

## 人人乐连锁商业集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20210512

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><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 checked="" type="checkbox"/>业绩说明会  <input type="checkbox"/>新闻发布会                              <input type="checkbox"/>路演活动  <input type="checkbox"/>现场参观  <input type="checkbox"/>其他（请文字说明其他活动内容）</p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>通过“人人乐投资者关系”微信小程序网络远程参与公司2020年度网上业绩说明会的广大投资者。</p>
<p>时间</p>	<p>2021年5月12日（星期三）下午15:00至17:00</p>
<p>地点</p>	<p>“人人乐投资者关系”微信小程序</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>董事长何浩先生；副总裁兼董事会秘书蔡慧明先生；副总裁兼财务总监石勇先生；独立董事张宝柱先生。</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p><b>1、作为上市公司，贵公司2021年有哪些举措提升销售？提升股价？</b></p> <p>答：您好！公司将通过创新业态模式、持续改善商品结构、深化生鲜等核心品类经营、扩大供应链前移与加强自主供应链建设、着力做好会员数字化营销、关闭长期亏损并扭亏无望的门店、加快并扩大线上经营占比、改革与提升经营组织架构效率、经营团队的合伙人激励机制等一系列措施努力提升销售。</p> <p>规范运作是公司确保长治久安长远发展的前提，业绩的全面提升是维护与提升股价的基石，有利于公司发展的资本运作机会是维护和提升股价的加法。我们会为之努力！感谢您的关注！</p> <p><b>2、何董事长您好！请问贵公司员工数量有多少？对员工有哪些福利？</b></p>

答：您好！截止目前公司员工总数量是 9945 人，公司秉承以员工为本的核心价值观，从员工薪资待遇福利、绩效奖励、经营合伙人制度、人才梯队培养和发展等方面提升员工满意度，增强企业凝聚力。

除此以外，人人乐工会也在不断发展壮大。人人乐工会组建职工之家，占地 2000 平方米，不仅有超大的职工书屋，还有心灵驿站、棋牌室、健身房、电影院和卡拉 OK 房，是员工学习、娱乐、交流的温馨场所，是深圳市宝安区优秀职工之家，为全区基层工会树榜样、立标杆。谢谢关注！

### 3、公司未来的发展重心是什么？

答：您好！目前公司将通过创新业态模式、持续改善商品结构的、深化生鲜等核心品类经营、扩大供应链前移与加强自主供应链建设、着力做好会员数字化营销、关闭长期亏损并扭亏无望的门店、加快扩大线上经营占比与促进线上线下全渠道融合、改革与提升经营组织架构效率、经营团队的合伙人激励机制、提高存量资产效益等一系列措施努力提升主营业绩。同时，通过规范运作确保是公司发展确保长治久安，寻求适时资本运作机会等，以维护和提升股价是当前重心工作。

受公司内部与外部市场诸多不确定性因素的影响，有关公司未来的发展重心，将由公司董事会与股东大会决策。

谢谢您的关注！

4、现在超市商品直接配送到家的服务覆盖面越来越广，许多商家利用低价策略抢占市场份额，人人乐在线上销售方面有什么对策？

答：您好！线上销售方面，人人乐到家小程序及 APP 承载人人乐 3000 万会员及商品供应链从线下消费场景到线上的转化。乐到家基于现有实体门店、客流、商品及营运优势，在共享经济风行的

推动下依托“互联网+”技术大力发展“众包物流”，向消费者提供生鲜及快消品的配送，并基于 LBS 定位实现 3 公里内 60 分钟快速送达，为消费者提供快捷、便利的购物体验。

2021 年，主要依托线上平台，通过一键代发、同城配、仓配等业务模式，向国企大型企业提供全渠道的福利解决方案，公司从外部引进专业团队负责该项新业务，致力向企业客户提供高性价比国货，地标商品等特色商品，推动国货品牌的发展。

针对许多商家利用低价策略抢占市场份额的情况，公司会采用加大生鲜基地采购、商品供应链前移等方法来降低采购进价。为顾客提供高品质的商品、优惠的价格和便捷的服务才是零售服务的根本方法。谢谢关注！

#### **5、疫情对公司的影响消除了吗？歇业和暂停营业的商场现状如何？**

答：目前疫情对公司销售的影响基本消除，现无因疫情影响而歇业或暂停营业的门店。但疫情期间，超市招商区大量的招商租赁户因经营难以为继而撤场，目前虽已基本恢复招商租赁区营业，但由于重新招商、装修进度等原因，对公司招商业务仍有一定的影响。

#### **6、白酒供应链前移有无成效？**

答：你好！公司通过白酒供应链前移，建立了与茅台、五粮液等一线大品牌酒类的直供合作，在 2020 年有效的带动了其他商品的销售。2021 年公司还将更加深化该项工作，同时，还将在其他品类推行实施采购供应链前移，尤其是生鲜品类，强化直接与生鲜生产供货商的战略合作，减少中间环节，既解决客户合作的稳定性，又提升了生鲜毛利空间。谢谢关注！

#### **7、您好！请问公司各种业态的特点，主要的消费群体有哪些？**

答：您好！新型大卖场 Le supermarket：定位于为追求一站购

齐、注重卖场消费体验，通过聚焦场景+一站购齐+大众商品+卖场体验，满足目标消费群体居家、户外、旅游等多场景衣食住行的消费需求；践行简约、时尚、场景装饰的装修风格，并实行门店销售+3公里送货到家的运营模式，提升目标消费群体全渠道的消费体验。

精品超市 Le super：主要开设在购物中心内，新鲜、健康、时尚、精致是 Le super 的经营理念。主要客群定位繁忙的现代都市白领消费群体，通过跨界混搭，融入文化、艺术、娱乐等元素，成为新生活方式的体验点。

社区生活超市 Le life：主要开设在大型社区周边，追求品质、便利、新鲜、健康，主要客群定位于社区年轻家庭消费者，采用提供新鲜的生鲜+日配商品+多品种精选日常生活用品+特色餐饮体验方式和门店销售+3公里送货到家的运营模式。

社区生鲜超市 Le fresh：集中于社区入口，以社区家庭消费者为主，通过提供新鲜、健康、绿色的生鲜商品及半加工产品、日配商品、食品和部分便利用品，满足目标消费群体一日三餐的厨房餐桌场景需求，门店销售+3公里送货到家的运营模式，做社区的好邻居、好街坊。

百货实体业态：主要开设在一二三线城市，以便利、品质、服务为核心理念，以休闲、体验、亲子、生活为一体化的吃、喝、玩、乐、购社区生活业态的都市生活购物中心。

人人乐到家小程序及 APP：公司基于传统 B2C 业务模式向 O2O 领域延伸发展的新零售模式，承载人人乐 3000 万会员及商品供应链从线下消费场景到线上的转化。

人人乐到家基于现有实体门店、客流、商品及营运优势，在共享经济风行的推动下依托“互联网+”技术大力发展“众包物流”，向消费者提供生鲜及快消品的配送，并基于 LBS 定位实现 3 公里内 60 分钟快速送达，为消费者提供快捷、便利的购物体验。谢谢！

**8、在全国各区域的市场份额？**

答：您好！截至 2020 年度报告期末，公司拥有门店 149 家，其中华南区 36 家、西北区 47 家、西南区 26 家、华北区 18 家、广西 14 家、湖南 8 家。分地区收入构成具体请查阅公司披露的年度报告，谢谢！

**9、公司如何解决未来发展和现阶段亏损的问题？**

答：您好！做好主营业务转型升级，加快创新发展，改善和提升经营业绩以及谋求资本运作新机会等，是解决公司当前业绩与未来发展的关键。谢谢您的关注！

**10、请问公司管理层是否有质押股票？**

答：您好！公司管理层没有质押股票，谢谢！

**11、到 2021 年末，公司预计会新开多少家门店？**

答：您好！公司预计 2021 年新开 10 家门店，最终开店数量会根据市场情况及租赁商场交付进展等情况进行调整。

**12、请问公司是如何控制管理费用和财务费用的？**

答：您好！公司一直执行严格的费用预算控制制度，在预算范围内严格审批，并实行重点费用项目管控责任人制度，对超标费用项目责任人进行问责。2020 年度公司管理费用下降 6.7%、财务费用下降 4.9%。

**13、您好！针对公司使用 6 亿闲置资金购买理财产品，公司可有什么措施控制投资风险？**

答：您好！公司对投资风险方面的防范监管措施主要有以下几个方面：

(1) 额度内资金只能购买不超过十二个月低风险理财产品(包

括保本理财产品)，不得购买涉及《深圳证券交易所上市公司规范运作指引（2020年修订）》规定的风险投资的品种；

（2）公司财务部门将及时分析和跟踪理财产品投向、项目进展情况，一旦发现或判断有可能影响公司资金安全的不利因素，将及时采取相应的保全措施，控制投资风险；

（3）公司审计部负责对理财资金使用及保管情况进行审计与监督；

（4）独立董事应当对资金使用情况进行检查，以董事会审计委员会核查为主；

（5）公司监事会应当对理财资金使用情况进行监督与检查；

（6）公司将依据深交所的相关规定，在定期报告中披露报告期内理财产品的购买以及相应的损益情况。谢谢关注！

#### **14、公司的业绩驱动因素有哪些？**

答：您好！目前公司将通过创新业态模式、持续改善商品结构的、深化生鲜等核心品类经营、扩大供应链前移与加强自主供应链建设、着力做好会员数字化营销、关闭长期亏损并扭亏无望的门店、加快扩大线上经营占比与促进线上线下全渠道融合、改革与提升经营组织架构效率、经营团队的合伙人激励机制、提高存量资产效益等一系列措施努力提升主营业绩是当前重心工作。谢谢您的关注！

#### **15、请问人人乐到家在公司的数字化建设方面起到了什么作用？**

答：您好！人人乐到家自2020年起，在O2O线上购物服务体系中，拓展会员管理及品牌营销核心功能，实现会员权益plus升级、社群交互营销、超市自助购物及服务体验提升，通过人人乐到家，实现到家、到店消费营销信息即时性与营销内容视频化提升。

人人乐到家既服务于个人家庭消费，也提供企业员工福利方案。通过人人乐上游合作基地、重点品牌客户及供应商资源整合，

依托大卖场、精品店、配送中心等服务网点，逐步成为多渠道标准化及定制化新零售卖场，整合商流、物流、信息流，成为人人乐在新零售时代产业升级的重要数字化平台。谢谢关注！

**16、在各类型各品牌超市中，公司的定位、特色是什么？**

答：您好！人人乐经过 25 年的发展，实现了扎根深圳，立足广东，面向全国的初衷，已成为一个获得中国驰名商标的全国性知名零售上市企业。公司的企业愿景是成为最优秀的民族零售企业。公司在全国华南、西北、西南、华北和华中各区域一二三线城市都有不同类型的门店开设，不同的门店类型有不同的定位和特色。详细情况请见 2020 年年报之公司业务概要部分的内容，谢谢关注！

**17、是否可能引入战略投资人？**

答：您好！目前公司董事会及股东大会没有此类议题的讨论。谢谢您的关注！

**18、请问在疫情期间，公司的经营遇到了哪些挑战？**

答：您好！2020 年，受新冠疫情的影响，公司共有 5 家大型百货购物中心关门歇业，2 家大型超市由于发现顾客感染而被关闭停业，业绩同比去年大幅下降；由于疫情时期顾客被要求居家隔离，大部分顾客通过线上购物。后疫情时代，线上消费增长较快，居家消费需求明显增长，“宅经济”带动新型消费模式加快发展。根据中国连锁协会统计，下半年后疫情时期，全国零售行业超市业态普遍呈现大幅下降态势。

另外，人人乐大型超市搭配了部分招商租赁模式，受疫情影响，超市外招商租赁区按政府要求全部关闭停业，疫情后虽然恢复招商租赁区营业，但由于受疫情影响有为数不少的招商租赁户倒闭或逃场。招商租赁收益降幅较大。

虽然面对诸多困难，公司积极发展线上线下融合的模式，充分

发挥了社区社团群和人人乐到家平台的作用，将品质商品送到家、精致服务送到家。欢迎大家关注人人乐到家！谢谢！

**19、闭店策略主要在哪些城市进行？**

答：您好！公司对经营长期亏损扭亏无望的门店施行闭店，具体根据门店的经营情况未区分所在城市。

**20、最新一期股东户数情况？**

答：您好！截止 2021 年 5 月 10 日，公司股东人数是 10,860 人。谢谢关注！

**21、可以详细介绍一下公司各类超市的经营状况和发展前景吗？**

您好！公司现有线下门店 149 家，超市经营模式目前有新型大卖场 Le supermarket（部分含百货店）、社区生活超市 Le life、精品超市 Le super、生鲜超市 Le fresh，经营状况一切正常。公司线上经营模式主要是人人乐园 APP、人人乐到家小程序等服务，目前发展状况符合预期。公司目前致力于通过线下业态转型升级、线上线下融合的方式提升公司竞争力，并且会随着市场和消费习惯的快速变化不断调整。感谢关注！

**22、物流行业竞争激烈，公司未来的规划是什么？**

答：您好！公司在西北、西南、华北拥有低成本自购自建的物流配送基地，满足当前经营规模对商品配送的需求，为未来公司围绕各配送中心展开门店集群式全渠道外延扩张提供了强有力的支持和保障。

公司 2020 年年报已披露，公司自有物流占比达到 85%，未来公司将以自有物流为主要模式，外包物流为辅助，满足公司正常经营的配送需求。谢谢关注！

### **23、市场拓展的方向和重心？**

答：您好！目前公司根据业务发展与经营业绩需要，以及自身核心优势，把深耕现有业务覆盖区域、新兴业态门店作为为市场拓展的方向与重点。未来是否根据市场行业变化与公司战略调整市场拓展方向与中心，将由公司董事会或股东大会决策。感谢您的关注！

### **24、请问贵公司核心竞争力有哪些？**

答：您好！公司核心竞争力主要表现如下：

（1）区域布局优势：公司主营业务为商品零售连锁经营，包括新型大卖场 Le supermarket、精品超市 Le super、社区生活超市 Le life、社区生鲜超市 Le fresh、百货及购物中心业态。截止本报告期末，公司已开业门店 149 家，跨越华南、华北、西南、西北四大区域，门店网络覆盖其所属的 8 个省（自治区/直辖市）的 30 多个城市，由此形成了所在市场份额地位持续巩固、区域门店选址资源的谈判能力不断增强、全国性联合采购与区域商品采购议价能力进一步提升的市场竞争优势。

（2）市场品牌优势：公司经过 25 年的发展，实现了扎根深圳，立足广东，面向全国的初衷，已成为一个获得中国驰名商标的全国性知名零售上市企业。良好的商业运营管理和顾客服务水平，赢得了消费者和市场的认可与美誉，成为零售行业优秀品牌。

（3）物流配送优势：公司在西北、西南、华北拥有低成本自购自建的物流配送基地。随着建设进度，部分已经投入使用，不仅满足了当前经营规模对商品配送的需求，还为未来公司围绕各配送中心展开门店集群式全渠道外延扩张提供了强有力的支持和保障。

（4）经营创新优势：在新零售模式的推动下，公司加快实施线上线下业态的双线多业态战略转型，不断探索 Le super 高端精品超市、Le life 社区生活超市、Le fresh 社区生鲜超市、新型大卖场 Le supermarket 等业态经营模式的升级换代；同时，发挥公司全资的泰斯玛科技网络公司的系统研发优势，持续完善人人乐园

APP、人人乐到家小程序等平台功能，推进人人乐线上社团商业模式的发展，拓展直播带货模式，强化其与实体业态的全渠道创新融合。此外，公司与互联网知名企业进行业务合作，实现优势互补，全面推动新零售经营模式，促进多业态协同发展。谢谢！

**25、有什么措施提高市场份额？**

答：您好！公司将通过创新业态模式、持续改善商品结构的、深化生鲜等核心品类经营、扩大供应链前移与加强自主供应链建设、着力做好会员数字化营销、关闭长期亏损并扭亏无望的门店、加快并扩大线上经营占比、改革与提升经营组织架构效率、经营团队的合伙人激励机制等一系列措施努力提升销售，从而提高市场份额。

**26、可以分析一下公司所处的行业现状吗？**

答：您好！受国际环境和疫情的影响，消费者的消费习惯、消费模式均发生重大改变，线上消费增长较快，居家消费需求明显增长，“宅经济”带动新型消费模式加快发展。2020年全年实物商品网上零售额97,590亿元，比上年增长14.8%，占社会消费品零售总额的比重为24.9%，比上年提高4%。零售行业线下门店均存在线上销售模式压力、线下同行及细分店铺竞争压力、成本居高压力等情况。作为国民经济的支柱产业，未来零售行业依然将面对市场的不断改变。谢谢关注！

**27、国资曲江文化进驻公司一年多来，在公司一年来发布的公告中未看见曲江文化对公司业绩改善有何帮助，值此沟通交流之际请何总具体的告之我们股东可否？**

答：您好！曲江进入人人乐是基于对公司价值认可与可持续发展的信心，曲江作为国资，拥有其自身优势，相信其对公司的赋能，必将对公司未来业绩的持续改善发挥重要作用。谢谢您的关注！

	<p>交流过程中，公司严格按照《信息披露管理制度》等规定，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平。没有出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2021年5月12日</p>