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：2018-01

|  |  |
| --- | --- |
| 投资者关系活动类别 | **特定对象调研**  □分析师会议  □媒体采访 □业绩说明会  □新闻发布会 □路演活动  □现场参观  □其他 （请文字说明其他活动内容） |
| 参与单位名称及人员姓名 | 华融证券证券投资部易浩宇；长江证券研究所陈亮；国信证券经纪研究所刘馨竹；新时代证券研究所陈文倩。 |
| 时间 | 2018年1月15日 |
| 地点 | 公司25楼会议室 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事会秘书 戴登安 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | **1.公司当前发展战略的出发点和目标？**  答：公司目前的主营业务分为百货零售业以及农产品交易市场两大板块。在百货零售业板块方面，当前传统零售企业自主开发的线上业务并不如预期顺利，经过多年摸索，重心已逐步回归线下，以切实做好实体经营为主。单体百货店生存空间已呈渐趋压缩状态，家电领域品牌的集中度提升，市场竞争格局稳定，在超市方面，区域性优质超市企业得到了行业龙头与资本领域的更多关注，随着线上巨头纷纷加入线下阵营的抢夺，超市实体店发展前景广阔，公司未来将着力发展超市业态，开发包括社区购物中心、大卖场、社区店在内的多层次、多定位、全面覆盖的连锁网络体系，同时融合其他业态布局，加速进驻省内空白市场，促进经营效益再提升。在农批市场方面，合肥市的农产品供应与消费市场存在广泛的发展空间，发展农批市场得到了包括政府在内的社会各方面的一致支持，肥西百大农产品国际物流园项目将与周谷堆大兴市场形成双向互补的“双核”保障，进一步占据市场，实现公司农产品板块的前瞻性和战略性布局。  **2.公司目前现金流的利用情况？**  答：公司现金的相当一部分是来自于占有供应商的应付账款及销售预付卡的销售资金等，受到严格的监管要求，不能进行长期及高风险投资，以保障资金的安全。确保现金流充足是支撑企业持续快速扩张和发展的前提条件，公司高度重视现金管理，严格控制风险，积极运用多种手段保障流动性。  **3、面对新零售，公司目前有什么应对措施？**  答：新零售包含了行业的多方面变革，当前并不存在既定的模式。作为零售企业，需要回归行业本源，踏实做好线下市场，提升经营管理能力，优化企业资产结构，积极发挥自身优势来面对线上的挑战。同时，也要适当运用互联网手段改造自己，积极开展互联网营销，建立数字化的商品管理，以及充分挖掘会员大数据等，利用现代数字化手段提升公司的运营水平。当前对供应链的改革优化也是一种趋势，出现了众多开发海外供应链的企业，我们公司也建立了跨境电商平台及线下O2O直营店，发展效益良好，但当前市场上的跨境采购仍以代理为主，需要通过加强自采直营等手段，强化商品的管理与把控能力，拓宽渠道选择。  **4、公司目前的利润情况如何，未来如何增效？**  答：互联网零售的诞生，打破了传统零售企业在价格和选择上的信息不对称优势，新型市场环境下，零售企业要同时面临代理商和消费者的双重压力，利润空间不可避免地要受到挤压。因此，回归零售本源，加强商品掌控与管理能力是提升盈利的有效手段，尽管面临着渠道、经营、营销等多方面困难，公司依然着力强化“三自”商品开发，尤其在超市方面取得了较好效果。  **5、公司对于百货业改造有什么想法？**  答：公司的百货门店均位于市中心或区域中心位置，随着公共交通等基础设施的改善，核心门店的优势得到进一步体现，市场地位会更加巩固。但鉴于省内的人均经济能力和消费水平，并不能完全照搬一线城市的模式，如部分快消品类和轻奢餐饮品牌等，并不能适应本地的消费需求。因此公司目前的单体百货店还是以商品销售为主，突出购物功能，改善商品结构，优化体验环境，提高服务水平，突出百货门店的特色；同时适当互联网化，对收银手段等进行升级改造；对于一些边缘化的门店，则是要做到突出定位，强调主营特色，以此来吸引消费群体，增加客流量。  **6、对于百货业态体验式消费的看法是什么？**  答：体验式消费将是线下零售商未来发展的重要方面，传统零售门店受到物业规划、业态等多方面限制，在非商体验式消费上存在一定的制约，但依然可以适当引入水吧、咖啡、简餐等辅助业态，增强现场消费者的购物体验，提升驻店时间；从商品角度而言，提升商品质量特色，增加消费者试验、试穿环节的服务水平，通过软硬件的调整，进行装饰升级，打造舒适的购物环境；同时，可以开展各类联动营销，如与银行进行合作等，细分消费群体，进行针对性的专项营销活动，结合市场消费数据，实现精准化销售，在此基础上，加大对于百货店引进品牌的把控力度，敢于尝试，汰弱留强。  **7、公司农批市场未来的上升空间如何？**  答：在农批市场方面，一方面合肥市人口数量快速增加，农产品市场发展空间广阔，另一方面，公司新市场规模快速扩大，有效提升了销售规模与交易量，带来收入与盈利的快速提升，但同时农产品市场属于民生工程，受到了较强的宏观调控，毛利上升空间有限，需要通过扩大市场体量、增加覆盖范围、抢占市场份额，以此实现农产品业态的跨越式发展。 |
| 附件清单（如有） | 无 |
| 日期 | 2018年1月16日 |