

## 行業概覽

本節所載資料摘錄自中指研究院編製的獨立報告。中指研究院編製的行業報告乃基於其數據庫、公開資料、行業報告及從訪問與其他來源取得的資料而編製。我們相信，本節所載資料的來源恰當，且我們在摘錄及轉載該等資料時已採取合理審慎的態度。我們並無理由相信該等資料屬虛假或存在誤導成分或已遺漏任何部分，致使該等資料屬虛假或存在誤導成分。我們、聯席保薦人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、包銷商、其任何董事、高級職員、聯屬人士、顧問或代表或參與[編纂]的任何其他方(中指研究院除外)並無獨立核實該等資料。我們、聯席保薦人、聯席全球協調人、包銷商、其任何董事、高級職員、聯屬人士、顧問或代表及參與[編纂]的任何其他方(中指研究院除外)並無就該等資料的完整性、準確性或公平性作出任何聲明，因此不應過分依賴該等資料。

### 中指研究院的背景及方法

我們以總成本人民幣800,000元購入使用及引用中指研究院刊物中多項數據的權利。中指研究院是一家獨立的研究機構，擁有研究及追蹤中國物業管理行業的豐富經驗，並自2008年起已就中國物業管理百強企業(或物業服務百強企業)進行研究。中指研究院的研究主要評估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(i)物業管理公司公佈的統計數據、網站及市場推廣材料；(ii)來自中國房地產指數系統及中國房地產統計年鑑的調查及數據；(iii)政府部門的公開數據；及(iv)此前為物業管理企業所收集的數據。此外，中指研究院自2008年起發佈中國物業服務百強企業的排名(按綜合實力計)，乃主要通過評估入圍物業服務企業上一年度有關管理規模、經營績效、服務質量、發展潛力及社會責任的數據。於釐定該等排名時，中指研究院可能會將分數相同或非常接近的多家公司指定為相同的排名，因此業內有可能超過100家公司被列為物業服務百強企業。中指研究院可根據具體要求就若干指數編製物業服務百強企業的進一步排名。中指研究院亦主要就收益增長率、在管總建築面積增長率、已訂約但未交付建築面積、僱員總數及僱員構成評估物業服務企業的發展潛力。本節中的數據分析包括中指研究院排名的物業服務百強企業的數據及資料。我們就[編纂]要求中指研究院根據我們於2015年至2019年的在管建築面積、在管物業數量及收益的複合年增長率對我們進行物業服務百強企業的評估。

於編製中指研究院報告時，中指研究院假設：(i)中國與全球的社會、經濟及政治狀況於預測期間將維持穩定；(ii)中國有關物業管理行業的政府政策於預測期間不會發生變化；(iii)相關統計局公佈的所有數據皆為準確；及(iv)從相關地方房屋管理局收集所得有關住宅銷售交易的所有資料皆為準確。

---

## 行業概覽

---

我們的董事確認，經作出合理查詢後，自中指研究院報告日期起，市場資料並無重大不利變動而可能導致本節資料在重大方面的準確性或完整性有所保留、產生矛盾、失實陳述或其他不利影響。

### 中國物業管理行業

#### 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，當時廣東省深圳市成立第一家物業管理公司。自此之後，中國政府致力於應中國物業管理行業增長趨勢為該行業構建並更新監管框架。中國政府多年來不斷頒佈新的法規，旨在為物業管理行業設立公開的市場制度，促進其快速增長及標準化經營。中國物業管理公司目前亦提供與多類物業有關的服務，包括住宅物業、商業物業、寫字樓、公共物業、產業園、學校及醫院等。

隨著雲應用、電子商務、物聯網、大數據及人工智能等先進技術的運用，物業管理公司逐步以智能管理系統替代人工進行業務營運。中國政府還頒佈了一系列優惠政策，支持物業管理行業的發展和現代化。此外，在物業管理公司[編纂]後，物業管理公司近年來已更廣泛地參與資本市場進行股權及／或債務融資。在技術發展、政府支持和資本市場活動的推動下，物業管理行業有望保持快速增長。

#### 中國物業管理行業的主要收費模式

在中國，物業管理公司自物業管理服務產生收益。此外，物業管理公司亦可從其他增值服務中獲得收益，其中包括諮詢服務、工程服務及社區增值服務（如公共區域運營、家政及清潔、物業經紀、養老及護理服務）。

在中國，物業管理費的計費模式包括包干制與酬金制。物業管理費包干制模式為中國物業管理行業的主流收費模式，特別是對住宅物業而言。包干制模式可通過省去業主與住戶有關大額支出的若干集體決策程序來提高效率，並激勵物業管理服務提供商優化其運營以提高盈利能力。相反，越來越多非住宅物業採用酬金制模式，該模式可讓業主更深入地參與其物業管理及更加密切地監督其服務提供商。

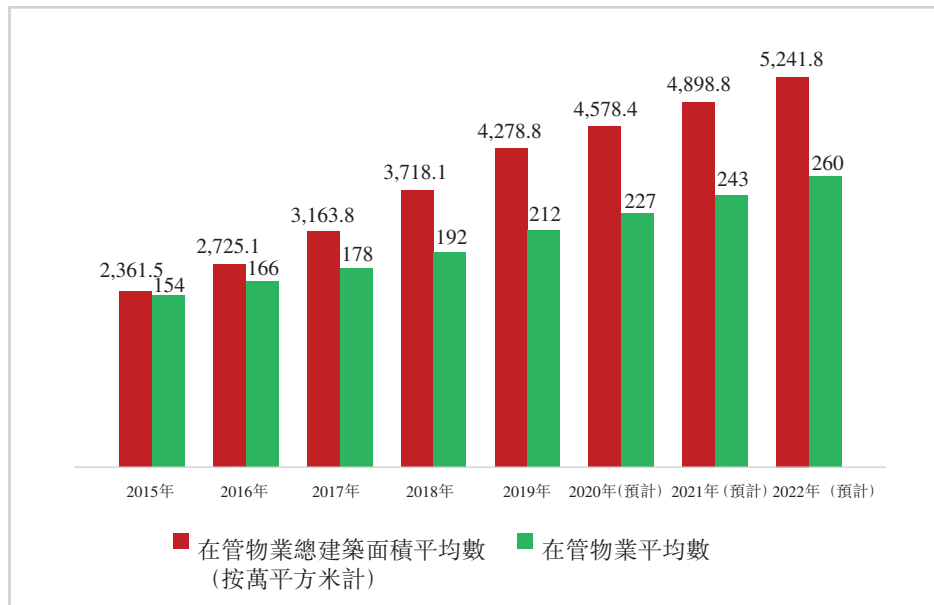
#### 物業服務百強企業概覽

近年來，隨著快速城鎮化及人均可支配收入的不斷增長，物業服務百強企業的在管建築面積及物業數目迅速增加。物業服務百強企業的在管物業總建築面積平均數由2015年約23.6百萬平方米增至2019年約42.8百萬平方米，複合年增長率約為16.0%。物

## 行業概覽

業服務百強企業在管物業平均數由截至2015年12月31日的154個增至截至2019年12月31日的212個，複合年增長率約為8.3%。下圖載列於所示年度物業服務百強企業的在管平均建築面積及物業平均數的增長情況：

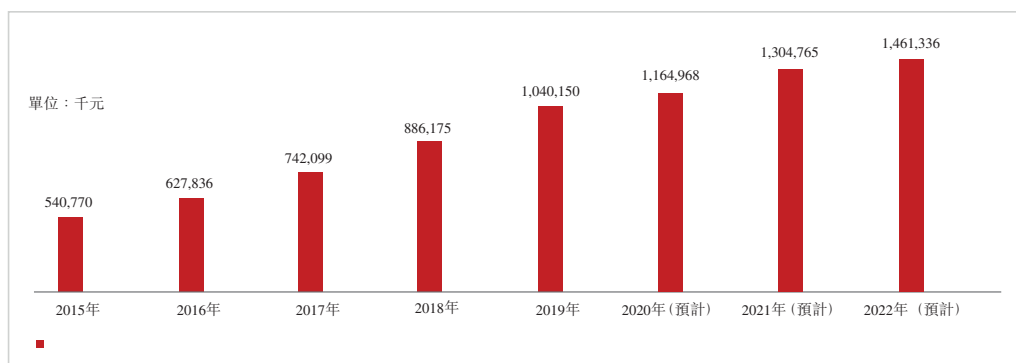
2015年至2022年預計的物業服務百強企業在管物業平均建築面積及物業平均數



資料來源：中指研究院

由於在管物業的建築面積及數目增長，物業服務百強企業的平均收益由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，複合年增長率約為17.8%。根據中指研究院的資料，物業服務百強企業已於中國擴大其版圖，物業服務百強企業經營所在的城市平均數由截至2015年12月31日的27個增至截至2019年12月31日的31個。下圖載列於所示年度物業服務百強企業的平均收益的增長情況。

2015年至2022年預計的物業服務百強企業平均收益



資料來源：中指研究院

---

## 行業概覽

---

### 中國物業管理行業的增長驅動因素

#### 中國經濟增長、人均可支配收入和城鎮化率

2014年至2019年，中國經濟穩定增長，名義國內生產總值由2014年的人民幣643,560億元增長至2019年的人民幣990,870億元，複合年增長率為9.0%。同期，中國城鎮居民人均可支配收入由2014年的人民幣28,844元增至2019年的人民幣42,359元，複合年增長率為8.0%，表明中國城鎮居民的購買力明顯上升，進而推動物業升級需求的增長。在《國家新型城鎮化規劃(2014-2020)》等利好政策的支持下，我國的城鎮化率持續上升。

隨著宏觀經濟及城鎮居民的人均可支配收入穩步增長，中國房地產行業保持穩定增長。房地產行業的整體投資由2014年的人民幣95,036億元增至2019年的人民幣132,194億元，複合年增長率為6.8%。物業銷售總額由2014年的人民幣76,292億元增至2019年的人民幣159,725億元，複合年增長率為15.9%。

此外，中國的城鎮化率（即在既定時期內城鎮人口規模的預測平均變化率）由截至1998年12月31日的33.4%升至截至2019年12月31日的60.6%。城鎮化進程的發展催生出對物業管理服務巨大需求，而隨著國家城鎮化水平的不斷提高，中國物業管理行業預計會持續增長。此外，中國經濟的快速增長亦刺激城鎮人口的人均可支配收入持續增長，城鎮居民人均可支配收入由截至2014年12月31日的每年人民幣28,844元增長至截至2019年12月31日的每年人民幣42,359元，複合年增長率為8.0%。我們預計，隨著人均可支配收入的增加，消費者會變得更加精明，願意為優質服務支付費用，並會更多地考慮基本生活必需品以外的商品和服務。

#### 優質物業管理服務的需求增長

根據中指研究院的資料，中國城鎮化水平大幅提高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驅動因素。中國消費者日益需要更好的生活條件及優質的物業管理服務，這是中國物業管理行業增長的另一個根本原因。此外，我們認為，中國中高收入階層的湧現及其消費力不斷提升帶動對更優質產品和服務的需求，將對中國中高端物業管理服務的發展產生重大影響。

在客戶需求及激烈競爭的推動下，物業管理公司已進行投資以提高服務質量，且更加注重客戶的需求。物業服務百強企業順應這一趨勢，採取多項措施，優化其傳統的物業管理服務，並運用技術解決方案提升服務質量。根據中指研究院的資料，服務質量得到提升的物業管理公司可收取較高的服務費。

---

## 行業概覽

---

### 針對物業管理行業的優惠政策

於2003年6月，中國政府頒佈《物業管理條例》，為中國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。該等法律、規則及政策包括但不限於《國家發展和改革委關於放開部分服務價格意見的通知》、《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》及《關於養老、托育、家政等社區家庭服務業稅費優惠政策的公告》。此外，多個省市政府已頒佈其專用法律及規則，從而建立當地物業管理行業監管框架。我們預計，在多個監管框架下，政府的鼓勵將助力中國物業管理行業繼續在全國範圍內實現增長。

該等優惠政策亦鼓勵智能社區的發展。2014年5月，住房和城鄉建設部發佈《智慧社區建設指南(試行)》，該指南建議將現代技術、公共資源和商業服務納入社區管理過程，以實現社區管理的現代化。我們認為，該等政策將合力為物業管理行業及物業公司的發展創造一個有利、有序的環境。有關物業管理行業相關法律法規的更多資料，請參閱「監管概覽」。

### 物業管理服務的新契機

於2019年底，中國公共衛生部門向世界衛生組織通報，發現一種高度傳染性的新型冠狀病毒。世衛組織其後命名新型冠狀病毒病為COVID-19。於2020年3月11日，世衛組織宣佈COVID-19爆發構成全球大流行。有關更多資料，請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－涉及在中國及全球發生的自然災害、流行病、恐怖主義行動或戰爭的風險可能會對我們的業務造成重大不利影響」。雖然COVID-19的爆發可能會導致物業管理公司的經營承受若干風險，但同時亦帶來若干機遇。在中國COVID-19疫情期間，中國政府實施了封鎖及各種檢疫和旅行限制措施，其中大部分措施已於2020年4月底解除。於COVID-19疫情期間，能夠提供優質服務並滿足住戶需求的物業管理公司可提升客戶滿意度及忠誠度。此外，受檢疫管制影響，物業管理公司獲得鼓勵以加快開發移動應用、互聯網平台及智能社區技術，以為住戶提供在線產品和服務。此外，在社區服務需求的推動下，沒有物業管理公司的老舊住宅小區將尋求並委託物業管理公司提供必要的社區服務。

### 中國物業管理行業趨勢

#### 市場集中度提升，競爭加劇

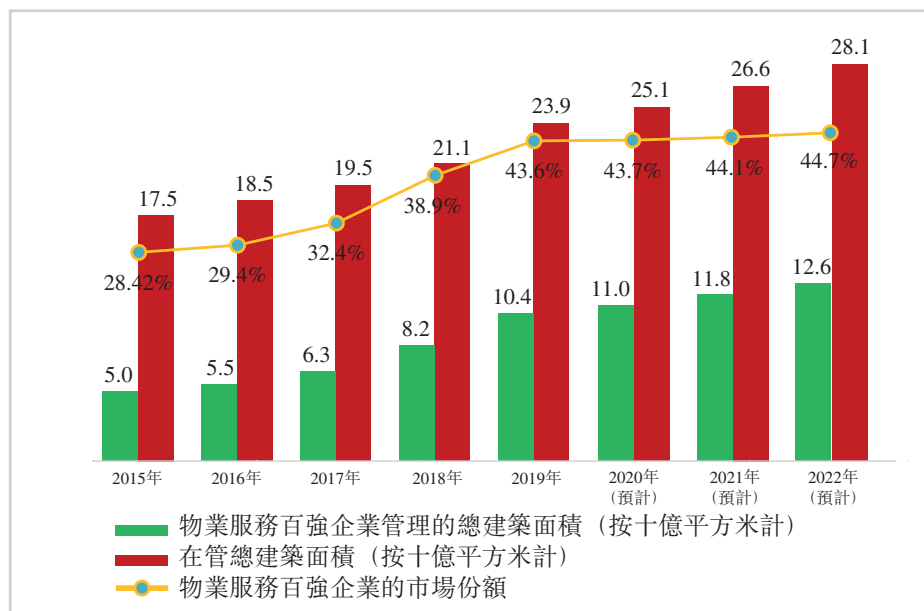
經過數十年的發展，若干物業服務百強企業已加快服務創新及擴大業務規模。此外，市場集中度不斷提升，中國物業管理行業的參與者正面臨日益激烈的市場競爭。中國物業管理行業競爭激烈，大型物業管理公司積極改善彼等的戰略佈局並加快擴張



## 行業概覽

步伐。其內部增長及併購增加彼等各自的市場份額及實現較好的營運業績，物業管理公司可能因此面臨難以整合所收購業務與現有業務帶來的種種挑戰。物業服務百強企業在管總建築面積由2015年約50億平方米增加至2019年約104億平方米，複合年增長率約為20.4%。物業服務百強企業的總市場份額由2015年的28.4%增加至2019年的43.6%。物業服務十強企業的市場總份額由2015年的7.6%增至2019年的9.2%。下圖列示所示年度中國物業管理公司的在管總建築面積、物業服務百強企業所管理的總建築面積及物業服務百強企業的總市場份額及在管總建築面積：

2015年至2022年預計的物業服務百強企業管理的總建築面積及市場份額以及在管總建築面積



資料來源：中指研究院

### 勞工及營運成本增加

物業管理服務市場屬勞動密集型市場，而勞工成本為物業管理服務公司服務成本的最大組成部分。物業管理服務的日常營運（包括秩序維護、清潔、綠化以及維修及維護服務）嚴重依賴人工勞動力。自2016年至2019年，物業服務百強企業的勞工成本分別佔總銷售成本53.4%、55.8%、57.8%及59.1%。中國的最低薪資標準主要根據省級及地方政府制定的標準釐定。近年來，最低薪資標準於多個地區大幅上升，直接令勞工成本增加。此外，電費及水費等公用事業費用亦已於過去數年內上漲。物業管理費用的包干制費用模式為中國物業管理行業的主要費用模式。根據中指研究院的資料，近年來不斷上漲的勞工成本為勞動密集型物業管理行業的企業維持可持續發展所面對的重大挑戰。

---

## 行業概覽

---

### 在業務及多元化服務中不斷採用信息技術

通過利用雲應用、電子商務、物聯網、大數據及人工智能等信息技術，多數物業管理公司得以發展出多元化業務、削減勞工成本並提升盈利能力。例如，智能門禁、智能樓宇管理、智能能源管理、巡邏機器人、送貨機器人及諮詢機器人等人工智能技術大大減少了物業管理公司的勞工成本。此外，通過採用新技術並使用電子服務平台，物業管理公司能夠有效整合分配資源，以提供更加多元化的社區增值服務並進一步將彼等的服務擴展至公共空間管理、社區金融、房地產代理及家政服務。因此，增值服務產生的收益日益成為物業管理公司的重要收益來源。此外，為優化成本控制，保持競爭力，物業管理公司需實現運營標準化及自動化，提高能力及服務質量，滿足客戶的多樣化需求。

### 對專業人員的需求增加及其缺乏情況

隨著技術快速發展，物業管理公司需要招募並挽留更多具備管理及技術技能的合資格專業人才。物業管理公司亦不斷將清潔、園林綠化及秩序維護等業務中的勞動密集型部分外派予分包商，同時更加重視招聘和培訓專業化和技術熟練型人員，促進智能化管理及信息技術的實施以及推動創新，推動創新以維持其領先的市場地位以及提高業主的滿意度。

物業管理行業亦面對招聘優秀專業員工等困難，同時，物業管理行業缺乏訓練有素的僱員提供優質服務及拓展業務。倘物業管理公司無法招聘到有能力的專業人才，物業管理公司的業務發展可能會受到不利影響。

### 提高服務的標準化水平

標準化讓物業管理公司能夠提升其服務品質，是跨地區持續拓展業務營運的基礎。中國政府發佈了《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》。根據中指研究院的資料，該政策旨在引入規範物業管理服務質量的理念。在中國物業服務百強企業中，多家企業都建立了內部的標準化操作程序以作為提供服務的指南。近年來，信息技術在物業管理服務中起到的作用越來越重要。物業管理公司使用信息技術，以就關鍵業務經營的自動化實施技術解決方案。技術解決方案最大限度地減少人為錯誤，並讓物業管理公司能夠始終如一地應用其標準化的程序及質量標準。進而，此舉降低了彼等對人力勞動的依賴，從而亦降低僱傭員工及分包商的成本。此外，集中的信息技術讓物業管理公司能夠監察其分支機構、附屬公司及辦事處的行政及財務業務運作，並確保其始終如一地採用彼等的政策、程序及質量標準。

---

## 行業概覽

---

### 來自資本市場的支持增加

資本市場的發展繼續升溫。諸多物業管理公司參與資本市場，以拓寬其融資渠道。截至2020年6月9日，有24家物業管理公司在聯交所上市、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及39家物業管理公司在全國中小企業股份轉讓系統上市。藉此，該等上市物業管理公司可增加對技術創新的投資、搭建智能平台、加強與其他物業管理公司的合作、提高服務質量以及提高運營效率。此外，多元化的資金來源讓物業管理公司能夠加快進行選擇性及戰略性的併購，並進一步擴大業務規模。

### 多元化服務帶來的新機會及收入來源

為應對多元化及優質物業管理服務的整體需求，越來越多的物業管理公司不斷改善現有服務質量及提供多元化服務。有關需求加上物業管理公司面對成本上升引致日漸增加的營運壓力，要求物業管理企業調整其傳統業務模式從而通過整合資源及將業務轉型保持盈利能力及競爭力，以實現可持續盈利能力增長。該等物業管理公司透過有效地利用互聯網及信息技術的可能性不斷擴大服務範圍，向其客戶提供增值服務。根據中指研究院的資料，社區增值服務市場潛力巨大，原因為其可迎合業主及住戶的需求。

## 競爭

### 競爭格局

根據中指研究院的資料，中國物業管理行業分散且競爭激烈。於2019年，在該行業中經營的物業管理服務提供商約有130,000家。中國物業管理市場的集中度不斷增加。我們的物業管理服務主要與大型全國性、區域及地方物業管理公司競爭。根據中指研究院的資料，於2019年，物業服務百強企業按在管建築面積計的市場份額約為43.6%。

中國各大物業管理公司的在管建築面積在過去幾年錄得穩定增長。近年來，大型物業管理公司的在管建築面積實現快速增長，從而獲得更多優勢。由於在管建築面積增加及有效的成本控制措施，中國各大物業管理公司的盈利能力亦持續改善。

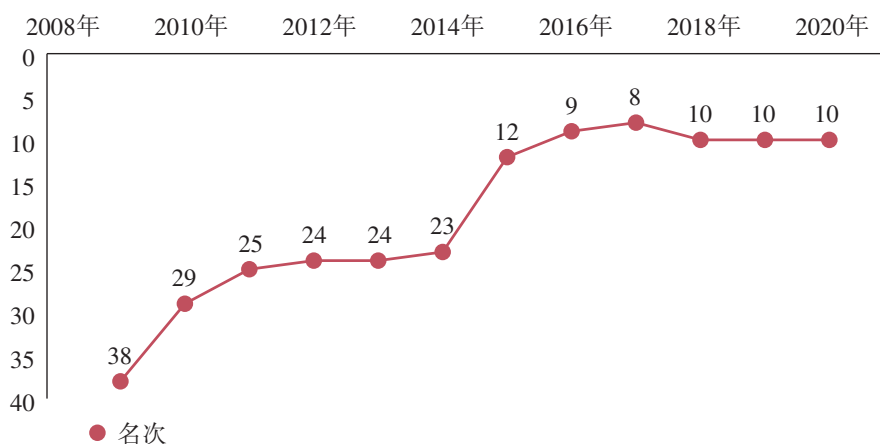
### 我們的競爭優勢

根據中指研究院的資料，我們自2009年起躋身於物業服務百強企業，並自2016年起連續五年蟬聯物業服務十強企業。根據中指研究院的資料，於2020年，我們在綜合實力方面在2020年物業服務百強企業中排名第10位。下圖載列我們在2009年至2020年物業服務百強企業中的排名晉升情況：



## 行業概覽

### 2008年至2020年預計的物業服務百強企業排名



資料來源：中指研究院

根據中指研究院的資料，按市場份額和市場規模計算，我們是中國西南地區中國物業服務百強企業中最領先的物業管理公司。

### 在中國西南地區市場份額<sup>(1)</sup>方面 於2020年物業服務百強企業中的排名資料

排名	名稱	於中國西南地區的在管總建築面積 (百萬平方米)	市場份額 (%)
1	本公司	61.7	1.95
2	公司A	近47.0	約1.5
3	公司B	超過45.0	約1.4

資料來源：中指研究院

附註：

- (1) 市場份額由中指研究院基於2019年的數據按照區內相關公司的在管建築面積除以區內物業管理公司的在管總建築面積計算。

### 准入壁壘

根據中指研究院的資料，物業管理行業存在若干准入壁壘，包括：

- **品牌**。包括我們在內的物業服務百強企業通過數十年服務及運營已建立起品牌聲譽。與之相比，若無成熟品牌或與行業參與者之間深厚的業務關係，則新參與者會在市場滲透時面臨較大困難。

---

## 行業概覽

---

- **資本要求。**物業管理公司採用自動化及智能技術，通過購置設備、智能社區管理及信息技術系統來提高管理效率，故需要資本投資。對於融資能力有限的新參與者，可用資本成為高壁壘。
- **品質管理：**根據中指研究院的資料，管理團隊的專業知識及經驗對於物業管理公司的競爭力貢獻卓著。物業管理公司現在須在附屬公司、分支機構和辦事處等的網絡間無縫實施技術解決方案、管理系統、服務質量標準及內部政策和程序。
- **人才和技術專才的可用性：**物業管理依賴於人力勞動，在提供物業管理服務的同時，還要執行和革新技術解決方案。對於物業管理公司而言，招募並挽留熟悉業內最新技術發展的人才的難度越來越大。新進入市場的企業可能會發現，其難以與擁有較好品牌價值和人才認可度的大型物業管理公司進行競爭。