

责任编辑:张高青
电话:021-63212799-211
E-mail:mo-jun@163.com

2021年9月6日

大自然家居缘何退市港股进军A股

日前,大自然家居控股有限公司(港股简称:大自然家居)与新现代家居有限公司联合发布公告称,新现代家居有限公司(要约人)计划以协议安排方式将大自然家居控股有限公司私有化。倘若该计划生效,大自然家居将注销股份,并于香港联交所退市。本次计划及购股权要约所需最高现金总额预期约为532,295,700港元(约合人民币442,444,185元人民币)。

业内人士分析,本次大自然家居香港退市,主要缘于家居行业港股热度不够,概念板块规模过小,从而导致上市公司募资效率较低。而今年3月提出的港股印花税上调草案更是成了本次大自然家居退市的“催化剂”。据悉,大自然家居退市后,新现代家居或进行重组,以实现其全部或部分业务于A股上市。

**大自然家居香港退市
每股注销价1.70港元**

新现代家居有限公司作为一家于香港注册成立的投资控股有限公司,主要为实施私有化大自然家居而成立。公司由有限合伙企业全资拥有。根据协议,大自然家居(中国)有限公司董事局主席兼CEO总裁余学彬先生为公司牵头方,并将由余学彬先生领导实施大自然家居私有化计划。

计划实施后,新现代家居将继续从事大自然家居现有主营业务,即生产及销售地板产品及定制家装产品,除为实现日后A股上市而进行的重组交易外,此次私有化计划预期不会对公司固定资产进行重大重新调配。目前,新现代家居尚无因此次私有化计划导致的人事变

动。

本次私有化协议显示,大自然家居每股注销价格为1.70港元(约合人民币1.41元),相较香港联交所过去12月内平均收盘价1.08港元(约合人民币0.90元),溢价约57.4%;另按公告期内已发行股份计算,相较2020年12月30日每股净资产2.02港元(约合人民币1.68元)折让约15.8%。据悉,股权注销价格将不会提高。

“量价双低”掣肘港股募资效率

业内人士认为,香港联交所上市公司中,地板概念以及类似家居企业屈指可数,故市场投资者对行业认知程度较低,限制了大自然家居吸引投资者及提升其市场形象的能力。另外,大自然家居股票成交价格表现并不理想,过去至少12个月一直以低于每股资产净值的价格买卖。于最后交易日前12个月期间,股份的平均收市价约为1.08港元,较2020年每股资产净值约人民币1.68元(相当于2.02港元)折让约46.5%。较低的股份也间接影响了公司在股权激励计划以及挽留、招聘人才方面的效率。

此外,大自然家居股份交流流通程度也长期处于低水平,过去24个月平均每日成交量少于487,000股。股份交流流通程度低,不利于持股股东场内交易。同时,交交流通程度低下会阻碍从香港公开股票市场筹集资金的能力,以致香港公开股票市场不再作为就发展该集团业务获取资金的可行来源。

业内人士还指出,从香港联交所退市后,可以减轻公司的行政及其他上市相关成本、开支负担,所节省出的资金



可用于该公司的业务营运及发展。据悉,于该计划及撤销股份于联交所的上市地位生效后,大自然家居计划将其全部或部分业务于中国内地上市。

香港联合交易所上调印花税草案于今年8月1日起正式生效。根据该条例草案,连同其他修订、售卖或购买香港证券(但非证券经销业务)的成交单据,其应缴印花税税率将由成交金额的0.1%上调至0.13%,上调幅度高达30%。众所周知,印花税是证券投资者交易中的一项成本,理论上提升印花税率,会提升港股投资者的交易成本,对交易活跃度或有一定冲击。并且目前内地投资者投资港股的主要通道为港股通,这意味着,内地投资者投资港股的交易成本也

会随之提升。

业内人士指出,印花税上调无疑将会进一步加剧大自然家居的交易成本,这对财务管理成本本就相对较高的香港上市公司而言无疑是雪上加霜,这也是大自然家居未来转战A股的原因之一。

新现代家居及一致行动人已持股78.8%

据悉,大自然家居法定股本为4,000,000美元,分为4,000,000,000股股份,已发行股份1,377,783,990股。其中计划股东(亦为独立股东)于292,121,000股股份(相当于该公司已发行股本约21.20%)中拥有权益。作为购股权要约人的新现代家居有限公司及要约人一致行动人士于1,085,662,990股股份(相当于

■企业采风

居然之家：做家居物流为哪般

前不久,居然之家和北汽福田北京欧马可汽车销售分公司签署采购战略合作协议。福田将在今年为居然之家智慧物流园量身开发适合的产品,以降低居然之家运营成本。新闻中提到的智慧物流园,指的是居然之家智慧物联打造的首个样板项目——天津宝坻智慧物流园。该项目于2019年6月开工建设,预计将于今年年底正式投入运营。

2019年2月,居然之家借壳上市的说明会上,时任总裁王宁描述未来发展规划时就提到,将加快智能物流网的连锁布局,构建家居生态链。落地项目,就是天津宝坻智慧物流园。智慧物流园的项目目标:明确“以家居大件的到家服务为经营特色,为消费者提供最后一公里的服务,解决行业服务痛点,改善消费者服务体验”的供应链集成中心商业定位。显然,与福田的战略合作也是智慧物流园运营准备工作的重要一环。随着运营落地,居然之家在家居行业的全新布局也逐渐清晰起来。



家年报披露的数据显示,租赁及加盟管理服务业务占据居然之家营收超过90%。

靠开店扩张带来的营收增长可持续性差、天花板低。在最新的年度业绩快报中,居然之家2020年扣非净利润为13.5~15.0亿元,同比下降57.21%~52.45%。未能完成此前不低于24.16亿元的对赌协议。根据相关机构在2018年的粗略估算,家居物流市场总规模超过1.3万亿,而行业最大的“独角兽”企业日日顺2019年营收才破百亿。一个庞大的、非充分竞争的市场,对于增长乏力的居然之家而言,显然是极具吸引力的。无论是外部环境的变化、投资人的需求,还是内部营收多元化转型、生态融合的升级策略,都让居然之家进入大件物流领域,显得理所应当。

怎么做物流

目前的家居物流行业,主要分为两个部分。一方面,物流企业为B端客户提供从产品出厂开始的仓储、干线、配送、安装、售后等全流程一体化解决方案;另一方面,为C端消费者提供专业技师、送装一体、全程维护的一站式家居供应链服务。

在B端,主要是干线和核心仓模式,这也是目前市场上几乎所有家居物流企业都会提供的服务。竞争的核心点,则在于如何提升整体的运营效率。大件物流行业虽然大而不强,但经过多年的发展,资源整合、智慧物流、物流数字化的发展方向已经相对成熟。随着行业整合加速,各大物流企业之间的差别可能不会有质的区别。

目前家居物流的模式差异,主要还言之是C端服务。是否提供“最后一公里”

的服务?怎么提供“最后一公里”的服务?从居然之家对外发布的战略合作也可以看到,其重心同样是:“为消费者提供‘最后一公里’的到家服务、解决行业服务痛点。”这甚至可能会成为居然之家的核心业务。和福田的战略合作,可以看作居然之家对自身运营效率的提升。真正需要关注的,则是居然之家打算怎么做“最后一公里”的服务。

居然之家智联物流总经理杨明曾介绍过,其智慧物流平台将通过自研订单系统、仓储系统、配送系统、安装系统实现智能合单、智能配载集约送配装一体化。居然之家作为卖场,希望利用自身优势,将自己打造成平台,而不只是房东。

此外,物流服务过程中产生的金融保险、鉴定保养,也将成为整个“最后一公里”服务的合理衍生服务。巧合的是,居然之家恰恰有自己的小贷公司和商保公司。

如果细数下来,就会发现,居然之家目前的物流布局,不仅很好地实现了和主业的结合,很可能在未来与自身的其他业务产生进一步的“化学反应”,从而形成生态循环。

面临哪些挑战

当然,对于走到整合阶段的大件物流领域,居然之家想要实现期待中的未来,显然也并不容易。

今年2月27日,居然之家和福田汽车达成战略合作1天后,臻顺科技收购跃陆物流,切入家居电商供应链服务。3月1日,居然之家和福田汽车达成战略合作3天后,顺丰宣布上线家具家电仓配一体化服务,主打20千克+多仓前置

或仓配全国的仓储、配送和安装。和居然之家不同,顺丰不仅是物流行业的龙头,其在家居物流领域的布局,同样有着很长的时间和良好的规划。2017年,顺丰开始了大件家居产品的配送;2019年7月,顺丰与万师傅达成合作,共同打造送装一体化的品牌服务;2019年底,顺丰投资了易友通的A+轮融资,布局直营配装站;家居物流行业中,能和顺丰分庭抗礼的,还有不少。京东物流一直是国内仓配一体做得最好的企业,有着成熟的体系;日日顺手握阿里资源,百亿市值上市。

在家居物流行业逐渐进入整合期的当下,居然之家占据一席之地或许不难,但想要吃到最大的几块“蛋糕”,恐怕难度不小。除了市场竞争格局的变化之外,资金压力可能也是居然之家另一个命门。根据对赌协议,居然之家明年需要完成27.19亿元扣非净利润,压力绝对不会比今年更低。物流本身就是一个重投入的行业,对于居然之家来说,运营压力并不容易应对。以京东自建物流的经验来看,恐怕得连续多年的亏损之后,才能形成一张在行业中占据优势的物流仓储网,这对于背负对赌压力的居然之家来说,显然不现实。现实中,居然之家的规划同样绕开了这一点。根据居然之家的规划,其目前主要服务对象是京津冀地区商户。至于全国性的网络,将向社会和行业开放,以物流园为样本,采用自营、合作的方式进行快速复制和拓展。

抛开物流建设,装配队伍的建设同样是一个运营压力相对较大的领域。顺丰在整合了万师傅和易友通的资源后,于去年10月公布的家居装配方案显示,增加了自有安装师傅、直管公司合作师傅、合作平台师傅等模式。根据居然之家披露的信息看,将自建送装一体化服务团队,这种将原本分散的师傅自有化,通过专业培训完成标准化的创制和服务的提升,势必会带来更大的运营压力。即无论是B端服务还是C端服务,都意味着前期持续高强度的投入。这对于扛着对赌压力的居然之家来说,决心需要持续观察。尤其是行业逐渐走向整合的情况下,外部竞争也会更系统、更激烈。

根据兴业证券的预测,到2025年,中国一体化供应链物流服务市场将增长至3.2万亿元。如此庞大的市场,对于任何参与的玩家,都是极有想象力的。终端服务的标准化、专业化同样是未来的必然趋势,谁先解决问题,才能在行业竞争中占据先机,在市场竞争中受到追逐。(家页观察)

该公司已发行股本约78.80%)中拥有权益,其中存续股东持有269,999,990股股份(相当于该公司已发行股本总额约19.60%)。

据悉,存续股东为A股上市公司——德华兔宝宝装饰新材股份有限公司(股份代码:002043),其主要从事制造及分销室内装饰材料及产品。根据公开资料显示,截至2020年12月31日,德华集团控股股份有限公司为存续股东的最大股东,其拥有存续股东约29.60%的权益,德华集团董事长丁鸿敏先生为存续股东的最终实际控制人。存续股东自2018年以来一直为股东。业内人士认为,本次大自然家居从港股退市后,保留存续股东对日后寻求潜在业务合作机会以及未来转而在A股上市均有重要意义。

大自然家居上半年营收12.8亿元

今年7月13日,大自然家居发布2021上半年业绩预告称,受中国及许多国家新冠病毒疫情得到控制等因素影响,2021上半年公司同期业绩预期扭亏为盈。2021年上半年,公司营业收入预计约为12.8亿元人民币,净利润约为0.35亿元人民币。大自然家居2020上半年亏损净额约为0.34亿元人民币。

3月29日,大自然家居发布2020年度年报,公司2020年收入及毛利较上一年分别增加14.7%及7.9%。公司整体销售额较2019年取得双位数增长,由2019年的约人民币34.27亿元增加14.7%至2020年度的约人民币39.31亿元。2020年,大自然家居核心地板业务总体表现平稳,地板产品相关的总收入由2019年约人民币26.58亿元增加7.8%至2020年的约人民币28.65亿元。

受惠于工程项目分部复苏步伐较快,2020年度定制家装产品业务的总收入由2019年约人民币7.69亿元增加38.6%至2020年度约人民币10.66亿元。2020年度木门产品生产及销售业务总收

入由2019年约人民币3.62亿元增加49.5%至2020年度约人民币5.40亿元。2020年度衣柜橱柜产品生产及销售业务总收入由2019年约人民币2.78亿元增加25.6%至2020年度约人民币3.49亿元。2020年度其他家装产品(整体装修服务及壁纸产品)销售收入为约人民币1.72亿元(2019年:人民币1.26亿元)。

“二次创业”布局家居战略

近年来,伴随消费者习惯的改变以及后疫情时代新零售升级的驱动之下,众多企业正从单一产品供应商,逐步向提供一站式服务的“大家居”模式转型,装修、建材、家居等行业的需求被随之撬动。其中,大品牌会依靠自身品牌效应延伸产业链,增强抗风险能力;小品牌在挫折中被洗牌,形成强者愈强、弱者越弱的局面。

今年1月26日,大自然家居斥资9,500,000元人民币(相当于约11,400,000港元)全资收购自然优品科技(横琴)有限公司,被收购公司主要在中国从事销售木材配件、家居装饰材料及家居装饰配件等业务。

面对外部竞争环境的变化,余学彬先生在7月18日举行的2021年大自然地板年中创业者大会上表示,大家居战略是集团坚定不移的发展战略,也是实现千亿家居梦想的关键。今年,大自然家居将重点布局南康、泗阳、鹿寨三大绿色智能基地,为未来的产能以及生产效率做好布局。未来,在大家居发展战略的指引下,构建全链条闭环系统,拓宽产品品类,提高客户复购率,提高盈利增长点。

据悉,2021年上半年大自然地板业绩实现快速增长,相较2020年同期成功实现扭亏为盈。在奔赴二次创业的征程上,余学彬强调:我们要有归零的心态,把过往的成功归零;不忘初心,敢闯新路,坚持做好创业七大举措。

(新浪家居)

四川:鼓励研制新型防水材料满足重大铁路工程耐寒防腐需求

日前,四川省政府办公厅印发了《关于抢抓重大机遇推动轨道交通产业高质量发展的实施意见》(下称“《实施意见》”),提出加强创新平台建设、推动关键核心技术创新、培育先进制造业基地、培育行业领军企业等16个方面支持保障措施,抢抓川藏铁路等重大铁路工程建设机遇,提升四川在全国轨道交通发展格局中的核心竞争力。为提高新材料制造水平,《实施意见》强调,鼓励企业研制新型防水材料、保温隔热高分子材料等新型材料,满足重大铁路工程耐寒耐腐蚀长寿命及特殊结构需求。《实施意见》8月1日起施行,有效期5年。

《实施意见》在强化科技创新、打造产业集聚区、推进产业转型升级等方面提出了具体要求。比如在强化科技创新方面,以重大铁路工程建设需求为导向,组织实施川藏铁路建设重大科技专项,突破高原、高寒条件下智能TBM(隧道掘进机)、长距离隧道钻探设备、

长跨度吊机和架桥机、长隧道钻爆法智能机械、应急救援装备、钢结构桥梁紧固连接装备、地灾监测预警与防治装备、极端环境下可靠性测试设备等关键核心技术;组织实施高温超导高速磁悬浮建设重大科技专项,突破高速磁悬浮设计、施工等关键核心技术。制定轨道交通产业技术攻关路线图,定期发布轨道交通重大技术装备、数字化施工设备、新材料技术攻关目录。在推进产业转型升级方面,鼓励企业研制含钕高强抗震钢、高端机械结构钢、高强高韧重轨、高温合金钢、高性能工模具钢等先进钢铁材料,开发预应力管道智能循环压浆、高性能混凝土、玄武岩纤维、新型防水材料、保温隔热高分子材料、新型枕木及道床固化材料、长链尼龙线缆材料等新型非金属材料,满足重大铁路工程耐寒耐腐蚀长寿命及特殊结构需求。(仲方)

深圳出台工业“碳达峰”补贴政策

为规范支持绿色发展促进工业“碳达峰”目标专项资金扶持计划的组织实施,提高资金使用效益和管理水平,日前,深圳市发布《支持绿色发展促进工业“碳达峰”扶持计划操作规程》。《规程》明确,深圳市对工业能源资源节约和综合利用项目事后直接资助,资助金额不超过审计核定的项目总投资的30%,单个项目资助金额不超过1000万元。

据介绍,支持绿色发展促进工业“碳达峰”工作包括工业和信息化领域的绿色制造体系建设、能源资源节约及综合利用、自愿性清洁生产等项目。

扶持方式均为事后资助,包括直接资助、奖励两种形式。直接资助是指对项目申报单位自主实施的工业能源资源节约和综合利用相关项目给予无偿资助;奖励是指对项目申报单位获得国家、省、市各项落实绿色发展促进工业“碳达峰”目标工作有关示范项目和荣誉称号的,给予奖励。

工业能源资源节约和综合利用项目的扶持方向为支持工业和信息化领域企业实施围绕电机、变压器、数据中心等重点用能设备的能效改造提升项目,智慧(综合)、智能、数字化能源管理项目,新能源和可再生能源示范项目,重要污染源源头替代产品项目,节水改造及再生水重复利用示范项目,近零碳排放示范工程以及其他以促进节能、降耗、减排(碳)、工业资源综合利用为目的且达到较为明显的节能减排效果的示范项目。

需要指出的是,根据《规划》,工业能源资源节约和综合利用扶持项目总投资原则上由建设投资、研发费用构成,建设投资不少于项目总投资的50%,项目实施周期不超过3年;支持绿色发展促进工业“碳达峰”工作试点示范奖励申报时间距离获得试点示范等荣誉的时间不得超过一年,且该荣誉处于有效状态,未被暂停、撤销、中止或终止。

(王勤)