

## 行業概覽

本節及本文件其他章節所載數據及統計數據均來自我們委託中國指數研究院就[編纂]獨立編製的行業報告。我們相信，該等數據及統計數據來自適當的來源，且我們已採取合理謹慎態度摘錄及轉載該等資料。我們並無理由相信該等數據及統計數據在任何重大方面屬虛假或誤導。本公司、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、參與[編纂]的任何其他各方或其各自的董事、顧問及聯屬人士概無獨立核實該等數據及統計數據。因此，本公司、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、參與[編纂]的任何其他各方或其各自的董事、顧問及聯屬人士概不就本文件所載該等數據及統計數據的正確性或準確性發表任何聲明。該等數據及統計數據或會不準確、不完整、過時或與中國境內或境外編撰的其他數據不一致。基於上述理由，閣下不應過分依賴本節所載資料。

### 中指院及其研究方法

我們以總成本約人民幣800,000元購入使用及引用中指院刊物中多項數據的權利。中指院於2007年成立，是中國房地產研究機構，擁有逾600名分析師，覆蓋華北、華東、華南、華中、西南五個地區的多個城市。中指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。中指院的研究主要考慮過往三年內每年平均管理至少十項物業或總建築面積50萬平方米或以上的物業服務企業。中指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，包括從物業服務企業收集的數據（包括來自申報統計數據、網站及市場資料的數據）、其進行的調查、從中國房地產指數系統收集的數據、有關政府部門的公開資料及其為過往刊發的報告所收集的數據。中指院主要通過評估各物業服務企業的管理規模、經營業績、服務質量、增長潛力及社會責任，為物業服務企業的整體實力確定排名。中指院主要在收入增長率、在管總建築面積增長率及合約總建築面積增長率、僱員總數及僱員構成方面評估物業服務企業的增長潛力。本節中的數據分析主要根據物業服務百強企業進行。

### 中國物業管理行業

#### 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初，從那時起，中國物業管理行業歷經快速發展。於2003年6月，《物業管理條例》獲頒佈，規定了物業管理行業的監管框架。隨着更多法規的頒佈，該行業的公開公平市場制度得以確立，這進一步刺激中國物業管理行業的顯著增長。中國物業管理行業目前服務多類物業，包括住宅物業、商務物業、辦公大樓、公眾物業、產業園區、學校及醫院。

近年來，隨着城市化進程加快和人均可支配收入的持續增加，物業服務百強企業管理的建築面積和物業數量快速增長，按在管建築面積計，截至2018年12月31日所佔市場份額為38.9%。根據中指院的資料，物業服務百強企業在管物業的建築面積從2013年到2018年持續上升。截至2018年12月31日，物業服務百強企業在管物業的平均總建築面積增加至約37.2百萬平方米，自2013年起的年複合增長率為19.7%。截至2018年12月31日，物業服務百強企業在管物業的平均數量增加至192項，自2013年起的年複合增長率為17.8%。

## 行業概覽

根據中指院的資料，近年，物業服務百強企業的地域覆蓋範圍亦有所擴張。截至2018年12月31日，物業服務百強企業進入城市數量均值由2012年的21個增至2018年的29個。

截至2018年12月31日，所有由物業服務百強企業管理的物業類型總建築面積達約82億平方米，2014年至2018年的年複合增長率為26.5%。物業服務百強企業管理的在管住宅物業總建築面積達到約60億平方米，佔物業服務百強企業在管總建築面積的73.9%，且在所有在管物業類型中佔比最大，從2014年至2018年的年複合增長率為28.6%。雖然於在管總建築面積中住宅物業仍佔比最大，物業服務百強企業也追求將在管物業類型多元化。截至2018年12月31日，物業服務百強企業的在管非住宅物業總建築面積約為21億平方米，佔在管總建築面積26.1%，2014年至2018年的年複合增長率為20.6%。



資料來源：中指院

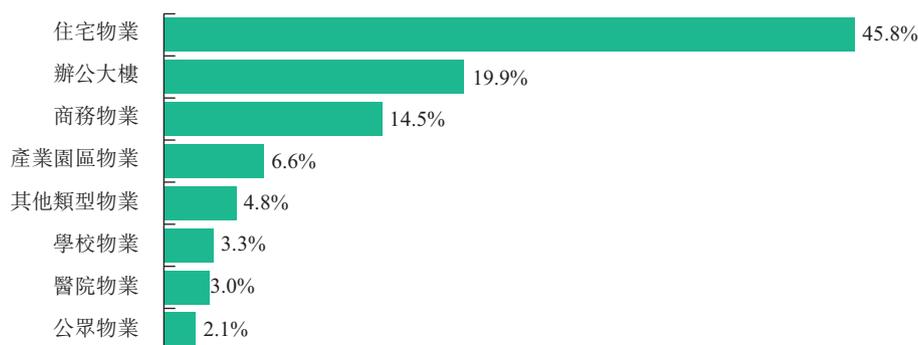
於2018年，在所有非住宅物業類型中，在管辦公樓建築面積佔2019年物業服務百強企業在管物業總建築面積的7.1%，在所有在管物業類型中佔第二大比例。下圖載列截至2018年12月31日2019年物業服務百強企業各類型在管物業的總建築面積。

## 行業概覽



資料來源：中指院

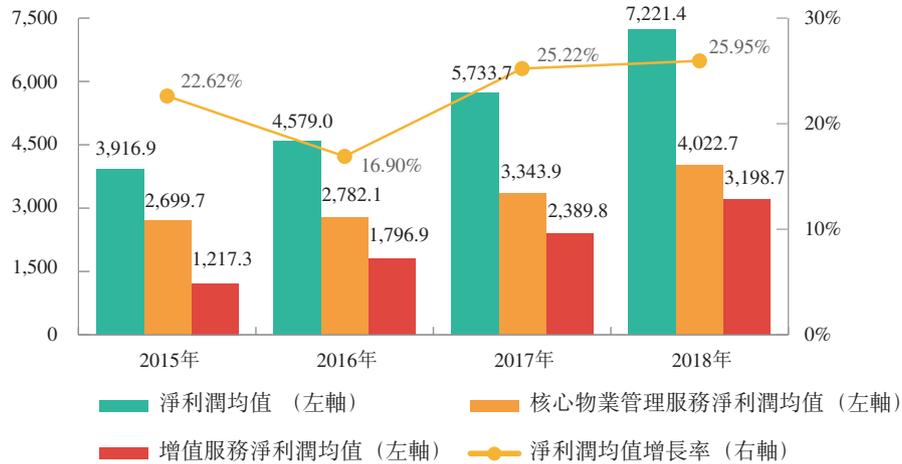
以收入計，在2018年，2019年物業服務百強企業管理的住宅物業核心物業管理服務（不包括增值服務所得收入）收入佔其管理的核心物業管理服務收入的45.8%，其次是管理辦公大樓及商務物業所得的收入，分別佔19.9%及14.5%。下圖載列於2018年，2019年物業服務百強企業管理的各類核心物業管理服務收入佔核心物業管理服務總收入的百分比。



資料來源：中指院

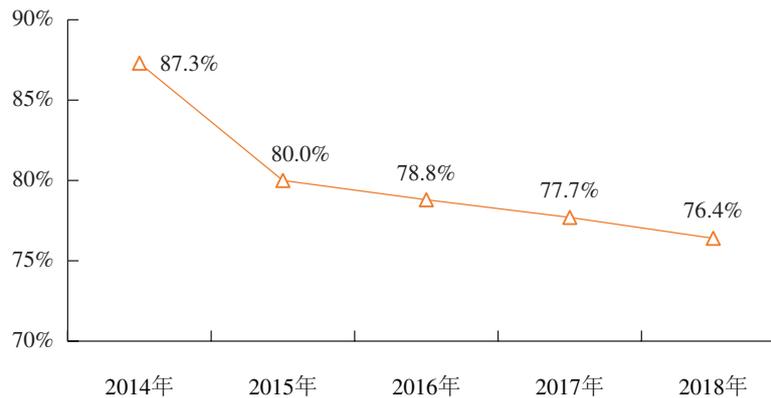
根據中指院資料，2018年，物業服務百強企業淨利潤均值為人民幣72.2百萬元，2015年至2018年的年複合增長率為22.6%。其中，核心物業管理服務淨利潤均值為人民幣40.2百萬元，同比增長20.3%，增值服務淨利潤均值為人民幣32.0百萬元，同比大幅增長33.9%。

## 行業概覽



資料來源：中指院

通過開展多元化、標準化、自動化服務以及借助智能科技，物業服務百強企業能夠削減營運成本比率及達致成本效益。根據中指院資料，2014年至2018年，物業服務百強企業的營運成本比率呈下降的趨勢，從2014年的87.3%下降至2018年的76.4%。下圖載列所示年度物業服務百強企業的營運成本比率。



資料來源：中指院

### 中國物業管理行業的主要收入模式

在中國，物業服務企業自核心物業管理服務及增值服務（包括諮詢服務、工程服務及社區增值服務，例如空間營運、家政服務、房屋經紀、社區金融、養老服務）產生收入。

---

## 行業概覽

---

在中國，物業管理費收費模式包括兩類：包干制與酬金制。中國物業管理行業的主流物業收費方式為包干制，特別是對於住宅物業而言。「包干制」可通過省去業主和住戶對大額支出的若干集體決策程序，從而提升效率，並激勵物業管理服務供應商優化其業務，以提高盈利能力。對於非住宅物業項目，儘管通常採用包干制，一、二線城市的物業服務企業逐漸由採用包干制轉變為採用酬金制。

### 行業增長推動力

根據中指院的資料，中國物業管理行業的發展有賴於以下關鍵驅動因素。

### 優惠政策

2003年6月，中國政府頒佈《物業管理條例》，為物業管理行業提供了監管框架。隨後，陸續有多部監管物業管理行業的各個方面的法律及規則開始生效，並為促進物業管理行業的發展頒佈了多項政策。2014年12月頒佈《國家發展改革委關於放開部分服務價格意見的通知》(發改價格[2014]2755號)，該規定放開了非保障性住房物業服務收費，同時建立補貼機制。2017年7月，住房城鄉建設部聯合國家發改委等八部門出台《關於在人口淨流入的大中城市加快發展住房租賃市場的通知》，鼓勵物業服務企業設立附屬公司拓展住房租賃業務。國務院亦於2017年6月頒佈《關於加強和完善城鄉社區治理的意見》，鼓勵物業服務企業擴大業務運營及擴展服務至農村地區。中指院預計，在政府鼓勵及自穩定監管框架形成後公開公平市場的發展下，中國物業管理行業將在全國範圍內持續發展。關於進一步詳情，請參閱本文件「監管概覽」一節。

### 需求增長

根據中指院的資料，中國的城鎮化及人均可支配收入顯著增長，成為物業管理行業的主要增長原動力。中國城鎮化率(即一定時期內城市人口規模變化的預期平均速率)從1998年的33.4%增至2018年的59.6%。預期中國物業管理行業將隨着城鎮化水平

---

## 行業概覽

---

的不斷提高而持續增長。此外，中國經濟快速增長推動中國城鎮人口的人均可支配收入持續增長，並於截至2018年增至每年人民幣39,251元，自2009年起年複合增長率為9.6%。中國消費者對更佳生活條件及優質物業管理務的需求持續上升，這或會成為中國物業管理行業增長的另一相關驅動因素。中指院認為，中國城市人口的人均可支配收入增加及其消費力不斷提升將對中國物業管理服務的發展產生極大影響。

### 供應增長

隨着中國城鎮化進程加快、人均可支配收入不斷增長，商品房的供應亦急劇增加。中國商品房銷售總建築面積從截至2013年12月31日的約1,305.5百萬平方米增至截至2018年12月31日的約1,716.5百萬平方米，年複合增長率為5.6%。

### 資本市場進一步發展

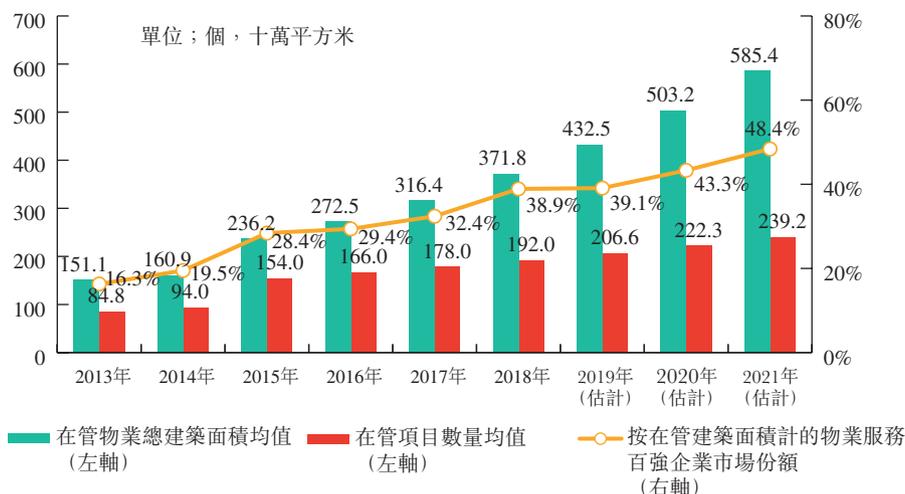
中國資本市場的進一步發展為物業管理行業帶來增長機會及多元化融資渠道。為改善資本市場的監管環境，多項規管資本市場政策陸續出台，例如《關於進一步規範發行審核權力運行的若干意見》、《關於進一步推進全國中小企業股份轉讓系統發展的若干意見》和《全國中小企業股份轉讓系統掛牌公司分層管理辦法（試行）》。資本市場的發展讓物業服務企業能夠獲取更多資金、分散資金來源及擴展業務，包括通過併購。

### 中國物業管理行業發展趨勢

#### 市場集中度不斷提升

物業管理行業在經過幾十年的發展後，部分物業服務百強企業已加快創新他們的服務和擴大業務規模。此外，市場集中度不斷提升。在分散和充滿競爭的物業管理行業，大型物業服務企業積極改善其戰略佈局並加快其擴展速度，並主要透過有機增長及併購增加其市場佔有率並實現更好的經營業績。下表載列於所示日期，物業服務百強企業的在管物業的歷史及預測平均總建築面積和在管物業平均數量，以及物業服務百強企業的市場份額（按在管總建築面積面積計）。

## 行業概覽



資料來源：中指院

### 採用智能科技發展業務和多元化服務

借助資訊科技，例如雲端應用、物聯網、大數據及人工智能，很多物業服務企業得以降低勞工成本及提高盈利能力。例如，利用人工智能科技(智能門禁系統、智能樓控系統、能源管理系統、巡邏機器人、配送機器人及查詢機器人)減少物業服務企業的勞工成本。此外，藉採用平台服務(例如微信公眾號及手機應用程式)，物業服務企業能夠有效整合及分配資源，以提供多元化增值服務及進一步擴大服務範圍至公共面積管理、社區金融、房屋經紀、家政服務等。因此，來自增值服務的收入已逐漸成為物業服務企業的重要收入來源。根據中指院的資料，物業服務百強企業的平均收入於2013年至2018年按24.7%的複合年增長率增加。物業服務百強企業核心物業管理服務的平均收入於2013年至2018年按29.0%的複合年增長率增加，而物業服務百強企業增值服務的平均收入於2013年至2018年按12.9%的複合年增長率增加。下圖載列所示年度按服務類別分類的物業服務百強企業的均值。



---

## 行業概覽

---

### 對專業人才的需求日漸增加

物業服務企業致力建立專業團隊以提供優質服務及客戶體驗。由於物業管理服務廣泛採用信息技術，因此市場對具備多種技能（例如管理及資訊科技）的專業人士的需求殷切。此外，物業服務企業亦逐漸將傳統勞動力集中工作外包給更專業化的公司（例如清潔、綠化及秩序維護）。未來，物業服務企業仍將繼續着重人才引進及培養以保持市場領導地位。

### 標準化服務以提升服務質量

物業管理服務供應商一直致力創新服務模式、提升服務質量、加大信息化投資技術、制定標準化物業服務流程及降低集約化管理成本。信息技術將促進物業管理標準化。

隨着服務標準化的出現促進了物業管理行業的大力發展，領先物業管理公司藉助信息技術來規範和改善服務質量。標準化對物業管理行業的健康發展、高效的業務運營和服務質量的衡量標桿起着至關重要的作用。此外，標準化在行業轉型升級及可持續發展中發揮戰略性、引領性和支撐性作用。營運的標準化和服務質量的提升，可以提高業主居住滿意度，同時是未來物業管理行業發展的重要趨勢。

### 非住宅物業管理行業的增長潛力

在政府鼓勵下，更多有利物業管理行業的有利政策陸續出台。因此，我們窺見住宅物業管理市場的更多商機，此亦使非住宅物業管理市場受益。此外，由於各類非住宅物業各具本身特點，非住宅行業公司須提供針對客戶不同需要而定制的專業服務。非住宅物業管理服務不斷呈現出專業性和特殊性。因此，通過按不同類型非住宅物業的特點提供服務，物業服務企業可以在市場上各展優勢。

### 歷史價格趨勢

勞動力是物業管理市場的主要成本。根據中指院的資料，截至2016年、2017年及2018年12月31日止年度，物業服務百強企業的勞工與銷售成本比率分別為53.4%、55.8%及57.8%，即所有物業服務企業均面對勞工成本增加壓力。這主要是由於政府要求提高最低工資及員工人數增加。隨着物業服務百強企業業務擴大，員工人數亦隨之上升。此外，包括培訓及管理在內的其他相關勞工成本隨員工人數增加而上升。

根據中指院資料，物業服務企業可通過先進科技及增加外包安排以降低整體銷售成本。近年，物業服務百強企業已通過科技取代部分人手以降低成本。此外，亦透過自動化增加營運效率及提升服務質量。根據中指院資料，外包可使物業服務企業降低整體勞工成本，發揮外包商在各自領域的專長及提升營運效率。

---

## 行業概覽

---

### 競爭

#### 整體物業管理市場及辦公樓分部的市場潛力

過去幾年中國房地產市場快速發展，為物業管理行業創造發展空間。

根據中指院發佈的「中國房地產業中長期發展動態模型」，結合內外宏觀經濟環境，中指院估計到2025年，中國住宅物業累計可銷售面積將達約238億平方米。按2019年物業服務百強企業的平均住宅物業管理費人民幣2.25元／月／平方米計，2025年住宅物業的市場容量將為人民幣6,426億元。非住宅的累計可銷售面積將達約37億平方米。按非住宅物業的平均管理費及2019年物業服務百強企業的管理費人民幣5.92元／月／平方米計，非住宅物業管理的市場容量將為人民幣2,628億元。因此，2025年的核心物業管理服務總體市場容量將為人民幣9,054億元。此外，2018年中國社區增值服務的市場容量約核心物業管理服務為人民幣9,221億元。按增長率10%計，到2025年社區增值服務市場容量預計達人民幣1.8萬億元。

在選擇商務物業或辦公樓物業服務企業時，客戶通常採用的標準比選擇住宅物業服務企業更高。他們會考慮許多因素，包括公司的經驗、提供專業服務的能力和發展能力。因此，良好的信譽對於一家物業管理公司擴大業務是非常重要的。此外，商務物業及辦公樓的管理費往往較住宅物業為高，增加了非住宅物業服務企業的收入。

根據中國國家統計局的數據，2018年售出的辦公樓可銷售面積約為43.6百萬平方米。按2014年至2018年的年複合增長率15.0%計，中指院估計2019年至2022年售出的辦公樓可銷售面積將增加約250.3百萬平方米。因此，到2022年，預期在管辦公樓總建築面積為617.2百萬平方米。

#### 競爭格局

中國的物業管理市場高度分散，但市場集中度不斷提升。在核心物業管理服務方面，我們的競爭對手主要來自大型全國性、地區和地方物業服務企業。而增值服務的競爭對手則是其他提供類似服務的公司。例如，我們向業主和住戶提供的增值服務可能與銷售食品和雜貨的供應商和電子商務企業競爭，我們的增值服務也可能與銷售和租賃服務的地產代理以及廣告服務公司競爭。

在過去的幾年里，中國主要的物業服務企業的在管建築面積穩步增長。大型物業服務企業的在管建築面積快速增長。2019年物業服務百強企業的在管總建築面積佔截至2018年12月31日所有物業服務企業在管總建築面積的38.9%。物業服務十強企業和物業服務30強企業現在分別控制着市場的11.4%和27.4%。2018年，物業服務十強企業的在管物業的平均建築面積約為239.2百萬平方米，是同期2019年物業服務百強企業的6.4倍。2018年，物業服務11-30強企業的在管物業平均建築面積約為63.6百萬平方米，是2019年物業服務百強企業的1.7倍。

## 行業概覽

至於物業管理市場的辦公樓分部，根據中指院的資料，由於辦公樓對核心物業管理服務收取的平均管理費高於其他類別物業的平均管理費，預期眾多物業服務企業將致力提高其在此分部的市場份額。

我們乃中國商務物業綜合物業管理服務中領先的物業服務企業之一，尤其在京津冀區域。根據中指院資料，以整體實力計，在2019年，我們在2019年物業服務百強企業中排名第17位。在總部位於京津冀區域2019年物業服務百強企業中，我們按營業收入計排名第七，按淨利潤計排名第五。

### 2018年按營業收入計我們在2019年京津冀物業服務百強企業中的排名

| 排名 | 物業服務企業  | 營業收入(人民幣百萬元) |
|----|---------|--------------|
| 1  | 物業服務企業A | 超3,000       |
| 2  | 物業服務企業B | 約2,300       |
| 3  | 物業服務企業C | 約2,000       |
| 4  | 物業服務企業D | 約1,920       |
| 5  | 物業服務企業E | 約1,420       |
| 6  | 物業服務企業F | 約920         |
| 7  | 本公司     | 約875.2       |

### 2018年按淨利潤計我們在總部位於京津冀2019年物業服務百強企業中的排名

| 排名 | 物業服務企業  | 淨利潤(人民幣百萬元) |
|----|---------|-------------|
| 1  | 物業服務企業A | 超360        |
| 2  | 物業服務企業D | 超310        |
| 3  | 物業服務企業B | 超200        |
| 4  | 物業服務企業C | 超92         |
| 5  | 本公司     | 約91.5       |

此外，我們在商務物業管理方面（尤其在中國辦公樓宇管理方面）處於領先地位。截至2018年12月31日，我們在2019年京津冀物業服務百強企業中，按商務物業的在管建築面積排名第四位及按辦公樓宇的在管建築面積排名第三位，凸顯了我們在辦公樓物業管理服務中突出的市場地位。

### 按截至2018年12月31日商務物業在管建築面積計本公司在2019年京津冀物業服務百強企業中的排名

| 排名 | 企業名稱    | 商務物業在管建築面積<br>(百萬平方米) |
|----|---------|-----------------------|
| 1  | 物業服務企業D | 約18                   |
| 2  | 物業服務企業A | 約13                   |
| 3  | 物業服務企業H | 約8                    |
| 4  | 本公司     | 約6.8                  |

## 行業概覽

按截至2018年12月31日辦公樓在管建築面積計本公司在  
2019年京津冀物業服務百強企業中的排名

| 排名 | 企業名稱    | 辦公物業管理面積(百萬平方米) |
|----|---------|-----------------|
| 1  | 物業服務企業D | 超6              |
| 2  | 物業服務企業A | 約6              |
| 3  | 本公司     | 約5.2            |
| 4  | 物業服務企業G | 約5              |

### 進入壁壘

根據中指院的資料，物業管理行業的部分進入壁壘包括：

- **品牌：**包括本公司在內的頂尖物業服務企業已通過幾十年的服務和運營建立起了品牌聲譽。與此相反，新公司由於並無知名品牌及仍未與行業參與者建立良好的業務關係，在滲透市場方面會面臨越來越多的困難。
- **資本要求：**物業服務企業需要資本密集型投資以採用自動化、智能化的技術，並通過設備採購、智能社區管理和信息科技系統，以提高其管理效率。資本可用性成為具有有限融資能力的新進入者的障礙。
- **運營和管理專業化：**為了更好地控制成本和確保服務質量，物業服務企業需實現運營的標準化和自動化，以提升能力管理更多物業。大型物業服務企業比新入行者擁有更多資源投入運營的標準化和自動化。
- **人才專業化：**隨着互聯網和新技术的興起，物業管理行業對合資格僱員的需求量日益加大且員工經驗愈加豐富，而新物業服務企業則在招募和留住優質僱員方面面臨困難。

除上述物業管理行業進入壁壘外，物業管理行業的辦公大樓部分亦有自己的進入壁壘。辦公大樓部分對服務質量標準和管理水平的要求較其他類型的物業管理更高。為擴大辦公大樓管理業務，物業服務企業應通過精細服務並建立更好的智能管理機制，藉滿足商業客戶的特殊需要而獲益。此外，為了提高工作地方的效率和進駐率，公司可以利用辦公物業的公共空間為客戶提供各種增值服務以滿足客戶需求。

### 董事確認

截至最後實際可行日期，董事在採取合理措施之後確認，自本節所載各項數據的相應日期以來，市場信息並無任何可能限制、抵觸或影響本節所載資料的不利變動。