

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：2024-01

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	国金证券周舒怡，国泰君安庄子童，上海瓦洛兰投资管理有限公司韩旭鹏、吴杰，国投证券顾实，中银资管陈乐天
时间	2024年1月19日上午
地点	公司20楼会议室
形式	现场交流
上市公司接待人员	副总经理、总会计师：刘华生 董事会秘书：杨志春
交流内容及具体问答记录	<p>1. 公司这周发布了业绩预增公告，2023年业绩增长驱动因素及主业经营情况？</p> <p>答：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，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</p>

多项特色主题营销活动超 550 场，实现“周周有活动，月月有主题，季季有亮点”，有效带动客流常态化增长。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. 公司农批业务布局及主要物流园经营质效？

答：截至目前，公司共有 5 个农产品交易市场，其中周谷堆大兴农产品物流园、肥西百大农产品物流园均位于合肥，宿州百大农产品市场为公司在皖北地区布局，且以上 3 个农批市场均为公司自建物流园；另外的太湖、庐江农批市场为轻资产托管运营。2022 年，周谷堆大兴物流园累计实现成交量 432 万吨，成交额 309 亿元，每日在场客流量达 5 万人次以上；宿州百大农产品市场 2022 年实现成交量 170 万吨，成交额 139 亿元；肥西物流园自 2023 年 10 月试运营以来，已签约入驻农产品客户 380 户。除洪九果品、五星果品等头部大客户外，本次还重点引进了知名果品品牌经销商 70 余户、海产经销商 30 余户首次进驻合

肥市场。试运营期间，已达到预期效果，后续公司将充分利用在农批主业积累的经验优势，进一步加大肥西物流园招商力度，并根据市场经营现状及客户需求补差补缺，持续丰富品类，优化货品结构，不断提高市场的知名度，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。

3. 公司在深化改革方面有哪些举措及成效？

答：公司聚焦深化改革，深入巩固国企改革三年行动成果，推动改革再深化、再提效。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，26 名集团中层干部调整岗位，总部职能部门室 46 人轮岗交流到经营一线。三是全员竞聘上岗。1163 人参与竞聘，提拔晋升 140 人（8090 后占比 86%，本科以上占比 67%），干部队伍进一步“年轻化、专业化”；启动“百名储备、百名经理、百名店总”培养工程，人才梯队建设有效加强。四是优化考核激励体系，修订完善绩效考核办法，实施“一企一卷”“一部一卷”，加大量化考核，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。五是优化管理体系，异地三大业态（百货、超市、电器）在业务条线垂直管理基础上，横向归口实行片区统一管理，强化区域联动，深化业态协同。

4. 跨境业务发展情况？

答：2023 以来，公司立足自身优势，积极谋求转型升级，根据经营需要新设跨境事业部，实施产业链补链工程，积极开拓跨境贸易新领域，积极开拓跨境贸易新领域，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 1600 吨跨境直采。未来公司将以市场为

导向、以产品为抓手，充分利用自身零售渠道优势，建立协同调度工作机制，统筹调度管理公司农批市场、合家福超市、线上渠道等，围绕商品选择、品质保证、价格体系和营销推动等方面加强协同，助力公司跨境业务快速发展，培育竞争新优势，拓展业务新增量。

5. 酒水事业部主要定位及未来发展规划？

答：公司高度重视酒水采销工作，专门成立酒水事业部，统筹百货和超市资源，坚持以“三专五统一”为行动指南，打造“专门团队、专人销售、专业推广方案”，实现“统一采购、统一策划、统一营销、统一推广、统一定价”，持续深耕酒类消费终端市场。在酒业板块，公司还与茅台、五粮液、剑南春、古井等诸多名酒品牌保持密切合作，并且是茅台酒安徽省最大直销供应商。未来公司将在供应链建设、活动策划、团购业务、酒类定制、线上线下融合发展等方面聚力突破，精选优质商品、打造爆品引流，拓宽品牌、品类，积极抢抓市场份额，高标准高质量做精、做深、做宽酒水业务，通过优化品类结构，深化战略合作，构建白酒头部品牌新格局，持续扩大茅台、五粮液、古井、迎驾等销售市场份额；深耕区域优势，积极扩充品牌集群，实现经营区域迅速扩大，实现多品牌均衡发展。

6. 未来分红规划？

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，公司将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，持续优化投资者回报长效机制，积极回馈投资者的信赖与支持。

7. 老周谷堆拆迁情况？

答：周谷堆老市场占地 280 亩，其中公司自有产权土地面

	<p>积约为 34 亩，其他为政府划拨地。作为合肥市城市更新重点区域，此次老周谷堆市场也纳入了周谷堆片区城市更新项目，该片区当前主要围绕居民区开展拆迁工作，老周谷堆地块动迁方案尚未最终确定，后续公司将密切关注动迁进展情况，并依据有关法律法规及时履行信息披露义务。</p> <p>8. 公司合同负债主要包含哪些？</p> <p>答：截止 2023 年三季度末，公司 25.81 亿元的合同负债中主要包括单用途商业预付卡、货款、奖励积分及预售房款，其中预售房款约 3.76 亿元，具体交付时间根据购房合同约定执行。</p> <p>9. 公司超市业态 2023 年经营情况？未来发展规划？</p> <p>答：①2023 年，公司超市业态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，全年共完成 195 家品牌、基地直采，其中，直营百万品牌 158 家、基地 37 家。新签直营厂家 26 家，新增基地 23 家。强化“统采统配”，推动资源整合，生鲜单品全省统采比例提升至 74%。全年共引进新品牌 254 个，共 4984 个 SKU。发力自有品牌，全年新增委托加工生产厂 6 家，新增 60 个单品，淘汰 18 个单品，经营质效实现较大提升。②未来超市业态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，推动超市业态规模化发展。</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>