

我爱我家控股集团股份有限公司

非公开发行 A 股股票募集资金使用的可行性分析报告

一、本次募集资金使用计划

本次非公开发行的募集资金总额为不超过 70,000.00 万元(含 70,000.00 万元),扣除发行费用后,净额拟全部用于以下项目:

单位:万元

序号	项目名称	投资总额	募集资金拟投入金额
1	数字化建设项目(一期)	55,000	45,000
2	直营城市公司人店规模提升项目(一期)	15,000	15,000
3	加盟业务扩张项目(一期)	10,000	10,000
合计		80,000	70,000

注:上述拟使用募集资金总额系已扣除公司第十届董事会第八次会议决议日前六个月至本次发行前新投入和拟投入的财务性投资 6640.00 万元后的金额。

若本次发行实际募集资金净额低于拟投资项目的实际资金需求,在不改变拟投资项目的前提下,董事会可根据项目的实际需求,对上述项目的募集资金投入金额、优先顺序进行适当调整,不足部分由公司自行筹措资金解决。

本次发行募集资金到位前,公司将根据项目进度的实际情况,以自有资金或其他方式筹集的资金先行投入上述项目,并在募集资金到位后按照相关法律法规予以置换。

若本次非公开发行募集资金总额因监管政策变化或根据发行核准文件的要求予以调整的,则届时亦将相应调整。若实际募集资金数额(扣除发行费用后)少于上述金额,以实际募集资金数额为准。

二、本次募集资金使用的必要性及可行性分析

(一) 数字化建设项目

1、项目基本情况

本项目拟通过对公司核心业务系统(CBS 系统)、线上业务平台(i+产品群)

及官网等进行升级改造，以实现公司线上化、智能化、数字化的管理目标，同时通过赋能经纪人，提高作业效率，进一步提高公司运营管理效率及客户体验。

我爱我家作为房地产经纪行业的头部企业，近年来积极探索智能化发展路径，在房产交易核心业务系统迭代、数字技术产品开发等方面均取得良好收效，完成了数字化平台化基础建设工作。我爱我家的数字化闭环已打通二手、新房、长租资管、业财管理多条业务线，支持直营、加盟、合伙多种模式，覆盖了线上流量场景（5i5j.com、VR、微信生态的私域流量及其它去中心化流量场景）、线下门店网络的社区辐射体系、线上线下一体化销售运营管理、跨区域跨品牌跨门店的高效联卖网络，以及标准化、流程化的城市线下履约交付体系（交易中心）。新版核心业务系统的全面推广将加快我爱我家全国业务专业化、数字化和智能化进程的推进，我爱我家成为业内第二家具备房地产经纪业务全价值链数字化运营、端到端闭环交付能力的企业。经过 2019、2020 两年持续的 IT 投入，公司核心业务系统“CBS 系列核心作业系统”已陆续在北京、上海、天津上线，通过多次的版本迭代，现已经形成了行业领先的业务系统，拟于 2021 年进行全国大范围的推广应用；公司线上业务平台“i+产品群”的投产标志着我爱我家拓展加盟、合伙业务模式迈出了关键性的一步，2021 年“i+产品群”将发展成为公司加盟、合伙战略的核心平台；公司官网的不断升级带动了日活用户（DAU）的持续增长，实现了官网佣金贡献率大幅增长，随着对官网系统的升级改造，官网将逐渐成为公司最主要的线上客户来源。

2、项目必要性分析

（1）CBS 系列核心系统全国通版建设完成

自 2019 年上半年起，公司新一代核心业务系统“CBS 系列核心作业系统”在北京、上海、天津陆续上线，2021 年确定为 CBS 系统全面推广年，将在太原、郑州、南京等城市推广上线，替代使用十多年的原 ERP 系统。“CBS 系列核心作业系统”采用微服务架构、数字化身份认证、电子签名、电子签章、电子发票、位置信息、大数据、OCR 识别等技术，持续完善合同、协议线上审批和签署，深化精耕楼盘信息、房客源、真实带看，全面打通门店、移动端和官网三端，实现三端即时联动。“CBS 系列核心作业系统”的全国推广将全面提升公司经纪人工作效率，并极大改善客户感受。

(2) “i+产品群”是支持公司加盟、合伙战略的基础平台

为支持加盟业务和平台业务的发展，为行业提供跨门店、跨区域、跨品牌合作的联卖网络，公司在持续打造升级“i+产品群”。

“i+产品群”是我爱我家提供给加盟商，和外部经纪人、外部中介品牌的平台化、SaaS 化的一站式作业赋能工具，覆盖中介业务从市场营销到履约交付的全价值链，包括公域和私域流量经营、商机和潜客管理、房客质量管理、推荐匹配、约带看、谈判签约、权证过户和按揭贷款等履约服务。其中，“i+SaaS”2021年将支持 20 余个加盟城市，2,000 多家加盟门店，将成为我爱我家与加盟商合作的核心作业平台，极大提升公司运营效率；“i+经纪人”2021 年将支持 200,000 名外部经纪人，15,000 名外部付费用户，成为我爱我家平台业务发展的拳头产品。

(3) 官网流量优势提升

随着互联网，特别是移动互联网的普及以及购房、租房客户的年轻化，客户早已养成在线上获取房源信息的习惯。当前我爱我家成交客户中有半数客户来源为 5i5j 自营官网和第三方端口网站。公司自营的 5i5j 官网的投资回报率要远超其他第三方端口网站，因此集团连续多年持续加大官网建设力度和投放费用来提升官网成交占比，让官网逐渐成为最主要的线上客户来源。

我爱我家官网全年日均活跃用户数(DAU)近年来持续增长。其中自然流量与付费流量互补，有效推动网站商机转化效率的提升。我爱我家网全年为经纪人提供了 530 万次有效客户沟通量，平均每个经纪人一百次。官网佣金贡献率自 2019 年 9 月，首次超过外部线上渠道的贡献总和，并持续拉大与外部线上渠道的优势。

(4) 大数据、人工智能扮演的角色越来越重要

聚焦客户服务场景和经纪人作业场景，利用大数据、AI 等技术，打造智能产品和工具，助力客户找房过程和经纪人服务过程。在面向客户的服务方面，将构建新一代推荐与搜索架构，打造房源个性化推荐、专题推荐、通勤推荐、搜索推荐及甄选房源、经纪人排序等系列服务，依托官网、APP 为客户提供服务，使客户找房的过程更加便捷和贴心。在面向经纪人的服务方面，将打造小爱聊天助手、培训助手、客户画像、房源报告及智能户型图识别等服务，依托 CBS 等核心业务系统为经纪人提供服务，便于经纪人在更懂客户的基础上提高服务的及时性和作业效率。

3、项目可行性分析

(1) 公司具备数字化系统建设基础

公司一直非常重视数字化系统建设，公司及其下属公司已经通过不断投资、开发了包含 ERP 系统、BPM 系统、财务管理系统、OA 系统等的信息化管理体系，同时公司 IT 管理团队结合房产经纪行业的特点，提出了数字爱家的战略方针，强化房客源、员工和产业生态三大数字化转型。先后与微软、亚马逊等世界头部互联网公司签署战略合作，形成公有云+私有云的混合云框架，引入 DevOps 研发运维模式，大幅提升了研发和布署效率，为公司数字化系统的持续完善打下了坚实基础。

(2) 庞大的经纪人网络支撑数字化系统落地

截至目前，我爱我家已在多个城市深耕布局，庞大的一线经纪人网络在核心系统研发过程中扮演着重要角色，对业务需求具有优先级把控作用，可将数字化系统更加立体，符合一线工作人员的实际需求，为公司业务提供有力支撑。

4、项目投资计划

单位：万元

序号	项目名称	项目总金额	募集资金拟投入金额
1	核心业务系统升级	15,000	15,000
2	平台产品升级	5,000	5,000
3	官网升级	30,000	20,000
4	大数据及智能应用	5,000	5,000
合计		55,000	45,000

5、项目效益分析

本项目为信息化建设项目，不直接产生经济效益。

本项目建成后，将全面提升公司的信息化、数字化管理水平，有利于公司建立科学高效的运营管理模式，提升业务协同效应，降低业务运营成本，增强公司市场竞争力。

(二) 直营城市公司人店规模提升项目

1、项目基本情况

为了稳固、扩大“三大经济圈”的市场占有率优势，公司将聚焦京津冀、长三

角及粤港澳大湾区，进一步寻找具有经济持续增长及人口持续净流入的城市，不断开拓新城，并拟在现有城市通过直营业务模式扩大人店规模，发挥房客匹配区域的联动优势，巩固公司核心竞争力和行业地位。

2、项目的必要性分析

(1) 行业竞争加剧，扩大人店规模有助于构筑经营护城河

中国房地产市场正在开始步入以存量房交易占主导规模的下半场，到 2030 年，中国房产经纪市场的规模将进一步增长，佣金规模接近万亿，具有巨大的成长空间。房屋交易是居民开支中占比最高的部分，存量房时代来临，房产交易从增量向存量转化，“居住服务”替代“地产开发”渐渐成为了市场主角，房产后端领域拥有巨大的市场潜能。当前，行业竞争呈现多样化，变革正在加速，但从交易增信、房客人的获取及保留、定价权力、抵抗市场波动等方面看，行业龙头企业将呈现竞争优势，行业集中度将进一步提高。从目前公司业务布局来看，公司在华北、华东及华南部分区域的市场占有率保持领先优势，但仍需进一步巩固和提升。由于房产为不动产，需在具备当地资源情形下方能满足购房需求，因此房产交易的强地域属性突出，公司有必要通过门店扩张强化已形成的房客资源、经纪人团队以及高市占率优势，持续构筑和加固经营护城河。

(2) 规模扩张有助于释放公司内部张力，激发组织活力

历经多轮市场周期变化和行业格局演变，公司已搭建起覆盖房产交易全产业链的业务结构，拥有一支近 5 万人的优质经纪人队伍，并形成兼具专业、安全、高效的运营管理体系。公司的门店覆盖 7 万多个社区，目前公司系统在录房源量突破 2,000 万套，累计提供超 1,000 万人次交易服务，目前每年以超 130 万人次的速度递增。全国化布局的终端优势和多年经验积累沉淀的市场深耕优势为公司产业升级扩张、人店扩张提供了客观必要性。

3、项目的可行性分析

(1) 巨大的市场规模为公司人店规模扩张提供了成长空间

2019 年全国房产交易总额（含新房、存量房、房屋租赁）超 22 万亿元，其中半数规模是通过经纪机构销售与出租的。动态来看，近年中介销售与出租渗透率持续提升，带动该部分交易额持续扩张。从佣金收入来看，交易额扩张、佣金率改善下收入稳步增长。

随着交易规模增长、渗透率及佣金率提升仍有空间，行业规模驱动因素仍在。新房方面，一二手联动价值日益增多，消费端出现一二手融合趋势，七成以上购房者同时考虑新房和二手房，相比新房代理，经纪机构庞大的渠道资源、更强的客户粘性，可更好满足居民房产配置及开发商快速周转去化需求。存量房方面，交易流程复杂、房源信息壁垒、中介服务水平提升等背景下，二手房渗透率有望进一步提升。对比美国存量房交易 5%（2019 年）佣金率，国内仍存在提升空间。

（2）行业格局分散，公司利用门店扩张有望赛道突围、胜出

由于行业整体发展迅速，同时兼具低门槛、强区域属性，行业格局呈现哑铃式结构，一端为小微中介，另一端为全国连锁品牌与区域龙头。根据前瞻网数据显示，70%小微中介完成了二手房市场 50%以上交易额，品牌中介整体市占不足 30%。在行业格局整体分散，规模扩张及竞争加剧情形下，房客源基础扎实、具备一定区域领先优势的主流企业有望同行业共成长、提升存量份额。公司作为业内打通了居住服务产业链上下游、具备全链条系统闭环服务能力的平台运营商，在线下门店、经纪人网络上相比其他地方性中小中介存在一定的竞争优势，在存量赛道市占率争夺中，公司利用门店扩张有望赛道突围、胜出。

4、项目投资计划

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	募集资金拟投入金额
1	销售网络建设	7,500	7,500
2	门店建设费用	6,000	6,000
3	运营相关费用	1,500	1,500
合计		15,000	15,000

5、项目效益分析

本项目建成后，运营期内年均营业收入 63,168 万元，年均净利润为 5,422 万元。项目预期效益良好。

（三）加盟业务扩张项目

1、项目基本情况

本项目拟通过品牌扩张计划，以加盟模式，快速在全国范围布局我爱我家品

牌门店，以实现品牌规模的增长，进一步提高品牌的核心竞争力。

我爱我家凭借 20 年直营体系管理经营经验与理念，通过品牌特许经营，扩张新业务模式。我爱我家加盟模式是以资源共享为前提，借力品牌知名度，依托系统保障、运营支持、资本合作以及衍生业务输出等强后台支持的双赢合作的全新模式。

公司将充分发挥直营业务资源和品牌号召力，通过开展直营合伙、特许业务、平台模式外延整合产业优质资源，严选优质的品牌、店东和第三方，实现各方共建共赢。以平台化为发展方向，以科技化为动力，为客户提供全生命周期、全流程的有品质、有效率、有温度的居住服务。

2、项目的必要性分析

(1) 扩展新业务模式，形成全国化业务布局，提升品牌核心竞争力

截止目前，公司房地产经纪业务进驻全国 28 个城市，重点一线城市包括北京，杭州，上海等，二线城市包括南京、太原、南昌，武汉，成都等，三四线城市包括呼和浩特，赤峰，临汾等。近年来，公司着力发展新加盟业务，截至 2020 年底，全国的加盟门店数量已突破 1000 家。

随着全国房产市场进入存量房时代,房地产经纪企业向头部聚拢趋势愈发显著,平台化特征也越来越明显。全国化业务布局，将进一步推动品牌影响力的传播。我爱我家未来三年，将逐步形成以直营体系为基础，加盟体系为增量，在全国布局百城万店，有节奏的扩大业务版图。同时，通过新的业务模式，业务版图的扩大，实现门店规模增长，市占率提升，销售业绩提高，进而实现企业经营利润的增长。

(2) 通过加盟模式形成规模效应，带动整体效益

公司致力于为房地产开发企业，以及个人消费者提供房产交易相关的服务，现在已经形成了线上线下一体化的房产交易与服务产业链。通过放开品牌加盟，相比直营模式，可以以相对较低的成本，快速拉动规模，进而推动各产业链的效益的提升，以实现企业整体效益的高速增长。

3、项目可行性分析

(1) 我爱我家深耕房地产经纪行业，具备平台基因

自 2000 年来，我爱我家一直深耕于房地产经纪行业，以直营模式为发展主

基调，在业内获得了客户的高度认可和信赖。因此，我爱我家对于房地产经纪行业的经营与管理，有着较深的沉淀，对加盟模式的发展能够起到非常好的赋能作用。同时公司各业务条线非常完善，具备开展平台业务的基础。

（2）我爱我家数字化建设的能力为平台模式保驾护航

我爱我家围绕数字化转型战略，在产品、技术、基础研发等方面持续发力。我爱我家先后与微软、亚马逊云等世界级云技术公司达成战略合作，形成了“公有云+私有云”的混合云框架，为公司核心业务的高速发展提供了支撑。同时我爱我家自主研发、主要服务于加盟商的 i+ 产品群已正式启用，借助良好的市场口碑与综合赋能能力，现已形成直营业务模式外，业务规模增长第二曲线。

4、项目投资计划

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	募集资金拟投入金额
1	销售网络建设	6,500	6,500
2	门店建设费用	2,000	2,000
3	运营相关费用	1,500	1,500
合计		10,000	10,000

5、项目效益分析

本项目建成后，运营期内年均营业收入 64,375 万元，年均净利润为 6,022 万元。项目预期效益良好。

三、本次非公开发行对公司经营管理和财务状况的影响

（一）本次发行对公司经营管理的影响

本次募集资金投资项目围绕公司主营业务展开，符合国家相关的产业政策以及未来公司整体战略发展方向，有利于提升公司的综合实力，对公司的发展战略具有积极作用。本次募集资金投资项目有助于优化公司业务结构，提升公司经营管理能力，提高公司盈利水平，并进一步增强公司的核心竞争力和抵御风险的能力，实现公司的长期可持续发展，维护股东的长远利益。

（二）本次发行对公司财务状况的影响

本次发行完成后，公司资产总额与净资产额将同时增加，资金实力将大幅增强，资产负债率水平有所降低，财务结构更趋合理，有利于进一步优化资产结构，降低财务风险，增强未来的持续经营能力。同时，由于本次发行后总股本将有所增加，募集资金投资项目产生的经营效益在短期内无法迅速体现，因此公司的每股收益在短期内存在被摊薄的可能性。但是，本次募集资金投资项目将为公司后续发展提供有力支持，未来将会进一步增强公司的可持续发展能力。

四、本次非公开发行股票募集资金使用的可行性结论

公司本次非公开发行股票募集资金使用计划符合相关政策和法律法规，以及未来公司整体战略发展规划，具备必要性和可行性。本次募集资金的到位和投入使用，有利于满足公司业务发展的资金需求，提升公司整体实力及盈利能力，增强公司后续融资能力和可持续发展能力，为公司发展战略目标的实现奠定基础，符合公司及全体股东的利益。

（本页无正文，为《我爱我家控股集团股份有限公司非公开发行 A 股股票募集资金使用的可行性分析报告》之盖章页）

我爱我家控股集团股份有限公司

董事会

2021 年 3 月 22 日