

公司代码：600712

公司简称：南宁百货

南宁百货大楼股份有限公司  
2024 年年度报告摘要

## 第一节 重要提示

1、 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到 [www.sse.com.cn](http://www.sse.com.cn) 网站仔细阅读年度报告全文。

2、 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

### 3、 未出席董事情况

未出席董事职务	未出席董事姓名	未出席董事的原因说明	被委托人姓名
董事	张俊玮	工作原因	岳成成
董事	黎小都	工作原因	岳成成

4、 四川华信（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

### 5、 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

经四川华信（集团）会计师事务所(特殊普通合伙)审计，公司本期实现的净利润约为-3,163.28万元，母公司报表中可供分配利润为7,604.36万元。根据《中国证监会上市公司监管指引第3号—上市公司现金分红》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号—规范运作》以及《公司章程》的有关规定，公司2024年年度净利润为负，虽可供分配利润为正，但未达实施现金分红的条件。因此，公司2024年年度拟不进行利润分配及资本公积金转增股本。

## 第二节 公司基本情况

### 1、 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证交易所	南宁百货	600712	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	周宁星	庞晖
联系地址	广西南宁市朝阳路39号	广西南宁市朝阳路39号
电话	0771-2610906, 2098826	0771-2610906, 2098826
传真	0771-2610906	0771-2610906

电子信箱	dshoffice@nmbh.net	dshoffice@nmbh.net
------	--------------------	--------------------

## 2、 报告期公司所处行业情况

### （一）社会消费品零售情况

据国家统计局数据显示，2024 年全年社会消费品零售总额 487,895 亿元，比上年增长 3.5%。按消费类型分，商品零售额 432,177 亿元，比上年增长 3.2%，在限额以上单位商品零售额中，粮油、食品类零售额比上年增长 9.9%，饮料类增长 2.1%，烟酒类增长 5.7%，服装、鞋帽、针纺织品类增长 0.3%，化妆品类下降-1.1%，金银珠宝类下降-3.1%，日用品类增长 3.0%，体育、娱乐用品类增长 11.1%，家用电器和音像器材类增长 12.3%，汽车类下降-0.5%；餐饮收入 55,718 亿元，增长 5.3%。居民收入消费方面，全年全国居民人均可支配收入 41,314 元，比上年名义增长 5.3%，扣除价格因素，实际增长 5.1%；全年全国居民人均消费支出 28,227 元，比上年名义增长 5.3%，扣除价格因素，实际增长 5.1%。其中，人均食品烟酒消费支出 8,411 元，增长 5.4%，占人均消费支出的比重为 29.8%；人均衣着消费支出 1,521 元，增长 2.8%，占人均消费支出的比重为 5.4%；人均生活用品及服务消费支出 1,547 元，增长 1.4%，占人均消费支出的比重为 5.5%；人均教育文化娱乐消费支出 3,189 元，增长 9.8%，占人均消费支出的比重为 11.3%。

根据中华全国商业信息中心数据显示，2024 年，全国百家重点大型零售企业（以百货业态为主）零售额同比下降 4.6%。按零售业态分，全年限额以上零售业务单位中便利店、专业店、超市零售额比上年分别增长 4.7%、4.2%、2.7%；百货店、品牌店专卖店零售额分别下降 2.4%、0.4%。

根据广西壮族自治区统计局公布的数据，2024 年全区社会消费品零售总额比上年增长 1.6%。按消费类型分，商品零售增长 1.5%，餐饮收入增长 2.3%。消费品以旧换新带动新能源汽车、家电等商品销售向好，限额以上新能源汽车零售额增长 11.2%，家用电器和音像器材增长 3.2%。

### （二）重点商业项目情况

2024 年实体零售发展依旧不容乐观。据壹览商业不完全统计，2024 年，国内至少有超过 12,000 家门店宣布关闭，涵盖近千家品牌。从行业看，2024 年关闭的门店中，商超有 782 家，百货购物中心 41 家，餐饮行业超 6,000 家，服饰行业超 3,000 家。关闭的原因主要有四个：租约到期、经营调整、政府规划以及行业自然轮转中的优胜劣汰。但是市场环境、经营状况、未来发展也会被提及。一是超市及新兴零售业态的崛起和快速发展，挤压了原本百货市场的空间；二是在门店运营中，百货的商品基本以长尾商品为主，但从目前国内消费市场来看，很多长尾商品已被各大电商平台分流；三是不少百货营业超过 15 年，场景老化，且伴随着经济的高速发展和城市化进程快速推进，不少城市的商业中心也逐步转移，在购物中心不断崛起下，不少百货企业客流渐稀、经营惨淡。在这些不利因素的影响下，门店业绩自然出现下滑，进而影响到品牌入驻的意愿。当品牌丰富度不足时，对消费者的吸引力也会大幅下降，形成恶性循环。因此，关闭不合适的门店成为百货企业的必然选择。

## 3、 报告期公司主要业务简介

### （一）公司主要业务

南宁百货位于广西壮族自治区首府南宁市，主要从事商业零售业务，目前开设有 13 家实体门店，在南宁市、贺州市等广西部分市县，综合实力位列广西商业前列，是荣获国家商务部认定的“中华老字号”“全国金鼎百货店”“电子商务示范企业”等荣誉称号的上市商业企业。主要经营业态为百货、家电、超市、汽车、电子商务。经营范围主要有国内贸易，停车场服务，房屋租赁，广告制作、广告发布、广告设计、代理，商业综合体管理服务，物业管理，游乐园服务，电动汽车充电基础设施运营，集中式快速充电站，机动车修理和维护等。

### （二）公司经营模式

公司经营模式包括自营模式、联营模式和租赁模式。报告期内公司主营业务收入占总营业收入

入的 88.27%，租赁收入占总营业收入的 6.28%；其中各业态营业收入占比结构中，百货业态收入占总营业收入 14.97%、家电业态收入占总营业收入 62.16%、超市业态收入占总营业收入 10.25%、汽车业态收入占总营业收入 7.39%、电商占总营业收入 0.08%，其他（包括团购、部分经营场地转租、物流服务等其他收入）占总营业收入 5.15%。

#### 4、公司主要会计数据和财务指标

##### 4.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2024年	2023年	本年比上年 增减(%)	2022年
总资产	1,387,062,254.39	1,508,940,147.22	-8.08	1,603,732,548.49
归属于上市公司股东的净资产	796,708,765.78	828,341,598.32	-3.82	821,089,177.09
营业收入	617,196,679.54	680,563,227.46	-9.31	655,692,372.92
扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后的营业收入	617,146,590.54	680,504,828.46	-9.31	655,620,616.92
归属于上市公司股东的净利润	-31,632,832.54	7,252,421.23	-536.17	-64,493,132.52
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-53,144,490.89	-32,585,662.85	不适用	-72,613,690.43
经营活动产生的现金流量净额	-12,376,197.61	69,308,681.51	-117.86	-48,735,499.45
加权平均净资产收益率(%)	-3.89	0.88	减少4.77个百分点	-7.56
基本每股收益(元/股)	-0.0581	0.0133	-536.84	-0.1184
稀释每股收益(元/股)	-0.0581	0.0133	-536.84	-0.1184

##### 4.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	154,589,812.36	132,577,662.02	137,515,224.65	192,513,980.51
归属于上市公司股东的净利润	2,168,654.01	250,121.09	3,213,317.59	-37,264,925.23

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-3,456,989.11	370,334.90	2,380,071.19	-52,437,907.87
经营活动产生的现金流量净额	-20,735,162.21	-32,913,587.80	23,954,437.76	17,318,114.64

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

## 5、 股东情况

### 5.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

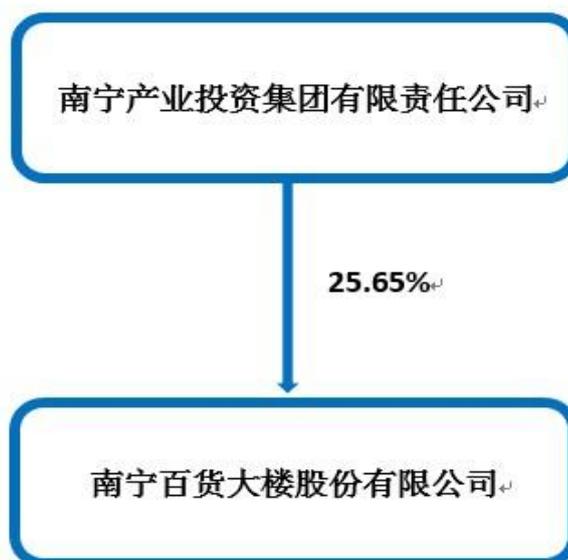
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）						44,522	
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）						34,785	
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称 （全称）	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 （%）	持有有限 售条件的 股份数量	质押、标记或 冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
南宁产业投资集团有 限责任公司	139,711,545	139,711,545	25.65		无		国有法 人
张宇	20,000,000	20,000,000	3.67		无		境内自 然人
南宁农工商集团有限 责任公司	0	16,000,000	2.94		无		国有法 人
魏巍	10,000,000	10,000,000	1.84		无		境内自 然人
南宁城市建设投资集 团有限责任公司	0	5,350,349	0.98	5,350,349	无		国有法 人
汪燕	-509,400	4,785,900	0.88		无		境内自 然人
禹兵兵	4,650,000	4,650,000	0.85		无		境内自 然人
广西产投资本运营集 团有限公司	3,000,000	3,000,000	0.55		无		国有法 人
龚雪莲	-127,700	2,970,100	0.55		无		境内自 然人
黄慧敏	2,837,900	2,837,900	0.52		无		境内自 然人
上述股东关联关系或一致行动的说	1. 南宁市国资委控制下的南宁产业投资集团有限责任公司、						

明	南宁农工商集团有限责任公司存在实质性一致行动关系。 2. 除此之外，其他股东之间是否存在关联关系或者是否为一 致行动人未知。
表决权恢复的优先股股东及持股数 量的说明	不适用

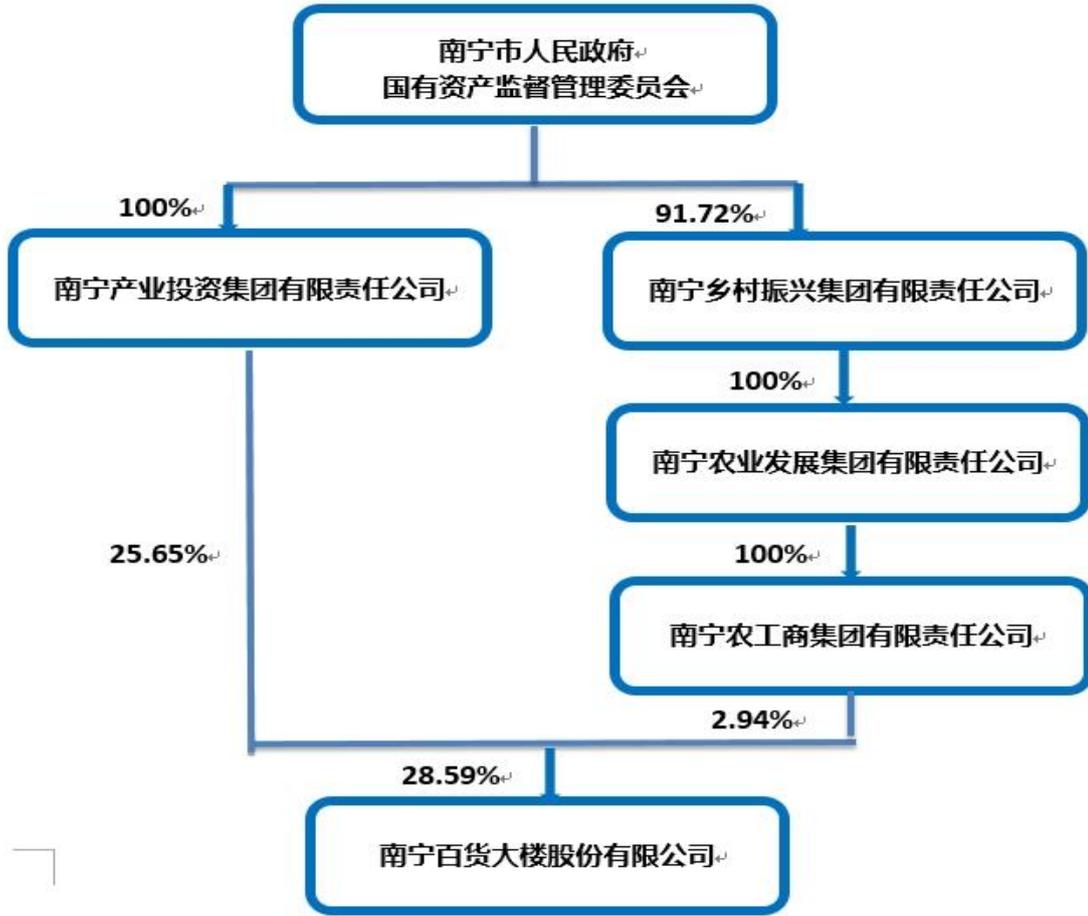
### 5.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



### 5.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



5.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

6、公司债券情况

适用 不适用

**第三节 重要事项**

1、公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

2024 年，在宏观经济放缓，产业转型升级加速的大背景下，公司积极转变经营战略规划，聚焦主业经营提升，围绕主业探索多元化发展，扎实推进“主业强企”“改革活企”“创新兴企”“精细治企”“安全稳企”“文化领企”六大战略，以市场和消费为导向，主动探索新商业模式，深入推动多维度调改，抢抓政策红利，在顶住宏观经济增速放缓、消费降级的压力下保持总体稳定的经营形势。报告期内，公司实现营业收入 6.17 亿元，同比-9.31%；净利润-3,163.28 万元，同比-536.17%，净利润下降主要原因系文化店经营场地承租方违约，公司提前解除与其签订的租赁合同，导致公司应收融资租赁款减值约-4,425 万元。2024 年主要工作重点如下：

(一) 持续推进调改升级，增强内生增长力

**百货业态**深化调改，消费场景日益丰富。朝阳店持续打造“南百 1956X”商业品牌，南楼调改面积达 8,000 m<sup>2</sup>。一期聚焦特色餐饮业态，二期聚焦网红首店和新锐主理人品牌，三期聚焦文创艺术进商场，迭代了商业板块的同时盘活了经营场地，吸引大批年轻消费者、家庭客户群到店。北楼对楼层品牌进行了优化和调整，调整面积将近 5,000 m<sup>2</sup>，涉及品牌 36 个，实现了业态结构的优化、品牌形象的重塑。NGS 店（原新世界店）以“城市大玩家”为核心理念、构建“次世代空间”的购物体验场景重新定位调改，招商调改面积近 5 万 m<sup>2</sup>，实现公司首个从传统百货向购物中心转型的门店。贺州店先后引进 15 个品牌，重装升级 6 个品牌，攻坚招商降空铺实现新改善。

**家电业态**抢抓以旧换新国补政策机遇，启动家电以旧换新、厨房改造项目，叠加自身品牌、资源、渠道等方面的优势，推进品牌建设运营和南百到家售后服务系统建设，完成服务标准化建设，进一步提升消费服务体验，实现销售增量。

**超市业态**精准发力治亏，亏损幅度持续收窄。持续推进卖场布局优化调整，完成朝阳店及 NGS 店搬迁调改。同时，根据客流人群优化商品结构，对周转慢、低毛利的 1,000 多个商品进行汰换，新引进 200 多个热销商品。

**汽车业态**提质增效。抓好吉利汽车销售。根据市场行情及时调整缩减百色桂通经营面积，提高经营场地使用率，减轻成本压力。同时，对部分岗位进行重组兼并，人工成本费用同比下降，有效实现降本增效。

### （二）持续推动业态协同，提升营销影响力

营销板块全链条深度融合。改善优化整体营销组织方式，统筹营销项目、人员使用、费用开支及一体化大型营销活动规划；引入文化活动、品牌活动、政策活动等各类活动高达 420 场，其中，中大型活动 33 场，实现了平均两周举办一次中大型活动，每周活动全覆盖的密度，整体客流同比有所增长。

自有传播板块取得新突破。一是打造“南百舞台”IP，舞台周五至周日演出档期，与 2023 年同期相比，更有效吸引客流。二是直播团队及管理方式形成初步体系，完成直播 108 场。三是创新融合营销模式，实现与品牌的营销共创，打造出卡萨帝艺术展，海信音乐会、美的年货街、波司登秀场等系列活动，取得了良好的市场反响。

会员板块活动服务升级。会员运营、精细化管理初见成效。报告期内完成 12 场次中大型整体会员营销活动的策划与执行。

### （三）持续优化组织架构，增强发展驱动力

以提升运营效率和市场竞争力为方向，对部分经营单位组织机构进行持续优化调整，对核心业务组织架构、人员配比进一步优化，适应市场竞争需求。

2、公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用