

合肥百货大楼集团股份有限公司 2023 年度业绩预告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

一、本期业绩预计情况

1. 业绩预告期间：2023 年 1 月 1 日—2023 年 12 月 31 日。

2. 预计的业绩： 扭亏为盈 同向上升 同向下降

项目	本报告期	上年同期
归属于上市公司股东的净利润	盈利：24100 万元—29300 万元 比上年同期增长：43.79%—74.81%	盈利：16760.66 万元
扣除非经常性损益后的净利润	盈利：10200 万元—13200 万元 比上年同期增长：21.39%—57.09%	盈利：8402.90 万元
基本每股收益	盈利：0.3090 元/股—0.3757 元/股	盈利：0.2149 元/股

二、与会计师事务所沟通情况

本次业绩预告相关数据是公司财务部门初步测算的结果，未经会计师事务所审计。公司已就 2023 年度业绩预告有关重大事项与会计师事务所进行了预沟通，公司与会计师事务所不存在分歧。

三、业绩变动的主要原因说明

1. 主营业务影响：2023 年，公司紧抓国家大力实施扩大内需战略机遇，坚定一切以消费者需求为中心，充分发挥多业态、全渠道协同优势，不断做强做优零售与农产品流通主业，同时积极推动线上、跨境等战略布局。一是重新定位、重塑流程。实施“一店一策”、“千店千面”、“老店新开”，持续优化门店调改升级。二是全力优化供应链。以延链补链强链为抓手，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。三是强化商品力建设。以“高端化、品牌化、年轻化、时尚化、差异化、特色化”为引领，狠抓爆品、热品、潮品资源，助力销售增长。四是聚焦活动引领。打造“1+1+N”营销体系，全面参与“皖美消费”，开展“吾爱购物季”、“66 购物节”、“全城向百”等多项特色主题营销活动，持续引流增效。五是创新会员营销。加强会员管理、挖掘会员需求，持续提升会员消费力，提高会员粘性和活跃度。六是强化团购新突破。抢抓节点需求，紧盯定制卡券、实物团购、礼盒礼包等团购业务，全力拓展社区团购、政企团购、家装团购、酒水团购。七是加速线上线下深度融合。充分应用自有小程序、短视频、第三方平台等拓展线上业务，提高线上增量；构建“集团+企业”主播联动机制，打造线上线下一体化营销模式，实现线上线下的互动和转化。八是开拓跨境贸易新领域。加大高化、红酒等畅销产品海外直采，实现泰国金枕榴莲、越南红心火龙果、泰国椰青、智利车厘子等大宗进口商品跨境直采，拓展业务新增量。九是深化精细化管理。实施“降本节支、提质增效”行动，推动“人力、采购、物业、管理、融资”五本同降。

通过上述举措的叠加效应，报告期内公司零售主业提档升级、农产品主业提质增效、新型产业战略布局初见成效，公司经营发展质效实现持续提升。

2. 非经常性损益项目影响：报告期内公司确认卫岗商住楼王卫片区城市更新项目国有土地上房屋征收补偿安置款约 1.07 亿元。

四、其他相关说明

1. 本次业绩预告是公司财务部门初步测算的结果，具体财务数据将在 2023 年年度报告中详细披露；

2. 公司指定的信息披露媒体为《中国证券报》《证券时报》《上海证券报》及巨潮资讯网，敬请广大投资者注意投资风险。

特此公告

合肥百货大楼集团股份有限公司董事会

2024 年 1 月 16 日