**重庆百货大楼股份有限公司**

**关于2025年半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2025年9月24日在上海证券交易所上证路演中心召开2025年半年度业绩说明会（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2025年半年度经营成果、财务状况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复。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**

2025年9月17日，公司披露了《关于召开2025年半年度业绩说明会的公告》（公告编号：临2025-041）。本次说明会于2025年9月24日上午9:30-11:30召开，公司董事、总经理胡宏伟先生，独立董事叶明先生，副总经理王欢先生、韩伟先生，财务总监（财务负责人）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：您好，请问公司今年有扩展其他业务的打算吗？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

**公司**紧跟消费趋势变化，紧抓结构性增长机遇，通过持续优化供应链，不断夯实商品竞争力，巩固头部、战略、核心品牌深度合作，持续做深联合生意计划，围绕“质价比、差异化、源头化”，加大供应链引新汰旧，溯源合作，持续包销定制、大单品开发，发展自有/自营品牌，切实提升商品力。

**百货**强化品牌影响力，全力推进品牌区域首店/旗舰店，拓展斐乐城市旗舰店、毛戈平双柜店等22家大店，以空间焕新与品类融合为核心，着力打造沉浸式消费场景，全面提升消费者体验与品牌溢价能力。深化差异化品牌竞争力，切实推进黄金、男女装自营，培育自有品牌“宝元通”“重百优选”“重百优居”，其中黄金自有品牌“宝元通”今年已开店4家，销售额近2千万。

**超市**聚焦商品力五大核心策略，大单品、宽类窄品、EDLP、自有品牌、A品定制，优化品类结构，做强心智品类。深化自营垂直供应链，扩大直采及自营销售规模，打造“重百村”7个，销售大幅增长。“重百优选”“惠尚”等差异化自有品牌营收规模呈双位数增长。超市积极探索创新业态，上半年，公司已打造自营+轻资产输出模式便利店19家，打造首家超市及时零售“店+仓”模式，积极扩充第二增长点。

**电器**持续提升供应链效能，支撑全渠道发展。聚焦战略品牌，深化联合主推，做大包销定制，增强核心竞争力。“世纪通”持续深耕下沉市场，累计门店近400家，推动“重百好邻居”社区卫星店建设8家，销售近2500万，深耕存量社区。

**汽贸**通过“一店多品”“腾笼换鸟”经营新模式，稳传统油车，大力发展新能源品牌，构建多品牌矩阵，实现销量、毛利双增长；其中小米订单重庆第一，零跑、小鹏等品牌销售快速提升。利用政策支持，抢抓节日和国际车展促销，发力二手车、维修保养、续保、加改装等业务，助力经营质效大幅提升。

**问题2：请问公司2025年上半年营收情况如何？是否完成预期了呢?**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

公司围绕企业发展战略，以四大主业为核心，深入实施“1363”经营策略，聚焦“商品力、新场景（空间）、高效率”，坚定增长目标，扎实推进商品力变革、场店调改、全渠道拓展，推进全面数智化，激发内生活力，持续降本增效，实现公司稳健发展。

2025年上半年，公司敏锐抓住零售变革契机，持续推动文商旅融合，大力统筹业态促销，建立四业态优势互补壁垒，业态商品融合、渠道融合、营销融合、会员融合取得新突破，零售主营业绩保持稳定。**百货**优化空间布局，打造多元消费场景，探索城市奥莱店、银发主题店、社区百货店等战略主题性转型调改店，不断丰富非购业态，重构社交体验新场景。**超市**丰富自有品牌，开设生鲜+折扣店、品质超市、精致生活馆等不同模式调改店型，满足差异化需求。**电器**聚焦战略品牌，深化联合主推，做大包销定制，打造店中店、品专店，拓展下沉渠道，借助国补抢市场，紧抓结构性增长机遇。**汽贸**推进“一店多品”“腾笼换鸟”的经营新模式，加快优势新能源品牌网点布局，构建以小米为核心，零跑、岚图、深蓝、阿维塔等多品牌矩阵，扩展二手车、维修保养等销售后市场业务。

**问题3：上半年公司核心产品的市场需求和价格走势整体表现如何，哪些业务板块为业绩增长贡献了主要力量呢？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

上半年，公司经营质效稳步提升，实现归母净利润7.74亿元，同比增长8.74%；实现扣非后归母净利润7.21亿元，同比增长2.28%；公司毛利率达到28.43%，较去年同期提升1.78个百分点；实现每股收益1.76元，净资产收益率9.84%。

**公司**四大主营业态业绩实现稳步增长，为公司稳健发展做出贡献。**百货**全力推进品牌区域首店/旗舰店，拓展斐乐城市旗舰店、毛戈平双柜店等大店。紧跟消费者需求变化，深化差异化品牌竞争力，自营品牌、托管品牌、轻代理品牌，其中自营黄金品牌“宝元通”四店实现销售超1,780万元。**超市**实施垂直供应链“去中间化”策略，构建种植到零售的全流程自主可控供应链体系，累计打造“重百村”7个，销售大幅增长。加强3R商品能力建设，开业“重百/新世纪大食堂”，带动餐饮品类整体销售增长。生鲜大单品一体化策略卓有成效，杂百自有品牌&A品定制销售同比呈两位数增长。**电器**强化战略品牌合作，联合主推20场销售增长23%。“世纪通”持续深耕下沉市场，推动“重百好邻居”社区卫星店深耕存量社区。灵活应对国补政策变化，联合重庆市渝中区上线“区补”活动，争取厂商资源投入同比增长。**汽贸**新能源品牌抓销量，其中小米订单重庆第一，零跑、小鹏等品牌销售快速提升。传统燃油车品牌控量提质，聚焦主力油车品牌，盈利同比增长。强抓新媒体渠道，同比大幅增长。发力二手车、维修保养、续保、加改装等业务，助力经营质效大幅提升。

**问题4：现在传统燃油车的需求在急剧下降，商社汽贸如何破解？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

面对行业严峻挑战，汽贸团队紧盯市场走势和客户需求，持续加快商品力提升，优化品牌结构。通过收缩关停燃油车网点、加快优势新能源品牌网点布局，构建以小米为核心，零跑、岚图、深蓝、阿维塔等多品牌矩阵，持续推动品牌布局结构优化。通过加快推进“一店多品”“腾笼换鸟”的经营新模式，持续推动品牌升级、场景升级，向客户提供更具商品力的新能源汽车。在区县市场，汽贸抓住市场进一步优化，引入维修业务，持续提升售后产值；紧盯新能源车品牌布点规划，打破原有格局，加速网点改造步伐。

随着新能源布局的不断完善，汽贸业态将持续引入更多新能源车型，紧跟国家战略步伐，以客户需求为导向，提供更加透明、便捷、贴心的服务，努力成为消费者信赖的品质汽车生活服务商。

**问题5：公司运营成本总额持续降低，主要内容是什么？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

公司持续推进系统性降本增效，激发内生活力，运营成本总额持续降低，同比下降5.33%。**一是**严控人工成本，构建“公司-业态-部门-岗位”四级管理体系，优化绩效指标，形成人人一张价值创造表，提升绩效管理效度。优化薪酬管理，实施以业绩为导向的动态调整机制。**二是**加强促销资源使用管理，严格控制行销费用、营运费用，深化降本降费，提升资源使用效率。**三是**加强经营现金流管控。认真分析公司财务状况及现金流动情况，加强公司资金存贷，细化各项财务费用的管控，优化资金使用监督管理。拓展融资渠道，降低融资支出，促进公司取得较好的经济效益。

**问题6：公司打造的银发主题商场成效如何？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

公司百货业态强调清晰定位，实施“一店一策”调改策略，特色化、体验化、差异化推进场景调改。

公司抓住银发经济风口，把握消费需求变化，探索打造重庆首家银发主题商场-九龙商场。九龙商场以“一站式无龄生活圈”为核心理念，通过“商业场景”与“生活场景”的深度融合，为银发群体和全龄层消费者提供融合生活服务、社交体验、文化休闲与健康养老的综合性平台，助力“银发经济”从概念走向现实，为全国银发经济发展提供“重庆样本”。调改后，商场销售和客流呈倍数增长。未来，公司将不断深化九龙商场银发主题商场调改。

**问题7：2025年半年报显示公司财务费用同比下降，请问公司采取哪些财务成本管控措施？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

公司严格执行资金财务管理制度，做好财务费用预算执行，统筹做好资金运用计划并严格实施。**一是**前置公司财务状况及现金流情况分析，实现源头管控。**二是**加强各项资金使用监督管理，细化各项财务费用的管控，降低各项费率。**三是**加强公司资金存贷，积极为经营管理服务，拓展融资渠道，降低融资支出，促进公司取得较好的经济效益。

**问题8：您好！有2个关于马上消费的问题想咨询您。1.助贷新规将于2025年10月起实施，将对实际年化超过24%的借款费用（例如：马上消费涉及的会员费）进行规范，且近期发布的消费贷款贴息政策适用机构不包含马上消费，这对马上消费的经营业绩预计会造成多大的负面影响？2.马上消费2024年度计提信用减值准备38.6亿元，较2023年度少计提21.6亿元。马上消费公司在国内宏观经济承压，消费贷款市场竞争日趋激烈的情况下大幅减少信用减值准备金额的依据是什么？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

1.助贷新规是普适性政策，消费贷款贴息政策对马上消费的影响有限，目前马上消费经营发展稳健有序。

2.马上消费金融根据业务特点、业务规模、复杂程度等情况，建立了健全完善的全面风险管理体系和机制，动态根据行业发展情况和业务实际对信用风险、市场风险等各类风险进行持续有效的识别、计量、监测和控制。马上消费风险、资本等监管指标符合监管要求，准备金计提充分、风险抵御能力充足。

**问题9：您好！我是重百的一名长期投资者。我关注到公司2020年以现金方式收购合川步步高广场，2022年四季度收购巴南商社汇。但是2024年年报和2025年半年报中未详细披露此2处不动产的经营情况。因此我想咨询您，合川步步高广场、巴南商社汇2024年度、2025年1-6月的营业收入、净利润分别是多少？是否达到收购时点的评估预期？若持续经营不及预期，公司是否计划计提资产减值准备？计提金额预计为多少？谢谢！**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

1.2022年以来，零售行业整体承压，营业收入和净利润普遍下降，行业进入转型变革期，公司积极应对，聚焦“商品力、新场景（空间）、高效率”，推进消费场景重构，加速场店调改。

2.合川步步高广场、巴南商社汇相关情况：

（1）步步高广场

①为彻底解决重庆百货与步步高集团在重庆地区的同业竞争、减少关联交易，并持有稳定商业物业开展零售业务，公司于2020年收购合川步步高广场，以提高持续盈利能力及在合川区域市场占有率。

②2021年，结合公司在合川区域总体商业布局及市场竞争格局，为实现经营效益最大化，合川步步高广场整体出租引入家居业态，与重百中奥城形成业态互补，协同发展。租赁期内租金收入持续提高，2024年末净利润由负转正，实现盈利。

（2）巴南购物中心

①收购巴南购物中心商业项目之资产符合庆百货战略转型发展方向，有利于巩固重庆百货在巴南区域市场地位，加速主城区购物中心业态布局，推动重庆百货零售业态模式创新与转型，发挥协同效应提升购物中心整体收益及商业价值，解决潜在同业竞争。

②公司完成资产收购以后按计划推进巴南商都和巴南购物中心的业态融合、一体化经营，持续探索经营转型、模式变革。2023年开始向“购物中心+奥莱”业态转型，2024年6月项目焕然新生，以阳光世纪城市奥莱巴南汇这一全新商业模式和全新形象盛大开业。开业首日，实现销售同比增长4.8倍，进店客流、成交客流均大幅增长。

3.公司按照《企业会计准则第8号——资产减值》《长期资产减值准备管理办法》及《资产减值管理操作指引》等规定，结合第三方专业机构意见，每年对资产情况进行全面清查和减值测试。根据减值测试结果判断是否计提资产减值准备。

**问题10：关注到公司超市场店在持续进行调改，上半年调改情况如何？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

超市调改聚焦商品和服务，通过供应链变革、场景配套升级、组织优化与服务提升进行持续的创新和迭代；积极推动品类变革、烘焙现制加工变革、公众形象变革、经营模式变革、员工标准变革“五重变革”构建起调改的差异化竞争力；坚持“两个系统性”，系统性提升经营能力，系统性降本增效，进一步提升核心竞争力。

2025年上半年 ，超市业态秉持“小步快跑”策略，通过空间重构、商品革新、服务升级与员工赋能的多维发力，打造生鲜+折扣店、精致生活馆、商圈品质店、社区品质店、文旅生活馆等多模式消费场景，以“商品、环境、服务”三大维度全面升级，实现客流和销售明显增长。超市共计完成37家门店调改，调改门店净毛利同比增长23.4%，销售及客流均呈两位数增长。

**问题11：面对电商、直播带货等线上冲击，公司的差异化竞争策略是什么？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

面对线上冲击，公司始终坚持聚焦三大核心“商品力/新场景/高效率”，以“供应链变革/场店调优/全渠道拓展”等为抓手，扎实推进商品力变革、场店调改、全渠道拓展，推进全面数智化，激发内生活力，持续降本增效。

2025年上半年，公司进一步加强全渠道拓展，坚持私域和公域并重，加快构建本地生活圈，拓展销售增量。**一是**联合美团、抖音等新媒体公域流量平台，开展IP大促联合营销，提升曝光触达，实现业务增量。**二是**加速布局即时零售，依托数字化供应链与智能调度系统，强化区域渗透，打造同城最快30分钟送达的“民生、品质、快送”超市店+仓新模式。**三是**充分利用自身丰富的商品资源、成熟的供应链体系，切入互动性强、内容传播鲜活的直播赛道，发展直播业务。 通过“直播 + 零售”模式，发力本地生活即时达及公域电商。**四是**聚焦本地生活赛道，通过将多点本地生活建设成为集百货、超市、电器、汽车服务于一体的综合性本地生活服务生态，成为品类丰富、服务优质、体验便捷的区域内本地生活服务的领军品牌。**五是**积极拓展B端客户，完善团购激励体系建设，积极发挥总部对接机制，不断强化线上引流到店，线下现场摆展等形式，精准政企类业务营销触达。

**问题12：重庆百货经营情况稳定，现金流健康，在未来没有大的资本开支的情况下，是否有计划进一步提高分红比例呢？谢谢!**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

公司一直注重业绩持续稳定的增长和投资者的长期回报，随着经营质量持续提升，经营业绩总体稳定，公司将着眼于长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展，统筹考虑股东的短期利益和长期利益，进行现金分红，为股东创造效益，为社会创造价值。公司自上市以来，已连续28年保持现金分红，累计分红金额72.73亿元。

**问题13：请问公司独董如何确保有足够的时间和精力深入了解公司的经营状况和风险，切实保护中小投资者的利益？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

作为公司独立董事，我们严格遵循《公司法》《上市公司独立董事管理办法》等法规，全程参与公司治理。通过现场调研、专项会议及与审计机构沟通，全面监督公司运营，确保决策程序合法合规，切实维护公司整体利益及中小股东权益。重视对公司的现场考察工作，利用参加董事会、股东大会等机会对公司进行现场考察，与其他董事、监事和高管进行交流沟通,听取汇报、翻阅资料、参与管理层讨论，及时了解公司的日常经营状况和规范运作情况，基于专业角度向公司管理层提出意见和建议。除在公司现场工作外，还实地调研公司区域的经营网点，深入了解公司各业务板块的经营状况、市场表现、客户体验、管理机制等方面情况，更加有效地参与公司决策和监督，为公司的长期发展提供支持。

独立董事团队始终以“独立性、专业性、责任感”为准则，助力公司稳健发展。未来，我们将继续恪守职责，为重庆百货的健康发展贡献力量！

**问题14：零售企业都在积极推进数字化转型，重百在数字化变革的情况？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

公司董事长张文中博士对经营管理团队强调：AI+零售，已经呈现势不可挡的趋势且大有可为，拥抱AI是最好的选择；实体零售业通过实现数字化、智能化转型成为促进新型消费和释放内需潜力的重要力量。在他的带领下，重百全面数智化建设跑出“加速度”，开启了一场从“传统零售”到“AI新质零售”的深度变革。

公司提出“631数字化蓝图”构想——以六大前端服务为触点，以数据中台、智慧中台、业务中台为支撑，通过“AI+BI”深度融合，实现“数据驱动决策、AI提升效率”的双轮驱动，构建AI技术赋能经营的完整生态。

数字化运营体系方面，公司各业态分别构建了多点、重百云购、重百电器淘、商社车生活等线上运营平台，为消费者提供实时在线服务。在抖音、京东、美团等线上平台布局了即时零售业务，通过线上线下的深度融合，丰富消费者购物体验。

在超市搭建的智能出清及鲜度系统管理，智能补货系统，数字化仓储系统，实现了“单品日清”及部分叶菜、生鲜商品晚间自动折扣出清，持续推进效率提升、成本节约、库存优化。下一步还将推出AI导购、AI营养大师。线上AI导购基于客户浏览行为实时互动，打造 “贴心购物顾问”；线下通过AI爆品选品、AI评价模型，精准捕捉消费趋势，增强用户体验，驱动销售增长。

**问题15：国补目前阶段性暂停，电器接下来要如何应对？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

作为西部零售龙头企业，重百电器持续深耕区域市场，跳出国补政策的依赖性，回归用户价值，深化三大业务板块，构建核心能力。**一是**直营板块：积极进取抢占市场份额，通过持续发展好邻居、强化线上线下流量运营能力、加密直营网点布局等举措，强化差异化竞争力，力争KA渠道市场份额超过50%。**二是**通过世纪通市内外突破抢增量，构建区域中心店（旗舰店）+标杆店+乡镇店的三级门店模式，保持渠道高速增长抢下沉份额，全年力争实现新增门店80家。**三是**立足本地生活，依托战略合作优势，有效获取品牌区域授权，拓展高端家电品牌专业店和3C品专店，拓展新渠道获取新增量，深挖私域流量潜力。**四是**聚焦核心战略品牌，深化联合生意计划，抓区域标杆首店，聚焦空调、冰洗等重点品类，持续突破全渠道货盘建设，支撑全生态门店发展。

2025年下半年，电器业态将统筹规划6场大型促销，力争实现销售目标6亿元；计划完成6家门店场景调改，力争实现销售增量6千万元。

**问题16：请介绍一下公司风控建设方面的新举措？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

公司根据监管要求已针对不同业态建立了完善的内控手册，指导公司经营单位合规运营。公司从2024年开始着手建设风控平台系统，旨在利用IT技术对公司四大业态实现全覆盖监督。目前该平台系统已正式试运行。同时，公司根据国务院国资委《中央企业全面风险管理指引》，建立了《重庆百货大楼股份有限公司全面风险管理制度》。该制度主要把握四个方面：**一是**战略导向原则--为公司战略发展服务，为战略目标的实现提供支持。**二是**全面系统原则--覆盖公司经营管理全部活动，贯穿决策、执行和监督全过程。**三是**相互制衡原则--应当在公司治理结构、机构设置、权责分配、业务流程方面形成相互制约、相互监督的机制，同时兼顾经营效益。**四是**重点防控原则--对重要性高、紧迫性强的风险进行重点管理，强化事前预防。

**问题17：公司第13届重百家电节效果如何？**

**回复：**您好，谢谢您对公司的关注！

公司强化营销IP，创新打造“百货节”和“家电节”双轮驱动模式，跨界引流提升品牌声量。2025年。电器业态通过持续巩固家电节IP，成功举办第13届家电节、渠道商TOP峰会，联合海尔、美的等头部品牌投入超亿元资源，全渠道销售再创历史新高；召开“美好全生态，AI启未来”渠道商TOP峰会，整合上下游资源，深入探讨新形势下行业共促融合、共建生态、共生发展和共享未来的新思路和新模式，获行业、资本市场高度关注，品牌影响力不断获得提升。

重百连续举办13届“重百家电节”暨中国（重庆）家电渠道商TOP峰会，不仅成为全国家电行业的重大盛会，更是重百生态联盟的智慧生活共同体，为共建生态、拉动消费发挥了积极作用。

**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

2025年9月24日