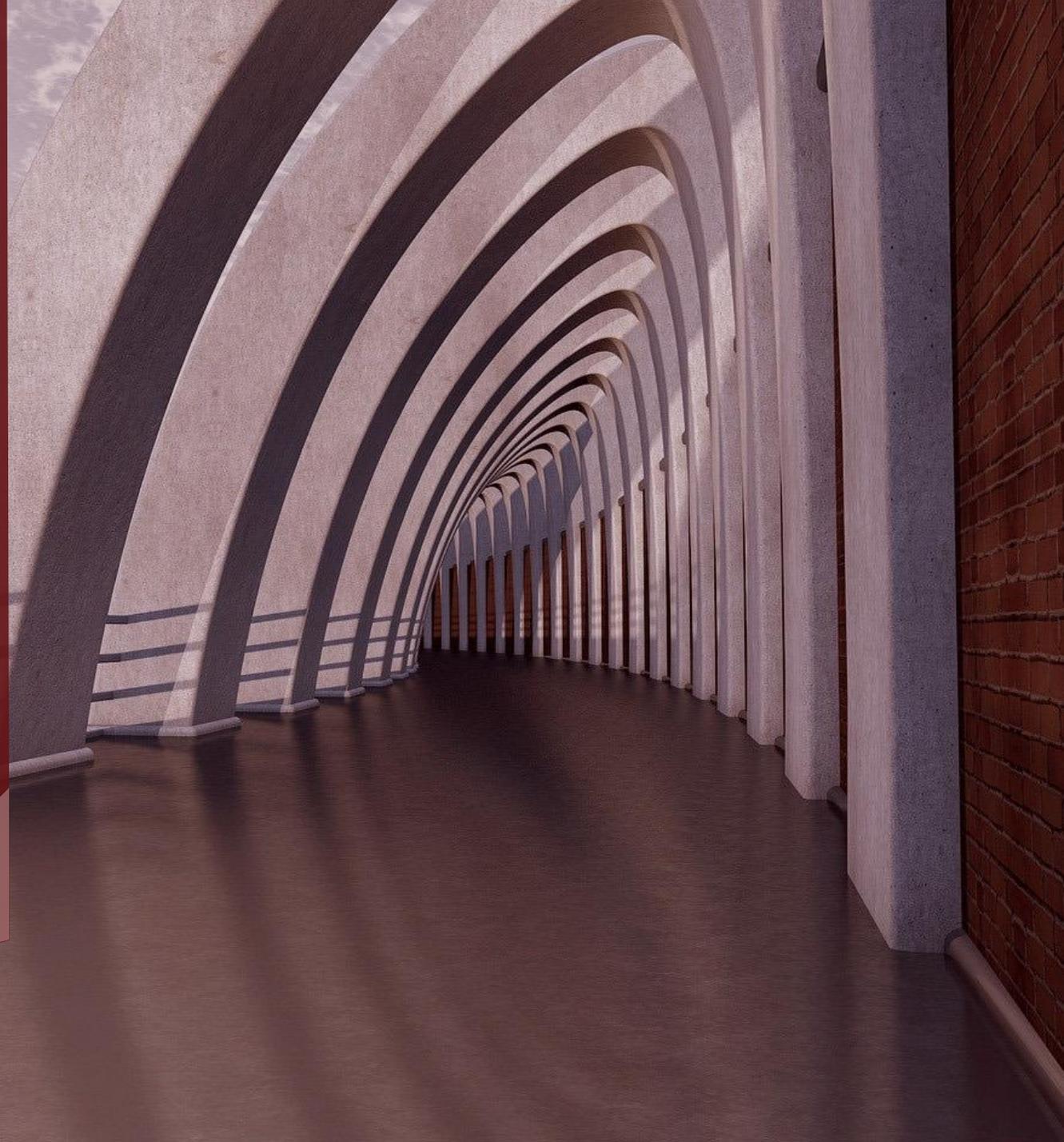


世联行 002285.SZ

2019年度致投资者报告

2020年03月



目录

PART 1:房地产市场和公司定位

- 中国城镇化进展
- 市场规模
- 铸底夯实，面向未来
- 不忘初心，扩大入口

PART 2:大交易及交易后服务

- 经济增长趋于平稳，房地产市场持续变化
- 新房市场客户需求和交易环节的变化
- 金融服务

PART 3: 物业管理

- 物业管理市场整体情况
- 2019年新拓物业管理标杆项目

PART 4: 资产运营

- 租赁市场的变化趋势
- 红璞公寓经营进展

PART 5: 资本运作动向

- 同策合并进展

PART 6: 世联行2019年度财务表现

- 上市以来的表现
- 2019年度各板块营业收入
- 毛利变化：交易服务板块毛利下降，金融控规模
- 主动降低负债，充裕流动性，平衡债务结构

PART 7: 疫情期间表现

- 疫情期间世联的社会责任
- 疫情期间世联交易业务的表现

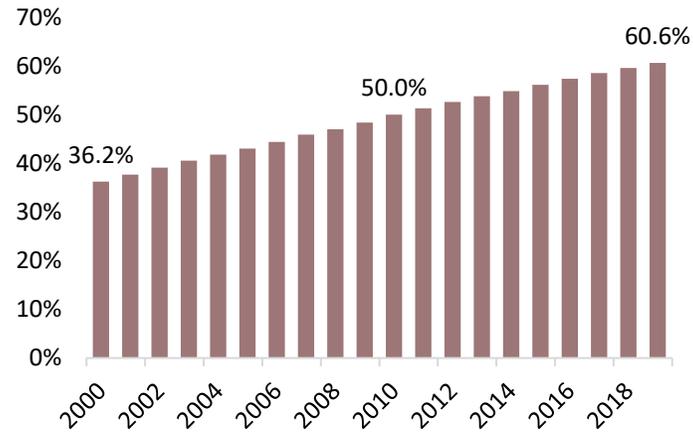
1.1 中国城镇化进展

2014年-2019年棚改进程



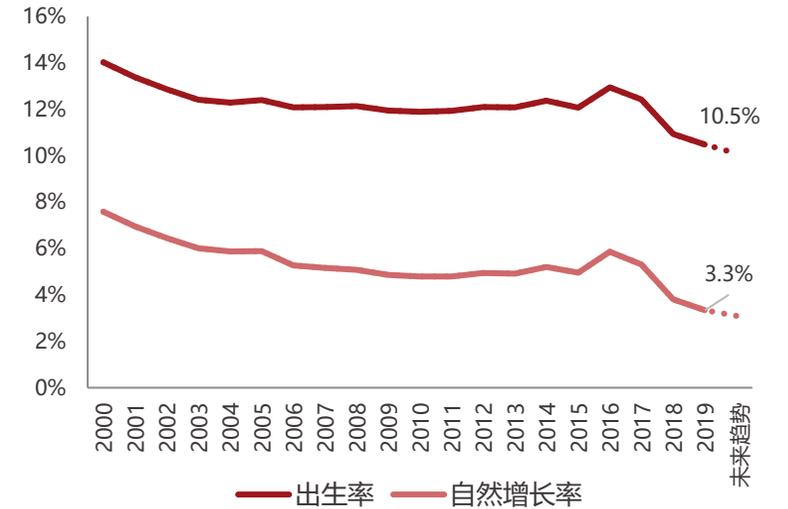
- 2014年开启了棚改浪潮协助去库存，近几年的棚改主要集中在三线四线城市群
- 对于围绕一二线城市群布局的世联，参与有限

2000年-2019年中国城镇化率趋势



- 最新规划下，城市群与都市圈的发展建设被摆在突出位置，基本定调以城市群、都市圈为核心的区域经济战略布局
- 近年来各地的“抢人大战”来看，人口和资源向都市圈、城市群聚集将是大势所趋，而一二线城市群是其中核心

2000年-2019年国内人口出生率及自然增长率



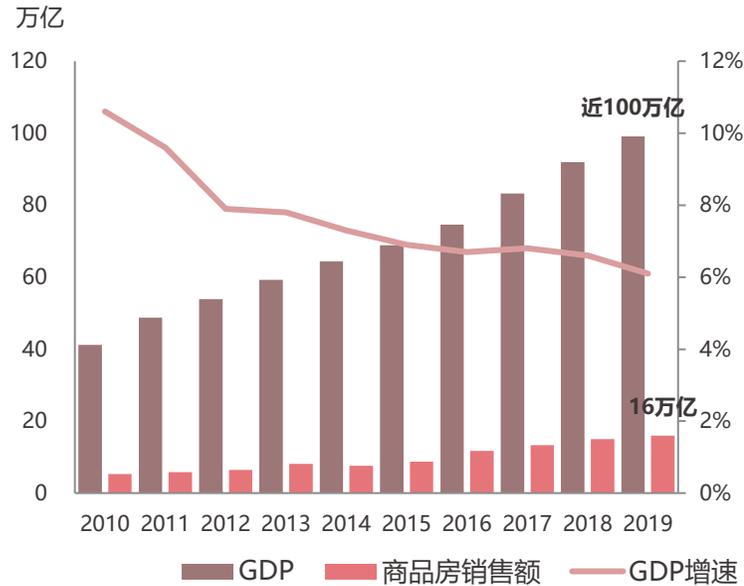
- 随着出生率和自然增长率的下降，核心城市都市圈有向家庭小型化转变的趋势，户数增加将传导住宅需求上升
- 2000年全国人口普查3.46人/户，2010年为3.09人/户，随着独居少子化趋势加剧，预计2020年户均人口将进一步下降

在这种大势之下，房企回归一二线、重视都市圈城市逐渐成为了业界共识，这意味着一二线的竞争将更加激烈。

在此种情况下，专业的策划代理的重要性将更加凸显，预计全国新房每年增量为1200-1400万套。

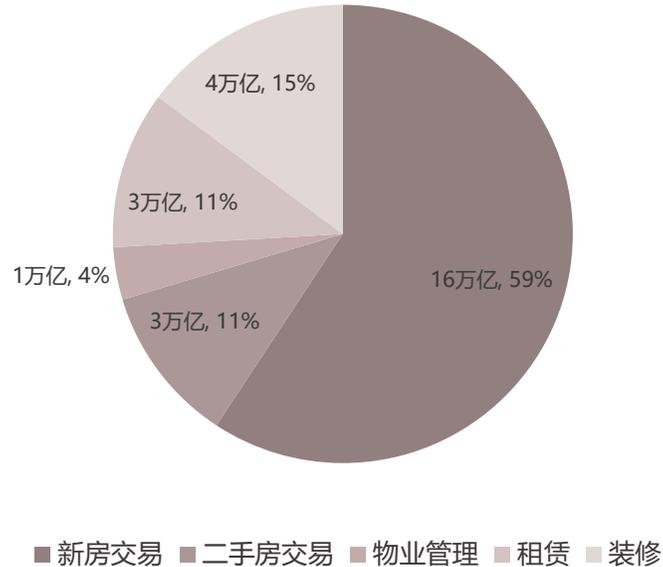
1.2 市场规模

2010年-2019年GDP与商品房销售情况



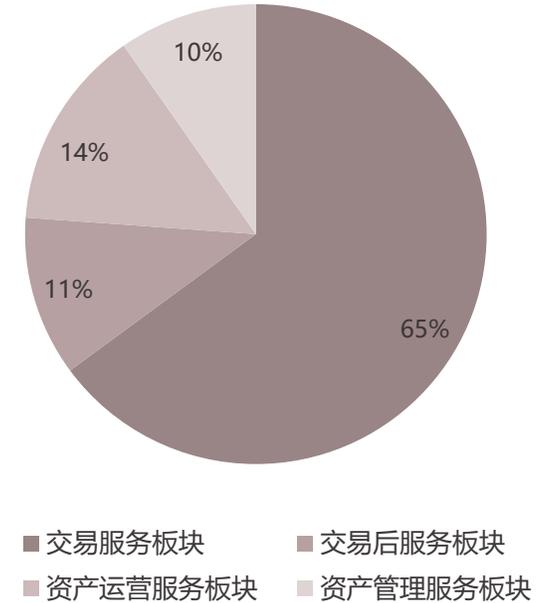
- 2019年国内GDP增速为6.1%
- 国内商品房销售累计实现16.0万亿，同比增长6.5%

2019年房地产上下游GMV占比¹



- 房地产上下游GMV已达30万亿

2019年世联行营业收入（按板块区分）占比²



- 公司主营业务为交易服务板块、交易后服务板块、资产运营板块和资产管理板块
- 聚焦于房地产服务全产业链

世联行 (002285.SZ) ， 1993年成立于深圳， 至今拥有70家分支机构， 服务遍及中国200多个城市。

来源：国家统计局； Wind； 世联研究

1：数据由世联研究统计并进行计算得出 2：该营收中不含经纪业务及其他业务

1.3 铸底夯实，面向未来

聚焦高产值客户和重点区域

- 大客户战略，深耕高产值客户和重点区域

中长期布局核心城市和一二线都市圈，上线智慧案场/云端售楼处

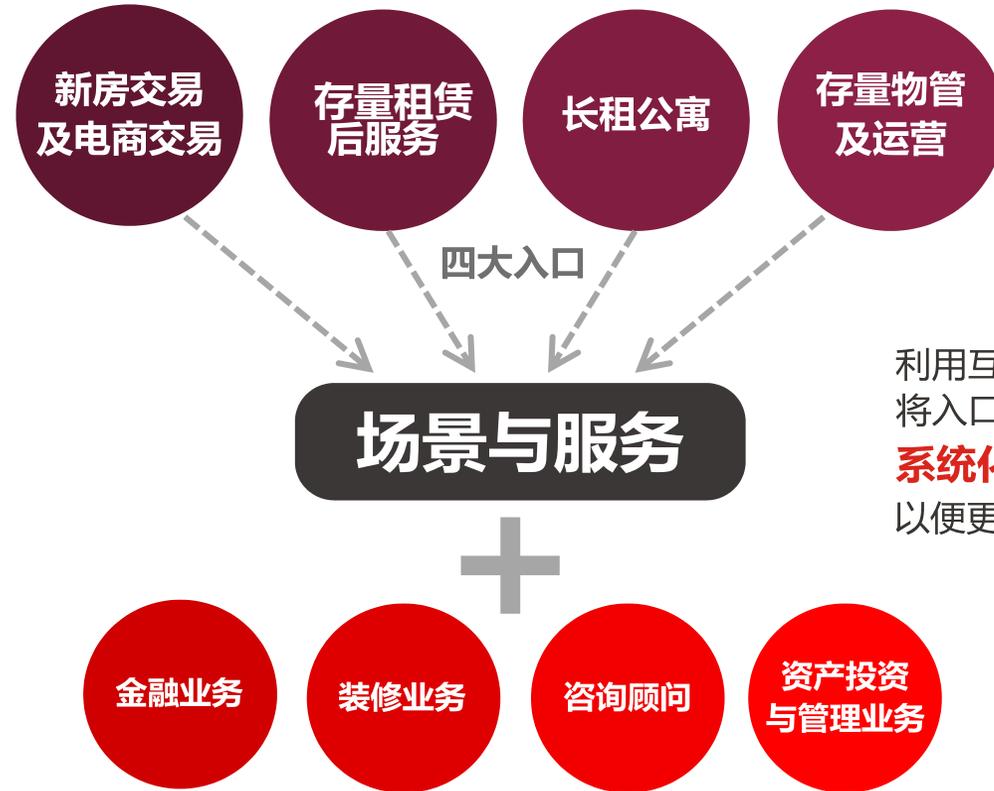
- 发展核心城市和一二线都市圈的销渠媒一体的能力，打造“新房联卖平台”（PMLS），做大交易业务的收入和利润
- 寻求金融、资管、装修和二手房的共赢协作体系，构建竞争壁垒和护城河
- 以智慧案场/云端售楼处为B端转型抓手，聚焦各类过程指标，长远解决开发商、经纪公司、经纪人痛点

资产运营向SaaS模式和轻资产委托管理转型

- 2019年基础上继续推进类SaaS服务
- 存量3万多间运营基础上，为客户提供菜单化委托运营服务

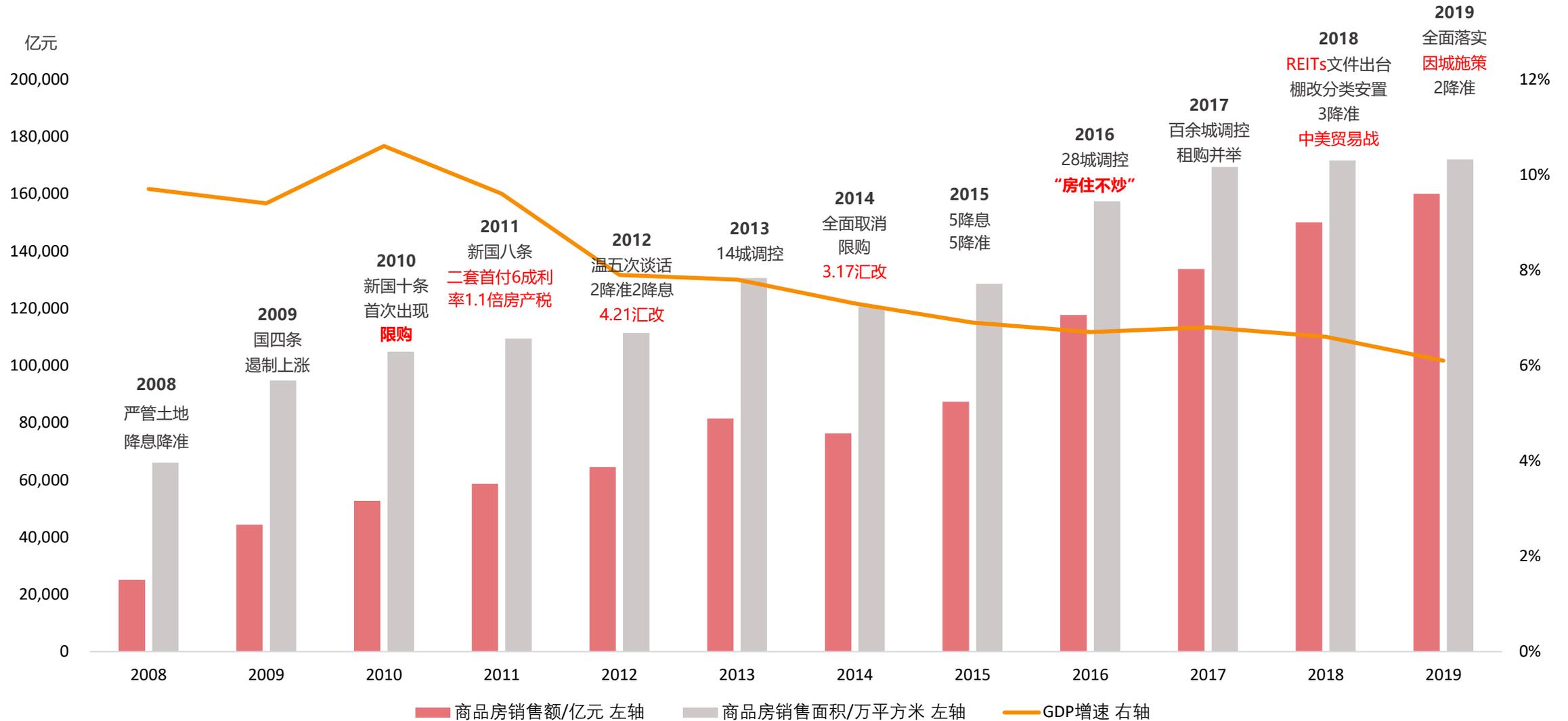
1.4 不忘初心，扩大入口

以此为生 因此得名
世联行 | 不动产场景集成服务商



利用互联网及大数据等技术
将入口业务的数据进行
系统化、结构化、移动化
以便更及时、更准确、更便利地满足客户需求

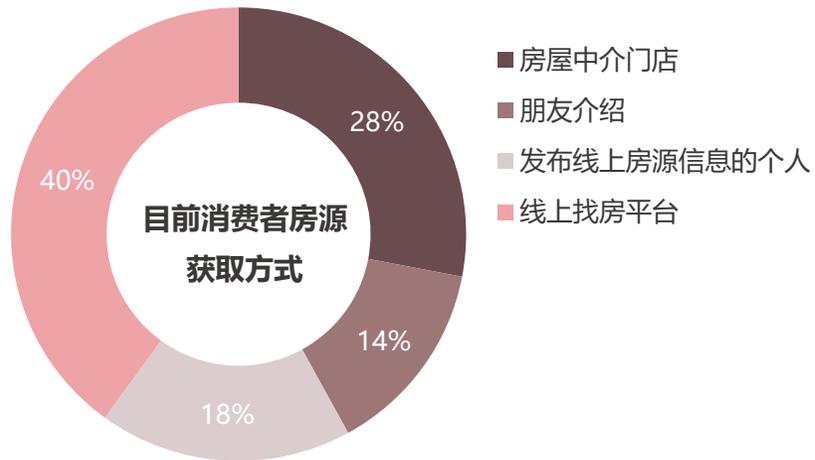
2.1 经济增长趋于平稳，房地产市场持续变化



来源：国家统计局；Wind；世联研究

2.2 新房市场客户需求和交易环节的变化

C端购房者行为变化



购房者年龄与方式：

选择**线上找房平台**比例最高：**80后**

选择**房屋中介店面**比例最高的：**80后**

选择**发布线上房源信息的个人**比例最高的：**90后**

选择**朋友介绍**比例最高的：**70后**

- 房地产信息端和服务端因互联网技术而发生剧变
- 由于房地产交易特性（高值、低频、地域化、长流程），成熟市场80%-90%房地产交易依赖于中介

新房交易环节的重构

渠道市场容量

1500-2000亿元

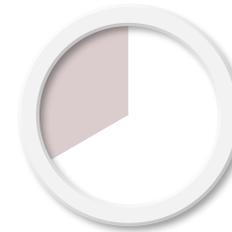
15万亿新房成交额，其中渠道占1/3，且市场持续增长，目前渠道佣金按照3%-4%计算，市场容量1500-2000亿元



代理市场容量

400-500亿元

15万亿新房成交额，其中自售占60%，代理占比40%，6万亿按照代理佣金0.7%-0.8%计算，市场容量400 - 500亿元



随着市场和客户需求的改变，渠道的作用愈来愈重要。公司积极与58进行合作——打造新房联卖平台（PMLS）

2.3 金融服务



金融服务业务近80%的业务基于公司服务场景



金融服务业务严控风险、聚焦场景，贷款余额29.4亿元，同比下降24.9%

金融服务的场景运用

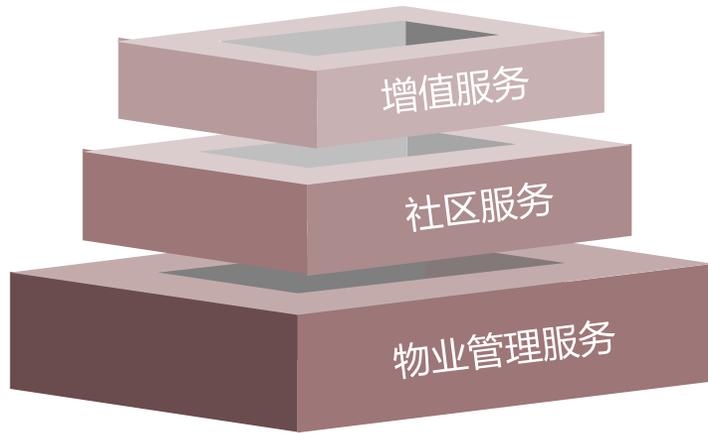
根据客户购房后的装修需求，为客户提供装修、软装配饰、家电家私等的分期业务。同时，客户可以自主选择公司相关的装修供应商平台进行装修，或者其他。

佣金服务

公司代理服务业务及其合作伙伴在售房服务环节需要提前支付佣金，或需提前申领代理佣金时，金融服务业务可以为其提供相应的佣金保利或佣金贷业务。

3.1 物业管理市场整体情况

传统的住宅类物业模式



增值服务

协助销售、工程建设与维护 and 咨询服务等，对开发商的依赖性强，客源稳定，收入稳定。

社区服务

提供各类生活服务及其他，是造成物管公司盈利差异的主要部分，其服务类型广，增长潜力大。

物业管理服务

“三保”及清洁、绿化和维护等，是收入基本盘，涨价能力缺乏，人力成本逐年增加，利润空间较小。

非住宅物业管理特点

- 物管行业整体以基础物业服务为本，以叠加增值业务为盈利主要来源
- 非住宅物管市场的规模已经超过**1万亿**，主要分布在产业园区、商业物业、办公楼、高校、医院和公用设施建筑等

根据2018年500强物业企业各业态平均物业费

- 住宅类物业费：**2.1元/平/月**
- 商业物业：**6.19元/平/月**
- 写字楼物业费：**5.94元/平/月**

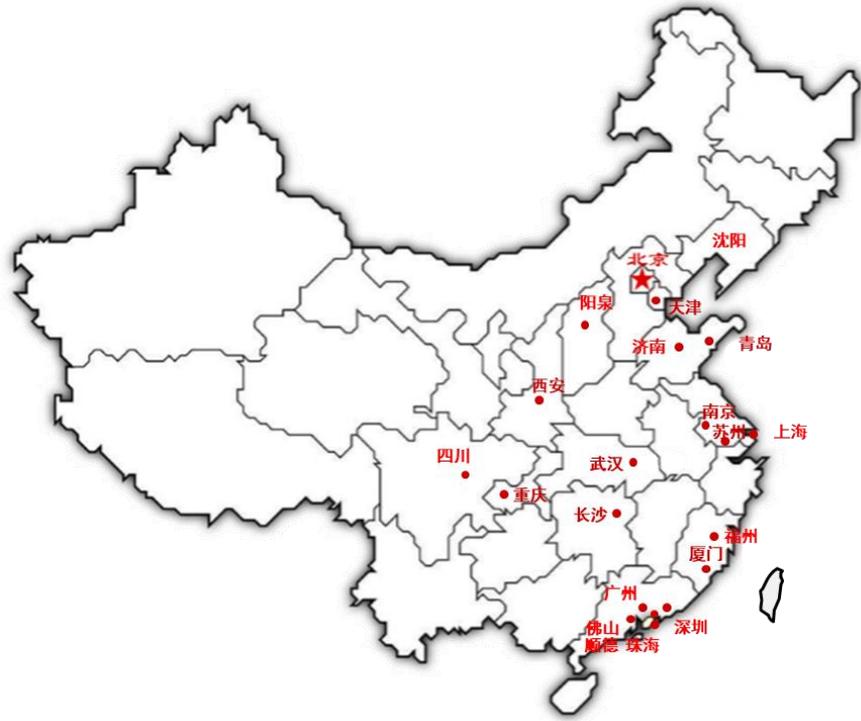
非住宅物业管理业务的优势：

- 非住宅类各业态物管费收缴率均高于住宅
- 服务对象看重服务的品质，对物业费的敏感性相对较低
- 利润率相比住宅类物管较高

3.2 2019年新拓物业管理标杆项目

2019年，物管业务营收5.94亿元，同比增长15.3%。

- 商办物管实际收费面积近**486万m²**
- **近100个**项目服务全国
- **21个**分支机构遍布全国服务网



阿里巴巴乌兰察布数据中心（再次中标）

- 数据中心项目 全委物业管理
- 项目面积近3万方
- 专业化的服务能力受到阿里巴巴集团认可
- 继2018年承接阿里巴巴张北数据中心后，再签约乌兰察布数据中心



小米产业园金山软件大厦项目

- 科技型产业园
- 项目面积超过5万方
- 作为公司服务客户的第11个年头，公司的服务能力和质量获得了认可

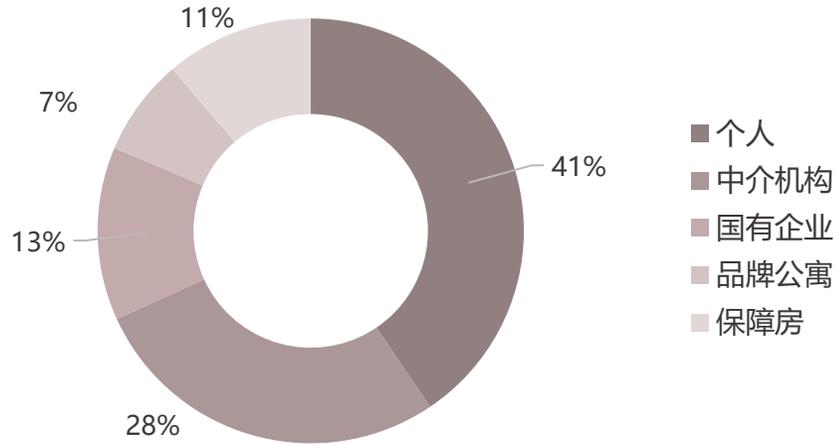


青岛市北档案馆

- 政府档案馆项目 全委物业管理
- 项目面积超1万方
- 公司物业管理团队打造的档案管理领域内一个标杆项目

4.1 租赁市场的变化趋势

租赁住房供给来源



目前租赁住房供应来源系**个人房源居多**，其次是中介机构、国有企业、品牌公寓等等，随着未来集建地入市，租赁政策完善，国企和品牌公寓的市场占有率将会慢慢提升；

2019年1-12月共计成交148宗/417万m²租赁住房用地，各城市租赁住房用地筹集方式更加多元化：

- 北京：集体土地建设租赁住房2020年逐步入市
- 上海：纯租赁土地供应占比超九成
- 深圳：城中村租赁住房规模化运营为主要任务
- 杭州：人才专项租赁住房为人才争夺战助威



TOP100

截至2019年，国内TOP100规模房企中已布局长租公寓业务的企业占比接近1/4



前20大房企开业数

- 主要来自于集中式公寓
- 自持和包租兼有，同时配以租带售的营销策略
- 未来品牌化空间仍很大



2家公寓企业赴美上市

- 2019年4季度，两家分散式公寓运营商先后赴美上市，在管房源逾50万间，两家企业均处于发展期

4.2 红璞公寓经营进展

平台先行，运营管理服务跟进，双线并举

红璞公寓致力于为政府、国有租赁平台、人才公寓、开发商、基金公司等提供委托管理和全程运营总包服务



稳定期出租率

实现出租均价和平均租期同比上涨



续租率

优化服务水平，聚焦客户满意度



荣誉

2019年度中国集中式公寓品牌价值TOP30
2019年涵寓榜集中式TOP30
2018年度杰出影响力长租公寓品牌

2019年营业收入6.15亿元，
同比增长52%

运营间数超33,000间
覆盖核心一、二线城市

2019年新增轻资产委托管理
2500间

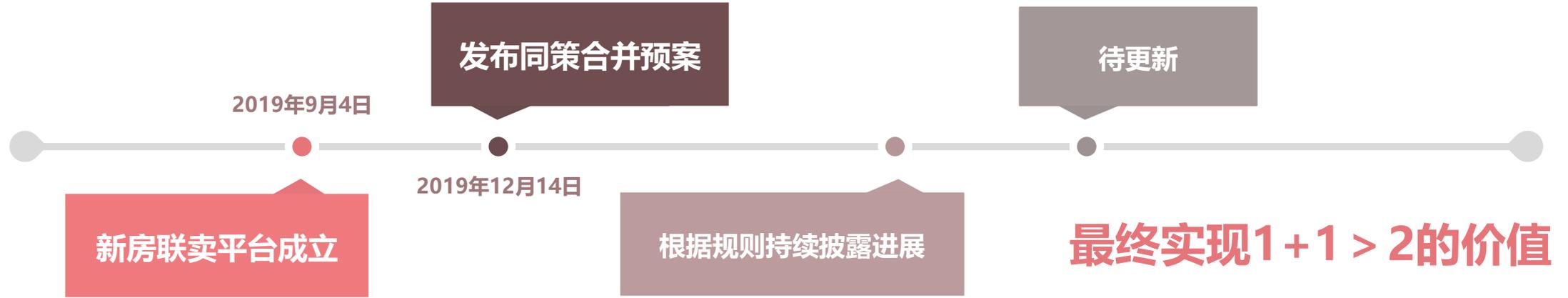
发挥红璞系统优势，输出系统
服务近2万间

数字化服务 提升运营效能

会员累计超过17万批
官微粉丝超过5万
App下载量近11万

5 同策合并进展

新房交易未来仍将持续作为中国经济的重要组成部分，整合头部企业有利于提升行业效率



战略考量

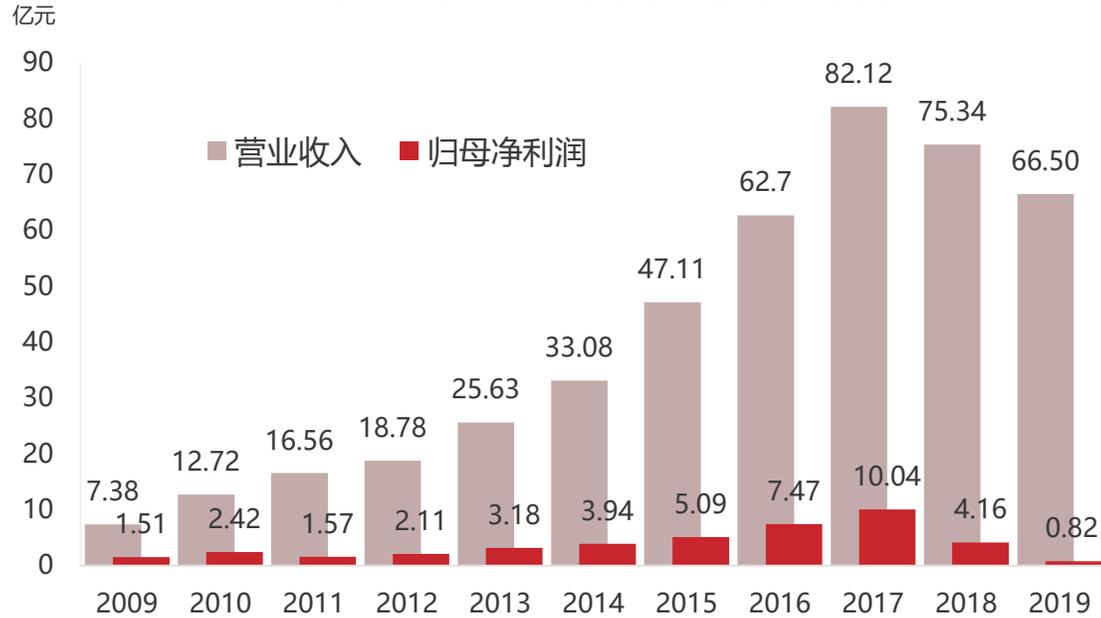
1. 双方强强联合，巩固新房代理市场第一排名
2. 在各自优势区域有很强的互补性
3. 有利于推进PMLS新房联卖平台，贯通新房代理和渠道

$1+1 > =2$

1. 双方合并后，一年交易GMV可达6,000+亿元
2. 地域互补带来的更多客户触达
3. 更高转化率和更多交叉销售机会

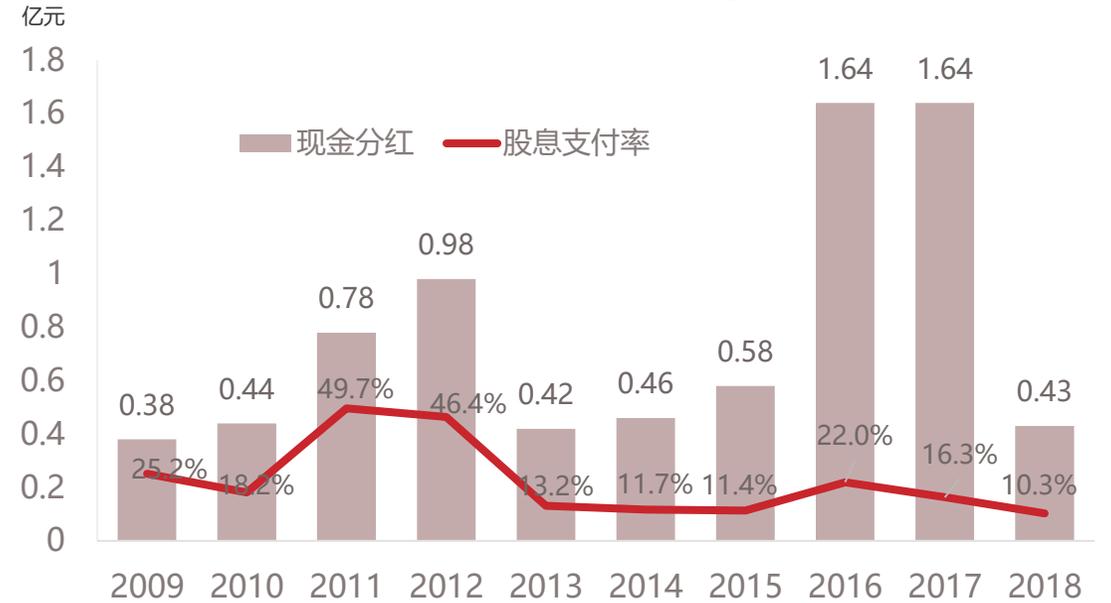
6.1 上市以来的表现

上市以来公司营收与净利润



- 营业收入：**上市以来 CAGR 27.7%，近五年 CAGR 15.0%**
- 上市十年累计为股东创造净利润 42.3亿元

公司上市以来的分红情况



- 上市十年累计现金 **分红7.8亿元** 回馈股东
- 累计现金分红超过IPO募集资金6.3亿元
- 累计为股东送8亿红股
- 股息支付率均值达到 **22.4%**³ 以上

来源：世联行定期报告；巨潮资讯网；Wind数据

3：股息计算系算术平均值

6.2 2019年度各板块营业收入

营业总收入

66.50亿元 同比降低11.73%

2019年，国际宏观环境受中美贸易摩擦等因素影响，经济增长出现下行趋势，加上国内各地房地产调控政策持续收紧，同时渠道流量业已成为新房交易服务市场重要组成部分，这些都为新房交易服务企业带来新的挑战 and 机遇。公司积极应对市场变化，与互联网企业展开合作，大力推动新房联卖平台建设，旨在高效打通新房交易各个环节，构建全新新房交易生态互联体系。

交易服务板块

42.89亿元 同比降低18.88%

2019年，房地产调控手段持续，未释放宽松信号，同时伴随着购房客户和传播渠道的变化，传统的新房销售模式效能逐步弱化，新房交易环节已经发生深刻变化。因此，2019年下半年公司积极推进新房联卖平台（PMLS）建设，致力于精准对接买方和卖方需求，解决新房销售中的痛点。

交易后服务板块

7.44亿元 同比降低26.60%

金融服务业务严控风险，聚焦场景，扩大场景业务占比；装修业务现已落地56个城市，装修面积超过66万平方米，拥有从标准化施工、专业化设计、总对总集采、规范化监理、定制化软装、线上商城等一站式装修服务能力。

资产运营板块

9.35亿元 同比增长47.46%

公寓管理业务以集中式公寓为主，致力于为政府、国有租赁平台、人才公寓、开发商、基金公司等提供委托管理和全程运营总包服务。2019年新增轻资产委托管理近5,000间，发挥红璞系统优势，输出系统服务近2万间。

资产管理板块

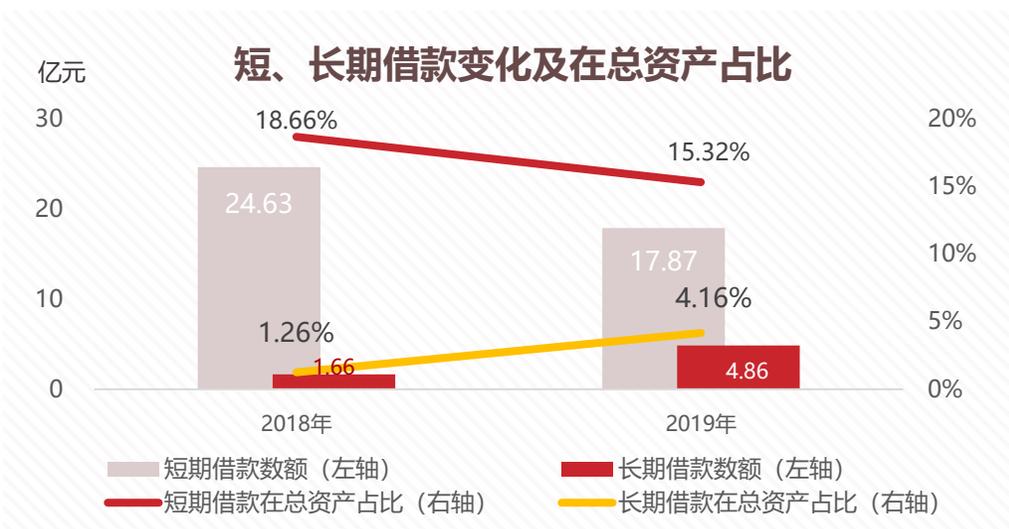
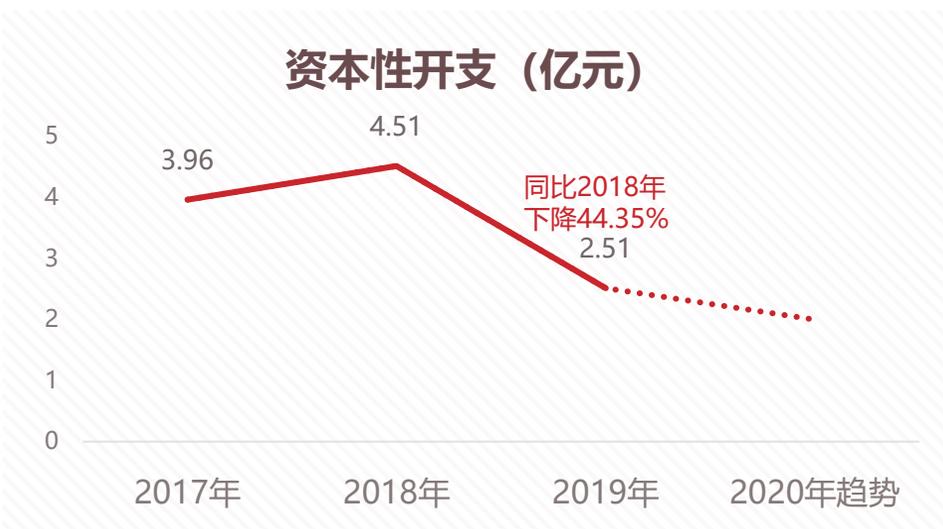
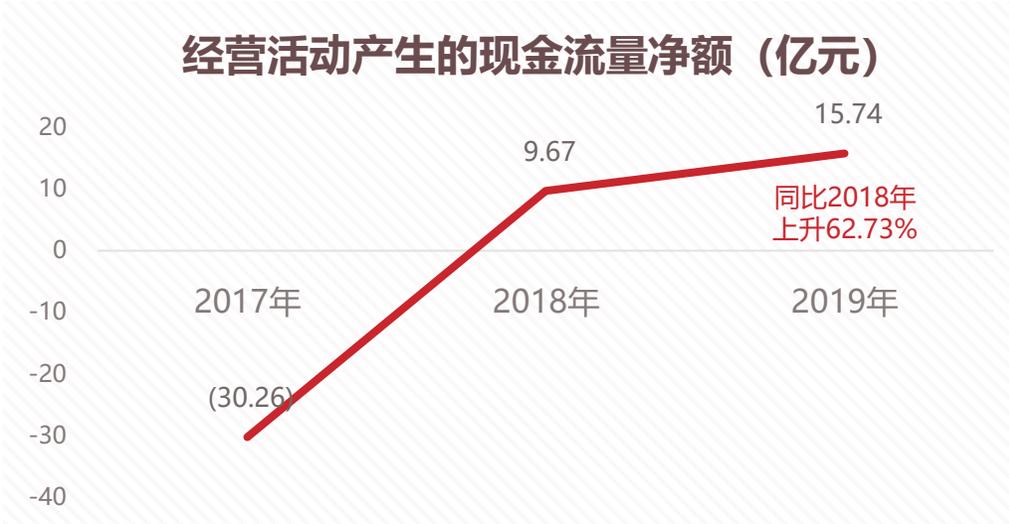
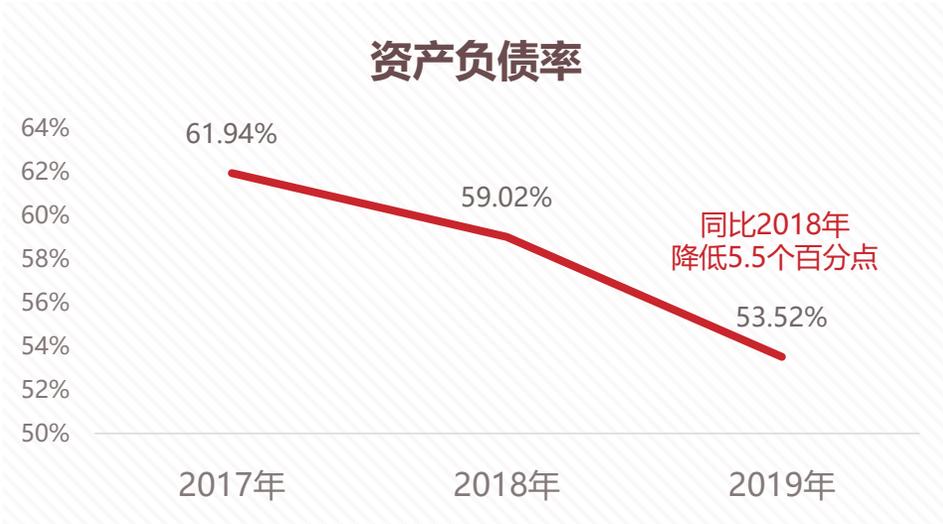
6.42亿元 同比增长16.26%

物业管理服务业务聚焦于商办物业，以工商物业及都市型产业园为标的，积极推进物业管理项目的智能化和线上化，提升员工日常工作效率，降低物业运营成本。同时，加强培训制度建设，建设全国统一化品质化的物业培训，为物业运营提供制度保障，统一物业品质管理水平，打造高端物业服务品牌。

6.3 毛利下滑动因分析——收入下滑但大交易和资产运营投入持续，布局未来



6.4 主动降低负债，充裕流动性，平衡债务结构



短期借款在总资产占比同比2018年下降3.34%
 长期借款在总资产占比同比2018年上升2.90%

7.1 疫情期间世联的社会责任



疫情之下，共克时艰，解决客户的最后“一公里”需求

服务武汉
长江建投
方舱医院

受疫情影响，武汉增加多个方舱医院，公司物业团队服务的客户的项目临时规划为方舱医院，在此紧急情况下，公司提供临时的专业化物业服务。

全力协助指挥部运维保障，坚决打赢武汉防控保卫战

服务武汉
地区汉江
湾综合体

受疫情影响，武汉地区受灾严重，客户面临小区限制人流，封闭等因素，无法出门采购物资，此外即使疫情缓解后员工复工，由于要避免人员聚集以及餐饮行业未开门影响，写字楼的客户的吃饭问题无法解决。

生活物资集中采购，集中供餐，急客户所难

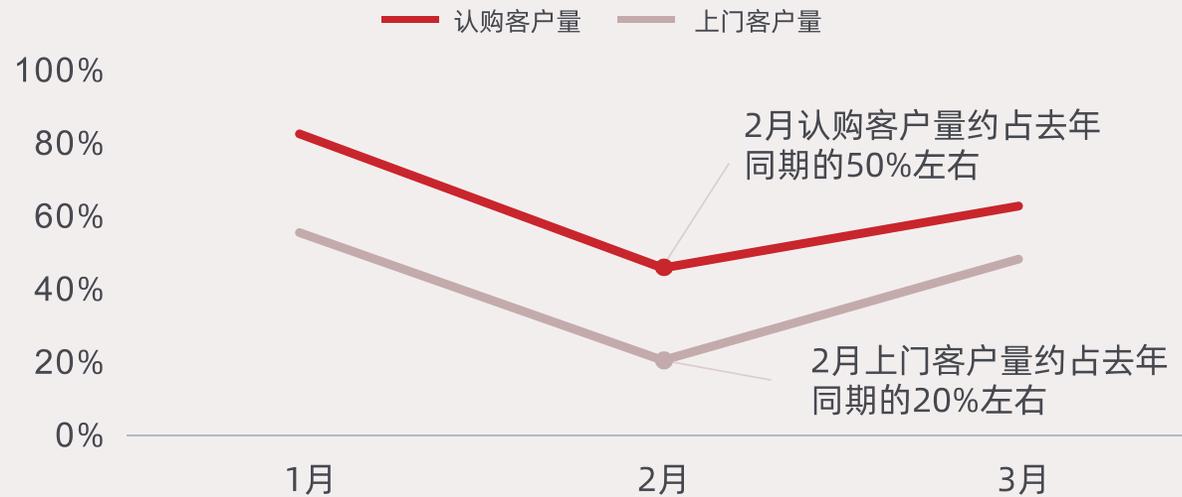
服务中城
国际大厦

客户办公受疫情影响，为避免和人员接触，虽然该项目面积超过3.5万方，公司物管团队克服困难，积极开展无人机送餐服务。

在任何情况下，解决客户的最后“一公里”需求

7.2 疫情期间世联交易业务的表现

2020年前三个月上门客户量和认购客户量占去年同期百分比



受疫情影响,

2月上门客户量下降至2019年同期20%

2月认购客户量下降至2019年同期50%

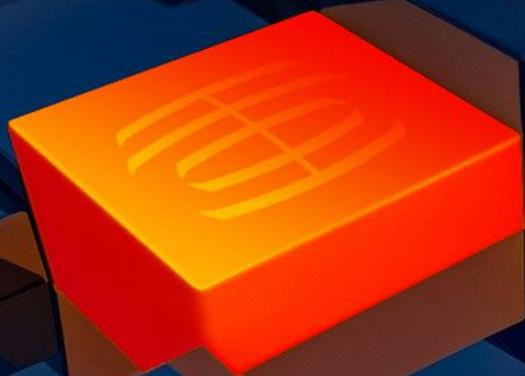
行至3月, 市场有较为明显的复苏

上门客户量恢复至2019年同期约50%

认购客户量恢复至2019年同期约70%

边际改善趋势明显

公司未来会定期公布集团战略和执行情况
感谢广大投资者的关注



欢迎广大投资者联络和咨询

董事会秘书王立邮箱: wangli8@worldunion.com.cn

投资者关系经理王家隆邮箱: wangjial3@worldunion.com.cn

免责声明: 本报告由深圳世联行集团股份有限公司(下称“公司”)向投资者提供, 报告中所载的全部内容仅供投资者做参考之用, 并不构成对投资者的投资建议。本报告所载内容反映的是公司在最初发表本报告日期当日的判断, 公司可发出其它与本报告所载内容不一致或有不同结论的报告, 公司没有义务和责任去及时更新本报告涉及的内容并通知投资者。公司不对因投资者使用本报告而导致的损失负任何责任。所有在本报告中使用的商标、服务标识及标记, 除非另有说明, 均为公司的商标、服务标识及标记。公司版权所有并保留一切权利。