

# 2021家居上市公司喜与忧

岁末年初,盘点2021年家居上市公司,可谓喜忧参半。

有的很“Lucky”,或一骑绝尘,独领风骚,风光这边独好;或身怀绝技,逢山开路,遇水搭桥,成功闯过险关;或遭遇重大打击,却能成功脱险,傲然挺立。

有的很“Emo”,或涉嫌财务造假,黯然退市;或曝劣质工程,登上质量黑榜;或面临巨额赔偿,产品被指忽悠。

北京商报特地选择4家“Lucky”企业和4家“Emo”企业,发布2021家居上市公司“Lucky榜”和“Emo榜”,揭示“Lucky”背后的玄机,树立榜样;分析“Emo”之源,警醒行业。



## 【Lucky榜】

### ■ 居然之家:业绩承诺延期规避对赌难关

2021年6月14日,居然之家发布公告,经批准,将上市之初计划在2019-2021年间完成的业绩回报,延长至2022年。

居然之家2019年12月在A股上市时,曾经向投资者做出业绩对赌:居然之家家居连锁在2019-2021年度,实现扣非后归母净利润分别为20.6亿元、24.16亿元和27.194亿元。2020年疫情下,停业、减租、让利等措施,让居然之家这类卖场受到影响,当年业绩未能达到预期。

2021年居然之家三季报显示,实现扣非后归母净利润为17.19亿元,全年要达到24.16亿元的目标承诺,并无悬念。对于业绩承诺的考核延期一年,居然之家成功规避了对赌难关,可以轻松地调整策略,实现业绩增长。

### ■ 红星美凯龙:成功定增暂缓缺钱危机

2021年10月21日,红星美凯龙宣布实现上市后首次定增,公开发行股票约4.5亿股,募集资金总额37.01亿元。

缺钱,一直是2021年困扰红星美凯龙的重要话题。

卖掉房地产业务输血、扔掉商业业务止损等说法,并非空穴来风,更有消息称红星美凯龙的资金缺口高达800亿元。此次红星美凯龙的17名定增对象,包括国泰君安、信达证券、睿远基金、财通基金、诺德基金、法国巴黎银行、阿里巴巴(成都)软件技术有限公司等国内外知名机构。全明星阵容不仅展现红星美凯龙广受资本市场认可,也进一步实现了股东阵容和资金来源的多元化。

成功定增,红星美凯龙暂时缓解了资金短缺的危机。

### ■ 喜临门:剥离影视换得市值暴涨

2021年12月14日,喜临门以35.4元收盘,盘中一度涨至37.88元,创历史新高,总市值达137.1亿元。近一年的时间里,喜临门市值增加了60.55亿元,增长79.1%。

喜临门市值大涨之“喜”来源于它成功地剥离了影视业务,甩掉包袱。2015年5月,喜临门以7.2亿元收购浙江绿城文化传媒有限公司100%股权,后更名为浙江晨喜华视文化传媒有限公司,专业从事影视剧制作与发行。短暂的品牌提升和业绩助力之后,晨喜华视2018、2019年相继亏损0.39亿元、0.62亿元,开始拉喜临门的后腿。2020年12月29日晚,喜临门发布公告,将晨喜华视60%股权以3.6亿元人民币转让给岚月影视。

喜临门2021年中报显示,上半年公司营收31.06亿元,同比上升57.25%;归属上市公司股东净利润约2.18

亿元,同比大涨412.17%;经营活动产生的现金流量净额1.8亿元,同比上升192.6%。适时剥离非主营业务,喜临门在漂亮的业绩支撑下市值暴增。

### ■ 梦天家居:年关时节成功登陆A股

2021年里,众多家居企业开展IPO,但成功敲钟者寥寥。距离2021年结束仅半个月,梦天家居在上海证券交易所敲钟上市。12月15日梦天家居股票开盘后即涨停,上市首日涨幅达44.01%,总市值达53.75亿元。

梦天家居成功上市,除了原来的木门业务稳步增长以外,墙板和柜类业务也为其业绩提升大大助力。2021年上半年,梦天家居柜类业务收入1.01亿元,占主营业务的19.38%;墙板业务收入7656.26万元,占主营业务的14.65%。不盲目扩张,只向相关业务拓展;“门墙柜一体化”模式已经成为木门行业发展壮大的标杆。

## 【Emo榜】

### ■ 宜华生活:涉嫌财务造假黯然退市

宜华生活在2021年里成为家居行业的一个另类:涉嫌财务造假而黯然退市。

2021年2月23日,在连续两年收到交易所问询函、证监会通报企业涉嫌报告存在严重虚假记载后,宜华生活这个2004年上市的老牌家居企业正式停牌。此前,其股价从巅峰时期的每股23.7元一路下挫,4年累计下跌97%,停牌时仅为每股0.52元,成为退市新规下的首只“1元退市股”。

证监会通报的事实表明,2016-2019年宜华生活通过虚构销售业务、虚增销售额等方式虚增利润20余亿元,通过伪造银行单据等方式虚增银行存款80余亿元,还未按规定披露与关联方资金往来300余亿元。宜华生活,本该“宜华”,还会“生活”,却利用资本盲目跨界、投资,本末倒置,最终被驱逐出资本市场。

### ■ 齐家网:曝劣质工程登上质量黑榜

在香港上市的齐家网,自诩“家装服务优选平台”,推荐的家装公司却频曝劣质工程。北京商报报道的一个典型案例是:2020年9月底业主通过齐家网推荐的金圣装饰装修,不仅工程劣质,而且增项不断、工期严重延误,直到2021年5月,历时7个月、逾期4个多月仍入住无望,索赔未果。

调查发现,类似这样针对齐家网推荐的家装公司装出劣质工程的投诉并非个案,而它的商业模式就是一个“坑人模式”:它声称提供优质方案的“三家PK”模

式只是为了收取三份信息费,承诺“先装修,后付款”的“齐家保”三方协议只是为了骗取业主信任。为了让自己推荐的家装公司赚到钱,从而持续地收取信息费,齐家网采用“劣中选劣”的商业模式,让一些自身无法引流、难以生存的家装公司得以存活,打着监管的幌子,纵容劣质工程泛滥,让众多业主受到伤害。

在2021年7月19日举行的2021第五届中国家居品牌大会上,齐家网因曝劣质工程而成为2020-2021中国家居十大质量黑榜之首被公开曝光。

### ■ 梦百合:被判赔1.59亿元还被指“夸大宣传”

主要做海外买家的梦百合,因为一个诉讼的失利,陷入了巨额赔偿的漩涡。梦百合2021年9月2日晚间发布的公告透露,公司被判向原告BENJAMIN FOLKINS合计赔偿约2471万美元(折合人民币约1.59亿元)的巨款。对于主营业务是卖床垫的梦百合来说,这还真不是一笔小钱,毕竟在其高速发展的2019、2020年,净利润也不过3.74亿元、3.79亿元。

祸不单行的是,2021年1月25日,上海市消保委发布的床垫比较试验结果通报(2020)显示,标称由梦百合家居科技股份有限公司销售的幻梦0压厚垫(标称商标:梦百合0压床垫),其海绵拥有专利,专利名称为一种适用于平泡发泡工艺的MDI体系的非温感记忆棉”,但网页宣称“专利0压棉纤维”,属于“用商品名替代专利名”,涉嫌夸大宣传。

被判巨额赔偿,又被指“夸大宣传”,梦百合的2021年,着实过得并不轻松。

### ■ 公牛集团:因反垄断调查被罚2.95亿元

2021年9月27日,公牛集团收到浙江省市场监督管理局出具的《行政处罚决定书》,因违反反垄断法被处2020年度中国境内销售额98.27亿元3%的罚款,金额约为2.95亿元。

处罚书指出,公牛集团违反了《中华人民共和国反垄断法》第十四条中“禁止经营者与交易相对人达成下列垄断协议,一是固定向第三人转售商品的价格,二是限定向第三人转售商品的最低价格”的规定,揭示了行业潜规则。

尽管公牛集团被处的罚款金额占该公司最近一期经审计净资产的3.23%,占公司最近一期经审计净利润的12.74%,但对于公牛集团来说,已经具有市场垄断性,罚点钱也伤不了筋动不了骨。倘若这次罚款能够让公牛集团不再违反市场竞争规则,让插座行业形成公平竞争态势,让消费者获益,那才真是善莫大焉。

北京商报记者 孔文懿 文 贾丛丛 漫画

## 我们的数字新生活

【我们的数字新生活】  
【数字新生活】  
【数字新生活】  
【数字新生活】

【数字新生活】  
【数字新生活】  
【数字新生活】  
【数字新生活】

【数字新生活】  
【数字新生活】  
【数字新生活】  
【数字新生活】

## 一款App引发的家装消费变革

一款App的出现,暗藏家居行业数字化变革的宝藏。在家挑选、到店购买、随时获取装修案例,且产品有品质保障,这样快乐简单的家居购物体验越来越多,其背后是数字化工具“洞窝”。2021年6月,家居建材流通领域巨头居然之家推出商品零售运营平台洞窝,被不少业内人士视为家居“美团”,其本地化的运营方式,正让家居消费变得快乐简单。

### 在线网罗同城好物

过去的家居消费链条长、不透明、效率低,有过装修经历的消费者恐怕都遇到过这样的场景:为挑选一张床跑遍家居卖场,订的沙发迟迟不到货也不知该找谁负责、售后屡出问题遭到商家推诿。这种情况随着一款App的发布或得到改善,它就是洞窝。

2021年6月初,居然之家上线运营洞窝App,聚焦本地装修用户在建材家具的消费决策、到店体验、服务标准,实现全流程标准化及可视化,优化各个环节,带来体验和效率升级。消费者打开洞窝App,页面中显示众多家居品牌及产品,分别按照不同品类及所处店面划分,平台可自动匹配距离消费者最近的店面位置,方便其快速找到心仪产品。

目前,洞窝App已覆盖北京八角店、金源店、丽泽店、玉泉营店、北四环店、大兴店、十里河店、顺义店等全部8家门店品牌及产品。除北京外,杭州、成都、重庆、郑州、武汉、西安、哈尔滨、天津、太原、呼和浩特、沈阳、长沙、长春、上海等14座城市的消费者也能通过洞窝App获取同城家居卖场的信息。

对消费者来说,在洞窝App可网罗同城家居好物,先选好家具再去逛店,省去很多时间和精力;下单后,消费者可以实时看到最新的产品物流信息,更好把握装修进度;售后遇到问题,直接在平台进行申诉,会有专人进行处理,客户权益得到保障。

“围绕居然之家的核心商业竞争力、优势以及基因,洞窝App将用户需求可视化分解,进行效率升级,优化各个环节。”居然之家新零售集团副总裁李杰表示,洞窝App通过功能呈现、虚拟线上服务和场景化构建,不断优化消费体验。

### 门店数字化大改造

线上浏览信息,线下逛店体验,家居消费才能形成闭环。

走进居然之家的线下家居店面,北京海淀业主刘

女士看到产品旁边也增设了洞窝App二维码,通过洞窝App的扫一扫,可将目标产品直接加入购物车,随时随地都能继续了解、分享、下单,大大提高了决策效率。无论是在线浏览还是线下逛店,消费者都不必再反复记录产品信息,直接将目标产品添加至虚拟购物车中,相关内容一目了然。将来,消费者通过洞窝App能买到任何商品,而且通过最近门店配送,将能在极短的时间内收到货。

洞窝App的加入,只是居然之家门店数字化改造的其中一步。2018年初,与阿里巴巴开启战略合作以来,居然之家以设计和家装、本地化零售、后家装服务为切入点,数字化转型加速前进;在居然之家的带动下,大约有1.4万个居然之家卖场内的品牌实现了商品数字化工作,这个数字仍在不断攀升。“居然之家新零售集团副总裁李选选向北京商报记者表示:“目前全国已经有271家门店完成了数字化门店的基础能力建设,由于居然之家门店会有新店开业的计划,可以说数字化改造是个长期工程,会随着居然之家的连锁发展不断前进。”

### 考验企业组织能力

消费者体验到洞窝App带来的便利服务,是居然

之家打造数字化家装家居产业服务平台的一环。电商分析师唐兴通认为:万物互联时代,传统家居有很大的机会和挑战,考验的是企业核心组织能力”。

“家装建材行业可以说是各个行业中互联网化最弱的一个,之前这个行业的商家之所以没有转型,要么是考虑到成本过高,要么是摸不到转型的门路,现在这些商家可以跟着居然之家一起探索转型的道路,共同进步。”李选选表示,居然之家的数字化转型是给家居行业尤其是众多商家指引了一个方向,同时也通过不断实践给商家一些行之有效的方法论。

私域电商研究中心主任庄帅认为:“家居打通线上线下数字化需要经历三个阶段:第一个阶段是信息获取,包括装修公司、设计师、商品信息及评价;第二个阶段是商品交易,消费者可以在平台上下定单;第三个阶段是服务体系,包括在线效果图、远程监控施工等”。

“对于传统的家居卖场来说,之前是本地化的零售店,在万物互联的时代,它们可能要走向物联网运营的维护、维修以及上门安装、调试处理,很大的挑战是如何将物联网的数字化能力嫁接到既有商业模式上。”唐兴通表示。

北京商报记者 孔文懿

家和家美·京东红木家具旗舰店  
线上线下一体化零售全面启动



家和家美 | 京东家具  
— 南四环吕家营红木第一城一层五号门 —



红木第一城地址:东南四环吕家营村社区1-8号,十八里店南桥往北200米红绿灯(吕家营餐饮街南口)见红木第一城牌楼左转直行即到。 热线电话:010-87328803,87693855