

2021.12.24

责编：陆俊

# 家具下乡 企业怎样打好这张“牌”？



□ 本报记者 陆俊 文/摄

近日，国家发改委提出实施家具下乡补贴政策，推动农村居民消费梯次升级。国家发改委农村经济司司长吴晓表示，鼓励有条件的地区开展农村家电更新行动，实施家具家装下乡

补贴和新一轮汽车下乡。促进农村居民耐用消费品更新换代。

家具下乡政策的提出，打开了广大的农村消费市场，给今年来低迷的家具行业带来了极大的振奋。多家家具上市公司股价应声而涨。但业内专家也表示，家具下乡无疑将提振乡

村市场的家具消费，但是具体补贴政策如何落地？如何让广大农村消费者获得真正的实惠，用上质优价廉的家具产品，是落实家具下乡首先需要解决的现实问题。

“家具下乡”政策的提出，首先获益的是大型企业和上市公司。据悉，国家发改委提出“实施家具下乡”以后，几乎所有的家居上市公司股价都出现了大幅上涨，有的家具企业股价甚至出现多个涨停。12月9日，美克家居、亚振家居、金牌橱柜、惠达卫浴、海鸥住工、恒林股份涨停，志邦家居、顶固集创分别收涨7.21%和8.06%，敏华控股涨7.89%，欧派家居和尚品宅配等股价也大幅上涨，兔宝宝触及涨停板。据统计，家居指数共计45只个股，有44只收涨。

业内人士指出，在当前市场环境和消费群体变化的新形势下，“家具下乡”也面临着一些需要解决的现实难题。其中最重要的一项是，家具品类复杂，目前很多都是非标产品。尤其是农村市场，具有明显的地域化和差异化，而且农村消费者对价格敏感度极高。农村市场更需要价廉质优，适合地域性需求的产品。对广大农村家具市场来说，品牌可能不是首选，而价格、质量、和实用性将是农村消费者最关注的选项。

“家具下乡”的难点还有产品质量、物流配送、售后服务等诸多问题。从企业的角度来说，“家具下乡”要注意抓准契机，优化产品，增强品质和服务意识。”

此外，“家具下乡”补贴多少？在哪个环节补贴？如何让农村消费者直接受益等，是落实“下乡”政策最现实的问题。

未来，随着家具下乡政策的提出和落实，不仅有力推动农村家具市场的提升及消费需求，对整家具行业的提振和持续发展将带来积极的影响。

不管是在农村还是城市，经济发展了，主流消费群体变化了，“家具下乡”的相关政策和农村家具消费市场发生了变化。可以预见，那些更有品牌知名度，更时尚环保、更符合农村市场需求的优质家具产品将是此次“家具下乡”的领头羊。而对大型知名来说，当前的“家具下乡”也是一次下沉县级、乡镇市场，布局乡村振兴新大趋势大变革的一次难得的契机。

业内人士也指出，在当前市场环境和消费群体变化的新形势下，“家具下乡”也面临着一些需要解决的现实难题。其中最重要的一项是，家具品类复杂，目前很多都是非标产品。尤其是农村市场，具有明显的地域化和差异化，而且农村消费者对价格敏感度极高。农村市场更需要价廉质优，适合地域性需求的产品。对广大农村家具市场来说，品牌可能不是首选，而价格、质量、和实用性将是农村消费者最关注的选项。

“家具下乡”的难点还有产品质量、物流配送、售后服务等诸多问题。从企业的角度来说，“家具下乡”要注意抓准契机，优化产品，增强品质和服务意识。”

此外，“家具下乡”补贴多少？在哪个环节补贴？如何让农村消费者直接受益等，是落实“下乡”政策最现实的问题。

未来，随着家具下乡政策的提出和落实，不仅有力推动农村家具市场的提升及消费需求，对整家具行业的提振和持续发展将带来积极的影响。

# 竹制品产业2025年产值有望突破7000亿元

□ 本报记者 陆俊 文/摄

业。如何抓住这一机遇，紧跟发展大形势，大环境，将是企业需要关注的重点。

我国是一个森林和木材资源匮乏的国家，但是有一个例外——竹资源很丰富。根据相关统计，2020年我国竹林面积达673万公顷，占世界竹林资源的1/3左右。而且，从2011年至2020年期间，我国的竹资源持续增长，截止2020年，我国竹产量达到37.7亿根，2021年，预计竹产量达41亿根。要说我国有什么资源是丰富的话，竹材肯定是最丰富之一。

据记者了解，我国竹资源最为集中的地方主要是浙江安吉、四川宜宾、贵州赤水以及广西、湖南、重庆等省市。同时，我国也是竹制品种类最丰富、产量最大的国家之一，包括竹家具、竹地板、竹编制品、竹制家居用品、竹炭产品以及竹雕等产品。其中，竹编制品和竹雕等，还是非物质文化遗产，近年来我国竹制品和竹制品制作视频在国外大受关注，比如一种中国传统竹丝制作的视频在海外TikTok上走红，获得了超过1000万播放量和几十万点赞。

在广西，竹制品已经成为一项重要的产业，在桂林、柳州、百色等地，利用丰富的竹林资源，打造了具有地方特色的木制品生产基地。比如桂林荔浦竹衣架畅销海外，实现竹制品生产、内销、出口的全面发展。据统计，广西的竹衣



架生产总量、出口量约占全国同类产品的50%左右。

据业内人士介绍，由于竹制品具有较高的硬度、韧性、成本较低、实用性高等优势，日益受到消费者欢迎。特别是竹制家居用品，近年来市场规模不断增长，已经成为重要的家居品类。当前，我国竹制品产业已经具有很大的规模，据相关数据显示，去年我国竹制品市场规模为338.94亿元，2021年市场规模可

达379.51亿元左右。

竹资源作为一种可再生资源，符合我国当前“绿色、低碳、生态”的发展大趋势和市场需求。竹制品产业符合环境友好、低碳降耗的理念，具有巨大的发展前景。特别是在当前国家出台《关于加快推进竹产业创新发展的意见》的有力支持下，竹制品企业需把握机遇，全速起航，把竹产业做大做强，推动我国成为竹产业强国。

# 三问家居IPO第二次遭“中止” 建材家居企业大规模IPO中止审查

半年报财务数据，更新完成后就会恢复正常。

不过，笔者注意到，在此次“中止”前数日，9月26日，证监会网站刊登的《关于三问家居股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的上市委会议意见落实函的回复》中，就三问家居自主品牌的发展战略、研发费用支出较低对发行人设计能力和核心竞争力的影响、医护人员产品的未来发展战略、研发费用的会计政策等4大问题提出疑问，要求发行人在招股说明书中补充披露。

据今年8月31日更新的招股书，三问家居是以原创设计为核心竞争力的服务型贸易商，定位为“做全球客户与供应商最有价值合作伙伴”，为全球中大型零售服务商和中高端品牌商提供特色家用纺织品、家居服饰和特色面料产品。

2018年—2020年，三问家居营业收入规模持续增长，分别为10.81亿元、11.04亿元、17.91亿元。但《华夏时报》记者注意到，2020年，三问家居的业绩增长与疫情有很大关系，该年公司新增的医疗类产品实现销售收入7.40亿元，占比达41.33%。在招股书中，三问家居坦言，“未来，随着新冠疫情在全球范围内逐步缓和，公司的医疗类产品销售规模

可能逐步萎缩，短期内可能降低公司的营业收入和盈利水平”。

同期，三问家居的营收主要依赖于境外市场：2018—2020年，公司外销收入分别为10.62亿元、10.22亿元和16.73亿元，占当期主营业务收入的比例分别为98.40%、92.64%和93.40%。目前境外疫情仍不稳定，市场需求和贸易环境均存在诸多不确定因素。而三问家居九成收入来自境外市场，面临着极大的国际贸易政策和汇率波动等方面的风险。

事实上，传统纺织品行业属于原则不支持在创业板申报发行上市行业，而谋求在创业板上市的三问家居坚称自己为“以原创设计为核心竞争力的服务型贸易商”，为全球中大型零售服务商和中高端品牌商提供特色家用纺织品、家居服饰和特色面料产品。

据招股书，2018—2020年，三问家居的研发费用分别为63.76万元、226.23万元和382.36万元，研发费用率仅分别为0.06%、0.20%和0.21%，且一半以上的研发费用主要是职工工资及福利费和打样费等。

同期，三问家居的设计研发人员分别有66人、61人和75人。据招股书透露

的信息，2020年同行可比公司苏美达、桦杰股份、健盛集团和万代服装分别有研发设计人员732人、109人、463人和130人，在设计研发人员上，三问家居与同行可比公司存在不小差距。此外，截至2020年12月31日，三问家居拥有30项专利，均为2018年及以前申请，且其中8项专利为外部受让取得。

不仅如此，笔者还注意到，报告期内，三问家居的设计支出与研发费用合计分别为1078.23万元、1152.75万元和1269.93万元，呈稳步增长态势；但在三问家居对家纺和服饰业务的前十大客户的销售收入中，原创设计收入占比却是逐年降低的，报告期内原创设计收入占分别为81.65%、76.95%和74.77%。

**多个家居企业IPO审核遭“中止”**

对于为何再度被中止IPO审核、公司将是否会降低医护用品业务占比更多聚焦主业、如何加强原创设计能力等问题，笔者向三问家居发送了采访提纲，但截至发稿未获回应。

不过，上市之路被按下暂停键的三问家居并非个例。深交所网站信息显示，近期，致欧家居、森鹰窗业等几个家居、建材企业的审核状态均变更为“中



□ 双木文/摄

家居企业与木材、森林资源及金属、石材等材料紧密相关，绿色、低碳对家居企业的未来发展起着至关重要的作用。而在当前国家提出“碳达峰”、“碳中和”目标，大力推进“碳交易”的时代大环境下，“碳排放”在家居企业的未来发展中将成为重要的经营策略，那么，企业应该如何进行“碳交易”呢？

今年，“双碳目标”、“碳达峰与碳中和”、“碳排放权交易”等成为使用率很高的热门词汇和概念。但是什么是碳排放权？什么碳排放权交易？对于很多企业来说并没有真正的理解。特别是对家居企业来说，什么是碳排放权交易？未来企业是需要购买碳排放权还是出售碳排放权？怎样购买或出售碳排放权？这些概念没有了解、研究清楚，对于企业长远的低碳目标和企业发展规划是不利的。

为了为广大五金企业和业内人员深入了解“碳达峰与碳中和”、“碳排放权交易”以及“碳排放权交易”的最新进展，业内专家对此进行了解读。

2021年7月15日9点30分，全国首笔碳交易在上海环境能源交易所撮合成功，价格为每吨52.78元，总共成交16万吨，交易额为790万元。

当天也是全国碳排放权交易在上海环境能源交易所正式启动。首批参与全国碳排放权交易的发电行业重点排放单位超过了2162家，这些企业碳排放量超过40亿吨二氧化碳，意味着中国的碳排放权交易市场，将成为全球覆盖温室气体排放量规模最大的碳市场。

什么是碳排放权（CER）？碳排放权，即核证减排量（Certification Emission Reduction, CER）的由来。2005年，伴随《京都议定书》生效，碳排放权成为国际商品。碳排放权交易的标的称为“核证减排量（CER）”。

排放权从哪里来？是配额一级市场和二级市场并存。一级市场一般由各省发改委进行配额初始发放的市场，分为无偿分配和有偿分配。其中，有偿分配附带有竞价机制，遵循配额有偿、同权同价的原则，以封闭式竞价的方式进行。二级市场是控排企业或投资机构进行交易的市场。

什么是碳交易？碳交易即把二氧化碳排放权作为一种商品，买方通过向卖方支付一定金额从而获得一定数量的二氧化碳排放权，从而形成了二氧化碳排放权的交易。碳交易市场是由政府通过对能耗企业的控制排放而人为制造的市场。通常情况下，政府确定一个碳排放总额，并根据一定规则将碳排放配额分配至企业。如果未来企业排放高于配额，需要到市场上购买配额。与此同时，部分企业通过采用节能减排技术，最终碳排放低于其获得的配额，则可以通过碳交易市场出售多余配额。双方一般通过碳排放交易所以进行交易。

据记者了解，目前国内已有7家主要的碳排放交易场所：广州碳排放权交易所、深圳排放权交易所、北京环境交易所、上海环境能源交易所、湖北碳排放权交易所、天津排放权交易所和重庆碳排放权交易所。

目前国内纳入碳排放交易的是发电企业，覆盖约45亿吨二氧化碳排放量。后续，“十四五”期间将有石化、化工、建材、钢铁、有色、造纸、航空等高排放行业陆续纳入全国碳市场，到“十四五”末，一个交易额有望超千亿的全球最大碳市场将在中国建成。

企业如何进行碳交易？企业的碳配额，就是企业获得的碳排放额度，初期由相关部门免费发放。

简单来讲，相关部门通过行业的历史排碳强度确定一个基准线，结合企业的产能情况，就可以知道企业的碳排放额度。举个例子，假如电力企业的基准排放强度是1，产能是100度电，可以算出碳排放额度等于100。假如企业通过设备升级使得碳排放量低于行业平均，就会有富余的碳排放额度。假如某龙头企业的真实排放强度仅0.8，发100度电只会消耗80的碳排放额度，那么剩余的额度完全可以在市场上出售交易获利。

反过来说，假如企业的碳排放强度高于行业平均水平，则产能无法开满，需要额外购买碳排放权，导致成本的增加。

碳交易市场就像股市一样，买的多，涨得越多。尽管目前仅有电力行业被纳入碳排放额度交易，但市场已处于供不应求的状态，买的多，卖的少，价格水涨船高。目前国内一吨二氧化碳的价格在50元左右。从欧洲市场来看，目前一吨二氧化碳的价格从10欧元左右涨到60欧元左右。

在低碳时代，碳排放权正成为企业的另一新型资产类型——碳资产。对企业来说，碳资产管理得当，可以减少企业运营成本、提高可持续发展竞争力并增加盈利能力，管理不当，则可能造成碳资产流失，增加运营成本，降低市场竞争力，影响企业可持续发展。

企业如何进行碳交易？企业的碳配额，就是企业获得的碳排放额度，初期由相关部门免费发放。

简单来讲，相关部门通过行业的历史排碳强度确定一个基准线，结合企业的产能情况，就可以知道企业的碳排放额度。举个例子，假如电力企业的基准排放强度是1，产能是100度电，可以算出碳排放额度等于100。假如企业通过设备升级使得碳排放量低于行业平均，就会有富余的碳排放额度。假如某龙头企业的真实排放强度仅0.8，发100度电只会消耗80的碳排放额度，那么剩余的额度完全可以在市场上出售交易获利。