

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：2026-002

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 <u>（请文字说明其他活动内容）</u>
参与单位名称及人员姓名	华龙证券投资者教育基地、兰州民主东路营业部、兰州酒泉路营业部及 20 名自然人投资者
时间	2026 年 7 月 28 日（星期二）上午 10:00-12:00
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	问题 1：公司未来 3-5 年核心发展战略，是深耕西北本地零售、发力自有资产增值，还是拓展新业务赛道？ 回答：公司深入贯彻国家经营政策导向，聚焦主业发展，专注新零售布局，把握商业发展机遇，存量项目“一店一策”因地制宜落地实施经营重点工作，积极布局新业态新模式，优化公司收入与利润增长点，持续提升公司品牌影响力及核心竞争力。公司亦将发挥企业品牌价值及区位龙头优势，结合地区发展战略，采用轻、重资产相结合的方式，有计划、有重点地扩张拓展，持续扩大零售连锁发展增量规模，实现零售主业态高质高效发展。 问题 2：面对消费降级、居民消费意愿偏弱大环境，公司对冲行业周期的核心策略是什么？ 回答：公司立足门店定位，基于市场调研与空间规划，锁定客群需求的优质品牌，构建涵盖时尚餐饮、网红文化、圈层

	社交、智能家居、文化潮玩等多元业态矩阵，升级场景体验，构建消费新范式。打破传统百货“重零售、轻体验”的运营模式，通过“首店经济+体验业态+主题空间”的组合策略，为消费者提供更加多元缤纷的消费体验，更好地满足消费者个性化、多层次、品质化的消费需求。 问题 3：线上电商持续分流线下客流，目前线上渠道营收占比多少，线上线下融合有哪些成熟落地举措？ 回答：2025 年，国芳百货线上商城入驻商家 662 家，累计访问人数达 518 万人次，成交单数 71,503 笔，线上交易额（GMV）实现 7,692 万元，占线上线下交易总额的 4%。公司通过统一数据中台实现线上线下库存、订单、会员数据的实时同步；消费者可线上下单、线下自提，也可线下体验、线上下单，会员积分与优惠权益全域通用，打造无缝衔接的消费体验，实现线上线下一体化的场景融合。 问题 4：门店会员体系目前活跃度怎么样，公司会推出哪些会员专属活动提升复购和粘性？ 回答：公司通过会员画像、目标定位，筛选出活动客群、商品及策略，制定营销活动实现差异化营销，保证会员专项服务体验，同时为会员准备专属权益，如生日礼金、私享沙龙活动、停车礼遇、专属客服顾问等权益，并建立区域会员社群，定期推送搭配技巧、新品预告与专属活动等以提升会员复购率及粘性。 问题 5：从长期发展角度，管理层对公司未来两三年的业绩增长预期如何，有哪些核心抓手？ 回答：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、全渠道运营、数字化建设、团队培养、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，保持健康发展态势，为员工、顾客及股东创造更多价值。 问题 6：针对当下大众理性消费趋势，公司超市、百货分别
--	--

	采取哪些调整手段提升客流与客单价？ 回答：针对当下大众理性消费趋势，公司超市业态将以“商品力+场景力+服务力”重塑线下价值，通过极致精选的商品矩阵、沉浸式的烟火气场景以及有温度可感知的全业态全场景服务，实现顾客体验及经营效益的全面提升；百货业态将通过“数字化+内容化”重建“人与场”的深度连接，借助数字化工具精准洞察会员需求，用专属服务和圈层活动提升单客价值，同时通过内容运营将卖场空间转变为社交场和打卡点，吸引顾客到店并延长停留时间；超市业态通过自营自采业务优化商品丰富度，引入网红商品、劲爆特价商品带动顾客购买欲望，通过常态化会员日，塑造更为实惠的平价优质商业口碑，充分满足老客新客的消费服务需求。 问题 7：面对区域内同行竞争，公司区别于其他商超百货的长期核心竞争优势是什么？ 回答：作为甘、青、宁三省区的区域性头部连锁零售企业，公司熟悉当地消费习惯和消费需求，在多年的经营中占据了优越的经营网点，夯实了差异化业态组合，培育了众多忠实客户，在区域内取得了一定的竞争优势，其中甘肃地区百货购物中心业态经营表现较为积极，受益于公司核心门店调改升级，以首店和旗舰店的业态矩阵与丰富体验感的商业场景重构形成强劲差异化竞争力。
附件清单（如有）	无
日期	2026 年 7 月 28 日