



華潤萬象生活有限公司

China Resources Mixc Lifestyle Services Limited

(Stock Code 股份代號: 01209)

2022
年度業績發佈

ANNUAL RESULTS ANNOUNCEMENT

非凡啟新
爭創一流

EXTRAORDINARY NEW CHAPTER
THRIVING FOR EXCELLENCE

1 业绩亮点

2 财务回顾

3 业务回顾

4 ESG

5 附录

目录

CONTENTS

1 业绩亮点



业绩亮点

在经济承压、疫情冲击的艰难市场环境中，全年各项核心业绩指标跑赢大市、逆势增长。

营业收入

120.16 亿元

同比 +35.4%



购物中心零售额

1,264 亿元

同比 +6.3%



物管在管面积

2.91 亿平方米

同比 +87.3%



核心净利润

22.25 亿元

同比 +30.7%



购物中心NOI Margin

59.7%

同比 -1.2个百分点



净新增第三方合约面积

1.43 亿平方米

同比 +297.4%



每股盈利

0.967 元

同比 +27.9%



新获取第三方购物中心

13 家

总建筑面积 1.15 百万平米



基础物业毛利率²

15.3%

同比 +0.3个百分点



全年每股股息¹

0.439 元

同比 +59.1%



大会员数量

3,400 万

较2021年底 +33.1%



社区增值服务收入

12.56 亿元

同比 +73.3%



1 不含2022年特别股息。

2 剔除收购无形资产摊销。

注：除特殊说明，本报告期内货币单位均指人民币。

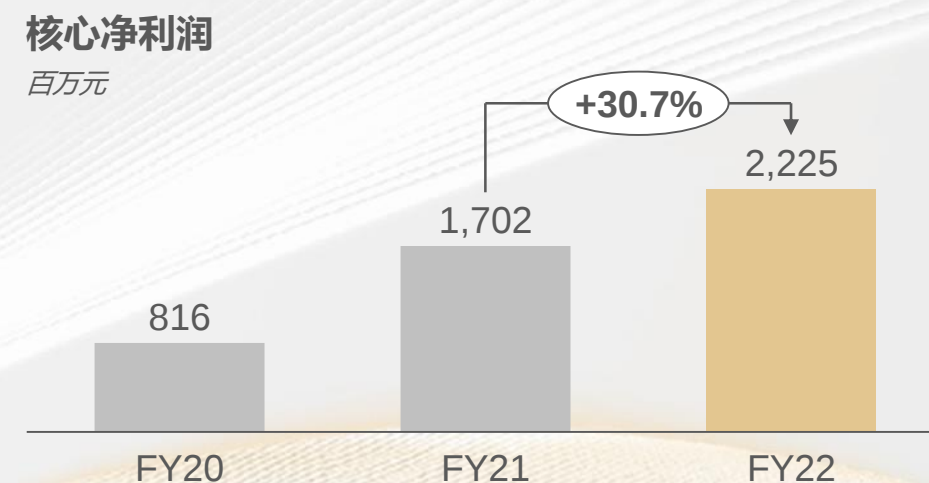
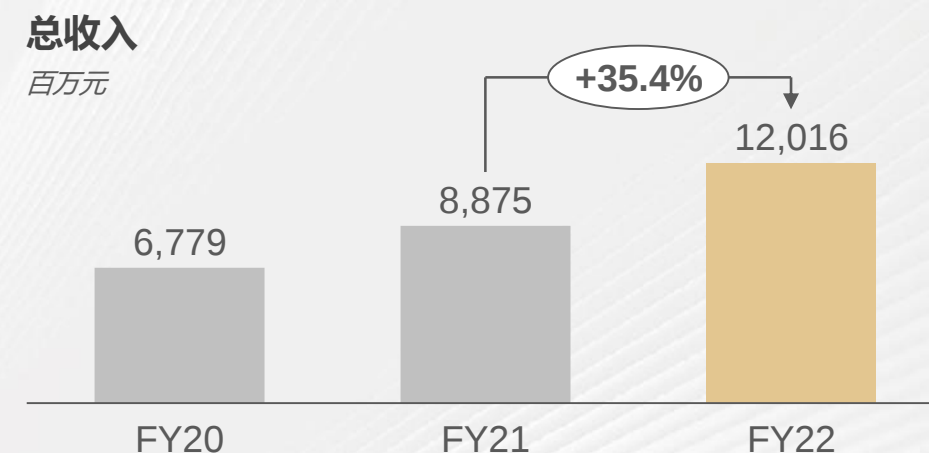
2 财务回顾



损益表

把握收并购机遇，全面降本提质增效，实现收入规模及核心净利润大幅增长：总收入同比增长35.4%至120.16亿元；核心净利润大幅增长30.7%至22.25亿元。

人民币百万元	FY22	FY21	变化
收入	12,016	8,875	35.4%
物业管理版块	7,802	5,310	46.9%
商业写字楼运营版块	4,214	3,565	18.2%
毛利	3,611	2,759	30.9%
物业管理版块	1,473	1,025	43.6%
商业写字楼运营版块	2,138	1,733	23.4%
毛利率	30.1%	31.1%	-1.0ppt
物业管理版块	18.9%	19.3%	-0.4ppt
商业写字楼运营板块	50.7%	48.6%	+2.1ppt
股东应占净利润	2,206	1,725	27.9%
核心净利润	2,225	1,702	30.7%
核心净利润率	18.5%	19.2%	-0.7ppt
每股盈利	0.967	0.756	27.9%
全年每股股息	0.439	0.276	+59.1%



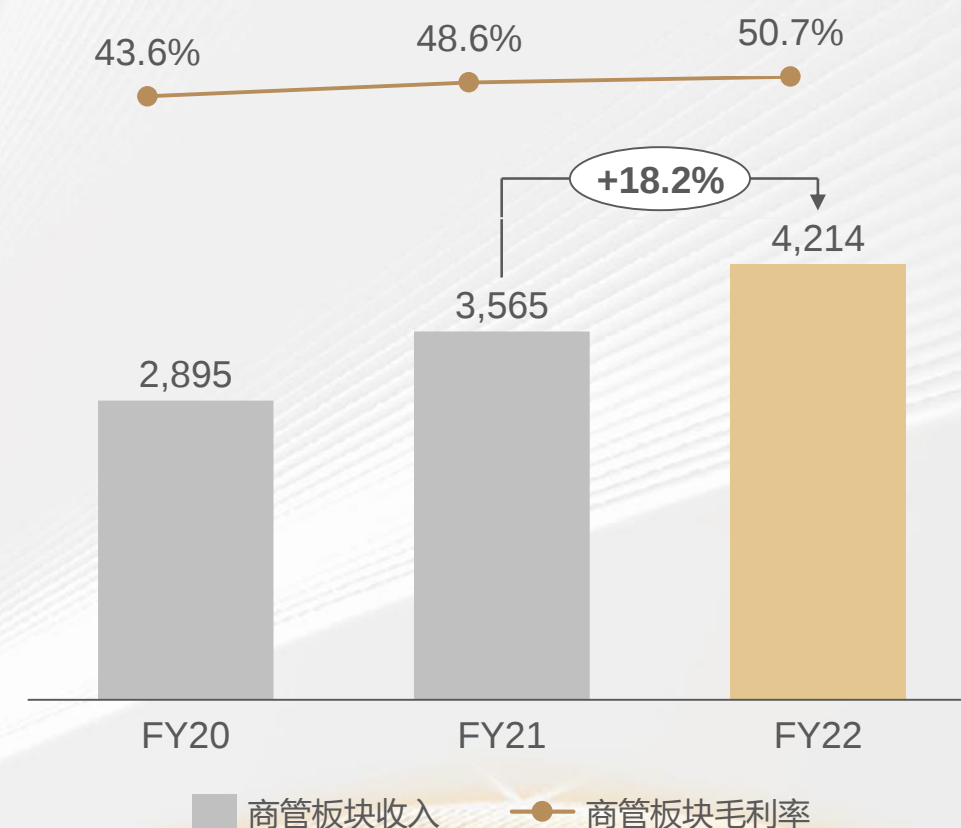
商管板块收入及毛利率

商管板块收入逆市增长，毛利率持续提升：虽然年内业主实施租金减免计划对公司商管板块收入带来负面影响，商管板块收入仍然同比提升18.2%至42.14亿元，毛利率同比增加2.1个百分点至50.7%。

人民币百万元	FY22	FY21	变化
收入 – 商业管理版块	4,214	3,565	18.2%
购物中心	2,482	2,130	16.5%
购物中心 – 运营	1,660	1,469	13.0%
购物中心 – 物管	457	292	56.3%
购物中心 – 分租	365	369	-1.0%
写字楼	1,732	1,435	20.7%
写字楼 – 运营	127	159	-20.4%
写字楼 – 物管	1,605	1,276	25.8%
毛利率 – 商业管理版块	50.7%	48.6%	2.1ppt
购物中心	62.4%	62.4%	0.0ppt
购物中心 – 运营	64.4%	62.9%	1.5ppt
购物中心 – 物管	50.4%	47.5%	2.9ppt
购物中心 – 分租	68.3%	72.3%	-4.0ppt
写字楼	34.1%	28.1%	6.0ppt
写字楼 – 运营	70.0%	63.1%	6.9ppt
写字楼 – 物管	31.2%	23.8%	7.4ppt

商管板块收入及毛利率

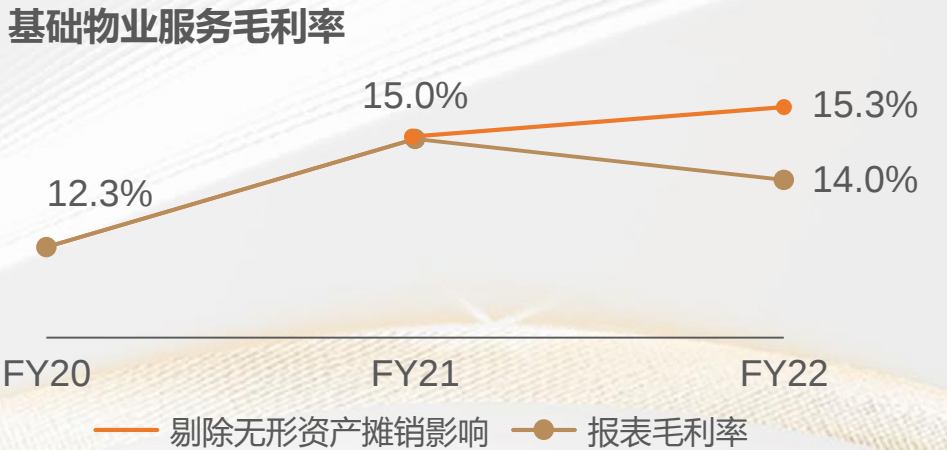
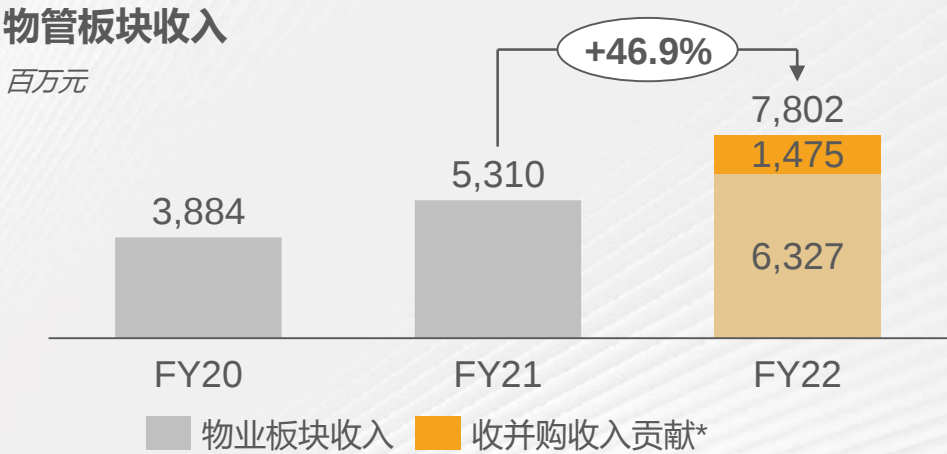
百万元



物管板块收入及毛利率

收并购项目并表助力收入显著增长，剔除收并购无形资产摊销影响后基础物业服务毛利率稳中有升：物管板块收入同比增长46.9%至78.02亿元，其中收并购贡献14.75亿元收入。物管板块整体毛利率18.9%，按年微降0.4个百分点；其中基础物业服务毛利率同比下降1.0个百分点至14.0%，剔除收并购无形资产摊销后的基础物业服务毛利率为15.3%，则同比上涨0.3个百分点。

人民币百万元	FY22	FY21	变化
收入 - 物业管理版块	7,802	5,310	46.9%
基础物业服务	5,573	3,772	47.7%
非社区增值服务	973	813	19.7%
社区增值服务	1,256	725	73.3%
毛利率 - 物业管理版块	18.9%	19.3%	-0.4ppt
基础物业服务	14.0%	15.0%	-1.0ppt
非社区增值服务	36.5%	31.9%	+4.6ppt
社区增值服务	26.6%	27.5%	-0.9ppt



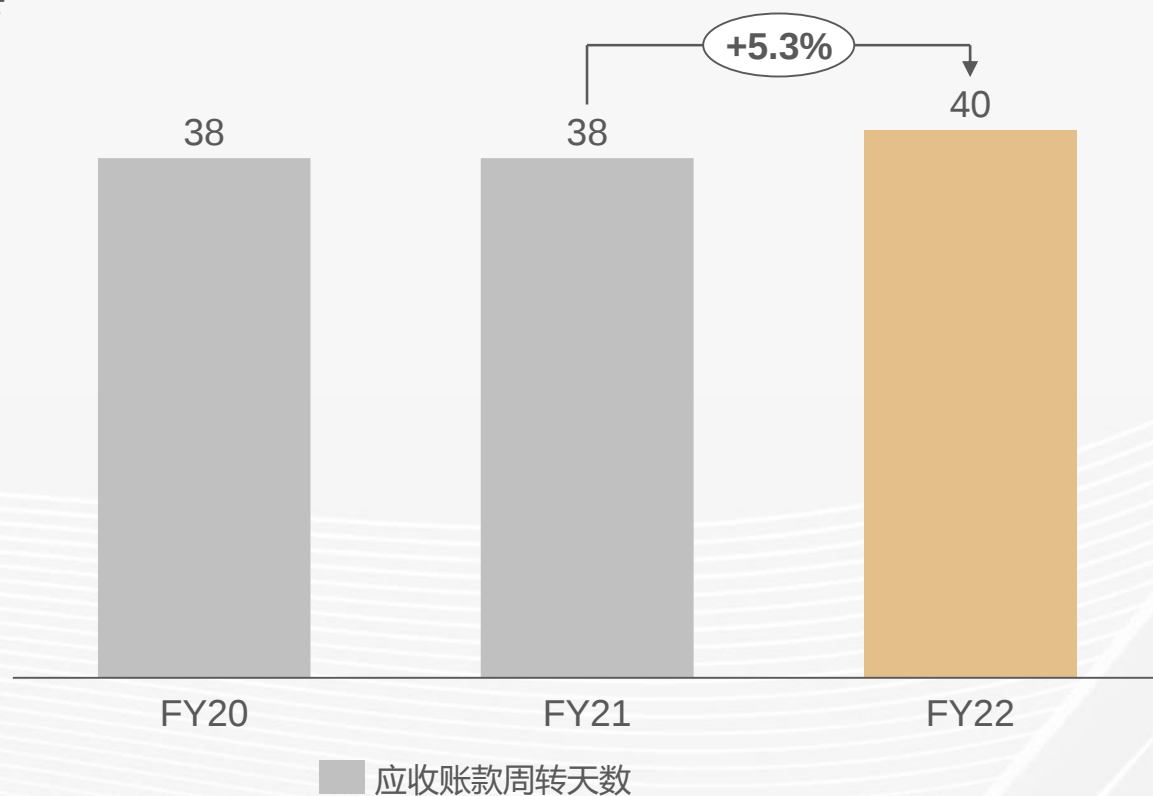
*指中南、禹洲、九洲项目收入贡献。如无特殊说明，本报告内所述收并购均指代中南、禹洲、九洲项目。

应收账款及货币资金

应收账款周转效率处于行业优秀水平，在手现金充裕：结合全年应收账款收缴工作常态化管理及年度专项行动紧抓收缴清欠工作，实现年内应收账款周转天数40天，按年增加2天，处于行业优秀水平；在手现金超人民币150亿元，为公司持续规模扩张和创新发展奠定坚实基础。

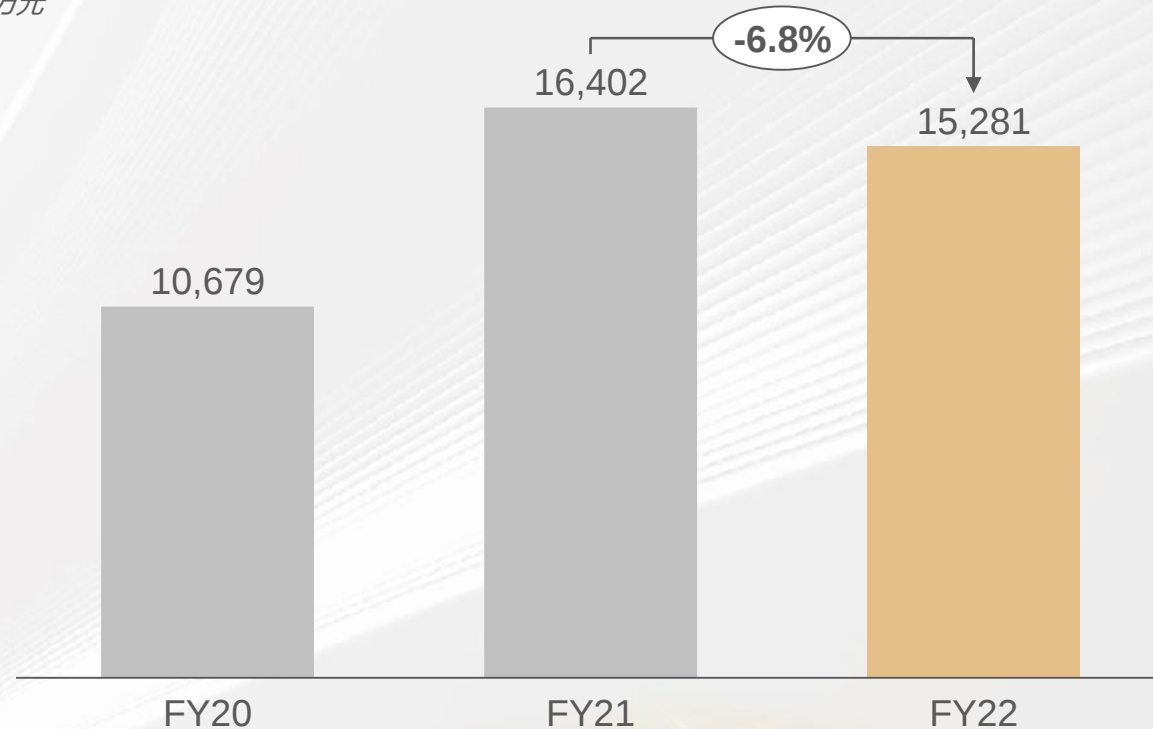
应收账款周转天数

天



现金及现金等价物

百万元

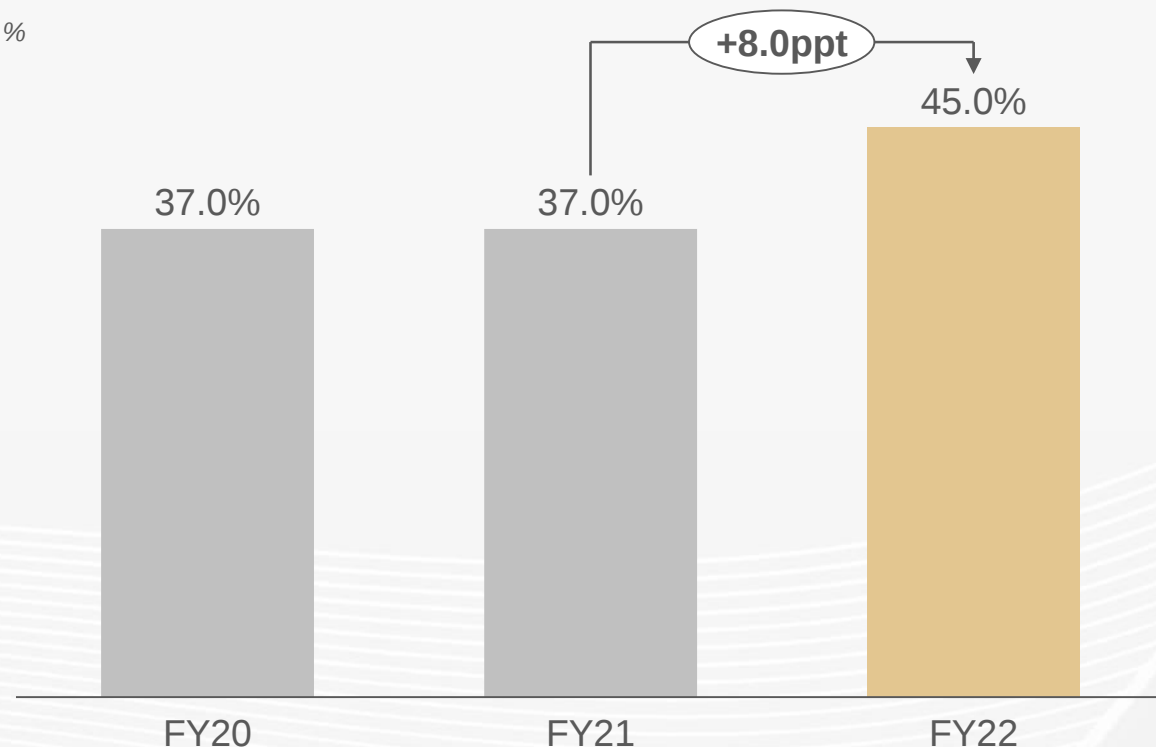


股息及派息率

提升全年派息率至45%，年内首次宣派中期股息并派发特别股息，稳步提升股东回报：公司商业模式稳健，上市后业绩持续增长，为进一步提升股东回报，公司将全年派息率提升至45%；此外，公司于2022年8月首次宣派中期股息，每股人民币0.127元，于2022年12月为庆祝上市两周年晋升蓝筹股，宣派特别股息每股0.364元；全年每股股息达人民币0.803元，同比大幅增长190.9%。

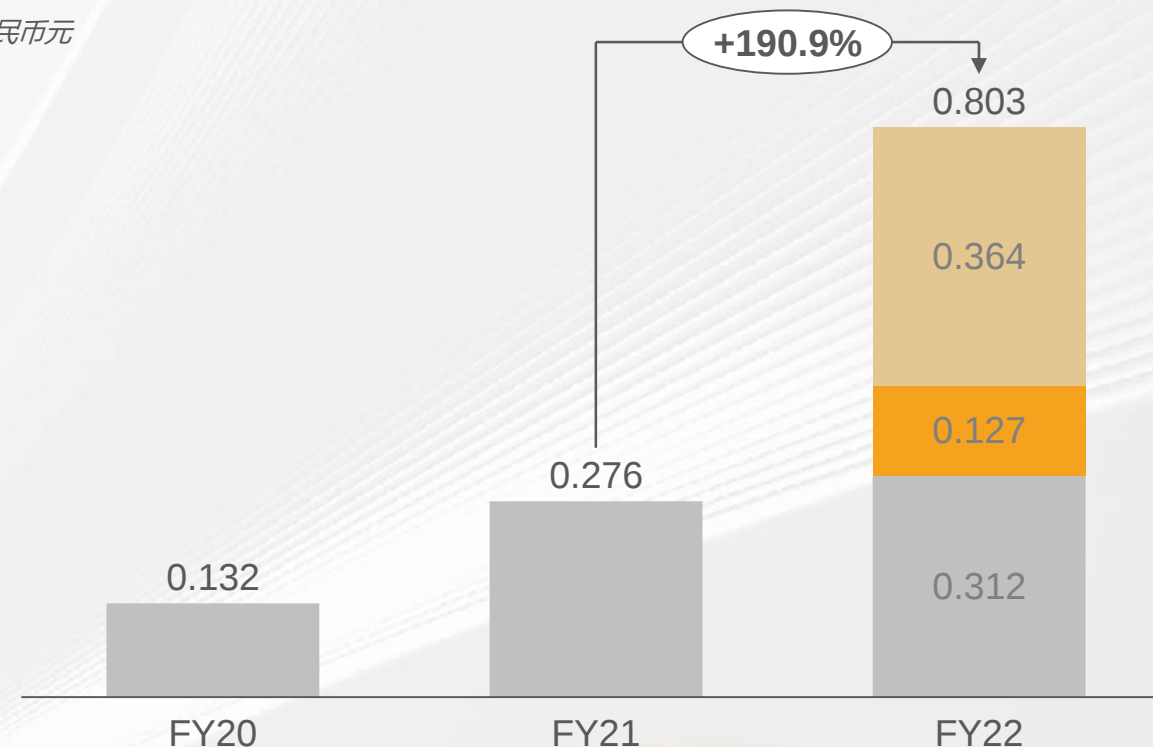
派息率

%



每股股息

人民币元



特别每股股息 中期每股股息 末期每股股息

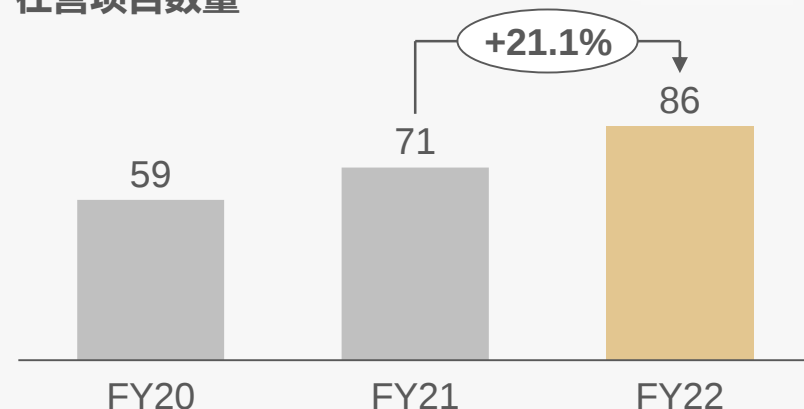
3 业务回顾



商管业务—购物中心

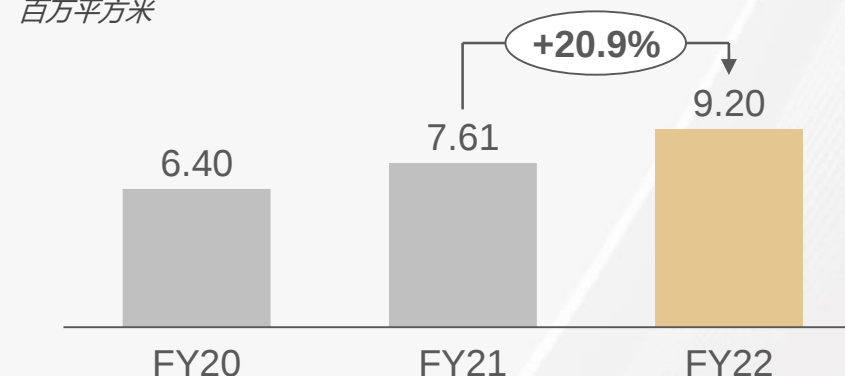
在营购物中心规模持续增长，行业领导者地位得到进一步巩固：截至2022年，在营项目数量增至86个，面积达到920万平方米；年内新开业3个重奢购物中心，在营重奢购物中心数量增至11个，排名行业第一，进一步扩大商业高端市场领先优势；在营项目中，69个项目零售额排名当地市场前三，占比高达80.2%。

在营项目数量



在营项目面积

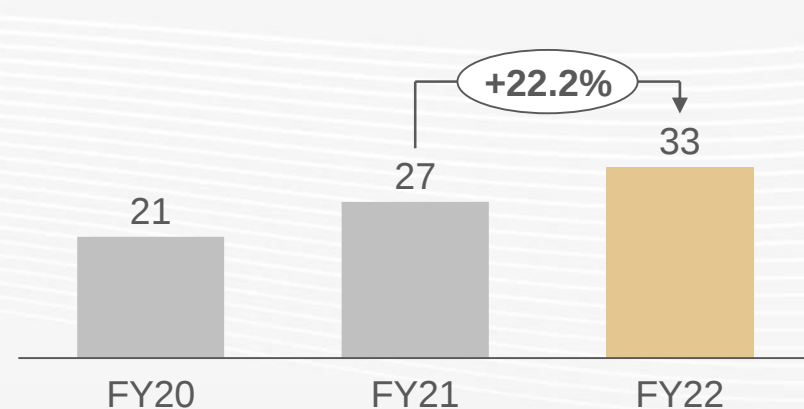
百万平方米



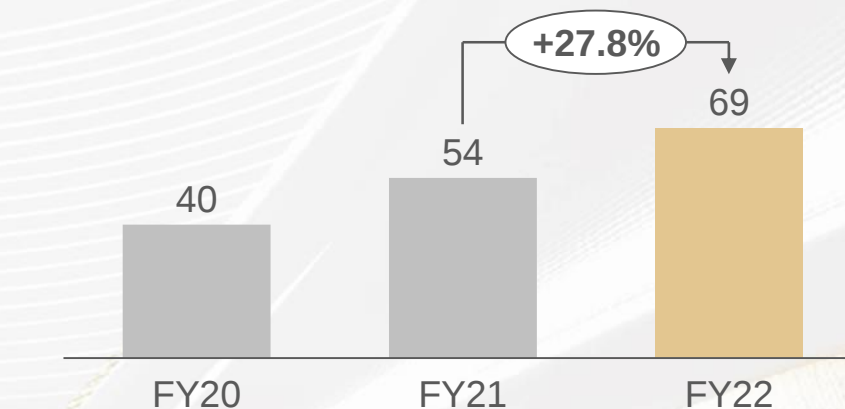
重奢项目数量



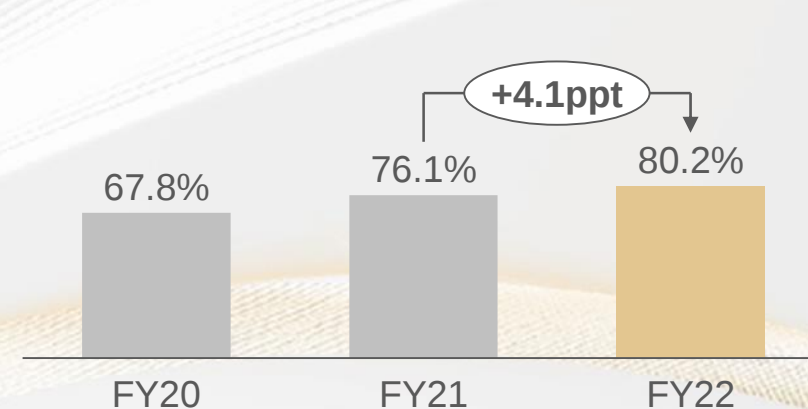
零售额排名当地市场第一项目数量



零售额排名当地市场前三项目数量



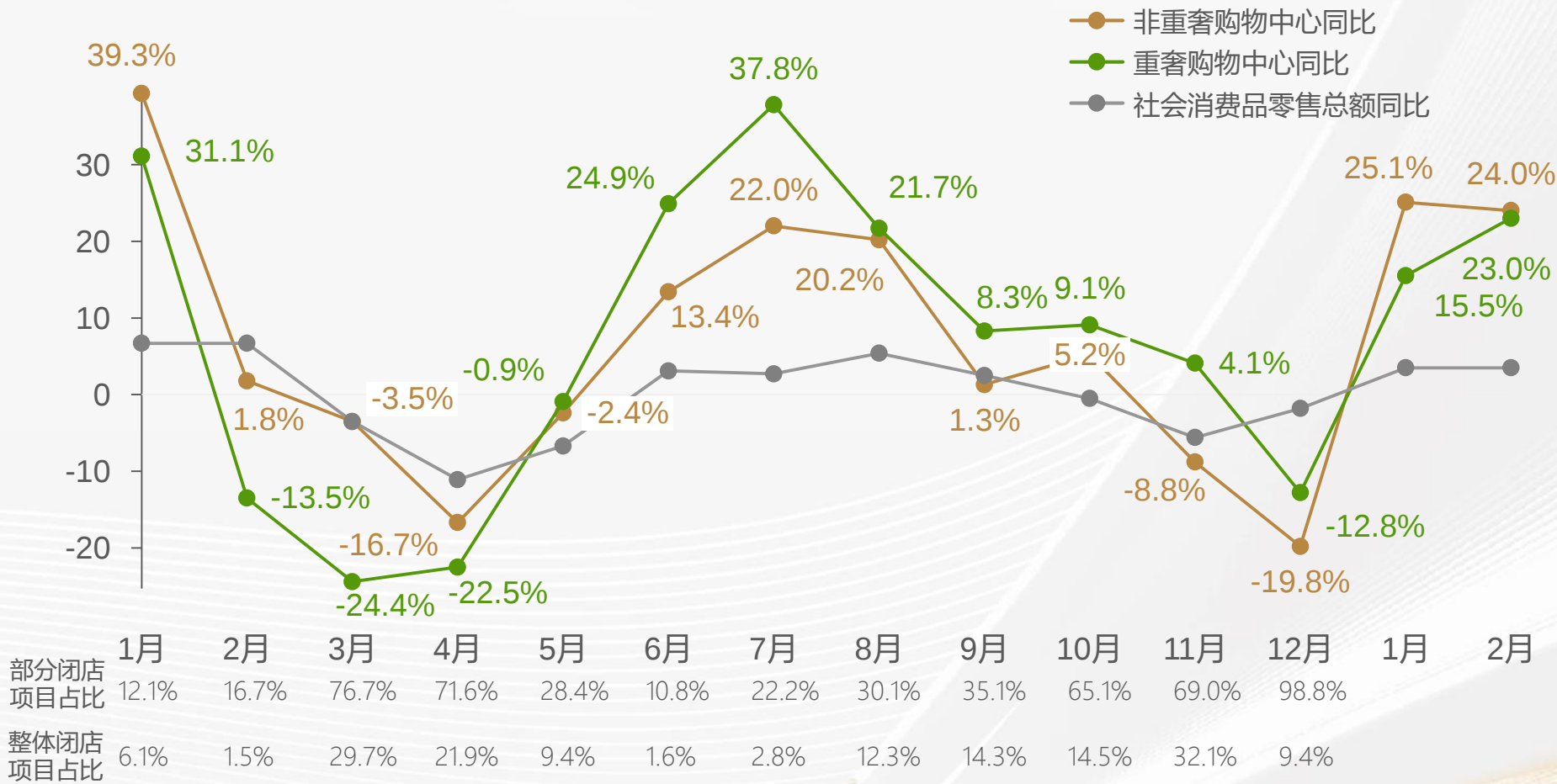
零售额排名当地市场前三项目数量占比



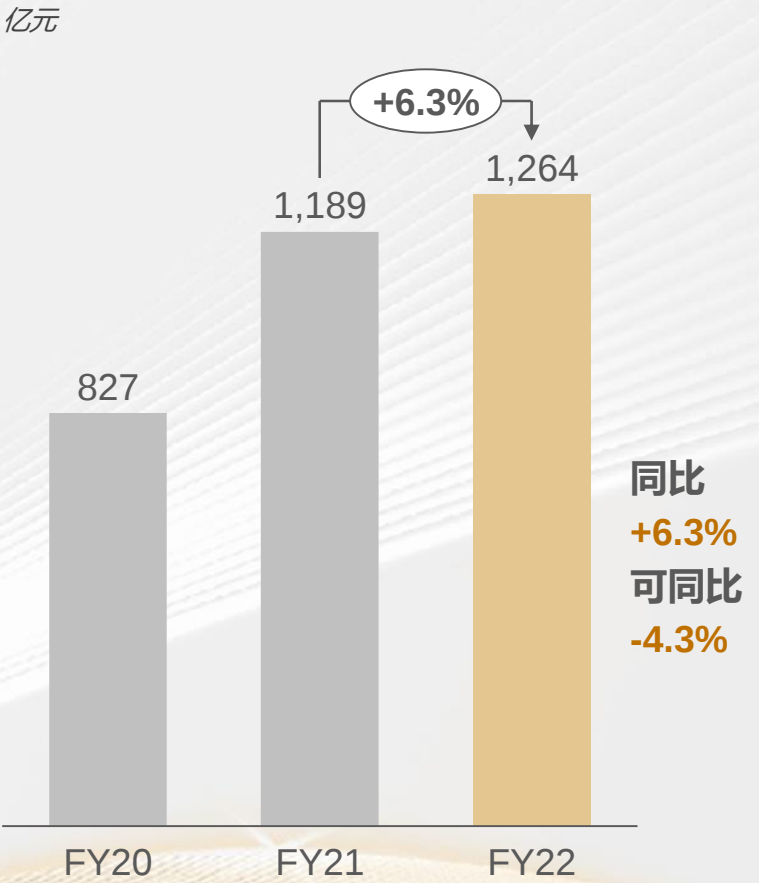
商管业务—购物中心

购物中心业绩彰显韧性，全年零售额逆市增长：在宏观经济承压、市场竞争加剧、疫情反复的严峻环境下，通过“抢市场、抢资源、抢政策”多措并举，全年零售额同比增长6.3%，达1,264亿元；2023年1月至2月购物中心业绩快速反弹，零售额同比增幅恢复至20%以上水平。

零售额月度表现



2022年累计零售额



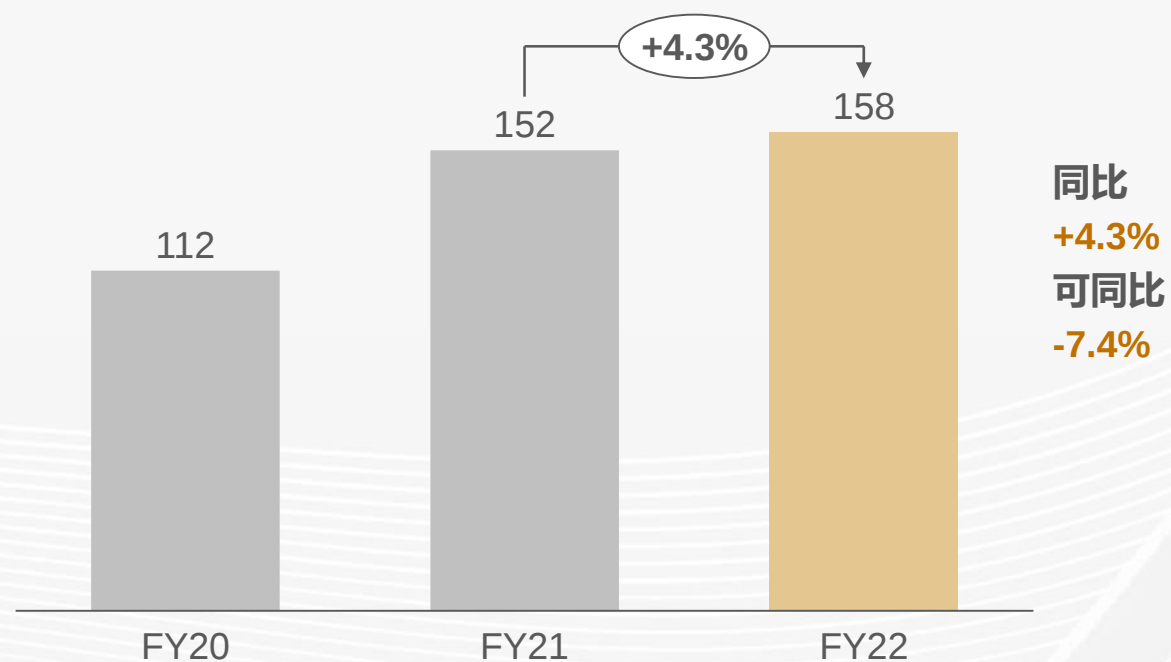
注：2022年1月和2月及2023年1月和2月的社消增速为合并值

商管业务—购物中心

持续构建“业主、租户、商业运营商”三方共赢生态，在艰难市场环境下，精益运营能力凸显：积极响应国家号召，秉承合作共赢理念与租户共克时艰，年内购物中心减免租达23亿元，但通过坚定实施降本提质增效精益行动，实现业主端租金收入同比增长4.3%至158亿元，NOI同比增长2.2%至95亿元，NOI Margin达到59.7%。

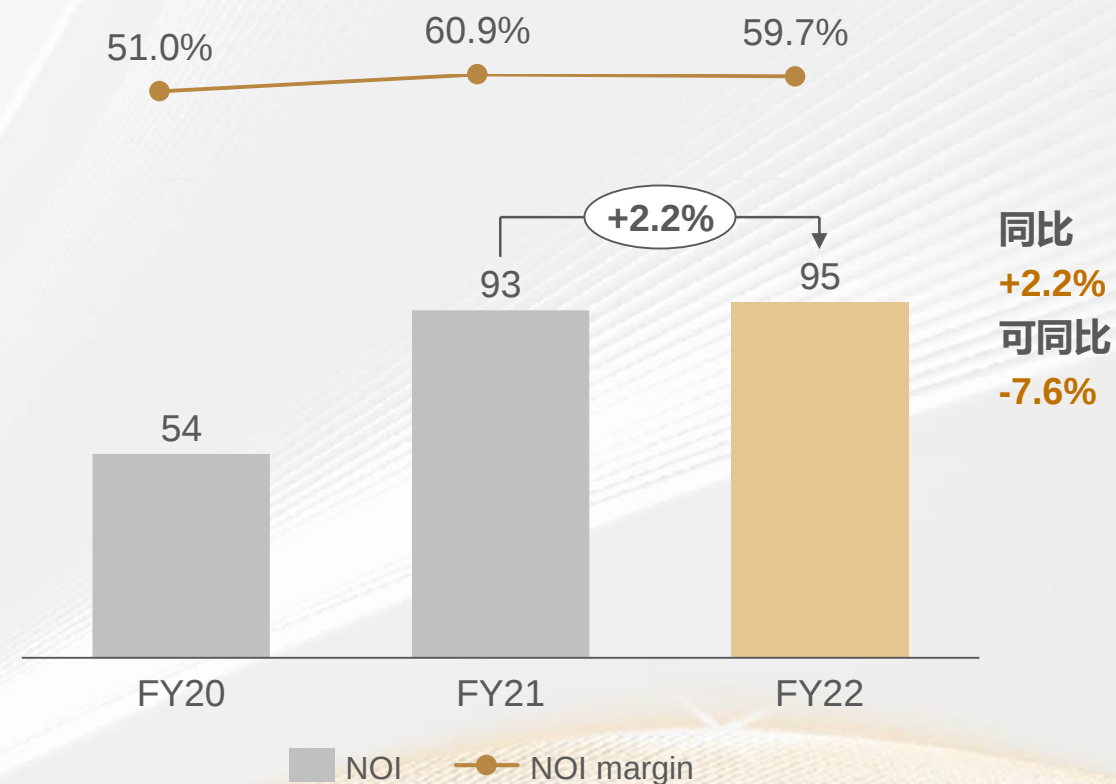
租金收入

亿元



NOI 及 NOI Margin

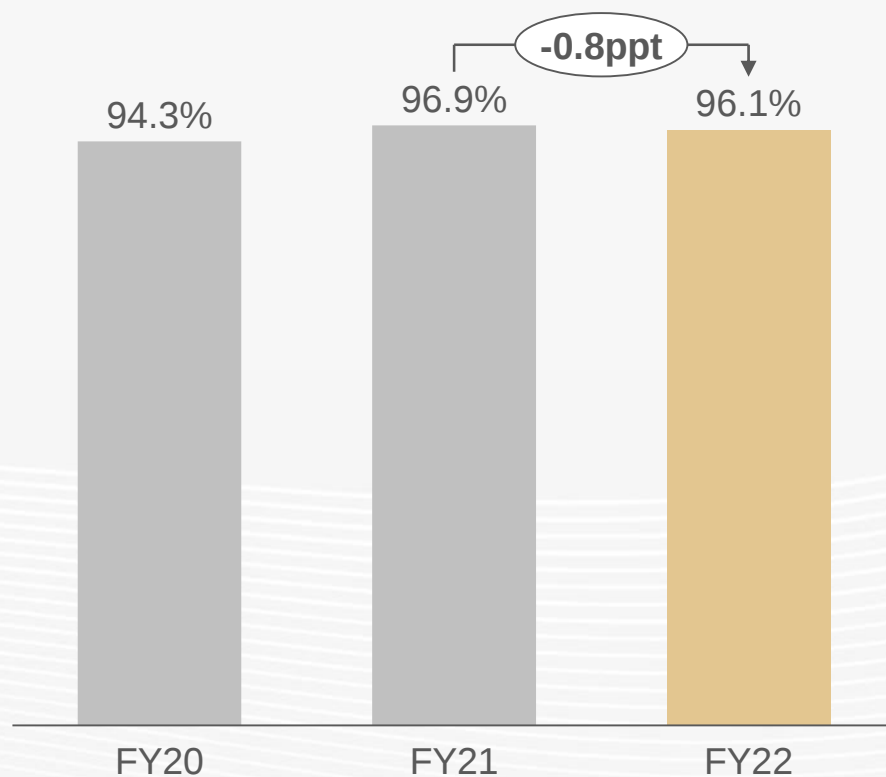
亿元



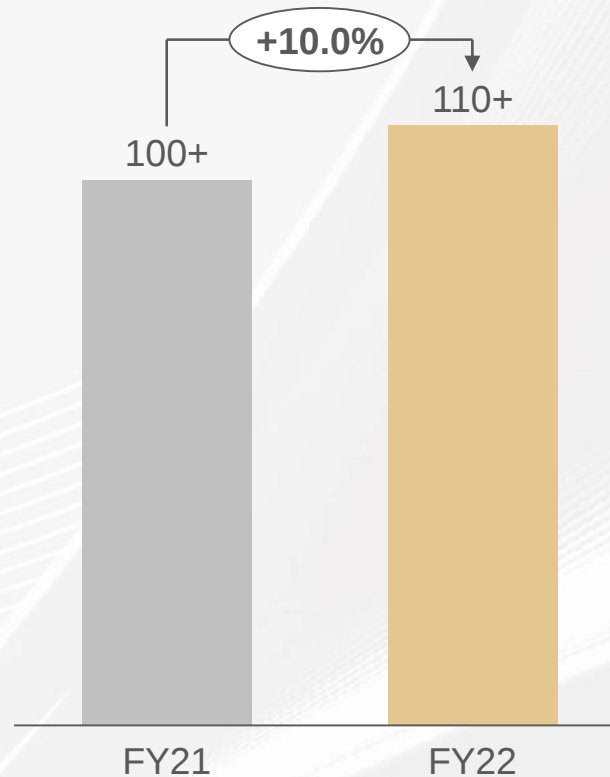
商管业务—购物中心

筑牢品牌资源护城河，进一步深化核心品牌战略合作：在营购物中心全年平均出租率维持高位，达96.1%；合作的国际奢侈品品牌数量增至110多个，合作店铺数超470个，保持行业第一。

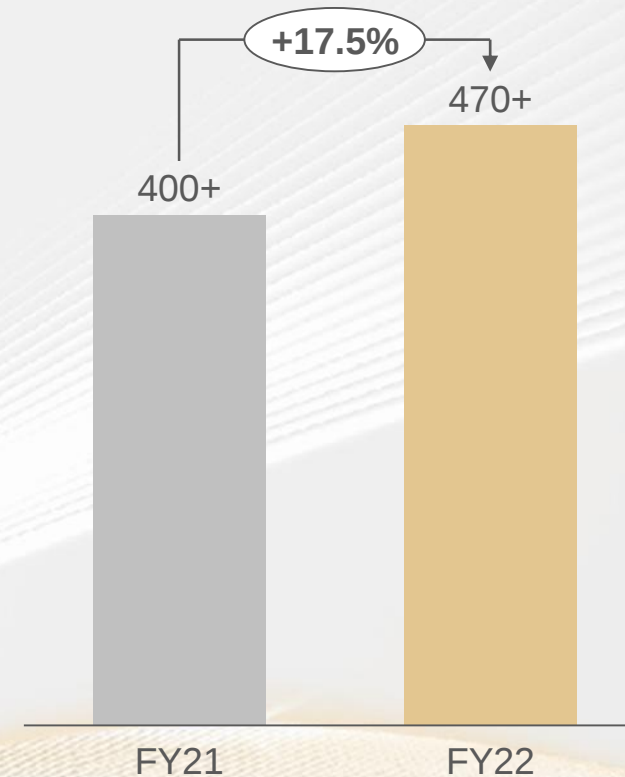
出租率
%



合作国际奢侈品牌数
↑



合作国际奢侈品牌店铺数
↑



商管业务—购物中心

全年16个购物中心如期高品质开业，引领消费升级，助力经济发展：新开业购物中心平均开业率（不含国际品牌）90.9%，新开业购物中心业主端租金贡献占在管购物中心租金总额比重为6.0%，平均经营利润率为47.2%，助力全年业绩增长。

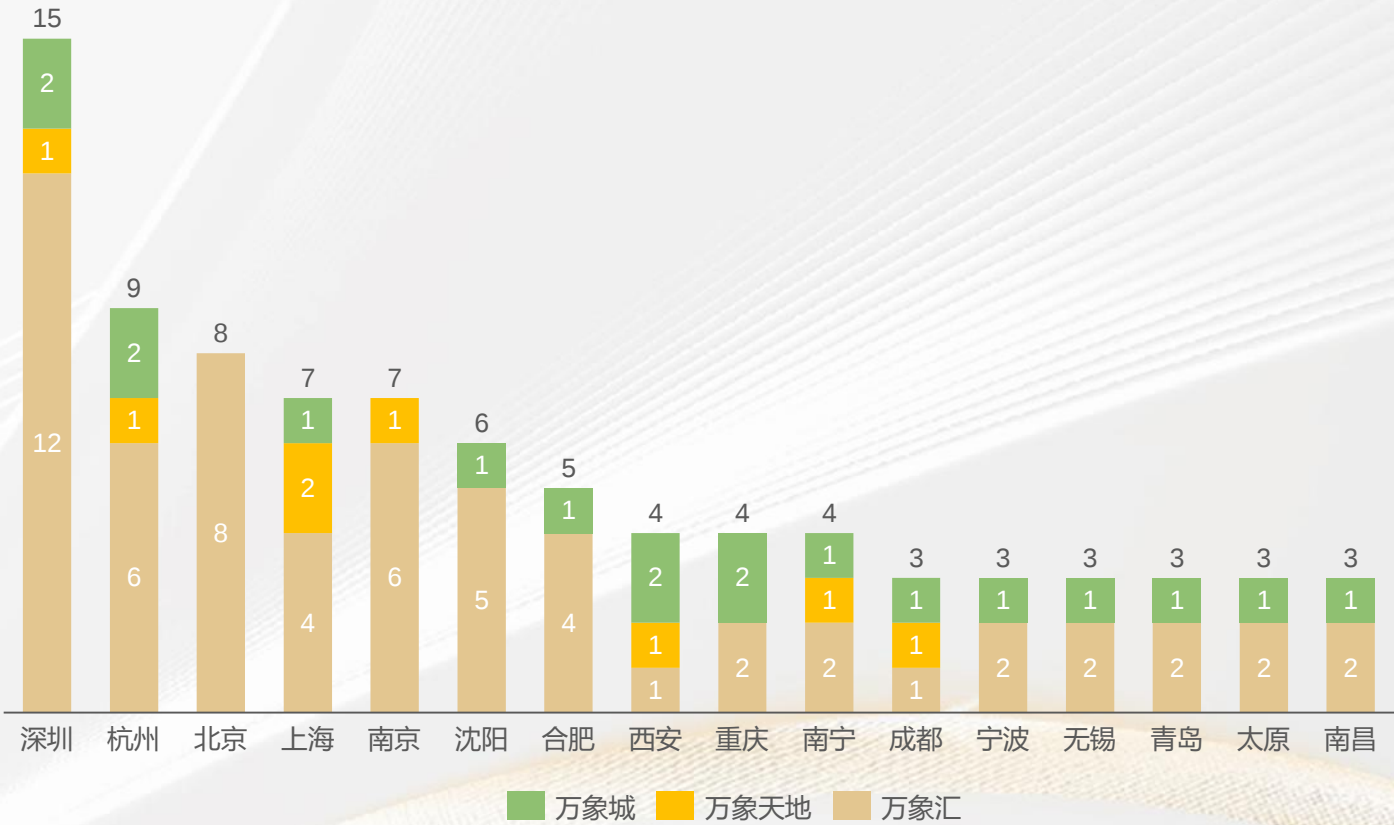


坚持有质量的规模增长，外拓项目规模及质素领先，成功开辟商业运营新模式：年内成功签约13个项目，平均建面8.8万平方米，其中TOD项目11个，TOD项目占比85%，一、二线城市项目占比100%。深圳龙岗大运项目采取PPP模式，获取项目经营权，实现商业外拓模式突破；积极挖掘存量项目机会，上市至2022年底，共获取10个存量项目，占比达40%；累计16个城市实现“一城多汇”和“多城多汇”布局。

第三方外拓项目质素高

	FY22	上市至 2022年底
项目个数	13	25
总建筑面积（万平方米）	115	239
单项目平均建筑面积（万平方米）	8.8	9.6
TOD项目数量占比	85%	80%
一、二线城市项目数量占比	100%	96%
存量项目占比	54%	40%

坚持深耕重点城市，实现“一城多汇”和“多城多汇”



商管业务—第三方存量项目改造案例

中山石岐万象汇焕新入市，各项经营业绩大幅提升：第三方存量项目中山石岐万象汇经过9个月改造后于2022年11月盛大启幕，开业率达95.3%；接管前后可租赁面积、月平均租金、月零售额及月客流分别大幅增长15.0%、117.1%、522.0%及253.3%，荣膺中国商业地产“金鼎奖”年度存量改造杰出项目。

改造优化

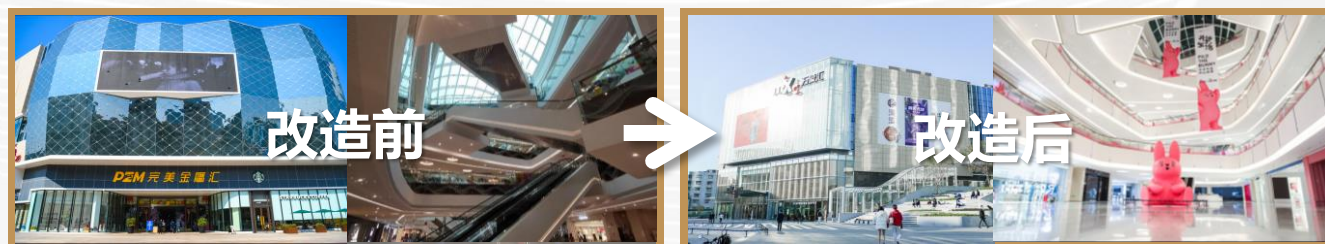
优化动线、增加商业面积、重新划分店铺，改造优化后店铺数量从110个提升至192个，提升使用效率；改造范围大，涉及面积超10万 m^2 ，涵盖外立面升级、外广场优化、室内装修提升、动线优化等。

招商升级

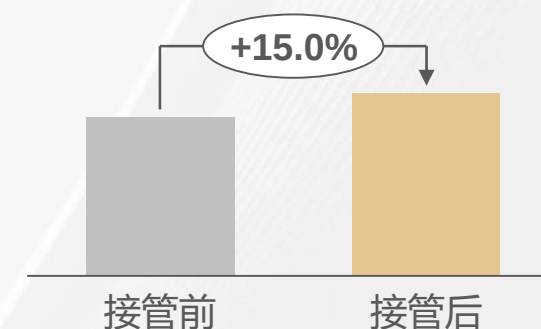
调整主力店，有效塑造产品竞争力。首进品牌71家，占总店铺数量38%，城市旗舰店、高标店占比超50%。

运营提升

引入信息化管理系统，统一店铺装修标准、升级店铺形象，全面提升项目品质；引入城市首个mamacare母婴服务体系，开业营销事件迅速确立城市商业标杆地位。

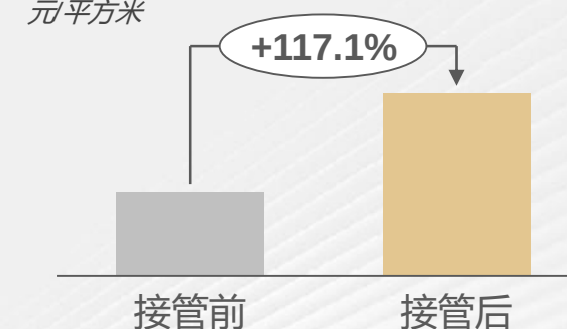


可租赁面积*



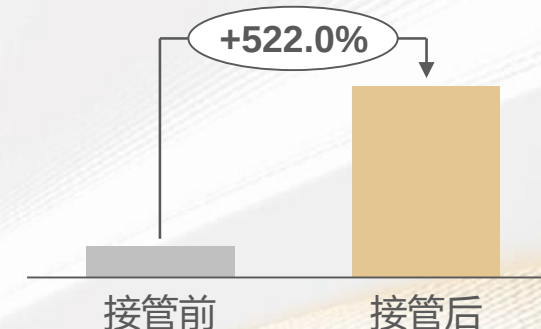
月平均租金*

元/平方米



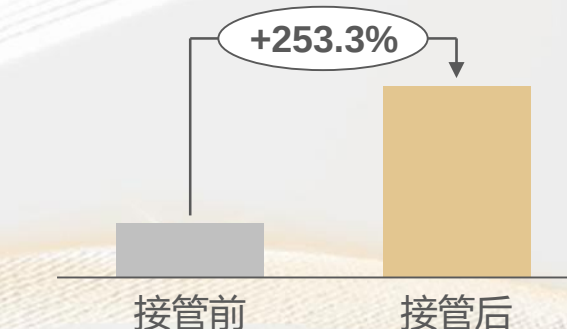
月零售额*

万元



月客流*

万人次



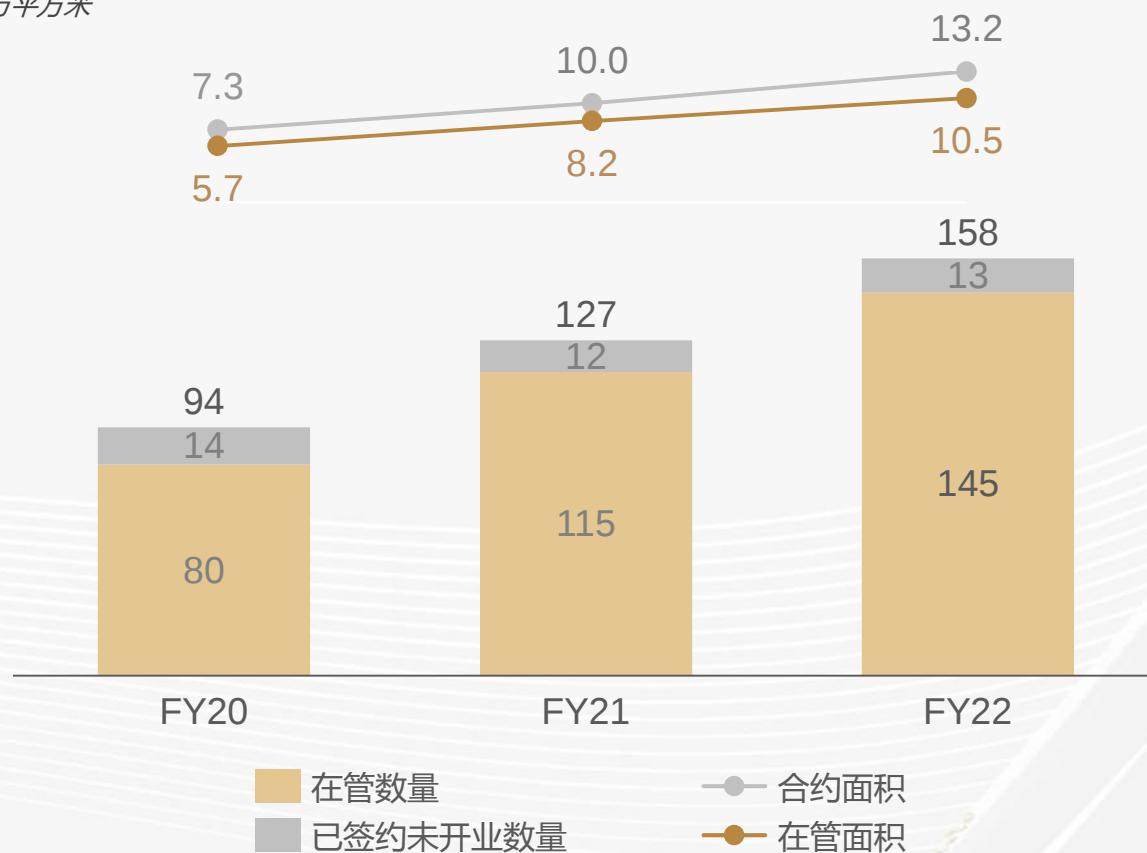
注：1、华润万象生活正式开始收取业主管理费的时点作为接管节点；2、接管前数据为中山石岐万象汇2021年10-12月三个月的月均数据，接管后数据为2023年1月当月。

商管业务—写字楼

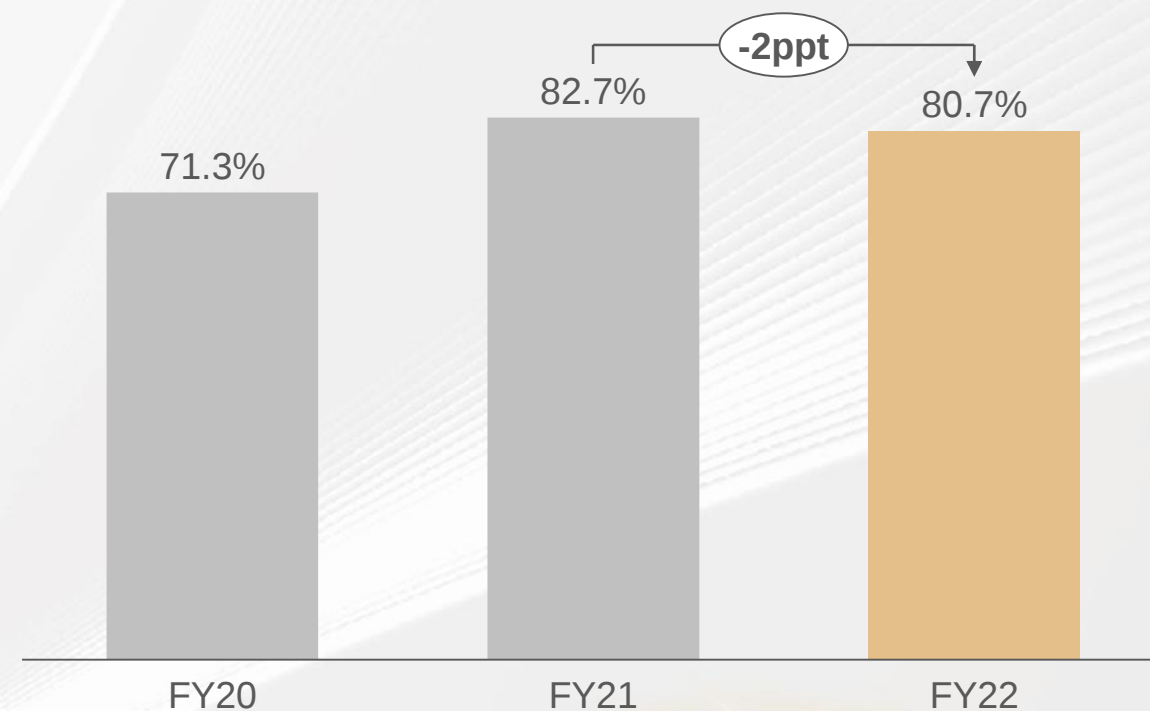
优质运营能力及高品质物管服务保障写字楼出租率稳定，持续拓展写字楼物管业务规模：截至2022年年末，写字楼物业在管项目达145个，并为其中27个项目提供运营管理服务。写字楼物管在管面积达1,050万平方米，合约面积1,320万平方米，分别按年增长28.2%及31.9%；公司提供运营管理服务的写字楼整体出租率稳定在80.7%水平。

商业运营及物业管理业务在管、合约项目数量及面积

百万平方米



出租率

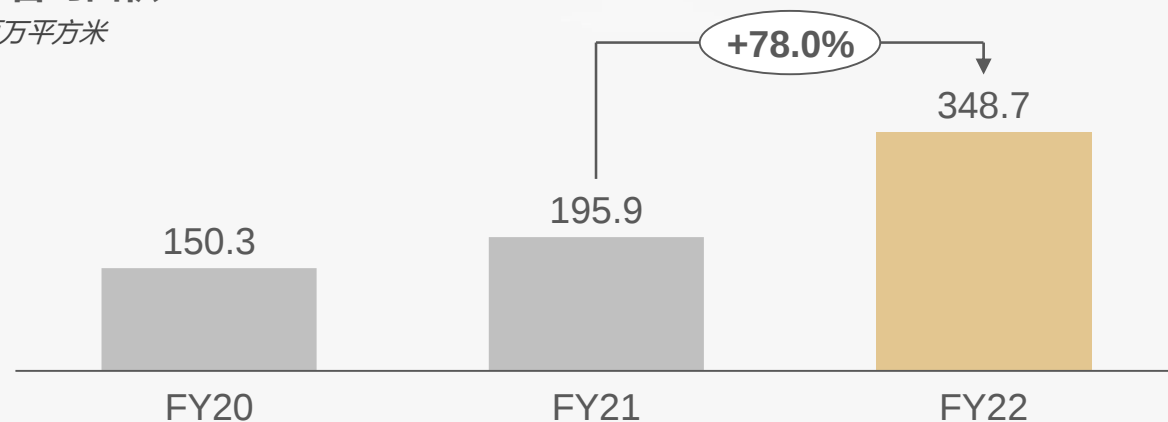


物管业务—规模增长

管理规模跻身行业第一梯队，第三方合约面积及在管面积占比均突破50%：截至2022年年末，总合约面积达3.49亿平方米，总在管面积达2.91亿平方米，分别按年增长78.0%及87.3%；第三方合约面积及在管面积占比分别达61.2%和57.6%

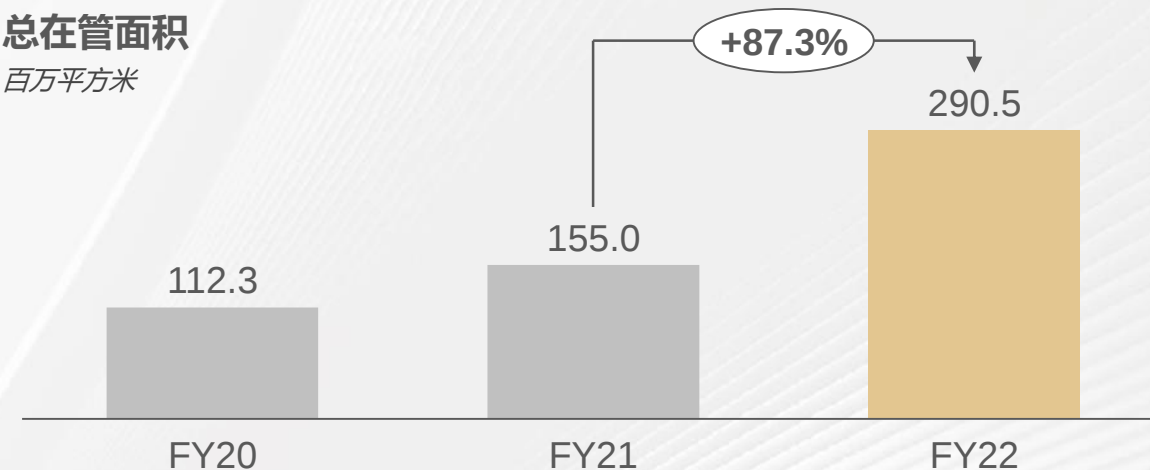
总合约面积

百万平方米

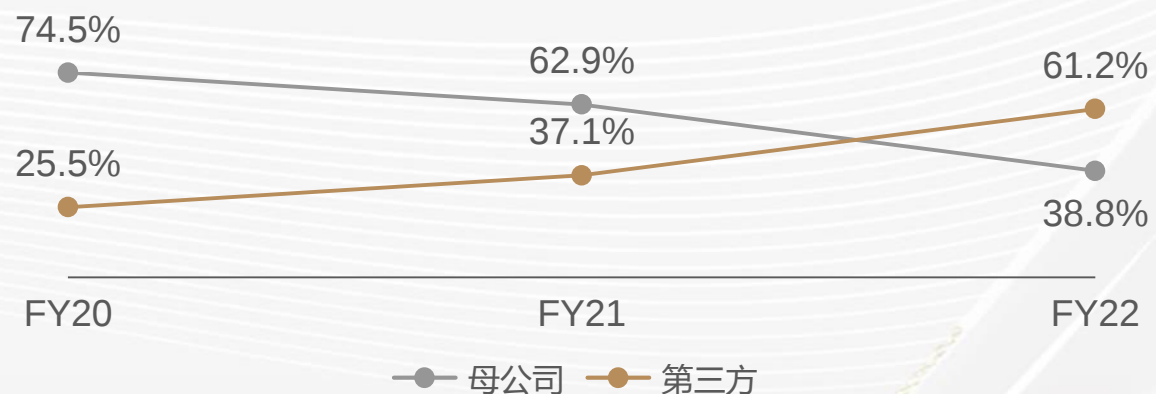


总在管面积

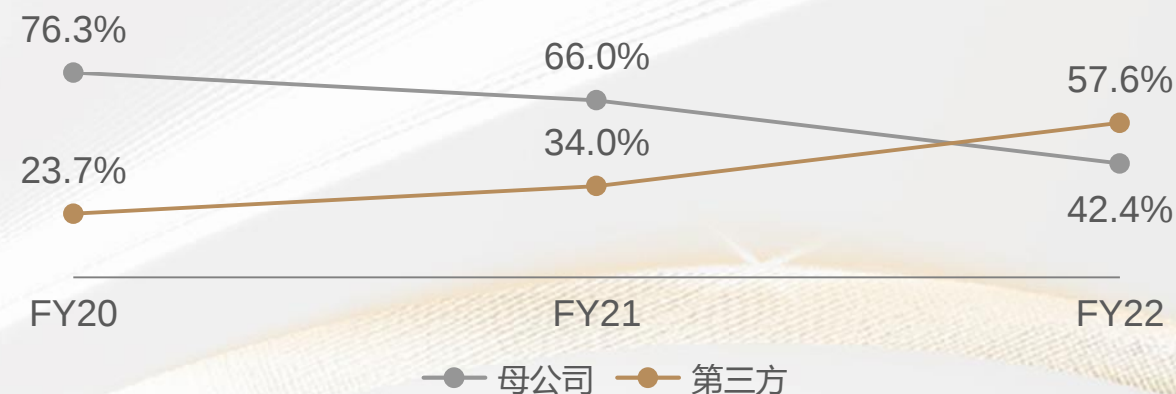
百万平方米



母公司vs.第三方合约面积占比



母公司vs.第三方在管面积占比

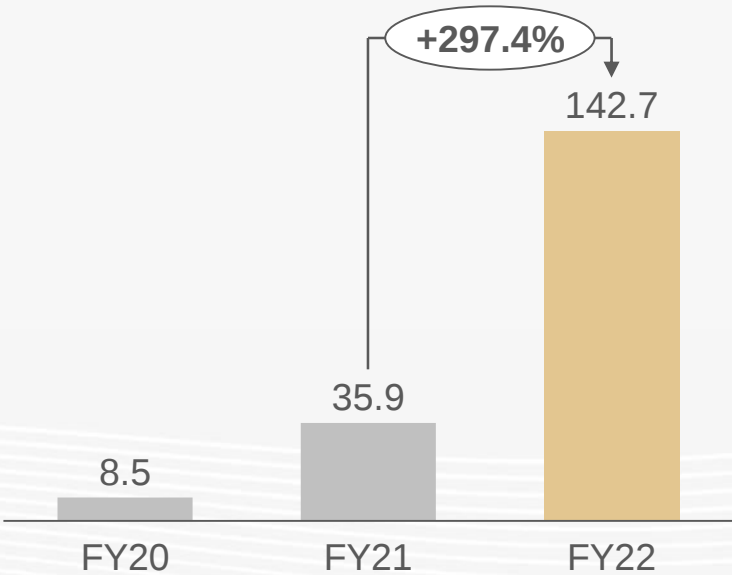


物管业务—规模增长

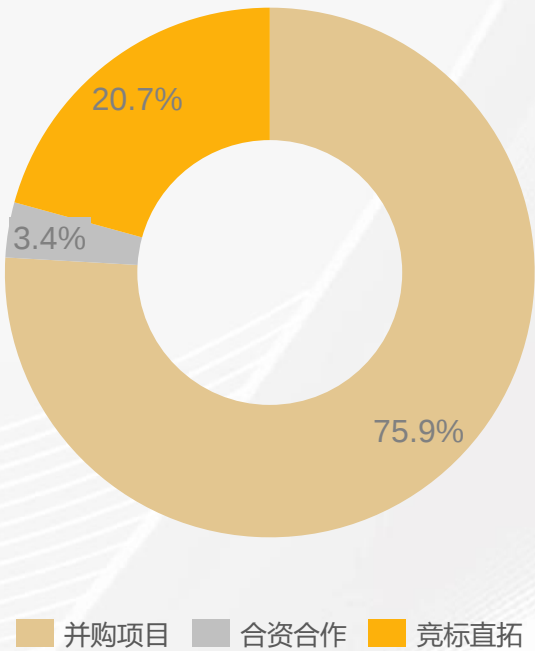
落地行业最大规模并购，全渠道全业态市场化拓展能力凸显：年内净新增第三方合约面积1.43亿平方米，同比增长297.4%；收并购、竞标直拓及合资合作各渠道面积贡献占比分别为75.9%、20.7%及3.4%；其中，社区生活空间、办公产业空间及城市公共空间各业态面积占比分别为76.9%、0.9%及22.2%。

净新增第三方合约面积

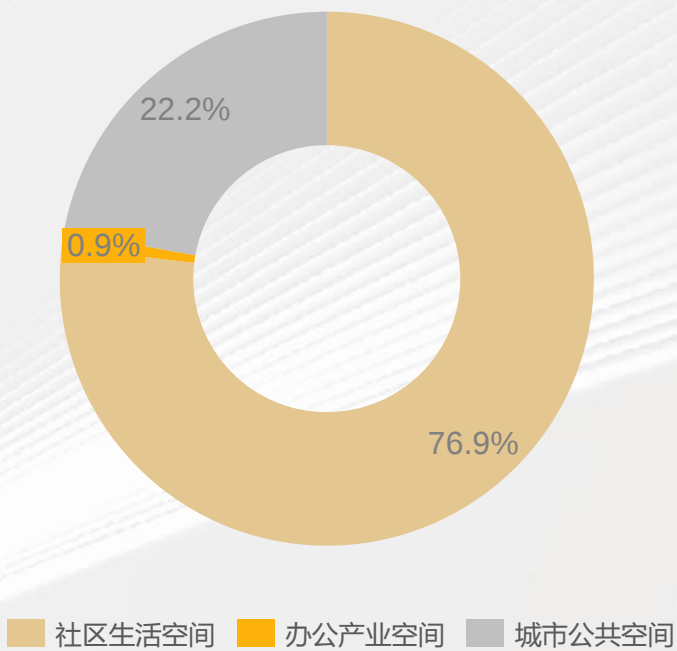
百万平方米



净新增第三方合约面积来源



净新增第三方合约面积业态分类



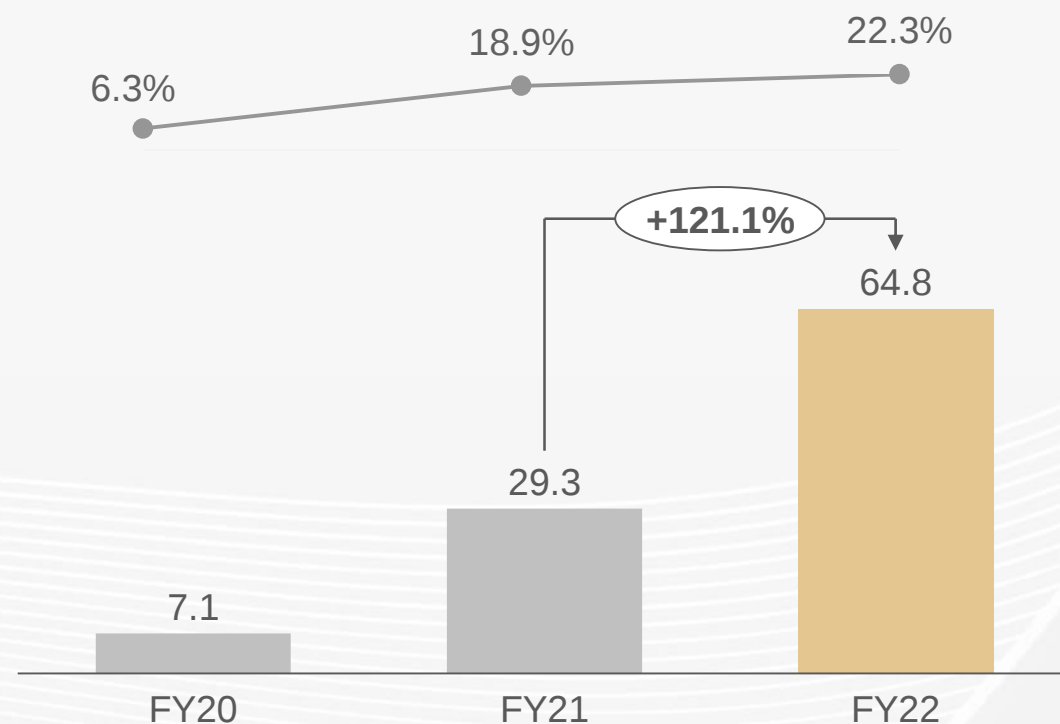
注：净新增第三方合约面积仅含当年新签约项目，不含当年到期再签约第三方项目。

物管业务—规模增长

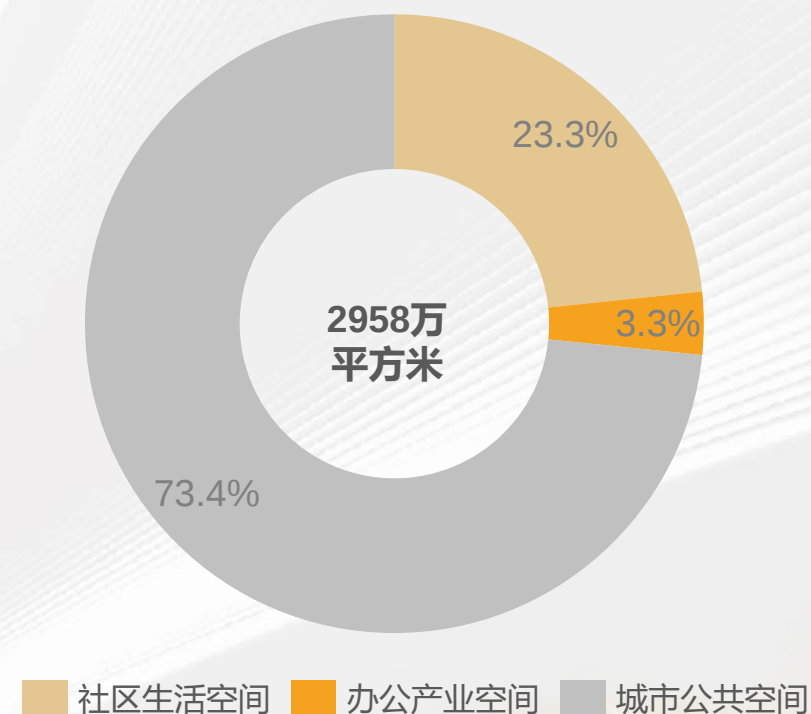
坚定不移加速城市空间运营业务转型：城市公共空间在管面积较2021年底增长121.1%至6,477万平方米，占总在管面积比提升3.4个百分点至22.3%；城市公共空间业态依旧是竞标直拓渠道的主角，分业态合约面积占比达73.4%，年内获取城市空间项目年化合同金额为8.85亿元。

城市公共空间在管面积及占比

百万平方米



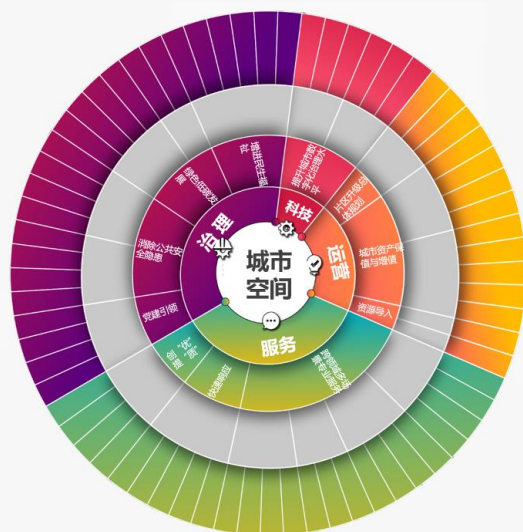
年内竞标直拓净新增第三方合约面积业态分类



物管业务—城市空间服务案例

发布城市空间运营服务产品体系，助力城市焕新升级：发布涵盖服务、治理、科技、运营四大板块78个产品细项的城市空间业务产品指南，并成功在成都东安湖、深圳罗湖南湖街道、笋岗街道「物管城市」等重点项目深度实践，实现多方共赢。

加速产品设计



涵盖服务、治理、科技、运营四大板块78个产品细项的城市空间业务产品指南。

打造城市空间运营服务范本

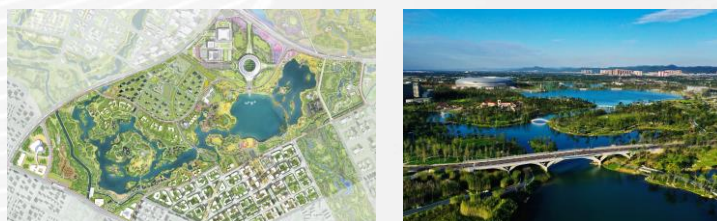
成都东安湖项目

2022年收入贡献：**3000+万元**

甲方满意度：**100分**

游客满意度：**97.6分**

管理规模：**426万平方米**



深圳罗湖南湖、笋岗物管城市项目

2022年收入贡献：**5000+万元**

甲方满意度：**100分**

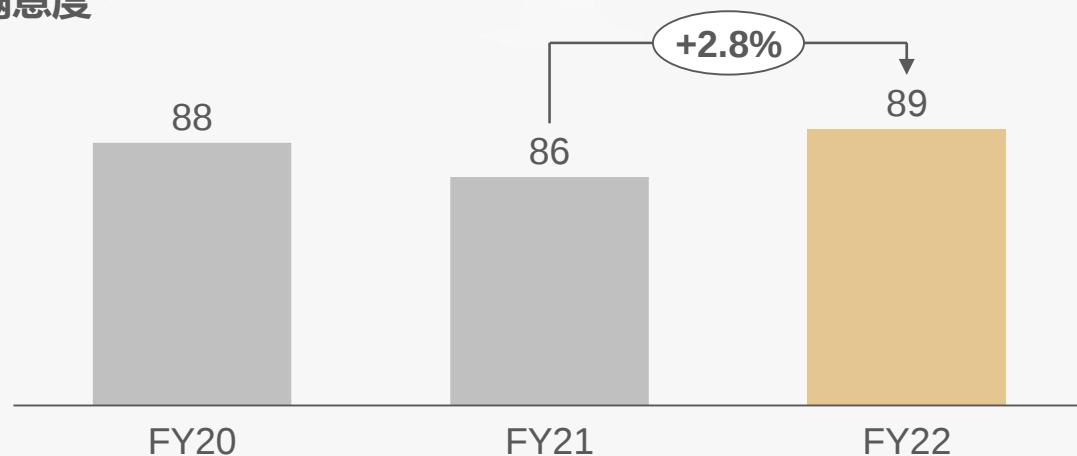
管理规模：**364万平方米**



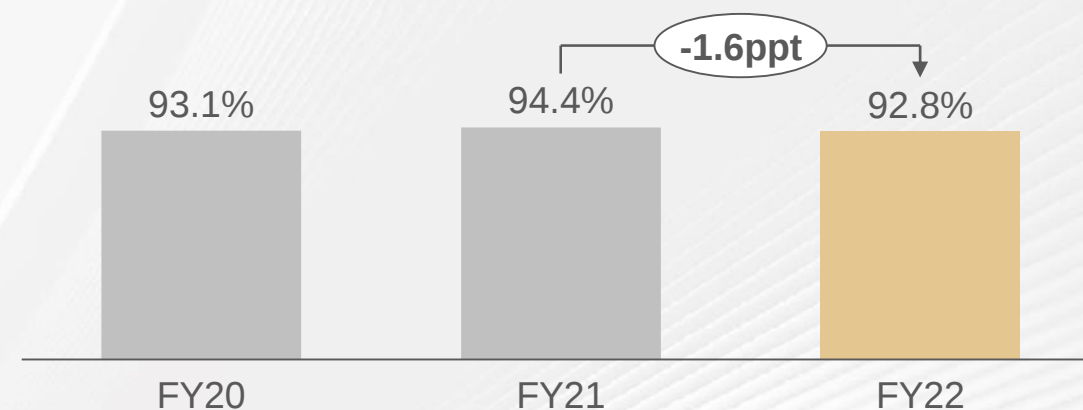
物管业务—服务质量

践行高品质服务理念，效率指标保持行业领先，基础物业毛利率水平维持稳定：客户满意度89分，保持行业领先水平；续约率98.0%，收缴率92.8%，在疫情常态化防控的艰难环境下维持高位；基础物业毛利率同比上涨0.5个百分点至15.5%。

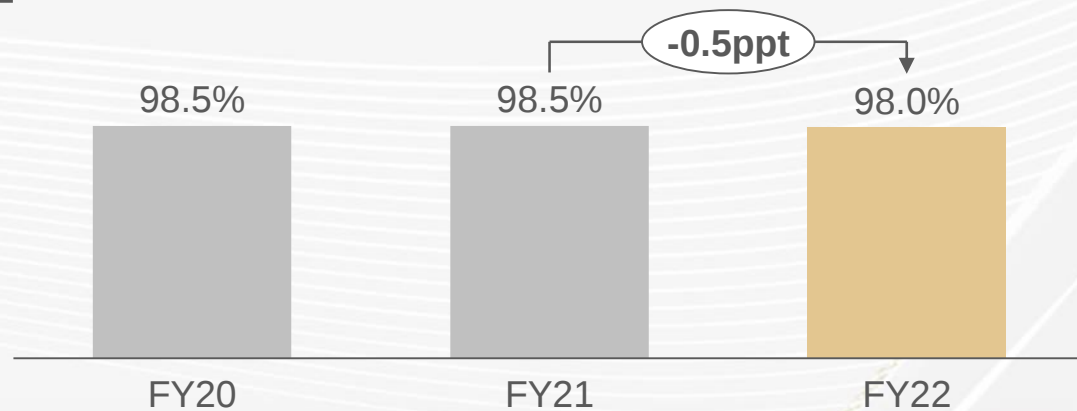
客户满意度*



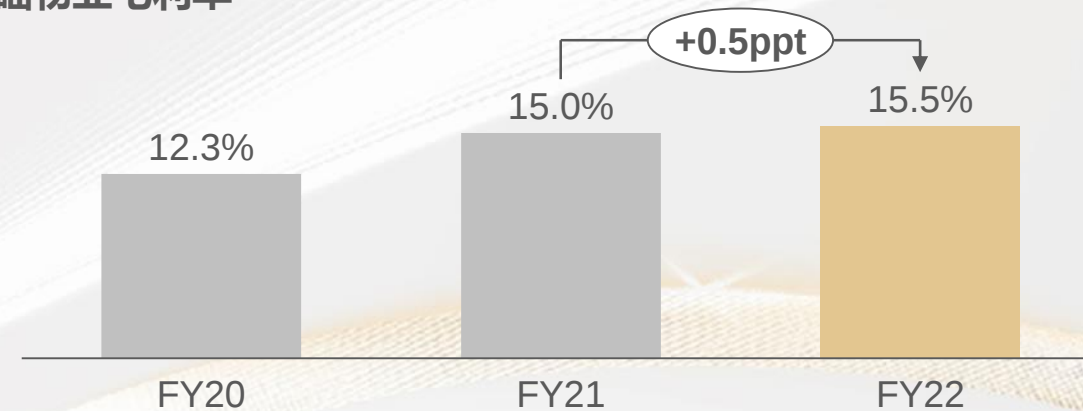
收缴率*



续约率*



基础物业毛利率*

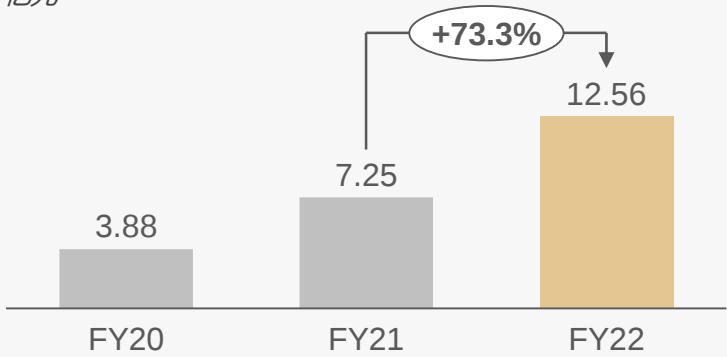


*不含本年收并购项目。

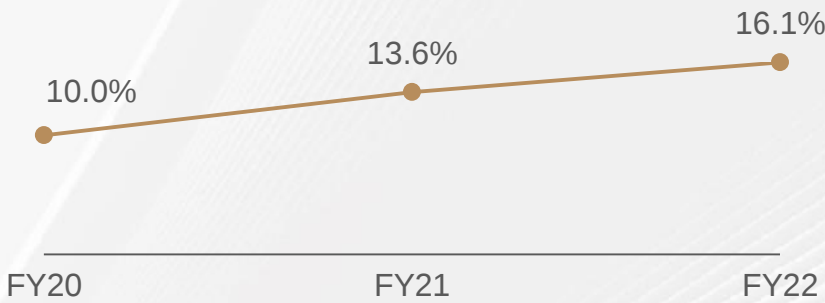
物管业务-社区增值服务

持续深耕五大业务赛道，打造一站式生活服务平台：社区增值服务收入同比增长73.3%至12.56亿元，社区增值服务占物管收入比持续提升2.5个百分点至16.1%，其中“懒人装修”和“一呼管家”收入同比增长超100%。

社区增值服务收入
亿元

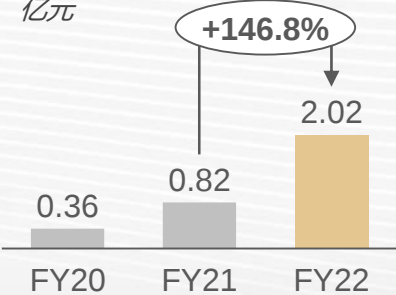


社区增值服务收入占物管板块收入比

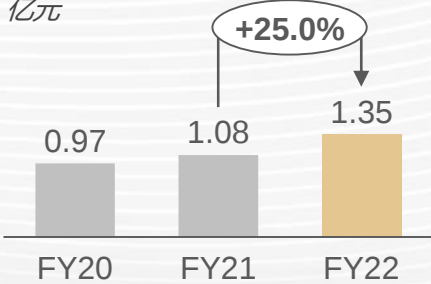


持续深耕五大业务赛道

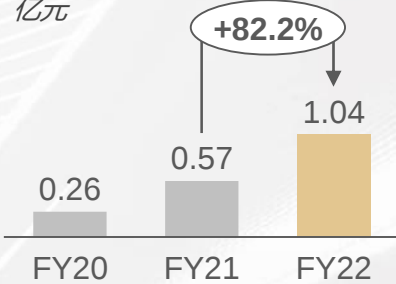
“懒人装修”收入
亿元



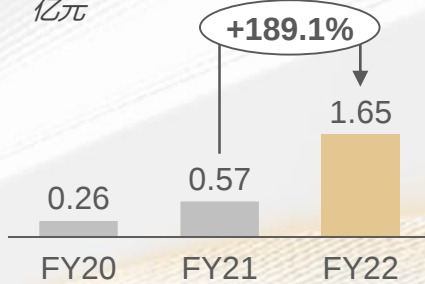
“芝麻空间”收入
亿元



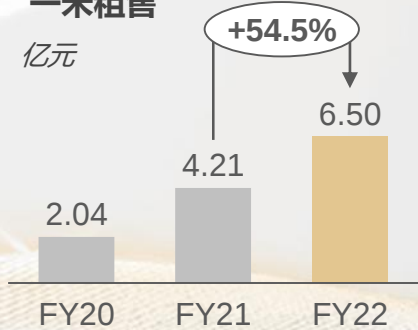
“润物直选”收入
亿元



“一呼管家”收入
亿元



“一米租售”收入
亿元



收并购—投后整合

高质量实现禹洲、中南项目交割，有序推进并购企业融合：禹洲、中南项目投后融合平稳有序，通过战略融合、组织融合、文化融合，保障投后业绩兑现。2022年禹洲和中南项目为公司贡献并表收入14.40亿元，净利润1.04亿元，全面实现年度投后业绩目标。

投后业绩全面达成

	FY22并表收入	FY22并表净利润	综合毛利率	综合收缴率
中南项目	9.71亿元	0.78亿元	22.8%	85%
禹洲项目	4.69亿元	0.26亿元	19.2%	87%
合计	14.40亿元	1.04亿元	-	-

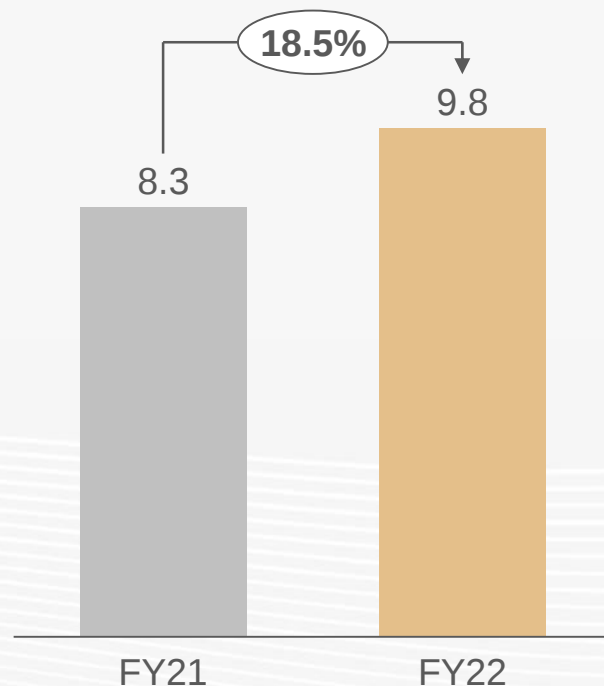


有序推进并购企业融合

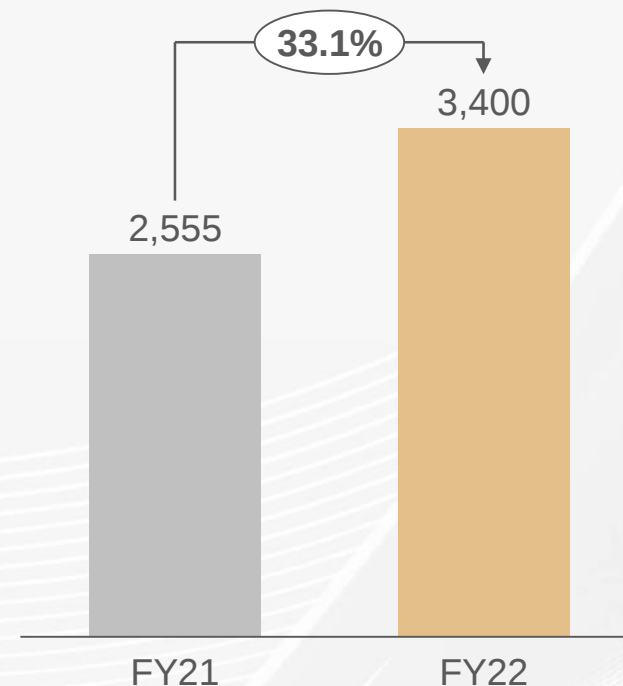


大会员体系搭建初见成效：年内正式发布大会员积分品牌“万象星”，实现置地内全业态、集团内主要业务单元以及外部合作伙伴间的积分通。持续做大积分池，年内发放与兑换万象星总金额约9.8亿元，同比提升18.5%。通过持续的积分和权益运营，截至年底万象星会员总量按年提升33.1%，达3400万人。

年内发放与兑换万象星金额
亿元



大会员总量
万人



“万象春暖”主题活动

- 引入**商管资源**进驻物业服务社区，提升活动品质，扩大项目影响力，增强万象服务品牌理念。
- 该活动在全国**42**个城市的**154**个物业社区落地开展，**近百个**商管租户品牌参与本次**跨业态联动**。



组织体系重塑及人才供应链构建

持续打造“架构扁平、人效优先、敏捷高效”的组织，重塑物业组织体系，推动公司整体中后台职能专业共享平台建设，引进高量级人才升级人才结构，大力培养商管、物管关键岗位后备人才，助力万象生活“十四五”战略目标的达成。

打造扁平高效的组织管理体系

- 落地物业组织变革，打造“**总部-城市公司**”**两级扁平组织**。
- 物业项目平均管理面积提升了约**35万平米**，实现**组团化专业管理**。
- 城市公司核心管理团队80后占比提升了**18%**，本科及以上学历占比提升了**5%**。
- 推动落地职能区域专业平台建设，通过专业集中化、同城共享化管理，人均效能预计提升**15-20%**。

引进高质量人才

- 2022年全年，高量级数字化人才引进**217人**，其中**41%**新员工来自互联网头部大厂。
- 2022年全年，物业市场拓展团队引进**204人**，**72%**新员工来自头部物业管理公司（前十名）。

人才梯队培养

1. 重点关注两类关键群体

- 开展“万象将才”三期班，加快后备店总人才训练。
- 人才盘点挖掘高潜进入后备物业项目总培养考察。

2. 塑强腰部力量

- 商业“万象英才”门店部门负责人后备培养，覆盖未来3年后备人才。
- 物业“万象英才”物业大项目负责人后备培养，强化在岗训练。

3. 穿透一线年轻人才培养

- “万象优才”培养项目，研发商业门店、物业项目专业负责人岗位学习地图，标准化学习路径和内容，常态化覆盖一线业务专业岗位学习。
- “万象隼才”商业和物业校招生职业化培训、专业轮岗培养。

商业数字化技术应用业务初见成效，物业数字化管理与服务能力进一步夯实：商业侧升级三大重点场景数字化运营能力，实现运营服务增效；强化会员精细化运营能力赋能人效营收双提升，“一点万象”服务焕新进一步升级客户服务体验，助力商管业绩实现；物业侧坚持高品质服务理念，全新发布“朝昔”物业管理系统，重点焕新物业收费系统，全面提升物业服务效率与体验，为物管利润提升夯实基础。

助力商管业绩实现

轻资产数字化经营能力强化

- ✓ 空间运营场景：升级铺位管理、资源管理数字化能力，提升空间利用率和运营收入。
- ✓ 会员交易场景：通过数字化产品和平台，拓展会员消费场景、沉淀交易数据，提升商场经营能力。
- ✓ 经营决策场景：实现不同管理视角的多维度精细数据分析、交叉对比，支持高效科学决策。

招商效率
租金水平

会员交易转化率
积分抵扣率

管理效率
决策效率

会员精细化运营效率提升

- ✓ 打造“营销画像平台”，精准挖掘用户画像，助益会员运营人效、项目营业收入双提升。

营销筹备时间

3-5天缩短至
1 小时

试点项目沉默会员

营销转化率提升
100%

客户服务体验升级

- ✓ “一点万象”全面升级，“集星、停车缴费”更便捷，智能客服、内容社区打造7x24小时全天候服务，会员价值进一步释放，助力商管业绩实现。

2823 万
注册会员

15.98 亿元
线上交易金额

+85%
线上活跃时长

内容消费用户

+78%
线上交易金额

“朝昔”物业管理系统

- ✓ 员工端APP实现所有物业服务场景在线标准化作业，提升一线员工服务效率。
- ✓ 业主端APP以好服务换好口碑，试点项目业主注册率达71%。

夯实物管利润提升基础

物业收费系统

- ✓ 业主基础物业费 and 增值服务费，从缴费、入账到开票全链路自动化，提升财务作业人效，降低物业管理成本。
- ✓ 实现业主在线缴费，全面提升缴费体验。

4 ESG



成都东安湖公园

首次制定并发布公司层面“153” ESG战略：确立以万象生态为核心，涵盖以人为本、伙伴共赢、绿色发展、诚信经营为重点领域的可持续发展策略，致力于成为“可持续发展表现引领行业的世界一流企业”。



1 个愿景

成为可持续发展表现
引领行业的世界一流企业

5 大领域

万象生态 | 以人为本 | 伙伴共赢 | 绿色发展 | 诚信经营

3 大价值

引领商业进步 助力城市发展 共创美好生活



万象生态

立足生态圈业务模式，通过整合优质资源，运营全业态城市空间，为全客户提供高品质服务，赋能城市经济增长和活力迸发，塑造城市人文与艺术气质。



以人为本

秉持“尊重人的价值，开发人的潜能，升华人的心灵”宗旨，创新人才吸纳，构建立体人才发展体系，提升员工幸福感、获得感，与员工共享发展成果。



伙伴共赢

携手上下游合作伙伴，致力于构建“互利共赢、共同成长、彼此成就”的伙伴关系，共同开展可持续行动，共同提升可持续表现。



绿色发展

将绿色理念贯穿于全业务，将绿色目标贯穿于全项目，将绿色管理贯穿于全流程，最大程度减少对环境气候的影响，助力形成绿色、低碳、人与自然和谐共生的局面。



诚信经营

秉持“诚实守信”核心价值观，通过持续完善现代管治体系，恪守商业道德伦理，推动公司长期稳健经营和永续发展。

环境、社会及管治

完善ESG信息披露机制：形成年度可持续发展报告、公司官网、官微为渠道的信息披露体系。获纳入“恒指ESG增强指数”“恒指ESG增强精选指数”，MSCI（明晟）ESG评级表现向好。



- ▶ 结合HKEX ESG、CASS-CSR4.0指标体系，发布公司第二份可持续发展报告。
- ▶ 公司官网、官微开设可持续发展专栏/专题，聚焦公司实践亮点，披露反腐败反贿赂政策、不合规行为举报政策、气候和环境变化政策、能源政策、职业健康和安全管理政策、员工权益政策等政策，提升披露质量。



- ▶ 获纳入“恒指ESG增强指数”“恒指ESG增强精选指数”。



- ▶ 多项MSCI议题表现向好：在碳排放、健康与安全、劳工管理、公司行为等核心议题表现得分获得提升，总体维持“BBB”评级。

打造国内绿色低碳的轻资产管理标杆企业：积极响应国家“双碳”目标，明确落地路径，确立“2030碳达峰、2050碳中和”双碳战略管理目标，从业务优化和管理提升制定绿色商管、绿色改造、绿色物管、绿色办公、绿色供应链、绿色资产、绿色品牌在内的7大减碳计划。



华润万象生活碳排放范围

范围1&2 需要披露	华润万象生活拥有或直接控制的排放源 华润万象生活为自身生产经营的外购能源	根据国际规则（GHG Protocol、ISO 14064），华润万象生活必须披露的范围1&2包括总部及各级区域办公室、公司车辆所产生的碳排放，以及包租购物中心公区所产生的碳排放
范围3 不强制披露	在供应链上下游中，华润万象生活提供服务并能影响能耗的所有业务范围	除了范围1&2以外的碳排放，包含公司员工通勤等上下游碳排放，其中范围3中的购物中心/写字楼（公区和租区）、住宅公区则需要进行区别化管理，住宅公区甚至未来可能成为1&2



华润万象生活碳管理目标

2030碳达峰、2050碳中和

1	碳目标
范围1&2 办公区域 + 包租购物中心(公区)	
30年达峰 50年中和	
2	管理要求
范围3 置地自持购物中心(公区) + 置地自持写字楼(公区)	
按自提目标实施内部定量管理	
3	管理要求
范围3 外拓第三方购物中心和 写字楼 住宅物管公区	
内部实施定性管理，暂不设定量目标	



华润万象生活碳战略框架

总体目标

打造国内绿色低碳的轻资产管理标杆企业

7大减碳计划

绿色商管

绿色供应链

绿色改造

绿色资产

绿色物管

绿色办公

绿色品牌

业务优化

+

管理提升

免责声明

本报告中的所有信息和数据仅供参考和一般信息之用。所有观点均为华润万象生活有限公司（「华润万象生活」）或其附属公司，联营公司或联属公司于截至本报告日期的判断，如有更改，恕不另行通知。华润万象生活尽其最大审慎提供信息，但不对内容之准确性、完整性、可靠性、可用性和及时性做保证。华润万象生活及其附属公司及联属公司特此声明：（i）本报告不涉及对用户和/或任何第三方的任何形式的（明示或暗示的）保证、承诺或责任，包括对于任何特定用途的准确性，及时性，完整性或适用性的保证；及（ii）任何情况下，华润万象生活及其附属公司，联营公司或联属公司都不会因使用本报告包含的全部或部分内容而造成的或与之有关的任何间接、附带或结果性损失负责或承担责任。