

所属行业	物业
发布时间	2020年8月25日
<b>南都物业 (603506.SH)</b>	

## 一家“问多多”的物业企业

### 核心观点:

南都物业在开展物业服务的过程中，从行业与企业入手，剖析物业行业需求和谋求物业企业发展，以求打破行业及企业困局。在业务规模扩张及业务创新投入大量现金流，使公司的现金流较为紧张，不可盲目追求行业地位以及市场占有率；业务多而杂，为开展城市空间运营及场景服务，进行科技赋能，投入成本而成效甚微，需要竭力打造自身特色。

### 一、雪花状业务链的利弊

南都物业的顾问咨询服务及城市空间运营及场景服务成为了南都物业服务的特色之一，但处于一个与其他物业企业共同探索的阶段，这两大特色服务尚不能在业务形态上承担支柱作用，需要用辩证的眼光去看待这两大业务。

### 二、业务冗杂，核心竞争力不足

南都物业在 2020 年上半年，围绕以上五大方面进行布局深耕，科技应用等方面需要一定时间的积累和应用慢慢探索，才能成为公司的核心竞争力之一，现在还远远不足以支撑其成为南都物业的支柱。

### 三、持续扩张和业务创新，资金流动性不足

从南都物业的应收账款数据中发现，坏账在总应收账款预计占据 6.39%，有部分还未融入其中，同时南都物业将 14 家子公司纳入合并财务报表，其中子公司也带有部分负债情况。

### 相关研究:

2020 中国物业企业综合实力 TOP100 研究报告	20200820
2020 中国上市物业企业 TOP50 研究报告	20200528
四大关键词全面剖析 24 家上市物企发展逻辑	20200430

### 研究团队

#### 唐卓

tz\_2580 (微信号)

tangzhuo@ehconsulting.com.cn

#### 李艳杰

lyjjob (微信号)

liyanjie\_yh@ehconsulting.com.cn

#### 邬晔

w376463828y (微信号)

wuye@ehconsulting.com.cn

#### 魏丽琴

weiliqingreen (微信号)

weiliqin@ehconsulting.com.cn

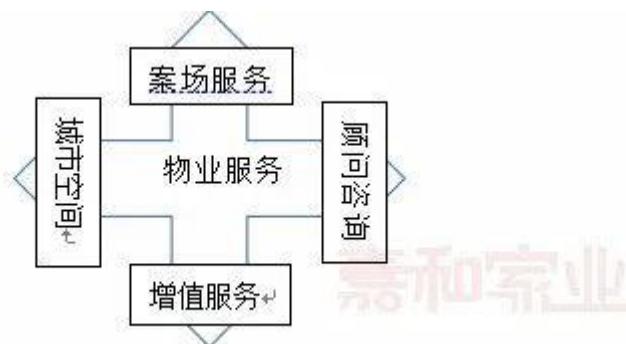
## 引言

南都物业是首批登陆A股的物业服务企业，发展至今，又遇行业发展新变化。南都物业在这个过程中也遇到了新的问题，为此公司积极进行多元化布局以及与海康威视等企业开展战略合作，以求变化中谋发展，打破行业僵局。

### 一、雪花状业务链的利弊

从其企业业绩报告中发现，在南都物业的业务形态中，除了提供常规的基础物业服务、案场服务以及增值服务外，南都还在积极探索顾问咨询服务及城市空间运营和场景服务，这一探索基于未来空间功能复合的发展趋势以及三大业务形态增速放缓，所以需要寻求满足客户多场景、智慧化的服务需求新方式。以下详细分析这两大服务亮点，发现其中的南都特色。

图：南都物业业务概况



数据来源：企业业绩报告

**顾问咨询服务：**从前期物业顾问业务和物业管理顾问咨询业务这两大部分入手分析。

- **前期物业顾问业务：**公司参与项目前期地产的规划设计及设施设备选型等，为后续的物业服务提供专业意见，也能为后续物业服务的展开搭建桥梁。
- **物业管理顾问咨询业务：**公司向中小型物业公司输出管理经验，并助其培训专业团队，无形中加强了南都物业与其他物业企业的联系，有利于物企之间互相开展合作。

**城市空间运营及场景服务：**现有服务水平未达标，成立专业服务公司，借力实现多元化融合，有望成为其他物企开展此业务的标杆。其中南都物业主要从以下三个领域开展此项服务；

- **清洁领域：**成立乐勤清洁，集办公楼宇、商业综合体、精细化服务于一身，获得了较好的业务口碑，同时也扩大了服务规模。
- **维修领域：**成立乐勤楼宇，借用智能化实现集约化社区等各类设备安全运行，提高了公司的服务智能化水平。

- **装饰领域：**成立乐勤装饰，整合行业上下游资源，承接高端装修装饰业务，完成了公司与装饰行业的互相融合，进行产业链赋能。

南都物业的顾问咨询服务及城市空间运营及场景服务成为了南都物业服务的特色之一，但处于一个与其他物业企业共同探索的阶段，这两大特色服务尚不能在业务形态上承担支柱作用，需要用辩证的眼光去看待这两大业务。既能看见其潜在市场规模巨大及较大的利润增长，也需要看见其现在业务处境与潜在风险，但总体来说，南都物业在这两大业务上面的投入以及其带来的利润也可圈可点。

## 二、业务冗杂，核心竞争力不足

南都物业期内营收为 6.6 亿元，同期+12.83%；归母净利润 6800 万元，同期+21.34%。公司的营收及各项经营数据能够取得不错的表现，主要来源于以下几个方面：

- **公司的业务规模持续提升**，期内南都物业新签物业服务项目 37 个，新签约面积达 294 万平方米，强化区位优势布局全国，累计总签约面积为 6310 万平方米，2020 年项目首进河北省，加快京津冀布局；
- **公司坚持以业主需求为导向，提升服务品质**，报告期内制定具体悦家计划等措施，优化品质检查和考核；
- **加快城市布局，赋能战略客户**，南都物业与多家战略伙伴达成深度合作，如合资成立江西国信南都商业管理有限公司及南都（嘉兴）智慧物业服务有限公司等；
- **进一步提高市场认可度及品牌价值**，在此次疫情期间，南都物业通过科学有温度的防疫举措，引来了《环球时报》、浙江电视台等一线主流媒体争相报道，获得了业主的信任；
- **加速建设科技驱动智慧社区**，2020 年上半年公司与海康威视及杭州中房信息科技等公司达成战略合作，携手在物业信息化建设领域深入探索。

南都物业在 2020 年上半年，围绕以上五大方面进行布局深耕，目前在我们看来，南都物业在上半年的疫情特殊情况下，在品牌方面已取得不错的市场认可度，其他如科技应用等方面需要一定时间的积累和应用慢慢探索，才能成为公司的核心竞争力之一，现在还远远不足以支撑其成为南都物业的支柱。

## 三、持续扩张和业务创新，资金流动性不足

简单分析南都物业 2020 上半年的数据表，发现南都物业 2020H1 营业成本为 5.07 亿元，同期+11.27%，主要是由于服务项目的增加导致营业成本的增加；经营活动产生的现金流净额为 928 万元，同期-85.81%，报告期内此项数据的大幅下降，主要因为公司成立专业装饰公司，投入了较多业务资金流。

以上数据可以看出南都物业仍然在持续扩张规模与创新业务，以经营盈利现金流进行再投资赋能，完善公司业务链。

	应收账款	坏账准备	计提比例 (%)
1 年以内	350,760,116.94	17,538,005.89	5.00
1-2 年	74,865,343.39	7,486,534.34	10.00
2-3 年	6,435,482.90	1,930,644.87	30.00
3-4 年	593,468.70	296,734.35	50.00
4-5 年	312,597.52	250,078.02	80.00
5 年以上	196,143.71	196,143.71	100.00
合计	433,163,153.16	27,698,141.18	6.39

数据来源：企业业绩报告

从南都物业的应收账款数据中发现，按账款时间来看，在报告期内的短期应收账款坏账计提比例较少，两年以下的两笔应收账款计提比例仅为 5% 及 10%，要注意坏账超预期的风险；

按账款主体来看，启动崇和置业有限公司和宁波杭州湾新区盈海置业有限公司占据前列位置，要注意南都物业与其的相关项目关联服务。

总体来说，坏账在总应收账款预计占据 6.39%，同时南都物业也为其划分对应的风险，同时这也有将南都物业 14 家子公司纳入合并财务报表的部分因素在其中。

**嘉和家业点评：**

南都物业在开展物业服务的过程中，从行业与企业入手，剖析物业行业需求和谋求物业企业发展，以求打破行业及企业困局。在业务规模扩张及业务创新投入大量现金流，使公司的现金流较为紧张，不可盲目追求行业地位以及市场占有率；业务多而杂，为开展城市空间运营及场景服务，进行科技赋能，投入成本而成效甚微，需要竭力打造自身特色。

## 【免责声明】

本报告是基于嘉和家业认为可靠的已公开信息进行估算，公开信息包括但不限于国家统计局和各地统计局数据、公司公告及企业官网等多种途径，但嘉和家业不保证所载信息的完全准确和全部完整。由于时间和口径的原因，本报告所载的内容、排名仅为本报告最初出具日的观点和判断，本报告所指的数据可能会与企业实际情况有所出入。嘉和家业最初出具日后发出与本报告所载数据不一致的研究报告，或企业公布数据与研究数据存在差异，对此嘉和家业可随时更改且不予特别通知。

本报告旨在公正客观地反映行业趋势和企业经营情况。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何机构或个人的任何建议。任何机构或个人应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况，若有必要应寻求专家意见。本报告所载的资料、工具、意见及推测仅供参考。

本报告版权仅为嘉和家业所有。未经嘉和家业书面同意，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、发布、转发或引用本报告的任何部分。若嘉和家业以外的机构或个人向其用户发放本报告，则由该机构或个人独自为此发送行为负责，嘉和家业对此等行为不承担任何责任。

如未经嘉和家业授权，私自转载或者转发本报告，所引起的一切后果及法律责任由私自转载或转发者承担，嘉和家业将保留随时追究其法律责任的权利。

## 【关于我们】

【嘉和家业物业服务研究院】是亿翰股份( 837350 )旗下聚焦物业领域的综合服务平台，专注于提供及时的物业行业资讯、深度的上市物企解读以及行业高端圈层活动，其多项研究成果已经成为资本界的重要参考依据，致力于塑造物业行业“第一”品牌影响力。



嘉和家业二维码