

行業概覽

本行業概覽一節載有源自政府刊物的資料及統計數據、我們從中國指數研究院購入的數據及公開可得數據。

我們相信本節所呈列的資料來源恰當，包括所示未來期間的前瞻性資料，而我們已合理審慎摘錄並轉載有關資料。源自中國指數研究院的資料及數據並非由我們、我們的關連人士或聯營公司或聯席保薦人委託編製，而中國指數研究院的資料及數據可由其所有訂購人進行訪問。我們並無理由相信該等資料屬虛假或含誤導成分，或遺漏任何事實致使該等資料屬虛假或含誤導成分。我們、聯席保薦人、任何我們或彼等各自的董事、高級職員、僱員、代理或代表或參與[編纂]的任何其他人士（中國指數研究院除外）概無獨立核實摘錄自政府官方刊物的資料、從中國指數研究院購入的數據及摘錄自公開可得來源的數據。該等資料未必與中國境內或境外其他來源的其他可得資料一致。我們、聯席保薦人、任何我們或彼等各自的董事、高級職員、僱員、代理或代表或參與[編纂]的任何其他人士（中國指數研究院除外）概不就該等資料的準確性、完整性或公平性發表任何聲明，因此，閣下不應過分依賴該等資料。

研究背景及方法

我們以總額人民幣800,000元（含稅）購入使用及引用中國指數研究院刊物中多項數據的權利，並通過自公開來源獲得的數據對其進行補充（倘適用）。中國指數研究院為一間由500多名專業分析師組成的專家團隊聯合創辦的獨立房地產研究機構。中國指數研究院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展開研究。在研究中，中國指數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。中國指數研究院採用研究參數和假設並從多個一手及二手來源收集數據，包括物業管理公司的數據（包括來自報告統計、網站及市場材料的數據）、其進行的調查、自中國房地產指數系統收集的數據、中國房地產統計年鑑、政府機關的公開資料及其為早前刊發的報告所收集的數據。中國指數研究院主要通過評估各物業管理公司的物業管理規模、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。中國指數研究院主要根據收益增長、總在管建築面積增長、儲備項目的合約建築面積以及僱員人數及組成評估物業管理公司的增長潛力。本節中的數據分析主要基於對中國物業服務百強企業的研究而進行。

中國物業管理行業

概覽

中國物業管理行業始於1981年，當時國內第一家物業管理公司於深圳經濟特區成立。繼《物業管理條例》於2003年正式頒佈及《中華人民共和國物權法》於2007年正式頒佈後，物業管理行業的監管框架日趨完善和成熟，行業確立了一個公開公平的市場制度，促進了中國物業管理行業的顯著成長。中國物業管理行業的市場規模（按總

行業概覽

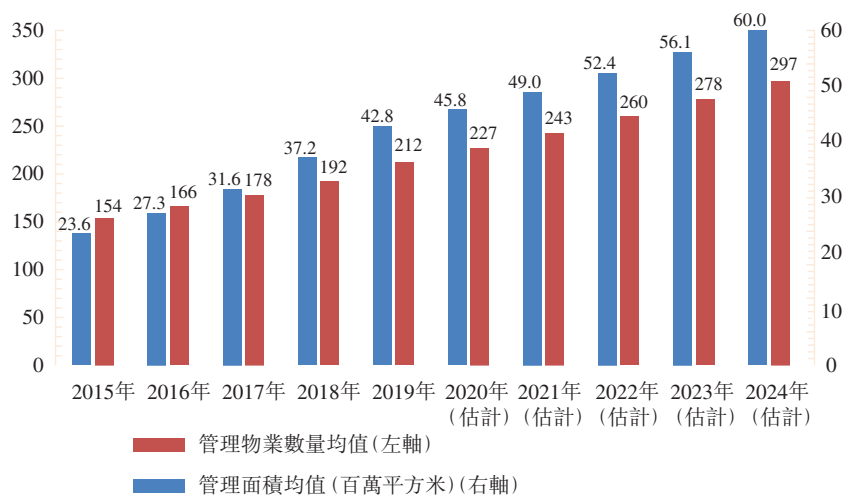
在管建築面積計)由2015年的175億平方米增至2019年的239億平方米，複合年增長率為8.2%，並預期將由2020年的251億平方米增至2024年的311億平方米，複合年增長率為5.5%。中國物業管理行業的總收益由2015年的人民幣3,983億元增至2019年的人民幣5,687億元，複合年增長率為9.3%，並預期將由2020年的人民幣6,224億元增至2024年的人民幣9,296億元，複合年增長率為10.6%。

物業管理是對各類物業(住宅物業、商寫物業、寫字樓、公共物業、產業園、學校、醫院及其他物業)進行營運、控制及監督。物業管理公司所提供的具體服務包括傳統物業管理服務(例如秩序維護、清潔、園藝等)和增值服務(例如向業主提供社區增值服務、向物業開發商提供早期增值服務等)

在中國，物業管理費可按包干制或酬金制收取。就物業管理費而言，中國物業管理行業的主流收益模式為「包干制」，特別是對於住宅物業而言，由於該收益模式可通過省去業主及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提供商優化其業務，以提高盈利能力。另一方面，非住宅物業逐漸開始採用「酬金制」，使業主更深入地參與其物業管理，得以更加密切的監督物業管理服務提供商的表現。

物業服務百強企業概覽

近年來，隨著中國城鎮化進程加快及人均可支配收入的持續增長，物業服務百強企業的在管建築面積及在管物業數量快速增長。根據中國指數研究院的資料，物業服務百強企業管理的平均在管建築面積從2015年的23.6百萬平方米增至2019年的42.8百萬平方米，複合年增長率為16.0%，並預期將從2020年的45.8百萬平方米增至2024年的60.0百萬平方米，複合年增長率為7.0%，原因是物業服務百強企業的物業管理規模不斷擴大以及商品房建築面積持續增加。同時，物業服務百強企業的平均在管物業數量從2015年的154項增至2019年的212項，複合年增長率為8.3%，並預期將從2020年的227項增至2024年的297項，複合年增長率為7.0%。下圖載列所示年度物業服務百強企業的歷史及估計平均在管建築面積及平均在管物業數量：

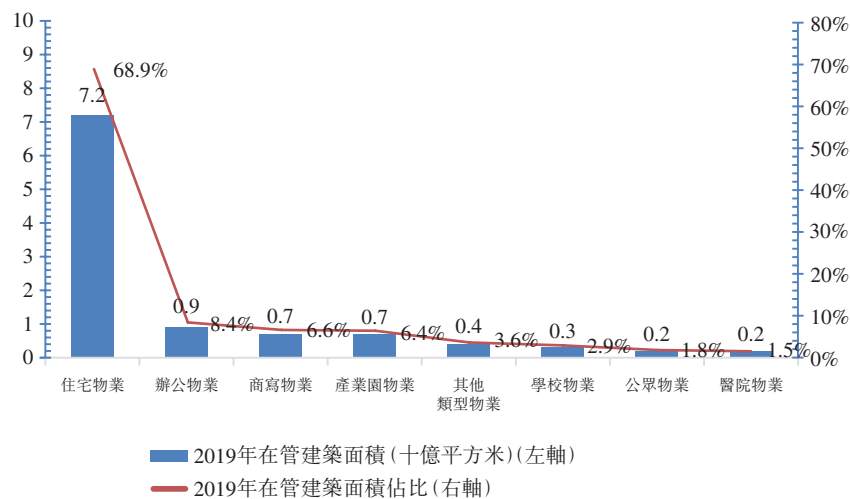


資料來源：中國指數研究院

行業概覽

根據中國指數研究院的資料，近年來物業服務百強企業的地域覆蓋範圍亦不斷擴張，物業服務百強企業運營所在的城市平均數量由2015年的27個增至2019年的31個。隨著在管建築面積及在管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收益由2015年的人民幣540.8百萬元升至2019年的人民幣1,040.2百萬元，複合年增長率為17.8%。

儘管住宅物業佔物業服務百強企業總在管建築面積的大部份，中國物業管理公司亦尋求豐富其在管物業類型。下圖載列於2019年物業服務百強企業按物業類型劃分的在管建築面積：



資料來源：中國指數研究院

根據中國指數研究院的資料，中國物業服務百強企業的前30強企業中，大部份企業的母公司或控股股東從物業開發業務。根據中國指數研究院的資料，在構成2019年度物業服務百強企業的244家企業¹中，約80%的企業管理由物業開發商（為其關聯方）開發的物業，且相關物業的在管建築面積佔該等物業管理公司於2019年的總在管建築面積的約60%。

物業管理行業增長推動力

根據中國指數研究院的資料，中國物業管理行業的發展有賴於以下主要推動力：

城鎮化進程加快及人均可支配收入增加

近年來，中國的城鎮化水平及人均可支配收入顯著提高，促進了物業管理行業的發展。根據中國指數研究院的資料，中國城鎮化率（即一定時期內城市人口規模變化

¹ 中國指數研究院刊發的按綜合實力劃分的2020年度中國物業管理公司的年度排名包含上述244間公司，因為為評分非常接近的多間公司並列排名。

行業概覽

的預期平均比率)從1999年的34.8%增至2019年的60.6%。中國物業管理行業預期將隨著城鎮化水平的提高而繼續增長。此外，根據中國指數研究院的資料，中國經濟快速增長推動城鎮人口的人均可支配收入持續增加，人均可支配收入於2019年增至人民幣42,359元，自2009年以來的複合年增長率為9.4%。中國消費者對更好的生活條件及優質物業管理服務的需求日益提升，也是中國物業管理行業增長的另一基本驅動力。

商品房的發展

隨著城鎮化進程加快及人均可支配收入不斷增長，中國商品房(即為出售而開發的住宅及非住宅物業)的供應亦急劇增加。根據中國指數研究院的資料，中國商品房的已售總建築面積從2015年的13億平方米增至2019年的17億平方米，複合年增長率為7.5%。根據中國指數研究院的資料，同期，在建商品房的建築面積從2015年的74億平方米增至2019年的89億平方米，複合年增長率為5.0%。

利好政策

國務院於2003年6月頒佈《物業管理條例》，標志着中國物業管理行業監管框架之里程碑。其後，一系列鼓勵物業管理行業發展的利好政策相繼生效，包括但不限於(i)《國家發展改革委關於放開部份服務價格意見的通知》(要求省級價格主管部門廢止對保障性住房、房改房、老舊住宅小區及前期物業管理服務以外的非保障性住房的所有價格控制或指導政策)及(ii)《國務院辦公廳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》(旨在推廣(其中包括)提供物業管理服務的標準化作為住宅服務業產業升級及多元化的一部份)。國家發展和改革委員會於2014年還發佈了《關於促進智慧城市健康發展的指導意見》，緊隨其後的是地方政府部門發佈的智慧城市建設領域的相關政策，這對中國物業管理公司於智慧管理方面的未來發展指明了方向並鼓勵通過數字化及智慧管理來升級傳統物業管理服務。其擴大物業管理服務的範圍並為物業管理行業帶來更多發展空間。此外，分權改革及政府職能轉變令對公共及其他物業的物業管理服務需求增加，且為物業管理公司擴大其公共及其他物業的物業管理服務規模帶來更多機遇。該等法律及政策共同開創扶持性及有序環境並不斷完善，加速行業及中國物業管理公司之發展。進一步詳情，請參閱「監管概覽－物業管理服務及其他相關服務的監管」一節。

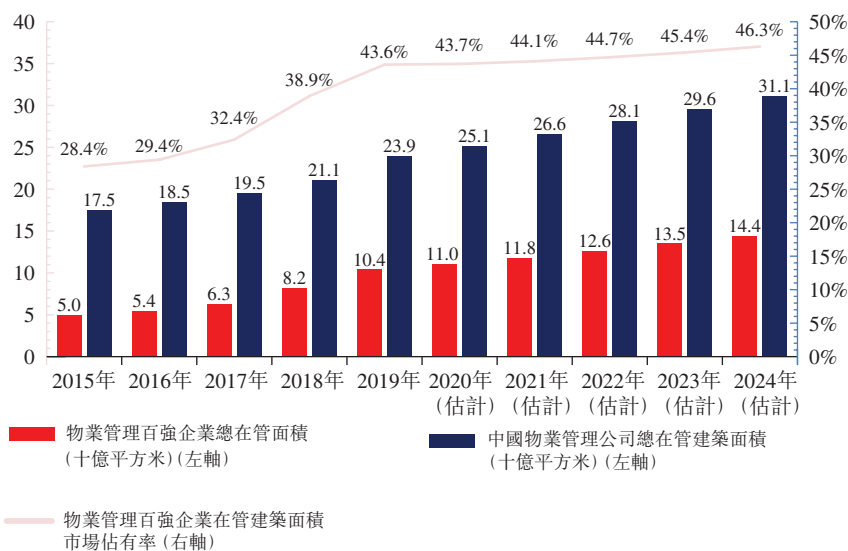
市場趨勢

中國物業管理行業的主要市場趨勢包括：

- **市場集中度提高。**中國物業管理行業分散且競爭激烈。大型物業管理公司透過內部增長及併購中小型物業管理公司積極加速擴張，以擴大物業管理規模及實現規模經濟效益，藉此提高市場地位。此後，市場趨於更加集

行業概覽

中。根據中國指數研究院的資料，物業服務百強企業的總在管建築面積於2015年至2019年按20.5%的複合年增長率增加，並預期於2020年至2024年將按7.0%的複合年增長率增加。根據中國指數研究院的資料，中國物業管理公司中，物業服務百強企業在管建築面積的集中度由2015年的28.4%上升至2019年的43.6%，並預期將由2020年的43.7%增至2024年的46.3%，乃由於市場持續集中化以及商品房的建築面積持續增加。根據中國指數研究院的資料，受益於市場集中度的提升，2017年至2019年物業服務百強企業前30名平均純利的複合年增長率高於物業服務百強企業的行業平均水平。下圖載列所示年度中國物業管理公司的歷史及估計總在管建築面積及物業服務百強企業按總在管建築面積劃分的合計市場份額：

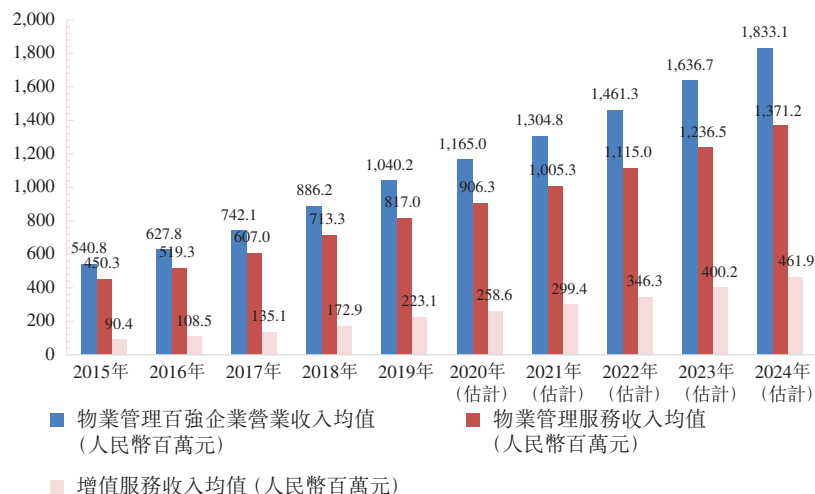


資料來源：中國指數研究院

- 管物業類型及服務多元化。**為應對客戶需求不斷演變及面臨成本上漲帶來的日益增加的營運壓力，物業管理公司迫切地探索不同業務模式及機遇。物業管理公司不斷加強非住宅物業管理的類別多樣化，原因是管理該等物業的利潤率通常高於住宅物業。物業管理公司亦透過提供各種增值服務，不斷促進收益來源多樣化，提高盈利能力及增強客戶粘性。該等增值服務主要包括向物業開發商及其他物業管理公司提供的案場協銷服務及諮詢服務，以及向業主及住戶提供的社區增值服務，如社區生活服務、電子商務服務、物業價值管理服務及其他多種定制服務。根據中國指數研究院的資料，物業服務百強企業的平均收益於2015年至2019年按17.8%的複合年增長率增加。物業服務百強企業物業管理服務的平均收益於2015年至2019年按16.1%的複合年增長率增加，並預期於2020年至2024年按10.9%的複合年

行業概覽

增長率增加，而物業服務百強企業增值服務的平均收益於2015年至2019年按25.3%的複合年增長率增加，並預期於2020年至2024年按15.6%的複合年增長率增加。下圖載列於所示年度物業服務百強企業按服務類別劃分的平均收益：



資料來源：中國指數研究院

- **智慧社區興起。**隨著互聯網、移動應用程序、雲計算、人工智能及其他相關技術的普及以及中國政府的鼓勵，物業管理公司不斷通過各種產品(包括智能門禁系統、能源管理系統、機器人、移動應用及在線服務平台)實現其物業管理組合的智能化及智慧管理，旨在透過線上線下資訊及資源整合，實現各項服務的數字化、自動化、現代化及協同化，以及向業主、住戶及租客提供一站式服務平台。
- **提升標準化、採用資訊技術及專業人才。**為提高服務質量及降低勞動成本，大部份物業服務百強企業已設立自身的內部標準操作程序，且更頻繁地採用資訊技術。該等公司亦不斷將業務營運中的勞動密集型部份外派予分包商，同時更加重視招聘和培訓專業化及技術熟練型僱員，促進智慧管理及資訊技術的實施以及推動創新，以便維持其領先的市場地位。

行業風險與挑戰

根據中國指數研究院的資料，中國物業管理行業面臨的風險主要包括：

- **勞動成本持續增加。**中國物業管理行業屬勞動密集型行業。根據中國指數研究院的資料，截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度，物業服務百強企業的員工成本佔銷售成本的百分比分別為55.8%、57.8%及59.1%。勞動成本持續增加主要是由於(i)近年來各個地區的最低工資水平不斷提

行業概覽

高；及(ii)勞動力需求增加。根據中國指數研究院的資料，截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度，物業服務百強企業的平均員工工資分別為人民幣55,400元、人民幣60,400元及人民幣64,500元。此外，物業服務百強企業(按在管建築面積計)的市場份額由2018年的38.9%增至2019年的43.6%。隨著物業管理規模的不斷擴大，物業服務百強企業需要招聘更多員工及預期將支付更多員工薪酬及福利，以及相關培訓及管理費用。

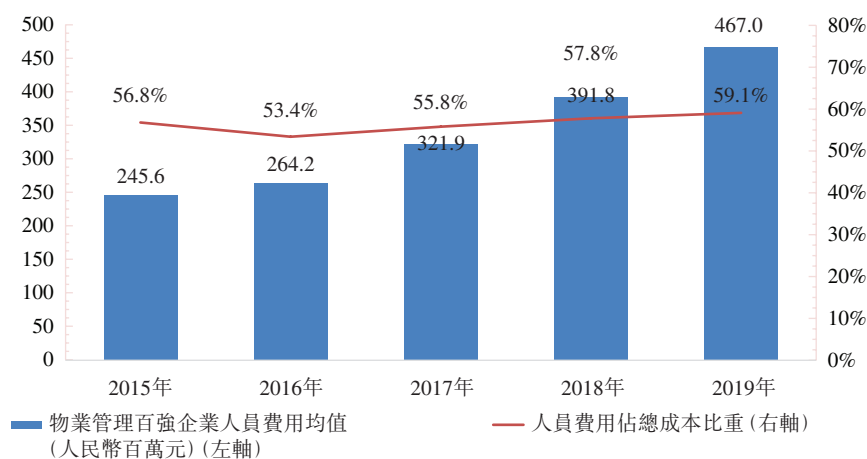
- **人力資源短缺。**物業管理行業亦面臨挑戰，例如難以按行業平均薪酬招募優秀員工及基層員工的工作通常無法獲得高度認可。為確保物業管理規模擴大及未來發展，物業管理公司需要足夠的人才儲備來改善服務質量。倘物業管理公司無法招聘足夠的合適人才或員工的服務質量以及管理層的規模及能力無法適應公司的擴張，物業管理公司的發展或會遭遇阻礙。

有關行業相關風險的更多資料，請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險」一節。

歷史價格趨勢

根據中國指數研究院的數據，在物業管理業務的銷售成本中，勞動力成本佔大部份。近年來，通貨膨脹拉高整體消費開支、工資及其他相關勞動力成本，這些變動對尋求拓展業務的物業管理公司造成額外壓力，原因為其需要相應地增加人手。根據中國指數研究院的數據，物業管理公司越來越多地從分包商獲取服務，以降低整體銷售成本。如此以來，物業管理百強企業可提高其營運效率和服務品質，原因為分包商可運用其在各自領域的專長。

根據中國指數研究院的數據，於2016年至2019年，物業管理百強企業的勞動力成本在銷售成本中所佔的絕對金額和百分比均有所上升。下表載列物業管理百強企業於所示年度的歷史平均勞動力成本：



資料來源：中國指數研究院

行業概覽

競爭

競爭格局

中國物業管理行業分散且競爭激烈，根據中國指數研究院的資料，於2019年，業內有約130,000家運營中的物業管理公司。

作為一家規模龐大且物業管理組合豐富的著名參與者，我們的物業管理服務主要在在管建築面積、地理覆蓋範圍、管理的物業類型、提供的服務類型及物業管理費方面與中國大型國家級及區域級物業管理公司競爭。我們的增值服務與提供類似服務(包括社區增值服務及向物業開發商提供的早期增值服務)的其他物業管理公司以及相關行業參與者開展競爭。

根據中國指數研究院的資料，按2019年綜合實力及增長潛力計，我們在中國物業服務百強企業中分別位列第13名及第11名。我們管理的物業遍及中國各線城市，且在京津冀地區處於領先地位。我們的總部位於北京，根據中國指數研究院的資料，按2019年的合約建築面積計，我們在總部位於京津冀地區的中國物業服務百強企業的前35名企業中排名第4位；按在管建築面積、收益及淨利潤計，我們均排名第5位；及按儲備建築面積及儲備建築面積增長率計，我們排名第6位。我們的總儲備建築面積由2018年的13.1百萬平方米增加43.8%至2019年的18.9百萬平方米，於2019年，按儲備建築面積的增長率計，在截至2020年6月30日24家香港上市物業管理公司中位列第五名。

我們被中國指數研究院評為2020商業物業管理的8家優秀企業之一。按2019年商業物業的在管建築面積計，我們在總部位於京津冀地區的中國物業服務百強企業中排名第4位。下表載列總部位於京津冀地區的中國物業管理公司的排名(按2019年的商業物業在管建築面積計)：

排名	公司名稱	2019年的 總在管建築面積 (百萬平方米)
1	公司A	超過3.0
2	公司B	超過2.0
3	公司C	超過2.0
4	本集團	1.8
5	公司D	超過1.5

根據中國指數研究院的資料，自2017年12月31日至2019年12月31日，我們的在管建築面積複合年增長率高達17.2%，高於物業服務百強企業16.3%的行業平均水平。根據中國指數研究院的資料，中國的物業管理行業高度分散，按2019年的在管建築面積計，中國排名前20的物業管理公司於2019年12月31日的在管建築面積佔中國物業管理公司約22.2%的市場份額(按2019年的在管建築面積計)。

根據中國指數研究院的資料，我們的年內利潤由2018年的人民幣143.9百萬元增加至2019年的人民幣205.3百萬元，增長率為42.6%，高於26.2%的物業服務百強企業行業平均水平(自2018年的人民幣72.2百萬元增至2019年的人民幣91.1百萬元)。

行業概覽

進入壁壘

根據中國指數研究院的資料，中國物業管理行業的進入壁壘主要包括：

- **品牌。**中國頂尖的物業管理公司(包括我們自身)透過數十年的服務及營運已塑造品牌聲譽。相反，新入行者由於並無建立品牌及並無與行業參與者建立業務關係，進入市場的難度日益增加。
- **資本要求。**資本對物業管理行業而言變得愈發重要。業內公司正嘗試通過購買更先進的設備及技術來提高服務質量，以實現自動化及數字化。近年來，物業管理行業正逐漸從勞動密集型行業轉變為資本密集型行業，乃由於市場參與者不斷增加對新領域的投資，例如自動化及在線管理系統的應用，以提高效率及競爭力。因此，為與業內現有參與者競爭，新入行者須符合更高的資本要求。
- **營運及管理專業化。**為更好地控制成本及保持服務質量，物業管理公司需要標準化及自動化運營模式方可提高其管理更多物業的能力。大型物業管理公司較新入行者擁有更多資源投資於運營的標準化、自動化及智慧管理。
- **人才專業化。**隨著互聯網及其他技術的普及，物業管理行業對合資格僱員的需求日益增加。對於新入行者而言，招募及挽留高素質的專業化僱員被視為一道主要障礙。

COVID-19疫情對中國物業開發及物業管理行業的影響

COVID-19疫情對中國宏觀經濟及若干行業(如2020年1月及2月的旅遊業、公共交通業及餐飲業)產生了重大影響。然而，COVID-19疫情僅對物業開發及物業管理行業造成短期影響，預計中長期內對物業開發及物業管理行業非影響有限。

根據國家統計局的資料，2020年上半年，商品房的全國累計銷售面積及新建面積較2020年初的中國COVID-19疫情高峰期有明顯改善。隨著中國COVID-19疫情得到控制，經濟活動逐步恢復，物業開發行業也開始復蘇，原因為商品房購買需求恢復。

COVID-19疫情對中國物業管理行業的短期影響主要是銷售及管理成本增加。鑑於物業管理公司處於中國抗擊COVID-19疫情的前沿，其不得不承擔額外的採購成本，為其物業管理人員的防護用品(口罩、手套及消毒劑)及進行消毒及清洗工作。此外，在農曆新年假期延長期間，物業管理公司因為物業管理人員提供額外加班費用及津貼

行業概覽

而導致勞動力成本增加。COVID-19疫情也給物業管理服務帶來壓力和挑戰，原因為防護用品不足，且所管理物業採取的感染防控措施難以落實。因此，新項目的開發及拓展以及向業主及非業主提供增值服務均受到影響。

儘管疫情對中國物業管理行業產生了上述短期影響，但從長遠來看，疫情也為該行業帶來若干新的發展機遇：

- (1) *加快應用智慧管理及數字化* — 在COVID-19疫情期間，物業服務企業積極運用「互聯網+」等技術以及雲平台、智能門禁、智能停車場管理系統等智能產品，以提高感染防控效率。不斷增長的技術需求，預計將加速物業管理服務的信息技術升級，以及智慧管理及數字化的發展及應用。
- (2) *發展新的社區增值服務* — 由於在COVID-19疫情期間，業主和住戶大多在家，為物業服務公司提供向其更多社區生活服務提供了機會。例如，物業服務公司可通過其在線服務平台，更好地接觸業主和住戶及為其提供現有增值服務（包括遞送日常用品），以及探索及提供新的家居增值服務，以擴大收益來源。
- (3) *提升品牌價值及聲譽* — 在COVID-19疫情期間，物業管理公司在感染防控方面發揮了重要作用，其服務得到了社會和政府的廣泛認可。因此，物業管理公司能在此關鍵時期提供優質服務，會大大提升其品牌價值和行業聲譽。良好的聲譽和積極的用戶體驗，可提升客戶忠誠度，有利於物業管理費的日後收取和定價，以及日後獲得物業管理項目。
- (4) *全行業的物業管理水平整體得以提升* — 隨著物業管理公司的風險規避意識於COVID-19疫情後逐漸增強，預計很多公司將通過強化政策及建立風險和突發事件管理機制，提高風險管理能力。
- (5) *政府扶持力度加大* — 由於中國政府已陸續出台政策，以緩解COVID-19疫情帶來的短期負面影響，這些政策不僅直接緩解了疫情帶來的成本壓力，也可能有助於物業管理行業的未來可持續發展。

董事確認

董事在作出適當查詢後確認，自上述來源刊發日以來，市場資料並無出現可能會限制、否定本節所載資料或對其造成不利影響的重大不利變動。