

8月30日，红星美凯龙(601828.SH，1528.HK)发布2022年半年报。尽管受疫情影响，线下零售整体承压，但依托"轻资产、重运营、降杠杆"战略，红星美凯龙经营稳健，不仅租金收入稳步增长，运营效率也持续提升。

财报显示，2022年上半年，红星美凯龙实现营业收入达69.57亿元，扣非后归母净利润达9.37亿元。分季度来看，2022年Q2其营业收入在疫情冲击下仍实现环比增长6%，综合毛利则环比增长9%，彰显出龙头企业强大的经营韧性。

与此同时，红星美凯龙继续保持着良好的降本增效节奏，杠杆率总体持续降低。截至2022年6月底，红星美凯龙计息负债率较年初下降1.3个百分点。同时，红星美凯龙的期间费用率也持续优化。财报显示，2022年上半年，红星美凯龙的销售费用率同比下降2.4个百分点，管理费用率同比下降3个百分点，运营效率持续提升。此外，红星美凯龙的经营性现金流也保持稳健。截至2022年6月底，红星美凯龙经营性现金流达20.01亿元。

### 自营商场和委管商场收入双双增长

报告期内，红星美凯龙继续凭借轻资产模式实现稳健扩张。今年上半年，红星美凯龙新开1家自营商场以及4家委管商场。截至2022年6月底，红星美凯龙共经营94家自营商场，280家委管商场，通过战略合作经营10家家居商场，以特许经营方式授权开业59家特许经营家居建材项目，共包括475家家居建材店/产业街，覆盖30个省224个城市，总经营面积约2227万平方米。

报告期内，红星美凯龙自营商场及委管商场收入及毛利率同比均保持稳健增长态势。2022年上半年，红星美凯龙自营商场收入达41.53亿元，同比增长6%，毛利率同比提升0.5个百分点；委管商场收入达11.25亿元，同比增长6%，毛利率同比提升2个百分点。

而商场收入及毛利率的稳步提升，离不开红星美凯龙在"拓品类、重运营"战略上的持续发力，通过打磨运营精细度，提升运营效率。

一方面，红星美凯龙再次升级旗下商场业态，通过遴选出红星美凯龙乃至整个中国家居行业最优秀的100家商场，包括9家定位高端的至尊Mall、32家品牌结构最优的1号店以及59家定位主流大众的标杆商场，组合成Top100 Mall，一站式满足中高端消费群体的消费需求。

另一方面，红星美凯龙还持续推进"拓品类"战略，加强新品类拓展以及多业态融合。今年上半年，红星美凯龙将九大主题馆升级为十大主题馆，全新打造了顶地空间

馆，持续挖掘新趋势品类、新趋势品牌。秉持“越细分越专业，越专业越高端”的理念，红星美凯龙通过深化品类战略，促进品类间互相导流、协同，有效减少了级差租金，并盘活了整体出租率，提升了商场坪效。

联合上下游，打造共融共创共生产投生态圈

推进“重运营”过程中，红星美凯龙还充分发挥“链主”企业作用，联合行业上下游推出多场大促，以积极行动消除疫情影响，并取得了优异的销售成果。

315FUN肆嗨购节期间，红星美凯龙整体销售同比劲增118%，互联网线上流量同比提升62%；“51一年一度狂享购”期间，红星美凯龙全国商场总消费人数同比增长65.6%，订单数增幅更是达到160%；而717品质生活节期间，同期家装订单增长117%，合同额增长299%；“818FUN肆嗨购节”期间，红星美凯龙销售额增长15%，订单数同比增长17%，消费人数同比增长25%。

在与上下游各品牌携手大促过程中，红星美凯龙也逐步推动家居行业构建起“共融、共生、共创”发展新模式。仅今年上半年，红星美凯龙合作品牌就达246个。在此基础上，红星美凯龙还积极与各品牌、商家开展联合营销，赋能品牌深度运营。

受益于此，不少业内品牌方、经销商在大促中也迎来了高增长。譬如，315FUN肆嗨购节期间，深度参与此次大促的头部电器品牌代表之一“海尔智家”，创下了15天4.76亿的销售额纪录，增幅达332%。

而“共融、共生、共创”的新发展模式不仅体现在经营协同层面，也体现在产业投资层面。一直以来，红星美凯龙通过发挥平台优势，从全局性的战略视角挖掘优秀产业链企业，构建起了投资赋能相协调的闭环生态。

截至目前，已有10家红星美凯龙投资企业成功登陆资本市场。令人欣喜的是，前瞻性的投资布局也为红星美凯龙带来可观的投资收益和更充裕的现金流。据接近红星美凯龙的内部人士透露，红星美凯龙本金及投资收益全部收回的投资项目有13个，投资收益率超过500%。财报也显示，仅今年上半年，红星美凯龙通过PE退出及股权分红获得近5亿元现金。

分析人士指出，今年8月，工业和信息化部、住房城乡建设部等四部门联合发布《推进家居产业高质量发展行动方案》，为家居行业未来发展指明了方向。而以红星

美凯龙为代表的优质家居龙头企业，凭借持续贯彻“轻资产、重运营、降杠杆”战略，并携手行业打造共融共生共创的产业新生态，有望率先抓住家居产业新一轮高质量发展的新机遇。

本文源自格隆汇