

政策红利加持助力,针对传统物业行业痛点,承载更多科技和管理创新

物业公司“好日子还在后头”

阅读提示

中国指数研究院预计,到2025年,全国商品住宅销售面积累计将达238亿平方米,仅物业费一项收入的市场规模,就将高达1万亿元。而多种经营收入,更将高达1.8万亿元。

本报记者 李国 实习生 武江民

出门忘带门禁、快递没人签收、设施无人维修……人们在日常生活中碰到的一系列问题,实际上映射了传统物业行业的痛点。

1月10日,记者在重庆金科南山小区发现,业主通过物业的云车管、云监控、AI天天-人脸识别、大社区APP+大管家APP等智慧服务管理平台,让你遇到的那些物业问题都不是事。

新年伊始,物业公司喜获政策“大礼包”。国家10部委联合出台《关于加强和改进住宅物业管理工作的通知》,就提升物管服务水平、推动生活服务业、强化监督管理等6个方面做出明确指引。这标志着,物业管理行业已进入全新的转型升级时代。

万亿元蓝海渐成行业新风口

近年来,房地产行业进入存量市场,传统房地产开发领域利润率整体下滑。与此同时,物业行业万亿元级市场规模引发新的想象空间。

天眼查专业版数据显示,我国共有近228万家物业相关企业。地域分布上,广东省的物业相关企业数量最多,超过36万家,占全国总量的16%。山东省和江苏省位居第二三位,均拥有超过19万家物业相关企业。上海和北京两大一线城市也跻身前五名。东方证券分析测算,到2030年,基础物管物业市场规模达1.7万亿元,行业总规模超过2.5万亿元。

据了解,目前的物业管理行业已撕开了物业四保、劳动密集型产业、房产附属等传统标签,并且正进行着众多的变革;联盟模式助力部分企业成长为航母型公司;资本风向渐大,优秀的物业服务企业接二连三上市;规模企业投资人资金研发互联网技术平台,物业管理进行智能化,规模效益越见显著。

而跳脱资本裹挟的思维,龙湖智慧服务走上了另外一条路。截至目前,龙湖智慧服务已经实现全国73座城市近1000个项目的云端管控,为240万户业主提供掌上服务,并走出社区,接管学校、医院、购物中心、交通枢纽、甚至

聚焦“阳台”新市场

“三翼鸟”加快生态布局

本报记者 丁军杰

也许很多人没有想到,人们居家的阳台如今正成为一个新市场。伴随着海尔集团旗下品牌“三翼鸟”近来种种举动,作为家装细分市场的阳台开始成为引人关注的新热点。

1月7日,三翼鸟智装平台峰会在暨智慧阳台全国首届招商大会在山东青岛启动。“三翼鸟”发起全国招募城市合伙人的活动,诚邀各方合作者一起开拓智慧阳台这片蓝海。会上,阳台市场的巨大潜力是与会人士关注的话题。

“阳台绝不是无用的空间。坐拥家中最好的采光和视野,阳台早被业界视作潜力股。尤其是在高房价的背景下,拿寸土寸金的阳台来储物、晾晒未免有些浪费。”一参会企业人士说,从“三翼鸟”提供的解决方案看,它不仅能满足存储、洗衣等基本需求,还可以变成健身房、观景台甚至养宠区,可以看出智慧阳台作为室内和室外的连接点,既可以是休闲空间,又能成为居家空间,前景巨大。

有调研数据显示,全国约有6000万个阳台待升级改造。阳台定制市场的规模将达千亿元。当其他行业企业还在观望时,作为全球首个场景品牌,“三翼鸟”率先入局阳台智装市场。针对传统阳台仅被用来晾晒衣物、堆积杂物的现状,“三翼鸟”创新出健身、亲子、萌宠、收纳、美厨等100多个阳台场景解决方案,为用户焕新阳台空间,提供了更多选择。据了解,“三翼鸟”在刚刚过去的2020年卖出了36万套阳台场景解决方案。

会上,三翼鸟智慧阳台展示了三方面平台优势。一是场景方案,无论是老旧小区还是高端公寓,“三翼鸟”都能提供定制场景解决方案,给用户从设计、定制、施工到送装售后全流程的“无缝体验”,最快1天就能焕新阳台;二是生态引领和高端品质,三翼鸟阳台已经汇集12个行业,121家生态方优质资源,共同为用户提供高品质定制化的智慧阳台场景方案。

除自身平台优势外,三翼鸟智慧阳台为加盟者提供的资源支持也成为一大焦点。据介绍,三翼鸟智慧阳台已搭建起A lot智装生态平台,带来了场景、产品、设计、平台、营销、培训、政策七大支持,携手各生态方帮助加盟者加速落地成果。

“三翼鸟”在智慧阳台方面的早早布局,也让人们看到了这个新市场的潜力。2020年9月17日,全球首家智慧阳台场景体验中心——三翼鸟智慧阳台001店在青岛开业。“三翼鸟”有关人士表示,家居市场步入微利时代,阳台空间成为亟待开拓的蓝海市场。三翼鸟智慧阳台的“新阳台”概念,已经搅动起这个规模上千亿元的蓝海市场。三翼鸟智慧阳台期待与更多生态伙伴一起开拓,让新市场尽早释放能量。

市政道路,向城市生活的每一个角落延伸。

两年前,龙湖物业集团就与重庆两江新区共同出资组建新公司,接手悦来片区市政管理。这也是全国首家混合所有制的新型城市服务企业,管理着重庆国际博览中心,这个投资数十亿元的城市地标建筑群以及周边近20平方公里范围内环卫、园林、道路等市政设施。

金科物业在母公司金科地产自有项目外,还管理着京东、顺丰、普洛斯的物流园,几家机场以及近数十家产业园区。目前在200多个城市拥有物业管理项目,物业巡查大部分都在“云”上完成。仅2020年省下的差旅成本,就以千万元计。金科物业董事长夏绍飞透露,得益于大数据智能化,去年增加约4000万元净利润。

通过大数据智能化,物业公司更好地扮演了城市管理“最后一公里”的角色,并从中找到了新商机。通过建设无人超市、智能充电配套设施等,打造“100米智慧生活圈”;在自有小程序推出线上卖菜专区,将新鲜蔬菜配送到业主家里以及提供全科医生24小时在线咨询、专人配药到户服务。

企业纷纷争抢资本赛道

物业常被看作是房地产行业的业务衍生板块,不过在近几年,房地产企业分拆物业上市成为热潮。2020年,重庆两家房地产企业金科股份、迪马股份先后分拆旗下物业公司赴港上市。

从物业行业自身禀赋看,在大数据时代,物业公司扼守流量入口,占据了开展多种业务的天然优势。地产开发受制于土地资源仍有尽头,而服务却无止境。对地产公司而言,物业分拆上市可为母公司造血,缓解资金压力,也有利于优化战略布局和提升企业价值。

“2020年11月17日,金科智慧服务集团股份有限公司在香港交易所挂牌上市,从‘智慧

服务’四个字也可窥见,在未来我们将把智慧服务作为企业战略的核心重点,不断通过科技的手段赋能到城市服务、赋能到居民生活的方方面面。”金科股份董事长蒋思海如是说。

近年来,互联网、大数据、人工智能等技术的出现,正倒逼着物业行业走上转型之路,智慧物业、智慧社区等新兴字眼应运而生,物业行业整体呈现智能化发展趋势。

比金科物业更早在港交所上市的迪马股份相关负责人告诉记者:“物业管理已形成慧联、慧眼、慧行三条产品线。未来,还将持续投入更多资金用于智慧社区平台以及各个业务平台的建设。”

2020年12月9日,华润万象生活上市,当天收盘就刷新了物业股的估值记录:获得110倍市盈率,位列物业股估值第一名。这个市盈率是它母公司华润置地的15倍。至此,“巨无霸”华润已经收获了13家上市公司,其中港股8家,内股5家。

最近一个多月来,十强房企阵营里,世茂、融创、恒大都把物业端上资本市场盛宴,华润是第四家。老牌10强房企中,只剩万科和龙湖没“拆家”了。截至目前,共有34家内地物业企业登陆港股,3家企业进入A股。这些物业股大多数由规模型房地产开发企业分拆而出。仅2020年就有13家企业登陆港股,另有8家已交表,20余家企业在准备进程中。

据中指院统计,截至去年底,港股上市物业企业总市值达5636亿港元,较年初增长1203%,A股上市企业总市值达353亿元,较年初增长21%。港股上市物业企业平均市盈率约为35倍,远高于港股平均市盈率10.3倍。

政策红利加持助力

当然,传统物业企业存在的问题也长期饱

诟病,不容忽视。天眼查专业版风险数据显示,我国有超过28万家物业相关企业产生过法律诉讼,其中,案由涉及物业服务合同纠纷、买卖合同纠纷、房屋租赁合同纠纷的案件数量占比超过60%。另外,有3.42%的物业相关企业曾遭到行政处罚,1.8万家曾存在严重违法行为。2020年,物业相关企业被执行人信息数量达24.1万次。

一场疫情,不仅让大家意识到物业服务的重要性,也让资本市场重新发现了服务的价值,物业行业正在以崭新局面进入新的发展阶段。

国家“物业新政”发布当天,相关物业股在资本市场全线飘红。截至1月6日收盘,港股44家物业公司上市公司中42家股价呈现不同程度的上涨,仅两家股价略微走跌。A股市场上,招商积余涨停,南都物业、新大正等物业相关股票上涨幅度也超过7%。业内认为,物业管理行业优化升级势在必行,品牌优势明显的规模企业具备更广阔发展空间。

物业是美好生活的重要部分,随着人们对美好生活的重视,促进物业行业发展的规定和政策也愈发密集。去年《政府工作报告》强调,住宅逐渐回归居住属性,品质和服务成为业主关注的首要对象。还从国家层面,第一次把物业管理纳入扩内需的核心领域,第一次明确鼓励物业管理公司依托科技赋能,开展社区增值服务。

记者在采访中了解到,越来越多的物业企业开始布局非住宅物业领域。上市的新大正、宝龙商业非住宅物业收入占比最高,达到30%以上。而500强物业企业,在非住宅领域的办公楼、商业、学校、工业、场馆、医院等业态均有布局。

中物研协总经理杨熙则认为,物业新规势必将更加有效指导各地物业管理条例修订,也将为修订国家《物业管理条例》做好铺垫。

重庆市物业协会秘书长何伟告诉记者,物业公司“好日子还在后头”,上市步伐有望进一步加快。从市场容量看,中国指数研究院预计,到2025年,全国商品住宅销售面积累计将达238亿平方米,仅物业费一项收入的市场规模,就将高达1万亿元。而多种经营收入,更将高达1.8万亿元。



升级版“限塑令”催生环保新需求

1月8日,浙江义乌,工人们忙着包装PLA可降解吸管。中国多地实施升级版“限塑令”以来,浙江省义乌市一家生产环保可降解吸管的民营企业迎来大量市场需求,2020年12月订单环比增加300%,每天生产约20吨环保可降解吸管供应市场,该公司的生产订单已排至今年3月份。天眼查专业版数据显示,我国目前有近14万家可回收塑料相关企业。

王刚 摄/中新社

日渐完善的生产体系打通了销售渠道,走进更大市场

小馕饼走出“深闺”

本报记者 吴铎思 通讯员 邓丽娟

岁尾年末,新疆馕亮相国内许多地方,惊艳四座。在广东广州举办的首届全国职业技能大赛上,库车大馕第五代传承人热西提·依米提现场展示馕制作技艺,将这项自治区级非物质文化遗产从餐桌“搬上”舞台。在河南郑州举办的第三届新疆馕产业推介会上,包括馕在内的阿克苏农特产品,赢得“评委”好评,为阿克苏挽回14.5亿元合作订单。

从田间到车间,从车间到餐桌,馕已不再是一种特色食品,日渐完善的生产体系打通了馕产品走向商超销售的渠道,为新疆馕走进更大市场筑牢了基础。

生产好馕,离不开优质面粉的支持。柯坪县艾力努尔馕文化科技有限公司专注生产面粉数十年,品牌家喻户晓。“馕产业对面粉

品质需求不断提升,我们已经开发出适宜打馕专用的配方面粉,这不仅填补了面粉加工领域的空白,也为馕产业实现更高水平发展提供了支撑。”公司销售经理迪力夏提·肉扎洪介绍说。

从“吃饱”到“吃好”,再到“吃绿色、吃健康”。过去五年,随着馕的标准化生产、规模化经营及市场需求不断扩大、品种工艺不断创新,在原料生产方面,不仅促进了小麦提质增效,还拉动特色林果产品生产销售,馕产业链纵向延伸构建了“产、购、储、加、销”一体化经营模式,横向拓展了馕产业与旅游产业、文化产业、康养产业的融合发展模式。

据悉,阿克苏地区采取“企业+合作社+农户”“合作社+农户”等经营模式,统一原材料供应,统一组织生产,统一营销管理,逐步形成了合理分工、协作密切、生产有序的生产经营管理体系。阿克苏地区不断丰富馕产品种

类,开发出玫瑰花酱馕、辣皮子馕、香酥芝麻油馕、恰玛古馕、鹰嘴豆馕等17种特色馕品,申报创建了“库车大馕”“柯坪杏乡薄皮馕”“乌什县喜馕”“域见·阿克苏馕”“沙雅香馕”等地方品牌。阿克苏馕、库车大馕、沙雅香馕每天通过机场空运日销售近10万个,通过电商平台年销售1000万余个。

一个个小馕饼,为阿克苏打馕人带来财富;一座座产业园,承载着他们过上小康生活的机遇和梦想。据初步统计,阿克苏现有形成规模的馕产业园10个、馕产业一条街8个,馕加工企业11家,专业合作社81个,个体经营户1803家,馕坑2195个,环保智能馕坑1500个,年生产馕8472万个,销售额达2.5亿元。

馕产业呈多元化发展态势,在增加就业、助力脱贫攻坚、推动特色农产品加工业发展等方面不断取得新成效。

G 市场观潮

本报记者 赵昂

据媒体报道,截至2020年底,全国外卖总体订单量将达到171.2亿单,同比增长7.5%,全国外卖市场交易规模将达到8352亿元,同比增长14.8%。我国家外卖用户规模已经接近5亿人,80后和90后是餐饮外卖服务消费的中坚力量,而他们所订的外卖餐食并不局限于一日三餐,也包括了下午茶、夜宵等。

市场规模的扩大,使得相关企业数量出现较大幅度的增加。今年我国新增外卖相关企业超过67万家,一二三线城市餐饮外卖的消费者渗透率已经超过96%,而网约配送员也在去年2月正式列入国家职业分类目录,外卖员总数早在2019年就突破了700万人。而从餐饮企业规模来看,天眼查专业版数据显示,我国共有1238家餐饮企业,其中96%是个体工商户。

一边是中小餐饮企业乃至个体户,一边是分散在城市各处的消费者群体,联结他们的是“勤劳”的外卖员。这样的体系是如何运转的呢?当一个外卖送餐员被系统派单后,来回奔波半个多小时乃至更久,将某个小商家的一杯奶茶送到消费者手中,消费者界面还有各种满减时,这单生意到底谁赚了,外卖员、商家、平台、消费者?似乎大家都赚了一点点,但都赚得那么辛苦。171.2亿单,8352亿元的市场,就是这样一单单“辛苦钱”组成的。在庞大的市场背后,营销成本是这个体系最大的支出项目之一。

事实上,随着人力和餐饮成本的上升,以及各地对摩托车、电动车等外卖配送常用车辆的规范使用,外卖体系内可供拓展的利润空间已经日趋有限,换言之,算计几元钱配送费,如何让“困在系统里的骑手”在最短时间内跑更多的店面,不会改变这一体系的现状。当下外卖体系真正需要的是,让体系如何重构和更加高效。毕竟,外卖平台已经掌握了足够多的数据,从消费者偏好、位置分布到餐饮情况,这些数据都有助于完善整个系统。

甚至于,外卖不只有一个平台、一个系统,消费者、商家和网约工也不能只有一两个选择。这就有赖于激发市场竞争促进平台进行创新转型。其实,在互联网外卖平台兴起之前,许多企业都有自己的外卖体系,既包括一些知名餐饮连锁企业,也包括部分大型连锁商超,这些体系甚至在今天依然存在。对于这些企业而言,需要重新唤醒自己的网页端、小程序和APP。要知道,更好更高效的运转系统,掌握在自己手中的配送体系,是这些企业在外卖时代的优势所在。

也就是说,不论是什么样的外卖平台,不论是什么样的配送体系,其最终目的应该是让商家、消费者、网约工、平台四方在“不过度内卷”的前提下取得共赢,促进经济活跃发展,让包括个体商家、外卖员等在内的行业参与者整体增收。要知道,随着外部环境的变化,再去琢磨从各方身上赚那三瓜两枣的“辛苦钱”,真得很没意思,也很没意义。

京哈高铁北京四座车站即将亮相

本报讯(记者 刘静)期待已久的京哈高铁即将全线贯通。京哈高铁是国家“八纵八横”高速铁路网中主通道之一“京哈-京港澳通道”的重要组成部分,全线长1049公里。此次通车的北京段包括北京朝阳站、顺义西站、怀柔南站、密云站四座车站,全部由中铁建设集团承建。乘坐高铁从北京朝阳站出发,依次可以领略“空港之眼”的顺义西站、“雁舞飞翔”的怀柔南站以及“波光粼粼”的密云站,一站一景让出行不再单调。

北京朝阳站是京沈段面积最大的站房,也是“十四五”开篇北京亮相的首座大型交通枢纽。车站建筑面积18.3万平方米,设计上整体展现活力之都建筑创意,融入“灰砖、红墙、金瓦”等浓郁的北京元素。外立面整体呈三段式布局,包含11种幕墙玻璃形式,最亮眼的当属254米长的超大折线玻璃幕墙,486块玻璃两两呈90度夹角相互支撑,共同组成一扇巨型“屏风”。该站致力于打造便捷舒适的乘车环境,首次将站台雨棚屋面全部应用为室外停车场,这是全国首例也是在全国面积最大的钢筋混凝土结构雨棚上盖停车场,最多可停放社会车辆555台。

潍柴集团战略重组雷沃重工

本报讯(记者田国全)日前,山东潍柴集团正式完成对雷沃重工的战略重组,根据协议,潍柴集团持有雷沃重工60%的股权,天津雷沃持股38.62%,潍柴集团成为雷沃重工的控股股东。

雷沃重工是中国农业装备品牌的龙头企业之一,也是国内唯一能够为现代农业提供全程机械化整体解决方案的自主品牌。2020年雷沃重工营业收入140亿元。潍柴集团在全球拥有动力系统、商用车业务、工程机械、智能物流、海洋交通装备等五大业务板块,尤其是动力总成核心技术业务已全面实现跨越引领。重组完成后,潍柴集团迈入农业机械装备制造领域。潍柴集团董事长谭旭光为新雷沃重工制定的战略目标是一—助力乡村振兴战略落地,加快推进我国农业机械化、智能化,引领中国农业装备向高端化迈进,2025年前实现营业收入500亿元,进入全球行业第一梯队。

我国陇东地区大型煤炭基地运输有了新通道

本报讯(特约通讯员郑传海 通讯员曹筱璐 傅肖珍)2020年12月29日,中国铁建电气化局三公司天平项目部200余名员工冒着严寒,在天华铁路华亭站各个作业点连续苦战5个多小时,站改工程顺利开通。至此,国家规划的14个大型煤炭基地之一的华亭矿区煤炭运输有了新通道。

华亭站是天华铁路的终点站,也是甘肃华亭煤业集团煤炭输出唯一铁路通道,又是甘肃地方铁路和国铁集团西安局、兰州局的接轨车站。华亭煤炭矿区位于陕甘宁3省交汇处,属于国家规划的14个大型煤炭基地之一。过去,天华铁路办不了货运业务,华亭矿区的煤炭除了公路运输,铁路运输经由宝中铁路转行陇海铁路。华亭站改“四电”工程完工开通后,煤炭就可以直接经过天华铁路直达陇海铁路了,甘谷电厂所需的发电用煤和天水市所需的供热用煤,就可以由火车直接运到目的地。为确保华亭站改“四电”工程如期完成,天平项目部协同土建项目部,克服各种困难,把耽误的时间抢了回来。仅用5个月的时间,完成了近一年的工作量。

外卖体系需要告别「辛苦钱」