

与支付宝合作推出了支付宝刷脸付，上线仓储门店 144 家，基本实现仓储门店全覆盖；中百超市与淘鲜达项目合作，上线了 4 家门店；与微众合作，联合打造创建了线上会员 high 购小程序微信营销平台。

问：公司如何通过优化供应链来提升毛利？

近年来，为加快推进供应链经营模式转型、不断增强核心竞争力，提高毛利空间。公司加快推进商品源头采购、探索“采、购、销”一体化的垂直供应链经营模式：

一是以休闲食品类别为试点，成立了“散称直采”经营部，积极探索直采买手制经营变革之路，采用直采买断经营模式，直接与厂家合作，缩减中间环节。目前，共发展零食铺 104 家门店，经营品种包括糕点点心、饼干膨化、肉类熟食、素食卤味、糖果果冻、坚果炒货、果干蜜饯、冲饮类等八个类别。

二是加大生鲜直采自营比例。以自营为主、联营为辅，自营比例 85.63%、联营 14.37%。主要加强公司集中统一采购，采取基地(产地)自采与供应商竞标供应相结合的采购模式。

三是重点品牌供应商采取直营模式。

问：和永辉在供应链方面的合作情况？

自 2016 年起，中百和永辉在生鲜供应链合作包括以下几方面：

一是导入永辉公司在生鲜商品类别有供应能力且信誉较好的长半径（全国）供应商，提升中百仓储整体供应能力，主要商品为坚果、杂粮、炒货等干货类商品。

二是分享采购信息、沟通生鲜商品采购质量标准、互通双方管控成本和风险的操作办法，拓宽采购渠道，提升生鲜商品采购

能力。

问：中百罗森便利店发展情况以及拓展空间有多大？

中百罗森便利店截止到9月底一共开了277家，其中一半的门店是加盟店，今年目标是突破300家。

武汉的便利店主要有两种模式：一种是日式便利店，以鲜食为主。另一种是传统便利店，主要是社区里面的夫妻店，以日常生活用品为主。中百罗森是日式便利店，目前武汉以鲜食为主的便利店大约有600家，但是从武汉现有市场容量来说的话尚未饱和，武汉三镇面积比较大，人口也比较多，特别是学生比较多，学生有一百多万，所以武汉实际容量比较大，发展空间也还很大，关键是商品怎么运营好，成本怎么控制好。

问：中央大厨房的情况？

公司中共大厨房项目占地4.2万m²，产品类别涉及鲜食类、熟卤制品类、中式面点类、西式面包类、豆制品类等五大类别，品种数近400种。除满足中百集团旗下的中百仓储、中百便民、中百罗森、中百邻里生鲜等近千家连锁销售门店生鲜食品经营及配送服务外，还向社会企事业单位、省市机关部门食堂、金融机构、院校及各类大型活动赛事提供生鲜食品及配餐服务。

今年在积极做好存量市场基础上，中央大厨房以两家超市公司及便利店经营需求为导向，不断研发新品，努力提升产品质量，通过现场复热、简单烹饪大厨房系列产品，营造现场制作氛围，吸引客群，带动销售增长。在拓展外围增量市场上，中央大厨房通过调整优化配餐菜品结构，推进大宗客户“每日多餐食”选购及“智慧食堂”学生餐等项目，通过客户定制模式，积极挖掘大宗客户，成功进入长沙、南昌市场。

	<p>接待过程中，公司接待人员与投资者进行了充分的交流与沟通，严格按照《信息披露管理制度》等规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况，同时已按深交所要求签署调研《承诺书》。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2018-11-23