

证券代码：601828

证券简称：美凯龙



红星美凯龙家居集团股份有限公司

（住所：上海市浦东新区临御路 518 号 6 楼 F801 室）

关于非公开发行 A 股股票募集资金使用的 可行性分析报告

二〇二〇年六月

一、本次募集资金的使用计划

公司本次非公开发行拟募集资金总额不超过 400,000.00 万元，扣除发行费用后的募集资金净额将用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称		项目投资金额	拟使用募集资金金额	
1	家居商场建设项目[注]	1.1	佛山乐从商场项目	126,781.96	100,000.00
		1.2	南宁定秋商场项目	60,668.75	56,000.00
		1.3	南昌朝阳新城商场项目	58,988.02	40,000.00
	小计		246,438.73	196,000.00	
2	天猫“家装同城站”项目		89,054.00	22,000.00	
3	3D 设计云平台建设项目		62,318.00	30,000.00	
4	新一代家装平台系统建设项目		62,898.00	35,000.00	
5	偿还公司有息债务		117,000.00	117,000.00	
合计			577,708.73	400,000.00	

注：佛山乐从商场项目、南宁定秋商场项目以及南昌朝阳新城商场项目总投资金额分别为 180,000.00 万元、100,000.00 万元以及 100,000.00 万元。表格中各家居商场建设项目投资金额为后续拟投入金额，系扣除截至本预案披露日公司已使用自有资金投入部分后仍需投入的金额

本次非公开发行募集资金到位后，如实际募集资金净额少于拟投入募集资金总额，不足部分将由公司以自筹资金解决。同时，公司将按照项目的轻重缓急、进度的实际情况等因素，调整并最终决定募集资金投入的优先顺序及金额。本次募集资金到位前，公司将根据上述项目实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位之后按照相关法规规定的程序置换前期投入。

二、本次募集资金投资项目情况

（一）家居商场建设项目

1、家居商场建设项目的实施背景

我国国民经济近 20 多年来一直维持稳定快速发展的良好态势，国民经济各项经济指标连年维持高速增长，在健康快速的经济背景发展下，家居建材行业获得了坚实的发展基础。国民经济高速增长提高了居民消费能力，家居装饰的消费支出也随之提高，在

此大背景下我国的家居建材行业快速成长。由于家居建材产品具有“重展示、耗空间”的特点，一般的生产商或者经销商凭借自身的渠道、终端网络，很难完全渗透到所在区域的每个市场。因此家居流通企业展现出巨大的市场价值，以各种卖场为代表的家居流通企业与生产商或者经销商密切合作，使家居建材产品具有更好的市场渗透力。

相比行业内的其他非连锁企业，全国性布局的企业可以凭借其规模优势，收集、整合各种商业资源，不断提高自身的盈利能力和风险控制能力。因此全国性布局，进行规模化发展已经成为行业内的发展趋势。在目前阶段，行业内企业的竞争焦点将集中于经营店面的选择和企业内部管理能力的提升，包括对各地优质商圈的培育和占领，对家居装饰及家具商场经营的理解，以及对公司战略的贯彻执行能力。

近年来，公司根据我国各地的市场特点和公司自身发展状况，通过门店拓展进一步提升市场占有率和覆盖率，强化对市场的控制力和影响力。北京、上海、深圳和广州等特大型城市是家居建材流通行业最为密集的区域，市场需求已逐渐趋于饱和。本次募投项目建设所在地，包括佛山、南宁、南昌等城市的家居装饰消费需求随着当地经济的发展而增长，公司在这些城市建设家居商场网络，有利于完善公司的战略布局，进一步提高市场占有率。

2、家居商场建设项目的可行性

（1）符合国家产业政策

国务院和商务部等政府部门相继出台《关于促进连锁经营发展若干问题》、《国务院关于进一步促进流通业发展的若干意见》、《国内贸易流通“十三五”发展规划》等多项行业政策法规，为行业发展经营创造了良好的外部环境。募集资金投资项目的建设有助于促进家居装饰及家具产品的市场流通，符合国家的产业政策的发展方向。

（2）品牌和客户资源优势为公司发展提供保障

公司是国内领先的家居装饰及家具商场运营商。截至 2020 年 3 月 31 日，公司经营了 87 家自营商场，249 家委管商场，通过战略合作经营 12 家家居商场，并以特许经营方式授权开业 46 个特许经营家居建材项目，共包括 428 家家居建材店/产业街，总经营面积约为 20,999,766.62 平方米。公司通过自营商场与委管商场双轮驱动的发展模式占领了一线城市、二线城市核心区域的物业，同时积累了丰富的商场营运经验，不断提升

品牌价值，并构建了较高的进入壁垒。

公司强大的品牌影响力、良好的客户资源基础，以及强势的广告宣传大大缩减了招商时间和招商成本，为家居商场建设项目建设提供了有力的保证。通过家居商场项目的建设，公司能持续快速提升公司在当地的市场竞争力和影响力，从而提高募集资金的使用效率，进而有效确保股东利益最大化。

（3）成熟的招商合作模式

公司招商的成功与否对公司发展起到至关重要的作用。公司积累了丰富的行业开发和管理经验，从项目前期可行性研究、规划设计、建筑施工、商场招商到后续开业经营都建立了一套规范内部运作体系。经过多年持续发展，公司在全国拥有良好的品牌形象与号召力。在招商方面，公司实行总部集中招商管理的模式。在招商过程中，公司坚持公开公平的原则，并与国际和国内的知名品牌商家建立了良好的长期合作关系，并与其中的品牌知名度高和开拓能力强的厂商建立长期稳定合作伙伴关系，从而有利于保障公司招商工作和开业后的商场出租率。基于良好的长期合作关系，公司商场家居装饰产品能稳定供应。同时，公司在招商过程中，能够通过媒体铺垫、报道、宣传、平面广告宣传等方式有效地吸引消费者。公司成熟招商模式为本项目的顺利实施提供了有力的保障。

（4）公司多年的开发管理和运营管理经验积累

公司已建立了成熟的商场拓展与管理标准化体系，确保了公司家居商场的快速持续扩张。经过多年发展，公司已积累了丰富的家居商场拓展经验，并形成了一套高效完善的拓展流程，具体包括市场分析、项目选址、工程建设设计、商家导入等环节的规章制度。为有效实施开拓业务，公司还设有专门的管理部门，对公司所有的家居商场信息予以搜集整理，对家居商场的开设予以审核，并对自营商场、租赁商场和委管商场在经营过程中的问题提出改进方案并监督方案后续的实施。同时，公司始终重视专业人才的培养和引入，建立了成熟完善的人力资源管理体系，有效地培养，吸引和留住管理人才。

公司自成立以来，率先提出“一站式”购物，坚持“市场化经营，商场化管理”的经营理念，并结合自身的企业文化，行业约定和品牌文化建立了合理有效的家居商场运营标准和监督机制。公司已积累形成了完善的家居商场管理制度，涵盖包括员工管理、售后服务管理、财务管理等各个方面，公司丰富的家具商场管理经验将为本项目的

实施提供重要保证。

3、家居商场建设项目的必要性

(1) 完善公司的战略布局，为新零售业务提供线下场景，加强市场竞争力

公司持续以“建设温馨和谐家园、提升消费和居家生活品位”为己任，并将继续遵循“市场化经营，商场化管理”的经营管理模式，为消费者提供更好、更专业的服务，巩固市场领导地位，巩固“红星美凯龙”品牌在消费者心目中的家居生活专家地位，以建成中国最领先的、最专业的“家居装饰及家具行业全渠道平台商”为企业的发展目标。

由于家居装饰及家具商场在选择物业时限制更多，适合作为家居装饰及家具商场经营的物业需要具有足够的经营面积和良好的交通条件等特性，因此，特定市场区域内的家居装饰及家具商场物业具有较高的稀缺性，而先进入特定市场区域的企业则将由于占据优势地理位置而取得较高的先发优势。公司计划通过建设佛山、南宁、南昌等城市家居商场的建设，进一步完善公司在当地及周边地区的家居商场网络布局，满足公司区域性的发展战略，在增强公司在当地的市场竞争力的同时，为公司新零售业务的开展提供线下门店场景，为线上线下新零售业务的布局奠定基础。

(2) 加强公司的长期盈利能力

公司在全国开设了家居卖场，通过自建、租赁和委托管理等多种方式实现了快速扩张。家居商场建设项目体现了公司自主拿地、自主运营商场及创造性的复制扩张的运营模式，保证了公司持续稳定的现金流收入。家装商场建设项目成功实施后，将提高公司年均租金收入，进而增加公司年均净利润。

(3) 提升公司整体品牌价值

近年来，我国家居装饰及家具企业纷纷加快连锁扩张的步伐，行业内竞争由追求卖场规模转向品牌建设、企业内部管理和紧密合作伙伴关系的建立等。由于进入行业较早，加之三十余年的积累，公司逐步奠定了家居装饰及家具行业的龙头地位。在快速稳步扩张的同时，凭借自营、委管模式有效的协同发展、客户资源丰富等多项优势，公司成为行业的领军者。公司取得的各项荣誉肯定了公司的发展成绩，也增加了公司的品牌知名度和壮大了公司的行业影响力。

家居商场建设项目的实施能进一步扩大公司的家居装饰及家具商场网点，完善公司的全国区域布局战略，同时有利于增强公司在行业内影响力，提高公司的品牌号召力，提升品牌议价能力，为公司的进一步扩张及业务拓展打下了良好的基础。

4、家居商场建设类项目具体情况

(1) 佛山乐从商场项目

1) 项目基本情况

项目名称：佛山乐从红星家居世贸中心

项目实施主体：佛山郡达企业管理有限公司

项目实施地点：顺德区乐从镇乐从居委会广湛公路水藤东侧红星美凯龙南面

土地面积：95,431.27 平方米

规划建筑面积：270,000.00 平方米

2) 项目证照取得情况

该项目已取得的资格文件如下表所示：

文件类型	文件编号
立项批复/备案	《广东省企业投资项目备案证》（备案项目编号：2017-440606-70-03-001801）
环评批复/备案	《建设项目环境影响登记表》（备案号：201844060600005241）
国有土地使用证	粤（2018）顺德区不动产权第 2218000559 号
建设用地规划许可证	地字第 440606201701588 号
建设工程规划许可证	建字第 440606201905138 号
建筑工程施工许可证	440606201909170101

3) 项目发展前景

本项目所在地佛山，是广东省地级市，珠江三角洲城市之一、粤港澳大湾区重要节点城市，是中国重要的制造业基地、国家历史文化名城、“广佛都市圈”、“广佛肇经济圈”、“珠江-西江经济带”的重要组成部分，全国先进制造业基地、广东重要的制造业中心，在广东省经济发展中处于领先地位。2018 年末常住人口 790.57 万人，2018 年全市地区生产总值 9,935.88 亿元，比上年增长 6.3%。全年全体居民人均可支配收入 49,630

元,比上年增长 8.3%,扣除价格因素,实际增长 6.2%;人均生活消费支出 34,053 元。

随着收入及消费水平逐渐提高,佛山居民对家居产品的需求日益增长,对于生活品质的追求持续提升。本项目的建设将满足当地居民日益提升的高品质生活要求,进一步推动当地家居市场发展。

4) 项目投资估算和经济效益

本项目后续投资估算及拟使用募集资金情况如下:

单位:万元

内容	项目投入资金	拟使用募集资金金额
建设投资	108,181.96	100,000.00
工程建设其他费用	17,400.00	-
预备费	1,200.00	-
合计	126,781.96	100,000.00

本项目经济效益情况如下:

单位:万元

内容	指标
项目建设完成后预计新增年均收入	40,548.56
税后投资回收期(含建设期)	11.13 年
税后内部收益率	10.00%

5) 项目进度情况与资金筹措

本项目建设期 2 年。项目投资金额为 126,781.96 万元,计划使用募集资金 100,000.00 万元,其余资金公司通过自筹等途径解决。

(2) 南宁定秋商场项目

1) 项目基本情况

项目名称: 南宁红星美凯龙世博家居展览中心

项目实施主体: 南宁红星美凯龙世博家居展览中心有限公司

项目实施地点: 南宁市江南区定秋立交与沙井大道交汇处

预计投资总金额: 100,000.00 万元

土地面积：45,947.16 平方米

规划建筑面积：166,442.00 平方米

2) 项目证照取得情况

该项目已取得的资格文件如下表所示：

文件类型	文件编号
立项批复/备案	《登记信息单》（项目代码：2018-450105-47-03-038528）
环评批复/备案	《建设项目环境影响登记表》（备案号：201945010500000020）
国有土地使用证	桂（2019）南宁市不动产权第 0043694 号
建设用地规划许可证	地字第 450101201900005 号
建设工程规划许可证	建字第 450101201900461 号
建筑工程施工许可证	450105201907192101

3) 项目发展前景

本项目所在地南宁，是广西壮族自治区首府、北部湾城市群核心城市，国务院批复确定的中国北部湾经济区中心城市、西南地区连接出海通道的综合交通枢纽。截至 2018 年，全市下辖 7 个区、5 个县，总面积 22,112 平方千米，建成区面积 372 平方千米，常住人口 725.41 万人，城镇人口 452.61 万人，城镇化率 62.4%。

南宁市 2018 年生产总值 4,341.4 亿元，增长 5.4%。全年社会消费品零售总额比上年增长 9.0%，城镇消费品零售额增长 8.9%。城镇居民人均可支配收入为 35,276 元，增长 6.2%。南宁市良好的经济发展势头带动了当地家居市场的进一步发展。

随着收入及消费水平逐渐提高，南宁居民对家居产品的需求日益增长，对于生活品质的追求持续提升。本项目的建设将满足当地居民日益提升的高品质生活要求，进一步推动当地家居市场发展。

4) 项目投资估算和经济效益

本项目后续投资估算及拟使用募集资金情况如下：

单位：万元

内容	项目投入资金	拟使用募集资金金额
建设投资	58,701.64	56,000.00
工程建设其他费用	1,967.11	-

内容	项目投入资金	拟使用募集资金金额
合计	60,668.75	56,000.00

本项目经济效益情况如下：

单位：万元

内容	指标
项目建设完成后预计新增年均收入	26,305.99
税后投资回收期（含建设期）	12.87 年
税后内部收益率	8.77%

5) 项目进度情况与资金筹措

本项目建设期 2 年，项目投资金额为 60,668.75 万元，计划使用募集资金 56,000.00 万元，其余资金公司通过自筹等途径解决。

(3) 南昌朝阳新城商场项目

1) 项目基本情况

项目名称：南昌红星美凯龙环球家居博览中心

项目实施主体：南昌红星美凯龙环球家居博览中心有限责任公司

项目实施地点：南昌市西湖区九州大街以北、子羽路以西、虎威路以南、桃花南路以东，西侧临南昌动物园，北侧为朝阳天成小区，南侧为恒大居住小区

预计投资总金额：100,000.00 万元

土地面积：56,874.00 平方米

规划建筑面积：188,705.55 平方米

2) 项目证照取得情况

该项目已取得的资格文件如下表所示：

文件类型	文件编号
立项批复/备案	《江西省企业投资项目备案通知书》（项目代码：2017-360103-72-03-020908）
环评批复/备案	《建设项目环境影响登记表》（备案号：201836010300000087）
国有土地使用证	赣（2018）南昌市不动产权第 0168945 号

文件类型	文件编号
建设用地规划许可证	地字第 360100201700161 号
建设工程规划许可证	建字第 360100201900175 号
	建字第 360100201900176 号
	建字第 360100201900177 号
	建字第 360100201900178 号
建筑工程施工许可证	360103201905270201

3) 项目发展前景

本项目位于南昌，是江西省省会、环鄱阳湖城市群核心城市，江西省的政治、经济、文化、科教和交通中心，国务院批复确定的长江中游地区重要的中心城市。2018 年南昌实现生产总值 5,274 亿元，增速为 5.43%，同比去年增长了 271 亿元，GDP 总量位居全省第一；2018 年，南昌市户籍总人口 531.88 万人。其中，城镇人口 294.55 万人，户籍人口城镇化率为 55.38%。年末常住人口 554.55 万人。2018 年，全市城镇居民实现人均可支配收入 40,844 元，比上年增长 8.4%，城镇居民人均消费性支出 26,081 元，增长 7.4%。

随着收入及消费水平逐渐提高，南昌居民对家居产品的需求日益增长，对于生活品质的追求持续提升。本项目的建设将满足当地居民日益提升的高品质生活要求，进一步推动当地家居市场发展。

4) 项目投资估算和经济效益

本项目后续投资估算及拟使用募集资金情况如下：

单位：万元

内容	项目投入资金	拟使用募集资金金额
建设投资	48,183.24	40,000.00
工程建设其他费用	10,804.78	-
合计	58,988.02	40,000.00

本项目经济效益情况如下：

单位：万元

内容	指标
项目建设完成后预计新增年均收入	14,241.76
税后投资回收期（含建设期）	13.21 年

内容	指标
税后内部收益率	5.95%

5) 项目进度情况与资金筹措

本项目建设期 2 年，项目投资金额为 58,988.02 万元，计划使用募集资金 40,000.00 万元，其余资金公司通过自筹等途径解决。

(二) 天猫“家装同城站”项目

1、天猫“家装同城站”项目的实施背景

2019 年 5 月 24 日，公司与阿里巴巴（中国）网络技术有限公司（以下简称“阿里”）签署了《战略合作协议》，双方将在新零售门店建设、电商平台建设、物流仓配和安装服务商体系、消费金融、复合业态、支付系统和信息共享等方面展开全方位、深层次的战略合作。过去近半年里，双方在大数据应用、商场数字化升级和线上线下一体化营销等方面取得了多个阶段性成果。

天猫“家装同城站”项目系上述公司与阿里战略合作中的重要环节，旨在借助阿里线上流量，结合美凯龙线下卖场，共创本地化家居新零售业务。互联网同城站即天猫平台的“红星美凯龙官方旗舰店”（以下简称“同城站”），采用 LBS¹ 技术进行本地化商品展示和本地化服务承接，可根据消费者地理位置向其线上推送所在区域的本地化商品界面。

消费者进入“同城站”界面后，后台系统会对消费者地理位置进行定位，并自动生成特定城市的“同城站”浏览界面。消费者足不出户即可选购同城线下美凯龙商场中的家居产品，并通过图文、视频、3D 场景等多种方式了解商品详情。选中特定商品后，消费者可采用线上直接购买或到附近门店购买两种购买方式，并可同步选取延长保修、花呗分期等增值服务。消费者完成下单后，可选择于线下商场自提产品或由品牌经销商上门配送安装。通过对接阿里和美凯龙的系统，实现“商品上架、订单、支付、服务”一体化。

2、天猫“家装同城站”项目的可行性

¹ 基于位置的服务（Location Based Services, LBS），是利用各类型的定位技术来获取定位设备当前的所在位置，通过移动互联网向定位设备提供信息资源和基础服务。

自 2019 年 5 月阿里入股美凯龙以来，双方已在战略投资、新零售门店建设、线上电商平台等多方面展开战略合作。其中天猫“家装同城站”项目就是双方在新零售领域的深度融合，由商户运营和商品运营两大板块组成。

（1）商户运营

商户运营是美凯龙与阿里在线上电商平台的核心合作模式，通过基于城市维度打造的本地化家居建材旗舰店，从聚焦本地消费和提升购物体验两个方向推进家居装饰及家具行业的新零售变革。该合作模式下，公司通过将商品、卖场数字化的方式与消费者的需求精准匹配。在增加消费者购物效率的同时满足消费者在线上、线下同质同价的需求，从而有利于实现商户线上、线下流量的快速增加。

（2）商品运营

商品运营的需求是基于目前年轻消费群体占比快速提升并结合行业特性应运而生的，是同城站商户运营模式的必要补充，同时也是实现家居装饰及家具行业新零售转型的积极尝试。商品运营将通过线下门店和线上同城站相互赋能，通过快速的供应链能力、新零售线上线下一体化的运营能力、服务能力协同优化，持续提升用户口碑，实现销售的快速增长。

3、天猫“家装同城站”项目的必要性

过去很长一段时期内家居消费在线上线下并未真正融合，家居装饰及家具行业对于新概念新技术的响应相较于其他标准品类行业有所滞后。家居装饰及家具行业品类之间具有高离散、高关联、高复杂的市场特殊性，同时行业产品又具有消费频次低、客单价高、商品重体验、个性化程度高的商品特性，并且行业智能化改造程度略低，导致潜力巨大的大消费市场一直没有被规模化整合，反映出来的行业特征在于品牌聚拢程度低，线上线下融合不够明显。

近年来各个行业开始“新零售化”，家居装饰及家具行业同样表现出对于新零售化的迫切需求，如何消除电商体系和经销商体系间较大的信息不对称，从而能够让消费者在线上也能买到和线下同款的高品质高单价产品，让消费者有更好地购物体验，是品牌商、经销商、家居卖场亟待解决的问题。

天猫“家装同城站”项目发挥阿里和美凯龙各自优势，通过更为贴近家居装饰及家

具行业的数字化改造，以城市为维度进行精准匹配，同时结合当下消费趋势以线上线下同质同价的产品和服务策略，有效解决了行业痛点，实现新零售模式的高效转化。通过设计工具的有效利用，利用互联网手段让行业提效，降低设计收费，让用户使用虚拟的家具完成家装，做到所见即所得，从而极大地提升了用户的消费体验。

4、天猫“家装同城站”项目的基本情况

（1）建设内容及实施主体

本项目将借助阿里线上流量，结合美凯龙线下卖场，通过商户与商品运营并行的方式，深化公司本地化家居新零售业务，重点解决目前家居装饰及家具行业线上线下信息不对称导致的融合效率低下的行业痛点，优化消费者购物体验，从而实现销售的快速增长。

本次建设内容具体如下：

1) 基于本地化服务（LBS）的新零售商品平台

通过本地化品牌和经销商运营，将线下商场的品质好货和优质服务上线天猫平台，依托阿里生态强大的商品零售能力，打造“同城同质同价”的家居装饰及家具行业新零售商品平台。

2) 以线上线下一体化为核心的营销推广平台

在家居新零售商品平台的赋能下，通过商户运营和用户分析推荐，与阿里联动打造以“天猫618”、“超级品牌日”、“天猫双11”等促销活动为核心的线上线下一体化的营销推广平台，解决家居消费低频次的痛点，实现经营效率提升。

3) 多场景高聚焦的专业直播平台

家居消费注重体验和个性化，与直播带货的方式存在天然的契合。公司将利用红星美凯龙现有门店、商户、导购和设计师资源，通过目前中国最大的直播平台之一-“淘宝直播”，以逛店、逛厂、逛工地等直播形式，打造家居装饰及家具行业专业直播平台。

本项目的实施主体为红星美凯龙悦家互联网科技有限公司以及上海安家网络科技有限公司，均为公司全资子公司。

（2）项目投资概算

项目总投资额 89,054.00 万元，主要用于平台建设及经营费用、人工成本及运营相关资本性投入，拟以本次非公开发行股票募集资金投入 22,000.00 万元。

（3）项目效益预测

本项目建设期为 2 年。本项目预计建设完成并全部达产后，可实现年均销售收入 71,463.46 万元，税后投资回收期（含建设期）为 6.8 年，税后内部收益率为 15.19%，具有良好的经济效益。

（4）项目审批或备案情况

截至本预案公告日，本项目备案事项正在办理过程中。

（三）3D 设计云平台建设项目

1、3D 设计云平台建设项目的实施背景

根据最新统计，全国家装公司总量已经超过了 10 万家。家装行业存在着科技化、信息化程度不高，数字化进程较慢的问题。随着家装市场从增量市场转型为存量市场，这对于家装企业数字化而言是发展机遇，创新将是未来企业增长的核心动力。

目前传统家装设计业务在开展的过程中主要还是通过平面装修效果图，但是表现方式的缺点比较明显，如方式手法单一、表现效果差、制作周期长、交互性差等。此外，客户对这种表现方式的审美疲劳导致设计师无法快速抓住用户需求，从而进行有效转化。

目前设计师在制作设计效果图时一般会调用本地化存储的通用模型，一方面是出于成本方面的考虑，另一方面是目前家居建材商品更新迭代周期不断缩短，商品模型缺乏流通性和共享性，因此商品模型化的成本很高，效益很低。基于上述原因设计师和厂家通过真实商品建模的动力不足，极少针对用户真实需求的家居商品建模并进行方案设计，其结果是效果图与装修结果大相径庭，无法做到所见即所得。

2、3D 设计云平台建设项目的可行性

（1）具有庞大的市场资源

通过多年来在行业内的经营积累，目前公司和 1.3 万家品牌商、4.6 万家经销商保

持着长期稳定的合作关系，公司具有项目开展所需的行业资源。本项目的成功开展可以帮助品牌商快速进行商品模型的数字化，门店的销售效率将大幅提升，有助于公司继续加深与品牌商经销商等的合作关系。

（2）具备项目开展所需的技术

本项目主要运用的技术为双引擎技术、AI 技术及大数据技术。双引擎技术可以做到全参数化+物理渲染，让设计更精准，让模型呈现的光、影效果回归真实。而基于 AI 技术，3D 云设计可以根据消费者需求智能匹配不同的设计风格，并直接在真实的户型场景、房屋构造中进行呈现，设计师可以据此为客户提供商品组合的最佳方案，从而实现用户体验和设计师效率的提升。此外，平台建设完成后，大数据技术可以对用户信息、用户使用习惯、用户家装方案等数据进行管理和分析，实现家装模型的管理和自动化处理。为了维护企业核心技术，公司正积极申请软件著作权、发明专利等知识产权，这将保障该项目的顺利实施。

（3）拥有过硬的团队实力

项目团队目前共有 154 人，核心团队成员曾供职于家得宝、百安居、AutoDesk 等国内外知名企业，拥有丰富的行业经验和国际先进的软件技术。

3、3D 设计云平台建设项目的必要性

（1）推动家居家装行业的数字化发展

家居家装产业在中国经历了二十多年的发展，通过数字化程度加快行业发展脚步的需求日益增加。随着科技水平的不断提升，云计算和数字化建模技术的发展降低了数字化成本，通过设计云平台项目的开发、建设和运营，数字化、智能、VR 全景等技术将全面应用于家居家装产业，从而带动室内装饰产业的数字化转型。

（2）推动家居家装行业商业模式的重塑与转型升级

随着互联网覆盖面的持续提升以及消费者年龄结构的变化，消费者网购的比重不断提升。在此背景下，很多家居类品牌纷纷开展线上业务。但由于目前行业的产品模型数字化程度较低，在电商平台也只能做到产品图片展示，缺少产品在用户家庭空间场景的展示，线上客户缺乏产品体验，因此家居家装产品的线上销售多年来一直增速较慢。

自 2020 年新型冠状病毒爆发以来，家居卖场、门店均无法正常开业，受疫情影响传统线下的营销活动也无法正常开展，传统的商业模式迫切需要转型升级。本项目的建设将数字化整合，构建起在线设计、在线沟通和在线营销的新模式，给消费者体验所见即所得的整体空间解决方案，将助力家居品牌线上业务的有效开展，从而推动家居家装行业商业模式的重塑与转型升级。

（3）赋能室内设计师服务客户，助力企业快速发展

目前室内设计师的绘图和渲染工具还是以 AutoDesk、3dsMax 等二、三维软件产品为主，在工作中使用这类工具时面临着学习成本高、操作复杂等问题。家装企业也存在着缺乏资金和技术实力部署集中式高性能计算中心和分布式软件技术平台的问题，从而导致方案设计周期长，设计方案交付能力无法快速提升，方案效果不能令用户满意，客户转化效率大打折扣。设计云项目平台的应用将依托互联网技术，促进云设计、大数据、智能化等技术在家装设计领域的深度融合应用，为室内设计师提供高效率、低成本的设计工具及设计资源，更好地帮助设计师服务于客户。

4、3D 设计云平台建设项目的的基本情况

（1）建设内容及实施主体

本项目基于大数据、云计算和 AI 等技术，致力于打造智能沉浸式家装设计互动一体化平台，促进家装家居装饰及家具行业的信息升级发展。项目主要内容包括：

1) 在线智能家装 3D 云设计软件开发

以“全参数化+物理渲染”双引擎技术为核心，通过对 AI 技术、云渲染技术的深度研发，实现了一键布局、智能匹配、以图搜模、智能推荐及 12K 全景图等行业领先功能。

①开发 AI 智能设计

通过机器学习，模型调用数据，商品组合搭配数据，设计师使用数据，用户画像信息数据等，实现设计方案中商品组合的最佳方案和商品推荐。

②建立户型数据库

通过户型快速搜索，样板间、产品组合方案一键导入，设计师可以在极短时间内找

到所需的标准户型，极大提升了工作效率。

③建立真实商品三维模型数据库

设计云平台上的设计师可以使用各个品牌的真实产品模型设计方案。同时，通过设计云平台经销商也可以设计出带有产品的样板间，在客户到店时直接调用和展示，从而为客户带去优质低成本的情景式消费体验。

④全景式多媒体互动演示服务

在传统交互方式的基础上，提供创新的交互模式，弥补 VR 仅能单人体验的不足，实现多人的沉浸式体验，实现家装方案实时预览，为客户提供更好的消费体验。

2) 设计云平台营销推广计划

通过媒体推广和参加行业峰会等活动，不断推广设计云平台，获得广大用户知晓并认同使用，快速扩大在全国范围内设计云平台的覆盖率。

本项目的实施主体为上海红星美凯龙设计云信息科技有限公司，系公司全资子公司。

(2) 项目投资概算

项目总投资额 62,318.00 万元，主要用于平台建设及经营费用、人工成本及平台开发相关资本性投入，拟以本次非公开发行股票募集资金投入 30,000.00 万元。

(3) 项目效益预测

本项目建设期为 2 年。本项目预计建设完成并全部达产后，可实现年均销售收入 50,270.36 万元，税后投资回收期（含建设期）为 6.77 年，税后内部收益率为 13.28%，具有良好的经济效益。

(4) 项目审批或备案情况

本项目已取得《上海市企业投资项目备案证明》。

根据《建设项目环境影响评价分类管理目录》（环境保护部部令第 44 号）和《上海市不纳入建设项目环评管理的项目类型（2019 年版）》等规定，本项目不属于需要编制环境影响报告书、环境影响报告表或者填报环境影响登记表的情形。

（四）新一代家装平台系统建设项目

1、新一代家装平台系统建设项目的实施背景

根据前瞻产业研究院发布的《中国家居行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》，截止到 2017 年中国家居装修行业市场规模已突破 2 万亿元。根据预测，到 2020 年中国家居装修行业市场规模将达到 2.6 万亿元，保持 7% 左右的年均复合增长率。

从消费人群来看，80 后、90 后消费者家装市场的消费人群中占比较高，其对于家居家装整体解决方案的需求趋势增强。全包式装修具有更具科技感、风格选择多样且标准统一等优势，逐渐受到市场的欢迎。消费者更注重消费品质、和体验，倾向于选择全屋定制的智能、科技化产品，也因而推动家居配套向高端化、品质化方向发展。

然而，尽管市场发展潜力巨大，家装行业改革却进展缓慢。家装行业存在着管理模式落后，标准化程度低，交付品质难保障等困难。目前，家装行业内准入门槛低、获客成本高、产业链条长、涉及角色多、客户流失率高、行业科技含量低等问题制约着行业的进一步发展。

为了应对上述问题，公司拟运用现代化的信息技术手段对生产工具进行升级，从而获取更高的市场份额。公司将以线上线下相结合的方式建设家装系统中后台，全面提升家装、批量家装及工装业务的开展效率。

2、新一代家装平台系统建设项目的可行性

公司多年来积累的技术实力及经验为新一代家装平台系统建设项目提供了可靠的保障，具体如下：

（1）技术实力为技术中台建设提供保障

随着时代的发展，新技术、新理念逐渐成熟并被运用于家装产业。这些新技术、新理念主要包括渗透 VR、机器人技术、设计云、BIM、大数据、装配式技术等。正是这些新技术、新理念的发展为本项目的建设打下了基础。

（2）完备的供应链及高效的交付能力支持平台建设

公司具有完备的供应链系统，有力地支持了家装供应链平台建设。家装供应链平台主要包括产品研发、智能云仓以及交付体系的建设。

公司的一站式 F2C 供应商招商运营模式为公司建立开放的供应链平台提供了保障，为供应商和经销商加入供应链平台提供了便利，从而提高了公司的供货能力。同时，公司正在筹备建立的“智能云仓”将通过大数据分析供应商仓储及物流信息，统筹安排经销商的物流配送服务，上门测量、安装的售后服务，使供应体系一体化，做到综合供应链仓储资源再利用，降低费用成本并能够提高运营效率。

在产品交付实现过程中，服务环节多、材料独立性、施工管控等问题，都让装修的品质难以把握，装修效果、价格及工期也都将受到影响。因此，公司建立了统一的业务运营、供应链管理、施工管理标准流程，从而实现交付标准化，保证交付品质。此外，公司通过建设工程指挥中心平台、工地可视化项目，不断完善施工交付体系，提升客户体验。

（3）工艺品质平台建设符合行业发展需要

随着全国多个省市相继出台针对装配式建筑及建筑产业化发展的指导意见和相关配套措施，装配式装修将是行业未来的趋势。室内装配式装修工程实现了与建筑、结构、装修、设备的一体化设计，适合与结构、装修、设备安装等施工工序同步穿插施工，这也将有效缩短工时、用工量，并且降低返修率。

为进一步提升公司在装修工程方面的工艺品质，公司拟建设装配式组装研发设计中心，主要包括设置工艺研发车间、装配式构建研发车间、工艺展示区、装配式产品展示区、工人产业化培训室、装配式实操基地等，这将在很大程度上提升公司家装产品及服务的品质，提高劳动生产率，节省人工及费用，缩短建设周期并提升效益，同时也将减少原材料的浪费、减少噪声粉尘及建筑垃圾等污染。

（4）智慧营销平台建设将进一步提升公司获客能力

公司将推进家装智慧营销平台的建设，打通商场、家装线上线下营销场景，实现销售信息、客户体验数据化，提高签单转化率。主要措施包括线下联合营销、线上智慧营销以及口碑营销三方面。

在线下联合营销方面，截至 2020 年 3 月 31 日，公司经营了 87 家自营商场，249 家委管商场，通过战略合作经营 12 家家居商场，并以特许经营方式授权开业 46 个特许经营家居建材项目，共包括 428 家家居建材店/产业街，总经营面积约为 20,999,766.62

平方米。公司大量的线下商场渠道为公司提升营销获客能力提供了坚实的基础。

同时，公司将通过小程序移动端产品等工具建立流量入口，形成一套触达用户的营销体系和转化逻辑，增强公司的智慧营销获客能力。

此外，公司还致力于口碑营销，依托已有客户资源，依靠优质的服务提升客户的推荐度，取得较低的获客成本。利用智慧营销平台，公司现有客户将有望为公司带来更多潜在客户。

（5）设计研发平台建设将有助于家装业务标准的统一

公司设计研发平台的建设主要包括：1）建立健全装修产业集团各类业务设计投标、设计效果等标准；2）建设全新的级别管理体系，根据行业属性及公司自身情况设定设计师级别管理制度，优化设计院职能和组织体系；3）根据业务实际情况，结合国内国际装修行业发展方向和设计趋势，发布装修流行趋势；4）联合国内国际知名室内设计大赛，创造优质平台；健全 M+设计大赛组织平台，为行业内设计师发展提供机会。

3、新一代家装平台系统建设项目的必要性

（1）顺应拎包入住的行业趋势

随着市民消费水平和消费观念的升级，年轻消费群更偏向于拎包入住的家装方式。本项目的建设顺应了拎包入住的行业发展趋势，有助于公司进一步在家装领域拓展市场并提升竞争力。

（2）提升公司整体品牌价值

新一代家装平台系统建设项目可以让公司建立强大的中后台，赋予商场创新和突破，实现核心竞争力的建设。本项目的建设是对公司现有主营业务的拓展和有效补充，有助于与公司现有家居商场经营业务产生协同效应，从而进一步提升公司的核心竞争力和品牌影响力。

（3）打造知名设计师 IP

公司为打造家装知名设计师 IP 平台，将联合国内国际知名设计师，借助 M+中国高端室内设计大赛，形成家装平台设计能力汇聚，成为设计师成长、技能培训平台，从而打造出更多知名设计师 IP。

4、新一代家装平台系统建设项目的的基本情况

(1) 建设内容及实施主体

本项目将依托公司现有技术 & 行业资源，搭建一套完整的从技术中台到供应链平台、工艺品质平台、设计研发平台以及智慧营销平台的新一代家装平台，贯穿公司各业务条线，在打通并优化各业务环节的基础上进一步提升家装、批量家装及工装业务的效能，有助于家装、批量家装及工装业务与公司现有家居商场经营业务更好地产生协同效应。

该平台主要分为线上信息化系统建设和线下技术中心及装配式组装研发设计中心的建设。其中，线上信息化系统建设主要包括建立业务共享中台及业务流程节点组件库，对装修相关业务的快速化、多样化灵活发展提供系统支持，底层与公司现有的基础服务系统集成，快速建立家装产业集团强大、稳定的 SaaS 系统，同时开发 ERP 业务管理系统、小程序、智慧营销、电子合同中台等工具。线下技术中心建设主要包括设置服务器机房、专业研发区、产品测试区、技术交流及展示区等核心区域，为线上信息化系统建设提供有力的基础设施保障。线下装配式组装研发设计中心建设主要包括设置工艺研发车间、装配式构建研发车间、工艺展示区、装配式产品展示区、工人产业化培训室、装配式实操基地等。

本项目建成后，将为公司家装业务系统化管理平台提供强大服务支持，同时对公司装修业务供应链及工艺品质等方面进行优化，提升家装智能化，科技化，高效能支持，以适应装修业务的快速、多样化发展。

本项目的实施主体为家倍得建筑科技有限公司，系美凯龙持股 90% 的控股子公司。

(2) 项目投资概算

项目总投资额 62,898.00 万元，主要用于系统建设相关经营费用、人工成本及系统建设相关资本性投入，拟以本次非公开发行股票募集资金 35,000.00 万元。

(3) 项目效益预测

本项目建设期为 2 年。本项目不直接形成产品及对外销售，不产生直接经济效益，但完成后可间接为公司发展带来巨大收益：在激烈的家装市场竞争中，本项目的实施将进一步优化公司在家装、批量家装及工装相关系统方面的资源配置，提升经营效率，确

保公司更好地顺应行业潮流的发展。

(4) 项目审批或备案情况

截至本预案公告日，本项目备案事项正在办理过程中。

(五) 偿还公司有息债务

1、项目的基本情况

公司拟使用本次非公开发行募集资金 117,000.00 万元用于偿还公司债券等有息债务，偿还公司债券后如有结余，则用于偿还公司银行借款。

经中国证监会“证监许可[2019]628号”文件批准，公司于2019年6月向合格投资者公开发行“红星美凯龙家居集团股份有限公司2019年公开发行公司债券(第一期)”，发行规模为200,000.00万元，发行利率为5.35%，固定利率每年付息一次，附第2年末公司调整票面利率选择权及投资者回售选择权。

根据公司债券的募集说明书，公司有权决定是否在本期债券存续期的第2年末上调本期债券后2年的票面利率。若公司未行使上调票面利率选择权，则本期债券后续期限票面利率仍维持原有票面利率不变。根据公司债券的回售条款，公司发出关于是否调整本期债券票面利率及调整幅度的公告后，债券持有人有权选择在本期债券的投资者回售登记期内进行登记，将持有的全部或部分本期债券按面值回售给发行人，或选择继续持有本期债券并接受上述调整。

因此，公司拟使用本次发行募集资金对部分公司债券进行回购。若在回购公司债券后本项目募集资金仍有结余，则用于偿还公司仍在借款期限内的经营性银行贷款。

2、项目的必要性和可行性

近年来，虽然公司积极采取措施，降低资产负债率，但公司总体资产负债率一直处于较高水平。2017年末、2018年末以及2019年末，公司合并口径资产负债率分别为54.72%、59.14%以及59.95%，总体呈持续上升趋势。

此外，2017年度、2018年度和2019年度，公司合并口径的财务费用分别为11.32亿元、15.33亿元和22.60亿元，随着公司业务的发展，财务费用逐年增长。持续上升的资产负债率在一定程度上削弱了公司的抗风险能力，制约了公司的融资能力，使公司

面临较高的财务风险；同时大量的有息负债加重了公司的财务成本，导致公司财务费用支出长期处于高位，直接影响到公司的经营业绩。

公司结合实际经营需要，拟使用本次非公开发行募集资金偿还公司有息债务，可以减少利息费用支出，缓解资金压力，改善公司资产负债结构，减轻公司财务负担，提升公司盈利能力，为股东创造更大的价值，符合公司和全体股东的利益。

综上所述，公司计划拟用本次非公开发行募集资金中的 117,000.00 万元偿还公司有息债务，有助于缓解公司短期内的偿债压力，增强公司抵御财务风险的能力，改善公司资产负债结构，减少利息费用支出，提升公司盈利能力，提高公司资本实力和融资能力，为公司未来持续稳定健康发展奠定坚实基础，实现公司的可持续健康发展，是必要的、可行的。

三、本次发行对公司经营管理、财务状况的影响

（一）本次发行对公司经营管理的影响

本次募集资金的运用符合国家相关的产业政策以及公司战略发展方向，具有良好的市场发展前景和经济效益。家居商场建设项目与公司的业务发展战略规划密切相关，规模的扩张将使公司品牌知名度提升，有利于完善公司的战略布局，进一步提高市场占有率和市场竞争能力对商户的议价能力增强，有利于进一步提高公司的盈利能力。天猫“家装同城站”建设项目有助于发挥阿里和美凯龙两方的各自优势，通过更为贴近家居装饰及家具行业的数字化改造，以城市为维度进行精准匹配，同时结合当下消费趋势以线上线下同质同价的产品和服务策略，有效解决了行业痛点，实现新零售模式的高效转化。3D 设计云平台建设项目能赋能企业在线设计、在线沟通、在线营销等服务能力，提升家装企业竞争力，助力其快速成长发展。新一代家装平台系统建设项目系对家装及其他相关业务的拓展和有效补充，有助于与公司现有家居商场经营业务产生协同效应，从而进一步提升公司的核心竞争力和品牌影响力。

此外，本次部分募集资金用于偿还公司有息债务后，将有助于改善公司资本结构并减少公司财务费用，从而提升公司的整体运营和盈利能力。

（二）本次发行对公司财务状况的影响

本次非公开发行股票募集资金到位后，公司的财务状况将得到进一步改善，公司总资产及净资产规模将相应增加，资产负债率将有所下降，公司的资金实力、抗风险能力和后续融资能力将得到提升。本次发行后，由于公司净资产有所增加以及募集资金投资项目需要一定的建设期，在短期内将使公司的净资产收益率降低、每股收益摊薄。本次发行完成后，上市公司将获得大额募集资金的现金流入，筹资活动现金流入将大幅增加。未来随着募集资金投资项目的实施及项目效益的逐步体现，公司主营业务收入规模将有所提升，盈利水平将得以提高，公司净资产收益率和每股收益将逐步上升。

四、募集资金投资项目可行性分析结论

综上所述，本次非公开发行募集资金投向符合国家相关的产业政策以及行业发展趋势，具有良好的发展前景，符合公司的战略目标，有利于提升公司长远可持续发展能力，增强公司业务协同性及核心竞争力；同时，本次发行将优化公司的资本结构，降低公司的财务风险。募集资金投资的实施有利于完善公司的战略布局，加强公司市场竞争力，提升公司中长期盈利能力，提升公司整体品牌价值。

红星美凯龙家居集团股份有限公司董事会

2020年6月4日