

• 证券代码：601828

证券简称：美凯龙

## 红星美凯龙家居集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-03

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	线上参与美凯龙（601828）2025年度暨2026年第一季度业绩说明会的全体投资者
时间	2026年5月14日 15:00-16:00
地点	价值在线（ <a href="https://www.ir-online.cn/">https://www.ir-online.cn/</a> ）网络互动
公司总部接待人员姓名	董事长 李玉鹏 财务总监 杨映武 独立董事 薛伟 董事会秘书 曹澍
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 美凯龙商场目前面临的最大问题是出租率低，人流量小，单位面积GMV低，坪效低。改革应该围绕这些问题去解决。建议公司按照一店一策，灵活定位，引入一些高频和中频消费业态，有些商场部分楼层或部分空间可以从白天延续到夜间经营，可以考虑将“潮电荟”、新能源车、手机等3C消费电子、潮玩、床上用品、厨具餐具、家居美学百货用品、运动休闲鞋服、健身用品、餐饮娱乐、大型超市布局到一、二楼及地下楼层，以增加人流量和GMV，打造“热爱生活，就到红星美凯龙”的品牌形象。同步解决商场空间空置问题和租金下滑趋势。不知道公司是否有计划搞这方面的试点？</p> <p>答：尊敬的投资者您好，感谢您对美凯龙运营提效的建言，您的建议与公司当前的战略转型方向高度契合。公司目前正推进新五年战略下的业态升级，核心思路正是在坚守家居主业基本盘的基础上，引入更高频的关联业态激活客流、提升坪效。</p> <p>我们已经规模化落地“潮电荟”业态，潮电荟以打造“潮电生活场景首发渠道”为目标，聚焦小家电、消费电子、AI智能与零碳绿能四大品类。目前已在全国开设50家门店，并拥有5家零碳绿能终端及11家手机数码门店，形成“集合店+专卖店”双轨并行的多元店态。公司正计划在全国打造超过100家“潮电荟”，加速推进企业电器战略升级。2026年将是公司智电2.0战略的关键之年，全年将在全国13个核心城市完成首批“MEGA-E智电绿洲”的升级打造，形成覆盖东北、</p>

西南、中原、北京、重庆等区域的标杆网络。

新业态新能源汽车业态方面，公司已发布汽车业态的“3100 规划”，即 3 年内孵化出汽车业态的新赛道，汽车业态总经营面积突破 100 万 m<sup>2</sup> 的规划。截至 2025 年末，汽车业务已进驻 46 个城市，合作超 30 个品牌，经营面积 32 万 m<sup>2</sup>。公司围绕“品牌集群+场景联动”，打造新车集合馆，模式多元，场景深度融合；借助商场中高端家庭流量，将汽车消费融入“人车家”生态闭环；打造西宁海湖诚宇汽车城、重庆欧陆汽车港、昆明 W 名车等样板项目，树立了行业标杆。

在区域经营激励安排上，公司已落地“一店一策”的差异化运营机制，激活当地消费力。针对当前消费市场的需求变化，在产品和服务层面，红星美凯龙将致力于打造全方位年轻化消费场景。公司将引入更多元化的业态组合，包括二次元主题家居馆、潮玩设计区、独居青年生活解决方案中心以及宠物友好家居体验区等创新业态。基于年轻人“悦己型”消费特点，红星美凯龙将重点打造沉浸式体验空间，通过场景化陈列和互动式体验，让年轻消费者在购物过程中获得情感共鸣和精神满足。

针对商场部分楼层和空间夜间经营的意见，公司秉持“一场一策”原则，授权区域营发中心结合本地客群特征、商圈配套情况自主试点弹性营业安排，优先在与家居强关联的配套业态区域探索分时段运营模式，例如部分商场的生活业态餐饮娱乐等品类营业至夜间，相关成熟经验将逐步向符合条件的门店推广。

## **2. 成都湾悦城是由红星美凯龙与建发商管合作打造的商业综合体，目前经营情况如何？出租率？坪效？这种合作模式今年还有其他店落地吗？**

答：感谢您的提问，天府新区湾悦城是美凯龙自持物业，此前为美凯龙生活美学中心，于 2021 年开业，总建筑面积约 14.4 万平方米，为给消费者提供更好的购物体验，美凯龙牵手建发商管，以“城南活力家庭悦聚场”的全新定位，于 2025 年 12 月 20 日正式开业。湾悦城以“兴趣”作为出发点，汇聚了时下最热的健身、运动、户外、以及儿童成长与家庭生活的多元场景。

截至 2026 年一季度末，湾悦城时点出租率 71.81%。今年暂无其他商场委托给建发商管，美凯龙将聚焦存量资产精细化运营，构建“拓局 - 运营 - 扩张 - 输出”全链路正循环联动闭环，以深度运营商定位同步赋能自持、委管等在管商场。

## **3. 公司今年推动资产轻重分离的出发点是什么？对公司有什么好处？今年预计完成多少个商场的轻重分离？**

答：感谢您的提问，公司今年推动资产轻重分离，以专业化分工为核心，分拆设立美凯龙资产管理与商管两大独立主体，通过股权联结或市场化协议实现深度协作。资产管理主体聚焦自持商场及其他重资产产权持有与核心管理，商管主体统一负责所有自持、委管及加盟等在管商场运营，形成“资产端聚焦价值、运营端聚焦效能”的清晰格局，有效隔离重资产风险、剥离资产负债压力，释放轻资产扩张潜力，破

解过往轻重业务混杂导致的专业分工不足、管理模糊、资源错配等难题。公司将聚焦存量资产精细化运营，通过资产焕新、委托运营等盘活手段提升优质低效资产收益，以股权转让、资产置换等出清方式优化资产组合，借助 REITs 发行、股权合作等资本化路径打通退出闭环。

#### **4. 今年的分红计划？**

答：感谢您的提问，未来公司将根据实际经营情况和发展需求，适时调整分红政策，以更好地回报股东。

#### **5. 建发股份增加担保金额上限到 150 亿元，再加上上限为 95 亿的灵活的短期融资额度。预计今年美凯龙的融资利率平均可以下降到多少？**

答：建发股份入主美凯龙后，积极向美凯龙引入优质的金融资源，通过与控股股东的资源协同，公司的债务结构已得到优化，融资成本显著降低。今年建发股份将持续助力公司拓宽融资渠道，优化有息负债品种配置和期限结构，进一步降低融资成本。

#### **6. 建发入股后赋能效果明显，今年在资源、资金、管理上还有哪些支持？**

答：感谢您的提问，建发入主美凯龙后，推动了从股权入主到业务融合的实质迈进，地产供应链家居业务双向赋能。资金资源上，建发积极向美凯龙引入优质的金融资源，助力美凯龙持续优化公司的债务结构，显著降低公司的融资成本，今年还将继续支持公司拓宽融资渠道，优化有息负债品种配置和期限结构，降低融资成本；业务上，近年来 3+ 星生态战略有效优化商场经营业态和出租率，今年还将继续加速推进企业电器、家装、汽车等业态战略升级；管理上，依托建发成熟的治理体系、运营经验及专业人才储备，公司已完成董事会及核心经营管理层架构优化，在公司治理机制、内控管理体系、经营决策流程、战略发展规划等方面全面对标国资规范治理标准，持续完善治理结构、提升精细化经营管理水平，为公司长远稳健发展筑牢治理根基。

#### **7. 今年关闭低效商场、优化门店结构，对业绩改善帮助有多大？**

答：公司对经营业绩不佳的租赁商场进行了闭店，该措施帮助公司持续聚焦核心商场，集中优势资源，巩固核心自持商场的进入壁垒，稳固市场领导地位。同时，减少经营业绩不佳的租赁商场投入，也能有效的帮助公司减少经营亏损，提升经营利润。

#### **8. 家装、康养家居等新业务，今年拓展和盈利情况怎么样？**

答：感谢您的提问，家装设计师未来是美凯龙的核心流量入口之一，公司通过设计驱动、资源聚合与区域深耕，推动家居行业从单一产品交付向整体生活提案的跨越，能为消费者、设计师与品牌商构建共生共赢的新生态。2025 年，公司通过小程序矩阵数字化赋能，汇聚逾 6,300 位专业设计师，全年开展 500 余场 IP 活动增强粘性，撬动设计师带

	<p>单销售额超过 1.5 亿元，有效实现了“设计引流+商场转化”的闭环。</p> <p>截至 2025 年末，公司家装业务即 M+高端家装设计中心总经营面积达 70.5 万平方米，公司规划未来家装业务 M+高端设计中心经营面积占比要达到 15%，目前还有一定提升空间。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2026 年 5 月 14 日