



大商股份有限公司

2025年年度股东会

会议资料

600694.SH

二〇二六年五月八日



## 大商股份有限公司 2025 年年度股东会 会议须知

为维护投资者合法权益，确保股东会的正常秩序和议事效率，根据《中华人民共和国公司法》《上市公司股东会规则》及《公司章程》等有关规定，制定本须知。

一、本次股东会采取现场投票和网络投票相结合的方式。公司股东只能选择现场投票和网络投票中的一种表决方式。如同一股份通过现场和网络投票系统重复进行表决的，以第一次投票表决结果为准。

二、本次会议的出席人员为 2026 年 5 月 8 日下午上海证券交易所交易结束后，在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司登记在册的本公司股东或其委托代理人；本公司董事和高级管理人员；见证律师。

为保证股东会的严肃性和正常秩序，除上述人员和董事会邀请参会的人员外，公司有权拒绝其他人士入场。

三、出席现场会议的股东（或其授权代表）必须在会议召开前三十分钟到达会场，办理签到登记，应出示以下证件和文件：

1. 法人股东应由法定代表人或者法定代表人委托的代理人出席会议。法定代表人出席会议的，应出示本人身份证、能证明其具有法定代表人资格的有效证明、股东账户卡和有效持股凭证；委托代理人出席会议的，代理人还应出示本人身份证、法人股东单位的法定代表人出具的授权委托书，加盖公章的营业执照复印件。

2. 个人股东亲自出席会议的，应出示本人身份证、持股凭证和股东账户卡；委托代理人出席会议的，代理人应出示本人身份证，授权委托书、委托人身份证复印件、持股凭证和股东账户卡。

四、出席会议人员应当认真履行其法定义务，听从公司工作人员安排。未经公司董事会同意，除公司工作人员外的任何人不得以任何方式进行摄像、录音和拍照。应共同维护好大会正常程序和秩序，否则，大会主持人将依法劝其退场。



# 大商股份有限公司 2025 年年度股东会

## 会议日程

### 一、会议时间、地点及投票方式

- 1、会议时间：2026 年 5 月 15 日
- 2、会议地点：大连市中山区青三街 1 号，公司总部 11 楼
- 3、会议召集人：大商股份有限公司董事会
- 4、会议主持人：董事长吕伟顺先生
- 5、会议召开方式：现场投票与网络投票相结合
- 6、网络投票的系统、起止时期和投票时间

采用上海证券交易所网络投票系统，通过交易系统投票平台的投票时间为股东会召开当日的交易时间段，即 9:15-9:25，9:30-11:30，13:00-15:00；通过互联网投票平台的投票时间为股东会召开当日的 9:15-15:00。

### 二、会议日程：

- 1、参会人员签到、领取会议资料、股东进行发言登记
- 2、主持人宣布会议开始，并宣读股东会会议须知
- 3、主持人宣布出席现场会议的股东人数及所持有的表决权数量
- 4、推举计票、监票成员
- 5、逐项审议会议各项议案

议案一《2025 年年度董事会工作报告》

议案二《2025 年年度报告和年度报告摘要》

议案三《2025 年年度财务报告》

议案四《2025 年年度利润分配预案》

议案五《大商股份有限公司董事及高级管理人员薪酬与考核方案》

议案六《关于确认董事 2025 年度薪酬的议案》

议案七《关于聘请公司 2026 年度审计机构的议案》

议案八《大商股份有限公司日常关联交易的议案》

- 6、公司独立董事做 2025 年度述职报告
- 7、与会股东及股东代理人对各项议案投票表决



- 8、休会，统计表决结果
- 9、复会，宣布会议表决结果、议案通过情况
- 10、签署会议文件
- 11、主持人宣布会议结束



# 大商股份有限公司 2025 年年度股东会 会议议案

## 议案一：《2025 年年度董事会工作报告》

### 一、报告期内公司从事的业务情况

报告期内，公司秉承实体零售的主营业务方向，采取多商号、多业态的经营发展模式，形成了百货、超市连锁、电器连锁为核心的主力业态，与大商天狗网、高端酒店等业务相融合，构筑起独具特色的立体商业发展格局。面对消费市场需求变化、线上渠道分流及行业竞争加剧等多重挑战，公司坚定存量焕新与增量创新的战略方向，以平台升级、商品突破、区域深耕、管理提效为抓手，全面推进经营调整与业态升级，构建兼具品质感与烟火气的商业新生态。

公司旗下 100 多家实体店铺遍布辽宁、黑龙江、河南和山东等地区的核心商圈，实现了广泛的市场覆盖。百货业务积极顺应市场趋势，把握消费者需求变化，全面调整商品结构，持续扩大户外运动、黄金珠宝等高坪效品类的经营面积，并加大对主题餐饮、儿童游乐等体验式业态的投入，引入更具有创新性和吸引力的体验项目，提升门店聚客能力与市场竞争力。超市业务采取在百货店内配套经营或社区内独立经营的策略，灵活应对市场变化，构建精品超市与社区生鲜双线布局，依托提升生鲜直采比例，扩大自有品牌销售份额，逐步强化供应链优势。电器业务坚持差异化运营，通过开设场景化体验店，聚焦高端市场，提供全屋设计的一站式前装服务，提升客单价；积极拓展下沉市场，加速在三四线市场布局。

### 二、报告期内公司所处行业情况

2025 年，全国社会消费品零售总额首次突破 50 万亿元，增长 3.7%，消费对经济增长的贡献率达到 52%，提高了 5 个百分点。全国批发和零售业增加值 14.6 万亿元，同比增长 5.0%，占 GDP 比重为 10.4%，创历史新高。

从零售业看，2025 年全国商品零售额 44.3 万亿元，同比增长 3.8%。限额以上零售业单位中，便利店、超市、专业店、百货店零售额同比分别增长 5.5%、4.3%、2.6%、0.1%，百货店零售额同比仅增长 0.1%，在主要实体零售业态中增速最低、近乎零增长，行业承压特征显著。仓储会员店、集合店、无人值守商店零售额保持两位数增长。

商务部重点监测的全国 78 个步行街、商圈客流量、营业额同比增长 5.2%、4.3%。以旧换新成效显著，国货潮品广受青睐。家电以旧换新累计超 1.92 亿件，手机等数码产品购新超 9100 万部。在政策带动下，2025 年家电、手机市场规模均突破万亿元大关。

（相关数据来源于商务部）



### 三、经营情况讨论与分析

#### （一）财务指标

##### 1、财务指标

2025年，大商股份实现营业收入62.02亿元，同比下降10.75%；净利润5.47亿元，同比下降14.97%；归母净利润4.91亿元，同比下降16.31%；归母扣非净利润4.25亿元，同比下降20.92%。毛利总额25.2亿元，毛利率为40.63%，毛利率较上年同期增加1.02个百分点。

#### （二）经营工作总结

##### 1、百货业态

报告期内实现营业收入14.88亿元，占总营收的23.99%。顺应消费市场变化，公司对百货业态调整业态结构，扩大适销商品品类，有序调减低销低效品牌，不断引入优质新锐品牌，贴合当下消费需求。新玛特佳木斯店、新玛特牡丹江店、千盛百货锦州店等主力门店，通过精准客群定位，店内场景与品牌矩阵同步升级，实现了销售利润双增长。

（1）门店调改，品牌焕新。报告期内，公司累计完成百货门店调改面积31.3万平方米，升级品牌柜位1262个，新引进首店290家。结合门店所处区域市场特点，开展品类结构重组、优质品牌引进、场景营造等系统性调整。不断扩大户外运动品类品牌数量与经营面积，充分发挥首店引流效应，带动了门店客流与销售的增长。

（2）拓展体验，聚客增效。公司携手百胜餐饮、魅KTV等6家优质头部品牌达成战略合作，新开15家区域首店。丰富扩大餐饮、娱乐、体验业态规模，培育消费增长点，拉长顾客到店的停留时间，提高门店客流转化的能力。

##### 2、超市业态

报告期内实现营业收入14.59亿元，占总营收的23.52%。超市业态聚焦民生消费，完善供应链整合与直采能力，优化品类结构与毛利水平，同步升级门店场景、完善线上配送与社群服务，通过精细化运营实现降本增效，顾客复购率达到70%，顾客满意度持续提高。

（1）商品管理。强化核心供应商采购流程与议价机制，严控采购成本。围绕生鲜扩大产地直采规模，提升直采比例，压缩流通环节，从源头保障生鲜商品品质与性价比，提高库存周转效率，降低损耗。增添门店的体验感与烟火气，丰富即食、即烹、即热类便捷食品的开发，其中即食类爆款动销率超过75%，结合区域消费习惯，主打健康、新鲜、高性价比优势。

（2）渠道融合。线上线下一体化发展，深耕即时零售业务。稳固与第三方平台合作，依托自有线上平台与线下门店协同，通过公域引流与私域运营，借助消费大数据明确用户需求，提升商品推荐精准度，订单量提升58%。线下门店为线上订单提供自提及配送服务，提升消费



便捷性。

### 3、电器业态

报告期内实现营业收入 10.36 亿元，占总营收的 16.7%。家电行业处于存量竞争、结构换新、场景融合、体验为王的关键时期，电器业态采用全域营销、政企联动、高端 IP、新媒体运营、厂商协同等方式，促进产品与实景场景深度融合，营造沉浸式消费体验，提高了消费者购物满意度。

(1) 深化品牌合作。持续深化与行业头部品牌战略合作，夯实渠道优势。联动头部品牌开展全国性主推活动 50 场，采用新品品鉴、首发预售、圈层营销、直播带货等方式，完善全流程服务体系，推动高端家电销量稳步提升。

(2) 营销精准触达。开展各级营销活动 105 场，打造 4 场 S 级大型促销，落地品牌共建活动 5573 场、社区渗透活动 128 场，实现目标客群精准触达。整合多方免费宣传资源，全年品牌总曝光量 1660 万+。加快数字化营销转型，搭建“抖音+美团+小红书+私域”全域矩阵，全年发布短视频 221 条。

### 四、报告期内核心竞争力分析

报告期内，公司紧扣高质量发展主线，深化经营改革，不断探索新零售模式，持续加强核心竞争力，具体表现在以下六个方面：

#### (一) 坚持改革创新

公司持续深化全球产供销一体化战略，回归商业本质，打通从源头生产到终端消费的全链路，将经营重心回归到“货”的本质，创造新的生产与消费模式，强化部分商品定价权，通过提升商品力驱动增长，确立在行业变局中的主动权与领先地位。

#### (二) 国内外资源整合

1、国际稀缺商品矩阵。在商品同质化竞争激烈的当下，公司依托控股股东的资源优势与全球采购网络，构建难以复制的商品差异化竞争力，引进一系列全球地理标志性的稀缺商品(如欧盟地标产品、澳洲牧场直供)，为消费者提供国内外稀缺优质的商品，形成公司独有的国际稀缺商品特色。

2、持续自营与直采模式。通过集采分销的经营模式，大力推进单品直采与生鲜基地直供，提高采购效率和成本控制能力，为消费者提供高性价比的优选商品。

#### (三) 全渠道覆盖

1、多业态全渠道覆盖。公司拥有麦凯乐（高端百货）、新玛特（城市综合体）、城市百货、大商超市、大商电器等核心商号，形成“百货+超市+电器”的复合业态矩阵，覆盖高、中、



大众全客层。

2、区域密集布局。在辽宁、黑龙江、河南、山东省店铺多位于城市核心商圈，市场渗透率高，具有显著的区域规模优势。

3、线上线下一体化运营。依托天狗网平台，实现会员体系、商品体系、营销体系、服务体系全面打通，推动线上线下深度融合。

#### **（四）优质自有物业**

公司自有物业占比超过 50%，大多位于城市核心商圈和主要社区，无高额租金压力，运营成本优势明显，抗市场周期波动能力较强，商业不动产价值潜力巨大。

#### **（五）高效运营体系**

积极推进数字化转型与机制创新，实现管理效率与人才结构同步升级。一方面，运用 AI、大数据优化智能管理系统，简化手工流程、降低运营成本。另一方面，实施人才培养计划，持续推进管理团队年轻化、专业化，构建多层次人才梯队，破除传统经营思维束缚，提升战略执行力。

#### **（六）可持续发展与社会责任**

公司在跨区域发展中，始终坚持商业价值与社会价值协同发展，积极履行企业社会责任，不断为店铺所在地创造就业岗位、贡献税收，带动地方商业繁荣。公司积极参与社会公益事业，实现企业与社会共赢，为长期可持续发展营造良好外部环境。

### **五、关于公司未来发展的讨论与分析**

#### **（一）行业格局和趋势**

2026 年中央经济工作会议确定经济工作重点任务，扩内需放在首位，深入实施提振消费专项行动，建设强大国内市场。2026 年政府工作报告中，安排 2500 亿元特别国债支持消费品以旧换新，活跃线下消费、激发下沉市场。

财政部、商务部《关于开展 2026 年现代商贸流通体系试点城市申报工作的通知》，国家明确支持百货、商超等商业设施更新改造，提升消费体验、盘活存量资产；同时支持批发零售企业数字化、智能化转型，布局智能仓储、智慧物流，打造数智供应链平台，推进全链路数据互联互通与供需精准匹配，为实体零售创新升级提供政策与资金支持。

#### **（二）公司发展战略**

公司将激活存量，创造增量，坚守实业化、高回报、零负债原则，推进老店焕新、老店扩建与旗舰项目落地，加速金融资产重组与资本市场布局。推动医药食品、深海水产等业务强势突围，形成内外联动、主业稳固、全球协同的发展新格局。



### （三）经营计划

1、抓住时机开发新店。未来五年，将通过自建、并购重组、管理输出、加盟连锁等方式实施新店开发，计划新开门店 100 家以上，布局大商城市乐园、大商超市、大商电器专业店等主力业态，进一步扩大零售规模。

2、成立大商电器集团公司。组建省域、城域子公司，集中采购、批发零售，收购重组、扩大规模。坚持立足东北、辐射全国的核心拓展方针，采用核心区域加密+潜力市场突破+全国战略布局的三级拓展模式，精准锁定家电消费需求旺盛、商业配套成熟的核心商圈及高潜力县域市场。积极争取竞争对手的优质物业资源，依托区位与品牌优势抢占市场高地。

3、以自有自制为特色，以加盟连锁为主要方式，逐步拓展 N+超市便利店。

4、以存量调改为抓手，扩大销售，提升店铺竞争力。

（1）店铺定位与主要客层。店铺确保定位清晰、客层匹配，找准主力目标客群，对执行不到位的，逐项纠正、补齐完善。

（2）业态组合。结合区域市场情况，提升餐饮、体验、文旅等业态占比。店铺业态比例根据当地实际逐店确定，兼顾客流提升与毛利水平。

（3）商品组合。贴合消费需求变化，不盲目追求品类大而全，对增长向好品类适度扩大规模，对销售下滑品类及时压缩，对发展前景有限品类予以淘汰，保持卖场经营活力。提高高毛利商品比例，重点布局毛利贡献突出的品牌与品类，构建金字塔型品牌结构，以少量头部品牌支撑定位形象，以主力品牌群体贡献核心毛利。强化优势品类经营，集中资源做大做强，形成规模化经营与差异化竞争优势。

（4）空间动线。店铺合理利用空间打造特色场景点位，营造消费氛围，提升打卡传播效应。优化主出入口及主动线设计，保障顾客便捷进入卖场、提升通行效率。完善场内动线布局，消除经营死角，实现商品充分展示、方便顾客选购，保持卖场通透性。

（5）成本管控。持续加强与头部品牌的合作，通过统采方式控制采购成本，拓展经营收益。以经营效益为核心，管控各项费用支出，提高费用使用效率，提升整体盈利水平。

### （四）可能面对的风险

1、市场竞争风险：消费市场复苏未达预期，商品需求疲软，叠加电商平台冲击、行业同质化竞争加剧，将对公司门店销售及盈利水平带来不利影响。

2、门店调改风险：存量门店调改过程中可能出现部分区域营业中断、顾客流失、调改效果不及预期等风险，拖累公司整体业绩增长。

3、成本攀升风险：租金、物流、营销获客成本持续上涨，可能挤压门店利润空间。



请审议。

### 议案二：《2025 年年度报告和年度报告摘要》

根据中国证监会、上海证券交易所信息披露制度中关于年报及年报摘要的规定，公司编制了 2025 年年报正文和年报摘要。年报正文共分八节，包括释义、公司简介和主要财务指标、管理层讨论与分析、公司治理、环境和社会、重要事项、股份变动及股东情况、债券相关情况、财务报告。年报摘要在年报正文基础上缩编并以表格化形式披露。

详见已披露的《大商股份有限公司 2025 年年度报告》及摘要。

请审议。

### 议案三：《2025 年年度财务报告》

公司 2025 年度财务报告已经大华会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并出具了标准无保留意见的审计报告，认为在所有重大方面公允地反映了公司 2025 年 12 月 31 日的财务状况以及 2025 年度的经营成果和现金流量。根据审计报告的审计结果，现将公司 2025 年年度财务情况报告如下：

#### 一、公司资产负债及股东权益状况

##### （一）资产

2025 年末公司资产总额 17,212,388,471.23 元，较年初减少 576,419,040.03 元，下降 3.24%；流动资产 10,368,937,798.16 元，较年初增加 26,893,979.81 元，上升 0.26%。非流动资产 6,843,450,673.07 元，较年初减少 603,313,019.84 元，下降 8.10%。

##### （二）负债

2025 年末公司负债总额 8,008,866,446.81 元，较年初减少 773,254,837.55 元，下降 8.80%；流动负债 5,774,219,032.95 元，较年初减少 157,390,063.41 元，下降 2.65%，非流动负债 2,234,647,413.86 元，较年初减少 615,864,774.14 元，下降 21.61%。

##### （三）股东权益

2025 年末归属于母公司股东权益 8,870,974,853.31 元，较年初增加 174,420,888.44 元，上升 2.01%。

#### 二、公司经营成果

2025 年度公司实现营业收入 6,202,252,802.26 元，同比减少 747,216,398.41 元，下降 10.75%。



费用总额 1,559,895,123.40 元，同比下降 5.20%，其中：销售费用 679,655,294.99 元，同比下降 12.26%；管理费用 796,810,206.13 元，同比上涨 4.73%；财务费用 83,429,622.28 元，同比下降 24.12%。

归属于母公司所有者净利润 490,600,162.44 元，同比下降 16.31%。

### 三、公司现金流量状况

本期经营活动产生现金流量净额 460,594,278.23 元，减少 615,122,611.79 元，主要是本期销售商品、提供劳务收到的现金减少；

本期投资活动产生的现金流量净额-116,893,182.77 元，减少 593,289,915.55 元，主要是投资支付的现金增加；

本期筹资活动产生的现金流量净额-798,554,284.93 元，同比增加 90,382,860.49 元。

### 四、公司主要财务指标情况

2025 年，公司实现基本每股收益 1.42 元，同比下降 16.47%；扣除非经常性损益后的基本每股收益 1.23 元，同比下降 21.15%；加权平均净资产收益率 5.58%，同比减少 1.30 个百分点。

2025 年末，公司资产负债率为 46.53%，较年初 49.37%下降 2.84 个百分点。

请审议。

### **议案四：《2025 年年度利润分配预案》**

经大华会计师事务所（特殊普通合伙）审计，公司 2025 年度实现归属于上市公司股东的净利润 490,600,162.44 元，母公司实现净利润 367,509,719.00 元，提取 10%法定盈余公积 36,750,971.90 元，母公司累计未分配利润 5,515,640,927.86 元。本次利润分配拟向全体股东按每 10 股派发现金红利 10 元（含税），每 10 股送 1 股，不做资本公积转增股本。

截至本公告前，公司总股本 344,357,828 股，以此计算拟派发现金红利 344,357,828.00 元（含税），现金分红比例 70.19%，拟送股 34,435,783 股，本次送股后，总股本增加至 378,793,611 股（最终以中国证券登记结算有限责任公司上海分公司登记结果为准，如有尾差系取整所致）。如在本公告披露之日至实施权益分派股权登记日期间，公司股份发生变动致使参与利润分派的股份总数发生变动，拟维持每股分配（送股）比例不变，相应调整分配（送股）总额。

公司未触及《上海证券交易所股票上市规则》（以下简称《股票上市规则》）规定的可能被实施其他风险警示的情形。

公司将在股东会审议通过《2025 年年度利润分配预案》后，授权公司管理层具体实施。



详见已披露的《大商股份有限公司 2025 年年度利润分配预案的公告》（公告编号 2026—002）。

请审议。

### **议案五：《大商股份有限公司董事及高级管理人员薪酬与考核方案》（2026 年 4 月修订）**

为进一步提升大商股份有限公司（以下简称“公司”）经营管理水平，促进公司持续健康发展，完善公司董事及高级管理人员薪酬管理体系，建立健全有效的激励与约束机制，充分调动履职积极性与创造性，确保公司年度经营目标实现。根据《中华人民共和国公司法》、《上市公司治理准则》等法律法规及《公司章程》相关规定，制定本方案。

#### **一、适用范围**

- 1、董事，是指非独立董事、独立董事、职工代表董事。
- 2、高级管理人员，是指首席执行官、总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书。

#### **二、基本原则**

公司董事及高级管理人员薪酬与考核遵循以下原则：

- 1、坚持以岗位价值与贡献为导向，激励与约束并重，权利与责任对等，利益与风险共担；
- 2、坚持短期激励与长期激励相结合、个人薪酬与公司利益相结合，确保主营业务持续增长，促进公司稳健发展；
- 3、坚持“业绩升薪酬升、业绩降薪酬降、薪随岗动”的绩效挂钩原则；
- 4、坚持先考核、后兑现，公开、公平、公正；
- 5、坚持职务待遇与岗位职责、工作需要相匹配。

#### **三、组织机构**

（一）公司股东会决定董事薪酬，董事会决定高级管理人员薪酬。

（二）公司董事会薪酬与考核委员会在董事会的授权下负责董事及高级管理人员薪酬与考核方案的制定、审查，主要工作为：

- 1、制定公司董事及高级管理人员的薪酬标准与方案；
- 2、根据公司经营业绩对公司董事及高管人员的履职情况进行年度考评；
- 3、对薪酬与考核方案执行情况进行监督。

#### **四、薪酬标准**

（一）薪酬决定机制

- 1、非独立董事：在公司经营管理岗位任职或承担经营管理职能的董事，按照其相应工作



职责和工作内容等领取薪酬，由公司股东会审批；不在公司经营管理岗位任职的董事，公司不予发放薪酬。

- 2、独立董事：实行固定津贴，由公司股东会审批。
- 3、职工代表董事：按照员工薪酬管理有关规定领取薪酬，由公司股东会审批。
- 4、高级管理人员：按照其所担任的管理职务领取薪酬，由公司董事会审批。

#### （二）薪酬构成

董事长、在公司任职的非独立董事及高级管理人员实行年薪制，薪酬、津贴均为税前收入，由公司按照国家规定代扣代缴个人所得税。

- 1、年度薪酬由基础年薪与特别绩效奖励两部分构成。
- 2、基础年薪由月度预支薪酬及绩效年薪构成，绩效年薪占比不低于年薪总额的 50%。
- 3、绩效年薪计算公式为：

绩效年薪=年薪基准×年度绩效考核系数-已发放月份预支薪酬。

#### （三）薪酬考核与发放

##### 1、年薪基准

根据岗位职责不同，董事及高级管理人员年薪基准分不同档级，按全年业绩考核挂钩发放。

##### 2、特别绩效奖励

当公司年度净利润超过目标利润或取得重大管理创新、科技创新、投资取得显著成效、公司获得政府、行业等特别嘉奖的情况下，可获得一定的特别绩效奖励。奖励方案由董事会薪酬与考核委员会制定，经公司董事会批准后实施。

#### （四）薪酬调整

董事会薪酬与考核委员会可以对高级管理人员的年薪标准提出调整建议，经董事会审议通过后生效。

### 五、约束机制

董事及高级管理人员在任职期间发生下列情形之一，公司可以减少或不予发放奖励薪酬或津贴：

- 1、被上海证券交易所公开谴责或认定为不适当人选的；
- 2、因重大违法违规行为被中国证券监督管理委员会予以行政处罚的；
- 3、严重损害公司利益的；
- 4、因个人原因擅自离职、辞职或被解除职务的；
- 5、公司董事会认定严重违反公司有关规定的其他情形。



## 六、其他

- 1、本方案未尽事宜，按国家有关法律法规、规范性文件和《公司章程》等规定执行。
- 2、本方案由公司董事会负责解释。
- 3、本方案自公司股东会审议通过之日起施行。

请审议。

### **议案六：《关于确认董事 2025 年度薪酬的议案》**

2025 年，公司独立董事的薪酬以固定津贴方式发放；非独立董事均按照《公司章程》及《公司董事及高级管理人员薪酬与考核方案》等相关规定领取薪酬。

2025 年度，公司董事薪酬的具体情况，可详见《公司 2025 年年度报告》相应章节的披露内容。

请审议。

### **议案七：《关于聘请公司 2026 年度审计机构的议案》**

大华会计师事务所（特殊普通合伙）具备胜任公司年度审计工作的专业资质与能力。鉴于其在公司 2025 年度财务审计工作中勤勉尽责、恪尽职守，及时与董事会审计委员会、独立董事沟通，确保财务报告独立、客观、准确。为保持公司审计工作的稳定性和持续性，拟续聘大华会计师事务所（特殊普通合伙）为公司 2026 年度审计机构。审计费用 150 万元（其中年报审计费用 120 万元，内控审计费用 30 万元），较上期审计费用增加 0 万元。详情如下：

#### **一、机构信息**

##### **1. 基本信息**

机构名称：大华会计师事务所（特殊普通合伙）

成立日期：2012 年 2 月 9 日成立（由大华会计师事务所有限公司转制为特殊普通合伙企业）

组织形式：特殊普通合伙

注册地址：北京市海淀区西四环中路 16 号院 7 号楼 1101

首席合伙人：杨晨辉

截至 2024 年 12 月 31 日合伙人数量：150 人

截至 2024 年 12 月 31 日注册会计师人数：887 人，其中：签署过证券服务业务审计报告的注册会计师人数：404 人



2024 年度业务总收入：210,734.12 万元

2024 年度审计业务收入：189,880.76 万元

2024 年度证券业务收入：80,472.37 万元

2024 年度上市公司审计客户家数：112

主要行业：制造业、信息传输、软件和信息技术服务业、电力、热力、燃气及水生产和供应业、批发和零售业、建筑业

2024 年度上市公司年报审计收费总额：12,475.47 万元

本公司同行业上市公司审计客户家数：4 家

## 2. 投资者保护能力。

已计提的职业风险基金和已购买的职业保险累计赔偿限额之和超过人民币 7 亿元。职业保险购买符合相关规定。

大华会计师事务所（特殊普通合伙）近三年因执业行为涉诉并承担民事责任的案件为：投资者与奥瑞德光电股份有限公司、大华所证券虚假陈述责任纠纷系列案。大华所作为共同被告，被判决在奥瑞德赔偿范围内承担 5%连带赔偿责任。目前，该系列案大部分生效判决已履行完毕，大华所将积极配合执行法院履行后续生效判决。投资者与东方金钰股份有限公司、大华所证券虚假陈述责任纠纷系列案。大华所作为共同被告，被判决在东方金钰赔偿范围内承担 60%连带赔偿责任。目前，该系列案大部分判决已履行完毕，大华所将积极配合执行法院履行后续生效判决，该系列案赔付总金额很小。投资者与蓝盾信息安全技术股份有限公司、大华所证券虚假陈述责任纠纷系列案，大华所作为共同被告，被判决在蓝盾信息赔偿范围内承担 20%连带赔偿责任，已出判决的案件大华所已全部履行完毕。投资者与致生联发信息技术股份有限公司、大华所证券虚假陈述责任纠纷系列案，大华所作为共同被告，被判决在致生联发赔偿范围内承担 20%连带赔偿责任，已出判决的案件大华所已全部履行完毕。上述案件不影响大华所正常经营，不会对大华所造成重大风险。

## 3. 诚信记录。

大华会计师事务所近三年因执业行为受到刑事处罚 0 次、行政处罚 6 次、监督管理措施 41 次、自律监管措施 7 次、纪律处分 3 次；41 名从业人员近三年因执业行为分别受到刑事处罚 0 次、行政处罚 7 次、监督管理措施 28 次、自律监管措施 4 次、纪律处分 4 次。

## 二、项目信息

### 1. 基本信息



项目合伙人：姓名刘其东，1993年4月成为注册会计师，1996年开始从事上市公司审计，2014年开始在大华所执业，2025年开始为本公司提供审计服务；近三年承做或复核的上市公司和挂牌公司审计报告超过6家次。

签字注册会计师：姓名段晓军，1998年10月成为注册会计师，1995年12月开始从事上市公司审计，2012年1月开始在大华所执业，2024年开始为本公司提供审计服务；近三年签署上市公司审计报告数量1家次。

项目质量控制复核人：姓名周鑫，2007年11月成为注册会计师，2019年1月开始从事上市公司和挂牌公司审计，2013年8月开始在大华所执业，2022年1月开始从事复核工作。近三年承做或复核的上市公司和挂牌公司审计报告12家次。

## 2. 诚信记录

项目合伙人、签字注册会计师、项目质量控制复核人近三年未因执业行为受到刑事处罚，受到证监会及其派出机构、行业主管部门等的行政处罚、监督管理措施，受到证券交易所、行业协会等自律组织的自律监管措施、纪律处分。

## 3. 独立性。

大华会计师事务所（特殊普通合伙）及项目合伙人、签字注册会计师、项目质量控制复核人能够在执行本项目审计工作时保持独立性。

## 三、审计收费

本期审计费用150万元（其中年报审计费用120万元，内控审计费用30万元），系按照大华所提供审计服务所需工作人日数和每个工作人日收费标准收取服务费用。工作人日数根据审计服务的性质、繁简程度等确定；每个工作人日收费标准根据执业人员专业技能水平等分别确定。

上期审计费用150万元（其中年报审计费用120万元，内控审计费用30万元），本期审计费用较上期审计费用增加0万元。

具体内容详见已披露的《大商股份有限公司关于聘请公司2026年度审计机构的公告》（公告编号2026-003）。

请审议。

## **议案八：《大商股份有限公司日常关联交易的议案》**

### 一、2025年度日常关联交易预计和执行情况

经公司第十一届董事会第二十九次会议及2024年年度股东大会审议通过，预计2025年度公



司日常关联交易的额度为人民币16.83亿元左右。2025年度公司实际发生的日常关联交易额度为人民币12.52亿元，其中购买商品或接受劳务人民币8.33亿元，销售商品或提供劳务人民币3.22亿元，委托管理人民币0.02亿元，房屋租赁人民币0.95亿元。

2025年“集进分销”战略销售模式下，公司预计2025年分别与大商集团有限公司、大商投资管理有限公司分别产生2.91亿元左右、2.79亿元左右的集进分销额度（按照净额法确认收入，即营业收入为0，不影响利润等其它主要经营数据）。实际发生额度分别为2.19亿元、2.13亿元。

## 二、预计2026年日常关联交易的基本情况

基于公司2025年与关联方实际发生关联交易情况，并结合公司发展的实际需求，预计2026年公司日常关联交易额度为人民币13.42亿元左右，其中，购买商品和接受劳务预计人民币8.35亿元左右，销售商品和提供劳务预计人民币3.96亿元左右，委托管理人民币0.02亿元左右，房屋租赁人民币1.09亿元左右。在额度范围内，公司可根据业务需要，灵活调配不同关联主体之间的交易额度。

2026年，公司继续推行“集进分销”销售模式。经公司数据分析，公司预计2026年拟分别与大商集团有限公司产生3.20亿元左右、大商投资管理有限公司产生2.20亿元左右的集进分销额度。按照净额法确认收入，即营业收入为0，不影响利润等其它主要经营数据。截至2026年第一季度，公司累计与大商集团有限公司及其所属店铺集进分销金额为0.50亿元、与大商投资管理有限公司及其所属店铺集进分销金额为0.63亿元。

## 三、关联交易主要内容和定价政策

### （一）关联交易主要内容

#### 1. 购买、销售商品及服务

公司已与大商集团有限公司、大商投资管理有限公司等关联方签署了《商品采购配送协议》，交易双方按市场价格确定配送商品价格，结算周期为一个月，具体交易按照协议安排执行。

#### 2. 房屋租赁

公司已与中兴一大连商业大厦、大连大商集团鞍山房地产开发有限公司等关联方签署了《房屋租赁合同》，合同明确约定租赁范围、租期、定金、租金支付、违约责任等主要内容，公司与各关联方均严格按合同约定执行。

#### 3. 委托管理

公司已与大商集团有限公司、大商投资管理有限公司签订《委托经营管理协议》和《劳动用工协议》，支付托管公司的托管费、人员实际发生的人工成本费用。



(二) 定价政策：公司与关联方进行的各项商品销售和采购、委托管理和房屋租赁等关联交易，均按照自愿平等、互惠互利、公平公正的原则进行。

(三) 定价依据：以市场价格为基础，按照同类商品市场价格确定交易价格。

#### 四、关联交易目的及对上市公司的影响

公司关联交易的主要对象是大商集团，其中主体是商品买卖。因解决同业竞争的原因，大商集团将经营多年的零售业务让渡给大商股份，转型为生产性的国际稀缺商品供应商，并将国际稀缺商品的国内批发业务交由大商股份公司经营。大商股份也在此类商品的经营过程中形成了公司独有的国际稀缺商品特色。

上述关联交易有利于利用规模优势，降低营业成本，节约经营费用。公司及关联人在业务、人员、资产、机构、财务等方面保持独立，在日常交易过程中，完全独立决策，不受关联方控制，切实维护公司及全体股东的利益，且关联方公司经营稳健，发展前景良好，履约能力不存在障碍，不存在坏账风险。因此，上述关联交易不会损害公司利益，不影响公司独立性。

具体内容详见已披露的《大商股份有限公司日常关联交易公告》（公告编号 2026—004）。  
请审议。

大商股份有限公司董事会