2026年11月13日 星期五
E-mail:tougao_cfs365@126.com
首都食品安全

副业拉动百货行业三季报增长

本报讯 刘卓澜 百货上市公司陆续交出2026年三季度成绩单。近日，笔者根据已披露的三季报粗略统计，实现正增长的企业中，近半数依靠地块收储、出售股票和资产处置等非经营性收益，拉动业绩上升的主要是新业务、新业态。“副业”撑起增长的同时，一个更关键的问题随之浮现，临近年底销售旺季，离开这些非经营性收益，百货主业还能不能赚钱。

副业贡献尤为突出

行业基本面并不支撑高增长。中国百货商业协会数据显示，2026年前三季度，在42家样本企业中，营业收入同比增长的企业数量为7家，占比为17%，同比下滑的企业占比83%，其中同比下降超过10%的企业17家，占比40%。2026年第三季度，42家样本企业中，营业收入同比增长的企业数量为9家，占比为21%，同比下降的企业占79%，其中同比下降超过10%的企业14家，占比33%。国家统计局数据显示，今年前三季度社会消费品零售总额37万亿元，同比增长1.1%；限额以上百货店、专业店零售额分别下降2.9%、2.2%，品牌专卖店下降10.3%，超市、便利店分别增长4.1%、5.2%。

前三季度营业收入实现正增长的企业，以大商股份及国芳集团为例，分别增长0.25%和8.25%。三季度单季普遍弱于累计，王府井单季净利润下降145%，大商股份下降66.44%，百联股份单季亏损968.8万元。

增长名单中，非经营性收益的贡献尤为突出。百联股份营业收入170.13亿元，同比下降10.71%，归母净利润9.03亿元，同比增长206.09%，利润增长主要来自地块收储收益，扣非净利润仅1.65亿元，同比增长7.96%。国芳集团营业收入6.2亿元，同比增长8.25%，归母净利润9107万元，其中出售奥来德股票确认的投资收益为5664万元，上年同期为1831万元。

依靠经营改善实现增长的公司数量有限。东百集团营业收入13.49亿元，同比基本持平，归母净利润1.33亿元，同比增长51.13%，三季度单季净利润增长253.74%。该公司在公告中称，面对消费市场的需求变化及市场竞争加剧的外部环境，东百商业依托核心区位自持优质物业资源，持续推进业态调整、品牌焕新与消费场景创新，报告期内减少商业租赁门店，可比门店销售、客流分别增长4.46%、10.77%；净利润增长亦包含股权转让等非经营因素。

百货企业普遍承压

业绩下滑的原因，头部企业的压力更具代表性。王府井前三季度营业收入71.14亿元，同比下降7.72%，归母净利润3500万元，同比下降71.7%，扣非净利润亏损2604万元，三季度单季亏损1917.94万元。王府井三季报称，受业态分化影响，百货、购物中心业态营业收入同比下降，基于对专业店发展趋势的判断及公司所处发展阶段，决定逐步收缩专业店业务，致使营业收入和毛利下降，“叠加闭店处置产生的一次性损失、计提减值增加，以及免税业态新开门店仍处于培育期”。

亏损持续扩大集中在区域百货。翠微股份营业收入13.6亿元，同比下降20.44%，前三季度亏损2.58亿元，三季度单季亏损1.86亿元，增亏71.45%。该公司将收入下滑归于“主要受零售市场环境影响商品销售额下降”，支付业务“主要受支付市场环境影响收单交易额下降”。茂业商业营业收入13.17亿元，同比下降27.8%，归母净利润亏损2.42亿元，同比下降680.67%，公司称“持续推进门店泛购物中心化转型，加大生活服务及餐饮配套比例，在调改过程中收入出现阶段性下滑”，年初至今三家门店闭店亦是收入下滑的主要原因，利润总额亏损则源于“营业收入下降，商誉减值、投资性房地产公允价值变动损失较上年增加”。重百集团营业收入108.33亿元，同比下降6.86%，归母净利润6.12亿元，同比下降38.24%，剔除投资收益及非经常性损益后主业净利润仍增长1.07%，拖累主要来自马上消费金融投资收益同比下降64.06%。

几家公司的解释指向相近的结论。茂业商业在业绩预告中称，零售百货行业整体仍处于筑底阶段，居民整体消费动能和消费意愿尚未完全复苏；王府井将压力归于业态分化与转型成本前置；翠微股份归于零售与支付市场环境。

新业态催生增量

从三季报看，百货的分化已不在收入规模，而在物业结构与业态能力。自持核心物业、能够同步推进调改与业态组合的公司，仍能在客流、毛利与现金流上取得正增长；依赖租赁物业、以联营扣点为主要盈利来源的公司，则在关店与减值中持续承压。

财报中同样存在亮点。王府井免税业务收入3.17亿元，同比增长71.36%，奥莱收入17.71亿元，同比增长2.3%，毛利率66.94%，同比提升3.23个百分点，经营活动现金流净额同比增长39.48%。百联股份奥莱业态收入12.2亿元，同比增长8.24%，毛利率78.45%，同比提升0.92个百分点，9月末青浦奥莱二期开业，商业建筑面积扩容至20万平方米、品牌数量突破500家。

存量运营指标也在改善。天虹股份购物中心可比店利润总额增长15246%，超市客流增长6.01%，扣非净利润增长3.24%；重百集团电器业态收入增长22.29%，超市毛利率24.49%，同比提升0.54个百分点，经营活动现金流净额增长19.53%。

四季度进入传统旺季，对于四季度及更长周期的走向，中国百货商业协会副会长兼秘书长杨青松认为，百货企业的转型须在四个层面同步推进，经营模式上强化自营与深度联营，提升对商品的理解和经营能力，把固定扣点变为“进销差价+服务溢价”；经营内容上推动商文旅融合，增加体验元素、承接情绪消费，以策展型、主题化、圈层化场景集聚流量，把商场从“商品零售目的地”变成“生活服务目的地”；目标顾客上做出更精准的定位，或专注年轻客群加强圈层营销，或面向银发经济开展适老服务，或下沉社区做便民商业；经营手段上依托数字化深度运营，覆盖客户运营、商户管理与供应链管理。这意味着四季度的关键不只在促销力度，而在于谁能率先把依靠扣点的盈利结构换成真正的经营能力。



传统商圈聚人气 消费需求升级激活地区经济

本报讯 进博会搭建起对外开放的大平台，同时县域地区经济也在悄然发展。今年以来，我国县乡消费占社会消费品零售总额的比重稳步提升，已成为扩消费最重要的潜力来源。随着县域供应链持续完善，连锁便利店加快向县城下沉，家门口的小店有了新模样。

一大早，青海省海南藏族自治州共和县的这个商超的卸货区里，工作人员正将刚到的货品进行卸货、分拣、上架。南北时令水果、低温乳制品、鲜活水产一应俱全。店内现制的青稞吐司、牦牛奶点心等高原特色烘焙产品丰富了居民的选择，单品品类也从原来的7000种增加到15000种。

消费者马翰君称：“货品足够新鲜，菜品和水果的品质也比较好。”

县域消费需求持续升级，商业改造也换了思路。今年，不少地方立足现有场地、商铺等存量资源，通过业态调整、资源整合，让沉寂已久的传统商圈重新聚起人气。

眼下，辽宁的气温逐渐走低，但铁岭市铁岭县的这个商场里却暖意融融，烟火气十足。通过招商，这个曾经闲置的商场变身成当地的“消费新地标”。占地超7万平方米的商场，酒店、亲子娱乐、电影等服务类的消费业态就占了将近三分之一，还引来不少周边县城的消费者。

盘活存量资源，不仅是业态焕新，也推动零散经营商户向商圈聚集。这几天，宁夏固原市西吉县的这个商业中心迎来了新的一批商户入驻。

商户马玲玲称：“我以前在路边开店，后来看到西吉中心生意红火，商场人流量大，就搬到这里来了。连带着我的生意也好了起来。”

今年，西吉县加速盘活闲置和低效的商业资源，对县域乡镇的商业资源进行整合。

西吉县商务和投资促进局副局长马斌兴称：“以商圈流量带动消费增量。同时，我们还推动物流仓储、配套服务等上下游产业链联动发展，盘活楼宇空间，持续激活县域消费活力。”

数据显示，截至目前，全国累计建设改造县城综合商贸服务中心近3200个、乡镇商贸中心1.5万个。

随着县域居民消费需求升级，文化、托育、休闲娱乐等服务消费的需求持续上升。各地瞄准群众所需，补齐服务短板，一批接地气的服务新场景陆续落地，老百姓在家门口就能享受到更优质便利的服务。

锣鼓一响，湖南省益阳市南县剧院的板凳很快坐满了。台上地花鼓热闹开场，一碟南县坨子、一碗牛肉粉，满屋子烟火气。

今年，当地相关部门和老艺人一起走街串巷，翻老照片、征集老故事，再将这些内容改编成演出，每天固定在剧院演出两场，居民休闲娱乐有了新场所。

消费者卞一方称：“带我的朋友一起来吃一下，感受这里的氛围。”

针对现在县域乡镇托育的需求，今年，在四川省邻水县，当地根据群众的需求，一张托育地图应需而生。

四川广安市邻水县卫健局妇幼股股长熊文强称：“持续开展需求问卷调查，同时收集了家长偏好的托育形式，比如全日托、半日托，还是临时托，同步收集了家长可接受的心理价位。”

县城不大，居民的生活轨迹相对清晰，当地把托育机构设置在商圈、公园等沿线附近，稳定的亲子客流也为商圈餐饮、零售等业态持续引流。