

卓越指数 2024物业服务卓越表现报告

观点指数研究院出品

目 录

03 物业服务卓越表现报告

- 业务运营
- 社区增值服务
- 非业主增值服务
- 财务管理
- 并购交易
- IPO
- 二级市场
- 政策表现

13 2024 物业服务卓越表现

研究成果说明及活动办法

- 2024 物业服务企业卓越表现
- 2024 物业服务企业品牌价值卓越表现
- 2024 物业服务企业管理能力卓越表现
- 2024 物业服务企业创新能力卓越表现
- 2024 物业服务企业服务力卓越表现
- 2024 物业服务企业城市服务卓越表现
- 2024 物业服务企业数字化卓越表现
- 2024 物业服务上市企业卓越财务表现

//

前言

房地产业处在新旧模式的过渡阶段，与之关联的物业服务行业正积极调整，探索新的发展路径。

2023年，物业服务企业回归品质服务，谋求长期、稳定的发展，行业整体规模获得有序提升。同时，随着近年来物业服务行业发展空间不断扩展，企业服务边界不断外延，新的机遇正应运而生。在人们日益增长的美好生活的需要以及企业自身降本增效的激励下，一些物业服务企业还在现代社区、数字技术等方面创新。可以说，物业服务行业依然大有可为。

过去一年里，哪些物业企业能脱颖而出，引领行业之先？2024物业服务卓越表现，旨在寻找和表彰过去一年在物业服务领域中追求卓越，能力出众的物业企业。

//

多极赛道

“条条大路通罗马”，在找寻盈利的赛道上，物企们正进行着多元的尝试。

2023年，宏观环境以及房地产风险依然给物业服务行业带来了压力，在增量放缓、存量竞争日趋激烈的环境下，物企正视自身能力，拥抱变化，以品质服务为抓手，在规模扩张上取得了进展。

社区增值服务延续较低增速的同时，继续拉动物企毛利率。生活服务类已经被物企比较广泛地尝试，团餐、托幼及养老等业务逐渐成长。

截至2023年度末，物企增收不增利的状况有所舒缓，总体上，央企净利润表现更优。但也有部分因为资产减值计提给净利润造成了较大损害，最终增收不增利。显示企业经营效率与成本控制的平均管理费用率指标，同比下降了0.24个百分点，期内，样本物企毛利率、净利润均整体下滑明显，这意味，当前物业服务行业正进入微利时期。

与此同时，IPO热度再降，报告期内仅2家小型区域物企在港交所上市，募资金额再次刷新低。龙湖智创生活考量市场情绪及当前的估值水平后，也暂缓了上市进程。

二级市场表现上，港股66家上市物企中，仅五家较报告期初出现涨幅，区间跌幅在50%以上的港股物企共有23家。尽管部分物企进行了回购动作，但股价修复效果不佳。

物企轻资产属性强，估值上通常更多参考盈利增长水平，但目前物企地产母公司的财务和经营稳定性更被看重，唯有地产行业的基本面企稳，才有望实现在二级市场上的估值修复。

生产总值 126.06万亿元，按不变价格计算，比上年增长5.2%，这为部分行业企稳回升奠定了良好基础。

在房地产领域，商品房销售面积和销售额均出现下降，待售面积有所增长。国家统计局数据显示，2023年商品房销售面积同比下降8.5%，商品房销售额同比下降6.5%，商品房待售面积同比增长19.0%。反映了房地产市场调整不及预期，行业整体继续承压。

尽管宏观环境及地产方影响较大，物业服务行业2023年还是在规模扩张、品牌建设、市场策略调整以及经营环境改善等方面取得了一定的进展。不过，也同时面临着市场挑战和行业内部的分化问题。

从规模来看，2023年度样本物企在管面积仍处于上升和增长阶段，绝大部分物企的在管面积都实现了正向增长，平均涨幅15.3%，涨幅较上年同期观点指数观测到的29.9%有较大幅度下降，表明物业服务企业规模增长放缓。

其中，非住宅业态在规模增长中的角色越来越重要，物企在非住宅业态的竞争也日趋激烈。

截止2023年末部分物企在管建筑面积及非住宅物业占比情况



数据来源：企业公告，观点指数整理

01 业务运营

回归品质、多元竞赛

2023年，中国宏观经济在疫情影响消退后恢复增长，国内

在管面积方面，碧桂园服务截至2023年度末除“三供一业”业务外的物业服务收费管理面积达到9.57亿平方米，较2022年度同比增长10%；保利物业在管面积7.196亿平

方米，较2022年度同比增长24.91%，增速同样较快。

需要正视的是，目前整体增量放缓已是行业共识，也基于此，大多物企在近些年开始调整自己的运营策略。

具体包括进行市场化扩张，发力新的赛道，竞争非住业态；强调回归品质服务，重视品牌建设，寻求更长期稳定的发展以科技赋能实现降本增效，进行数字化转型。另外有部分物企加大了非核心业务的外包，以优化资源配置；部分物企面对行业深度调整和市场不断变化，对组织架构和管理团队进行了必要调整。

2023年部分物企经营策略	
物企	策略
雅生活集团	树品牌、稳发展、强能力、促融合
金科服务	强化密度深耕，深度协同和浓度建设，聚焦现金流和回款有保障的高质量项目
世茂服务	抓收率率、聚焦服务方案提升，关注市拓中的集中化及协同性问题
合景悠活	收缩业务风险敞口，主动调整高风险、低效益项目；同时向非住及住宅存量市场倾斜
建发物业	寻求更多新盘拓展机会，提升二手盘管理经验，进行商业资产运营项目
保利物业	提升项目拓展密度，打造核心项目集群；实现多业态、多场景的服务融合，构建更具服务深度的业务体系
建业新生活	做好基础服务及增值服务；对效益不好项目主动撤场；对学校、医院、园区进行重点发力等

来源：观点指数整理

例如，在回归品质方面，雅生活集团对2023年及未来3年提出了“四个目标”，即“树品牌、稳发展、强能力、促融合”。具体来看，雅生活按“平台做轻，城市做实，项目做优”的组织定位，横向以“资源统筹，整合提效”为目标，推进区域、成员企业间融合；纵向以“管理下沉，平台精简”为导向，聚焦核心，完成城市公司平台搭建，驱动组织与业务共生。

金科服务主动大幅减少向金科集团在内的房地产开发商提供案场服务，聚焦现金流和回款有保障的高质量项目；建业新生活等也有类似动作，对效益不好的项目主动进行撤场等。

观点指数认为，对物企来说，强调高质量、市场化、独立化发展的时代已然来临。

新的赛道成为发力的重点，城市服务、商业运营、智慧科技应用、增值服务、非住物业管理、IFM（设施管理）、资产增值、内部管理和服力提升等潮流涌起，也对应提高了专业化要求，这给物企扩展服务深度与广度带来机遇。

观点指数注意到，目前各企业关注点有所不同，未来细分领域或将出现佼佼者。

建发物业曾于2022年9月与建发国际及建发房产签订框架

协议，将承接建发房产、建发国际以及其附属公司各类商业资产项目的商业运营业务。

商业运营业务壁垒高且盈利空间广阔，将轻资产商管业务放入上市物管企业也是目前开发商的常见做法，建发物业的商业运营业务主要通过其旗下的厦门悦发进行，目前其商业运营规模较小，不过，建发物业也表示，建发商管会充分利用国有企业背景及自身的品牌优势，积极探索国有平台下存量商业资产的外拓机会。

保利物业2023年7月正式成为IFMA国际设施管理协会年度战略合作伙伴，在IFMA拥有的16大专委会中，保利物业已进入企业设施、机场设施、非营利性设施、设施管理咨询、设施设备、博物馆与文化馆设施等8项专委会，意味着其国际设施管理领域的知名度和影响力将提升。

另外，人事变动可以看出企业的战略、业务转型趋势。2023年物企的人事变动主要体现在高管层的更换、创始人退出以及董事、监事的离开等。

其中，碧桂园服务试图拓展新的增长边界，徐彬淮作为继任者，主要负责业务创新战略规划、运营管理、数位化管理及社区生活服务事业经营等。

2023年部分物企人事变动情况			
物企	职位	变动前	变动后
碧桂园服务	执行董事、总裁	李长江	徐彬淮
彩生活	董事会主席	潘军	朱晋东
中海物业	执行董事、行政总裁	杨鸥	肖俊强
合景悠活	行政总裁	孔健楠	王建辉
建业新生活	执行董事	王干	史书山
保利物业	董事长	黄海因	吴兰玉
金科服务	财务总监	徐国富	闫凌阳

来源：观点指数整理

观点指数认为，2023年是物企为了适应外部环境的变化，实现可持续发展进行重要战略调整的一年。未来，随着行业竞争趋向激烈，市场集中度或将持续提升；央企及有实力的头部物企仍将占据主导优势；细分赛道中拥有优势的物企也将获得更好的发展机会。

02 | 社区增值服务

增速放缓、探索持续

在由大量交付带来的面积增长红利消退后，物业管理企业

目前已经崭露头角的新城悦服务在2020年通过收购诚悦时代开启团餐业务进击之路。随后收购上海学府餐饮，完成了在医院、高校、办公等全业态领域的后勤餐饮服务布局。

2022年，新城悦服务新增苏州海奥斯餐饮、天津金玉和上海翔禧物业三项并购，进一步补全公司在工厂、园区业态团餐服务以及医疗业态团餐服务等方面的能力。2023H1新城悦服务团餐业务收入 2.22亿元，占社区增值服务收入的比例达到49.8%，同比大幅增长约55.3%。

金科服务通过收购、合作以及内部孵化子品牌等方式，已经建立起从高端星级酒店餐饮服务，中大型高端团餐再到社区餐饮的差异化业态布局，为其带来了显著的收益增长。

2023年度该公司物业服务+团餐服务联合中标项目超10个；餐食服务收入约3.44亿元，同比增长73.8%，第二增长点初步成形。

观点指数认为，物企将在社区增值服务的范围和深度上持续拓展，追求服务的优化和升级，在质量和服务内容上不断寻求突破和提升。同时，随着城镇化进程的加快和老龄化问题的凸显，物业服务企业将承担更多的社会责任和公共服务功能，如何满足多元业务的融合发展，将是物企面临的主要课题。

2023年度，物业服务企业的非业主增值服务收入整体持续明显下降，其中民营物企因为关联房企销售下行幅度更大，业务收缩更为严重；央企该业务板块下降较小。



数据来源：企业公告，观点指数整理

数据显示，万物云、中海物业、绿城服务及保利物业 2023 年度的非业主增值业务板块收入均超过20亿元，其中，中海物业同比增长18.3%，保利物业降幅为4.60%。

以变动幅度来看，2023年度增长较快的包括越秀服务、中海物业、京城佳业等，分别同比增长39.6%、18.30%及15.40%；另外，金茂服务、绿城服务及招商积余等也都实现双位数的涨幅。同比下降幅度较大的包括融创服务、金科服务、荣万家、世茂服务等，下降幅度为60%左右。

非业主增值服务一定程度上还反映了物企背后关联房企的销售实力。

例如，保利物业在该业务领域维持着超20亿元的收入，同时其关联方保利发展2023年度权益销售金额为3057亿元，登顶榜首；中海物业关联方中国海外发展则以2855.4亿元的权益销售金额位列第二名（2023年1-12月房地产企业销售表现·观点月度指数）。

总结当前企业公布的报告，非业主增值服务下降主要影响因素包括了房地产销售下降带来的案场协销服务萎缩；开发商的前期交付服务和顾问服务下降；开发商车位和尾盘销售业务减少；施工现场服务、开荒清洁服务减少等。

这也可以看出，该业务一直都与地产周期的波动联系紧密。因而，物企非业主增值服务盈利能力也大打折扣。

2023年度，仅滨江服务、金茂服务及越秀服务等少数几家物企的非业主增值服务毛利率高于整体毛利率，大部分物企该业务板块毛利率出现明显下滑。

目前，非业主增值板块毛利率预期呈现出一定的复杂性。

03 | 非业主增值服务 滑坡明显，或进一步分化

非业主增值服务主要围绕房地产开发全周期的各个环节展开，旨在满足房地产开发过程中的各类衍生需求，包括开发前期的项目规划、设计管理，物业销售的案场协销、营销策划，房屋交付前的房屋检验评估以及完成交付后的尾盘代理销售等。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/105020121144011231>

保利物业	(i) 向物业开发商提供的案场协销服务，以协助其物业销售处及展厅的市场营销活动，主要包括接待、清洁、安保检查及维护；(ii) 写字楼租赁；及(iii) 其他非业主增值服务，如咨询、承接竞标、交付
新生活服务	主要包括提供给开发商的案场物业管理服务及其他外延增值服务
金科服务	(i) 案场服务；(ii) 简介服务；及(iii) 顾问及其他服务
旭辉永升服务	以案场管理为主的协销服务（服务的内容主要为案场提供保安、清洁、绿化、礼仪接待等服务），额外专项定制服务、前期规划及设计咨询服务、房修服务以及交付前检验服务。该等非业主大部分为物业开发商
新城悦服务	案场销售协助服务、咨询服务和验房服务

来源：观点指数整理