

行業概覽

除另有說明外，本章節所載資料來源於多份政府及官方刊物、其他刊物以及由我們委託中指院編製的市場研究報告。

我們認為有關資料來源恰當，且我們已合理審慎地摘錄及轉載該等資料。我們並無理由相信該等資料在任何重大方面屬虛假或含誤導成分或遺漏任何事實致使該等資料在任何重大方面屬虛假或含誤導成分。我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]或我們或彼等各自的任何董事、高級管理人員、代表及參與[編纂]的任何其他人士(不包括中指院)概無獨立核實該等資料，且並無就其準確性及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或境外所編製的其他相關資料及統計數據不一致。因此，閣下不應過度依賴該等資料。

中指院及其研究方法

我們以總成本人民幣0.8百萬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1994年成立，是中國房地產研究機構，擁有逾500名分析師，覆蓋華北、華東、華南、華中及中國西南五個地區的600多個城市，落地分院20家。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年起已就物業服務百強企業進行研究。中指院在其研究中主要考慮過往三年內管理至少十項物業或總建築面積500,000平方米或以上的物業管理公司。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，包括從物業管理公司收集的數據(包括來自申報統計數據、網站及市場資料的數據)、進行的調查、來自中國房地產指數系統的數據、政府部門的公開數據及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管理公司的管理規模、經營業績、服務質量、發展潛力及社會責任，就物業管理公司的綜合實力確定排名。中指院主要從收入增長率、在管總建築面積增長率、總合同建築面積、僱員總數及僱員構成方面評估物業管理公司的增長潛力。本節中的數據分析主要根據物業服務百強企業的數據進行。

中國物業管理行業

概覽

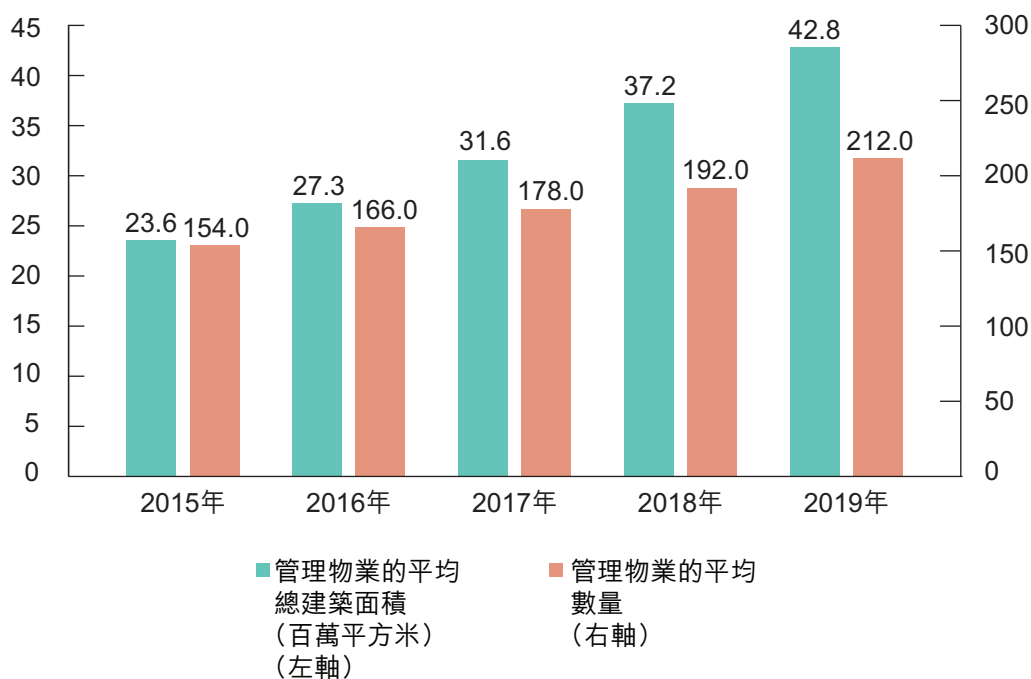
中國物業管理行業的歷史可追溯至20世紀80年代初中國首家物業管理公司成立時。從那時起，中國物業管理行業歷經快速發展。於2003年6月，《物業管理條例》獲頒佈，規定了物業管理行業的監管框架。根據中指院的資料，國務院於2012年頒佈《服務業發展「十二五」規劃》，提出

行業概覽

「鼓勵物業管理公司發展多元化業務」。隨著更多法規的頒佈，該行業的公開公平市場制度得以確立，進一步促進了中國物業管理行業的顯著增長。中國物業管理行業現時服務的物業類型多樣，包括住宅物業、商業物業、寫字樓、公共物業、產業園區、學校及醫院等。

物業服務百強企業概覽

近年來，隨著城鎮化進程加快和人均可支配收入持續增加，物業服務百強企業管理的建築面積和物業數量快速增長。根據中指院的資料，物業服務百強企業所管理物業的平均總建築面積由截至2015年12月31日的約23.6百萬平方米增至截至2019年12月31日的約42.8百萬平方米，複合年增長率為16.0%。根據中指院的資料，物業服務百強企業所管理物業的平均數量由截至2015年12月31日的154項增至截至2019年12月31日的212項，複合年增長率為8.3%。下圖載列於所示年度物業服務百強企業所管物業的平均總建築面積和平均數量。



資料來源：中指院。

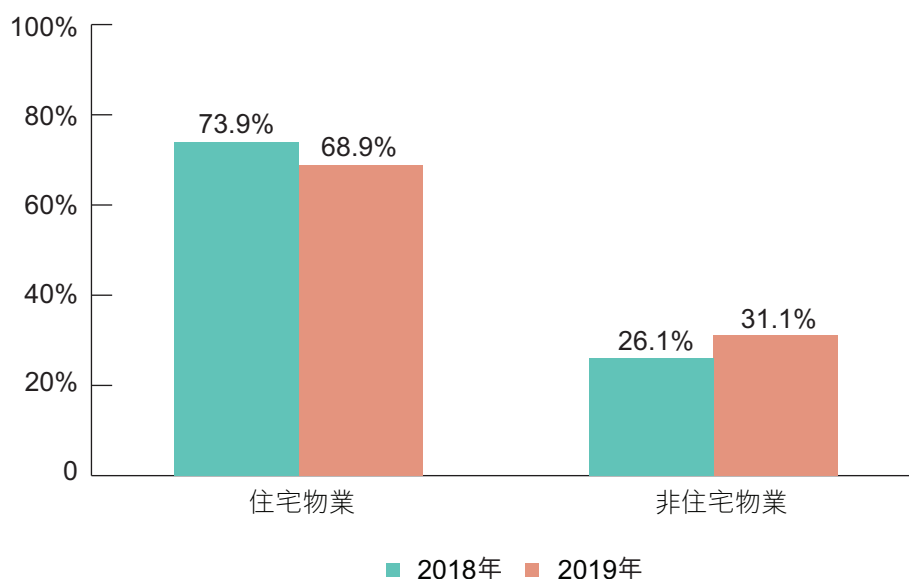
行業概覽

根據中指院的資料，2019年物業服務百強企業約80%自其聯屬房地產開發商產生物業管理服務收益，平均在管建築面積為47.4百萬平方米，其中平均約60%的在管建築面積乃由其聯屬房地產開發商開發。由該等物業服務百強企業的聯屬房地產開發商開發的其在管總建築面積比例的中位數約為65%。

根據中指院的資料，物業服務百強企業的地域覆蓋範圍亦於近年不斷擴大。截至2019年12月31日，物業服務百強企業開展業務的城市平均數量增至31個，自2015年起的複合年增長率為3.5%。

由於在管物業的建築面積及物業數量以及地域覆蓋範圍的顯著增長，物業服務百強企業的平均收入由2015年的約人民幣540.8百萬元增至2019年的約人民幣1,040.2百萬元，複合年增長率為17.8%。

於在管物業中，住宅物業繼續為主要物業類型。下圖載列於所示年度物業服務百強企業管理的住宅物業及非住宅物業的在管總建築面積百分比。



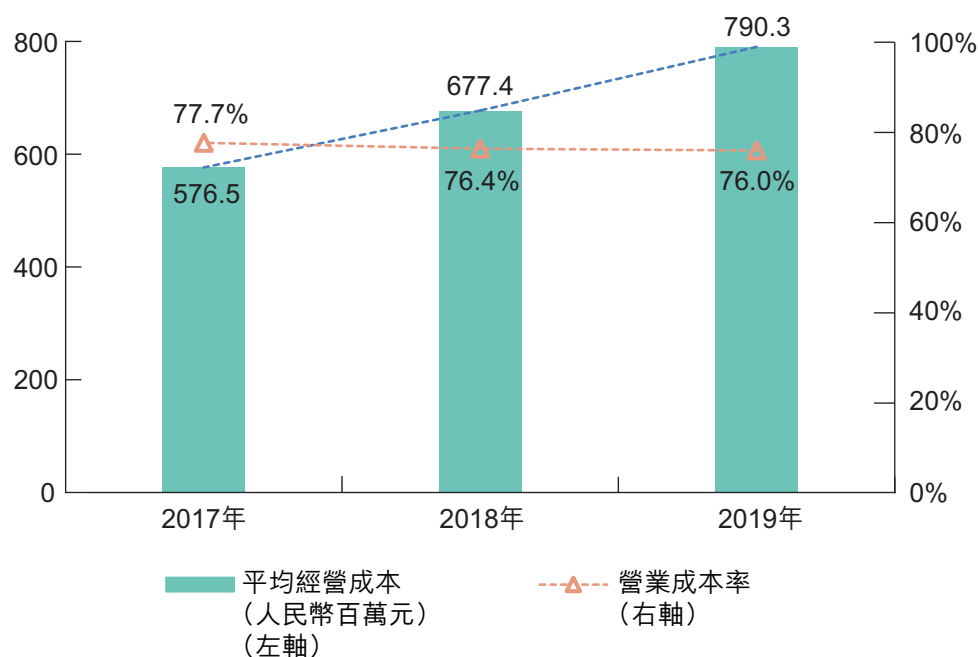
資料來源：中指院。

儘管住宅物業仍佔在管物業總建築面積的最大比例，但物業管理公司已尋求將其在管物業類型多元化。物業服務百強企業所管理非住宅物業的總建築面積由截至2018年12月31日的約2,131.7百萬平方米增加52.4%至截至2019年12月31日的約3,249.0百萬平方米。

行業概覽

受客戶需求和激烈競爭驅動，物業管理公司已投資改善其服務質量，並更加注重客戶需求。在傳統物業管理服務方面，物業管理公司已引入「管家服務」、「一站式服務」及「全方位服務」的概念，以滿足客戶日常生活中的各種需求。在增值服務方面，物業管理公司正推廣「互聯網+」概念，以建立線上及線下社區服務平台並整合周邊商圈資源，藉以多元化產品與服務供應並提升客戶忠誠度。提升後的服務質量和多元化服務有助於提高物業服務百強企業的客户保留率。

根據中指院的資料，物業服務百強企業透過提供傳統的物業管理服務及其他多元化服務提高其盈利能力。根據中指院的資料，物業服務百強企業的平均淨利潤由2018年增長26.2%至2019年的人民幣91.1百萬元。物業服務百強企業的物業管理服務平均淨利潤由2018年增長21.9%至2019年的人民幣49.0百萬元，而其他多元化服務的平均淨利潤由2018年增長31.6%至2019年的人民幣42.1百萬元。透過多元化其服務及採用技術、標準化及自動化，物業服務百強企業能夠降低其經營成本並實現成本效益。根據中指院的資料，於2018年及2019年，物業服務百強企業的營業成本率分別為76.4%及76.0%。下圖載列於所示年度物業服務百強企業的平均經營成本及營業成本率。



資料來源：中指院。

行業概覽

中國物業管理行業的主要收入模式

在中國，物業管理公司通過物業管理服務產生收入。此外，物業管理公司亦從其他增值服務產生收入，包括(其中包括)諮詢服務、工程服務及社區增值服務，例如公用區營運、金融、房產中介、電子商務、家政及保潔、長者照顧及護理服務。

在中國，物業管理費可按包乾制或按酬金制收取。中國物業管理行業的主流物業管理費收費模式為包乾制，特別是對於住宅物業而言。包乾制模式可省去業主和住戶對大額支出的若干集體決策程序而提升效率，並鼓勵物業管理服務供應商優化其業務，以提高盈利能力。相反，酬金制模式在非住宅物業中漸趨採用，允許業主更多地參與其物業管理，而服務供應商則受到更嚴密的監督。

行業增長驅動力

中國物業管理行業的增長取決於多個關鍵驅動因素。

有利政策

於2003年6月，中國政府頒佈《物業管理條例》，為物業管理行業建立監管框架。自此，一系列法律及法規生效，以規範物業管理行業的各個方面，並制定多項政策促進該行業的發展。該等政策包括但不限於於2014年12月頒佈的《國家發展改革委關於放開部分服務價格意見的通知》及於2015年11月頒佈的《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》。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》，鼓勵物業管理公司擴大業務經營，將彼等的專業知識引入農村。該等法律及政策共同創造並將繼續改善有利有序的環境，並加速中國物業管理行業及物業管理公司的發展。有關進一步詳情，請參閱「監管概覽」。

行業概覽

物業管理服務需求增長

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，已成為物業管理行業的主要增長驅動力。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)從截至1999年12月31日的34.8%增至截至2019年12月31日的60.6%。預計中國物業管理行業將隨著國家城鎮化水平的不斷提高而持續增長。此外，中國經濟快速增長推動城鎮人口人均可支配收入持續增長，截至2019年12月31日增加至每年人民幣42,359元，自2009年12月31日的複合年增長率為9.4%。有關人均可支配收入的持續增長刺激中國消費者對更好的生活條件和優質物業管理服務的需求，此乃中國物業管理行業增長的另一根本原因。中國的經濟增長亦導致中高收入階層的形成。因此，我們預計中國消費者將日趨精明，願意付高價享受優質生活。此外，我們預計更多的中國消費者會考慮增加基本必需品以外商品及服務的自由支配開支。我們相信，中國中高收入階層的湧現及其消費力的不斷提升，將對中國中高端物業管理服務的發展產生重大影響。

商品房供應增長

隨著城鎮化進程加快及人均可支配收入不斷增長，商品房的供應也急劇增加。已售商品房總建築面積由2014年的約1,206.5百萬平方米增至2019年的約1,715.6百萬平方米，複合年增長率為7.3%。中國新建商品房的總建築面積由2018年的2,093.4百萬平方米增加8.5%至2019年的2,271.5百萬平方米。

資本市場的進一步發展

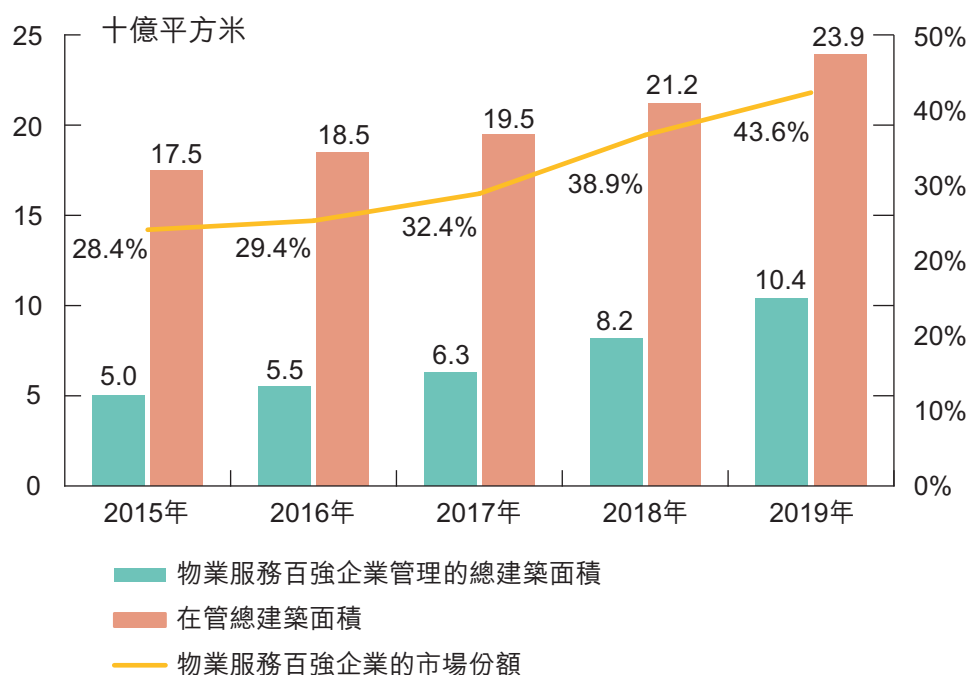
中國資本市場的進一步發展為物業管理行業提供增長機會和多元化融資渠道。規管資本市場的若干政策已經生效，以改善資本市場的監管環境，如《關於進一步規範發行審核權力運行的若干意見》、《關於進一步推進全國中小企業股份轉讓系統發展的若干意見》和《全國中小企業股份轉讓系統掛牌公司分層管理辦法(試行)》。截至2020年3月31日，有一家物業管理公司在上海證券交易所上市，兩家物業管理公司在深圳證券交易所上市，40家物業管理公司在全國中小企業股份轉讓系統上市及23家物業管理公司在聯交所上市。資本市場的發展使物業管理公司能夠獲得更多資金，使資金來源多元化並實現業務擴展。

行業概覽

中國物業管理行業的發展趨勢

市場集中度提高

物業管理市場集中度不斷提高。在分散和充滿競爭的物業管理行業，大型物業管理公司積極改善其戰略佈局並加快其擴展速度，主要透過自然增長及合併和收購增加其市場份額並實現更好的經營業績。下圖列示於所示年度中國物業管理公司管理的總建築面積、物業服務百強企業管理的總建築面積及物業服務百強企業按在管總建築面積計的總市場份額。



資料來源：中指院。

業務和多元化服務中越來越多地採用智能技術

藉助雲應用、電子商務、物聯網、大數據和人工智能等信息科技，眾多物業管理公司降低了人工成本並提高了盈利能力。例如，智能入口通行、智能建築管理、智能能源管理、巡邏機器人、交付機器人和諮詢機器人等人工智能技術大大降低了物業管理公司的人工成本。此外，通過採用微信公眾賬號和移動應用等服務平台，物業管理公司可以有效整合和分配資源，以提供多元化的社區增值服務、建立綜合社區服務平台並進一步將社區增值服務拓展至公共空間管理、社區金融、房產中介、電子商務、家政等。根據中指院的資料，物業服務百強企業一直致力於發展其增值服務，特別是投放更多資源用於創新增值服務模式，提供不同的社區產品及服務以及

行業概覽

改善增值服務的質量和種類。自2018年至2019年，物業服務百強企業的增值服務平均收入增長29.0%，高於同期傳統物業管理服務的14.6%。隨著智能技術及數據數字化的廣泛應用，增值服務產生的收入日漸成為物業管理公司的重要收入來源。

對專業人員的需求不斷增加

一方面，隨著技術快速發展，物業管理公司需要招聘更多具備管理和技術技能的合格專業人才。另一方面，物業管理公司亦越來越多地將勞動密集型業務(如保潔、綠化及安保)外包給分包商，同時更加重視招聘和培訓專業技術人員，以提高物業服務質量及滿足住戶需求。

來自資本市場的支持不斷增加

資本市場發展持續升溫。為擴大融資渠道，參與資本市場的物業管理公司數量日益增多。藉此，有關上市物業管理公司能增加技術創新方面的投資、建立智能平台、加強與其他物業管理公司的合作、提高服務質量並提高運營效率。此外，資本來源多元化令物業管理公司能夠加快選擇性及戰略性併購，以進一步擴大業務規模。

越來越多地採用市場化獨立運作

一般來說，物業管理公司通過承攬大型房地產開發商開發的物業(如果其附屬於該等房地產開發商)，能夠更好地擴展業務和市場覆蓋範圍。近年來，隨著物業管理行業市場化程度的深入，物業管理服務逐漸按市場調節價格收費。因此，物業管理公司需採用市場化運營策略，並開發符合市場規律的新物業管理服務及增值服務。

服務日益標準化

標準化使物業管理公司可提升其服務質量，並為跨區域業務持續擴展的基礎。中國政府已頒佈《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》。根據中指院的資料，有關政策旨在引入標準化物業管理服務質量的理念。中國眾多物業服務百強企業已經建立內部標準化運營程序，以指導其提供服務。

行業概覽

近年來，信息科技在物業管理服務中發揮著越來越重要的作用。物業管理公司利用信息科技實施用於令主要業務運營自動化的技術解決方案。技術解決方案可最大程度地減少人為錯誤，並令物業管理公司能夠貫徹應用其標準化程序及質量標準。反之，此舉可減少對人工的依賴，從而減少僱用僱員及分包商的成本。此外，集中式信息科技使物業管理公司能夠監督其分公司、附屬公司及辦事處的行政及財務業務運營，並確保其貫徹應用我們的政策、程序及質量標準。

COVID-19疫情的影響

根據中指院的資料，自2020年1月中國爆發COVID-19以來，由於房地產市場發展總體放緩及房地產項目交付推遲，預計中國房地產市場短期內將呈下降趨勢。因此，預計短期內COVID-19疫情將導致物業交付延遲。然而，根據中指院的資料，其亦將為項目管理公司帶來機遇。例如，(i)項目管理公司更有能力滿足因COVID-19疫情而對產品及服務質量提出的更高要求，例如更好的空氣流通、更好的陽光及更好的環境以提高物業住戶的健康及福祉，從而能夠讓項目管理公司獲得積極認可，提升客戶的滿意度及忠誠度，進一步提高物業管理費收款率，(ii)本身主要開發移動應用程序或在線服務平台的項目管理公司可更好地適應挑戰，增加收益及提高盈利能力，例如採取措施增強此類在線服務平台的功能，並根據在管社區的需求推出新的在線產品及服務，及(iii)自COVID-19疫情以來，已出台一系列支持物業管理公司的政策，包括延長社保繳納期限、減稅、放寬融資限制、降低企業融資成本、增加政府補貼等。該等政策及措施共同創造並將繼續改善有利有序的環境，加速中國物業管理行業及物業管理公司的發展。因此，根據中指院的資料，倘COVID-19疫情於2020年下半年之前得到控制，即使考慮到COVID-19疫情，預期中國項目管理行業將繼續保持穩定增長。

過往價格趨勢

物業管理服務市場為勞動密集型市場，勞工成本構成物業管理服務公司服務成本的大部分。物業管理公司不斷在持續增長的勞工成本與必須提供優質服務之間取得平衡。物業管理業務有賴提供大量廉價勞動力。

根據中指院的資料，於2017年至2019年，物業服務百強企業的勞工及分包成本分別佔銷售成本的比例均有所增加。物業服務百強企業的平均勞工成本由2017年的人民幣321.9百萬元增加至2018年的人民幣391.8百萬元並進一步增加至2019年的人民幣467.0百萬元，於2017年至

行業概覽

2019年的複合年增長率為20.5%。根據中指院的資料，於2017年至2019年，物業服務百強企業的勞工成本分別佔其總銷售成本的55.8%、57.8%及59.1%。中國的最低工資主要根據省及地方政府發佈的標準制定。近年來，多個地區的最低工資大幅提高，直接導致勞工成本增加。此外，隨著業務擴張的需要，物業服務百強企業的僱員人數不斷增加，在過去幾年，培訓及勞工管理的費用亦相應增加。根據中指院的資料，於2017至2019年，至少10間於聯交所主板上市的中國物業管理公司的分包成本有所增加。

根據中指院的資料，物業管理公司或會通過以技術解決方案進行創新並適度增加分包商服務比例來降低其整體銷售成本。近年來，物業服務百強企業積極嘗試並採用技術解決方案實現其業務營運自動化。利用物聯網、大數據及人工智能等技術，眾多物業管理公司得以降低人工成本及提高盈利能力。尤其是，通過採用自動化設備，如電圍欄、清潔機械及噴灌系統，物業管理公司可減少對保安及清潔人員等體力勞動的依賴，從而節省成本。此外，自動化及智能技術的升級有助於提高運營及管理效率。

藉此，物業服務百強企業能夠提高運營效率並提升服務質量。根據中指院的資料，分包可使物業管理公司降低整體勞工成本，並利用分包商在各自領域的專業知識提高服務效率。

根據中指院的資料，於2019年，江蘇省物業服務百強企業的住宅物業及商業物業的平均物業管理費分別為每平方米每月人民幣2.0元及人民幣5.6元。於2015年至2019年期間，江蘇省物業服務百強企業的住宅物業及商業物業的平均物業管理費維持相對穩定。於2015年至2019年期間，江蘇省物業服務百強企業的住宅物業的物業管理費通常介乎每平方米每月人民幣1.0元至人民幣5.0元之間。具體而言，受限於當地法規下的價格控制，於同年度，南京市物業服務百強企業管理的政府保障性住房及其他住宅物業的物業管理費通常分別介乎每平方米每月人民幣0.1元至每平方米每月1.0元及每平方米每月人民幣1.0元至每平方米每月1.9元。於同年度，江蘇省其他城市（當地可能並無相關有效的價格管制措施）物業服務百強企業管理的政府保障性住房及其他住宅物業的物業管理費通常分別介乎每平方米每月人民幣0.1元至每平方米每月1.0元及每平方米每月人民幣0.5元至每平方米每月5.0元。一般而言，政府保障性住房項目的平均物業管理費

行業概覽

低於普通住宅項目的費用，主要原因是其服務範圍及現場設施有限。根據中指院的資料，於2015年至2019年期間，江蘇省物業服務百強企業的商業物業的物業管理費通常介乎每平方米每月人民幣3.0元至人民幣9.0元之間。具體而言，商業物業的物業管理費通常因物業類型不同（即購物商城、商業街及地鐵站購物區）而各異，原因是服務費乃根據位置、商鋪規模及業主與租戶提出的具體服務要求等多項因素釐定。

競爭

競爭格局

中國的物業管理市場高度分散且日益集中。我們的物業管理服務及非業主增值服務主要與大型國家級、地區及地方物業管理公司競爭。我們的社區增值服務與提供類似服務的其他物業管理公司及工程公司競爭。例如，向業主及住戶提供的社區增值服務或會與銷售食品及雜貨的供應商及電商企業競爭，亦可能就銷售及租賃服務與物業代理以及就廣告服務與廣告公司競爭。

過去數年，中國主要物業管理公司的在管建築面積穩步增長。根據中指院的資料，我們自2017年起連續四年被評為物業服務百強企業，就綜合實力而言，我們在2020中國物業服務百強企業中排名第25位，較2017年的第50位上升25位。根據中指院的資料，截至2019年12月31日，本集團的在管建築面積約為15.8百萬平方米，於2017年至2019年的複合年增長率為31.8%，高於物業服務百強企業在管平均建築面積的複合年增長率。根據中指院的資料，就綜合實力、在管建築面積及淨利潤而言，我們於2019年在2020江蘇省物業服務百強企業中分別排名第三、第四及第二名。

截至2019年12月31日，我們確認收入約人民幣503.0百萬元，由2018年12月31日至2019年12月31日增長44.1%。我們收入的同比增長率高於同期物業服務百強企業的17.4%。截至2019年12月31日，我們已訂約管理但尚未交付的建築面積為11.8百萬平方米，較2018年12月31日增長100.9%，高於同期物業服務百強企業的63.8%。

根據中指院的資料，隨著服務多元化不斷深入，2019年的非業主增值服務及社區增值服務收入約為人民幣148.2百萬元，較2018年12月31日大幅增長，高於同期物業服務百強企業的29.0%。此外，2019年的增值服務收入約佔我們總收入的29.5%，高於物業服務百強企業的行業平均水平。

此外，根據中指院進行的客戶滿意度調查，我們於2019年獲得80.1%的平均分，高於同年度根據中指院對中國城市居民進行的居住滿意度調查得出的行業平均滿意率75.4%。

行業概覽

進入壁壘

根據中指院的資料，進入物業管理行業存在若干壁壘，包括：

- **品牌**：品牌聲譽為物業管理服務公司的重要因素。我們的品牌「弘陽服務」及「弘生活」在我們經營所在的市場中獲得廣泛的品牌認可，並已贏得各種榮譽及獎項，例如就品牌價值而言，我們獲中指院評為2019中國華東物業服務領先品牌。於選擇物業管理服務供應商時，消費者可能會優先考慮擁有多年良好管理運營、強大品牌聲譽及公認服務質量的公司。因此，新參與者由於並無任何成熟品牌或與行業參與者建立業務關係，在進入市場方面會面臨越來越多的困難。
- **資本要求**：由於物業管理公司採用自動化和智能技術，通過設備採購、智慧社區管理和信息科技系統提高管理效率，故需要龐大資本投資。獲得資本的能力對融資能力有限的新參與者造成很大的障礙。
- **管理質量**：管理團隊的經驗及專業知識可大幅提高物業管理公司的競爭力。具有豐富管理經驗的物業管理公司在管理更多物業及投資後公司方面處於優勢地位。
- **專業人才及技術專長**：隨著大數據及互聯網技術的興起，物業管理行業對合格員工的需求日益增長。招募及留聘高素質的專業員工被視為新參與者的主要障礙。

董事確認

截至最後可行日期，董事經合理審慎考慮後確認，自本節所載各項數據的相應日期以來，市場信息並無任何不利變動而可能限制、抵觸或影響本節所載資料。