

证券代码：000417

证券简称：合肥百货

合肥百货大楼集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-02

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	海通证券李宏科、毛弘毅；招商基金汪彦初；长城基金柴程森；信达澳亚基金何思璇
时间	2023年6月28日 15:30-16:30
地点	公司20楼会议室
形式	现场交流
上市公司接待人员	副总经理、总会计师：刘华生 董事会秘书：杨志春
交流内容及具体问答记录	<p>1. 公司最近调整组织架构后，新增了跨境事业部，成立的背景以及下一步计划？</p> <p>答：设立跨境事业部主要是为深入实施公司“1125”发展战略，抢抓跨境电商行业发展机遇，做强做大跨境贸易规模，为公司培育新的产业发展增长点。下一步将结合公司制定的国际贸易业务规划和实施计划，统筹公司各业态进口、跨境电商业务，构建集采+自营+统仓+统配业务模式，拓展建立海外优质供应链，形成海外源头进口直采/代理，自有自营渠道销售，批发分销等国际贸易闭环。</p> <p>2. 公司百货业态目前销售复苏情况？</p> <p>答：今年以来，从中央到地方密集出台一系列提振消费的政策，促进消费潜力持续释放，公司紧抓国家扩大内需这一战略基点，在线下通过“一店一策”、“推陈出新”等举措，紧盯节日经济和应季热点，整合自身优质资源，积极开展系列营销活动，营造浓厚消费氛围，培育消费热点，</p>

激发消费热情，到店客流量较同期有明显提升。在线上，通过百大悦购小程序、百大易购 APP、抖音、小红书等平台进行内容与活动宣发；以社群、会员短信等私域营销形式实现精准触达；同时旗下合家福超市已与美团、饿了么、京东到家等线上平台合作，并上线合家福微信点单小程序，助力公司销售业绩提升。

3. 2022 年利息收入增加较多原因？2022 年年报提及 2023 年预计年度资金需求 13 亿元，主要投向是？

答：2022 年利息收入增加主要是报告期内一至三年期大额存单到期所致。2023 年度资金需求主要用于公司农批市场建设、门店装修改造以及拓宽投资领域。

4. 最近公司管理层有所变动，新领导到任后，是否有一些新的发展规划？

答：公司新的领导上任以来，密切关注行业发展趋势，并制定出台“1125”发展战略，未来我们将立足自身优势，着力聚焦“产业升级、营收增量、管理提效”的奋斗目标，全面贯彻“销量为王、效益为先、服务至上、风险可控”经营理念，充分发挥“战略性协同、一体化融合”的集团化优势，在做强做优零售与农产品流通主业的基础上，积极推动线上、跨境、冷链、新型产业等战略布局，推动业务发展和市场破局，实现未来产业前瞻布局和发展动能加速转换，推动公司经营质效大幅跃升。

5. 公司对于家电市场布局有什么计划？

答：近年来，受到网络电商以及房地产行业影响，线下家电市场不可避免的受到一定程度的冲击，公司家电在销售规模方面一直保持稳定，在提升经营质量的同时，尽可能提高毛利率。当前家电市场竞争充分，线上线下价格趋于透明，加之消费者对于线下体验的需求上升，未来我们将更加注重线下市场的经营与拓展，在保持大家电如冰洗、彩电、空调等优势的同时，会进一步优化商品品类，也要优化 3C 产品和小家电的配置，并尝试打造“智慧家居”，

	<p>形成一套完整的家电领域销售体系。</p> <p>6. 公司 2022 年年报显示，超市业态闭店数量较多，今年超市是否延续闭店调整方向？</p> <p>答：超市业态当前仍坚持稳健扩张的发展思路，针对优势区位我们会加快布局跟开店节奏；针对亏损门店，公司优先进行调改升级、老店新开，经过调改后若经营效益仍不达预期，将通过关闭连续经营亏损门店方式减少“出血点”，集中资源推进公司业务转型升级和后期持续健康发展。</p> <p>7. 公司地产业务占比？未来是否仍存在地产业务？</p> <p>答：公司当前地产业务主要为农批市场配套住宅及商铺，营收占比较小，2022 年房地产营收占比为 5.40%。未来的地产业务主要集中在肥西物流园的配套住宅及商铺，当前肥西物流园商铺已开启预售。</p> <p>8. 公司线上业务未来布局？</p> <p>答：线上业务布局方面，一是强化线上平台建设，统筹整合百货、超市、电器、农批等多业态现有线上渠道，实现线上购物、企业团购、私域直播和服务于一体，统一入口、统一形象、统一商品库、统一结算、统一会员、统一运营，积极推动线上线下融合发展；二是强化线上商品丰富度，全面梳理线上平台，丰富商品品类，不断满足消费者购买丰富多样商品快速迭代的需求；三是强化线上推广拉新。加强线上运营能力，统筹推进线上线下营销宣传，提高广告内容契合度和投放精准度，增强宣传转化效果，利用公司多年发展积累的多业态、多场景、多渠道优势，以数据驱动构建有效的、差异化的线上线下融合场景，实现线上线下融合互补。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>未涉及</p>

活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）	无
----------------------------------	---