

证券代码： 000031

证券简称：大悦城

大悦城控股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 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（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	华夏基金、泰康资产、中邮保险资管、乐雪资本、华能贵诚、神农投资、龙石资本等机构
上市公司接待人员姓名	大悦城控股资本市场部：王璇、牟建勋
时间	2025年1月10日（周五） 10:00~17:30
地点	北京西单大悦城、朝阳大悦城
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、西单大悦城、朝阳大悦城总体介绍情况</p> <p>西单大悦城和朝阳大悦城均为中粮集团旗下“大悦城”商业综合体品牌的旗舰项目。西单大悦城位于北京传统商区西单商业区，总建筑面积 18.56 万平方米，商业可租赁面积 5.2 万平方米，商户数量 277 家，是融合购物中心、酒店和甲级写字楼多功能为一体的城市综合体。作为大悦城北京商业地产的开山之作，西单大悦城以“青年潮流文化中心”为细分定位，以优质品牌组合和极具影响力的销售业绩，逐年实现购物中心跨越性的升级。2024 年全年客流 2127 万人次，以 45 家旗舰店、18 场发布会/展示助力城市消费动力提升。</p> <p>朝阳大悦城项目地处朝阳北路、青年路交汇处，总占地面积 8 万平米。购物中心地上 11 层，地下 3 层，停车位 1800 个，商业面积 23 万平米，共引入近 400 余家零售、餐饮、文娱品牌。朝阳大悦城秉承“年轻、时尚、潮流、品位”的母品牌定位，聚焦 25-35 岁的新兴中产与年轻家庭的核心客群，以打造城市理想生活目的地为目标，致力构筑集文、商、体、科、旅为一体的商业生态。</p> <p>自 2010 年开业以来，朝阳大悦城连续多年销售额保持高复合增长。经营业绩常年位列北京非奢购物中心前五名，每年提供就业岗位近 7000 个。朝阳大悦城积极创造新场景，打造新业态，</p>

引入新 IP，每年引进各类首店、旗舰店达 30 家以上，构筑辐射全北京的消费地标和文旅融合发展的行业创新标杆，为首都城市升级，建设国际消费中心城市持续贡献力量。

二、西单项目租金的变化情况如何？

2024 年西单大悦城租金水平依旧维持高位，从零售业态方面来看，项目签约的部分国际品牌承租能力较好，稳定了项目的租金水平。同时，我们也在项目内挖掘一些新的可供应面积和空间，持续做差异化。另一方面项目既有餐饮业态表现较好，甚至表现超预算，从而确保租金水平整体平衡。

三、是否可以展望一下 2025 年两个项目的情况？

从目前 1 月份这一周的销售数据表现来看，同比 2024 年略有提升，另外我们计划在 1 月 25 号举办大悦城年货节的活动，会起到逢高拉高的效果。此外，西单大悦城预计今年会进行较大的改造，希望在 2026 年会以全新的面貌带动销售的再次提升。

四、能否介绍一下我们的会员体系？

大悦城商业会员体系，实现了会员身份统一、会员等级统一和积分统一，大悦城会员分为四级，根据不同会员级别，会员权益有所不同。会员管理体系为总部、大区、项目三级管控，总部制定会员制度、等级体系及管理规则，大区根据区域及城市特点，设置专享会员权益/会员活动，项目根据客群消费特点增加特色服务、至尊专享活动内容。

五、能否介绍一下西单大悦城的头部品牌以及 2024 年引入品牌的情况？

西单大悦城 2024 年发力首层及 2 层品牌更新提级，先后引入 Polo Ralph Lauren、Ralph Lauren 香氛华北店暨全国最新形象店、华北乐高品牌标杆店、Butterful&Creamorous 歌剧院概念店、grotto 形象定制店/区域店、agete 最新定制形象旗舰店、mardi mercredi 区域店、ECCO Alpha 高尔夫旗舰店等与项目定位高度匹配的高质量旗舰店，在品牌组合方面构成了完整的「精品+lifestyle」场域。在餐饮业态方面，近 1000 平方米的品质餐饮空间亮相，引入寿司郎、客语、南拳十三姨最新形象店等品牌，带动餐饮客流、销售额双双增长。

六、怎么看待现在学生客群的消费习惯？

我们认为现在学生客群消费最大的特点是变化较快、消费力强，但是他们的消费会比较集中在他自己喜欢的东西上，比如说二次元。在学生客群的带动下，2024 年也刮起一阵二次元的风

	<p>潮，学生客群对二次元的衍生品非常感兴趣，像所谓的谷子、吧唧、立卡、透卡，他们会集中把钱消费在这些东西上。</p> <p>当然二次元一直是大悦城品牌推广的重要组成部分，这些推广活动为大悦城带来了年轻客群和学生客群流量的明显提升，但大悦城始终不会脱离“综合体”的定位，还是会坚持自身“年轻、时尚、潮流、品位”的定位，希望培养出一些更有潜力的 IP，并且不限于“二次元”范畴，形成经济拉动能力更强的、面向包括学生客群在内的年轻人的消费文化矩阵。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	否
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）	无
备注	无