

## 行業概覽

本節資料來自中指研究院編製的獨立報告。中指研究院根據來自其數據庫、公眾可取得資料、行業報告、訪問及其他資源所得數據等資料編製其行業報告。我們相信本節資料的來源是有關資料的恰當來源，且在摘錄和複製有關資料時已採取合理審慎態度。我們並無理由相信該等資料為虛假或具誤導成分，或遺漏任何部分致令該等資料虛假或誤導。該等資料未經我們、[編纂]、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、彼等任何董事、高級職員、聯屬人士、顧問或代表、或參與[編纂]的任何其他人士(中指研究院除外)獨立核實。我們、[編纂]、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、彼等任何董事、高級職員、聯屬人士、顧問或代表、及參與[編纂]的任何其他人士(中指研究院除外)對於該等資料的完整性、準確性或公平性概不發表任何聲明，因此閣下不應過度依賴該等資料。

### 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、醫院、文旅、養老等。

隨着雲應用、電子商務、物聯網、大數據及AI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，支持物業管理行業發展和現代化。此外，上市後的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，物業管理公司主要自物業管理服務及其他增值服務產生收益。其中包括前期物業管理服務、維修和保養服務、協售和租賃代理服務、工程服務及社區增值服務(如家裝、房屋租售、社區團購、旅遊康養、保險理財等)。

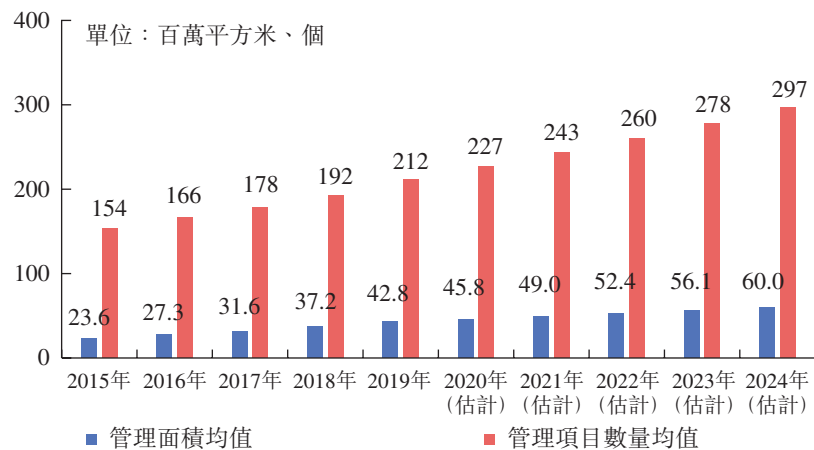
## 行業概覽

物業管理費的計費模式包括包幹制與酬金制。物業管理費包幹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。包幹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

根據中指研究院的資料，近年來，隨着快速城鎮化及人均可支配收入的不斷增長，截至2019年12月31日，以所有物業管理企業的總在管面積計，中國物業管理行業總市場規模達239億平方米。特別是，物業服務百強企業的在管面積及物業數目迅速增加。物業服務百強企業的在管項目總建築面積均值由截至2015年12月31日約23.6百萬平方米增至截至2019年12月31日約42.8百萬平方米，複合年增長率約為16.0%。物業服務百強企業管理項目數量均值由截至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%。根據中指研究院的資料，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管理面積均值與管理項目數量均值的增長情況：

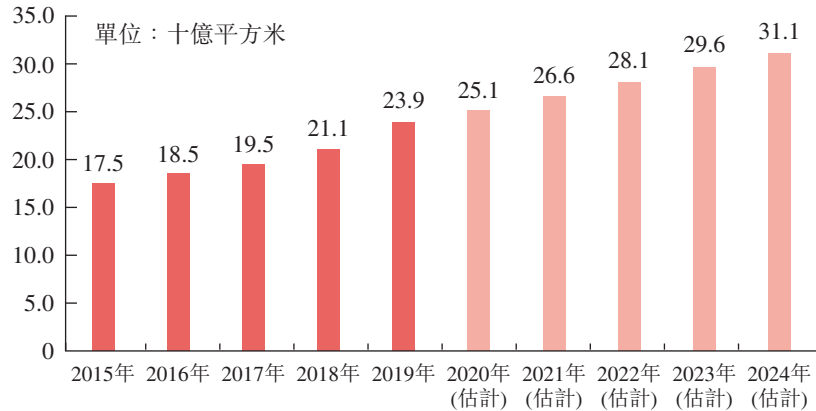
2015年至2024年（估計）物業服務百強企業管理面積均值及管理項目數量均值



\* 除非另有說明，否則本行業概覽一節中所有圖表及排名來源均為中指研究院。

## 行業概覽

下表載列截至所示年度末中國物業管理行業的總在管面積。



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營業收入均值由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%。下圖載列於所示年度物業服務百強企業的平均收入的增長情況。

### 2015年至2024年 (估計) 物業服務百強企業平均收入



## 中國物業管理行業的增長驅動因素

### 城鎮化進程加快及人均可支配收入促進優質物業管理服務的需求增長

中國的城鎮化率由截至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，而隨着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。我們預計，隨着人均可支配收入的增加，中國消費者會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。

---

## 行業概覽

---

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服務費。

### 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。我們預計，該等法律、規則及政策將助力中國物業管理行業繼續在全國範圍內實現增長。根據中指研究院的資料，上述優惠政策覆蓋我們現正營運及擬擴充的地區。

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管理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及法規的更多資料，請參閱「監管概要－外商投資有關的中國法律法規」。

### 物業管理服務的新契機

2019年底，COVID-19疫情爆發並迅速擴散至世界各國，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透過其服務及品牌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物業管理及社區服務。2019年《政府工作報告》提出，城鎮

---

## 行業概覽

---

老舊小區量大面廣，中國政府要大力進行改造提升，更新水電路氣等配套設施，支持加裝電梯，健全便民市場、便利店、步行街、停車場、無障礙通道等社區生活服務設施。

### 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。物業服務十強企業的總市場份額由2015年的7.6%增至2019年的9.2%\*。

#### 信息技術驅動與多元化服務帶來的新收入來源

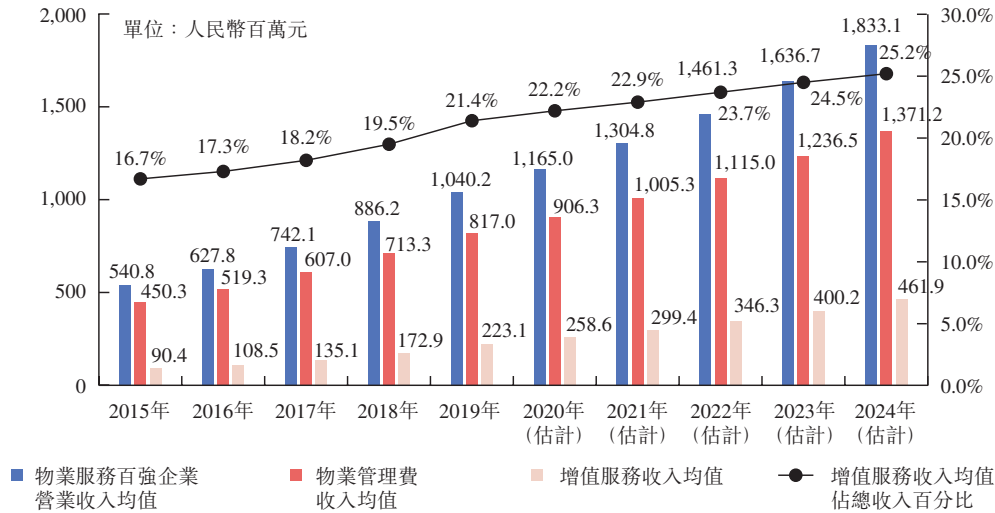
通過利用雲應用、電子商務、物聯網、大數據及AI等信息技術，多數物業管理公司得以發展出多元化業務、削減勞工成本並提升盈利能力。例如，智能門禁、智能樓宇管理、智能能源管理、巡邏機器人、送貨機器人及諮詢機器人等AI技術大大減少了物業管理公司的勞工成本。此外，通過採用新技術並使用電子服務平台，物業管理公司能夠有效整合分配資源，以提供更加多元化的社區增值服務並進一步將彼等的服務擴展至公共空間管理、社區金融、房地產代理及家政服務。因此，增值服務產生的收入日益成為物業管理公司的重要收入來源。此外，為優化成本控制，保持競爭力，物業管理公司需實現運營標準化及自動化，提高能力及服務質量，滿足客戶的多樣化需求。

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，要求物業管理公司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，向其客戶提供社區增值服務。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。下圖列示於所示年度物業服務百強企業增值服務收入情況。

---

\* 由於一名於2015年至2018年位列十強的主要市場參與者於2019年沒有參與排名，中國物業服務十強企業的市場份額由2018年的11.4%減少至2019年的9.2%。

## 行業概覽



### 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，從而亦降低僱用員工及分包商的成本。此外，集中的信息技術系統讓物業管理公司能夠監察其分支機構、子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。

### 來自資本市場的支持增加

諸多物業管理公司參與資本市場，以拓寬其融資渠道。根據中指研究院的資料，截至2020年9月25日，有27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37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。

---

## 行業概覽

---

### 行業風險與挑戰

#### 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、保潔、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平均分別佔總銷售成本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。根據中指研究院的資料，物業管理費用的包幹制費用模式為中國物業管理行業的主要費用模式，近年來不斷上漲的勞工及運營成本成為物業管理公司可持續發展的重大挑戰。

#### 對專業人員的需求增加及其缺乏情況

為適應快速技術的發展，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保潔及園林綠化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，以及推動創新以維持其領先的市場地位及提高客戶的滿意度。

物業管理行業亦面臨難以招聘到稱職的專業人員來提供優質服務及擴大業務經營等挑戰。倘物業管理公司無法招聘到有能力的專業人員，物業管理公司的業務發展可能會受到不利影響。

有關中國物業管理行業的更多風險，請參閱「風險因素—與我們的業務和行業有關的風險」。

### 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，2019年，業內運營的物業管理服務提供商約13萬家。中國物業管理行業集中度日益提升，強者恒強的態勢愈加明顯。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，並憑藉我們的高服務水準及資源優勢，搶佔中小物業服務企業市場份額。根據中指研究院的資料，於2019年，物業服務百強企業按在管面積計的市場份額約43.6%。

#### 我們的競爭優勢

我們是中國領先的物業管理服務提供商。根據中指研究院的資料，我們是一家規模大、增速快的龍頭物業管理服務企業，截至2019年12月31日按簽約面積、營業收入、淨利潤計，我們均在物業服務百強企業內排名第三，按在管面積計在物業服務百強企業內排名第四。於2019年，我們在物業服務20強企業中，按2017年至2019年淨利潤複合年增長率計排名第一。截至2019年12月31日，我們按業務進入城市數量排名第二。截至2019年12月31日，以在管面積計的市場份額為1.0%，於2019年以收入計的市場份額為1.3%。

## 行業概覽

### 2019年物業服務百強企業按進入城市數量計的排名情況

排名	名稱	城市數量
1	競爭對手A	超過300
2	本公司	超過280
3	競爭對手D	超過250
4	競爭對手C	超過150
5	競爭對手B	接近150

### 2019年物業服務百強企業按收入計的排名情況

排名	名稱	收入 (人民幣百萬元)
1	競爭對手A	超過9,000
2	競爭對手B	超過8,000
3	本公司	7,333
4	競爭對手H	超過6,000
5	競爭對手C	接近6,000

### 2019年物業服務百強企業按淨利潤計的排名情況

排名	名稱	淨利潤 (人民幣百萬元)
1	競爭對手A	超過1,500
2	競爭對手E	超過1,000
3	本公司	923
4	競爭對手F	接近800
5	競爭對手P	超過600

### 截至2019年12月31日物業服務百強企業按簽約面積計的排名情況

排名	名稱	簽約面積 (百萬平方米)
1	競爭對手A	超過600
2	競爭對手D	超過550
3	本公司	505
4	競爭對手C	接近500
5	競爭對手B	超過400

### 截至2019年12月31日物業服務百強企業按在管面積計的排名情況

排名	名稱	在管面積 (百萬平方米)
1	競爭對手D	超過300
2	競爭對手C	超過250
3	競爭對手A	超過250
4	本公司	238
5	競爭對手E	超過230



## 行業概覽

2017年至2019年物業服務20強企業按淨利潤複合年增長率計的排名情況

排名	名稱	複合年增長率 (%)
1	本公司	195.5%
2	競爭對手P	超過150.0%
3	競爭對手W	超過100.0%
4	競爭對手E	超過100.0%
5	競爭對手A	接近100%

### 行業壁壘

根據中指研究院的資料，中國物業管理行業存在影響企業成功競爭和實現可持續增長的行業壁壘。

- **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。
- **資本要求**。物業管理公司越來越多採用自動化及智能技術，通過購置設備、建立智能社區管理及信息技術系統來提高管理效率，故需要巨額資本投資。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，物業管理服務品質對於物業管理公司競爭貢獻卓著。物業管理公司須通過實施技術解決方案、服務質量標準化、組織架構等措施提升現有服務品質。
- **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。
- **地產開發商支持**。隨着物業管理服務行業競爭越來越激烈，擁有開發背景的物業服務企業表現優異。通常，擁有開發背景的物業服務可以獲得以下支持：(i)穩定的物業來源，開發企業良好的銷售表現及龐大的土地儲備，為物業管理企業提供了充足的物業儲備；(ii)品牌加持，物業管理公司利用其已有的公眾品牌形象，不斷提升自身聲望及品牌價值；及(iii)其他優質資源賦能，開發公司業務不僅包括地產開發，還包括文旅、金融、健康養老等多個領域，也會為物業管理企業帶來助力。

---

## 行業概覽

---

### 研究背景及方法

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。中指研究院為一家獨立研究機構，在研究及追蹤中國物業管理行業方面擁有豐富的經驗，並自 2008 年起已對物業服務百強企業（「物業服務百強企業」）展開研究。在研究中，中指研究院主要考慮過往三年內平均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。中指研究院從多個一手及二手來源收集數據，包括 (i) 物業管理公司的數據（包括來自報告統計、網站及市場材料的收據）；(ii) 自中國房地產指數系統及中國房地產統計年鑑收集的調查資料及數據；(iii) 政府機關的公開資料；及 (iv) 其為早前物業管理公司所收集的數據。另外，自 2008 年起，中指研究院主要通過評估各中國物業服務百強企業上一年度的物業管理規模、營運表現、服務質量、增長潛力及社會責任對物業管理公司的綜合實力進行排名。中指研究院在決定排名時，可能會將多家得分相同或非常接近的企業列為同一名次，因此，可能超過一百家企業被列為物業服務百強企業。中指研究院或會因應特別要求進一步對物業服務百強企業編製特定指數的排名。中指研究院主要根據收入增長、總在管建築面積增長、儲備項目的合約建築面積以及員工人數及組成評估物業管理公司的增長潛力。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。

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。

### 董事確認

我們的董事確認，經做出合理查詢後，自中指研究院報告日期起，市場資料不存在重大不利變動，以致在各重要方面本節資料被規限、相抵觸、存在錯誤陳述或另行在準確性及完整性上受到不利影響。