

B096 信息披露 Disclosure

(上接B095版)

上海美太利金科技有限公司	80.00	本公司设立或投资取得
红星到家(上海)科技有限公司	100.00	本公司设立或投资取得
上海红星美凯龙宅居信息服务有限公司	51.00	本公司设立或投资取得
上海美凯龙(浙江)信息技术有限公司	100.00	本公司设立或投资取得
上海威远建筑装饰有限公司	67.00	本公司设立或投资取得
上海红星美凯龙建筑装饰(集团)有限公司	100.00	本公司设立或投资取得
上海美凯龙装饰公司集团有限公司	100.00	本公司设立或投资取得
上海南韵创意设计有限公司	90.00	本公司设立或投资取得
上海美凯龙美装饰工程有限公司	100.00	本公司设立或投资取得
浙江星易美实业发展有限公司	75.00	本公司设立或投资取得
家信得建筑科技有限公司	90.00	本公司设立或投资取得
浙江星易装饰工程有限公司	100.00	本公司设立或投资取得
天津红星美凯龙供应链管理有限公司	60.00	本公司设立或投资取得
温州星通企业管理咨询有限公司	100.00	本公司设立或投资取得
北京星美永盛信息咨询有限公司	70.00	本公司设立或投资取得
西安舒远美佳家政服务有限公司	65.00	本公司设立或投资取得
上海雅雅企业管理咨询有限公司	100.00	本公司设立或投资取得
上海商卿企业管理有限公司	100.00	本公司设立或投资取得
上海意卿企业管理有限公司	100.00	本公司设立或投资取得
上海商卿企业管理有限公司	100.00	本公司设立或投资取得
上海茂隆商业管理有限公司	100.00	本公司设立或投资取得
上海百盟企业管理有限公司	100.00	本公司设立或投资取得
石家庄德美实业有限公司	100.00	本公司设立或投资取得
香港红星美凯龙商业管理有限公司	100.00	本公司设立或投资取得
红星美凯龙(澳门)企业管理有限公司	95.00	本公司设立或投资取得
红星美凯龙生活美学中心管理有限公司	95.00	本公司设立或投资取得
上海红星美凯龙星家居用品有限公司	54.00	本公司设立或投资取得
RedStarMacallineGmbH	100.00	本公司设立或投资取得
RedstarGlobalHoldingLimited	100.00	本公司设立或投资取得
鑫隆物业管理有限公司(上海)有限公司	90.00	非同一控制下企业合并
水清银泰新城建设开发有限公司	70.00	非同一控制下企业合并
水清银通建设开发有限公司	70.00	非同一控制下企业合并
乾智(上海)家居有限公司	60.00	非同一控制下企业合并
南昌红星美凯龙环家居博览中心有限责任公司	100.00	资产收购
芜湖红星美凯龙星家居广场有限公司	100.00	资产收购
佛山郁达企业管理有限公司	100.00	资产收购

②2019年末相比2018年末减少合并单位10家,明细及原因如下:

单位: %

公司名称	不再纳入合并范围的原因	2018年末持股比例
安徽耀辉装饰工程有限公司	处置	100.00
上海威京商业管理有限公司	处置	65.00
苏州工业园区汇金聚商业管理有限公司	处置	65.00
上海郁星投资有限公司	处置	100.00
重庆银泰家居开发有限公司	注销	57.00
太原红星美凯龙世博家居广场有限公司	注销	60.00
沧州耀星家具建设开发有限公司	注销	52.50
武汉红星美凯龙全球家居广场发展有限公司	注销	100.00
常州家信得家居用品有限公司	注销	100.00
长沙红星美凯龙世博家居生活广场有限公司	注销	100.00

(4)2020年1-3月合并报表范围变化情况

①2020年3月末相比2019年末新增合并单位7家,明细及原因如下:

公司名称	新纳入合并范围的原因	持股比例
眉山红星美凯龙世博家居广场有限公司	本公司设立或投资取得	100.00
南昌昌隆装饰设计工程有限公司	本公司投资取得	54.00
红星美凯龙凯盛泰吉(香港)家居有限公司	本公司设立或投资取得	100.00
重庆南川区红星美凯龙商业管理有限公司	本公司设立或投资取得	100.00
上海郁安物业管理有限公司	本公司设立或投资取得	100.00
上海信达达物业管理有限公司	本公司设立或投资取得	100.00
上海郁安物业管理有限公司	本公司设立或投资取得	100.00

②2020年3月末相比2019年末减少合并单位2家,明细及原因如下表:

单位: %

公司名称	不再纳入合并范围的原因	2019年末持股比例
上海星易装饰工程有限公司	处置	60.00
成都红星美凯龙物流有限公司	注销	100.00

(二)最近二年及一期的主要财务指标

项目	2020年3月末/1-3月	2019年末/度	2018年末/度	2017年末/度
流动比率(倍)	0.59	0.50	0.62	0.64
速动比率(倍)	0.58	0.49	0.61	0.64
资产负债率(%)	60.97	59.95	59.14	54.72
营业毛利率(%)	62.99	65.17	66.20	71.14
应收账款周转率(次)	1.37	9.43	9.97	11.12
存货周转率(次)	2.64	19.70	25.90	38.18

注:上述指标均依据合并报表口径计算,各指标的具体计算公式如下:

- 流动比率= 流动资产/流动负债;
- 速动比率= (流动资产- 存货净额)/ 流动负债;
- 资产负债率= 总负债/总资产;
- 营业毛利率= (营业收入- 营业成本)/营业收入;
- 应收账款周转率= 营业收入人/[(期初应收账款与应收票据总额+期末应收账款与应收票据总额)/2];
- 存货周转率= 营业成本/[(期初存货余额+期末存货余额)/2];
- 2020年1-3月财务指标已经年化处理。
- (三)公司管理层最近财务分析

公司管理层最近公司最近三年及一期经审计的合并财务报告,对公司资产负债结构、现金流量、偿债能力、盈利能力和未来业务目标进行了如下分析:

1.资产构成及分析

最近三年及一期总资产的主要构成如下所示:

单位:万元, %

非流动资产	360.53	87.90	997.31	88.59	9,514,212.51	85.82	713.18	84.98
资产总计	12,549,612.94	100.00	12,229,441.86	100.00	11,086,071.78	100.00	9,701,462.41	100.00

近三年及一期末，公司资产总额分别为9,701,462.41万元、11,086,071.78万元、12

近三年及一期,公司资产总额分别为701,462,411元、11,086,071.78元、12,229,441.86元及1,549,612,944元,呈持续增长态势,2018年末资产总额较2017年末增加13,324,609.37元,升幅为14.27%,主要由中长期股权投资、其他权益工具投资和投资性房地产增加所致;2019年末资产总额较2018年末增加1,143,370.07元,增幅为10.31%,主要由投资性房地产、使用权资产增加所致,在建工程增加21,644.57元,主要系科目重分类导致增长;2020年3月末,资产总额较2019年末增加320,171.08元,增幅为2.63%,主要由投资性房地产、其他非流动资产增加所致。

从资产结构来看,公司资产结构较为稳定,以非流动资产为主。近三年及一期,公司非流动资产占比分别为84.98%、85.82%、88.59%和87.90%,非流动资产占比比较高的原因是从事家居商场的经营管理,核心经营资产为自持商场物业,该等自持物业以公允价值模式计量,在当前经济环境和商业物业运营环境较好的情况下,其公允价值较高,导致公司非流动资产中投资性房地产规模较大。

2.负债构成及分析

最近三年及一期负债的主要构成如下所示:

单位:万元, %

项目	2020年3月末		2019年末		2018年末		2017年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	2,550,301.28	33.33	2,776,794.55	37.88	2,531,380.69	38.61	2,271,674.74	42.80
非流动负债	5,100,771.67	66.67	4,554,162.27	62.12	4,025,108.52	61.39	3,036,590.33	57.20
负债总计	7,651,072.96	100.00	7,330,956.82	100.00	6,556,489.21	100.00	5,308,265.07	100.00

近三年及一期,公司负债总额分别为703,265,077元、6,586,489.21元、7,330,956.82元及7,651,072.96元,近三年及一期末负债规模逐年增长。2018年末负债总额较2017年末增加1,248,224.14元,升幅为72.51%,主要由于长期借款增加,公司负债其他非流动资产增加;2019年末负债总额较2018年末增加7,074,467.60元,升幅11.81%,主要系一年内到期的非流动负债、长期借款和租负债增加所致;2020年3月末负债总额较2019年末增加320,116.14元,升幅4.37%,主要系长期借款、应付债务和长期待支付款项所致。

从负债的结构来看,公司以非流动负债为主,负债结构较为稳定。近三年及一期末,公司非流动负债占负债总额的比例分别为57.20%、61.39%、62.12%和66.67%。

3.现金流量分析

单位:万元

项目	2020年1-3月	2019年末	2018年末	2017年度
经营活动现金流入小计	196,818.18	1,648,957.35	1,526,310.32	1,445,702.06
经营活动现金流出小计	302,820.27	1,239,559.25	1,094,517.25	793,866.16
经营活动产生的现金流量净额	-106,002.08	409,398.10	585,793.07	651,835.89
投资活动现金流入小计	70,730.79	460,602.87	167,338.21	422,916.53
投资活动现金流出小计	404,372.96	869,139.48	1,099,444.24	1,024,027.95
投资活动产生的现金流量净额	-303,642.17	-408,277.40	-1,266,806.03	-601,111.42
筹资活动现金流入小计	838,774.15	1,709,670.56	2,194,860.59	1,303,538.93
筹资活动现金流出小计	377,007.50	1,794,638.56	2,347,330.80	1,96,175.19
筹资活动产生的现金流量净额	461,766.65	-84,968.09	247,529.79	387,363.74
现金及现金等价物净增加额	-13,907.16	-83,839.39	-265,480.59	437,686.90
期末现金及现金等价物余额	677,676.43	761,448.72	1,026,929.37	1,089,242.47
期末现金及现金等价物余额	663,769.27	677,609.33	761,448.72	1,026,929.37

(1)经营活动产生的现金流量分析

公司经营活动产生的现金流量主要用于销售商品、提供劳务收到的现金,现金流主要用于购买商品、接受劳务支付的现金及支付给职工以及支付的其他、支付的各项税费及支付其他与经营活动有关的现金。近三年及一期,公司经营活动现金流量净额分别为79,651,835.89元、585,793,077.07元、409,398.10万元和106,002.08万元,2017年度现金流量净额较高,主要系公司营业收入上升,相应的现金流量增加,此外,公司新开业商场及新签约委管理项目使得预收款项大幅上升所致,2019年较2018年度现金流量净额下降较多,主要由于上期末新开门店导致上期期末现金及现金等价物余额较大,2020年1-3月经营活动现金流量净额为负,主要系本期受疫情影响减免及延迟收取商场商户租金管理费所致。

近三年及一期,公司经营活动现金流量情况较好。近三年及一期,公司销售商品、提供劳务收到的现金分别为1,128,448,936元、1,449,819,589元、1,597,648,373元及1,602,763,603元。公司销售商品、提供劳务收到的现金较高,主要系公司自持商场相关租赁费及收入计入公司自持商场收入为公司带来了稳健的经营性现金流。近三年及一期,公司经营活动现金流量净额分别为793,866,166元、940,517,265元、1,239,559,245元和302,820,277元。

(2)投资活动产生的现金流量分析

近三年及一期,公司投资活动产生的现金流量净额分别为-601,111,412元、-1,099,444,033元、-408,277.40元和-369,642.17万元,近三年及一期期间,由于公司持续推进商场项目建设投入生产经营活动性支出,投资活动产生的现金流量规模较大。

公司投资活动产生的现金流量主要用于处置子公司取得的股权投资以及收到的其他与投资活动有关的现金,现金流主要用于购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金以及支付其他与投资活动有关的现金。其中,收到的其他与投资活动有关的现金主要为与联营企业、合营企业、合作方的往来款及赎回理财产品及定期存款等;购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金主要为以公允价值计量且其公允价值变动计入损益的投资性房地产、自用房产及商业物业产业链相关权益投资等长期资产;支付的其他与投资活动有关的现金主要为向联营企业、合营企业、合作方的往来款及委托贷款、购买理财产品及进行定期存款等。

(3)筹资活动产生的现金流量分析

公司筹资活动产生的现金流量主要用于吸收投资收到的现金以及取得借款收到的现金,现金流主要用于偿还债务支付的现金以及分配股利、利润或偿付利息支付的现金,支付其他与筹资活动有关的现金。

近三年及一期,公司筹资活动产生的现金流量净额分别为387,363.74万元、247,529.79元、-84,968.09万元及-83,839.39元,2017年度公司筹资活动产生的现金流量净额大幅增加,主要是由于公司取得新增借款、债权及商业地产业抵押贷款支持证券收到的现金增加所致。2018年度筹资活动产生的现金流量净额大幅减少,主要系本期支付1只赎回购款,以及偿还到期债务;同时对比本期公司发行了商业抵押贷款支持证券及境外美元债带来大量融资款流入所致。2019年度筹资活动产生的现金流量净额大幅减少,主要系本期取得借款收到的现金减少所致,2020年1-3月筹资活动产生的现金流量净额大幅增加,主要系本期新增借款增加所致。

近三年及一期,公司现金及现金等价物净增加额分别为437,686.90万元、-265,480.65元、-83,839.39万元和-13,907.16万元,主要系企业现金流支出增速大于回款所致。

4.偿债能力分析

公司主要偿债指标如下:

财务指标/平均	2020年1-3月	2019年末	2018年末	2017年末
流动比率	0.59	0.50	0.62	0.64
速动比率	0.58	0.49	0.61	0.64
资产负债率	60.97%	59.95%	59.14%	54.72%

近三年及一期末,公司流动比率分别为0.64、0.62、0.50和0.59;公司速动比率为0.64、0.61、0.49和0.58。公司2018年末流动比率和速动比率较2017年末有所下降,主要由于一年内到期的非流动负债的增所致。

虽然公司流动比率小于1,但鉴于近三年及一期末,公司货币资金分别为1,062,691.78万元、852,760.80万元、722,923.94万元和806,423.29万元,货币资金较为充沛,公司短期借款、一年内到期的非流动负债中有息负债部分以及其他流动负债中有息负债部分合计分别为983,008.56万元、1,007,713.64万元、1,253,711.98万元和1,282,260.08万元。公司货币资金与短期刚性债务的比例分别为1.08、0.85、0.58和0.63。

近三年及一期末,公司资产负债率分别为54.72%、59.14%、59.95%和60.97%。公司资产负债率相对控制在合理水平,表明公司经营较为稳健,长期偿债能力较强。

5.盈利能力分析

科目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
毛利率	62.99%	65.17%	66.20%	71.14%
净利率	15.68%	28.45%	33.04%	39.03%
加权平均净资产收益率	0.86%	10.25%	10.63%	10.48%

注1:净利率=净利润/主营业务收入×100%
近三年及一期,公司毛利率分别为71.14%、66.20%、65.17%和62.99%;净利率分别为39.03%、33.04%、28.45%和15.58%,均保持稳定,表明公司经营稳定,盈利能力较好。

6.未来业务目标及盈利能力的可持续性

我们持续以“建设品牌和渠道、提升消费和国家生活品质”为己任,2020年及以后,我们将继续遵循“市场化经营,商品化管理”的经营管理模式,为消费者提供更好、更专业的服务,巩固市场领导地位,巩固“红星美凯龙”品牌在消费者心目中的家居生活专家地位,以建成中国最领先的、最专业的“家居装饰及家具行业全渠道平台商”为企业的发展目标。

我们未来发展目标计划如下:

(1)继续实施自营与委管商场双轮驱动业务模式,通过战略性拓展商场网络及品牌组合,夯实商场领导地位

商场网络建设方面,公司将充分把握城镇化加速、人民生活水平提升、人口流动性提高所带来的行业蓬勃发展趋势,继续有选择地在具有吸引力的城市拓展家居商场网络。我们将通过自营模式进一步巩固一二线城市的市场领先地位,继续有选择性地在新线城市开设新的家居商场;同时,公司将凭借在家居装饰及家具行业良好的品牌声誉、成熟的商场开发、招商和运营管理能力,通过轻资产的模式管理或运营模式快速渗透三线城市及其他城市,进一步扩大在全国范围内的经营覆盖面,加快市场渗透。

同时,公司将通过升级完善商场基础设施、应用数据分析、市场营销、商场管理团队激励机制等方式优化商场的经营管理,从而进一步提升现有家居商场的经营效益。

品牌组合建设方面,我们通过多种方式提升现有家居商场的品牌经营效益。我们将针对中高端客户,进一步提升市场占有率。

此外,我们已在积极实践和尝试各类自家居商场物业资产证券化产品。

(2)深度推进业务变革,打通家装消费的全周期服务,强化“全渠道泛家居业务服务商”的品牌心智

2020年,我们将充分发挥增值的价值挖掘能力,根据消费者全生命周期的需求,将业务线条扩张到除家居装饰以外的设计、家装等环节。家装业务及家居设计方面,公司将针对中高端客户个性化需求,在原有互联网零售和互联网家居业务的基础上,将业务扩展到前端设计和终端服务,践行“高端家装一站式”的战略目标,为消费者提供从设计、装修、商品到服务的一站式解决方案。另外,我们正推出设计+打,打造全景式云设计为家居选购增值服务。此外,将继续推进品牌升级,创建社交媒体矩阵,实现品牌年轻化,通过积极转型,一方面打开新零售人口入口入口赋能经销商,另一方面深度运营好拥有的客户资源,塑造和强化“全渠道泛家居业务服务商”的品牌心智。

(3)建立全国性的服务体系,致力于成为家居装饰及家具行业的新零售标杆

作为拥有中国内地家居行业内最具影响力品牌的企业之一,我们将一贯从真正理解和满足消费者的需求角度出发,为消费者提供更好、更深入的体验,更专业、全方位的增值服务,更便捷、人性化的服务方式,为消费者提供一个值得信赖、能集成足够数量的家居装饰及家具行业品牌商品的流通平台,一站式切实解决消费者的各种需求和痛点,提升消费者的线上线下一体化体验,塑造家居装饰及家具行业最具价值的流通平台,致力于成为家居装饰及家具行业的新零售标杆。

(4)深度携手阿里巴巴,拓展新零售领域布局
深度携手阿里巴巴,在业务、人才等方面进行多层次合作,双方将从新零售门店建设、电商平台搭建、物流仓储和安装服务体系、消费金融、复合业态、支付系统、信息共享等领域开展全方位深度合作。此次合作,将开启商业模式新一轮升级进程,提升企业的长期竞争力,迎接新的发展机遇。

(5)积极创新,重视应用资本市场和金融工具
我们将继续积极开拓新的商业模式,并通过投资来深度整合家居装饰及家具行业上下游资源,特别是寻找进入智慧家居领域的机会,为做大做强企业规模、做强企业实力、主动拥抱未来、引领整个行业发展而服务。

(6)持续改善公司治理、规范运作,践行社会责任

我们将持续改善公司治理架构、组织治理和管理机制;遵守国家法律、恪守商业道德,营造“规范运作”的商业氛围;积极承担和履行社会责任。

2020年公司将努力推动业务布局转型升级,实现多样化经营,提高市场竞争力,促进品牌价值最大化。2020年度公司将继续开拓家居商场、家装产业、线上统一化、仓储物流、家居产业等行业上下游领域。具体经营计划如下:(1)通过优化经营管理进一步提升现有家居商场的经营效益

公司将通过升级完善商场基础设施、数据分析、市场营销、商场管理团队激励机制等方式优化商场的经营管理,从而进一步提升现有家居商场的经营效益:

①升级完善商场基础设施

公司计划继续升级基础设施及美食广场、休闲空间及清晰指示牌等设施,进一步提升客户的购物体验,从而吸引更多客流量。

②应用数据分析

公司在自营及委管商场网络中持续推广部署系统,对商场、商户以及消费者数据进行收集、分析和应用,使公司能够有针对性地制定经营策略,实现对商场及商户的有效管理,提升公司的经营与管理绩效。

③优化商场布局

公司根据商户的经营效益动态调整商户群及各商户的展位地点,并计划持续挖掘新的非租金收入来源,并在开放性的地方增设展位等,通过优化商场布局提升经营效率。

④推广市场营销

公司计划打造品牌传播、社交化会员营销、社群营销、精准营销、联合营销、楼盘小区营销等高效针对性的营销方式,提升“红星美凯龙”品牌的市场影响力及客户满意度,从而有助于增强客流并提高商场的经营效益。

⑤推行全员绩效考核制度

公司推行全员绩效考核制度,将绩效管理考核落实到每一名员工,并将员工的奖金与绩效考核挂钩,提升员工的工作热情,提高商场员工的工作效率。

(2)通过战略性的地拓展商场建设及品牌组合,巩固市场领导地位

公司将充分把握城镇化加速、人民生活水平提升、人口流动性提高所带来的行业蓬勃发展趋势,继续有选择地在具有吸引力的城市拓展家居商场网络。商场网络建设方面,公司将通过自营模式进一步巩固一二线城市的市场领先地位,继续有选择性地在新线城市开设新的家居商场;同时,公司将凭借在家居装饰及家具行业良好的品牌声誉、成熟的商场开发、招商和运营管理能力,通过轻资产的经营模式快速渗透三线城市及其他城市,进一步扩大在全国范围内的经营覆盖面,快速成进一步市场渗透。

品牌组合建设方面,公司将投资推行于核心品牌“红星美凯龙”的新品牌,实现品牌的多元化。公司打造了针对中高端、高品质的品牌“红星·欧派家居”,以覆盖更广泛的市场消费群体,进一步提升市场占有率;同时,2016年起,从产品深度和品类广度两个维度,加强产品整合能力的提升,从潮流趋势、客户适配、产品解读等多个维度,加强设计师综合选材能力的提升。同时,还提供“足不入门,拎包入住”服务,为消费者提供了完善的购物体验。同时,公司将继续以设计为主线,通过各类创新业务,通过加深设计师运营,从而为商场精准设计,提升商场经营效率,并进一步带动公司当前主营业务的发展。另外,我们还推出美凯龙设计云,打造全景式云设计及家居选购增值服务。3D云设计软件结合云计算、大数据、人工智能,最终实现设计落地,更美观、更便捷。不适用于设计时,也适用于DIY的消费者,设计云作为家居消费的超级链接,聚焦在线设计,连接前端上游的产业、设计师、消费者,对于提高商户远程服务能力有重要帮助。

互联网新零售业务方面,深度携手阿里巴巴,双方将从新零售门店建设、电商平台搭建、物流仓储和安装服务体系、消费金融、复合业态、支付系统、信息共享等领域开展全方位深度合作。此次合作,将持续深化设计师进驻落地工作、抓服务、做增量,以商场为基础实现实体店全面数字化,搭建线上线下一体化的设计管家、家居商品的新升级零售;全面覆盖家居经营,实现家居行业人、货、场的重组和提效,实现线上数字化文化生态升级。2020年,将深化与阿里合作的项目同城站项目,通过“同城站+卖场数字化”的线上线下联动模式,全面推动家居行业新零售转型升级。我们通过深度运营商品品类设计,通过线上、直播等方式,承接阿里巴巴赋予的大流量,全面打造基于卖场数字化的同城站建设。②供应链相关扩展业务

物流配送服务方面,公司计划向家居商场商户提供标准化的专业物流配送服务,减少商场商户的经营成本,并与商户建立更为紧密的合作关系,巩固双赢局面。公司已在河北省石家庄开设试点物流仓库,并计划逐步在其他城市建立物流仓储中心并提供家居商场物流配送服务,把统一物流配送服务范围扩展至全国重点家居消费市场。

(4)通过“抗疫”组合拳保障家居行业生态,进一步深化线上线下一体化
面对2020年及以后可能的疫情,红星美凯龙率先推出免除全国自营商场商户一个月的租金及管理,并及时发布家居行业的防疫头贴,提出了“1+1+1自营新模式”倡议,渠道商补贴一个月,品牌商补贴一个月,经销商自己扛一个月,已形成了强大的行业联动。一条龙头的品牌厂商已经开始行动起来,同时扶持中小经销商,带动行业发展的同时,一定程度上也主动击溃疫情及提升经销商网络能力的帮扶组合拳,包括为全国经销商提供40亿的金融助力;向所有入驻商家,免费提供一个月“设计云”及“箭+云”;以及免费提供《中国家居教育平台》给全体企业、全行业的经销商群体等。

四、本次债务发行的募集资金用途

本次公开发行的公司债券的募集资金拟用于偿还本息负债及补充流动资金等符合国家法律法规规定的用途,具体债务募集资金用途根据股东大会对董事会及补充流动资金授权人授权,结合公

财务状况与资金需求情况,在上述范围内确定。

本次发行公司债券募集资金的运用将有利于优化公司债务结构,拓宽公司融资渠道,降低公司融资成本,促进公司稳步健康发展。