

本節所載資料源自各種政府官方刊物及其他刊物以及我們委託中指研究院及艾瑞諮詢編製的市場研究報告。

我們相信該等資料的來源恰當，且我們在摘錄及轉載該等資料時採取合理審慎的態度。我們並無理由相信該等資料在任何重大方面屬虛假或存在誤導成分或已遺漏任何事實，致使該等資料在任何重大方面屬虛假或存在誤導成分。我們、獨家保薦人、聯席代表、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人或者我們或彼等各自的任何董事、高級管理層、代表及參與全球發售的任何其他人士(中指研究院及艾瑞諮詢除外)均未獨立認證該資料，且未對其準確性及完整性作出任何陳述。相關資料及統計數據未必與於中國境內或境外所編撰之其他資料及統計數據一致。因此，建議閣下不可過分倚賴該等資料。

研究背景、方法及假設

中國指數研究院

我們以總成本人民幣800,000元購買了使用及引用中指研究院刊物中多項數據的權利。中指研究院於1994年成立，為一家中國房地產行業研究機構，擁有逾500名分析師，覆蓋華北、華東、華南、華中及西南五個地區的600多個城市，落地分院20家。中指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年起即就物業服務百強企業進行研究。中指研究院使用研究參數及假設，並從多個一手及二手來源收集數據，包括來自物業管理公司(包括來自自己報告統計數據、網站及市場推廣材料的數據)、其已開展的調查的數據、從中國房地產指數系統收集的數據、中國房地產統計年鑒、有關政府部門的公開資料及其就過往刊發的報告所收集的數據。中指研究院主要通過評估各物業管理公司的管理規模、經營績效、服務質量、發展潛力及社會責任，對物業管理公司的整體實力進行排名。中指研究院主要就收益增長率、在管總建築面積增長率、合約總建築面積增長率、僱員總數及僱員構成評估物業管理公司的發展潛力。本節中的數據分析主要基於物業服務百強企業。

艾瑞諮詢集團

我們亦以總成本約人民幣450,000元購買了使用及引用艾瑞諮詢刊物中多項數據的權利，並用來自公開可用來源的其他數據對該等資料進行補充。艾瑞諮詢成立於2002年，旗下有超過400名專業人員，專注於對中國互聯網行業(包括電子商務)進行深入研究。自成立以來，艾瑞諮詢在研究及觀察中國互聯網行業發展方面已積累了豐富經驗。有關生活服務行業市場規模及預測的數據主要通過行業相關訪談、營銷調查、第二手資料來源及其他研究方式取得，其中若干數據未經相關營運商直接確認。

中國及河南省宏觀經濟

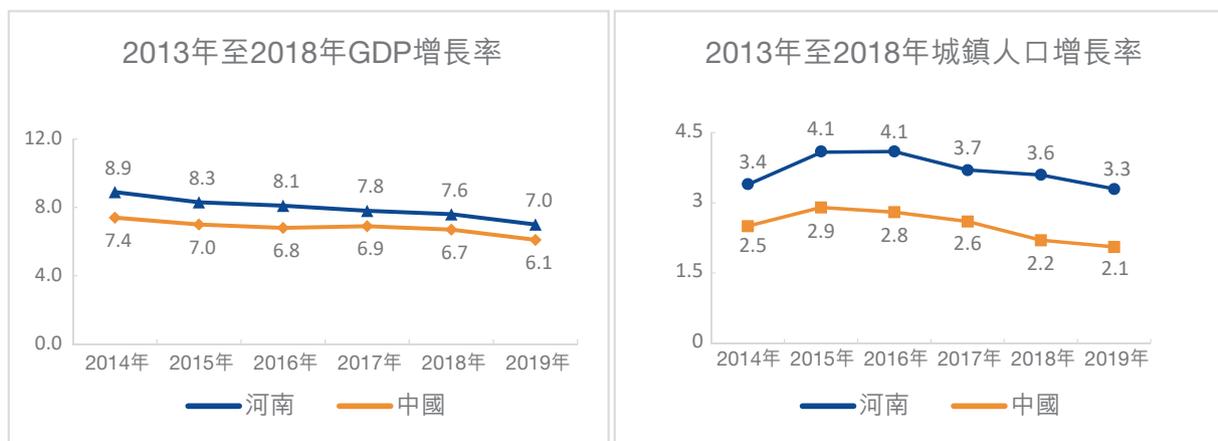
概覽

自中國政府於1978年實行改革開放政策以來，中國經濟飛速增長。根據中指研究院的資料，中國2014年至2019年的名義GDP年複合增長率為9.0%，於2019年達到約人民幣990,865億元，使中國成為世界上經濟增速最快的經濟體之一。下表載列中國於所示年度的宏觀經濟指標。

2014年至2019年中國宏觀經濟總體指標

	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	五年的年複合增長率
名義GDP(人民幣億元)	643,563.1	688,858.2	746,395.1	832,035.9	919,281.1	990,865	9.0%
實際GDP增長率(%)	7.4	7.0	6.8	6.9	6.7	6.1	不適用
人均GDP(人民幣元)	47,173	50,237	54,139	60,014	66,006	70,892	8.5%

河南省位於中部地區，包括18個地級市及104個縣級市。根據艾瑞諮詢的資料，截至2018年12月31日，河南省的戶籍人口數量居中國第一。根據艾瑞諮詢的資料，按2013年至2019年連續七年的名義GDP計，河南省排名全國第五，其名義GDP從2013年的約人民幣32,190億元增至2019年的約人民幣54,260億元，年複合增長率為9.1%。以下圖表載列中國及河南省於所示年度的實際GDP增長率及城鎮人口增長率對比。



資料來源：國家統計局；CREIS

河南省為中國地面交通的中心。根據中指研究院的資料，河南省擁有總里程約6,080.26公里的鐵路，其中1,915.15公里為高速鐵路，與截至2019年12月31日高速鐵路總里程1,997公里的英國相當。於2017年，國家發展和改革委員會向河南、河北、山西、安徽及山東省正式印發「中原城市群發展規劃」，擬建立交通網絡，將鄭州(唯一一個八條鐵路中轉

行業概覽

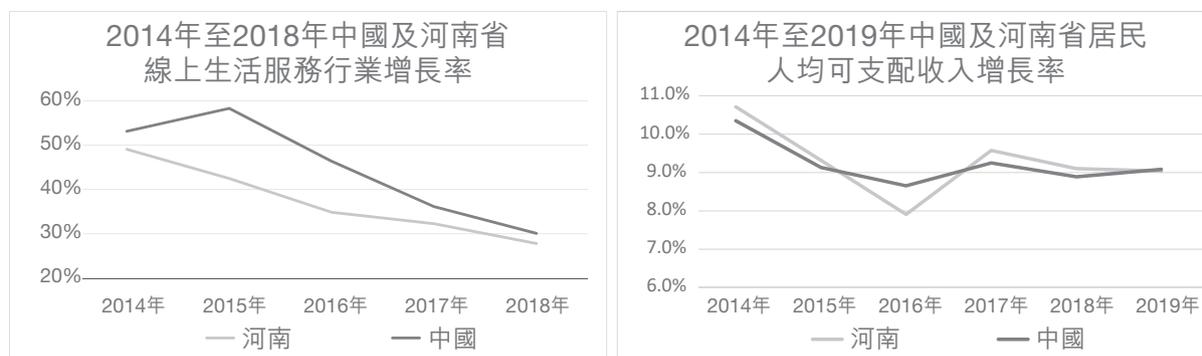
中心)打造為中部地區主要交通樞紐，預計將加快鄭州的綜合經濟增長。於2023年，河南省城市化率將超過57%。下表載列中國及河南省於所示年度的城市化率對比。

	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年 預測	2021年 預測	2022年 預測	2023年 預測	2013年 至 2018年 增長 百分比	2019年 至 2023年 預測增長 百分比
中國城市化率.....	53.7%	54.8%	56.1%	57.3%	58.5%	59.6%	60.6%	61.7%	62.7%	63.7%	64.7%	5.9%	4.1%
河南省城市化率.....	43.8%	45.2%	46.8%	48.5%	50.2%	51.7%	53.2%	54.6%	55.9%	56.9%	57.8%	7.9%	4.6%

資料來源：艾瑞諮詢

線上生活服務

以下圖表載列中國及河南省於所示年度的人均可支配收入增長率及線上生活服務行業增長率對比。



資料來源：艾瑞諮詢

隨著城市化水平提升及經濟快速發展，河南省服務業及消費者消費能力大幅增長。根據艾瑞諮詢的資料，河南省城市化率已從2013年的43.8%增至2018年的51.7%，預計將於2023年增至57.8%。同期，中國的城市化率從2013年的53.7%增至2018年的59.6%，預計將於2023年增至64.7%。根據艾瑞諮詢的資料，河南省人均可支配收入從2014年的人民幣15,695元增加52.3%至2019年的人民幣23,903元，年複合增長率為8.8%，預計將於2023年增至人民幣31,233元。此外，根據艾瑞諮詢的資料，河南省線上生活服務行業消費規模已從2013年的人民幣67,030百萬元增至2018年的人民幣420,660百萬元，年複合增長率為44.4%，高於中國同期37.2%的年複合增長率。河南省生活服務行業呈現出較高增長潛力，城鎮人口及人均可支配收入穩定增長。根據艾瑞諮詢的資料，生活服務行業已成為河南省經濟增長的單一最大驅動力，貢獻了該省2018年GDP增長率的約50%。預計河南省生活服務行業將從2013年的人民幣13,069億元增至2023年的人民幣36,333億元，年複合增長率為10.77%。

房地產

根據中指研究院的資料，河南省房地產市場保持穩定增長。根據中指研究院的資料，按中國2019年商品房銷售建築面積計，河南省在全國31個省中排名第一。2019年，河南省已建成商品房總建築面積為65.7百萬平方米，自2014年以來的年複合增長率為-2.1%，高於

行業概覽

中國同期-2.2%的整體年複合增長率。2019年，河南省新開工商品房總建築面積約為158.4百萬平方米，自2014年以來的年複合增長率為8.4%，高於中國同期4.8%的整體年複合增長率。2019年，河南省共出售商品房142.8百萬平方米，貢獻總銷售收入人民幣9,010億元。商品房的平均售價自2014年的每平方米人民幣4,366元增至2019年的每平方米人民幣6,311元，年複合增長率為7.6%。下表載列河南省於所示年度商品房市場的情況。

2014年至2019年河南省商品房及商品住宅市場情況

河南省	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	五年的 年複合 增長率
商品房竣工建築面積 (百萬平方米).....	73.2	53.9	63.0	62.0	66.6	65.7	-2.1%
商品房新開工建築面積 (百萬平方米).....	105.9	109.7	146.7	136.3	146.8	158.4	8.4%
商品房待售建築面積 (百萬平方米).....	36.9	36.1	34.0	28.5	28.0	25.3	-7.3%
商品房銷售建築面積 (百萬平方米).....	78.8	85.6	113.1	133.1	139.9	142.8	12.6%

中國及河南省物業管理行業

概覽

中國物業管理行業的歷史可追溯至二十世紀八十年代早期。自此，中國物業管理行業經歷快速發展。於2003年6月，《物業管理條例(2018年修正)》的頒佈為物業管理行業提供了監管框架。隨著更多法規的頒佈，該行業建立了公開及公正的市場體系，進一步推動中國物業管理行業大幅增長。中國物業管理行業目前為多種物業提供服務，包括住宅社區、辦公樓、購物中心、工業設施、學校及醫院。此外，中國物業管理行業正在採用大數據、雲計算及人工智能等先進技術改善及豐富服務供應。

在中國，物業管理費按包幹制或佣金制收取。物業管理費的「包幹制」模式為中國物業管理行業(尤其是住宅物業)採用的主要模式。包幹制可省去業主與住戶對大額支出的若干集體決策程序以提高效率，並激勵物業管理服務提供商優化運營以提高盈利能力。相比之下，佣金制越來越多地被非住宅物業採用，以使業主更深入地參與物業管理並對物業管理服務提供商進行更密切的監控。

近年來，物業管理行業的潛力隨中國房地產市場快速發展而增長。根據中指研究院的資料，中國物業管理公司在管總建築面積預計將從2018年的211億平方米增至2021年的240億平方米。根據中指研究院的資料，中國物業管理公司所得收入從2015年的約人民幣

行業概覽

3,983億元增至2018年的約人民幣4,913億元，年複合增長率為7.2%，預計將於2021年增至逾人民幣5,648億元。以下圖表載列中國及河南省於所示年度按在管建築面積計的物業管理行業市場增長率。

2015年至2021年中國物業
在管建築面積及預測



2014年至2021年河南省物業
在管建築面積及預測



資料來源：國家統計局；CREIS

河南省物業管理行業受2018年1月起生效的《河南省物業管理條例》規管。根據中指研究院的資料，按2018年在管建築面積計，河南省在中部地區位列第一，在中國位列第五。截至2018年12月31日，河南省在管建築面積達16億平方米，佔中國物業管理面積的7.6%。截至2018年12月31日，河南省共有7,000多家物業管理公司，僱用的物業管理專業人員達360,000餘人，管理的項目總建築面積達1,600百萬平方米。在2019年物業服務百強企業中，有六家來自河南省，且建業物業管理位列前13強。

行業增長驅動因素

中國政府支持

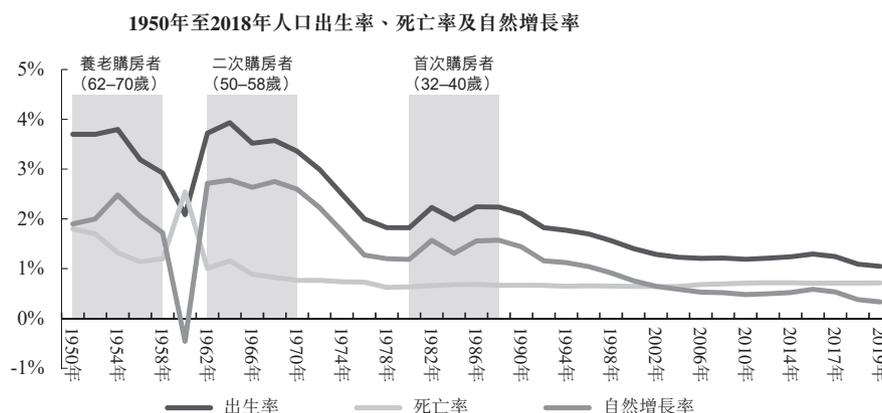
自中國政府於2003年6月頒佈《物業管理條例》以來，多項監管及促進物業管理行業發展的法律法規相繼生效，其中包括提倡物業管理公司提供多元化服務的《服務業創新發展大綱》及鼓勵物業管理公司拓展業務運營並將專業知識引入農村的《關於加強和完善城鄉社區治理的意見》等。在管理層面，《關於放開部分服務價格意見的通知》及《關於調整銷售電價分類結構有關問題的通知》放開了各類物業管理服務的範圍及其費用的使用，包括非保障性住房服務及停車服務收費。此外，為確保初期階段物業管理招標投標活動的標準化，中國建設部於2003年6月頒佈《前期物業管理招標投標管理暫行辦法》以促進物業管理市場的公平競爭。此外，各省級和市級政府亦頒佈地方法律法規來規範地方物業管理行業。河南省

行業概覽

於2018年12月頒佈《河南省物業服務規範》，倡導加強對規範物業管理服務的運用並鼓勵多元化服務供應。住房和城鄉建設部於2014年5月頒佈《智慧社區建設指南(試行)》，旨在鼓勵發展智慧社區，以實現物業管理服務現代化。在政府鼓勵和穩定監管框架支持下，我們預計中國物業管理行業市場將在全國範圍內蓬勃發展。

需求增長

根據中指研究院的資料，購房者數量的增加以及城市化率及人均可支配收入的提高已成為物業管理行業發展的關鍵驅動因素。首次購房者(年齡介於32至40歲)人口上升，對新房產生需求，從而刺激對物業管理服務的需求。下圖列明不同年齡組的購房者人口資料。



資料來源：國家統計局；CREIS

中國的城市化率從截至1997年12月31日的31.9%增至截至2019年12月31日的60.6%。截至2019年12月31日止年度，河南省的城市化率為53.2%，預計到2023年將增至57.8%，表明物業管理行業具有較高增長潛力。城市化率的增長將促進城市地區的置業，從而支持中國物業管理行業的增長。

受益於中國經濟的快速發展，中高收入階層消費者群體持續擴大，城市人口的人均可支配收入持續提高。根據中指研究院的資料，河南省城市人口的人均可支配收入從2014年的約人民幣23,672.1元增至2019年的約人民幣34,201.0元，年複合增長率為7.6%。我們預計上述消費者將提高為品質支付額外費用的意願，及增加基本必需品之外的商品及服務的自主性支出。我們認為，新興的中高收入階層消費者及其日益提升的購買力將對中國中高端物業管理服務的發展產生重大影響。

供應增加

河南省房地產市場保持著穩定增長。2019年，河南省已建成商品房總建築面積為65.7百萬平方米，自2014年以來的年複合增長率為-2.1%，高於中國同期-2.2%的整體年複合增

行業概覽

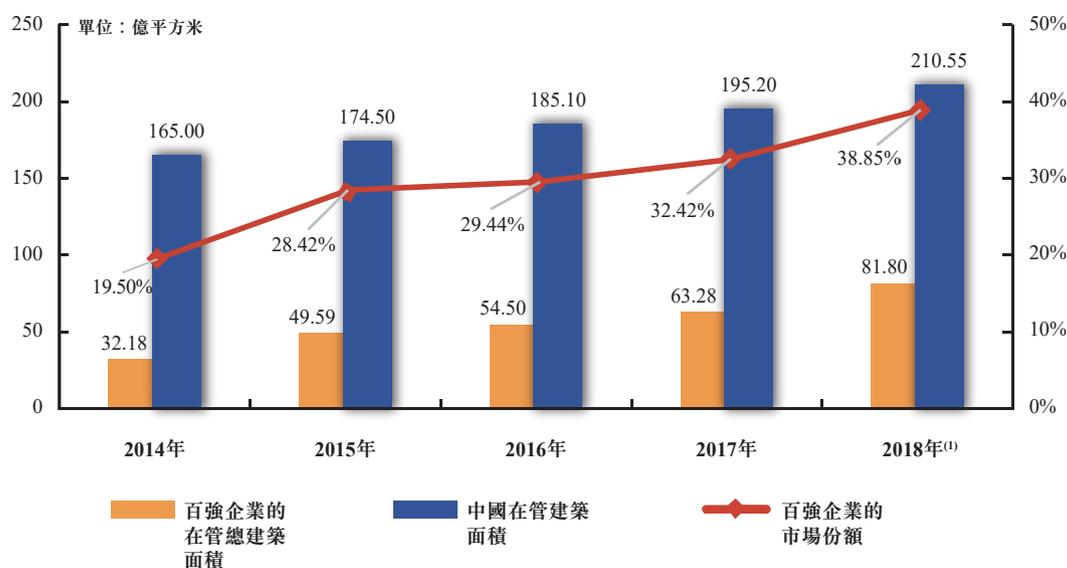
長率。2019年，河南省有總建築面積為575.7百萬平方米的商品房開始施工，自2014年以來的年複合增長率為8.2%，高於中國4.2%的整體年複合增長率。儘管過去五年的已竣工建築面積增長相對較慢，而已開工商品房的較高增長率顯示未來竣工的商品房將增多，從而推動物業管理的發展。河南省房地產總投資從2014年的人民幣4,376億元增至2019年的人民幣7,465億元，年複合增長率為11.3%，高於同期中國6.8%的整體年複合增長率。河南省商品房銷售額從2014年的人民幣3,441億元增至2019年的人民幣9,010億元，年複合增長率為21.2%，高於同期中國15.9%的整體年複合增長率。商品房供應量的增加將支持對於物業管理服務的需求增長。

中國物業管理行業趨勢

市場集中度增加

中國物業管理行業歷經數十年的發展，隨著市場集中度的不斷提高，物業服務百強企業中的部分企業已加速服務創新及擴大業務規模。大型物業管理公司積極完善戰略佈局及加速擴張，以提高其市場份額及實現更好的規模效益。下圖列明於所示年度物業服務百強企業所管理的總建築面積以及按在管總建築面積計，物業服務百強企業的總體市場份額。

2014年至2018年百強企業市場份額



資料來源：國家統計局；CREIS

附註：

(1) 2018年中國在管總建築面積乃基於2017年中國在管總建築面積及2018年中國已落成商品房總建築面積的總和估算所得。

標準化及技術應用的加強

標準化不僅是物業管理公司改善服務品質的重要工具，亦是其在各區域拓展運營的基礎，而這正是中國政府鼓勵的做法。2015年12月，國務院辦公廳發佈《國家標準化體系建設發展規劃(2016-2020年)》，以幫助推進物業管理服務質量標準化及實現更好的資源配置及整合。中國多家物業服務百強企業已就自身的服務建立內部標準化操作程序。

技術在物業管理服務中發揮著日益重要的作用。許多物業管理公司認為，加強技術的應用可提升服務質量並降低人工成本。例如，物業管理公司愈發注重應用技術推進服務提供的集中化和標準化，令總部能夠監控業務網絡中的在管物業，確保物業管理服務的品質。通過評估企業管理標準及減少人為誤差，自動化水平的提高亦可減少對人力的依賴及提升住戶滿意度。

互聯網帶來的多元化服務及智慧社區新機遇

為應對住戶對更好的品質及多樣化服務的需求以及物業管理公司一般成本上升導致的經營壓力增加，更多物業管理公司願意調整其業務模式。互聯網及移動應用程序通常推動物業管理行業的服務多樣化，並逐漸促進智慧社區的發展。「智慧社區」以住戶需求為核心，通過整合線上及線下資訊及資源、反映社區特徵及運用互聯網、智能終端及其他信息技術，旨在實現住戶服務的數字化、自動化、現代化及協同作用。在建立技術進步優勢後，部分行業領導者計劃通過提供日常生活、社交活動及娛樂相關服務，擴大客戶群以納入非住戶。

行業概覽

中國物業管理行業的競爭情況

競爭格局

我們在物業管理服務領域的主要競爭對手是中國的大型全國性及當地物業管理公司。根據中指研究院的資料，本公司於2018年是中部地區物業百強企業中在管建築面積最大且收入最高的物業管理公司。下表載列按2018年的收入計，本公司在中部地區物業百強企業中的排名。

排名	公司	收入 (人民幣 百萬元) 2018年	純利 (人民幣 百萬元) 2018年	收入 增長率 2018年	運營成本率 2018年	公司簡介
1	建業 新生活	694.0	>52.0 ⁽¹⁾	50.7%	76.8%	本集團的中間控股公司，於2016年4月21日在中國成立。
2	公司A	>650.0	>50.0	>15%	>80%	一家於2002年成立的公 司，從事為住宅物業、 寫字樓、商業物業、別 墅及工業園區等各類物 業提供管理服務。
3	公司B	~600.0	>40.0	>30%	>77%	一家於2006年成立的公 司，定位為高端寫字樓 專業運營商。其業務範 圍亦涵蓋物業管理、商 業資產管理、諮詢服務 及提供智慧社區解決方 案。

資料來源：中指報告

附註：

(1) 該金額指截至2018年12月31日止年度持續經營業務的純利。

行業概覽

中國主要物業管理公司的在管建築面積均保持穩定增長。根據中指研究院的資料，按截至2018年12月31日的在管建築面積計，本公司是中部地區物業百強企業中最大的物業管理公司。下表列明按截至2018年12月31日的在管建築面積計，本公司在中部地區物業百強企業中的排名。

排名	公司	在管建築面積 (百萬平方米)	公司簡介
1	建業新生活	25.7	本集團的中間控股公司，於2016年4月21日在中國成立。
2	公司C	>25	一家於全國中小企業股份轉讓系統上市的公司，成立於2008年。其主要管理非住宅物業，並以其大學管理服務而聞名。
3	公司A	>20	一家於2002年成立的公司，從事為住宅物業、寫字樓、商業物業、別墅及工業園區等各類物業提供管理服務。

資料來源：中指報告

中國許多物業管理公司已開始豐富服務供應及擴展收入來源。我們增值服務的競爭對手主要是提供同類服務的物業管理公司、工程公司及O2O公司。下表列明按2018年非傳統物業管理服務所得收入計，本公司在中國物業服務百強企業中的市場地位。

排名	公司	其他服務 所得收入百分比	公司簡介
1	公司D	>55.0%	一家總部位於深圳並於聯交所上市的公司，其業務涵蓋物業管理服務、交付前諮詢服務、社區增值服務及智能解決方案服務。
2	公司E	>51.0%	一家成立於1992年並於2018年在聯交所上市的公司，其業務範圍涵蓋物業管理、商業資產管理、公共服務及社區商業服務等四大板塊。
3	公司F	~46.0%	一家總部位於上海並擁有60多家分公司的公司。其在管物業組合包括住宅物業、寫字樓、商業物業、酒店、公寓、政府辦公室、高校後勤及其他公共建設項目等各類物業。
4	公司G	>45.0%	一家總部位於廣州的公司，成立於1997年，為一家已於全國280多個城市進行項目承包的綜合服務運營商。

行業概覽

排名	公司	其他服務 所得收入百分比	公司簡介
5	建業新生活	44.2%	本集團的中間控股公司，於2016年4月21日在中國成立。

資料來源：中指報告

進入壁壘

根據中指研究院的資料，中國物業管理行業存在若干進入壁壘，包括：

- **品牌**：中國消費者越來越需要更好的生活條件及優質物業管理服務，因此，相較於並無往績記錄的新公司而言，具有數十年服務及運營經驗的知名品牌更有優勢。
- **技術能力**：擁有更多資源以投資技術開發的物業管理公司，實現自動化業務運營及降低人工成本的可能性更大。物業管理服務的集中化、標準化及自動化為物業管理服務於各地區的擴展打下堅實的基礎。
- **管理專長**：根據中指研究院的資料，管理團隊的專長及經驗可顯著提高物業管理公司的競爭力。物業管理公司如今須在附屬公司、分支機構及辦事處網絡中無縫施行技術解決方案、管理系統、服務質量標準以及內部政策及程序。管理經驗較少的新入行者可能難以與大型物業管理公司展開競爭，尤其是在大型項目方面。
- **人才及技術專長**：就物業管理而言，不管是物業管理服務的提供，還是技術解決方案的創新及施行，均依賴於人力勞動。物業管理公司越來越難招聘及挽留熟悉業內最新技術進展的人才。在吸引人才方面，新入行者可能難以與品牌價值及知名度更高的大型物業管理公司匹敵。

河南省生活服務行業

概覽

生活服務行業屬於為滿足消費者需求而生產、銷售或設計服務或產品的行業。生活服務行業生產的典型產品包括食品及飲料、服裝及珠寶、電子產品及生活用品。生活服務行業提供的服務通常以住戶日常生活為中心，例如娛樂、酒店、文化教育、餐飲、健康保健及美容與水療。

該領域的主要參與者主要包括線上生活服務提供商及線下生活服務提供商。若干新形式的線上生活服務提供商在提供商品及服務時結合線上及線下資源的優勢。相關形式的

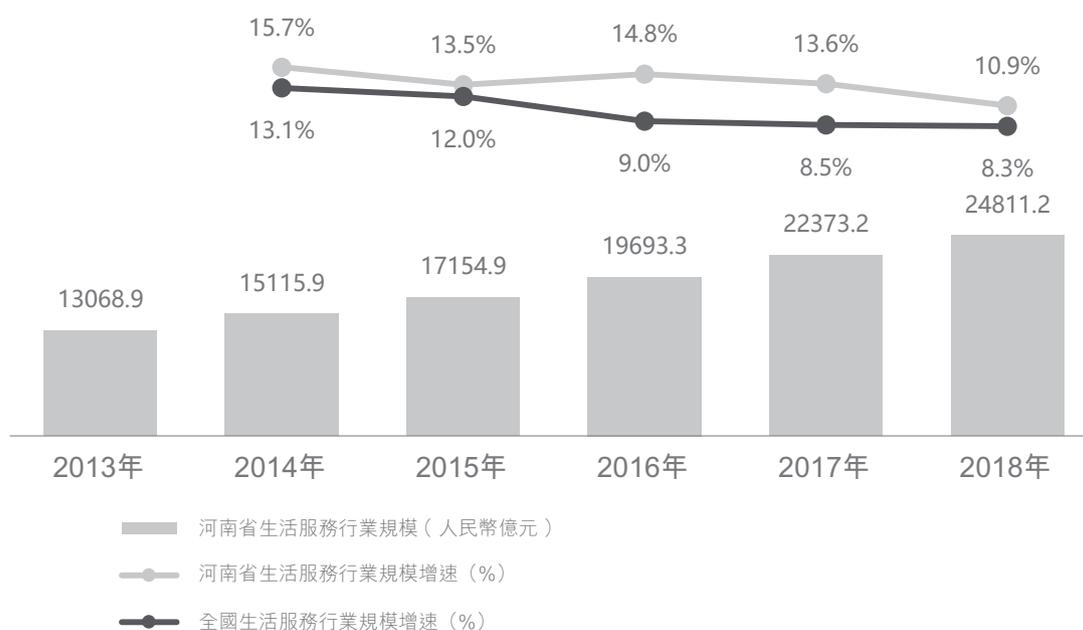
行業概覽

線上生活服務提供商通過多個商家以及交收商品及服務的便利地點向消費者提供各式產品及服務。

市場規模

中國生活服務行業的增長受益於城市化的快速發展及人均可支配收入的增加。根據艾瑞諮詢的資料，2018年，河南省在中部地區生活服務行業排名第一。就市場規模而言，河南省的生活服務行業市場從2013年的人民幣13,069億元增至2018年的人民幣24,811億元，年複合增長率為13.7%，且預計將於2023年增至人民幣36,333億元。就市場規模而言，下圖載列於所示年度河南省與中國生活服務行業增長率對比。

2013年至2018年河南省生活服務行業規模增速及其與全國的對比



資料來源：艾瑞諮詢

根據艾瑞諮詢的資料，在技術持續發展的支持下，河南省線上生活服務行業在市場規模方面穩步增長，並且預計將於2023年達到人民幣11,155億元。儘管河南省線上生活服務行業在市場規模方面於2018年已達到人民幣4,206.6億元，研究表示其滲透率僅為17.0%，而全國的滲透率為22.6%，表明其中有較高的增長潛力。據艾瑞諮詢告知，河南省的生活服務行業高度分散，且於2018年按已售商品及服務的總交易額計，該行業五大參與者的市場份額合共僅佔約11.8%。具體而言，於2018年按已售商品及服務的總交易額計，本集團建業+平台於河南省生活服務行業的市場份額僅佔約0.01%。因此，艾瑞諮詢確認，本集團並非生活服務行業的主要市場參與者。

市場展望及未來機會

展望生活服務行業的積極因素眾多，包括：

- **中國及河南省居民財富增長**：由於互聯網為大量商戶提供實時資料及訪問，中國及河南省居民人均可支配收入增長刺激了線上生活服務需求。
- **物流及技術發展促進線上生活服務需求**：線上生活服務已變得更為便捷，可隨時及方便獲取。隨著物流及技術發展，消費者不出家門便能夠瀏覽、挑選、購買及獲得各種產品。同時，由於競爭格局高度分散及入行門檻低，線下生活服務提供商面臨激烈競爭。加之互聯網及移動支付的普及，線上生活服務的需求顯著增加。
- **中國政府支持**：近年來，中國政府發佈一系列政策及指引，以通過推廣使用互聯網、整合線上及線下服務等措施鼓勵線上生活服務行業的創新發展，該等措施預計將會改善生活服務行業整體質量及加強標準化。
- **高互聯網滲透率及移動支付基礎設施可用性**：線上生活服務需求增長以及移動支付可用性為線上生活服務行業的增長提供進一步支持。互聯網用戶中移動互聯網用戶的比例從2013年的80.6%增至2018年的98.3%。截至2018年12月31日，中國已有8億移動互聯網用戶。隨著移動功能及應用程序的不斷完善，中國移動互聯網滲透率預計將於2023年進一步增至99.6%。此外，根據艾瑞諮詢的資料，中國移動支付交易量預計將從2018年的人民幣190.5萬億元增至2023年的人民幣460萬億元，年複合增長率為19.3%。

准入壁壘

生活服務行業的准入壁壘主要包括：

- **消費者的獲取與留存**：生活服務行業以消費者為中心，因此，獲取與挽留消費者的能力至關重要。物業管理公司通過提供物業管理服務與消費者建立了深厚的聯繫，獲取與挽留消費者的成本相對較低。而新進入者未與消費者建立聯繫，獲取與挽留消費者將承擔更高的成本。
- **資源的獲取與整合**：消費者的需求複雜多樣。能夠獲取與整合全面與優質服務

行業概覽

資源的企業將更受消費者青睞。擁有豐富優質服務資源的平台對消費者更有吸引力。未能掌握服務資源的新進入者將在拓展市場時面臨更高成本及更大壓力。

- **品牌認可度**：隨著收入不斷增加，消費者對優質商品與服務的需求亦不斷提高。消費者更願意選擇信譽良好的品牌。不具備品牌認可度的新進入者在市場滲透方面面臨更多挑戰。