清潔、園藝及維護)，運用輕資產模式及策略，優化資源分配及提供合理服務組合，此將為商業經營服務供應商帶來更高的利潤率，並有助於市場向外擴張。

不同服務類型：由於中國商業經營服務市場發展蓬勃，商業經營服務供應商的競爭愈演愈烈。為維持市場競爭力，商業經營服務供應商將提供更多元服務，提升服務質量及投入人力儲備，確保營運效率並搶佔更多市場份額。同時，商業經營服務供應商致力結合彼等的服務與線上平台及移動應用程式，豐富付費會員制、會員積分、禮品卡及租借移動電源等增值服務，為顧客提供舒適的購物體驗。

勞工及營運成本：商業經營服務市場為勞動密集型市場，涉及大量工人(例如保安員、清潔工及維修技工)。最低月薪於近年來持續攀升，導致商業經營服務供應商的勞工成本不斷增加。於2013年至2018年，商業經營服務市場工人的平均月薪由人民幣3,574.6元增加至人民幣5,639.4元，複合年增長率為9.5%。於2023年，工人的平均月薪預期將達人民幣8,244.6元，2018年至2023年的複合年增長率為7.9%。此外，能耗開支如電費、水費等於最近數年亦有所增加。因此，勞工成本及營運成本上漲或會導致商業經營服務供應商的溢利率減少。

行業概覽

2013年至2023年估計中國商業經營 服務市場工人的平均月薪



資料來源：弗若斯特沙利文分析

入門門檻

服務經驗：由於中國商業經營服務市場日趨集中、成熟的運營及管理經驗以及成功的項目經驗對商業經營服務供應商塑造品牌形象尤其重要。此外，就各種租戶組合的大型綜合購物中心而言，豐富成熟的管理經驗對商業經營服務團隊於實際運營及管理過程中具有指導作用，此乃新入行者入行門檻之一。

客戶層：中國商業經營服務市場的現有參與者需要充足客戶建立品牌聲譽。由於商業經營服務市場的競爭愈趨增加及集中，客戶傾向知名及經驗豐富的商業運營供應商。因此，新入行者將在吸引客戶並建立彼等自有的客戶基礎方面面臨巨大的挑戰。

專業人才：由於服務範圍及複雜程度不斷增加，營運及管理服務的各個方面均需要專業及具備經驗的人才。此外，發展趨勢為提供多元及差異化服務並打造獨特時尚生活體驗，在此情況下，商業經營服務市場對技術及創新水平作出更高要求。因此，新入門者難以招聘具備專業技能及經驗的足夠人才。

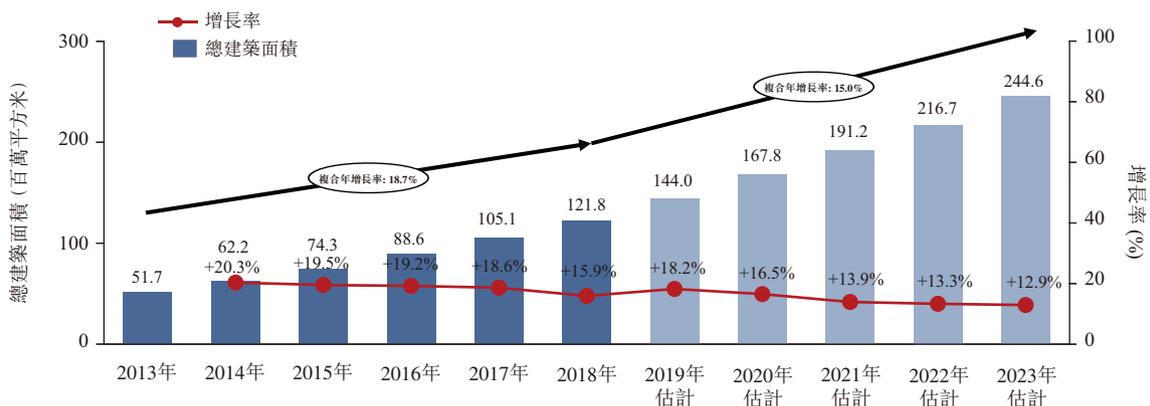
先進的運營模式：商業經營服務供應商具有創新運營模式，擁有能力整合項目及客戶資源，並進一步收購大量項目資源如大型高端購物中心，此舉可鞏固彼等具競爭力的地位。然而，收購新運營模式需要較長時間探索及累積，故此成為新入行者的主要入行門檻。

長三角的商業運營服務市場

長三角商業運營服務市場的市場規模

行業概覽

商業運營服務供應商的總在管建築面積(長三角)，2013年至2023年估計



資料來源：弗若斯特沙利文分析

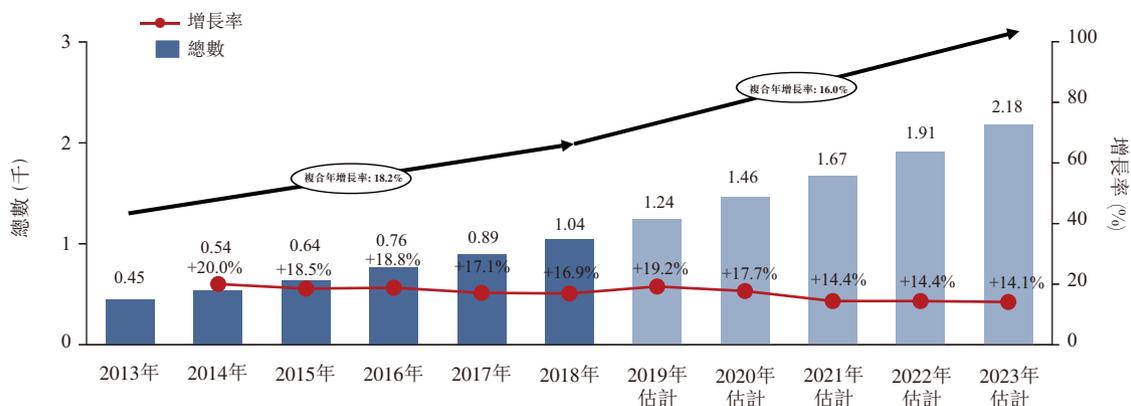
隨著長三角的可支配收入及消費水平提升，近年已刺激到購物中心的需求。商業運營服務供應商的總在管建築面積自2013年51.7百萬平方米升至2018年121.8百萬平方米，複合年增長率為18.7%。長三角商業運營服務供應商的總在管建築面積預期於2023年達到244.6百萬平方米，2018年至2023年複合年增長率為15.0%。

市場驅動因素

快速的城鎮化：長三角區內經濟發展加快，長三角的城鎮化比率自2013年67.9%增至2018年72.4%，隨著城鎮人口自2013年107.7百萬人增至2018年117.3百萬人。快速城鎮化促進商業物業市場發展，並刺激市場對商業運營服務的需求有所提升。

商業物業市場進一步發展：經濟持續增長，伴隨對商業物業市場日益加大的投資，正推動區內商業物業市場的發展刺激商業運營服務的需求。購物中心的總數自2013年約450間增至2018年約1,040間，複合年增長率為18.2%。今後，預期長三角的購物中心總數於2023年將達約2,180間，2018年至2023年複合年增長率為16.0%。

購物中心總數(長三角)，2013年至2023年估計



資料來源：弗若斯特沙利文分析

行業概覽

政策優惠：中國政府近年已推出一連串政策以推進長三角的商業運營服務市場的發展。例如，中國國務院於2016年追認《長三角城市群發展規劃》，計劃在2020年前把長三角地區內26個城市建設成為世界級城市群。該等城市亦是以經濟轉型從生產型轉為服務型的先鋒。轉型過程會釋放商業運營服務的相應需求。

未來機遇與考驗

與住宅社區融合：長三角有大量高端住宅社區，推動著以住宅社區為本的商業運營服務市場的崛起和發展。除商業運營服務外，商業運營服務供應商亦提供額外社區服務，例如社區超市、孩童相關服務。提升住宅社區滲透，專注於家庭消費者的商業運營服務供應商在長三角將有廣闊的發展潛力。

量身訂製的特定商業項目：鑑於購買力較高、消費意念相對成熟，長三角客戶一般對購物環境和體驗有較高要求，因此為吸引更多客戶，長三角的商業運營服務供應商將集中租戶組合的客製設計、店舖佈局和運營模式。此外，長三角的商業運營服務供應商較為喜好特定的商業項目配以創新營銷活動，例如藝術展、科技展、主題展覽會。

擴大與互聯網的服務範圍：由於互聯網技術和移動應用程式的廣泛應用，商業運營服務供應商傾向配以互聯網應用來擴充服務範圍。例如，商業運營服務供應商開始發展本身的應用程式或系統，以協助租戶管理店舖以及與客戶建立聯繫，提供租戶簡介及推廣材料。

競爭格局

2018年按在管建築面積排名的中國五大商業運營服務公司

排名	公司	背景資料	市場份額
1	公司 A	一間中國領先商業運營服務供應商，管理眾多商業物業，並專注於可快速開發及擴張的均衡商業物業。	6.6%
2	公司 B	一間中國領先商業運營服務供應商，向國內多個品牌旗下的多元化零售商業物業提供商業運營服務。	1.2%
3	公司 C	一間中國領先商業運營服務供應商，向中國多個城市的多業態商業物業及地區商場提供商業運營服務。	0.9%
4	本集團	一間中國領先商業運營服務供應商，並為中國擁有管理多元化零售商業組合專長及能力的少數商業運營服務供應商之一。	0.8%
5	公司 D	一間領先商業運營服務供應商，專注於長江三角洲地區、環渤海經濟圈及珠三角地區的多業態商業物業。	0.8%
五大			10.9%

行業概覽

附註：在管建築面積不包括停車場面積。

資料來源：年報；弗若斯特沙利文分析

在中國，商業運營服務市場相對分散，五大公司佔2018年總在管建築面積約10.9%。按目標消費者、物業地點及面積以及物業類型計算，本集團是中國國內少數具備多元化差異化零售商業物業的具領先地位的商業運營服務公司之一。本集團於中國商業經營服務公司中排名第四，就中國商業經營服務市場的總在管建築面積而言，市場份額為0.83%。根據國務院企業發展中心、清華大學房地產研究院及中國指數研究院的資料，「寶龍廣場」自2011年起連續七年獲得「中國商業地產項目品牌價值十強」中的第二名，並於2018年排名第一。

2018年按在管面積排名的長三角地區五大商業運營服務公司

排名	公司	背景資料	市場份額
1	公司 A	一間中國領先商業運營服務供應商，管理眾多商業物業，並專注於可快速開發及擴張的均衡商業物業。	6.3%
2	公司 B	一間中國領先商業運營服務供應商，向國內多個品牌旗下的多元化零售商業物業提供商業運營服務。	2.2%
3	公司 D	一間領先商業運營服務供應商，專注於長江三角洲地區、環渤海經濟圈及珠三角地區的多業態商業物業。	2.0%
4	本集團	一間中國領先商業運營服務供應商，並為中國擁有管理多元化零售商業組合專長及能力的少數商業運營服務供應商之一。	1.4%
5	公司 E	一間總部位於新加坡的領先商業運營服務供應商，向中國綜合發展項目及商場提供商業運營服務。	0.9%
五大			12.9%
其他			87.1%
總計			100.0%

附註：在管建築面積不包括停車場面積。

資料來源：年報；弗若斯特沙利文分析

長三角商業運營服務市場方面，首五大公司佔2018年總在管建築面積約12.9%，顯示市場相對分散。本集團在長三角的商業運營服務公司當中位列第四，就長三角的商業運營服務市場總在管建築面積而言，市場份額為1.4%。

中國物業管理服務市場

釋義及介紹

廣義而言，物業管理指對房地產的營運、控制及監管。管理顯示於可使用時間及狀況中有需要獲照料、監控及問責。物業管理亦指對購作及用作興建、維修、維護可交付物業的個人財產、設備、工具及實質資本資產的管理。大多數中國物業管理服務公司為各類型

行業概覽

物業提供服務，包括住宅物業及非住宅物業，如服務式公寓、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。

物業管理服務公司一般提供該等服務：(i)傳統物業管理服務；及(ii)其他服務，主要包括交付前服務、顧問服務及增值服務。

物業管理服務市場的市場規模

2013年至2023年(估計)物業管理服務公司的 總合約建築面積及總在管建築面積(中國)



資料來源：弗若斯特沙利文分析

由2013年至2018年，總合同建築面積由314億平方米增加至395億平方米，複合年增長率為4.7%。於2023年，預期總合同建築面積將達到462億平方米，2018年至2023年的複合年增長率為3.2%。由2013年至2018年，總在管建築面積由261億平方米增加至335億平方米，複合年增長率為5.1%。於2023年，預期總在管建築面積將達到390億平方米，2018年至2023年的複合年增長率為3.1%。

市場驅動因素

人均可支配收入增加及急速城市化：由2013年至2018年，人均年度可支配收入由人民幣26,467元增至人民幣39,251元，複合年增長率為8.2%。有關增長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。同期，中國城市化比率由53.7%增加至59.6%。急速城市化導致對物業管理服務的需求日增及房地產市場急速發展。

房地產市場不斷發展：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持續發展。中國已成交商品房的總建築面積由2013年的13.055億平方米增加至2018年的17.165億平方米，複合年增長率為5.6%。因此，房地產市場持續發展增加物業管理服務的需求。

數據數字化及技術的廣泛涵義：中國物業管理服務公司隨物業管理服務市場的發展已交付更多標準化服務。尤其是，信息技術及數據數字化得以改善，讓公司提升服務質素並有效減低經營成本、勞工成本、能源及物料消耗。

行業概覽

參與資本市場：隨著物業管理服務公司更廣泛參與資本市場，資本市場的大力支持為物業管理服務市場的主要推動因素。多元化市場運營方法可加快物業管理服務公司之間的整合以及併購，此可使公司大幅增加市場份額並產生規模管理效果。此外，參與資本市場可加快提高服務質素並提升品牌聲譽及客戶認可程度。

未來機遇

標準化及自動化有所提升：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，如社區智能系統，包括門禁系統及停車場管理系統。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。

行業集中率上升：近年來，物業管理服務市場因政策環境、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正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合併以達致規模經濟，令中國物業管理服務市場愈趨集中。

擴大服務範圍：物業管理服務逐步從最初的住宅物業擴展至辦公室、工業園、公共設施等。隨著「三供一業」的分立及轉移，更多物業類型將包含在物業管理服務範圍內，而服務提供商將同時逐步參與市政管理。結合社區消費升級、物業管理服務公司將從物業服務延伸至生活服務，進一步拓展未來的業務鏈及產業鏈。

物業管理服務市場的競爭格局

中國物業管理服務市場高度分散，且有逾100,000家物業管理服務公司，其一般於2018年為住宅及非住宅物業提供物業管理服務。