

欧派家居集团股份有限公司

公开发行可转换公司债券募集资金使用可行性分析报告

为提升公司核心竞争力,增强公司盈利能力,欧派家居集团股份有限公司(以下简称“公司”)拟公开发行可转换公司债券(以下简称“可转债”)募集资金。公司董事会对本次发行可转债募集资金运用的可行性分析如下:

一、本次募集资金使用计划

公司本次公开发行可转债募集资金总额(含发行费用)预计不超过300,000.00万元,扣除发行费用后,募集资金净额拟投资于以下项目:

单位:万元

序号	项目名称	总投资额	拟以募集资金投入金额
1	欧派家居智能制造(武汉)项目	250,000.00	250,000.00
2	欧派创新设计大厦项目	93,000.00	50,000.00
合计		343,000.00	300,000.00

本次公开发行可转债实际募集资金(扣除发行费用后的净额)若不能满足上述全部项目资金需要,资金缺口由公司自筹解决。如本次募集资金到位时间与项目实施进度不一致,公司可根据实际情况以其他资金先行投入,募集资金到位后予以置换。在最终确定的本次募投项目(以有关主管部门备案文件为准)范围内,公司董事会可根据项目的实际需求,对上述项目的募集资金投入顺序、金额和实施内容进行适当调整。

二、本次募集资金投资项目的实施背景

(一) 定制家居市场规模快速增长

近年来,在居民收入水平提升、房地产行业稳步发展、消费升级等多重因素的影响下,消费者对于定制家居产品的接受度越来越高。一方面,定制家居可提供个性化的家居组合,满足消费者多元化的家装需求,因此更受消费者青睐;另一方面,如何提升房屋的空间利用率成为装修的主要难点之一,定制家居通过对

房屋进行整体规划、贴合设计，较成品家居更能显著减少空间浪费，有效解决住户的装修痛点。

定制家居市场规模自 2015 年起持续保持增长态势，据国家统计局与中国产业信息网数据进行测算，定制家居市场规模已经从 2015 年的 1,067 亿元增长至 2020 年的 2,047 亿元，年均复合增长率达到了 14%，行业规模增长迅速。得益于新型城镇化进程推进、居民消费水平进一步提高以及房地产市场平稳健康发展等因素，未来我国定制家居市场规模预计将保持快速增长的趋势。

（二）基于销售品类的扩张和资源整合，公司“大家居”战略持续深化

近年来，国内定制家居市场整装业务迅速兴起。根据中国建筑装饰协会住宅装饰装修和部品产业分会数据，2019 年有 64.3% 的家装消费者选用整装模式。对于消费者而言，整装模式使得装修更加省心、装修风格更加统一、装修成本更低；对于传统的家装公司而言，整装业务可以加强产品标准化程度，构建较为固定的供应商采购关系，有效控制了成本；对于定制家居企业而言，整装业务使得家装公司成为了公司新的经销商，有利于公司争夺流量入口，并为公司的木门、卫浴等营收占比较低的产品引流，有利于公司的全品类扩张，抢占市场份额。

公司在行业内率先布局整装渠道，于 2018 年开始试点推进“欧派整装大家居”商业模式。欧派整装大家居是指公司直接选择和各地规模较大、口碑较好的优质家装公司开展合作，充分利用公司品牌知名度高、产品品类丰富、品类搭配、工艺板材一体化等优势，辅以公司成熟的信息化销售系统，迅速导入家装公司终端，对其进行品牌和产品的同步赋能，缩短磨合期，提升终端效率。在整个客户服务环节，公司负责产品的生产制造以及营销支持等，家装公司负责提供定制家居设计安装服务和家装设计落地施工。

公司积极落地整装经销商营销帮扶政策，加快整装渠道开拓及营销终端模式建设步伐。同时，公司通过机制设计强化、引导欧派零售经销商与当地家装、整装渠道公司进行业务合作，推动零售和整装经销商携手激活当地市场的定制家居产品消费，共同完成公司对当地家居市场的销售拓展，提升公司产品的整体市场占有率。

（三）行业集中度逐步提升，品牌成为经营重点

我国家具企业众多，行业集中度仍处于较低水平。随着家具行业不断发展，行业集中度将逐步提高，优势品牌将占据市场主导地位。加强自主品牌管理和品牌建设，形成清晰的品牌定位和品牌内涵，提升产品竞争力和品牌附加值，将成为定制家居企业未来经营管理的核心目标。

（四）“铂尼思”、“星之家”布局带来新的业务增长点

目前，公司拥有欧派、欧铂尼、欧铂丽、铂尼思、星之家等品牌矩阵，其中铂尼思、星之家为公司最新推出的品牌战略布局。2020年，公司携手意大利设计联盟及全球顶级家居供应链，推出铂尼思品牌，强势进军高端定制家居领域。铂尼思产品涵盖厨柜、衣柜、木门、卫浴等多个品类，定位意大利高奢定制家居，主要面向追求品质及体验的城市高净值精英阶层。星之家是公司推出的一体化整家定制新品牌，星之家将充分发挥供应链、家装公司的整合与协同优势，设计一体化、材质一体化，一站式供应和一揽子服务，实现一体化整家定制，为消费者打造更舒适的家居生活体验。在行业集中度逐步提升的背景下，强大的自主品牌建设，产品、渠道、制造和管理能力不断为公司带来新的业务增长点，公司的市场份额持续提升。

（五）公司持续构筑竞争优势，战略布局打开未来市场空间

公司作为定制家居的龙头企业，近年来以丰富的产品定制经验、强大的品牌影响力和终端销售体系、自主研发信息化管理软件优势、柔性化大规模非标定制生产能力及全国性的生产战略布局持续构筑着竞争优势。

1、丰富的产品定制经验，奠定“全屋定制”基础

公司拥有丰富的产品线，可基本实现家装空间全覆盖。公司以厨柜产品为起点，率先进行品类的横向扩张，自2003年以来，依次新增卫浴、衣柜、木门、软装、家配等业务，奠定“全屋定制”基础。在全屋定制的基础上，公司自2018年起开始推进整装大家居业务，顺应市场发展趋势，在新的市场环境下扩展客流、抢占市场，致力于为消费者提供一站式家居空间解决方案。

2、强大的品牌影响力和终端销售体系

公司以顾客价值为中心，以产品质量为保障，推动名牌战略，形成了具有相当知名度和影响力的“欧派”品牌，“有家、有爱、有欧派”的品牌理念已经深入人心；“欧派”品牌以其深厚的文化底蕴、良好的品牌形象获得众多消费者的认同。2016年至2020年，公司凭借强大的品牌实力连续5年入选中国品牌500强企业榜单，并逐年攀升，2020年更是以435.66亿元的品牌价值位列第146位；此外，公司还连续4年入选中国制造业民营企业500强；2019、2020年连续2年收获“胡润中国500强民营企业”以及“中国制造业企业500强”的殊荣。

在营销网络渠道方面，公司建立了合作共赢理念营销服务体系，截至2021年9月30日，公司已拥有超过7,000家经销门店，强大的品牌影响力和营销网络渠道使公司的竞争优势更加突显。同时，公司顺应行业发展趋势，深化全渠道发展战略，搭建起以零售、整装渠道为主干，工程、电商渠道为两翼，直营、外贸渠道为重要支撑的较为成熟的渠道运营模式。

3、自主研发信息化管理软件优势

公司是行业内为数不多的自主研发全流程信息化管理系统的企业，自主研发的CAXA全流程信息化系统已经全面上线，实现了从前端的产品设计、订单形成、订单审核、订单报价、订单扣款，到后端的订单排产、组织生产、成品出货等环节的信息技术串联。客户在公司专卖店确定设计方案，然后方案通过信息化平台传送到公司，即时生成BOM清单，订单的审价、扣款、排产、加工等每一环节均能在电子信息平台进行显示。信息化工具的运用使得工厂订单的免审率、一次通过率都有了较大幅度提升。

公司结合多年运行信息化系统所积累的经验，与软件合作方共同研发了一套符合自身精细化管理和柔性生产要求的信息化系统，并进行持续完善，使公司信息化始终保持行业先进水平。信息技术的应用源于公司长期不断的摸索、研究和优化，公司充分发挥了信息技术的渗透性和创新性优势，在销售服务和生产的各个环节不断提高自动化、智能化水平，极大地赋能终端销售，持续改善消费者体验，缩短生产周期，提升生产效率。

4、柔性化大规模非标定制生产能力及全国性的生产战略布局

20世纪九十年代初，公司率先将欧洲“整体厨房”概念引入中国，开创中国工业化生产现代厨柜的先河，被誉为中国“厨房革命”的倡导者。凭借公司多年以来持续的研发投入、深厚的技术工艺储备、领先的家居研发实力、强大的产业链上下游议价能力，公司探索出了具有欧派特色的大规模非标定制产品制造模式。目前，公司定制家居产品生产总规模居于行业第一。公司产能设计立足于全国化布局及大家居战略，以生产制造为依托，构筑东（无锡基地）、南（清远基地）、西（成都基地）、北（天津基地）四大生产基地，已经形成辐射华东、华南、华西、华北的全国性生产能力。华中智能制造基地的投资设立，标志着欧派家居完成了“东南西北中”的全国、全品类生产基地布局，其新增的产能规划将满足未来公司订单规模增长的需要，这也意味着公司将更加及时、有效地满足未来全国主要区域销售市场的全品类订单需求，减少长距离的物流运输成本和降低产品运损率，提高公司产品的价格竞争力和客户满意度，进一步提升公司的核心竞争力。

三、本次募集资金投资项目的的基本情况

（一）欧派家居智能制造（武汉）项目

1、项目概况

本项目拟于武汉市蔡甸区投资建设“欧派家居华中智能制造基地”，新建厨柜、衣柜、木门、卫浴等智能家居全品类生产线及配套设施。本项目拟新建厂房、立体仓库及其他配套措施。

2、项目投资概算

本项目投资总额为 250,000.00 万元，全部以募集资金投入。项目总投资概算如下表所示：

序号	工程或费用名称	总投资（万元）	占总投资比例
1	工程建设费用	230,957.76	92.38%
1.1	建安工程	85,319.08	34.13%
1.2	设备购置及安装	145,638.68	58.26%
2	基本预备费	18,476.62	7.39%
3	铺底流动资金	565.62	0.23%

序号	工程或费用名称	总投资（万元）	占总投资比例
项目总投资		250,000.00	100.00%

3、项目经济效益

本项目建设期3年,本项目达产后预计所得税后财务内部收益率为23.67%,投资回收期为5.58年。

4、项目前景

项目实施后,公司进一步完善在全国、全品类生产基地的战略布局,不仅能够更好的辐射华中区域客户,还可以与公司现有华南、华东、华北、西部基地形成合力,缩小区域服务半径,降低长距离运输成本,提高公司的价格竞争力,提升服务质量和消费者体验。

(二) 欧派创新设计大厦项目

1、项目概况

本项目拟在广州市白云区黄边区域投资建设创新设计大厦,作为具有设计研发、营销展示、信息化服务、运营管理功能的综合办公大楼。

2、项目投资概算

本项目投资总额为93,000.00万元,其中拟以募集资金投资50,000.00万元。项目总投资概算如下表所示:

序号	工程或费用名称	总投资（万元）	占总投资比例
1	工程建设费用	48,910.19	52.59%
1.1	建安工程	42,800.09	46.02%
1.2	设备购置及安装	6,110.10	6.57%
2	基本预备费	3,912.81	4.21%
3	展厅费用	3,500.00	3.76%
4	土地费用	36,677.00	39.44%
项目总投资		93,000.00	100.00%

3、项目经济效益

本项目建设期 3 年，主要用途为设计研发、营销展示、信息化服务和运营管理，不直接产生经济效益。

4、项目前景

欧派创新设计大厦项目能够进一步提升公司设计研发能力，充分利用广州设计之都的产业集群优势，结合新一代信息技术的运用，有助于巩固公司核心优势，提升客户服务能力。同时，创新设计大厦作为公司优势产品及服务的展示空间，能够进一步提升公司品牌在市场上的感知力，增强消费者忠诚度和消费粘性，推动公司业务的发展。此外，公司将持续在信息化领域加大投入，用数字化为设计赋能，实现设计与数字化生产制造的全面升级，更好地满足消费者需求。

四、本次募集资金投资项目的必要性

（一）募集资金投资项目是公司提升产品产能，满足客户及时交付的需要

随着公司在品牌推广、销售渠道、工艺研发、产品创新、管理经营等方面形成的优势不断加强，公司业务持续、快速增长。2018 年至 2020 年，公司整体厨柜、整体衣柜、木门、卫浴的销售量持续增长，年均复合增长率分别为 6.39%、17.56%、18.82%、26.74%。2021 年 1-6 月，公司整体厨柜销售额同比增长 46.54%，整体衣柜销售额同比增长 66.21%，木门销售额同比增长 94.71%，卫浴销售额同比增长 62.07%。受“房住不炒”政策及疫情常态化影响，住宅的居住属性未来将逐步提升，家居舒适性、健康性和安全性将越发得到重视，家装的局部整改、旧房翻新增加将催生出大量的定制家居行业需求。

目前，公司的生产线已基本饱和，整体厨柜、整体衣柜、木门的产能利用率均处于较高水平，生产旺季来临时产能瓶颈更加凸显，产能紧张已成为制约公司发展的重要因素。通过本项目的实施，公司可以大幅提升全品类产品产能，减少排产等待时间，更快、更好地满足客户定制家居产品需求，推动公司业务发展。

（二）募集资金投资项目是公司完善战略布局，实现区域协调发展的需要

公司华中地区市场需求旺盛，华中地区 2018 年、2019 年、2020 年贡献营

业收入分别为 124,048.10 万元、137,844.88 万元、158,486.00 万元，占比分别为 10.95%、10.31%、10.92%。本项目实施前，华中区域需求产品主要依靠公司现有成都、清远、无锡、天津四大生产基地进行产品供应和调配。

欧派家居智能制造（武汉）项目建成后，公司可以大幅缩短华中地区及相邻区域内的物流辐射半径和交货周期，快速响应该区域内销售需求。同时，基于武汉的区位优势，华中智能制造基地能够与公司现有的四大基地形成良好的协同，更及时、有效地满足未来全国主要区域的订单需求，减少长距离的物流运输成本和降低产品运损率，进一步完善公司在全国、全品类生产基地的战略布局，实现区域协调发展。

（三）募集资金投资项目是公司推进智能制造战略，提高核心竞争力的需要

根据公司战略规划，华中智能制造基地将以工业 4.0 为基础，稳步打造欧派智能制造体系中最先进的、集智能化与数字化为一体的现代化定制家居 AI 智能工厂集群。该项目将引入业内先进的柔性智能生产线，结合公司自主研发的信息化系统，应用公司现有生产基地精益生产和精细 AS 计划模式成果，实现从产品设计、原料采购、生产准备、产品制造、分拣包装到仓储运输的全业务流程自动化、智能化计划、管控和执行，打造家居行业智能制造 4.0 示范工厂。通过本项目的实施，公司将有效推进智能制造战略，进一步扩大在智能制造领域的优势，提升公司的核心竞争力，从而把握定制家居市场发展机遇。

五、本次募集资金投资项目的可行性

（一）政策可行性

近年来，为扶持定制家居行业的发展，国家出台了一系列产业扶持政策，对定制家居行业在发展方向、生产制造等方面给予了大力支持，其中主要政策列示如下：

产业政策	主要相关内容	颁布时间
------	--------	------

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》	推进产业数字化转型，培育发展个性定制、柔性制造等新模式，加快产业园区数字化改造。深入实施智能制造和绿色制造工程，发展服务型制造新模式，推动制造业高端化智能化绿色化。到 2025 年，常住人口城镇化率提高到 65%	2021.03
《关于支持民营企业加快改革发展与转型升级的实施意见》	支持优势企业提高工业互联网应用水平，带动发展网络协同制造、大规模个性化定制等新业态新模式。加快发展柔性制造，提升制造业应急保障能力	2020.10
《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》	锻造产业链供应链长板，立足我国产业规模优势、配套优势和部分领域先发优势，打造新兴产业链，推动传统产业高端化、智能化、绿色化，发展服务型制造。以质量品牌为重点，促进消费向绿色、健康、安全发展，鼓励消费新模式新业态发展	2020.10
《关于统筹推进商务系统消费促进重点工作的指导意见》	带动家电家具消费，有条件的地区结合实际制定奖励与补贴相结合的消费更新换代政策，鼓励企业开展消费电子产品以旧换新，积极促进绿色节能家电、家具消费。加快线上线下深度融合，支持线上经济、平台经济合规有序发展，保持线上新型消费热度不减	2020.04
《关于推动先进制造业和现代服务业深度融合发展的实施意见》	推广柔性化定制，通过体验互动、在线设计等方式，增强定制设计能力，加强零件标准化、配件精细化、部件模块化管理，实现以用户为中心的定制和按需灵活生产。以服装、家居等为重点，发展规模化、个性化定制	2019.11
《工业和信息化部关于加快培育共享制造新模式新业态促进制造业高质量发展的指导意见》	培育发展共享制造平台。支持平台企业积极应用云计算、大数据、物联网、人工智能等技术，发展智能报价、智能匹配、智能排产、智能监测等功能，不断提升共享制造全流程的智能化水平。引导平台企业与技术提供商合作，强化平台开发与应用能力。鼓励工业互联网平台面向特定行业、特定区域整合开放各类资源，发展共享制造服务	2019.10
《制造业设计能力提升专项行动计划（2019-2022 年）》	实现传统优势产业设计升级，在消费品领域，支持智能生态服装、家用纺织品、产业用纺织品、鞋类产品、玩具家电、家具等设计创新	2019.10
《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》	推进重点领域智能产品创新。鼓励传统家居企业与互联网企业开展集成创新，不断提升家居产品的智能化水平和服务能力，创造新的消费市场空间； 依托互联网平台提供人工智能公共创新服务，加快人工智能核心技术突破，促进人工智能在智能家居、智能终端、智能汽车、机器人等领域的推广应用，培育若干引领全球人工智能发展的骨干企业和创新团队，形成创新活跃、开放合作、协同发展的产业生态	2015.07

《中国制造 2025》	发展基于互联网的个性化定制、众包设计、云制造等新型制造模式，推动形成基于消费需求动态感知的研发、制造和产业组织方式。鼓励制造业企业增加服务环节投入，发展个性化定制服务、全生命周期管理、网络精准营销和在线支持服务等	2015.05
-------------	--	---------

本次募集资金投资项目为定制家居生产基地的新建项目，以及设计研发、营销展示和运营管理功能相结合的综合办公大楼建设项目，符合国家相关产业扶持政策的方向，具备政策可行性。

（二）市场可行性

当前，定制家居行业发展迅速，通过对家居产品进行统筹配置与合理安排，消费者可以实现居室空间的结构、色彩、功能的协调统一，是消费人群对生活品质要求不断提高的产物。定制家居市场规模自 2015 年起一直保持增长态势，据国家统计局与中国产业信息网数据进行测算，定制家居市场规模已经从 2015 年的 1,067 亿元增长至 2020 年的 2,047 亿元，年均复合增长率达到 14%，行业规模增长迅速。然而，我国定制家居市场渗透率与发达国家市场仍存在较大差距。根据艾媒咨询数据，2019 年我国定制家居的渗透率仅为 32%，而发达国家的定制家居渗透率在 60%左右，未来我国定制家居渗透率的提升空间依然较大。艾媒咨询预测，2024 年我国定制家居市场规模将达到 3,324 亿元。本次募集资金投资项目具备市场可行性。

（三）技术可行性

公司一直致力于提升自身技术水平，在新工艺及新产品的研发、信息化建设上积累了丰富的经验成果。

在新工艺、新产品研发方面，公司坚持以创新促发展，不断自主研发，推陈出新，坚持不懈地研发新产品、新材料、新工艺、新技术，使公司的工艺与研发水平始终处于行业前列。为满足市场需求，公司持续改进和创新生产技术，以信息化作为工具和手段，促进工艺技术的提升，以成果为导向建立技术人才激励考核机制，建立了完善的工序级工艺管控体系。公司领先的工艺技术水平为生产高品质的定制家居产品提供了有力的技术保障。

在信息化建设方面，公司是定制家居行业内为数不多的自主研发全流程信息

化管理系统的企业，自主研发的 CAXA 全流程信息化系统已全面上线。报告期内，公司进一步推进 CAXA 的全品类覆盖，终端端口数已超 25,000 个，实现了从前端的销售到后端生产、服务等全环节的信息化覆盖，有效提升了公司整体营运效率。

综合来看，公司已经形成了丰富的技术经验成果，能够有效地为本次募集资金投资项目提供强有力的技术支撑。本次募集资金投资项目具备技术可行性。

六、董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

（一）本次募集资金投资项目与主营业务联系紧密，能够有效促进公司发展战略的实施

本次募集资金投资项目中，“欧派家居智能制造（武汉）项目”能够进一步合理优化整体生产资源配置，进一步完善多区域生产基地布局，降低生产、运输成本，进一步提升生产能力和服务能力。欧派创新设计大厦项目能够促进公司前沿设计开发、协助创新产品展示、信息化建设升级，进一步控本提效，并持续对终端赋能，更好地发挥定制家居产品的服务特点。本次募集资金投资项目与公司现有主营业务联系紧密，能够有效促进公司发展战略的实施。

（二）本次募集资金投资项目在人员、市场、技术方面储备充足

1、人员储备情况

公司核心管理团队、技术研发团队和生产制造团队拥有良好的教育背景和丰富的行业从业及管理经验，能够全面洞悉行业态势、把握行业发展方向，熟悉行业的生产模式和管理模式。近年来，通过持续培训和经营实践，公司管理团队对行业内管理模式和运营模式的创新趋势、技术研发团队对新工艺和新产品的使用工艺及流行趋势、生产制造团队对生产流程管理及优化措施有较为精准的把握。公司重视内部人力资源建设，制定了成熟的人才培养和发展战略，根据人才特性分层开展人力资源管理，分别引进或培养了一批具备竞争意识和战略眼光的管理人才、具备复合型知识结构的核心业务骨干、具备专业能力的一线员工。本次募集资金投资项目在人员方面储备充足。

2、技术储备情况

公司一直致力于提升自身技术水平，在新工艺及新产品的研发、信息化建设上积累了丰富的经验成果。在新工艺、新产品研发方面，公司坚持以创新促发展，不断自主研发，推陈出新，坚持不懈地研发新产品、新材料、新工艺、新技术，使公司的工艺与研发水平始终处于行业前列。在信息化建设方面，公司是定制家具行业内为数不多的自主研发全流程信息化管理系统的企业，自主研发的 CAXA 全流程信息化系统已全面上线，实现了从前端的销售到后端生产、服务等全环节的信息化覆盖，有效提升了公司整体营运效率。本次募集资金投资项目在技术方面储备成熟，能够有效地为本次募集资金投资项目提供强有力的技术支撑。

3、市场储备情况

整体家居作为家居行业的细分领域，凭借个性化设计和空间利用率高等特点，市场规模不断提高，发展前景广阔。公司在整体厨柜、整体衣柜领域保持行业龙头地位，在定制木门、整体卫浴领域市场占有率不断提高。报告期内，公司各类产品的产能利用率保持在较高水平，随着市场需求的进一步增加，公司亟待扩张产能。截至 2021 年 9 月末，公司经销门店已超过 7,000 家，成熟的营销体系为募投项目的实施提供了充分保障。

七、本次发行可转债对公司经营管理和财务状况的影响

（一）本次发行对公司经营的影响

本次募集资金投资项目紧密围绕公司主营业务，具有良好的市场前景、经济效益，能有效丰富大家居一站式消费的新内涵，加强公司适应消费者需求变化的能力，提升公司的品牌形象和竞争地位。本次募集资金投资项目能够通过项目产生的经济效益，为公司实现可持续发展、提高股东回报提供更有力的支持。

（二）本次发行对公司财务状况的影响

本次公开发行可转债募集资金到位后，公司的总资产和总负债规模将相应增加，能够增强公司的资金实力，为公司的后续发展提供有力保障。可转债转股前，公司使用募集资金的财务成本较低，利息偿付风险较小。随着可转债持有人陆续转股，公司的资产负债率将逐步降低，有利于优化公司的资本结构、提升公司的抗风险能力。

八、综述

综上所述,公司本次公开发行可转债募集资金投资项目均与公司主营业务相关,符合国家产业政策和公司发展的需要,具有可行性和必要性。公司投资项目所涉及产品的市场潜力巨大,募集资金投资项目实施后将进一步增强公司经营能力,给公司带来良好的经济效益,符合公司及全体股东的利益。

欧派家居集团股份有限公司董事会

二〇二一年十月二十七日