

撤回亿元并购大单 碧桂园服务“节衣缩食”

本报记者 陈婷 赵毅 深圳报道

碧桂园服务(6098.HK)新任总裁徐彬主导的第一笔收购正式宣布“告吹”。

日前,碧桂园服务与合富辉煌(0733.HK)同时公告称,终止战略合作协议及拟定的收购事项。根据此前公告,由碧桂园物

原本预期整合业务优势

碧桂园服务在公告中指出,通过战略合作,公司和合富辉煌将在房地产代理服务领域整合各自竞争优势及共享线上渠道及线下资源,构建业务协同效应。

经历两次成功出手后,碧桂园服务持续向合富辉煌第一大股东的位置靠拢,但其发起的第三次股权收购未能如愿。

公告显示,2024年2月7日,碧桂园物业香港和合富辉煌主要股东China-net Holding Ltd(由扶伟聪全资持有)关于收购事项的讨论已经终止,不会继续进行。根据终止协议,上述各方在战略合作协议项下的所有前期义务及责任将立即全面解除和撤销。

2月8日,合富辉煌股价盘中跌幅一度超过50%。截至当日收盘,合富辉煌报0.67港元/股,跌幅36.19%,碧桂园服务报5.68港元/股,涨幅1.25%。

回到交易本身,市场对这笔收购从一开始便存在两种态度。

2023年11月6日晚间,碧桂园服务与合富辉煌同时公告称,双方订立战略合作协议,由碧桂园物业香港收购合富辉煌约10.63%股权,若收购完成,碧桂园物业香港将超过扶伟聪家族,成为合富辉煌第一大股东,抑或触发碧桂园物业香港依据相关规定对合富辉煌的所有已发行股份提出全面收购要约。

碧桂园服务在公告中指出,通过战略合作,公司和合富辉煌将在房地产代理服务领域整合各自竞

业香港控股有限公司(碧桂园服务全资子公司,以下简称“碧桂园物业香港”)收购合富辉煌约10.63%股权,总代价约1.15亿港元,每股价格约1.61港元。收购完成后,碧桂园物业香港对合富辉煌的持股比例将从25%增至35.63%,超过合富辉煌创始人扶伟聪家族,成为合富辉煌第一大

股东。至此,上述收购从官宣到叫停,仅过去约三个月的时间。碧桂园服务方面对此给出的理由是:各方在考虑当前市场状况、近期资本市场波动、订约方对标的交易实施时间表的预期发生变化以及潜在战略合作目标及其他因素后,作出终止协议的

决定。对于其间究竟经历了什么以及后续双方是否仍会在业务上进行合作,碧桂园服务相关负责人仅对《中国经营报》记者表示:“以公告为准。”合富辉煌方面则对记者表示,双方将继续进行友好讨论,深化长期战略合作计划,实现业务协同效应。



争优势及共享线上渠道及线下资源,构建业务协同效应。

财报显示,2023年上半年,碧桂园服务的社区增值服务收入同比下降10.8%至约18.84亿元,占总收入的比例约为9.1%(2022年同期为10.5%)。其中仅到家服务、房地产经纪服务两项业务的收入获得同比增长,房地产经纪服务收入同比增长16.1%至2.27亿元。

但上述公告次日(2023年11月7日),碧桂园服务股价低开低走,当日收跌3.65%,合富辉煌股价迎来久违的增长势头,截至当日收盘涨幅近50%。“标的持续亏损”“收购超高溢价”等,是投资者对上述交易产生的质疑。

彼时,碧桂园服务方面接受记者采访时表示,进一步发展二手房租赁的房地产经纪服务是公司的核心业务板块之一,合富辉煌在房地产经纪服务领域能有

效地将线下营销优势与数字化业务模式结合,在运营竞争力方面位于行业前列,双方具备较强的协同效应可能性。”特别是碧桂园服务拟支持合富辉煌开发综合在线交易平台,预计将增加合富辉煌的服务内容并扩大客户范围,从而为合富辉煌带来更多业务机会及商机。”

合富辉煌方面也对记者表示,与碧桂园服务的进一步合作,有利于合富辉煌改善资本结构,整合双方优势。“双方均立足于房地产服务业务中的‘轻资产型’服务模块,在业务领域有较高重叠性,在资源领域具备整合价值。”

碧桂园服务似乎有很大的决心。在抛出股权收购计划之外,碧桂园物业香港已有条件同意认购合富辉煌的2696.6万股新股份,相当于后者已发行股本的约4%及经扩大已发行股本的约3.85%,认购

总价约4341.5万港元,每股价格为1.61港元。这一事项已于2024年1月9日在合富辉煌股东大会上获表决通过。不涉及上述股权收购事项,碧桂园物业香港认购合富辉煌新股份的行为一旦达成,碧桂园物业香港对合富辉煌的持股比例将从25%增至27.88%。

与此同时,若认购新股份事项终止,但收购股权交易完成,碧桂园服务同意在战略合作协议日期后三年内向合富辉煌提供约4300万港元的资金,为其业务发展提供支持,且较佳的融资方式是以认购合富辉煌新股份的方式进行一轮或多轮股本融资。这对于近三年持续亏损、正在寻求破局的合富辉煌来说,或在短时间内有效缓解其面临的资金压力。

时至今日,上述所有安排已被叫停,碧桂园服务上位合富辉煌第一大股东的计划也就此搁置。

资产减值拖累业绩

2023年12月18日晚间,碧桂园服务发布一则内幕消息称,由于预期确认贸易应收款减值拨备、商誉及其他无形资产减值,预计公司2023年净利润将减少32亿元到41亿元。

纵使整合房产代理业务优势的愿景尚未能实现,但放在碧桂园服务身上,眼下撤回股权收购一事似乎在情理之中。

就在碧桂园服务和合富辉煌就相关交易进行磋商之时,2023年12月18日晚间,碧桂园服务发布一则内幕消息称,由于预期确认贸易应收款减值拨备、商誉及其他无形资产减值,预计公司2023年净利润将减少32亿元到41亿元。

碧桂园服务在公告中强调,贸易应收款减值拨备、商誉及其他无形资产减值不会对公司的营运产生任何现金流影响。目前公司营运资金充足,业务持续稳定经营,公司管理层正在评估上述事件的影响。

截至2023年6月30日,碧桂园服务的银行存款和现金总额约127.12亿元,较2022年年末增加约13.36亿元;公司流动资产净值约109.92亿元,流动比率约为1.4倍。

值得注意的是,财报显示,碧桂园服务2022年营收413.67亿元,净利润22.61亿元。若按照公司上述预测,碧桂园服务在2023年或将面临亏损的风险。2023年上半年,碧桂园服务收入同比增长3.4%至约207亿元,净利润同比减少9.6%至24.89亿元。

究其原因,基于截至2023年11月30日止11个月的管理账目,碧桂园服务对关联方所欠公司的贸易应收款计提减值拨备约18亿元到23亿元,公司称这是由于国内房地产市场供求关系发生重大变化,碧桂园服务关联方客户从事房地产开发及相关业务,面临阶段性流动性压力,碧桂园服务出于谨慎性原则计提大额减值拨备。

事实上,碧桂园服务的关联方应收账款问题在2023年上半年已有所体现。2023年半年报显示,公司贸易应收款净额约174亿元,较2022年年末增加约21亿元,其中,来

自关联方的贸易应收款项约23亿元,较2022年年末增加约6亿元。

值得注意的是,碧桂园服务首席财务官、联席公司秘书黄鹏曾在2023年中期业绩会上强调,公司与关联方碧桂园(2007.HK)相互隔离,不存在将现金存款作为关联地产公司债务担保方的情况,未来也不会发生。但目前看来,碧桂园服务的实际经营还是受到了关联方的波及。

与此同时,收并购“后遗症”也在发酵。基于截至2023年11月30日止11个月的管理账目,碧桂园服务对公司的商誉及其他无形资产减值计提14亿元到18亿元,这是由于公司过往年度收并购的部分附属公司拓展业务及增值业务未能如期开展,部分存量业务进行调整,导致收入及利息下降所致,同时,部分客户回款周期变长导致现金流不理想。

过去几年,碧桂园服务在收并购市场上不乏大手笔收购标的,比如2021年9月筹划100亿元收购富力物业旗下的富力环球。但从2023年以来,物业管理企业的并购风格更趋谨慎,聚焦有质量的增长。据克而瑞统计,2023年,上市物企披露收购事项42起,累计披露交易金额33.73亿元,同比下降68.21%。与此同时,有多家企业因并购标的陷入被动局面,出现担保预期信用损失、诉讼缠身等。

事实上,在碧桂园服务叫停收购合富辉煌之前,2023年3月,华润万象生活(1209.HK)披露终止收购祥生生物全部股权,原先拟收购金额为10.37亿元;2023年6月,新大正(002968.SZ)宣布终止收购沧恒投资80%股权,涉及拟收购金额为7.88亿元;2023年12月29日,中海物业(2669.HK)披露终止收购关联方中海通信及中海监理相关权益,原计划拟收购金额为9.5亿港元。

春节家电市场供销两旺 打响“消费促进年”第一枪

新春家电促销火热

本报记者 陈靖斌 广州报道

春节假期刚刚收尾,家电消费便迎来了复苏的行情。

2月17日,根据苏宁易购发布2024年春节消费数据,春节长假期间,苏宁易购门店以旧换新订单量同比增长2倍,“追新逐大”“家务减负”“即买即送”需求高,大屏电视、大容量冰箱冷柜、智能清洁家电、潮流数码产品销售火热。

这也与中央推动的提振消费政策密不可分。2月6日,国务院新闻办公室举行新闻发布会,商务部副部长盛秋平在发布会上表示,商务部将坚决落实中央经济工作会议部署,坚持商务工作“三个重要”定位,以“消费促进年”为主线,继续组织系列消费促进活动,出台针对性强的政策措施,激发有潜力的消费。

资深产业经济观察家梁振鹏告诉记者,新春佳节家电消费市场供销两旺,表明了市场对家电产品的需求量大增。这对家电企业的高质量发展起到重要作用。“首先,扩大了销售规模,为企业的稳定发展提供了更广阔的市场空间。其次,促进了企业生产能力的提升,使得企业能够更好地满足市场需求。”

家住广州的刘先生(化名)通过春节年货节活动,给家里换了一台十字518L的大冰箱。“一到过年家里就会囤很多年货,以前的冰箱根本不够放,年末单位发了些年年终奖,先买个冰箱以备不时之需。”而春节期间,广东佛山、东莞等多地步行街的家电卖场,“年货节”“直降”等促销标语随处可见,节日氛围浓厚。线上的直播卖场,亦有众多消费者争相抢购实惠家电。

借此机会,家电、厨电企业也纷纷推出年货节活动,以创新供给更好满足消费需求,以营销创新激发市场消费热情。

美的集团相关负责人向记者介绍,2024年“最美中国节 过个美

的年”的年货节活动时间为1月2日—2月18日,此次美的年货节正式上线了全国3万多家门店,为广大消费者提供了包括家用空调、家用中央空调、冰箱、洗衣机、洗烘套装、厨房电器、热水器、生活小家电、清洁电器等全屋家电产品套购满减优惠。

“本次年货节中,全国产品套购率(即购买2台及以上)同比增长9.5%,美的空调产品依旧最受广大消费者的喜爱;而能较大提升消费者生活品质的产品,如干衣机、净水机、洗碗机、嵌入式微蒸烤机、扫地机器人等销售增幅尤为突出。”美的集团相关负责人告诉记者。

与此同时,2月19日,美的还接着推出“美的火三月·品质焕新季——全屋家电焕新局改一站购”,全面开启“火三月”大促,加速抢跑春季家电换新市场,在产品、场景、服务等多端发力,以“认购可0元享价值119挂机清洗1次”及“0元新品试用”撬动消费者以旧换新和局部改造需求,同时通过售前、售中、售后一站式服务实现消费者“购买无忧”。

“另外,2月19日—3月31日‘美的火三月’期间,美的以旧换新服务全面下沉,进驻小区、村镇,让消费者能面对面真实体验新产品的同时,更提供免费上门收旧服务,旧机至高可抵1000元!焕新补贴产品补贴范围20—1000元/台。”美的集团相关负责人表示。

文涛则指出,将推动家电等以旧换新。“我们做了一些统计,我国家电市场已从单纯的‘增量时代’进入‘增量和存量并重时代’。2023年,冰箱、洗衣机、空调等主要品类家电保有量超过30亿台,一些家电使用了十多年、二十年,更新换代的需求和潜力很大。同时,我们也看到家电消费品以旧换新是一个非常系统的工程,需要产供销、上下游、政企民、线上线下协同联动、综合施策。”王文涛说。

2024年广东省政府工作报告亦指出,2024年广东还将继续提振和扩大消费,加快建设大湾区国际消费枢纽,支持广州、深圳建设国

际消费中心城市,培育6个区域消费中心城市,加强消费基础设施布局,建设示范智慧商圈、特色步行街。培育壮大新型消费和服务消费,促进新能源汽车、电子产品、家电家居等大宗消费,推动消费品以旧换新。

对此,中国信息协会常务理事、国研新经济研究院副院长朱克力指出:“一方面,市场竞争日益激烈,家电企业需要不断提升自身的品牌影响力和服务水平才能脱颖而出,但一些家电企业在品牌建设和服务质量方面还存在不足,导致产品附加值较低,难以进入高端市场。另一方面,随着消费者对家电产品的品质和功能要求越来越

高,家电企业需不断加大技术研发和创新投入,然而部分家电企业在技术研发和创新方面还存在短板,难以推出具有核心竞争力的产品。”

对此,朱克力建议,一是加强品牌建设和质量管理,提升产品的附加值和竞争力;二是加大技术研发和创新投入,推出更多高品质、智能化的家电产品;三是加强与上下游企业的合作,形成产业链协同创新的良好生态;四是积极拓展国际市场,参与全球竞争,提升自身的国际化水平。通过这些措施的有效实施,国内家电企业有望突破瓶颈难点,实现更高质量的发展。

除了美的集团外,万和电气也在春节期间推出“不打烊”服务及个性化套系产品,赢得销售“开门红”。

万和电气相关负责人介绍,每年的春节厨电市场虽然都是销售旺季,同样也成为了用电事故的高发期,与小家电等品类不同,厨电类产品的故障影响范围更广,维修的成本也更高,这也令售后服务的专业性、及时性成为了用户选购时的关注重点。

“因此,万和在今年喊出了‘服务不打烊,热线暖人心’的服务口号,在春节长假期间,万和电气为用户提供正常的产品安装、维修服务,以确保各类突发或亟待解决的厨电故障问题能够得到迅速而高

效的处理。在春季期间如果遇到家电故障问题,用户也可以尝试在‘万和服务’公众号上自主排查,查找产品的相关攻略。万和通过线上线下双管齐下,提升了售后服务的覆盖范围、及时性,也打消了用户在购买时的后顾之忧。”万和电气相关负责人表示。

除了在服务上更贴近用户需求之外,万和电气相关负责人表示,万和电气也注意到厨电产品的套系化发展趋势,伴随家居智能化的普及,更具智能优势的套系化产品越来越受年轻家庭青睐。“万和三周年纪念款星瀚套系自上市以来便广受欢迎,在今年的春节市场,还成为了不少人回家的年货首选。”