

# 珠海房企格局生变：格力地产转型 世荣兆业或易主

本报记者 陈婷 赵毅 深圳报道

一周之内，珠海两家上市房企先后传来重大变动消息。

7月8日—9日，格力地产(600185.SH)连续两个交易日涨停。消息面上，格力地产于7月7

日披露将逐步退出房地产开发业务，实现以免税业务为主的转型，为此，格力地产将置入珠海市免税企业集团有限公司(以下简称“珠海免税集团”)不低于51%股权，相关事项已得到珠海市国资委原则性同意。

格力地产谋求主业转型之际，世荣兆业(002016.SZ)的控股股东或将发生变更。

公告显示，珠海大横琴集团有限公司(以下简称“大横琴集团”)全资子公司——珠海大横琴安居投资有限公司(以下简称“大

横琴安居”)已通过司法拍卖竞得并控制世荣兆业的51%股份，且触发了全面要约收购。目前，世荣兆业实际控制人梁社增，其名下股份实际为儿子梁家荣所有。

在业内，格力地产、世荣兆业及华发股份(600325.SH)被合并称为“珠

海地产三剑客”。风云变幻，“珠海地产三剑客”如今也走向不同归宿。

对于退出房地产开发业务的步骤及安排，格力地产方面对《中国经营报》记者表示，交易具体方案仍需进一步论证和沟通协商，但公司已经培育了跨境电商平台、商

业运营等大消费产业相关业务，同时与珠海免税集团开展融合专项人才培养，为公司转型打造关键领域人才“蓄水池”。世荣兆业方面则拒绝了采访，仅表示目前经营一切正常。大横琴集团方面对记者的采访需求未有回应。

## 大船掉头

甩掉房地产开发的“包袱”，资本市场对格力地产的“华丽转身”充满想象。

历时逾四年，格力地产收购珠海免税集团一事迎来新进展。

日前，格力地产公告拟对原重大资产重组方案进行重大调整，当中提及，基于公司逐步退出房地产开发业务实现主业转型的整体战略考量，调整后的方案为：上市公司拟置出所持有的上海、重庆、三亚等地相关房地产开发业务对应的资产负债及上市公司相关对外债务，并置入珠海免税集团不低于51%股权，如存在估值差额部分将以现金方式补足。

值得注意的是，房地产开发业务目前仍是公司营收和利润主要来源。格力地产方面对记者表示，截至2023年年末，公司存货项目中，上海、重庆、三亚的货值分别约48亿元、29亿元、26亿元。

据此前公告，格力地产自2020年5月开始筹划重大资产重

组，拟通过发行股份及支付现金的方式购买珠海免税集团100%股权，同时拟向不超过35名符合条件的特定投资者发行股票募集配套资金。但在上述调整后，格力地产仅谋求珠海免税集团的控股权，同时逐步退出房地产开发业务，并且不再涉及发行股份。

格力地产在公告中表示：“鉴于原重组方案推进时间较长，公司所处内外部环境发生较大变化，并基于公司逐步退出房地产开发业务实现主业转型的整体战略考量，综合考虑了珠海免税集团良好的业务经营情况及未来发展前景。”

根据珠海免税集团2021年度、2022年度、2023年度模拟财务报表审计报告，报告期内，该公司营收分别为17.76亿元、16.38亿元、22.86亿元，净利润分别为6.04

亿元、3.17亿元、6.67亿元。反观格力地产，其自2022年以来陷入亏损，2022年、2023年的净利润分别为-26.84亿元、-7.33亿元。今年上半年，公司预计仍为亏损。

公开资料显示，2005年，格力地产首个房地产项目落地，公司2012年进军重庆、2014年抢滩上海。上市后，公司逐步从房地产开发向口岸经济、海洋经济、现代服务相关业务延伸。

甩掉房地产开发的“包袱”，资本市场对格力地产的“华丽转身”充满想象。7月5—9日，格力地产股价持续上涨，连续三个交易日内日收盘价格涨幅偏离值累计达到20%，短期内存在较大波动。截至7月8日，根据中证指数发布的数据，房地产业市净率为0.61，格力地产市净率为1.72，高于行业水平。

## 国资注资

大横琴集团是2009年4月成立的珠海市属国有企业，也是横琴粤澳深度合作区实体化运营最大的国有平台。

拟告别房地产的格力地产股价大涨，与其同时期的另一家珠海房企——世荣兆业亦在7月8日收获一个涨停。截至7月8日收盘，世荣兆业报收6.39元/股，涨幅9.98%。

消息面上，世荣兆业在7月4日—5日先后公告关于公司控股股东及其一致行动人股份被司法拍卖的进展，以及公司收到要约收购报告书。

公告显示，世荣兆业控股股东梁社增及其一致行动人梁家荣合计59644万股股份在京东网络司法拍卖平台上予以司法拍卖，占其所持世荣兆业股份总数的99.5%，占公司总股本比例为73.72%。其中，大横琴安居通过司法拍卖以最高应价竞得41264万股，占公司总股本51%，剩余的18380万股世荣兆业股票中止拍卖。

若上述司法拍卖最终全部完

成过户，世荣兆业控股股东及实际控制权将发生变更，大横琴安居将成为公司控股股东。公告显示，大横琴安居主要业务为保障性住房运营管理和综合服务，其控股股东大横琴集团是2009年4月成立的珠海市属国有企业，也是横琴粤澳深度合作区实体化运营最大的国有平台。

据大横琴集团方面披露，截至7月8日，大横琴安居已通过司法拍卖取得世荣兆业51%股份，对应价格为5.05元/股，相关股权交割手续尚在进行中。此次司法拍卖后续将涉及大横琴安居履行要约收购义务、法院执行法定程序、股权变更过户等环节。收购完成后，世荣兆业纳入大横琴集团合并报表范围。

2023年，世荣兆业营收15.48亿元，占大横琴集团营收规模的8.48%，其期末总资产和净资产分

别为66.09亿元、48.55亿元，分别占大横琴集团的4.41%、11.72%。

公告显示，世荣兆业主要从事房地产开发与经营业务，是珠海第二家上市房企，其土地储备及开发项目主要集中在珠海市斗门区，目前剩余可开发建筑面积为141万平方米。近年来，世荣兆业的经营性现金流净额持续为负，其营收规模也从2021年开始降至25亿元以下，但得益于早期低成本拿地，其仍能维持盈利状态。世荣兆业在2023年年报中表示，公司正在逐步涉及商业综合体的建设及运营。

大横琴集团在公告中表示，收购世荣兆业，将进一步丰富公司业务结构，有利于促进公司长期稳健发展。值得注意的是，大横琴安居发起的要约收购并不以终止世荣兆业上市地位为目的，其后续将如何消化世荣兆业的既有资源推动业务发展，值得观察。

## 楼市去库存

楼市新政的效果仍需时间观察。

“珠海地产三剑客”的今时已不同往日，其所处的房地产行业也在近年持续深度调整。

在格力地产、世荣兆业的大本营——珠海，今年上半年楼市优化力度空前。5月，珠海出台房地产调控措施，在全市范围内取消住房限购、限售，商品住房价格备案时间间隔调整为一个月，同时鼓励支持住房“以旧换新”、加大公积金政策支持力度，加大金融支持房地产力度等；3月，珠海发布《关于印发优化规划管理助力高质量发展若干措施的通知》，在供需两端双向发力，助力开发减负，促活房企供给。

据合富研究院统计，1—6月，珠海商品房住宅市场新增供应63.19万平方米，同比下降21%，网签面积91.14万平方米，同比下降36%。从月度走势来看，珠海上半年楼市成交出现短暂回升，但主要受以价换量影响，后续市场成交下降。由于改善性需求加速释放，整体房价保持稳定，均价为26428元/平方米。土地市场方面，上半年珠海供应商住土地38.93万平方米，同比下降67%，成交建面32.73万平方米，同比下降49%，平均楼面地价同比下降4%至8584元/平方米。

截至2024年6月末，珠海全市

住宅库存为386.21万平方米，同比增长8%，市场处于去库存阶段，按照过去12个月平均去化速度测算，去化周期约为24.83个月，同比增加7.98个月。上半年，珠海楼市整体推新去化率降至7%，购房者观望情绪浓厚。据合富研究院统计，下半年，珠海或有37个住宅纯新盘入市，预计供应92.08万平方米。

合富研究院表示，楼市新政的效果仍需时间观察，珠海楼市整体仍处于低位调整期，“以价换量”仍是市场关键词，且预计市场还将面临较长的调整期，下半年成交难有突破。



世荣兆业表示，公司正在逐步涉及商业综合体的建设及运营。图为世荣万达广场项目实景。

世荣兆业官网图

# 超2000家企业参展 众多家居“黑科技”亮相建博会

本报记者 陈靖斌 广州报道

刷脸就能开门、家居会自己降噪、大模型融入家庭服务机器人……这些未来感十足的“黑科技”家居产品在中国建博会上纷纷亮相，仿佛将科幻电影中的场景带入了现实。

7月8日，为期四天的第二十六届中国建博会(广州)正式开幕。这场全球领先的大家居建装行业展会，今年继续迎来新的高度，展览面积达到近40万平方米，吸引了超过2000家企业参展，举办了逾100场高端会议活动。

本次展会以“冠军企业首秀平台”为定位，以“建装理想家，服务新格局”为主题，利用广交会展馆和保利世贸博览馆，设立了“定制、系统、智能、设计、材艺”五大主题展区以及一个卫浴博览会，形成了“5+1”的格局，继续保持全产业链展

出的规模优势，涵盖了大家居建装行业最新的材料、工艺、产品和设计，成为打通行业产学研用的首要平台。

《中国经营报》记者在现场看到，从连透琶洲地铁站出口到广交会展馆的热门展厅，处处人流如织。展会中既

有传统的原木设计风格家居，也有结合AI与高科技的智慧家居，吸引了大量专业观展人士与经销商驻足。

资深产业经济观察家梁振鹏指出，本次中国建博会定位为“冠军企业首秀平台”，主题为“建装理想家，服务新格局”，旨

在展示大家居建装全产业链的全貌，同时为家居企业提供一个展示实力、寻求合作机会的平台。这不仅帮助家居企业提升品牌影响力、拓展销售渠道、寻求战略合作，还将推动家居行业朝着更健康、更可持续的方向发展。

## 智能家居引领新潮流

在建博会现场，大型家居“黑科技”的展示吸引了众多观众的目光。其中，RK3家庭服务机器人在萤石蓝海大模型的支持下，展现出令人瞩目的技术进步和多功能应用。

萤石网络的相关负责人向记者介绍，RK3家庭服务机器人不仅是蓝海大模型的数字人交互代理，还集成了多种先进技能，如家庭管家、保安、医生和教师等多重身份，体现了萤石“悉心关爱每位家庭成员”的愿景。

“作为家庭医生，它能够提醒老人的吃药提醒、视觉跌倒检测和在线视频问诊等服务；作为家庭教师，它则通过坐姿检测和绘本阅读等功能帮助儿童全面发展。”萤石网络相关负责人表示。

除了RK3，凯迪仕的智能锁也成为智能家居的亮点之一。

记者用脸探向门锁的摄像头，随着“滴——咔嚓”一声，门锁就自动解开了。记者现场体验了其无接触开锁技术，展示了其高

效便捷的魅力。

凯迪仕相关负责人向记者介绍，今年的凯迪仕的展馆设计以“洞见·传奇”为主题，巧妙地结合了高科技与创意设计，突显了其智能锁产品在安全性和用户友好性方面的领先地位。凯迪仕不仅与国防科大、银行等权威机构合作，还成为房地产开发商如万科、保利的首选供应商，为租房租赁市场提供智慧租住解决方案。

此外，尚品宅配、索菲亚以及大自然家居作为传统家居行业的领军者，展示了它们的创新产品和市场战略。

尚品宅配凭借对流行趋势和国内家装需求的深刻理解，始终处于市场的前沿，推出了高颜值、高品质且性价比突出的爆款产品。借助建博会的平台，尚品宅配特别推出了新品系列“迎光系列”，采用最新流行色美拉德风格，展示了其对设计趋势的敏锐把握和市场需求精准回应。

索菲亚则推出了整家4.0超

级新品系列，涵盖了门窗、橱柜、SKK烟灶和窗帘等多个领域。这些新品不仅在设计上追求时尚与实用性的完美结合，而且在材质和工艺上也实现了显著的提升。

索菲亚在建博会上还正式发布了“安心烹饪系统”“放心净洗系统”“舒心收纳系统”“省心智慧系统”四大创新厨厨标配系统，深度满足了消费者对于厨房功能和智能化的需求。

此外，随着居民住宅的更新升级，消费者对家居产品的需求也在不断变化。索菲亚推出的“门窗静音三维系统”，通过技术迭代和系统构造，提供高达40db以上的整体静音效果。

大自然家居则以健康大家居战略为核心，倡导绿色初心，推出了以木作家居美学为主题的全新产品，包括“新派木作”和“繁花”两大整体定制方案，以及原创设计的木门新品，展示了其对环保和健康生活的承诺和创新能力。

## 家居巨头推出新合作模式

在本次建博会上，不仅有多家家家居企业通过推出各式新品提升了其品牌影响力，作为传统家居行业的领军者，尚品宅配和索菲亚也利用这一平台扩展了其销售渠道并寻求战略合作。

索菲亚在本次展会上首次发布了全国渠道深耕战略。根据该战略，索菲亚为有意成为其事业合伙人的合作伙伴提供了一个低投入、轻资产、大市场、快回报的整家共创事业合伙人平台，仅需30万元即可加入索菲亚的事业合作。

索菲亚家居总裁王兵表示：“在存量市场中，品牌需要更深入地渗透终端市场，提升品牌知名度。我们希望通过招募更多的事业合伙人，与我们的品牌、经销商和合作伙伴一起，为广大消费者，尤其是存量客户，提供更专业的产品和服务。这是我们的核心目标。”

索菲亚整家事业部营销中心负责人甘铭中则指出：“索菲亚共创事业合伙人模式的创新之处在

于它打破了传统定制行业重资产投入的模式。低投入、轻资产、大市场、快回报是这一合作平台的显著优势。”他还补充道，索菲亚将深入思考模式创新，确保共创事业合伙人计划不仅仅停留在口号上。

此次索菲亚为其整家共创事业合伙人提供了一站式支持，包括流量销售转化、设计成本管控、门店高效运营、楼盘拎包入住、装企合作运营和基装全流程交付等六大支持措施，并提供全程一对一帮扶。此外，索菲亚还宣布亿元的补贴，并加大了在装修和营销方面的支持力度。通过全方位、多渠道、一站式的赋能，索菲亚致力于帮助加盟合伙人快速开店并组建团队。

与此同时，尚品宅配也在展会上推出了“30万投资，100㎡开店”的轻投资轻运营合作模式。该模式允许投资者以最低100㎡的空间代理该品牌的全品类产品，并可选择代理多个知名大

牌。此外，投资者还可以选择城市独家合作模式，成为该品牌在城市内的唯一总代理，享有全品类全流程的赋能支持。

在梁振鹏看来，这些举措表明，面对国内房地产市场的深度调整，家居企业通过参与中国建博会，积极响应市场变化并寻求转型升级。在市场调整期间，家居企业可以通过提升产品和服务质量、加强品牌建设、拓展线上线下销售渠道以及创新营销方式等手段，稳定市场局势。

然而，梁振鹏指出，家居市场的发展道路依然充满挑战。供应链不稳定、产品同质化严重以及激烈的品牌竞争等问题仍然存在。

对此，梁振鹏建议家居企业加强供应链管理，提升产品创新能力和品牌影响力，同时注重线上线下融合发展和创新营销方式。此外，与设计机构的紧密合作和注重产品设计感和舒适度，也是提高客户满意度的有效途径。