

---

## 万物云空间科技股份有限公司 2023 年股东周年大会（线上）

时间：2024 年 5 月 10 日上午 10:00-11:15

主持：万物云公司秘书黄旻

出席：万物云董事长、执行董事兼总经理，朱保全先生

万物云副总经理，叶菲女士

万物云财务与资金管理中心负责人，王绪斌先生

### 实录摘要：

#### 一、汇报 2023 年度报告。

2023 年度公司核心净利润达 23.4 亿，同比增长 29.8%，经营性现金流达到 25.9 亿元，盈余保障倍数 1.3 倍。公司账面净现金充裕，达到 155.7 亿元。

报告期内，循环型业务收入达到人民币 266.6 亿元。同比增长 14.2%，占总收入 80.4%，实现毛利人民币 34 亿元，同比增长 25.6%，占总毛利的 70.6%。

另外值得关注的是，与母公司之间的关联交易已经下降至 13.5%，同时在报告期内，万物云非战略性业务持续增长受到经济周期和开发行业承压的影响。这里面的开发商增值服务收入同比下降 8.6%，毛利同比下降 23.6%；其他社区增值服务收入同比下降 10.8%，毛利同比下降 7.3%。

关联交易的比重下降这意味着对母公司之间的依托性在下降，因为历史上的交易，这里面也同比带来了对于毛利和收入的影响。当然公司上市以来一直所提倡的三大战略也都取得了长足的进步，比如蝶城战略。在 2023 年度，万物云蝶城战略在空间效率的提升上整体实现了兑现。截至 2023 年 12 月 31 日，万物云累计对 150 个蝶城进行流程改造，包含 1124 个住宅物业项目，其中本年新增 112 个蝶城的流程改造。受益于经流程改造实现效率提升的影响，已改造蝶城的整体提效幅度达到 4.5 个百分点，住宅物业的整体毛利较去年增长。

万物云持续围绕房屋资产在蝶城内展开服务，在租赁、买卖、维修及装修业务中均表现良好。报告期内，公司二手房屋买卖业务总交易额达到人民币 213.5 亿元，同比增加 24.5%；二手房屋租赁业务总交易额达到 1.5 亿元，同比增加 4.5%；二手房买卖收入达人民币 4.1 亿元，同比增长 25.1%。研选家主推厨房、卫生间、阳台三大核心局装产品，引领全新生活方式的变革，截至报告期内，万物云在 40 个蝶城内落地装修业务，在报告期内签约金额达到人民币 3.5 亿元，同比增长 68%。另外，也试点了家政维修业务。报告期内，维修家政业务交易额达到人民

---

币 2.5 亿元，同比增长 136.8%。

万物云第二项战略，多元客户战略方面，报告期内，万物云旗下商写服务品牌万物梁行，持续在五大赛道中深化拓展，客户矩阵进一步丰富，新增包括知名保险公司、运动品牌全球龙头、医疗设备龙头企业、家电龙头企业等，新增饱和收入人民币 10.6 亿元，同比增长 51.7%。基于万物梁行突出的服务能力及市场拓展能力，报告期内获得 15 个超高层项目。

在科技战略方面，公司内研、外拓效果显著。黑猫系列的产品及凤梨一号为住宅业务的提效带来显著贡献。报告期内，凤梨一号服务多达 316.5 万次，黑猫系列出行设备使用达到 41.2 亿次。报告期内，万物云进一步推动研发更多科技产品，如灵石边缘服务器及飞鸽任务平台，目前已部署试点 459 台边缘服务器及在 98 个项目中试点飞鸽任务平台。

在报告期内，公司科技战略外部增收也有所成效。智能物联网解决方案实现收入 14.2 亿元，同比增长 2.4%；企业远程服务外部拓展进度喜人，承接了汽车巨头企业的人事共享中心项目，同时对头部通信企业、大型公募基金等提供远程服务。空间远程服务累计在 39 个项目中落地。报告期内，BPaaS 解决方案服务实现收入 13.6 亿元，同比增长 37.2%。

展望未来，公司将持续从以下几个方面推动公司持续发展。

第一，深化客户对话，提升服务品质。万物云将积极展开全面的客户对话，深入挖掘各类客户的真实需求与期望。我们将全方位提升服务力，迭代服务产品，提升项目运营的可靠性、数字化和精细化水平。为关联主体提供数字运营报告，打造业务护城河，稳固市场地位，与客户建立紧密持久的合作关系。

第二，持续推动蝶城落地，打造幸福空间。2024 年，万物云将继续推进蝶城战略，利用阳光物业、品质服务和智慧社区的影响力，增强市场拓展能力，扩张蝶城地盘。同时，深化流程改造，新增 100 个蝶城的提效改造。打造智慧指挥中心，通过智慧客服、AI 物业经理等强化社区服务与客户体验。以蝶城为最小经营体的商业模式将持续优化，实现空间服务行业的最佳规模经济。

第三，持续科技引领发展，助力市场开拓。万物云将借助独特的空间场景，构建竞争优势，推出受客户喜爱、员工欢迎的优质产品。2024，我们将加大研发投入，以科技创新推动业务技术提升和知识累积。同时，拓展科技市场渠道，实现科技产品的增收。通过全面技术升级，提升内部效率和市场竞争力。

第四，践行社会责任，释放组织红利。万物云坚定不移地将 ESG 理念及企

---

业文化融入到我们的业务发展之中，致力于通过爱生命、爱成长、爱环境及爱社区四大专题，全面保障员工、客户以及管理空间内的设施设备的安全和成长。

## 二、交流问答环节

1: 公司未来分红的政策是什么，是否还会维持目前的分红比例？

叶菲：公司在 23 年的时候分红 1.092 元，占核心净利润 55%，这个分红政策在过去跟投资人路演交流过程中也得到了大家高度认可。

朱保全：这次股东大会通过今年的分红政策之后，在接下来公司还会持续通过自身努力经营创造更多的核心净利润，然后以核心净利润为基础保持 55%比例来进行分红。

2: 公司这次申请回购及增发的授权，是怎么考虑？

黄旻：这次公司的一般性授权，其实在于希望能够通过，请股东大会审议通过，并赋予董事会灵活性，以便更好把握未来市场机遇，以最大化保障股东利益。这两项一般性授权也是香港上市公司董事会惯常向股东大会申请的一种授权。去年股东大会上公司董事会也申请过授权，截至今天公司已经回购 6227500 股份，5582100 股已经注销，从股价表现来看，公司积极回购确实起到一定作用，因此计划继续回购。

3: 公司预计什么时候可以入通？

黄旻：在今年 1 月份之后我们也一直在跟进公司各项指标去评估公司是否能够纳入恒生综合指数，根据多家机构预测及公司评估恒生指数规则，预计 2 季度检讨后纳入恒生综合指数。截至目前，检讨期内公司已经满足过去 12 个月内流动性不达标次数小于等于 2 次的要求，公司今年 1 月至 4 月换手率均超过了纳入恒生指数的要求，5 月份截止今天换手率也超过纳入恒生指数要求。检讨期内，公司股票平均月市值也大于纳入港股通门槛，根据目前预测，二季度检讨后应该可以通过。恒生指数 8 月份中下旬公布恒生指数系列季度检讨结果，相关变动也有望于 2024 年 9 月初生效。

4: 商写板块毛利率下滑，2024 年会有什么经营策略去提升？

---

叶菲：在回答这个问题前，我们要先回答的是，为什么商写板块的毛利率会下降？这是战略选择的结果。过去十年，是 FM 市场高速发展的时期。我们抓住了这一市场机遇，万物梁行也成为了中国 FM 市场的头牌。我们知道 FM 市场的特点是，和多业权相比，单一甲方具有较强的议价能力，当下的经济情况，大部分甲方都在削减成本，所以对毛利率产生压力。硬币的另外一面是，FM 也丰富了 B 端多元客户数量，我们也与绝大部分客户构建了牢固的客户关系。如果站在一个城市视角、站在 PM 存量市场视角，我们的区域市占率还是远远不够的，还需要进一步进行规模扩张。商业物业也需要蝶城，商业物业也可以构建蝶城。因此，我们在 FM 市场层面要干两件事，第一是借助 FM 客户网络和粘性，反攻存量的 PM 市场。第二是借助 FM 客户网络，为客户提供共享服务。我们希望在 FM 市场织出一张密实的网络，就像我们住宅物业有蝶城，商业物业也同样需要蝶城去形成协同联动和网络效应。目前我们还在织网阶段，但网还不够大。这些扩张带来的好处是客户数量增加，2023 年我们在核心客户的 FM 业务中份额持续上升。

4: 23 年末应收账款余额越来越大，尤其是关联方应收账款增加，24 年公司会采取什么行动应对？

王绪斌：众所周知，只要做 B 端生意就会有应收帐款产生，而公司 23 年应收帐款净额 67.8 亿元，同比增长 8%。主要还是业务规模带来的增长，其增速是低于收入增速 12%，公司期末应收帐款余额占营业收入比例约为 20%，在行业中处于较好水平。而公司与关联方万科集团占款 24.87 亿元，均系公司向关联方提供经营性业务产生的应收帐款，帐龄较小，回款有序，23 年关联方回款超过 44 亿元，公司基于目前开发商行业经营环境，对开发商客户业务承接是按照回款的情况来进行动态调整，避免应收帐款无序增长。同时我们也聚焦高支付能力客户获取，我们积极强化与核心赛道战略客户绑定，这些客户应收帐期更多依据合同正常发生的合理帐期，公司与关联方万科集团持续关联交易 CCT 占营业收入比例已经从 21 年 19.2% 逐年下降到 23 年的 13.5%，并有进一步下降趋势。未来公司也将根据客户付款的信誉来开展业务，优化基于客户风险评级机制的应收帐款全生命周期管理，全方位提升应收帐款管理能力。

---

朱保全：关于两个业务，一个是商写板块毛利率下降，还有一个是应收帐款增加。我作一个补充性回答。我上个月去了一趟日本，在日本跟很多企业作了交流。其中大和房屋给我留下很深的印象，当年的房屋建造商，今天发展非常快。其中他们讲的一个发展的案例，讲他们的房屋租赁市场，供应租赁。今天大和非常骄傲的讲，他们可以在日本全域做公寓租赁业务。然后反向借助今天日本政府必须开发的政策，来反向向土地主定制开发。也就是当你拥有了客户运营这个能力之后，如何能够向建造、向土地开发来进行延展，它可以确保一个土地开发的租赁公寓之后，能够达到 90%的应收款充裕。这是另一种体现来反向加强了自身投资能力。从与大和的交流，我也在思考中国物业企业未来发展，当然大家都喜欢轻资产公司，轻资产公司的增长，我们看五大行，在过去两百年的发展，其实是两百年并购史形成了全球覆盖。另外服务客户过程当中，如何从日常的物业运营服务到资产服务，这样一个全域全链条延伸的过程。今天的业务不仅可以把它分为三层，比如说最高层我们称之为基金管理，管钱的。第二层是把钱变成了资产，我们称之为 AM、FM 管理。到了第三层实际上是具体物业运营，PM。这三层是有序连接的，今天我们作为一个 PM 物业管理公司，当然我们一方面通过科技、AI 在这里面不断生成数据，然后以数据来驱动更好的运营服务，这是万物云一个视角。另外一个视角，今天如何从最基础的物业运营逐步向 AM 资产运营来进行深耕。这对于今天中国房地产当下情形，大量的资产正在发生逆转的过程，而在这其中对于 PM 管理者、大厦的管理人，这是一次极好的、绝佳的一次机会。在两年前，曾经中国有一个著名的 AM 管理公司，他们与业主方之间发生一些经济纠纷的时候，他第一时间找到了我们，为什么呢？是因为他希望能够控制底层的 PM 管理，希望借助我们的 PM 管理能力来去把资产掌握好、运营好，这样在他与业主方商业纠纷过程当中，当然一方面是商业合同法律性。更重要的一件事是当他胜诉后，能够快速对资产进行掌握和运营。我觉得这对于我们作为 PM 管理者来说这也是一个启发。就是我们今天既然 AM 管理者最关心的是底层物业的运营，那我们其实反向是否能够向 AM 资产管理运营来做。这是一个对于我们在实体业务上面的一个发展的思考，并且也正在实践之中。

延伸到刚才这两个话题，一个是关于商写业务，我们在过去三年战略性选择了中国 FM 设施管理市场发展。这个战略也得以实现了，今天我们在互联网、高端制造、金融领域都有极高的客户认可，极高的市场占有率，极高的客户口碑，我们很骄傲的是优秀企业的共同选择。当然 FM 全球的毛利率都是不高的。但是

---

反回头这让万物云今天极大的丰富了客户的内涵。以往我们很难跟互联网圈、金融圈、高端制造圈打交道，而今天随着 FM 业务让我们今天的客户圈非常丰富，并且这些客户通过服务，构建亲人般的这种关系。我相信拥有客户，或者是拥有最佳的客户关系才是立足市场最根本的一个基础。刚才王绪斌也讲了，ToB 客户多了，应收帐款一定多。我们如何看应收帐款质量，这个刚才回答里说过了，不再赘述。当我们未来如何去把客户资源把它与公司战略发展去匹配，我们看什么叫 AM 市场、什么叫 PM 市场，它的核心其实是租赁市场。租赁是什么人？其实不都是我们一些 FM 客户群。所以我想这实际上是形成了一个客户与不动产持有者之间的一种联系。当这种联系能够把它做透、运用娴熟的时候，其实这不就是在 AM 市场里面形成了自己的特色、江湖地位。

另外应收帐款，目前万物云母公司万科在一年以内的还都是保持在非常正常的一个水平。当然在这个过程中，我们也在密切关注整体回款情况，也会适度来去持续沿着公司的战略来去降低关联交易比例。

总之，一个轻资产物业公司走到今天，未来它的发展是需要迭代升维。我们也希望能够在接下来万物云制定的三年事业计划书里能够为未来三年万物云进入新的发展阶段在这方面思考和实践。相信在中国未来无论是城市更新还是在整个资产管理的大局中，万物云会成为其中一个非常重要的角色。

以上是我对前两个问题的补充。