

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：2023-04

| | |
|-------------|---|
| 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 | 华安证券王洪岩，首创证券李田、程子怡，民生证券刘彦菁，信达证券蔡昕好，浙商证券宁浮洁、吴安琪，广发证券杨起帆，华泰证券孙丹阳，海富通赵晨凯，易方达金标，博时基金付伟及部分个人投资者 |
| 时间 | 2023年8月21日下午 |
| 地点 | 公司20楼会议室 |
| 形式 | 现场交流 |
| 上市公司接待人员 | 董事长沈校根，董事、总经理张同祥，董事赵伟、裴文娟，副总经理余絢，监事会主席、纪委书记耿纪平，副总经理、总会计师刘华生，副总经理王皓，调研员梁红，董事会秘书杨志春 |
| 交流内容及具体问答记录 | <p>1. 公司此次机构改革的具体举措？如何调动员工积极性，有无配套激励措施？</p> <p>答：一是实行“大部制”改革，以精简高效为原则，优化整合组织架构和职能设置，集团由原本16个机构精简至13个，取消35个二级部门，新设跨境事业部。二是开展“瘦身行动”。开展集团中层干部轮岗交流工作，24名集团中层干部调整岗位，总部职能部室39人轮岗交流到经营一线；开展中基层管理岗位全员竞聘，共提拔晋升140人，其中80后121人，占比86%（90后45人），实现管理人员能上能下。三是强化人才队伍支撑。以人才队伍“年轻化”“专业化”“本土化”为目标，加速打造人才发展</p> |

平台，引进、新招各类紧缺、专业化人员 16 名；大力实施“百名储备、百名经理、百名店总”三个百名培养工程，创新培养方式，积极“提升一批”，做实“育才”工作。四是优化完善激励机制，实施“一企一卷”“一部一卷”，加大量化考核指标，强化考核结果运用，充分体现干多干少不一样，干好干坏不一样，干快干慢不一样，“按绩索酬”，最大程度调动员工积极性。

2. 公司超市业态如何提高毛利水平？未来发展规划？

答：①2023 年半年度，公司超市业态毛利率较上年同期增长 0.25 个百分点，依托合家福超市的品牌优势、渠道优势，不断加强供应链建设，上半年合家福新开发直采基地 12 家，引进新品牌 207 个，淘汰不动销产品 3930 个，持续推动供应链向“统采统配”“联采联配”“源头直采”“厂家定制”优化延伸，最大力度降低采购成本。同时，推进零基谈判，积极洽谈费用及扣点提升，推动合肥区域 5272 个单品降本，有效提升前台毛利；此外，加强区域优化整合，降低人力及租赁成本，多举措提高毛利水平。

②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。

3. 跨境保税公司未来发展规划？采购渠道有哪些？

答：①未来，跨境保税公司将致力于打造安徽省规模大、品类全的综合性跨境商品运营公司，实现消费者无需代购或出境即可买到“保税”、“保真”、“保质”境外优质商品。此外，将逐步拓展和丰富商品品类，使主要销售产品逐步涵盖至护肤、彩妆、母婴用品、营养保健、生活用品、服饰箱包、数码家电、全球美食、手表配饰等多个品类，满足消费者多样化购物需求。

②在采购渠道方面，跨境保税公司将充分利用安徽空港百大启明星跨境电商有限公司的现有电商平台，丰富商品品类；同时借力现有保税进口商品供应链，加强海外直采；此外，依托新成立的跨境事业部，尝试打造属于自身的“买手团队”，不断拓宽采购渠道。

4. 公司当前对传统百货进行了哪些改造？未来发展新场景有无计划？

答：今年以来，在百货业态上，我们以“高端化、品牌化、年轻化、时尚化、差异化、特色化”为引领，通过加强对消费群体、品牌品类和同行业研究，引进新品牌 111 个，其中省级、市级首店品牌 12 个；提出并实施了“老店新开”，按照“一店一策”，重新定位、重塑流程，公司旗下的乐普生、心悦城、百大 CBD、广德百大、鼓楼高新等门店均进行了重新规划定位，招调升级，打造商业新形象。未来我们将在百货业态上，结合区域场景，增加“网红”打卡点，积极聚客引流，为传统百货的转型升级增添新活力、拓展新空间。

5. 经济环境对公司发展的影响？如何看待消费分级？下一步计划？

答：受国内宏观经济环境及居民收入等因素影响，公司所处的零售行业复苏仍面临挑战，消费尚未恢复至前期水平。从今年上半年公司的销售情况来看，1-2 月销售较同期有所下滑，3-5 月增长较好，6 月份有所分化。具体到消费趋势上，实用、性价比仍是大众消费的主要追求，今年的消费降级在女装品类显现尤为明显，高客单的精品女装均有不同程度降幅，物美价平时尚品牌受到更多消费者青睐。化妆消费出现两极分化趋势，高端品和彩妆品目前较为稳定，高客单的礼盒套组消费减少；传统品牌如波司登、鄂尔多斯等产品线越来越年轻化，时尚度逐步与国际接轨。短期内，零售行业面临的压力和挑战仍将存在，但随着国家一系列提振经济拉动消费政策的推动，政策利好在一定程度上提振了市场信心，我们也将紧抓国家大力实

施扩大内需战略机遇，持续关注行业发展趋势和市场需求变化，加强统筹协调、精心谋划部署，充分把握下半年的销售节点，强化活动引领，拓宽销售渠道，积极抢抓市场份额，助力公司业绩提升。

6. 上半年零售业态展店情况？未来在零售主业方面的发展规划？

答：今年上半年，在零售主业方面，超市业态新增直营店 8 家、加盟店 3 家，电器业态新增门店 1 家，百货业仍保持 24 家门店数量没有变化。未来零售主业一方面将继续围绕提档升级进行优化，在门店定位、品牌引进、供应链建设、场景打造、活动引领、服务体验等方面持续发力，积极寻求发展新突破。另一方面，将坚持稳中有进的开店节奏，统筹百货、超市、家电三大零售业态，面向消费基础较好区域加快发展，完善网络布局、开拓市场增量；同时坚持质量效益导向，持续优化调改，对长期亏损、扭亏无望的门店，及时关闭止损，推动开闭店的动态平衡，并实现坪效、质效的总体增长。

7. 公司当前是否存在轻资产发展模式？目前有无阶段性成果？

答：公司一直以来都积极探索市场机遇下的新发展模式，百货业态的首个轻资产运营项目--六安百大金商都解放路店已于 2022 年实现顺利开业，为公司轻资产商业项目探索提供了新方向；超市业态上，公司积极发展加盟模式，截止 2023 年 6 月底，已发展加盟店 23 家。农批业态上，持续拓展农批轻资产托管，不断提高市场占有率，目前已有太湖和庐江两个托管轻资产运营农批市场。未来，公司将立足品牌知名度，持续提升轻资产运营能力及盈利水平。

8. 在服务提升上，公司有什么举措？

答：公司践行“销量为王、效益为先、服务至上、风险可控”经营理念，不断创新服务模式，今年上半年以来新增

| | |
|---|--|
| | <p>店总接待日、劳模专项服务日等特色活动，延伸服务维度，提升消费体验，实现引流到店，促进业绩转化；同时，从渠道思维向消费者思维转变，聚焦服务提效，提升服务价值，深化线下无理由退货机制，推进 400 统一客户服务平台建设，打造智慧客服系统，创新服务内容，形成百大服务软实力、竞争新优势。</p> <p>9. 在投资回报方面公司一直能坚持现金分红很难得，管理层对于未来投资者分红回报有无相关规划？</p> <p>答：公司在关注可持续发展的同时高度重视全体股东的投资回报，上市以来累计实施现金分红 25 次，累计分红总额达 14.17 亿元，持续与投资者共享发展成果。未来，公司管理层将密切关注资本市场形势，积极谋求转型升级，加快创新变革，不断提升公司价值，持续加强与投资者沟通的力度并保持与资本市场的良好互动，同时结合企业实际经营情况、发展战略和股东诉求，不断优化投资者回报长效机制，积极回馈投资者的信赖与支持。</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> |
| <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）</p> | <p>无</p> |