

证券代码：002419

证券简称：天虹股份

## 天虹数科商业股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-08

<b>投资者关系活动类别</b>	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>电话会议</u>
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	1. 5月24日参与人员：华夏基金张盈；汇添富基金李泽昱；大成基金徐雄晖、成琦；中信建投基金李源；恒越基金汪坤荣；富安达基金吴战峰；摩根士丹利华鑫苏香；中金资管张敏琦；人保资产王忠波；生命保险资产姜甜；百年保险资产王文心；景泰利丰吕伟志；上海明河投资姚咏絮；东方证券王树娟；国信证券张峻豪、柳旭。 2. 5月25日参与人员：湘财基金朱依凡；华泰柏瑞基金张又天；中金资管张敏琦；长江证券陈亮。
<b>时间</b>	2023年5月24日-5月25日
<b>地点</b>	1. 电话会议； 2. 新沙天虹购物中心。
<b>上市公司接待人员姓名</b>	谢克莉（证券事务代表）、程燕（新沙天虹购物中心助理总经理）、罗曾琪（资深证券事务经理）
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	5月24日至5月25日的主要交流内容如下： <b>1. 公司今年以来的复苏情况？</b> 目前客流的恢复比较快，但消费力还处在缓慢恢复的过程中，这可能跟宏观经济和居民收入水平相关。分业态看，公司购物中心业态的恢复情况优于百货业态。 <b>2. 今年公司的拓展计划？</b> 今年公司计划开设3-4家购物中心，主要集中在公司优势区域华南区和华中

区。

目前，中山悦来天虹购物中心已于 2023 年 4 月 28 日开业，位于广东省中山市，开业以来销售和客流均表现较好。

### 3. 超市的发展情况？

这几年，公司持续加强战略核心商品群的打造，以基地订单种植、全球产地寻源、品牌联合开发等多种方式实现供应链再突破，并着力打造战略大单品，大力发展自有品牌、生鲜基地、国际直采和 3R 商品，超市收入实现较好增长。

同时，公司持续深耕超市数字化，形成极速达+次日达+全国配业务矩阵，已上线京东到家、美团等第三方平台，目前超市到家销售额占超市比例已超 20%。

### 4. 自有品牌的发展规划？

自有品牌是公司战略核心商品群的重要部分，2022 销售额同比增长 11%，销售额占比近 10%。公司希望通过提升自有品牌的毛利水平，打造商品差异化，计划按照以下三个方向发展：

①提供更好质价比的商品，聚焦核心的民生品类。

②提供更多的天虹差异化的商品，主要在迎合消费者的消费升级和品质生活方面。

③打造商品力，持续推进战略大单品计划，提升顾客口碑和市场影响力。

### 5. 超市可比店毛利率下降的原因？

主要是受超市品类结构变化及促销活动影响。

### 6. 灵智数科的发展情况？

从灵智数科本身的发展来讲，数字化、智能化是长期战略。灵智数科既兼顾支持天虹自身的数字化转型，同时也将天虹沉淀的知识实现价值兑现。

灵智数科围绕零售生态体系，为同行及上游品牌商提供零售数字化技术服务，聚焦打造智能化客户资产管理系统、智能化用工平台，助力商家降低运营成本，提升转化效率。今年灵智数科业务客户不断开发，呈现数量的不断增长和行业类型不断增多的趋势。

## 7. 数智化建设的成果？

数智化突破了传统工作依赖人力，运营成本高、效率低下并难以个性化的“瓶颈”，2013 年天虹开始探索企业数字化转型，主要体现在以下两个方面：

### （1）降本

实现技术替代人工，天虹上线手机自助买单及自助收银机等，减少收银人员，天虹也是全国首个使用 RFID 无线射频识别技术智造落地商用的一体式 RFID 自助收银机的零售商。2016-2018 年，公司共新开 19 家大店，面积增加 113+万平，但员工总数不增反降，减少了 1000+人。

2020 年初，作为商超保供企业，订单量激增，而人员却成了难题。天虹基于研发了小活儿平台，把周边所有的闲散劳动力通过发单抢单的形式，供给到天虹，以此来完成 10 倍的订单交付。是把社会所有的闲散劳动力通过该平台来进行抢单和工作的交付。

运用 RPA 技术，实现第三方支付交易自动核对、入账。

### （2）增效

购百通过导购连接、社群运营、在线直播等多种方式实现高效运营；百货扩大专柜“极速达”配送范围；购物中心赋能餐饮供应商，推出代金券/套餐/外卖等组合促销与服务。

超市到家入驻第三方渠道，拓宽线上销售品类，优化线上商品 SKU；改造全渠道交付流程，大幅提升运营能力，促进公司线上业务快速发展。

公司会员拉新走向公域，增加抖音、支付宝等外部平台获客。开设抖音官方直播间，创新性地携抖音券功能，成为抖音首批探索本地生活服务的零售购百企业，并与支付宝本地生活深入合作。

2022 年全年线上商品销售及数字化服务收入 GMV 约 57 亿元。超市到家已经占超市销售的 20%，百货专柜到家也占到了百货销售的 20%。

## 8. 新租赁准则对公司的影响？

新租赁准则下同一租赁合同总支出将呈现“前高后低（即租赁前期较高，再逐年减少）”的特点，但租赁期内总支出与原准则下相等。公司历史存量租赁合同在新租赁准则下对业绩的负影响将逐年减少。

	<p>公司将持续切实做好经营管理，增强公司运营能力和盈利能力，探索和实施不同的合作模式以降低新租赁准则对公司的影响。</p> <p><b>9. 是否考虑基础设施 REITs?</b></p> <p>国家发改委“236 号文”发布以来，公司正在积极关注和研究相关政策，将结合自身实际情况，探索相关金融工具与公司业务的有机结合。</p> <p><b>10. 公司的分红政策情况?</b></p> <p>公司一直实施积极的现金分红政策，重视对投资者特别是长期投资者的合理投资回报。2019 年之前，公司每年现金分红金额占合并报表中归属于上市公司普通股股东的净利润的比率都在 50%左右。2020 年、2021 年鉴于外部环境变化，公司将当年实现的净利润基本都回报给股东。</p> <p>2022 年基于公司未来发展考虑，现金分红金额占当年归母净利润的 48.7%。未来，公司将结合利润分配政策、经营需要等方面合理提出分红方案。</p> <p>5 月 25 日的投资者还参观了深圳市新沙天虹购物中心。</p> <p>接待过程中，公司严格按照相关制度规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
<b>附件清单（如有）</b>	无
<b>日期</b>	2023 年 5 月 25 日