

目 录

第一部分 研究背景与目的.....	1
第二部分 百强企业研究方法体系.....	2
第三部分 2019 中国物业服务百强企业名单	4
第四部分 2019 中国物业服务百强企业发展特点分析.....	7
一、管理规模：管理面积均值达 3718 万平方米，市场份额提升至 38.85%	7
1. 扩张加速：管理面积均值同比增长 17.52%，各层级企业分化明显	7
2. 扩张有道：兄弟开发企业支持为基础，市场化拓展成趋势.....	9
3. 精耕深拓：业务继续聚焦主流城市群，单城市管理面积均值 128.21 万平方米.....	13
二、经营绩效：营收均值实现 8.86 亿元，增值服务拓宽盈利空间.....	15
1. 营业收入增长 19.41%，多种经营收入增幅显著	15
2. 技术创新与适度加大外包并举，营业成本率下降 1.25 个百分点.....	20
3. 净利润均值超 7200 万元，多种经营净利润占比超四成，TOP10 盈利规模增速最快	23
三、服务质量：重点企业满意度 80.40 分，收缴率、续约率维持高位	24
1. 绿化养护、客户服务与入户维修满意度高，人员素质、安全管理受关注	24
2. 升级建筑物维护和业主服务，助力资产保值增值.....	25
3. 优质服务获认可，收缴率与续约率连续四年保持在 90%以上	26
四、发展潜力：万亿级市场容量，资本、技术、人才协同推动企业成长.....	28
1. 市场空间巨大，百强企业储备面积均值破千万平方米，马太效应显著.....	28
2. 龙头企业加速进入资本市场，金融资本助推企业规模化扩张.....	30
3. 20 余家企业智能化建设费用超千万，但整体投入不足致效应难显	32
4. 员工结构持续优化，人均产值、人均利润均提升.....	33
五、社会责任：提供就业岗位逾百万，依法纳税总额超百亿.....	34
1. 解决就业促进社会和谐稳定，积极承接保障房服务践行社会责任.....	34
2. 纳税额均值 4937.27 万元，投身公益事业，为业主和基层奋斗者营造美好生活	35
第五部分 2019 中国物业服务百强企业专项研究分析.....	37
第六部分 结 语	51
专题：做有价值的物业服务企业.....	52

第一部分 研究背景与目的

由中国指数研究院与中国房地产 TOP10 研究组开展的“中国物业服务百强企业研究”，自 2008 年以来已连续进行十二年，这十二年中，研究组紧扣行业发展脉搏，深入研究物业服务企业经营规律，为促进行业良性运行、企业快速成长发挥了重要作用，相关研究成果已成为评判物业服务企业综合实力及行业地位的重要标准，对促进市场资源向物业服务百强企业聚集、推动开发企业与物业服务百强企业强强联合起到了重要作用。

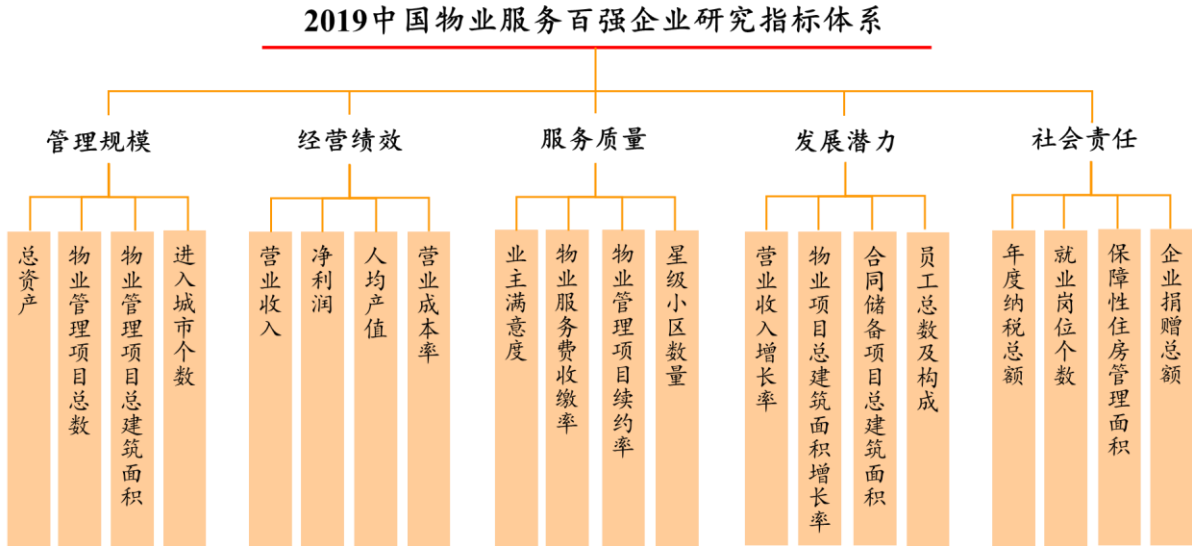
2019 年全国两会政府工作报告指出，要“坚持创新引领发展”，提升技术创新能力，进一步融合先进制造业和现代服务业；深化大数据、人工智能等研发应用，拓宽“互联网+”应用范畴。当新一代信息技术逐步成熟，并与物业管理行业深度融合时，将带来行业生产力的巨大提升，同时在政策、技术、消费和资本的共同推动下，行业加速向现代服务业转型，领先企业通过内生增长、外部并购、合作共赢等方式做大做强，行业集中度不断提升，服务边界不断拓宽，行业价值不断被重新定义。中国指数研究院以“创新赋能，重塑价值”为主题，全面启动“2019 中国物业服务百强企业研究”，发掘一批规模大、实力强、服务品质高的物业服务企业，发挥示范带头作用，引领行业快速、健康发展。在总结十二年研究经验的基础上，中国指数研究院进一步完善了“2019 中国物业服务百强企业研究”方法体系，更加全面、客观地评价企业的综合实力。

2019 中国物业服务百强企业研究的目的：

- (1) 科学评价企业的真实实力，发掘一批综合实力强、服务水平优、业主满意度高的优秀物业服务企业；
- (2) 系统总结优秀企业的服务理念和经营模式，供广大物业服务企业学习借鉴，促进物业服务企业提升运作水平和服务质量；
- (3) 以客观的数据和研究结果，反映行业最新状况和主流企业的发展态势，为有关部门制定研究政策和加强管理提供参考，为金融机构选择投资标的提供决策依据。

第二部分 百强企业研究方法体系

（一）评价指标体系



（二）评价指标体系设计原则

指标体系的设计遵循以下三个准则：

1、管理规模与服务质量相结合。管理规模的持续扩大是物业服务企业提升市场占有率、获得稳定业绩的主要方式，而良好的服务质量是企业绩效提升的有力支撑，只有实现管理规模与服务质量的结合，才能实现企业的持续健康发展。中国指数研究院继续采用总资产、物业管理项目总数、总建筑面积、进入城市个数来评价企业的管理规模，在服务质量的评定方面，引入“星级小区数量”指标，与业主满意度、物业服务费收缴率及物业管理项目续约率结合，来综合评价企业的服务质量。

2、经营绩效与发展潜力相结合。经营绩效不仅是关注企业盈利能力和运营能力的重要指标，也是企业市场拓展和发展速度的重要保障，是否具有丰富的储备项目、较为完善的人才结构显示了企业未来的发展潜力，营业成本率的控制则体现了企业的成本控制水平，对经营绩效有较大影响。

3、经营业绩与社会责任相结合。作为与业主日常生活密切相关的行业，物业服务企业在构建和谐社会方面发挥了重要的作用。企业对社会的积极贡献有利于提高群众对于物业服务企业的认知度，树立企业品牌形象，促进企业快速发展。中国指数研究院采用年度纳税总额、就业岗位个数、保障性住房管理面积和企业捐赠总额四个指标评价企业的社会责任贡献，引导行业重视社会责任。

（三）计量评价方法

采用因子分析（Factor Analysis）的方法。因子分析是一种从变量方差——协方差结构入手，

在尽可能多地保留原始信息的基础上，用少数新变量解释原始变量方差的多元统计分析方法。它将原始变量分解为公共因子和特殊因子之和，并通过因子旋转，得到符合现实意义的公共因子，然后用这些公共因子去解释原始变量的方差。计算中国物业服务百强综合实力时，主要是计算各构成要素的相关矩阵，通过相关矩阵得到特征值、累计特征值及因子载荷。根据最初几个特征值在全部特征值的累计百分率大于或等于某百分比的原则，确定公共因子的具体个数。然后再根据因子载荷矩阵确定各个因子的现实意义并进行重新命名，最后根据不同企业各个因子得分及载荷矩阵，通过加权累加构成 2019 中国物业服务百强综合实力指数。

（四）门槛值

- 1、依法设立、具有独立法人资格；
- 2、按照国际惯例和国内目前行业整体发展现状，中国指数研究院确定现阶段入选门槛值为：近三年平均在管项目数量不低于 10 个或平均在管项目总建筑面积不低于 50 万平方米；
- 3、为了引导物业服务企业做大做强，中国指数研究院鼓励企业以集团的名义参与。

（五）复核审查

- 1、企业财务数据通过会计师事务所出具的报表进行复核；
- 2、对收集的数据坚持交叉复核：通过公开信息及统计局经济普查数据对企业填报数据交叉复核；对有疑问的数据中国指数研究院将进入社区进行业主一对一访谈现场复核；
- 3、根据企业历史数据交叉复核。

企业填报数据经过复核存在疑义或未提供数据的企业未纳入本次研究范畴。

（六）实施原则

- 1、自愿、诚信原则。此次活动由企业自愿参加，参加企业必须填报真实数据，并签署承诺书，对承诺内容负责。一经发现弄虚作假，取消评选资格。
- 2、客观、公平、公正原则。中国指数研究院本着公平、公正的原则对企业申报的数据进行审查，对企业发展情况做出客观分析和全面评价。
- 3、保密原则。活动过程中涉及的所有上报数据、审查结果均不得外传，如有泄漏，由责任人承担相应法律后果。

第三部分 2019 中国物业服务百强企业名单

排名	企业名称	排名	企业名称
1	万科物业发展股份有限公司	20	廊坊荣盛物业服务有限公司
2	绿城物业服务集团有限公司	20	山东宾至嘉宁物业管理有限公司
3	碧桂园服务控股有限公司	20	浙江开元物业管理股份有限公司
4	保利物业发展股份有限公司	21	重庆天骄爱生活服务股份有限公司
5	长城物业集团股份有限公司	21	上海文化银湾物业管理有限公司
6	恒大金碧物业（金碧物业有限公司）	22	阳光城物业服务（福建）有限公司
7	雅居乐雅生活服务股份有限公司	22	中化金茂物业管理（北京）有限公司
8	深圳市金地物业管理有限公司	22	正荣物业服务服务有限公司
9	龙湖物业服务集团有限公司	23	广州方圆现代生活服务股份有限公司
10	金科物业服务集团有限公司	24	融信世欧物业服务集团有限公司
11	华润物业科技服务有限公司	24	成都蜀信物业服务服务有限公司
11	中海物业集团有限公司	25	云南俊发物业服务服务有限公司
11	四川蓝光嘉宝服务集团股份有限公司	25	路劲物业服务集团有限公司
12	北京首开鸿城实业有限公司	25	广州敏捷新生活物业管理有限公司
12	幸福基业物业服务服务有限公司	26	江苏中南物业服务服务有限公司
12	佳兆业物业管理（深圳）有限公司	27	重庆海泰管理服务有限公司
13	新城悦控股有限公司	27	中天城投集团物业管理有限公司
13	河南建业新生活服务有限公司	27	盛全物业服务股份有限公司
13	广州市时代物业管理有限公司	28	杭州滨江物业管理有限公司
14	万象美物业管理有限公司	28	广东龙光集团物业管理有限公司
14	山东省诚信行物业管理有限公司	28	珠海华发物业管理服务有限公司
14	上海永升物业管理有限公司	29	海伦堡物业服务（集团）有限公司
15	鲁能物业服务服务有限公司	29	厦门合嘉源生活服务集团有限责任公司
15	广东康景物业服务服务有限公司	29	上海中梁物业发展有限公司
15	广州奥园物业服务服务有限公司	30	重庆华宇第一太平戴维斯物业服务集团有限公司
16	深圳市卓越物业管理股份有限公司	30	东原物业集团
16	深圳市保利物业管理集团有限公司	30	北京中水物业管理有限公司
17	港联不动产服务（中国）股份有限公司	31	重庆新鸥鹏物业管理（集团）有限公司
17	世茂天成物业服务集团有限公司	31	汇得行（中国）集团有限公司
17	北京金融街物业管理有限责任公司	31	广州和融物业管理有限公司
18	广州市宁骏物业管理有限公司	32	楷林物业管理有限公司
18	南都物业服务股份有限公司	32	中铁建物业管理有限公司
18	重庆正大正物业集团股份有限公司	33	北京首欣物业管理有限责任公司
19	上海高地物业管理有限公司	33	深圳市国贸物业管理有限公司
19	财信智慧生活服务集团有限公司	33	河北隆泰物业服务有限责任公司
19	江苏银河物业管理有限公司	34	南京银城物业服务服务有限公司

排名	企业名称
34	贵州花果园城市服务集团
34	重庆爱普物业管理有限公司
35	上海复瑞物业管理有限公司
35	第一物业（北京）股份有限公司
35	弘生活物业服务管理有限公司
36	浙江绿升物业服务服务有限公司
36	福州泰禾物业管理有限公司
36	禹洲物业服务服务有限公司
37	重庆加州物业服务服务有限公司
37	南京朗诗物业管理有限公司
37	福晟生活服务集团
38	乐生活智慧社区服务集团股份有限公司
39	南京新鸿运物业管理股份有限公司
40	青岛海尔地产服务有限公司
40	世邦泰和（上海）物业管理有限公司
41	浙江祥生物业服务有限公司
41	厦门建发物业管理服务有限公司
42	大悦城控股·中粮地产集团（深圳）物业管理有限公司
42	北京科住物业管理有限公司
43	厦门联发（集团）物业服务服务有限公司
43	深圳市城建物业管理有限公司
44	北京和泓物业服务服务有限公司
45	北京中铁第一太平物业服务服务有限公司
46	北京金辉锦江物业服务服务有限公司
47	阳光恒昌物业服务股份有限公司
48	北京鸿坤瑞邦物业管理有限公司
49	深圳历思联行物业管理有限公司
49	山东绿地泉物业服务服务有限公司
49	河北帝华物业服务服务有限公司
50	海纳物业服务集团有限公司
50	重庆两江新区物业管理有限公司
50	宁波奥克斯物业服务服务有限公司
51	河南新康桥物业服务服务有限公司
52	浙江金都物业管理有限公司
53	永旺永乐（江苏）物业服务服务有限公司
54	南京百市物业管理有限公司
54	重庆市长安物业管理有限公司

排名	企业名称
55	上海丰诚物业管理有限公司
56	上海景瑞物业管理有限公司
56	河南绿都物业服务服务有限公司
57	浙江颐景园物业服务服务有限公司
57	深圳星河智善生活股份有限公司
57	深圳市之平物业发展有限公司
58	苏州新港物业服务服务有限公司
58	阳光壹佰物业发展有限公司
58	上海中企物业管理有限公司
59	上海盈禧物业服务集团有限公司
59	北京万通鼎安国际物业服务服务有限公司
59	重庆融汇物业管理有限公司
60	北京北大资源物业经营管理集团有限公司
60	云南巨和物业服务服务有限公司
60	优居美家物业服务有限责任公司
61	重庆海源物业管理有限公司
61	武汉惠之美物业服务服务有限公司
61	无锡顺茂物业管理有限公司
62	仁恒物业服务管理（中国）有限公司
62	泛海物业管理有限公司
62	中信泰富（上海）物业管理有限公司
63	北京电子城物业管理有限公司
63	浙江众安物业服务服务有限公司
63	北京金泰物业管理有限公司
64	中冶置业集团物业服务服务有限公司
64	云南鸿园电力物业服务服务有限公司
64	深圳德诚物业服务服务有限公司
65	杭州宋都物业经营管理有限公司
65	北京兴业源物业管理股份有限公司
65	长沙市长房物业管理有限公司
66	武汉小竹物业管理有限公司
66	浙江大管家物业管理服务有限公司
66	四川汇丰物业服务服务有限公司
67	西安天朗物业管理有限公司
67	河南兴业物联网管理科技有限公司
67	深圳市莱蒙物业服务服务有限公司
68	武汉百步亭花园物业管理有限公司

2019 中国物业服务百强企业研究报告

排名	企业名称	排名	企业名称
68	大华集团上海物业管理有限公司	83	沈阳万维物业服务集团有限公司
68	海南珠江格瑞物业管理有限公司	84	石榴物业服务集团
69	苏州市会议中心物业管理股份有限公司	85	武汉顺诚物业管理有限公司
69	湖北中楚物业股份有限公司	85	贵阳兴隆物业管理有限公司
69	长春赢时物业服务股份有限公司	85	重庆宏帆物业管理有限公司
70	浙江港湾物业服务有限公司	86	上海保集物业管理有限公司
70	福建省中庚物业管理有限公司	86	海宁市鸿翔物业管理有限公司
70	北京鹏盛物业管理有限公司	86	广东方直物业管理服务有限公司
71	北京晟邦物业管理有限公司	87	杭州新天地高力国际物业管理有限公司
71	广西华保盛物业服务集团有限公司	87	深圳市嘉诚物业管理有限公司
71	金服物业服务集团有限公司	87	万怡物业服务有限公司
72	贵州绿地物业管理有限责任公司	88	浙江中大普惠物业有限公司
72	新力物业集团有限公司	88	武汉福赛德物业管理有限公司
73	广西彰泰物业服务股份有限公司	88	河南亚新物业服务有限公司
74	四川邦泰物业服务有限公司	89	上海家趣物业服务发展有限公司
74	重庆锦宏物业管理有限公司	89	重庆康田物业服务有限公司
74	重庆助友创美物业管理有限公司	89	四川汇德物业服务有限公司
75	湖南中建物业服务有限公司	90	北京天岳恒房经营管理有限公司
75	上海证大物业管理有限公司	90	广西金瑞物业服务有限公司
76	浙江捷达物业服务有限公司	90	浙江新成物业管理有限公司
77	云南实力物业服务股份有限公司	91	浙江金昌物业服务有限公司
77	苏州市天翔物业管理有限公司	91	四川圣诚物业服务有限公司
77	武汉地产集团东方物业管理有限公司	92	深圳市缔之美物业管理有限公司
78	深圳市鸿荣源物业管理有限公司	92	成都德商产投物业服务股份有限公司
78	苏州优尼科物业管理有限公司	92	深圳市恒基物业管理有限公司
78	北京首万物业服务有限公司	93	武汉观澜物业服务服务有限公司
79	苏州金狮大厦发展管理有限公司	93	重庆凯美物业管理有限公司
79	武汉嘉信物业管理有限公司	93	北京天诺物业管理有限责任公司
79	葛洲坝物业管理有限公司	94	山东源泰物业管理有限公司
80	重庆稭理物业管理有限责任公司	95	大连豪之英物业管理有限公司
80	四川港联华茂物业服务有限责任公司	95	重庆翰悦物业管理有限公司
81	杭州大家物业经营管理有限公司	96	眉山市阳光物业管理有限公司
81	深业集团（深圳）物业管理有限公司	97	绿益物业服务集团有限公司
82	中节能（杭州）物业管理有限公司	98	上海科箭物业服务服务有限公司
82	银丰物业管理有限公司	99	厦门唐人物业管理有限公司
83	陕西德杰物业管理有限公司	100	重庆贝蒙物业服务服务有限公司
83	南昌恒兴物业管理有限公司	100	南京亿文物业管理有限公司



第四部分 2019 中国物业服务百强企业发展特点分析

一、管理规模：管理面积均值达 3718 万平米，市场份额提升至 38.85%

1. 扩张加速：管理面积均值同比增长 17.52%，各层级企业分化明显

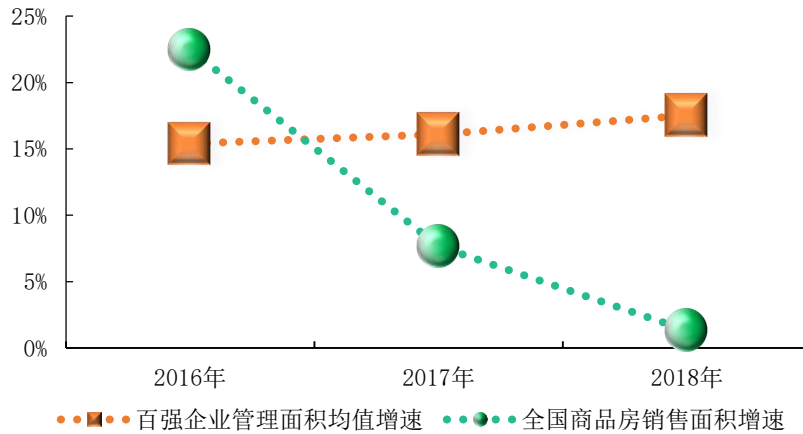


图 1：2016-2018 年百强企业管理面积均值增速与全国商品房销售面积增速情况

近年来，在房地产调控政策从紧的背景下，商品房销售面积依然逐年稳增。伴随城镇化不断推进、居民消费升级以及存量物业面积的持续增长，物业管理行业驶入高速发展的快车道。百强企业借势前行，高效聚集技术、资本等优质资源，管理规模和增速屡创新高，2018 年百强企业管理面积均值达 3718.13 万平方米，同比增速 17.52%，远高于同期全国商品房竣工面积增速（-7.82%）和销售面积增速（1.33%）。

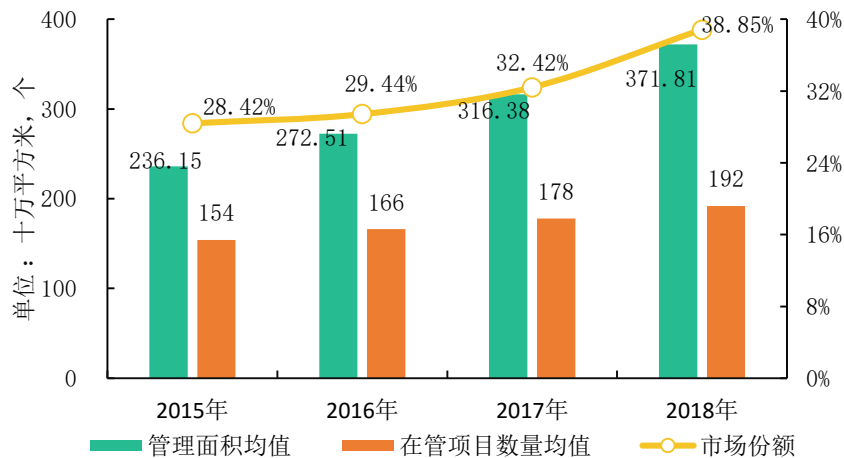


图 2：2015-2018 年百强企业管理规模与市场份额变化情况

2018 年，百强企业在管项目数量均值为 192 个，较上一年新增 14 个。百强企业市场份额进一步提高至 38.85%，较 2017 年增长 6.43 个百分点，行业集中度快速提升。

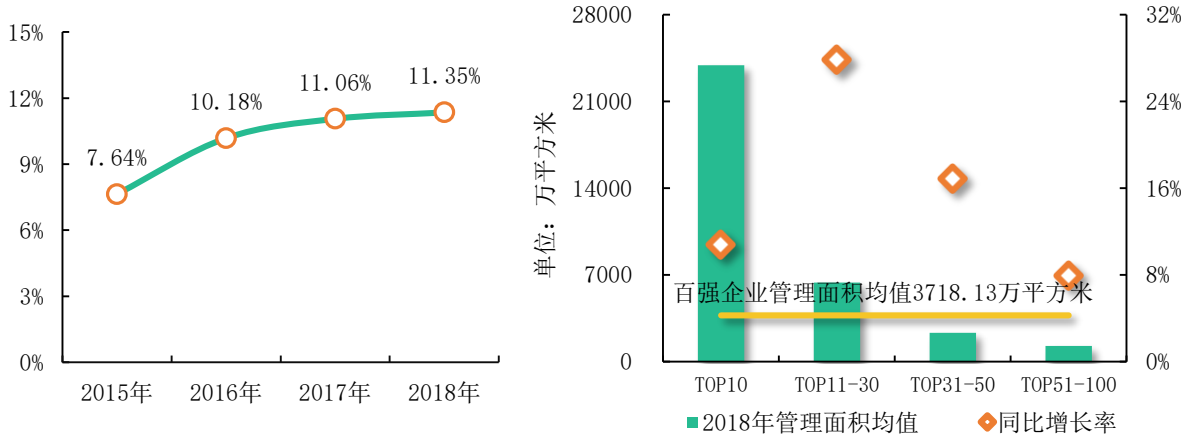


图 3: 2015-2018 年 TOP10 企业市场份额变化 图 4: 2018 年百强企业不同层级管理面积及增长情况

百强不同层级企业分化加剧。头部企业纷纷亮出“群雄争霸”的实力和态度，积极抢占阵地，扩大管理版图。2018 年，TOP10 企业管理面积均值达 2.39 亿平方米，是百强企业均值的 6.43 倍，市场份额达 11.35%，与 2017 年相比提高 0.29 个百分点，强者愈强态势延续。TOP11-30 企业积极创新求变，成长较快，管理面积均值 6363.54 万平方米，是百强企业均值的 1.71 倍，同比增长 27.86%；TOP31-50 企业和 TOP51-100 企业管理面积均值分别为 2324.44 万平方米和 1260.51 万平方米，增长相对平稳。

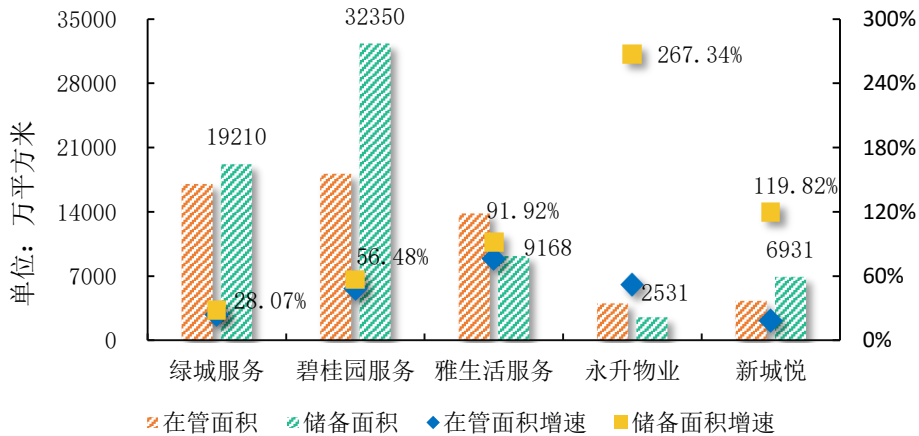


图 5: 2018 年部分百强企业管理面积、储备面积及增长情况

百强企业在积极扩张管理版图的同时，更着眼于未来长远发展，加速扩充项目储备，为后续规模发展积蓄能量。2018 年，绿城服务、碧桂园服务的储备面积分别为 1.92 亿平方米、3.24 亿平方

米，分别是在管面积的 1.13 倍、1.78 倍；雅生活服务、永升物业、新城悦的储备面积增速均在 90% 以上，永升物业的储备面积增速高达 267.34%。

2. 扩张有道：兄弟开发企业支持为基础，市场化拓展成趋势

2018 年，百强企业顺利实现规模突围，管理面积和储备面积的扩张卓有成效。首先，百强企业充分借力兄弟开发企业稳健扩张带来的项目资源优势，承接大量优质项目，快速拓展规模；其次，持续夯实内功，强化市场拓展能力，大力扩充第三方外拓面积；最后，及时捕捉政策和市场机会，理性开展高质量并购，实现高效扩张。

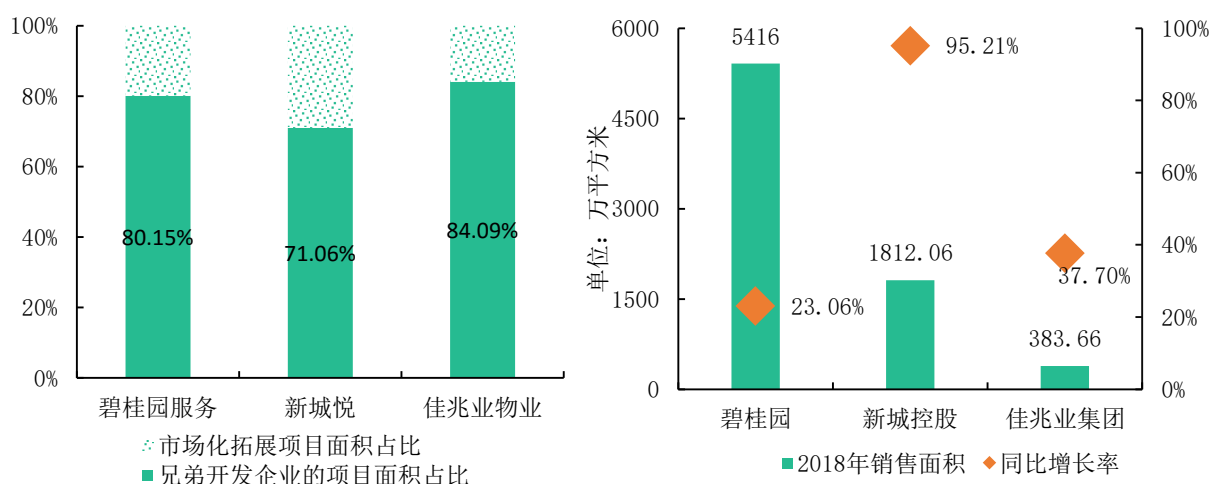


图 6：2018 年部分百强企业管理面积构成 图 7：2018 年部分百强企业兄弟开发公司销售面积情况

第一，承接兄弟开发企业项目仍然是百强企业提升现有规模和充实储备的重要方式。2018 年，百强企业中有开发背景的企业数量占比 76%，这些企业管理面积中约五成来自兄弟开发企业，较去年下降一成，但依然是扩规模的基础手段。碧桂园服务、新城悦和佳兆业物业受益于兄弟开发企业的规模扩张和项目优势，管理面积获得持续性增长，超过 70% 的管理面积源于兄弟开发企业支持。2018 年，碧桂园服务、新城悦等优秀企业的兄弟开发公司销售规模实现新一轮增长，增幅均在 20% 以上，为物业服务企业储备面积迅速扩容奠定基础。2018 年，新城悦项目储备中承接新城控股的面积为 5721.6 万平方米，占总储备面积的比重为 82.55%，兄弟开发公司的有力支撑为企业规模续航提供充足动力。

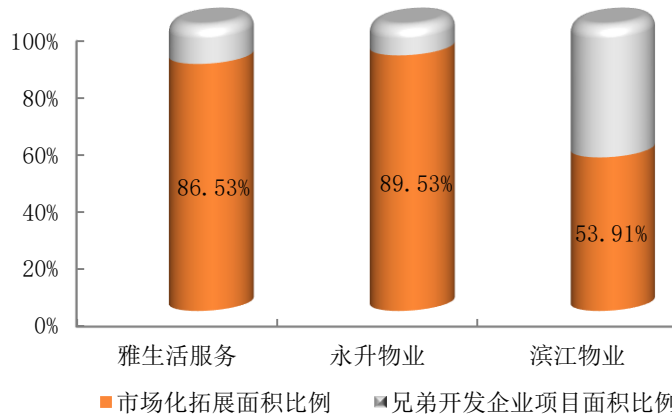


图 8：2018 年部分百强企业新增管理面积的构成情况

第二，市场化拓展成为行业发展趋势，也是百强企业内生式扩规模的重要武器。2018 年，企业面临业主消费意识觉醒、资本助力等诸多新机遇，百强企业愈加认识到物业服务的重要性，重视专业能力的修炼和提升，依托高品质服务，建立市场拓展机制，加速扩充第三方物业项目，外拓面积占比显著提升。2018 年，雅生活服务、永升物业新增管理面积分别为 5978.46 万平方米、1376.00 万平方米，其中市场化项目面积占比分别达 86.53%、89.53%。长城物业、南都物业等完全市场化的百强企业以高品质服务作为行动准则，增强市场竞争力，有效提升项目竞标成功率。

项目储备方面，百强企业凭借专业化管理能力和优质服务，获取项目能力持续提升，带动储备规模快速增长。2018 年，绿城服务的储备面积达 1.92 亿平方米，连续五年储备面积超过在管面积，其中大部分来自于市场化外拓，为企业规模的稳定增长提供了高确定性；雅生活服务来自第三方物业开发商的储备面积为 5059.4 万平方米，占全部储备面积的 55.19%，市场化拓展效果卓著，成为企业发展的重要推力。

表 1：2018 年以来部分百强企业收并购案例

企业简称	被收购企业名称	收购业务领域	交易总价值	管理面积 (万平方米)	收购股权比例
雅生活服务	南京紫竹物业管理股份有限公司	物业管理	20481.23 万元	2426	51%
	兰州城关物业服务集团有限公司	物业管理	14790 万元	2490	51%
	青岛华仁物业股份有限公司	物业管理	13358.06 万元	570	89.66%
	哈尔滨景阳物业管理有限公司	物业管理	11388.15 万元	978	60%
	广州粤华物业有限公司	物业管理	19534.46 万元	3000	51%
蓝光嘉宝	成都市东景物业管理有限公司	物业管理	5200 万元	700	65%
	泸州天立物业有限公司	物业管理	3500 万元	400	70%
碧桂园服务	成都清华逸家物业管理有限公司	物业管理	68258.88 万元	--	100%
	成都佳祥物业管理有限公司	物业管理		--	100%
	北京盛世物业服务服务有限公司	物业管理		--	70%
	上海睿靖实业有限公司	建筑装饰装修 物业管理		--	100%
	南昌市洁佳物业有限公司	物业管理		--	100%
佳兆业物业	嘉兴大树物业管理有限公司	物业管理	3658 万元	790	60%
绿城服务	Montessori Academy	婴幼儿教育	6720.42 万澳元	--	56%
南都物业	江苏金枫物业服务有限责任公司	物业管理	10080 万元	--	70%

第三，收并购是百强企业最直接、有效的扩张方式。

一方面，基于主业的并购更加理性、高效，质重于量。百强企业通过收购优质物业服务企业快速提升规模，同时吸纳标的企业在专业、品牌及资源等方面的优势，实现自身高质量发展；2018 年以来，雅生活服务陆续收购南京紫竹物业、兰州城关物业等多家企业，总收购面积近 1 亿平方米。此外，部分企业及时抓住国家政策带来的机遇，探寻并购新方向。2018 年，碧桂园服务与洲际海峡能源投资（北京）成立合资公司，认购合资公司 80% 的股权，全面承接中石油“三供一业”改革的物

业管理及增值服务，拟接管的物业项目管理面积约 9000 万平方米，拟接管的供热项目管理面积约 4170 万平方米，进一步充实公司的项目储备。

另一方面，开展基于平台的并购。百强企业围绕平台发展需要，并购相关业务领域的优秀企业，如建筑装饰装修、教育等领域的企业，为丰富业务板块奠定战略基础。2019 年，绿城服务收购澳洲早教公司 Montessori Academy，扩充整合集团教育业务，与集团“奇妙园”业务形成差异化、互补性的并行发展模式。

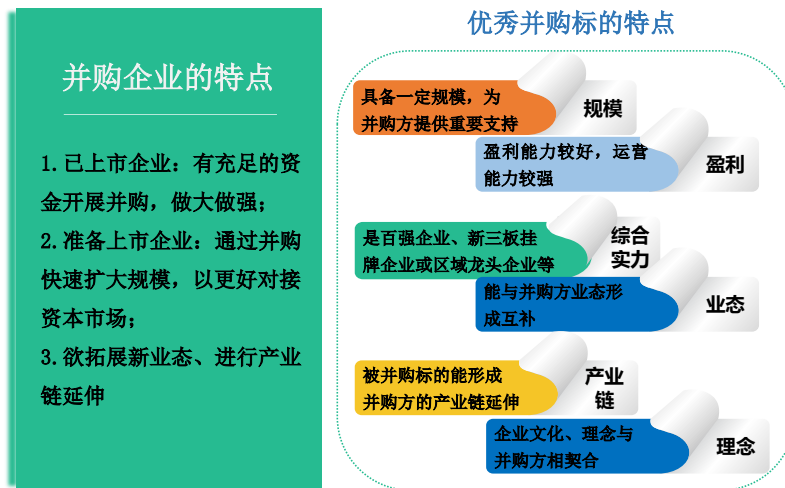


图 9：并购企业与被并购企业的特点

总结行业内的成功并购案例，可以发现：首先，已上市企业具备充足的资金实力和较强的运营管理能力，能够开展大规模并购，做大做强，获得更高估值；其次，准备上市的企业，希望通过并购快速、高效扩大规模，以更好地对接资本市场；最后，部分企业想要弥补区域业务空白、拓展新业态或涉入产业链上下游的其他业务，通过并购相关业态或领域里的优秀企业，可以快速进入当地市场、丰富业态、完善业务结构。

从被并购企业来看，具备以下特点的企业更容易被并购：1) 标的企业具备一定管理规模，能有效扩充并购方的管理面积及项目储备；2) 标的企业良好的盈利状况和较强的运营管理能力也是并购方看重的；3) 被并购企业多数为百强企业、新三板挂牌企业或区域性龙头企业等，且市场会给予百强企业标的较高的估值溢价；4) 标的企业的业态能与并购方形成良性互补，或业务涉及并购方产业链上下游，完善并购方业务体系；5) 标的企业的企业文化及管理理念与并购方一致，便于整合后的运营管理。

3. 精耕深拓：业务继续聚焦主流城市群，单城市管理面积均值 128.21 万平方米

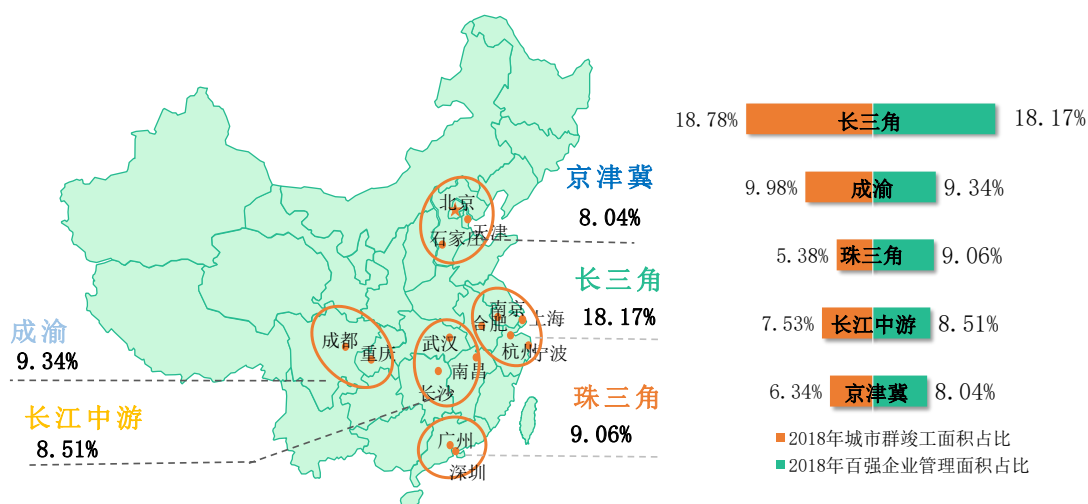


图 10：2018 年百强企业各大城市群管理面积占总管理面积比例情况

百强企业充分利用城市群的经济优势和发展人口优势，挖掘核心区域蕴含的巨大物业服务需求，进行差异化布局。2018 年，百强企业 53.12% 的管理面积位于五大城市群，其中，长三角、成渝、珠三角、长江中游和京津冀城市群的分布比例分别为 18.17%、9.34%、9.06%、8.51% 和 8.04%。

表 2：2018 年商品房销售面积前二十城市

城市	销售面积 (万平方米)	城市	销售面积 (万平方米)
重庆	6536	上海	1767
郑州	3712	南宁	1745
成都	3682	福州	1711
武汉	3647	杭州	1676
西安	2713	宁波	1624
长沙	2387	广州	1550
苏州	1994	合肥	1390
昆明	1910	无锡	1378
南昌	1846	沈阳	1355
青岛	1808	长春	1288

表 3：物业百强企业管理面积前二十城市

城市	管理面积 (万平方米)	城市	管理面积 (万平方米)
重庆	34912	西安	14116
北京	20567	苏州	13685
上海	18465	长沙	12729
济南	18245	郑州	11895
武汉	17569	深圳	10971
成都	17343	福州	9188
广州	16690	沈阳	8353
杭州	15380	南昌	7615
贵阳	14355	青岛	7486
南京	14256	合肥	7300

注：加粗城市为左右表重合城市

在主抓核心城市群的同时，百强企业瞄准全国重点城市进行布局，加大对重点城市的深耕力度。2018年，百强企业管理面积前二十城市中，重庆管理面积最高，约3.49亿平方米；北京、上海、济南、武汉、成都、广州均在1.6亿平方米以上。2018年商品房销售面积排名前二十城市与百强企业项目布局前二十的城市吻合度较高，相同的城市共15个，表明百强企业凭借敏锐的眼光和完善的战略布局，精准把握供给旺盛的重点城市，深挖需求，提升竞争力。此外，昆明、南宁、宁波、无锡、长春等城市的房地产市场体量较大，销售面积突出，发展空间可期，也应成为百强企业未来发力的重点区域。

2018年，百强企业在快速扩张的同时，继续推进对已进入城市的渗透深耕，以提升规模化的总体管控效率。2018年，百强企业单位城市项目数量均值为6.64个，同比增加4.51%，单个城市管理面积均值128.21万平方米，较2017年增长13.47%，单个项目管理面积均值达19.37万平方米，同比增速为9.00%。

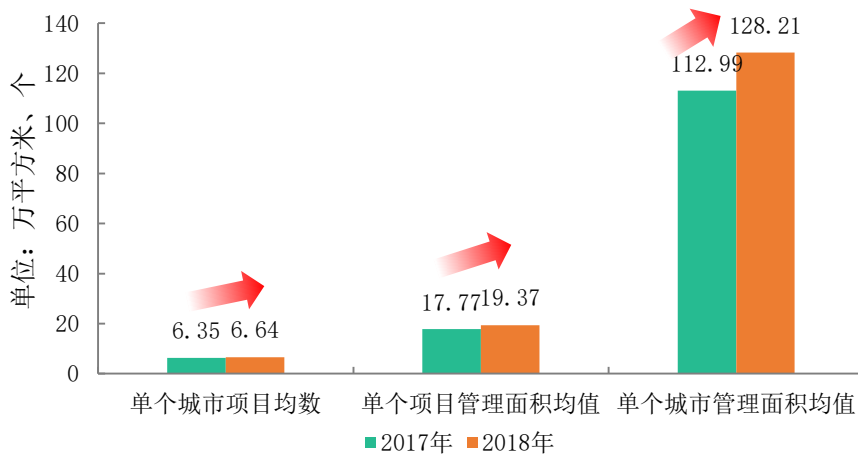


图 11：2017-2018 年百强企业单城市项目均数、单城市项目管理面积均值、单项目管理面积均值

近年来，百强企业管理的大体量项目逐渐增多，通过大盘运营，有效形成集约化效应。2018年，百强企业在管项目中单体在50-100万平方米、超过100万平方米以上的项目数量分别为2046个、382个，较2017年分别增长28.20%和34.04%，增速分别较上年提升了16.82、24.00个百分点。

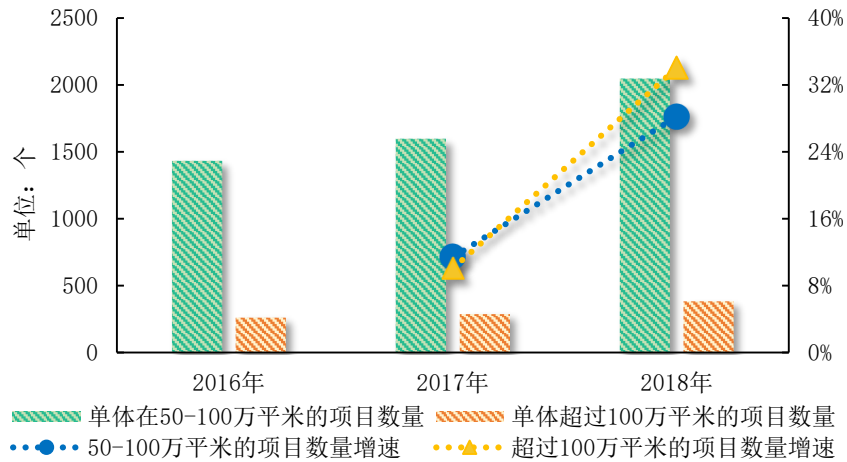


图 12: 2016-2018 年百强企业管理大体量项目情况

百强企业通过承接大体量项目，一则，能够产生一定的规模效应，实现降本增效，提升盈利能力；二则，大体量项目的人口更加聚集，能够产生大量的增值服务需求，为企业带来更多服务挖潜空间及收入来源。

二、经营绩效：营收均值实现 8.86 亿元，增值服务拓宽盈利空间

1. 营业收入增长 19.41%，多种经营收入增幅显著

- 百强企业各项经营业绩指标稳步增长，TOP10 企业营收增速 31.69%，增长更快

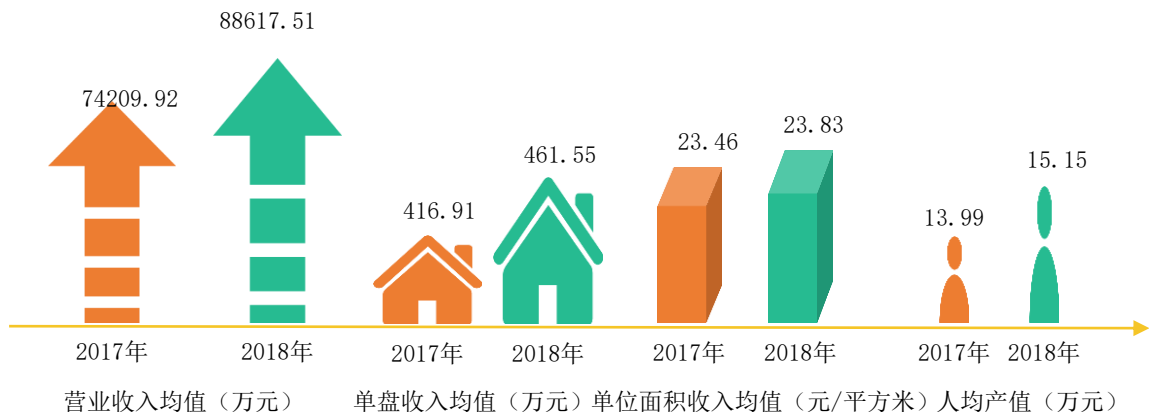


图 13: 2017-2018 年百强企业收入情况

2018 年，百强企业营业收入均值达 88617.51 万元，同比增长 19.41%；单盘收入均值为 461.55 万元，同比增长 10.71%；单位面积收入增长 1.61%至 23.83 元/平方米；人均产值为 15.15 万元，同比增长 8.27%，经营绩效整体呈现良好增长态势。

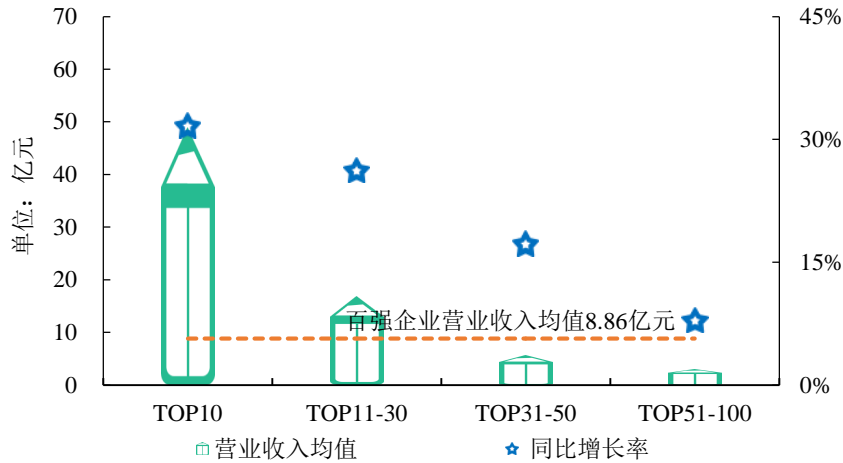


图 14：2018 年百强企业分层级营业收入均值及增长率

2018 年，百强企业各层级营业收入均值总体保持了稳定增长，值得关注的是 TOP10、TOP11-30 企业在深耕重点区域市场，着力提升管理规模的同时，打破传统物业服务边界，挖掘服务价值，推动营收稳步增长，营业收入均值分别为 48.83 亿元、16.73 亿元，同比增速分别为 31.69%、26.26%，进一步凸显强者优势；TOP31-50、TOP51-100 企业的营业收入均值为 5.57 亿元、2.99 亿元，同比增长 17.26%、7.94%，增速相对较缓。

- **基础物业服务收入均值 7.13 亿元，占比达 80.49%**

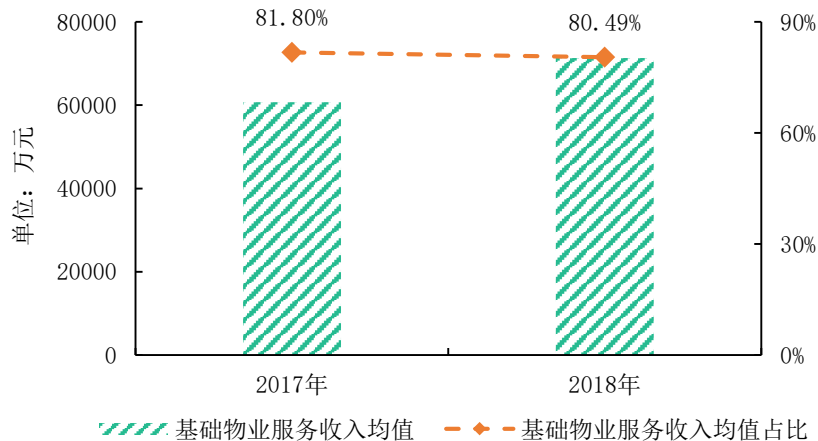


图 15：2017-2018 年百强企业基础物业服务收入情况

2018年，百强企业继续采用内生式增长、外延性拓展稳健扩规模，进而带动基础物业服务收入均值再创新高，达71326.86万元，同比增长17.50%，是百强企业收入的有力后盾，占比高达80.49%。

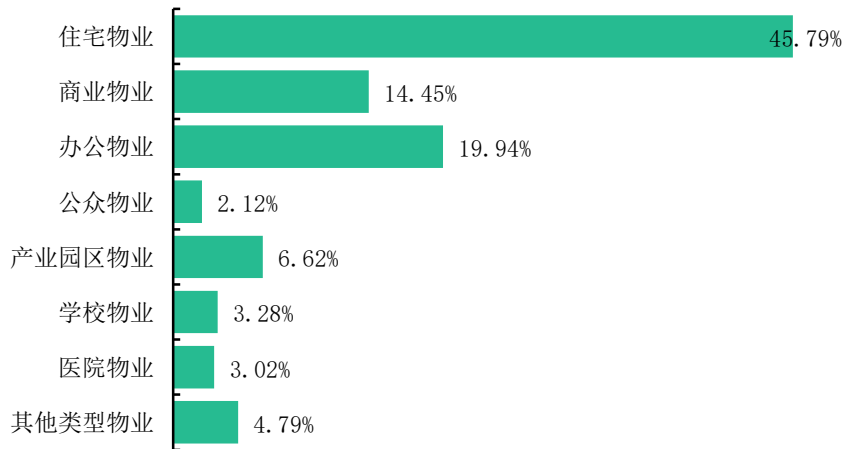


图 16：2018 年百强企业各业态收入占比情况

百强企业在扩规模、创收入的同时，均衡多业态发展，不断拓宽业态服务领域。2018年，百强企业住宅物业服务费收入占基础物业服务总收入的比重最大，达45.79%，办公物业、商业物业服务费收入占比均超过10%，分别为19.94%、14.45%，产业园区物业、公众物业、学校物业、医院物业和其他类型物业服务费收入占比分别为6.62%、2.12%、3.28%、3.02%及4.79%。

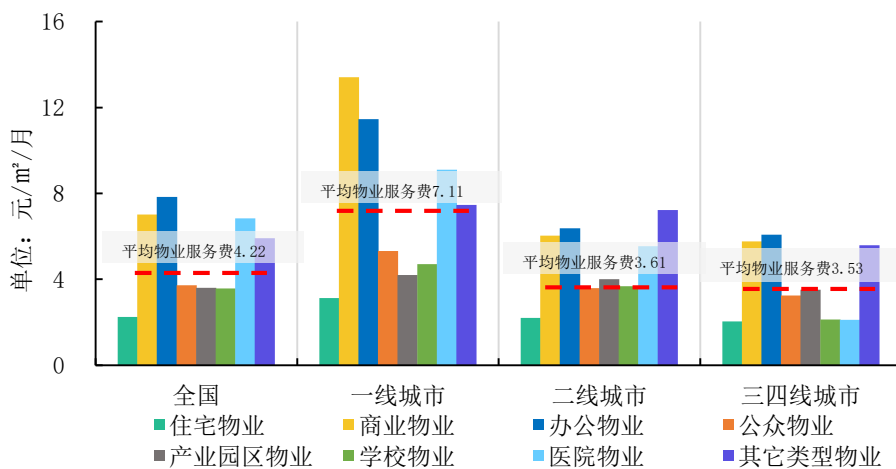


图 17：2018 年百强企业全国及不同城市级别平均物业服务费标准

2018年，百强企业管理项目平均物业服务费为4.22元/㎡/月。分业态来看，办公物业服务费最高，达7.84元/㎡/月，其次是商业物业服务费，为7.01元/㎡/月，住宅物业服务费最低，为2.25元/㎡/月，公众物业、产业园区物业、学校物业、医院物业和其他类型物业服务费分别为3.72元/㎡/月、

月、3.61 元/m²/月、3.58 元/m²/月、6.84 元/m²/月和 5.92 元/m²/月。分城市级别来看，一线城市的平均物业服务费为 7.11 元/m²/月，远高于二线城市（3.61 元/m²/月）和三四线城市（3.53 元/m²/月）；一线城市各业态平均物业服务费远高于其他城市，二线城市各业态平均物业服务费均略高于三四线城市。

● 多种经营收入均值 1.73 亿元，占比 19.51%，空间运营、房屋经纪业务收入贡献较大

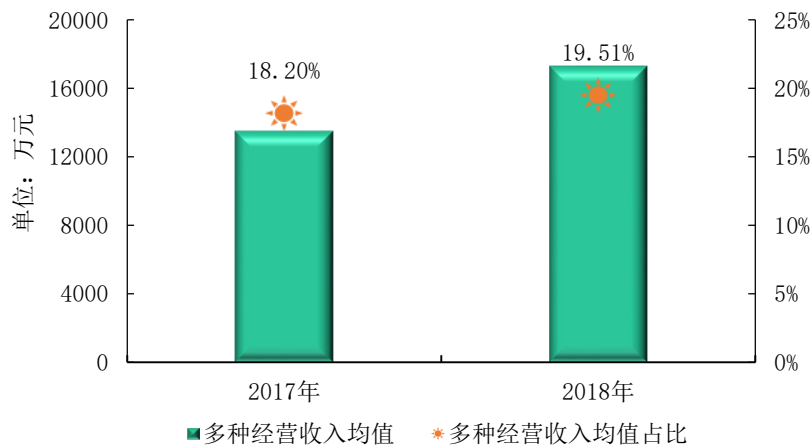


图 18: 2017-2018 年百强企业多种经营服务收入情况

2018 年，百强企业不再盲目开展增值服务，而是结合自身资源和特点，找准定位，充分发挥线下优势，理性发展适合自身的特色业务，增值业务的拓展方向更加明晰，且取得了良好的收入增长。2018 年，百强企业多种经营收入均值为 17290.65 万元，同比增长 28.02%，多种经营收入的业绩贡献度为 19.51%，同比增加 1.31 个百分点，业绩贡献度持续上升。

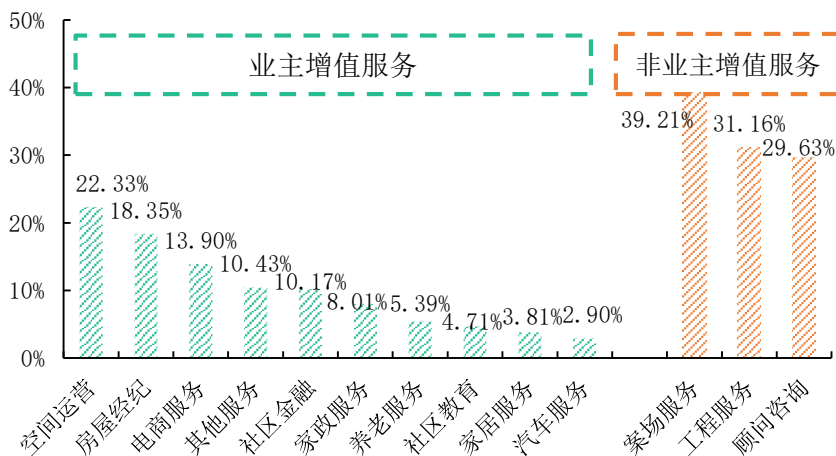


图 19: 2018 年百强企业多种经营收入情况

伴随“技术+物业”的不断升级，百强企业从业主需求出发，拓宽服务范围，丰富产品系列，提升服务品质、优化服务体验的同时，丰富了收入来源。2018年，业主增值服务收入占多种经营收入的比重54.40%，其中，空间运营收入占业主增值服务收入比例最高，为22.33%，房屋经纪、电商服务及社区金融占比紧随其后，分别为18.35%、13.90%及10.17%，家政服务、养老服务、社区教育、家居服务和汽车服务占比分别达8.01%、5.39%、4.71%、3.81%和2.90%。同时，百强企业重视对地产开发商等的非业主增值服务，在多种经营收入中的占比达45.60%，其中，百强企业为地产开发商提供专业的案场服务，收入占非业主增值服务的比重39.21%；在房地产开发前期，百强企业凭借积累多年的管理经验和强大的专业能力开展顾问咨询服务，在非业主增值服务收入中的占比达29.63%；工程服务仍然是非业主服务一大领域，收入占比为31.16%。

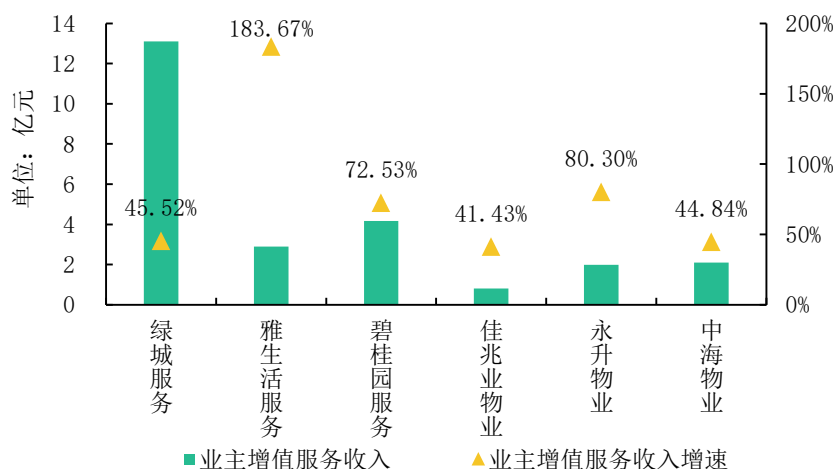


图 20：2018 年部分百强企业业主增值服务收入情况

业主增值服务方面，百强企业在历经数年摸索之后，不再贪多求全，对于要重点拓展的业务领域也更加清晰，并通过进一步强化线下优势，收入实现了较好增长。2018年，雅生活服务业主增值服务收入达2.90亿元，同比大幅增长183.67%，其中生活及综合服务、社区资源服务收入占比较大，分别为38.90%、36.40%；永升物业、碧桂园服务重点发力家居生活服务（团购、拎包入住等），收入分别达0.90亿元、2.51亿元，同比增长91.53%、101.77%，分别占业主增值服务收入的45.6%、60.21%；绿城服务业主增值服务收入占增值服务总收入比例较高，为58.23%，其中园区空间服务收入同比增长88.21%，增幅较大。

表 4：部分百强企业业主增值服务情况

企业名称	增值服务内容
绿城服务	物业资产管理服务、园区产品和服务、园区空间服务、家居生活服务、文化教育服务等
雅生活服务	生活及综合服务（物业维修、家政服务、社区团购等）； 社区资源服务（物业租赁服务、社区广告、停车场管理服务）； 家装宅配服务（拎包入住服务等）
碧桂园服务	家居生活服务、房地产经纪服务、园区空间服务等
佳兆业物业	停车场、空间租赁等服务
永升物业	家居生活服务、公用区域增值服务、物业经纪服务等
中海物业	自有资产经营（房屋、车位经营等）； 客户资产经营服务（经纪服务、公共资源租赁协助服务等）； 生活及商业服务（房屋生态、家居家装、新零售、教育培训等）

2. 技术创新与适度加大外包并举，营业成本率下降 1.25 个百分点

● 营业成本均值 6.77 亿，同比增长 17.50%，低于收入增速

伴随企业的规模化发展，对人员数量和质量的需求日益增长，叠加工资的刚性上涨趋势，人力成本成为百强企业面临的一大挑战。2018 年，百强企业经营成本均值为 67743.08 万元，同比增长 17.50%，低于收入增幅 1.91 个百分点。从成本构成来看，人员费用占比 57.84%，同比增加 2.00 个百分点；其余费用均呈现下降趋势，物业共用部分共用设施设备日常运行和维护费用、清洁卫生费、秩序维护费、办公费用、绿化养护费、物业共用部分共用设施设备及公众责任保险费用占比分别为 9.80%、7.74%、4.66%、3.09%、2.16% 和 0.91%。

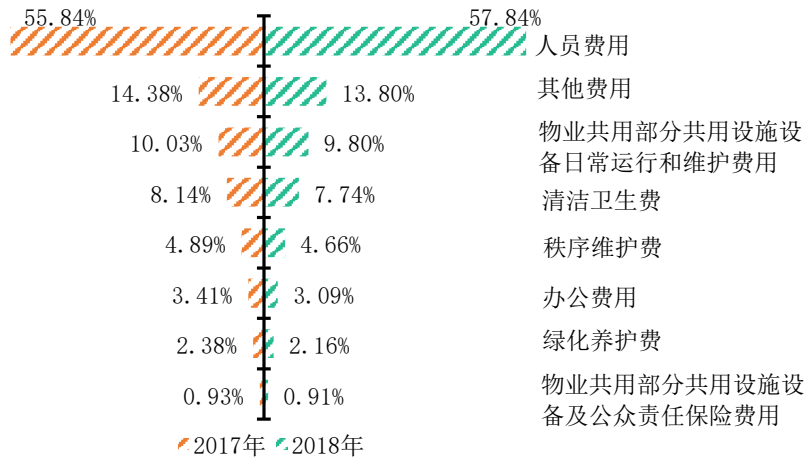


图 21：2017-2018 年百强企业营业成本构成情况对比



● 创新技术应用，突破成本瓶颈

百强企业持续跨界融合移动互联、大数据、人工智能等新技术，在降低成本的同时，提升工作效率及服务质量。一方面，百强企业利用机械代替人工、低耗替代高耗，如通过引入电子围栏、清洁机械、新型光源、微喷灌系统等，促使基础物业管理业务劳动效率提升；另一方面，越来越多企业尝试科技化、智能化改造，改善管理模式，重点提升管控效率；同时，保持高品质服务水准，提升业主及住户体验。如绿城服务应用科技，构建共享中心，形成数据驱动、智慧高效的同级管理体系，降低人工成本，增强服务效率；龙湖智慧服务自主研发科技物业系统，包括 FM 设施设备管理系统与 RBA 设施设备监管系统，贯穿所有项目的运营管理及共享服务，打破物理空间阻隔，实现万物互联、智能管控，持续提升和改善物业服务。

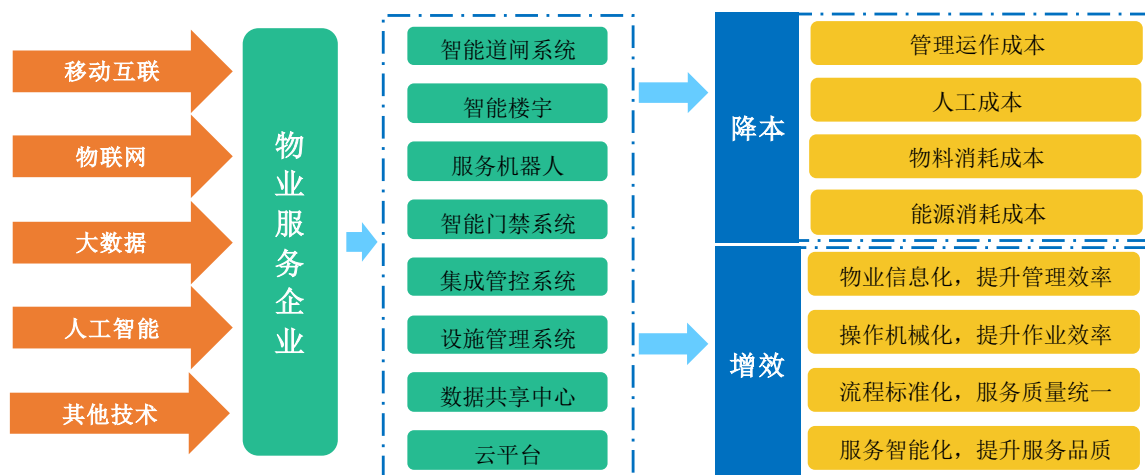


图 22：百强企业运用技术赋能企业运营

物业服务企业的技术创新离不开相关领域专业机构的支持，香港上海汇丰银行有限公司、华泰金融控股（香港）有限公司等金融机构为物业服务企业对接资本市场做出较大贡献；北京时代匠心大数据科技有限公司持续探索物业管理行业信息化建设及“互联网+物业”应用，专注打造企业管理平台、物业集团化管理平台、智慧物业城市服务平台和 SAAS 云平台，为企业提供信息化建设、“互联网+”战略、智慧物业平台商业模式研究等专业化服务，帮助企业实现管理智能化。

2019中国物业服务企业支持机构
香港上海汇丰银行有限公司
华泰金融控股（香港）有限公司
北京时代匠心大数据科技有限公司

● 适度增加外包比例，合理压缩服务成本

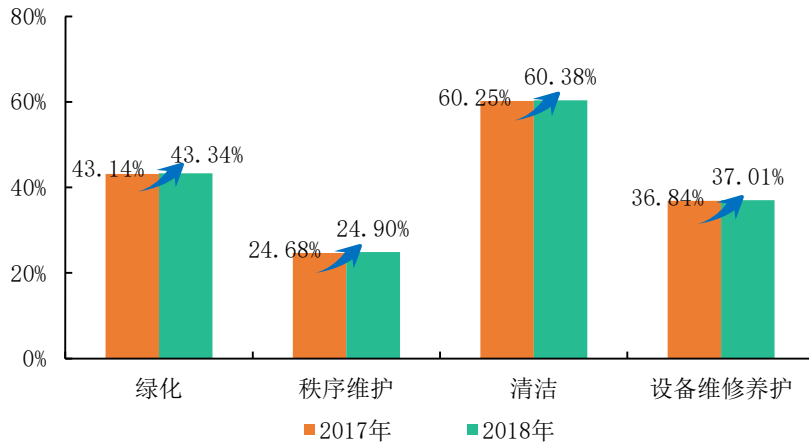


图 23：2017-2018 年百强企业基础业务外包项目数量占比情况

百强企业保持合理的外包项目比例，在提升服务效能的基础上，适度压缩成本，保证了盈利空间。从基础业务外包项目数量占比来看，2018 年百强企业外包项目中，清洁业务外包项目数量占总项目数量的 60.38%，绿化业务外包项目数量占比为 43.34%，同比分别增加 0.13 个、0.20 个百分点，设备维护养护和秩序维护业务外包项目数量占比分别为 37.01%和 24.90%，较 2017 年分别增长 0.17 个和 0.22 个百分点。从外包人员占比来看，2018 年，百强企业外包员工总数为 51.76 万人，同比增长 10.32%。

● 降本显成效，营业成本率下降至 76.44%

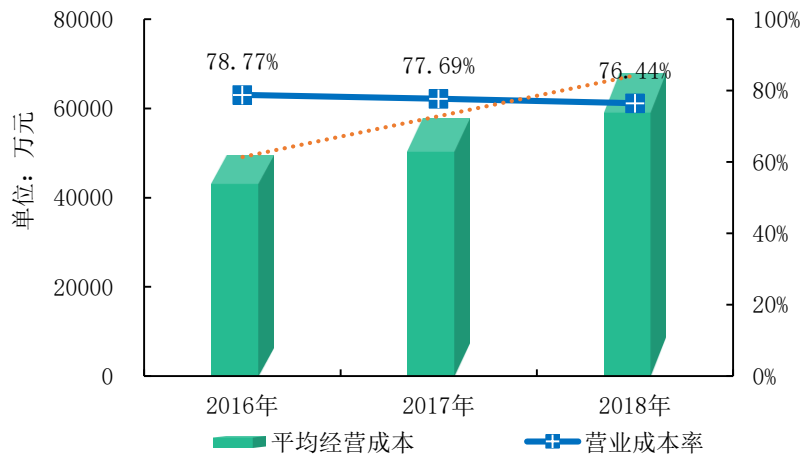


图 24：2016-2018 年百强企业营业成本情况



百强企业在深化科技应用、优化外包配置的同时，强化内部管理建设，突破管理瓶颈，把握规模扩张与管理品质的平衡，提高综合管理效率，保证服务质量，增强创收能力，促进人均产值和人均管理面积的稳步增长，在成本承压的市场环境下继续保持营业成本率的下降，提升盈利水平。2018年，百强企业营业成本率 76.44%，较上年下降 1.25 个百分点。

3. 净利润均值超 7200 万元，多种经营净利润占比超四成，TOP10 盈利规模增速最快

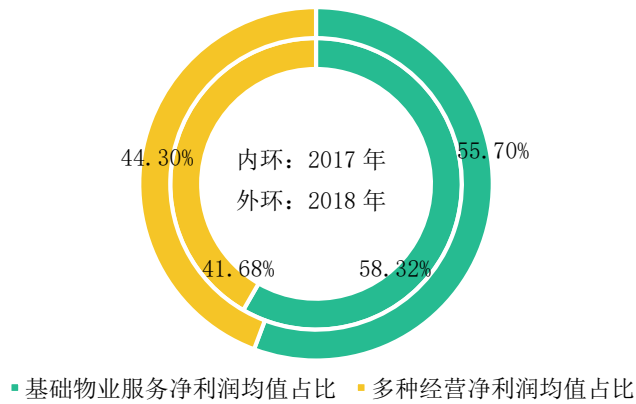


图 25：2017-2018 年百强企业净利润构成情况

2018 年，百强企业净利润均值为 7221.40 万元，同比增长 25.95%，继续呈现增长态势。受益于管理规模的加速增长和新技术运用带来的降本增效，百强企业基础物业服务净利润均值达 4022.68 万元，同比增长 20.30%，对净利润的贡献达 55.70%。同时，伴随部分增值业务的深入推进和盈利模式日渐清晰，百强企业多种经营净利润均值占比提升至 44.30%，较 2017 年增长 2.62 个百分点，进一步推动盈利规模和盈利能力持续增长，为企业盈利“锦上添花”。

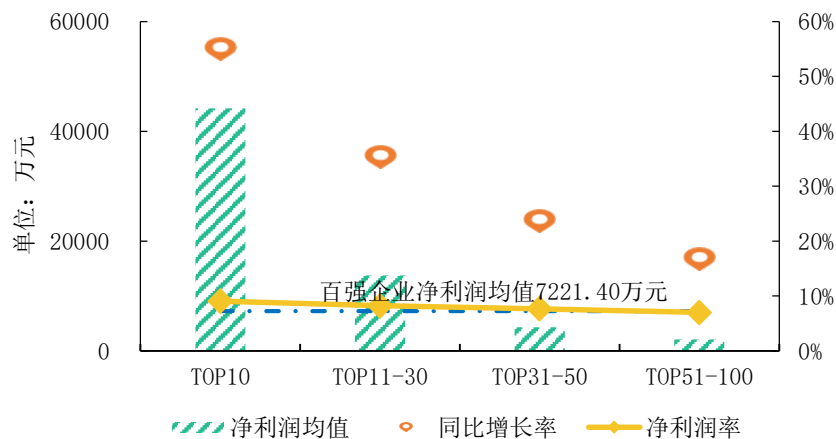


图 26：2018 年百强企业分层级净利润均值及增长率

2018 年，百强企业盈利能力继续增强，净利率为 8.15%，较上年增加 0.42 个百分点。百强企业各层级净利率呈现分化趋势，2018 年，TOP10 及 TOP11-30 企业平均净利率分别为 9.05%、8.22%，高于百强企业平均净利率；TOP31-50 和 TOP51-100 企业平均净利率分别为 7.68% 和 6.98%，低于百强企业净利率。

百强企业各层级净利润均值差异化现象明显，2018 年，TOP10、TOP11-30 企业净利润均值分别为 44199.88 万元和 13758.77 万元，分别是百强企业净利润均值的 6.12 倍和 1.91 倍，净利润增速分别为 54.97% 和 35.39%；TOP31-50 企业净利润均值为 4275.78 万元，同比增长 23.62%，增幅较 2017 年稍提升 2.15 个百分点；TOP51-100 企业净利润均值为 2087.79 万元，远低于百强企业净利润均值，增速为 16.68%，增幅相对较低。

三、服务质量：重点企业满意度 80.40 分，收缴率、续约率维持高位

1. 绿化养护、客户服务与入户维修满意度高，人员素质、安全管理受关注

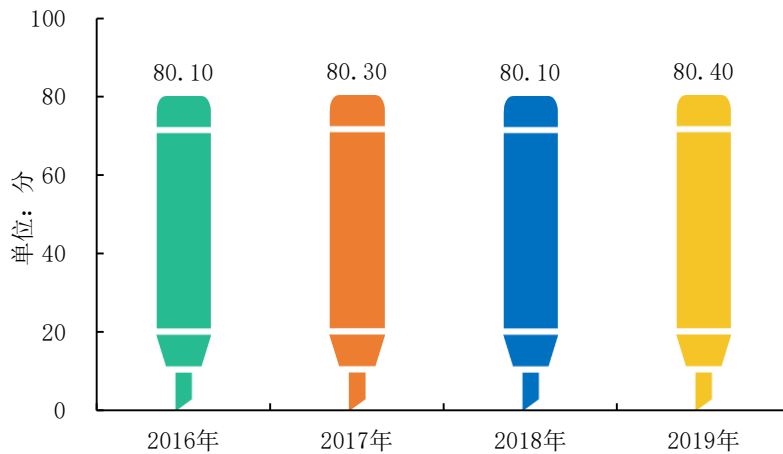


图 27：2016-2019 年重点企业整体服务水平满意度情况

满意度作为物业服务工作的重要考核指标，是业主对物业服务质量好坏、物业管理水平高低的客观评价和真实反映。2019 年 3-5 月，中国指数研究院采用自主研发的全新满意度专业调研平台——中指云调查，选取全国 100 多个城市进行了线上和线下调研，通过二维码扫描、公众号嵌入、短信通知及移动 APP 答题等多种渠道回收数据，调研结果显示，重点企业的整体服务水平满意度为 80.40 分，满意度连续四年保持在 80 分以上。百强企业以业主满意度为核心，重视基础物业服务，精雕细



琢把服务做到细致，在规模快速扩张的同时，仍能保证服务质量，赢得业主的广泛认可。

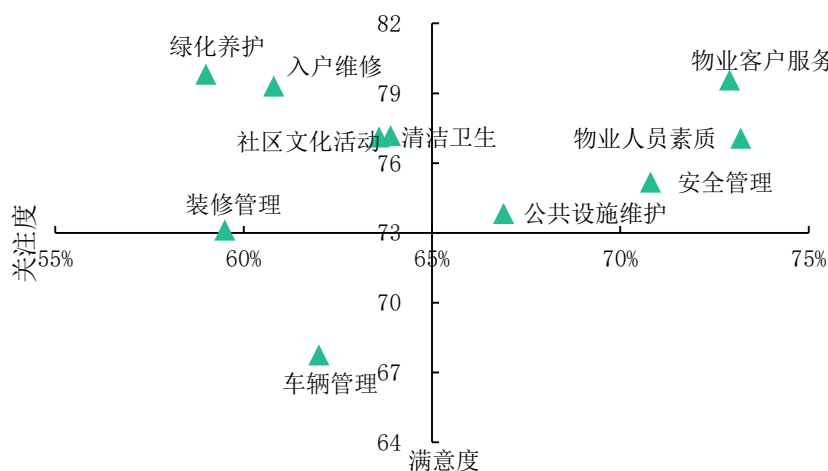


图 28: 2019 年百强企业业主满意度调查结果

从业主对百强企业各分项服务的满意度来看，绿化养护、物业服务、入户维修、清洁卫生、物业人员素质等多个项目满意度较高，同时，社区文化活动、安全秩序管理、装修管理等项目满意度水平较 2018 年均略有提升；从业主对物业服务的关注度来看，业主最为关注的三项指标依次为物业服务、物业服务和安全管理；同时，社区文化活动、公共设施维护、车辆管理关注度大幅提升。

2. 升级建筑物维护和业主服务，助力资产保值增值

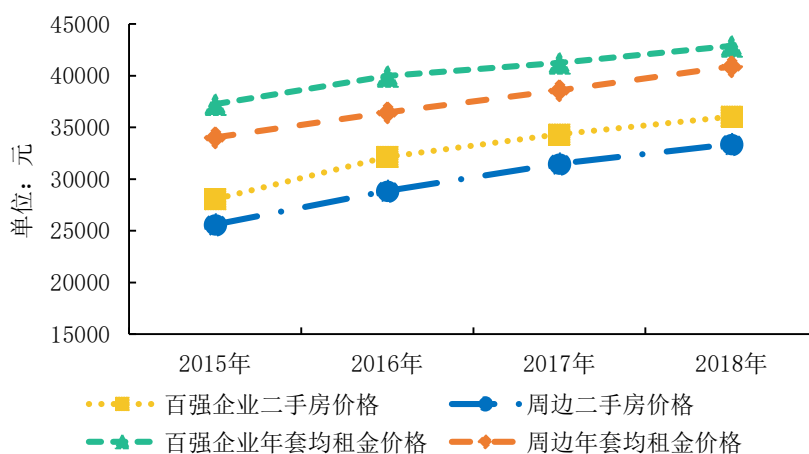


图 29: 2015-2018 年百强企业在管项目二手房售价、租金与周边均价比较

随着居民消费水平的提高和消费观念升级，业主对居住环境、社区软硬件设施建设、资产保值增值等提出更高要求。百强企业通过提高自身基础物业服务品质，提供多元化增值服务，为房屋软硬件条件加分，营造良好社区生活环境，促进房屋保值增值。2018年，百强企业在管二手房平均价格高出周边二手房价格 8.03%，超过同类房产市场价格，优质服务促进资产增值效果显现。

3. 优质服务获认可，收缴率与续约率连续四年保持在 90%以上

近年来，百强企业越来越认识到服务的重要性，逐步回归服务本质，专注于做好服务，通过主动升级服务理念、引入“互联网+”打造智慧生活服务、积极响应业主多元化诉求、聚焦社区服务等措施，提升服务品质，以获取业主更高的满意度和忠诚度。

表 5：百强企业服务质量提升行动案例

企业名称	时间	事例
万科物业	2018. 10. 15	发布“住宅商业，两翼齐飞”战略，分享“万物商企”子品牌业务内容，在传统住宅物业的基础上，增加商业企业客户服务。
碧桂园服务	2018. 12. 26	发布“城市共生计划”，推出城市服务 2.0 产品，借助现有技术平台及运营经验，探索新型城市治理公共服务。
保利物业	2018. 9. 7	以“中国人文社区价值生活服务商”为全新战略定位，从行业、品质、管理、成长和经营五大维度铺排了未来三年的行动目标。
龙湖智慧服务	2018. 8. 8	启用全新品牌名称“龙湖智慧服务”，既对传统“服务”业务纵向延伸，又对创新业务横向拓展，提升服务深度。
华润物业科技	2018. 5. 11	推出全新物业战略品牌—“悦+”，并将四大战略业务板块重新赋能，形成完整产品体系—“悦服务”、“悦资产”、“悦智慧”、“悦生活”，提升服务质量。
永升物业	2018. 7. 15	发布 37°C 空间与全能管家，升华“用心构筑美好生活”的服务理念，转变传统的被动式服务，为业主带来不一样的永升服务。

2018年，百强企业通过升级发展战略，从不同维度明确发展方向，更注重有质量的增长，进一步推动物业服务能力与品质的提升。绿城服务依托多年来在高端住宅物业领域积累的丰富经验，2018年推出全新高端物业服务品牌“TIBA-PROPERTY”，以“物业管家培训”、“认证体系”与“行业研究”为核心业务，打造全新“高端管家服务体系”与“人才培养及认证体系”。

2019 中国高端物业服务领先企业
绿城物业服务集团有限公司
龙湖物业服务集团有限公司
中化金茂物业管理（北京）有限公司

此外，部分百强企业通过深挖业主需求，整合优质服务资源，打造高品质社区增值服务，提供全周期智慧生活服务，增加业主粘性，从而使物业费收缴率与续约率维持较高水平。如金地物业联手北大荒数字农服，推行农产品定制服务，为业主提供全新的生活方式。



图 30：部分百强企业社区增值服务

2018 年，百强企业物业服务费收缴率均值为 93.75%，续约率均值为 98.26%，收缴率与续约率连续四年保持在高位，反映出业主对百强企业服务的高度认可。

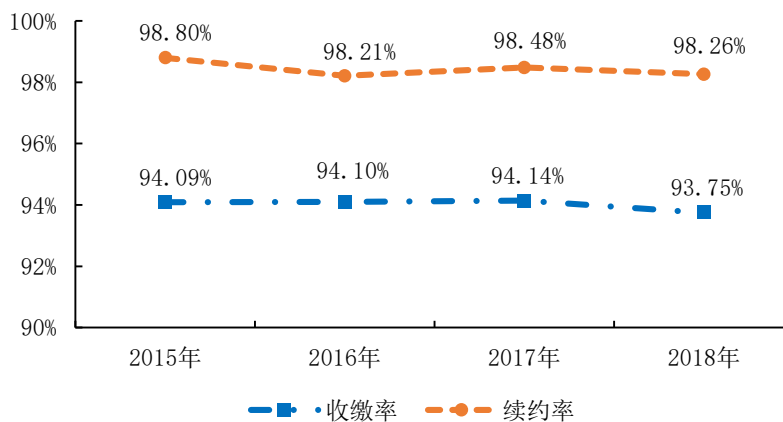


图 31：2015-2018 年百强企业物业服务费收缴率与项目续约率情况

住宅物业和商业物业的收缴率均值分别为 91.67%及 93.12%，低于百强企业物业服务费收缴率均值，存在一定提升空间；办公物业、公众物业、产业园区物业、学校物业及医院物业的收缴率继续保持高水平，分别为 97.47%、98.34%、97.34%、98.20%和 98.69%，均高于百强企业物业服务费收缴率均值。

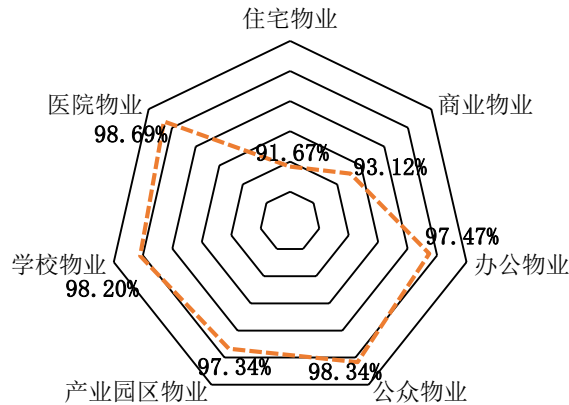


图 32：2018 年百强企业各业态物业费收缴率情况

四、发展潜力：万亿级市场容量，资本、技术、人才协同推动企业成长

1. 市场空间巨大，百强企业储备面积均值破千万平方米，马太效应显著

物业管理行业是存量与增量并存的巨大市场，根据“中国房地产业中长期发展动态模型”，结合内外部宏观经济环境，预计到 2025 年商品住宅销售面积累计 238 亿平方米，按照百强企业住宅物业费（2.25 元/月/平方米）计算，市场规模 6426 亿元；非住宅销售面积累计达到 37 亿平方米，按非住宅物业费均值（5.92 元/月/平方米）计算，市场规模 2628.48 亿元；整体市场规模 9054.48 亿元。此外，2018 年中国社区增值服务市场规模约为 9220.90 亿元，按照 10%的增长率计算，到 2025 年市场容量预计达 1.80 万亿元，未来物业管理行业拥有万亿级市场容量，百强企业将迎来快速发展的黄金时期。

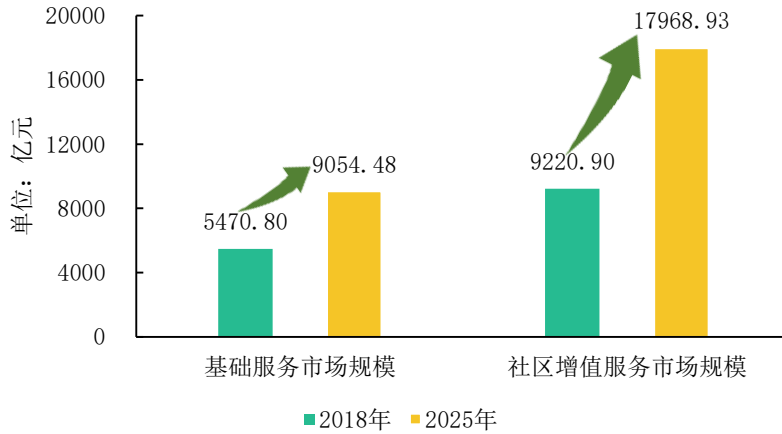


图 33: 物业管理行业未来市场规模

规模是物业服务企业发展的基石，在房地产回归理性，市场保持平稳发展的背景下，百强企业紧抓规模为王的硬道理，不断加大项目储备力度，为企业高速成长蓄能。2018年，百强企业的合同储备项目数量均值为70个，合同储备项目面积均值为1029.07万平方米，同比增长为11.21%。

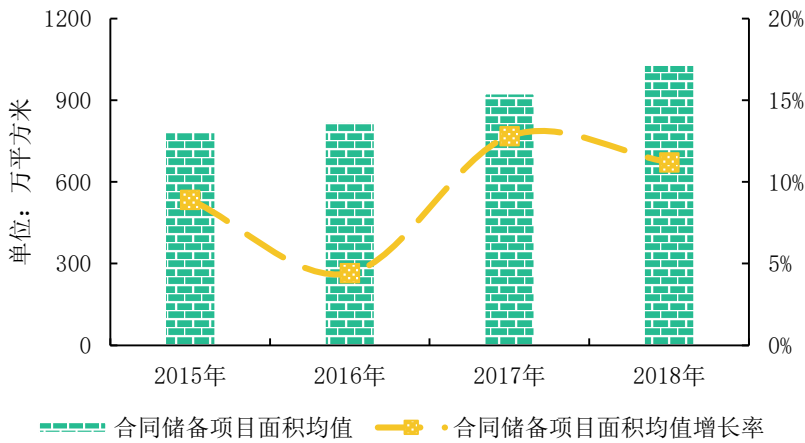


图 34: 2015-2018 年百强企业储备面积增长情况

储备面积的马太效应凸显，头部企业通过承接兄弟开发公司项目、市场外拓和并购等方式，多手段组合加速扩充项目储备。2018年，TOP10企业合同储备项目面积均值为10105.62万平方米，储备项目数量均值为634个，分别是百强企业均值的9.82倍和9.06倍。

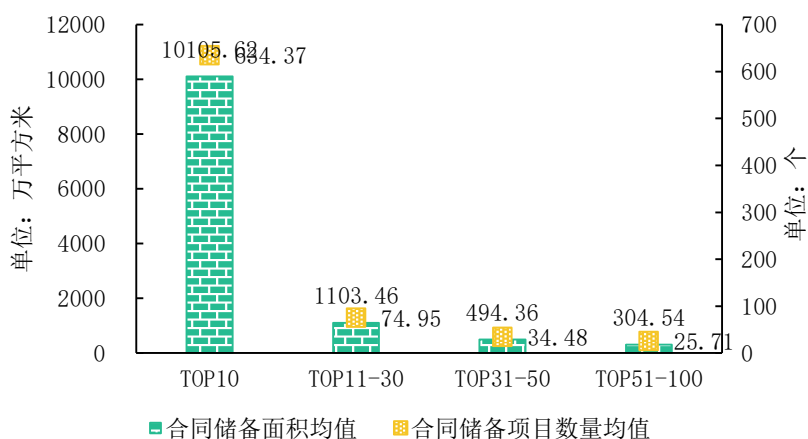


图 35: 2018 年百强企业不同层级合同储备情况

2. 龙头企业加速进入资本市场，金融资本助推企业规模化扩张

2018 年主板上市的物业服务企业新增 6 家，2019 年 3 月又添 2 家，截止目前主板上市的物业服务企业已达 14 家，物业服务企业上市进程进入加速阶段。

表 6: 港股主板上市百强企业市值、市盈率情况

序号	企业名称	总市值 (亿元)	市盈率
1	碧桂园服务	345.55	37.39
2	绿城服务	145.48	30.07
3	雅生活服务	134.04	16.71
4	中海物业	103.80	29.43
5	新城悦	47.76	31.72
6	永升物业	45.69	45.40
7	奥园健康	25.48	32.57
8	滨江物业	17.46	24.85
9	佳兆业物业	12.85	23.74

数据区间起始日为 2018 年 12 月 31 日（滨江物业、奥园健康为上市首日），截止 2019 年 5 月 17 日收盘

截止 2019 年 5 月 17 日，香港主板物业板块的总市值达到 957.15 亿元，市盈率均值为 26.03，充分体现了资本市场对行业的认可。

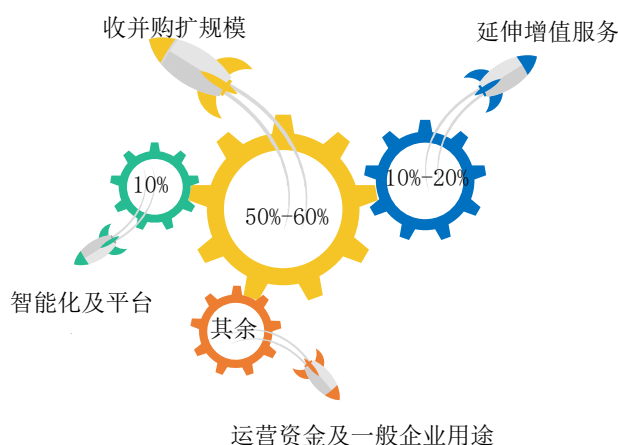


图 36: 在港上市企业募集资金使用规划

上市物业服务企业基于自身发展战略，合理规划募集资金的使用用途，以加快实现未来发展目标。根据在港上市企业招股书披露，企业募集的资金中将有 50%-60%用于收并购扩规模，10%-20%的资金将用于延伸增值服务，约 10%用于智能化及平台建设，其余资金用作运营资金及一般企业用途。

表 7: 部分在港上市企业 IPO 融资已使用情况

企业名称	募集资金净额 (亿元)	已使用金额 (亿元)	用途
绿城服务	12.66	9.2	1) 29.81%用于收购物业及增值服务公司； 2) 9.63%用于开发及推广智慧园区项目，及产品和服务； 3) 34.41%用于运营资金及一般企业用途； 4) 26.15%用于偿还贷款
雅生活服务	31.99	7.62	1) 55.37%用于战略投资及收购； 2) 1.56%用于“四化”建设； 3) 43.07%用于运营资金及一般企业用途
滨江物业	3.42	0.004	用于与当地政府和开发商合作设立合营公司或平台

上市融资对企业发展壮大的促进效果已经显现。从资金实际使用情况来看，绿城服务、雅生活服务等企业 IPO 募集的资金目前主要用于扩规模、运营资金及一般企业用途。截止到 2018 年 12 月 31 日，绿城服务上市募集的资金已使用 72.67%，其中 29.81%的资金用于收购物业服务企业、增值服务公司，9.63%用于开发及推广智慧园区项目，34.41%用于企业运营；雅生活服务已使用 23.82%的募集资金，其中一半以上用作战略投资及并购，其余部分用作日常运营及标准化建设等用途。可见，对上市企业而言，募集资金应该有清晰的规划才能将资金的价值发挥到最大。

3. 20 余家企业智能化建设费用超千万，但整体投入不足致效应难显

今年的《政府工作报告》首次提出了“智能+”。“智能+”这个全新提法比“互联网+”再进一步，以往“互联网+”关注的是用网络改造和升级传统产业，“智能+”提出综合利用大数据、人工智能、物联网、云计算等先进的信息技术，帮助传统产业焕发出更高的能效和更强的活力。在技术革新不断深化的背景下，百强企业继续保持对技术运用的投入力度，2018年，20余家百强企业智能化建设费用超千万，大部分企业对智能化的投入在200-500万元之间。雅生活服务2018年在IT系统开发及维护方面的费用支出为415.7万元，连续三年保持增长；新城悦过去两年该项支出共计264万元。

一方面，百强企业积极研发自己的智能化平台，进行精细化管理，借助移动互联网打通线上线下，提升客户体验。如华润物业科技发布“悦家”、“悦心”APP，搭建物业与业主沟通桥梁，为业主打造全新智慧化生活。另一方面，百强企业推进与高新科技公司的战略合作，引入专业技术，完善智能服务链，给予客户智慧服务品质享受。如保利物业携手灵伴打造AI客服升级物业服务体系，通过智能语音客服实现物业服务的深化升级。

表 8：部分百强企业 APP 研发及技术引入

企业名称	事例
万科物业	万科物业战略投资有方科技 4.74% 的股份，携手有方科技，实现在物联网生态链上的重要布局，推进智能家居和智慧城市等五大社区场景下的产品落地。
保利物业	携手灵伴打造 AI 客服升级物业服务体系，展示智能语音客服带给物业服务的跨越式 AI 升级。
金地物业	与酷蛙智能电器签署战略合作协议，通过创新研发物联网系统，推出健康净水服务模式。
华润物业科技	发布“悦家”“悦心”两个面向业主端及员工端的 APP，借助移动互联网技术，搭建物业与业主沟通桥梁，致力于为业主打造全新智慧化生活。
融信服务	发布融智管理平台 V3.0 版，以满足客户深层次、更多元化需求。

整体来看，百强企业智能化投入力度依然不够，主要归因于短期投入效果不佳，看不准未来发展方向而对长期投入有所担忧。但从行业变革的角度来看，百强企业依然要重视对技术的投入，且从成果转化效应来看，确实对企业降低成本、提升运营管控效率、提高服务品质等起到了一定的促进作用。对于此现状，一方面，企业间可联合共同探索技术应用之路，开发智慧平台，降低技术成

本，提高平台利用率，共享技术解决方案，赋能行业发展；另一方面，部分大型企业在科技赋能上的探索相比中小企业相对超前，中小企业可以选择和其合作，赋能自身的服务体系。截止 2018 年 12 月 31 日，彩生活已向 95 家企业输出彩之云平台，帮助合作企业提升运营管理。

2019 中国互联网社区运营领先企业
彩生活服务集团有限公司
万科物业发展股份有限公司
龙湖物业服务集团有限公司

4. 员工结构持续优化，人均产值、人均利润均提升

随着物业管理行业转型升级不断加速，百强企业强化自身对人才的聚集能力，吸引更多高科技创新型、复合型人才，不断优化员工结构，保障企业长期健康发展。2018 年，百强企业从业人员本科以上学历占比 10.46%，较上年提升 0.61 个百分点；大专学历人员占比 19.76%，较上年提升 1.52 个百分点；中专学历人员占比 22.53%，较上年提升 0.3 个百分点；高中以下人员占比 47.25%，较上年降低 2.43 个百分点。行业依然呈现劳动密集型特点，转型升级对高学历人员有更高的需求，百强企业还需进一步加大人才的引进力度。

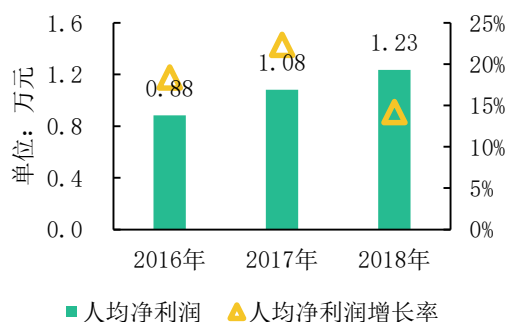
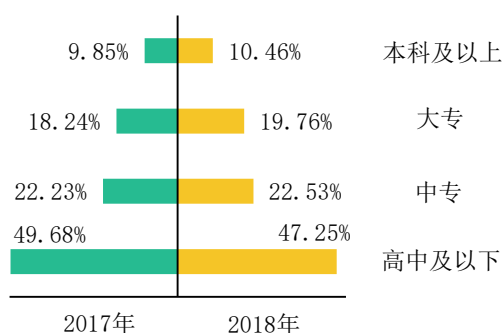


图 37：2017-2018 年百强企业人才结构对比

图 38：2016-2018 年百强企业人均净利润及变化

百强企业提倡人才强企战略，吸纳的劳动力逐年增多，通过对员工结构的持续优化，百强企业运作效率、盈利能力不断提升。2018 年，百强企业人均产值为 15.15 万元，同比增长 8.27%，人均净利润达 1.23 万元，同比增长 14.20%。



图 39：百强企业人才结构优化案例

与此同时，百强企业通过线上移动学习平台、内部培训学校、校企合作、技能竞赛等方式，打造全方位的员工培训体系；通过创新招聘手段，吸纳优秀人才，加强人才专业化建设。如碧桂园服务在原有招聘途径上，推行“火箭军计划”，吸纳了近百名研究生，为人才团队注入新活力；中海物业通过军企合作，接纳退伍军人，提升自身服务队伍的综合素质。

五、社会责任：提供就业岗位逾百万，依法纳税总额超百亿

1. 解决就业促进社会和谐稳定，积极承接保障房服务践行社会责任

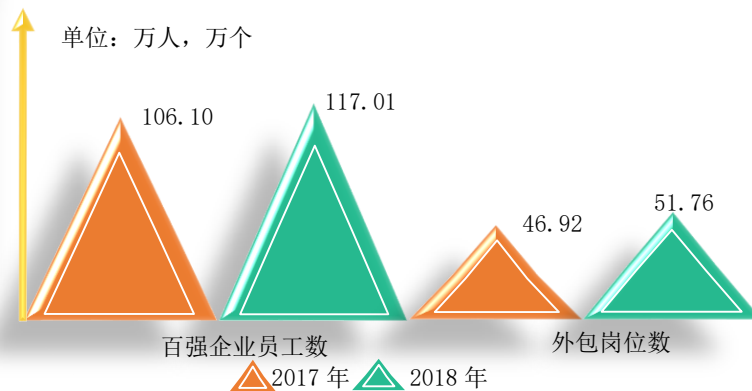


图 40：2017-2018 百强企业员工总数及外包岗位总数

近年来，物业管理行业发展势头迅猛，在带动经济增长的同时，也提供了数量庞大的就业岗位。2018 年，百强企业共提供就业岗位 117.01 万个，同比增长 10.28%，就业岗位数量均值为 5319 个；

提供外包岗位 51.76 万个，同比增长 10.32%，其中多数为秩序维护、保洁、绿化等技术含量较低岗位。2018 年全国就业人员数量同比下降 0.07%，与全国就业形势相比，行业在吸纳就业方面保持较快增长速度，可见，作为现代服务业重要组成部分，物业管理行业价值被认可，在为基层奋斗者创造工作机会方面发挥了重要作用。

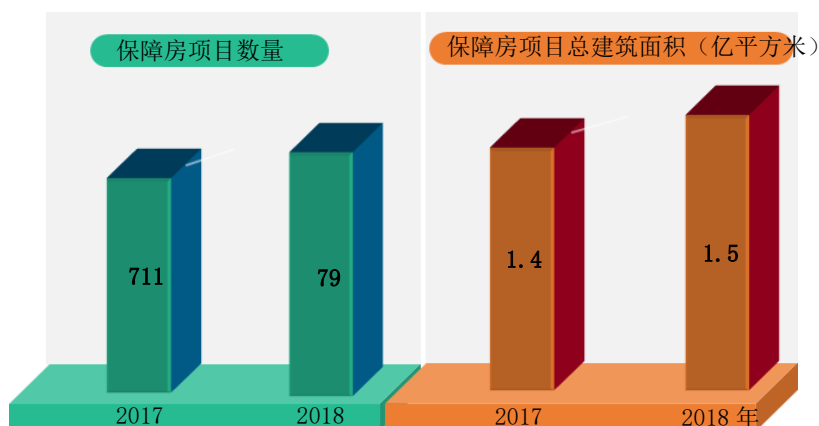


图 41：2017-2018 年百强企业保障房项目数量及总建筑面积

在解决员工就业问题的同时，百强企业勇于承担企业社会责任，积极参与保障性住房的物业管理，改善居民居住条件，为社会和谐稳定贡献力量。2018 年，百强企业在管保障房项目总数达 797 个，保障房在管物业总面积为 1.58 亿平方米，新增保障房管理面积达 1500 万平方米，同比增幅为 10.13%。根据“中国房地产业中长期发展动态模型”预测，2019-2025 年，全国保障房面积预计增加约 25 亿平方米，带来大量的保障房物业管理服务需求。百强企业以承担社会责任为己任，进一步加大保障房管理面积，赢得社会认可，实现企业效益和社会效益双赢。

2. 纳税额均值 4937.27 万元，投身公益事业，为业主和基层奋斗者营造美好生活

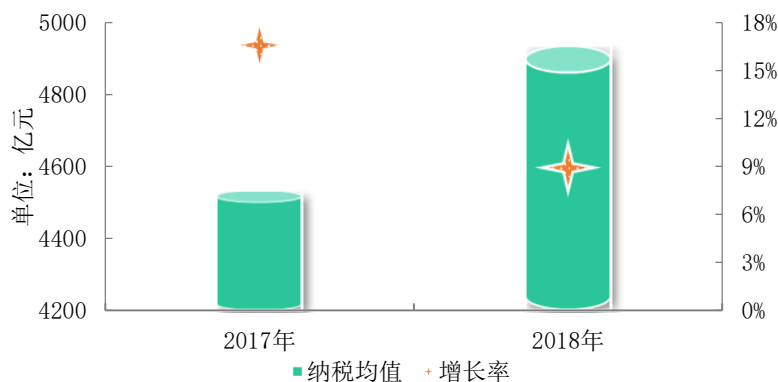


图 42：2017-2018 年百强企业纳税额均值情况

百强企业积极履行纳税义务，为国家税收做出贡献。2018 年，企业纳税额均值为 4937.27 万元，同比增长 8.94%，高于 2018 年全国税收收入增长率（8.33%）。同时，百强企业积极进行社会捐赠，践行社会责任，2018 年，捐赠总额达到 2864 万元。

表 9：2018 年部分百强企业精准扶贫活动案例

企业名称	扶贫活动
碧桂园服务	村企党建扶贫、教育助学、就业扶贫、消费扶贫四大扶贫模式
保利物业	助力农民拓宽农作物销路
长城物业	帮助贫困县打开农产品销售渠道
金地物业	麦苗班公益计划
雅生活服务	订单式农业精准扶贫

百强企业在履行纳税义务的同时，积极响应国家精准扶贫政策，用切实行动落实企业社会责任。碧桂园服务在脱贫攻坚战中持续发力，向全国多个区域辐射展开，形成村企党建扶贫、教育助学、就业扶贫、消费扶贫四大扶贫模式，坚持精准方略，最大限度地发挥企业、社区在精准扶贫中的作用力。保利物业全力以赴响应党和国家的号召，通过现代化运输系统为广大农民解决农作物销量的问题，从来源上避免了压价收购的现象，为农民创收。长城物业积极参与扶贫公益，实地探访多个国家级贫困县，积极订购贫困县当地特色农产品，通过一应生活 APP 平台，帮助贫困山区人民打开当地特色农产品对外销售渠道，实现家家户户增收，达到真正意义上的脱贫。

此外，百强企业以美好生活需求为落脚点，为业主和基层奋斗者营造美好生活氛围。在业主端，百强企业围绕业主及住户日益增长的需求，不断丰富和拓展服务的内涵和外延，通过举办各类社区活动，拉近业主之间的距离，打造安全安心、舒适便捷的生活环境，提升居民生活幸福感，促进社会和谐。如碧桂园服务通过举行各类精彩的社区活动，为业主提供温馨的社区氛围、丰富的社群社交，让业主真切感受社区生活的幸福与美好。在基层奋斗者端，百强企业“以人为本”致力于关爱员工的事业发展与身心健康，明确员工安全职责，为员工创建互相尊重、和谐共融、健康舒适的工作环境，增强员工归属感，如绿城服务特设《员工关爱制度》，并制定“暖心行动”、“春晖行动”、“子衿计划”等员工活动，营造友善职场；中海物业注重营造良好的人际关系与正面的公司氛围，专设联谊会组织和各类兴趣小组，缓解员工工作压力。

第五部分 2019 中国物业服务百强企业专项研究分析

面对新时代赋予行业的新使命与新机遇，百强企业不忘初心，以提高服务品质为基础，以创新为驱动，朝着更符合业主对美好生活需求的方向发展。在此背景下，中国指数研究院在“2019 中国物业服务百强企业研究”的基础上，对各分项指标表现突出的企业进行深入的“专项研究”，分析其发展现状，总结成功经验，供广大物业服务企业参考。

1. 2019 中国物业服务百强企业服务规模 TOP10

2019中国物业服务百强企业服务规模TOP10

序号	企业名称
1	万科物业发展股份有限公司
2	碧桂园服务控股有限公司
3	绿城物业服务集团有限公司
4	保利物业发展股份有限公司
5	恒大金碧物业（金碧物业有限公司）
6	深圳市金地物业管理有限公司
7	长城物业集团股份有限公司
8	金科物业服务集团有限公司
9	中海物业集团有限公司
10	华润物业科技服务有限公司

2019 服务规模 TOP10 企业经营策略仍然是不遗余力扩大管理规模，主要依靠兄弟开发公司、市场化拓展、理性开展兼并收购等方式实现了管理规模的加速增长。

(1) 服务规模 TOP10 企业管理面积均值是百强均值的 5.93 倍，规模实现跨越增长

表1：服务规模TOP10企业管理面积及进入城市情况

指标名称	单位	服务规模TOP10	百强企业	倍数
管理面积均值	万平方米	22034.58	3718.13	5.93
项目数量均值	个	1127	192	5.87
进入城市均值	个	146	29	5.03
单个城市管理面积均值	万平方米	191.56	128.21	1.49

服务规模 TOP10 企业 2018 年管理面积均值为 22034.58 万平方米，是百强企业均值的 5.93 倍，同比增长 23.75%；管理项目数量均值 1127 个，是百强企业均值 5.87 倍，领先优势显著。服务规模 TOP10 企业继续加快扩张步伐，进入城市均值为 146 个，是百强均值的 5.03 倍；同时，更重视对已布局城市区域的深耕力度，单个城市管理面积均值达 191.56 万平方米，是百强企业的 1.49 倍，有效提升了企业在当地市场的影响力。

(2) 借助兄弟开发公司扩张与市场拓展为主，理性并购辅之，多举措合力开疆扩土

第一，依托兄弟公司扩张力度，规模实现大幅增长。2018 年，万科完成竣工面积 4992.80 万平方米，销售面积 4037.70 万平方米，为万科物业管理规模的大幅增长奠定基础。

第二，夯实自身实力，强化市场外拓能力。绿城服务凭借自身强大的外拓能力，2018 年管理面积达 1.70 亿平方米，其中外拓面积占比超 70%。

第三，借助资本的力量，加快兼并收购，有效提升企业规模。2018 年，碧桂园服务收购北京盛世物业、成都佳祥物业等多家物业服务企业，收购项目形成区域和业态互补，规模优势进一步凸显。

2. 2019 中国物业服务百强企业成长性 TOP10

2019中国物业服务百强企业成长性TOP10

序号	企业名称
1	雅居乐雅生活服务股份有限公司
2	绿城物业服务集团有限公司
3	幸福基业物业服务有限公司
4	新城悦控股有限公司
5	融信世欧物业服务集团有限公司
6	上海永升物业管理有限公司
7	万象美物业管理有限公司
8	阳光城物业服务（福建）有限公司
9	重庆华宇第一太平戴维斯物业服务集团有限公司
10	浙江祥生物业服务有限公司

2019 成长性 TOP10 企业顺应大势发展求新，更加重视成长空间，利用多种渠道增加自身储备面积，紧抓资本市场发展机遇，实现企业跨越式成长。

(1) 成长性TOP10企业管理面积均值增长47.40%，储备面积均值是百强的6.26倍

表2：成长性TOP10企业指标对比情况

指标名称	单位	成长性TOP10	百强企业
物业管理面积均值增长率	-	47.40%	17.52%
营业收入均值增长率	-	41.72%	19.41%
合同储备项目建筑面积均值	万平方米	6448.23	1029.07

从成长潜力各项指标来看，成长性TOP10企业管理面积均值的增长率达47.40%，营业收入均值增长率41.72%，远超百强企业，领先优势突出。在保持高增长的同时，成长性TOP10企业通过承接兄弟开发商项目、加强市场拓展力度、兼并收购等方式积累了大量的项目储备；2018年，合同储备项目建筑面积均值达6448.23万平方米，是百强企业均值的6.26倍，有效保障未来规模的稳健增长。

第一，部分成长性TOP10企业承接母公司的开发项目，获得了加速发展的推动器。新城悦受益于兄弟开发公司的快速扩张，储备面积迅速积累，截止2018年底，储备面积6930万平方米，增速达到119.79%，为未来营业收入增长奠定了坚实基础。

第二，成长性TOP10企业在新的发展形势下积极进行市场化拓展，进一步提升增长潜力。雅生活服务除了利用开发商提供的资源，近年来也加大了市场拓展，2018年，储备面积0.93亿平方米，其中来自第三方物业开发商的面积占比达55.19%。

（2）借势资本，支撑企业未来规模化发展之路

成长性TOP10企业主动拥抱资本市场，实现价值重估，并获得了未来扩张和壮大的资金支持。新城悦于2018年11月2日登陆资本市场，凭借高成长性获得较高市值约47.76亿元，市盈率为31.72（截止2019年5月17日收盘），具备良好发展潜力。雅生活服务借力资本市场促进规模扩张和资源整合，据招股书披露信息显示，企业募集资金中约65%拟用于选择性地把握战略投资及收购机会以及进一步发展战略联盟，明确的规划和充裕资金为企业良好发展保驾护航。资本市场在为企业提供广泛资金来源的同时，其规范化和市场化的运作有助于提升企业管理效率和服务质量。企业上市之后，品牌影响力迅速提升，为未来发展提供驱动力。

3. 2019 中国物业服务百强企业经营绩效 TOP10

2019中国物业服务百强企业经营绩效TOP10

序号	企业名称
1	碧桂园服务控股有限公司
2	万科物业发展股份有限公司
3	龙湖物业服务集团有限公司
4	绿城物业服务集团有限公司
5	雅居乐雅生活服务股份有限公司
6	中海物业集团有限公司
7	深圳市金地物业管理有限公司
8	金科物业服务集团有限公司
9	保利物业发展股份有限公司
10	幸福基业物业服务服务有限公司

经营绩效 TOP10 企业 2018 年营收与净利润实现新一轮增长，充分彰显其竞争优势。经营绩效 TOP10 企业积极围绕业主生活需求的变化调整服务供给，全面升级社区服务，通过开展多元业务方便业主生活，为企业创收。

(1) 加大多元业务开展力度，推动营收与净利润再创新高

表3：经营绩效TOP10企业指标对比情况

指标名称	单位	经营绩效TOP10	百强企业	倍数
营业收入均值	万元	479087.80	88617.51	5.41
净利润均值	万元	47823.74	7221.40	6.62
基础服务收入均值	万元	380663.45	71326.86	5.34
多种经营收入均值	万元	98424.35	17290.65	5.69
营业成本均值	万元	364520.73	67743.08	5.38

2018 年，经营绩效 TOP10 企业营业收入均值达 47.91 亿元，是百强企业的 5.41 倍；净利润均值是 4.78 亿元，是百强企业的 6.62 倍。其中，物业基础服务收入均值为 38.07 亿元，收入贡献度为 79.46%，多种经营收入均值为 9.84 亿元，收入贡献度达 20.54%。

(2) 借助新技术降低服务成本，加速创新提升企业绩效

经营绩效 TOP10 企业 2018 年营业成本均值是 36.45 亿元，营业成本率为 72.87%，低于同期百强企业 3.57 个百分点。TOP10 企业通过加大基础物业服务自动化、信息化、智能化投入，对设备设

施进行全面技术改造升级，有效降低基础物业服务成本。如碧桂园服务独立研发的设备设施智能化管理系统（IRBA）实现设备实时监测及预测性维修保养，取代传统繁重人工抄表与巡检工作，大幅降低人工巡检成本，2018年碧桂园服务营业成本率同比降低4.26个百分点，降本增效的结果显现。

4. 2019 中国物业服务百强服务质量领先企业

2019中国物业服务百强服务质量领先企业

企业名称	企业名称
深圳市金地物业管理有限公司	鲁能物业服务服务有限公司
绿城物业服务集团有限公司	广州市宁骏物业管理有限公司
万科物业发展股份有限公司	幸福基业物业服务服务有限公司
龙湖物业服务集团有限公司	中化金茂物业管理（北京）有限公司
金科物业服务集团有限公司	北京金融街物业管理有限责任公司
恒大金碧物业（金碧物业有限公司）	上海高地物业管理有限公司
雅居乐雅生活服务股份有限公司	万象美物业管理有限公司
广州市时代物业管理有限公司	第一物业（北京）股份有限公司
碧桂园服务控股有限公司	阳光城物业服务（福建）有限公司
华润物业科技服务有限公司	浙江绿升物业服务服务有限公司
北京首开鸿城实业有限公司	南京朗诗物业管理有限公司

服务质量领先企业依托标准化建设，加大基础物业外包力度，全面提升服务质量，同时不断完善人才结构，培养具备专业技能和服务精神的人才队伍，赢得业主和社会的认可。

（1） 依托标准化、精细化管理，彰显服务品质

服务质量领先企业注重精细化管理及标准化建设，通过建立和不断完善服务体系，在实现内部高效管理、提升服务水平的同时，向外部输出高品质服务。第一物业持续推进标准化建设工作，截至2018年底，第一物业拥有30份标准化任务书，建立了1200份标准化指导文件。高地物业完善标准化建设，陆续发布26项规范及操作指引，内容覆盖项目前期定位、现场服务、后期管理、职能管理等全方位内容，强化信息传递的及时性。

（2） 加大基础物业外包力度，打造专业化优质服务

服务质量领先企业坚持将基础业务外包，充分利用外包公司在特定领域的服务优势，通过专业化来提升品质。2018年，服务质量领先企业的外包人数均值为11463万人，是百强外包人数均值的4.87倍。从基础业务外包项目占总项目比例来看，清洁业务、绿化业务、设备维修保养及秩序维护分别为77.26%、66.86%、43.05%和46.13%，均高于百强外包项目占比。同时，企业加强过程管控，通过现场抽查等措施保证外包业务质量。

(3) 人才结构优势凸显，有效保障企业服务质量

服务质量领先企业高度重视员工的职业发展，从人才结构来看，2018年，本科以上员工数均值为2568人，占总人数的比重12.41%，高于百强企业本科以上员工数占比（10.46%），人才结构优化有效保障企业的服务质量。

从人才发展来看，企业开展各类培训计划，从体制创新和技术创新双线出发，提升物业人才的专业技能。如幸福基业物业成立幸福E学院线上学习平台，线上学习、线下培养双轨道并行，打破员工学习在时间和空间上的限制，线上线下一齐发力，让员工可以更快成长。

5. 2019 中国物业服务百强满意度领先企业

2019中国物业服务百强满意度领先企业

企业名称	企业名称
绿城物业服务集团有限公司	浙江开元物业管理股份有限公司
万科物业发展股份有限公司	广州方圆现代生活服务股份有限公司
中海物业集团有限公司	鲁能物业服务集团有限公司
长城物业集团股份有限公司	重庆爱普物业管理有限公司
碧桂园服务控股有限公司	南京银城物业服务集团有限公司
保利物业发展股份有限公司	上海高地物业管理有限公司
北京首开鸿城实业有限公司	重庆加州物业服务集团有限公司
雅居乐雅生活服务股份有限公司	正荣物业服务集团有限公司
珠海华发物业管理服务有限公司	青岛海尔地产服务有限公司
云南俊发物业服务集团有限公司	葛洲坝物业管理有限公司

满意度领先企业重视业主需求，提供优质服务，并在服务过程中始终“以人为本”，打造有温度的社区，提升业主幸福感与满意度。

(1) 收缴率超过95%，服务获得业主认可

满意度领先企业提供优质优价的物业服务，物业服务费及其收缴率一直保持领先。2019满意度领先企业物业服务费均值为5.04元/m²/月，是百强企业平均物业费1.19倍，收缴率均值为95.91%，高于百强企业2.16个百分点，业主对于服务费的准时缴纳也反映出对满意度领先企业的高度认可。

(2) 以人为本打造有温度社区，实现满意度持续提升

满意度领先企业以人为本用心守护，从细节着手，以个性化、人性化的服务理念推出细致入微的特色服务，助力业主粘度和满意度不断提升。海尔地产物业秉承“真情服务到您家”的服务理念，

以“人单合一”为导向不断升级“网格化管家五心服务”模式，通过交互能力创建触点网络生态圈，实现服务场景体验迭代升级，创造用户价值。俊发物业打造了“向日葵金服务”“化蝶计划”两大金牌服务体系，通过“有温度的服务”，全方位为客户营造幸福体验，2018年俊发物业累计收到业主508面感谢锦旗、296封感谢信。

6. 2019 中国物业服务年度社会责任感企业

2019中国物业服务年度社会责任感企业

序号	企业名称
1	北京首开鸿城实业有限公司
2	保利物业发展股份有限公司
3	绿城物业服务集团有限公司
4	华润物业科技服务有限公司
5	广州奥园物业服务有限公司
6	中天城投集团物业管理有限公司
7	厦门联发（集团）物业服务有限公司
8	长沙市长房物业管理有限公司
9	中冶置业集团物业服务有限公司
10	江苏中南物业服务有限公司

社会责任感企业通过完善保障房管理机制、积极履行纳税义务、解决就业、踊跃响应国家政策等多项措施，为社会贡献力量，促进社会和谐发展。

（1）勇于承担社会责任，持续提升保障房服务规模

社会责任感企业持续加大保障房服务规模，均值达450.45万平方米，是百强企业均值的6.28倍。顺应国家大力发展保障性住房的政策方向，首开物业积极履行社会责任，先后接管燕保·京原家园、中晟新城等多个整建制公租房项目，为首都保障性住房物业管理贡献了重要力量。

（2）广泛吸纳就业，促社会和谐稳定

社会责任感企业2018年提供就业岗位数量均值为10512个，是百强企业均值的1.98倍。企业在解决低学历人员、下岗待业人员、转业军人以及农村务工人员等的就业问题方面做出了突出贡献。截止2018年底，保利物业、绿城服务及华润物业科技提供就业岗位数均超万个，在为社会就业困难群

体创造工作机会方面发挥了重要的作用。

(3) 依法履行纳税义务，积极响应国家扶贫政策

基于企业自身发展和社会整体利益，社会责任感企业2018年纳税均值11939.99万元，是百强企业均值的2.43倍。社会责任感企业积极投身公益，践行企业责任。保利物业联合保利集团，落地贫困县帮扶计划，定向招收贫困毕业生，组成“保利星火班”，对其进行免费的职业教育培训，在符合行业标准和公司规定的前提下，尽可能提供就业上岗便利，努力实现“一人就业，全家脱贫”。

7. 2019 中国物业管理行业市场化运营领先企业

2019中国物业管理行业市场化运营领先企业

序号	企业名称
1	长城物业集团股份有限公司
2	港联不动产服务（中国）股份有限公司
3	重庆新大正物业集团股份有限公司
4	浙江开元物业管理股份有限公司
5	山东省诚信行物业管理有限公司
6	浙江绿升物业服务有限公司
7	北京中水物业管理有限公司
8	南京银城物业服务有限公司
9	北京万通鼎安国际物业服务有限公司
10	乐生活智慧社区服务集团股份有限公司

市场化运营领先企业整合自身品牌和资源优势，通过股权合作、战略联盟等模式，积极拓展优质项目，推动企业规模快速增长。绿升服务坚守价值之道，秉承“幸福人居，携手共处”的发展理念，通过股权、战略合作等多元化的发展模式，市场化运营优势突出，实现年均40%的规模增长。

同时，市场化运营领先企业通过技术赋能，创新和升级服务模式，不断强化市场拓展能力。新大正物业打造“升级基础物业服务+延展公共资源与资产管理+利用大数据创新业务”的运营模式，承接公众、医院、学校等多种服务业态，积极开拓全国市场，在市场化运营方面处于行业领先地位。开元物业以中高端多业态兼容的城市运营服务定位，以价格合理、品牌优秀、服务称心的高性价比特色，形成高度市场化发展，非关联业务达95%以上。

8. 2019 中国专项物业服务优秀企业

2019中国专项物业服务优秀企业

商业物业管理	
港联不动产服务（中国）股份有限公司	深圳历思联行物业管理有限公司
大悦城控股·中粮地产集团（深圳）物业管理有限公司	上海丰诚物业管理有限公司
江苏银河物业管理有限公司	深圳星河智善生活股份有限公司
办公物业管理	
北京金融街物业管理有限责任公司	中信泰富（上海）物业管理有限公司
深圳市卓越物业管理股份有限公司	贵州绿地物业管理有限责任公司
楷林物业管理有限公司	上海丰诚物业管理有限公司
中化金茂物业管理（北京）有限公司	浙江新成物业管理有限公司
深圳市金地物业管理有限公司	上海中企物业管理有限公司
山东省诚信行物业管理有限公司	北京金泰物业管理有限公司
阳光恒昌物业服务股份有限公司	善道（杭州）资产管理有限公司
产业园区物业管理	
幸福基业物业服务服务有限公司	北京兴业源物业管理股份有限公司
中节能（杭州）物业管理有限公司	北京电子城物业管理有限公司
重庆海泰管理服务有限公司	上海盈禧物业服务集团有限公司
深圳市国贸物业管理有限公司	深圳星河智善生活股份有限公司
深圳市金地物业管理有限公司	北京鸿坤谷企业运营管理有限公司
医院物业管理	教育物业管理
浙江开元物业管理股份有限公司	苏州市东吴物业管理有限公司
宁波奥克斯物业服务服务有限公司	浙江浙大新宇物业集团有限公司
广东众安康后勤集团有限公司	重庆新大正物业集团股份有限公司
爱玛客服务产业（中国）有限公司	上海生乐物业管理有限公司
北京斯马特物业管理有限公司	上海东方大学城物业管理有限公司

2019 专项物业服务优秀企业以服务为核心，积极把握市场细分领域，凭借自身独特的竞争优势，在各自细分领域中保持领先地位。

(1) 商业物业服务优秀企业持续挖掘顾客与商户的深层次需求，不断优化管理体系，提升商场内部管控，为客户提供优质的商业服务体验。苏宁银河物业深挖商家服务需求，将开发商服务、金融服务、快递服务、仓储服务等多项资产运营与物业服务创新连接，同时引入苏宁金融支付、苏宁无人店等成熟资源，形成苏宁银河物业独特的商业物业管理优势。大悦城控股打造大悦城、大悦春风里、祥云小镇三条产品线，以年轻中产、成熟中产为核心客群，通过创新线下场景体验和大数据系统，实现精细化运营，现已在全国 10 余个城市布局，在运营、在建项目总数超 20 个。

(2) **办公物业服务优秀企业倡导绿色可持续发展降低企业运营成本投入,注重配套多样化服务,并将科技化、人性化、绿色化视为主要发展方向。**新成物业坚持以高品质服务作为立足的根本点,以承接企业、事业智能化办公研发大楼为主营方向,以“细节成就品牌,服务改变生活”为服务理念,按照“精细管理,品质服务”的模式,抓管理,树形象。善道资管在可持续的办公服务领域深度挖掘企业办公及员工生活的深层次需求,布局“空间”+“社群”的创新服务模式,充分利用楼宇公共空间打造“生活馆”、“健康屋”、“创客汇”等共享空间增值服务载体,更多、更好、更全面的为商务楼宇企业客户打造立体服务场景。

(3) **产业园区物业服务优秀企业以产业集聚为重点,引入管理新手段创新服务路径,延伸服务链条,助力园区内企业高效运营。**中节能物业逐步完善智慧园区管理体系,搭建“节能慧园”APP使物业服务E化,降低办公成本,提升管理效率,为客户提供优质便捷服务,为社会创造绿色和谐园区。重庆海泰多年专注于工业园区服务领域,结合市场和客户的需求,逐步形成以工业物业、通勤车租赁服务及餐饮服务三大专业化服务为主的园区综合服务保障体系,为客户提供专业、周到、卓越的服务。

(4) **医院物业服务优秀企业应用现代科学管理、制度等手段,提供包括医疗仪器维修保养、营养餐等后勤技术服务,为医疗机构保持良好运转状态提供有力保障。**奥克斯物业努力探索医院物业管理市场,围绕“尊享生活,用心服务”的服务理念,以病人安全为首要任务,通过现代科学管理、制度创新等手段,为医院提供舒适、健康的诊疗环境和细致、规范的后勤保洁服务。开元物业以三级甲等医院后勤服务管家的专业化能力,遵循“患者与服务对象至上”的服务理念,紧紧围绕服务行为的规范性、技术的准确性、服务标准的严谨性,致力成为医院物业管理之典范。

(5) **教育物业服务优秀企业通过规范化、标准化、专业化的服务品质,树立教育物业的标杆,竭诚为师生员工营造良好、安全的教学环境。**浙大新宇归纳学校育人的特点,提出校园后勤管理服务“三三”原则,将育人理念贯穿校园后勤服务工作的全过程,开展特色活动,强化教育物业管理育人功能。东吴物业出身高校,熟悉学校教育教学规律,建立起具有学校特色的物业管理模式,为学校的教学、科研提供全方位、高质量的综合性服务。

9. 2019 中国特色物业服务领先企业

2019 中国特色物业服务领先企业

企业名称	特色领域
万科物业发展股份有限公司	企业总部基地
绿城物业服务集团有限公司	智慧园区服务体系
保利物业发展股份有限公司	镇兴中国-公共服务管理
长城物业集团股份有限公司	一应云智慧平台
彩生活服务集团有限公司	智慧社区
恒大金碧物业（金碧物业有限公司）	社区附加值提升
雅居乐雅生活服务股份有限公司	旅游地产物业管理领先品牌
深圳市金地物业管理有限公司	企业总部服务及集团化科技管控平台
龙湖物业服务集团有限公司	智慧物业
华润物业科技服务有限公司	悦+智慧生活服务
四川蓝光嘉宝服务集团股份有限公司	社区品质生活及商业资产运营商
幸福基业物业服务有限公司	产业新城服务
佳兆业物业管理（深圳）有限公司	多元智慧业态
广州市时代物业管理有限公司	品质住宅服务
山东省诚信行物业管理有限公司	国际化
广东康景物业服务服务有限公司	品质住宅智慧社区服务
广州奥园物业服务服务有限公司	智爱生活
深圳市保利物业管理集团有限公司	田丁智慧社区平台
世茂天成物业服务集团有限公司	"Ocean X" 世茂深蓝服务系统
北京金融街物业管理有限责任公司	商务物业服务
广州市宁骏物业管理有限公司	艺术人文智慧社区
上海高地物业管理有限公司	蜂巢服务
浙江开元物业管理股份有限公司	酒店式服务
重庆天骄爱生活服务股份有限公司	商住产一体化
中化金茂物业管理（北京）有限公司	臻管家高端智慧服务
广州方圆现代生活服务股份有限公司	东方管家
江苏中南物业服务服务有限公司	健康 TED 社区生活服务
广州敏捷新生活物业管理有限公司	星服务
汇得行（中国）集团有限公司	高端商务服务运营商
广州和融物业管理有限公司	管家服务专业化
北京首欣物业管理有限责任公司	特色餐饮增值服务
河北隆泰物业服务有限责任公司	360度，贴身管家服务
第一物业（北京）股份有限公司	中国绿色科技物业创新企业
浙江绿升物业服务服务有限公司	亲情精智管家
南京朗诗物业管理有限公司	有温度的社区生活引领者
浙江宜居物业管理有限公司	宜居颐养
北京科住物业管理有限公司	科教综合保障服务
北京金辉锦江物业服务服务有限公司	科技+人文
山东绿地泉物业服务服务有限公司	山东本土物业服务百强企业满意度领先
浙江金都物业管理有限公司	悦行动服务
阳光壹佰物业发展有限公司	人文社区建设
北京万通鼎安国际物业服务服务有限公司	单一业主服务
辽宁国宾物业管理顾问有限公司	服务品质精专化
北京北大资源物业管理集团有限公司	科创服务
泛海物业管理有限公司	智慧园区数字云物业管理平台
深圳德诚物业服务服务有限公司	高端楼宇服务+智慧安防服务体系
武汉百步亭花园物业管理有限公司	红色物业
浙江港湾物业服务服务有限公司	大后勤服务模式
北京晟邦物业管理有限公司	业主食堂特色增值服务
贵州绿地物业管理有限责任公司	多元化业态服务供应商
新力物业集团有限公司	高端会务（定制）服务专家
湖南中建物业服务服务有限公司	优+生活服务商
北京天诺物业管理有限责任公司	引领胡同物业服务创新发展

2019 中国特色物业服务领先企业始终围绕客户需求，通过多年的发展逐渐形成了自身的服务特色，带动企业在营收方面稳健提升。在 2019 中国物业服务百强企业研究中，研究组通过对服务模式、服务理念、服务体系、服务领域等方面做综合评价，挖掘出一批表现突出的特色物业服务企业。

(1) 围绕智慧社区，以云计算、大数据及人工智能等创新科技赋能，实现社区数字化、线上化、数据化、智慧化。深圳保利物业应用保臻科技，自主研发集“物业 SaaS 系统+田丁 App+田丁云商”为一体赋能物业公司的智慧社区生态系统——田丁智慧社区平台，成为物业管理行业全面解决方案的 SaaS 云平台。雅生活服务借助雅管家社区生活平台，将旅游与社区进行融合，以“结伴邻里”为理念，打造国内特色“社区+物业+旅游”综合服务平台，通过数字化信息达到与消费者之间的无缝交互，引导建立网络化、立体化的旅游生态与消费圈。

(2) 重视加强绿色科技的应用，切实践行绿色管理、节约能源的社会责任。金融街物业推行商务物业服务中植入绿色服务技术，持续开展节能降耗改造工作，打造绿色服务发展体系，有效促进绿色建筑。第一物业专设科技设施中心，成立节能科技研发团队，通过建设绿色物业服务体系和十大绿色科技系统，为业主创造绿色、舒适、节能的生活家园，为行业发展和环境保护做出卓越贡献。

(3) 聚焦社区养老服务，与居民多层次需求实现精准匹配。宜居物业依托集团旗下国家 4A 级梅花洲景区和嘉兴中医院梅花洲养老分院，逐步形成了一个集社区服务、养老关爱、老年医养为一体的“宜居颐养”特色服务体系。金都服务秉承“健康生活幸福家”理念，围绕“创新绿色健康服务，追求美好生活”管理方针，打造“7 乐悦行动”服务体系。

(4) 以高品质服务为前提，以客户满意为服务目标，推广管家服务模式。方圆现代生活因地制宜探索研发现代东方管家服务模式，从各阶段为业主提供悉心服务，售前环节倡导“以人为本”和“定制服务”，售中环节彰显“细致入微”和“周到贴心”，售后环节重视住户软性需求，提供更为人性化的服务。河北隆泰物业以“360 度，贴身管家服务”为核心的服务体系日趋成熟，得到广大业主的信赖，“有事找管家”成为新常态，构建管家岗位胜任力模型，完善管家激励机制，解客户难题、让客户信赖、给客户惊喜、创幸福社区。

10. 2019 中国主要城市物业服务优秀企业

2018 年，全国商品房销售规模再创新高，区域及城市间分化加剧，城市物业服务优秀企业把握热点城市房地产市场带来的机遇，精准研判城市发展潜力，通过聚焦潜力区域，深耕核心城市，并依托自身品牌及产品优势，赢得市场认可，实现了规模的稳步增长。

2019 中国主要城市物业服务优秀企业

北京 TOP10	上海 TOP10	重庆 TOP10	苏州 TOP10	成都 TOP10
首开物业	万科物业	金科服务	万科物业	蓝光嘉宝
长城物业	大华物业	龙湖智慧服务	永旺永乐	万科物业
首欣物业	高地物业	新大正物业	绿城服务	保利物业
金融街物业	永升物业	保利物业	新港物业	华润物业科技
科住物业	新城悦	华宇第一太平戴维斯	永升物业	中铁建物业
乐生活	保利物业	万科物业	金科服务	龙湖智慧服务
中海物业	中海物业	天骄爱生活	物管股份	中海物业
华润物业科技	金地物业	东原物业	新城悦	蜀信物业
首万物业	龙湖智慧服务	华润物业科技	天翔物业	荣盛物业
中铁建物业	世茂天成物业	中海物业	优尼科物业	德商物业
杭州 TOP10	无锡 TOP10	郑州 TOP10	昆明 TOP10	贵阳 TOP10
绿城服务	金科服务	建业新生活	俊发物业	中天物业
万科物业	万科物业	康桥物业	银海物业	花果园城市服务
南都物业	龙湖智慧服务	金科服务	万科物业	碧桂园服务
滨江物业	无锡顺茂物业	万科物业	巨和物业	万科物业
开元物业	绿城服务	绿城服务	鸿园物业	保利物业
中奥物业	开元物业	中海物业	云南城建物业集团	贵州绿地物业
众安物业	新城悦	绿都物业	实力物业	中铁建物业
龙湖智慧服务	阳光壹佰物业	长城物业	云南建投物业	兴隆物业
保利物业	华润物业科技	雅生活服务	中林物业	金碧物业
宋都物业	长城物业	亚新物业	云南城投物业	贵阳世纪城物业

金科服务持续深耕重庆，凭借对科技物业的探索、坚持十年的邻里文化以及高品质服务标准，并将其独具个性、充满人文关怀的服务模式与不同业态项目结合，持续为业主提供更有质量的居住体验。龙湖智慧服务深耕重庆 22 年，以其高品质、高标准、智能便捷的服务赢得重庆市民信赖，并开全国先河，与政府合作成立城市管理公司，全面参与重庆新型智慧城市的综合服务与运营。东原物业深耕重庆 16 年，秉承“为幸福多做一点”的服务理念，立足物业全生命周期，为业主提供细致、周全、贴心、高效的服务。保利物业、华润物业科技入渝多年，始终以客户体验为核心，坚持品质给城市更多改变。华宇第一太平戴维斯，扎根重庆五大功能区，紧跟城市发展节奏，精准把握重庆市民服务需求，并结合本土优势与国际经验，为重庆业主提供优质卓越的 5C 钻石服务，与城市共成长。

以昆明、贵阳等为代表的城市，房地产体量较大，也成为许多物业服务企业的主战场。俊发物业秉持“一切从客户需求出发”的服务理念，凭借“两大金牌服务体系、8 大核心服务 52 条标准”，

全方位为客户营造幸福体验，连续八年云南市场占有率第一。实力物业深耕昆明，以专业、严谨、创新的态度不断提升小区管理品质，循序渐进，完成了云南地区的立足和规模化发展。鸿园物业围绕电力系统项目打造核心竞争力，建立起了一套完善的物业服务标准及管理模式，受到广大客户群体的赞赏。花果园城市服务集团运用先进的科技手段和模式，开启“花果园智慧城市”的建设，从智慧交通、智慧消防、智慧安防、智慧医疗、智慧教育、智慧信息、智慧商业等七大板块入手，构建基于新型智慧城市体系下的和谐社区，全面提高花果园物业服务效率。

除了以北京、上海、重庆等热点城市作为布局重点以外，部分物业服务企业密切关注一些具有较大发展潜力的三四线城市的市场机遇，针对这些城市物业管理市场的需求特点，提供差异化优质服务，不断巩固在区域内的行业领先地位。祥生物业深耕诸暨和泰兴市场多年，以高品质的服务和良好的品牌影响力，在当地拥有较高的市场地位，服务规模市场占有率均在 30% 以上，成为诸暨和泰兴物业服务十强企业之一。鸿翔物业引入国际先进物业管理理念，以“诚信、致善、精细、和谐”为服务理念，服务海宁市数十个项目包括香樟里、鸿翔大厦等，成为海宁物业服务十强企业之一。

第六部分 结 语

2019 年是新中国成立 70 周年，也是决胜全面建成小康社会的关键之年，今年的两会更加注重民生问题，强调“要增强人民群众的获得感、幸福感、安全感”，这与物业服务企业的理念不谋而合。百强企业积极贯彻国家方针政策，全面提升服务质量，创新服务理念，做好物的管理，也重视对人的服务，持续为建设人民美好生活赋能。管理规模方面，百强企业兼顾当下与未来发展，以兄弟开发企业助力与市场拓展为主，理性并购高效辅助，多举措加快拓展管理面积、充实项目储备，竞争格局持续分化。经营绩效方面，百强企业继续夯实主业，理性发展增值服务，营业收入持续增长，多种经营业务对利润的贡献不断提升；通过技术创新与适度加大外包比例，有效对冲成本压力，带动营业成本率下降。服务质量方面，围绕业主的美好生活需求，百强企业借助技术创新、聚焦社区增值服务，以专业、专注、高效的服务，赢得业主较高的满意度，物业费收缴率、续约率连续多年稳居高位。社会责任方面，百强企业广泛吸纳社会就业、扩大保障房管理面积，促进社会和谐稳定，同时依法履行纳税义务、积极投身公益，用实际行动践行社会责任。

在物业管理行业高速发展的新阶段，百强企业始终坚守追求高质量服务和为业主带来更好服务体验的初心，专注于做好服务，持续提升业主幸福指数。此外，伴随行业的资本觉醒，百强企业积极拥抱资本市场，充分利用资本加快兼并收购、加强智能化建设、拓展增值服务，为企业发展赋能，助力企业持续创造更大价值，进而推动行业价值重塑。展望未来，资本将在行业发展中发挥更大力量，大数据、人工智能、物联网、云计算等先进的信息技术，会助力行业焕发出更高的能效和更强的活力，百强企业也将在行业快速发展轨道上实现更多量与质的变化，引领整个行业发展。

专题：做有价值的物业服务企业

目前，物业管理行业进入价值重估新时代，如何成为高价值物业服务企业，成为企业聚焦的新课题。为此，我们一方面梳理资本模式下高价值物业服务企业的特点，另一方面，通过深入探究国内外标杆企业的业务模式，借鉴其成功经验，为国内物业服务价值提升提供参考。

一、资本眼中的高价值企业：规模大、盈利稳、成长好

1. 资本价值持续彰显，市值超百亿企业达 4 家

在地产迈入“存量”时代之时，物业管理行业迎来快速发展新时期，其作为开启社区生态商业模式的引导者，日益获得资本市场的垂青。现今，龙头企业不断入局，聚焦港股市场，借助资本红利，重塑自身价值。截至目前，物业服务企业成功登陆 A 股市场共 1 家、港股市场共 13 家、新三板市场共 50 家，另外蓝光嘉宝、和泓物业等越来越多的企业正在厉兵秣马，奔赴资本战场。值得注意的是，随着资本市场对物业板块日渐青睐，大部分企业资本表现明显优于大盘走势，行业价值凸显。

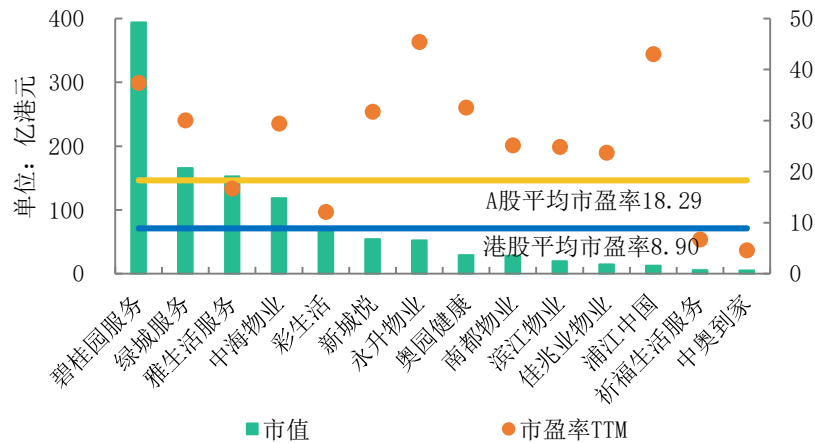


图 1：港股/A 股上市物业服务企业市值、市盈率情况（数据截至 2019 年 5 月 17 日）

截至 2019 年 5 月 17 日收盘，在港股和 A 股上市的 14 家企业中，有 4 家市值超过百亿港元，其中碧桂园服务以 393.91 亿港元独占鳌头，绿城服务、雅生活服务、中海物业分别为 165.83 亿港元、152.80 亿港元、118.33 亿港元；另外，绝大多数上市企业的市盈率高于港股主板平均市盈率（8.90 倍）和 A 股平均市盈率（18.29 倍），其中永升物业以 45.40 倍的市盈率先其他企业。

2. 规模筑基、效益为本，不同层级企业资本表现分化

物业服务企业以其轻资产、快周转、现金流稳定等属性日益获得投资者青睐，凭借显著的管理规模、较高的盈利水平、良好的成长性等业绩表现，持续获得资本市场的高度关注。

(1) 五家企业管理面积破亿，规模显著者更获资本青睐

对于物业管理行业，规模化发展是王道，是业绩稳定的重要保障，更是盈利增长的基础，因此，规模效应凸显的龙头企业更能赢得资本市场瞩目。

分层级来看，碧桂园服务、绿城服务、雅生活服务、中海物业和彩生活 2018 年在管面积已经步入亿级水平，资本市场表现尤为突出。其中，彩生活聚焦平台输出，在管面积以 3.63 亿平方米遥遥领先于其他企业，资本市场表现不俗；碧桂园服务背靠强劲的兄弟开发企业，实现管理面积 1.82 亿平方米，以 393.91 亿港元市值领跑行业；绿城服务持续保持高速的市场化进程，2018 年在管面积达 1.70 亿平方米，市值为 166 亿港元，稳居第二位。

其次，规模位于 4000 万-6000 万平方米的中型企业，市值处于资本市场中间水平。新城悦和永升物业 2018 年在管面积均在 4000 万平米左右，根据 2019 年 5 月 17 日数据显示，市值分别为 54.45 亿港元、52.08 亿港元，市盈率分别以 31.72、45.40 领跑大盘均值（8.90），表明投资者对企业未来发展充满信心和期待。

最后，管理规模处于 3000 万平米以下的企业，从资本市场数据上看，市值、市盈率在行业中处于较低水平，未来还需进一步加速扩张规模，才能获得资本关注。

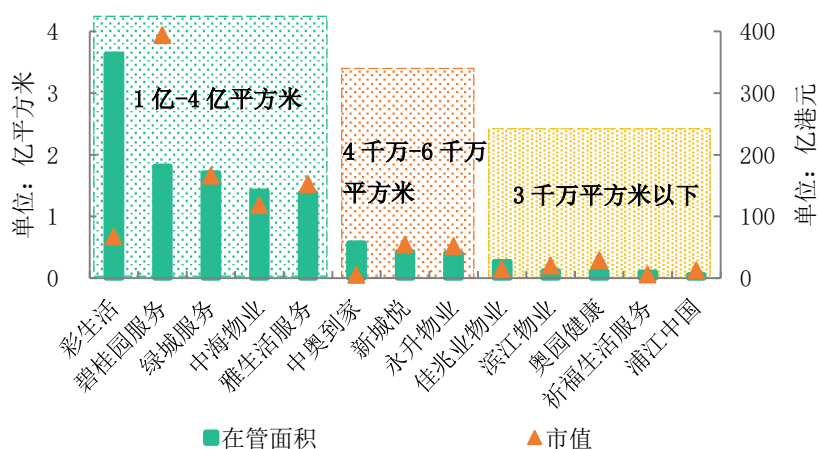


图 2：港股上市物业服务企业 2018 年管理面积与市值对比（市值数据截至 2019 年 5 月 17 日）

(2) 高盈利提升估值水平，营收超 30 亿港元的企业市值领先

经营业绩较好的物业服务企业，在资本市场中获得更高估值。

分层级来看，2018 年营业收入破 30 亿的上市物业服务企业共 5 家，其中绿城服务、碧桂园服务、中海物业基于规模优势，保持较高的营收水平，2018 年营收分别为 67.10 亿元、46.75 亿元、36.47 亿元，资本表现位居前列；雅生活服务以多元化业务结构，快速增长的增值服务收益，促进企业 2018 年实现净利润 8.11 亿元，市值达 152.80 亿港元，位居港股企业第三位。

另外，营收在 10 亿-20 亿元的企业，新城悦、永升物业 2018 年净利润均突破 1 亿元，估值水平位于中等，市盈率与其他企业相比较为突出，未来发展值得期待。

最后，营收在 10 亿元以下的企业中，一般规模较小的企业其营业收入和净利润也相对较小，业绩增长处于低速水平，在资本市场竞争中，估值表现相对平庸，未来还需加速提升企业盈利能力。

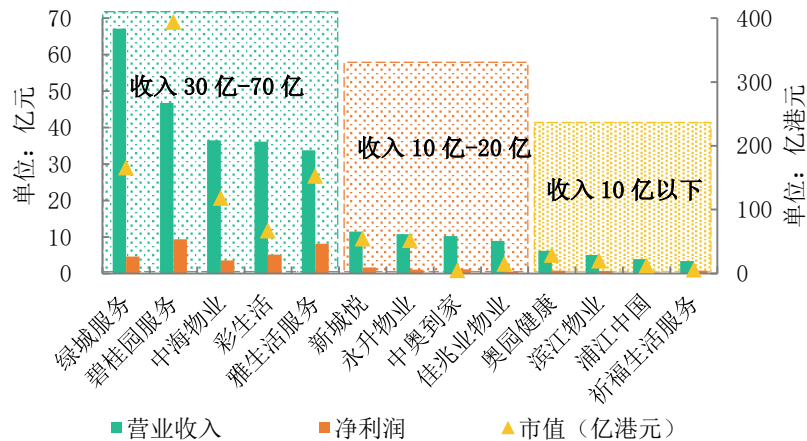


图 3：港股上市物业服务企业 2018 年经营绩效情况分析（市值数据截至 2019 年 5 月 17 日）

(3) 良好成长性昭示可持续发展，储备充足的企业资本价值凸显

高成长性企业具备未来业绩确定性和发展可持续性，成为吸引资本市场另一关键性因素。

首先，具有兄弟开发商背景的物业服务企业，可以将开发商的项目资源，间接转换成自身未来清晰明确的在管规模，使得企业管理规模具备良好成长性，投资价值不言而喻。具体来看，2018 年，碧桂园服务、中海物业、新城悦的兄弟开发公司销售面积均超过 1500 万平方米，使物业服务企业具有高成长性，资本市场表现良好。

其次，部分优秀企业凭借自身能力，积极参与市场化拓展，同样获得资本青睐，永升物业 2018



年市场化管理规模比例为 63.62%，市盈率以 45.40 倍位于港股上市企业首位。

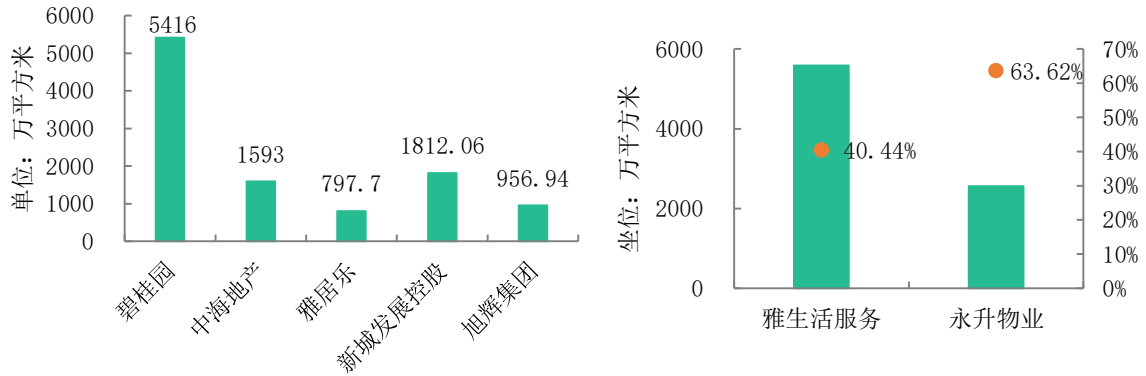


图 4：2018 年部分港股上市物业服务企业的兄弟开发商销售面积（左）和市场化拓展（右）情况

此外，储备面积、营收和净利润增速较为突出的企业，其市值、市盈率大部分保持较高水平，符合资本市场偏爱高成长性企业的投资逻辑。具体来看，港股上市企业市值超过百亿港元的 4 家企业中有 3 家（碧桂园服务、绿城服务、彩生活）2018 年的储备面积超过 1.9 亿平方米，另外碧桂园服务、雅生活服务净利润同比增速分别为 112.10%、170.11%，其强劲的成长速度赢得资本市场偏爱；除头部企业外，中部企业如新城悦、永升物业经营成长性保持良好水平，2018 年净利润同比增速分别为 77.89%、31.14%，位于港股上市企业中等水平，与其资本市场表现相得益彰。

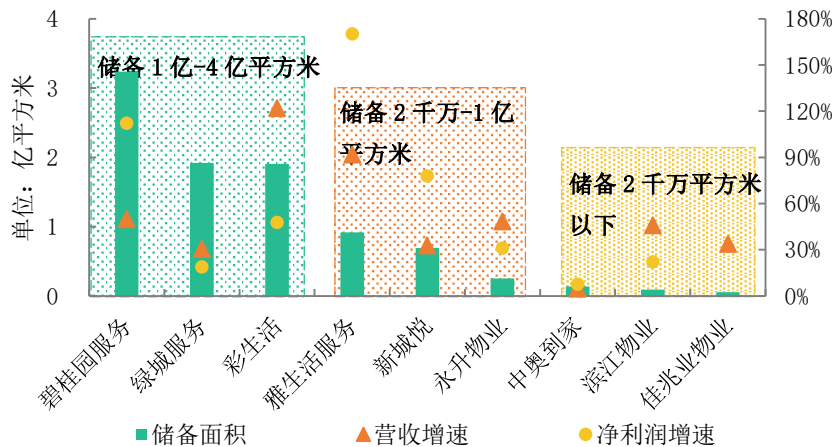


图 5：部分港股上市物业服务企业 2018 年成长性指标分析

综上所述，资本市场对物业服务企业的投资逻辑主要为规模庞大、盈利能力强、成长性高三个关键因素。未来，物业服务企业应持续扩大管理规模，延伸多元增值服务以提升盈利空间，保障业绩可持续增长，进而实现更高资本溢价。

二、借鉴：多元促规模、服务树品质，成就世界物业服务企业标杆

1. 五大行业务各有千秋，多元蓄势创收增益

仲量联行（JLL）、戴德梁行（CWK）、第一太平戴维斯（Savills）、世邦魏理仕（CBRE）、高力国际（CIGI）作为物业管理行业的标杆，是不依附于任何地产开发商、完全独立的物业服务企业，国内物业服务企业可通过学习借鉴五大行的优秀经验，联动企业的自身资源及经验，向产业链上下游进行渗透，挖掘企业自身价值，拓宽收入渠道。

(1) 不断布局经济增长高地，亚太地区平均占比近两成

表 1：五大行概况

企业名称	创立时间	总部	上市地点	大中华区 ¹ 业务情况
仲量联行	1783 年	美国芝加哥	纽约交易所	1973 年，在香港设立第一间办事处；1994 年 9 月在上海设立中国大陆首个分公司
戴德梁行	1784 年	英国伦敦	纽约交易所	1993 年成立上海分公司，目前大中华区共 20 家分公司
第一太平戴维斯	1855 年	英国伦敦	伦敦交易所	1995 年进入中国，通过全中国 17 家分公司为客户提供综合性的地产服务
世邦魏理仕	1906 年	美国洛杉矶	纽约交易所	1978 年，在香港设立办事处；1988 年，在中国大陆开展业务
高力国际	1976 年	美国西雅图	纳斯达克交易所和多伦多交易所	1989 年，进入中国市场；1992 年，联合中国中信股份有限公司（CITIC）在北京设立房地产服务合资公司；1994 年，在上海设立外商独资企业

在全球业务布局过程中，亚太地区是五大行开启全球扩张步伐的重要区域。从收入规模来看，仲量联行、世邦魏理仕及戴德梁行亚太地区营业收入均超 10 亿美元，业绩表现优异；第一太平戴维斯及高力国际营业收入暂不足 10 亿美元，收入规模仍有上升潜力。

仲量联行亚太地区业务集中于大中华区、澳大利亚和新加坡等 16 个地区，2018 年，公司亚太地区营业收入为 32.49 亿美元，较上年同期增长 8.02%，占总收入的 19.91%，其中，大中华区及澳大利亚的收入占亚太地区收入的比重分别为 32%和 28%；此外，公司 66.44%的收入来源于物业及设施

¹ 大中华区：又称大中华地区，包含中国大陆、中国香港、中国澳门以及中国台湾地区及其附属岛屿地区。

管理业务。自 2016 年底以来，世邦魏理仕在亚太地区的房地产租赁和投资市场业务一直较为活跃，其业务已遍布大中华区、日本、新加坡等 20 个地区，总体来看，亚太地区 2018 年创收达 22.08 亿美元，占总收入的 10.34%。戴德梁行的业务主要集中在亚太地区，2018 年，亚太地区的总体收入近 15 亿美元，较上年增加 3500 万美元。

第一太平戴维斯业务覆盖亚太区的澳大利亚、大中华区、日本、韩国、泰国和越南等众多地区市场，其中，在中国设立 17 家分公司为客户提供综合的地产咨询服务，公司 2018 年亚太地区收入额为 7.46 亿美元，占总收入的 33.35%；中国大陆以及香港业务的快速发展是高力国际亚太地区营收增长的主要推动力，2018 年，公司亚太地区收入总额为 5.28 亿美元，同比增长 6.48%，占总收入的 18.70%。

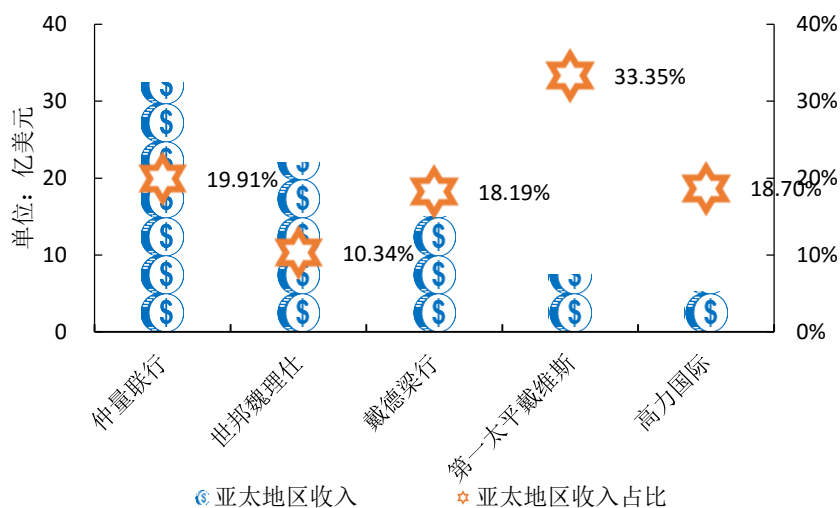


图 6：五大行 2018 年亚太地区营业收入情况²

(2) 构建房地产全服务业务体系，深挖产业链价值

得益于市场份额提升和企业内部管理软硬件的升级，五大行营收业绩表现斐然。2018 年，五大行的营收规模可以划分为三个梯队，第一梯队为营收规模超百亿级美元的世邦魏理仕和仲量联行，营业收入分别为 213.40 亿美元、163.18 亿美元；第二梯队为营收近百亿美元的戴德梁行，2018 年营业收入达 82.20 亿美元，同比增速在五大行中居首位，达 18.72%；第三梯队为高力国际以及第一太平戴维斯，营收在三十亿美元内，分别为 28.25 亿美元和 22.36 亿美元。

²第一太平戴维斯相关披露数据以英镑计算，按照 1 英镑=1.26952 美元换算，相关数据均按此汇率进行换算。

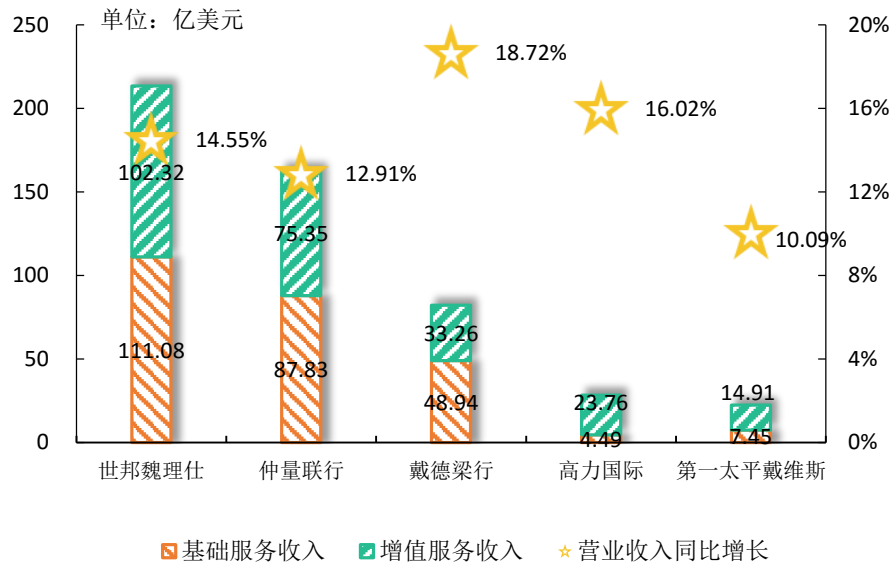


图 7：五大行 2018 年营业收入占比及同比增速³

五大行根据投资者、企业等不同客户的特质和需求，提供办公场所、工业、零售、住宅等从单一设施管理到承包场地的物业管理服务，力求最大投资回报。

世邦魏理仕合理控制运营成本，提升资产价值，2018 年基础服务收入高达 111.08 亿美元，收入贡献占比 52.02%。仲量联行致力于管控成本、提高入住率和租户满意度，2018 年，基础服务创收 87.83 亿美元，对总收入的贡献度为 53.82%，为约 32 亿平方英尺的房屋提供现场物业管理服务。戴德梁行在提升基础服务的同时，关注房屋资产的潜在价值，为客户提供设施管理及资产管理的综合解决方案，公司 2018 年实现基础服务收入 48.94 亿美元，占比 59.54%。第一太平戴维斯受益于欧洲及中东地区的并购活动及与英国签订“Broadgate Estates”合同等有利因素，2018 年基础服务收入同比增长 14.36%至 7.45 亿美元，在总收入中贡献度达 33.32%。五大行发展差异化业务，加强各业务联动性，充分挖掘产业链中的价值，拓宽企业收入渠道。

³ 1. 由于戴德梁行与高纬环球合并成为最大的私人房地产服务商，因此图中戴德梁行为合并后数据。

2. 基础服务收入:基础服务收入对应五大行的“物业及设备管理业务”，指为物业业主提供办公室、工业、零售、多户住宅及专业物业的现场管理服务。

3. 增值服务收入:包含租赁、资本市场业务、估值、投资管理、顾问咨询等业务

表 2：五大行主要增值服务业务构成

企业名称	业务名称	营业收入 (亿美元)	收入占比	总营业收入 (亿美元)
世邦魏理仕	租赁服务	33.76	15.82%	213.40
	咨询服务	30.41	14.25%	
	金融服务	24.56	11.51%	
仲量联行	咨询服务	26.69	16.36%	163.18
	租赁服务	23.72	14.54%	
	金融服务	11.45	7.02%	
戴德梁行	租赁服务	19.21	23.37%	82.20
	金融服务	9.60	11.68%	
高力国际	租赁服务	16.85	59.64%	28.25
	咨询服务	3.23	11.43%	
第一太平戴维斯	租赁与金融服务	10.33	46.18%	22.36
	咨询服务	3.74	16.71%	

➤ 租赁服务：高力国际近六成收入来自租赁业务

五大行的租赁服务主要分为业主租赁代理及租户代理两类服务，业主租赁代理服务：依据市场对办公楼、工业、零售、住宅的研究及变化趋势，为客户制定吸引高质量租户的营销战略，确定最佳租金水平，为客户未来市场扩张和资产长期增值提供方案；租户代理服务：在了解企业具体业务和租用需求的基础上，利用五大行自身在本地房地产市场的资源，为租户提供服务。

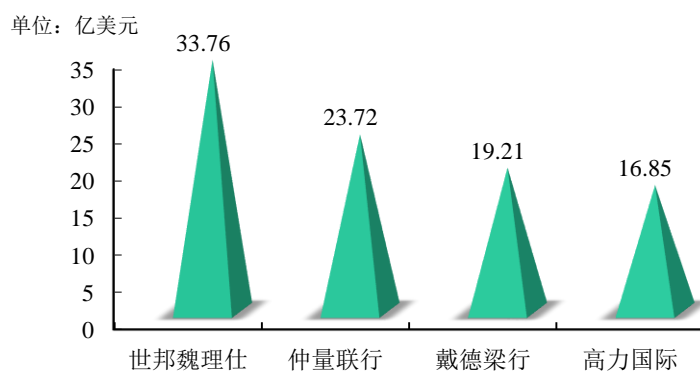


图 8：五大行部分租赁服务收入

世邦魏理仕为业主、投资者及租户提供关于办公室、工业和零售空间租赁的战略性和实施，

2018 年，公司创收 33.76 亿美元，其中，美国租赁业务收入 66%来自原有客户群体；仲量联行凭借紧密的客户关系带动收入的增长，2018 年，公司租赁服务营业收入 23.72 亿美元，占总收入的 14.54%；戴德梁行特设代理、房东租赁平台，提供财产的具体方案，最大限度地帮助房东提高出租率，2018 年，公司租赁服务收入达 19.21 亿美元，同比增长 16.35%，其中，美洲区域业务收入 14.82 亿美元，占比 77.03%，贡献率最高；高力国际主要提供销售及租赁业务，涉及业主代理、租户代理、资本市场和投资服务领域，2018 年，完成 5.3 万宗交易，交易总额达 1100 亿美元，收入占比近 60%，是公司的主要收入来源。

➤ 咨询服务：世邦魏理仕收入超 30 亿美元

企业利用行业知识及经验，根据当前的市场趋势，为客户提供在商业、住宅、休闲等领域的咨询服务，帮助客户解决在房地产方面的需求。

世邦魏理仕为房地产持有者及使用者提供包括设施管理、项目管理、交易管理等咨询服务，2018 年，咨询服务收入总额为 30.41 亿美元，占营业收入比重 14.25%；仲量联行利用采购策略及工程经验，为客户项目管理出谋划策，以期带来企业或投资者资产价值最大化，公司咨询服务 2018 年创收 26.69 亿美元，占总收入的 16.36%；高力国际为客户提供持续化战略建议，确保实现客户房地产价值增值目标，2018 年，公司咨询服务收入 3.23 亿美元，在总收入中占比 11.43%；第一太平戴维斯针对客户提供包括估价、建筑和住房咨询、环境咨询等服务，2018 年，咨询服务收入达 3.74 亿美元，在总收入中占比 16.71%。

➤ 金融服务：世邦魏理仕收入近 25 亿美元，居五大行之首

五大行在全球范围内为客户提供资产买卖服务，同时，提供私募股权配售、投资组合咨询和商业贷款等金融服务，为客户资产买卖提供支持和便利。

世邦魏理仕提供房地产销售、抵押等金融服务，此外，为加强客户关系，公司还提供专项研究、商业房地产市场信息等服务，2018 年，金融服务收入为 24.56 亿美元，贡献率达 11.51%；仲量联行主要提供企业并购、实体咨询等金融业务以及资产交易、股权交易等资产买卖业务，其业务的全球化布局为资产跨国交易提供有力支持，公司 2018 年金融服务实现营业收入 11.45 亿美元，在全球资本市场促成近 1790 亿美元交易；戴德梁行为客户提供资产、投资组合和实体企业层面的融资产品，

为有出售或购买投资级房产或投资组合意向的投资者提供全球交易解决方案，2018 年创收 9.60 亿美元，营收占比 11.68%，是公司的第三大收入来源。

总体来看，五大行在发展过程中，呈现出向产业链上下游渗透的态势，实现业务多元化发展，进而在房地产相关领域形成全方位的服务体系。国内的物业服务企业可以利用企业自身资源及经验，延伸业务链到整个房地产生命周期，挖掘全产业链价值，拓宽收入渠道。

2. FSV 多举措扩大基础服务规模，品牌效应助推增值服务

作为北美物业行业领先者，First Service Corporation（以下简称“FSV”）由北美最大的住宅物业服务企业 First Service 分拆而来，总部位于加拿大多伦多，2015 年在纳斯达克上市，公司由住宅（First Service Residential）和品牌（First Service Brands）两大分部组成，其中，住宅分部是北美最大的住宅社区平台管理商，品牌分部是北美最大的拥有独立品牌特许经营体系的物业服务供应商之一。

（1）北美物业管理市场占有率近 6%，营收达 19.31 亿美元

一直以来，FSV 在不断扩大覆盖面，优化配套服务，在夯实传统物业服务的基础上积极开展并扩大多元增值服务产业链，促进企业业绩保持快速增长。具体来看，截至 2018 年底，FSV 已经管理 8500 多个社区，服务超过百万住户，北美物业管理市场份额近 6%；盈利方面，FSV 的营业收入连续多年保持强劲上涨趋势，2018 年营业收入达到 19.31 亿美元，同比增长 13.22%，2014-2018 年均复合增长率达 14.28%，调整后息税折旧摊销前利润达到 1.91 亿美元，同比增速为 17.68%，自 2015 年纳斯达克上市以来，利润增幅出现明显提升，上市当年息税折旧摊销前利润增幅曾达到 37.39%，相比 FSV 的发展情况，国内物业服务企业业绩水平具有较大提升空间。

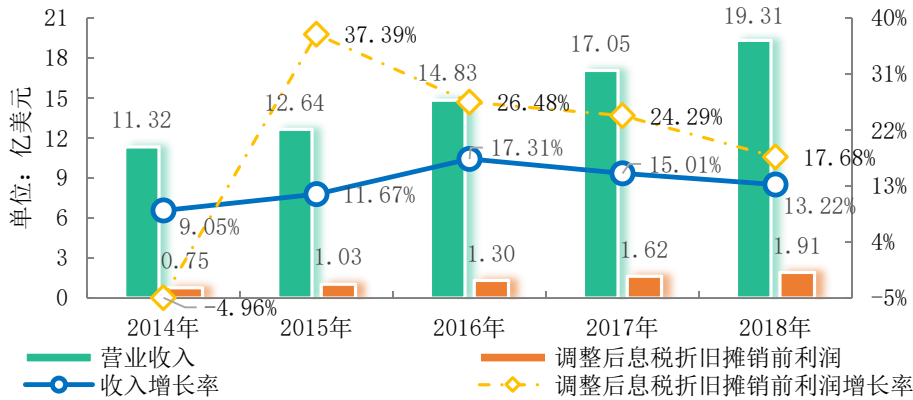


图 9: First Service Corporation 2014-2018 年营业收入及利润增长变化

从资本市场的表现来看, FSV 以稳健增长的经营业绩和持续提升的盈利能力, 得到资本市场的充分肯定, 有效助推企业市值一路上涨。自 2015 年 6 月上市以来, FSV 仅用四年时间便实现市值近三倍的增长, 根据 2019 年 5 月 17 日收盘价, FSV 在多伦多交易所、纳斯达克交易所的市值分别达 44.53 亿美元、33.10 亿美元, 市盈率方面更是表现不俗, 分别为 50.10 和 50.95。

(2) 依托品牌运营切入细分市场, 推动经营业绩强势增长

FSV 通过两大服务平台为客户提供服务, First Service Residential 住宅管理平台, 主要为客户提供基础住宅物业管理服务; First Service Brands 品牌体系, 是公司通过自营、特许经营为客户提供有关房屋保养、美容等一站式解决方案的增值服务平台, 满足客户“一揽子”服务需求。



图 10: First Service Corporate 两大平台的主要业务

➤ First Service Residential 住宅分部：夯实基础服务，收入贡献近 13 亿美元

作为北美地区最大的住宅区管理者, 截至 2018 年 12 月底, First Service Residential (住宅管理平台) 业务覆盖美国 25 个州, 加拿大 3 个省, 服务超千万社区。该部门主要涉及物业基础服务,

另外还提供一系列辅助服务，包括现场建筑工程和维护人员配备，全方位服务的游泳池和设施管理，安保和礼宾以及景观美化，现金管理、其他银行交易相关以及专业财产保险经纪在内的金融服务，能源管理解决方案和咨询服务以及转售处理服务。

FSV 良好的营业收入与较高的利润主要得益于公司区域版图持续扩张带来的规模效应。2018 年，FSV 基础物业服务收入实现 12.55 亿美元，同比增长 6.86%，收入贡献近 65%，基础物业服务的息税折旧摊销前利润为 1.13 亿美元，同比增长 12.90%。在内涵式增长的基础上，FSV 同时积极开展了一系列有计划的收购活动，通过收购其他物业服务企业，不断扩充服务规模，拓展区域市场。2015-2018 年，公司连续开展大规模收购活动，四年共收购美国、加拿大等地的 22 家地方物业服务企业，进一步扩充了管理半径。

➤ **First Service Brands 品牌分部：延伸七大增值服务空间，营收比例达 35%**

First Service Brands（品牌平台）是指 FSV 通过自营和收购方式，建立七大增值服务品牌，为住户提供综合全覆盖的增值服务产业链，其服务内容主要围绕房子保养、美容及房屋功能等方面开展，不仅涵盖房屋修复、绘画和地板设计、安装服务以及家庭存储等关于房屋内部解决方案，另外还延伸至住宅外部的油漆、窗户清洁服务，还包括房屋保险、消防等服务。



图 11: First Service Corporation 七大增值服务品牌

另外，在布局增值业务方面，FSV 一方面主要通过自营、收购方式，扩大业务范围，如收购保险修复品牌 Paul Davis、解决方案品牌 California Closets 以及消防安全服务品牌 Century Fire Protection 等，逐步扩大自身增值服务子品牌系列；另一方面，公司在已建立品牌的基础上，发挥

自身平台整合优势，通过特许经营加盟的方式，快速扩大业务布局，截至 2018 年底，公司已经拥有逾 1900 项特许经营权，通过特许经营的合作模式，FSV 既可以从特许经营商处获得一定收入分成，同时 FSV 的平台和品牌优势可帮助特许经营商获客，促使双方实现互利共赢。

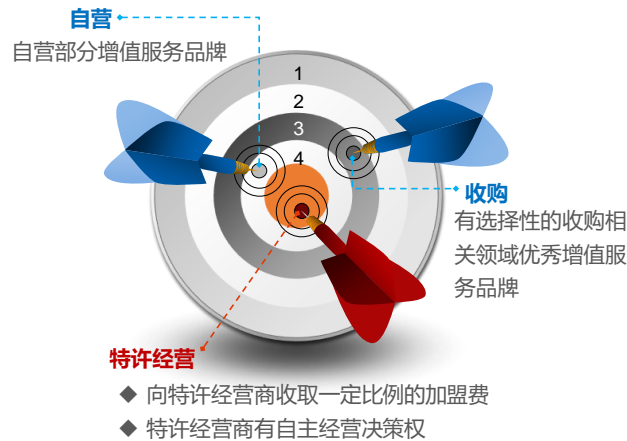


图 12: First Service 增值服务布局方式

FSV 通过七大增值品牌拓展服务边界，切入更多细分市场，满足业主多元化需求的同时，持续促进企业盈利空间的进一步提升。2018 年，FirstService Brands 的营业收入为 6.77 亿美元，同比增长 27.43%，在营业收入中占比约 35%，同比上涨 3.89 个百分点，息税折旧摊销前利润为 0.88 亿美元，同比增长 19.42%，盈利水平日渐增长。

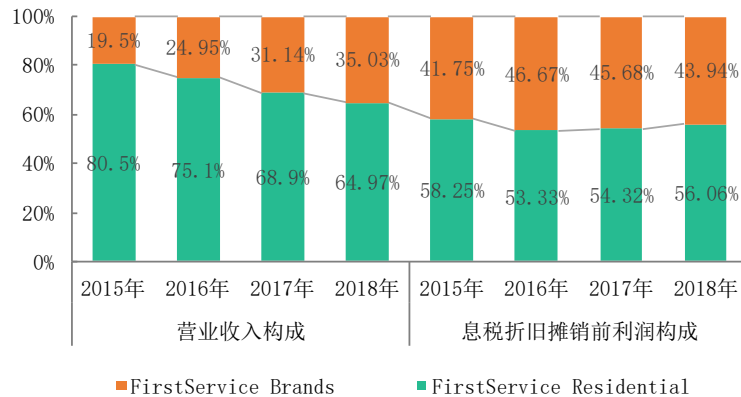


图 13: FirstService Residential 和 FirstService Brands 营业收入及利润构成

最后，FSV 历经近三十年的发展，以其庞大的管理规模、独特的商业运营模式、完善的服务内容保障企业基本面持续增长，进一步赢得资本市场持续关注，相比之下，国内物业服务企业，可借鉴 FSV 的内生加外延双重扩张模式，对优秀企业进行适当的收并购，进一步扩充企业资源；此外，还可

以围绕“房屋和业主”相关增值业务进行多元化布局，如开展资产管理、房屋经纪、社区金融等，参照特许经营模式进一步扩大品牌效应。

3. 永旺永乐品质服务深入人心，缔造亚洲物业服务企业标杆

永旺永乐株式会社（以下简称“永旺永乐”）成立于1972年11月，以工程、保洁、保安为主营，对所有客户的非核心业务提供“菜单式”服务，是永旺集团旗下全资子公司服务事业中的骨干企业，日本第一家进入海外市场的物业服务企业。2000年2月，公司在大阪证券交易所市场第一部及东京证券交易所市场第一部上市。2007年，公司进驻中国市场，先后在北京、天津、武汉等地成立物业管理分公司。2012年至今，业务延伸至马来西亚及越南，布局亚洲市场。

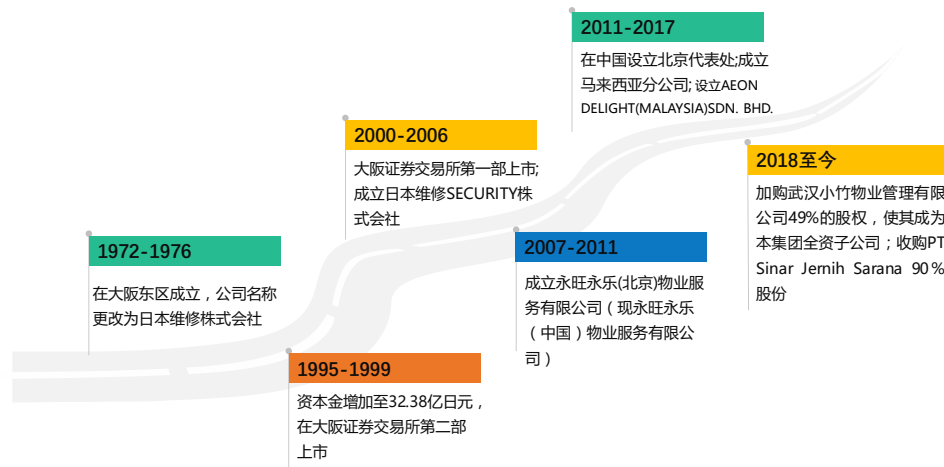


图 14：永旺永乐历史沿革

(1) “基础+多元”双轮驱动，营收规模近两百亿人民币⁴

得益于永旺集团亚洲事业的扩展，永旺永乐规模经济效益不断彰显，推动营业收入及利润连年增长。2018财年，永旺永乐实现营业收入183.24亿元，净利润达6.39亿元，2014-2018财年，永旺永乐保持稳健增长态势，营业收入和净利润复合增速分别为3.56%及6.03%，此外，根据永旺永乐官方披露，预计2019财年营业收入近190亿元，净利润将达到6.81亿元，公司业绩又将迎来新突破。

⁴永旺永乐相关数据披露以日元计算，此处按照1日元=0.06194人民币，相关数据均按此汇率进行换算。

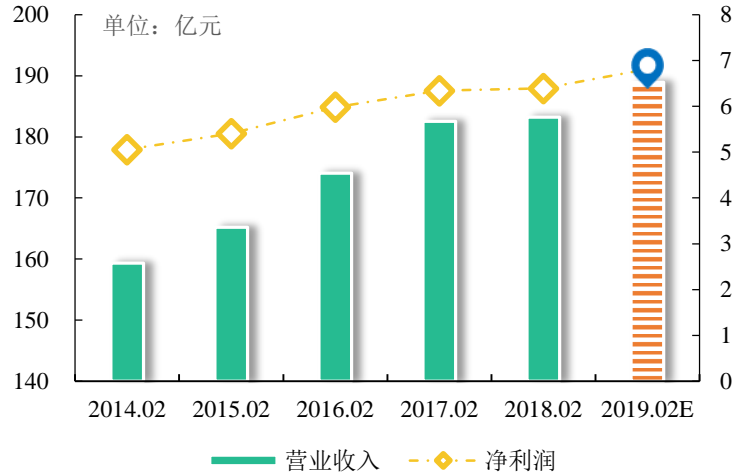


图 15: 2014-2019 财年永旺永乐营业收入、净利润及预测⁵

清洁服务、设备管理及安全服务是永旺永乐基础物业服务的主要构成，永旺永乐将清洁服务中的 80%-90% 业务进行外包，并将安全服务外包给其子公司 Aeon Delight Security，同时坚持引入智能工作设备，提高工作效率及标准化流程，进而推动营业收入的持续向好。2018 财年，永旺永乐基础物业服务营业收入 93.69 亿元，同比增长 4.33%，占比达 51.13%；其中，清洁服务是主要收入来源达 34.25 亿元，贡献率为 18.69%，设备管理服务为 17.81%，安全服务为 14.63%。

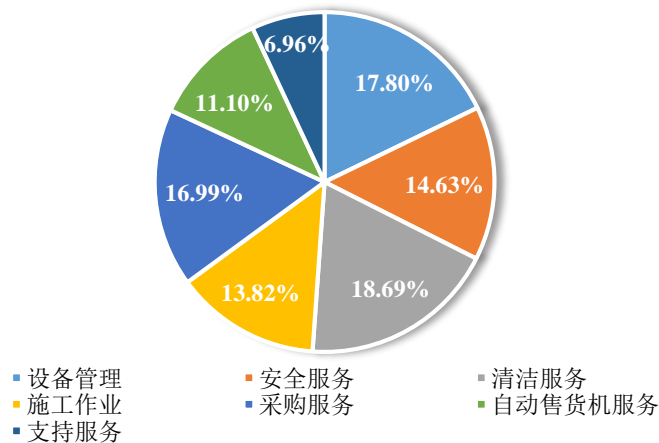


图 16: 永旺永乐 2018 年各业务营业收入占比

⁵永旺永乐会计年度为上一年 3 月 1 日至当年 2 月 28 日，如：2018 年 2 月财务数据会计年度为 2017 年 3 月 1 日至 2018 年 2 月 28 日，以此类推。

增值服务收入是企业的主要收入支柱，永旺永乐承接采购服务、施工作业等外包业务，为企业多元化收入的增长。2018 财年，永旺永乐的增值服务收入 89.55 亿元，占比达 48.87%，其中，采购服务为 16.99%，施工作业为 13.82%，自动售货机服务为 11.10%。

(2) 精细服务本土化，创造高附加值竞争优势

作为率先布局中国及东南亚的日本物企，永旺永乐根据所在国的文化、商业习惯、法律规定和当地实情，提供扎根当地的“日本品质”，加大力度推进符合各国市场特点的日式服务，从而打造在亚洲具有绝对优势的企业品牌。目前，永旺永乐分别在中国、越南、马来西亚进行深耕，抢占市场份额，并计划进一步向泰国、印度尼西亚等国家进行拓展。

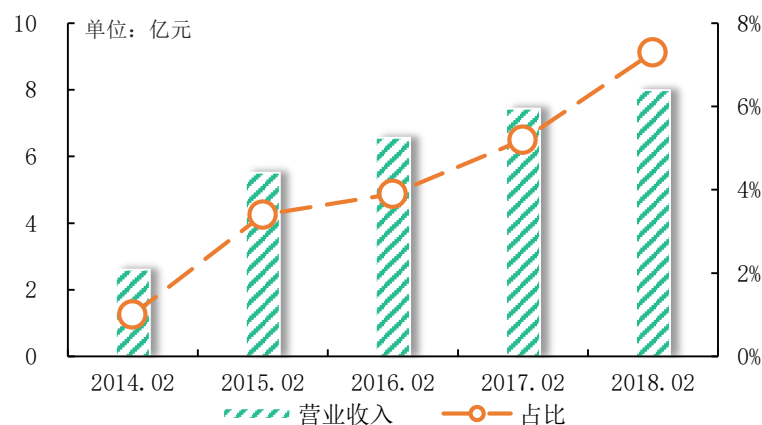


图 17：永旺永乐中国及东南亚地区营业收入及占集团全部收入的比重

2018 财年，永旺永乐来自中国及东南亚地区的营业收入为 7.99 亿元，2014-2018 财年年均复合增速 32.40%，其中，中国营业收入占比约为 67%，马来西亚、越南营业收入占比约为 33%，由此可见，中国市场是企业亚洲区域的主要发力点。

一方面，永旺永乐紧跟中国社区商业发展趋势，充分利用市场需求投放精准服务。首先，2007 年，永旺永乐进入中国市场，并首选北京、天津等城市，从 2014 年开始逐渐进入较发达二线城市，加快市场拓展节奏；其次，以“源自日本，成于中国”的服务理念，引入日本理念文化，推出差异化服务；再次，建立信息共享机制，即将已发生的事故及问题及时与全国各地的分支机构之间做到信息共享，形成完善的支持保障体系；最后，引入 FMS 综合服务管理模式及能源节约管理模式，降低运营成本，提升服务质量。



图 18：永旺永乐中国区域服务方针

另一方面，在东南亚地区，永旺永乐在马来西亚除了商业设施的清扫以及材料的提供以外，同时提供设施管理、维修检查等工作。在越南，永旺永乐通过加强销售系统，逐步扩大服务版图。未来，永旺永乐将积极分配管理资源，进一步实现在中国和东盟国家的规模化扩张。

总体来看，永旺永乐感知客户需求，秉持“服务见于每一细节”服务理念，为客户提供精细化服务，培育高粘性客户。对于国内的物业服务企业来说，可以通过梳理自身优势资源，明确市场定位，打造差异化产品，塑造企业独具特色的行业竞争力，提高客户忠诚度，增加产品及服务附加值，扩大利润空间。

三、成就高价值企业：稳基础、拓增值、提业绩，把握细分市场机遇

1. 大力拓展管理规模，夯实基础服务本元

在物业管理行业快速发展的阶段，物业服务企业必须坚持走规模化发展道路，才能在激烈的市场竞争中崭露头角、行稳致远。一方面，未来行业将迎来万亿级蓝海，为企业实现规模化扩张奠定发展基础；另一方面，国外领先企业 FSV 北美市场份额 6%，2018 年我国百强企业市场份额达 38.85%，综合实力 TOP10 企业市场份额达 11.35%，由此看出，我国物业服务企业规模集中度还有非常大的上升空间；此外，较强的规模效应不仅为企业提供更强的市场竞争力和发展潜力，同时也是开展多元业务、提升盈利能力的重要保障。

具体来讲，物业服务企业一方面可以依托兄弟开发企业资源、强化自身市场拓展能力来促进企

业规模增长；另外，还可借鉴 FSV 的外延扩张模式进行高质量的收并购，审慎地选择性价比较高的优秀企业，降低收购风险，提高管理面积的同时获得更多优势资源；此外，借助互联网等技术应用，企业可以通过智能化平台输出、创新商业模式等手段进一步扩张服务半径。对于扩规模的城市选择，我们建议聚焦核心城市群的同时，关注销售面积、开工面积有优势的热点城市，寻求广度和深度的双向突破，最终建立符合自身优势的规模化发展路径。



图 19：物业服务企业扩规模的发展渠道

2. 挖掘多元服务潜力，延伸增值想象空间

近年来，随着物业管理行业与互联网等高新技术跨界融合，物业服务企业迎来发展新机遇，纷纷探索多元增值服务领域。我们依据上市标杆企业所开展的重要增值服务类别，梳理总结为“房屋、业主、空间”三个主要方向，对企业如何搭建适合自身发展的增值服务进行简要概述，以期为企业挖掘高价值增值服务链条。

➤ 围绕“房屋”搭建增值服务，实现资产保值升值

物业服务企业的主要服务对象就是业主及其房屋资产，这是企业得天独厚的资源和优势，所以，国内物业服务企业可参照北美物业行业领先者 First Service Corporation，围绕业主的房屋资产做增值服务，提供保养、美容、托管、租赁等解决方案。服务范围可涵盖住宅内外部，如衣柜和地板设计、外墙粉刷和玻璃清洁、供热通风系统等服务，还可延伸至房屋安全检查、保险、消防等服务，

通过帮助业主实现不动产保值增值、价值再造，是企业较为容易获得投资回报的增值服务领域。例如，作为社区租赁标杆企业的绿城服务，主要开展房屋托管、二手房经纪两项业务，通过自建线下专业公司、与第三方运营商战略合作等运作方式，整合多方资源，共同推动社区租赁业务的发展。

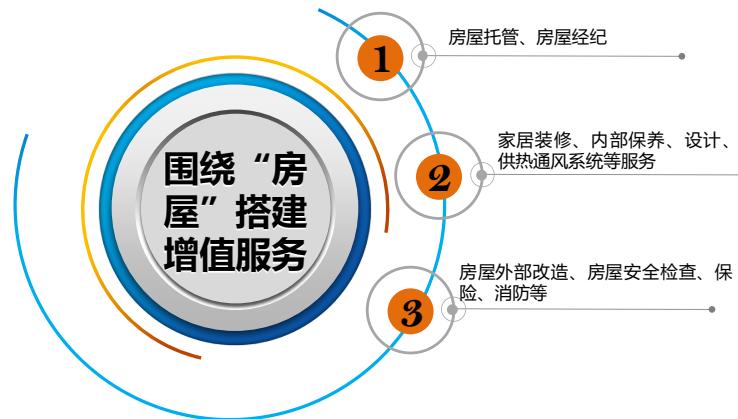


图 20：围绕“房屋”搭建的增值服务内容

➤ 瞄准“业主”需求，利用现有资源，专注线下服务

作为物业管理服务的延伸，社区增值服务旨在满足不同业主和住户的生活及日常所需，为其量身打造全生命周期的产品及服务，提供更便捷的生活方式，进一步优化业主及住户的生活品质。物业服务企业可利用大数据对业主的需求偏好进行解读，针对不同年龄进行客群划分，前期从社区家政、快递、便民等基本服务切入，积累更多业主及客户并增强粘性，后期可逐步引入社区金融、教育、医疗、养老、汽车、资产管理等高附加值的增值业务，发掘更长的价值服务链条，获得更大的盈利空间。

具体来看，社区教育方面，万科物业、保利物业、金地物业、东原物业等企业，通过自建团队或与教育机构合作，引入其教学资源，再结合自身的场地、平台优势，在社区内开展教育服务，有所建树；另外，社区金融也是增值服务中具有高投资回报的重要方向之一，佳兆业物业通过与银行、小贷公司、支付公司等第三方金融机构的合作，提升社区金融服务的便捷性，来满足业主及住户更多样化的金融服务需求。截至目前，佳兆业物业已在深圳、南京、成都、东莞等八座城市开展了社区金融业务，2018 年实现社区金融服务年度总投资额近 4 亿元。



图 21：围绕“业主”不同需求，搭建相关增值服务内容

➤ 挖掘“空间”潜力，培育新型价值增长点

物业服务企业管理的社区公共空间蕴藏着巨大的资源和价值潜力，包括电梯、停车场、业主休闲活动场地、垃圾回收箱等，企业可以充分利用公共空间整合运营，搭建高附加值增值服务内容。例如，企业可以租赁社区闲置空间，打造微服务中心，为业主提供收发快递、生鲜售卖、接送孩子、老年人活动中心等便民服务；另外，如果物业服务企业将电梯空间利用起来经营广告，并将收入与业主进行分成或抵扣物业费，可以在盘活社区闲置空间的同时，实现与业主的双赢。如彩生活、长城物业、新城悦等企业，都与传媒平台达成战略合作，共享社区空间红利。

此外，对于停车场等其他类型的闲置空间，物业服务企业也可挖掘商业价值。如佳兆业物业在电梯、快递柜、自助售货机等空间，分别与分众传媒、丰巢、农夫山泉等公司签订了全国性战略协议，并在各分公司全面落地，降低空置率，提升空间资源业务收入，同时，在出入通道、车库等场地引入本地化的道闸及灯箱广告、车辆服务等业务，创造新的收益。



图 22：社区“空间”增值服务运营内容

3. 抓住细分领域发展机遇，寻求全新价值突破点

目前，住宅物业仍为大多数物业服务企业的主要服务业态，市场格局日趋成熟，相对而言，非住宅物业管理领域竞争格局尚未明确，物业服务企业可抓住细分领域发展机遇，发掘企业价值。

从市场空间角度来看，2018 年，产业园区物业全国在管面积达 8.9 亿平方米；全国医疗卫生机构数达 98.7 万个，医院 2.9 万个，其中三级医院 2267 个，二级医院 8081 个；全国高等学校共计 2914 所，其中，普通高等学校 2631 所，成人高等学校 283 所，非住宅物业服务领域发展空间广阔。

总体来看，目前在产业园区物业、医院物业及学校物业内没有特别突出的企业，仍有发展空间。因此，一方面，物业服务企业可以考虑加大产业园区物业管理领域的布局，进一步提升竞争优势，另一方面，由于学校物业和医院物业有对应领域的资源优势 and 门槛，突破难度略大，物业服务企业可尝试进入这两大领域抢占市场份额，成功突围后可形成小龙头局面。此外，办公物业与商业物业管理日趋市场化、盈利性较强，物业服务企业可挖掘细分领域商业机会，进一步加强市场竞争力，提升企业价值。

特别声明：

本研究报告版权属于中国指数研究院所有，未经书面许可任何机构或个人不得以任何形式断章取义、修改、复制、刊登；报告内容仅供内部参考，中国指数研究院对使用报告及其内容所引发的任何直接或间接损失概不负责。为保护研究成果知识产权，未经中国指数研究院书面授权，任何单位或个人不得擅自使用中国物业服务百强企业专项研究成果从事挂牌等商业经营活动。

中国指数研究院主要研究成果

中国物业服务百强企业研究：

2008~2019年连续十二年对中国优秀物业服务企业进行综合评价。在2019年的研究中，中国指数研究院进一步完善方法体系，在全面、客观分析企业填报数据的基础上，运用因子分析法，对企业管理规模、经营绩效、服务质量、发展潜力、社会责任等方面进行全面分析，全面、客观、真实地反映物业服务企业发展状况和发展趋势，评价产生了“2019中国物业服务百强企业”。

中国房地产百强企业研究：

2004~2019年连续十六年对中国主要城市优秀房地产开发企业进行了综合评价。在2019年的研究中，TOP10研究组以2013~2018年企业每年房地产销售额10亿元或销售面积10万平方米为入选门槛值，根据企业规模与运营效率相结合、成长潜力与经营稳健相结合、盈利能力与社会责任相结合、融资能力与综合实力相结合的原则，运用因子分析法及相关数学模型，对500家入选的房地产企业（集团）的规模性、盈利性、成长性、稳健性、融资能力、运营效率和社会责任等七个方面的指标进行了深入的分析研究，定量计算出入选房地产企业的综合实力指数，评价产生了“2019中国房地产百强企业”。

中国房地产品牌价值研究：

2004~2018年连续十五年对中国房地产行业优秀企业、项目的品牌价值进行研究；连续十四年对中国房地产策划代理企业进行研究。在2018年的研究中，TOP10研究组在充分借鉴国外著名品牌价值评估机构的研究经验和操作实务的基础上，结合中国宏观经济发展条件和房地产业发展特点，基于现金流折现法（DCF）和无形资产评估的理论方法，建立了一套操作性强的研究体系，客观全面地评估房地产品牌价值，形成2018中国房地产品牌价值研究成果。

中国房地产上市公司10强研究：

2003~2019年连续十七年对沪深两市及在境外上市的100多家中国大陆房地产公司进行研究。在2019年的上市公司10强研究中，TOP10研究组从盈利能力、成长能力、运营效率等公司基本面的深入分析出发，结合资本市场表现及未来业绩预测，全面评价企业的投资价值，并与经营规模、财富创造能力、投资价值、财务稳健性相结合，系统评价企业的综合实力，客观分析了中国房地产领先企业在行业中的地位和作用，预测了中国房地产行业的发展趋势，形成2019中国房地产上市公司10强研究成果。