证券代码:600859 证券简称:王府井 编号:临2026-046

王府井集团股份有限公司关于2025年年度报告的信息披露监管问询函的回复公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

王府井集团股份有限公司(以下简称“公司”)于近期收到上海证券交易所《关于王府井集团股份有限公司2025年年度报告的信息披露监管问询函》(上证公函【2026】1145号)(以下简称“《问询函》”),根据《问询函》要求,公司对2025年年度报告相关事项进行回复并补充披露如下:

一、关于经营业绩亏损。年报显示,2025年公司实现营业收入101.50亿元,同比下降10.74%,实现归母净利润-0.40亿元、扣非归母净利润-1.57亿元,较去年同期均由盈转亏。2025年第四季度,公司实现归母净利润-1.64亿元、扣非归母净利润-1.86亿元,亏损幅度较大。整体来看,公司除奥特莱斯业态外,其他业态营业收入均呈下滑态势,其中,百货、购物中心、奥特莱斯、专业店、免税业务分别实现营业收入37.18亿元、23.86亿元、23.74亿元、13.88亿元、2.36亿元,同比变动-13.49%、-19.67%、4.47%、-4.51%、-5.26%;毛利率分别为31.20%、35.77%、64.47%、10.23%、19.38%,同比变动-2.39%、-7.81%、1.53%、-0.10%、0.63%。

请公司:(1)结合各个业务板块所处市场环境变化、行业竞争格局、同行业可比公司经营情况、主要客户和消费结构等,分业态、地区列示近三年一期公司各项业务的具体经营情况,说明报告期公司营业收入同比下滑的原因及合理性;(2)说明各业态板块毛利率水平是否与同行业可比公司存在显著差异,如是请说明具体原因及合理性,结合各地区主要业态类型、销售模式、业务开展情况、主要客户和供应商等,说明各地区毛利率存在差异的原因及合理性;(3)结合近三年一期公司各业态新增门店及存量主要门店的具体经营情况、期间费用、减值计提、可比公司经营业绩等,说明公司近三年归母净利润及扣非归母净利润持续大幅下滑、2025年由盈转亏的原因及合理性,2025年第四季度大额亏损的具体原因,公司拟采取的业绩改善措施。

公司回复:

(一)结合各个业务板块所处市场环境变化、行业竞争格局、同行业可比公司经营情况、主要客户和消费结构等,分业态、地区列示近三年一期公司各项业务的具体经营情况,说明报告期公司营业收入同比下滑的原因及合理性;

2023至2025年国内消费市场整体呈现弱复苏态势,居民消费意愿、购买力回升节奏不及预期,服饰、美妆等可选消费线下需求持续收缩。线下实体零售长期处于高度竞争周期,叠加线上持续分流线下到店客流,整体行业竞争持续白热化。行业业态分化特征十分显著,奥莱依托质价比定位具备较强经营韧性,购物中心呈现结构性分化特征,传统百货客流持续萎缩,免税处于市场集中阶段,新进入者需要长期培育。2026年一季度国内消费市场整体平稳运行,但可选消费需求依旧偏弱,线下零售行业存量竞争格局未发生实质性改变。

公司主要客户为个人消费者,从消费结构看,分为商品零售和服务零售,其中商品零售涵盖运动、服装、珠宝、化妆、数码等,服务零售涵盖餐饮、儿童体验、娱乐休闲等,公司主要供应商为各零售品牌商和服务商。为顺应消费市场发展趋势,公司主动实施战略转型与结构优化,持续推进业态迭代升级、存量门店提质改造。近三年,公司关停低效百货门店5家,完成10家传统百货门店业态转型;同步拓展优质新型业态,新增奥莱门店2家、购物中心9家、离岛免税奥莱1家,布局市内及机场免税店4家。

经过持续门店调整与业态重构,公司购入结构实现显著优化:奥莱业务营收占比由2022年末13%提升至2025年末22%,购物中心业务营收占比自2022年末19%升至2025年末22%;传统百货业务营收占比由49%回落至34%。免税业务尚处于培育拓展阶段,截至2025年末营收占比为2.2%。业态多元化布局有效对冲传统百货行业下行压力,缓释了单一业态经营风险。

1.百货业态

1.1总体行业情况

2025年我国社会消费品零售总额同比增长3.7%,CPI同比持平,消费市场稳步恢复但根基尚待巩固;线下零售分化显著,便利店、超市增速分别达5.5%和4.3%,而传统百货仅增长0.1%,复苏明显滞后。从近三年百货业态走势波动看,2023年阶段性回暖增长8.8%,2024年回落至负2.4%,2025年进一步放缓至0.1%,表现弱于整体消费及其他线下渠道;据中国百货商业协会指数,大型百货营收自2023年第四季度持续下行,较2018年高点累计下滑36.3%,净利润指数降幅更大,且自2025年第四季度首次出现行业性亏损,为1995年以来首次,转型压力凸显。

1.2行业竞争格局

从行业整体表现来看,营业收入与毛利率呈现一定幅度的调整,反映出当前商品消费动能的阶段性转换。进一步观察,行业所面临的不仅是收入端的增速放缓,更涉及成本与需求两侧的结构性变化。在成本端,物业租金及水电能耗等固定支出因其调整周期较长,降本节奏未能与收入同步,短期内对利润空间形成一定挤压;在需求端,消费行为向线上迁移趋势延续,购物中心体验业态的分流效应亦在持续,传统百货的客流结构正经历重塑。与此同时,消费者愈发理性,对标准化商品的价格关注度上升,冲动性消费减少,也促使行业加速商品力和服务力的升级。针对消费行为的变化,行业主动拥抱线上线下一体化,并加大体验式业态的布局力度,以重塑实体空间的独特价值。在此背景下,业内各企业纷纷推进场景革命、IP打造、渠道融合、数字化建设、成本费用优化等多维度举措,力求通过结构性调整构建新的竞争优势。目前,全行业正积极推动数字化赋能与场景化再造,但整体行业仍处于新旧动能转换的探索期,需持续投入以培育新增长点。

1.3同行业公司百货业态经营情况

(1)营业收入情况

对比同行业公司情况,2023年受上年基数较低影响,行业普遍小幅增长,但考虑到上年特殊因素,实际行业已呈现走弱态势,2024-2025年行业整体进一步下行,营收承压具备行业共性。鉴于公司百货业态体量较大,受外部消费环境、主动关停低效门店、持续推进门店业态迭代、经营内容调整等多重因素叠加影响,全店收入下滑幅度略高于可比同行,同店口径下,公司经营表现与行业整体趋势保持一致。上述举措系公司顺应行业发展趋势作出的战略布局:通过主动出清亏损资产、优化业态布局、深耕存量门店提质增效,短期需承受闭店及业态调整带来的营业收入收缩与阶段性成本压力;长期来看,既能剔离持续亏损业务、压降常态化固定成本,转型后的体验业态亦贴合当前消费需求,门店经营收益有望逐步修复,同时有效降低传统百货模式大力投入。待门店成本费用体系与全新业务结构适配完成后,百货板块整体盈利水平将得到稳固支撑,助力公司中长期经营业绩平稳向好,契合零售行业转型发展的市场客观趋势。

同行业公司百货业务三年一期营业收入情况								单位:亿元
公司	2023年		2024年		2025年		2026年1-3月	
	营收	同比	营收	同比	营收	同比	营收	同比
本公司-百货	56.09	6%	42.57	-15%	37.18	-13%	9.89	-12%
本公司-百货同店	-	6%	-	-15%	-	-9%	-	-7%
天虹股份-百货	22.6	3%	20.46	-10%	18.65	-9%	4.75	-8%
大商股份-百货	18.39	2%	16.24	-12%	14.88	-8%	4.45	-10%

注:①面对行业环境变化,公司主动实施门店优化调整,近年门店变动较多。为客观反映原有存量门店经营表现,存量百货同比指标剔除了相邻比较期内所有门店变化带来的影响,以便更客观反映存量门店经营表现。

②数据来源:各公司历年年度报告及2026年第一季度报告

同行业公司百货业务三年一期门店变动情况								
公司	2023年		2024年		2025年		2026年1-3月	
	门店数量同比(个)	建筑面积同比	门店数量同比(个)	建筑面积同比	门店数量同比(个)	建筑面积同比	门店数量同比(个)	
本公司-百货	-5	-9.6%	-6	-20.0%	-4	-8.6%	0	
天虹股份-百货	-3	-	-1	1.1%	-5	-7.2%	-1	
大商股份-百货	-2	8.2%	-5	-5.0%	-1	-2.8%	-	

注:①门店变动合计包含当期新开、闭店及跨业态转型门店数量,上述门店变动事项将对本期及后续各年度分业态营业收入产生持续影响。

②由于门店业态转型不改变合并范围,本公司披露的业态同比数据仅统计新开、闭店影响,剔除跨业态门店转型数据扰动。

③自2023年起,公司所属门店面积统计口径由经营建筑面积改为建筑面积,表中2023年建筑面积同比数据为剔除不可比因素后的可比数据。

④数据来源:各公司历年年度报告及2026年第一季度报告

(2)营业成本和毛利率情况

新收入准则和新租赁准则下,单个商业项目毛利率受供应商合作模式与物业获取方式双重影响,不同组合下成本结构差异较大,叠加各家公司营业成本核算口径不同,不具备直接横向对比条件,仅围绕营业成本、毛利率同比变动趋势开展对标分析。

结合下表同业对标数据可见,公司百货业务营业成本、毛利率变动趋势与行业整体走向契合,成本管控、盈利波动均贴合行业共性运行特征,经营走势平稳,无脱离行业常态的异常波动。

同行业公司百货业务2025年营业成本和毛利率同比情况		
公司名称	营业成本同比	毛利率同比
本公司-百货	-10.38%	-2.39%
本公司-存量百货	-6.13%	-1.01%
大商股份-百货	-5.36%	-1.66%

注:①数据来源:各公司2025年度年报

②由于部分同行业可比公司未单独披露百货业态营业成本和毛利率数据,无法对比。

1.4公司近三年一期百货业态营业收入及成本情况

受消费市场结构分化、公司主动关闭低效门店、业态迭代、经营内容调整等多重因素作用,公司百货板块营业收入有所回落。与此同时,物业租赁成本、装修调改、摊销等固定成本具备刚性特征,使得成本端收缩幅度不及收入端,本业态毛利率同比有所承压。但可以看到,随着“一店一策”调改的见效落地,公司百货业态营业收入及毛利率的降幅呈现收窄态势,这也反映出调改方向与市场需求之间的适配度不断提升,结构性改善的正面效应正逐步显现。

公司近三年一期百货业态营业收入及成本情况								单位:亿元
报告期	营业收入			毛利率			闭店数量(个)	转型门店数量(个)
	金额	同比	同店同比	%	同比(百分点)	同店同比(百分点)		
2023年	56.09	6%	6%	36.44	5	5	0	-5
2024年	42.57	-15%	-15%	33.68	-2	-2	-1	-5
2025年	37.18	-13%	-9%	31.2	-2	-1	-4	0
2026年1-3月	9.89	-12%	-7%	29.92	-0.2	-0.3	0	0

注:①由于门店业态转型不改变合并范围,上表披露的业态同比仅涵盖新开、闭店影响,剔除跨业态门店转型数据扰动。

②同店同比为剔除相邻比较期内所有门店变化后的同比数据,即剔除新开、闭店、跨业态门店转型影响后的数据。

新开店情况:公司调整发展战略,2017年以后已停止新增百货门店。

2.奥特莱斯业态

2.1行业总体情况

近年来,奥莱业态凭借其“大品牌、小价格”的独特定位,展现出较强的抗周期韧性。在消费分级背景下,中产阶层既追求品牌品质又对价格敏感,奥莱“名品折扣”的核心价值与消费者对“质价比”的追求高度契合,使其成为高频消费目的地。同时,奥莱的业态组合已从单一的折扣卖场向微度假目的地升级,持续加大餐饮、亲子、娱乐等体验业态配比,结合开放式街区、文旅景观等设计,吸引家庭客群停留并延长消费时间,但随着项目运营商加速下沉至二三线城市,奥莱项目的区域竞争已进入白热化阶段,品牌资源争夺日趋激烈,国际一线品牌的奥莱渠道配货有限,拥有较强品牌认价能力的企业在竞争中更具优势。2023年至2025年,全国在营奥莱项目由239个增至265个,销售规模从约2300亿元升至2480亿元,年增速分别为9.5%、4.5%、3.8%,行业正由高速扩张转向高质量发展。(数据来源:中国百货商业协会)

2.2行业竞争格局以及同行业公司经营情况

2025年奥莱市场稳步增长,头部集团企业业绩突出,集中度持续提升。国内六大奥莱集团以约88个项目占总量三分之一,贡献近三分之二销售;当年新开14家项目中,六大集团占4家,占比近三分之一。

上述变化趋势与公司奥莱业态发展高度一致。从增长态势看,公司奥莱业态营收持续保持正增长,在整体消费市场承压、公司其他业态普遍下滑的背景下,奥莱已成为公司业绩的重要支撑;从行业地位看,公司在奥莱赛道的品牌资源积累和运营能力已形成先发优势,行业头部集聚效应进一步巩固了公司的市场竞争力。与此同时,随着行业从规模扩张转向存量深耕、区域竞争日趋微烈,公司奥莱业务亦面临增速放缓的客观压力,竞争加剧对品牌招商、运营效率提出更高要求,但对标行业趋势,公司奥莱业态中长期稳健发展的基本面未发生重大变化。

公司奥莱业务布局名品奥莱、城市奥莱两大产品线。其中城市奥莱多由存量百货门店迭代升级而来,营收波动特征、毛利率表现与传统百货业务较为接近。此外同样由于各市场主体成本核算口径、物业取得方式(自持或租赁)、以及门店经营所处阶段(成长期或成熟期)各不相同,可比公司之间营业收入和毛利率的绝对数值存在差异。在充分覆盖上述因素后,对比同业对标数据,公司奥莱营收、毛利率变动趋势与行业水平基本同步,无显著差异。鉴于物业取得方式对毛利率及费用结构产生较大影响,为了更真实地反映运营效率,公司单独列示了自持奥莱门店相关经营数据。

同行业公司奥特莱斯业务三年一期营业收入情况								单位:亿元
公司/项目名称	2023年		2024年		2025年		2026年1-3月	
	营收	同比	营收	同比	营收	同比	营收	同比
本公司-奥莱	20.34	35%	22.72	6%	23.74	4%	6.82	9%
本公司-自持奥莱	10.47	32%	10.88	4%	11.74	8%	3.35	12%
百联股份-奥莱	13.69	42%	15.17	0%	16.03	6%	4.93	15%

注:①由于门店业态转型不改变合并范围,上表披露的业态同比仅涵盖新开、闭店影响,剔除跨业态门店转型数据扰动。

②数据来源:各公司历年年度报告、2026年第一季度报告。

同行业公司奥特莱斯业务2025年毛利率同比情况		
公司/项目名称	毛利率	同比(百分点)
本公司-奥莱	64.47%	1.53
本公司-自持奥莱	75.83%	1.78
百联股份-奥莱	79.49%	1.43
首创奥莱-武汉项目	52.09%	-1.67
首创奥莱-济南项目	51.42%	1.34

注:①本公司奥莱营业成本中包含折旧/租赁成本。

②数据来源:各公司2025年报。

2.3公司奥莱业态三年一期经营情况

近年来,公司旗下奥莱业态在发挥高质价比优势的同时,持续提升核心商品竞争力,打造多元消费场景,营业收入持续增长,已成为公司业绩构成的基石。

公司奥莱业态三年一期经营情况									单位:亿元
报告期	营业收入		营业成本		毛利率		开店数量(个)	转型门店数量(个)	续约门店数量(个)
	金额	同比(%)	金额	同比(%)	(%)	同比			
2023年	20.34	35%	6.36	15%	68.72	5.49	1	1(-1)	0
2024年	22.72	6%	8.4	11%	63.03	-1.74	-1	2	0
2025年	23.74	4%	8.43	0.4%	64.47	1.53	1	0	1
2026年1-3月	6.82	9%	2.17	9%	68.14	-0.07	0	0	0

注:由于门店业态转型不改变合并范围,上表披露的业态同比仅涵盖新开、闭店影响,剔除跨业态门店转型数据扰动。

新开店经营情况:截至2026年3月末,公司免税板块累计新增门店5家,包含1家离岛免税奥莱店、2家机场免税店(哈尔滨机场免税店、首都机场T2航站楼免税店)、2家市内免税店(武汉市内免税店、长沙市内免税店),各门店现阶段均处于市场培育阶段。其中2025年下半年新设2家市内免税店、2026年2月开业的首都机场免税店,运营周期均不足完整年度。公司免税整体业务尚处于前期培育阶段。2026年上半年增门店合计专揽1.31亿元(该金额为门店整体合并核算口径,未对万宁店免税、奥莱业务数据做拆分)。

5.专业店业态

公司专业店业务包含两大核心板块:潮奢买手集合店,由旗下子公司睿锦尚品运营;国际运动品牌代理业务,由旗下子公司法雅商贸运营。2023年以来行业呈现“先修复回暖、后持续承压”的走势,潮奢需求走弱、运动品牌库存与毛利承压。面对行业由规模扩张转入精细化运营的新阶段,公司主动关停低效门店、压降运营成本并收缩潮奢资源投入,上述结构性调整客观上致使专业店业务板块整体营收规模阶段性回落。目前专业店业态中,暂无与公司在业务模式、财务口径等方面均高度可比的企业,难以获取有效的同业数据,暂不具备对标分析的条件。

从经营数据来看,2023年依托上年低基数、线下消费复苏及潮奢业务阶段性回暖,公司专业店板块收入同比增长35%。2024-2025年,板块营收持续下滑,为维持经营稳健、盘活存量资产,公司实施积极去库存策略,加大促销让利力度,致使板块毛利率同比出现明显回落。

公司专业店业务三年一期经营情况								单位:亿元
报告期	营业收入		营业成本		毛利率		门店数量变化(个)	
	金额	同比(%)	金额	同比(%)	毛利率(%)	同比		
2023年	15.09	16%	12.83	15%	14.99	0.71	?16	
2024年	14.54	-4%	13.04	2%	10.33	-4.66	?8	
2025年	13.88	-5%	12.46	-4%	10.23	-0.1	?25	
2026年第一季度	3.96	1%	3.71	8%	5.98	-6.77	-7	

注:一季度毛利率变年度返利时间影响产生差异。

6.公司主营业务收入分地区情况

公司旗下各地区营收表现分化,与当地门店业态结构、门店优化调整数量直接相关。

(1)华北、西南、华中区域百货门店及百货转型门店存量多、业态占比偏高,是营收降幅扩大的核心原因。其中华北、华中地区叠加门店关停因素,收入下滑幅度高于其余区域。2025年和2026年第一季度华北区域营收降幅较大,主要系2025年一季度集中关闭3家门店所致。西南地区主要源于区域内百货店转型存在较大压力。

(2)西北区域营收同样承压,也主要受百货门店经营及门店闭店双重拖累,但该区域标准奥莱布局占比高,且原有百货门店转型成效较好,有效对冲下行压力,整体营收降幅相对可控。

(3)华东区域营收下滑主要源于专业店业务规模收缩,对区域营收影响较大;区域内新增购物中心为轻资产合作项目,项目培育阶段贡献规模有限,难以对冲专业店业务形成的收入缺口。

(4)东北区域营收实现增长,核心得益于区域内仅布局2家名品奥莱和1家标准购物中心,两类业态在当前市场环境下经营表现良好。

公司分地区营业收入变化情况									单位:亿元
区域	2023年		2024年		2025年		2026年1-3月		
	营业收入	同比	营业收入	同比	营业收入	同比	营业收入	同比	
华北	67.84	17%	61.74	-9%	51.20	-17%	14.35	-10%	
西南	27.20	4%	23.00	-15%	20.48	-11%	5.52	-4%	
西北	13.43	13%	12.34	-8%	11.48	-7%	3.11	-5%	
华中	9.67	4%	8.46	-13%	7.50	-11%	2.04	-3%	
华东	6.33	29%	6.18	-2%	5.95	-4%	1.55	-5%	
东北	4.58	34%	5.05	10%	5.46	8%	1.45	15%	
华南	2.87	不适用	3.94	38%	4.20	7%	1.87	19%	

注:华南区域合计布局3家门店,其中佛山紫薇港购物中心属合营项目,营收不予合并核算;剩余2家门店均位于海南,且均于 2023 年内新设开业,致使 2023 年度区域营业收入不具备同比可比性。

公司分地区门店业态布局情况						
区域	业态	2023年	2024年	2025年	2026年1-3月	
华北	百货门店	12	11	9	9	
	奥莱门店	8	8	9	9	
	购物中心门店	7	8	8	8	
	免税店铺	-	-	-	1	
	合计	27	27	26	27	
西南	百货门店	7	6	5	5	
	奥莱门店	2	1	1	1	
	购物中心门店	11	14	15	15	
	免税店铺	-	-	-	-	
	合计	20	21	21	21	
西北	百货门店	7	5	4	4	
	奥莱门店	3	4	4	4	
	购物中心门店	3	4	4	4	
	免税店铺	-	-	-	-	
	合计	13	13	12	12	
华中	百货门店	5	3	3	3	
	奥莱门店	2	3	3	3	
	购物中心门店	3	3	3	3	
	免税店铺	-	-	2	2	
	合计	10	9	11	11	
华东	百货门店	-	-	-	-	
	奥莱门店	-	-	-	-	
	购物中心门店	2	4	4	4	
	免税店铺	-	-	-	-	
	合计	2	4	4	4	
东北	百货门店	-	-	-	-	
	奥莱门店	2	2	2	2	
	购物中心门店	1	1	1	1	
	免税店铺	-	-	1	1	
	合计	3	3	4	4	
华南	百货门店	-	-	-	-	
	奥莱门店	-	-	-	-	
	购物中心门店	2	2	2	2	
	免税门店	1	1	1	1	
	合计	3	3	3	3	

注:为完整列示各区域全部经营业态,本表所列门店除大型零售门店外,另含 4 家免税店铺,与公司定期报告、经营数据公告中披露的大型零售门店清单口径存在差异。

7.2025年度公司营业收入同比下滑的原因

综上所述,2025年度公司营业收入同比下滑,系外部消费环境承压、行业深度调整、公司业态转型阵痛、门店优化调整及新业态尚处培育期等多重内外因素叠加导致。2025年国内消费市场呈弱复苏态势,居民消费意愿与消费力修复不及预期,公司门店客单价同比下降,叠加区域竞争加剧、客流持续分流,同店销售承压。在此背景下,公司正由传统百货向多业态协同转型,新旧业态贡献存在阶段性错配。奥莱业态稳健增长,但体量尚不足以弥补传统业态缺口;百货受硬件、空间等制约,调改需以时间换空间,北京友谊商店转型“友谊花园”、西安王府井购物中心调改虽已取得显著成效,但百货业态存量体量较大,完成调改尚需时日,持续拖累整体营收;购物中心受关停及租金结构调整影响阶段性承压;免税尚处起步阶段,收入贡献有限。与此同时,主动关停低效门店及核心门店停业重装形成短期收入缺口,新增门店尚处培育爬坡期,暂无法弥补关停损失。

综合上述多重因素,公司2025年营收同比下行,经营走势与以百货为主营的同业上市公司变动趋势相符,契合线下零售行业整体承压、各业态加速分化的行业大环境。

(2)请问公司业态板块毛利率水平是否与同行业可比公司存在显著差异,如是请说明具体原因及合理性,结合各地区主要业态类型、销售模式、业务开展情况、主要客户和供应商等,说明各地区毛利率存在差异的原因及合理性;

1.公司各业态毛利率水平分析及主要客户和供应商情况详见上述第(一)部分中各业态分析。

2.公司各地区毛利率差异较大,同样主要是源于地区间门店经营业态存在较大差异,具体如下:

(1)华北、西南、华中地区——传统百货转型阵痛,门店关闭影响持续

华北、西南、华中地区毛利率水平与区域内多种业态组合情况相匹配。近几年,公司因租赁合同到期停止经营多家北京地区百货门店,叠加西单商场停业改建等因素,导致营收规模收缩,但固定成本仍需承担,短期内对拉低了区域毛利率。2026年第一季度,区域内新增机场免税项目,项目起步期收入尚未释放,租金等固定成本保持刚性,进一步影响区域毛利率下降。此外,华北地区传统百货业态运作临电商冲击和消费分流,公司积极开设标准奥特莱斯、购物中心等优质业态,并推进“一店一策”调改,转型效果尚需时间释放。西南区域和华中区域则主要是受周边新增大型商业体客流分流冲击,门店营收持续下滑;门店通过多类促销活动引流,叠加租金、装修摊销等刚性固定成本,区域毛利率持续承压下行。

(2)华东地区——业态结构影响

华东区域毛利率显著低于公司整体平均水平,核心系区域业态结构所致(详见上述第(一)部分中分地区营收分析)。该区域营收主要来源于专业店板块中的睿锦尚品,而专业店本身毛利率偏低,拉低区域综合毛利率。

(3)东北地区——奥莱业态主导,低成本结构支撑

东北地区毛利率高达73.42%,大幅领先其他区域,核心驱动因素在于业态结构优化及成本优势。该区域仅有3家门店(2家奥特莱斯、1家购物中心),奥特莱斯门店销售均实现较好增长,带动区域营业收入同比上升,奥特莱斯业态本身具有较高毛利率特征,加之区域内门店多为自有物业,有效规避了租金成本压力,显著降低了营业成本。

(4)西北地区——稳健运营,成本管控得当

西北地区毛利率提升至43.50%,主要得益于成本降幅大于收入降幅。尽管该区域营业收入同比下降,但营业成本降幅更为显著,体现出门店运营效率的提升。西北地区门店通过“一店一策”调改优化品牌组合,提升高毛利品类占比,叠加区域内奥特莱斯业态的稳健表现,为区域毛利提供了有效支撑。

(5)华南地区——培育期拖累,成本刚性突出

华南是公司现阶段唯一连续亏损的区域,板块毛利率承压为负。主要源于旗下王府井海垦购物中心尚在市场培育周期,各项刚性成本居高不下。尽管区域整体营收保持增长,但营收体量与增长幅度有限,难以对冲持续发生的经营成本。海垦项目营收增长偏弱,前期装修投入叠加租金、人力等固定开支持续列支,进而出现营收增长但利润持续承压的情况。

公司分地区毛利率变化情况						单位:亿元
地区	指标	2023年	2024年	2025年	2026年1-3月	
华北	营业收入	67.84	61.74	51.20	14.35	
	毛利率	39.24%	39.25%	37.97%	32.57%	
西南	营业收入	27.20	23.00	20.48	5.52	
	毛利率	41.33%	38.85%	37.45%	36.51%	
西北	营业收入	13.43	12.34	11.48	3.11	
	毛利率	39.72%	41.41%	43.50%	47.46%	
华中	营业收入	9.67	8.46	7.50	2.04	
	毛利率	43.55%	43.24%	41.28%	43.31%	
华东	营业收入	6.33	6.18	5.95	1.55	
	毛利率	12.58%	7.59%	8.10%	6.69%	
东北	营业收入	4.58	5.05	5.46	1.45	
	毛利率	67.16%	72.55%	73.42%	70.81%	
华南	营业收入	2.87	3.94	4.20	1.87	
	毛利率	-1.32%	-9.15%	-12.46%	6.85%	

(三)结合近三年一期公司各业态新增门店及存量主要门店的具体经营情况、期间费用、减值计提、可比公司经营业绩等,说明公司近三年归母净利润及扣非归母净利润持续大幅下滑、2025年由盈转亏的原因及合理性,2025年第四季度大额亏损的具体原因,公司拟采取的业绩改善措施。

1.总体情况概述

2023年至2025年,受宏观环境、消费场景迭代及传统百货行业结构性调整等外部环境影响,公司有序开展门店结构优化工作,营收阶段性承压。公司持续推进多业态协同转型布局,新业态新门店仍处在培育期,前期有所投入,经营效益有待逐步释放;叠加零售行业刚性成本削减的时间性特点,降本增效工作持续推进、成效逐步落地;此外公司2025年按照企业会计准则计提商誉减值准备,上述多重因素共同影响公司阶段性经营业绩。

近三年公司归母净利润和扣非归母净利润的下滑主要由于毛利额的下降,2024年毛利额较2023年下降5.47亿元,2025年毛利额较2024年下降6.27亿元,导致公司净利润呈现大幅下降趋势。结合前述答复第(一)和第(二)部分,百货业态门店收入的快速下滑是公司近年来利润下滑最主要的影响因素,此外2025年随着公司免税业态的战略布局以及购物中心迭代影响利润出现下滑。2026年一季度合并净利润同比提升、归母净利润同比回落,但扣除非经常性损益后归母净利润同比实现增长,主要原因是本期降本增效落地见效,期间费用降幅高于毛利额降幅,主营业务盈利基础持续夯实。

由于行业特性,期间费用核心由门店租金、人工薪酬、商场物业、水电能耗、广告宣传费构成,刚性较强,降本空间有限,但公司积极推动各项降费措施并提升人力资源效率,人工成本、广告业务费、修理费、折旧费等支出减少,期间费用2023年至2025年呈现下降趋势,在2026年一季度大幅下降,缓冲了利润的下降趋势。

资产减值损失呈现上涨趋势,进一步降低了利润空间,2025年的商誉减值主要是由于春天贵阳资产组的所属业态盈利持续不及预期,基于谨慎性计提减值,属于传统零售下行周期典型特征,具体分析详见下文中关于商誉减值的有关内容。2026年一季度资产减值损失规模较小但同比有所增加,主要系本期计提存货跌价准备所致。

单位:亿元

项目	2023年	2024年	同比	2025年	同比	2026年1-3月	同比
营业收入	122.24	113.72	-6.97%	101.50	-10.74%	28.10	-5.86%
营业成本	71.10	68.05	-4.30%	62.10	-8.74%	17.78	-1.95%
毛利额	51.14	45.67	-10.70%	39.40	-13.73%	10.32	-11.91%
期间费用	36.29	35.91	-1.03%	34.15	-4.92%	8.38	-15.63%
资产减值损失	-0.31	-0.41	31.49%	-1.04	154.09%	-0.03	468.60%
利润总额	12.08	6.43	-46.76%	2.81	-56.34%	1.47	17.29%
净利润	7.60	2.57	-66.23%	-0.10	不适用	0.66	21.11%
归母净利润	7.09	2.69	-62.14%	-0.40	不适用	0.52	-7.19%
扣非归母净利润	6.36	2.96	-53.49%	-1.57	不适用	0.29	8.91%

2.各业态新增门店及存量主要门店的具体经营情况

(1)各业态新增门店经营情况详见“一、(一)中各业态相关情况”。

(2)存量门店方面

奥莱业态存量门店在2023年营业收入同比增长29%;2024年门店持续丰富业态组合,打造自身经营特色,营业收入同比增长2%;2025年持续提升核心商品竞争力,打造多元消费场景,营业收入同比增长5%;2026年第一季度同比增长9%。

购物中心业态存量门店2023年营业收入增长7%;受百货转型门店经营调整及租金水平变化的影响,2024年和2025年营业收入分别同比下降7%和3%;2026年第一季度同比下降5%。

百货业态存量门店2023年营业收入同比增长6%;2024年和2025年受消费市场结构变化及门店转型调整等因素影响,营业收入分别同比下降15%和9%;2026年第一季度同比下降7%。

万宁王府井国际免税港离岛免税店于2023年1月18日对外营业;2024年,在公司“有税+免税”双轮业务驱动下,公司免税业态营业收入同比上升33%;2025年,在公司海南地区销售策略调整及市内免税店尚处于培育期,未对业态销售形成有效支撑的共同影响下,公司免税业态营业收入同比下降5%;2026年第一季度同比增长40%。

3.公司近三年归母净利润及扣非归母净利润持续大幅下滑、2025年由盈转亏的原因及合理性

(1)宏观环境与行业周期:传统百货面临结构性压力。消费市场处于调整阶段,居民消费选择更趋理性,实体零售行业竞争加剧。受线上渠道分流、消费需求逐步向体验业态转移影响,公司百货业态销售持续承压、毛利率受到挤压;行业步入存量竞争阶段,叠加公司关停部分效益不佳或相约到期的老旧门店,造成阶段性营收收缩。

(2)战略转型投入期:新旧业态转换存在时间差。公司正推进向“奥特莱斯+免税+购物中心+百货”多业态协同模式转型,新旧动能切换存在滞后性。购物中心、奥莱新增门店尚处于培育阶段,新店在开业初期需承担较高的营销推广费用、装修折旧费用,且租约型重资产项目受新租赁准则影响前期租赁成本较高。成本与收入存在阶段性“剪刀差”;免税业务虽已完成核心业务类型布局,但仍处于培育期,固定成本高,暂未实现规模化盈利,业绩贡献有限。

(3)经营杠杆约束:存量项目刚性成本调整存在过渡期。零售行业房租、人工、折旧摊销等固定成本占比高。在新租赁准则下,使用权资产折旧、租赁负债利息费用具备刚性,营收下滑时利润降幅高于营收降幅;同时门店调改、业态升级产生人员安置、装修改造等一次性支出,进一步压缩当期利润。

(4)资产减值与会计审慎性因素。公司严格执行《企业会计准则》,每年对公司商誉等资产进行减值测试。受行业环境影响,2025年针对收购的春天百货等资产组计提了相应的商誉减值准备,对2025年当期利润产生一定影响。

4.2025年第四季度大额亏损的有关情况

2025年第四季度公司归母净利润及扣非净利润出现阶段性亏损,主要系以下季节性因素及期末集中确认事项所致:

(1)经营结构优化,阶段性人力成本增幅较大。为匹配公司整体业务结构调整和未来发展规划,于年末推进人员结构优化工作,四季度确认辞退福利3,318万元,导致期间费用规模阶段性增加,季度利润承压下行。

(2)年末开展资产减值测试,计提减值损失。根据《企业会计准则》要求,公司年末对商誉、存货进行了减值测试。根据实际经营预测情况计提了商誉减值准备及部分存货跌价准备,导致资产减值损失增加9,470万元,对四季度利润形成较大冲击。

(3)权益类资产价格变动,产生公允价值变动损失。公司持有的股票类金融资产按照月末股票收盘价格为依据计量公允价值,受四季度资本市场价格波动影响,相关资产当期累计确认公允价值变动损失2,130万元,进一步拉低当期利润水平。

整体而言,公司近三年业绩持续承压及2025年度出现