甘肃国芳工贸（集团）股份有限公司

公司代码：601086　　公司简称：国芳集团

2025 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网站仔细阅读年度报告全文。

2、本公司董事会及董事、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、公司全体董事出席董事会会议。

4、中喜会计师事务所（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

公司经董事会审议通过的利润分配预案为：以2025年12月31日公司总股本666,000,000股为基数，截至本报告出具日公司回购专户上已回购股份数5,714,400股，以此计算拟派发现金红利的总股本为660,285,600股，向全体股东每10股派发现金红利1.00元（含税），拟分红金额为66,028,560.00元（含税）。

截至报告期末，母公司存在未弥补亏损的相关情况及其对公司分红等事项的影响

□适用√不适用

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	上海证券交易所	国芳集团	601086	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	马琳	李忠强
联系地址	甘肃省兰州市城关区广场南路4-6号	甘肃省兰州市城关区广场南路4-6号
电话	0931-8803618	0931-8803618
传真	0931-8803618	0931-8803618
电子信箱	ir@guofanggroup.com	gfzhengquan@guofanggroup.com

2、报告期公司主要业务简介

1、社会消费品零售总额情况

今年是实现"十四五"规划目标任务的关键一年。面对复杂严峻形势，我国沉着应对外部压力加大、内部困难增多的复杂形势，综合施策，经济运行总体平稳、高质量发展扎实推进，新质生产力稳步发展，改革开放持续深化，重点领域风险化解有序有效，民生保障扎实有力，中国式现代化迈出新的坚实步伐。特别是2025年9月26日中央政治局会议果断部署一揽子增量政策，使社会信心有效提振，经济明显回升。全国全年社会消费品零售总额501,202亿元，比上年增长3.7%。按消费类型分，商品零售额443,220亿元，增长3.8%；餐饮收入57,982亿元，增长3.2%。服务零售额比上年增长5.5%。全年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9.3%，饮料类增长1.0%，烟酒类增长2.7%，服装、鞋帽、针纺织品类增长3.2%，化妆品类增长5.1%，金银珠宝类增长12.8%，日用品类增长6.3%，体育、娱乐用品类增长15.7%，家用电器和音像器材类增长11.0%，文化办公用品类增长17.3%。按零售业态分，限额以上零售业单位中，便利店零售额比上年增长5.5%，专业店增长2.6%，超市增长4.3%，百货店增长0.1%，品牌专卖店下降0.6%。全年实物商品网上零售额130,923亿元，比上年增长5.2%，占社会消费品零售总额比重为26.1%。

2025年，甘肃省消费市场总量稳步增加，社会消费品零售总额4,237.6亿元，比上年增长2.5%。部分基本生活类和升级类商品增势较好，限额以上单位日用品类、金银珠宝类、粮油食品类商品零售额分别增长17.9%、10.2%、9.7%。网络消费潜力持续释放。全省网上零售额比上年增长35.7%，增速比上年同期加快12.1个百分点，高于全国27.1个百分点。其中，实物商品网上零售额增长36.0%，高于全国30.8个百分点。宁夏回族自治区全年社会消费品零售总额1,449.10亿元，比上年增长2.1%。限额以上单位商品零售额中，粮油食品类零售额增长1.9%，饮料类增长28.3%，烟酒类增长16.3%，服装鞋帽针纺织品类增长7.6%，金银珠宝类增长1.0%，日用品类增长0.5%，家用电器音像器材类增长6.3%。网上零售增长较快，网上零售额220.32亿元，比上年增长9.9%。其中，实物商品网上零售额140.87亿元，下降0.3%。青海省全年社会消费品零售总额1,048.99亿元，比上年增长2.0%。按规模分，限额以上单位消费品零售额421.51亿元，增长1.4%；限额以下单位消费品零售额627.48亿元，增长2.4%。按消费类型分，商品零售938.79亿元，增长2.1%；餐饮收入110.20亿元，增长1.1%。限额以上批发和零售业主要商品分类，服装、鞋帽、针纺织品类9.35亿元，增长-4.3%，家用电器和音像器材类7.91亿元，增长60.8%，烟酒7.29亿元，增长-1.9%，文化办公用品4.49亿元，增长60.7%，日用品类4.16亿元，增长9.7%，化妆品类3.65亿元，增长-6.3%，金银珠宝类2.36亿元，增长-9.3%，通过公共网络实现商品零售22.04亿元，增长6.5%。

2、零售行业情况分析

2025年，中国零售行业在宏观经济企稳、消费信心逐步修复的大背景下，整体呈现温和复苏态势，全年社会消费品零售总额增速较2024年有所回升。中国零售业正穿越周期，在波动中寻找新平衡，行业内部呈现显著的结构性分化与变革加速特征。零售企业难以实现销售规模的跨越式增长，需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力在部分领域和渠道依然存在，但创新与韧性也更为突出。仍有企业凭借清晰的战略定位与扎实的运营能力，实现了经营质量与品牌价值的提升，成为实体零售高质量发展的标杆。零售行业的增长逻辑已从简单的规模扩张，转变为对效率、体验与消费者深层需求的精准把握。作为"十五五"的开局之年，中央政治局在经济工作会议中强调，2026年国家实施更加积极有为的宏观政策，增强政策前瞻性针对性协同性，持续扩大内需、优化供给，做优增量、盘活存量，因地制宜发展新质生产力，坚持内需主导，建设强大国内市场。坚持惠民生和促消费、投资于物和投资于人紧密结合，以新需求引领新供给，以新供给创造新需求，促进消费和投资、供给和需求良性互动，增强国内大循环内生动力和可靠性。促进大宗消费、壮大新型消费、打造国际化消费环境等方面推动商品消费扩容升级，聚焦绿色、智能等方向；积极推进首发经济；培育人工智能+消费，打造更多消费新增长点等。展望2026年，零售行业将在理性消费的基调下，继续沿着"效率提升、体验升级、价值创造"的主线演进，敏捷适应变化、以技术驱动创新、真正以用户为中心加大重点领域的投入与探索，才能在竞争中赢得先机。

（1）消费增势平稳，经济持续回升向好

2025年是"十四五"规划收官之年，为进一步规范市场秩序、调动民间投资、降低经营成本、优化营商环境、促进民营经济发展、提振国内消费、促进商贸流通企业高质量发展，国家出台了一系列政策措施。各级商务主管部门深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，大力推进提振消费专项行动，深入实施消费品以旧换新，打造"购在中国"品牌，持续释放消费潜力。最终消费支出对经济增长的贡献率达52%，持续发挥经济发展主引擎作用。随着扩大服务消费政策持续多点发力，服务供给更加优质多元，服务供需适配性上升，服务消费潜力加速释放，服务零售保持稳中向好的增长态势。生活日用商品消费保持平稳增长，吃、穿及日用品类消费韧性持续显现。各地政府通过发放消费券、举办购物节、鼓励以旧换新等措施提振消费。大宗耐用商品消费增势良好，一大批绿色智能产品走进千家万户，提高了人民生活品质。升级类商品消费需求旺盛，健康消费成为主流，有机食品、绿色农产品成为餐桌新宠。满足居民品质化、个性化消费需求的新兴业态快速增长，仓储会员店、集合店、无人值守商店零售额均保持两位数增长；以高性价比为代表的折扣店零售额增速持续加快；网络消费向好向新，直播带货、即时零售等消费新业态新模式快速成长，保持良好发展态势，更好更快满足消费者需求；特色商品消费亮点纷呈，首发经济活力十足，国内外品牌首店加快落地，激发消费新动能；国货潮品广受欢迎，一批老字号与新消费品牌跨界联动，创新打造新产品、新场景，"IP+消费"蓬勃兴起，受到消费者追捧，引领消费热潮。

（2）零售消费市场全面进入"我"时代，体验成为零售业新的增长动能

消费逻辑转向情感链接与内心认同，转向"与我相关"，消费者已不满足于仅仅"买商品"，而是要"买生活"，在精打细算、谨慎决策的同时，愿意为真正"值得"的体验、功能与情绪价值付费，这一变化正在深刻重塑品牌与消费者、渠道、产品之间的关系，零售市场迈入关键重塑期。从"悦人"到"悦己"，情绪消费的内核转向自我价值。与我有关的消费驱动下，消费者希望在消费中找到自我价值、身份确认与情绪安放，单身经济、宠物消费、银发经济成为"悦己"的三大高潜力增长出口，在AI赋能下，智能产品功能也迈向"情绪共鸣"。品牌必须从符号和噱头，走向实质价值与情绪共鸣，需要帮助消费者找到"与我相关"的意义。未来的竞争不再是"谁更便宜"，而是"谁更值得"，真正的增长来自于赢得消费者心中的价值认同，既要让他们觉得划算，也要让他们觉得物有所值。零售渠道发生本质转变，其价值从卖货逐渐转向创造生活，各业态都需找到承载消费者生活方式与情绪价值的路径，从"便利"升级为"惊喜"，以高频的新品试水增强吸引力。增长的关键将不再是比拼人流量、渠道覆盖或价格补贴，而是能否更深地参与消费者的生活，与消费者产生共鸣，精准满足消费者"与我相关"的产品及情绪需求。

（3）零售企业向"生活空间"转型，满足消费者"质价比"追求，实现企业持续竞争力

2025年，百货商场与零售巨头既面临着全球奢侈品市场分化、增长放缓的外部压力，也迎来了区域消费潜力释放、业态创新升级的内部机遇。行业围绕着品牌布局、运营模式、资本结构、用户体验的全方位角逐。从重资产向轻资产的战略转型，到场景化体验与首店经济的深度融合，都折射出行业发展的新逻辑。区域消费磁场与精细化运营势能强大，聚焦核心能力成为必然选择，沉浸式场景打造，代表了线下零售从卖商品到卖生活的转型方向。各大商超通过调改打造沉浸式场景、高品质差异化供给，激活客流和撬动销售，强化供应链竞争力，实现从"买卖货架"到"生活空间"转型。自有品牌从坚持长期主义战略定力，通过垂直供应链建设降成本、品牌方直接合作保品质、特色自有商品塑形象等举措，让消费者以更高效率享受有品质、去溢价的购物体验。以好产品持续滋养零售商品品牌价值，"低价吸引"到"价值认同"快速崛起，充分满足消费者"质价比"追求、获得消费者认可。零售商与品牌商从竞争转向合作，共同开发产品、优化定价，持续提升品类增长，塑造品质化差异化，通过为消费者提供丰富优质的产品体验从而获得双赢。

（4）技术驱动效率革命，从数字化转型到AI转型，AI与数据赋能贯穿零售业全链路

零售观念迭代升级，行业早已告别规模取胜，借助云计算、大数据、物联网、人工智能等新技术来实现经营模式的创新成为零售业的共识，多种智能技术的融合应用让服务更精准、资源利用更优化，帮助行业在提升购物效率和消费体验等方面获得突破，以更高效的方式，将更合适的商品，在更恰当的时机，以更优的成本，交付给最需要的消费者。AI赋能零售行业，驱动全链条变革，涵盖客户洞察、员工赋能、供应链优化及行业革新，全方位渗透零售人、货、场各个环节。前端用于智能导购、个性化推荐、虚拟试妆或试穿，提升购物体验，中后端，优化库存管理、物流路径规划、动态定价及供应链协同，显著降低损耗和运营成本。从消费数据中挖掘洞见，指导产品研发、精准营销和门店选品。"人"的维度，实现从"大众营销"到"个体运营"的跨越。用户仅需语音下达指令，AI即可完成从商品推荐到支付的全程自动处理，这种深度整合有效解决了 "决策信任"与"支付断点"。"场"的重构表现为线上线下界限消失，全面参与流量分发、消费者体验和商家经营各个环节。"货"的层面，驱动供应链从"推式供给"向"拉式适配"转型。以需求预测作为核心切入点，通过整合历史销售数据、季节因素、天气变化、促销活动等多维度变量，实现精准需求预测。零售业的竞争正从规模和渠道优势，转向数据驱动的精准决策能力、柔性高效的供应链能力、个性化的用户服务能力。AI对零售业的影响贯穿产品开发、品牌与营销、销售与商业、供应链、门店运营、支撑职能全流程。零售企业向AI转型不仅是技术升级，更是战略理念的根本转变。

（5）消费两极分化加剧，即时零售与私域成关键增量

消费者极致性价比的不断追求，促使其对价格敏感度提升，主打"好货不贵"的折扣零售如硬折扣店、临期食品超市、会员制仓储超市、直播电商中的"源头直供"模式持续受到青睐。消费者更注重商品的实际效用和耐用性，冲动消费减少。另一方面，对健康、情感价值、自我提升和体验的追求驱动着特定领域的增长。绿色有机食品、功能保健品、本土高端美妆、小众设计师品牌、沉浸式娱乐体验、为兴趣付费如露营、骑行、收藏等情绪价值和健康价值消费等高品质与悦己消费坚挺，表现出较强韧性。以"线上下单、30分钟-1小时送达"为核心的即时零售，已从应急需求演变为日常消费习惯。平台与实体商超深度绑定，成为线下门店最重要的增量来源和数字化抓手。商品品类从生鲜、医药向日用百货、数码、美妆等全品类扩展；线下实体体验化、社区化转型成为关键；购物中心强化餐饮、娱乐、亲子等体验业态引流；社区生鲜店、便利店凭借便捷性稳固基本盘，并作为即时零售的前置仓；专业店、旗舰店侧重品牌体验和高端服务。运营重点从"拉新"转向"留存"与"生命周期价值挖掘"，通过内容营销、个性化推荐、会员专属活动提升复购率和客单价，私域成为品牌塑造和用户洞察的核心场域。

（一）公司主要业务

公司从事以百货购物中心为主，超市为辅的连锁零售业务，目前为甘肃省内最大的连锁零售企业。

公司营业收入主要来自于公司旗下各门店的商品销售收入以及功能商户的租金收入。截至报告期末，公司已运营门店11家，面积合计36.15万㎡，其中：百货业态为主的门店7家，超市4家。不同业态组合，强化了业态间的协同效应，有利于满足顾客的购物需求。

（二）公司经营模式

报告期内，公司主要经营模式未发生变化，经营模式主要包括联营、经销、代销、租赁和餐饮服务。其中，联营模式是公司最主要的经营模式。公司主营业务收入占总营业收入的90.69%，其中主营业务收入业态占比为：百货占比81.01%、超市占比12.26%、电器占比0.27%、租赁占比0.50%、餐饮占比5.97%。

公司报告期各经营模式数据与去年同期比较：

单位：元

业态	经营模式	2025年			2024年		
		营业收入	营业成本	毛利率%	营业收入	营业成本	毛利率%
百货	经销	316,006,681.82	299,406,631.62	5.25	311,893,493.34	273,753,705.43	12.23
	联营	159,456,289.78	0.00	100.00	155,850,313.54	0.00	100.00
	租赁	112,496,101.62	65,193,225.44	42.05	105,177,885.90	58,456,539.39	44.42
小计		587,959,073.22	364,599,857.06	37.99	572,921,692.78	332,210,244.82	42.01
超市	经销	72,100,780.36	65,307,826.99	9.42	83,484,182.74	75,773,197.02	9.24
	代销	9,276,292.26	0.00	100.00	14,613,794.35	0.00	100.00
	联营	3,477,768.28	0.00	100.00	3,746,344.30	0.00	100.00
	租赁	4,121,817.90	1,644,102.29	60.11	4,492,194.55	1,399,659.12	68.84
小计		88,976,658.80	66,951,929.28	24.75	106,336,515.94	77,172,856.14	27.43
电器	联营	1,935,326.21	0.00	100.00	2,144,889.58	0.00	100.00
小计		1,935,326.21	0.00	100.00	2,144,889.58	0.00	100.00
房地产租赁	租赁	3,615,767.16	2,116,355.03	41.47	3,435,182.70	2,116,355.03	38.39
小计		3,615,767.16	2,116,355.03	41.47	3,435,182.70	2,116,355.03	38.39
餐饮服务	餐饮	43,316,713.98	32,048,442.21	26.01	-	-	-
小计		43,316,713.98	32,048,442.21	26.01			
合计		725,803,539.37	465,716,583.58	35.83	684,838,281.00	411,499,455.99	39.91

1、联营模式

联营是公司与供应商的一种合作经营方式，由公司提供营业场地，负责统一营销策划，统一服务规范，统一维护顾客关系，统一的外墙及内部共用面积的装修；供应商负责商品配送，陈列，推介和现场服务，提供商品在公司商场的指定区域设立品牌专柜，按照公司整体要求负责柜台的设计，装修，装饰，布置，维修及维护，自聘营业员负责销售。商品的采购，销售及存货管理由供应商负责，在商品未售出前，该商品仍属供应商所有，公司不承担商品的跌价损失等风险；实现销售后公司从销售收入中按照约定的比率进行扣点分成。联营方式中，商品销售价格由供应商确定。

2、经销模式

经销是指公司直接向供应商采购商品，并自行销售的经营模式。经销模式下公司的利润来源主要是商品进销差价和返利收入。经销模式下，购进商品验收入库后纳入库存管理。通常，公司与供应商在经销合同中对商品的退货，换货，价格管理，促销管理做出约定，以降低公司库存风险。库存管理中，主要进行安全库存管理，以防止货品缺货，断货，积压。

3、代销模式

代销模式下，商品所有权归供应商所有，公司不承担商品价格下跌，过期，过季等风险。代销模式下的收入以实际收到的销售款扣除应结算给供应商的款项后的净额确认销售收入。

4、租赁模式

租赁模式指商户向公司租赁部分场地开展经营，公司向商户定期收取租金。公司目前采用租赁模式涉及的项目主要是餐饮，美发，健身，院线等体验。

5、餐饮服务

公司投资的餐饮业务，该模式下公司以委托品牌运营，利润来源主要是餐饮服务收入，收入、成本确认过程与经销模式类同，公司直接向供应商采购商品，购进商品验收入库后纳入库存管理，经加工后销售并提供用餐等服务。

3、公司主要会计数据和财务指标

3.1 近3年的主要会计数据和财务指标

单位：元　币种：人民币

	2025年	2024年	本年比上年增减(%)	2023年
总资产	2,799,284,004.80	2,779,838,073.78	0.70	2,744,581,845.49
归属于上市公司股东的净资产	1,607,823,652.36	1,580,894,261.56	1.70	1,644,471,730.73
营业收入	800,321,402.47	757,114,205.94	5.71	969,627,432.49
利润总额	95,713,496.85	78,188,203.41	22.41	215,349,775.22
归属于上市公司股东的净利润	70,280,340.20	58,008,333.71	21.16	157,758,700.19
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	50,514,565.81	72,438,942.95	-30.27	115,491,181.94
经营活动产生的现金流量净额	156,725,142.70	254,816,734.62	-38.49	451,401,899.67
加权平均净资产收益率（%）	4.41	3.57	增加0.84个百分点	10.10
基本每股收益（元／股）	0.11	0.09	22.22	0.24
稀释每股收益（元／股）	0.11	0.09	22.22	0.24

3.2 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	203,588,787.36	178,902,106.11	189,800,858.81	228,029,650.19
归属于上市公司股东的净利润	15,168,411.26	7,479,003.63	38,265,834.51	9,367,090.80
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	20,470,549.09	8,948,747.93	17,142,895.13	3,952,373.66
经营活动产生的现金流量净额	7,117,117.37	-2,270,145.36	44,702,667.71	107,175,502.98

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用√不适用

4、股东情况

4.1 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

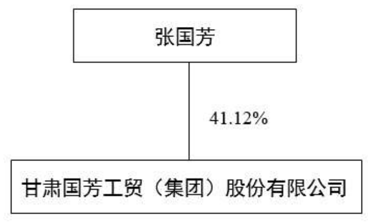
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）	51,883
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）	43,345
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）	0
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）	0

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	
张国芳	-6,660,000	273,840,000	41.12	0	无	0	境内自然人
张春芳	0	139,400,000	20.93	0	质押	58,180,000	境内自然人
张辉阳	-2,987,000	40,050,000	6.01	0	质押	16,000,000	境内自然人
张辉	0	40,050,000	6.01	0	质押	12,000,000	境内自然人
蒋勇	-500,000	1,500,000	0.23	0	无	0	境内自然人
周杰洪	760,000	760,000	0.11	0	无	0	境内自然人
石伟君	-381,800	750,000	0.11	0	无	0	境内自然人
高盛国际－自有资金	671,809	671,809	0.10	0	无	0	境内非国有法人
UBS AG	517,781	660,169	0.10	0	无	0	境外法人
J. P. Morgan Securities PLC－自有资金	623,697	623,697	0.09	0	无	0	境外法人
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、公司前十名股东中，张国芳先生与张春芳女士为夫妻关系，张辉女士系张国芳先生、张春芳女士之女，张辉阳先生系张国芳先生、张春芳女士之子。张国芳、张春芳、张辉、张辉阳为一致行动人。 2、除上述说明外，公司未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知其他股东之间是否属于规定的一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不涉及						

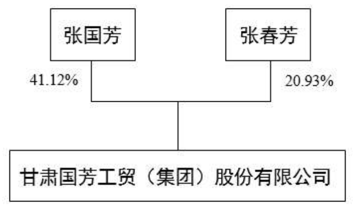
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用□不适用



4.3 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



4.4 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

5、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。

2025年，公司经营团队在董事会领导下，积极顺应消费升级趋势，围绕推进董事会战略部署，坚持稳中求进工作总基调，全面贯彻年初预定的各项经营任务目标，围绕如何满足消费需求变化，以场景式改造为核心，持续推进重点门店改造升级，构建发展生态，精耕细作与创新零售主业发展，制定科学合理的经营计划，加强统筹创新，激活商业活力，持续推动和拓展"线下为主+线上为翼"业务模式，稳固并扩大区域市场份额，有效防范化解重大风险，打造公司发展新优势新动能，持续提升公司核心竞争力和价值创造能力。

（1）以场景式改造为核心，持续推进重点门店改造升级，推动百货业态创新升级

自2024年以来，围绕"新生活商业"、"年轻力商业"等主题，公司启动调改转型升级战略，推动创新提升工程，以兰州国芳百货"超级百货"转型为核心定位，推动各门店"一店一策"改造，严格遵循"战略引导+集团主导+市场化运营"原则，从空间重构、业态创新、市场赋能、绿色运营维度，着力打造差异化潮流商业标杆，以商业新生态推动区域商业活力升级。积极推动商业设施从空间租赁转向场景运营、生态构建，为加快公司商业布局提供优质的硬件支持，实现公司区域聚焦战略，提升可持续发展水平。各店调改升级落地过程中，提供全链条、定制化服务保障，在工程进度、招商落位、运营保障三维一体实现高效衔接，确保各公司项目调改节点可控、如期开业。报告期内，结合场景化改造思路，主力店兰州国芳百货实施完成分阶段更新方案，集中优化楼层场景重构，提升核心楼层的空间利用率和顾客动线体验，通过功能区块重构、动线优化及主题化设计，形成主力店+配套业态的品牌互补组合，实现 "超级百货"转型全面激活，释放商业综合体消费潜力。主要包括负一层卖场更新升级、1-7层中庭装修、7-8层中厅改造、中庭1-9楼、9层屋顶花园等重点改造工程，改造面积18,249平方米。主力店调改升级探索出模块清晰、投入可控、适配性强的路径，为新业态探索积累经验与资金，新业态的创新为本次门店升级提供了方向，也给其他地区门店提供了宝贵的实践经验和可操作的解决方案。西宁国芳购物中心对商场卫生间升级改造、负一层新增扶梯、运动区域改造升级，改造面积5,700平方米，打通地下商业动线，便于顾客在室内外步行街与商场内互通流动；白银世贸中心店对商场五层餐饮、中庭、外立面进行升级改造，改造面积7,000平方米，旨在打造品质购物中心；银川国芳百货期末开启改造，重点完成1-5号厅结构改造、扶梯移位等工程。公司通过构建全新的生活体验空间，改善提升门店经营能力，持续推动百货购物中心场景体验与业态创新升级。

（2）场景体验升级、多元业态引入，树立城市标杆，打造新型消费载体与区域商业升级

精准招商导入，品牌引领驱动消费升级。公司立足店面定位，基于市场调研与空间规划，锁定客群需求的优质品牌，目标构建涵盖时尚餐饮、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。将场景化改造贯穿于动线规划、店面设计和商品陈列中，整合商品及线上线下一体化导流机制，实现"商品即场景"的沉浸式消费体验，全面提升区域商业竞争力。通过差异化定位，发展新型业态与首店经济，填补区域市场空白。聚焦Z世代潮流消费需求，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，打造核心商圈"潮流专属商业体"，力争成为区域"细分客群精准运营"的标杆，为各门店转型"破圈"提供可复制的定位思路。首店经济成效突出，引领消费升级。报告期公司各店累计引入新品牌249家，其中区域首店64家。主力店兰州国芳百货累计引入新品牌137个，含餐饮等非零售品牌77家；其中全国首店1家，西北首店4家，甘青宁首店18家，甘肃首店4家，兰州首店6家，品牌升级23家。首店品牌密度、销售额贡献率明显，且形成"首店引流-跨区域客群集聚-商圈联动"的良性发展链条。在商业布局方面，以首店和旗舰店矩阵形成强劲差异化竞争力。通过首店资源吸引客群，带动周边商业增长，成为区域商圈业态整体升级的核心引擎，推动公司"首店经济"从"数量积累"向"质量提升+区域协同"转型。各店以圈层共鸣为核心构建"精神消费"场景，以垂直细分群体兴趣为导向，组建白领社交、家庭聚会、潮玩动漫等多个高黏性圈层，打造聚焦圈层线下社交的商业空间。

（3）强化市场定位，聚焦头部品牌深度赋能，构建发展生态，以精细化运营激活商业活力

公司从渠道整合到服务创新，再到生态构建，每一步都紧扣"消费升级"与"实体振兴"的时代主题。实体零售的突围并非对抗线上，而是通过服务创造不可替代的价值；品牌的长久发展不仅需要商品力支撑，更需要模式创新与生态协同的系统能力。秉承对零售行业的深度敬畏与专注运营的创新追求理念，公司不断完善品牌、运营、团队的多方协同体系，确保品牌引进、营销策划、服务落地的高效推进，构建共生发展生态。报告期内，公司深入拆解经营痛点，把经营特性转化为系统可执行的指标，将数字化方案嵌入门店运营的全链条，用"模块化工具"解决经营实操难题，推动公司从单点优化向全域提效转型。增加重点品牌经营沟通频次，组织招商运营团队远赴多地品牌商商务调研，"走出去，抢资源"构建商品聚焦力和场景运营力，承接和转化市场需求，组织"品牌生意迈进会""品牌月度沟通函"营销信息交流，强化品牌方深度参与，鼓励品牌定制"旗舰形象店"，配置沉浸式体验区，联动品牌参与"生日客会员联动""户外活动""店内沙龙""商业巡展"等；通过数据分析识别"文化爱好者""潮流追随者"等细分客群，针对性展开布局业态。从首店入驻到开放公共空间，以"微小体验"提升用户粘性，带动周边商铺销售增长。以细节为亮点，与消费者共创价值，将消费者反馈的自然景观、地方特色、人性化服务等建议纳入卖场设计方案，通过搭建"网红+公共"空间的艺术化、功能化改造，形成"可感知的文化空间"，提升品牌口碑与流量吸引力，增强消费者认同感。公司从需求管理、供应链协同、门店效率到组织文化开展经营导向为主的整体变革，通过"数据驱动+流程优化+员工赋能"的管理策略，实现成本降低、效率提升与客户体验升级等全方位效能优化目标。

（4）持续技术革新、数据驱动运营、沉淀客户资产，促进线上线下深度融合

新零售浪潮中，技术创新是推动品牌持续发展的关键，本质仍是"以人为本"。公司面对多元场景的构建与运营需求，工具、运营、团队三者协同发力，致力打造整合全平台资源的管理系统。通过智能化管理工具，高效整合多业态资源，优化空间运营效率；借助数据分析能力，协助商家洞察消费者偏好，实现场景内容的动态更新；利用链接技术化，促进线上线下场景的有机融合；利用大数据分析用户行为，实现精准营销和个性化推荐。新媒体运营方面，在全员营销的基础上提升新媒体作品发布质量。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%。运营抖音矩阵账号数量2,000余个，发布视频数量11万个，曝光5,039万次，同比提升169%；全年抖音渠道本地生活团券销售额4,043万元，带动线下销售6,702万元，抖音本地生活团券销售同比增长285.2%。全年运营小红书矩阵账号数量2,000余个，发布笔记数量8.5万个，曝光1,408万次，同比提升201%。全年新媒体渠道直播3,697场，发布作品数量19.5万个，合计曝光量6,447万，曝光量同比增长59%。公司将逐步探索通过优化供应链管理，提高库存周转率，减少运营成本，带动公司线上线下业务稳步发展，不断提升公司的市场竞争力，也为消费者带来了更加高效、个性化的购物体验。

（5）打造跨越业务线、整合多场景、以用户生命周期价值为核心的会员运营体系

传统会员运营模式无法满足增长需求，直击"客流转化低、会员复购弱"的行业痛点，公司转向以用户生命周期价值为核心的会员体系，跨越业务线、整合多场景，将不同业务、不同场景中的行为数据打通，让积分、权益、服务形成流动的价值网络。构建起场景化引导消费+会员精准触达的核心增长模型，通过对门店空间的科学规划与场景化营造，从单纯的 "售卖场"升级为"生活方式体验场"，有效降低客户的决策成本，再结合会员数据推送个性化福利，实现了流量转化与会员复购的双提升，完成从"卖产品"到"卖生活方式"的跨越，成为与商品、会员、渠道深度绑定的增长引擎，品牌理念的传递者、消费场景的营造者和商户运营的承载者，让每一寸空间都产生价值，让每一位顾客都成为品牌的忠实粉丝。基于会员消费频次、偏好数据，按照新会员、活跃会员、沉睡会员等分类针对性推送福利、提醒服务。设置不同会员专属服务区域与互动触点，为线上的精准运营提供了线下的体验入口，形成了"线上数据+线下体验"的闭环。打通全渠道流量，会员线上领券线下核销，线下消费同步积累线上积分，实现双向引流。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信息，成为门店场景陈列的延伸和体验载体，让用户在线上线下都能感受到品牌的一致性，让全渠道消费数据的打通有了坚实的物理基础。联动品牌协同主导资源整合，从"活动协助"到"主导策划"角色转化，建立"商场促销""会员赠礼""自办沙龙"升级为 "联动体验""品牌联动送礼""跨业种联动"平台，链接商场、会员与品牌，搭建共赢模式跑道，顾客心声反馈矩阵，提升品质化服务体验，商场、品牌销售转化的同时，提升招新率，会员获益，实现三方共赢，品牌协同成效显著。报告期内，公司通过会员管理系统共服务会员约41万人次，利用公司CRM平台监控各人群转化效果，实现"标签划分-运营执行-效果反馈-策略优化"会员差异化营销的闭环机制。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并对活动价值进行复盘，保证会员专项服务体验与业绩增长目标的达成。

（6）压实安全责任，严守安全生产红线，构建共治共享新格局，护航公司稳健发展

2025年是公司安全生产工作稳中有进、持续提升的一年。为确保公司调改转型升级战略顺利实施，推动创新提升工程，集团安委会锚定"安全第一，预防为主，综合治理"的方针，以"零事故，零伤亡"为核心目标，统筹安全风险分级管控和隐患排查治理双重预防机制，推进安全制度建设，安全培训教育，应急管理提升等重点工作，扎实推进安全生产治本攻坚行动，深入开展重大事故隐患专项排查整治，有效防范化解重大安全风险，全面筑牢安全生产防线，为公司高质量发展提供了坚实的安全保障。集团安委会统筹协调，强化施工管控，监督管理和指导，统一执行与施工单位签订的安全协议，施工开始前进行安全交底，签署消防安全目标责任书、施工安全管理协议及动火作业风险告知书等。施工现场安排安管员24小时不间断值守，每日对各区域进行全面检查，责任到人。通过施工区域全流程监管、隐患排查闭环管理、动火证、临时用电作业票等制度执行、违规行为 "零容忍"、培训全覆盖等措施的有效实施，确保报告期内各店改造工程安全顺利开展。日常安全生产管理方面严格落实管业务必须管安全、管经营必须管安全要求，细化职责清单，明确管理重点，加强常态化监管，推动各项工作落地见效。2025年度接待政府检查15次，查出隐患问题38项，完成整改38项，整改率为100%。消防维保持续推进双维保制，检测问题545条，完成整改543项，整改率99.6%；组织各公司安全管理部门内部自查202次，发现隐患1,967项，整改1,963项，整改率99.7%；开展安全巡店检查4次，检查隐患问题1,323项，已整改1,266项，整改率95.7%。紧密贴合生产实际、岗位风险和员工需求，以"解决问题、塑造行为"为重心，推动安全生产培训教育工作，组织各类实操演练，提升全员安全意识和应急处理能力。全年开展2场消防专项培训，2场施工班组专项培训，4场安全月/消防月专题培训，10场新员工培训，为职工筑牢安全基础；开展消防疏散演练2场，提升员工与顾客在紧急状况下的疏散逃生能力；反恐演练2场，通过模拟恐怖袭击场景，增强员工应对突发暴力事件的反应能力和协同处置水平；微站拉练12场，促使应急响应与初期火灾扑救能力得到充分锻炼；电梯演练12场，着重培养员工和乘客在电梯突发故障时的正确应对；防汛、防震及突发事件演练2场，帮助员工熟悉各类自然灾害和突发事件的应对流程，提升整体应急处理能力。此外，与消防部门联合开展集中微站拉练训练2场，借助专业消防力量的指导，优化门店消防应急策略，加强与外部救援力量的协同配合，确保在面临重大火灾等灾害时能够高效联动，共同应对危机。

（7）夯实内控建设体系，筑牢合规根基，赋能高质量发展

为深入贯彻落实公司"提质增效战略"行动要求，以"法治引领、合规先行"为核心理念，通过构建全员参与、全域覆盖、全程管控的合规管理新格局，"强内控、防风险、促合规"的内部控制体系，进一步强化合规经营管理，推动内控机制更加健全完善、内控执行更加高效合规、重大风险防控更加有力有效，持续提升企业治理能力和核心竞争力，为公司调改升级和高质量发展注入强劲动力。公司职能总部相关业务部门组成风险管控防线，从政策研读、流程建设、风险自查等方面规范业务、防范风险，将业务流程内嵌到信息化系统中，构建起企业内控体系。随着公司规模持续扩大、业务领域不断拓展，合规管理作为企业稳健运营的"生命线"，其重要性愈发凸显。公司高度重视合规管理体系建设，将其纳入发展战略规划，统筹推进、精准发力，推动合规经营、改革发展。报告期内，根据《上市公司章程指引（2025年）》等法律法规及规范性文件的规定，结合公司实际情况，公司取消监事会，其职权由董事会审计委员会行使，对审计委员会监督职能的履行方式、效率、责权划分以及董事会运作等方面进一步升级，成为承担实质性监督职责的核心机构，公司治理体系中核心环节之一。同时，结合公司实际情况，修订《公司章程》及附件、对现行公司管理制度进行修订补充，修订完善配套业务流程。通过强化内控、合规体系顶层体系建设，筑牢内控、合规根基，实现工作管理体系权责清晰、协同高效。公司明确业务、职能、监督防线职责，强化联动，推进内控、风险、合规职能整合，构建高效协同监督体系，强化统筹推动、组织协调与监督落实。强化外规转内规工作模式，逐步完善标准统一、运转高效的工作管理机制，确保内控与合规体系完整有效。同时积极探索内控专项工作机制，根据公司经营管理重点事项组织开展专项内审稽查，持续优化完善内控、合规体系。2025年度完成流程优化25项，涵盖6项流程新增、16项流程修订和3项流程废止，并专项开展电子印章、合同审批与管理等，探索更有力的内控措施，将内控、合规要求转化为系统规则并嵌入信息系统，覆盖公司财务、资金、投资、工程、采购与招投标、风险、审计、法律等重要业务和关键环节，实现对业务活动的强管控、全留痕、可追溯、易检查，切实提升依法合规经营能力和水平。公司注重提高管理人员素质与职业修养，报告期内，积极开展企业组织效能提升、职业经理人自我修炼、舆情管理与危机应对以及公司内控业务实务等培训，提高管理人员对内控管理工作标准化的积极性、主动性。

（8）构建战略引导、全域赋能、协同共生的人才培养生态，用人才战略撬动业务增长

经济下行环境下，支撑经营业绩的，除了技术创新与产能布局，也离不开其深度契合企业战略的人才发展体系。企业的人才管理正面临成本压力加剧、技能迭代加速、员工稳定性与流动性矛盾加剧、组织形态持续变革的挑战，更对人才留存、发展、激励等全周期管理提出新挑战。成本压力倒逼管理精细化，公司建立统一的人力资源共享中心服务平台，为全公司提供专业化、规范化、高效化的人力资源服务支持。更加关注"人效比"，绩效考核从"过程导向""结果导向"转向"责任结果导向"的"目标管理+信任机制"转型。通过持续培训、轮岗实践等方式推动员工技能升级，提升团队敏捷响应能力，满足技术迭代周期缩短下企业跨领域协作复合型人才需求。组织形态变革驱动管理创新。打破岗位边界，通过竞聘、跨部门项目组等"内部人才市场"实现扁平化与分布式组织之间的协作激活人才潜力。业务驱动人才定位，将人才战略与业务发展深度咬合，形成"战略-人才-价值"的闭环，构建战略引导、全域赋能、协同共生的人才培养生态，更好地优化人才策略，控制成本，激发组织活力，致力打造专业化、多元化人才队伍，确保人才培养始终服务于企业核心目标。将顶层战略层层落地，由核心管理团队牵头制定人才发展战略，将人才培养成效纳入核心考核指标，拆解至各业务部门，形成人人都是组织发展参与者的人才培养导向。报告期内通过537份培训需求调查问卷反馈培训核心问题，精准识别高层重战略、中层缺协作、基层需技能的差异化需求，揭示体系化缺失等共性挑战，为搭建定制化培训体系提供数据支撑。打造线上线下一体化北森培训平台，线上依托数字化工具，构建涵盖知识库、微课、直播培训的全场景学习生态，平台学习效率潜力巨大，学习质量优于数量，是"练兵"和"考核"的重要阵地，为培训学习数字化管理奠定良好基础，员工可随时随地参与学习；线下建立内部管理人员研发实训课程和互动平台，"岗位大练兵""导师带教+项目实践+场景化训练"等模式，让员工在真实场景中锤炼技能，在解决实际问题中成长。培训资源实现全域共享，课程、讲师、平台为总部各体系、各门店提供支持，建立资源共享机制，保障职业发展全流程的学习与发展需求。"十舰一百舸一千帆"三池人才发展计划持续发力，既有通用力标准化流程，又有专业力、领导力等个性化路径，确保不同层级、不同岗位的员工都能获得精准赋能。新员工聚焦 "快速融入与基础能力"，核心人才聚焦"专业深化与创新能力"，管理者聚焦"领导力与全局视野"。通过组织、制度、资源、文化的全方位支撑，全组织协同发力，业务驱动的HRBP模式，让人才工作贴近业务，激励与约束并重，让学习成长成为员工的自觉行为，打造数字化赋能平台，营造学习与创新的文化，让成长成为组织的核心氛围。

（9）创新实践"强党建、促发展"工作理念，为推动公司高质量发展注入了强劲动能

公司党委坚持"强党建、促发展"工作理念，紧紧围绕集团公司发展战略，深入践行"引领、规范、创新"的党建工作思路，把握"围绕发展抓党建、抓好党建促发展"的根本方向，创新实践，为推动公司高质量发展注入了强劲动能。积极推进国芳商务写字楼党群服务中心为入驻企业提供党的建设、党员管理、法律援助、稳岗就业和政策咨询等的"一站式"服务工作，通过整合行业主管单位、街道社区、楼宇企业等区域性资源，积极探索党建新思路，系统推进"品质楼宇"基层治理，扩大党建工作在楼宇经济组织的凝聚力和影响力，促进"一轴三联四助力"的楼宇党建模式不断深化发展。深化"学研讲宣"理论学习机制，通过深化理论学习、开展主题研讨、做实专题党课，不断筑牢党员干部的政治根基。严格落实"第一议题"制度，及时跟进学习重要讲话重要指示精神，做到政治理论及时学、全面学、系统学；以"三会一课"为载体，通过观看抗战80周年阅兵仪式、参观红色教育基地、同唱红歌颂党恩、开展党支部联建等形式多样的学习活动，增强理论教育的感染力和吸引力。紧扣公司发展实践，对标党的创新理论，深入研究国家经济政策、市场形势和行业发展趋势。持续规范日常管理，严格执行组织生活制度，开展政治生日、重温入党誓词等活动，强化党性教育。通过现场+线上查阅等对所属党支部会、主题党日活动等日常工作开展情况进行全面检查，组织共建、基础共抓、活动共办、资源共享、平台共搭等方式，实现党的建设与公司经营双融合双促进双提升。

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

证券代码：601086　　证券简称：国芳集团　　公告编号：2026-008

甘肃国芳工贸（集团）股份有限公司关于公司续聘2026年度审计机构的公告

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。

重要内容提示：

● 拟续聘的会计师事务所名称：中喜会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称"中喜会计师事务所"）

● 本次续聘会计师事务所事项尚需提交公司股东会审议

甘肃国芳工贸（集团）股份有限公司（以下简称"公司"）于2026年4月16日召开第七届董事会第二次会议，审议通过了《关于续聘中喜会计师事务所（特殊普通合伙）为公司2026年度审计机构的议案》，并同意提交公司2025年年度股东会审议。具体情况如下：

一、拟续聘会计师事务所的基本情况

（一）机构信息

1、基本信息

事务所名称：中喜会计师事务所（特殊普通合伙）

成立日期：2013年11月28日

组织形式：特殊普通合伙企业

注册地址：北京市东城区崇文门外大街11号11层1101室

首席合伙人：张增刚

截止2025年末，中喜拥有合伙人102名、注册会计师431名、从业人员总数1391名，签署过证券服务业务审计报告的注册会计师324名。

2025年度服务上市公司客户42家，挂牌公司客户208家，实现收入总额44,911.66万元（审定数），其中：审计业务收入38,384.97万元（审定数）；证券业务收入15,577.80万元（审定数）。

2025年度上市公司客户前五大主要行业：

代码	行业门类	行业大类
C35	制造业	专用设备制造业
C39	制造业	计算机、通信和其他电子设备制造业
C15	制造业	酒、饮料和精制茶制造业
I65	信息传输、软件和信息技术服务业	软件和信息技术服务业
C29	制造业	橡胶和塑料制品业

2025年度挂牌公司客户前五大主要行业：

代码	行业门类	行业大类
I65	信息传输、软件和信息技术服务业	软件和信息技术服务业
C35	制造业	专用设备制造业
C38	制造业	电气机械和器材制造业
C34	制造业	通用设备制造业
C39	制造业	计算机、通信和其他电子设备制造业

2025年度上市公司审计收费：6,278.93万元（审定数）

2025年度挂牌公司审计收费：2,593.68万元（审定数）

2025年度本公司同行业上市公司审计客户家数：1家

2025年度本公司同行业挂牌公司审计客户家数：4家

2、投资者保护能力

2025年中喜会计师事务所购买的职业保险累计赔偿限额10,500万元，能够覆盖因审计失败导致的民事赔偿责任。

3、诚信记录

本事务所未受到刑事处罚。

本事务所近三年执业行为受到监督管理措施11次，24名从业人员近三年因执业行为受到监督管理措施共13次；本事务所近三年执业行为受到行政处罚2次，4名从业人员近三年因执业行为受到行政处罚共2次；本事务所近三年执业行为受到纪律处分1次，2名从业人员近三年因执业行为受到纪律处分共1次。

（二）项目信息

1、基本信息

项目合伙人：贾志博，2015年成为注册会计师，2013年开始从事上市公司审计，2013年开始在中喜会计师事务所执业，2026年开始为国芳集团提供审计服务；近三年签署6家上市公司审计报告。

签字会计师：范雅微，2019年开始在本所执业，2022年成为注册会计师，2019年开始从事上市公司审计，2019年开始为国芳集团提供审计服务；近三年签署1家上市公司审计报告。

项目质量控制复核人：杜丽艳，注册会计师，正高级会计师，2002年12月至今就职于中喜会计师事务所（特殊普通合伙），2002年开始从事上市公司和挂牌公司审计，未在其他单位兼职。2025年开始为国芳集团提供质控复核服务，近三年复核8家上市公司审计报告。

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、行政处罚、行政监管措施和自律处分。

3、独立性

中喜会计师事务所及项目合伙人、签字注册会计师、项目质量控制复核人等不存在可能影响独立性的情形。

（三）审计收费

2026年度在公司现有审计范围内，聘用中喜会计师事务所的审计服务费用预计为玖拾伍万元整（不包括审计过程中会计师代垫的差旅费用、食宿费等费用），其中财务报表审计费用和专项审计（控股股东及其他关联方占用资金情况说明）为捌拾万元整，内控审计费用为壹拾伍万元整。本期审计费用与上一期审计费用一致。

三、续聘会计师事务所履行的程序

（一）审计委员会审核意见

报告期内，在为公司提供年度财务报告及内部控制审计报告过程中，中喜会计师事务所（特殊普通合伙）严格按照注册会计师审计准则的要求执行恰当的审计程序，获取充分适当的审计证据，出具的财务报告能够准确、客观、真实地反映公司的财务状况及经营成果，切实履行了审计机构应尽的职责。审计委员会与中喜会计师事务所就审计范围、审计计划、审计方法等事项进行了充分的讨论与沟通，在审计期间也未发现审计中存在其他的重大事项。经审核，公司实际支付审计费用的2025年度审计费用主要为公司年度审计费用和内控审计费用，与公司所披露的审计费用情况相符。

审计委员会同意续聘中喜会计师事务所（特殊普通合伙）为公司2026年度财务报告及内控审计机构，审计费用为人民币95万元，其中年度财务报表审计费用和专项审计费用80万元（含控股股东及其他关联方占用资金情况说明）、内控审计费用15万元，本期审计费用与上一期审计费用一致，并将续聘事项提交公司董事会及股东会审议。

（二）董事会审议与表决情况

公司于2026年4月16日召开第七届董事会第二次会议，审议通过了《关于续聘中喜会计师事务所（特殊普通合伙）为公司2026年度审计机构的议案》，同意续聘中喜会计师事务所（特殊普通合伙）为公司及所有子公司2026年度审计及其它常规审计的外部审计机构，并将该议案提交股东会审议。

（三）本次续聘中喜会计师事务所事项尚需提交公司2025年年度股东会审议，并自公司股东会审议通过之日起生效。

特此公告。

甘肃国芳工贸（集团）股份有限公司
董事会
2026年4月18日

证券代码：601086　　证券简称：国芳集团　　公告编号：2026-006

甘肃国芳工贸（集团）股份有限公司关于公司2025年度利润分配预案的公告

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。

重要内容提示：

● 每股分配比例：A股每股派发现金红利0.10元（含税）。

● 本次利润分配拟以2025年12月31日的公司总股本666,000,000股扣除公司回购专用证券账户中股份数5,714,400股后的股本660,285,600股为基数，派发现金红利，不送红股，不以资本公积金转增股本。

● 在实施权益分派的股权登记日前公司总股本发生变动的，拟维持每股分配比例不变，相应调整分配总额，并将另行公告具体调整情况。

● 本预案尚需提交公司2025年年度股东会审议。

● 本次利润分配不触及《上海证券交易所股票上市规则》（以下简称《股票上市规则》）第9.8.1条第一款第（八）项规定的可能被实施其他风险警示的情形。

一、2025年度利润分配预案内容

（一）利润分配方案的具体内容

经中喜会计师事务所（特殊普通合伙）审计确认，截至2025年12月31日，甘肃国芳工贸（集团）股份有限公司（以下简称"公司"）2025年度合并报表中归属于上市公司股东的净利润为70,280,340.20元，2025年母公司实现净利润为84,356,523.51元。根据《公司法》、《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》和《公司章程》的有关规定，提取法定盈余公积金8,435,652.35元后，母公司2025年实现可分配利润为75,920,871.16元，公司累计可分配利润为283,812,169.96元。经公司第七届董事会第二次会议决议，结合公司发展与未来资金需求，公司2025年度拟以实施权益分派股权登记日扣除回购专户上已回购股份后的总股本为基数分配利润。本次利润分配方案如下：

公司拟向全体股东每10股派发现金红利1.00元（含税）。截至2025年12月31日，公司总股本666,000,000股，扣除公司回购专用证券账户中股份数5,714,400股后的股本660,285,600股为基数，以此计算合计拟派发现金红利66,028,560.00元（含税），占公司2025年度合并报表中归属于上市公司股东净利润的93.95%。利润分配方案实施后，剩余未分配利润转入下一年度。公司本次资本公积不转增股本。

根据《上海证券交易所上市公司自律监管指引第7号—回购股份》等相关法律法规的规定，回购专用账户中的股份不享受利润分配的权利。公司通过回购专用账户所持有本公司股份5,714,400股，不参与本次利润分配。

公司若在本公告披露之日起至实施权益分派股权登记日期间，因可转债转股、回购股份、股权激励授予股份回购注销、重大资产重组股份回购注销等致使公司总股本发生变动的，公司拟维持每股分配比例不变，相应调整分配总额。如后续总股本发生变化，将另行公告具体调整情况。

本次利润分配方案尚需提交股东会审议。

（二）是否可能触及其他风险警示情形

项目	2025年度	2024年度	2023年度
现金分红总额（元）	66,028,560.00	52,812,648.72	119,150,486.64
回购注销总额（元）	0.00	0.00	0.00
归属于上市公司股东的净利润（元）	70,280,340.20	58,008,333.71	157,758,700.19
本年度末母公司报表未分配利润（元）	283,812,169.96		
最近三个会计年度累计现金分红总额（元）	237,991,695.36		
最近三个会计年度累计回购注销总额（元）	0.00		
最近三个会计年度平均净利润（元）	95,349,124.70		
最近三个会计年度累计现金分红及回购注销总额（元）	237,991,695.36		
最近三个会计年度累计现金分红及回购注销总额是否低于5000万元	否		
现金分红比例（%）	83.20		
现金分红比例是否低于30%	否		
是否触及《股票上市规则》第9.8.1条第一款第（八）项规定的可能被实施其他风险警示的情形	否		

二、公司履行的决策程序

（一）董事会会议的召开、审议和表决情况

公司于2026年4月16日召开第七届董事会第二次会议，以9票同意、0票反对、0票弃权的表决结果，审议通过了《关于公司2025年度利润分配的预案》。该项议案尚需提交公司2025年年度股东会审议。

（二）审计委员会审议情况

2026年4月3日，公司第七届董事会审计委员会2026年第二次会议审议通过了《关于公司2025年度利润分配预案的议案》。经审核，审计委员会认为公司2025年度利润分配预案符合相关法律、法规的要求及《公司章程》、《中华人民共和国公司法》的相关规定，符合公司发展需求，不存在损害公司及其他股东、特别是中小股东利益的情形。

三、相关风险提示

2025年度利润分配预案尚需提交公司2025年年度股东会审议通过后方可实施，敬请投资者关注并注意投资风险。

特此公告。

甘肃国芳工贸（集团）股份有限公司
董　事　会
2026年4月18日

证券代码：601086　　证券简称：国芳集团　　公告编号：2026-010

甘肃国芳工贸（集团）股份有限公司关于修订公司《董事、高级管理人员薪酬管理办法》的公告

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。

甘肃国芳工贸（集团）股份有限公司（以下简称"公司"）于 2026年4月16日召开了第七届董事会第二次会议，审议通过了《关于修订公司〈董事、高级管理人员薪酬管理办法〉的议案》。

为进一步完善公司董事、高级管理人员的薪酬管理，建立科学有效的激励与约束机制，有效调动公司董事、高级管理人员的工作积极性，提高公司的经营管理效益，根据《公司法》《上市公司治理准则》等有关法律、法规及《公司章程》，综合考虑公司的实际情况及行业、地区的薪酬水平和职务贡献等因素，对原《董事、高级管理人员薪酬管理办法》相关条款予以修订，具体如下：

序号	制度名称	类型	备注
1	《董事、高级管理人员薪酬管理办法》	修订	尚需提请股东会审议

上述制度已经公司第七届董事会第二次会议审议通过，尚需提交公司股东会审议。制度具体内容详见公司于同日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）及公司指定信息披露媒体《上海证券报》、《中国证券报》、《证券日报》、《证券时报》披露的相关制度文件。

特此公告。

甘肃国芳工贸（集团）股份有限公司
董事会
2026年4月18日

证券代码：601086　　证券简称：国芳集团　　公告编号：2026-012

甘肃国芳工贸（集团）股份有限公司关于公司2026年度日常经营性投资计划的公告

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。

重要内容提示：

● 甘肃国芳工贸（集团）股份有限公司（以下简称"公司"）及下属子公司2026年度预计日常经营性投资总额约1.50亿元。

● 本计划经公司第七届董事会战略委员会全体委员一致通过后，提交公司第七届董事会第二次会议审议通过。本次日常经营性投资预计事项在董事会审议权限范围内，无需提交公司股东会审议。

● 此投资计划为公司及子公司2026 年度投资的预算安排，投资项目的实施与行业发展、公司经营环境、发展战略等诸多因素相关，在具体实施中可能存在投资计划调整的风险，存在不确定性。敬请广大投资者注意投资风险。

公司于2026年4月16日召开第七届董事会第二次会议，审议通过了《关于2026年度日常经营性投资计划的议案》，具体情况如下：

一、2026年度日常经营性投资计划概述

公司为提升公司品牌影响力和核心竞争力，积极推动零售主业高质高效发展，实现各地区门店形象升级、设备更新及品类结构调整，优化利润增长点，将于2026年度实施银川国芳城市广场调改升级、白银世贸中心外立面改造及张掖国芳广场筹建等重点商业项目。同时，结合公司在甘青宁地区百货购物中心品类结构调整计划，通过股权投资、联合经营及项目投资等多种方式，陆续与国内知名餐饮、服饰品牌合作，以促进优质首店品牌、独有品牌顺利进驻公司旗下门店。

根据公司战略规划及重点项目实施计划，2026年度公司及子公司（含全资子公司、控股子公司，下同）预计发生经营性投资总额1.50亿元。本计划经公司第七届董事会战略委员会全体委员一致通过后，于2026年4月16日提交公司第七届董事会第二次会议审议通过。本次日常经营性投资预计事项在董事会审议权限范围内，无需提交公司股东会审议。项目分类投资情况说明如下：

序号	项目名称	项目类别	投资计划（万元）
1	宁夏国芳百货购物广场有限公司调改升级项目	已开门店内部装修升级、外立面形象升级及卖场设施设备更新	6,000.00
2	兰州国芳百货购物广场有限责任公司白银世贸中心外立面改造项目	已开门店外立面形象升级、电梯移位及外围主通道装修	1,000.00
3	与品牌引进相关的股权及其他投资	在公司旗下门店通过投资合作引进国内知名餐饮、服饰品牌	8,000.00
合计			15,000.00

注：公司在甘肃省河西地区投资的张掖国芳广场筹建项目已经公司第六届董事会第十五次会议、2025年第一次临时股东大会审议通过，拟以全资子公司兰州国芳百货购物广场有限责任公司（以下简称"兰州国芳"）租赁关联方张掖国芳房地产开发有限公司在建的位于甘肃省张掖市甘州区的商业地产，建筑面积约为37,266.10平方米，兰州国芳根据商业项目定制规划预计投资约6,500.00万元人民币用于进行该项目的内外部装修及机电安装。上述事项具体情况详见公司分别于2025年6月26日、2025年7月16日在上海证券交易所网站及《中国证券报》《上海证券报》《证券时报》《证券日报》披露的《关于公司子公司租赁关联方商业地产投资建设张掖国芳广场暨关联交易的公告》（公告编号：2025-037）《2025年第一次临时股东大会决议公告》（公告编号：2025-041）。

二、对公司的影响

公司及子公司2026年度日常经营性投资计划的实施有利于提升公司行业竞争力，优化经营战略布局，促进零售主业发展，强化业态组合与差异化优势，实现公司高质量可持续发展。

三、风险提示

公司2026年度日常经营性投资计划的实施与行业发展、公司经营环境、发展战略等诸多因素相关，在具体实施中可能存在投资计划调整的风险，存在不确定性，亦可能会对本年度及未来期间公司经营收益产生一定影响。公司将根据投资计划实施情况及进展变化，按照相关法律法规的要求，及时履行相关审议程序并予以披露。敬请广大投资者注意投资风险。

特此公告。

甘肃国芳工贸（集团）股份有限公司
董　事　会
2026年4月18日

证券代码：601086　　证券简称：国芳集团　　公告编号：2026-013

甘肃国芳工贸（集团）股份有限公司关于召开2025年年度股东会的通知

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。

重要内容提示：

● 股东会召开日期：2026年5月15日

● 本次股东会采用的网络投票系统：上海证券交易所股东会网络投票系统

一、召开会议的基本情况

（一）股东会类型和届次

2025年年度股东会

（二）股东会召集人：董事会

（三）投票方式：本次股东会所采用的表决方式是现场投票和网络投票相结合的方式

（四）现场会议召开的日期、时间和地点

召开的日期时间：2026年5月15日　14点00分

召开地点：兰州市城关区广场南路4-6号公司会议室

（五）网络投票的系统、起止日期和投票时间。

网络投票系统：上海证券交易所股东会网络投票系统

网络投票起止时间：自2026年5月15日

至2026年5月15日

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。

（六）融资融券、转融通、约定购回业务账户和沪股通投资者的投票程序

涉及融资融券、转融通业务、约定购回业务相关账户以及沪股通投资者的投票，应按照《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号—规范运作》等有关规定执行。

（七）涉及公开征集股东投票权

不涉及

二、会议审议事项

本次股东会审议议案及投票股东类型

序号	议案名称	投票股东类型
		A股股东
非累积投票议案		
1	《甘肃国芳工贸（集团）股份有限公司2025年年度报告》及摘要	√
2	《甘肃国芳工贸（集团）股份有限公司2025年度董事会工作报告》	√
3	《关于公司2025年度财务决算报告及2026年度财务预算方案》	√
4	《关于公司2025年度利润分配预案的议案》	√
5	《关于公司2025年日常关联交易情况及2026年日常关联交易计划的议案》	√
6	《关于续聘中喜会计师事务所（特殊普通合伙）为公司2026年度审计机构的议案》	√
7	《关于授权公司董事会申请银行授信及贷款权限的议案》	√
8	《关于2026年度使用闲置自有资金进行现金管理额度预计的议案》	√
9	《独立董事2025年年度述职报告》	√
10	《关于修订〈公司董事、高级管理人员薪酬管理办法〉的议案》	√
11	《关于公司董事2025年度薪酬（津贴）情况及2026年度董事薪酬（津贴）方案的议案》	√
12	《关于公司未来三年（2026-2028年）股东分红回报规划的议案》	√

1、各议案已披露的时间和披露媒体

议案披露时间：2026年4月18日

议案披露媒体：上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）及和公司指定信息披露媒体《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》、《证券时报》。

2、特别决议议案：无

3、对中小投资者单独计票的议案：议案4、议案5、议案6、议案12

4、涉及关联股东回避表决的议案：议案5、议案11

应回避表决的关联股东名称：张国芳、张春芳、张辉、张辉阳

5、涉及优先股股东参与表决的议案：无

三、股东会投票注意事项

（一）本公司股东通过上海证券交易所股东会网络投票系统行使表决权的，既可以登陆交易系统投票平台（通过指定交易的证券公司交易终端）进行投票，也可以登陆互联网投票平台（网址：vote.sseinfo.com）进行投票。首次登陆互联网投票平台进行投票的，投资者需要完成股东身份认证。具体操作请见互联网投票平台网站说明。

（二）同一表决权通过现场、本所网络投票平台或其他方式重复进行表决的，以第一次投票结果为准。

（三）持有多个股东账户的股东，可行使的表决权数量是其名下全部股东账户所持相同类别普通股和相同品种优先股的数量总和。

持有多个股东账户的股东通过本所网络投票系统参与股东会网络投票的，可以通过其任一股东账户参加。投票后，视为其全部股东账户下的相同类别普通股和相同品种优先股均已分别投出同一意见的表决票。

持有多个股东账户的股东，通过多个股东账户重复进行表决的，其全部股东账户下的相同类别普通股和相同品种优先股的表决意见，分别以各类别和品种股票的第一次投票结果为准。

（四）股东对所有议案均表决完毕才能提交。

四、会议出席对象

（一）股权登记日下午收市时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公司股东有权出席股东会（具体情况详见下表），并可以以书面形式委托代理人出席会议和参加表决。该代理人不必是公司股东。

股份类别	股票代码	股票简称	股权登记日
A股	601086	国芳集团	2026/5/11

（二）公司董事和高级管理人员。

（三）公司聘请的律师。

（四）其他人员。

五、会议登记方法

（一）登记手续：出席会议的个人股东持本人身份证、上海股票账户卡；委托代理人持本人身份证、授权委托书、授权人股东账户卡；法人股股东持加盖公司公章的营业执照复印件、法定代表人授权委托书、出席人身份证办理登记手续。出席会议者还可通过电话、传真等方式进行登记。

（二）登记时间：2026年5月14日上午9:00一11:00，下午14:00一17:00（未登记不影响股权登记日登记在册的股东出席股东会）。

六、其他事项

（一）股东会会期半天，往返及食宿费用自理。

（二）联系方式

联系地址：中国甘肃省兰州市城关区广场南路4-6号

邮政编码：730000

传　　真：0931－8803618

联系电话：0931－8803618

E-mail：gfzhengquan@guofanggroup.com

特此公告。

甘肃国芳工贸（集团）股份有限公司
董事会
2026年4月18日

附件1：授权委托书

授权委托书

甘肃国芳工贸（集团）股份有限公司：

兹委托　　先生（女士）代表本单位（或本人）出席2026年5月15日召开的贵公司2025年年度股东会，并代为行使表决权。

委托人持普通股数：

委托人持优先股数：

委托人股东账户号：

序号	非累积投票议案名称	同意	反对	弃权
1	《甘肃国芳工贸（集团）股份有限公司2025年年度报告》及摘要			
2	《甘肃国芳工贸（集团）股份有限公司2025年度董事会工作报告》			
3	《关于公司2025年度财务决算报告及2026年度财务预算方案》			
4	《关于公司2025年度利润分配预案的议案》			
5	《关于公司2025年日常关联交易情况及2026年日常关联交易计划的议案》			
6	《关于续聘中喜会计师事务所（特殊普通合伙）为公司2026年度审计机构的议案》			
7	《关于授权公司董事会申请银行授信及贷款权限的议案》			
8	《关于2026年度使用闲置自有资金进行现金管理额度预计的议案》			
9	《独立董事2025年年度述职报告》			
10	《关于修订〈公司董事、高级管理人员薪酬管理办法〉的议案》			
11	《关于公司董事2025年度薪酬（津贴）情况及2026年度董事薪酬（津贴）方案的议案》			
12	《关于公司未来三年（2026-2028年）股东分红回报规划的议案》			

（下转B210版）