

2021中国物业服务百强企业研究报告

中指研究院 中国房地产TOP10研究组

一、管理规模

(一) 百强企业管理面积增长 14.02%，TOP10 管理面积增长 27.57%



图：2017年-2020年百强企业合约管理面积、管理面积及市场份额变化情况

扩规模是物业服务企业现阶段发展的核心战略。2020年，百强企业管理规模实现稳步提升：管理项目数量均值为244个，同比增长15.09%；管理面积均值达4878.72万平方米，同比增速达14.02%。百强企业市场份额上升至49.71%，较上年增加6.10个百分点，市场集中度继续提高。TOP10企业管理面积均值2.64亿平方米，同比增长27.57%，强者恒强态势显著。

(二) 依托兄弟公司项目，以点扩面辐射周边，实现规模高速高效增长

在激烈的市场竞争环境中，百强企业积极把兄弟开发企业的资源用好用足，驶入规模扩张的高速通道。首先，百强企业积极承接兄弟企业独立开发或合作开发的项目，使得管理面积的增长得到有效保障。2020年，百强企业中有开发商背景的企业数量占比超七成，这些企业的管理面积中五成以上来自兄弟开发公司。其次，百强企业进驻兄弟企业开发项目后，借助优质服务、专业管理及高效运营，不断累积良好的品牌口碑，通过标杆项目“以点扩面”，为挖掘本土存量市场奠定良好基础。百强企业跟随兄弟公司扩张步伐有利于快速拓宽物业服务半径，提升物业管理密度，充分发挥规模效应。此外，百强企业利用兄弟公司与政府、国企之间的紧密联系，成立合资合作平台或项目层面的合资公司，协助获取政府类、公建类的项目、城市服务项目，同时也有助于规避并购整合的高对价问题。

(三) 五成以上新增面积来自外拓，并购和竞标贡献各半，市场化拓展成效显著

市场化拓展也成为百强企业新的增长极。伴随整个行业的快速整合与增量扩张，部分早期不注重市场化的企业开始积极入市抢“地”。2020年，百强企业新增管理面积中超过五成来源于市场化拓展，其中，并购和通过项目竞标的贡献各半，可见外拓成效明显。并购优质标的已成为百强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。除收购手段外，百强企业还通过及时掌握市场公开信息，寻求合作机会等方式，以优质的服务及专业高效的管理模式，赢得招标方青睐，全面提升外拓比例。

(四) 注重核心优势区域深耕，单城市管理面积均值超140万平方米

洞察城市发展风向，横向快速拓展市场，纵向深挖本土需求，是突破管理规模瓶颈的重要手段。百强企业把握城市群一体化发展机遇，从当地实际需求出发，融合区域经济与产业特点，配置优势资源，形成良好服务口碑，提速规模化发展。2020年，百强企业58.93%的管

理面积位于五大城市群，较2019年上升2.77个百分点，其中，长三角城市群管理面积占比最高达19.35%；粤港澳、长江中游城市群面积比例分别为11.31%、9.98%，较2019年分别增长1.06个百分点、0.7个百分点，增速较快。

二、经营绩效

(一) 营收增长12.81%，低于在管面积增速，规模先行，收入可期



图：2017年-2020年百强企业营业收入均值与增速及管理面积增速情况

2020年，百强企业营业收入均值实现11.73亿元，同比增长12.81%，首次低于在管面积增速1.21个百分点。

(二) 增值服务收入占比呈现分化趋势，TOP10企业运营能力明显优于百强企业

1. 巩固基本盘，基础收入占比微降至78%，TOP10企业基础服务收入贡献64.61%。2020年，百强企业积极稳固基本盘，基础物业服务收入继续增高，达到9.14亿元，同比增长11.92%，业绩贡献度为77.93%；多种经营收入均值2.59亿元，同比增幅达16.08%，增长弹性更高。2. 非业主增值服务仍是多种经营收入主要贡献力量，案场服务、中介服务等占比最高。2020年，百强企业非业主增值服务收入实现1.42亿元，占多种经营收入的比重为54.91%。3. 社区增值服务收入同比增长15.49%，社区零售、家政类生活服务收入增长最快。



图：2018年-2020年百强企业与TOP10企业收入构成变化

(三) 发挥规模效应降成本，拓展高价值项目增收益，净利润均值突破1亿元

在利好政策、资本市场的推动下，百强企业积极拓展和布局多元化的增值服务，探索和打磨高利润率的盈利模式，盈利能力持续增强。2020年，百强企业毛利润和净利润均值分别为2.88亿元和1.05亿元，同比分别增长15.15%和14.73%。

增值服务的发展有日渐成为利润中心之势，2017年-2020年，百强企业多种经营收入贡献从18.20%提升至22.07%，净利润贡献从41.68%提升至48.30%，都呈现逐年上升的态势，且利润贡献的提高要显著快于收入贡献。2020年，百强企业营业成本均值为8.86亿元，同比增加12.07%，其中，人力成本占比达58.32%，较2019年下降0.77个百分点。百强企业不再对基础物业服务成本进行强行压缩，而

是转变成成本控制思维。一方面通过不断扩充在管面积、加强区域项目布局密度等，进行有效协同管理，使得规模化效应凸显；另一方面，继续通过灵活、科学的用工模式，接轨市场合理外包，同时，不断对员工结构进行优化，通过各种考核机制，对员工进行优胜劣汰，向高质量人才结构转型。

三、服务质量

(一) 疫情加速标准化体系构建，推动服务品质不断进阶

2020年，突如其来的新冠肺炎疫情给广大人民的工作和生活带来了不小的困扰，物业服务企业不惧风险，坚守工作岗位，全面推进疫情防控工，以专业、精细的服务，从多方面为业主及住户守护安全。疫情突发后，物业服务企业提升疫情防控战略高度，纷纷成立总部及各区域防疫小组，每日汇报、沟通疫情防控情况，并针对不同区域项目制定相应的疫情防控措施；众多物业服务企业总结防疫经验、完善防疫措施，形成有效、可执行的安全社区服务标准；主动联系卫生主管部门，建立应急沟通机制和信息报送机制。

(二) 主动服务赢得业主认可，收缴周期缩短，收缴率与续约率维持高位

2020年，百强企业物业服务费收缴率均值为93.57%，续约率均值为98.39%。自2020年1月份以来，百强企业始终奋战在抗疫一线，配合医疗工作者，采取一系列防控措施，在“救治一线在医院、防护一线在社区”的大背景下，为我国疫情防护贡献了巨大力量，获得国家、社会和百姓的高度认可。同时，百强企业主动提高自身服务意识，以服务客户为己任，充分发挥社区优势，进一步提升服务品质。以上两点促使百强企业物业费收缴效率进一步提升。住宅物业和商业物业的收缴率均值分别为91.71%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97.39%、98.43%、97.03%、98.26%和98.75%，均高于百强企业物业服务费收缴率均值。

(三) 吸引各路英才，人才结构优化助力行业生产力水平提升

人力资源也是物业服务企业的核心所在，决定企业的未来。百强企业积极聚集一批批担当、有作为的优秀人才，成为行业的中坚力量，以谨慎和脚踏实地的作风，推动行业快速成长。百强企业从业人员本科及以上学历占比11.23%，增长0.25个百分点；大专学历人员占比22.77%，增长1.35个百分点，高中学历人员占比22.68%，降低0.17个百分点；中专及以下人员占比43.32%，降低1.43个百分点。整体来看，百强企业从业人员平均学历程度增长明显，人才结构持续优化。

四、发展潜力：立足现有储备，紧抓资本机遇，延伸服务边界，深挖增值服务

(一) TOP10企业平均储备量高达1.71亿平方米，头部效应显著

经过近年来的高速发展，百强企业基本实现了企业化经营、专业化管理、社会化服务和市场化运作的运行机制，已逐渐从探索期的单一运营模式转向多元化经营；百强企业的规模也在不断增长。同时，关联地产企业项目的资源优势，也为百强企业的规模扩张

带来确定性。



图：2016年-2020年百强企业合同储备面积均值及储备项目数量均值

在房地产市场保持平稳发展的背景下，物业百强企业紧抓规模为主的硬道理，依托新的发展机遇，不断加大项目拓展力度，积极增加项目储备，为企业抢占市场份额积蓄能量。2020年，百强企业的合同储备项目数量均值为105个，合同储备项目面积均值为1830.51万平方米，同比增长分别为10.53%和8.63%。

(二) 非住宅市场容量大、专业门槛高，百强企业逐鹿各细分赛道

2020年，八成以上的百强企业进入商业物业领域，七成以上的企业进入办公物业领域，五成左右企业服务产业园区物业、公众物业、学校物业等。百强企业凭借丰富的管理经验及专业化服务，逐渐赢得市场认可，非住宅业态管理面积呈现逐年上升态势。

首先，非住宅领域市场前景广阔，布局非住宅领域是百强企业快速壮大的重要手段，存量市场空间较大，2000年-2020年，全国厂房及仓库用房、商业营业用房、科研及教育用房、文化与体育等用房、医疗用房、办公楼的累计竣工面积分别为32.40亿平方米、24.40亿平方米、19.08亿平方米、5.30亿平方米、5.08亿平方米及4.63亿平方米；其次，非住宅业态项目收取的物业费较高，可以进一步充盈营业收入；再次，非住宅项目竞标时对经验、专业性要求较高，企业成功进入后可通过沉淀管理经验，迅速拓展相似领域项目，或可成为“一方霸主”；最后，百强企业积极挖掘全新服务市场，紧抓“城市精细化管理”的机遇，以多年积累的服务经验，开始涉足城市服务蓝海市场。

(三) 利用“人+场”优势，响应政策号召，深度布局增值服务

百强企业增值服务类别更加丰富多元。百强企业在稳固传统服务的基础上，跟随多元化需求，借助自身优质资源，及时推出丰富的服务，打通上下游产业，进一步扩充盈利渠道。增值服务代表未来物业服务企业的发展方向，但目前增值服务营收占比仍然较低。百强企业开展增值服务具有先天优势。此外政策方面，国家对社区养老、智慧化服务等方面的支持达到空前力度。2020年11月份出台的《关于推动物业服务企业发展居家社区养老服务的意见》，提出“物业服务+养老服务”居家社区养老模式。《国民经济和社会发展规划第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》中明确提出“完善社区居家养老服务网络”、“推动专业机构服务向社区延伸，整合利用存量资源发展社区嵌入式养老”。

(四) 资本赋能，上市企业融资净额累计近千亿，扩规模、智慧化建设“弹药”充足

2020年物业服务企业进入加速上市阶段，目前已有40家物业服务企业登陆香港资本市场。港股物业板块的总市值从2020年初的1500亿元增加至2021年3月31日的9778.8亿元，超5倍规模增长；港股物业板块平均市盈率达到32.4，远高于港股主板市盈率9.68，充分体现了资本市场对物业管理行业的高度认可。除此之外，还有

13家企业已交表，等待敲钟时刻。预计未来一段时间，仍会有更多物业服务企业进入资本市场；同时，已上市物业服务企业利用资本优势，明确发展规划，扩大管理规模，升级设施设备，保障企业良性成长，不断提升行业地位。

五、社会责任

(一) 疫情大考下，以专业力量守护安全、保障生活，彰显企业担当和家国情怀

2020年，国内新冠肺炎疫情给人民生命安全和经济社会发展带来了严峻的考验，全体物业人积极践行保国利民的企业责任，高效协同各级政府构建网格化防疫阵线，守护社区家园，以专业力量保障企业正常运营生产，众志成城筑起层层防护屏障，书写了历史上不平凡的一笔。

疫情期间，物业服务企业一方面积极配合政府进行疫情防控，做好消杀、宣传、封闭管理等全方位部署，严把社区进出口，构筑群防群治的严密防线；另一方面，通过社区服务平台，为业主提供蔬菜生鲜配送、口罩等防疫物资团购服务，解决业主生活实际困难。

(二) 主动融入基层社会治理，共建共治共享美好生活

在国家号召打造“共建共治共享”社会治理格局的背景下，百强企业响应国家方针政策，积极参与基层社会治理，通过与属地街道社区建立协同联动机制，坚持党建引领，与居委会、业主等多方主体联动，共建共享社区和谐氛围，助力社区治理活力和效率提升，履行社会担当，实现政企民共赢。特别是在2020年新冠肺炎疫情期间，物业管理工作的价值让社会、政府重新认知，行业参与基层社会治理的巨大价值也被重新认识，成为创新社会治理、推进和谐宜居城市建设、提升城市发展质量、维护社会稳定的重要力量。

部分百强企业积极参与红色物业建设，将党组织的政治引领、整合资源以及凝聚人心作用，与自身专业服务社区居民的职能有效结合起来，形成多方联动机制，打造“红色物业”管理服务新模式，破解社区治理难题，充分为业主排忧解难。

(三) 提供就业岗位148万个，热心公益活动，积极践行社会责任

2020年，我国就业市场形势严峻，百强企业积极承担起社会责任，全面强化稳就业举措，部分优秀企业在年初就提前启动招聘，创造更多就业岗位。2020年，百强企业提供就业岗位148.3万个，同比增长16.24%，提供外包岗位59.02万个，同比增长7.01%，其中多数为秩序维护、保洁、绿化等基础服务岗位，在解决基层就业、在促进社会和谐稳定方面发挥了重要作用。

结 语

多年来，物业管理行业承载着为社区居民创造美好生活的使命，踔准时代节拍，一路高歌猛进。2020年，行业的发展得到了资本市场的认可和社会各界的赞扬。2021年是国家“十四五”规划开局之年，物业管理行业在国家战略层面受到空前的重视，鼓励和指导性政策文件纷纷出台，物业管理行业正迈入发展的黄金时代。一方面，物业服务企业形成进一步融入国家与社会治理的趋势，服务、业态类型更趋多样化，另一方面，业主和社会对管理服务的品质和规范形成了更高的要求。未来，对物业服务企业而言，要通过持续完善标准、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，实现行业转型升级、高质量发展的目标。征程万里风正劲，笃力奋楫开新篇！

高速·高质·高密·高效 迎接物业黄金十年

——中国物业服务企业发展路径探索

过去一年，对于物业管理行业而言是挑战和机遇并存的一年，这一年物业行业从业人员在疫情之下勇担重责，众志成城共克时艰，依靠专业的服务能力、无畏的付出获得社会广泛认可；这一年里国家发展规划以及相关政策文件明确了物业管理行业未来的发展方向，为物业管理行业的快速增长和规范发展创造了空前的有利条件；这一年行业里更多企业走上资本舞台，迎来前所未有的发展机遇，截至目前共44家企业登陆资本市场，资本价值进一步凸显；这一年，物业服务企业在智能化和增值服务建设道路上亦更加理性、坚定和深入；这一年，更多物业服务企业积极出圈城市服务，迈向更广袤的星辰大海。今年以来物业管理行业在产业定位、业务扩容及资本市场布局方面均迈出了坚实的一步，形成了充满新生与裂变的全新发展格局。

2021年是“十四五”规划的开局之年，又恰逢物业管理行业发展的四十周年，在这一关键的历史节点上，如何总结过去，谋划未来，事关行业的可持续健康发展。基于此，中指研究院对目前部分重点物业服务企业进行深入研究，通过剖析优秀企业发展路径，总结发展经验，以期为物业服务企业梳理发展方向，提供参考意见。

一、速度：乘风破浪，五年追赶地产十年

现阶段，随着行业格局的加速演变，扩规模成为物业服务企业的发展共识。对于企业而言，要追求规模，要在潜力巨大的市场里获得成功，快速扩张是根本。为了实现快速扩张，物业服务企业均付出了成倍的时间和精力，在能力和资源方面尽可能做到兼顾的基础上，将资源更多集中在速度上面，加速占领市场。

今年，众多物业服务公司已经公布了自己未来3年-5年的增长目标及发展规划，以“先声夺人”的态势抢占先机。接下来，物业服务企业需要做的就是加速奔跑，以十倍的努力，抓住“十四五”期间的各项发展机遇，迎接行业最好的黄金十年。

二、广度：从多业态布局到多业务拓展，推动服务边界及内涵延伸

近年来，伴随住宅领域竞争的日益激烈，越来越多的物业服务企业将优势从住宅业态广泛延伸，开拓新的服务及盈利空间。非住宅物业具备市场规模大、物业费均价高、收缴率高、提价相对容易等诸多优势，成为众多物业服务企业抢滩的领域。

优秀的物业服务企业积极进行战略深入调整和业态延伸布局，依托自身多年积淀的物

业服务经验、良好的口碑及资源禀赋等，通过招投标、收并购和合作等方式，切入商业、办公、产业园区和交通枢纽等细分赛道；同时，积极承接政府机构、国有企业、事业单位等相关的物业管理服务，持续深入企业业态布局。

物业服务企业在2020年疫情考验下的价值充分彰显，进而被赋予了“基层社会治理单元”的内涵，社会地位持续提升，加之与业主长期建立的信任关系，使其可以参与服务业主家庭生活的各个方面。同时，我国的住宅小区具有非常明显的连片式、高密度、集中化特点，这也使得物业服务企业布局增值服务具有非常大的潜力。

三、深度：提升物业服务密度，深挖增值服务，构筑护城河

除了比拼扩规模速度和服务广度外，物业服务企业在2020年普遍加大了对于业务深度的重视程度，一方面通过聚焦优势区域，提升在优势地区的渗透率，另一方面深挖自身已建立比较优势的增值服务与特色业务，进而不断创造价值；此外，部分企业对细分业态或领域做精做专，打造成特色品牌，构筑起服务壁垒，也能在多变的市场环境中站稳脚跟。

2020年，物业服务企业聚焦重点城市，深耕精拓，实现纵深发展。长期来看，行业内企

业基础服务能力和利润水平可能会因为服务密度的不同而出现明显的差异化。服务密度关系到物业服务企业的集约化管理在成本端的优化空间，同时也关系到企业在特定城市的“议价”能力。目前百强企业单城市管理面积均值超140万平方米，未来仍有进一步提升的空间。

四、厚度：练好内功，以人为本，科技赋能，推动高质量发展

随着社会经济发展和住户对服务质量要求的提高，物业服务企业更着力于加强服务人员与住户的情感连接，以专业而有温度的服务增加用户粘性，主要体现在引进吸收培养优秀人才，提升人员素质，加码人才队伍建设方面。机制是物业服务企业高品质服务落地的关键保障。近年来，物业服务企业在扩规模的同时，不断加强自身各类机制的建立，如组织架构更新、薪酬激励机制、人才培养机制、业务管理机制和监督考核机制等，有利于形成规模效应，快速复制标准化服务并推广。

科技与增值服务结合主要体现在管理数字化、服务智能化、平台化等方面，物业服务企业基于互联网与大数据物联网等技术，打通线

上线下网络，通过搭建智能服务平台，提升用户体验，实现降本增效。

五、黄金十年：海阔凭鱼跃，天高任鸟飞

物业管理行业正加速步入黄金时代，新的时代背景对行业也提出了新的要求，物业服务企业既要做到抬头看天，在纷繁复杂的市场变化中洞察潜力市场机会，也要随时低头看路，结合自身资源禀赋寻求长远发展的路径，更要调整姿态，重塑企业核心能力才能跟上时代步伐。

未来，物业管理行业格局将在竞争加剧、优胜劣汰加速的背景中进一步变化，行业中各类型企业的发展分化也已显现，全国性大型物业服务企业主要以加速扩张规模为主，同时积极布局多业态业务，强调科技赋能，进军城市公共服务领域；区域性中型物业服务企业多采取背靠关联公司，深耕地方市场，发挥区域优势，通过外拓与收购并购规模的发展路线；地方小型物业服务企业由于扩张能力较弱，侧重发展特色业务，增强比较优势，提升自身在资本市场的估值。三种类型的物业服务企业共同构建了行业中高成长、多层次、有重点的缤纷生态圈。