

甘肃国芳工贸（集团）股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-001

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 <u>(请文字说明其他活动内容)</u>
参与单位名称及人员姓名	甘肃证券期货业协会、华龙证投资者教育基地、华龙证券研究所、华龙证券兰州永昌路营业部、华龙证券兰州民主东路营业部、华龙证券兰州安宁东路营业部、及刘同云、袁君、曹书同等 28 名自然人投资者
时间	2025 年 5 月 9 日（星期五）下午 14:00-16:00
地点	兰州市城关区广场南路 4-6 号国芳集团总部及国芳百货东方红广场店
上市公司接待人员姓名	董事会秘书马琳先生及证券部工作人员
投资者关系活动主要内容介绍	<p>问题 1：当前“首发经济”、“IP 潮玩经济”、“快闪店铺”等带给年轻 Z 世代新鲜，多元丰富的社交属性体验感，公司作为兰州市零售行业龙头，2024 年百货业务占比达到 83.66%，旗下 7 家门店，请问目前是否有计划引进一些例如泡泡玛特、布鲁克等品牌入驻，或者其他首店进驻等举措，来吸引年轻人，不断提升客流量？</p> <p>回答：尊敬的投资者，您好！当前，以 Z 世代为代表的新消费力量正在重塑商业格局，特别是对线下商业，更是举足轻重，“年轻力商业”、“IP 商业”、“快闪店铺”等应运而生，深度契合 Z 世代追求新鲜感、社交属性、个性化体验的核心需求及“为兴趣付费、为社交买单”的消费本质。</p> <p>目前我公司兰州国芳百货已引进 X11、卡游、谷乐屋、叠个谷子、潮玩星球、JT、LIKEGOODS 等头部二次元潮玩品牌及特色谷子专门店，精心打造沉浸式二次元文化主题街区，以“IP 内容+场景体验+社群互动”为核心价值主张，通过定期举办 COSPLAY 表</p>

	<p>演、IP 角色主题应援会、粉丝签绘墙等多元化互动活动，构建完整的二次元文化消费生态圈，将有效触达并深度绑定 Z 世代核心消费群体，同时辐射泛二次元文化爱好者，致力于打造城市级年轻力文化地标和社交中心。在首店引进方面，2024 年，公司各门店零售业态引进区域首店品牌 134 家；餐饮体验类业态引进区域首店品牌 53 家，例如：兰州国芳百货引进“西北首店”——北丐先生、山缓缓；“甘青宁首店”——麻六记、熏井洞韩餐、大叔的虾、比格披萨；“兰州首店”——探鱼、姜胖胖首尔自助烤肉、泰汇聚海鲜火锅等。</p> <p>未来，公司将继续以主力店兰州国芳百货精致时尚百货向“超级百货”购物中心转型升级为主导，西宁、银川、张掖、白银等各外阜门店定制最佳转型提升方案，培育和形成涵盖购物消费、文旅消费、餐饮消费等，既包含现代城市多元化空间、传统文化传承与展示，又包含国潮、环保等文化消费新业态等带动性广、曝光度高的消费场景，将餐饮、文旅、购物、娱乐等多业态多场景集成与融合，为消费者提供了更加多元缤纷的消费体验，更好满足消费者个性化、多层次、品质化的消费需求。</p> <p>问题 2：当前消费呈现明显的分化趋势，一部分大众消费者更加注重性价比和质价比，而一些高端的消费群体受到的影响相对较小，公司旗下的百货商场定位以高端为主，后续公司定位如何？继续延续高端路线，打造兰州的 SKP，还是会兼顾做一些质价比的零售业态？</p> <p>答：公司通过多元化业态组合、分层级服务、差异化价格带商品、多样化营销活动、多元消费场景等，满足各层级消费者需求。公司依然坚持巩固高端定位，强化差异化优势，通过引入更多国际奢侈品牌、高奢美妆、设计师品牌，优化品类结构，减少同质化品牌，增加稀缺性商品（如限量款、定制款），满足高端消费者对独特性的需求。通过引进快时尚旗舰店、家庭娱乐中心，实施高性价比的商品策略组合、有趣好玩的体验设计、便捷高效的服务体验满足大众消费者购物需求。借助私域运营提升客户粘性、会员价值和存在感，通过企业微信建立区域性社群，发布新品推荐、限时优惠等内容，定期在社群中推出限时秒杀、团购活动等加强与大众会员的联系；通过对会员数据分析识别高潜力客户，为高端会员制定个性化运营方案，根据复购周期推送服务提醒，一对一导购服务，如预约提醒、专属推荐等。最终通过多业态多场景集成与融合，为消费者提供了更加多元缤纷的消费体验，满足消费者个性化、多层次、品质化的消费需求。</p> <p>下一步，公司以主力店兰州百货为先持续加大调改力度，精零售、调结构、做生态，根据市场变化与地区差异，持续加强</p>
--	---

	<p>百货购物中心各门店业态品牌调整和餐饮业态为主的功能品类结构优化，推动头部品牌战略合作，聚焦新品牌、新体验、新形象，着力打造消费者推崇和青睐的消费场景，提升顾客消费体验。从“首店经济”跨越到“首发经济”，形成从点到面的“涟漪效应”。以“城市迭代、区域新生”为核心，对商场整体生态的培育和优化打造全时段生活消费目的地，升级为以零售、配套、体验及餐饮为一体的“超级百货”。</p> <p>问题3：2024年公司超市业务占营收比例为15.53%，公司旗下有4家超市，当前线下很多超市例如永辉等，进行“胖改”，提升选品能力，主动削减一些亏损的SKU，变革后门店日销售额出现明显的提升，客流量火爆，请问当前公司是否有商超调改计划？</p> <p>答：在超市业态调改方面，公司结合行业发展趋势以及积极参加各类行业活动并向优秀企业学习，2024年公司超市团队参加了成都春季糖酒会，以及先后深入参观学习成都大润发、伊藤洋华堂、永辉超市、盒马鲜生、西宁一家亲、新疆汇嘉时代等行业内标杆企业，汲取先进的运营经验与创新模式。</p> <p>近几年公司超市业态调改主要围绕以下方面：1、供应链生态优化：通过对标行业标杆企业，进行供应链结构升级。公司对现有供应链结构进行了全面、系统的评估，并进行新供应链生态的搭建工作，减少中间环节，降低成本。实施供应商分级管理，优化供应商结构，加强毛利管控，确保公司在市场竞争中保持成本优势和盈利能力。2、商品结构优化：数据驱动，精准组货。进行品类策略优化，通过系统数据做关联品类分析，优化陈列及促销组合；价格带调整，通过中高价商品（如进口食品、精品生鲜）提升体验感，吸引高净值客户，通过低价引流品保持竞争力、带动客流；通过淘汰低效商品、引入网红商品、进行季节性组货等不断优化商品结构。3、全渠道营销：强化社群及线上营销，提升转化。公司持续推进社群营销和线上平台销售战略，进一步强化平台转型，提高配货效率、管理水平以及服务质量，全力实现线上线下的深度融合，为消费者提供更加便捷、高效的购物体验。最终通过对标行业标杆+数据化运营+全渠道融合，实现经营效益及顾客体验全面提升。</p> <p>问题4：4月27日，商务部等六部门发布进一步优化离境退税政策扩大入境消费的通知，其中提到，推动离境退税商店增量扩容，扩大退税商店覆盖面，放宽离境退税商店备案条</p>
--	---

件，请问公司旗下的百货商店是否为退税商店，当前，伴随西北文旅的持续火爆和免签政策的宽松，未来入境游客预计持续增长，对公司百货业务的积极影响如何？

答：目前，公司旗下百货门店尚未备案为离境退税商店。但公司密切关注国家及地方相关政策，包括商务部等六部门最新发布的《关于进一步优化离境退税政策扩大入境消费的通知》，并积极评估未来申请退税商店资质的可行性。近年来，西北地区文旅市场持续升温，若未来公司旗下百货购物中心门店符合条件并申请成为退税商店，将有助于吸引更多国际游客消费，提升商场客流及品牌影响力，对公司百货购物中心主业持续良好发展形成积极促进作用。公司将持续关注政策动向及市场机遇，结合自身业务发展需求，适时优化经营策略，以把握入境消费增长带来的市场机会。

问题5：2024年，公司通过“170攻坚战”的周密安排与顺利实施，主力店兰州国芳百货从卖场空间改造、动线优化、机电功能升级等方面实现了首阶段全方位立体化的调改目标，完成中庭扶梯移位、立体动线优化、顶地空间改造等多项重点工程，累计施工面积达6.8万平方米，占主楼建筑面积的80%以上，请问目前来看，兰州国芳百货的调改效果如何？

答：2024年度兰州百货主楼升级改造工程项目已完成包括原中庭扶梯整体移位，打造全新的扶梯通道；5-8层南区空间立体改造，形成新的通透性好的多维空间；南侧原有库房区域整体结构加固；4-8层重新装修升级，从卖场空间打造，动线优化、机电功能升级等方面进行了全方位立体化改造施工。同时，公司各门店开展品牌招新调改工作，零售业态新进品牌317个，其中区域首店品牌134家；餐饮体验类业态引进品牌162家，其中区域首进品牌53家。2024年度销售规模实现500万元以上重点品牌店铺达108家，其中兰州国芳百货2024年品牌店铺销售排名进入全国TOP30品牌数57家，进入西北区域TOP30品牌37家。公司工程、招商、运营三位一体紧密配合，完成了本阶段品牌组合、业态组合跨楼层移位调整，首店进驻、品牌形象、卖场环境焕新升级，为消费者提供更多更优的购物体验，受到了地方政府、同行业、供应商和消费者的广泛好评。

问题6：请问未来公司的盈利增长点在哪些方面？公司的战略重心和方向？

答：公司将紧紧围绕整体发展战略，以创新变革为核心发展动力，以市场为导向，不断提高经营管理水平，通过门店调改升级、品牌级次提升、焕新营销模式、数字化建设、团队培养、

	<p>安全生产、内控建设等多方面工作，巩固并提升市场占有率，加强公司领先优势，加快战略拓展，保持健康稳定发展态势，为员工、顾客、及股东创造更多价值。</p> <p>在战略布局方面，公司将以第三代“超级百货”商业模式为突破口，通过标准化复制和差异化运营，逐步实现全部门店转型升级，提升服务功能与品质，致力打造成为全场景体验、多空间联动、跨界消费于一体的区域商业标杆。</p> <p>在发展过程中，公司亦将发挥企业品牌价值优势及区位优势，采用轻、重资产相结合的方式，有计划、有重点地扩张，持续扩大零售连锁发展增量规模。</p> <p>在不扩大经营风险的前提下，持续创新经营模式，开拓自营品牌发展，甄选国内优秀餐饮品牌、快销品类合作，陆续辐射公司各门店和其他各城市区域，发挥品牌竞争优势，扩大市场份额，为门店提供品牌流量支持，实现销售转化。其中，兰州门店合作项目已实施，2025年1月甘肃首家“海底捞”兰州国芳百货店由公司新设孙公司兰州和派餐饮接手并持续经营。金昌、白银门店合作项目尚在筹备中，计划于年内开始营业。与北京麻六记酒店管理有限公司经营品牌“麻六记”合作，共同投资设立兰州麻六记酒店管理有限公司，西北首家“麻六记”餐厅在兰州国芳百货于2024年12月开始营业。</p> <p>公司始终保持信心积极布局，不断提升在区域市场中的竞争力，繁荣区域核心商圈，全面提升公司整体盈利能力和可持续发展能力，助力公司向优秀百货零售企业迈进，积极促进公司主业稳健发展。</p> <p>问题7：请介绍公司线上业务情况，线上业务增量空间如何，线上/线下业务毛利率如何？</p> <p>答：2024年度，公司加大线上布局，强化运营力度，加快新零售业务升级步伐。公司通过线上商城、微信小程序、本地生活与直播营销等线上销售平台积极拓展新零售业务，以提升会员全渠道消费体验，强化购物与服务功能，打造一站式线上商业服务平台。公司打造的线上服务平台为商业运营带来全方位支持，有效推动运营、服务、营销新升级，打造多元消费体验。2024年度公司百货线上商城入驻商家991家，累计访问人数达195.01万人次，累计成交单数92,862笔，线上交易额(GMV)实现8,573.3万元，占线上线下交易总额的6.1%；运营抖音矩阵账号数量2000余个，发布视频数量19.2万个，曝光3,273万次，直播1,062场；全年抖音渠道销售额398万元，招募新客5,613人，抖音本地生活团券销售同比增长156.8%，引流带动</p>
--	---

	线下销售 1,431 万元。全年运营小红书矩阵账号数量千余个，发布笔记数量 14.4 万个，曝光 789.8 万次。全年新媒体渠道合计发布作品数量 33.6 万个，合计曝光量 4062.8 万次，曝光量同比增长 122%。近年来，公司通过新零售与主流新媒体平台运营建设，持续提高线上经营管理水平和服务效率，顾客满意度与会员粘性稳步提升。
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 5 月 9 日