

# 重庆重百科技集团股份有限公司

## 关于 2025 年年度业绩说明会召开情况的会议记录

重庆重百科技集团股份有限公司（以下简称“公司”）于 2026 年 6 月 10 日在上海证券交易所上证路演中心召开 2025 年年度业绩说明会（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 年年度经营成果、财务状况等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

2026 年 6 月 3 日，公司披露了《关于召开 2025 年年度业绩说明会的公告》（公告编号：临 2026-024）。本次说明会于 2026 年 6 月 10 日上午 9:30-11:30 召开，公司董事、总经理胡宏伟先生，独立董事梁雨谷先生，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，主要问题及回复情况整理如下：

**问题 1：请问公司更名“重庆重百科技集团”的原因？**

**回复：**您好，感谢您对公司的关注！

本次公司由“重庆百货大楼股份有限公司”更名为“重庆重百科技集团股份有限公司”，是顺应国家战略导向、紧跟零售行业转型趋

势、适配自身业务实质与变革转型的重要战略举措，也彰显了公司全面向 AI 新质零售转型的坚定决心。自市场化改革以来，公司依托多点 Dmall OS 等数字化系统推进转型升级，现已构建多点、重百云购等自有线上运营平台，同步布局抖音、京东、美团等公域渠道发展即时零售，实现线上线下深度融合。目前公司会员规模超 3100 万，2025 年会员全渠道销售金额达 149 亿元，线上线下一体化运营体系已成为公司核心增长极。

围绕 AI 新质零售核心战略，公司稳步推进“631 数字化蓝图”落地，以六大前端服务为触点，以三大中台为支撑，实现 AI 与 BI 深度融合，打造“数据驱动决策、AI 提升效率”的双轮驱动模式，依靠技术赋能持续提升经营效率与盈利水平，构筑差异化竞争优势。目前，超市业态已率先落地智能出清、智能补货、数字化仓储等 AI 应用，实现“单品日清”及生鲜晚间自动折扣出清，运营效率显著提升；后续公司还将推出 AI 导购、AI 营养大师等创新应用，线上依托用户行为数据实现精准互动，线下通过 AI 爆品选品、AI 评价模型捕捉消费趋势，全面构建 AI 技术赋能经营的完整生态，进一步挖掘增长潜力。

**问题 2：请问公司如何看待马上消费金融业绩下滑从而导致公司净利润下滑的影响？这会不会导致 2026 年度分红受到影响，不能保证现有的股息率。**

**回复：**您好，感谢您对公司的关注！

在本轮国家监管政策调整下，市场结构与行业竞争格局会发生较大变化，虽然短期整体对行业不利，但长期来看存在市场机遇。部分不符合政策导向、自身能力比较弱的机构会大幅出清，市场竞争者减

少。而获客、资金、风控等各项综合能力较强的（且正规持牌）金融机构将迎来发展机遇。

公司零售主业经营稳健、现金流充足。公司积极践行股东回报，上市以来连续 29 年保持现金分红，累计分红金额 76.92 亿元，切实与股东分享公司发展成果。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。

**问题 3：请独立董事谈谈 2025 年主要工作情况和对 2026 年如何做好中小投资者保护？**

**回复：**您好，感谢您对公司的关注！

作为公司独立董事，2025 年，本人严格遵照法律法规及公司章程勤勉履职，全年出席 13 次董事会、3 次股东会，审议 58 项议案，独立董事出席率 100%；参与董事会专门委员会会议 14 次，独立董事专门会议 4 次，针对关联交易、定期报告、高管薪酬等重大事项独立审慎发表专业意见。同时通过现场调研，实地走访了长寿、涪陵、南川等渝东南片区经营网点，深入一线掌握业务动态，确保履职建议紧贴经营实际。

2026 年，我将继续坚守独立、专业、勤勉、审慎的履职原则，紧跟消费市场与行业态势，为公司业务提供前瞻性、建设性意见；进一步强化对关联交易、内控体系等的监督力度，防范潜在法律与经营风险；持续关注股东回报，畅通中小投资者沟通渠道，提升股东获得感，切实维护公司整体利益和中小股东合法权益，助力公司持续、健康、稳定发展！

**问题 4：请问公司 2026 年在业态焕新和场店调改方面有什么计划？**

**回复：**您好，感谢您对公司的关注！

2026 年，面对消费市场存量博弈与行业结构性调整的复杂局面，公司立足零售主业，聚焦“商品、场景（空间）、效率”三大核心，秉承“拥抱新质零售、加快变革创新”经营方针，坚持以消费者为中心，以“结构性增长”为目标，稳存量、拓增量、抓创新，夯实公司高质量发展根基。

**百货：**以消费者多元化需求为核心，持续深化网点调优与业态结构迭代升级。一方面审慎择优布局轻资产购物中心项目，破解百货业态单一现状；另一方面持续深化存量百货焕新升级，差异化打造类购物中心、区域中心店、社区流量百货店；同时积极探索非标主题百货，创新落地江北“重百造梦场”，打造差异化线下消费场景。在消费体验层面，公司系统性提升非购体验业态占比，贴合当下消费者注重情绪价值、追求生活方式体验的消费新趋势。在提升商品力方面，公司将持续深化奥莱供应链体系建设，精准匹配消费者“质价比”消费需求。抢抓户外运动、潮流生活、数码科技等市场趋势品类，优化品类结构，激活增长新动能。

**超市：**以消费者需求与感知为中心，以数据驱动决策、AI 赋能提升效率。深化商品结构变革，打造 3R、生鲜等核心品类护城河，稳步提升自有商品销售占比，巩固商品核心竞争力。超市不断优化网点布局，推进 AI 新质零售旗舰店+民生店调改，2026 年超市计划轻优调改民生店 26 家，现已累计完成 8 家门店，调改后门店销售及客流

呈两位数增长。同时，计划新开 65 家店仓，进一步提升即时零售等线上业务渗透率，实现线上重庆区域全覆盖，打造即时零售生活圈。

**电器：**持续深化头部品牌战略合作，加大品牌联合主推，夯实核心商品力，稳固销售基盘。直营店继续深耕重庆区域，做强优势、弱势补强、空白加密，外延扩张寻增量；世纪通强化大店策略，抢占下沉市场份额。品类经营做强数码细分赛道，推动绿色健康家电、潮玩新品、适老化产品等销售突破。依托本地化服务网络优势，持续打造重百小哥、商社精工两大服务品牌，提升用户复购与品牌粘性。

**汽贸：**持续优化业务模式，聚焦优势品牌，按照 1+N 的模式加密网点布局，稳固提升核心品牌市占率。顺应汽车行业新能源转型趋势，审慎布局优势新能源品牌，提升销售占比；深挖售后及增值服务增量，寻找增量业务。通过盘活闲置资产、腾笼换鸟等模式改善亏损网点，改善经营质效。

**问题 5：**年报显示，2025 年公司归母净利润同比下降 20.48%，且 2026 年一季度受参股公司马上消费金融投资收益大幅减少影响，归母净利润同比下滑达 41.29%。在公司利润出现较大幅度波动的背景下，独立董事如何评价当前管理层的应对策略？在平衡短期利润压力与长期战略投入（如 AI 新质零售转型）方面，独董认为公司是否充分保障了中小股东的知情权与合法权益？

**回复：**您好，感谢您对公司的关注！

管理层应对策略总体审慎有效。重百集团立足零售主业，聚焦“商品、场景（空间）、效率”三大核心，拥抱新质零售、加快变革创新，坚持以消费者为中心，以“结构性增长”为目标，夯实公司高质量发

展根基。重百集团信息披露连续 7 年获得上交所 A 级评价，通过多渠道与机构投资者和中小投资者加强沟通与交流，一年接待投资者调研千余人次。自上市以来，公司已连续 29 年保持现金分红，累计分红金额 76.92 亿元，充分保障了中小股东的知情权与合法权益。2025 年重百集团聚“商品、场景（空间）、效率”三大核心，加快变革创新，四大业态表现如下：

**百货：**以消费者多元化需求为核心，持续深化网点调优与业态结构迭代升级。一方面审慎择优布局轻资产购物中心项目，破解百货业态单一现状；另一方面持续深化存量百货焕新升级，差异化打造类购物中心、区域中心店、社区流量百货店；同时积极探索非标主题百货，创新落地江北“重百造梦场”，打造差异化线下消费场景。在消费体验层面，公司系统性提升非购体验业态占比，贴合当下消费者注重情绪价值、追求生活方式体验的消费新趋势。在提升商品力方面，公司将持续深化奥莱供应链体系建设，精准匹配消费者“质价比”消费需求。抢抓户外运动、潮流生活、数码科技等市场趋势品类，优化品类结构，激活增长新动能。

**超市：**以消费者需求与感知为中心，以数据驱动决策、AI 赋能提升效率。深化商品结构变革，打造 3R、生鲜等核心品类护城河，稳步提升自有商品销售占比，巩固商品核心竞争力。超市不断优化网点布局，推进 AI 新质零售旗舰店+民生店调改，2026 年超市计划轻优调改民生店 26 家，现已累计完成 8 家门店，调改后门店销售及客流呈两位数增长。同时，计划新开 65 家店仓，进一步提升即时零售等线上业务渗透率，实现线上重庆区域全覆盖，打造即时零售生活圈。

**电器：**持续深化头部品牌战略合作，加大品牌联合主推，夯实核心商品力，稳固销售基盘。直营店继续深耕重庆区域，做强优势、弱势补强、空白加密，外延扩张寻增量；世纪通强化大店策略，抢占下沉市场份额。品类经营做强数码细分赛道，推动绿色健康家电、潮玩新品、适老化产品等销售突破。依托本地化服务网络优势，持续打造重百小哥、商社精工两大服务品牌，提升用户复购与品牌粘性。

**汽贸：**持续优化业务模式，聚焦优势品牌，按照 1+N 的模式加密网点布局，稳固提升核心品牌市占率。顺应汽车行业新能源转型趋势，审慎布局优势新能源品牌，提升销售占比；深挖售后及增值服务增量，寻找增量业务。通过盘活闲置资产、腾笼换鸟等模式改善亏损网点，改善经营质效。

**问题 6：**公司拟更名为“重庆重百科技集团股份有限公司”，但目前财报中尚未看到独立规模化变现的科技业务板块。从公司治理和战略定位的角度，您如何评估此次更名与公司实际业务实质的匹配度？未来是否有具体的考核指标来衡量“数智化转型”的实质性成效？

**回复：**您好，感谢您对公司的关注！

本次公司由“重庆百货大楼股份有限公司”更名为“重庆重百科技集团股份有限公司”，是顺应国家战略导向、紧跟零售行业转型趋势、适配自身业务实质与变革转型的重要战略举措，也彰显了公司全面向 AI 新质零售转型的坚定决心。自市场化改革以来，公司依托多点 Dmall OS 等数字化系统推进转型升级，现已构建多点、重百云购等自有线上运营平台，同步布局抖音、京东、美团等公域渠道发展即时零售，实现线上线下深度融合。目前公司会员规模超 3100 万，2025

年会员全渠道销售金额达 149 亿元，线上线下一体化运营体系已成为公司核心增长极。

围绕 AI 新质零售核心战略，公司稳步推进“631 数字化蓝图”落地，以六大前端服务为触点，以三大中台为支撑，实现 AI 与 BI 深度融合，打造“数据驱动决策、AI 提升效率”的双轮驱动模式，依靠技术赋能持续提升经营效率与盈利水平，构筑差异化竞争优势。目前，超市业态已率先落地智能出清、智能补货、数字化仓储等 AI 应用，实现“单品日清”及生鲜晚间自动折扣出清，运营效率显著提升；后续公司还将推出 AI 导购、AI 营养大师等创新应用，线上依托用户行为数据实现精准互动，线下通过 AI 爆品选品、AI 评价模型捕捉消费趋势，全面构建 AI 技术赋能经营的完整生态，进一步挖掘增长潜力。

**问题 7：剔除马上消费金融的投资收益波动因素，公司 2025 年零售主业的扣非净利润依然承压。请问总经理，在当前消费大环境下，公司推进的百货、超市等业态的“场店调改”目前进展如何？是否有具体的标杆门店数据可以证明调改对客流和坪效的实质性提升？**

**回复：**您好，感谢您对公司的关注！

2025 年重百集团聚“商品、场景（空间）、效率”三大核心，加快变革创新，百货、超市场店调改如下：

**百货：**以消费者多元化需求为核心，持续深化网点调优与业态结构迭代升级。一方面审慎择优布局轻资产购物中心项目，破解百货业态单一现状；另一方面持续深化存量百货焕新升级，差异化打造类购物中心、区域中心店、社区流量百货店；同时积极探索非标主题百货，创新落地江北“重百造梦场”，打造差异化线下消费场景。在消费体

验层面，公司系统性提升非购体验业态占比，贴合当下消费者注重情绪价值、追求生活方式体验的消费新趋势。在提升商品力方面，公司将持续深化奥莱供应链体系建设，精准匹配消费者“质价比”消费需求。抢抓户外运动、潮流生活、数码科技等市场趋势品类，优化品类结构，激活增长新动能。

**超市：**以消费者需求与感知为中心，以数据驱动决策、AI 赋能提升效率。深化商品结构变革，打造 3R、生鲜等核心品类护城河，稳步提升自有商品销售占比，巩固商品核心竞争力。超市不断优化网点布局，推进 AI 新质零售旗舰店+民生店调改，2026 年超市计划轻优调改民生店 26 家，现已累计完成 8 家门店，调改后门店销售及客流呈两位数增长。同时，计划新开 65 家店仓，进一步提升即时零售等线上业务渗透率，实现线上重庆区域全覆盖，打造即时零售生活圈。

**问题 8：**2025 年汽贸收入同比下降 23.4%，尽管新能源车销量大增 57%，但整体仍在亏损或低毛利状态。请问管理层对于汽贸板块“关停并转”的节奏是如何规划的？在向新能源代销模式转型的过程中，预计何时能实现该板块的盈亏平衡？

**回复：**您好，感谢您对公司的关注！

面对整体汽车市场持续承压、行业竞争不断加剧的严峻挑战，汽贸立足深耕重庆 34 年的区域优势，紧盯市场走势和客户需求，以“商品力、场景、效率”为三大核心，全面推进经营变革，全力应对行业挑战、抢抓发展机遇。

面对新能源快速渗透与燃油车份额收缩的行业趋势，汽贸坚持“双向赋能、生态融合”的总体思路，统筹推进新能源与燃油车业务

协调发展。在新能源业务上，持续聚焦优质新势力品牌，加快扩大现有品牌规模，同时紧抓未来 1-2 年窗口期，持续布局核心品牌授权，同步探索三电维修能力培养与新能源维修空白网点布局。聚焦 1-3 个核心品牌，确保实现区域市占率头部。在燃油车业务上，聚焦主流优势品牌，抢抓闭店潮下的同城溢出资源，持续扩大客户及销售后市场规模，盘活放大存量品牌价值，有效降低转型风险。公司聚焦核心品牌，持续做优商品力，力争今年实现盈利。

**问题 9：**公司在 2025 年实现了新能源汽车销量同比增长 57%。随着近期小米汽车等新势力品牌的崛起，以及行业内激烈的金融分期竞争，请问公司旗下汽贸体系未来将如何与这些头部新能源品牌深化合作？是否会利用公司超 3000 万的会员体系进行跨界联动营销，以进一步提升新车销量及售后增值业务收入？

**回复：**您好，感谢您对公司的关注！

面对新能源快速渗透与燃油车份额收缩的行业趋势，汽贸坚持“双向赋能、生态融合”的总体思路，统筹推进新能源与燃油车业务协调发展。

在新能源业务上，持续聚焦优质新势力品牌，加快扩大现有品牌规模，同时紧抓未来 1-2 年窗口期，持续布局核心品牌授权，同步探索三电维修能力培养与新能源维修空白网点布局。聚焦 1-3 个核心品牌，确保实现区域市占率头部。在燃油车业务上，聚焦主流优势品牌，抢抓闭店潮下的同城溢出资源，持续扩大客户及销售后市场规模，盘活放大存量品牌价值，有效降低转型风险。

同时，汽贸着力打通油电业务协同链路：抢抓以旧换新政策商机，

以二手车置换衔接油电转换需求，以售后业务覆盖全品牌车型，深入挖掘保客资源价值。此外，公司正积极探索“人+车+家”生态融合店，结合公司多业态会员基盘优势，实现业态互补，既抓住新能源增长机遇，又守住燃油车存量市场，持续推动汽贸业态高质量、可持续发展。

**问题 10：当前零售市场竞争白热化，消费需求持续迭代，面对这些挑战，请问重百新世纪百货是如何顺应行业趋势，通过差异化调改，夯实核心竞争力的？**

**回复：**您好，感谢您对公司的关注！

“调改”是百货业穿越周期、应对存量市场竞争的关键抓手，面对存量市场竞争与持续变化的消费需求，公司百货业态始终坚持以消费者为中心，落实“一店一策”差异化调改策略，夯实竞争力。2025年，百货业态累计调改场店 25 家，其中，重点调改 7 家场店，形成了阳光世纪城市奥莱、区域中心/流量百货、融合购物中心百货、主题型百货等特色店型。首轮调改价值逐步释放，销售规模、税前净收益持续正增长，转型成效逐步显现。

2026 年公司将持续加码百货门店焕新，计划再重点推进 7 家门店差异化调改。目前重百大楼文旅地标店、涪陵社区流量店已率先落地改造：重百大楼依托核心商圈区位优势，打造商业与城市文旅融合新模式，布局特色餐饮空间与艺术体验专区，构建城市特色文化消费场景；涪陵商场聚焦社区客群需求，完成外立面及主入口形象升级，引进优质国民品牌门店，精准匹配大众质价比消费需求。除此之外，达州商都、荣昌商场、沙坪商场等门店调改工作也在按计划稳步推进。

未来，公司将持续迭代优化门店调改模型，积极盘活存量资产，

借助 AI 新质零售技术，稳步提升门店资产运营效率与整体经营效益，助力百货业态实现高质量发展。

**问题 11：未来超市在 AI 应用的方向和规划是什么？**

**回复：**您好，感谢您对公司的关注！

目前，超市业态在 AI 应用已完成基础工具试点落地，正围绕核心业务打造场景最小业务闭环，优先选择轻量化、易落地、见效快的刚需模块推进数字化提效。目前已覆盖智能体、AI 内容标准化、流量平台的舆情检测以及外部数据的自动化采集。

未来 AI 整体将从单一工具使用，逐步迈向业务智能体规模化部署，最终实现经营自主辅助决策。以 AI 智能体全域协同生态为核心，整体围绕商品战略经营、全链路供应链管控、门店精细化运营、履约网络智能调度、用户全域服务经营等核心业务赛道。贯穿智能选品定价、动态库存预警、人力智能排班、AI 门店智能巡检、履约路径优化、精准智能导购、千人千面个性化服务等全场景能力建设，分阶段、分批次落地 AI 专项项目，搭建超市 AI 场景的全域闭环、形成价值沉淀。系统性实现降本增效（人力成本优化、库存效率提升）、体验升级（个性化服务、情感交互）、决策智能化（数据驱动、预测性运营），最终构建契合重百超市特性的 AI agent。

**问题 12：公司什么时候派发 2025 年度红利？**

**回复：**您好，感谢您对公司的关注！

经第八届二十六次董事会审议通过，公司 2025 年度拟向全体股东每股派发现金红利 0.791 元（含税），合计派发现金红利 3.48 亿元（含税）。2025 年度公司现金分红（包括中期已分配的现金红利）

总额 4.18 亿元,占本年度归属于上市公司股东净利润的比例 40.02%。这是公司上市以来连续 29 年现金分红,累计分红 76.92 亿元。

公司将于 2026 年 6 月 17 日召开 2025 年年度股东会,审议 2025 年度利润分配方案。股东会审议通过后,尽快办理派发现金红利。

**问题 13: 现目前,超市门店调改整体推进情况如何?**

**回复:** 您好,感谢您对公司的关注!

2025 年,超市累计调改场店 40 家。2026 年计划轻量调改 26 家门店(截至 4 月底已调改 8 家),调改顺利推进中。从调改门店效果来看,2025 年“小步快跑”调改店均实现了客流、POS 销售和净毛利的 10%以上增幅。2026 年调改店累计客流、POS 销售和净毛利均同比增长超 20%。其中,2026 年 1 月 23 日新开的 AI 新质零售旗舰店(大坪店)销售实现翻倍增长,其供应链换品率超 70%,3R 供应链全部焕新升级。预计今年 6 月份将调改推出第二家新质零售旗舰店。此次升级不仅是商品与空间的改变,更是理念、场景、供应链、服务与组织的系统性变革。

今后,公司线下门店调改与新店筹建双线同进,计划月均 2-3 家门店推进,力争 2 年内门店调改完毕,同时加快 AI 新质零售转型,助力经营质效稳步提升。

**问题 14: 一季报及年报均提及了关闭低效门店的计划。请问在执行这一计划时,相关闭店带来的资产减值或租赁违约成本对公司当期利润的具体冲击有多大?未来还有哪些明确的退出计划?**

**回复:** 您好,感谢您对公司的关注!

由于汽车部分品牌竞争力减弱,同品牌同城店及投资主体过多,

直营和经销商模式并存，市场竞争激烈，终端价格持续走低，且无改善迹象。2025年末公司决定关闭部分汽贸场店，并计提了相关损失。后续公司将按会议决议，实施相关工作。

**问题 15：**2026 年一季度归母净利润的大幅下滑，主要系马上消费金融投资收益缩减及所持登康口腔股票公允价值变动损失所致。请问财务总监，公司对这类金融资产/联营企业的投资敞口是否有相应的风险对冲机制？未来在资产配置上，是否会逐步降低此类高波动资产的比重，以提升报表利润的稳定性？

**回复：**您好，感谢您对公司的关注！

公司一季度利润下降，经营性现金流增加，主要为公司严格执行资金财务管理制度，统筹做好资金运用计划，前置财务状况及现金流情况分析，实现源头管控。积极开展现金流看板及净营运资本管理，重点在提升供应链管理入手，结合自有融资优势，推陈出新，开展承贴、信用证等新业务，新增拓展了现金流增长渠道，效果显著；另持续加强库存、应收债权、预付卡券等管理，筑牢现流管理闭环。

**问题 16：**尽管一季度利润下滑，但公司经营性现金流净额达到 9.41 亿元，同比增长 32%，且 2025 年度合计派现 4.18 亿元，分红率高达 40%。请问在目前的现金储备下，维持这样高比例的分红政策在未来几年是否具有可持续性？公司在资本开支和股东回报之间是如何做资金统筹规划的？

**回复：**您好，感谢您对公司的关注！

公司始终相信，稳健的业绩是市值提升的根本支撑。公司着眼于长远利益、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。自上市以来，公司已连续 29 年保持现金分红，累计分红金额 76.92 亿元。

**问题 17：**公司于 2024 年 3 月完成吸收合并商社集团，部分发行股份（如渝欣创商管、物美津融等）的锁定期为 36 个月，即将面临解禁。请问董秘，公司是否评估过大规模解禁对二级市场流动性和股价的潜在冲击？管理层后续是否会通过回购、增持或其他市值管理工具来稳定市场预期？

**回复：**您好，感谢您对公司的关注！

2024 年 3 月 7 日，公司完成通过向商社集团的全体股东发行股份的方式吸收合并商社集团（以下简称“本次交易”）。公司向本次交易对方渝欣创商管（原为渝富资本）、物美津融、深圳嘉璟、商社慧隆、商社慧兴发行 250,658,813 股股份，其中渝欣创商管、物美津融、深圳嘉璟锁定期为 36 个月。

本次限售股到期解禁属正常合规事项，不会对公司治理及中长期战略执行产生影响。截至目前，公司暂无股份回购计划。公司也将继续携手全体股东，稳步推进各项战略规划，持续提升公司内在价值。

**问题 18：**近期公司股价表现弱于大盘及行业平均水平，部分投资者反映对公司在市场热点（如 AI 应用落地）上的回应较少。请问董秘，公司在提升自愿性信息披露质量方面有哪些具体举措？在本次更名“重百集团”后，公司将如何更主动地向资本市场传递“AI 新质零售”的转型价值？

**回复：**您好，感谢您对公司的关注！

公司股价的短期波动受宏观经济、行业政策、市场情绪及资金偏好等多重复杂因素的综合影响。公司严格遵守信息披露各项规定，坚持真实、准确、完整、及时、公平原则，不断提升披露内容的可读性、针对性与透明度，主动做好自愿性信息披露，充分保障投资者知情权。公司统筹运用股东会、业绩说明会、上证 E 互动平台、投资者热线、上市公司集体接待日、线上线下交流活动等多种渠道，建立常态化沟通机制，积极创新交流形式，主动走近投资者，全面展示经营成果与战略规划。公司变更全称及证券简称是顺应国家战略导向、贴合行业转型趋势、适配自身多元业务实质的重要战略举措，在传承“重百”核心战略品牌积淀的基础上，进一步凸显集团化发展格局，积极推进从传统零售向新质零售的转型升级。公司正有序推动“631 数字化蓝图”落地，依托数智化全面赋能经营发展，持续实现经营效率与盈利质量双重提升。

**问题 19：重百的自有品牌进展如何？**

**回复：**您好，感谢您对公司的关注！

公司围绕供应链建设与差异化产品打造自有品牌矩阵，以极致品控、优质供应链和清晰的品牌理念，打造爆款商品，实现自营商品销量快速增长。2025 年自有品牌销售突破 4 亿，同比增长 40%。截至目前，已形成“惠尚”“重百优选”“颐之时”三大自有品牌矩阵，深度结合消费者差异化需求，打造分层化产品布局。

目前公司自有品牌迈入 2.0 迭代升级阶段，积极顺应健康消费趋势，在新商品研发阶段即纳入“减糖、减盐、减添加剂”的健康产品标准，并探索添加益生菌、采用低 GI 原料等营养优化方案，让“干

净配料”进一步升级为“健康配方”，既满足了消费者对日常食品健康化的细致需求，也推动自有品牌从“优质优价”迈向“优质健康”。公司还建立了严格的全流程把控体系，从供应商筛选到商品上架，每一步都经过了严格的考察和检验。这种“深入工厂、严格检验、严抓品控”使我们 OB 自营商品的品质得到充分保障。正是如此，在第九届全球自有品牌产品亚洲展“金星奖”评选中，惠尚厨房湿巾荣获卓越商品奖，重百优选椰子水荣获“优秀大单品奖”。

未来，公司将持续深化多品牌、多品类矩阵建设，进一步优化品牌矩阵、拓展新品类，不断强化自有品牌核心竞争力。

**问题 20：看公司报道重百正在重点打造二次元项目，请问项目最新进展及预计影响，谢谢！**

**回复：**您好，感谢您对公司的关注！

“重百造梦场”是公司百货业态继“重百、新世纪、阳光世纪”之后重磅推出的第四大战略品牌，也是全国首个以国漫文化为核心的二次元综合体。目前，项目主体改造已基本完成，开业筹备工作有序推进，预计今年7月中下旬开业亮相。

开业后的核心影响主要体现在以下三个方面：一是以国漫为核心，整合优质 IP 资源，依托不间断的同好社交、主题快闪、沉浸消费及空间内容迭代，为二次元爱好者和年轻客群提供 365 天全时段二次元漫展体验，在精准锁定 Z 世代消费群体，构筑多元化线下互动消费场景。二是主动融入观音桥核心商圈生态与重庆网红城市文旅体系，深度挖掘年轻客群的消费潜力，做大二次元文化消费增量，提升城市消费品质与商业活力。三是价值圈层驱动重百新世纪持续年轻化转型，

依托圈层文化的聚合效应，沉淀调改转型模板，并将相关调改经验复制到适配场店，进一步夯实百货业态市场差异化竞争优势。

**问题 21：当前家电国补拉动效应减弱，电器如何看待后续消费需求与销售增长？**

**回复：**您好，感谢您对公司的关注！

现阶段传统家电国补的拉动效应虽有所回落，但各级政府及重百电器均在主动发力、多措并举激活家电消费市场，有效对冲行业短期压力。

政策端利好持续释放、层层加码。今年5月，国家推出家居品类专项补贴，覆盖智能马桶、扫地机器人、适老化家居等热门品类，补齐传统家电补贴退坡后的市场缺口。同时，重庆市级消费补贴同步升级，新增吸油烟机、净水器、洗碗机、家用灶具、微波炉、电饭煲六类品质家电纳入补贴范围，切实降低消费者购置成本，强力撬动本地家电消费需求。

叠加公司电器业态核心营销节点，销售增长动能持续充沛。目前第十四届重百家电节已全面启幕，作为深耕重庆市场多年的核心消费IP，本届家电节以“政策赋能、全渠发力、价值让利”为核心，整合国补、市补、厂商让利三重利好，推出预存返利、套购赠礼、新品首发等多元化优惠活动，重点发力高端家电、智能家居、厨房电器等核心增长品类。

渠道端坚持全域联动、精准引流。线下打造沉浸式家电体验场景，落地门店品鉴会、社区推广、乡镇巡展等线下活动，深度触达全域客群。线上通过直播专场、社群秒杀、小程序专属优惠券等形式拓宽获

客渠道，形成“线下体验、线上成交、全域覆盖”的营销格局。同时，依托庞大会员底盘，推出会员专属折扣、积分翻倍、以旧换新专项补贴等权益，深度挖掘存量用户消费潜力，提升用户复购率与品牌粘性。

重百电器将充分依托本土渠道壁垒、成熟供应链体系及海量会员资源，不断夯实市场份额，努力提升经营质效。

**问题 22：世纪通项目近期业绩表现如何？未来的战略规划是什么**

**回复：**您好，感谢您对公司的关注！

今年是世纪通项目发展的第八年。项目早期以跑马圈地的思路快速切入县域及乡镇下沉市场，初步完成渠道布局；中期迭代升级为服务商模式，拓展四川市场版图。自 2025 年起，电器紧抓国家家电补贴政策机遇，全面启动世纪通零售战略转型，围绕组织架构、人员效能、供应链体系、终端服务开展全方位、体系化改革，成功实现逆势突围。目前，世纪通已成为全国区域连锁下沉渠道中，少数能够保持稳健增长、持续盈利的标杆平台，也是重百电器实现高质量增长的核心引擎。

当前国内家电行业正处于结构性分化的关键周期，市场呈现一二级市场承压、下沉市场高增长的鲜明格局。根据奥维云网权威数据，2026 年一季度全国家电下沉渠道零售额同比增长 20.15%，下沉市场已然成为家电行业穿越周期、对冲行业压力的核心增量赛道。

依托精准的战略布局与成熟的运营体系，世纪通业绩表现大幅跑赢行业均值。2026 年一季度，世纪通销售同比增幅超 80%，大幅领先全国下沉市场平均增速，增幅位居重庆市场首位。经营体量持续突破，

实现双月销售规模破亿元。同时门店经营质量显著优化，可比门店业绩同比增长 72%，创下历史新高，充分印证平台单店盈利能力、终端动销能力的全面升级。亮眼的业绩表现，源于电器对渠道结构的持续优化与精细化运营深耕。彻底摒弃早期粗放式扩张思路，主动推进渠道“提质汰换”，将原有近 1000 家松散型网点，迭代优化为近 400 家标准化、高质量精品门店，实现渠道数量精简、门店形象升级、单店效益大幅跃升。同时，世纪通持续加速渠道拓新，2026 年 3 月单月新签约门店 32 家，5 月招商会现场签约 50 家，年累计签约客户超 100 家，持续夯实川渝下沉渠道根基，为后续持续增长筑牢底盘。

未来，电器将持续坚守“立足重庆、深耕川渝、辐射西南”的长期战略，全力打造川渝地区规模领先、渠道高效、服务优质的家电 B 端综合服务平台，搭建 B2B2C+O2O 全域融合的商业生态，通过分阶段、稳步化的区域扩张，持续释放渠道价值，为电器长期业绩增长赋能蓄力。

**问题 23：2025 年度公司财务费用同比下降，具体有哪些管控措施？**

**回复：**您好，感谢您对公司的关注！

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执行。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 24：2025 年度公司管理费用较上年增长原因？**

**回复：**您好，感谢您对公司的关注！

管理费用增长主要是计提关店费用增加，系汽贸直面行业变革阵痛，加速品牌结构优化与网点调整，通过关停并转、一店多品等方式优化网点布局（全年调整 12 家门店）。

**问题 25：您好，我是马上消费金融（安逸花）借款用户，现就 2 件事咨询上市公司：①旗下安逸花拒绝向本人披露担保合同精准签约时间，涉嫌侵害消费者知情权；②该平台服务费未足额开具发票，偷税漏税事项已实名报送国家税务总局。贵司作为控股股东，请反馈上市公司对此两项违规事项的处理意见，我需要书面/电话回复。**

**回复：**您好，感谢您对公司的关注！

经向马上消费核实，一是马上消费的所有业务合同，包括担保合同（如有），均在 APP 前端可以自主查看，或致电马上消费客服热线申请调取。二是马上消费作为收费主体，其向客户收取的费用，均可向客户开具发票。如您仍有疑问或者相关需求，可以致电马上消费官方客服热线 95090。

**问题 26：本人为关注贵司的意向投资者，同时是马上消金安逸花实名借款人，已于 6 月 2 日 19:51 向贵司董秘邮箱发送催告函与借款合同凭证： 1、依据个人留存的借款合同，安逸花合作放款方包含中关村银行、三湘银行、梅州客商银行、东营银行等多地省外银行，存在跨地域合作放款业务；产品在本息外叠加担保、保险相关收费，本人申请开具税费票据长期未办结。黑猫投诉平台安逸花相关投诉超 7 万条，大量用户反馈费用退还诉求难以处理。 2、贵司作为马上消**

费金融主要上市国资参股方，委派董事参与企业管理，承担参股项目投后合规管理义务。请问上市公司计划通过哪些方式督促合作机构优化异地合作放款、妥善处理存量用户退费与开票事宜？此前本人发函协商处理未果，望公司说明针对个人诉求的处理安排。

回复：您好，感谢您对公司的关注！

经向马上消费核实，一是马上消费可在全国范围经营金融贷款业务，且会根据客户提供的地址信息匹配到对应的金融机构申请联合放款，是否发放贷款以各家金融机构的政策及风险审批为准，马上消费不存在跨区域违规放款的情况。二是马上消费或者部分合作金融机构发放的贷款，可能会引入担保公司或保险公司为客户提供担保“增信”，但不增加客户贷款需支付的总成本，属于正常业务模式，但合作机构的收费相关发票需要由对应合作机构开具，开票时效马上消费无法把控，马上消费可根据客户需求积极对接协调合作方。如您仍有疑问或者相关需求，可以致电马上消费官方客服热线 95090。

问题 27：我是贵司意向投资者，也是安逸花借款用户。数据显示，贵司 2025 年从马上消费金融确认投资收益约 6 亿元，占净利近 60%，而马上消费者投诉超 7 万条，IPO 已撤回。我的问题很简单：这笔我本人投诉的违规放款的“利润”，贵司已确认收入了吗？如果确认了，请回答——贵司作为第一大股东，将如何用这笔“含我投诉的利润”来反过来处理我的退息和开发票诉求？（相关证据已发送到贵司邮件 6 月 2 日 19 点 51 分 但至今未回复）

回复：您好，感谢您对公司的关注！

您好，感谢您对公司的关注！此问题已在本次业绩说明会上进行

了回复。

**问题 28：**贵司参股的马上消费金融撤回 IPO，主因是独董缺位等治理缺陷。在您看来，这是否构成了贵司作为第一大股东“未尽勤勉监督义务”？针对安逸花高达 8.6 万条的海量投诉，贵司的投后风控管理体系为何失效？作为维护国资声誉的重庆百货，请说明贵司将如何约束合作方规范经营，并尽快回应本人的书面诉求。（相关邮件已于 6 月 2 日 19 点 51 分发送）

**回复：**您好，感谢您对公司的关注！

您好，感谢您对公司的关注！此问题已在本次业绩说明会上进行了回复。

**问题 29：**现在消费者更加看重情绪共鸣、社交属性与沉浸式体验，不再只是单纯购物。请问百货如何适应这种变化？

**回复：**您好，感谢您对公司的关注！

面对消费需求改变，公司百货业态通过“扩容非购体验类业态、注重体验场景营销”，持续拉近与消费者的距离，全方位提升用户粘性与品牌认同感。

百货业态不断丰富非购业态，补齐体验消费短板。公司在成熟连锁品牌矩阵（如肯德基、乡村基、星巴克、瑞幸、霸王茶姬等）的基础上，加快体验类业态招商引进，今年新增“堡珠公、脸红秦田田、唱想 KTV、熊猫 KTV”等 12 个非购体验类品牌，其中趋势性体验品牌占比超 70%。当前，公司非购经营面积已达 13.07 万平方米，同比增长 30%；经营收益同比提升 5%，形成“购物+休闲+娱乐”的一站式体验消费场景，有效延长消费者到店时长。同时，通过“总部统筹+场店

自主”双线营销发力，分层打造赛事竞技、亲子互动、市集策展等特色活动，精准匹配年轻客群潮流社交、家庭客群亲子休闲娱乐等核心需求。各场店结合所在地特色化属性，打造风筝节、牡丹节、周年庆等场店专属的 IP 活动，为消费者提供沉浸式体验，强化消费者对品牌的认可度和归属感。

未来，百货业态将持续深挖线下实体场景的核心优势，以多元体验活动、优质暖心服务，借助数字化技术，深化与消费者的情感链接，助力门店客流稳步提升，夯实百货经营基盘。

**问题 30：请问公司目前经营的店仓进展如何，未来如何规划？**

**回复：**您好，感谢您对公司的关注！

截至 4 月底，公司已落地 18 家店仓新模式，依托店仓一体化运营优势，带动线上订单量、线上销售额实现双位数增长。2026 年在店仓网格建设上，计划新建 20 家高标仓，12 家快拣仓，47 家生鲜仓，逐步完成重庆市域仓配体系搭建，实现重庆地区线上履约全覆盖。公司同步推进生鲜全面标品化建设，全门店建设生鲜标品放置储位，以“高标仓+过渡生鲜仓”的模式进行全门店改造，不断提升履约效率。

### **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。

重庆重百科技集团股份有限公司

2026 年 6 月 10 日