

青岛食品股份有限公司

2024 年度董事会工作报告

2024 年度，青岛食品股份有限公司（以下简称“公司”）董事会严格遵照《公司法》《证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》《公司章程》《董事会议事规则》等有关法律法规、规范性文件以及公司制度的规定，秉承对全体股东负责任的工作理念，勤勉履行股东大会赋予的各项职责，紧紧围绕公司的发展目标，科学决策，规范运作，使公司保持平稳健康的发展态势。现将公司董事会 2024 年工作情况汇报如下：

一、2024 年度公司经营情况

2024 年，董事会坚持稳中有进的经营策略，发挥品牌引领的作用，荣获了“中华老字号”“好品山东”“山东制造·齐鲁精品”“市长质量奖提名奖”等品牌荣誉。密切跟踪市场变化，发力线上销售、填补空白市场、拥抱零食很忙、好想来等新零售渠道；加强产业链食品安全管理和物流配送管理；升级生产设备和检测设备，提高产线的自动化生产能力和原材料物料自检能力。通过一系列提质增效的措施，公司的收入和利润较去年同期实现了一定幅度的增长。报告期内，公司实现营业收入 52,586.04 万元，利润总额 13,219.25 万元，实现归属于上市公司股东的净利润 9,747.69 万元。

二、报告期内经营及重点工作完成情况

（一）探索新模式、新机制，夯实市场结构

报告期内，公司不断的探索新的管理模式和销售模式，实施激励机制改革，增加绩效薪酬的比例和额度，提高销售人员的积极性和开拓性，向行业标杆企业学习，不断夯实市场结构。加大省内弱势区域、线上和省外空白区域的市场费用投入力度，销售收入实现了有效突破，首次站上 5 亿元。

报告期内，公司对全资子公司青岛天源科贸有限公司进行了职能调整，承接股份公司的直营电商和线上经销商的管理，并增加供应链业务的职能；新招聘电商部和供应链业务负责人 2 名，对电商部门组织流程进行了结构优化，探索新的电商经销商模式，加大线上电商的费用投入比重，增加了线上经销商的数量，线

上销售收入达到 6,439.98 万元，同比增长 57%。公司通过成立调味品事业部实施专业化运营，采取多维度市场拓展策略。针对性开发终端消费市场，新增餐饮渠道等特殊通路布局；深化国际市场开拓，追加重点客户订单量；在巩固传统销售网络基础上，成功开发 5 家新客户。全年实现花生酱、红豆馅等核心产品销售 3,425 吨，同比增长 12.6%，调味品业务收入占比显著提升，事业部呈现良好发展态势。公司加强特通渠道开发，东北区域拓展监狱系统特供渠道，进驻东北大润发系统；济南区域新开发散货客户，鲁西南区域重点完善 CVS 便利系统的铺货，郑州区域开拓全日鲜便利店，填补了河南便利店的空白，进驻网红超市胖东来和永辉，加强与大型商超、政府平台、大型社区街道等合作，不断增强全渠道的运营能力。

（二）通过品牌联名、产业协同，提升用户体验

报告期内，公司持续深化产业链协同创新战略，通过跨行业资源整合构建多元化产品矩阵。公司与中华老字号咀香园健康食品（中山）有限公司开展业务合作，联合开发“礼乐中秋”等广式月饼礼盒，依托自身品牌渠道优势实现销售收入逾 200 万元；与乳制品、烘焙及粮油领域企业建立 OEM 代工合作机制，成功推出益生菌奶粉、钙奶小蛋糕、高油酸花生油等创新产品；公司聚焦礼品消费场景，构建“伴手礼+”产品体系，通过非遗工艺包装设计与主题化产品组合策略，开发节庆、商务等多场景定制礼盒，显著提升礼品市场占有率。上述举措不仅精准对接消费者多元化需求，更通过跨界产品创新贡献销售收入 400 多万元，品牌在快消品领域的复合影响力持续增强。

报告期内，公司以“健康营养、民族品牌”的品牌定位为抓手，以荣膺“中华老字号”为契机，参加全国糖酒会、广交会、中华老字号博览会等展会 13 次，通过参加展会不断提升品牌影响力；通过话题讨论、走进校园、赞助赛事、节庆日温情故事传播、抖音和小红书达人直播和故事共鸣等一系列品宣活动，以及在济南等鲁西南区域公司开展电梯广告等产品造势活动，提升了消费者对“青食”品牌的认知度；组织开展各种形式社区营销 200 多场，深入消费群体，面对面沟通客户的产品需求和体验，提高服务质量，增强了青食品牌的热度。

（三）加大研发投入和技改投入，进一步提质增效

报告期内，对公司的研发中心和子公司的质检中心进行了优化重整，将股份

公司的研发人员集中到子公司青岛青食有限公司办公，并招聘了多名研发人员，投入 200 多万元采购了研发和检测设备，并投入近 200 万元对研发实验室和检测实验室进行了装修改造，进一步提升了公司整体的研发和检测实力。设备技改投入 200 多万元，增加了多台激光打码设备，对公司参观走廊进行了优化布局，提升了可参观性和文化展示效果；对 1 条生产线进行技术升级，增加了多台小型包装机，满足消费者对小包装需求的同时，提高了生产设备的运营效率。

报告期内，公司进行了全麦消化饼、海藻糖菠萝豆、小馒头，咸味柔滑花生酱、花生酱夹心饼干、姜黄葛根饼干、后生元钙奶饼干、客户定制出口花生酱等产品中试；其中咸味柔滑花生酱已上市。进行青稞饼干、燕麦饼干、啤酒味钙奶饼干等产品的小试实验。上述产品正在做用户体验和上市前的技术评估工作，为 2025 年更好的服务消费者，尤其是满足 Z 世代年轻消费群体“轻奢、猎奇、简单和无负担”的饮食需求。

三、2024 年度董事会工作情况

报告期内，公司严格按照《公司法》《证券法》《公司章程》和中国证监会以及交易所有关规定的要求规范运作，不断健全和完善公司法人治理结构，健全公司内部控制制度，履行信息披露义务，积极开展投资者关系管理工作，以进一步提高公司法人治理水平，促进公司良性规范发展。

（一）不断完善公司治理结构，全面促进公司规范运作

公司严格按照“三会一层”议事规则组织实施法人治理，报告期内公司遵循《公司法》《上市公司章程指引》等法规要求，以完善治理体系为核心，系统性推动规范运作：通过修订《公司章程》及《股东大会议事规则》等制度，进一步明晰股东大会、董事会、监事会及管理层的权责边界，实现决策、执行与监督职能的有效分离与制衡；同步强化内控体系建设，优化治理流程，提升决策效率与运营效能，为保障股东权益、履行社会责任及实现可持续发展构建了坚实的制度保障。

（二）公司股东大会、董事会及董事会相关专门委员会工作情况

2024 年度，公司董事会共召开 5 次会议，履行了董事会的决策管理职责，公司董事会下设审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、战略委员会四个专门委员会。2024 年，各专门委员会严格按照《公司章程》及相关工作细则勤勉

履职，通过发挥专业优势，为董事会提供决策支持。报告期内，审计委员会共召开 4 次会议，2024 年 4 月 9 日第十届董事会审计委员会第八次会议审议通过《关于〈2023 年年度报告〉及其摘要的议案》《关于〈2023 年度内部控制自我评价报告〉的议案》《关于拟续聘公司 2024 年度审计机构的议案》《关于〈2023 年度内部审计工作报告〉的议案》《关于〈2024 年度内部审计工作计划〉的议案》《关于〈对会计师事务所 2023 年度履职情况评估及履行监督职责情况的报告〉的议案》六项议案；2024 年 4 月 26 日第十届董事会审计委员会第九次会议审议通过《关于〈2024 年第一季度报告〉的议案》一项议案；2024 年 8 月 27 日第十届董事会审计委员会第十次会议审议通过《关于〈2024 年半年度报告〉及其摘要的议案》一项议案；2024 年 10 月 28 日第十届董事会审计委员会第十一次会议审议通过《关于〈2024 年第三季度报告〉的议案》一项议案。报告期内，战略委员会共召开 1 次会议，2024 年 4 月 9 日第十届董事会战略委员会第三次会议审议通过《关于使用部分闲置募集资金进行现金管理的议案》《关于使用部分闲置自有资金进行现金管理的议案》《关于公司募投项目延期的议案》三项议案。

（三）独立董事履职情况

2024 年，独立董事管建明先生、张平华先生、解万翠女士严格按照《公司法》《证券法》等相关法律、法规、规章、规范性文件以及《公司章程》《独立董事工作制度》的规定，以保证公司整体利益为出发点，通过结合自身专业知识及管理经验，勤勉尽责地参与公司日常经营决策以及内控制度执行的工作，对报告期内公司募集资金的管理及使用、募投项目延期、关联交易、利润分配等事项发表了独立、审慎的意见，切实有效地维护了全体股东特别是中小股东的合法权益。

（四）董事会对股东大会的召集及决议执行情况

2024 年度，公司董事会提议并召集召开了 2 次股东大会，其中年度股东大会 1 次，临时股东大会 1 次。2023 年年度股东大会审议通过《关于〈2023 年度董事会工作报告〉的议案》《关于〈2023 年度监事会工作报告〉的议案》《关于〈2023 年年度报告〉及其摘要的议案》《关于〈2023 年度财务决算报告〉的议案》《关于〈2024 年度财务预算报告〉的议案》《关于 2023 年度利润分配及资本公积金转增股本预案的议案》《关于 2023 年度募集资金存放与使用情况的专项报告》《关于拟续聘公司 2024 年度审计机构的议案》《关于 2024 年度日常关联交易

预计的议案》《关于使用部分闲置募集资金进行现金管理的议案》《关于使用部分闲置自有资金进行现金管理的议案》《关于公司募投项目延期的议案》共 12 项议题；2024 年第一次临时股东大会审议通过议案：《关于修改〈青岛食品股份有限公司章程〉的议案》《关于修订〈青岛食品股份有限公司股东大会议事规则〉的议案》《关于修订〈青岛食品股份有限公司投资管理办法〉的议案》《关于制定〈未来三年股东回报规划（2024 年-2026 年）〉的议案》共 4 项议案。

（五）信息披露工作与投资者关系管理工作

报告期内，董事会严格按照《上市公司信息披露管理办法》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》等规章制度、指引、办法，以及公司《信息披露管理制度》的要求，真实、准确、完整、及时地完成各项定期报告及临时公告的信息披露工作，反映公司经营业绩、财务状况，通过信息披露的规范性及透明度有效维护了投资者的知情权，未出现应披露未披露的情形。及时登记并报备重大事项的内幕信息知情人信息，督促并约束相关人士严格履行保密义务。公司制定并披露了《公司章程》等 3 项制度，公司高度重视与投资者的沟通交流，通过电话热线、邮箱、深圳证券交易所互动易平台等多种形式与投资者保持互动，通过全景网组织年度报告业绩说明会，参与了 2024 年度青岛辖区上市公司投资者网上集体接待日活动，聆听投资者的意见建议，实现与投资者的高效沟通，在合规前提下向社会公众传递公司的经营信息，最大限度的保障投资者对公司信息的知情权。

四、2025 年董事会主要工作

（一）公司治理工作

依据 2024 年新修订《公司法》及相关监管规则，公司将不断优化法人治理架构，强化董事会核心职能，完善董事会审计委员会的职能，细化董事义务与责任边界；规范“三会”运作，保护股东权益，深化中小股东权益保护，完善提案机制；调整章程与内部制度，升级信息披露与合规管理，确保报告真实、准确、完整、及时；加强投资者关系与利益相关者治理，将 ESG 治理常态化，完善沟通机制；推进内部治理数字化转型与能力建设，探索智能化工具应用，开展专项培训。2025 年治理改革核心在于董事会职能扩大、股东权利保护精细化及监督机制灵活性，需通过制度、流程及人员能力提升实现合规与效能平衡。

（二）品牌宣传工作

根据“健康营养、民族品牌”的品牌战略定位，公司将深度融合银发经济和 Z 世代经济的消费趋势与国潮文化，构建全域营销矩阵加速品牌年轻化进程。以创立 75 周年为契机，通过开设青食品品牌形象店，打造集品牌展示、产品体验、文化传播于一体的综合性空间，在青岛地标打造沉浸式快闪体验，结合抖音话题营销与典藏礼盒发行，强化国民记忆中的品牌符号。产品端深化“青岛特产名片”定位，着力打造“青岛味道”伴手礼标杆；内容端在小红书等平台构建品牌故事纪录片、非遗联名文创等传播矩阵，塑造“国货情怀+现代活力”的双重品牌价值，实现传统品牌文化基因与当代消费场景的有机融合。

（三）产品研发工作

产品研发紧跟“功能化、年轻化、轻奢化”的市场方向，结合消费者需求与产业趋势加速创新布局。针对中老年群体，重点开发无糖、低 GI 饼干、益生菌高膳食纤维系列产品，满足中老年群体健康管理的需求；面向 Z 世代消费者，通过 IP 零食及低脂低糖轻负担产品，强化国潮体验。公司深化产学研协同创新，探索海洋资源与药食同源食品原料应用，加速推进新品落地。同时布局果脯巧克力制品、海藻糖菠萝豆等高端品类，持续培育第二增长曲线。2025 年探索开展青岛海洋文旅休闲类食品的经营，借助青岛的旅游资源和海洋资源，打造具有海洋特色的健康食品标杆企业，为城市产业转型与企业高质量发展注入创新动能。

（四）募投项目建设工作

公司将科学有序推进上市募投项目的实施，聚焦市场拓展与产能升级双轮驱动。优先推进市场网络建设，通过线上渠道优化、品牌文化内容投入及新区域布局扩大收入规模；同步加快研发中心建设，强化功能性健康食品开发能力，满足消费多元化需求。生产端以“新旧动能转换”为核心，启动部分生产线的自动化改造，引入智能化设备，进一步提升生产效率；并逐步推进智能化工厂申报与基建筹备建设工作，夯实研产销一体化的生产基础。信息化建设方面，实施机房基础设施扩容工程，将根据市场部门的需要，同步部署客户关系管理（CRM）等智能化管理系统模块，并基于模块化部署策略完善技术架构。通过分阶段落地设备技改、土建修缮及智能化升级项目，公司将构建高效敏捷的生产体系。

（五）安全生产工作

始终坚持“品质为先、安全为基”的食安理念，持续筑牢食品安全与生产安全防线。在食品安全方面，严格执行全链条质量管控，确保每批原辅料、包装材料及成品按规定要求，100%完成抽样检验，不漏项、不漏检，精准出具检验数据并快速响应异常问题；深化消费者投诉溯源机制，通过系统分析投诉案例，落实闭环整改措施，推动食品安全管理体系迭代升级。安全生产方面，全面落实主体责任，强化“全员参与、全程管控”模式，定期开展安全培训、应急演练及隐患排查，确保应急预案覆盖全场景、全流程；同步推进生产设备智能化升级，降低人工操作风险，提升安全管理水平。通过“品质零缺陷、安全零事故”的双重保障，公司将构建风险可控、责任明晰的安全管理体系，护航企业健康可持续发展，为消费者提供更安心、更优质的产品体验。

2025 年，公司董事会将按照上述重点工作作为公司的经营管理思路和发展指引，并在此基础上制订更为详尽的实施方针和保障措施，协同公司全体员工找准自身定位，确保公司 2025 年度工作计划的如期完成。

青岛食品股份有限公司

董事会

2025 年 4 月 16 日