

## 花样年七月合约销售量价齐升

\*\*\*

### “彩惠人生”阶段性成果盛大发布

(2018年8月6日 - 香港) 花样年控股集团有限公司(「花样年」或本「公司」, 连同附属公司, 总称本「集团」; 港交所股份代号: 1777) 公布2018年7月份销售业绩, 集团附属公司深圳市花样年地产集团有限公司于7月实现房地产业务合同销售面积108,021平方米, 实现合同销售金额约人民币15.36亿元, 同比增长118.63%。2018年累计合约销售面积1,273,205平方米, 合约销售金额人民币128.43亿元, 同比增幅达123.15%, 完成全年人民币300亿销售目标的42.8%。

#### 单月销售额达15.36亿 同比增长118.36%

今年楼市进入下半年, 7月整体楼市成交稳中有升, 各线城市成交量均有小幅上涨。其中, 一线城市整体成交环比上升16.6%, 其中深圳成交升幅近70%; 二三线城市中南京升幅较大, 达到116.6%, 百强房企销售额单月同比增长约57%, 累计同比增长约40%, 已连续四个月反弹。土地方面, 全国土地市场供应量环比下降, 但与去年同期比较增加近两成。政策方面, 楼市调控与信贷政策依然收紧。

花样年本月地产销售业绩方面收获15.38亿元合约销售, 继续保持高增长态势, 单月同比增幅继续维持一倍以上, 达118.63%, 远超百强房企平均57%的增速(数据来源: 亿翰智库数据)。同时, 7月合约销售单价首次突破14,000元/米, 同比增幅近90%。全年来看, 1-7月累计合约销售增速123.15%, 亦处于行业领先水平。项目方面, 合肥宝利丰、桂林麓湖国际和成都香门第表现出色, 分别贡献8.22亿、1.60亿和1.07亿人民币的合约销售, 此外深圳家天下、成都智荟城和成都大溪谷也取得了不俗的环比销售成绩增长。

#### “彩惠人生”阶段性成果发布 发现社区消费新场景

7月13日, 由中国物业管理协会、彩生活服务集团主办的“彩惠人生助推社区经济——2018(中国·深圳)社区新物种高峰论坛”顺利举行。现场就“社区新物种与社区新经济”的话题, 来自资本投资、物业管理、社区商业、社区居民等展开了讨论, 合众之力促进中国物业转型升级, 激发社区经济的创新、健康、可持续发展。

今年3月31日, 彩生活旗下彩之云社区平台启动“彩惠人生”项目, 聚合社区衣、食、住、行、娱、购、游等供货商、服务商, 把原本分离的物业与商业服务相结合, 通过与商家携手彩生活平台共同让利给业主, 赠送物业费, 构建了一种全新的社区新零售模式。一方面为业主省钱, 为商家打通渠道, 另一方面也为物业公司提高了收缴率, 截至2018年7月5日, 彩惠人生上线96天, 成交订单总数为391818, 共计为业主减免物业费用超过13280000元。

彩生活的目标是让社区的生态更加多元化, 形成丰富的社区消费场景。比如, 彩惠人生推出的所有的服务项目原本可以不在社区这个场景里面进行交换, 但由于空间的距离、熟悉的程度会促使交易模式的变化, 甚至交易内容的创新, 这就是彩生活期望的。现场, 花样年控股董事会主席潘军讲到: “...必须两件事情一起做: 一是我们线上的、关于交易品种的分析; 二是邻里之间、家庭之间、

社交关系的变化, 微信为什么会值 3 万亿、4 万亿? 因为它形成一个新的社交关系。而我们在彩生活的平台上, 不管线上还是线下, 我们整合起来是希望发生新的社交场景、新的交易场景, 这才是彩生活未来的空间。”

彩生活生态圈某种意义上就是社区服务命运共同体, 通过彩惠人生等互联网产品, 增强用户黏性和服务, 提升社区和入口的价值。通过小股操盘模式, 以较低的持股比例获得合作伙伴平台合作运营权, 输出彩之云平台, 在不影响物业公司利益的基础上, 不断跑马圈地, 扩充服务更多的社区和入口。

彩生活总裁唐学斌表示: “这种实现业主、商家、物业各方共享、共生、共赢的物业服务合作新模式, 带来了积极效应。可以帮我们业主免物业费、同时还可以帮物业公司涨物业费, 它的逻辑就是因为社区的丰富场景和业主的真实需求和我们商家结合以后, 产生的神奇效果。” 据数据统计, 彩惠人生自上线以来总共的用户数 61 万左右、日均 PV 是 43100, 即每天有 4 万多个访问量, 每天有 1 万多个用户过来访问。

以家庭的“实惠”需求切入, 快速把握社区流量红利, 将是彩惠人生的成长路径。彩生活坚信未来的物业管理、未来社区服务一定是一个入口级的产业。

## 社区商业轻重兼容 丰富社区生态

7 月 12 日彩生活服务集团于深圳彩生活时代广场举行招商大会暨主力商家签约仪式。彩生活时代广场的属性是彩生活生态圈线下体验 MALL, 将联合彩之云 APP 实现线上线下融合, 真正打造一站式共享生活服务平台, 主要是服务社区业主。将互联网与实体商业有机串联起来, 实现了“互联网+社区商业”的全新模式, 进一步完善社区智慧生态圈。

彩生活时代广场并不是做商业地产, 而是为了做一个社区的业主的体验中心, 打通社区和商业之间的连接, 让社区业主有一个类似于大一点的盒马鲜生, 不仅做了生鲜还做其他商业, 在这个商业中心看到的货品、体验过的服务, 均可以在线上下单、配送, 还有线下展示店。

彩生活是基于社区场景, 基于社区生态圈, 业态不同。花样年商业则是轻重结合, 通过自行开发、收购、资产管理等多种模式, 一是自己开发自己管理, 第二就是完全轻资产, 包括策划、招商、营运或者销售。花样年商业通过多年的会员系统管理, 在全国商业项目吸纳了将近 200 万的会员基数, 初步积累了部分消费者画像。同时花样年商业与彩生活、花样年集团大数据公司通过系统对接, 在集团平台服务的数千万社区人群中进行精准营销和互动服务, 突破物业和地域限制, 线上线下相互导流, 并且由单纯的商业服务扩展至与日常生活相关的更广泛的衍生服务。轻重兼容将成为花样年商管公司未来发展的重要选项, 对收购、整租、合作经营等模式均保持积极尝试。至 2020 年, 花样年商业全国项目布局将到达 80 个, 资产管理面积将超过 500 万平米。

## 彩生活服务集团喜获中诚信给予 AA 主体信用评级

彩生活服务集团喜获国内著名评级机构中诚信证券评估有限公司给予 AA 主体信用评级, 评级展望稳定, 充分表明其对彩生活定位准确、创新经营的肯定。此次评级提升, 对公司扩大融资渠道、降低融资成本以及提高市场整体竞争力有着重要意义。

## 双头部战略牵引 开启下半年

从价值链看, 地产行业开发集中化且逼近“天花板”, 但从衍生业务上看仍具有发展空间, 轻资产模式仍然是房企发展的高级模式。下半年, 要从以下几个方面实现这一高级模式: 地产存量业务应加快去化, 提高周转, 着力打造高端精品, 提升产品附加值。增量业务采用轻资产、高杠杆的地产基金模式, 重点布局养老公寓、青年公寓、社区商业。产业地产方面, 要以点带面, 低价勾地, 圈占稀缺产业资源。

社区业务, 通过业务横向深入融合, 纵向打通线上线下服务, 提升社区温度, 推动社区整体估值和品牌价值提升。今年最重要的工作是社区温度的提升, 将“彩惠人生”的线上用户与社区温度提升相结合, 打造“拳头产品”。未来, 花样年还将打造社区建设标准、社区配套设施标准、社区服务标准等三个闭环标准, 致力于成为社区服务的引领者。

花样年作为世界领先的社区综合服务运营商, 一直扎根用户了解用户, 致力于为业主提供更丰富多彩的社区场景、提供有价值的产品和人性化的服务。花样年必须与社区服务共同成长, 坚定轻重并举的发展战略, 坚定的打造立足于“社区+”的有机商业生态圈, 创造有趣、有味、有料的生活空间及体验。

未来, 花样年将在持续做好地产开发业务的同时, 继续整合企业内外资源, 打造基于轻重两大业务系统的有机生态圈, 为投资者创造更理想的回报。

- 完 -

## 关于花样年

花样年集团起步于一九九八年, 二零零九年十一月在香港联交所主板上市, 目前已全面完成基于未来移动互联网、客户大数据时代的业务战略布局, 成为中国领先的以金融为驱动、社区服务为平台、开发为工具的产业金融集团, 业务涉及社区金融服务、彩生活住宅社区服务、房地产开发、国际商务物业及度假物业运营、社区文化旅游、社区商业管理、社区养老、社区教育产业等八大增值服务领域, 覆盖中国内地超过 200 个城市, 拥有花样年控股 (01777.HK)、彩生活 (01778.HK) 两家港股上市公司, 已成为全球最大的住宅社区服务运营商。

在深耕国内市场的同时, 花样年国际化战略扩张不断推进, 目前已经在香港、台北、新加坡、东京设立分公司, 在新加坡、美国、台湾投资了项目。

花样年的企业愿景是致力于成为有趣、有味、有料的生活空间及体验的引领者, 为有价值追求的客户 提供品位独特、内涵丰富的生活空间及体验。

如欲查询更多资料, 请浏览花样年网站: [www.cnfantasia.com](http://www.cnfantasia.com)

如有垂询, 请联络:

### IPR 奥美公关

罗雅婷 / 李安健 / 周焯 / 翟颖琳 / 方晓璇 / 高晓琪 / 倪宛声

电话: (852) 2136 6181 / 3170 6753 / 3920 7649 / 3920 7619 / 3920 7634 / 3920 7637

传真: (852) 3170 6606

电邮: [fantasia@iprogilvy.com](mailto:fantasia@iprogilvy.com)