

市值管理“保卫战”依旧硝烟四起。据新快报记者不完全统计,截至12月16日,45家上市家居企业中超过六成的市值较1月初出现不同程度的下滑。与此同时,部分企业在回购股份等常规做法之外,通过以智能化为方向进行“改名换姓”、新增“首发经济”概念等方式来提升股价。受访行业人士表示,上述做法多为追逐热门概念,待热度退却后股价很快就会下跌,最终支撑企业的还是业绩和持续经营。

■新快报记者 梁茹欣

市值管理“保卫战”硝烟四起,部分企业祭出怪招——

改个好名字 就能提升股价?

1 市值千亿公司挂零,百亿阵营只有16家

国家统计局12月初最新发布的数据显示,2024年1月至10月,规模以上家居制造业企业营业收入5355.2亿元,同比增长1.6%;实现利润总额267.4亿元,同比增长6.0%。从整体来看,家居制造业依旧实现了盈利能力的提升。

但从市值表现角度观察,上市家居企业今年的表现显得更加复杂。据新快报记者统计,截至12月16日,45家上市家居企业中有28家的市值比今年1月初有所下降,占比超六成。其中定制、陶瓷、装修、成

品等领域成为“重灾区”。市值千亿元以上的企业依旧挂零,百亿元级别的只有16家。

深度绑定地产带来不菲业绩,曾是不少家居企业股价得以走高的原因。比如在2021年,东方雨虹、欧派家居等企业的市值一度突破千亿元,如今这两家企业的市值均未超过500亿元,比3年前的高峰期蒸发一半。

财经评论员郭施亮向新快报记者表示,定制、陶瓷、装修、成品等领域与房地产行业的兴衰高度关联,在房地产市场

调整周期阶段,房地产产业链容易受到行业低迷环境影响,与其关联性越高的行业受到的冲击越大。

大材研究首席分析师邓超明持相似观点,他认为受房地产行业的影响,不少投资者认为家居产业的成长性有限,对上市家居企业的看好程度有所下降。此外,部分公司的业绩增长形势不佳,影响了市值表现。三是经过多年的洗牌,家居龙头企业也面临上台阶的困难,给外界呈现的想象空间不大,影响了投资者的热情。

2 向智能化业务推进,改名带动股价上涨

近年来,家居企业开始有了与房地产减少捆绑的意愿,个别公司甚至通过“改名换姓”来改变增长困局。

居然之家日前发布公告称,12月10日起,该公司将其中文名称由“居然之家新零售集团股份有限公司”变更为“居然智家新零售集团股份有限公司”,证券简称由“居然之家”变更为“居然智家”,证券代码不变。

对于改名一举,居然智家给出的理由是“有助于公众更清晰地识别公司在智能家居产品和服务方面的专业性和创新性,推动公司商业模式的转型升级”,该公司表示加快推进原有家居卖场向智能家居体验中心转型升级,智能家居产品已成为公司家居卖场最重要的经营品

类,公司自营的智能家居服务平台业务也得到迅速发展。

新快报记者留意到,改名之后的居然智家迅速收获多个涨停。12月10日至16日,公司连续5个交易日收盘价格涨幅偏离值累计达20%以上。拉长时间线来看,居然智家今年的市值一路震荡下跌,直至12月股价开始拉升,总市值从1月约200亿元一度上涨至12月的近300亿元。

一字之差,为何能在资本市场产生如此反响?郭施亮表示,“居然之家”变更为“居然智家”,可能让市场联想起智能化发展前景,但如果没业绩的支撑,短期炒作后最终还是回归价值。

邓超明亦表示,智能家居早已是热

门产业,也是潜力巨大的朝阳产业。“居然之家”改名“居然智家”,拥抱智能潮流,此举直接影响该公司在资本市场的表现,但这只是各方在追逐热门概念,待热度消退后,(高)股价就会下跌,很难持久。

截至12月19日收盘,居然智家报3.97元/股,总市值249.61亿元。从财报看,该公司的业绩并不理想。2022年以来,公司归母净利润已经连续两年下滑。今年前9个月,公司实现营业收入94.79亿元,同比下降2.72%;归母净利润7.32亿元,同比下降36.42%。居然智家在今年半年度报告中提到的“数智化转型将对稳固公司主业起到明显支撑作用”,目前尚未完全发挥作用。

3 业内人士:产品和服务才是持续发展基石

除了智能家居赛道,“首发经济”也成为资本市场近期热点。

今年7月,《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》提出,完善扩大消费长效机制,减少限制性措施,合理增加公共消费,积极推进首发经济。12月召开的中央经济工作会议明确提出,积极发展首发经济、冰雪经济、银发经济。

按照行业说法,首发经济是指企业发布新产品,推出新业态、新模式、新服务、新技术,开设首店等经济活动的总称,涵盖了企业从产品或服务的首次发布、首次展出到首次落地开设门店、首次设立研发中心,再到设立企业总部的链式发展全过程。

很快,亚振家居、蒙娜丽莎等家居企业新增“首发经济”概念,并且股价得到明显提升。比如,亚振家居入选“2022年度上海市首发经济引领性品牌”榜单,12月13日,亚振家居新增“首发经济”概念,12月16日收盘,该公司报9.82元/股,涨幅9.97%,创今年以来股价新高。该公司发布公告称,其股票于12月12日、13日、16日连续3个交易日出现涨停,累计涨幅达33.06%,可能存在市场情绪过热、非理性炒作情形。

值得注意的是,亚振家居、蒙娜丽莎等企业的经营情况同样难言乐观。亚振家居近期发布公告称,2024年前三季度公司营业总收入为1.52亿元(未审计),归属于上市公司股东的扣除非经常性损

益的净利润为-5672.59万元(未审计)。若公司2024年度财务指标还不能得到有效改善,就存在被实施退市风险警示的可能。蒙娜丽莎则交出一份营收净利双降的成绩单:今年前9个月公司实现营业收入35.72亿元,同比下降21.41%;归母净利润1.41亿元,同比下降57.85%。

业内分析认为,首发经济的兴起,对家居企业的精益化管理和品牌管理提出了更为严苛的挑战与要求。在追求短期首发效应的同时,家居企业更应着眼于产品和服务的长期可持续发展,包括探索环保材料的应用,推动绿色家居的发展;优化售后服务体系,提升顾客满意度与忠诚度等,这些才是品牌实现长期发展的基石。

■上市家居企业靠炒作概念提升股价并非长远之计。

一周资讯

皮阿诺实控人及股东拟协议转让16.59%股份

12月16日晚,皮阿诺发布公告称,控股股东、实际控制人马礼斌拟将其持有的皮阿诺股份1788.84万股(占上市公司目前股份总数的9.59%)通过协议转让的方式转让给深圳市通捷企业管理合伙企业(有限合伙,简称“深圳通捷”)。公司持股5%以上股东珠海鸿禄企业管理合伙企业(有限合伙)拟将其持有的皮阿诺股份1305.8万股无限售流通股(占上市公司目前股份总数的7.00%)通过协议转让的方式转让给深圳通捷。

11月全国建材家居卖场销售额同比上涨

12月15日,由商务部流通业发展司立项、中国建筑材料流通协会编制并发布的数据显示,11月全国建材家居景气指数BHI为118.24点,环比下跌9.41点,同比下跌0.60点。全国规模以上建材家居卖场11月销售额为1375.44亿元,环比下跌4.75%,同比上涨4.24%;1月至11月累计销售额为13674.39亿元,同比下跌3.80%。

东易日盛总部办公楼进行第二次拍卖

东易日盛近日发布公告称,北京市朝阳区人民法院于12月20日在京东司法拍卖网上对子公司资产进行第二次公开拍卖,起拍价为1.6115亿元。对比首次2.0143亿元的起拍价,本次拍卖降价超4000万元。公告称,本次拍卖所涉及的房产系公司总部及下属子公司北京斯林科技有限责任公司的主要办公地址,如本次拍卖成功,公司可能面临经营地址搬迁的风险。

(梁茹欣 据公开信息整理)



扫码了解更多
“极智家”资讯