

# 与业主关系站上C位 物业成房企新压舱石

疫情之下，千千万万的小区业主正在见证物业服务的蜕变升级。送菜上门、防疫消毒、“无接触”服务……战“疫”行动之下，物业管理公司已成为守护居民健康安全的重要防线。特殊时期，平日里业主不容易看见的服务质量被重视，平日里物业公司可能忽视的细节也被“放大”，应急处理能力、物业服务质量和，在这一刻，掺不得一丝虚假。在业内人士看来，新冠肺炎疫情是所有房地产企业旗下物业公司的共同考题。经历这次疫情，业主已经对物业服务价值有了全新的认识，在后买卖时代，物业口碑营销中的“优等生”势必会在未来占据这一市场。



## 前所未有的地位

这个春节假期格外漫长，但仍有一群人始终坚守在一线，为千千万万个家庭保驾护航。社区防疫宣传、公共区域日常消毒、对园区出入人员进行体温检测、随叫随到的上门服务……物业工作者用实际行动诠释了“治疗一线在医院，防控一线在社区”。

突如其来的新冠肺炎疫情，把之前容易被忽视的物业管理服务推到“一线”，覆盖广、任务大，这是一场看不见硝烟的战争，而在这一特殊时期，前期铺设成果正在接受全民审查”。

作为房地产龙头企业，万科物业在全国共服务2663个住宅项目、639个商写项目，覆盖535万户家庭。为了确保万无一失，万科物业针对疫情防控连发40份工作指引，内容事无巨细，涵盖消毒剂、防护服、口罩应用指引等各个方面。

出入社区的人员及车辆100%登记并测量体温；公共区域100%消毒作业，消杀频次从正常的每月2-4次，升级为每天至少2次；社区垃圾会及时清运，并设置废弃口罩专用垃圾桶；在电梯消毒后，万科物业还会贴心地在按钮上贴上保鲜膜，放置专用纸巾，方便业主“零接触”按电梯。一系列

操作的背后，是头部企业应急处理能力和物业服务品质的体现。

“除日常管理维护外，我们更重视防疫宣传，业主们的配合就是对我们工作最大的支持。”一位物业公司负责人告诉北京商报记者，疫情期间，与业主的关系从未有过如此亲密，原来接触最多的就是缴费和解决业主们遇到的各种问题，当下这个时间节点，每天的电话问候、日常交流沟通、上门服务是必不可少的。

该负责人还称，这个时候做什么都要以防疫为主，这个时候做什么都要小心再小心，平日里业主不容易看见的服务质量被重视，平日里物业公司可能忽视的细节也得到“放大”。

为找出那些平日被忽视的细节，打赢这场看不见硝烟的战争，不少物业公司挖空心思，物管服务也加入了科技手段。以碧桂园服务为例，其从信息化疫情防控、测温及消毒方案入手，形成一套更有针对性、行之有效的疫情防控解决方案。在人流量大的社区门岗，增设红外热成像测温设备，同时对多人进行红外热成像测温，可使业主快速通行，尽量降低检查的等待时间，避免拥堵造成人员聚集；在单元楼栋的走道、电梯内增设医疗级消毒机，保洁人员每天进行固定频次的消毒工作，提高业主进出单元楼道的安全系数。

绿城服务则推出全新的“园区楼宇战疫应急管理平台”，集政府、园区管理方、企业、员工等多方需求于一体，为全国园区楼宇和社区疫情防控工作，加上了一道效率和质量的“双保险”。

“其实原来我们物业的口碑就挺好，但不大宣传，房企嘛，原来都在忙着卖房，接受采访的都是营销，这一次疫情我们的价值第一次得到全方位的展现。”某头部房企物管部负责人直言，自己所服务的物业板块目前在集团的地位陡然上升。

## 服务与社群同步扩容

疫情期间少出门，是防疫的关键所在。在房企们纷纷“上线”卖房后，物业管理也加强了“线上”服务功能。记者了解到，原本业主服务App更多是针对家装维修、费用缴纳、一些日常信息发布所设立，而在疫情期间，业主服务App得到了扩容，送菜上门、线上问诊几乎成为各大物业公司的标配。

足不出户，App一键下单即可解决日常生活所需品，“所有环节都是‘无接触’进行，业主们放心，我们也安心。”一位龙湖物业工作人员告诉记者，App应用越来越广泛，未来可能会根据需要添加新的内容，疫情也带来“线上”服务的加速。

在服务小区业主方面，物业公司有专

人组建的服务团队，也有与专业运营商合作的服务计划。据了解，此前永辉超市与龙湖地产联合推出“社区保障计划”，根据龙湖业主的消费能力、习惯，双方团队共同选出约100-150个商品，可享受龙湖业主专享价。配送由永辉物流承担，采用次日达的配送方式，全部从永辉中心仓为分散在全市各个区域的龙湖小区提供集中配送服务，最大限度保证商品品质。

蔬菜水果、肉蛋家禽、米面粮油、方便速食……“零售商超+物业小区+线上线下+配送到家”的商业新模式正在快速成型。

此外，万科、金茂、龙湖等多家物业公司都开通了线上问诊专属通道，联合包括春雨医生在内的专业机构，为旗下业主提供医疗服务。出现发热、咳嗽、恶心呕吐、腹泻、头痛、心慌、胸闷等症状，或是有过武汉旅行史、病史接触史，怀疑自己感染新型冠状病毒，以及已经在居家隔离的用户，为了避免去医院交叉感染的风险，均可以在线向医生提问。

易居研究院智库中心研究总监严跃进表示，疫情期间，各家物业公司都开展了多样的防疫行动，做到应尽之责。除防疫战“疫”外，物业服务的提升也可以增加客户黏性，未来房地产市场必将演化为争夺存量客户的市场。

在严跃进看来，当下这个时间节点，物业服务的优劣受到全民的监督，疫情是所有物业公司的共同考题，经历这次疫情考验，业主对于物业服务价值已经有了全新的认识，按照择优录取的原则，“优等生”未来将会占据这一市场的份额。

## 后买卖时代的房企压舱石

去年10月，中物研协发布的《2019物业服务企业发展指数测评报告》显示，2018年底，全国物业管理行业管理面积279.3亿平方米，经营收入7043.63亿元，物业服务企业数量12.7万家，从业人员数量983.7万人。

报告指出，2010年指数基期值为100点，2018年物业管理行业发展指数达到

247.2点，相比2010年提高147.2个点，指数复合增长率11.98%，物业管理行业发展指数保持稳定提升的态势。

随着房地产行业战略的转变，逐渐凸显出物业服务这片蓝海。早于2014年，彩生活在香港挂牌上市，成为国内第一家上市的物业管理服务企业。继彩生活之后，中海物业、绿城服务、雅生活等接连分拆物业板块上市，大量资本的涌入，使物业管理规模得到大幅攀升。

克而瑞数据显示，2019年共有15家物业公司管理面积突破1亿平方米。其中，位列第一梯队的企业包括万科物业、碧桂园智慧服务、彩生活及金碧物业，管理面积均在3亿平方米以上；第二梯队企业包括绿城服务、龙湖智慧服务、金科服务，管理面积介于2亿-3亿平方米。此外，中海物业、长城物业、招商积余、金地物业、华润物业科技管理面积均超过或接近1.5亿平方米。

“规模上的增长，也代表房企下一阶段的战略方向。”严跃进表示，过去几年，随着房地产市场的下行，房企们在战略选择上，也纷纷由卖房子转向“卖服务”。尤其是疫情发生后，物业服务行业或能够借此迎来新的发展机遇。

记者了解到，在全民战“疫”的背景下，多个行业都受到不同程度的影响，但物业服务公司却是一副“加码”的态势。

2月17日，“万科物业·长江行动”启动20000人招聘计划，大量储备人才队伍；几乎是相同时间点，保利物业也开启了“新春招聘”。

2月21日，浙江开元物业管理股份有限公司总经理谢建军在朋友圈发布了一张海报，开元物业开启疫情期间2000+人才招聘计划。

对此，有分析认为，这些物业公司之所以会启动招聘，固然有应对疫情员工需求的迫切，但也存在业务扩张的因素，可见物业服务正在成为房地产后买卖时代的压舱石。

值得一提的是，截至2月27日收盘，港股上市物业公司除一家外，其余全线飘红。

北京商报记者 董亮 王寅浩

# 建中建设拟上市 近三年收益超九成依赖大客户

北京商报讯(记者 董亮 荣蕾)预期于3月18日在港交所上市的闽系建筑服务提供商——建中建设发展有限公司(以下简称“建中建设”)，因近日招股文件的披露进入公众视线，在此之外，该公司收入构成较大程度依赖大客户的财务表现也被外界所关注。招股书显示，自2016年以来，截至2019年前9个月，建中建设五大客户对公司总收益的贡献率有三年超过了九成。

招股书显示，建中建设于2月29日-3月9日进行15625万股股份的全球发售。其中，全球发售股份的约10%(合1562.8万股)在香港公开发售，另有90%(合14062.2

万股)用作国际配售，具体份额视发行情况而定。以1.35-1.65港元的发行区间上限计算，最多可募集资金约2.578亿港元。

招股书显示，本次募资所得款的约70%，将用于拨付即将开工项目的资金需求及现金流；约20%将用于支付新建筑机械、设备及工具的部分购置成本，旨在扩充公司的建筑机械及设备；约10%将用作营运资金及一般企业用途。

公开资料显示，建中建设成立于2012年，是一家总部位于福建的建筑服务提供商，专门提供地建工程的一站式解决方案。除大本营福建外，该公司还在上海、江苏、

浙江、广东、甘肃等地开展业务。

建中建设的主营业务地基工程，包括钻孔)、板)、地下连续墙及顶管工程。

据招股书，2016-2018年三个年度，建中建设分别实现总收入约1.568亿元、4.989亿元、11.928亿元；截至2019年9月30日止9个月，总收入达到12.297亿元。从财务表现来看，建中建设近几年的总收入水平逐年提升。其中，建筑服务是建中建设的主要收入来源。数据显示，在2019年前9个月中，该公司在建筑服务方面实现的营收达到总收益的93.5%，占据核心收入位置。

从招股书披露的数据来看，公司总收

益过于依赖大客户，是建中建设近年来收入构成的最大特征。而身处房地产行业下行期，这也被外界视为潜在影响这家民营企业业绩稳定性最大风险因素。

建中建设的客户主要包括国有建筑企业及房地产开发商，最近几年间，五大客户对该公司总收益的贡献率有三年超过了九成。2016-2018年三年间，建中建设五大客户对公司总收益的贡献率分别为99.6%、90.2%以及85.9%；至2019年前9个月，五大客户对总收益的贡献率达91%，其中最大的客户占总收入的70.7%。

毛利率水平方面，2016-2018年三个年

度，该公司毛利率分别约为24.3%、26%、23.9%；截至2019年9月30日止9个月，为23%。就“上市后有何发展愿景”收益较为依赖大客户，后续如何改善收入结构以平衡风险”等问题，北京商报记者致电建中建设。但截至发稿，企业电话未有人接听。

## 公告

致：北京中体优恩健康管理有限公司会员  
北京市朝阳区常熟路6号的健身俱乐部(也称“中体优恩常营店”)，因故于2020年2月20日闭店停止经营，我司正积极与会员联系办理会员退费、退会或转会等相关门店善后事宜，受疫情影响，部分会员至今无法取得联系，为维护会员权益，特通知，即日起请未接到我司官方联络的有效会员及时与我司联系，办理相关手续。  
联系人：客服部 联系电话：88776060  
北京中体优恩健康管理有限公司  
2020年3月5日

# 招商银行北京分行再施援手，协助餐饮企业正常发放工资

新冠肺炎疫情在全国的蔓延，使得全国的商业经济和民众生活受到巨大影响，而作为民生参与者之一的餐饮业更是首当其冲。抗击疫情期间，大量餐饮企业暂停营业，让原本春节餐饮黄金周的比肩继踵不复存在。

与此同时，餐饮行业普遍存在房租高、人力成本高、食材成本高、毛利低的问题。停工期间许多餐饮企业不但没有收入，而且存在大量诸如工资、水电费等的开支，巨大的运营成本成为餐饮企业目前面临的最大负担。

某餐饮管理公司在全国有超过20家

实体门店，公司有超过300余名员工。截至2月初全国门店大部分暂停营业，堂食业务停滞，外卖业务受到巨大冲击，食材储备也出现了消耗困难的情况。企业经营困难的同时，在招行的贷款即将到期，如还款则300余名员工的工资无法按时支付。

招行北分在了解到疫情对餐饮行业的冲击后，主动对接所有餐饮行业小微企业客户，摸排疫情对企业的实际冲击和客户最急迫的需求。了解该企业资金短缺的情况下，招行及时与担保公司沟通，拟定了无还本续贷业务的方案。同时，客户经理线上办公期间积极收集整理所需业务材料，在复

工后第一时间将该笔业务上报分行，小企业金融部审贷项目组也为企业开通了业务审批绿色通道。经过多方沟通，不仅通过变更还款计划的方式帮助企业解决2月员工工资发放的难题，而且无还本续贷让企业无需再为今年的贷款还款问题担忧，可以全力以赴维持企业经营。

该企业非常感谢招商银行北京分行在疫情期间施以援手，并对企业平稳渡过疫情期间充满信心。从疫情爆发至今，招行北分全面加大对受疫情影响企业特别是小微企业支持力度，支持疫情防控工作，全力做好金融服务保障，为中小企业经营保驾护航。

# 顺义区税务局聚焦“三力”打赢疫情防控阻击战

新冠肺炎疫情发生以来，顺义区税务局聚焦国家税务总局优惠政策落实要给力、“非接触式”办税缴费服务要添力、疫情防控工作要加力的“三力”要求，采取多项措施，确保政策落实到位。

北京骏马客运有限公司是顺义区重要公共交通客运企业之一，运营线路75条，年运载乘客超1亿人次。由于疫情影响，该公司1月运载乘客723.8万人次，比上年同期减少159.6万人次。在收入减少的同时，由于购买口罩、消毒液等防疫物资，企业成本支出相应增加。

2月初，财政部和国家税务总局出台支持新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控

的一系列税收优惠政策，根据政策规定：对纳税人提供公共交通运输服务、生活服务，以及为居民提供必需生活物资快递收派服务取得的收入，免征增值税。顺义区税务局第一时间与该公司取得联系，辅导企业对符合条件的收入进行免税申报，仅1月即可减免增值税19.23万元。该公司财务总监李秀峰表示：“原本我们对新政策缺乏了解，初次申报时没有进行免税申报，税务部门发现后主动宣讲支持疫情防控系列税收政策，切实减轻了公司支出负担，为我们全力做好线路运营，确保全区群众正常出行增添了底气！”