

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—03

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	海通证券、浙商证券、天治基金、Pleiad Investment Advisors Limited、博远基金、海途灵资产管理有限公司、西部利得基金管理有限公司、九泰基金、上海于翼资产管理合伙企业、国新投资、中邮保险资产管理有限公司、华夏久盈资产管理有限责任公司、天风证券、华泰柏瑞、银河基金、德邦证券、中信证券、青岛熙德博远私募基金管理有限公司、中欧基金、中海基金、中银国际证券股份有限公司
时间	2025年2月20-21日
地点	公司会议室
形式	电话会议、线上交流
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	<b>1. 请介绍下公司零售业态春节期间销售情况？</b> 答：公司零售业态 2025 年 1 月 24 日—1 月 27 日（腊月廿五至腊月廿八）实现销售 4.9 亿元，同比增长 4.1%，连续四日单日销售超亿元，其中 1 月 27 日（腊月廿八）合家福超市单日销售再超亿元。公司零售业态春节 8 天假期（除夕至初七）实现销售 2.5 亿元，其中合家福超市销售 1.05 亿元，增幅 2.4%；春节期间电器、酒水品类增长较大，百

大电器同比增长 60.22%，合鑫商贸公司（酒水、日化等零售批发业务）同比增长 51.5%。

## 2. 公司超市调改举措及成效？

答：2024 年以来，针对公司合家福超市供应链建设、商品力提升、自有品牌打造、线下场景拓展等方面我们进行了大量的调改活动，供应链端我们通过加强统采统配、联采联配、源头直采、厂家定制，超市业态新增品牌 240 个，更新率 12.5%；新增 58 个直营品牌、总数达 320 个；生鲜直采基地新增 33 家、总数达 73 家。自有商品开发方面，先后推出“合家鲜”“柔小百”“佳小百”等自有品牌单品数达 400 个。线下场景打造上，启动了“阿福鲜生”“合家福优选”“阿福食堂”等新业务模式，拓展“现场加工+特色小吃+酱卤熟食”品类，其中合肥区域部分门店同步启动“阿福食堂”，每日推出 2 款不超过 20 元的自选组合套餐，提供不少于 10 种烹饪菜品，2024 年 5 月推出以来，累计就餐人数超 7 万人。服务提升方面，充分统筹门店员工，通过建立标准化、制度化工作流程，提升员工整体服务水平。以打造“一刻钟便民生活圈”为出发点，积极践行“社区好邻居、生活好伙伴”经营宗旨，引进餐饮、美发、家电等配套业态，打造一站式家庭消费场景。

在调改的超市门店中，公司位于皖南区域的宣城华贝店在 2025 年元旦期间，销售同比增长 198%。

## 3. 超市自有品牌建设情况？2025 年对这块的规划是什么？

答：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，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去年同期增幅达 143.63%。

2025 年，超市业态将持续深化供应链改革，推进自有品牌从“泛而小”转向“大而精”，聚焦单品开发，精简小类商品提升单品贡献率，不断增强商品差异化能力。

#### **4. 公司百货调改情况如何？**

答：针对百货调改，在门店定位上，我们通过“一店一策”、“老店新开”助力公司旗下的心悦城、乐普生、广德百大、鼓楼高新等百货门店重新定位，吸引更多优秀品牌的入驻，更好地满足年轻客群、中老年客群及家庭消费者不同的消费需求，重点突出门店的差异化特征。在新场景打造上，在 2024 年我们首个商业街区——百大悦街正式开业，也是作为公司探索社区商业的尝试之一；同时为填补中心城区奥莱市场的空白，公司旗下百大 CBD 探索转型城市奥莱，紧扣“名品 + 折扣”组合引流增效。在供应链建设上，百货业态聚焦商品力提升，持续加码“首店、首发经济”，截止 2024 年三季度末，百货业态新引进品牌 209 个，品牌更新率达 8%，其中省、市级首店品牌 21 个。

#### **5. 请介绍下围绕农产品上下游产业链，公司开展的业务布局情况？**

答：围绕农产品流通主业产业链上下游，公司已成立了合家兴供应链科技公司、合家康农产品加工配送公司、合家悦菜市场、检测公司等在内的系列配套企业，其中合家康农产品加工配送公司主要为机关企事业单位、超市、学校和酒店等提供一站式配送服务，目前拥有 300 余家优质客户、500 多个配送服务网点，年配送量超 5 万吨，销售额近 5 亿元。合家悦菜市场是公司积极响应合肥市区菜市场

提档升级号召的民生工程，依托公司农批市场资源优势，贯通城市农产品流通渠道，致力于打造的现代化、标准化菜市场，目前合家悦菜市场已覆盖合肥5区3县，先后接管了30余家标准化菜市场，服务周边近百万人口。检测公司主要承担农产品检验检测及食品安全的重要职能，并于2024年实现了增资扩股，后续计划将现有业务逐步拓展至食品、水质检测等方面。

**6. 公司去年披露的合家兴供应链科技公司目前进展情况如何？其主要业务是什么？**

答：目前合家兴供应链科技公司已办理完成工商登记工作并领取了企业法人营业执照，后续公司将尽快推动其落地运营。

合家兴供应链科技公司前期主要是以公司的周谷堆大兴物流园、肥西物流园、宿州物流园三大自有农产品物流园为基础，聚焦自营和直销方向以B端业务为引领开展农产品大宗贸易，通过在交易区内设立自营网点、分销至交易区中小经销商、依托合家康城配体系向产业链终端延伸、辐射全省农批、超市其他市场等路径做大一级批发业务，推动公司农产品主业由传统的服务、管理业务向自营、直销等业务转型发展。后期在积累了丰富稳定的行业客户资源和信息资源的基础上，拓展向食品等领域开展多品种经营和“产销双向合作”。

力争通过三至五年的业态资源整合与经营发展，由初级的贸易服务模式转型为集采购、产成品分销、净菜加工、库存管理、仓储管理、冷链物流等一揽子服务于一体、具有鲜明百大特色的全产业链服务模式。

**7. 肥西物流园目前培育情况如何？**

答：肥西农产品物流园依托“交通、区位、规模化及资源优势”于 2024 年 9 月正式开业运营，目前场内出租率维持在 90%以上，招引商户除安徽省内，还有来自上海、福建、浙江嘉兴、山东临沂、南京、无锡等全国多地，很多商户也是首次进入合肥市场。2025 年以来，肥西物流园充分利用春节销售旺季，开展形式多样的促销引流活动，2025 年开年以来累计实现交易量超 7 万吨，交易额超 11 亿元。

**8. 请问公司冷链物流当前发展情况及后续规划？**

答：为积极抢抓冷链物流新机遇，全力推动合肥国家骨干冷链物流基地建设，公司牵头成立了安徽省冷链产业发展联盟，发展会员 135 家，加快区域冷链资源整合。

旗下周谷堆大兴物流园调整优化冷库储存产品结构，全面提升装卸服务质量，强化储存产品品质管理，4 万吨冷库基地满负荷运营，1-11 月，周谷堆冷库吞吐总量 14 万余吨，效益同比增加 15.28%。宿州新建 4 万吨基地，整体利用率达 96.04%。肥西物流园已建成小冷库 118 间、库容约 2 万立方米，同时已取得项目二期冷链物流用地，总面积 154.51 亩。此外，旗下合家康农产品加工配送公司已建成 1.6 万平方米的多功能配送中心，实现从采购入场到交付客户的一站式全程冷链流通，并成功入选国家骨干冷链物流基地示范项目，1-11 月，实现配送量 5.12 万吨。

后续公司将以肥西物流园二期冷链建设为重点，统筹整合合家福常温库、合家康生鲜食品加工配送、中央厨房、冷链物流等功能，积极融入合肥市大物流体系建设，不断延链、补链、强链，进一步推进物流园建设，打造全市重要的物流枢纽。

	<p><b>9. 请介绍下公司农批业务的线上发展情况？</b></p> <p>答：公司在 2024 年成功构建由抖音官方店铺“周谷堆物流园”领航，“周谷堆甄选”、“周谷堆优选”、“周谷堆美食”以及“周谷堆生鲜到家”四个直播账号协同发展的农产品直播矩阵，2024 全年共组织了近千场直播活动，累计销售额近 3000 万元。2025 年开年以来，周谷堆直播间实现销售额 874 万元，同时新增 3.43 万名粉丝，目前“周谷堆甄选”粉丝数量达 12.6 万，并实现江浙沪皖区域的辐射。</p> <p><b>10. 请问公司未来的资金支出方向以及后续融资方式选择？</b></p> <p>答：未来资本开支主要集中在三个方面，一是肥西物流园二期冷库建设，二是零售主业部分门店的调改升级，三是围绕公司五大新业开展的部分投资。在融资方式选择上，将结合公司资金需求及市场情况，综合研判选择。</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>