

行業概覽

本節載有若干關於中國經濟及本集團經營行業的資料、統計數字及數據。以下章節的資料部分乃由本公司摘錄及源自戴德梁行編製的委託報告—戴德梁行報告。請參閱下文「—資料來源」一段。本公司相信，本節有關資料來源屬於下文資料及數據的適當來源，且本公司於摘錄及轉載有關資料時已採取合理審慎措施。本公司並無理由相信有關資料失實或含誤導成分，或遺漏任何事實致使有關資料失實或含誤導成分。本公司、獨家保薦人、任何彼等各自的聯屬公司或顧問或參與股份發售的任何各方概未獨立核實該等資料，並概不會就其準確性作出聲明。

資料來源

針對上市，本公司已委託戴德梁行編製一份用於本招股章程的戴德梁行報告，以向股東提供關於中國經濟、珠江三角洲(包括廣州)住宅及商業物業市場以及本集團經營行業的資料。戴德梁行就編製戴德梁行報告向本公司收取人民幣400,000元的總費用。戴德梁行是一間全球性的房地產顧問機構，所提供的服務涵蓋投資代理、租賃代理、物業與設施管理、項目與建築諮詢、投資與資產管理、市場研究與預測以及估值。戴德梁行在60個國家設有300個辦事處。

戴德梁行報告乃主要由戴德梁行指定市場研究團隊基於中國政府、知名研究機構的數據及戴德梁行的專屬資料庫編製。在研究過程中，戴德梁行亦採訪了中國當地房地產行業的市場推廣代理人。

以下載列戴德梁行採用上述資料來源並視其為可靠來源的主要原因：

- 採納各中國政府機構的官方數據及公告乃一般市場慣例；及
- 戴德梁行了解中國房地產指數系統的數據採集方法及所訂閱數據庫的數據來源。

於編製戴德梁行報告時，戴德梁行倚賴於下列主要假設：

- 中國及珠江三角洲(包括廣州)各自的宏觀經濟環境預期會穩定增長；
- 中國政治環境維持穩定；及

行業概覽

- 中國及珠江三角洲(包括廣州)各自的房地產行業預期會穩定增長。

根據上述基準及假設之審閱及分析，董事及獨家保薦人概無發現有任何事宜顯示有關資料屬誤導。於最後實際可行日期，董事確認，據彼等採取合理審慎措施後所深知及全悉，市場資料自戴德梁行報告日期起概無不利變動，不會局限、違背或影響本節的資料。

中國經濟概覽

過去五年，中國經濟增速放緩。在各項宏觀經濟政策的影響下，中國國內生產總值增長維持穩健，名義國內生產總值由二零一一年的約人民幣473,100億元增加至二零一六年的約人民幣744,130億元，複合年增長率約為9.5%。根據中國國家統計局之資料，自二零一零年以來，中國按名義國內生產總值計算已成為全球第二大經濟體。固定資產投資保持穩健增長。中國就固定資產的整體投資總額由二零一一年的約人民幣311,490億元增加至二零一六年的約人民幣606,470億元，複合年增長率約為14.3%。城鎮居民人均可支配收入由二零一一年的約人民幣21,810元增至二零一六年的約人民幣33,610元，複合年增長率約為9.0%。此增勢表明了城鎮居民的消費意願已有所增強，而其購買力亦已提高。

中國經濟前景及政府就經濟增長及城鎮化已制訂之政策

中國之經濟發展加快了城鎮化之速度。過去十年，中國城鎮化率每年上升約1.0%至1.5%，於二零一六年達致57.4%。上升1.0%代表湧入城市的農村人口增加約13,000,000人，此無疑將為中國城市帶來龐大的住房及消費需求。根據中國國務院發佈的《國家新型城鎮化規劃(二零一四年—二零二零年)》，若干措施，例如強調小城鎮發展、完善綜合交通網絡、加強公共服務水平等將於未來推行，以提高中國城鎮化程度與質量，致力於二零二零年前將城鎮化率提升至60.0%。

中國物業市場概覽

中國的經濟增長、城市化及生活水平提高一直為市場對房地產需求增長的主要推動力。中國的房地產行業取決於中國的整體經濟增長，包括中國居民購買力的提升及由此產生的對住宅物業的需求。

行業概覽

中國政府已制定若干政策穩定中國樓價及按揭貸款。此等政策主要有關(其中包括)控制投機買賣物業及因應經濟狀況及宏觀經濟調控所需,調整固定資產投資項目的最低資本比率。

在國內投資、消費及中國經濟增長的影響下,中國物業市場一直高速增長。房地產發展項目的投資總額由二零一一年的約人民幣61,800億元上升至二零一六年的約人民幣102,580億元,複合年增長率約為10.7%。

根據中國國家統計局的數據,已竣工商品住宅物業之總建築面積由二零一一年的約7.43億平方米增加至二零一六年的約7.72億平方米。商品住宅物業銷售總建築面積由二零一一年的約9.65億平方米增至二零一三年的約11.57億平方米,原因乃為中國人民銀行於二零一二年兩次下調官方借貸及儲蓄比率刺激住宅物業需求,導致二零一三年住宅物業銷售總建築面積上升。然而,住宅物業銷售總建築面積由二零一三年的約11.57億平方米降至二零一四年的約10.52億平方米,然後於二零一五年回升至約11.24億平方米,主要由於放寬住宅物業限購政策所致。儘管於二零一六年第四季度重新啟動限購政策,二零一六年住宅物業銷售總建築面積仍整體增加至約13.75億平方米。二零一一年至二零一五年,中國住宅物業平均售價亦急劇上升,複合年增長率達9.6%。

珠江三角洲(包括廣州)經濟概況

珠江三角洲經濟概況

根據國家發展和改革委員會於二零零八年十二月頒佈的《珠江三角洲地區改革發展規劃綱要》(二零零八年—二零二零年),廣州、深圳、珠海、佛山、中山、東莞、惠州、江門及肇慶等9個珠江三角洲城市的總面積約為24,437平方千米,佔廣東省土地面積的

行業概覽

約14%。珠江三角洲的國內生產總值由二零一一年的約人民幣43,970億元增加至二零一六年的約人民幣67,910億元，佔廣東省國內生產總值總額的約79.3%。珠江三角洲的主要經濟指標如下：

	二零一一年	二零一二年	二零一三年	二零一四年	二零一五年	二零一六年	二零一一年 至二零一六年 複合年增長率
珠江三角洲國內生產 總值(人民幣十億元)	4,397	4,790	5,306	5,780	6,227	6,791	9.1%
珠江三角洲國內生產 總值增長率(%)	8.1	8.9	10.8	8.9	7.7	8.3	不適用

附註：不適用指沒有適用或可用數據

資料來源：《廣東統計年鑒》、戴德梁行

廣州經濟概況

廣州國內生產總值自二零一一年至二零一六年逐年穩步增長。二零一六年全市實現地區生產總值約人民幣19,610億元，比二零一五年增長約8.3%。廣州二零一六年人均國內生產總值達到約人民幣139,644元，比二零一五年增加約2.5%。廣州城鎮人均可支配收入從二零一一年的約人民幣34,438元增加到二零一六年的人民幣50,941元。固定資產投資從二零一一年到二零一六年由約人民幣3,410億元增加至約人民幣5,710億元，複合年增長率為10.9%。地區城鎮化率於二零一六年為約86.0%。

根據《廣州市國民經濟和社會發展第十三個五年規劃綱要(二零一六年—二零二零年)》，廣州國內生產總值預期於二零二零年達致人民幣2.8萬億元，年均增長率達7.5%以上。廣州預期將促進人口密度適度及佈局均衡。於二零二零年，區域人口將控制在1,550萬左右並將實現城鎮人均可支配收入比二零一零年翻一番的目標。

珠江三角洲地區(包括廣州)物業市場分析

珠江三角洲地區物業市場概覽

近年來，珠江三角洲地區的物業市場穩步增長。根據中國房地產指數系統的數據，珠江三角洲地區房地產投資由二零一一年的約人民幣4,140億元增加至二零一六年的約人民幣8,601億元，複合年增長率達15.7%。根據中國指數研究院的數據，於二零一六年，珠江三角洲地區9個城市一手商品住宅物業銷售合共達約82.2百萬平方米，二零一一年至二零一六年的複合年增長率為10.4%。其中廣州、佛山、東莞及惠州銷售量名

行業概覽

列前茅，均在7百萬平方米以上。由於珠江三角洲各城市經濟實力及房地產市場發展有所不同，廣州、深圳及珠海的新商品住宅物業需求為剛性需求與投資需求並存，而江門、中山及肇慶基本上為剛性需求。整體而言，珠江三角洲地區其他城市的物業市場發展穩健。

珠江三角洲地區的主要房地產指標

	二零一一年	二零一二年	二零一三年	二零一四年	二零一五年	二零一六年	二零一一年 至二零一六年 複合年增長率
房地產投資 (人民幣十億元)	414.0	448.4	538.9	629.4	707.6	860.1	15.7%
一手商品住宅物業銷售總 建築面積(百萬平方米)	50.1	51.7	63.4	57.5	77.2	82.2	10.4%

資料來源：中國房地產指數系統，中國指數研究院

珠江三角洲地區物業市場的主要驅動因素

於二零一四年十二月三十一日，國務院正式批准在珠江三角洲三個地區設立中國(廣東)自由貿易試驗區，即廣州市的南沙新區片區、深圳市的前海片區和蛇口片區以及珠海市的橫琴新區。自由貿易試驗區的目標是力爭經過三至五年的改革試驗，構建與國際銜接、市場導向及監管安全的商業環境。自由貿易區將為珠江三角洲地區經濟發展帶來新動力，並將帶來更多投資機會及貿易便利。因此，預期珠江三角洲地區的住宅及商業物業需求將受帶動。

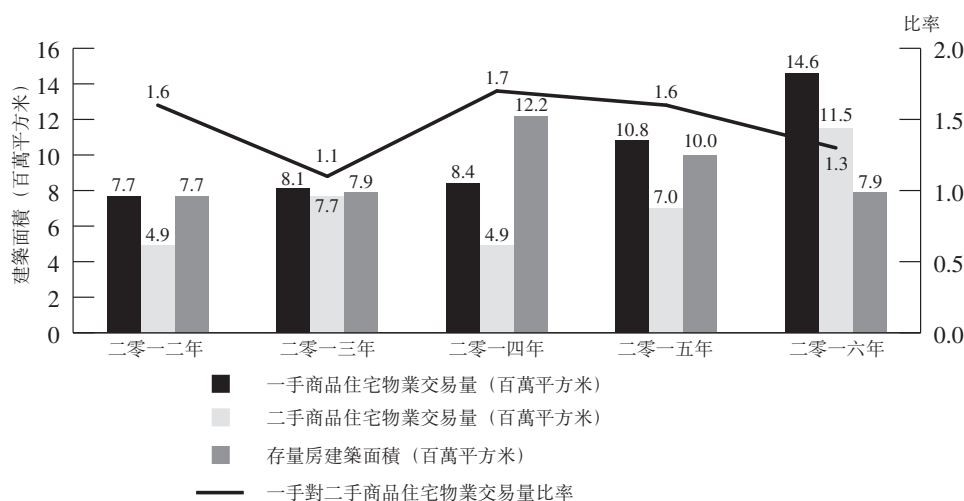
港珠澳大橋預計將於二零一七年底前通車，屆時珠江三角洲地區城際交通網絡將進一步提升。珠江三角洲地區東西兩岸之間交通時間縮短，將大大便利通勤族往返，因此珠海及中山等西岸城市及周邊地區城市預計將從此經濟發展中受惠，最終將帶動住宅及商業市場上揚。

此外，根據國家發展和改革委員會與交通運輸部於二零一六年五月聯合印發的《交通基礎設施重大工程建設三年行動計劃》(簡稱「行動計劃」)，於二零一六年至二零一八年，珠江三角洲地區將重點推進鐵路、公路、水路、機場及城市軌道交通項目，涉及項目總投資約人民幣4.7萬億元。該等項目完成後，珠江三角洲地區城市之間將形成更緊密的互動聯繫，長遠將帶動該等地區的住宅及商業物業需求。

廣州物業市場概覽

自二零一四年至二零一六年，廣州中心城區的大部分土地供應基本來自城區改造地塊。大部分土地供應地塊被具備國資背景及資金實力雄厚的大型物業開發商獲得。剩餘土地以招標形式出售，土地投標價有所上升。根據廣州市國土資源和房屋管理局的數據，未來三年商品住宅物業的土地供應佔地面積將約為11.6百萬平方米，相等於平均每年3.9百萬平方米。

二零一二年至二零一六年廣州商品住宅物業市場



資料來源：中國房地產指數系統，中國房產信息集團，戴德梁行

在北京、上海及深圳等主要發達城市，城區土地供應通常短缺，市場主要依賴二手市場。根據中國房地產指數系統的數據，於二零一六年，北京及上海二手物業市場的交易價值分別佔物業交易總額的77%及64%。然而，二零一二年至二零一六年間，在廣州房地產市場一手商品住宅物業仍佔主導地位，其中於二零一六年，二手市場交易價值佔物業交易總額的百分比僅為42%。同年，根據廣州市住房和城鄉建設委員會設立的官方房地產資訊網站陽光家緣的數據，廣州九個主要地區(不包括增城區及從化區)的二手商品住宅物業交易的登記數量高於一手商品住宅物業交易。廣州一手商品住宅物業銷售總建築面積由二零一二年的約7.7百萬平方米，增至二零一六年的約14.6百萬平方米，二手商品住宅物業銷售總建築面積則由二零一二年的約4.9百萬平方米，增至

行業概覽

二零一六年的約11.5百萬平方米。自二零一二年以來，廣州一手對二手商品住宅物業銷量比率基本在1.0以上。該比率於二零一四年達到短期峰值1.7並於二零一六年逐漸降至1.3，反映出二手商品住宅市場不斷改善。該比率預期將與比率低於1的深圳、北京及上海等中國其他主要城市的趨勢一致，表明中長期二手商品住宅物業市場會不斷擴張。

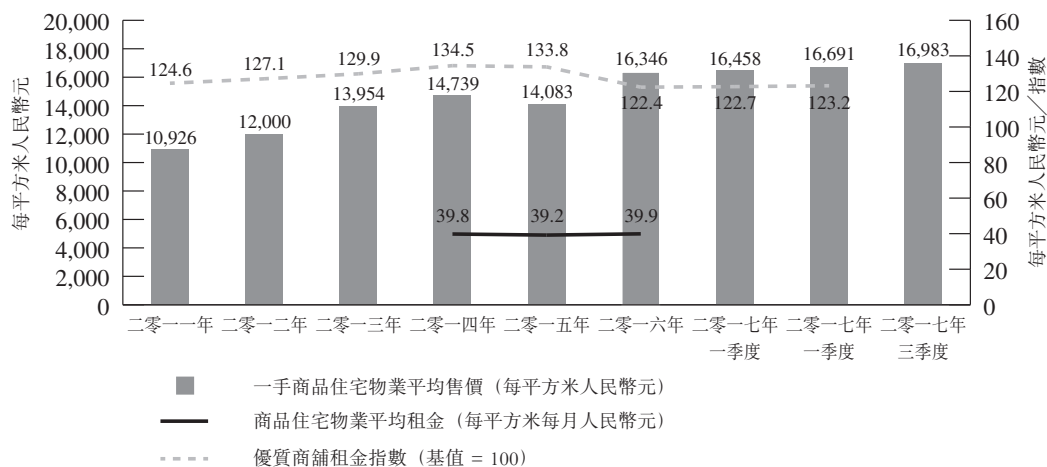
廣州一手商品住宅物業未售存量房總建築面積由二零一二年的約7.7百萬平方米劇增至二零一四年的12.2百萬平方米，主要受二零一三年出台的住宅物業限購政策影響。二零一五年，由於限購政策放寬，住宅銷售總建築面積有所反彈，未售存量房由二零一五年的約10.0百萬平方米下降至二零一六年的約7.9百萬平方米及於二零一七年九月進一步下降至7.5百萬平方米。

誠如「監管概覽」一節所載，根據中國房地產指數系統的數據，於二零一六年十月實施限購及差別化住房信貸政策及於二零一七年三月實施兩項新限購措施後，於二零一六年第四季度，一手商品住宅物業的總交易量約為4.1百萬平方米，而於二零一七年前九個月則約為7.5百萬平方米。二零一七年前九個月總交易量較二零一六年前九個月下降27.9%，而於二零一七年前九個月廣州一手商品住宅物業平均售價較二零一六年廣州一手商品住宅物業平均售價輕微上升2.2%。

限購一般旨在促進住宅物業市場的良性發展，在滿足基本需求的同時遏制過度投機行為。因新頒佈的措施，購房者通常持觀望態度，從而可能於短期內推遲彼等的購房決定。因此，二零一七年剩餘期間的成交量估計會趨於緩和，因而全年的成交量不太可能超過二零一六年。廣州一手商品住宅物業的未售存量房亦維持較低水平。根據我們對過去幾年各項限制性措施及調控政策對廣州物業市場影響的觀察，該等措施及政策可能會導致成交量及成交價格等交易數據暫時輕微下降。然而，由於眾多其他因素發揮作用，市場通常會反彈並繼續呈上升趨勢。一旦該等限購措施為市場所消化而如宏觀經濟環境及新政策並無重大變動，成交量預期將於二零一八年及二零一九年維持穩定增長。

行業概覽

廣州物業市場的平均價格及租金水平



附註： 二手商品住宅物業價格水平無官方數據。二零一一年及二零一三年期間商品住宅物業平均租金無官方數據及所得官方數據僅為年度數據。

資料來源： 廣州市國民經濟和社會發展統計公報、廣州市房地產中介協會、戴德梁行。

根據廣州市國民經濟和社會發展統計公報，一手商品住宅物業平均售價由二零一一年人民幣10,926元普遍增長至二零一六年人民幣16,346元，二零一一年至二零一六年期間的複合年增長率為8.4%。於該期間，廣州市場一手商品住宅物業佔主導地位，而二手商品住宅物業的平均價格趨勢大致與一手商品住宅物業持平。過去幾年，廣州住宅市場呈週期性態勢，並受「監管概覽—樓市調控政策及措施」所載各政府政策所推動。二零一五年，僅就一手商品住宅平均價格作出-4.5%的負調整。儘管二零一六年第四季度及二零一七年三月的政策收緊，二零一七年前九個月的一手商品住宅物業平均價格持續維持穩定。預期一手商品住宅平均價格將繼續維持穩定，並於未來幾年以個位數百分比增長。

根據廣州市房地產中介協會，二零一四年至二零一六年商品住宅物業平均租金水平穩步上升，每平方米每月略高於人民幣39.0元。未來短期內，預計廣州平均租金水平將保持穩定。

根據廣州市人民政府辦公廳於二零一七年六月三十日刊發並於二零一七年七月十日印發的穗府辦〔2017〕29號通知，刊發《廣州市加快發展住房租賃市場工作方案》旨在透過保障租賃雙方權益、增加租賃住房供應及壯大租賃市場，於二零二零年前建立透

行業概覽

明、全面及監管到位的住房租賃市場。主要建議包括賦予符合條件的承租人子女就近入學的權利、調減個人出租人的增值稅、在激烈的土地競價過程中引入增加租賃住房總建築面積的新競標機制、允許商品住房改為租賃住房等。因此，住房租賃市場或會變得更為活躍及透明。然而，上述工作方案及主要建議須以有關當地政府部門公佈的進一步細節為準，因此，所產生的影響有待披露或研究。

根據戴德梁行優質商舖租金指數(涵蓋廣州優質零售市場的平均租金指數)，優質商舖租金指數於二零一一年至二零一四年間穩步上升，而二零一四年至二零一六年間有所下降。於二零一七年上半年，該指數呈輕微上升趨勢。未來短期內，預計廣州核心零售區的優質商舖租金指數將保持穩定。

影響廣州物業市場需求的主要因素

「全面二孩政策」的推行預期可刺激廣州公眾購房需求，尤其對為改善生活標準及環境的大戶型房產的需求。

於二零一四年十二月三十一日，國務院正式批准於南沙區設立中國(廣東)自由貿易試驗區，目標為建設法律環境規範符合國際高標準的試點自由貿易區，以促進投資及貿易，在國際經濟合作中形成新的競爭優勢。南沙區歸廣州管轄，該項目最終將促進周邊地區的貿易及經濟活動，而廣州將通過自由貿易區的發展加強其經濟地位。

二零一六年，廣州城區人均可支配收入達人民幣50,941元，較去年增長約9.0%。住宅物業需求因購買力提高而增長。

中國物業諮詢及代理行業概覽

物業諮詢及代理行業發展

物業諮詢服務是指為房地產活動當事人提供法律法規、政策、市場資訊、技術等方面的諮詢服務，而房地產代理服務是指為客戶提供房地產市場信息及代理服務。房地產諮詢、房地產代理及房地產估值服務總稱為房地產中介服務。

於一九九八年，中國政府改革住房制度並深化住房分配貨幣化改革。廣州、深圳及上海等沿海城市的已發展房地產市場開始主導中國市場，而相關的房地產中介服務行業亦進入地方發展階段，儘管部分海外競爭對手早已於一九九零年代佔據有利市場

行業概覽

地位。於本期間，房地產代理及諮詢服務逐步為簡單物業銷售代理向一站式綜合房地產諮詢規劃及諮詢銷售代理轉型奠定基礎。

自二零零一年起，物業諮詢及代理行業進入飛速增長期。業內公司收入及溢利整體呈現增長趨勢，物業諮詢及代理公司的實力得以整固，業務規模亦大幅擴張。

行業發展特徵

根據中華人民共和國國民經濟和社會發展第十三個五年規劃綱要(簡稱「十三五」)，宏觀經濟政策旨在優化住房供應結構、促進市場供需平衡以及維持物業市場的穩定增長。近年來，珠江三角洲地區的物業市場穩步增長。廣州、佛山、東莞及惠州的物業銷量名列前茅，均在7百萬平方米以上。物業代理及諮詢公司紛紛在該等城市及珠江三角洲其他主要城市擴展服務網絡，以期把握市場機遇。

目前，在廣州房地產市場一手商品住宅物業仍佔主導地位。短期內，一手商品住宅物業市場仍會所有物業代理及諮詢公司的重地。從長遠看，廣州將與城區土地供應同樣短缺的北京、上海及深圳等主要發達城市看齊，市場將更多依賴二手商品住宅物業市場。因此，廣州的物業諮詢及代理公司將一方面重抓一手商品住宅市場，同時努力擴展店舖數量以擴大在二手住宅市場的覆蓋。

物業代理及諮詢公司過往主要是透過店舖接洽客戶，現今亦採用網站或其他通訊工具等在線平台與客戶聯繫及開展推廣活動。上述方式可更有效及高效地提高公眾曝光度及品牌認知度。此外，代理公司亦可透過在線平台發送期刊及銷售手冊等營銷材料、房地產證書、租售房源信息，提供抵押貸款協助等，從而為客戶提供一站式的解決方案。

根據戴德梁行研究，於二零一五年及二零一六年，廣州六個核心城區共新增11個大型零售發展項目。由於廣州消費零售市場的複雜性，加上近期電商迅速發展，零售營銷及經營的策略愈顯重要。譬如，近年來，消費零售市場多以時尚旗艦店、個人護理及美容店、連鎖餐館以及個性化設計師品牌精品店為主。

行業概覽

主要銷售、行政及其他開支

物業諮詢及代理公司之主要成本通常指代理員工成本，有關成本須受市場波動影響。根據廣州市統計局，廣州平均年薪水平由二零一一年的人均人民幣57,473元上升至二零一六年的人均人民幣89,096元，複合年增長率達9.2%，增勢與廣州的國內生產總值增長相符。

	二零一一年	二零一二年	二零一三年	二零一四年	二零一五年	二零一六年	複合年 增長率
平均年薪水平	57,473	63,752	69,692	74,245	81,171	89,096	9.2%

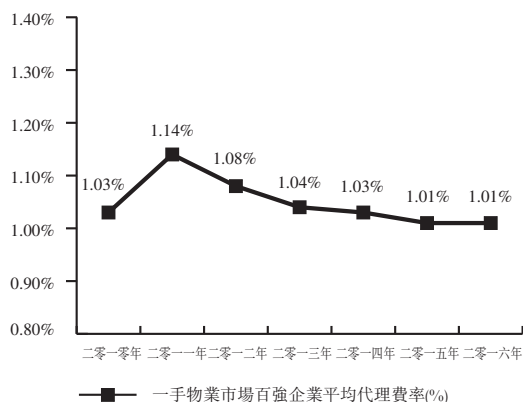
資料來源：廣州市統計局，戴德梁行

物業諮詢及代理行業的競爭格局

物業諮詢及代理行業的准入門檻較低，導致市場參與者數目眾多，其中大部分規模較小，市場競爭激烈。然而，一間公司能否在市場上有效競爭取決於多項因素，包括品牌認知度、具備的物業諮詢及代理行業經驗以及店舖和員工數量形成的市場覆蓋。

市場由一手物業主導逐步轉為二手物業主導，亦對房地產行業的轉型帶來重要影響。根據二零一五年百強企業研究報告及中國指數研究院中的物業代理行業一手市場分析，二零一六年百強公司的一手市場代理費率約為1.01%，相比二零一一年小幅下降，其後於二零一五年及二零一六年趨於穩定。

**二零一零年至二零一六年百強企業
一手物業市場平均代理費率(%)** (附註)



資料來源：二零一五年中國房地產諮詢及代理百強企業研究報告、中國指數研究院

附註：二手物業市場平均代理費並無數據。

行業概覽

如今，越來越多物業諮詢及代理公司傾向同時涉足一手及二手住宅物業業務，利用自身的客戶資源及市場知識，透過與物業開發商甚至其他競爭對手建立戰略聯盟實現業務綜合化。透過完善而全面的培訓體系及選擇認可的銷售合作夥伴，一手及二手市場參與者之間可實現優勢互補，為市場轉型作出重要貢獻。

廣州一手住宅市場物業諮詢及代理行業的競爭格局

作為一線城市，廣州的物業諮詢及代理行業市場導向性程度高，發展較成熟。二零一六年，排名前十位的物業諮詢及代理公司按已售一手商品住宅面積計算佔市場份額合共為51.4%，而本集團的市場份額為1.9%，排名第八。在一手住宅市場排名前十位的公司中，八間為中國全國性公司，已成立逾10年之久。兩間現時為上市公司及四間與物業開發商有關。下表為按二零一六年概約銷售建築面積計的廣州一手住宅市場物業諮詢及代理公司排名：

排名(按概約銷售面積)	代理名稱	二零一六年	
		概約銷售 建築面積	佔總銷售 面積市場份額
		(平方米)	(%)
1	公司A	3,132,900	21.5
2	公司B	1,615,900	11.1
3	公司C	528,700	3.6
4	公司D	512,500	3.5
5	公司E	402,700	2.8
6	公司F	338,300	2.3
7	公司G	311,200	2.1
8	本集團	279,900	1.9
9	公司H	246,500	1.7
10	公司I	125,100	0.9

資料來源：戴德梁行

附註：公司A、B、C、F、G、H、I及本集團為全國性公司。公司A及C現時為上市公司。公司E、F、I及本集團與物業開發商有關。

行業概覽

二零一六年，廣州排名前十位的物業諮詢及代理公司按一手商品住宅物業的成交總額計算佔市場份額合共為56.1%，而本集團的市場份額為1.9%，排名第九。下表為按二零一六年概約成交總額計的廣州一手住宅市場物業諮詢及代理公司排名：

排名(按概約成交總額)	代理名稱	二零一六年	佔成交總額
		廣州概約成交 總額	市場份額
		(人民幣百萬元)	(%)
1	公司A	57,500	24.3%
2	公司B	27,200	11.5%
3	公司C	9,900	4.2%
4	公司D	7,800	3.3%
5	公司F	7,400	3.1%
6	公司E	6,900	2.9%
7	公司G	5,300	2.2%
8	公司H	5,100	2.2%
9	本集團	4,600	1.9%
10	公司I	1,400	0.6%

資料來源：戴德梁行

附註：除公司A及C現時為上市公司外，上述公司為私營公司及佔各項目代理費的實際百分比無法核實。可獲得最可靠的數據或統計數字為各代理公司的成交總額。

二手住宅市場

根據廣州市房地產中介協會發佈的數據，於二零一六年三月底，廣州共有485間房地產代理公司，其中185間為設有店舖之二手市場房地產代理公司。由於廣州二手市場房地產代理市場加快成熟，市場共有16間大型公司運營至少10間店舖。在二手住宅市場排名前十位的公司中，四間為中國全國性公司，而六間僅涉及廣東省市場。排名前

行業概覽

十位的公司中僅一間為上市公司及兩間與物業開發商有關。下表為按二零一六年銷售代理人數計的前十大公司排名，其中本集團按銷售代理人數排名第五，按廣州店舖數目排名第七：

排名 (按員工數目)	代理名稱	二零一六年	二零一六年	市場份額 (按店舖數目) (%)
		廣州銷售 代理人數	廣州 店舖數目	
1	公司J	3,247	431	15.4
2	公司A	1,431	481	17.2
3	公司K	1,020	240	8.6
4	公司B	692	399	14.3
5	本集團	117	25	1.0
6	公司E	111	98	3.5
7	公司L	68	24	0.9
8	公司M	59	16	0.6
9	公司N	51	30	1.1
10	公司P	39	23	0.8

資料來源：戴德梁行

附註：公司J、A、B及本集團為全國性公司。公司A為上市公司。公司E及本集團與物業開發商有關。概無從廣州市房地產中介協會或其他政府機構獲得有關二手住宅市場排名前十位的物業諮詢及代理公司交易區域及收入的可靠數據或統計數字，因此無法獲得有關上述公司自二手市場產生的收入的資料。

在對二手住宅市場公司進行排名時，各代理公司的店舖數目可作為參數，原因為店舖數目代表市場滲透率。與主要透過參加物業開發商組織的公開展銷會或舖位的代理等渠道進行的一手住宅市場交易相反，二手住宅市場乃透過實體代理店舖渠道進行交易。

根據一間鏈家關連公司L+研究所(廣州主要房地產代理公司之一)編製的廣州市住房消費大數據報告2017年，已發佈二零一六年按二手網簽數目進行的市場參與者排名。網簽指於廣州市房地產中介協會(「廣州市房地產中介協會」)辦事處進行物業交易登記的過程。該排名涵蓋廣州11個行政區(包括越秀區、荔灣區、海珠區、天河區、白雲區、黃埔區、番禺區、花都區、南沙區、增城區及從化區)的二手網簽。其涵蓋二零一六年廣州二手住宅市場交易的約82%，被視為二手住宅市場活動的主要指標之一。

行業概覽

該二手住宅市場尚無明確的領導者，最大參與者(按店舖數目排名)公司A根據二手網簽僅佔市場份額的約6.1%，而第二大參與者(按店舖數目排名)公司J根據二手網簽僅佔市場份額的約11.2%。其他排名前兩位的參與者(按店舖數目排名)公司B及公司K各自所佔的市場份額更少。該等參與者已在廣州經營數年，但尚未成功佔據二手房地產市場的領導地位。

住宅市場競爭分析

根據本公司進行及提供對上述現時已上市公司的可資比較分析，本集團注意到公司C的市值遠高於本集團，因此，公司C的財務表現與本集團的財務表現不具合理可比性。

本集團代理諮詢業務於二零一六年的收益增長率遜於公司A，原因為(i)較本集團而言，公司A於中國其他地區擁有更多元的地域範圍及市場佔有率；及(ii)公司A的二手物業房地產代理業務快速增長，此乃主要由於其二級分公司增加。

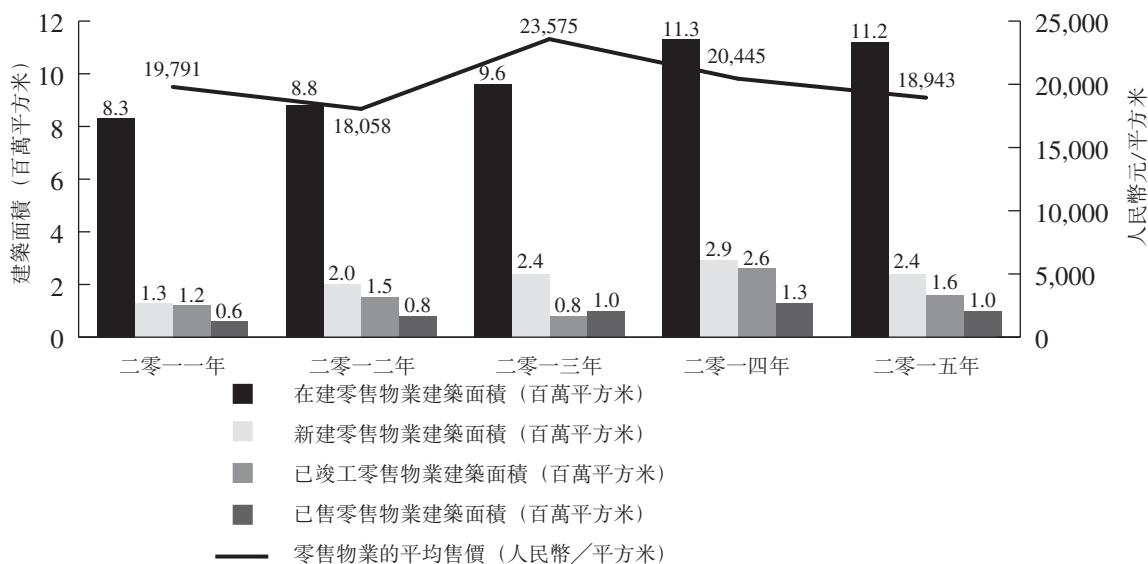
於二零一六年，本集團的淨利潤率高於公司A，此乃主要由於(i)與公司A不同，本集團並無任何計息借款，因此於二零一六年並無產生任何利息及融資成本；及(ii)由於本集團的主要地域僅集中在廣州及珠三角，故本集團的行政及管理架構較公司A而言相對簡單。

上述分析乃透過比較我們與公司A的財務表現(僅基於公開可得公司A刊發的年報)而作出。

零售市場

下表載列於所示期間來自中國指數研究院的廣州零售市場過往在建零售物業建築面積、新建零售物業建築面積、已竣工零售物業建築面積、已售零售物業建築面積及零售物業的平均售價的若干數據。

廣州零售市場(二零一一年至二零一五年)



資料來源：中國指數研究院

廣州在建零售物業建築面積由二零一一年的約8.3百萬平方米增至二零一五年的約11.2百萬平方米。在過去幾年間，廣州新建零售物業建築面積亦保持整體平穩增長，由二零一一年的約1.3百萬平方米增至二零一五年的約2.4百萬平方米。於二零一四年，該數據甚至增至約2.9百萬平方米，同比增長約19.5%。過去幾年間，廣州已竣工零售物業建築面積曾出現波動。該數據由二零一四年的約2.6百萬平方米驟減約37.9%至二零一五年的約1.6百萬平方米。二零一一年至二零一四年廣州已售零售物業的建築面積整體平穩增長，由約0.6百萬平方米增至約1.3百萬平方米。於二零一五年，該數據回落至與二零一三年相當的水平，約為1.0百萬平方米。自二零一一年至二零一五年，廣州零售物業的平均售價起伏不定。於二零一五年，該數據下降至約每平方米人民幣18,943元，與二零一二年的水平接近。

預期未來近期內廣州零售市場的供求及價格將趨於穩定。廣州中心六區以外的城郊將成為新零售商舖的重要來源，而中心六區以外的零售發展項目須待時日方能成熟並為市場所消化。

未來機遇

自由貿易區的設立將推動珠江三角洲地區經濟轉型及增長，房地產市場亦會從中受惠。憑藉其經驗及經營歷史，本集團有能力在珠江三角洲地區主要城市不斷拓展服務。

在北京、上海及深圳等其他主要發達城市，城區土地供應持續短缺，導致市場主要依賴二手市場。目前，一手住宅物業仍佔廣州市場主導地位。短期內維持在一手住宅市場的份額仍然重要。而從長期看，潛在擴張空間主要在二手市場，擴充員工及店舖數量以擴大市場覆蓋、把握二手住宅市場增長將成為關鍵。本集團目前在廣州二手住宅市場擁有39間零售店舖，與其他競爭對手開展競爭。擴充店舖及員工數量將有助於本集團拓展一手及二手市場業務。

隨著科技的發展及基於本公司的過往經驗，通過建立一站式綜合平台可實現客戶資源整合更趨簡單。在服務流程提升方面，除傳統的物業諮詢及代理服務外，本集團亦提供多項新增綜合化服務，包括管理便利其他代理參與物業代理項目的在線平台，協助客戶取得相關的房地產證書及為商業物業物色企業租客。在線平台的運用亦可有效降低經營成本壓力及提升服務效率。

威脅及挑戰

廣州的未開發土地越來越少，物業發展購地成本越來越高。因此，未來幾年，新住宅物業供應預期將呈小幅減少趨勢。有住宅需求的買家將轉向二手市場。

近十年來，中國房地產發展迅猛，伴隨而來的是持續的宏觀經濟調控措施。因此，廣州及珠江三角洲其他地區的住宅物業供應、需求及價格波動或會對物業代理及諮詢公司的業務表現帶來影響。此外，中國政府進一步收緊銀行貸款及購房限制措施或會打壓中國多個地區樓市，包括本集團經營業務的廣州及珠江三角洲其他地區。

此外，品牌管理亦將成為物業代理及諮詢公司在行業競爭中求存的關鍵。由於大部分物業代理及諮詢公司主要依靠品牌聲譽及形象吸引潛在客戶，任何有關我們的業務及項目的不利事件或負面宣傳將對本集團的聲譽、業務表現及市場地位構成不利影響。因此，沒有良好的內部管理體系，品牌認知優勢將很容易失去。

行業概覽

儘管監管體系正逐步完善，但廣州及珠江三角洲其他地區的市場准入門檻仍然較低。例如，廣州大部分二手物業代理公司是店舖少於10間的小規模公司，市場分化，競爭激烈。由於珠江三角洲地區物業市場持續發展，物業代理及諮詢公司始終需要提升其應對各種市況變化的速度並透過擴充店舖擴大市場份額，以維持或提升競爭力。