

每年约2万个小区更换物业

挥别“大扩张”时代 上市物企迈入转型深水区

中经记者 方超 张振 上海报道

在房地产业仍处调整周期大背景下,与房企密切相关的上市物企正驶入转型深水区。

日前,多家港股上市物企披露2025年中期业绩报告,行业分化趋势更加明显。在绿城服务(02869.HK)、滨江服务(03316.HK)、永升服务(01995.HK)等多家物企营业收入保持增长的同时,也有部分物企面临服务价格下行、项目接连撤场等挑战。

“对于不符合战略方向或经评估难以实现可持续经营的项

目或城市,公司秉持审慎原则,主动作出了退出决策。”永升服务相关负责人在回复《中国经营报》记者采访时表示。不过,滨江服务管理层日前表示:“在物业撤场方面,相比去年,滨江服务今年上半年的撤场率下降明显。”

“这是物业行业相关企业调换‘仓位’,优化在管项目质量的表现。”同策研究院联席院长宋红卫向记者表示,“物业行业正进入存量市场阶段,行业竞争会进一步加剧,这对物企也提出了更高的要求。”

营收增速有所放缓

基于物业存量市场发展特征,以及与关联房企关系弱化,物企业绩和利润已进入低速增长阶段。

近期,上市物企集体“交卷”半年考。

滨江服务日前披露的2025年中期业绩数据显示,今年上半年,滨江服务实现营业收入20.25亿元,同比增长22.7%;毛利率22.5%,同比下降3.1%;归母净利润2.98亿元,同比增长12.2%。

除滨江服务外,绿城服务实现营业收入92.89亿元,同比增长6.1%;归母净利润达到6.1亿元,同比增长22.6%。不过,绿城服务营业收入增速和去年同期相比已呈放缓趋势。

事实上,上市物企营业收入增速放缓现象早已有之。

“物业企业营业收入增速显著持续放缓,已经下降至5%以内。”中指研究院统计数据显示,2024年,百强企业营业收入均值为16.05亿元,同比增长3.52%,增速较2023年回落1.04个百分点;2024年,物业服务上市公司营业收入均值为45.97亿元,同比增长4.01%,增速较2023年下降了3.82个百分点。

对于这一现象,宋红卫向记者表示,基于物业存量市场发展特征,以及与关联房企关系弱化,物企业绩和利润已进入低速

增长阶段。“尽管物企也在积极拓展增值业务,但从业务结构来看,所占比例仍然很低,短期难以扭转这一格局,预计营收和利润下行的趋势仍将延续。”

此外,亦有上市物企面临净利润下滑的挑战。财务数据显示,今年上半年,永升服务营业收入同比增长2.7%,但归母净利润同比下降19.4%,综合毛利率也较去年同期下降了2.7个百分点。

“今年上半年,公司归母净利润与毛利率有所下滑,主要原因是提升服务品质的基础投入增加,以及主动调整业务结构带来的阶段性影响。”永升服务相关负责人向记者表示,今年上半年,公司坚持长期健康经营目标,主动进行战略调整与业务聚焦,有序清退了部分非核心城市、低质低效项目。

永升服务上述负责人进一步表示,在社区增值服务方面,公司放弃了部分低毛利率及可持续性较差的业务,以提升公司运营效率、持续夯实发展基础。今年上半年,综合毛利率为18.6%,虽因主动优化业务结构而有所下降,但仍处于行业健康水平。

应对撤场与降费挑战

当前,部分城市出现物业费下调,本质是同质化竞争下的价格博弈。

在营收增速的同时,上市物企还需应对撤场、物业费下调等挑战。

相关数据显示,今年上半年,绿城服务共退出合同面积1732.8万平方米,其中,退出在管项目面积1201.4万平方米,储备项目面积531.4万平方米。截至6月底,绿城服务在管物业规模达5.36亿平方米。

与之类似,中海物业今年上半年共退出合同面积约2680万平方米,永升服务则退出了1683.7万平方米的签约面积、1567.9万平方米的在管面积。

中指研究院数据也显示,2024年,百强企业项目留存率为96.81%,较2023年下降了1.36个百分点,相较以往年度降幅有所扩大。

克而瑞物管调研统计数据显示,2021—2024年,住宅物业换手率由1.7%持续提升至3.3%,净增长1.6个百分点,每年约有2万住宅小区更换了物业公司。

对于上市物企从部分小区撤

AI技术助力降本增效

AI技术在物业管理中的应用,已成为行业降本增效的关键驱动力。

在营收增速放缓、遭遇多重挑战的大背景下,物管行业竞争正在加剧。

相关数据显示,今年上半年,绿城服务实现新拓年饱和营收15.2亿元,全年目标完成比例为38%。不过,绿城服务董事会主席杨掌法强调:“今年上半年,外拓尽管和年初目标相比有差距,但整体符合我们高质量发展的目标要求,没有为了规模而扩张。”

据了解,中海物业高管日前也表示,今年上半年,整个物管行业的增速都在放缓,市场竞争非常激烈,住宅业态中存量优质项目越来越少,传统的住宅物管企业也纷纷进入非住宅领域,各家企业在不断调整外拓策略。

“头部物企规模扩张主要依靠



8月25日,绿城服务(2869.HK)在浙江省杭州市召开2025年中期业绩发布会。

本报资料室/图

场的原因,宋红卫向记者分析称,这与物企优化在管项目质量密不可分。“2017年之后,大量物业公司崛起并赴港上市,物业行业也展开了规模之争,很多物企大举并购,但部分物业的财务指标较差,长时间处于亏损状态,这些项目将被逐渐优化。”

值得注意的是,除了撤场外,上市物企也需面对物业费下调压力。据了解,在近期多家上市物企召开的中期业绩说明会上,相关企业高管也对物业费下调问题进行了回应。例如,绿城服务管理层认为,当前,部分城市出现物业费下

调,本质是同质化竞争下的价格博弈,唯有差异化服务和价值创造,才能赢得客户与市场。

无独有偶,滨江服务管理层也表示:“服务价格下行不是全行业普遍情况,而更倾向于是一种区域化的表现。所以对我们来说,这其实不是一个特别大的难题。”

“物管行业普遍面临服务价格下行、项目撤场等问题,确实是行业在当前发展阶段所面临挑战的集中体现,也反映出物管行业从增量+存量时代转向存量时代、从规模粗放扩张转向精细化运营过程中的结构性调整。”永升服务相关负责人向记者表示。

据永升服务负责人介绍,企业应对的策略之一是“坚持城市深耕战略,优化区域布局、提升核心城市的服务密度和运营效能”。

“公司坚持‘聚焦杭州、深耕长三角、辐射全国’战略,管理项目呈现出高密度、高集中度优势。杭州市及长三角地区稳健的数字经济基础和活跃的商业生态,正持续产生市场需求和发展韧性。”滨江服务相关负责人表示,“滨江集团致力于打造优质房产,以产品力锁定高端物业服务赛道;滨江服务则专注提供高品质服务,提升房产的终端价值,借助业主口碑强化其品牌美誉度与产品议价能力。”

“通过科技与管理变革提升管理效能,通过‘品牌+科技’构建差异化竞争力。”永升服务相关负责人向记者表示,公司坚持“平台+生态”战略,通过精细化运营、科技赋能和多元化服务来应对挑战,努力在成本压力和业主诉求之间找到最佳平衡点。

对于物管行业发展前景,滨江服务方面表示:“在行业从增量市场向存量市场转型的背景下,市场化趋势为物业行业开辟了广阔的发展空间。”永升服务相关负责人也向记者强调:“整体来看,国内物管行业仍处于黄金发展期。未来,行业和企业竞争将不再是简单的规模之争,而是效率、品质、品牌和可持续盈利能力的综合较量。”

多地电商件底价上涨超0.3元 快递业“反内卷”进行时

“产粮区”电商件底价上涨

中经记者 杨让晨 张振
上海报道

快递行业“反内卷”正在加速进行。

据相关媒体报道,近期,广东省、浙江省等地快递企业提高了电商件底价。对此,《中国经营报》记者联系了浙江省义乌市不同品牌的快递网点采访求证,多名业员均向记者证实,电商件涨价情况属实。某头部快递企业旗下网点业员告诉记者,目前,电商件单票价格已经较上半年的最低1.4元上涨了0.3元以上。

多家快递企业发布的运营数据显示,今年7月,圆通速递(600233.SH)、韵达股份(002120.SZ)、申通快递(002468.SZ)等多家上市公司单票收入价格仍有所下降。国家邮政局相关数据显示,今年1—7月,邮政行业业务收入及单量均呈增长态势,但单票价格出现下滑。

针对上述情况,今年7月底,国家邮政局召开会议并强调,要完善邮政快递领域市场制度规则,旗帜鲜明反对“内卷式”竞争,为建设全国统一大市场贡献行业力量。

在多位业内人士看来,快递行业推进“反内卷”,或将有助于快递企业和基层网点在今年下半年迎来利潤修复期。

在国家邮政局提出快递行业“反内卷”后,广东省、浙江省等“产粮区”的电商件底价已开始提高。

“今年以来,电商件底价已经上涨了两三次,但具体价格仍取决于电商客户每天的快件量和单票重量。”

另一品牌的快递业员也对记者表示,目前,电商件底价已较今年上半年有所上涨,单票价格底价在1.7元左右。

另据了解,广东省作为重点调

员向记者表示,但是,今年上半年基本都在亏钱。“底价只有1.4元/件,但成本要1.5元/件,每年最低底价和最高底价大概有0.5元的浮动空间。”

另一品牌的快递业员也对记者表示,目前,电商件底价已较今年上半年有所上涨,单票价格底价在1.7元左右。

另据了解,广东省作为重点调

得一些效果,单票价格在回升,整个行业以及监管部门一直在努力。”在赖梅松看来,未来,快递单票价格再次跌回1元钱以内的可能性不大,所以公司非常有信心实现价格趋稳,快递行业持续稳定发展、可持续发展,一定要从“价格战”转向“价值战”。

一位不愿具名的头部快递企业管理人士告诉记者,公司已注意到行业政策动向,会根据“反内卷”的要求和情况变化开展行动。“股

市已经对快递行业‘反内卷’作出了一些回应,行业‘反内卷’对于企业发展而言也是有好处的。”

记者注意到,今年5月底,申通快递总裁王文彬就喊出了“摒弃价格竞争”的口号。此后,申通快递每月业务量增速呈放缓趋势,5月,申通快递的业务量增速为16.35%,6月放缓至11.14%。单票价格方面,5月,申通快递单票价格为1.95元,同比下降2.99%,6月上升到1.99元,同比下

降1%,环比增长2%。

申通快递相关工作人员告诉记者,在国家邮政局推动行业“反内卷”政策落地之际,公司将以技术护城河、客户信任度重构竞争逻辑,走出一条“体验优先”的差异化之路,为行业高质量发展注入新动能。

“公司提出了‘内涵式增长’战略,坚持‘技术驱动体验升级’路径,通过数智化提效、柔性化服务、可持续发展三大核心,追求有质量

市等地快递涨价,将缓解快递企业总部和加盟网点的经营压力,扭转部分网点亏损局面,上市公司利润也有望迎来修复。“部分追求低价的电商商家短期或承压,但从长远来看,‘反内卷’政策将加速引导行业向高价值、差异化方向跃迁。头部快递企业产品结构多元、服务质量领先,无论是业务量还是利润都将受益。”

的增长,拒绝以牺牲服务质量为代价的虚假繁荣,推动行业从规模竞争向价值竞争转型。”申通快递上述工作人员告诉记者。

东兴证券相关研报分析认为,预计后续各地还会继续跟进推出“反内卷”相关政策。当前,行业“反内卷”的力度超出市场预期,正带动快递板块上市公司股价上涨。“在行政力量的干预下,‘价格战’近期有望出现缓和。”

发展,只有这样才能更好地服务于上下游企业。”

在快递物流专家赵小敏看来,快递行业“反内卷”是一项系统工程。目前,快递公司的盈利情况尚可,但末端网点及众多加盟商的盈利压力较大。“期待以本轮价格上涨为一个起点,后续能推动企业在资本开支、技术研发、末端机制、派费机制、收入保障、劳动合同和社保体系等方面全面跟进。只有这样,整个快递行业才能逐步进入良性循环。”

行业“反内卷”重构竞争逻辑

在国家邮政局上述会议召开后,快递行业“反内卷”的效果已显现。

日前,中通快递(02057.HK)董事长赖梅松在电话会议上表示,广东省从8月5日开始,对整个行业价格做了一些调整,正朝着良性方向发展。“快件利润比原来确实上涨了一些,这对公司整体利润而言影响是正向的。”

“8月以来,‘反内卷’政策已取

得一些效果,单票价格在回升,整个行业以及监管部门一直在努力。”在赖梅松看来,未来,快递单票价格再次跌回1元钱以内的可能性不大,所以公司非常有信心实现价格趋稳,快递行业持续稳定发展、可持续发展,一定要从“价格战”转向“价值战”。

一位不愿具名的头部快递企业管理人士告诉记者,公司已注意到行业政策动向,会根据“反内卷”的要求和情况变化开展行动。“股

市已经对快递行业‘反内卷’作出了一些回应,行业‘反内卷’对于企业发展而言也是有好处的。”

记者注意到,今年5月底,申通快递总裁王文彬就喊出了“摒弃价格竞争”的口号。此后,申通快递每月业务量增速呈放缓趋势,5月,申通快递单票价格为1.95元,同比下降2.99%,6月上升到1.99元,同比下

降1%,环比增长2%。

申通快递相关工作人员告诉记者,在国家邮政局推动行业“反内卷”政策落地之际,公司将以技术护城河、客户信任度重构竞争逻辑,走出一条“体验优先”的差异化之路,为行业高质量发展注入新动能。

“公司提出了‘内涵式增长’战略,坚持‘技术驱动体验升级’路径,通过数智化提效、柔性化服务、可持续发展三大核心,追求有质量

的快递涨价,将缓解快递企业总部和加盟网点的经营压力,扭转部分网点亏损局面,上市公司利润也有望迎来修复。“部分追求低价的电商商家短期或承压,但从长远来看,‘反内卷’政策将加速引导行业向高价值、差异化方向跃迁。头部快递企业产品结构多元、服务质量领先,无论是业务量还是利润都将受益。”

赖梅松在电话会议上表示,快递行业只有真正回归到价值竞争,回到服务品质上,产品通过分层分级满足用户不同需求,才能实现良性发展。“长期来看,相信快递行业一定会朝着正确的方向健康持续

发展,只有这样才能更好地服务于上下游企业。”

在快递物流专家赵小敏看来,快递行业“反内卷”是一项系统工程。目前,快递公司的盈利情况尚可,但末端网点及众多加盟商的盈利压力较大。“期待以本轮价格上涨为一个起点,后续能推动企业在资本开支、技术研发、末端机制、派费机制、收入保障、劳动合同和社保体系等方面全面跟进。只有这样,整个快递行业才能逐步进入良性循环。”