

中国物业管理行业 2021 三季度总结与四季度展望

刚刚过去的第三季度，物业管理行业整体保持良好发展势头，行业管理规模与增速屡创新高，接踵而至的政策利好一次次打开市场对物业管理行业的想象空间；与此同时，行业出现了历史性的百亿级并购时刻，行业整合超预期加速，强者恒强的行业格局逐渐显现，不同体量的物企均面临全新的市场机遇；此外，未上市物企对资本市场的渴望回归理性，已上市物企在资本市场上的表现，虽偶尔受到来自地产调控政策的误伤，但市场正向预期调整加快，行业价值回归显著。我们认为，此时既是物业管理行业市场化、资本化高潮后的转折期，也是市场培育和检验行业强者的机遇期。

第一部分 市场篇

2021 年三季度，物业服务行业市场热点频发，物企围绕扩规模再度掀起并购热潮，部分企业通过精准收购，在业态上与第三方占比上逐步摆脱对传统住宅与母公司的依赖，为后续发展奠定良好势头，并购优质标的已成为物业服务企业扩张突围的有效手段，不仅能快速、有效提升管理规模，还能丰富管理业态、补足区域竞争短板，多维度优化战略布局，推动高质量规模化发展；此外，物企持续深化多种经营布局，加快在城市服务领域的探索和积累，寻求提高企业市场竞争力同时广泛的拓展行业服务边界。

一、行业进入加速整合期，并购市场热度高涨

2021 年三季度，物业管理行业并购市场风云再起，据不完全统计，本季度物业服务企业间发生并购案例近 30 宗，并出现了刷新行业纪录的百亿级大型并购案例，通过并购行业优质资源正在加速向头部企业聚集，物业管理行业集中度提升速度或将超预期，行业加速进入洗牌阶段。

表：2021 年三季度部分物业服务企业收并购情况

公司名称	被收购公司	收购金额 (亿元)	收购业务类型	收购股权 比例	被收购方在管面 积 (亿平方米)
合生活	恒大物业	或超 400	物业服务	51.0%	4.50
碧桂园服务	富力物业	不超 100	物业服务	100%	0.69
	彩生活服务 (邻里乐控股)	33	物业服务	100%	0.79
	北京国瑞物业	-	物业服务	-	0.13
	安徽诚和物业	2.1	物业服务	100%	-
	上海新碧商业	0.17	商管业务	100%	-

世茂服务	金沙田科技有限公司	8.42	城市服务	60%	-
海伦堡物业	盛堂商管	-	商管业务	100%	-
	宜乐居物业	-	物业服务	100%	-
远洋服务	瓯睿物业	-	医院物业	80%	0.01
建发物业	洛阳泉舜物业	0.37	物业服务	51%	0.02
和泓服务	兴隆物业	1.57	物业服务	51%	0.06
万物云	阳光智博	换股	物业服务	100%	0.30
	伯恩物业	18	物业服务	97.2%	0.70
	九龙仓物业	-	物业服务	-	0.09
龙湖智慧服务	楷林商服	-	写字楼专业服务商	100%	0.13

当前，物管行业高涨的并购热度既是行业快速发展的必然，也受到物企开发母公司经营现状和战略决策的影响，地产行业调控背景下，开发母公司的市场预期面临挑战，部分物企企业被冠以母公司战术求生重任，面对资本市场对物企估值的理性回归及头部物企强烈的并购意愿，部分物企选择在这个时候退场，也是抓住了证明自身价值的绝佳时机。伴随着房地产行业的调整出清，未来或将有更多的房地产企业选择出售物业资产。

对于具备充足现金储备的头部物企而言，通过收购优质资产，可以高效、高质的促进企业管理规模、服务质量和经营效益的提升，是整合优质资源，筑高企业护城河的绝佳历史机遇。如合生创展通过并购恒大物业，将直接推动旗下物业板块发生翻天覆地的变化，合生活的管理规模预计将突破 5 亿平方米，成为物业服务新霸主之一。而碧桂园服务通过并购富力物业、彩生活核心资产等，管理面积有望破 8 亿平方米。不得不承认，并购仍是快速扩规模，提升和巩固市场地位的重要法宝，并且当前市场环境下孕育着绝佳的并购机会。

对于中小物业企业而言，面对当前的市场机遇，或许 IPO 不再是企业做大的唯一路径，头部企业的竞赛为中小物业企业提供了一条全新的退出道路，而聚焦当下，修炼内功放大企业自身价值显得尤为重要。因此部分优秀物企审时度势纷纷调整上市策略，转而成为最具价值的投资标的，成为收并购市场的“香饽饽”，高溢价估值为相关股东和控股人回笼资金等创造良好条件，增加公司的现金流，促进公司核心业务的经营和拓展，实现企业市场价值最大化，由此来看也不失为企业当前形势下一种更好的选择。

二、深入拓展多种经营，积极探索城市服务

2021 年三季度，物业服务企业积极围绕社区资源和业主资产，不断开展新的增值服务业务，物业企业围绕“全生命周期”的高品质生活场景，纵向精研服务的深度，横向拓展服

务的边界，从需求、产品、渠道等多维度推进，开发适合业主的增值服务产品，促成社区生活服务收入的高质量快速增长。

表：2021 年三季度部分物业服务企业多种经营业务拓展情况

企业名称	增值业务领域	业务拓展内容
碧桂园服务	租售	成立碧居房地产，经营范围含房地产经纪。
融创服务		旗下公司经营范围新增非居住房地产租赁。
世茂服务	康养	与椿熙堂达成合作协议，将受让其 56.36% 股权，共同发展居家养老服务业务。
金科服务		于四川新设金美物业，涉及养老服务等。
赢时物业		于黑龙江新设物业公司，业务涵盖养老服务等。
新力服务		联手长天健康合作康养物业服务。
金科服务	旅游	联合凯撒旅游等于海南新设旅游科技公司，提供酒店管理、旅行社服务网点旅游招徕、旅游开发项目策划咨询等服务。
宝石花物业	零售	宝石花物业运输公司地区公司昌吉项目便利店于 8 月 6 日正式开业，拓展增值业务，为小区居民购物提供方便，优质的服务。

与此同时，物业企业瞄准万亿蓝海市场，全面布局城市服务。物业服务企业在新型城市治理公共服务中扮演着重要角色，企业利用自身服务优势，通过协同政府、社会组织等高效、有序参与社会治理，将小区物业管理的模式延展到城市公共空间的一种城区治理。以市场需求和核心技术为驱动，以生态伙伴和资源平台为共享基础，兼顾“政府驱动型”城市治理公共服务的综合效益和长期效益的平衡，结合自身全产业链资源优势，围绕城市治理、市政服务、城市运营、社区治理等专业细分领域，建立完备的服务治理体系，完善城市服务上下游产业链，打通资源壁垒，擘划高层次、宽领域、可持续的城市服务新生态系统，从而扩大企业的服务边界。

表：2021 三季度部分物业服务企业城市服务项目情况

公司名称	方式	合作方/项目	具体内容
融创服务	战略合作	陕西万豪置业	成立合资公司，深化和拓展合作领域，融创服务集团中原大区开启了城市多业态服务的新篇章。
金科服务		山西城投城市运营集团	共同成立城市服务平台，依托技术资源、产业资源、建投资源等多方优势，发力城市运营服务、物业服务、市政环卫一体化等相关领域。
		九龙高新集团	以重庆九龙园区域性重点产业园为切入点共建城市服务平台。

新力服务		良硕房地产开发有限公司、传祺房地产置业开发有限公司等	与良硕房地产开发有限公司、传祺房地产置业开发有限公司等签署战略合作协议，优势互补，共同发展，加速推进在城市服务领域的拓展。
远洋服务		北京智能筑科技有限公司	助推远洋服务智慧城市建设及城市综合服务全面发展。
保利物业	中标	广州市黄埔区市政绿化养护项目	-
新大正		深创投广场物业服务项目	-
旭辉永升服务		济南城区段养护项目	-

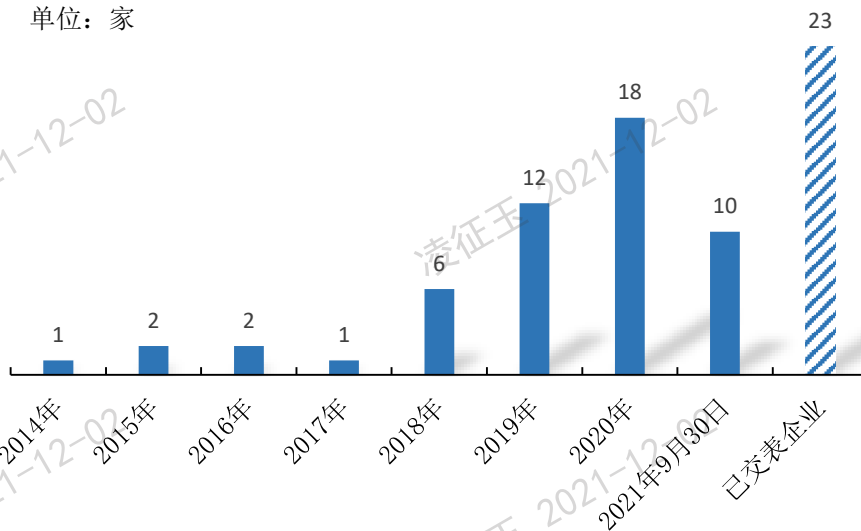
第二部分 资本篇

一、三季度共 6 家物企在港上市

截至 2021 年 9 月 30 日，共有 51 家物业服务企业上市，其中香港主板 47 家，A 股 4 家，今年以来共有 10 家企业在港上市，其中，2021 年第三季度 6 家物业企业在港上市（融信服务、康桥悦生活、德信服务集团、领悦服务集团、朗诗绿色生活、中骏商管）。此外，还有大量企业已经或准备启动上市进程，截至 2021 年 9 月 30 日，共有 23 家物业服务企业申报交表，其中京城佳业已通过聆讯，将于 10 月底登陆港交所。

图：2014 年以来物业服务企业在 A 股和港股上市情况

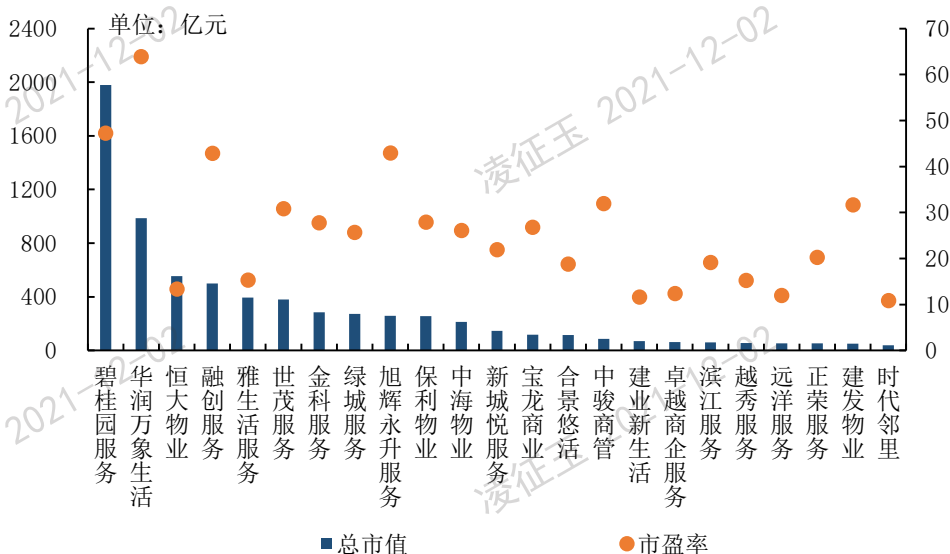
单位：家



二、行业平均市盈率 26.2 倍，融资额超 300 亿港元

截至 2021 年 9 月 30 日，47 家港股上市公司的总市值达 7419.6 亿元。港股市场市值千亿元企业共 1 家，100-1000 亿元企业共 13 家，50-100 亿元的企业有 8 家，50 亿元以下的企业共 25 家；市值最高的碧桂园服务达 1978.64 亿元。港股物业板块平均市盈率为 26.2 倍，华润万象生活、碧桂园服务、融创服务、旭辉永升服务等市盈率均在 40 倍以上。

图：总市值 50 亿元以上物业服务企业市值市盈率情况（截至 9 月 30 日）



2021 年前三季度，共有 10 家物业服务企业完成 IPO，累计募资净额近 90 亿港元。其中，三季度共有 6 家物业服务企业上市，募集资金近 50 亿港元，主要用于投资信息系统、战略性收并购扩规模、布局增值服务、人才计划和一般营运资金等。

表：2021 三季度部分物业服务企业上市后再融资情况

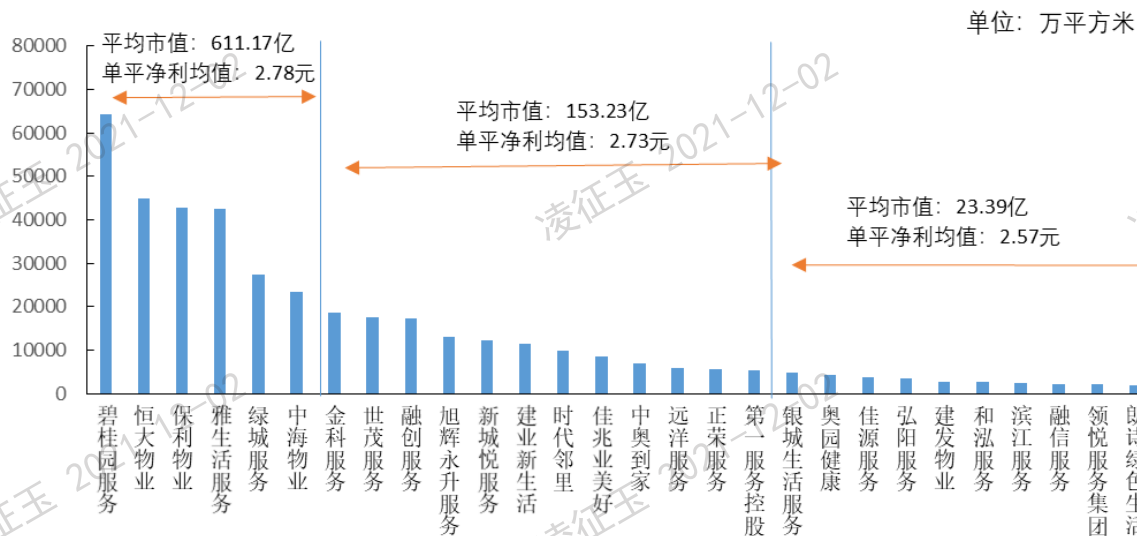
时间	企业名称	募资金额 (亿港元)	主要用途
07-16	融信服务	6.50	战略性收并购、升级软硬件及作为营运资金
07-16	康桥悦生活	6.44	收并购、投资信息化系统。拓展多元化业务及营运资金
07-15	德信服务集团	8.17	多渠道扩大规模、投资信息业务和管理系统、拓展多元化业务和产品、人才激励及营运资金
07-12	领悦服务集团	3.17	战略收购及投资、升级信息系统及设备、营运资金
07-08	朗诗绿色生活	3.52	收并购或投资、提升以用户为中心和数据驱动运营能力、开拓增值服务、人才激励及营运资金
07-02	中骏商管	21.28	战略性收购、投资信息系统、拓展价值链业务、人才计划和日常营运

三、物业板块分化渐凸显，竞争趋于激烈，需树立危机意识

物业服务企业之间的竞争日趋激烈，行业格局不断演化，逐渐形成了不同梯队。以港股上市的物业服务企业为例，按照在管面积，我们可以将这些企业分为三个梯队¹。

图：2020 年年底物业上市公司 (剔除商写类) 规模、经营效率和市值情况

¹ 为了便于比较和分析，我们剔除了单平净利润显著高于同行的港股上市商写类物业服务企业等部分企业。



第一梯队是在管面积不少于 2 亿平方米的企业，一共有 6 家。在管理规模上，该梯队取得了先发优势，较同行领先一步。一方面，这得益于其地产关联方的支持，另一方面，这也是其积极外拓、寻求战略性收并购的结果。规模支撑了它们的价值，第一梯队的企业平均市值高达 611.17 亿。同时，它们采取措施降本增效，提升运营效率，单平净利均值达 2.78 元，高于第二、第三梯队。可以说，它们实现了规模和效率的双赢。

第二梯队是在管面积介于 5000 万到 2 亿平方米之间的企业，一共有 12 家。在管理规模上，它们虽然落后于第一梯队，但仍有机会迎头赶上。市场也赋予了他们可观的估值，第二梯队企业的平均市值约为 153.23 亿。另一方面，第二梯队企业单平净利均值为 2.73 元，略低于第一梯队，这在一定程度上说明了在运营效率上，规模效应是存在的。但通过提升服务品质和拓展增值服务，部分企业仍然能够在运营效率上反超第一梯队。一些标杆企业，如滨江服务，在打造品牌影响力和精细化管理方面超前布局的战略眼光，为企业带来了丰厚的回报。2021 上半年度，滨江服务单平净利润高达 5.89 元。2021 年初至 9 月 30 日期间，滨江服务也取得了 55.7% 的涨幅，为股东带来了丰厚的回报。

第三梯队是在管面积小于 5000 万平方米的企业。它们的平均市值约为 23.39 亿单平净利均值约为 2.57 元。可见，它们在管理规模上和运营效率两方面都不具备优势。这进一步说明了扩大规模确实可以带来规模效应从而提升运营效率。现阶段，第三梯队的物业服务企业需要警醒，保持敏锐的危机意识。在未来的发展方向上，这些企业面临几个不同选择：1) 在这个体量上做小而美的品牌和服务，增强用户满意度和粘性，把盈利能力提升到极致；2) 先寻求机会扩规模，争取进入第二梯队，再通过更大规模带来的规模效应，降本增效，提升运营效率；3) 两手都要抓，两手都要硬。在深耕细作的同时，抓住机会扩规

模，形成更强合力。

在分化加剧的背景下，物业管理行业未来或将迎来加速整合。进入三季度以来，趋紧的政策环境给地产行业造成的不利影响愈发得到体现。以中国恒大和新力控股为代表的地产企业，都在资本市场发生了“惊魂时刻”。因此，物业管理行业受此影响，估值普遍走低。但另一方面，这也给部分企业带来了巨大的机会。正如碧桂园服务抓住机会，先后大手笔收购蓝光嘉宝和富力物业，上演了“大象也能起飞”，在庞大规模的基础上保持高速增长，实现了规模上的新突破。此前，部分企业可能错失发展良机。但机会来临时，只要做好准备，它们依旧能迎头赶上。

第三部分 政策篇

2021 年三季度，国家相关部门陆续出台多项政策文件，政策主要围绕规范行业行为及推进老旧小区改造两个方面进行发布，为行业长期稳定健康发展奠定了基石。

7 月，由住房和城乡建设部、国家发展改革委、公安部、自然资源部、税务总局、市场监管总局、银保监会、国家网信办八部委联合印发的《住房和城乡建设部等八部门关于持续整治规范房地产市场秩序的通知》第二条“因城施策突出整治重点”的第四款中，对物业服务提出的整治重点包括：“未按照物业服务合同约定内容和标准提供服务；未按规定公示物业服务收费项目标准、业主共有部分的经营与收益情况、维修资金使用情况等相关信息；超出合同约定或公示收费项目标准收取费用；擅自利用业主共有部分开展经营活动，侵占、挪用业主共有部分经营收益；物业服务合同依法解除或者终止后，无正当理由拒不退出物业服务项目”。

该通知第一时间引发物业管理行业轩然大波，《整治通知》原本针对房地产行业的违法违规行进行有效遏制，主要目标为实现房地产市场秩序明显好转，却被资本市场解读为对物业管理行业的明显利空。7 月 27 日，香港恒生指数大跌 4.22%，大部分物企股价大幅下跌。我们认为，这是市场对本次《整治通知》的严重误读，物业管理行业被“错杀”。上述规定并非首次提出，在《民法典》、《物业管理条例》中已经对按照合同履行、公示收费标准等内容做出过相应的规范或要求。本次《通知》是对之前规定的强调，从具体的操作层面进行再次规范。《通知》的发布，有利于规范物业市场，逐步淘汰操作不合规、服务品质不达标企业，促进行业进一步发展。8 月，上海市发布《上海市住房发展“十四五”规划》，对参与社区治理、建设智慧物业、推进线上线下服务融合、支持生活性服务、建立快速相应防控机制、建立“质价相符”的物业服务市场调节机制、重点推进物业费标准较低的老旧小

区启动价格调整工作、促进物业企业专业化、连锁化、品牌化经营等方面做出相应发展规划。

表：2021 三季度物业管理行业部分规范性相关政策

时间	颁布区域	政策名称	主要内容
2021 年 9 月	全国	《社区社会组织章程示范文本（试行）》	鼓励和引导社区社会组织发展，保护社区社会组织及其成员的合法权益，提高社区社会组织规范化程度，促进社区社会组织发挥积极作用。
2021 年 9 月	全国	《“十四五”就业促进规划》	支持生产性服务业和服务外包创新发展，加快生活服务业高品质和多样化升级，鼓励商贸流通和消费服务业业态与模式创新，引导夜间经济、便民生活圈等健康发展，稳定开发社区超市、便利店、社区服务和社会工作服务岗位，充分释放服务业就业容量大的优势。
2021 年 7 月	全国	《关于持续整治规范房地产市场秩序的通知》	解决当前物业管理市场存在的问题，注重完善体制机制，从源头上规范市场秩序。
2021 年 7 月	全国	《中共中央国务院关于加强基层治理体系和治理能力现代化建设的意见》	研究制定社区服务条例、编制城乡社区服务体系规划建设规划、完善支持社区服务业发展政策及推进社区服务标准化。
2021 年 9 月	北京市	《关于进一步加强物业管理区域电动自行车充电管理的紧急通知》	要求各物业公司立即组织开展物业管理区域内公共区域电动自行车违规充电检查。
2021 年 9 月	深圳	《深圳市物业服务企业“合法经营、规范收费”承诺书》	要求公开物业服务收费和共有资金信息内容、增加优质物业管理服务供给。
2021 年 9 月	苏州市	《关于持续整治规范房地产市场秩序的实施方案》	有关物业服务方面，严禁未按照物业服务合同约定内容和标准提供服务；未按规定公示物业服务收费项目标准、业主共有部分的经营与收益情况、维修资金使用等相关信息；超出合同约定或公示收费项目标准收取费用等。
2021 年 9 月	郑州市	《郑州市物业管理条例》	针对业主大会及业主委员会的成立及管理、物业服务标准、公共收益管理、公共突发事件应对等广大业主关心的问题作出明确规定。
2021 年 8 月	上海市	《上海市住房发展“十四五”规划》	完成住宅小区综合治理三年行动计划和“美丽家园”建设三年行动计划目标任务。修订《上海市住宅物业管理规定》。业主大会、业委会规范建设持续推进。物业服务价格信息发布和价格评估制度初步建立，多层次物业服务标准体系逐步健全。
2021 年 8 月	东莞市	《2021 年东莞市物业管理专项整治工作方案》	物业服务企业违法违规行为中，整治内容包括未按物业服务合同约定的事项和标准提供服务，虚报、挪用、骗取、侵占住宅专项维修资金，擅自占用、挖掘物业管理区域内道路、场地，损害业主共同利益，擅自对业主停水、停电，或不予充值变相停水、停电，或停用门禁卡等行为。

2021 年 8 月	杭州市	《2021 杭州市物业管理条例》	各区、县(市)房产主管部门依照本条例对辖区内日常物业管理活动实施监督管理，对业主大会和业主委员会日常运作开展业务指导；各区、县(市)人民政府应当加强对本行政区域内物业管理工作的领导等。
2021 年 7 月	北京市	《北京市住宅物业服务项目清单》	物业服务人应当按照“清单”，结合项目实际情况签订物业服务合同、协议，开展物业服务工作；发现物业服务人提供服务不符合“清单”要求的，要责令规范改正；物业管理行业协会负责协助、指导、督促会员单位做好“清单”使用工作。

2021 年初政府工作报告中将当年改造任务进一步增加至 5.3 万个老旧小区，自此，多地相关部门下发多项政策以强化顶层设计，通过制度化规范化推进老旧小区改造。9 月，发改委、住建部发布《关于加强城镇老旧小区改造配套设施建设的通知》中明确提出，进一步摸排城镇老旧小区改造配套设施短板和安全隐患，老旧小区改造已成为惠民生中的重要一环。

表：2021 年三季度物业管理行业部分提升性相关政策

类别	时间	颁布区域	政策名称	主要内容
老旧小区相关政策	2021 年 9 月	全国	《关于加强城镇老旧小区改造配套设施建设的通知》	中央预算内投资全部用于城镇老旧小区改造配套设施建设项目。各地应统筹地方财力，重点安排消除城镇老旧小区各类安全隐患、提高排水防涝能力、完善养老托育设施、建设停车场和便民设施等城镇老旧小区配套设施改造内容。鼓励金融机构参与投资地方政府设立的老旧小区改造等城市更新基金。
	2021 年 8 月	北京市	《北京市“十四五”时期老旧小区改造规划（征求意见稿）》	规划中提到，到“十四五”期末，北京力争基本完成 2000 年底前建成的需改造城镇老旧小区改造任务。规划还提到，在资金筹措方面，可研究制定住房公积金和住宅专项维修资金支持政策，为老旧小区改造助力。
智慧化建设相关政策	2021 年 9 月	四川省	《四川省智慧物业基础数据标准》	统一智慧物业共用设施设备编码和基础数据采集等具有十分重要的意义，有力推动全省智慧物业标准化，实现智慧物业信息互联互通。
	2021 年 9 月		《四川省智慧物业共用设施设备编码标准》	

第四部分 品质篇

一、平台数字化、智能化，推动服务品质化发展

在万物互联、智慧共享的时代，科技的力量带给物业管理行业的变化是革命式的，技术的迭代让物业服务具备了联结美好生活各个环节的可能。物业服务企业通过平台建设和设备升级，借助互联网、物联网、大数据、云计算、5G 等技术手段，对基础的“四保”服务

进行优化改善，实现企业运营过程的“降本增效”。同时，为了实现对人的服务，满足人民日益增长的美好生活需求，物业企业也在不断提升整合和嫁接资源的能力，利用现有技术平台充分链接多个行业，拓展多种增值服务，挖掘潜在的服务空间。

2021 年三季度，多个物业服务企业在智能化建设的道路上又实现了新的跨越，借助科技力量刷新了服务触感，推动行业高质量发展。如碧桂园服务自主研发服务机器人，最先开展研发的清洁机器人将于 10 月份局部投入使用。李长江也公开表示，碧桂园服务将进入机器人服务时代，未来所有的小区都将会用无人驾驶的机器人清扫道路、公共园区和地下停车场等。中海物业旗下星海物联目前合作伙伴已超过 50 家，并会进一步与华为、诺基亚等合作伙伴一同打造智慧园区解决方案，真正实现服务体验的焕新升级。

表：部分企业前三季度智慧物业建设情况

企业名称	智慧物业建设具体内容	方式
碧桂园服务	自主研发服务机器人，首先研究的是清洁机器人，预计 10 月份将局部投入使用，同时也在研发绿化机器人。做服务要靠大数据、数字化去支撑。	自主研发
中海物业	中海物业旗下星海物联板块已经有超过 50 家的合作伙伴。同时，正在通过和华为、诺基亚等合作伙伴一同打造智慧园区解决方案，形成自主知识产权和独立的核心技术以及竞争力。	战略合作
宝龙商业	宝龙商业与 MUJI、永辉、大地、绫致、西贝、百胜、森马、FILA 等八家重要战略合作伙伴共同启动“宝龙商业新规划启航仪式”，并提出新定位“创新整合，做新商业和新一代消费者之间的桥梁”，用科技创新赋能“新商业”战略。	战略合作
新希望服务	“同心、智慧、服务、共享”主题智慧物业沙龙，共同推动智慧物业发展，将整合各级党建信息平台与政务信息平台、城市管理服务平台等，实现多网合一、互联互通，促进党建工作与社会管理服务深度融合。	合作论坛

此外，2021 年 7 月可谓今年的上市月，共有 6 家物业公司登陆香港主板市场，从这 6 家上市企业募集资金主要用途来看，用于智能化运营及内部系统建设、升级、改造等方面的资金比例在 10%-25%之间，尤其是领悦服务和中骏商管的这一比例分别达到 20%和 25%，表明智能化建设在企业战略发展中具有很高的重要性。

表：2021 三季度上市公司用于智能化建设的募集资金使用计划

企业名称	募集资金计划用于智能化建设的情况
康桥悦生活	约 10%将用于智能化运营及内部管理系统以提升服务质量和客户体验。
融信服务	约 15%将用于开发和升级运营使用的硬件和软件。

德信服务集团	约 10%将用于投资信息技术和内部管理系统，以改善服务质量和客户体验。
领悦服务	约 20%将用于升级信息系统及设备。
朗诗绿色生活	约 15.3%用于进一步升级数字化智能系统软硬件、加强客户数据安全及设立战略分析平台、开发及升级内部管理系统、持续升级朗 e 云及信息技术工具等。
中骏商管	约 25%所得款项净额将用于投资科技，以改善服务质量、客户体验和参与度并提高运营效率。

二、人才是企业发展的动力，是品质保障的基石

人力资源是物业服务企业潜在的和强大的生产力，是企业最贵的资源，影响企业的长远发展，也为物业服务的品质提供基本保障。2021前三季度，物业服务企业积极加强人才建设，提升员工的服务力和竞争力。比如，在基础服务方面，物业企业主要通过培训的手段，开展各种集训营，让员工广泛的参与进来，从物业理论知识、专业技能、经营能力、综合能力、工作经验等方面设置相关的培训或者竞赛，帮助员工发现自身短板，补短扬长，助力企业打造高标准、重细节、有温度的品质服务。

表：部分企业人才引进及培养措施

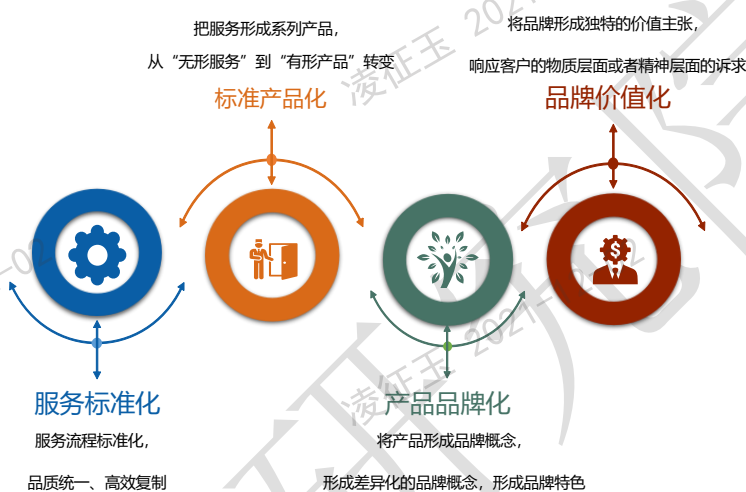
企业名称	培养方式/方向	具体内容
荣万家	基础服务	星火计划经理训练营，面向物业各分子公司优秀项目经理及综合素质较优的职能经理展开，通过设置多种环节帮助学员发现自身不足。
海尚海服务		“明日之翼”星火特训营，组织“物业理论知识+专业技能+经营能力+综合能力”四大主题的“线上+线下”双线学习竞赛。
奥园健康		为加强人才梯队建设，打造适应新环境的人才队伍，正式召开“领航计划”启动会。
雅生活集团	校企合作	雅生活集团与绵阳城市学院等多家单位签订校企合作协议，以雅居乐的多元产业基础为学校提供产业型导师队伍、实训基地、“订单式”产业人才培养等有力产业支持。
时代邻里		时代邻里控股有限公司与华美国际教育集团合作，通过数字化、智能化的技术手段，优质服务为学校注入更美好的人文力量。

此外，部分物业服务企业还通过校企合作的方式，保障企业的人才供给充足，提升引入人才的综合能力和质量。如雅生活集团与绵阳城市学院等多家单位签订校企合作协议，以雅居乐的多元产业基础为学校提供产业型导师队伍、实训基地、“订单式”产业人才培养等有力产业支持，以保证雅生活集团新鲜血液的持续供给。

第五部分 品牌篇

2021年三季度，物业企业聚焦服务品质，推动品牌“四化”建设，通过建立标准化管理制度、智能化建设和引进专业人才等举措，推动服务标准化和标准产品化建设；同时积极延伸服务链条，形成多元品牌组合，将产品形成品牌概念，利用差异化品牌理念建立品牌区隔，增强品牌市场竞争力；积极响应客户的物质层面及精神层面的诉求，将品牌形成独特的价值主张，升华品牌价值。

图：物业企业“四化”建设



2021年三季度，物业企业依旧保持高质量发展，积极调整品牌定位，加强品牌整合、升级和重构。一方面，企业以业务体系为载体，以多元业务延伸品牌管理，根据自身资源禀赋和发展战略，推动品牌管理的立体化发展。另一方面，把握客户需求，立足服务之本，依托强大的品牌吸聚力，加速内外部品牌资源聚合，线上线下有质量地扩大规模，换挡提速，实现倍速成长。

表：部分物业企业品牌升级焕新建设

企业名称	内容
中海物业	以擦亮“第一管家”的金字招牌为目标，以“精筑幸福，创领潮流”的品牌理念体现企业价值。
时代邻里	继续大力推广社区线上购物平台“邻里星选”，为业主提供高质量商品和贴心服务。得益于此，截至2021年6月社区增值服务收入较2020年同期增加249.4%。
明德物业	为高校服务注册“学苑管家”品牌，并逐步形成“学苑管家 SMILE 服务”解决方案，所谓 SMILE（微笑），取自 Standard（标准）、Mildness（温和）、Intelligence（智慧）、Liveliness（活力）、Excellence（卓越），SMILE 构成高校服务的闭环。

新大正物业集团	重庆新大正物业集团更名为新大正物业集团，将更好地助推企业突破地域界限，实现全国化深耕和发展。
财信智慧服务	继 2020 年 6 月正式发布“怡”品牌，再度迭代“怡生活”服务平台，推出财智云 V1.0，包含了怡生活 APP，怡加小程序，怡生活公众号等互联网用户前端，围绕业主的生活场景和需求变化。
佳兆业美好	于 6 月底发布了由小 K 租售、小 K 美居、小 K 有财、小 K 到家、小 K 商写、小 K 优选等十项“小 K”服务组成的全新社区增值服务品牌“小 K 生活”，覆盖业主生活场景的方方面面，实现社区服务品牌、品质双升级。
德信服务集团	住宅物业领域在现有的“桔服务”、“臻服务”基础上持续深化升级，在高端商办、产办领域，重点打造了商企服务品牌“德信物业”，建立了其独立的高端专业化管理体系。
苏宁银河物业	已完成“臻悦”、“云域”、“企孵”、“睿商”、“智城”等五个业态品牌注册，以及“怡悦”公寓、悦管家、悦居会、车场、团购、红色物业等业务、管理、文化品牌体系的建设规划。
宋都服务	以“采荷街道金牌管家大物业基层治理模式”为出发点，不断扩大老旧小区城市服务边界，致力于为业主提供更为贴心的服务。

2021年三季度，各地频发的自然灾害牵动亿万人心，大难面前显担当，物业企业又一次站在了防灾抗灾的第一线，帮政府分忧，为群众解难，始终冲在一线。物业企业持续奋战，以专业力量守护安全、保障生活，彰显企业担当和家国情怀。物业企业系统部署、科学防治、精准施策，项目联防联控，物业员工逆行而上、共克时艰，守护家园平安；在防疫物资准备、抗洪救灾等方面，尽最大可能，保障着业主的健康与安全，物业行业的公众影响力迅速提升。

表：部分物业服务企业防疫防汛举措

企业名称	内容
建业新生活	暴雨之后，郑州市二七片区的积水深及膝盖，内涝导致的垃圾也堆积成山，建业新生活的员工在二七区城市管理局的有序指导下，开始清理全路段雨水井，连续几日几乎每天人力及机械车辆 24 小时轮轴转。
康桥悦生活	第一时间全面部署各项防汛工作，加强值班值守，启动全员备勤状态，在暴雨来临前夕检查排水系统，用电系统，确保暴雨天气也让业主们生活一如平常。
鑫苑服务	鑫苑服务人在暴雨中，组织全员出动，冲锋在鑫苑各受灾项目一线，抗洪抢险，用身体筑人墙挡水架起“最强”防线，绑上矿泉水桶冲入洪流去救人。
和泓服务	密切结合各地区气候实际，组织人员对重点领域、关键环节、重点设施进行“诊断式”检查。
荣万家	加强对供水、供电等重要基础设施的巡查和保护，对消防安全隐患进行巡查；对机房、重要设备、网络等进行了排查，确保通讯正常工作，尽力把汛情的损失降到最低。

第六部分 展望篇

2021 年四季度，行业进入加速调整阶段，并购的“窗口期”出现，物业企业通过持续完善标准、扩展服务内容、更新管理手段、推进技术升级、创新品牌、赋能系统管理、提升从业人员素质等方式，实现行业转型升级、高质量发展的目标。充分挖掘市场资源，发挥公共服务经验及专业优势，打造智慧城市服务的标杆性项目，延伸城服产业链至专业细分市场。同时，携手智能科技合作伙伴，构建智慧运营和服务信息平台，落地服务场景应用，通过生态合作形成对多业态的能力覆盖。

趋势一：行业重整——企业并购“窗口期”出现，市场机会显著增加

近期，以碧桂园服务、万物云和龙湖智慧服务等为代表的头部物企屡屡出手，“鲸吞”行业内多家优质企业，一方面是企业积极地并购策略集中体现，通过收购和自身业务发展良性互补的优质标的，巩固市场地位；另一方面大宗并购案例是市场价值规律的外化表现，当市场上并购需求和供给此消彼长、加速释放时，也正说明物业行业具备高度的市场活跃性和巨大的市场潜力，值得投资者的高度关注。

目前资本市场敏感度提高，房地产行业的信用风险边界尚未明确，导致物业企业被屡屡错伤。这个时候部分物企会选择继续进击资本市场，但由于资本对物管的价值判断逐渐回归，需要足具吸引力的规模体量与盈利能力才能打动人，因此上市后也会存在一定的不确定性；但也有部分企业格外珍惜当前的市场机会，通过积极与头部企业的并购合作，谋求企业在当前市场上的价值确定性。但总体来看，当前企业并购“窗口期”仍然存在，对于头部企业和其他物业服务企业的市场机会显著增加。

结合第三季度房地产行业的整体趋紧的市场形式来看，房地产行业的洗牌将持续影响物业行业的重整。类似合生创展收购恒大物业、碧桂园服务收购富力物业及彩生活核心资产的并购行为将持续发生。物业企业凭借现金流稳定、轻资产运营等优势特征显著，“以不变应万变”，在外部环境市场出现较大波动的情况下，具备较大的整合发展潜力。

趋势二：行业性质——本质未变，抗周期属性凸显

物业企业的现金流稳定、轻资产运营等优势特征显著。物业企业的主要作用是提供服务，除了必要的设施和人员投入之外，不用投入过大的成本，具有很高的灵活度，可以根据不同情况弹性应对不同的突发情况。

在行业市场出现波动的情况下，基于物业抗周期性特质、受经济影响较小、拥有稳定现金流和增长预期，该行业会逐渐发展成地产之外的独立行业，具备较大的发展潜力。物业服务的准公共服务属性，越来越多的资源向物业企业聚集，另外企业也积极加大智能运用推广，服务模式转变，为社区增值服务发展提供契机，由此可见，行业的本质依旧未发生改变，行业依旧存在更多发展空间。

趋势三：资本市场——预计年底上市企业总数将约 60 家

截至 2021 年 9 月 30 日，港股、A 股上市物业服务企业总数已达 51 家，共有 23 家物业服务企业递交 A1。由于第三季度行业重整的加速，部分物业企业逐渐退出资本市场的舞台，预计到 2021 年底，上市物业服务企业总数会约 60 家。

表：2021 年三季度上市物业服务企业递交 A1 情况（截至 9 月 30 日）

企业名称	递表时间	企业名称	递表时间
万盈服务	2021/9/20	力高健康生活	2021/6/9
瑞安新天地	2021/9/13	祥生活服务	2021/5/28
金茂物业	2021/8/31	德商产投服务	2021/5/25
苏新美好生活	2021/8/30	京城佳业	2021/5/11
鲁商服务	2021/7/02	东原仁知服务集团	2021/4/30
融汇悦生活	2021/6/30	中梁百悦智佳服务	2021/4/29
珠江城市服务	2021/6/30	明宇商服	2021/4/28
润华物业	2021/6/29	海悦生活	2021/4/23
上房服务	2021/6/29	中南服务	2021/3/29
俊发七彩服务	2021/6/28	天誉青创	2021/3/26
众安智慧生活	2021/6/24	世纪金源服务	2021/1/20
长城物业	2021/6/16		

趋势四：规模扩张——决策更加理性、数据化，中指数据助力企业科学高速有效拓展

2021 年四季度，扩规模仍是企业发展的重要基石，截至目前，数百家物业服务企业使用中指数据·物业版在全国 2000 多个城市拓展物业服务新项目。秉持“数据赋能企业科学决策，技术提升企业服务能力”的宗旨，为物业服务企业提供“智慧物业+智慧物联+智慧经营+智慧决策（中指数据·物业版）”的一站式解决方案，助力物业服务企业快速实现智慧化转型。

中指物业数据库主要内容包括六大核心功能模块：

物业云·中指数据物业版



(1) 新增项目：提供多维度新增土地项目信息，包括开发企业、土地性质、项目位置、规划建筑面积等；整合多元数据，形成城市、企业、项目热点排行榜，帮助物业服务企业抓住新增项目拓展机会。

(2) 合约到期项目：全面监测服务合约将到期的物业管理项目，提示合约到期时间；使物业服务企业预先了解“准进入”项目的详细数据，帮助企业在激烈的市场竞争中筛选更具价值的拓展标的。

(3) 招标项目：提供全国范围内物业服务企业招标信息，涉及项目类型、预算金额、投标截止时间及联系方式等重要数据；为物业服务企业拓展市场增加信息来源渠道，提供及时、准确的招标信息。

(4) 物业企业分析：收录中国物业服务企业最新业务数据、财务数据、企业发展情况和资讯动态；帮助用户不同企业发展情况，为物业服务企业内部研究、制定战略规划等提供数据支撑。

(5) 报告工具：通过模块组合，结合用户个性化需求，一键生成自动化报告，涵盖市场监测、竞品对标等内容，帮助用户更好的应用数据、快速输出定制化内容。

(6) 行业资讯：全网监控物业企业最新舆情资讯，实时提示正面、负面新闻资讯；收录与物业管理行业相关的政策法规，帮助企业了解全国性、区域性最新政策方向。

趋势五：城市服务——扩大服务边界，做好城市民生树行业口碑

物业管理服务是一种典型的“准公共产品”，既具有商品属性，又具有社会属性，社会责任担当及民生服务得到了广泛认可，越来越多的基层治理业务向物业服务企业聚集。

城市服务是将单个物业项目的管理模式延伸到城市治理层面的一种探索，基层治理全域化

的需求叠加政府提升城市治理水平的需求催化城市服务的进一步发展，在一定的财务预算内，由物业服务企业这类专业化的企业参与城市治理，共建城市新面貌成为当前的一个重要趋势。未来，随着越来越多物业企业进入城市服务这一领域，城市服务的边界会进一步延伸，逐步成为物业服务企业竞争的全新猎场。

趋势六：增值服务——服务场景多样化，行业发展更具想象空间

大物业仍是物业企业未来的发力重心，也依旧是未来社区生活的重点。大物业不仅包含居民基础服务，还将包括康养、旅游、商业、团购等业主增值服务。以点带面，帮助物管企业进一步扩张边界，构建一个社区生活生态，从而释放更大的商业潜能。同时，随着数字化管理、智能化服务的不断推进，物业企业所能提供的并不仅仅是服务而已，还可以连接更大的需求，将消费者的多元需求整合起来，在一个社区之中尽可能多得完善需求，并对接供需关系，创造更多的价值。

物业企业通过对业主的多种经营来反哺基础服务的满意度和用户粘性，做好经营和服务的平衡，是走好、走稳、走强多种经营变革的核心。尽管业主增值服务有很多难点，要平衡传统物业基础服务，需要非常全面的统筹和协调，但是可以确定增值服务是未来物业企业商业模式变革的核心切入点和发力点，其具备不可估量的增长潜力。

趋势七：科技赋能——深化科技应用，提升综合服务水平

智慧科技依旧是企业提质发展的重要手段之一。物业企业将始终围绕业主高频生活需求，积极布局智慧社区领域，通过社区生活 APP，线上与线下服务中心、前置仓相互串联，围绕业主高频多元化社区生活形成覆盖业主生活的多元化服务体系。基于业主对移动端服务响应的需求，发挥其独有科技优势，利用信息科技能力构建智慧服务体系，通过设备智能化、实时动态化、数字可视化、线上移动化等方式，长期而言，社区智慧化的建设及应用是在有效降低人力成本的同时，实现服务质量的提升。