

行業概覽

除另有所指外，本節所載資料來自各種政府及官方刊物、其他刊物及我們委託弗若斯特沙利文編製的弗若斯特沙利文報告。

我們相信有關資料來自適當來源，並且在摘錄及轉載有關資料時已合理審慎行事。我們並無理由相信有關資料在任何重大方面屬失實或存在誤導成分，或當中遺漏任何事實致使其在任何重大方面屬失實或存在誤導成分。我們、聯席保薦人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、包銷商或我們或彼等各自的任何董事、高級管理人員或代表或參與[編纂]的其他人士並無獨立核實有關資料，且無對有關資料的準確性及完整性發表任何聲明。該等資料及統計數據未必與中國境內外編製的其他資料及統計數字一致。因此，閣下不應過度倚賴該等資料。

資料來源

我們委託獨立市場研究及顧問公司弗若斯特沙利文分析中國商務物業管理服務市場並提交報告。弗若斯特沙利文為於1961年在紐約成立的獨立全球顧問公司。弗若斯特沙利文提供行業研究及市場策略，並提供增長顧問服務及企業培訓。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。我們同意就編製弗若斯特沙利文報告向弗若斯特沙利文支付總費用人民幣500,000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部分資料載入本文件，原因為董事相信有關資料有助潛在投資者了解有關市場。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務物業管理服務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、經濟及政治環境可能維持穩定；(iii) COVID-19將在短期內影響經濟穩定；及(iv) 市場驅動力（如商務物業穩定開發、城市勞動力集中、廣泛應用技術及其因素）將推動商務物業管理服務市場的發展。

行業概覽

中國及大灣區的商務物業管理服務市場

概覽

商務物業包括辦公大樓、企業大樓、辦公園區和研發園區及其他。商務物業管理服務市場參與者通常提供以下服務：(1)基本物業管理服務；及(2)增值服務。基本物業管理服務主要包括保安服務、保潔服務、停車場管理、升降機、自動梯及停車場機電設備維修維護、園林景觀服務、日常設備及機器維修維護以及禮賓服務等其他服務。增值服務主要包括(i)資產服務；(ii)提供予業主、企業客戶及租戶的客戶服務；及(iii)其他定制服務。

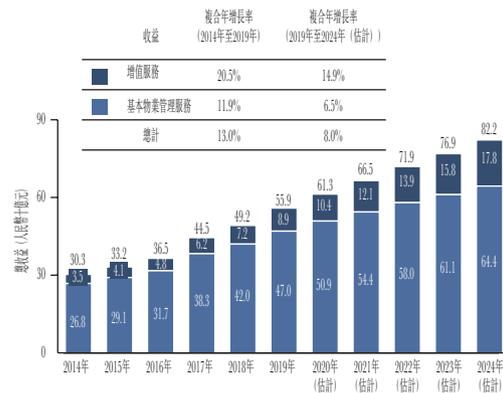
商務物業管理服務提供商可以包干制或佣金方式收取管理費。在中國，一筆過費用模式為收取住宅及非住宅物業的物業管理費的主要方式。

中國商務物業管理服務市場的市場規模

物業管理服務提供商在管商務物業總面積（中國），2014年至2024年（估計）



商務物業管理服務市場總收益（中國），2014年至2024年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文分析

2019年，基本物業管理服務及增值服務分別佔中國商務物業管理服務提供商總收益約84.1%及15.9%。由於商務物業管理服務提供商一直尋求進一步多元化其服務和收入來源，預計近期增值服務佔總收益的比例將不斷上升。

行業概覽

中國高端商務物業管理服務市場的市場規模

下圖列示中國在管高端商務物業總面積和高端商務物業管理服務市場總收益的增長情況：

物業管理服務提供商在管高端商務物業總面積（中國），2014年至2024年（估計）



高端商務物業管理服務市場總收益（中國），2014年至2024年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文分析

截至2019年12月31日，中國在管高端商務物業面積佔在管商務物業總面積約16.6%。預計近期增值服務佔高端商務物業管理服務市場總收益的比例將不斷上升，這與中國商務物業管理服務市場的總體趨勢一致。

大灣區商務物業管理服務市場的市場規模

下圖列示大灣區在管商務物業總面積和商務物業管理服務市場總收益的增長情況：

物業管理服務提供商在管商務物業總面積（大灣區），2014年至2024年（估計）



商務物業管理服務市場總收益（大灣區），2014年至2024年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文分析

於2019年，中國及大灣區（不包括香港及澳門）的平均商務物業管理費分別達到每月每平方米人民幣5.6元及每月每平方米人民幣7.5元。

行業概覽

大灣區高端商務物業管理服務市場的市場規模

下圖列示大灣區在管高端商務物業總面積和高端商務物業管理服務市場總收益的增長情況：

物業管理服務提供商在管高端商務物業總面積（大灣區），2014年至2024年（估計）



高端商務物業管理服務市場總收益（大灣區），2014年至2024年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文分析

市場推動因素

商務物業穩定開發：隨著商務物業（例如寫字樓及企業大樓）大幅擴展，商務物業數目不斷增加推動對商務物業管理服務的需求。同時，由於新一線城市進一步發展，商業中心數目不斷增加及該等城市內規劃產業群，如此形成中國商務物業管理服務市場的龐大市場潛力。

城市地區勞動力集中：目前，勞動力主要集中於經濟高速發展城市群（如京津冀地區、長江三角洲及珠三角），而且由於加速城市化，勞動力聚集更為明顯，已促進該等地區企業的發展，從而推動對中國商務物業管理服務的需求。

廣泛應用技術：中國商務物業管理服務提供商一直致力擴展服務範圍及提供廣泛應用新技術的創新服務。其中，資訊科技及數據數字化令公司得以提高服務質素，並有效減少營運、勞工、能源成本及材料耗量。

一體化設施管理服務的需求不斷增長：近年，隨著投資回報、管理效能及成本控制的壓力不斷增加，不少企業開始選用專業設施管理服務提供商提供設施管理服務，讓彼等專注於核心業務及實現資產增值。

利好政策：2019年出台的《粵港澳大灣區發展規劃綱要》明確指出，大灣區將側重於主要工業發展，例如研發及科學與技術研究成果轉化、金融服務、專業服務、商業服務、休閒度假、養生保健服務及信息科技。經濟及工業的進一步發展促進相關設施建設，如工業園及商用辦公區域，支持大灣區商務物業管理服務市場的發展。

行業概覽

領先企業的地點偏好：由於高端製造、金融服務及技術創新領域優勢明顯，大灣區吸引多家領先企業在廣州及深圳等城市設立公司總部，這促進了企業總部、高科技辦公室及研發工業園對商務物業管理服務的需求。

TMT及金融企業的需求不斷增長：隨著大灣區迅速發展，大量TMT及金融已在粵港澳大灣區設立公司總部、研發中心或辦事處。TMT及金融產業的企業一般對商務物業管理服務設有特定要求，例如機密設施管理及高科技設備維護。因此，TMT及金融領域企業較喜歡聘用專門從事綜合設施管理服務的服務提供商。

未來機遇及挑戰

開發高端寫字樓：隨著經濟快速發展，高端寫字樓作為城市地標，在商務房地產行業的發展前景極佳，如此不但促進中國商務物業管理服務的發展，亦推動對服務範圍及質素的龐大需求。

行業集中加速：中國商務物業管理服務市場集中率近年一直上升，原因是有利政策環境、市場競爭不斷加劇及涉足資本市場。其中，少數龍頭物業管理服務公司努力透過市場併購，提升管理水平及核心競爭力。

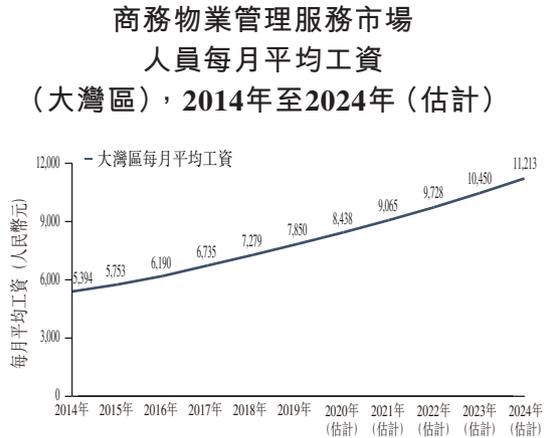
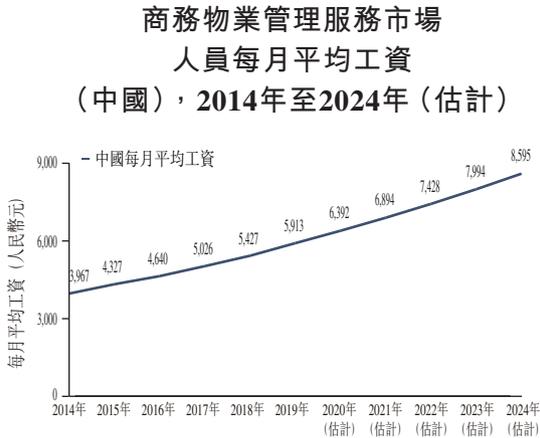
設施管理服務普及化：隨著中國商務物業管理服務市場發展，物業開發商更加注重資產增值，而企業偏好優質寫字樓環境。因此，商務物業管理服務提供商（特別是龍頭公司）傾向提供一體化設施管理服務，其中因應不同客戶要求定制服務解決方案。此外，設施管理服務的信息技術及移動互聯網等新技術應用，向來是其中一種趨勢。

低線城市的潛力：儘管大灣區包括香港、廣州及深圳等多個經濟發達的先進城市在內，但東莞、中山及惠州等多個正在開發中的低線城市具有相當的發展潛力，有助商務物業管理服務提供商擴大地域覆蓋範圍。此外，該等城市的商務物業管理服務市場發展相對仍未成熟，能夠為有計劃在初期搶佔市場份額的服務提供商帶來潛在機會。

擴大服務範圍：隨著競爭加劇，大灣區的商務物業管理服務提供商致力於在基本物業管理服務的基礎上，將服務範圍擴大至專門項目設計及翻新、僱員培訓及接駁巴士服務等增值服務。擴大服務範圍有助提高客戶滿意度、保持競爭力及提升品牌聲譽。

行業概覽

勞動及運營成本日益上升：商務物業管理服務市場屬於勞動密集型行業，牽涉大量勞動力，例如保安人員、清潔人員及維護人員。近年的每月最低工資一直上漲。此外，過去數年水電等公用事業費亦有所上調。勞動成本及運營成本日益上升，可能會令商務物業管理服務提供商的利潤率降低。



資料來源：弗若斯特沙利文分析

COVID-19的影響：短期內，延遲復工會對商務物業的施工進度造成影響，故此商務物業管理服務提供商原本計劃於2020年上半年承接的大多數在建項目未能及時交付。同時，採購防疫物資及清潔、消毒及建築物管理方面的工作人員安排令我們的人力成本及運營成本大幅上升。因此，COVID-19令主要按照包乾制收取管理費的商務物業管理服務提供商承受的成本壓力增加，從而短期內對其利潤率造成影響。長遠而言，COVID-19將引起租戶對建築物設備及服務的健康標準的關注，這將促使進商務物業進行升級及商務物業管理服務標準進一步提高。此外，商務物業管理服務提供商有效應對COVID-19疫情大流行的能力及奉獻，將能夠提高客戶黏性及品牌聲譽，這將促進中國商務物業管理服務市場的進一步集中。

准入壁壘

品牌聲譽：商務物業開發商及企業偏好聘用著名商務物業管理服務提供商而非知名度較低的服務提供商。優良品牌聲譽需要經多年管理及經驗積累才能建立，因此，著名且經驗豐富商務物業管理服務提供商的品牌聲譽乃經多年建立而得來，這方面新公司難以輕易追上。

客戶關係：通過建立可持續客戶關係，服務提供商可在客戶滿意度、續訂率及收費率方面有卓越表現。此外，與部分客戶（例如對優質服務具有較高要求的著名企業）的合作乃建基於良好客戶關係。因此，新進入市場者要建立如此良好的客戶關係實在不易。

運營及管理能力：隨著高端辦公大樓及企業大樓的開發，強大運營及管理能力，已成為商務物業管理服務提供商維持其市場競爭優勢的重要條件。因此，能夠為物業開發商及企業提供優質高效服務的能力，對於許多提供商（尤其是新進入市場者）來說是一項重大挑戰。

行業概覽

具特色的服務：隨著企業及物業開發商的需求日增，可提供具特色服務（例如資產服務及企業管理服務）的商務物業管理服務提供商可保持競爭優勢。新進入市場者欠缺提供具特色的服務的能力，在承接商務物業管理項目（特別是高端項目）時將面臨重重挑戰。

人才儲備：專業人才乃按照客戶的不同要求提供優良及定制化商務物業管理服務的必備條件。領先的商務物業管理服務提供商已建立本身的人才儲備及培訓體系，新進入市場者難以輕易招攬足夠數目的人才或培養合資格的人才。

豐富的綜合設施管理服務經驗：商務物業管理服務提供商需要先累積大量項目經驗，才能提供綜合設施管理服務。客戶偏好選擇在綜合設施管理服務方面享有良好聲譽且經驗豐富的商務物業管理服務提供商。對於新進入市場者，實在難以拓展其綜合設施管理服務的業務範圍。

競爭格局

按向商務物業提供 基本物業管理服務收益計的 五大物業管理服務公司（中國），2019年

排名	公司	背景資料	按基本物業管理服務 收益計的市場份額(%)
1	公司A	中國一家領先的物業管理服務公司，於商務物業管理服務市場提供全面的設施、資產、流程及人員服務。	5.4%
2	公司B	一家上市物業管理服務公司，主要向非住宅物業（包括商務物業）提供物業管理服務。	3.9%
3	公司C	一家上市物業管理服務公司，主要管理長江三角洲地區和環渤海經濟圈的商務物業。	3.1%
4	本集團	中國一家領先的商務物業管理服務提供商，約20年來一直專注於提供商務物業管理服務，已建立市場聲譽及優質品牌。	2.6%
5	公司D	中國一家領先的物業管理服務公司，專注於管理商務物業管理服務市場中的高端商務物業。	1.7%
五大			16.7%
其他			83.3%
總計			100%

按向高端商務物業提供 基本物業管理服務收益計的 五大物業管理服務公司（中國），2019年

排名	公司	背景資料	按基本物業管理服務 收益計的市場份額(%)
1	公司A	中國一家領先的物業管理服務公司，於商務物業管理服務市場提供全面的設施、資產、流程及人員服務。	4.4%
2	公司B	一家上市物業管理服務公司，主要向非住宅物業（包括商務物業）提供物業管理服務。	2.9%
3	本集團	中國一家領先的商務物業管理服務提供商，約20年來一直專注於提供商務物業管理服務，已建立市場聲譽及優質品牌。	2.8%
4	公司D	中國一家領先的物業管理服務公司，專注於管理商務物業管理服務市場中的高端商務物業。	2.3%
5	公司E	一家領先的物業管理服務公司，主要專注於管理長江三角洲（特別是上海）的高端商務物業。	2.2%
五大			14.6%
其他			85.4%
總計			100%

資料來源：年度報告；弗若斯特沙利文分析

行業概覽

中國的商務物業管理服務市場相當分散。2019年，按向商務物業提供基本物業管理服務收益計，中國五大物業管理服務公司約佔16.7%。本集團在領先物業管理服務公司中排名第四，佔向商務物業提供基本物業管理服務總收益約2.6%。本集團是國內少數主要提供商務物業管理服務（特別是高端商務物業管理服務）的領先物業管理服務提供商之一。2019年，按向高端商務物業提供基本物業管理服務收益計，五大物業管理服務公司約佔14.6%。本集團排名第三，佔中國向高端商務物業提供基本物業管理服務總收益約2.8%。

按向商務物業提供 基本物業管理服務收益計的 五大物業管理服務公司（大灣區），2019年

排名	公司	背景資料	按基本物業管理服務 收益計的市場份額 (%)
1	公司A	中國一家領先的物業管理服務公司，於商務物業管理服務市場提供全面的設施、資產、流程及人員服務。	5.4%
2	本集團	中國一家領先的商務物業管理服務提供商，約20年來一直專注於提供商務物業管理服務，已建立市場聲譽及優質品牌。	4.5%
3	公司B	一家上市物業管理服務公司，主要向非住宅物業（包括商務物業）提供物業管理服務。	3.9%
4	公司F	中國一家知名物業管理服務公司，主要在大灣區提供商務物業管理服務。	1.7%
5	公司G	一家上市物業管理服務公司，主要在大灣區提供商務物業管理服務。	1.6%
五大			17.1%
其他			82.9%
總計			100%

按向高端商務物業提供 基本物業管理服務收益計的 五大物業管理服務公司（大灣區），2019年

排名	公司	背景資料	按基本物業管理服務 收益計的市場份額 (%)
1	本集團	中國一家領先的商務物業管理服務提供商，約20年來一直專注於提供商務物業管理服務，已建立市場聲譽及優質品牌。	4.2%
2	公司A	中國一家領先的物業管理服務公司，於商務物業管理服務市場提供全面的設施、資產、流程及人員服務。	3.5%
3	公司D	中國一家領先的物業管理服務公司，專注於管理商務物業管理服務市場中的高端商務物業。	2.1%
4	公司G	一家上市物業管理服務公司，主要在大灣區提供商務物業管理服務。	2.0%
5	公司B	一家上市物業管理服務公司，主要向非住宅物業（包括商務物業）提供物業管理服務。	1.7%
五大			13.5%
其他			86.5%
總計			100%

資料來源：年度報告；弗若斯特沙利文分析

行業概覽

在大灣區，2019年，按向商務物業提供基本物業管理服務收益計，五大物業管理服務公司約佔17.1%。本集團於2019年在粵藝物業管理服務公司中排名第二，佔大灣區向商務物業提供基本物業管理服務總收益約4.5%。本集團管理的商務物業主要位於大灣區的中央商務區，例如深圳市福田區。2019年，按向高端商務物業提供基本物業管理服務收益計，五大物業管理服務公司約佔13.5%。本集團排名首位，佔大灣區向高端商務物業提供基本物業管理服務總收益約4.2%。

中國的物業管理服務市場

概覽

中國大多數物業管理服務公司為不同類別的物業提供服務，其中包括商務物業、住宅物業、公共財產、工業物業及其他物業。物業管理服務公司一般提供(1)傳統物業管理服務；及(2)其他服務，主要包括交付前服務、顧問服務及增值服務。

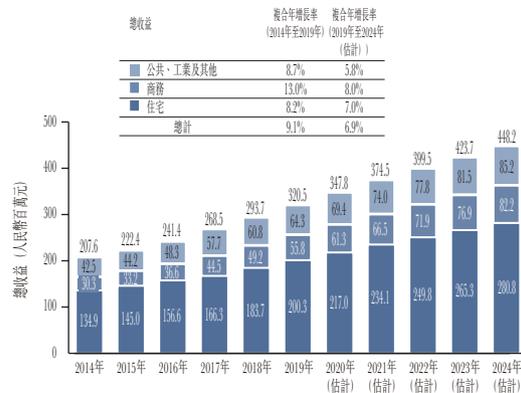
物業管理服務市場的市場規模

下圖列示中國物業管理服務公司在管總面積和中國物業管理服務公司總收益的增長情況。

物業管理服務公司的在管總面積
(中國)，2014年至2024年(估計)



物業管理服務公司總收益
(中國)，2014年至2024年(估計)



資料來源：弗若斯特沙利文分析

市場驅動因素

人均可支配收入不斷增加及急速城市化：由2014年至2019年，城鎮家庭人均年度可支配收入由人民幣28,844元增加至人民幣42,359元，複合年增長率為8.0%。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54.8%上升至60.6%。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。

行業概覽

房地產市場不斷發展：因急速城市化及人均可支配收入增加，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面積由2014年的1,206.5百萬平方米增加至2019年的1,715.6百萬平方米，複合年增長率為7.3%。因此，房地產市場持續發展增加對物業管理服務的需求。

涉足資本市場：隨著物業管理服務公司更廣泛參與資本市場，多元化資本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，涉足資本市場可加快提升服務質素，並提高品牌聲譽及客戶認可度。

未來機遇

標準化及自動化有所提升：現時尚未就監管中國物業管理服務公司提供的服務制定統一標準，由不同公司提供的物業管理服務的質量有可能存在很大差異。因此，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，如小區智能系統，包括門禁系統及泊車管理系統。此外，擬對自動化技術作出更多投資，以提升物業管理服務的效益。

行業集中度上升：物業管理服務市場近年因政策環境、市場競爭及信息技術的應用而愈趨集中。尤其是少數領先的物業管理服務公司正尋求透過併購提升管理標準及核心競爭力。

服務範圍擴大：物業管理服務的服務範圍逐步由最初的住宅物業擴大至辦公室、工業園、公共設施等。隨著「三供一業」的剝離及移交，物業管理服務範圍將納入更多物業類別，且服務提供商將逐步同時參與城市管理。在小區消費升級的共同作用下，物業管理服務公司將由物業服務延伸至生活服務，進一步擴大日後的業務鏈及產業鏈。

物業管理服務市場的競爭格局

中國的物業管理服務市場極為分散，2019年，市場上有110,000家以上的物業管理服務公司，一般為住宅及非住宅物業提供物業管理服務。一般而言，中國物業管理服務市場的主要參與者擁有以下特徵：主要分佈在華南及華東等相對較為發達的地區，原因是發達地區的物業資源充足且對物業管理服務存在持續需求，能夠確保物業管理服務行業能夠在當地迅速發展。同時，領先物業管理服務公司與房地產開發商緊密合作，或該等公司為隸屬於房地產開發商的物業管理服務公司。此外，領先物業管理服務公司擁有多種在管物業類型，可提供各種增值服務，從而實現更高的盈利能力。以收益計，本集團佔2019年物業管理服務公司總收益的約0.57%。