

行業概覽

本節所載資料由弗若斯特沙利文編製，反映了根據多種官方政府出版物、公開市場研究可用來源及行業意見調查所作的市場狀況估計，並主要作為市場研究工具而編製。提及弗若斯特沙利文，不應視為弗若斯特沙利文對於任何證券價值或[編纂]本集團是否明智的意見。董事認為，本節所載資料的來源為此等資料的適當來源，並已合理謹慎地複製此等資料。董事並無理由認為此等資料屬虛假或具誤導成分，或遺漏任何重大事實進而導致相關資料屬虛假或具誤導成分。本集團、聯席保薦人、[編纂]或參與[編纂]的任何其他方並未獨立核實官方政府來源的資料及統計數據，亦未對資料的準確性發表任何聲明。

弗若斯特沙利文的研究背景及方法

我們委託弗若斯特沙利文就中國社區空間居住消費服務市場、商企和城市空間綜合服務市場以及智慧城市雲服務市場進行分析並編製報告，以用於本文件。弗若斯特沙利文就編製本報告的收費為人民幣580,000元，並已同意披露本報告。弗若斯特沙利文是一家成立於1961年的獨立市場研究諮詢公司，專注於為各行各業提供市場調研服務。

董事認為，摘自弗若斯特沙利文報告的資料有助於有意[編纂]了解相關市場，故將該等資料載入本文件。弗若斯特沙利文報告的市場研究過程通過詳細的一手及二手研究進行。一手研究包括就物業服務市場的現狀與領先的行業參與者及行業專家面談，而二手研究包括審查公司及獨立研究報告、公共政府數據及其他數據庫。

在為本文件編製報告時，弗若斯特沙利文基於以下關鍵假設進行分析和預測：(i) 未來十年，中國經濟很可能穩定增長；(ii) 中國的社會、經濟及政治環境很可能保持穩定；(iii) 城市化率提高、政府政策支持及經濟增長等市場驅動因素將推動物業服務行業的發展；及(iv) COVID-19疫情很可能在短期內影響中國宏觀經濟的穩定性。董事經合理謹慎考慮後確認，自弗若斯特沙利文報告日期起，整體市場資料概無出現任何重大不利變動，進而可能嚴重限制、影響該等資料或與之相抵觸。

行業概覽

中國物業管理服務行業

概覽

物業管理原指房地產的營運、控制及監督。隨著中國物業管理服務行業在過去數十年間的演變，該行業及相關服務的範疇歷經了以下幾個發展階段：

- **早期階段**。於二十世紀八十年代初，中國首家物業管理服務公司成立，標誌著中國物業管理服務行業的歷史開端。早期階段的物業管理服務市場高度分散，物業管理服務公司的利潤較低，服務規範化程度有限。在此階段，市場參與者注重提供一項或多項基礎物業管理服務，例如秩序維護服務、清潔服務、維修及保養服務、園藝服務等。
- **規範化階段**。於2003年，《物業管理條例》出台，制定了中國物業管理服務行業的監管框架，推動行業進入規範化階段。
- **多樣化階段**。於2012年，《服務業發展「十二五」規劃》出台，鼓勵中國物業管理服務公司開展多樣化業務，標誌著行業進入多樣化階段。此後隨著其他相關規定的實施，業內確立了公開公平市場體系。

在此階段，主要服務提供商為各類物業提供服務，其中包括住宅物業、零售商企物業、辦公樓、公用物業、產業園、學校和醫院。同時，除提供優質基礎物業管理服務外，知名物業管理服務提供商亦擴大服務範圍以納入各類增值服務（包括房屋銷售及租賃經紀、房屋裝飾裝修服務等）。此外，為了擴大其服務範圍及提高盈利能力，領先參與者不僅選擇在部分具有巨大潛力的增值領域與現有巨頭競爭，例如房屋銷售及租賃經紀、房屋裝飾裝修服務等，而且開始進入與物業管理服務市場有交集或相關的新市場。

行業概覽

- **技術階段。**在先進技術發展的推動下，領先市場參與者開始探索物業管理服務市場的技術應用，引領行業進入技術階段。於此階段，一些行業領導者將基礎物業管理服務及增值服務與技術賦能解決方案（如智慧物業諮詢服務、綜合智慧空間解決方案、遠程企業運營服務及遠程空間運營服務）相結合，開始探索新的盈利方式。

隨著物業管理服務行業的發展，一些領先的市場參與者不再將自身定位為單純的「物業管理服務提供商」，而是「物業管理及商業運營服務提供商」、「綜合城市運營服務提供商」或「全面的物業管理和生活服務運營商」。而「空間管理服務」一詞開始成為業內公認的用語，這反映出行業的發展變化。

萬物雲通過積極參與以上發展過程，在帶領行業進入多樣化階段及技術階段、將服務範圍擴大至規範化物業管理概念以外，以及制定及確立新的業內規範方面，均擔當重要角色。儘管我們的相當一部分業務是源自並延續了基礎物業管理服務的性質，尤其是社區空間居住消費服務板塊下的住宅物業服務以及商企和城市空間綜合服務板塊下的物業及設施管理服務，但我們的業務已拓展至不同的區域及空間，在社區、商企和城市空間提供協同服務，而在上述領域提供的相當一部分服務不再按建築面積進行管理、定價及收費。

大多數市場參與者提供的服務

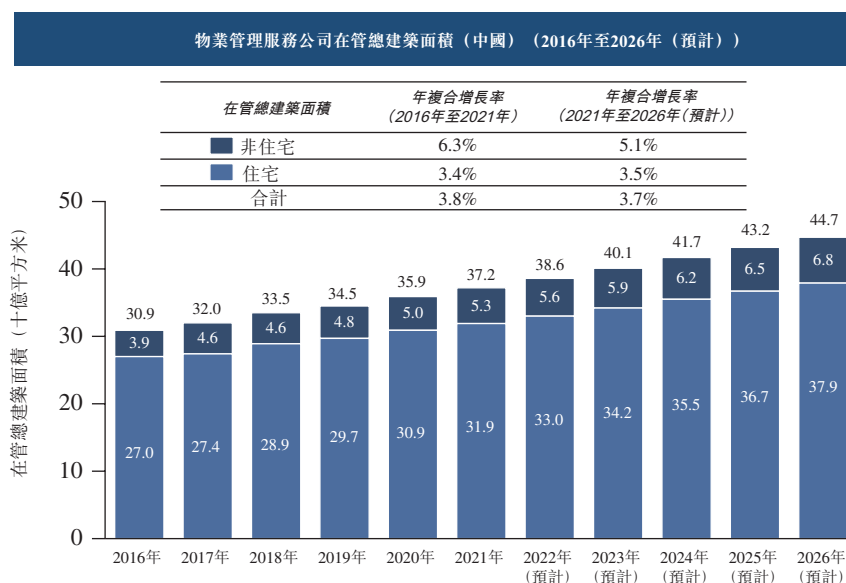
現時，除萬物雲等發展領先同業、開始在各類市場競爭的領先市場參與者外，大多數物業管理服務公司主要為住宅物業以及辦公樓、購物中心、公用物業（政府大樓、醫院、學校等）、產業園區等非住宅物業提供服務。該等物業管理服務公司通常提供以下服務：(i)基礎物業管理服務，包括秩序維護、清潔、維修保養、園景服務等；及(ii)增值服務，包括為物業開發商提供的增值服務和社區增值服務。為物業開發商提供的增值服務主要包括案場服務、前期物業管理服務、交付前服務、維修保養服務及其他活動式服務。社區增值服務主要包括房屋裝飾裝修服務、房屋銷售及租賃經紀服務、公共區域運營服務、車位銷售服務、機電設備維護服務等。

行業概覽

市場規模及競爭格局

根據弗若斯特沙利文的資料，中國物業管理服務公司的在管總建築面積¹由2016年的309億平方米增至2021年的372億平方米，整體年複合增長率為3.8%。於2021年，中國住宅物業在管總建築面積達319億平方米，2016年至2021年整體年複合增長率為3.4%，而於2021年，非住宅物業在管總建築面積達53億平方米，2016年至2021年的整體年複合增長率為6.3%。

於2026年，預期在管總建築面積將達447億平方米，2021年至2026年的整體年複合增長率為3.7%。下圖載列2016年至2026年期間中國物業管理服務公司的在管總建築面積：



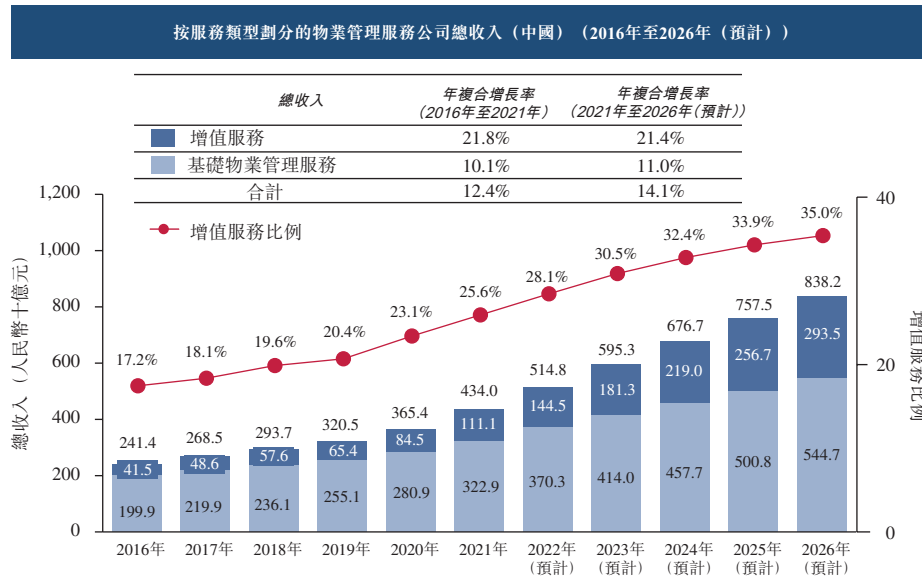
資料來源：弗若斯特沙利文

中國物業管理服務市場競爭激烈，而且高度分散，截至2021年末約有110,000名參與者。於2021年，中國物業管理服務公司的收入主要來自基礎物業管理服務，約佔74.4%。近年來，物業管理服務公司一直努力將服務及收入來源多樣化。隨著服務日漸多樣化，該等公司所提供增值服務的總收入由2016年的人民幣415億元增長至2021年的人民幣1,111億元，整體年複合增長率為21.8%，並預期於2026年達人民幣2,935億元，2021年至2026年整體年複合增長率為21.4%。2016年至2021年，增值服務佔物業

¹ 本節中的「在管建築面積」是指業主私人擁有或住戶佔用的獨立單位總建築面積及公共區域的建築面積。

行業概覽

管理服務總收入的比例由17.2%增至25.6%，並預期於2026年達35.0%。下圖載列2016年至2026年期間中國按服務類型劃分的物業管理服務公司的總收入：



資料來源：弗若斯特沙利文

於2021年，按基礎物業管理服務收入計，本集團在中國物業管理服務市場中排名第一，市場份額為4.28%。下表載列2021年按基礎物業管理服務收入劃分的中國物業管理服務市場的前五大服務提供商的詳情：

排名	名稱	市場份額
1	本集團	4.28%
2	公司A	4.27%
3	公司B	2.94%
4	公司E	2.68%
5	公司F	2.42%

資料來源：年報、弗若斯特沙利文分析

附註：

- (1) 基礎物業管理服務主要包括秩序維護、清潔、維修保養及園景服務。收入以基礎物業管理收入為基礎，因為前五大物業管理服務提供商的增值服務的服務覆蓋範圍不同，且不具有完全可比性。
- (2) 公司A的收入不包括「三供一業」業務。

行業概覽

- (3) 公司A：一家於香港聯交所上市的龍頭企業，專注於在中國提供住宅物業管理服務，擁有強大的品牌知名度及大而廣的物業管理組合，其2021年的總收入（不包括「三供一業」業務）約為人民幣251億元，截至2021年12月31日的在管建築面積（不包括「三供一業」業務）為765.7百萬平方米。
- (4) 公司B：一家中國領先的上市綜合物業管理服務提供商，其管理多樣化的物業組合。
- (5) 公司E：一家於香港聯交所上市的物業管理服務提供商，專注於為中高端物業提供服務，並提供全面的服務組合，其2021年的總收入約為人民幣141億元，截至2021年12月31日的在管建築面積為488.9百萬平方米。
- (6) 公司F：一家於深圳證券交易所上市的公司，在中國提供住宅物業管理服務及購物中心與寫字樓運營服務，其2021年的總收入約為人民幣106億元，截至2021年12月31日的在管建築面積為281.0百萬平方米。

鑒於中國物業管理服務行業中領先市場參與者的不同服務範圍、我們領先同業的地位，以及我們的領域擴展至傳統物業管理服務範圍以外，我們認為，通過下文對我們所參與的市場的論述，可較全面、均衡及中肯地反映本公司的競爭力。

中國社區空間居住消費服務市場

概覽

中國社區空間居住消費服務市場提供三大類服務：(i)基礎住宅物業管理服務；(ii)居住相關資產服務；及(iii)社區增值服務。基礎住宅物業管理服務包括維修及保養、園藝、清潔及秩序維護服務。居住相關資產服務包括房屋銷售及租賃經紀服務和房屋再裝修及美居服務。房屋銷售及租賃經紀服務指房屋銷售服務（其包括新房及既有房屋銷售）和房屋租賃服務，而房屋再裝修及美居服務包括提供裝飾設計服務、裝修及施工。社區增值服務主要包括公共區域運營服務、車位銷售服務、機電設備維護服務等。

行業概覽

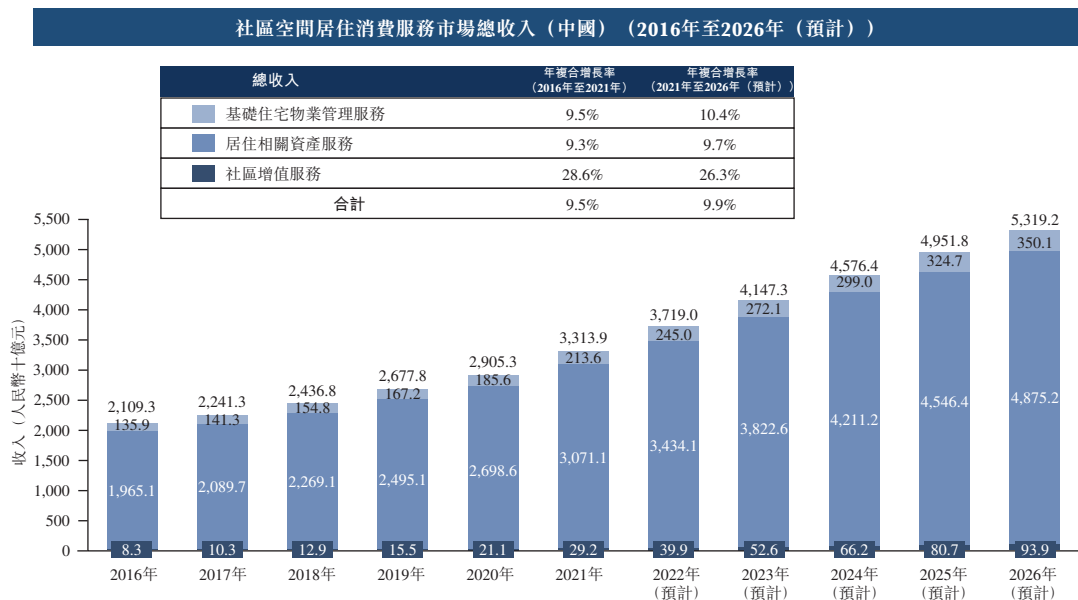
市場發展

根據弗若斯特沙利文的資料，中國社區空間居住消費服務市場總收入已由2016年的人民幣21,093億元增至2021年的人民幣33,139億元，整體年複合增長率為9.5%。預計2026年將達到人民幣53,192億元，2021年至2026年期間的整體年複合增長率為9.9%。

於社區空間居住消費服務市場中，基礎住宅物業管理服務總收入已由2016年的人民幣1,359億元增至2021年的人民幣2,136億元，年複合增長率為9.5%。預計2026年將達到人民幣3,501億元，2021年至2026年期間的年複合增長率為10.4%。

社區增值服務總收入已由2016年的人民幣83億元增至2021年的人民幣292億元，整體年複合增長率為28.6%。預計2026年將達到人民幣939億元，2021年至2026年期間的年複合增長率為26.3%。

居住相關資產服務市場總收入已由2016年的人民幣19,651億元增至2021年的人民幣30,711億元，年複合增長率為9.3%。預計2026年將達到人民幣48,752億元，2021年至2026年期間的年複合增長率為9.7%。下圖載列2016年至2026年期間中國社區空間居住消費服務市場總收入：



資料來源：弗若斯特沙利文分析

行業概覽

我們的競爭地位

在中國社區空間居住消費服務市場的三大主要板塊中，中國基礎住宅物業管理服務市場是我們主要關注的板塊。根據弗若斯特沙利文的資料，2021年中國基礎住宅物業管理服務市場的總收入達人民幣2,136億元，按2021年的收入計，前五大服務提供商的市場份額約為18.77%。

於2021年，按收入計，本集團在中國基礎住宅物業管理服務市場中排名第一，獲得5.32%的市場份額。下表載列按2021年收入劃分的中國基礎住宅物業管理服務市場的前五大服務提供商的詳情：

排名	名稱	市場份額 (%)
1	本集團	5.32%
2	公司A	5.17%
3	公司B	3.77%
4	公司C	2.53%
5	公司D	1.98%

資料來源：年報、弗若斯特沙利文分析

附註：

- (1) 公司A的收入不包括「三供一業」業務。
- (2) 公司C：一家於香港聯交所上市的龍頭企業，專注於在中國提供高端住宅物業管理服務，以一流的服務質量享有盛譽，其2021年的總收入約為人民幣126億元，截至2021年12月31日的在管建築面積為304.1百萬平方米。
- (3) 公司D：一家於香港聯交所上市的領先綜合物業管理服務提供商，擁有廣泛的物業管理規模及國有背景，其2021年的總收入約為人民幣108億元，截至2021年12月31日的在管建築面積為465.3百萬平方米。

市場驅動力

城市人口及人均可支配收入增長

中國的城市人口及人均可支配收入穩步增長促使人們對優質社區空間居住消費服務的需求不斷增加。根據弗若斯特沙利文的資料，中國的城鎮化率由2016年的57.4%增至2021年的64.7%。中國城市人口一直穩步增長，由2016年的793.0百萬人增至2021年的914.3百萬人，年複合增長率為3.3%。中國城鎮居民人均可支配收入亦由2016年的

行業概覽

人民幣33,616元穩步增長至2021年的人民幣47,412元，年複合增長率為7.1%。因此，住宅銷售面積顯著增加，進而刺激了社區空間居住消費服務需求。另一方面，隨著人均可支配收入的增加，人們追求更好的居住環境，更願意為優質社區空間居住消費服務付費，如管家服務，即社區空間居住消費服務提供商在業主搬入新家前後聘請服務管家為其提供的個性化服務。

一線、新一線及二線城市的快速發展

根據弗若斯特沙利文的資料，一線城市、新一線城市及二線城市的城市人口穩步增長，2016年至2021年期間的年複合增長率分別為3.2%、5.7%及4.0%。此外，2021年至2026年期間，一線城市、新一線城市及二線城市的城市家庭人均可支配收入的年複合增長率預計將分別達到7.1%、7.0%及7.1%。一線、新一線及二線城市居民消費能力強，對居住環境及住宅服務質量有更高期待。相應地，一線、新一線及二線城市的持續發展將進一步推動中國社區空間居住消費服務市場的發展。

房屋租賃和再裝修及美居服務日趨普遍

隨著新房供應受限及房價持續上漲，過去五年來，二手房交易量和租賃交易量持續上升。根據弗若斯特沙利文的資料，現房交易量自2016年的2.13百萬套增至2021年的5.92百萬套，年複合增長率為22.7%。此外，受益於政府對精裝修房屋的支持，房屋再裝修及美居服務需求進一步增加，讓社區空間居住消費服務提供商得以參與該項業務並與原有的家裝公司競爭。

中國社區空間居住消費服務市場的進入壁壘

品牌聲譽

中國頂級的社區空間居住消費服務提供商已樹立起品牌聲譽，品牌聲譽對於獲得新的市場機遇尤為重要。例如，大型物業開發商在提供社區空間居住消費服務時，通常會聘請知名社區空間居住消費服務提供商。大多數住宅物業業主亦偏向聘請知名社區空間居住消費服務提供商，原因是其認為其品牌聲譽即表示更優質的服務。新進入者可能會發現，在與聲譽良好的社區空間居住消費服務提供商競爭時，難以在短時間內樹立品牌聲譽及滲透市場。

行業概覽

標準化和專業化

目前，社區空間居住消費服務市場注重標準化和專業化。在政府的支持下，領先的社區空間居住消費服務提供商積極建立標準化的運營和管理系統，以更具成本效益的方式管理項目並提高利潤率。他們往往將業務中的勞動密集型環節外包給分包商，並著重發展標準化系統和培訓員工實施此類標準化系統。有了足夠的資源，他們就能投資於業務的標準化，提高管理和運營能力。相比之下，在資源有限的情況下，新進入者可能會難以投資於專業化和標準化的運營系統和難以建立起自己的管理和運營能力。

人力資源

社區空間居住消費服務依靠人工提供服務並實施創新科技手段。知名社區空間居住消費服務提供商長期以來已經形成了自己的人才儲備、培訓機制和激勵制度。此外，他們更專注於通過標準化管理對員工進行管理和培訓。由此，知名社區空間居住消費服務提供商會吸引具備技術能力的人才。相比之下，新進入者缺乏招聘和培養人才的經驗。人才可能傾向於選擇具有既定品牌價值和認知度的公司。新進入者和成熟的主要參與者之間的這種差距可能會令新進入者難以在人力資源方面與其他有實力的服務提供商競爭。

技術能力

隨著物聯網、移動互聯網等技術的普及，大多數領先的社區空間居住消費服務提供商都建立起核心信息系統。高效的IT系統有利於整合資源，提高管理效率及有效監控服務流程。主要市場參與者還利用其他先進技術，如大數據分析和基於雲的應用程序，來探索新的增值服務，並使收入來源多樣化。通過將自身業務特點與核心信息系統相結合，其形成了技術優勢，而這種技術優勢對社區空間居住消費服務市場的新進入者來說可能是一個技術壁壘。

行業概覽

未來的機遇與挑戰

未來的機遇

巨大市場潛力

社區空間居住消費服務市場擁有巨大市場潛力，行業的收入正穩步增長。城市人口增加導致社區空間居住消費服務市場的消費群體增加，而一線、新一線及二線城市家庭人均可支配收入增加致使對優質的社區空間居住消費服務的需求更加急迫。此外，社區空間居住消費服務市場的服務範圍一直在拓展，為市場帶來新的增長點，令居住相關資產服務成為重要的一環。

加快產業集中

近年來，社區空間居住消費服務市場的集中度因為主要社區空間居住消費服務提供商收購其他參與者而不斷提高。他們也在積極謀求聯盟和合併，以實現規模經濟。預計領先的社區空間居住消費服務提供商將繼續提高競爭力，鞏固其市場份額，並擴大服務範圍，進一步提高中國社區空間居住消費服務市場的集中度。

提高服務質量

隨著消費者意識的增強和人均可支配收入的增加，現在業主在選擇社區空間居住消費服務提供商時更加注重服務質量和追求更好的居住條件和社區環境。消費者消費能力的增長也提升了經營和服務的質量標準。未來預計社區空間居住消費服務提供商將通過應用信息技術優化和升級服務不斷提高服務質量和運營能力。

應用新技術

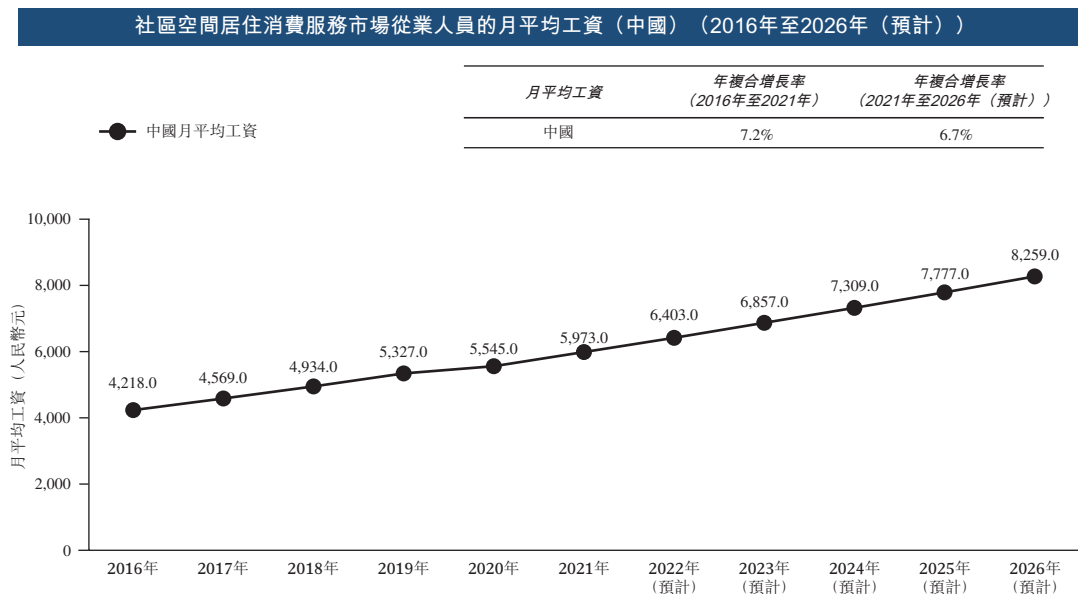
隨著中國信息技術、大數據、雲計算及其他新技術的快速發展，社區空間居住消費服務市場的數字化及智能化轉型已成為未來的主流趨勢之一。具體而言，信息技術及數字化的發展使社區空間居住消費服務提供商得以提高服務質量及降低運營成本。社區空間居住消費服務提供商可利用智能門禁及智能停車為市民提供更好的便利，亦可為運營企業降低人工成本及能耗。其亦可利用社交媒體、手機應用程序及其他技術工具實現社區資源的有效整合及分配。

行業概覽

挑戰

不斷上升的人工成本

社區空間居住消費服務市場需要大量的勞動力來提供清潔、裝修、房屋銷售及租賃經紀服務以及維修及保養和其他服務。然而，員工成本已成為服務提供商最大的運營成本之一。根據弗若斯特沙利文的資料，中國社區空間居住消費服務市場從業人員月平均工資由2016年的人民幣4,218.0元增至2021年的人民幣5,973.0元，年複合增長率為7.2%。此外，最低工資的實施推動了人工成本的上升。不斷上升的人工成本可能會對業務運營及財務狀況產生重大不利影響。下圖列示2016年至2026年期間中國社區空間居住消費服務市場從業人員的月平均工資：



資料來源：弗若斯特沙利文分析

中國商企和城市空間綜合服務市場

概覽

商企和城市空間綜合服務市場由兩大業務板塊組成。

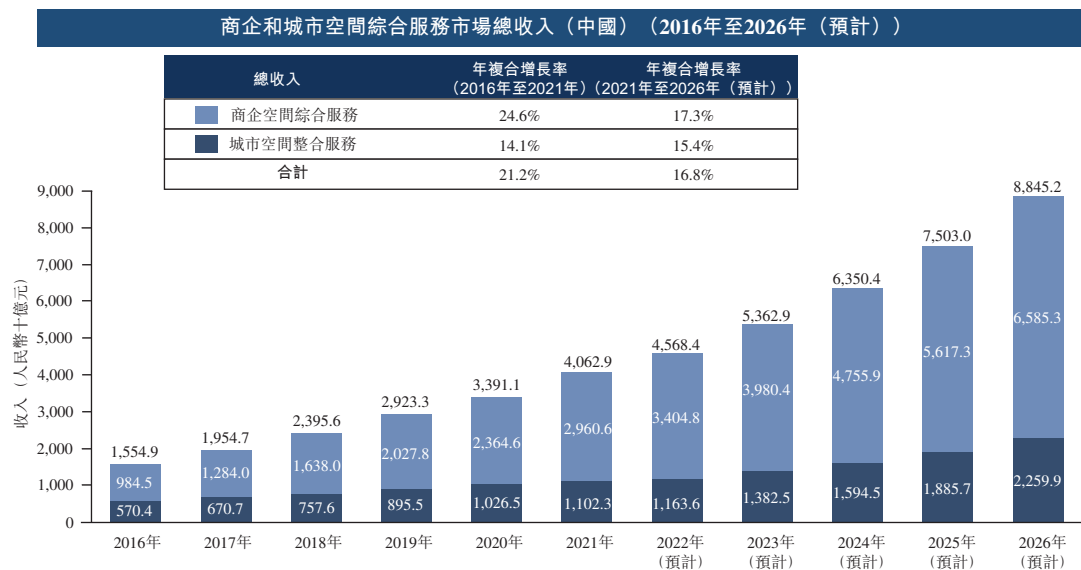
商企空間綜合服務提供兩類服務，包括：(i)物業及設施管理服務，主要包括秩序維護服務、清潔服務、綠化服務、設施運行和維護、環境、健康及安全管理、綜合行政支持、活動支持及禮賓服務；及(ii)為開發商提供增值服務，包括交付前服務、樓宇翻新及修繕服務以及案場及樣板房等服務。

行業概覽

城市空間主要包括政府建築、學校、醫院、道路、街道及其他城市空間。城市空間整合服務包括三種類型的服務，即：(i)空間治理，主要包括城市清潔和衛生服務、市政基礎設施的維修及保養，以及城市公共空間（包括向公眾開放的室內和室外區域）的城市安全和秩序維護管理服務；(ii)城市專項設施運營，包括技術驅動的水質控制、河流系統維護和保護，以及城市公園的綜合管理；及(iii)老舊小區運營管理，主要是老舊小區管理及改造服務。

市場發展

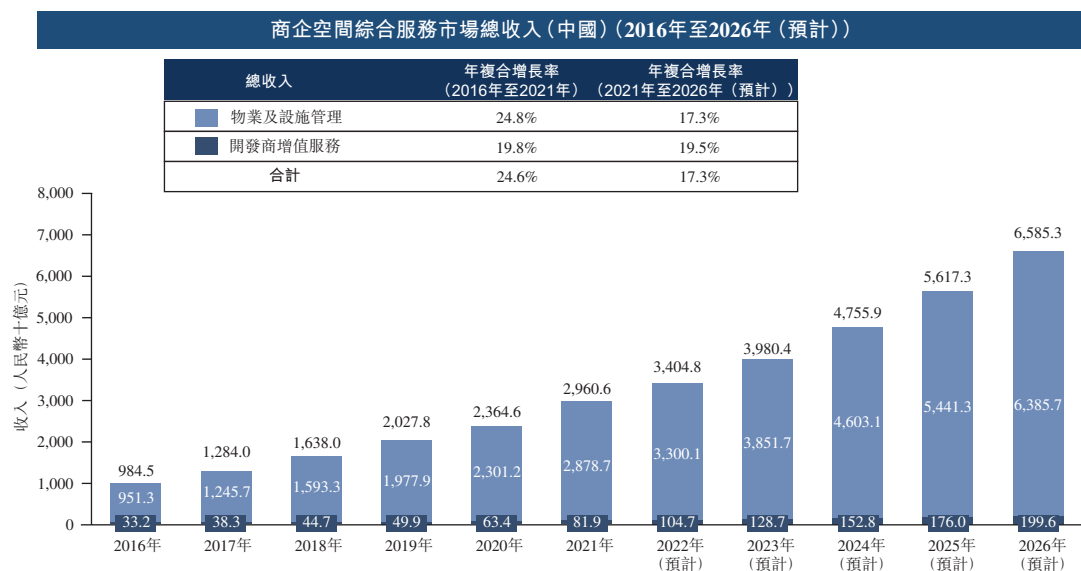
根據弗若斯特沙利文的資料，中國商企和城市空間綜合服務市場的總收入已由2016年的人民幣15,549億元增至2021年的人民幣40,629億元，2016年至2021年的整體年複合增長率為21.2%。預計2026年中國商企和城市空間綜合服務市場的收入將達到人民幣88,452億元，2021年至2026年的整體年複合增長率為16.8%。下圖列示2016年至2026年期間中國商企和城市空間綜合服務市場的總收入：



資料來源：弗若斯特沙利文分析

行業概覽

根據弗若斯特沙利文的資料，隨著商企空間及服務範圍的不斷擴大及相關服務外包（尤其是行政外包）意識的增強，中國的物業及設施管理服務市場預計於未來五年內保持快速增長。預計2026年物業及設施管理市場將達到人民幣63,857億元，2021年至2026年的年複合增長率為17.3%。同時，預計2026年開發商增值服務市場將達到人民幣1,996億元，2021年至2026年的年複合增長率為19.5%。下圖列示2016年至2026年期間中國商企空間綜合服務市場的總收入：



附註：物業及設施管理服務市場包括中國內地、香港及澳門。

資料來源：弗若斯特沙利文分析

我們的競爭地位

根據弗若斯特沙利文的資料，中國的商企和城市空間綜合服務市場收入在2021年達到人民幣40,629億元。商企和城市空間綜合服務市場競爭激烈且分散。在商企和城市空間綜合服務市場，按2021年的收入計，前五大商企和城市空間綜合服務提供商佔0.77%的市場份額，其中本集團以0.21%的市場份額排名第一。下表載列按2021年的收入計，中國商企和城市空間綜合服務市場前五大商企和城市空間綜合服務提供商的詳情：

排名	名稱	市場份額 (%)
1	本集團	0.21%
2	公司E	0.19%
3	公司F	0.14%
4	公司A	0.12%
5	公司C	0.11%

資料來源：年報、弗若斯特沙利文分析

行業概覽

附註：

- (1) 公司A的收入不包括「三供一業」業務。

市場驅動因素

城鎮化進程及經濟區域的發展

中國宏觀經濟的發展推動了城鎮化進程和人均可支配收入的增加，進而帶動商企和城市空間綜合服務市場的發展。根據弗若斯特沙利文的資料，中國城鎮人口比例由2016年的57.4%增至2021年的64.7%，同時城鎮居民人均可支配收入由2016年的人民幣33,616元增至2021年的人民幣47,412元，年複合增長率為7.1%。這導致人口越來越集中，其需要更多精心設計的商企和城市空間，以及更好的工作和城市環境，從而推動了商企和城市空間綜合服務需求的增加，以及商企和城市空間綜合服務質量水平的提高。

另一方面，中國政府實施新型城市化戰略，包括促進生態友好、低碳足跡的可持續城鎮發展，為城鎮居民提供更好的服務，以及增加電子設備的使用，以收集具體的運營數據。該等規劃對治理方式提出了更嚴格的要求，從而刺激了城市公共空間對專業服務的需求。此外，中國政府在過去十年一直在培育更發達的經濟區域，例如推動成渝地區雙城經濟圈等經濟區域的發展。此舉進一步刺激了中國對商企空間綜合服務的需求。

商企空間及商企空間綜合服務的穩定發展

商企空間拓展迅速。根據弗若斯特沙利文的資料，於2021年，中國的商企物業總建築面積達9億平方米。此外，由於經濟的有利發展、政府政策及良好的營商環境，越來越多國內及國際公司在中國一線及新一線城市設立總部。這些因素共同為中國商企空間綜合服務市場帶來巨大的市場潛力。此外，近些年來，越來越多的公司開始聘請專業的商企空間綜合服務提供商，以實現更高的投資回報及管理效率。全面的商企空間綜合服務亦可以幫助公司將其管理資源集中在其核心業務部門，從長遠來看，這將增加企業對於商企空間綜合服務的需求並提高其滲透率。

行業概覽

有利政策

自2013年第十八屆中央委員會第三次全體會議作出決議允許社會資本通過特許經營等方式參與城市基礎設施投資和運營以來，政府已頒佈一系列政策鼓勵私人資本投資及經營城市服務。例如，地方政府於2020年發佈的《關於進一步加強城市精細化管理工作的實施意見》提出政府將指導和鼓勵社會資本積極參與投資和運營城市服務，並推動使用政府和社會資本合作模式。政府於2020年頒佈的《關於全面推進城鎮老舊小區改造工作的指導意見》亦提出政府將通過優化城鎮道路系統、改善市政公共基礎設施和加快舊社區改造等方式改善城鎮功能。

中國商企和城市空間綜合服務市場准入壁壘

行業經驗

商企和城市空間綜合服務涵蓋商業辦公樓及企業辦公樓、機場、醫院、公路及地下管線等多種物業類型。各種空間類型均存在若干技術壁壘及特定資源需求。商企和城市空間綜合服務提供商需要豐富的行業經驗以為各種空間類型定制服務。此外，成熟的運營及管理經驗以及成功的項目經驗對塑造品牌名譽至關重要。由於運營及管理通常於長期服務中積累，實踐經驗有限的新進入者難以與通過以往成功的項目經驗積累了競爭力的領先商企和城市空間綜合服務提供商競爭。

合作夥伴關係

服務提供商與政府在城市空間整合服務市場存在合作夥伴關係。政府傾向於與其服務提供商建立長期夥伴關係。客戶關係仍為商企空間綜合服務業務的關鍵因素之一，因為服務提供商可通過與客戶的長期合作關係實現更高的客戶滿意度。當領先服務提供商積累了豐富的客戶資源並與客戶建立起相互信任，新進入者難以在短時間內與客戶建立長期的合作夥伴關係。

行業概覽

專業人員

商企和城市空間綜合服務市場仍為勞動密集型市場。擁有豐富經驗及專業技術技能的人才寶貴且需求大。此外，該等人才一般會選擇為知名度高的公司工作。因此，新進入者難以在短期內吸引專業技術人才及與現有僱員維持高度合作關係。其亦可能難以適應不斷變化的市場環境。

技術能力

隨著物聯網、雲計算、大數據、人工智能及其他相關技術的發展，數字化及智能化在商企空間綜合服務市場越發普遍。例如，服務提供商在其服務過程中採用智能入口通行證、智能樓宇管理、智能能源管理及巡邏機器人。高效的信息系統可幫助服務提供商整合資源、提高管理效率及節約成本。市場參與者必須掌握相應的技術能力以保持其於市場中的競爭優勢。新進入者可能難以在缺乏充足的資本及運營經驗下獲得成熟的技術能力。

未來機遇及挑戰

未來機遇

技術賦能

信息技術的發展，尤其是5G、人工智能及物聯網等相關技術的發展，使商企和城市空間綜合服務提供商能夠提高服務質量並有效降低成本。例如，智能樓宇綜合管理、智能安保巡邏及智能停車場管理系統等已嵌入商企空間綜合服務。未來預計商企空間綜合服務提供商將利用技術應用擴大其服務範圍並提高服務質量。同時，城市空間整合服務提供商已經利用物聯網、雲平台及大數據等先進技術，通過提高城市運營效率來實現城市空間整合服務智能化及數字化。

行業概覽

轉向更加整合化的服務模式

在客戶更全面化需求及商企空間擴張的驅動下，商企空間綜合服務提供商將擴大其服務範圍，在傳統物業服務之外，提供高品質一體化服務（例如能源消耗管理服務、人力資源管理服務及交付前服務），以滿足客戶需求。這將促使商企空間綜合服務市場轉向更加整合化的模式。

服務廣度與深度提升

國家及地方政府已頒佈一系列激勵政策，以推動總部經濟發展，並為固定資產投資項目籌集資金。因此，出現了較高端的商企空間（包括國際企業區域總部的企業建築）尋求更多類別的商企空間綜合服務的一種新趨勢，例如設施管理服務及IT管理服務以及覆蓋整個服務週期的深度服務。同時，城市空間整合服務提供商提供的服務範圍一直在擴大。除傳統營運及維護服務外，其亦提供城市管理及規劃服務，如為國有物業提供招租服務和為公共機構提供組合管理服務。

加強城市管家職能

伴隨「放管服」改革，政府已從管理型政府轉為服務型政府。「放管服」也催生出城市管理新模式，在該模式下，政府向社會購買公共服務，城市空間整合服務提供商得以進行城市空間整合服務，強化其「城市管家」的職能。

經營安排

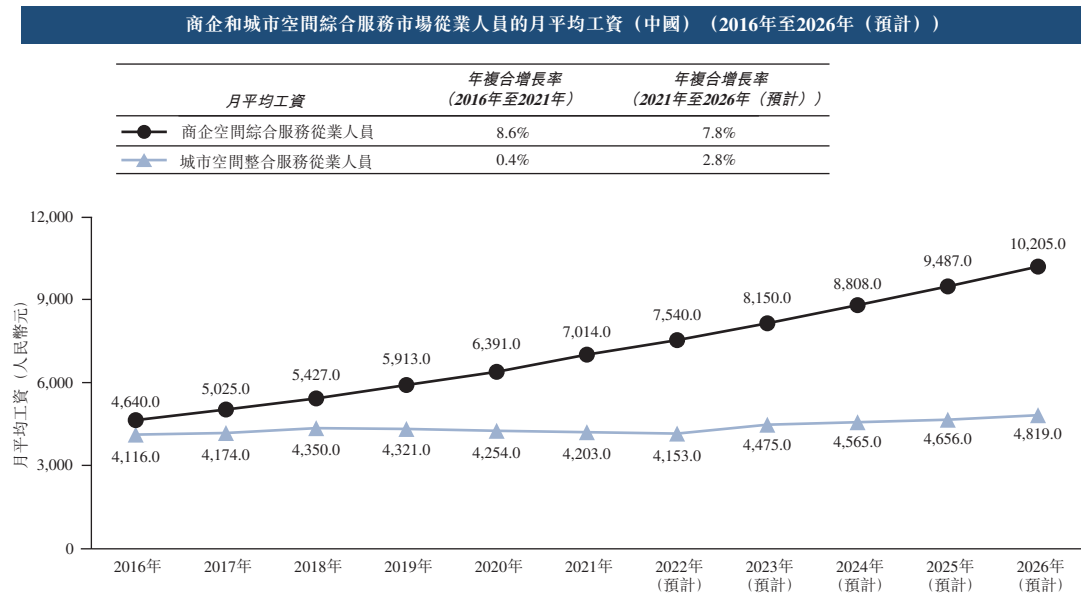
城市空間整合服務提供商通過與國有企業建立合營企業或聯營公司，擴大了規模和增強了市場競爭力。由於地方政府長期從事城市空間整合服務行業，服務提供商可以通過與地方政府合作獲得行業經驗和資源。此外，通過與國有企業建立合營企業或聯營公司，服務提供商可以迅速擴大承接項目的規模，積累行業經驗。

行業概覽

挑戰

人工成本增加

商企空間綜合服務提供商面臨逐年上升的人工成本，商企空間綜合服務市場從業人員的月工資預計於2021年至2026年期間將達到7.8%的年複合增長率。然而，隨著越來越多的服務提供商採用數字化及其他技術工具，其對體力勞動的依賴減少，預計人工成本增加對商企空間綜合服務提供商的影響有限。城市空間整合服務提供商亦面臨逐年上升的人工成本，城市空間整合服務市場的從業人員月工資預計於2021年至2026年期間將達到2.8%的年複合增長率。然而，隨著服務提供商開始在市場上採用數字化和其他技術工具，城市空間整合服務市場所需的勞動力投資將減少，並降低人工成本增加對市場參與者的影響。下圖載列2016年至2026年中國商企和城市空間綜合服務市場從業人員的月平均工資：



資料來源：弗若斯特沙利文分析

行業概覽

中國智慧城市雲服務市場

定義及市場規模

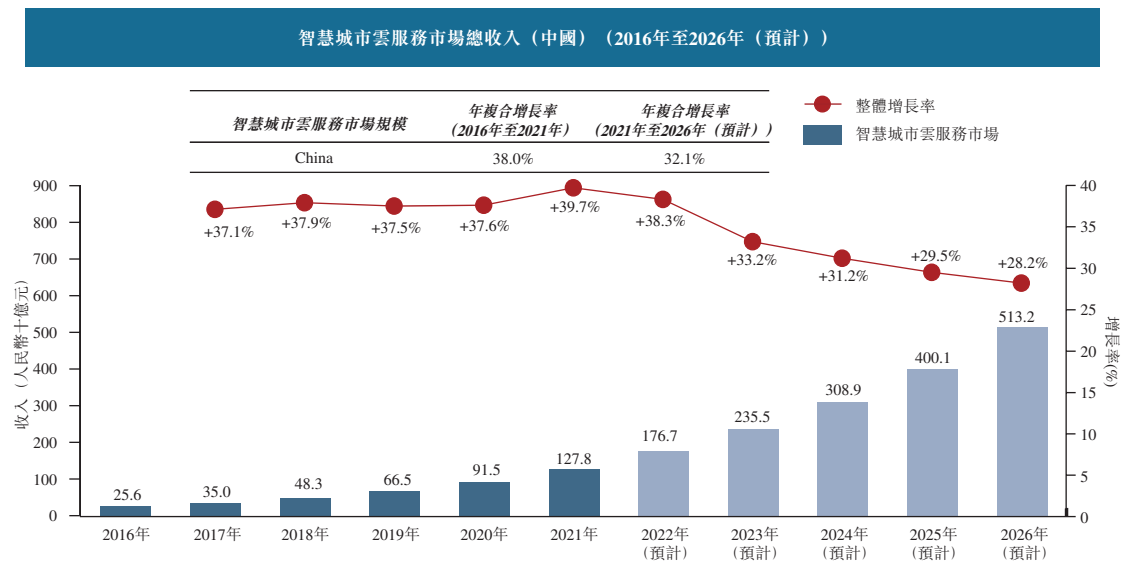
定義

中國智慧城市雲服務包含各種服務，如智慧物業諮詢服務、綜合智慧空間解決方案、遠程企業運營服務及為城市管理者和企業提供的遠程空間運營服務等。

智慧物業諮詢服務包括(i)智能建築運行系統及施工圖紙的設計；(ii)編製設計成本計劃；及(iii)在設計上與其他項目協調。綜合智慧空間解決方案是指提供自主研發的智能設備及軟件系統。遠程企業運營服務旨在通過使用雲平台或其他技術幫助企業提高業務流程表現。遠程空間運營服務主要包括向從事城市空間整合服務的公司提供智慧城市空間工作流程管理服務及運營數據分析服務。

市場規模

中國智慧城市雲服務市場的總收入由2016年的人民幣256億元增至2021年的人民幣1,278億元，年複合增長率為38.0%。預計到2026年將增至人民幣5,132億元，2021年至2026年期間的年複合增長率為32.1%。



資料來源：弗若斯特沙利文分析

行業概覽

我們的競爭地位

中國智慧城市雲服務市場廣闊且高度分散。參與者類型主要包括(i)芯片製造商、傳感器製造商及終端和模塊製造商，其主要提供系統級芯片、傳感器芯片、傳感器及通信模塊以及其他相關組件；(ii)電信運營商，其主要提供通信網絡；(iii)不同平台服務提供商，其提供儲存及分析數據及信息的雲平台及運營系統等產品及服務；(iv)智能硬件及應用服務供應商，其主要通過分析及處理數據在不同應用場景為客戶提供特定的服務，例如智能安保、遙距抄表及路燈控制服務等。

中國智慧城市雲服務市場前五大參與者均為傳統互聯網或電信巨頭，主要專注於提供信息通訊技術服務、通信設備及設施、通信網絡及雲服務。於2021年，中國智慧城市雲服務市場前五大參與者的平均市場份額按收入計為3.4%左右。

與上述前五大參與者業務重心不同的是，我們的AIoT及BPaaS解決方案服務將線上雲服務與線下智能硬件及線下服務相結合，以調動資源及精簡工作流程。我們認為該等服務在提升我們的業務效率及加強企業客戶的非核心業務流程方面具有戰略優勢，尤其專注於雲邊協同能力、線下及本地化運營支持。根據我們的業務戰略，我們預計將在智慧城市雲服務市場繼續增長。於2021年，就收入而言，本集團在智慧城市雲服務提供商中的排名為前10至前20名之間，市場份額為1.45%。

未來的機遇與挑戰

未來機遇

提高效率

中國的智慧城市雲服務市場擁有相當可觀的增長率及激烈的市場競爭。因此，智慧城市雲服務提供商面臨精簡業務流程及提高效率的壓力，以獲得競爭優勢。由此促進了參與者降低成本並推動了中國智慧城市雲服務市場發展。

行業概覽

技術創新

持續應用新技術將促使智慧城市雲服務提供商大幅降低創新成本，並將促進其有效地開發及升級產品。通過應用人工智能物聯網、雲計算、數據分析及虛擬現實等創新技術，智慧城市雲服務提供商未來亦有望重塑及優化更多業務場景。

市場參與者的合作

雖然中國智慧城市雲服務市場參與者類型多樣，但預計將呈現合作趨勢。互聯網公司及其他軟件服務提供商通過充分利用其技術先發優勢，正在延伸其業務領域以提供智慧城市雲服務解決方案。同時，社區空間居住消費服務提供商憑藉其豐富的項目管理歷史及行業經驗為業務板塊賦能。未來預計各類參與者間將開展更多合作，以充分利用其各自優勢，進而推動中國智慧城市雲服務市場的發展。

挑戰

提高保密性標準

下遊客戶（尤其是政府和大規模企業）現在對數據安全要求更高，從而促使智慧城市雲服務更加注重保密性。未來中國智慧城市雲服務提供商需要開發更全面的技術安全系統，以確保對客戶的資料加以保密並避免數據洩露。技術團隊的投資及安全基礎設施的建設對於中國智慧城市雲服務市場的服務提供商而言可能會成為一項挑戰。