

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



Red Star Macalline Group Corporation Ltd.

紅星美凱龍家居集團股份有限公司

(一家於中華人民共和國註冊成立的中外合資股份有限公司)

(股份代號：1528)

截至2019年12月31日止年度之 未經審核全年業績公告

未經審核綜合業績

紅星美凱龍家居集團股份有限公司(「本公司」或「紅星美凱龍」)董事會(「董事會」)欣然宣佈本公司及其附屬公司(「本集團」或「我們」)截至2019年12月31日止年度(「報告期」)之未經審核綜合年度業績，連同2018年同期的比較數字。

財務摘要

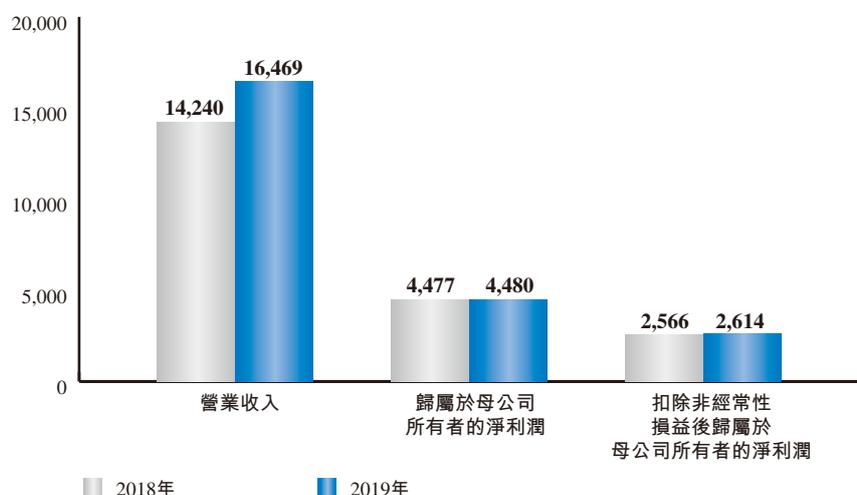
	截至12月31日止年度	
	2019年 (人民幣千元，另有註明者除外) (未經審核)	2018年 (經審核)
營業收入	16,469,238	14,239,793
毛利	10,733,627	9,426,093
毛利率	65.2%	66.2%
淨利潤	4,686,242	4,705,447
歸屬於母公司所有者的淨利潤	4,479,682	4,477,411
歸屬於母公司所有者的淨利潤率	27.2%	31.4%
扣除非經常性損益後歸屬於母公司 所有者的淨利潤	2,613,622	2,566,154
扣除非經常性損益後歸屬於母公司 所有者的淨利潤率	15.9%	18.0%
每股收益	人民幣1.26元	人民幣1.20元

附註：倘本公告的中文版本與英文版本存在分歧，則以中文版本為準。

主要財務業績指標

主要財務業績指標

人民幣百萬元



經營摘要

下表載列若干有關於所示日期運營中自營商場⁽¹⁾及委管商場⁽¹⁾的經營數據：

	於2019年 12月31日	於2018年 12月31日
商場數量	337	308
商場經營面積(平方米)	20,986,950	18,939,341
覆蓋城市數量	212	199
自營商場數量	87	80
自營商場經營面積(平方米)	7,736,844	6,918,993
自營商場平均出租率	93.4%	96.2%
委管商場數量	250	228
委管商場經營面積(平方米)	13,250,106	12,020,347
委管商場平均出租率	93.5%	95.0%

附註：

(1) 定義見本公司日期為2015年6月16日的招股章程(「招股章程」)。

合併利潤表

截至2019年12月31日止年度

(除特別註明外，所有金額以人民幣元列示)

	截至12月31日止年度	
	2019年 (未經審核)	2018年 (經審核)
一.營業收入	16,469,237,788.92	14,239,792,500.44
減：營業成本	5,735,611,011.50	4,813,699,821.07
税金及附加	429,040,601.76	387,369,974.23
銷售費用	2,290,930,826.31	1,700,337,297.30
管理費用	1,751,866,715.59	1,490,961,410.80
研發費用	38,206,412.50	43,165,869.51
財務費用	2,260,079,805.40	1,533,151,372.35
其中：利息費用	2,411,290,093.44	1,670,758,123.43
利息收入	195,395,541.15	301,034,720.66
加：其他收益	104,900,495.94	111,159,889.42
投資收益	786,438,650.13	229,672,928.92
其中：對聯營企業和合營企業的投資收益	137,729,826.00	183,468,563.89
公允價值變動收益	1,632,073,263.93	1,767,009,613.56
信用減值損失(損失以括號填列)	(297,862,062.06)	(247,494,708.99)
資產處置收益(損失)	8,101,725.36	(656,552.23)
二.營業利潤	6,197,154,489.16	6,130,797,925.86
加：營業外收入	46,074,966.28	38,512,766.67
減：營業外支出	40,151,435.89	149,990,961.12
三.利潤總額	6,203,078,019.55	6,019,319,731.41
減：所得稅費用	1,516,836,338.46	1,313,872,428.30
四.淨利潤	4,686,241,681.09	4,705,447,303.11
(一)按經營持續性分類		
1.持續經營淨利潤	4,686,241,681.09	4,705,447,303.11
2.終止經營淨利潤	—	—
(二)按所有權歸屬分類		
1.少數股東損益	206,560,028.48	228,036,060.65
2.歸屬於母公司所有者的淨利潤	4,479,681,652.61	4,477,411,242.46

	截至12月31日止年度	
	2019年 (未經審核)	2018年 (經審核)
五.其他綜合收益(損失)的稅後淨額	1,004,835,312.35	(350,053,843.84)
歸屬母公司所有者的其他綜合收益		
(損失)的稅後淨額	940,241,172.07	(284,856,658.06)
(一)不能重分類進損益的其他綜合收益		
1.其他權益工具投資公允價值變動	964,367,163.82	(284,856,658.06)
(二)將重分類進損益的其他綜合收益		
1.公允價值套期成本公允價值變動	(24,125,991.75)	—
歸屬於少數股東的其他綜合收益		
(損失)的稅後淨額	64,594,140.28	(65,197,185.78)
六.綜合收益總額	5,691,076,993.44	4,355,393,459.27
歸屬於母公司所有者的綜合收益總額	5,419,922,824.68	4,192,554,584.40
歸屬於少數股東的綜合收益總額	271,154,168.76	162,838,874.87
七.每股收益		
(一)基本每股收益	1.26	1.20
(二)稀釋每股收益	不適用	不適用

合併資產負債表

於2019年12月31日

	於2019年 12月31日 (未經審核)	於2018年 12月31日 (經審核)
流動資產		
貨幣資金	7,229,239,369.35	8,527,607,964.92
交易性金融資產	233,385,470.05	236,256,219.87
衍生金融資產	31,751,504.22	—
應收賬款	1,805,663,937.18	1,687,918,584.76
應收款項融資	41,040,000.00	55,000,000.00
預付款項	340,717,638.07	319,437,303.71
其他應收款	710,012,095.26	1,931,724,519.36
存貨	330,978,528.99	251,352,502.91
合同資產	1,039,368,953.49	807,109,773.17
一年內到期的非流動資產	555,066,245.64	319,250,999.36
其他流動資產	1,637,221,709.44	1,582,934,842.98
流動資產合計	13,954,445,451.69	15,718,592,711.04
非流動資產		
長期應收款	800,494,682.51	1,795,159,925.01
長期股權投資	3,654,279,035.20	3,026,101,128.50
其他權益工具投資	3,999,157,825.44	3,302,748,467.57
其他非流動金融資產	368,774,540.60	324,850,000.00
投資性房地產	85,107,000,000.00	78,533,000,000.00
固定資產	897,496,154.61	192,418,042.50
在建工程	2,329,221,258.37	84,866,598.69
使用權資產	3,087,184,216.82	—
無形資產	449,262,332.89	460,830,931.51
開發支出	34,245,602.45	—
商譽	97,597,047.85	16,592,357.41
長期待攤費用	489,797,913.40	400,731,940.53
遞延所得稅資產	1,174,578,160.89	822,269,149.42
其他非流動資產	5,850,884,335.94	6,182,556,566.38
非流動資產合計	108,339,973,106.97	95,142,125,107.52
資產總計	122,294,418,558.66	110,860,717,818.56

	於2019年12月31日 (未經審核)	於2018年12月31日 (經審核)
流動負債		
短期借款	3,387,894,541.95	5,166,655,101.70
應付賬款	1,476,370,855.07	970,116,980.34
預收款項	1,159,059,013.47	1,249,019,601.25
合同負債	2,221,835,457.96	2,601,978,507.73
應付職工薪酬	830,362,911.55	913,986,023.52
應交稅費	739,393,813.25	607,676,739.98
其他應付款	7,799,973,358.09	8,496,897,574.07
一年內到期的非流動負債	9,804,740,633.43	4,145,791,830.22
其他流動負債	348,314,909.66	1,161,684,557.80
流動負債合計	27,767,945,494.43	25,313,806,916.61
非流動負債		
長期借款	15,919,626,315.76	14,306,362,773.00
應付債券	6,592,440,970.73	7,156,394,519.96
租賃負債	3,321,817,733.91	—
長期應付款	634,392,235.62	1,385,921,007.85
遞延收益	225,902,560.47	212,456,044.43
遞延所得稅負債	11,989,277,103.64	11,008,662,811.23
其他非流動負債	6,858,165,749.37	6,181,288,065.26
非流動負債合計	45,541,622,669.50	40,251,085,221.73
負債合計	73,309,568,163.93	65,564,892,138.34
股東權益		
股本	3,550,000,000.00	3,550,000,000.00
資本公積	4,239,976,571.04	4,490,018,895.43
其他綜合收益	1,483,127,041.17	1,227,776,839.27
盈餘公積	1,954,818,567.23	1,816,847,121.56
未分配利潤	34,486,715,762.57	30,629,417,859.13
歸屬於母公司股東權益合計	45,714,637,942.01	41,714,060,715.39
少數股東權益	3,270,212,452.72	3,581,764,964.83
股東權益合計	48,984,850,394.73	45,295,825,680.22
負債和股東權益總計	122,294,418,558.66	110,860,717,818.56

附註：2018年12月7日，財政部發佈了《關於修訂印發〈企業會計準則第21號——租賃〉的通知》(財會[2018]35號)(「新租賃準則」)。本集團自2019年1月1日起執行新租賃準則，將執行新租賃準則的累積影響數，調整2019年年初留存收益及財務報表其他相關金額，對可比期間資訊不予調整。根據《關於修訂印發2019年度一般企業財務報表格式的通知》(財會[2019]6號)和《關於修訂印發合併財務報表格式(2019版)的通知》(財會[2019]16號)要求，本集團相應追溯調整了資產負債表中應收款項融資、其他應收款、一年內到期的非流動資產、其他流動資產、短期借款、其他應付款、一年內到期的非流動負債等科目的比較數據。該會計政策變更對合併及公司淨利潤和所有者權益無影響。

管理層討論及分析

一、財務回顧

1. 收入

報告期內，本集團的營業收入為人民幣16,469.2百萬元，相比2018年同期的人民幣14,239.8百萬元增長15.7%，主要是由於自有／租賃商場及委管商場相關業務穩健發展，以及建造施工及設計業務大幅增長所致。

2. 毛利及毛利率

報告期內，本集團實現毛利人民幣10,733.6百萬元，相比2018年的人民幣9,426.1百萬元增長13.9%；綜合毛利率為65.2%，相比2018年的66.2%下降1.0個百分點。

3. 銷售費用

報告期內，本集團銷售費用為人民幣2,290.9百萬元(佔營業收入的13.9%)，相比2018年的人民幣1,700.3百萬元(佔營業收入的11.9%)增長34.7%，主要是我們開展品牌宣傳活動以及新開業商場推廣營銷投入導致廣告費及宣傳費用上升。

4. 管理費用

報告期內，本集團管理費用為人民幣1,751.9百萬元(佔營業收入的10.6%)，相比2018年的人民幣1,491.0百萬元(佔營業收入的10.5%)增長17.5%，主要是本集團基於建立全渠道泛家居消費平台的戰略佈局，增加擴展性業務相關團隊人員數量、提升員工薪酬福利水準、新增互聯網應用平台團隊開支導致職工薪酬以及福利費、辦公及行政費用等因素上升。

5. 財務費用

報告期內，本集團的財務費用主要由利息支出、利息收入和匯兌損益等組成。財務費用由2018年的人民幣1,533.2百萬元增加至2019年的人民幣2,260.1百萬元，增幅47.4%。其中利息支出由2018年的人民幣1,873.8百萬元增加至2019年的人民幣2,677.3百萬元，增幅42.9%。主要是本集團為滿足經營發展需要，於報告期內新增銀行借款及發行境內公司債券和商業地產抵押貸款支持證券，導致有息負債規模上升以及市場整體利率上升綜合所致。

6. 所得稅費用

報告期內，本集團所得稅費用為人民幣1,516.8百萬元，相比2018年的人民幣1,313.9百萬元增加15.4%，主要是2018年發生以前年度匯算清繳差異人民幣366.0百萬元。

7. 歸屬於母公司所有者的淨利潤、扣除非經常性損益後歸屬於母公司所有者的淨利潤及每股收益

報告期內，歸屬於母公司所有者的淨利潤為人民幣4,479.7百萬元，相比2018年的人民幣4,477.4百萬元基本持平；扣除非經常性損益後歸屬於母公司所有者的淨利潤為人民幣2,613.6百萬元，相比2018年的人民幣2,566.2百萬元增長1.85%。以上業績表現主要是本集團業務穩健發展，產業鏈延伸持續為客戶提供高附加值品質服務，營業收入及毛利持續增長，業務擴張所需投入增加之綜合結果。

報告期內本集團每股收益為人民幣1.26元，2018年同期為人民幣1.20元。

8. 應收賬款

截至報告期末，本集團應收賬款賬面價值為人民幣1,805.7百萬元，相比2018年末的人民幣1,687.9百萬元增加人民幣117.8百萬元，主要是報告期內收入增長帶來相關應收賬款增加所致。

9. 投資性房地產及公允價值變動收益

截至報告期末，本集團投資物業賬面價值為人民幣85,107.0百萬元，相比2018年末的人民幣78,533.0百萬元增長8.4%，報告期內本集團投資性房地產實現公允價值變動收益人民幣1,600.7百萬元。上述增長主要是報告期內自有商場租金及相關收入水平提升，開發中的投資物業工程推進及購入新物業所致。

10. 貨幣資金及現金流量

截至報告期末，本集團持有貨幣資金為人民幣7,229.2百萬元（其中現金及現金等價物餘額為人民幣6,776.1百萬元），相比2018年末人民幣8,527.6百萬元（其中現金及現金等價物餘額為人民幣7,614.5百萬元）減少人民幣1,298.4百萬元。

	截至12月31日止年度	
	2019年 (未經審核)	2018年 (經審核)
經營活動產生的現金流量淨額	4,093,981,030.60	5,857,930,704.35
投資活動產生的現金流量淨額	(4,082,774,044.60)	(10,994,440,295.78)
籌資活動產生的現金流量淨額	(849,680,902.47)	2,475,297,944.71
匯率變動對現金及現金等價物的影響	80,048.26	6,405,135.96
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	(838,393,868.21)	(2,654,806,510.76)

報告期內，本集團經營活動產生的淨現金流入為人民幣4,094.0百萬元，相比2018年同期淨流入人民幣5,857.9百萬元減少了人民幣1,763.9百萬元。主要是報告期內本集團調整了商場商戶代收代付貨款的結算方式，使得報告期內的代收代付款項為淨流出，進而導致經營性淨現金流較2018年相比下降。

報告期內，本集團投資活動產生的淨現金流出為人民幣4,082.8百萬元，相比2018年同期淨流出人民幣10,994.4百萬元減少人民幣6,911.6百萬元，主要是2018年收購戰略性資產及投資家居產業上下游企業較多，報告期內對投資標的的篩選標準進一步提高，支付的投資相關各類現金減少。

報告期內，本集團籌資活動產生的淨現金流出為人民幣849.7百萬元，相比2018年同期淨流入人民幣2,475.3百萬元減少了人民幣3,325.0百萬元。主要變動是2018年本公司發行A股完成募集資金約人民幣3,050.0百萬元。

11. 主要負債比率

本集團債務總額中，於一年內或按要求償還的部分為人民幣12,537.1百萬元，應於一年以上但不超過兩年償還部分為人民幣9,818.2百萬元，應於兩年以上但不超過五年償還部分為人民幣11,939.4百萬元，應於五年以上償還部分為人民幣6,906.5百萬元；本集團將於上述債務到期時及時償還。

下表載列我們的主要負債比率：

	於2019年 12月31日 (未經審核)	於2018年 12月31日 (經審核)
資產負債率 ⁽¹⁾	59.9%	59.1%
淨資本負債率 ⁽²⁾	69.4%	62.3%

附註：

- (1) 資產負債比率按各期末總負債除以總資產計算。
- (2) 淨資本負債率是指各期末有息負債(包括短期借款、長期借款、應付債券、應付融資租賃款、應付商業地產抵押貸款支持證券)扣除貨幣資金後除以所有者權益的比率。

12. 資產抵押及質押

截至報告期末，本集團已抵／質押賬面價值合計為人民幣69,038.5百萬元之投資性房地產及在建工程和賬面餘額合計為人民幣707.0百萬元之其他權益工具及限制性貨幣資金用於獲得借款，獲得借款的餘額為人民幣30,211.1百萬元；本集團將餘額為人民幣266.4百萬元之限制性貨幣資金用於存放於央行存款準備金、套期保值業務等。

13. 或有負債

本報告期末無或有負債。

14. 財務資源

本集團未來的資金主要來源於經營活動產生的現金、銀行借款、發行債券及股東提供的股本出資。為了確保本集團資金得以有效運用，本集團將持續定期監管流動資金需要，遵守借貸契約，確保維持充足現金儲備及適當的信貸額度以應付流動資金需求。

15. 重大收購及出售事項

報告期內無重大收購及出售事項。

16. 外匯風險

於報告期末，本集團各實體記賬本位幣之外的金融資產及金融負債主要包括美元債券，港幣短期借款以及少量的外幣存款。面對新增的外匯風險敞口，本集團管理層積極主動地開展了相關風險管控措施：包括合理選擇遠期、貨幣互換等外債保值工具，強化內控理念及策略，加強與國際銀行的探討，持續關注預測匯市走向，隨時做好對沖風險的準備。我們認為該等外幣餘額的資產和負債產生的外匯風險不會對本集團的經營業績產生重大影響。

二、業務回顧

1. 業務發展與佈局：穩健的商場發展、覆蓋全國的戰略佈局

截至報告期末，我們經營了87家自營商場，250家委管商場，通過戰略合作經營12家家居商場⁽¹⁾，此外，本公司以特許經營方式授權開業44個特許經營家居建材項目⁽²⁾，共包括428家家居建材店／產業街⁽³⁾。我們經營的自營商場和委管商場，覆蓋全國29個省、直轄市、自治區的212個城市，商場總經營面積20,986,950平方米。我們通過自營商場與委管商場雙輪驅動的發展模式佔領了一線城市、二線城市核心區域的物業，同時積累了豐富的商場營運經驗，不斷提升品牌價值，並構建了較高的進入壁壘。

報告期內，我們繼續執行自營商場的戰略性佈局政策，確保大多數自營商場在一線城市及二線城市，尤其是直轄市的核心區域的佈局。截至報告期末，我們經營著87家自營商場，總經營面積7,736,844平方米，平均出租率93.4%⁽⁴⁾。其中，有20家分佈在北京、上海、天津、重慶四個直轄市，佔自營商場總數量比例達到23.0%，上述自營商場的經營面積2,084,277平方米，佔自營商場總經營面積比例達到26.9%。

報告期內，我們新開設了6家自營商場，另有3家商場由委管商場轉為了自營商場。截至報告期末，我們有33家籌備中的自營商場。未來，我們仍將繼續側重於在一線、二線城市的核心區域對自營商場予以戰略佈局。

此外，我們憑藉著在家居裝飾及傢俱行業良好的品牌聲譽、成熟的商場開發、招商和運營管理能力，繼續在三線城市及其他城市迅速拓展委管商場。我們內部亦有著嚴格的篩選和評審機制來確保委管商場的穩步、快速發展。截至報告期末，我們經營著250家委管商場，總經營面積13,250,106平方米，平均出租率93.5%⁽⁵⁾。其中，有134家分佈在華東、華北區域(不含上海、北京、天津)，比例達到53.6%，上述委管商場的經營面積7,634,964平方米，比例達到57.6%。報告期內，我們新開設了35家委管商場，關閉了10家委管商場。此外，有3家委管商場轉為自營商場。

截至報告期末，我們籌備的委管商場中，有359個簽約項目已取得土地使用權證／已獲得地塊。隨著全國社會經濟的整體水平的平穩發展、城鎮化戰略持續推進和居民人均可支配收入不斷提升，我們將在全國範圍內重點加快委管商場的發展步伐。

附註：

- (1) 報告期內，本公司收購了山東銀座家居有限公司46.5%股權，與山東省商業集團有限公司並列成為山東銀座家居有限公司第一大股東。截至2019年12月31日，山東銀座家居有限公司及其下屬控股子公司在中國境內合計運營12處家居商場。戰略合作經營商場是指本公司基於戰略目的考慮，通過與合作方共同投資、共同持有物業並且共同經營的家居商場。
- (2) 特許經營家居建材項目指本集團以特許經營方式開業經營的家居建材店、家居建材產業街。對於該類特許經營家居建材項目，本集團不參與項目開業後的日常經營管理。
- (3) 家居建材店／產業街指本集團在綜合考慮經營物業物理形態、經營商品品類等情況下，從便於經營管理角度出發，將擁有獨立場館標識的家居建材店及街區稱作家居建材店／產業街。
- (4) 有3個商場因經營規劃調整，未納入出租率統計。
- (5) 有6個商場因經營規劃調整，另有1個商場目前處於歇業狀態，均未納入出租率統計。

2. 業務管理：持續提升的商場經營管理水平

2.1 招商管理

我們持續優化品牌和品類佈局，推動家居商場消費升級；持續提升租金精細化管理水平，利用智慧營銷平台提升商戶銷售，實現租金收入持續增長；不斷深化品牌資源、經銷商資源管理，提升對品牌和經銷商的服務能力；順應消費升級趨勢，加大引入國際品牌力度，持續打造國際館；以展會匯集全球優秀品牌，儲備招商和業務整合資源。

2.2 營運管理

我們全面深度開展「服務口碑」項目，在環保質量、服務、信用體系、消費者滿意度等方面提出了對商場運營管理的統一高標準、嚴格要求，進一步提升服務口碑質量；持續開展「綠色領跑」項目，提升消費者綠色家居生活質量；通過數字化空間管理手段提高商場的營運管理效率。

2.3 營銷管理

營銷管理方面，我們繼續迭代IMP (Intelligent Marketing Platform) 全球家居智慧營銷平台，將紅星美凱龍從一個一站式購物的家居商場，升級成為一個輻射線上線下家居行業的全域型超級流量場，通過全渠道引流，助力商戶打造私域流量池，實現對每一個家裝用戶從引入、互動、到店、轉化、複購，到聯購的全鏈路、全場景、全周期深度運營。品牌管理方面，我們持續聚焦傳播「甄選全球設計尖貨」品牌定位，通過在視覺傳達、內容營銷、IP合作、跨界營銷等方面的持續創新和深耕，塑造全球家居潮流引領者的高端品牌形象。

2.4 物業管理

我們嚴格管控商場安全風險：預防性管控為主，應急方案為輔，人防、技防相結合；持續改善商場環境，提升商戶和顧客體驗。

3. 擴展性業務：蓬勃發展

我們的各項拓展性業務在報告期內蓬勃發展。我們繼續圍繞「全渠道泛家居業務平台服務商」的戰略定位，以「家」為核心，進行業務的上下游跨界外延，打造泛家居行業的商業生命共同體。報告期內，我們的線上、線下一體化平台為消費者提供從設計到裝修入住、居家消費品購買的泛家居消費產業鏈服務；我們還提供全方位物流服務，以滿足平台兩端多重需求，實現資源共享。

3.1 互聯網泛家居消費

我們圍繞「家」的概念搭建互聯網新零售平台，通過拓寬設計家裝業務的運營模式，為消費者提供從設計、裝修到居家消費品購買等泛家居消費產業鏈服務。通過繼續對現有家居裝飾及傢俱商場進行數字化改造升級，我們將線上家居消費平台與線下實體商場網絡進行業務資源的充分融合與共享，在為消費者提供便捷優質服務及線上線下互動體驗的同時，發揮線下業務與互聯網拓展業務的協同效應，提升整體運營效率，實現價值創造最大化。

報告期內，我們繼續踐行「高端家裝就一站」的戰略目標，為消費者提供從設計、裝修、商品到服務的一站式解決方案。

在設計方面，我們繼續借助M+高端室內設計大賽、「星設計」平台及設計雲軟件為終端消費者提供增值服務，進而為商場精準引流。

在商品零售方面，在報告期內，我們與「新零售」的提出者和倡導者阿里巴巴（中國）網絡技術有限公司（以下簡稱「**阿里巴巴**」）簽署了戰略合作協議，旨在將阿里巴巴在新零售領域先進的經營理念與技術支持引入到線上線下一體化平台，進一步推動本公司的泛家居消費產業鏈服務。

家裝方面，為了服務更多客戶群體，同時提供更好的購物體驗，我們設立了紅星美凱龍家裝產業事業部。秉承「美凱龍·空間美學」的理念，家裝產業事業部以完善購物體驗為己任，為消費者提供集裝飾設計、工程施工與研發、主材傢俱與軟裝配飾、智能家居與住宅設備於一體的全案整裝服務，業務涵蓋別墅、住宅、酒店公寓、精裝房、商業及辦公空間等領域，全方位帶動商場銷售。

3.2 提供全方位物流服務：滿足平台兩端多重需求，實現資源共享

報告期內，我們繼續拓展家居裝飾及傢俱行業的終端服務體系，為向商戶及消費者提供專業化的配送安裝服務，助力廣大商戶「最後一公里」的配送、安裝及售後服務，提高消費者滿意度及對商戶品牌、「紅星美凱龍」品牌的黏性。

4. 信息化建設持續升級，支持線上線下一體化發展

報告期內，信息技術中心秉持做人正，做事正的工作信念，圍繞本集團持續夯實信息化建設成果，逐步推進數字化和智能化的建設目標，不忘初心，牢記使命，大力推進集團總部及全國商場的信息化建設工作，並通過財務智能、數據智能工作持續賦能業務發展，為本集團的目標達成和快速發展保駕護航。

5. 高效的人力資源管理政策：高效支持企業成長

報告期內，我們的人力資源政策以紅星美凱龍「十三字價值觀」為重點導向，緊緊圍繞本公司戰略，推進落實了本公司經營發展一體化的戰略調整，快速完成了組織、人員的支持工作，支撐本公司以省為單位的經營發展業務一體化，實現了本公司全國資源的統籌，確保本公司各項業務工作順利銜接，並在績效管理、人才發展、業務支持、人事運營及員工關係等方面有所建樹。

截至報告期末，我們共有員工27,113名。

6. 家居商場品牌組合建設

品牌組合建設方面，除了核心品牌「紅星美凱龍」，本公司亦投資平行於核心品牌的新品牌，實現品牌的多元化，進一步豐富本公司提供的服務類別。本公司打造了相對更加時尚、高端的品牌「紅星•歐麗洛雅」，以覆蓋更廣泛的消費者群體，進一步提升市場佔有率。同時，自2016年起，本公司為自營及委管商場之外的經營物業業主方提供開發策劃階段的商業諮詢服務，並提供書面諮詢報告，同時可授權業主方以本公司同意的方式使用「星藝佳」品牌。此外，本公司於2014年取得了高端家居裝飾及傢俱零售品牌「吉盛偉邦」的三十年品牌經營權，本公司有權在自營或受託管理方式設立的商場及與該等商場有關的所有經營業務中使用許可商標，同時本公司有權授予任何第三方在家居商場產業中使用上述許可商標。

截至報告期末，就商場數量和收入貢獻而言，本公司的核心品牌「紅星美凱龍」仍佔絕大多數比例。

展望

我們持續以「建設溫馨和諧家園、提升消費和居家生活品位」為己任。2020年及以後，我們將繼續遵循「市場化經營，商場化管理」的經營管理模式，為消費者提供更好、更專業的服務，鞏固市場領導地位，鞏固「紅星美凱龍」品牌在消費者心目中的家居生活專家地位，以建成中國最領先的、最專業的「家居裝飾及傢俱行業全渠道平台商」為企業的發展目標。

我們未來的發展計劃如下：

1. 繼續實施自營與委管商場雙輪驅動業務模式，通過戰略性拓展商場網路及品牌組合，鞏固市場領導地位；
2. 建立全方位的服務體系，致力於成為家居裝飾及傢俱行業的新零售標杆；
3. 攜手阿里巴巴，深度拓展新零售領域佈局；
4. 深度推進業務變革，強化「全渠道泛家居業務服務商」的品牌心智；
5. 積極創新、重視應用資本市場和金融工具；及
6. 持續改善本公司治理、規範運作，踐行社會責任。

報告期後重要事項

1、2020年度第一期中期票據發行結果

根據於2018年4月25日召開的2018年第一次臨時股東大會審議通過的《關於公司發行境內債務融資工具一般性授權的議案》，本公司股東大會授權董事會及董事會授權人士在合適的時機進行決策融資，在總額不超過人民幣150億元的範圍內在境內發行債務融資工具(品種包括但不限於中期票據、公司債券以及境內監管機構認可的其他債務融資工具等)。本公司已向中國銀行間市場交易商協會(「交易商協會」)申請註冊發行中期票據，具體內容請詳見本公司在上海證券交易所官方網站及指定媒體披露的《紅星美凱龍家居集團股份有限公司擬發行2018年第一期中期票據的公告》(公告編號：2018-052)。

2018年9月12日，本公司收到交易商協會出具的《接受註冊通知書》(中市協注[2018]MTN506號)，同意接受本公司中期票據註冊，註冊金額為人民幣50億元，註冊額度自交易商協會發出《接受註冊通知書》之日起2年內有效。

2019年5月22日，為更好的發揮非金融企業債務融資工具對公司整體資金運用的作用，經本公司重新評估自身債務融資工具結構後，本公司向交易商協會申請核減前述《接受註冊通知書》(中市協注[2018]MTN506號)項下中期票據註冊金額。

2019年6月6日，本公司收到交易商協會出具的《關於核減紅星美凱龍家居集團股份有限公司中期票據註冊金額的函》(中市協函[2019]567號)，同意將本公司前述《接受註冊通知書》(中市協注[2018]MTN506號)項下中期票據人民幣30億元註冊金額予以核減。《接受註冊通知書》(中市協注[2018]MTN506號)原註冊金額人民幣50億元，經核減人民幣30億元，剩餘有效註冊額度人民幣20億元。

由2020年1月16日至2020年1月17日，本公司成功發行了2020年度第一期中期票據，實際發行總額人民幣5億元，發行利率5.70%。詳情請參閱本公司日期為2020年1月21日於國內指定媒體和2020年1月20日於香港聯合交易所有限公司（「香港聯交所」）網站（<http://www.hkexnews.hk>）披露的公告。本次中期票據發行相關文件詳見中國貨幣網（www.chinamoney.com.cn）及上海清算所網（www.shclearing.com）。

2、免除自營商場商戶一個月租金及管理費

2020年1月29日，本公司接到董事長車建興先生提議召開臨時董事會會議審議關於免除符合條件的自營商場相關商戶一個月租金及管理費相關事宜的議案。

為積極承擔社會責任，支持商戶發展，對於符合條件的自營商場相關商戶，本公司將免除其2020年度任意一個月的相關自營商場中的租金及管理費，以助力相關商戶在本次新型冠狀病毒肺炎疫情中平穩經營。詳情請參閱本公司日期為2020年2月3日於國內指定媒體和2020年2月2日於香港聯交所網站（<http://www.hkexnews.hk>）披露的公告。

3、股權激勵計劃

為進一步完善本公司法人治理結構，建立、健全本公司長效激勵約束機制，吸引和留住優秀人才，充分調動核心骨幹員工的積極性和創造性，有效提升核心團隊凝聚力和企業核心競爭力，有效地將股東、本公司和核心團隊三方利益結合在一起，使各方共同關注本公司的長遠發展，確保本公司發展戰略和經營目標的實現，在充分保障股東利益的前提下，按照收益與貢獻對等的原則向激勵對象定向發行的本公司人民幣A股普通股股票（「本激勵計劃」）。本激勵計劃擬授予激勵對象的股票期權數量為3,085.00萬份，約佔本激勵計劃草案公告日（即2020年2月23日）本公司股本總額355,000.00萬股的0.87%，其中首次授予2,776.50萬份，約佔本激勵計劃草案本公告日公司股本總額355,000.00萬股的0.78%，佔本次授予股票期權總量的90.00%；預留308.50萬份，約佔本激勵計劃草案公告日本公司股本總額355,000.00萬股的0.09%，佔本次授予股票期權總量的10.00%。本激勵計劃尚待股東於2020年4月21日舉行的2020年第一次臨時股東大會、A股類別股東大會及H股類別股東大會批准。具體內容詳見本公司於2020年2月24日在國內指定信息披露媒體和分別於2020年2月23日及2020年3月30日在香港聯交所網站（<http://www.hkexnews.hk>）披露的公告及通函。

4、2020年公開發行公司債券（第一期）發行結果公告

經中國證券監督管理委員會證監許可[2019]628號文核准，本公司獲准面向合格投資者公開發行面值總額不超過人民幣40億元的公司債券，採用分期發行模式。

根據《紅星美凱龍家居集團股份有限公司2020年公開發行公司債券（第一期）發行公告》，紅星美凱龍家居集團股份有限公司2020年公開發行公司債券（第一期）（「本期債券」）發行規模不超過人民幣5億元（含5億元）。發行價格100元／張，採取網下向合格投資者簿記建檔的方式發行。

本期債券為3年期（附第2年末本公司調整票面利率選擇權和債券持有人回售選擇權）。

本期債券發行工作已於2020年3月10日結束，實際發行規模為人民幣5億元，票面利率為4.95%。

遵守《企業管治守則》

截至2019年12月31日止年度期間，除偏離守則條文第A.2.1條外，本公司已遵守《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》(「《上市規則》」)附錄十四《企業管治守則》(「《企業管治守則》」)的原則及守則條文。

偏離《企業管治守則》第A.2.1條守則條文

車建興先生(「車先生」)為本公司董事長及首席執行官。鑒於有關車先生的經驗、個人資歷及於本集團擔任的職務，以及車先生自2007年6月以來一直擔任本公司首席執行官及總經理，董事會認為車先生除擔任董事長外，繼續擔任本公司首席執行官有利於本集團業務前景及營運效率。儘管這將構成偏離《企業管治守則》的第A.2.1條守則條文，董事會認為該架構將不會影響董事會及本公司管理層之間的權責平衡，原因為：(i)董事會將作出的任何決策須經至少大多數董事批准，且本公司董事會12名董事中有4名為獨立非執行董事，符合《上市規則》所規定的董事會的三分之一，本公司認為董事會擁有足夠的權力制衡；(ii)車先生及其他董事知悉並承諾履行其作為董事的受信責任，這些責任要求(其中包括)其應為本集團的利益及以符合本集團最佳利益的方式行事，並基於此為本集團作出決策；及(iii)董事會由經驗豐富的優質人才組成，確保董事會權責平衡，這些人才會定期會面以討論影響本集團營運的事宜。此外，本集團的整體戰略及其他主要業務、財務及經營政策乃經董事會及高級管理層詳盡討論後共同制定。

董事會將繼續審核本集團企業管治架構的有效性，以評估是否需要使董事長與總經理的職務相分離。

遵守標準守則

本公司已採納《上市規則》附錄十所載《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》(「標準守則」)規定的董事及監事進行證券交易的操守守則。本公司已向全體董事及監事作出特定查詢，全體董事及監事確認彼等於截至2019年12月31日止年度內且直到本公告日期的期間內已遵守標準守則所載規定準則。

購買、出售或贖回上市證券

本集團於報告期內概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

審閱未經審核全年業績

截至2019年12月31日止年度全年業績的審核程序尚未完成，由於中國部分地區因對抗新型冠狀病毒(COVID-19)而實施限制。本公告載列之未經審核全年業績尚未取得本公司核數師同意。根據按照財政部頒佈的《企業會計準則—基本準則》以及其後頒佈及修訂的具體會計準則、應用指南、解釋以及其他相關規定編製完成審核程序後，本公司將會刊發有關經審核業績公告。

本公司審核委員會已審閱截至2019年12月31日止年度之未經審核年度業績公告及未經審核綜合年度財務報表。

旅遊和其他限制怎樣及為何影響了本公司按時匯報的能力

由於疫情影響，本公司需要更多的時間校對年度財務數據，因為本公司為在中國大陸各地(包括受新型冠狀病毒嚴重影響的省份和地區)運營的全國性企業，因此必須響應中央和地方政府的要求和其為控制新型冠狀病毒傳播所做的努力，並為了保護本公司員工的健康，採取遠程辦公和／或居家隔離政策，儘管這可能會降低員工的整體工作效率，包括相關的財務和會計人員。因此，本公司多數在湖北省和其他受影響省份及地區的附屬公司不得不延遲向總部提交財務報表供整合，因此本公司將需要更多時間來審閱及校對所有必要的財務數據，以準備截至2019年12月31日止年度經審核全年業績公告。

因疫情影響和受到當地出行限制，以及全國復工時間推遲，和多地對返程人員被要求居家隔離14天政策的影響，核數師預計無法在2020年3月31日前完成所有審計程序，其中包括現場審計工作和函證程序等。

本公司的主要資產投資性房地產每個會計期末均需要評估機構進行評估，鑒於疫情交通受限，且受全國復工時間推遲，以及多地對返程人員被要求居家隔離14天政策的影響，執行評估程序的難度以及獲取評估依據的時間耗用大幅增加。綜合上述各點，評估師無法在2020年3月31日前完成全部的評估工作。

進一步公告

於審核程序完成後，本公司將會刊發進一步公告：(i)有關截至2019年12月31日止年度之經審核業績取得本公司核數師同意及比較本公告載列之未經審核全年業績之重大相異之處(如有)；(ii)擬即將召開的年度股東大會的日期；(iii)截至2019年12月31日止年度之末期股息(如有)；及(iv)為確定股東出席年度股東大會並於會上投票資格而暫停本公司股份過戶登記的日期(及建議有關支付股息(如有)的安排)；(v)刊發及寄發2019年年度報告的安排；及(vi)全球發售所得款項用途及A股發行及所得款項用途的明細。此外，如在完成審核程序過程中有其他重大進展，本公司將在必要時刊發進一步公告。

本公告將在香港聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.chinaredstar.com)上發佈。

本公告所載列有關本集團全年業績之財務資料為未經審核且尚未取得核數師同意。本公司股東及潛在投資者在買賣本公司股份時務請審慎行事。

承董事會命
紅星美凱龍家居集團股份有限公司
車建興
董事長

中國，上海
2020年3月30日

於本公告日期，本公司的執行董事為車建興、郭丙合、車建芳及蔣小忠；非執行董事為陳淑紅、徐國峰、徐宏及靖捷；及獨立非執行董事為錢世政、李均雄、王嘯及趙崇佚。