

证券代码：601888

证券简称：中国中免

中国旅游集团中免股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2026-003

投资者关系 活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☒其他 电话交流会
参与单位名称	来自国信证券、中信建投证券、广发证券、长江证券、兴业证券、中信证券、中金公司、东吴证券、申万证券、瑞银、麦格里、中信建投基金、汇添富基金、博时基金、交银施罗德基金、工银瑞信基金、富瑞金融集团等券商分析师、机构投资者以及个人投资者。
时间	2026 年 8 月 24 日 15:30
地点	线上会议
上市公司接待人员	总经理常筑军先生；总会计师、董事会秘书杨洪义先生。
投资者关系活动 主要内容介绍	公司管理层对公司 2026 年上半年主要情况做了介绍（可参见公司披露的定期报告），并重点就以下问题进行了交流： 1. 请问公司在收购 DFS 后采取了哪些协同措施，从而实现了较好的经营结果？未来是否还有合适的资产整合机会？ 答：公司自 3 月 19 日完成 DFS 大中华区零售业务交割后，按计划推进各项工作，确保系统、会员、业务人员及管理团队平稳切换，总理由公司 COO 兼任。保留了原 DFS 的商品、市场、CRM、零售运营团队，同时利用中免的会员系统、国潮产品及香港中免国际的供应链物流能力为团队赋能。收购后已实现盈利，销售持续增长，受益于 DFS 品牌效应、港澳市场份额领先以及港澳客流恢复。目前正进行门店调改，引进数字产品、电子产品、运动类产品等，并将 DFS 高端客群纳入中免大会员系统。未来将依托 DFS 团队和品牌影响力，来进行业务扩展。通过这次收购也看到我们的整合、运营能力是比较强的，

后续也会审慎、稳健地拓展东南亚等海外市场。

2. 请问公司对线上业务整体的未来布局思路是怎样的，包括海南、日上线上平台？

答：公司线上运营整合的第一步是将原“cdf 中免海南官方商城”正式更名为“cdf 中免”，突出品牌形象，并已与另一个全资子公司深圳 cdf 会员购团队完全整合，目前正在整合中免日上团队。整合是实现顾客在价格、服务、体验上的统一，商品供应链更加贴近顾客地理位置。上海平台也在进行供应链与品牌的对接整合。未来将保持线上线下服务统一，结合免税、跨境等模式，保护品牌力，实现各业务稳健发展。

3. 请问公司在海南封关后除了黄金饰品和 3C 产品外，还开展了哪些有亮点的工作？结合三亚三期年底开业，公司目前做了哪些准备，以及如何展望未来海南地区的增长中枢？

答：公司前期将三亚和海口两个综合体作为文旅项目打造，申请 4A 级景区，调动商务和文旅资源，发展演艺经济、旅游经济和 IP 乐园。苹果、3C、黄金等产品体现了免税优势，品牌认可我们的渠道销售和价格管控能力。运动品牌也有一些增量，比如如萨洛蒙、迪桑特等安踏集团旗下品牌的旗舰店陆续开出。增加消费者体验，包括亲子体验互动、市集、餐饮等业态。海口店作为岛内居民零关税日用消费品门店，也吸引了本地客群增加。

公司统筹一、二、三期定位，未来将打造一站式目的地，解决一期二期在面积、体验、场景上的互补。

4. 请问目前上海机场和日上互联的交接程度如何？公司如何展望未来京沪机场核心枢纽在出入境消费场景中的增长空间？

答：上海、北京的交接并非整体业务交接，而是履行新的合同，合同条款和面积要求不同，也在进行一些改造。线上线下融合发展，物流、供应链、品牌授权统一谈判。三个平台整合并非各自为政，品牌也对中免线上业务支持，我们会统筹长期发展。除了商品销售，重点还在于会员服务与权益，打造全国市内店中免会员城，承接售后服务

务和增加客户触点。按照既定方式推进整合，将对整体销售产生正面促进作用。

5. 请问以历峰集团为代表的重奢品牌在海南离岛免税渠道的到货是否能够满足当前强劲的需求趋势？

答：重奢品牌对海南支持较大，助力公司销售，历峰集团是公司重要的战略合作伙伴。卡地亚、梵克雅宝等珠宝和手表产品在中免店里的销售在中国区、亚太及全球销售都名列前茅。卡地亚深圳机场有税区旗舰店已开业，大兴机场卡地亚店及澳门四季名店 DFS 卡地亚店业绩良好。此外，开云集团、LVMH 集团，以及 Prada 等品牌也给予了中免大力的支持，免税渠道对奢侈品集团尤其是在海南地区非常重要。不只是免税，中免在机场国内厅和国际厅在免税、有税方面均采用战略合作模式，品牌认可中免的服务品质和运营水平。北京、上海机场新店铺改造中将争取引入更多奢侈品牌。

6. 请问三亚太古里项目目前的招商情况如何，有哪些新品牌或首发活动？

答：三亚太古里项目招商进度非常好，公司正与太古积极合作推进。品牌方对项目非常支持，已按既定招商计划开展工作。作为中免太古里合作项目，近期将出具新的宣传方案，公司将按照宣传方案进行推广。

7. 请问公司市内免税店的整体经营情况如何？后续市内免税店政策优化空间还有哪些，包括北京、上海市内免税店的筹备进展？

答：市内免税店正打造复合型业态，除市内免税外，融合多业态发展及会员服务。广州、深圳样板店外籍及港澳客人占比较高，公司引进电子产品等，并创新云仓云店线上预订、直播闪送、即时零售等模式。

关于市内免税政策，相关部门正在调研，公司已提出政策建议，期待政策进一步放宽，尤其是针对外籍旅客和港澳客人的提货方式、便捷性及产品品类拓宽等。

8. 请问今年以来公司国潮品牌和自有品牌的经营情况如何？国潮品

牌和自有品牌分别有什么规划和目标？

答：公司门店国产品比例持续提高，消费者对国产商品进入免税渠道非常支持。国潮出海方面，公司与优质品牌建立战略合作，已签署超过 500 个品牌，为安踏、科大讯飞、宇树科技、51toys 等公司在港澳地区及东南亚推进代理分销，通过 TikTok 等渠道打造知名度。另外公司采取差异化经营，与当地大型经销商合作，实现国潮品牌在海外本地市场的销售，不断推进和探索为品牌整体赋能。

9. 请问从品类结构上看，海南地区二季度以及三季度以来哪些品类经营表现较为超预期？

答：海南地区整体各品类增长良好，二季度虽比一季度略有放缓，但仍保持快速增长。香化品类在品牌支持和价格管控下实现恢复性增长，对营收和利润贡献较大。黄金饰品、运动品牌、大众消费类品类引进后贡献明显。精品品类占比持续提升，对营收和毛利率提升产生积极贡献。

10. 请问目前境外客群在公司门店的消费行为有何特征，他们偏好购买哪些商品，消费能力如何展现？

答：境外客群在机场和海南的消费明显上升，海南地区俄罗斯、东南亚客人进店消费占比提升，公司会在海棠湾等重点客单价高的区域进行推广。外籍客人对机场店的国潮、文创品牌比较喜欢，进店率较高。9 月初浦东机场将开设苹果授权店，9 月底北京机场开设苹果旗舰店，也会做新品首发，免税价格具有竞争力。除了中国土特产，外籍客人也偏好中国时尚服装、皮具、香水、3C、珠宝等商品，公司也会陆续引进，品牌方也愿意在我们国际厅里展示和销售。

11. 请问公司毛利率提升的具体因素有哪些，如何展望后续毛利率？另外，海口国际免税城目前的盈利状态如何，未来利润率是否还有提升空间？

答：毛利率提升主要源于：一是收入分布结构调整，海南地区封关政策叠加文旅引流带动免税销售增长，海南线下高毛利精品、时尚品等收入在总收入占比提升；低毛利的线下业务占比下降。二是商品

结构优化和丰富度提升，海南地区精品占比提升，同时加大服饰类潮品引进，高毛利免税商品销售收入占比提升；三是适当收缩折扣，加强线上线下价格管控；四是人民币升值降低采购成本。未来公司将继续加强毛利管控，从源头采购和招商保障高毛利产品供给，拓宽国潮商品和自有商品，提升供应链效率。

海口国际免税城自 2022 年 10 月开业，已发展为综合文旅商城，包含免税、有税、餐饮、文体体验等业态，比如某运动品牌店里有羽毛球、乒乓球等运动体验设施，公司运营团队和经营效率在不断提升，经营业绩和毛利处于稳定良好状态，随着业态完善和运营能力提升，利润率有望持续上升。

12. 请问公司三季度和四季度的收入增长趋势如何，能否转正？公司海外业务未来的发展趋势如何，若竞标海外未成功，面临的问题有哪些？

答：上半年海南地区大幅增长，但京沪机场线下及整体线上业务同比下降，对冲后营收与去年大体持平。京沪线下销售处于爬坡期，公司投入很大精力，总部在团队、系统、招商等进行了很大赋能，6 月同口径已转正，部分航站楼出现双位数增长，毛利率稳步上升，趋势是不错的。线上业务中海南、前海高速增长，上海平台因整合品牌资源，下半年将重点发力。

海外方面，收购 DFS 港澳地区后增长强势，利润毛利坚挺。重点机场主动邀请中免参与招投标，中国客人在海外机场销售占比大，中免会员超 6000 万，品牌和渠道对中免支持。但是公司不盲目投标，保证投资效率和运营增值。凭借自身优势，未来在海外拓展中能够获得一席之地。

13. 请问公司在主营业务之外，对外延并购方面有何展望？包括标的范围和节奏如何？

答：公司在主业收购方面考虑上下游、供应链等标的，立足免税赛道、旅游零售、口岸、市内、海南等，促进业务协同，确保渠道与品牌互动支持。在国潮出海方面也在与品牌探讨资本合作。除了同业

外,也在持续研究相关业态收并购,考虑跨业态收购带来的复合发展。目前正加速投资团队建设,增加关键人员。

14. 请问 LVMH 成为公司战略投资者后,未来可以期待哪些深度合作?

答: LVMH 成为公司二级市场投资人,表明双方进一步加强了重要合作伙伴关系。中免作为重要渠道商,长期获得品牌商全面支持。双方业务团队、投资团队、资本运营团队建立了全方位战略合作关系。在海棠湾二期、三期及更广阔的免税、有税渠道互动进一步增多。收购 DFS 大中华区业务后澳门和香港市内免税店获得 LVMH 品牌全面支持。公司未来将做好投资者关系工作和市值管理工作,更好回报股东。

15. 请问公司未来股东回报的方向性指标是什么?在回购和分红之间将如何配比?市值管理方面有哪些具体措施?

答:公司连续 14 年现金分红比例超过 30%,2023 年和 2024 年分红率均保持在 50%以上。2025 年第三季度首次实施中期分红,并研究推进接下来的中期分红计划。后续将按业务规划发展,加大战略落地和业务转型,留存适当利润用于好的并购项目。在股东大会授权后,综合考虑经营业绩、资金规划和股价情况,在必要时实施股票回购或增持方案,履行必要审议程序。同时加强信息披露和投资者沟通,增加交流频次,丰富交流形式,提高信息披露质量,维护公司市值。

16. 请问海南离岛免税六月份销售增速回升中,客流和客单价哪个因素更为主要?海南补贴发放是否有拉动作用?如何展望下半年离岛免税发展?

答:6-9 月为海南旅游相对淡季,公司线下通过邀约 VIC 客人、包机酒等方式提升销售,腕表、珠宝等精品单价占比较大。黄金免税价格较国内市场约低 10%,消费者认可度高,销售依然坚挺。化妆品品牌给予支持,价格保持稳定,618 未出现大幅降价,形成共识。政府消费券提供支持,七夕线上促销活动政府给予支持。9 月三亚店庆、10 月海口店庆将与政府联动宣传,以及接下来的中秋、国庆,进入销售旺季。我们的一些品牌旗舰店调改完成,开店面积达到历史最高。年底将举办年终盛典活动,联动北京、上海、海外 DFS,线上双 11

双 12 同步发力。公司希望三四季度实现良好增长，完成全年任务指标。