

今年上半年，红星美凯龙在国内多地关店撤退的消息持续发酵。在福建福州会展中心片区、山西阳泉新区、湖南邵阳的商场陆续传出关闭消息后，近日位于广州市海珠区的红星美凯龙广东全球家居1号店也传出“易主”的风声。据新快报记者不完全统计，今年上半年，红星美凯龙有7家商场关闭或更换产权方。自去年被厦门建发集团收购后，红星美凯龙交出上市以来最差成绩单，如今的巨亏和关店潮是否仅为调整期阵痛，引起市场讨论和关注。

■新快报记者 梁茹欣



亏损超25亿元、二股东重整、深陷闭店风波……

红星美凯龙遇“多事之夏” 海珠门店传言“易主”

■工作日中午，卖场部分楼层空无一人。

●实地走访

商场工作人员： “换了老板，目前仍正常经营”

近日，一张盖有“广州红星美凯龙世博家居广场有限公司”公章的通知书在社交平台流传。“公司现有业务收缩，需在2024年6月30日进行裁撤。”该通知书称，公司管理层将发生变更，管理团队需要进行裁撤，相关员工将转岗安置或依法终止/解除劳动合同。

公开信息显示，该卖场名为“红星美凯龙广东全球家居1号店”，于2021年年底开业，总建筑面积达9.5万平方米，是集智能电器、潮流家具、进口国际、精品卫浴、睡眠生活、设计客厅、系统门窗、高端定制、软装陈设为一体的一站式家居Mall。

该卖场曾被红星美凯龙视为其“华南地区攻略”的重要一步棋，即在广东打造“一省一标杆”（1号店），实现“一店卖全省，辐射大湾区”。2021年3月22日，红星美凯龙官网发布《加速开拓华南高端家居新未来，红星美凯龙引爆“华南地区攻略”》，其中提到：“发布‘华南地区攻略’七大举措，重点布局华南区域，构建全维度、多元化、跨越式的发展蓝图，以共有的美好愿景焕新企业品牌主张……在商场布局方面，2021年计划开业58家。未来5年，红星美凯龙在广东、福建、广西三地商场数量将扩增至150多家，实现从地级市向三四线新兴城市优势区域全面覆盖……其中在广东省的攻略中，正式启动‘0599战略’，即未来5年广东省内商场增至99家，实现一湾四区优质家居消费点位全域覆盖。”

如今，卖场的经营情况如何？为此，新快报记者近日走访红星美凯龙广东全球家居1号店，发现卖场前的大面积空地正进行土方开挖，现场堆起数个小山包。适逢工作日中午，前来购物的顾客寥寥无几，部分楼层更是空无一人。当被问起公司管理层裁撤消息是否属实时，卖场工作人员声称“没有收到消息”或“不了解”。

不过，新快记者在二楼红星美凯龙办公场所一间会议室的墙上，看到了上述通知书内容。一名工作人员前来阻止记者拍摄并称：“不要拍了，这是公司的内部文件，你在网上看的内容跟这份通知一样。”该工作人员表示，该公司仍在正常经营，未受管理层变动消息的影响。“其实就相当于一个公司换了老板，但是其他的东西都不变”。

针对卖场的经营情况及管理层变更等情况，新快报记者日前联系红星美凯龙品牌部相关人士及发送采访问题至官网邮箱，但截至发稿时仍未获回复。

●业绩表现

累计亏损超25亿元，上半年7家商场关闭或更换产权方

实际上，今年以来，红星美凯龙关店撤退的消息屡次见诸报端。5月，位于山西阳泉新区的“红星美凯龙全球家居生活广场”发布闭店通知书。福州仓山区会展中心片区的红星美凯龙福建全球家居1号店易主，商场产权方改为喜盈门。红星美凯龙邵阳宝庆商场也传来即将闭店的消息，“告全体商户书”显示，商场于2018年9月开业，将于2024年8月1日起闭店。

卖场拍卖成交难度加大的消息同样引起业内关注。阿里法拍平台显示，5月30日，漳州红星美凯龙全球家居生活广场内部约10.2万m²商场及地下室车位再次上架拍卖，最终流拍。此前，该标的首次拍卖时间是

2023年6月，起拍价约为5.83亿元，第二次拍卖直降1.16亿元，起拍价为4.66亿元，吸引上万人次围观，但还是因为无人报名出价而流拍。

财报显示，截至2023年底，红星美凯龙经营了87家自营商场、275家委管商场，通过战略合作经营8家商场，还涉及46家特许经营家居建材项目，共包括448家家居建材店/产业街。相较2022年，自营商场减少7家，委管商场减少9家，战略合作经营商场数未变，特许授权经营家居建材项目减少11家。今年一季度显示，红星美凯龙无新开自营商场，关闭1家商场，位于福建厦门；无新开委管商场，关闭3家商场，位于山东莱阳、四川成都、山东荣成。据上述情况初步

统计，红星美凯龙有7家商场关闭或更换产权方。

值得注意的是，上述关闭门店的地点多为二三四线城市。而此前红星美凯龙曾依托轻资产模式，即委托管理和特许经营等方式加快在低线城市的渗透率，形成了一二线城市布局自营商场，在二三线城市以及下沉市场多为轻资产运营的商场格局。商场的减少也带来业绩的波动。2023年红星美凯龙的营业收入115.15亿元，归母净利润为-22.16亿元。今年一季度延续亏损趋势，实现营收21.12亿元，较上年同期下降19.30%；归母净利润-3.72亿元，同比下降322.16%。截至2024年3月底，其已累计亏损超25亿元。

●专家声音

降杠杆的同时还需寻找盈利突破口，从而打破困局

业内普遍认为，市场下行、线上购物普及、消费者购物习惯改变等多重因素导致传统家居卖场客流量下滑、经营压力增大。为此，家居卖场不得不寻求新的增长曲线。此前红星美凯龙向外界透露，今年的战略方向是推动家居、家电和家装“3+星生态”融合，核心是拓展高端电器业务和M+高端设计中心业务。

但从业务结构情况看，租赁收入仍是家居卖场的大头。自营商场方面，红星美凯龙2023年租赁及相关收入为67.81亿元，占营业收入超五成以上。其中，自营商场的经营收入为77.58元/平方米/月，相比2022年的86.47元/平方米/月有所下降。

即便是租赁业务，红星美凯龙的表现亦不如同行企业。在投资者关系平台上，有投资者质疑红星美凯龙定位更高，但其2023年自营商场每平方米店效（年收入）却远低于居然之家的1468元。红星美凯龙对此回应称，2023年公司的店效低于居然之家披露数据，一方面由于红星美凯龙定位中高端消费群体，为了营造更好的购物环境，采用了较大的公摊面积，提升消费者购物体验。同时，疫情期间公司为了支持行业发展、扶持中小

经营者，给予较高的优惠补贴，由此造成平效短期下滑。

不过，在记者走访红星美凯龙广东全球家居1号店时，有商户直言，商场的月租金并不低，每平方米为120元至150元，虽然周边的高端家居卖场并不多，商场也几乎每个周末及节假日都在做活动，但到店的人流还是较少。当记者以意向入驻商家的身份进行询问时，一名商户建议换其他渠道，他说：“现在大家都往路边、社区走，你怎么还往商场里面跑？”

在社交媒体及投诉平台，红星美凯龙也是消费投诉问题缠身，涉及内容多为“品牌数量太少”“线下销售体验差”“产品质量不过关”“家具逾期不发货”“申请退款无人处理”等。在黑猫投诉上，截至目前红星美凯龙累计投诉量为1051件，“已完成”的只有124件。

新快报记者留意到，红星美凯龙于2020年首次提出“轻资产、重运营、降杠杆”的战略，并将该战略模式视为破局的关键，但效果不明显，其2023年的债务规模超300亿元，资产负债率高达55.6%。红星美凯龙近日发布公告称，公司第二大股东红星美凯龙控股集团有限公司因自身债务

清偿困境，已向上海市浦东新区人民法院申请进行重整。

在此背景下，红星美凯龙放弃了部分多元业务的布局，包括近期终止了新一代智慧家居商场项目、天猫“家装同城站”项目、3D设计云平台建设项目和新一代家装平台系统建设项目等。资本市场上，红星美凯龙的股价亦持续表现弱势。

“股价是上市公司经营状况的晴雨表，公司股价持续下跌，公司需要通过降杠杆、寻找业务多元化的方式打破经营困局。”财经评论员郭施亮向新快报记者表示，在房地产调整周期里，红星美凯龙在降杠杆的同时，需要积极寻找业务多元化，寻求盈利突破口，二股东重整对公司影响虽然有限，但仍需要积极引入新的实力战略投资者，提升公司活力，实现资源的有效互补。



扫码了解更多
“家·生活”资讯