

证券代码：000417

证券简称：合百集团

合肥百货大楼集团股份有限公司
2024 年度暨 2025 年第一季度业绩说明会
投资者关系活动记录表

编号：2025—06

投资者关系 活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 媒体采访 ☐ 新闻发布会 ☐ 现场参观 ☐ 其他：（请文字说明其他活动内容） ☐ 分析师会议 ☒ 业绩说明会 ☐ 路演活动
活动参与人员	线上：合百集团2024年度暨2025年第一季度业绩说明会面向全体投资者 线下：国泰海通、申万宏源、开源证券、国泰基金、财通证券、国盛证券、华西证券、兴业证券、广发证券、国元证券、华安证券、国金证券、信达证券、华福证券、中泰证券
时间	2025 年 5 月 21 日 15:00-16:30
地点	线上：深圳证券交易所“互动易平台” http://irm.cninfo.com.cn “云访谈”栏目 线下：公司会议室
形式	线上与线下相结合
上市公司 接待人员	董事、总经理：张同祥先生 独立董事：张本照先生 副总经理：余絢先生 副总经理、总会计师：刘华生先生 副总经理：王皓先生 副总经理：许杨先生 董事会秘书：杨志春先生 超市、电器、农批、合鑫商贸、合家康等业态负责人

交流内容及具体问答记录	1. 公司本期盈利水平如何？ 答：2024 年以来，公司以“1125”发展战略为引领，统筹做大规模总量与做优经营质量，统筹推动传统主业转型升级与新兴产业培育壮大。2024 年，公司销售规模首次突破 700 亿元并创历史新高；实现营业收入 70.36 亿元，同比增长 5.20%；利润总额 3.81 亿元；归属于上市公司股东的净利润 1.91 亿元；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 1.37 亿元，同比增长 19.46%。2025 年第一季度，公司实现营业收入 21.33 亿元，同比增长 6.55%；归属于上市公司股东的净利润 7525.84 万元。感谢您的关注，谢谢！ 2. 2025 年 1 月，以旧换新“国补”安徽版细则就已经出台。请问 2025 年至今，公司电器业态“以旧换新”政策执行情况如何？ 答：2024 年以来，百大电器积极把握“以旧换新”政策机会，通过“政策+活动”双重驱动，以“政企协同+场景创新+服务升级”三重模式，创新打造“上门量房、方案设计、换新推荐、新机安装”全链路服务，推出“政府补贴+企业让利”组合拳，自 2024 年四季度国补政策实施以来至 2024 年末，百大电器全省门店卖场焕新机器超 10 万台，实现销售超 4 亿元，家电销售同比增长 121%。2025 年以来，百大电器借助政策红利继续激发消费者换新热情，截至目前国家补贴已使用 4794.6 万元，带动销售 2.6 亿元。百大电器凭借“以旧换新”政策实施中的出色表现，荣获“以旧换新先锋奖”，同时通过开展全员抖音营销荣获“优秀案例奖”。感谢您的关注，谢谢！ 3. “五一”假期消费热力十足，全国消费市场繁荣活跃，呈现出高质量发展的良好态势。公司“五一”档销售如何？是否达到预期？ 答：公司以“吾爱购物季”为主题，充分发挥多业态、全渠道协同优势，聚焦首店经济、场景创新、政银企协同与服务升级，4 月 25 日至 5 月 5 日期间，公司旗下全省零售网点实现总销售额 3.11 亿元，客流同比增长 23.5%。感谢您的关注，谢谢！
--------------------	--

	4. 作为一家 66 年的企业，目前公司布局只在安徽省内吗？公司目前有多少家网点？ 答：目前公司产业覆盖零售业及农产品流通两大主业，拥有 24 家百货购物中心、26 家百大电器门店、21 家百大易购跨境直销中心、202 家合家福超市、5 个农产品批发市场、2 家加工配送中心、33 家标准化菜市场、524 家生鲜食材供应网点、2000 余家快消品配送网点，经营面积逾 200 万平米，分布在安徽 14 个地市以及江苏南通、淮安、宿迁。同时参股徽商银行、合肥科技农村商业银行等金融企业，拓展小贷业务，涉足电子商务、跨境直销领域，形成了多业态、全品类、全渠道和线上与线下融合、内贸与外贸结合的产业体系。感谢您的关注，谢谢！ 5. 公司 2024 年度股东大会的召开时间是什么？参加现场会议有门槛要求吗？ 答：公司 2024 年度股东大会现场会议召开时间为：2025 年 5 月 21 日（星期三）14:30。有关本次股东大会的会议基本情况、会议登记等事项可参阅公司于 2025 年 4 月 25 日披露的《关于召开 2024 年度股东大会的通知》。感谢您的关注，谢谢！ 6. 肥西物流园位于 G3 京台高速严店出口东南侧，是具有交通优势的！今年以来，整体经营情况如何？ 答：1. 公司旗下肥西物流园 2025 年 1-4 月份实现交易量 14.05 万吨，同比增长 271.61%；交易额同比增长 241.74%，肥西物流园一期运营已达到预期效果。今年以来，肥西物流园靶向分析目标区域和客群，通过“本土深耕+跨省拓源”双管齐下，成功与 80 余家供应商达成战略合作；业务团队深入舒城、淮南、蚌埠、六安等地区，精准对接二级批发市场及大中型超市，新增下游采购客户 160 余户，进一步打通产销链条，为交易量的稳步增长奠定基础。同时结合节日和时令，打造年货节、蓝莓节、西瓜节等特色主题活动，推广本地特色农产品，提升市场人气。2. 下一步，肥西物流园将充分发挥交通、区位、规模化及资源优势，坚持“一级批市场”定位，聚焦市场培育和提量提质，上游抓招商、下游抓拓客，提升园区综合竞争能力。感谢您的关注，谢谢！
--	---

7. 张总，您好！我想咨询一下公司本次分红方案？以及本次分红金额总共多少？

答：1. 公司第十届董、监事会第四次会议审议通过了《2024 年度利润分配预案》，2024 年度利润分配预案为：每 10 股派发现金股利 1.1 元（含税），共计需派发红利 85,787,262 元，现金分红占合并报表中归属于上市公司普通股股东净利润的比率为 45.02%。该预案尚需提交公司 2024 年度股东大会审议批准后实施。2. 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 27 次，累计分红总额达 15.88 亿元（包含 2024 年度利润分配金额），持续与投资者共享发展成果。感谢您的关注，谢谢！

8. 请问公司未来收入利润增长的驱动？

回复：主要通过“一调一转”、“一降二提”、“三新”实现利润端增长。“一调”主要是百货要进行一店一策调改，提升单店经营质量，例如我们已经开业运营的心悦城京东奥莱以及计划打造的乐普生二次元主题商业。“一转”主要是超市业态通过全力推进供应链变革和业态创新，实现经营质的提升。

“一降”主要是降费用，今年我们要持续实施“降本节支、提质增效”行动，实现总成本在去年下降的基础上进一步降低。“二提”主要是①提效率：统筹整合合家福总仓、合家康生配中心、中央厨房、冷链物流等功能，实现核心业务仓配一体化，高效连接服务上下游，提高效率、降低成本。②提毛利率：创新百货供应链，实现与品牌方深度联营合作，推动百货业态供应链向源头延伸；加强超市业态人效、店效、坪效考核，深耕自有品牌发展及“三自能力”提升。

“三新”一是新增长：大力发展合家兴、合家康两大供应链公司业务，B 端提质扩能；依托周谷堆大兴、宿州百大两大存量市场及肥西物流园增量市场，实现农批业务的稳步扩张。二是新业务：推动再生资源回收利用公司实质化运营，推动生产性服务业价值新延伸，培育壮大检验检测业务规模。三是新赛道：加大新兴产业投资布局，通过股权投资和我们前期参投的基金，推动公司产业整合升级储备合适项目，探索打造公司的第二增长曲线。感谢您的关注，谢谢！

	9. 公司百货业态下一步发展规划？ 回复：今年公司将持续推动百货调改升级，深化“一店一策、因店施策”，持续构建与门店定位高度契合的清晰市场形象。中心店要持续推动品质化供给，聚焦“首”字品牌发展和“年轻力”“时尚化”品牌培育。主题店要聚力打造心悦城·京东奥莱等消费新地标，推动消费业态创新升级。社区商业中心要聚焦门店差异化定位及客群细分，以推动商业大厦等百货店向社区商业中心转型为契机，重点针对社区居民、银发经济等实现由卖商品向卖服务体验转变。感谢您的关注，谢谢！ 10. 公司合家福超市调改情况及成效？ 回复：合家福超市以打造“品质合家福、健康合家福、三新合家福”为契机，通过场景化改造、品质化供给、供应链提升发力老店自主调改，截至目前已调改的门店包括合家福马鞍山路购物中心店、丹霞翠微店等 10 余家门店。后续将对合家福高新购物广场店、肥西百大店等 10 家门店继续进行调改。从经营数据和客流数据来看，今年 1-4 月，上述调改门店销售及客流均实现两位数增长。感谢您的关注，谢谢！ 11. 合家福生鲜 3R 品类打造情况？ 回复：2024 年公司加大了 3R 分类的摸索，不断尝试符合当下快节奏方式需求产品，以联营+自营培育头部门店打造标杆品类。目前 3R 供应链跨区域搭建，完成长三角供应链初步整合，覆盖南京、湖州、绍兴、上海等地、共计引进新品 SKU80 支，销售达成 100 余万元。2024 年已完成 4 家主力门店阿福食堂建设，围绕熟食、烘焙、面点分类为突破契机，以门店现场现制现售以及品类丰富为抓手，营造合家福卖场烟火气。2025 年一季度重点针对年菜、打年糖&糕点、轻食季、养生季等时间节点，应季应景引进开发 3R 商品，新开门店熟食面点烘焙区域场景化氛围打造。今年一季度熟食烘焙销售 2125 万元，同比增长 206 万元，增幅 11%。感谢您的关注，谢谢！ 12. 合家福超市自有品牌产品发展情况？ 回复：2024 年以来，公司旗下合家福超市持续深耕商品力、品牌力，发
--	--

	力自有品牌、自有商品，形成“合家鲜”“柔小百”“佳小百”等自有品牌矩阵，2024 年全年共推出 400 个系列单品，涵盖日化、饮料果汁、五谷杂粮、生鲜等多个品类，合家福自有品牌销售较同期增幅达 143%。2025 年 1-4 月，合家福新增自有品牌单品数达到 441 个（新增 41 个），主要涉及果汁、米、面、生活用纸等，1-4 月自有品牌销售同比增长 108%。 感谢您的关注，谢谢！ 13. 公司肥西物流园预计什么时候实现盈利？ 回复：肥西物流园 2025 年 1-4 月份实现交易量 14.05 万吨，同比增长 271.61%；交易额 21 亿元，同比增长 241.74%，目前肥西物流园一期运营已达到预期效果。大型农批市场建设成本高、建设周期长、培育期较久（市场进入成熟期预计 2~3 年），公司深耕农批市场多年，具有丰富的运营管理经验及团队优势。目前周谷堆大兴物流园、肥西物流园采用“一体化管理+区域化运营”模式，实现错位经营与优势互补，不断强化“双核”保障作用，进一步拓展公司农批发展空间，扩大市场份额，持续巩固提升农产品流通主业竞争优势。感谢您的关注，谢谢！ 14. 合家兴供应链科技公司目前是否实质性运营？以及下一步发展规划 回复：合家兴公司目前已全面开启大单品大宗贸易业务，聚焦蛋类、果蔬类等优质单品开展源头直采，与优质产地建立直采合作，构建稳定的货源供应体系。同时，搭建线上交易平台，实现产品信息实时更新、订单智能匹配，开展“智慧供应”，依托合家康冷链流通网络，高效完成履约交付。目前，业务开展良好，预计今年 6 月份可升级为规上企业。 下一步，合家兴公司将持续锚定差异化发展路径，深度调研同行及 B 端经销、分销客户群体，立足集团公司生态优势，聚焦生鲜农产品流通主航道，以“源头直采+智能供应链”双轮驱动战略为核心，打造覆盖产供销全链条的数字化服务平台，构建区域领先的生鲜流通体系。同时，依托肥西待建生鲜集配中心项目生鲜深加工能力，实现从初级农产品贸易向高附加值产品供应的延伸，进一步增强市场竞争力。感谢您的关注，谢谢！
--	---

关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	不涉及
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