

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投资者关系活动记录表

编号：2025—07

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	天风证券、Pleiad Investment、博时基金、光大永明、国投泰康信托、华泰保险、汇安基金、嘉实基金、上海混沌投资、Carrhae Capital、天治基金、西部利得基金、永赢基金、中银国际、国泰海通、东方财富信息股份有限公司、磐厚动量（上海）资本管理有限公司、杭州同花顺数据开发有限公司、上海东方财富网络科技有限公司、平安理财有限责任公司、万得信息技术股份有限公司、华安基金管理有限公司、泰康资产管理有限责任公司、宝盈基金管理有限公司、宁波盛世知己投资管理中心（有限合伙）、上海美市科技有限公司、汇安基金管理有限责任公司
时间	2025 年 8 月 20—21 日
地点	公司会议室
形式	电话会议
上市公司接待人员	董事会秘书：杨志春 证券事务代表：胡楠楠
交流内容及具体问答记录	1. 请问公司百货、超市业务调改的主要方向？ 答：百货主要还是持续深化“一店一策、因店施策”，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。主题店要聚力打造乐普生二次元主题商业、CBD 城市奥莱、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。 超市业态一是聚焦供应链建设，深耕超市现有发展较好品类自有品牌，大力拓展超市高性价比自有品牌，与国内头部企业形成采购联盟联合开发与采购新品，拓展基地直采、源头直采及品牌代理，塑造供应链新优势；加快“3R”品类创新，满足“好吃不贵、便利”及年轻人、年轻家庭消费需求。二是聚焦核心业务能力提升，变革供应渠道，围绕“三自（自采、自有、自制）”能力提升，加力拓展“三自”品牌，培育核心竞争商品。力争三自商品销售占比提高至 40%以上。三是聚焦新业态打造，创新打造合家福食品超市新业态，强化传统优势品类，重点突出生鲜、加工、烘焙、轻餐饮、高端进口食品等品类，着力解决社区居民一日三餐，有效加强对年轻家庭、中高收入家庭辐射力。 2. 请问超市业态目前的调改成效如何？以及后续的调改计划？ 答：2025 年以来，公司旗下合家福超市树立“调改、创新、品宣”工作主基调，截至目前已调改的门店包括合家福滨湖新区店、丹霞店、马鞍山路购物中心店等 10 余家店，从经营数据和客流数据来看，合家福滨湖新区店调改后对比同期销售提升 30.3%，客流上升 17.97%；丹霞店调改后对比同期销售提升 10.5%，客流上升 22.26%。后续将继续保持调改节奏，其中针对合家福超市高新店，也是我们超
--	--

	市业态中的主力门店，将重点进行调改升级。 3. 请问公司旗下最新正在调改的合家福高新 JOY3.0 店，主要是做了什么调整？ 答：合家福高新店以“品质+健康+生活味”为核心调改理念，对标行业标杆企业，打造集“健康绿标、国际潮流、地域特色、数字智慧”于一体的 3.0 创新店，首次展示“品类升级+品质升级+服务升级+场景升级”全新模式。本次合家福超市高新店调改范围共计 5400 m²，包括一层百货局部调整、二层超市整体调整，门店调改以数据驱动决策和顾客需求导向为核心，改造后的高新合家福超市将分为 10 个主题场馆（包含烘焙、美食、海鲜市集、花卉、巢居等），通过商品与供应链升级、空间与场景重塑、服务体验升级、数字化与智慧化建设等不同举措，实现门店从“物理空间优化”到“运营能力提升”的全面转型。 4. 请介绍下公司超市业态自有品牌的发展情况？ 答：公司旗下合家福超市聚焦“品质、健康、安全、价优”开发理念，形成“合家鲜”“柔小百”“佳小百”等自有品牌矩阵，截至 2025 年 7 月末，合家福自有品牌单品数已达到 462 个，涵盖日化、饮料果汁、五谷杂粮、生鲜等多个品类，1-7 月自有品牌销售同比增长 99.18%。 5. 请问公司零售各业态的门店情况，以及未来的规划？ 答：截至 2025 年 6 月末，公司零售主业共计 240 家门店，其中百货 24 家，超市 189 家，电器 27 家。上半年门店数量中变动较大的主要还是超市门店，我们关闭了 20 家、新开了 7 家，其中关闭门店主要集中在皖南、皖北地区，公司针对亏损门店以及调改不达预期门店进行了一次性闭店处理，新开门店主要集中在合肥地区，也是公司当前超市业态的重点覆盖区域。商贸批发业务中，我们下属的合鑫商贸公司充分利用宝洁公司战略聚焦分销商优势，在
--	--

	2024 年 8 月成功进驻江苏市场淮安、宿迁区域后，今年上半年合鑫商贸江苏南通分公司也正式成立并实现了开业。 未来百货、电器门店主要是存量改造，超市门店将保持相对稳健的开店节奏，同时根据亏损门店的租期、租金、折旧、扭亏预期等，将长期亏损、扭亏无望的门店进行闭店处理，进一步提升超市经营效益。 6. 请问跟京东奥莱的合作情况？哪些门店会引入京东奥莱？ 答：2025 年 4 月 30 日，安徽首家京东奥莱旗舰店于公司旗下购物中心百大心悦城正式开业。作为京东奥莱与公司战略合作的重要成果，百大心悦城京东奥莱店以 6700 平方米的规模、全品类大牌折扣及“会员制+全渠道”创新模式，汇聚国际运动、国潮服饰、高化、箱包等百余品牌，超 10 万件商品以 3-5 折常态化优惠销售，5 月 1 日实现单日销售超 30 万元，五一假期实现销售近百万元；截至 6 月末，心悦城京东奥莱店客流总量同比增长近 30%，周末单日客流多次突破 1 万人次。 鉴于公司与京东奥莱的良好合作情况，除合肥地区外，公司位于皖南地区的宣城台客隆超市府山店也拟引进“京东奥莱”项目，当前正在有序推进中。 7. 请问以旧换新政策执行以来，电器门店的变化？ 答：2025 年上半年，公司旗下百大电器以“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，上半年国家补贴已使用 8244.64 万元，带动销售 4.35 亿元，实现营收、利润双增长，其中，净利润同比增长 33.55%。 8. 请问公司存货、投资性房地产科目相对较高的原因？ 答：截至 2025 年 6 月末，公司存货余额为 24.03 亿元，
--	--

	较期初下降 7.40%，目前公司存货主要包括库存商品、开发产品（公司持有待售的住宅及商铺）及开发成本等，其中开发产品及开发成本占存货比例为 72.94%。 截至 2025 年 6 月末，公司投资性房地产余额为 18.05 亿元，较期初下降 5.94%，公司投资性房地产主要为已出租的建筑物，目前主要是公司农批市场对外出租的交易区。 9. 请问公司的资本开支情况及投向主要是哪些？ 答：2025 年公司预计资金需求在 10 亿元左右，未来资本开支主要集中在三个方面，一是农批市场的项目建设，二是零售主业部分门店的调改升级，三是围绕公司新业开展的部分投资。 10. 请问公司未来收入利润增长的驱动？ 答：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、合鑫
--	---

	商贸等供应链公司业务，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：积极拓展循环经济新领域，全力推动安徽皖循科技有限公司实质化运营；培育壮大检验检测业务规模，推动生产性服务业价值新延伸；建立自有物流配送体系，加快推动安徽百大易商通智慧物流有限责任公司落地运营。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。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	未涉及
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