

红星美凯龙家居集团股份有限公司

估值提升计划的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

重要内容提示：

- 估值提升计划的触发情形及审议程序：鉴于红星美凯龙家居集团股份有限公司（以下简称“公司”）股票连续 12 个月每个交易日收盘价均低于最近一个会计年度经审计的每股归属于公司普通股股东的净资产，根据《上市公司监管指引第 10 号——市值管理》，公司制定估值提升计划。公司第五届董事会第七次会议审议通过了本次估值提升计划。
- 估值提升计划概述：公司将围绕经营提升、现金分红、投资者关系管理、信息披露等方面，提升公司投资价值 and 股东回报能力，推动公司投资价值合理反映公司质量，增强投资者信心、维护全体股东利益，促进公司高质量发展。
- 相关风险提示：本估值提升计划仅为公司行动计划，不代表公司对业绩、股价、重大事件等任何指标或事项的承诺。公司业绩及二级市场表现受到宏观形势、行业政策、市场情况等诸多因素影响，相关目标的实现情况存在不确定性。

一、估值提升计划的触发情形及审议程序

（一）触发情形

根据《上市公司监管指引第 10 号——市值管理》，股票连续 12 个月每个交易日收盘价均低于其最近一个会计年度经审计的每股归属于公司普通股股东的净资产的上市公司，应当制定上市公司估值提升计划，并经董事会审议后披露。

公司股票自 2024 年 12 月 31 日（含该交易日）的前 12 个月内（2024 年 1 月 2 日至 2024 年 12 月 31 日）处于低位波动，已连续 12 个月每个交易日收盘价

均低于最近一个会计年度经审计的每股归属于公司普通股股东的净资产，即2024年1月2日至2024年3月28日每日收盘价均低于2022年经审计每股净资产（11.95元），2024年3月29日至2024年12月31日每日收盘价均低于2023年经审计每股净资产（11.40元），属于应当制定估值提升计划的情形。

公司每股净资产变化情况

科目 \ 日期	2022 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2024 年 3 月 31 日	2024 年 6 月 30 日	2024 年 9 月 30 日
每股净资产 (元)	11.95	11.40	11.30	11.09	10.95
是否经审计	是	是	否	否	否

（二）审议程序

2025年3月27日，公司第五届董事会第七次会议审议通过了《红星美凯龙家居集团股份有限公司估值提升计划的议案》。该议案无需提交股东大会审议。

二、估值提升计划的具体内容

为实现公司投资价值提升，提高股东回报能力，公司将采取以下具体措施：

（一）经营提升

公司重视经营质量的整体提升，将聚焦做强主业，积极开拓市场，强化成本控制，提升经营效率和盈利能力，具体如下：

1. 公司将深化“3+星生态”战略的践行，顺应一站式消费需求趋势，打破家电、家居、家装边界，在强化家居主赛道护城河的同时，强势拓展新品类、新业态，打造“家消费生态聚合场”。
2. 公司将对全国现有智能电器生活馆进行升级扩容，以创新的商业生态，提升场域价值。公司将以原有的高端智能电器产品为基础，加大生活小家电、数码产品的引进，在已入驻的国内外主流高端品牌之外，加强各个电器品类二三线品牌的引进，扩充产品品类，完善品牌矩阵，为消费者提供更丰富的选择方案，强化买家电到红星美凯龙的消费者心智。同时，电器生活馆将配套餐饮、咖啡、电器服务中心、电竞游戏体验等功能模块，提升消费者购物体验。

3. 公司将基于汽车消费对线下场景和服务体验的高要求，发挥家居商场融合汽车业态的天然优势，以全国场域资源探索“人车家”新生活方式场域运营。一方面，公司将加强品牌总对总合作建联，积极链接主机厂及平台资源，布局新能源汽车、高端二手车、汽车改装及汽车后市场；另一方面，公司将以于成都首发的“π 空间”为起点，推动汽车智能生态综合体落位红星美凯龙商场，通过打造店中店形式，集合 IP 展示、一站式购车、汽车营销、儿童娱乐、餐饮、潮玩艺术等多种功能，并以小程序为链接，通过积分运营、社群运营构建流量池，实现线上蓄客、线下体验，促进与用户间的深度交流互动，进而吸引更多到店客流。
4. 公司将进阶打造 M+ 高端家装设计中心，通过在商场顶层引入设计师工作室，掌握优质的家居消费流量入口，为商场构建瀑布式人流；公司将通过设置完备的 M+ 积分权益运营体系，建立消费者、设计师、商户的信任桥梁，为家居垂类伙伴和设计师圈层带来实际增量。公司将深化从选产品到红星美凯龙向选方案到红星美凯龙的消费者心智转化，加快实现 M+ 高端家装设计中心的全国商场全覆盖，核心商场重点运营。
5. 公司将进一步完善线上流量运营矩阵，在“天猫同城站”、“抖音本地生活”双主阵地的基础上，进一步拓展“小红书”、“高德地图”、“微信视频号”、“美团点评”、“百度地图”等其他线上阵地，全面推动商场因地制宜构建线上获客渠道。
6. 公司将推动商场互联网能力建设，持续扩大万人直播项目规模，同时主攻新技术 AIGC 对项目的赋能，倍数增加短视频、直播效率，积极开展金牌内容创作大赛、超级星主播等项目，确保持续稳商扶商。
7. 公司将以红星美凯龙小程序为主阵地，深度结合企业微信等用户服务工具，通过产品升级使用户在商场获得更优的停车、逛店、消费体验，打造专注用户服务的官方服务平台。同时，公司将沉淀客资进入用户资产池，通过全周期管理，促进用户多次消费，以客资赋能商户经营。
8. 公司将通过创建新业务平台，强化收入增长曲线，为房地产企业、酒店管理公司、政府机关等企事业单位，提供建筑装饰装修工程服务，开展公装设计、材料供应以及施工安装的一站式服务业务；依托于与行业内

众多家居品牌/工厂的长期合作关系，整合相关资源，在保证产品多样性和质量的同时，强化成本优势，提供多方共赢的家居产品直采服务。

9. 公司将以规范的财务管理、良好的信用记录，增强金融机构对公司的信任，并结合战略投资方资源，拓展低成本资金来源，以包括银行贷款、CMBS 产品等多元化的融资渠道，降低公司融资成本。比如，近期公司通过申请 4.8 亿元银行借款置换德邦证券“无锡红星美凯龙家居卖场一号馆资产支持专项计划”资产支持证券，降低资金成本 1.45 个百分点，延长借款期限约 13 年，大幅改善了资金流动性。

（二）现金分红

公司将通过持续且合理比例的现金分红来回报股东，与投资者共享公司经营成果。若公司实现的年度可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值，且公司累计可供分配利润为正值的前提下，公司目标以现金方式分配的利润原则上不少于当年实现的可分配利润的 20%，以稳定投资者分红预期，增强投资者获得感。

（三）投资者关系管理

公司将与投资者建立畅通的沟通机制，主动、及时、深入了解投资者诉求并做出针对性回应，具体如下：

1. 公司将定期举办业绩说明会，向投资者详细介绍公司的经营业绩、财务状况和未来发展计划，从而增强投资者对公司价值的认同感。
2. 公司将通过热线电话、e 互动平台等多种渠道，及时有效回答投资者问题，进而提升投资者对公司的信任和忠诚度。
3. 公司将通过主动开展分析师会议、机构调研、机构路演、走进上市公司现场参观（即经营表现优秀的商场或运营示范型“π 空间”/M+ 高端家装设计中心/智能电器生活馆等场馆的商场）等活动，加强与不同类型投资者及金融机构的交流互动，深化其对公司经营方针及发展战略的了解，展示公司的优势和投资价值，从而使其形成投资决策、主动推介。

（四）信息披露

公司将在遵守法律、法规及监管规则要求的背景下，持续提升信息披露透明度和精准度，具体如下：

1. 公司将加强对信息披露业务操作人员的培训，提高其业务水平和规范意识，在确保信息披露的真实性、准确性、完整性和及时性的基础上，提升信息披露透明度和精准度。
2. 在履行法定信息披露的前提下，公司将积极采取图文简报等可视化形式对公司公告等进行解读，进一步提高信息披露内容的可读性。
3. 公司将就公司在环境保护、社会责任和公司治理（ESG）等方面的履行情况，定期编制相关报告并进行披露，树立公司负责任的企业形象，满足投资者对非财务信息的需求，从而吸引长期投资资金。比如，近期公司通过结合战略投资方资源，将于南京、无锡、苏州、宁波等地的商场屋顶引入建设光伏电站，为商场提供清洁、绿色能源，使商场能耗管理更为精细化。
4. 公司将密切关注市场对公司价值的反映，在市场表现明显偏离公司价值时，审慎分析研判可能原因，积极采取措施，包括但不限于发布公告、声明、召开说明会、加强投资者交流频次等方式，促进公司投资价值真实反映公司质量。

（五）其他合规措施

为实现公司市值与内在价值的相匹配，公司结合自身情况，制定其他市值提升计划，具体如下：

1. 公司目前持有及在建物业中，存在部分与公司家居商场物业处于同一/毗邻地块的塔楼、办公物业等物业，公司计划以前述存量商业项目的项目公司名义申请取得房地产开发资质并对该等物业于完成建设前通过预售方式进行销售，以盘活公司存量资产。公司在充分考虑资金面情况下，将通过分批预售分批开发的方式，在尽可能不占用公司主营业务现金流前提下，仅利用上述存量商业项目自身预售资金和项目融资（如有），逐步滚动开发，提升项目资金周转效率，以时间换空间，预计以不少于 10 年的时间来彻底盘活建成上述存量商业项目，以减少因资金缺口导致项目建设长期停滞和土地闲置所带来的经济损失。由于前述事项涉及公司在前期做出的部分自愿性承诺的豁免，尚需提交公司股东大会审议；股东大会审议通过后，将由公司管理层负责推进具体实施。

2. 公司将通过梳理发展战略、经营成果、投资亮点、社会责任、企业文化等各个方面的价值亮点，开展主动价值传播，增强品牌影响力及市场竞争力，进一步巩固行业生态地位，引导市场对公司发展的认知，提升市场关注度。
3. 公司将建立全面的舆情监测及危机预警机制，保证内外部信息沟通通畅，强化危机的预防和应对能力，并定期跟踪分析公司舆情环境，及时发现市场和舆情关注热点，高效调整相应工作重心。
4. 公司将加强创新团队建设，鼓励员工创新思维，重视团队成员间平等与尊重，促进员工与公司共同成长，探索建立良好人才培养机制及激励机制，形成优胜劣汰、能上能下、有序流动的管理体系。

三、董事会对估值提升计划的说明

公司董事会认为，本次估值提升计划是公司基于目前公司所处的外部市场环境和实际情况而做出的计划方案，方案内容聚焦提升公司主营业务，着力进一步改善公司经营质量，加强公司规范治理，切实履行上市公司的责任和义务，具有合理性和可行性，有利于持续维护公司资本市场良好形象，提升公司的投资价值，推动公司早日实现高质量可持续健康发展。

四、评估安排

公司属于长期破净情形时，将每年对估值提升计划的实施效果进行评估，评估后需要完善的，将提交董事会审议并进行相关披露。

公司触发长期破净情形所在会计年度，如日平均市净率低于所在行业平均值的，公司将在年度业绩说明会中就估值提升计划的执行情况进行专项说明。

五、风险提示

1. 本估值提升计划仅为公司行动计划，不代表公司对业绩、股价、重大事件等任何指标或事项的承诺。公司业绩及二级市场表现受到宏观形势、行业政策、市场情况等诸多因素影响，相关目标的实现情况存在不确定性。

2. 本估值提升计划中的相关措施，系基于公司对当前经营情况、财务状况、市场环境、监管政策等条件和对未来相关情况的合理预期所制定。若未来因相关因素发生变化导致本计划不再具备实施基础，则公司将根据实际情况对计划进行修正或者终止。



红星美凯龙家居集团股份有限公司

敬请投资者理性投资，注意投资风险。

特此公告。

红星美凯龙家居集团股份有限公司董事会

2025 年 3 月 28 日