

雅居乐物业谋“A+H”双平台

继彩生活、中海物业、绿城服务、中奥到家和祈福生活之后，又一家物业公司即将登陆港股市场。近日，雅居乐披露雅生活服务股份有限公司(以下简称“雅生活”)上市的最新进展，雅生活于1月29日-2月2日全球发售，预计2月9日在香港联交所主板开始公开交易。



刚刚叩开港股市场大门，雅生活执行董事兼首席执行官刘德明又表达了对A股的向往。他表示，未来寻找到合适的时机后，雅生活还会寻求在A股上市，欲打造“A+H”架构物业公司第一股。

与此前上市的物业服务公司不同，雅生活背后站着雅居乐和绿地两大知名房企。雅生活是雅居乐旗下物业管理平台，由雅居乐绝对控股。2017年6月30日，绿地集团将其全资子公司上海绿地物业100%股权转让给雅居乐，交易对价为10亿元。同年8月17日，绿地集团又以10亿元战略入股了雅生活，成为雅生活集团长期战略性股东。

据雅居乐发布的公告显示，雅生活拟向全球发售3.33亿股股份。其中，香港发售占10%，国际发售占90%，供合资格雅居乐股东申请的优先发售包括2783.53万股预留股份。发售价为10.8-14.2港元/股，超额配售权为最多5000万股，即发售股份的15%。

按照雅生活的计划，本次IPO融资所得的39.84亿港元(以发售价中位数计算)中的65%将用于选择性地把握战略投资及收购机会以及进一步发展战略联盟，涉及资

金共计25.89亿元；约15%将用于发展管理数字化、服务专业化、流程标准化及操作机械化”。

从募集资金的用途来看，赴港上市获得资本力量支持后，雅生活立志做大规模。雅生活执行董事兼董事会联席主席黄奉潮曾表示，目前国内物业市场的集中度相对还比较低，给雅生活的并购活动提供了很好的机会。未来五年是物业公司并购窗口期，因此只要有好项目，雅生活一定会抓紧时机进行并购。

历史数据显示，雅生活近些年来的规模得到快速扩张。2014年、2015年、2016年以及2017年截至9月30日，该公司在管物业建筑面积分别为2.44亿平方米、3.5亿平方米、5.01亿平方米及7.62亿平方米。其中2017年7.62亿平方米在管物业，包括2017年6月收购的绿地物业所管理的200万平方米物业。

雅生活的规模扩张与持续的收并购活动密切相关。据了解，自2014年成立以来，雅生活一直在寻求通过内涵式增长及收购物业管理公司扩充业务。2014年、2015年、2016年及2017年9月30日，雅生活订购管理物业总建筑面

积分别为4.49亿平方米、6.34亿平方米、7.34亿平方米及10.21亿平方米。

雅生活表示，未来将继续通过雅居乐集团、绿地控股以及第三方房地产开发物业扩展规模。按照刘德明的规划，雅生活将在2020年实现100亿元收入规模。其中自营、外拓业务及收并购目标分别为40亿元、20亿元以及40亿元。

值得一提的是，营收百亿并不是一个容易达成的目标。迄今为止，国内还没有一家物业或社区生活服务平台达到百亿收入的水平。数据显示，2014年、2015年、2016年以及2017年前9个月物业收入分别约为8.26亿元、9.34亿元、12.45亿元、11.69亿元。

有业内人士分析认为，未来五年全国基础物业管理市场规模约1.2万亿元，将成为万亿级市场，不过，目前的物业管理公司还处于盈利模式探索阶段，扩大规模正成为行业共识。这也是物管企业纷纷选择登陆资本市场的原因。对于雅生活而言，如何探索出一条物业管理全新、成熟的盈利模式是该公司百亿规模路上的重中之重。

北京商报记者 彭耀广

· 资讯 ·

京南发展迎来新机遇

北京商报讯(记者 彭耀广)近日，由北京晨报主办的“聚焦北京南部发展新机遇——2018全产业链高峰论坛”在京举办。众多业内人士参与此次论坛，共同探讨助力南部地区发展的具体规划以及未来配套升级措施，一起展望北京南部地区发展新机遇。

在京津冀协同发展战略之下，北京南部地区迎来前所未有的发展机遇。北京南部地区的发展，离不开全产业链条的深度融合。此次论坛意在推动跨行业跨领域的深度融合，为促进北京南部地区发展贡献力量。首经贸大学原校长文魁教授阐述了“北京南部新定位”的观点，指出“北京南部是北京经济发展新高地，是京津冀协同发展的前沿”。

潘石屹：市场需要充分利用空置房子

北京商报讯(记者 彭耀广)中国已经不缺房子，现在需要的就是把这些房子都充分利用起来。”近日，SOHO中国董事长潘石屹在他的个人摄影展上表示，开发商始终要想到市场上面需要什么就做什么，不需要的就别做了。过去20多年，开发商已经建了很多房子，现在就是把这些空置房子充分利用起来，而不是建更多房子。SOHO 3Q就是把办公利用起来，像Airbnb就是把住宅可以利用起来。

“我们一定要做新的行业，市场上需要的是新的服务，我们做SOHO 3Q就是鼓励年轻人不断创业。”潘石屹透露，SOHO 3Q截至目前已拥有2.55万个座位。至于未来做成规模后是否去做REITs，他表示没有想过。

网易房产发布焕新战略

北京商报讯(记者 董家声)近年来互联网行业发展呈两极分化趋势，在整个消费升级背景下，一些互联网公司也在营销上尝试内容消费升级。其中，少数门户网站精准把握房地产营销新趋势，通过打造房地产行业精品内容，实现内容消费升级，引领了整个地产营销的风向标。

日前，2018年第八届地产冠军榜盛典在北京落幕，同时网易房产“生活质造家”品牌焕新战略也于当天发布。据介绍，2017年为网易成立20周年，经过实践与积累，网易作为内容消费升级引领者，在房产领域全新提出“生活质造家”战略。

统计显示，2017年网易房产的广告营收实现62.7%的增长。在新战略的引领下，网易房产也将不断以匠心精神推出房地产行业的精品内容，打造房地产营销的新势能。网易相关负责人表示，“生活质造家”战略将从内容、精准、泛娱乐与体验4个维度进行落地。

链家“回家置业季”启动 32个城市500盘优惠来袭

春节将至，随着归家的步伐临近，越来越多的人看到了二三线城市的巨大变化，城市环境的优化，各类生活配套的齐备，加上在家的父母和亲友，更多的人开始认真思考在家乡买房置业的问题并付诸于实际行动。

今年返乡置业潮来临之际，为更好地服务于返乡置业客群，链家首次打造“回家置业季”活动。据了解，本次活动时间从2018年1月29日-2月25日。此次活动覆盖32个城市，包括武汉、郑州、天津、大连、成都、大理等。

据了解，包括万科、保利、碧桂园等在内的众多知名开发商的近500个新房项目参与到链家“回家置业季”的活动

中。此外，参与本次活动的均为用户关注度高的楼盘，链家从平台搜索量、流量、商机数、新入市楼盘等多个维度进行筛选，选取各个城市排名前20个左右的楼盘。

在本次活动期间，链家的经纪人团队随时待命，这些经纪人对所在城市的房地产项目十分熟悉，为用户提供咨询、答疑、楼盘点评等诸多服务。在用户线上策略信息方面，链家新房加入楼盘点评，即经纪人对活动楼盘进行客观中立的评价，从区域情况、项目本身等方面点评楼盘优劣点，给客户提供真实全面的决策信息。

值得一提的是，为更好地匹配各城

市用户需求，链家“回家置业季”活动根据各个城市楼盘及人群特色搭建出需求导向更细致的置业主题，比如，大连主题为低首付高知青年优选、刚需结婚优选、改善品质大户型等几个方面；郑州主题为成交有礼新房、临铁优选房、工薪低总价新房等方面，精准匹配回家置业人群的需求，高效连接开发商和购房人群。

作为以数据驱动的全价值链房产服务平台，本次活动链家也以大数据能力有效赋能。链家通过二手房、新房、租房、卖房等多功能板块，对用户的换房动线、交易轨迹等行为产生的大数据进行计算，不断挖掘洞察用户需求，实现精准锁客，提高置业效率，并以房屋数

据、人群数据、交易数据为驱动，助力开发商建立用户强连接”。

同时，对于参与活动的项目，链家提供了丰富的活动入口，包括弹窗、开屏、首屏banner、用户push等，并整合内外部资源，为开发商提供品牌推广、直效导客等多项服务。

正如本次活动海报上所言，“有一千个理由去追梦，就有一千个理由回到家乡”。在二三线城市发展更为成熟的今天，回家置业成为不少“漂一族”的新选择。此次，链家推出的“回家置业季”活动有效连接起“人”、“房”、“客”，在打造一站式服务的同时，也带动了服务质量及行业效率的提升。