

或打包出售10座荟聚购物中心

宜家母公司英格卡集团“进与退”

中经记者 郭阳琛 石英婧
北京 上海报道

8月9日,星期六,北京荟聚购物中心(以下简称“北京荟聚”)像往常一样热闹。下午3时,不少热门餐饮门店仍需排队叫号才能就餐。一旁的宜家店内更是聚满顾客,只能推着购物车缓步向前。

和眼前的热闹景象形成对比的是,北京荟聚正传出将被出售。日前,有消息称,英格卡集团正计划打包出售中国的10座荟聚购物中心。首批出售的3座购物中心分别位于北京市、江苏省无

险资接手多个“人气项目”?

保险公司正成为中国内地商业地产大宗交易的“主力军”。

公开资料显示,北京荟聚于2014年开业,总建筑面积超过50万平方米,商业可租赁面积近21万平方米,入驻品牌约450家,被称为“北京南城吸客能力最强大的购物中心”。相关数据显示,2024年,北京荟聚客流量突破3000万人次。

闫昊(化名)家住北京市海淀区,附近的五棵松商圈便开有宜家体验中心。但他每隔一两个月就会去逛一次北京荟聚,只因那里拥有北京市最大的宜家门店。

“荟聚”就像它的名字一样,很多朋友即使住在北京市的不同区,都愿意约在北京荟聚聚会。那里的商业体量非常大,常见品牌一应俱全,经常会逛半天。”闫昊感慨道。

无锡荟聚则是英格卡购物中心在中国最早布局的项目,如今已成为当地人周末休闲、家庭采购、聚会聚餐的“默认选项”。2024年,无锡荟聚销售额达43亿元,客流量突破1800万人次,是整个苏锡常地区(苏州市、无锡市、常州市)人气最旺的购物中心之一。

锡市和湖北省武汉市,涉及资金约160亿元,接盘方或为泰康人寿领投的保险基金。

作为来自瑞典的世界500强企业,英格卡集团旗下最为人所熟知的品牌是“蓝房子”宜家。2009年,英格卡集团另一大板块——英格卡购物中心(Ingka Centres)进入中国市场,负责“荟聚”品牌运营,并与宜家保持密切合作。截至目前,英格卡购物中心在中国市场投资总额约275亿元,总体租赁面积约94.3万平方米。

对于上述资产出售信息,英格卡购物中心相关负责人日前向《中国经营报》记者回应道:“我们不对市场传言及推测发表评论。中国一直都是我们最重要的市场之一,英格卡购物中心一直在评估和关注市场投资机会。”

不过,英格卡集团近年来的业绩难言理想。财报数据显示,2024财年,英格卡集团全球营收418.64亿欧元,同比下滑5.5%;净利润为8.06亿欧元,同比大幅下降46.5%,这一业绩表现不及2020财年。



2024年9月,投资约80亿元的上海荟聚购物中心开业。 郭阳琛/摄影

日前有消息称,英格卡集团此次交易首批选中北京市、无锡市、武汉市的3座荟聚购物中心,因为它们被看作是英格卡购物中心体系中最好的项目。后续,英格卡集团可能会将剩余的荟聚购物中心全部出售。

上述消息还指出,首批3座荟聚涉资共计约160亿元。泰康人寿领投的基金总规模80亿元,其中泰康人寿认购30亿元,中银三星、中宏、友邦、大都会人寿等参投方认购30亿元,英格卡集团将认购基金的劣后级出资约20亿元。剩余80亿元拟通过银行融资获取。

张力(化名)是一家知名保险公司不动产业务负责人。其告诉记者,保险基金的特性是长期投

资,因此不动产投资是非常合适的资产类别。优质的商业地产项目能助力保险基金长期规划,为保险公司带来稳定的租金和运营收入。

事实上,保险公司正成为中国内地商业地产大宗交易的“主力军”。据中国保险行业协会数据,2025年上半年,中国人寿、太平洋人寿、平安人寿、建信人寿等保险公司在不动产项目中的合计新增投资额达到47.47亿元,同比激增超6倍。

“这几年,中国房地产行业处于下行期。有一些以前根本不会出现在市场中的优质项目,现在也被摆上了货架,可谓是险资‘抄底’不动产资产的好时机。”张力表示。

逆势扩张难挡业绩滑坡

荟聚购物中心被蒙上打包出售的阴影,或与英格卡集团业绩不容乐观密不可分。

据了解,英格卡购物中心是英格卡集团三大业务板块之一,并与另两大板块英格卡投资、宜家零售保持长期合作。

时间拨回至1998年,宜家在上海市徐汇区开设了第一家门店,北欧风潮自此席卷中国家居市场。2009年,宜家已在中国拥有7家门店。就在这一年,英格卡购物中心正式入华,在无锡市、北京市、武汉市建设了首批3座荟聚购物中心。

记者了解到,经过数年运营,第一批荟聚经营成绩斐然。即使是在中国房地产市场开始下行的情况下,英格卡购物中心仍选择加速扩张,2021年,位于福州市、长沙市和南宁市的3座荟聚购物中心相继开业。

上述英格卡购物中心负责人告诉记者,2024年,西安荟聚和上海荟聚也迎来开业。其中,上海荟聚总投资超过80亿元,是英格卡集团在中国迄今为止规模最大的

单体投资项目。

据介绍,上海荟聚集商业与办公于一体,总建筑体量约43万平方米,已引入超过312个精选品牌,其中首店及特别概念店占比约71%,包含了23家全国首店、29家上海首店、77家区域首店及51家品牌旗舰店、概念店。购物中心之上还建有5栋办公楼,这也是英格卡集团在中国甲级办公楼市场中首度亮相。

上海荟聚很快成为了沪上新地标。相关数据显示,2024年国庆节假期,上海荟聚销售额突破7000万元,每日接待超过8.8万人次,累计吸引长三角地区客流62万余人次。

“英格卡购物中心在全球拥有38个体验中心,分布在15个市场。其中10个在中国市场落地,占比将近1/4。”今年7月,英格卡购物中心中国区总裁朱洁敏在接受记者采访时表示,中国市场表现

一直非常突出和亮眼。目前,英格卡购物中心在中国的访客数量与租户销售额呈现快速增长态势,出租率持续高位运行,顾客体验调研成绩优异,这也坚定了持续深耕中国市场的信心。

“我们长期持有每一个项目,这种商业模式让我们能够超越短期回报的考量。现阶段,我们专注于对现有购物中心进行焕新升级,同时也以开放视角,期待与宜家一同探索新的商业模式和商业项目。”朱洁敏强调。

如今,荟聚购物中心却被蒙上了打包出售的阴影,或与英格卡集团业绩不容乐观密不可分。财报数据显示,2024财年,英格卡集团全球营收同比下滑5.5%至418.64亿欧元,净利润同比大幅下降46.5%至8.06亿欧元;作为“王牌”市场,宜家中国区销售额约112亿元,较上一年度缩水近10亿元,较2019年巅峰期更是减少超40亿元。

亟须补齐线上渠道短板

直到2018年,宜家才在中国市场开启线上渠道拓展之路。

和线下购物中心快速发展相比,英格卡集团旗下的宜家在线上渠道的布局则稍显滞后。

2008年,82岁高龄的宜家创始人英格瓦·坎普拉德(Ingvar Kamprad)凭借一票否决权,放缓了宜家投资网络销售渠道的步伐,也错失了发展电商的黄金期。

“网页上可以做买卖,却会减少来店的客人,这样便会失去一些额外的生意,比如有些商品是顾客随手挑选的,并不一定是他们需要的东西。”英格瓦·坎普拉德彼时一直对电商业务倍感忧虑。

直到2018年,宜家才在中国市场开启线上渠道拓展之路。彼时,宜家推出了“IKEA宜家家居快闪店”小程序,但顾客只能购买限

量款,无法购买常规单品。

2019年,宜家中国推出为期3年的“未来+”战略,重点便是拓展线上销售渠道。最终,宜家官方小程序商城于2021年3月上线,消费者能够在线选购约9300种宜家产品,并享受送货上门、安装、退货等服务。此外,宜家于2020年3月上线了天猫旗舰店,但天猫平台产品品种偏少,与线下购物体验相差较远。

而消费者的线上购物需求与日俱增。财报数据显示,2024财年,宜家中国线上业务占比约25%,线上渠道共吸引了约3.7亿人次访问。其中,超过70%的访问来自消费者的自主搜索与主动访问,这类消费者通常表现出更高的访问深度与购买意愿。

据了解,2025年8月8日,宜家京东官方旗舰店开业。作为宜家在中国市场的全新线上触点,宜家将在京东平台将覆盖168个品类、6500余种产品,搭配物流配送与会员服务,未来还将持续优化在京东平台的运营与服务体验,进一步拓展产品覆盖范围。

业内人士分析认为,家居行业竞争已从单一产品转向“全渠道体验+供应链效率”。英格卡集团选择出售荟聚购物中心,同时加大线上布局力度,也是财务优化、市场适应与战略聚焦的综合结果。通过剥离重资产、拥抱数字化,英格卡集团能够更好地应对消费行为变化和行业竞争,同时为长期可持续发展奠定基础。

定增募资超12亿元 新时达打响业绩扭亏之战

中经记者 方超 石英婧 上海报道

在迎来海尔集团入主后,工业机器人企业上海新时达电气股份有限公司(以下简称“新时达”),002527.SZ)开启了定增募资计划。

日前,新时达方面发布公告称,其向特定对象发行股票申请获深交所受理,拟向控股股东青岛海尔卡奥斯工业智能有限公司(以下简称“海尔卡奥斯工业智能”)发行1.53亿股股票,募集资金12.19亿元。

《中国经营报》记者注意到,在上述融资顺利获受理背后,新时达

全面掌控新一届董事会

在将新时达纳入麾下后,海尔集团正谋求进一步巩固实控人地位。

今年2月,新时达方面曾发布公告称,公司控股股东将由纪德法变更更为海尔卡奥斯工业智能,实际控制人将由纪德法、刘丽萍、纪翌变更为海尔集团。6月26日,海尔集团方面对外宣布,已成功完成战略入股新时达的协议转让股份交割工作。

另据新时达公告,本次协议转让、表决权委托及一致行动安排完成后,海尔卡奥斯工业智能持有新时达10%股份和19.24%股份对应的表决权,合计控制29.24%股份对应的表决权。新时达方面表示,海尔卡奥斯工业智能成为新时达的控股股东,海尔集团成为新时达的实际控制人。

不仅如此,海尔集团也在新时达董事会层面实现了全面掌控。根据新时达7月17日公告,新时达第十七届董事会由9名董事组成,其中包括独立董事5名,独立董事3名,职工代表董事1名。

此前已连续三年亏损,累计亏损金额超17亿元。不过,新时达有望在今年上半年实现扭亏为盈,预计实现归母净利润155万—230万元,但扣非净利润仍处亏损状态。

背靠海尔集团“大树”,新时达未来将如何进一步提升盈利能力?对此,新时达相关负责人日前表示:“海尔集团将与新时达共同加强工业自动化领域上下游产业链的协同,通过整合供应链资源、优化生产流程等方式,进一步提升智能制造领域的关键技术和产品能力,从而提升盈利能力。”

记者查阅公告发现,展波、刘长文、王晔、张翠美等董事皆具有海尔系公司任职经历,如新时达新任董事长展波在2002年加入海尔集团,此后历任海尔集团欧洲区财务总监、海尔集团全球销售平台财务总监、海尔电器集团有限公司CFO、海尔集团CFO等职务。

对于此次募集资金的必要性,新时达方面表示,可巩固实际控制人的控制地位,加强战略协同;围绕公司发展战略,为公司业务发展提供资金支持,以及优化公司资本结构,增强抗风险能力。

例如,在巩固实控人的控制地位方面,新时达方面表示,本次发行完成后,海尔卡奥斯工业智能直接持有上市公司的股份数量将进一步增加为218810226股,占上市公司总股本的26.83%。新时达方面认为,此举“将进一步巩固公司控制权,同时保证了公司股权结构的长期稳定,夯实了公司持续稳定发展的基础”。

净利润连续三年亏损

公开资料显示,新时达以运动控制技术为核心,专注于智慧电梯、伺服驱动、变频调速、机器人和工业控制器等产品。

该公司创立于1995年,2010年在深交所A股上市。

新时达方面此前发布的《2025年半年度业绩预告》显示,预计今年上半年实现归母净利润155万—230万元,而上年同期亏损1875.05万元。对于扭亏为盈的原因,新时达方面表示:“报告期内(2025年上半年),公司积极响应市场需求,强化产品和方案竞争力,实现了营业收入的稳步提升。”

不过,上述业绩预告也显示,今年1—6月,新时达扣非净利润亏损1525.35万—1600.35万元,上年同期则亏损3232.34万元。

记者注意到,新时达曾在2022—2024年连亏三年,归母净利润分别为-10.57亿元、-3.79亿元、-2.88亿元,三年累计亏损达

17.24亿元。

根据公开资料,新时达净利润连续三年亏损,或与其电梯业务受房地产市场下行影响、此前收购业务“遗留问题”等密不可分。以亏损额度最大的2022年为例,新时达方面曾解释称:“公司产品电梯控制系统所属的房地产行业景气度欠佳,电梯业务收入下滑。”

“受客观因素影响,工业自动化行业需求收缩、预期减弱,3C行业整体下滑,公司运动控制产品受到影响。”在解释2022年业绩亏损原因时,新时达方面还直言,“公司历年并购的子公司受上述原因影响,结合实际经营情况、市场变化等综合因素考虑,公司进行了商誉减值。”

在连续亏损之下,亦有投资者担心新时达或会被ST处理。曾有投资者在深交所互动易平台向新时达方面发问:“公司3年扣非和净



新时达在“2025上海国际泵阀展”中设立的展台。 本报资料室/图

利润亏损,按规定会不会被ST?”

“根据《深圳证券交易所股票上市规则》中对于财务类强制退市的规定,‘最近一个会计年度经审计的利润总额、净利润、扣除非经常性损益后的净利润三者孰低

为负值,且扣除后的营业收入低于3亿元’的,交易所对其股票交易实施退市风险警示。”新时达方面强调,“公司从2021年以来营收一直高于30亿元,不涉及触发上述财务指标退市的情形。”

加码人形机器人赛道

在控股股东和实控人易主的背景下,新时达正加速实现与海尔集团的战略协同。

新时达相关负责人表示:“目前,公司与海尔集团的合作已经逐步展开。新时达与海尔集团的合作是基于长远战略规划,旨在发挥各自优势,使得双方在技术上能够解决彼此的痛点,同时协同推动智能制造解决方案的广泛应用,从而实现多方面的协同效应与共赢成果。”

在热度持续攀升的人形机器人赛道,新时达正在加大投入力度,积极布局。

“未来,与所有产业周期一样,具身/人形机器人也将面临性价比大幅提升而带动的整个产业发展。”在2024年年报中,新时达方面强调,硬件成本未来或被极致压缩,“脑”或者说控制系统是未来技术迭代的核心和载体。新时达方面认为,这也是其核心竞争力所在。

据新时达相关负责人日前透露,2025年,公司拟推出具身智能通用控制器,并拟在具身/人形机

器领域推出整机。不过,新时达在2024年年报中曾坦言:“在报告期内尚未形成确认收入的订单,但是明确了未来的发展方向。”

对于募集资金具体用于哪些项目、与海尔集团如何开展合作等问题,新时达证券部相关负责人在回答记者采访时表示,公司目前正处于2025年半年度报告公告前15日内的窗口期,暂不接受任何形式的媒体采访、现场调研或非公开信息沟通。