**重庆百货大楼股份有限公司**

**关于2023年度业绩说明会召开情况的会议记录**

重庆百货大楼股份有限公司（以下简称“公司”）于2024年6月6日在上海证券交易所上证路演中心召开2023年度业绩说明会（以下简称“本次说明会”）。本次说明会以视频录播和网络互动的方式召开。公司就投资者关心的经营成果及财务指标的具体情况与投资者进行互动交流和沟通，在信息披露允许的范围内就投资者普遍关注的问题进行回答。现将本次说明会相关情况记录如下：

**一、本次说明会召开情况**

2024年5月30日，公司披露了《关于召开2023年度业绩说明会的公告》（公告编号：临2024-036）。本次说明会于2024年6月6日上午10:00-11:30召开，公司董事、总经理胡宏伟先生，独立董事梁雨谷先生，副总经理王欢先生、韩伟先生，财务总监王金录先生，董事会秘书陈果女士出席本次会议并就投资者关注的问题进行回复。

**二、本次说明会投资者提出的主要问题及公司的回复情况**

公司在本次说明会上就投资者提出的问题进行了回复，主要问题及回复整理如下：

**问题1：马上消费对公司业绩影响很大，新规对马上消费有什么影响？公司会转让马上消费股权吗？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

鉴于马上消费成立之初，公司作为主要股东依法合规发起设立马上消费，故在政策环境没有大的变化的情况下，按照法不溯既往的惯例，原则上对公司继续作为马上消费主要股东不会有实质影响。对于新规涉及有关条款的解释说明和过渡期安排等，以相关部门最终配套通知文件详细规定和说明为准。

公司目前无转让马上消费股权的打算。

**问题2：重庆百货吸并重庆商社集团后，后续的发展计划是怎么规划的？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

2024年3月9日，公司发布《关于吸收合并重庆商社（集团）有限公司暨股本变动的公告》（临：2024-019），完成吸收合并商社集团相关工作。本次吸并，一是优化公司治理结构，精简管理层级。二是减少关联交易，增强公司独立性。未来，我们将围绕新能力、新场景、新发展、新组织“四大支撑”，聚焦“商品力、场景（空间）、效率”，加快全面数智化建设，继续提升“六大能力”尤其是商品经营能力，积极拓展“六大卖场”，实现重百新的发展。

**问题3：公司超市近期开业了折扣店，经营效果怎么样？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

5月28日，公司旗下首家“生鲜+折扣”模式门店——新世纪超市超级市集-加州店正式开业，首日销售（未税）突破50万元，客流近9,000人。开业六天销售（未税）198.6万元，日均33.1万元，同比增长538%。

“生鲜+折扣”店的开业，经营效果超预期，验证了公司未来超市调改和发展方向：一是按“宽类窄品”的逻辑，围绕“一日三餐”的生活必需品，聚焦高性价比和高品质商品，优化商品结构。二是聚焦市场定位，SKU数同比减少70%以上，提升动销和周转，薄利多销，提升毛利额。三是加大定制，提升OB/定制商品SKU数占比。四是坚持EDLP（every day low price），对标竞争对手，保持价格优势，提升性价比。

**问题4：家电的增长趋势？是在抢份额还是行业趋势比商超好？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

从宏观层面来看，国内消费潜力还是很大，国家出台拉动内需的政策措施也很多（如：以旧换新政策），这对拉动消费会有积极作用。从家电行业来看，我们认为今明两年国内整体家电市场规模将呈微增态势。

就重百电器而言，我们重点是通过转型变革、提升能力，持续深化全渠道、全产品、全场景的发展模式，从而提升核心竞争力，扩大市场份额。一方面，通过提升直营店经营能力，实施场景化打造，深化社区社群、异业拓展、工程团购，加密布局线下网点，有效夯实经营基本盘。另一方面，积极创新拓展新赛道，深化和扩展线上、下沉、前装和家电后服务等渠道市场，打造未来发展增量。

未来，重百电器将借助在品牌、供应链、服务、会员等方面的资源优势，以用户为核心，持续深化极致商品力建设，健全全生态、全生命周期的服务体系，相信会有更大的发展空间。

**问题5：现在开市客和山姆会员店，生意相当不错，公司是否有试点这类业态计划？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

5月28日，公司旗下首家“生鲜+折扣”模式门店——新世纪超市超级市集-加州店正式开业，首日销售（未税）突破50万元，客流近9,000人。开业六天销售（未税）198.6万元，日均33.1万元，同比增长538%。

“生鲜+折扣”店的开业，经营效果超预期，验证了公司未来超市调改和发展方向：一是按“宽类窄品”的逻辑，围绕“一日三餐”的生活必需品，聚焦高性价比和高品质商品，优化商品结构。二是聚焦市场定位，SKU数同比减少70%以上，提升动销和周转，薄利多销，提升毛利额。三是加大定制，提升OB/定制商品SKU数占比。四是坚持EDLP（every day low price），对标竞争对手，保持价格优势，提升性价比。

**问题6：公司2023年经营效果如何？有什么新变化？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

2023年，公司董事会带领经营管理团队积极作为，狠抓“两个系统性”建设，推进融合变革创新，加快全面数智化建设，全年取得良好经营业绩，实现营业收入189.85亿元，同比增长3.72%；实现归母净利润13.15亿元，同比增长48.84%；实现每股收益3.32元，同比增长48.88%；净资产收益率22.59%，同比增长5.34个百分点。

2023年11月，公司吸并商社集团获得上交所审核通过，并取得证监会同意注册批复，实现公司股东权益证券化，核心竞争力进一步增强；持续优化产业结构，清理盘活低效无效资产，完成登康口腔上市，实现资产证券化；坚持常态化现金分红，连续26年累计现金分红60.73亿元，让投资者分享公司改革发展成果。截止年底，公司市值在64家零售行业-一般零售行业分类中排名第9位，同比提升5名。

在推动融合变革创新，系统性提升经营能力方面：一是数智化赋能推进商品、会员、渠道、营销四大融合，公司全年会员总数超2,000万，全业态融合促销41.5亿元；持续优化多业态融合APP，丰富本地生活生态，形成涵盖“吃住行、游购娱”的生态联盟。二是供应链变革成效显著。百货、电器深化品牌联合生意计划，扎实推进包销定制，加速线上渠道供应链拓展，有力拉动销售增长。超市加强与物美集团产业协同，发挥TOP品牌销售优势；商品直供、杂百OB、定制全面增长。汽贸培育新能源品牌，积极争取特供车资源。三是业务业态创新取得突破。百货加速轻代理、托管业务拓展模式，打造世纪新都“生活美学院”、重百大楼“城市社交新空间”，推出文化及非遗、国际文化消费等主题展，引流增销效果明显。超市推动3R预制菜，探索“世纪家”超市加盟，调改建成精品超市20家，新业务发展初显成效。电器成立重百璞康公司，拓展电商全渠道销售，开设品专店，延伸前端市场；改造主题门店17家，打造“有温度的卖场”。汽贸抓维修车基盘，抓事故车商机，与二手车平台合作，提升业务增量；探索一店多品牌经营，建成万州、永川一店多品牌商超店。

在践行精细化管理，系统性降本增效方面：一是实施组织优化。按“集约化+专业化+扁平化”要求，探索总部职能集约化管理，跨区域、跨业态物业集约服务；创新灵活用工模式，提升灵活用工占比。二是严格成本管控。大力推动减租降租，全年减租8,466万元；严格控制行销费用、能源费用，全年节约5,680万元；深化降本降费，人工成本自2019年以来每年持续下降；五地联采与自主招标全年节约成本3,535万元。

**问题7：零售企业都在焕新业态，公司在这方面是怎么打算的？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

2024年，公司将继续围绕“两个系统性”，以极致的商品竞争力拓展市场、以极简的工作方式提升效率、以共创共享方式激发活力，持续提升六大能力、深化六大卖场，突出抓好商品力、场景（空间）、效率三大重点，实现销售增长和效率提升。

在商品力建设方面：百货业态深化联合生意计划，持续探索轻代理及托管模式，提升自营品牌，加速供应链变革，打造奥莱供应链，持续招商品牌引新汰换。超市杂百-聚焦商品“性价比、差异化、趋势化、适配度”，做优自有品牌，做强全国及本土大品牌，做活直供、直采、定制品牌。电器业态聚焦供应链效能提升，提高单品聚焦、商品定向销售能力，深化联合生意计划，强化战略品牌合作，扩大包销，探索品牌的多元合作形式。汽贸业态积极获取优质新能源品牌资源；提升新能源和盈利车型销售占比；抓包销定制特供车、二手车、售后产品及加改装等衍生产品；制定线上引流产品和线下刚需转化产品，线上线下结合拓增量。

在场景（空间）打造方面：通过场店差异化调改，打造差异化消费场景（空间），建立具有特色和辨识度IP，提升场店竞争力。

在效率提升方面：数智化赋能推进组织层级更加扁平化、管理简单化和运行高效化，推动经营机制灵活和实现市场快速反应，进一步优化组织、提升效率和降低成本，强化价值创造和基于”人人一张价值创造表”的考核体系，鼓励共创共担共享，激发团队内生活力，打造合伙共创的“自驱型”组织。

**问题8：百货奥莱调整的进展怎样？效果如何？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

阳光世纪新奥莱已基本成形，兼具性价比、质价比购物空间与体验式场景为一体，Q1该商场销售、利润都比较好，在百货50家场店业绩中排前三。

今年，在阳光世纪打造城市奥莱的基础上，通过完善奥莱供应链，计划加快城市奥莱店、城市折扣店的调改步伐，已进行多维度详细规划论证，预计打板3家店，成功后尝试同区域双品牌店错位经营。

**问题9： 2023年度红利什么时候分？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

2024年5月30日，公司2023年年度股东大会审议通过《2023年度利润分配方案》，决定以实施权益分派股权登记日登记的总股本扣减公司回购专用证券账户中股份数为分配基数进行现金红利分配，每股派发现金红利1.3561元（含税），合计派发现金红利6.00亿元，现金分红比例为45.63%。根据公司《股东大会议事规则》，派发2023年度红利应在股东大会结束后二个月内实施。公司预计2024年6月底前发布权益分派实施公告并派发现金红利。

**问题10：胖东来帮扶同行，公司有没有参与调研？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

公司多次前往胖东来学习、考察，深入探讨超市未来。公司目前超市调改和发展方向明晰。5月28日，超市售价“生鲜+折扣”模式门店——新世纪超市超级市集-加州店正式开业，首日销售（未税）突破50万元，客流近9,000人。开业六天销售（未税）198.6万元，日均33.1万元，同比增长538%。

**问题11：当前汽车行业挑战严峻，公司准备如何应对？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

2023年，汽车行业持续处于深度调整期，产能过剩、行业内卷、价格战，全国经销商亏损面超过三分之二；同时油电转换提速，自主品牌快速崛起，市场占比达56%；传统豪华品牌、合资品牌量-利下行尤为明显。

面对行业严峻挑战，汽贸团队通过全面数字化转型，商品拓新、营销创新、组织变革等措施，持续推进汽贸经营转型，全力维持规模和盈利稳定。一是加速推进由油向电品类结构调整，获得哪吒、深蓝、小鹏品牌授权，2023年实现销量3,985台，同比增幅155%。今年5月，取得小米汽车经营授权，进一步丰富新能源品牌架构。二是拓线上新媒体、多点APP增量，稳垂媒质量，为稳定销量提供前端集客支撑。三是推动一店多品和腾笼换鸟，提升投入产出与坪效。四是向后市场要效益求增量，提升衍生业务毛利贡献。五是严控费用，力争费用节约10%。

**问题12：据悉，第12届重百家电节正在推进，请问相关的情况如何？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

重百家电节历经12载，已打造成为家电行业具有影响力的年中购物节。家电节期间，同步举办中国（重庆）家电渠道商TOP峰会，这是中国家电行业汇聚制造业、渠道商深度互动的行业盛会，来自全国知名家电制造企业、重点家电渠道商高层、业界专家等近千人参加峰会系列活动，共商家电行业创新变革之路，在推动家电行业可持续发展、构建供应链价值新模式、促进区域消费市场等方面，产生了积极影响。

重百家电节已成为家电行业的“重百模式”，在业界享有较高知名度及影响力。2023年第11届家电节，实现销售10亿元。本次第12届重百家电节，公司积极响应国家有关推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动的精神，利用自身供应链优势资源，助力拉动消费，促进流通，带动区域商贸的繁荣发展。

**问题13：今年以来，零售行业不景气，公司采取了什么措施来应对？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

今年以来，受整体市场环境的影响，特别是汽车行业的深度调整，公司第一季度营收下滑4.63%。为此，从4月以来，公司分别组织了超市、百货、电器进行年度IP大促，与上游供应商深度开展“联合生意计划”，结合国家政策实施家电、汽车“以旧换新”行动，集聚各方资源，拉动居民消费，活动取得预期效果。

5月-6月，公司继续扩销增效，启动首届重百百货节、第12届重百家电节，持续加大促销。本次“双节”活动，尤其重百百货节，是公司首次打造的城市量级主题IP营销活动，也是公司首次品牌联动最广，投入最大，力度最强的IP营销活动。仅媒体宣传触达就超5亿人次，商品折扣力度远超同期，奥莱商品备货410万件，引流爆款商品52万件，以重百品牌为背书，结合2000多个商品品牌联动，汇聚成强大的影响力，一定会有力拉动销售，提升公司总体业绩。

**问题14：实体百货客观存在经营成本高，如何解决高成本经营这一现实问题？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

百货实施系统性降本增效作为持续性经营发展的重要抓手，是解决高成本经营的有效途径。

一是全力提升组织效能。通过持续性组织变革、市场化激励考核、人才内培，外引和员工数智化技能提升，提高组织效能和内生活力，并转化成积极的生产力。

二是全力降本增效控费。顺应物业市场形势，对高租金成本的租赁物业场店，一店一策推动降租减租，2024年1-5月，实现合约降租合计5,500万元。同时，通过技术节能、管理节能和综合节能，有效控费控成本，减少能耗305万度。

**问题15：吸收了重庆商社和步步高的不动产，折旧将提高，折旧大概有多少？重庆百货的业绩有影响吗？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

公司吸收商社集团及步步高相关不动产后，根据资产实际情况，按公司会计政策分别计入投资性房地产、固定资产等。其中投资性房地产按公允价值计量，按评估值计量，无需计提折旧。固定资产按类别进行折旧计提。对公司业绩影响有限。

**问题16： Q2做了几次大促活动，效果如何？居民消费意愿是否比去年更低？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

Q2四个业态一共开展12次大促活动，从活动效果来看销售有增有降，其中，百货的品类季促销实现2位数增长，超市业态412亲友内购会，3天突破3个亿，实现销售、利润双增长，五一期间销售未达预计目标。总体上来说，符合我们的预期。在当前市场环境下，商品力变得尤为重要，消费者更加关注商品的“质价比”。我们今年拟定了四个业态的“商品力提升专项计划”，全面推进商品力变革，以极致的商品力拓展市场，提升市场竞争力。

同时，政府部门出台的汽车、家电以旧换新政策，对市场也是强心剂，有利于刺激消费，我们也正在积极利用好这一政策，满足消费者的换新需求。从5月以来，我们启动了“第十二届家电节”和“第一届百货节”专题大促活动，联合品牌方投放更多的商品、促销资源，实现消费者、品牌方、重百三方共赢。

**问题17：马上消费IPO，推进到什么程度了？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

目前，马上消费已获得重庆银保监局准许上市的批复，完成重庆证监局上市辅导备案。下一步，马上消费将按照有关法律、法规要求，推进上市工作。

**问题18：** **1. 公司2022年收购了巴南商社汇，请问商社汇2023年营业收入和净利润分别为多少？是否达到收购评估预期？2. 公司2020年收购了重庆合川步步高广场项目，请问该项目2021-2023年的营业收入、净利润分别是多少？是否达到评估预期？若经营不及预期，请问公司计划采取哪些措施改善经营状况？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

巴南商社汇购物中心2023年实现营业收入1,500万元，较上年同期增幅16.81%；净利润-2,256万元，较上年同期减亏幅度2.56%。

《关于收购重庆商社（集团）有限公司商社汇巴南购物中心的关联交易公告》（公告编号：临2022-052）的预计未来经营情况：2023年商社汇营业收入3,509.70万元，净利润1,468.38万元。

上述差异的出现，主要原因为： 一是2022年收购商社汇资产时采用成本法对购物中心房产进行评估，根据公开研究报告，2023年重庆商业销售价格保持稳定，存在微幅上涨，预计2024年重庆商业市场稳定发展，商社汇房产价值基本保持稳定。二是公司收购商社汇资产后，按计划推进场店整体改造，实现了商业综合体产权权属和经营主体统一，并持续推动业态及品牌优化调整，向购物中心业态转型发展目标积极努力。但短期受到区域消费市场需求仍较疲软等宏观环境因素，以及阶段性装修改造、发生额外支出、新引进项目培育等影响，导致营业收入、利润目标未达成。

重庆合川步步高广场项目与商社汇情况相似，收购时采用资产基础法对房产进行评估，根据公开研究报告，2023年重庆商业销售价格保持稳定。

未来随着重庆消费市场持续回暖，公司进一步加大经营调改力度，有望实现经营业绩改善提升。

**问题19：近期有没有为产业转型升级投资新项目？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

2024年，公司将继续围绕“两个系统性”，以极致的商品竞争力拓展市场、以极简的工作方式提升效率、以共创共享方式激发活力，持续提升六大能力、深化六大卖场，突出抓好商品力、场景（空间）、效率三大重点，实现销售增长和效率提升。

在商品力建设方面：百货业态深化联合生意计划，持续探索轻代理及托管模式，提升自营品牌，加速供应链变革，打造奥莱供应链，持续招商品牌引新汰换。超市杂百-聚焦商品“性价比、差异化、趋势化、适配度”，做优自有品牌，做强全国及本土大品牌，做活直供、直采、定制品牌。电器业态聚焦供应链效能提升，提高单品聚焦、商品定向销售能力，深化联合生意计划，强化战略品牌合作，扩大包销，探索品牌的多元合作形式。汽贸业态积极获取优质新能源品牌资源；提升新能源和盈利车型销售占比；抓包销定制特供车、二手车、售后产品及加改装等衍生产品；制定线上引流产品和线下刚需转化产品，线上线下结合拓增量。

在场景（空间）打造方面：通过场店差异化调改，打造差异化消费场景（空间），建立具有特色和辨识度IP，提升场店竞争力。

在效率提升方面：数智化赋能推进组织层级更加扁平化、管理简单化和运行高效化，推动经营机制灵活和实现市场快速反应，进一步优化组织、提升效率和降低成本，强化价值创造和基于”人人一张价值创造表”的考核体系，鼓励共创共担共享，激发团队内生活力，打造合伙共创的“自驱型”组织。

**三、其他事项**

本次说明会召开的具体情况详见上海证券交易所上证路演中心（网址：https://roadshow.sseinfo.com/）。公司对各位投资者的热情参与和积极提问表示衷心感谢。欢迎广大投资者通过电话、邮件、上证E互动等方式与我们保持沟通、联系。

重庆百货大楼股份有限公司

2024年6月6日