

二〇二四年度

# 社会责任报告



利群商业集团股份有限公司  
2025年4月

## 编制说明

## 一、关于本报告

本公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

## 二、报告简介

本报告反映了 2024 年利群商业集团股份有限公司（以下简称“利群股份”、“公司”）在公司概况、公司治理、业务板块、日常运营、员工培养、绿色发展及社会责任等方面的履行情况及绩效。

## 三、报告范围

组织范围：利群商业集团股份有限公司及其子公司。

时间范围：2024 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，部分信息超出上述范围。

## 四、报告参考标准

本报告根据上海证券交易所《公司履行社会责任的报告编制指引》、中国社会科学院《中国企业社会责任报告编写指南》（CASS-CSR 2.0）及《ISO26000 社会责任指南》等相关规定，并结合利群股份 2024 年履行社会责任方面的具体情况编制。

## 五、报告数据来源

本报告数据来源于公司正式文件、内部统计资料及有关公开资料。其中，财务资料来自 2024 年年度报告。

## 六、报告获取渠道

本报告以印刷版和电子版两种形式发布，电子版可在上海证券交易所网站（<http://www.sse.com.cn>）或利群商业集团股份有限公司官网（<http://www.liquncommercialgroup.com>）查阅获取。

## 七、联系方式

联系人：吴磊、崔娜

联系地址：山东省青岛市崂山区海尔路 83 号

联系电话：0532-58668898

传 真：0532-58668998

电子邮箱：[lqzhengquan@iliqun.com](mailto:lqzhengquan@iliqun.com)

# 数说2024

## 财务数据



## 现金回报



## 公司治理



## 社会责任



Contents

# 目录

一、  
公司概况

二、  
公司治理

三、  
业务板块

四、  
日常运营

五、  
员工培养

六、  
绿色发展

七、  
社会责任

# 公司简介

利群商业集团股份有限公司，1998年1月成立，注册资本超8亿元（CNY），上交所主板A股上市公司（简称：利群股份；代码：601366.SH）。公司始终坚持“零售是基础，供应链整合是方向”为战略导向，以“零售连锁经营、物流供应链及食品工业”为主营业态，坚持“全产业链运营”为商业运营模式，着重从“社会配送、食品生产加工、内外贸一体化”三个业务体系方面全方位发展。利群股份的发展始终坚持科技赋能、创新兴企，打造自主可控的数字化、智能化供应链体系。经过20余年的稳健发展，公司逐渐形成以零售连锁、物流供应链、食品加工三大板块为主体的跨地区、多业态、综合性的大型知名商业集团。获得“山东省诚信建设示范企业”、“全国诚信兴商双优示范单位”、“山东省服务名牌”、“青岛市社会责任示范企业”、“山东知名品牌”、“青岛市诚信企业”等众多荣誉称号。

## 三大业务板块协同发展，打造公司核心业务



### 物流供应链

依托供应链优势，不断扩大渠道终端覆盖范围，除满足旗下零售门店需求外，还积极向第三方提供商品配送服务，承担社会配送职能。



### 食品工业

公司拥有总面积超11万平米的食品加工车间，涵盖豆制品、米面制品、肉制品、水产品、预制菜、粉丝、薯条等多品类产品，积极打造多品牌产品矩阵，向食品工业稳步迈进的同时，进一步赋能零售和物流供应链业务发展。



### 零售连锁

多种零售业态、跨区域经营，商业总经营面积超200万平米，线上线下协同发展，全方位满足消费者需求。





# 一、公司概况

01  
发展沿革

02  
企业战略

03  
企业理念

04  
年度荣誉

## 01 发展沿革

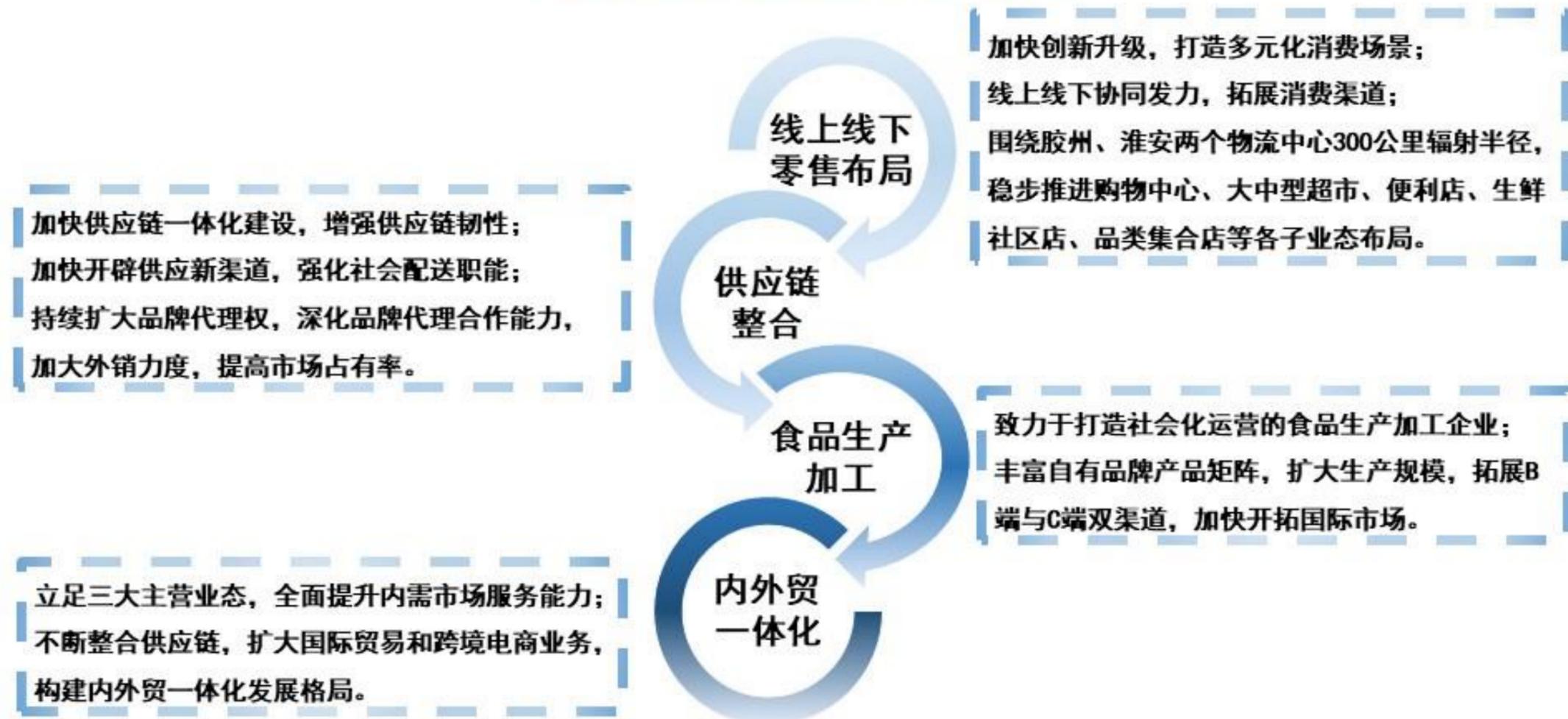
- 1994年11月，利群第一座万平米商厦——利群商厦建成开业。
- 1997年4月，利群第一座连锁店——利群长江商厦开业，利群从此迈上了连锁发展之路。5月，福兴祥商品配送有限公司成立，既对内同时又对外承担商品批发业务。
- 2008年，利群集团电子商务有限公司正式成立，利群网上商城正式上线运营，利群进军电子商务领域。
- 2011年，利群生鲜冷链物流正式投入运营。
- 2016年，利群集团金鼎广场开业；利群网商正式上线。
- 2017年4月，公司在上海证券交易所正式挂牌上市，正式开启资本市场之路。
- 2018年2月，“青岛利群百货集团股份有限公司”正式更名为“利群商业集团股份有限公司”，公司经营迈向全国化发展；5月，公司收购韩国乐天购物（香港）2家及华东区10家公司股权、70余家门店及经营性资产，标志公司由区域性商业集团向全国知名商业集团转变，走上全国规模化发展道路；6月，公司子公司福兴祥物流集团成为上海合作组织“青岛峰会”食材总供应商。
- 2019年，公司公开发行可转换公司债券事项获证监会审核通过，募集资金18亿元。
- 2020年，投资约20亿元、总建筑面积约25万m<sup>2</sup>的江苏淮安利群华东区供应链及现代物流总部正式投入使用。
- 2021年11月，投资约30亿、总建筑面积30多万m<sup>2</sup>的利群智慧物流与供应链基地（胶州里岔）项目投入使用。
- 2022年6月，旗下全资子公司——青岛福昌食品科技有限公司于全品类产品全面投产；10月，总建筑面积10万m<sup>2</sup>的利群电子商务智慧物流中心正式投入，主要服务于利群电子商务O2O及B2B线上业务。
- 2023年5月，总建筑面积约4万m<sup>2</sup>的利群智慧物流（三期）家电库项目投入使用。7月，占地面积3600平方米，项目总投资1000万元的青岛福盛加粉丝厂正式投产，生产的粉丝开始出口日本。
- 2024年6月，主营薯类产品的青岛福满兴食品厂建成投产，10月，其生产的冷冻薯条首批顺利出口欧洲，标志着公司食品工业国际化发展再上新台阶；9月，建筑面积超7万平米的日照大唐购物广场顺利开业，公司在日照地区影响力进一步增强。

## 02 企业战略

公司始终坚持“全产业链运营”为主的供应链整合型商业运营模式，以“零售是基础，供应链整合是方向”为战略导向，立足“零售连锁、物流供应链、食品工业”三大主营业务，通过业态创新、供应链整合、技术赋能与自有品牌培育，全面提升公司综合竞争力。零售业务要以满足消费者需求为中心，加快经营业态创新升级，打造多元化消费场景，线上线下协同发力，拓展消费新渠道；物流供应链业务要加快供应链一体化建设，提升供给效率，增强供应链韧性，强化社会配送职能，筑牢国内大循环产业根基；食品工业要坚持打造社会化运营的食品生产加工企业，深耕B端与C端双渠道，加快开拓国际市场，构建内外贸一体化新发展格局。

未来，公司将全面提升在多元化发展中的管理水平，以技术驱动数字化转型，全面提高采购、物流、批发、零售等各业务板块的协同效率，提升精细化管理水平和经营效率，继续秉持“利泽群惠”的经营理念，为顾客提供优质产品和服务。

### “零售是基础，供应链整合是方向”



03 企业理念



### 利群愿景

将“利群”打造成具有深厚底蕴和内涵的百年品牌，做一个有责任、有担当、充满生命力的百年企业。



### 利群宗旨

想在您前面，做到您心里。



### 利群精神

用心去做，永不满足。



### 利群价值观

诚信、创新、发展、奉献。



### 利群人形象

品质高尚、廉洁奉公、意识超前、业务过硬、作风顽强、无私奉献。



### 利群人行为准则

对顾客要真诚、对企业要忠诚、对员工要负责、对工作要执著、对上级要尊重、对下级要培养、对同事要帮助、对社会要回报。

04 年度荣誉

企业管理与行业影响力奖项



上市公司最具人气TOP100



2023全国通用仓储百强企业



2023全国冷链仓储六十强企业

投资者关系与企业社会责任奖项



2024上市公司董办优秀实践案例



2024上市公司乡村振兴优秀实践案例



2024上市公司董秘履职评价4A级



# 公司治理

## 投资者关系

合作共赢 共同发展

01

组织结构

02

三会运作

03

信息披露

04

投资者关系管理

05

股东回报

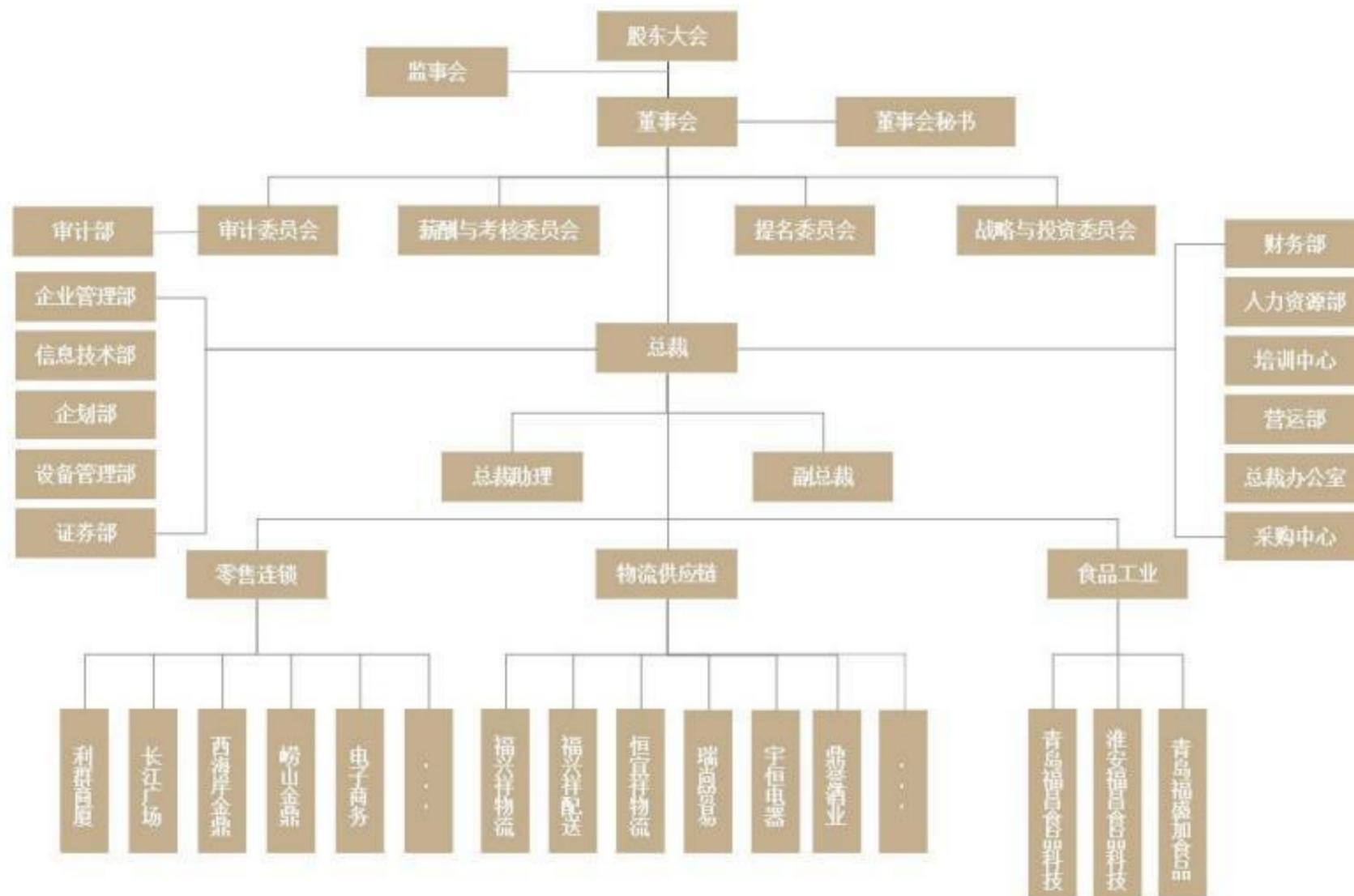
### 01 组织结构

公司切实履行对包括批准战略方向、评价高层领导绩效、财务审计、风险管理、信息披露等管理和控制活动。同时，积极履行社会责任是公司整体战略的重要组成部分，是实现彰显社会责任，提升品牌形象战略目标的有效支撑。

良好的治理体系和治理能力是推动公司有序高质量发展建设的基石。公司建立健全内控制度，完善公司治理结构，保持对资本市场相关法律法规的高度关注，树立牢固合规的管理理念，不断提高风险防控意识及能力，以日趋完备的现代企业法人治理结构不断夯实公司合规、高质量、可持续发展的商业长青根基。

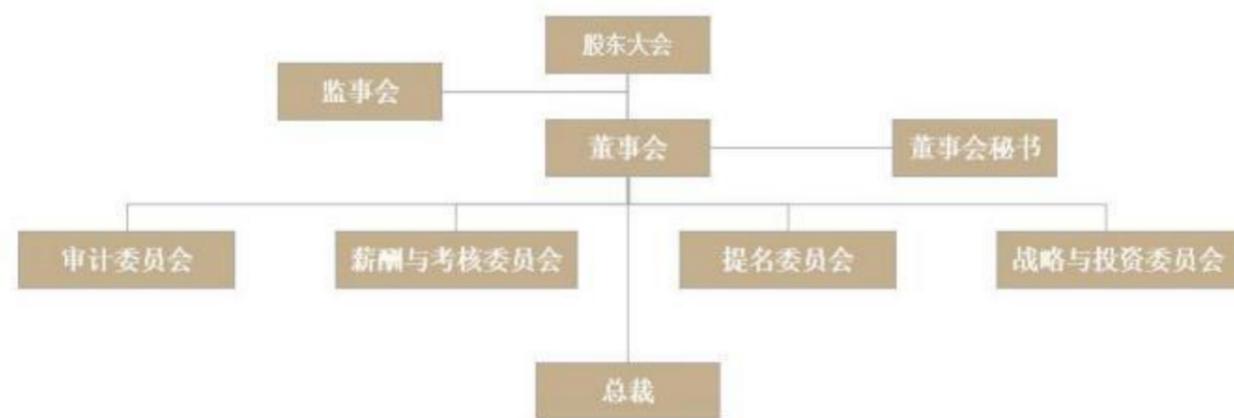
在内部控制管理结构方面，公司根据相关法律法规、监管规定及公司制度要求，建立了组织完善、权责清晰、分工明确的内部控制管理体系。公司明确划分了股东大会、董事会、监事会的职责权限，股东大会是公司最高权力机构，董事会是公司的决策机构，监事会是公司的监督机构，“三会一层”各尽其责，共同推动公司健康持续发展，切实维护了公司和股东的合法权益。

组织结构的设计考虑公司实际经营管理的需要，主要采用“直线职能式”管理模式，按业务流程的职能设立管理部门，尽量扁平化。



## 02 三会运作

公司搭建了完善的内控制度管理体系，包括公司章程、现行有效工作细则 7 则、内部管理制度 20 个、决策制度 6 个、议事规则 3 个，如《利群商业集团股份有限公司章程》、《利群商业集团股份有限公司股东大会议事规则》、《利群商业集团股份有限公司关联交易决策制度》、《利群商业集团股份有限公司募集资金管理制度》、《利群商业集团股份有限公司信息披露管理制度》、《利群商业集团股份有限公司总裁工作细则》等；同时公司积极推进制度规则的修订更新，2024 年经董事会及股东大会审议通过修订的制度规则共有 3 个，并制定了《利群商业集团股份有限公司舆情管理制度》。成熟完善的决策体系，保证了公司的每一个决策都是按照全局思维作出的体现公司全体意志而非个人意志的决策。2024 年，公司董事会和股东大会审议通过的相关决策议案，企业相关部门积极落实，保证了公司董事会及股东大会决策切实执行。



目前公司董事会由 9 名董事组成，其中非独立董事 6 名，独立董事 3 名。董事会下设审计委员会、薪酬与考核委员会、战略与投资委员会、提名委员会，其中审计、薪酬与考核、提名委员会主任委员都由独立董事担任。

各专门委员会成员中均有独立董事，其均具备相关的行业经验和专业知识，勤勉尽责、认真履职，进一步提升外部监督的有效性。公司董事会和各专门委员会的人数、构成、专业能力符合相关要求，能够促进董事会的科学决策，为维护公司全体股东的合法权益提供了有力地保障。

姓名	职务	任职时间
徐恭藻	董事长	2022-5-20
徐瑞泽	副董事长、总裁	2022-5-20
丁琳	董事	2022-5-20
王文	董事、副总裁	2022-5-20
胡培峰	董事、副总裁	2022-5-20
胥德才	董事、财务总监	2022-5-20
戴国强	独立董事	2022-5-20
孙建强	独立董事	2022-5-20
姜省路	独立董事	2022-5-20
曹莉娟	监事会主席	2022-5-20
修丽娜	监事	2022-5-20
张洪建	职工代表监事	2022-5-20
张兵	副总裁	2022-5-20
张远霜	总裁助理	2022-5-20
卢翠荣	物流总监	2022-5-20
吴磊	董事会秘书	2022-5-20

报告期内，公司董事会根据《公司法》、《证券法》等相关法律法规和《公司章程》的要求，严格按照股东大会的决议和授权，认真执行公司股东大会通过的各项决议。2024 年度，公司董事会共召开9次会议，召集召开4次股东大会，召开1次独立董事专门会议。召开董事会各专门委员会共计6次，各委员会依据各自工作细则规定的职权范围，认真履行专门委员会的职责，涉及公司重大事项方面，发挥各自的专业优势，充分表达意见，为董事会科学决策提供了强有力的支撑。

### 03 信息披露

公司致力于持续开展合法合规、高质量、有温度的投资者关系管理工作。持续提升信息披露质量，积极关注监管动态，完善公司治理机制、高质量的规范运作，致力于提升公司规范运作水平、有效的信息披露以及建立多渠道、多元化的投资者关系管理，积极加强与投资者沟通交流，推动公司高质量可持续发展。

信息披露及各置地点

媒体名称及网址	中国证券报、上海证券报、证券时报、 证券日报
证券交易所网址	www.sse.com.cn
备置地点	公司董事会办公室

### 04 投资者关系管理

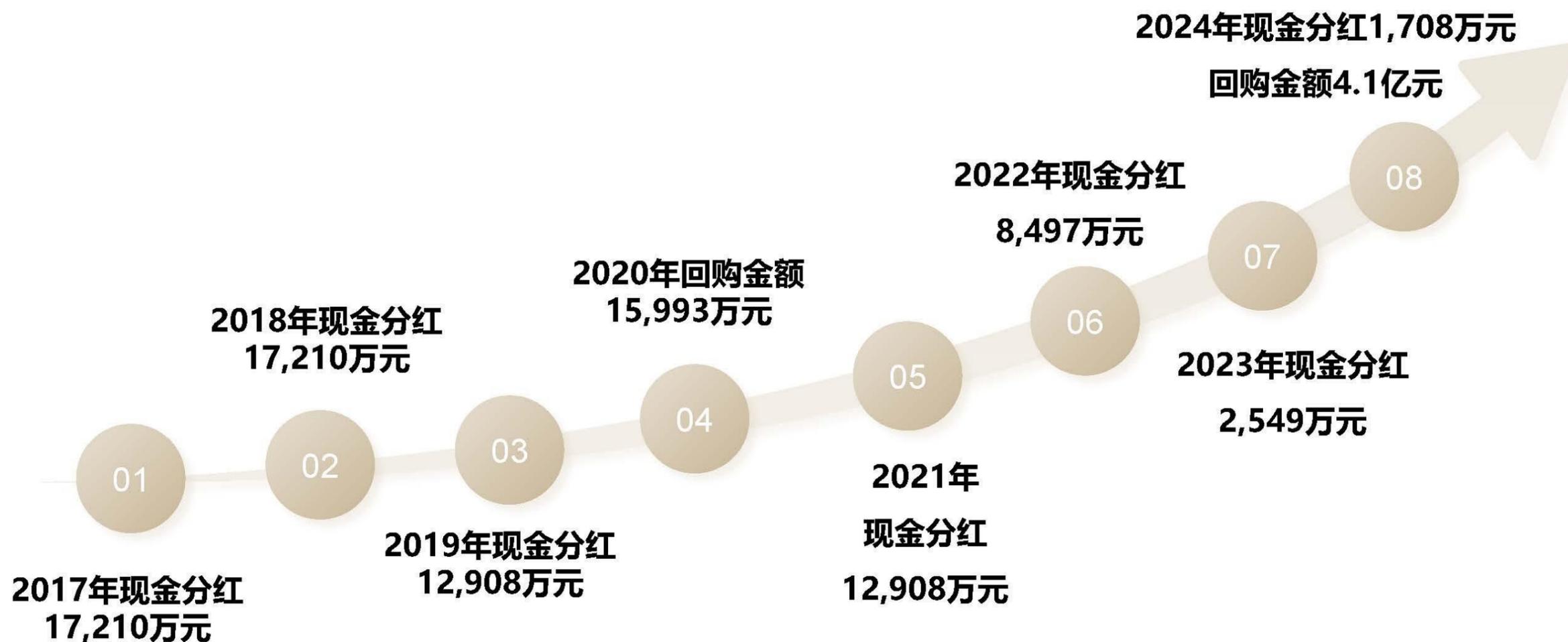
2024 年，公司高质量筹备召开3次业绩说明会，接待投资者调研累计12场次超60人次，以接听电话、邮件回复、e 互动交流与投资者建立有效沟通交流90余次，以投资者需求为导向编制近20000字的调研大纲，提升对外回复的质量与效率。同时，积极维护公司官网资讯，并积极利用公司投关公众号传递公司发展情况，累计已发布35篇资讯文章，并在东方财富企业号、同花顺平台分别发布视频及资讯近50次，累计浏览量超50000次，有效传递了公司的潜力优势与投资价值。此外公司还积极携手资本市场重要财经媒体发布10余篇新闻稿件，提升投资者对公司的了解与认同。



05 股东回报

公司始终致力于提升投资者回报，建立了科学、稳定及透明的分红机制，公司2024年度利润分配预案现金分红约0.17亿元。自上市以来，公司已累计发放现金分红近8亿元。

此外，公司还通过股份回购方式回报投资者。2024年，公司连推三期股份回购方案，三期累计回购金额上限达7亿元，向市场传递公司积极维护股东权益和对未来发展的信心。截至2024年底，公司第一期、第二期股份回购方案均已实施完毕，累计回购股份7135.70万股，累计回购金额3.8亿元。第三期股份回购方案正在实施中，拟斥资1.5-3亿元进行股份回购，截至2024年底，已回购0.3亿元。同时，公司积极利用国家增持回购再贷款政策，达成了青岛首单股票回购专项贷款，贷款额度2.4亿元，为公司实施股份回购提供了有力支持。





## 三、业务板块

01  
终端零售

02  
供应链运营

03  
智慧仓储物流

04  
食品工业

01 终端零售

公司深耕零售领域二十余年，始终坚持多业态经营，全方位满足消费者需求，主要经营业态涵盖综合商场、购物中心、综合超市、便利店、生鲜社区店、品类集合店等多种线下经营业态以及 O2O、B2B 线上业态，实现线上线下协同发展。2024 年，公司进一步优化零售布局，日照大唐购物广场在 9 月顺利开业运营，公司在日照区域的市场占有率和影响力进一步提升。

公司始终坚持打造线上线下融合发展的经营模式，2024 年，公司继续加强线上业务拓展力度，加大对利群网商的宣传力度，满足消费者线上购物需求。依托公司智慧物流端的强大核心优势，公司线上业务履约能力显著提升，消费者线上购物体验 and 满意度进一步提高，有效推动公司线上业务扩张。2024 年，电商平台顺应即时零售新趋势，不断丰富线上商品品类品种，满足消费者即时购物需求；采购平台积极拓展外销业务，重点开发便利店、农贸市场和餐饮渠道，扩大采购平台市场占有率；积极参与企事业单位的公开招标，为重点客户开发线上商城，提高客户覆盖度；开展多样化促销活动，推出“新品推荐”、“甄选好物”等多元化专题活动，提升顾客的新鲜感，增强用户黏性；直播运营微信小程序、抖音、视频号全域协同，扩大利群网商影响力，各门店依据周围社区需求有针对性地开展直播带货。



零售门店  
72家



便利店  
92家



品类集合店  
90家



总经营面积  
200+万平方米



自有物业  
42%+



线上平台  
利群网商app、利群采购平台app、抖音、拼多多、视频号



## 02 供应链运营

### 品牌运营

公司自成立之初便一直坚持厂家和源头直采，通过自有商业零售和供应链优势，不断发展成为品牌核心代理商。旗下共有近 30 家品牌运营子公司，共代理销售国内外百货、超市和家电知名品牌近 800 个，渠道合作品牌 5000 余个，涵盖快消品、休闲食品、粮油、酒水饮料、水产品、超市百货、家居用品、家用电器、服饰鞋帽、婴童用品、运动、针织、化妆、珠宝、箱包皮具等全品类商品。在满足集团旗下零售门店业务需求的同时，还积极拓展外销业务，参与全国政务采购、教育系统的物资配送。

 15-25亿元动态库存  专业细分品类买手团队

### 生鲜直采

为保障食品品质，公司在全国建立生鲜采购基地 300 余个，从原产地直接采购当地的优质生鲜产品，直采比例超90%，采购范围及基地建设辐射全国主要生鲜品产区。公司搭配先进的物流体系，将大批源头直采的优质商品搬进旗下门店，快速配送至消费端，保障产品新鲜度，极大的保障了人民“米袋子”“菜篮子”“果盘子”的供应品质。

 300+生鲜采购基地  源头直采



## 02 供应链运营

### 应急储备

公司依托智慧物流供应链的优势，建立了应急储备仓库和全员响应的应急机制，在面向社会重大事件时，确保在第一时间能够将生鲜食品和各类生活必需品配送到位。同时，公司近年来持续承接并完成政府“菜篮子”、“粮袋子”的储备和投放工作，发挥民生保供的市场主体作用，为提升区域应急保障能力及居民生活服务做出贡献。

**青岛市市级粮食应急保障企业名单**

<p>一、应急储运企业（9家）</p> <p>福兴祥物流集团有限公司</p> <p>青岛德邦物流有限公司</p> <p>青岛京邦达供应链科技有限公司</p> <p>青岛盛客隆购物广场有限公司</p> <p>中国外运华中有限公司汽车运输分公司</p> <p>日日顺供应链科技股份有限公司</p> <p>青岛国信粮食管理有限公司</p> <p>青岛国信粮油有限公司</p> <p>青岛管海国家粮食储备库有限公司</p>	<p>三、应急配送中心（9家）</p> <p>福兴祥物流集团有限公司</p> <p>青岛国信上合粮油贸易有限公司</p> <p>青岛疗供配送中心有限公司</p> <p>青岛盛客隆食品有限公司</p> <p>青岛天祥食品集团有限公司</p> <p>青岛维良食品有限公司</p>	<p>四、应急供应网点（7家）</p> <p>利群集团股份有限公司</p> <p>利群商业集团股份有限公司</p> <p>青岛利客来集团股份有限公司</p> <p>青岛市粮油综合批发市场服务有限公司</p> <p>青岛盛客隆购物广场有限公司</p> <p>青岛西海岸供销集团供应链管理有限公司</p> <p>青岛良茂凯悦百货有限公司</p> <p>五、应急保障中心（1家）</p> <p>福兴祥物流集团有限公司</p>
---	---	---

### 粮食应急保障

2024年11月6日，青岛市发展和改革委员会确定、公布了青岛市市级粮食应急保障企业和市本级粮食应急供应网点名单。利群股份入选青岛市市级粮食应急保障企业名录，利群股份旗下福兴祥物流集团分别入选应急储运企业、应急配送中心、应急保障中心，并且是青岛市唯一一家应急保障中心。同时，利群股份旗下青岛区域多家门店及便利店入选应急供应网点。



### “菜篮子”、“粮袋子”

在履行社会责任方面，公司积极践行大型商贸流通企业的义务，勇担民生保供责任，近年来持续承接并完成政府“菜篮子”、“粮袋子”的储备和投放工作。2024年，公司储备粮油蔬菜等生活必需品超4000吨。

### 03 智慧仓储物流

公司在物流配送方面持续深耕，不断提升物流基地的数字化、智能化，为保障民生用品供给和公司进一步高质量发展提供有效支撑。截至目前，公司在青岛市区、胶州、江苏淮安拥有四座大型现代化物流中心，总仓储面积 60 万平方米。其中位于胶州的智慧物流与供应链基地与位于淮安的华东区供应链及现代物流基地为公司重点打

造的全新大型智能化物流中心，公司南北物流配送网络进一步完善，辐射范围进一步扩大，形成南北协同发展新格局。智能化物流中心采用国际先进的智能化及现代化设备设施，建设了多套无人作业系统，扩大无人化操作范围，极大地提高了工作效率。



#### 利群胶州智慧物流与供应链基地

基地涵盖智慧化常温物流中心、温控成品粮储备库、冷链物流中心、中央厨房、豆制品生产加工中心、豆芽生产加工中心等，为社会化城市配送，保障民生用品供应发挥积极作用。



#### 利群华东区供应链及现代物流基地

基地涵盖供应链交易及综合服务、物流仓储及配送、冷链及生鲜加工、生活服务四大功能区，将供应链交易、物流加工配送及电子商务进行一体化服务整合。



#### 利群股份电子商务智慧物流中心

物流中心主要承担公司O2O及B2B线上平台全品类商品及部分门店粮食、百货、生鲜类商品的储备、拣选和配送等任务，能有效提升公司线上业务履约能力，助推公司线上业务扩张。



#### 利群股份李沧物流中心

物流中心由收货区、AS/RS自动化立体仓库区、自动及人工拆垛区、叉车高位货架存储区、功能库拣选区、拆零拣选区、出库分拣区等区域组成。

### 03 智慧仓储物流

利群股份智慧仓储物流中心应用了大量先进的智慧物流理念，运用了大批代化的物流装备和系统。

在常温物流中心，公司引入具有3D视觉识读功能、可以进行混合拆箱的拆垛机器人，并结合自动化立体库、环形穿梭车（RGV）、输送分拣系统等，建成了“自动立库+环形穿梭车+3D视觉识读拆垛机器人”的自动化无人作业系统，全面实现了订单的智能分配、智能拣选，极大提升公司智慧物流供应链运作效率。

在生鲜物流中心，针对人工叉车作业效率低、低温对人体伤害较大等问题，公司打造了采用四向穿梭车自动存储系统与自动分拣系统相结合的无人化系统，还为冷藏冷冻库内搬运车辆全部配备北斗全球定位系统等。



### 04 食品工业

公司依托智慧物流供应链和零售门店渠道终端的协同优势，继续向上游产业链延伸，发力食品工业赛道。公司下设青岛福昌科技、淮安福昌科技、青岛福盛加食品、青岛福满兴食品等专职食品生产加工运营公司，建设了总面积超11万平米的食品生产加工车间，通过打造多品类的自有品牌产品矩阵，向食品工业企业大步迈进。

2024 年，食品生产加工车间合计出库量超11000吨，其中外销销量超 7900 吨，实现外销业务收入超4700万元，同比增长超30%。未来，公司将继续加快食品工业板块的对外开拓力度，实现食品工业的规模化发展。



青岛福昌食品科技有限公司以食品生产加工为主营业务，致力于生产民生放心食品。福昌食品科技设有豆制品加工楼、豆芽生产楼、鲜食工厂三座独立工厂，总建筑面积48000平方米。



淮安福昌食品科技有限公司占地面积超50000平方米，集研发、生产、销售、服务为一体，研发产品涵盖预制食品、酱卤食品、烘焙食品、中点食品四大单品系列。



青岛福盛加食品有限公司位于青岛市胶州市里岔利群物流园区内，项目占地面积6000平方米，总投资5000余万元，于2023年7月建成并投入使用，现有职工100余人，生产各种规格粉丝30多个品种，年产能2000吨以上。



青岛福满兴食品有限公司成立于2023年，注册资本2000万元。项目一期建筑面积6000平米，建有薯条生产线一条，实现智能化、自动化、规模化生产，年产能3000吨。

04 食品工业

2024 年，公司持续完善多品牌发展战略，丰富自有产品矩阵，研发百余种新品，新增月饼等品类，在中秋节上市之后获得广泛好评，并开拓了企事业客户。同年 10 月，由公司旗下青岛福满兴食品厂生产、青岛福记农场运营的冷冻薯条首批顺利出口欧洲，截至目前，薯条产品已远销欧洲、中亚、东亚、南美洲等地区。

目前，公司拥有包括福兴、麦谷仟仟、郦可麦、禛禛有、祥悠、仟福臻等自有品牌，覆盖豆制品、烘焙面点、卤味熟食、预制菜、海参、薯条、粉丝等多个品类，满足消费者多元化需求，全力保障居民餐桌安全。



福兴豆制品

豆制品

产品包含：卤水老豆腐，内酯豆腐，海水豆腐，冲浆豆腐，豆干，千张，豆浆，鲜腐竹，豆泡，炸、卤豆制品、豆芽等60余种，并支持定向加工。



郦可麦面食

中式面点

产品包含：速冻水饺、速冻馄饨、鲜面制品、中式面点等品类，产品规划140余个品种，330余个规格单品



麦谷仟仟西点

西式面点

产品包含：吐司面包、全麦面包、丹麦、西点、蛋糕、瑞士卷、桃酥等产品，规划品种130余种，产品花色多式多样。



禛禛有方便食品

预制菜

产品包含：盒饭、寿司、饭团、预制菜等品类。



福兴海参

海参制品

产品包含：即食海参、淡干海参及其他水产制品。



萨沃图薯条

薯条制品

产品包含：1/4"冷冻裹粉薯条、3/8"冷冻裹粉薯条、异形薯。



仟福臻粉丝

粉丝制品

产品包含：红薯粉丝、马铃薯粉丝等。



## 四、日常运营

01  
经营业绩

02  
品牌建设

03  
供应商合作

04  
数字化转型

05  
消费者服务

06  
反腐倡廉

## 01 经营业绩

2024年，面对复杂多变的国际政治经济形势和国内经济下行、消费市场复苏缓慢的内部压力，公司锚定“零售是基础，供应链整合是方向”的战略导向，统筹发展“零售连锁经营、物流供应链及食品工业”三大主营业务，持续深化全产业链运营，不断提升公司核心竞争力，推动公司高质量发展。

主要财务指标	2024年	2023年	本期比上年 同期增减(%)	2022年
营业收入（亿元）	74.42	77.03	-3.39	78.60
扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后的营业收入（亿元）	72.91	76.50	-4.70	77.98
归属于上市公司股东的净利润（亿元）	0.27	0.30	-8.52	-1.73
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（亿元）	-0.17	-0.48	64.32	-1.68
经营活动产生的现金流量净额（亿元）	8.22	13.37	-38.54	5.74
	2024年末	2023年末	本期比上年 同期增减(%)	2022年末
归属于上市公司股东的净资产（亿元）	43.16	41.99	2.78	42.16
总资产（亿元）	162.20	165.98	-2.27	177.11

## 02 品牌建设

多年来，公司不断加强企业品牌文化建设，在发挥“老字号”品牌文化优势的同时增强品牌竞争力，积极探索品牌文化建设的新思路、新途径，大力实施品牌和标准化战略，品牌建设取得较好成效。



目前，“利群”已经成为山东半岛乃至华东区域具备较强影响力并受消费者欢迎的知名零售品牌，利群品牌的知名度、美誉度和消费者忠诚度带动了公司的持续发展和销售的不断增长。

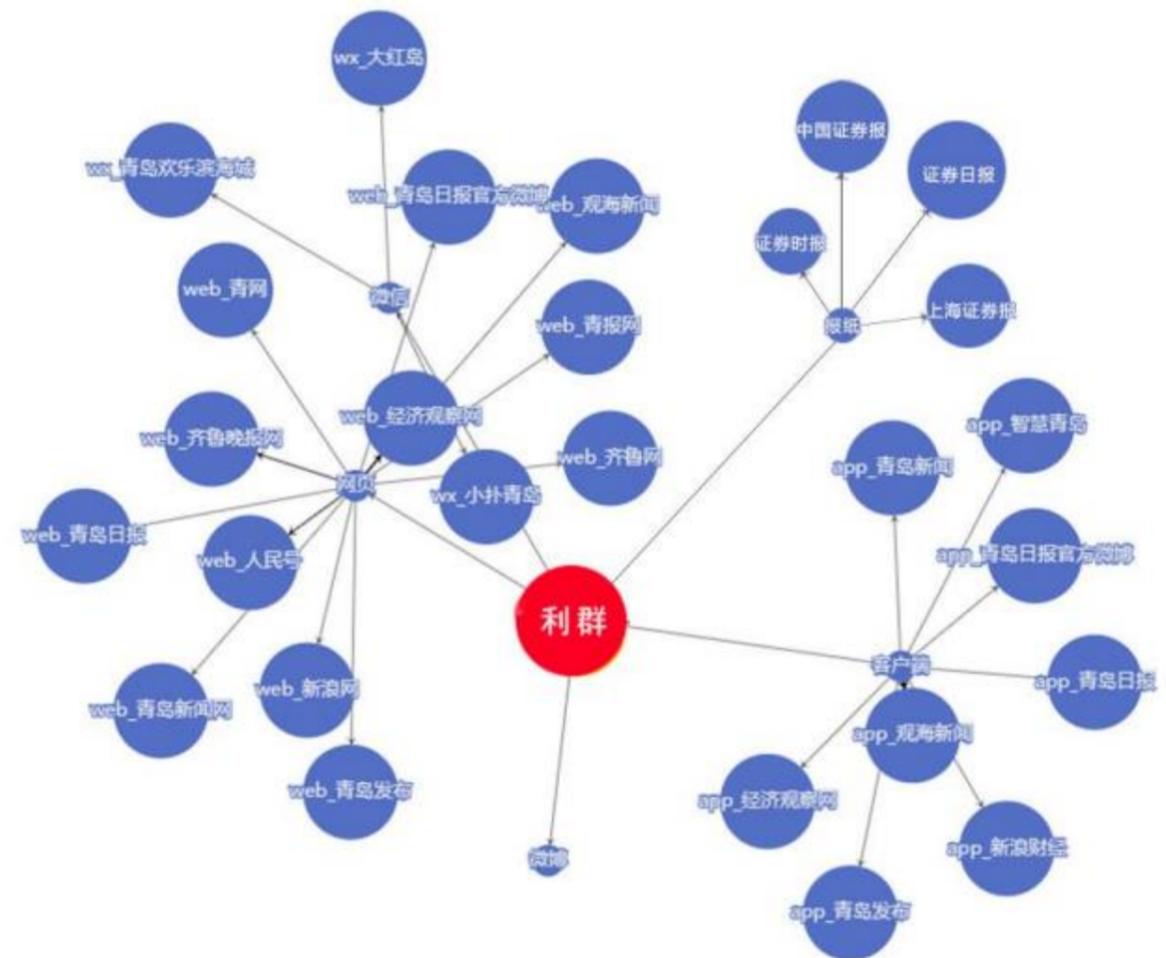
公司大力发展子公司品牌、自有品牌及特色品类集合店。在自有品牌建设上，自主研发打造了“福兴”、“谷仁庄”、“禛禛有”、“仟福臻”等优选自有品牌，自有品牌商品涵盖综合性鲜食、豆制品、粮油产品、日用百货等全品类。通过有效的品牌管理，公司不断提升品牌价值和知名度，赢得了更多消费者的喜爱和认可。



公司十分重视品牌管理，在品牌建设后对品牌进行持续的管理和维护。涉及市场推广、消费者关系、产品质量和形象维护等多个方面。维护积极良好的媒体关系是对外维护公司形象的关键。在企业发展过程中，公司广泛接触各级各电视台、报社、网站、杂志、政府宣传部门及相关媒体单位，并与凤凰网、新浪网、网易、今日头条等知名媒体单位保持了良好的协作关系。与媒体的紧密联系与良好合作，使公司对外宣传的渠道更加宽敞、快捷，也较为有效地建立了危机预警机制。公司积极通过各类媒体平台宣传，尤其是配合公司重大事件、重要节点营销活动、重点品牌活动内容，通过多渠道、多媒体形式进行宣传，既保证了良好的宣传效果，又给消费者展现了全新的利群形象。

公司以节、促、公益为载体，突出主题，注重企业品牌宣传的特色。在宣传过程中，紧抓节日、促销活动档期与公益活动积极进行对外宣传，通过摸索与不断总结经验，整理出适合利群的宣传模式，主要形式包括公司要闻与社会热点相连接的新闻报

道宣传、开启利群与顾客、媒体间的三者互动模式、硬广与软文宣传相结合的模式等。企划部门在重大节日、公司重大事件、商场促销、商品推介等时机，积极挖掘企业的各类新闻素材，通过新闻媒体及时进行宣传，塑造了良好的企业形象，有效地提升公司影响力和知名度。



03 供应商合作

公司制定《供应商管理与审计规程》等管理制度，过程具体实施包括一方面通过完善供应商选择、评价、绩效评价、现场审计、技术支持等流程，建立了供应商优胜劣汰机制；另一方面，在供方开发和资格审核上，公司通过严谨的流程运作，选择优秀的供应商给公司供货。

目前，公司与上万家供应商建立了合作关系，包括食品、洗化、化妆珠宝、服装、箱包皮具等各个品类，将各中类销售前三名并且在行业具有显著知名度的供应商为头部供应商，如宝洁、联合利华、伊利、雀巢、中粮公司、益海嘉里等，通过设定年度和阶段销售目标、确定双方活动资源投入、优化门店政策落地方案、战略结盟、参股、优先合作、签订长期合同等方式形成密切的伙伴关系；与其他供方建立长期合作关系；同时在资金、技术、管理上对供应商给予积极扶持和帮助，确保供应商持续发展，保证双方业务的稳定发展。

公司还通过供应商年会、高层互访、品牌对接会等形式，实现了与供应商从发展策略、企业文化，到业务信息的有效沟通和协同，双向互动。



交流形式	交流方式	交流周期	交流对象	参与人员	效果
座谈会	互访	不定期	供应商	双方高层、业务员	达到沟通理解
高层走访	到对方或我方	不定期	战略、重点供应商	公司及部门领导	达到沟通理解
邀请调查	到对方或我方	不定期	战略、重点供应商	相应领导及人员	增加了解

03 供应商合作



公司在未来经营发展中，将做好应对经济逆全球化的准备，以国家“构建以国内大循环为主体，国内国际双循环相互促进”的新发展格局为指引，立足“零售连锁、物流供应链、食品工业”三大主营业务，通过业态创新、供应链整合、技术赋能与自有品牌培育，全面提升内需市场服务能力；积极响应国家提振消费号召，加快业态升级，创新消费场景，打造多元化零售场景，满足多层次消费需求，线上线下协同发力，拓展消费新渠道；依托全国统一大市场建设，强化供应链一体化建设，提升供给效率，保障供应链韧性，筑牢国内大循环产业根基；以技术驱动数字化转型，加快数字化赋能、多元化创新与供应链提升，增强公司综合竞争力，实现高质量发展。



公司将积极响应商务部关于推进内外贸一体化的安排部署，依托自身全产业链运营优势，积极与外贸企业对接，建立“直采+商品开发+定牌生产”的长期合作机制，在零售门店和线上平台开设出口转内销专区，加强宣传推广，为外贸商品提供仓储、运输、配送全链条服务，降低其运营成本，提高库存周转，助力优质外贸企业打开内需市场。



### 利群集团 致广大供应商伙伴的一封信

尊敬的供应商伙伴：

当前，全球经济环境复杂多变，个别国家掀起贸易战，严重破坏全球产业链供应链稳定，给中国外贸企业和中国供应链带来冲击。推动内外贸联动发展、助力出口商品转内销已成为行业共识，作为深耕商贸流通领域多年的综合性集团，利群集团始终坚持“零售是基础、供应链整合是方向”为战略导向，致力于构建多业态协同发展的生态体系，推进内外贸一体化发展格局。

在此，我们诚挚邀请广大供应商伙伴与我们携手，把握国内消费市场广阔天地，共创新局。利群将充分发挥自身渠道优势和物流供应链优势，为外贸商品打通内销“快车道”：

- 依托利群智慧物流供应链基地及区域配送网络，为外贸商品提供仓储、运输、配送全链条服务，降低物流成本。
- 依托旗下30余家品牌运营子公司的专业化品牌运营能力，诚挚邀请广大外贸企业洽谈品牌代理运营业务，助力外贸企业打开内销渠道。
- 依托利群自有品牌开发经验，积极探索定制化合作模式，如联合开发自有品牌、独家代理、反向定制等，共享渠道资源与市场数据，实现“产品—渠道—消费”的精准匹配。
- 依托集团线下零售门店及线上平台渠道资源，重点陈列优质出口商品，多渠道加强优质外贸产品销售。
- 集团旗下拥有华玺、德泰等近20家星级酒店，我们将积极采购符合标准的设备设施、外贸食品、餐具酒具和酒店用品等，拓宽外贸产品内销渠道。

利群集团愿以多元化的渠道、专业的供应链服务、创新的模式，与您一道把握机遇，以品质为基，以合作为桥，共同书写内外贸一体化发展的新篇章！

如您有合作需求请与我们联系，我们将第一时间为您服务。

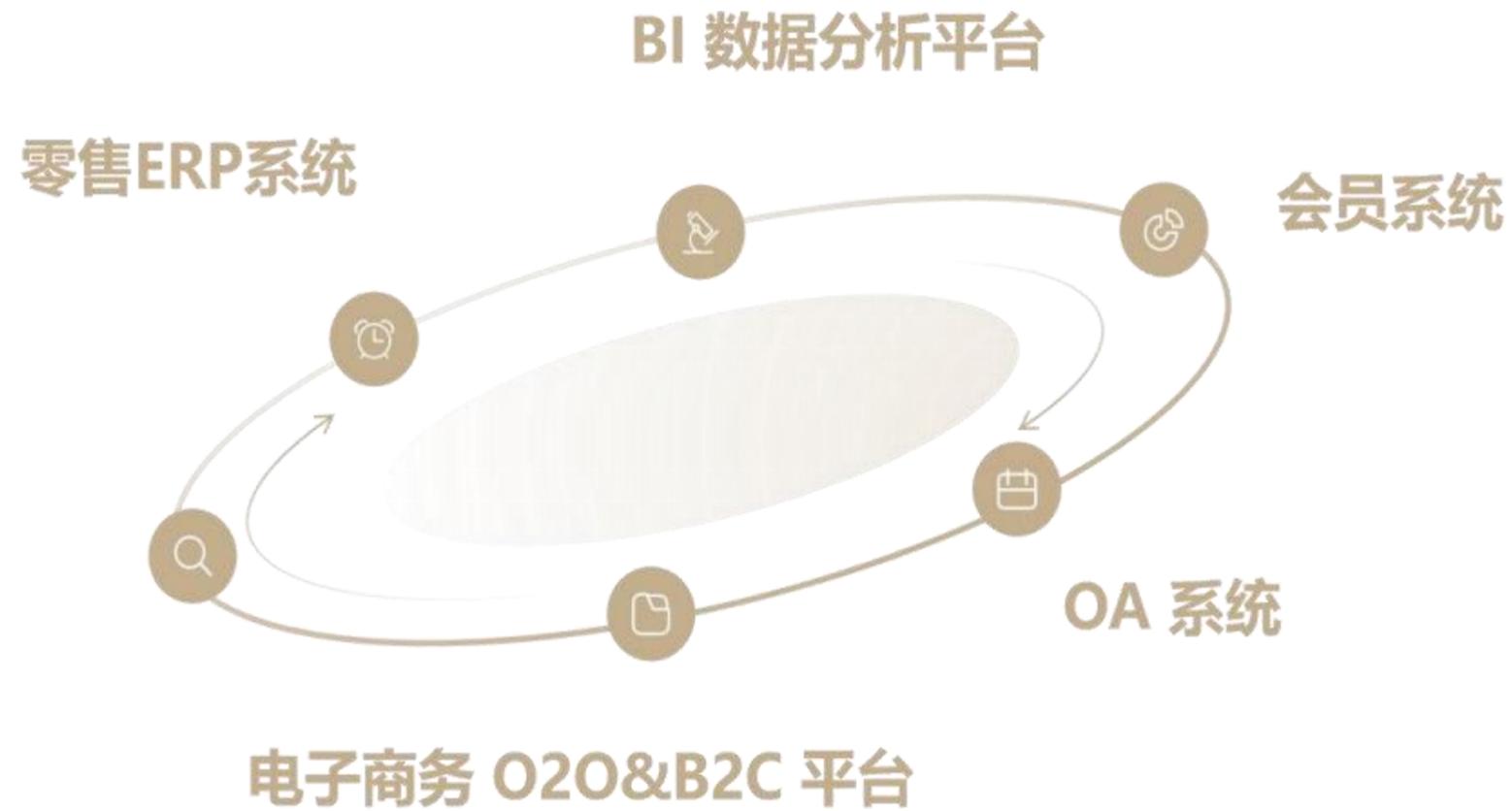
联系电话：0532-58936279  
0532-58569955

利群集团股份有限公司  
2025年4月14日

04 数字化转型

面对风起云涌的数字化浪潮和当下零售及消费品行业快速变化的商业环境，公司坚持科技兴企、信息强企的理念，把科技引领、创新驱动作为公司改革发展的重要引擎，积极推进公司信息化进程。公司建立三大信息管理平台，包括前台、中台和后台，前台支持公司销售渠道能力的高效运作，是由 POS、CRM、SRM、利群网商等系统组成的前端平台，是企业与最终用户的交点。中台作为前台与后台的中间环节，是承上启

下的关键，实现各类子系统数据的采集、存储、处理和分析等，极大提升公司销售管理能力的一致性、可靠性和高效性。后台作为公司批发管理能力、仓储管理能力、物流管理能力、采购管理能力、结算管理能力、财务能力、资金能力和人力管理能力的数据支撑，实现总部与下属公司业务和财务数据的透明、互通和共享，提高了公司管控能力，确保公司分权模式下的高效运转。



05 消费者服务

为消费者提供放心服务

公司按照 ISO9001等相关标准要求建立了完善的质量管理体系，对采购、仓储、售后服务等过程实施严格控制，保证产品质量符合国家标准及特定客户需求的标准要求。公司积极引导全体员工重视质量和安全，让“质量是企业的生命”这一理念，真正成为广大员工的道德规范和行为准则。坚持守法诚信，率先垂范自律，严格执行国家法律法规，诚信经营，主动接受政府监管部门和社会公众的监督。

公司加强对临期食品、过期食品、问题食品的管理，保障食品的质量安全，杜绝过期食品上柜销售，对不符合国家强制性标准要求、存在安全隐患、过期失效、变质商品、假冒伪劣商品、“三无”商品等，建立并落实不合格食品退市制度，采取召回、退货或销毁等措施。



为消费者提供满意服务

公司设立了在线电话、在线客服、企业微信群、利群福利官、微信公众号、邮件、信件等多渠道投诉，以便顾客可以快速、有效地联系售后解决问题。对于顾客提出的意见和建议，采取三级处理机制。第一层是最基层一线工作人员，给予顾客意见和建议的处理和解决，解决不了的反馈到第二层：公司的商管处，由公司层面给予顾客解决问题同时改进优化门店运营中遇到的问题，并制定相应的奖惩措施。第三层为公司400 呼叫中心，进一步为顾客提供满意的答复，并对顾客投诉的问题进行了责任落实、整改，以提高顾客购物体验。

为消费者提供多样服务

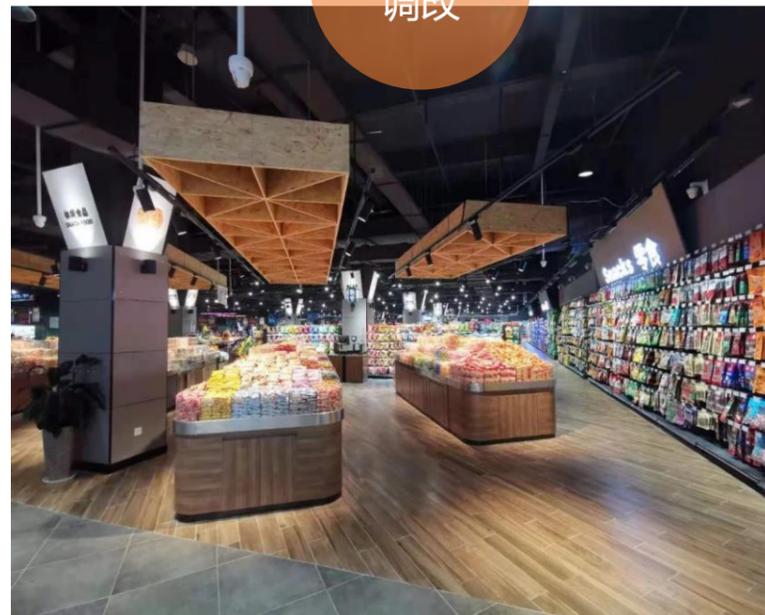
公司采取多元化营销策略，推出特价产品促销、厂商周、路演、现场试吃、分发派送、抽奖换购、积分兑换、夜宴、内购会等，通过一系列行之有效的宣传方式，吸引顾客。线上线下齐发力，结合利群网商、第三方平台、短视频平台、直播、微信公众号、社群等途径，广泛触达顾客，促进消费行为。目前，利群电商现已发展了 2000 个社群团长，主做社群分销。通过了解潜在顾客的需求、购买习惯、消费能力等，找出自身的劣势，及时引进适销对路的商品，加大新品营销，不断优化服务体验，得到顾客认可。

## 05 消费者服务

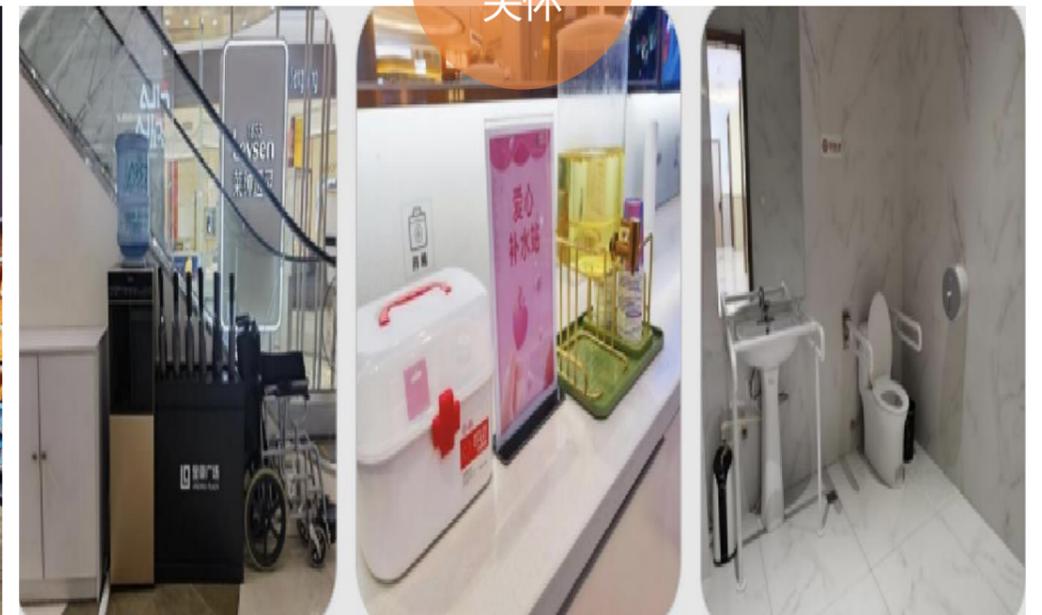
2024年，零售行业变革不断深化，掀起调改浪潮，公司以消费者需求为导向，加大门店调改力度，加快品牌结构优化和品类布局调整，启动了胶州购物广场、城阳购物广场综合调改为试点，着力打造更多体验式、场景式购物场所，大力发展自有品牌，为消费者提供优质产品和全方位的购物体验。

商品  
品质

用完善的供应链管理提供高品质商品。公司始终坚持自营为主的经营模式，不断加强采购端、物流端和渠道终端的体系建设，向上能够延伸至生产端和商品源头，向下能够为终端配送提供强大支撑。公司以良好的商品品质满足消费者品质消费需求，以真切地人文关怀推进消费服务的可持续发展。

门店  
调改

公司零售门店在调改过程中，将持续优化品类和品牌结构，打造区域首发经济，将公司优势区域门店打造成当地消费者体验、购物首选，更大力度引入年轻化、差异化的品牌，增加符合银发群体、儿童群体需求的服务项目，尝试引入或与奥莱模式合作，构建“购物+社交+生活”一站式消费空间，增强线下场景吸引力。

人文  
关怀

用真切的人文关怀确保消费者得到宾至如归的购物体验。秉持着“想到您前面，做到您心里”的公司宗旨，公司力求打造一支有爱的员工队伍以提升消费服务品质。

在门店调改过程中，公司着重引导员工站在顾客的角度思考问题，强化关注消费者的细微需求。在硬件设施方面，公司进一步加强对特殊人群的服务和帮助：增设残疾人无障碍通道方便轮椅的通行；设立残疾人停车位解决残疾人停车难问题；建造母婴室和残疾人卫生间；无偿提供轮椅、医药急救箱、微波炉等。

06 反腐倡廉

为树立企业诚信形象，公司高层领导根据实际要求，通过开展一系列职工培训、竞赛等活动，深入传达诚信的精神实质和思想内涵，大力开展诚信教育活动，切实增强职工诚信做人、做事的自觉性和责任感。公司高层领导干部带头做好廉洁自律，严禁利用职务之便谋取个人私利，如发现违法、违纪现象严肃处理并在内网上通报，对个人重大事项都能按规定及时审查。公司把廉洁自律与加强员工职业道德教育结合起来，对员工进行职业道德教育。一是利用利群内部网站，通过具体案例或文章进行宣传教育，二是在《利群商讯》上特设专栏，广泛开展讨论，增强员工的职业道德修养。对于违反企业规章制度的人和事，决不姑息迁就，一经查实，坚决处理，充分发挥纪委、审计、企管、财务的监督作用，强化企业内部管理。



监督对象	主要监测项目	监督依据
中高层	政治思想、工作态度、民主作风、管理公正性、违纪违法情况	《保密制度》、《廉政建设责任书》、信用等级评定
员工	道德行为、工作态度、劳动合同签订率、违纪违法次数	《员工行为准则》、《劳动合同》、《考勤制度》、《员工奖惩制度》
采购管理岗位	道德行为、行贿、受贿、违纪违法情况	《员工行为准则》、《廉政建设责任书》、《采购控制程序》、合同履约率
营销管理岗位	合同履约情况、客户满意信息、道德行为、行贿、受贿、违纪违法情况	《员工行为准则》、《廉政建设责任书》、《销售合同》、《客户使用反馈意见》、合同履约率





## 五、员工培养

01  
员工数据

02  
员工管理

03  
员工舞台

为实现公司的发展战略目标，打造有战斗力、凝聚力、向心力的人才队伍，公司坚持以公司发展战略和企业文化为指导制定人力资源战略规划，优化人力资源结构，持续提升员工素质，形成充满活力的人力资源氛围，营造卓越的阶梯式人才培养、多通道的职业发展空间，有效促进企业与员工的共同发展。

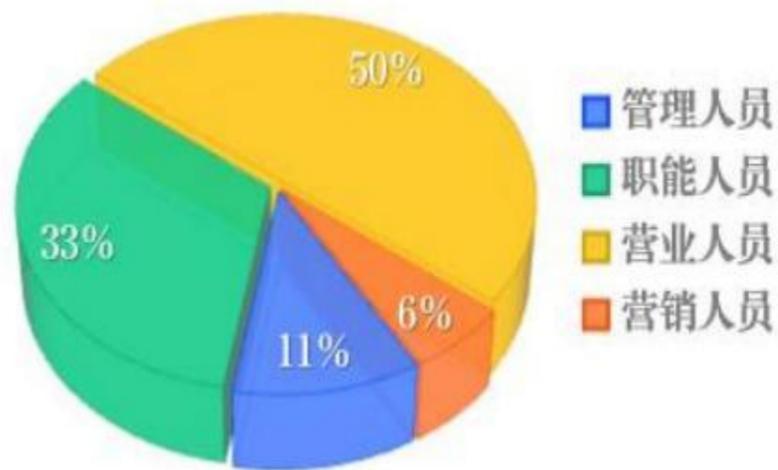
2024 年，公司共组织线上线下各类 130 余场，参加大型高校招聘会超 40 场，先后赴省内外多所高校开展招聘活动，本年度累计面试应届生人数近 1000 人，公司招聘大学生 138 人。同时，公司深刻贯彻落实青岛市人才引进政策，为应届大学生办理落户，解决青年人才落户及住房补贴申领等问题。

为提升各单位的劳动效率，2024 年，公司共组织干部竞聘 17 期，共 162 名员工参加，有效解决了岗位需求，保证了各项工作正常开展。全年共计发放工资奖金 6.50 亿元，缴纳社会保险 1.03 亿元，有效保障了员工收入及各项劳动权益。

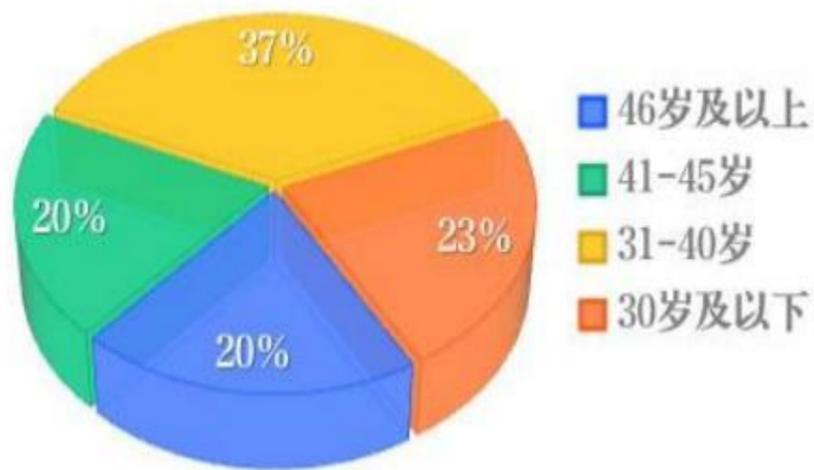
### 01 员工数据

公司现有员工超 6000 人，其中男职工约 2500 人，女职工超 3000 人；工龄 1 年以内的员工有近 650 人，1-3 年的员工约 1300 人，3-5 年的员工超 1100 人，5 年以上的员工超 3000 人。

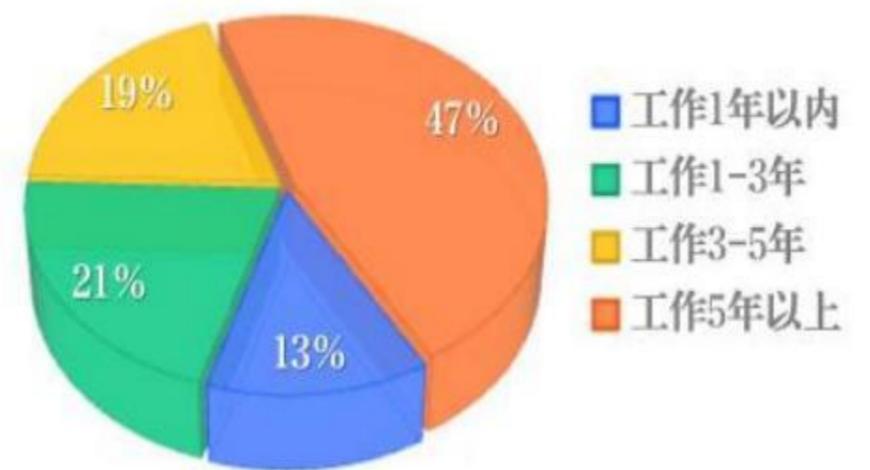
#### 职业序列分布



#### 年龄分布



#### 工龄分布



## 02 员工管理

公司始终坚持不拘一格选拔任用人才，按照“能者上、平者让、庸者下”的用人原则，创新企业用人制度，变“相马”为“赛马”，以能力和业绩量才，营造了一个竞争、向上、充满活力的用人机制，激励大家投入到“公平竞争、发觉自我”的环境中。

公司为确保员工权益，保持员工良好的工作环境和员工福利，以及提高全体员工对公司及自身的安全状况的满意程度，通过规程的完善，加强对安全运行控制、安全制度以及安全要求的管理。

### —— 良好的办公环境 ——

作为商业企业，公司员工的办公环境主要为写字楼以及商场，整体条件较好。公司对照明、通风、消毒等各方面指标进行持续跟踪，保证员工工作环境的质量；对食堂和宿舍管理进行不定期检查和抽查，增强员工的舒适度和归属感。

### —— 个性化支持 ——

公司制定有关员工服务和福利的制度，根据不同员工群体的关键需求和期望，提供相应的服务、福利等方面的支持，并遵循《劳动法》、《工会法》等法律法规保障员工的合法权益。根据员工不同需求制定各种保障措施，为员工提供系统的个性化支持。

员工类别	个性化需求	支持措施
现场人员	健康的需要	健康体检、改善工作环境、强化 5s 管理、发放劳保用品、夏季发放防暑糖茶、暑期高温休假等
	工作回报的需要	提供具有竞争力的薪酬福利、实行薪酬与绩效挂钩等
	公平性和尊重的需要	员工不分身份类别，同工同酬；充分沟通，渠道畅通，增强归属感
	学习成长的需要	老带新、师带徒；一专多能、一专多岗等多技能培养；提供应用型的培训及技术分享等
管理人员、专业技术人员	实现价值的需要	建立竞争激励机制、晋级、晋职、表彰等
	学习成长、发展空间的需要	帮助设计职业生涯规划、提供前瞻性培训；给予岗位轮换支持等
	良好环境的需要	改善办公条件、生活区的环境，建设餐厅、宿舍、活动中心、球场等
全体员工	保障需要	为员工缴纳五险一金

### 福利待遇

企业内部设立职工互助金政策，新年为员工发放过年钱，中秋、春节等节假日为员工发放丰厚礼品，为员工缴纳五险一金，使员工在生育、医疗、养老及住房等方面无后顾之忧。

### 员工意见箱

公司为保障员工权益，加强公司与员工之间的交流，在各单位设有员工意见箱，同时总裁邮箱对每个员工公开，随时可以对公司提出宝贵的意见或建议，公司统一安排专人定期对员工意见进行收集汇总，并做分析报告及改善措施。

## 03 员工舞台

公司重视员工的学习和发展，在 2010 年就建立了公司的培训中心，专门负责公司各个板块的员工培训。培训中心建立了完善的培训管理体系，依据公司的战略发展要求和市场需求趋势的变化，以业务需求为核心，进行基于技能提升为准则的岗位人才培养，全员培训与重点提高相结合，多层次、分类别的全方位培训，激发员工潜力，稳固基层员工发展力量、扩大专项培训范围、强化智慧供应链信息管理系统、夯实内训师队伍、整合公司优势资源、萃取员工经验，实现员工学以致用、用以促学、学用相长的效果，全年共组织对内集中培训 19 期，护航公司的高质量发展。

公司投资建设培训综合办公楼，配置现代化的教学工具和硬件设施。培训中心设有阶梯教室、会议室以及接待室共 7 个，可同时容纳 1000 多人交流、互动、学习，满足不同层次、不同规模的培训需求。多媒体会议室配备先进、功能齐全，可容纳 70 多名学员在此上机学习。建立配套食堂和学员公寓，为员工学习提供良好的环境保障。



公司工会多次组织各项比赛活动，如篮球、拔河、接力赛、跳绳等，极大地提高了员工的团体协作能力，丰富了员工的业余生活。举办新年晚会等大型娱乐活动，由员工自编、自导、自演，为员工提供了展示自我的平台。



## 六、绿色发展

公司坚持建设资源节约型、环境友好型企业，通过设施设备的环保及资源综合利用等方面的落实体现社会责任，在企业发展的同时为整个社会的和谐发展作出贡献。通过建立日常分级检查、检测和反馈机制，形成定期对各级绩效管控目标指标结果的检查、检测和反馈机制，全方位评价运营过程的合规性，定期按照国家法规和公司管理制度要求对环境管理的现场、档案、流程执行等进行测量和反馈，并将该机制与问责体系实现一体化。

在日常经营中，公司始终秉持节能环保理念，扎实推进各项节能降耗减排工作，采用电子培训手册、无纸化报销系统等方式，积极推进无纸化办公；统一节水断电，避免资源浪费；及时对设备排查检修，对老化设备进行改造更换，提高节能、环保标准；在数据机房采用物理通风降温等措施，减少能源消耗。在采购运输环节，公司通过智慧化物流提升运输效率，降低运输损耗；在生产加工环节，结合环保理念和企业文化，公司制定了环保机制，积极排查治理，做好污水排放等工作。



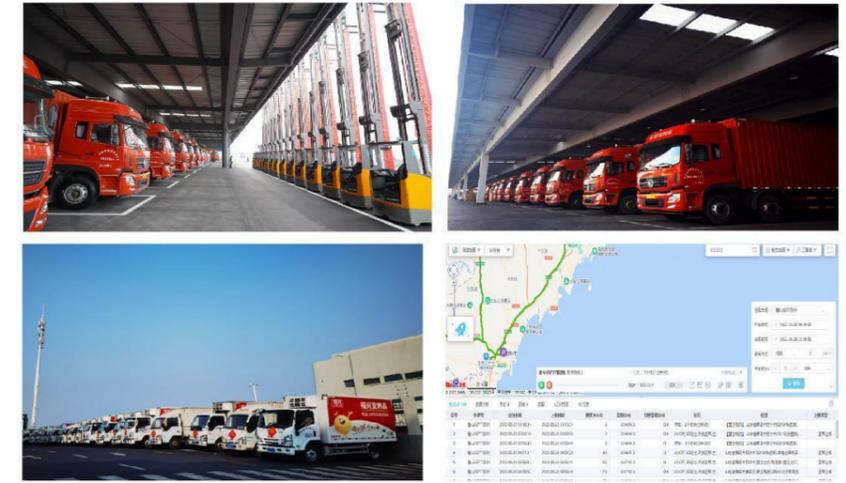


### 原材料采购

- 在生鲜采购方面，公司建立了原产地直采模式，通过“农超对接”采购边远地区农副产品
- 公司在山东、河北、内蒙古部分地区以“市场收购+订单种植”相结合的方式保证原料质量
- 公司在原料采购方面，持续完善“一品一码”追溯体系，使原材料在产销全流程可见、可追溯

### 生产加工

- 原辅料验收，确认原辅料质量优质
- 工厂引进带有机械臂的先进豆制品大型生产线
- 无缝地坪设计的豆制品加工间，确保环境卫生，清洁无死角
- 豆芽厂不添加任何辅助化学药物，不催熟、不抑根、不加药，生产安全放心好产品
- 生产车间检验，对空气、操作人员手部、机械设备的微生物指标化验、监测



### 物流运输

- 自有运输车辆300余辆，其中冷冻冷藏车百余辆，自行管理和调度。
- 所有车辆均配备北斗全球定位系统和冷藏车温度监控系统，可实时掌握全部车辆运行情况。

### 终端销售

- 零售门店内置环保材料和节能系统
- 零售门店除超市外，还整合了餐饮、影院等休闲空间，为顾客打造开放、舒适的社交空间
- 依托自身供应链优势，建立从原材料采购到终端销售的全流程品控体系。





## 七、社会责任

01  
乡村振兴

02  
公益事业

03  
民生保供

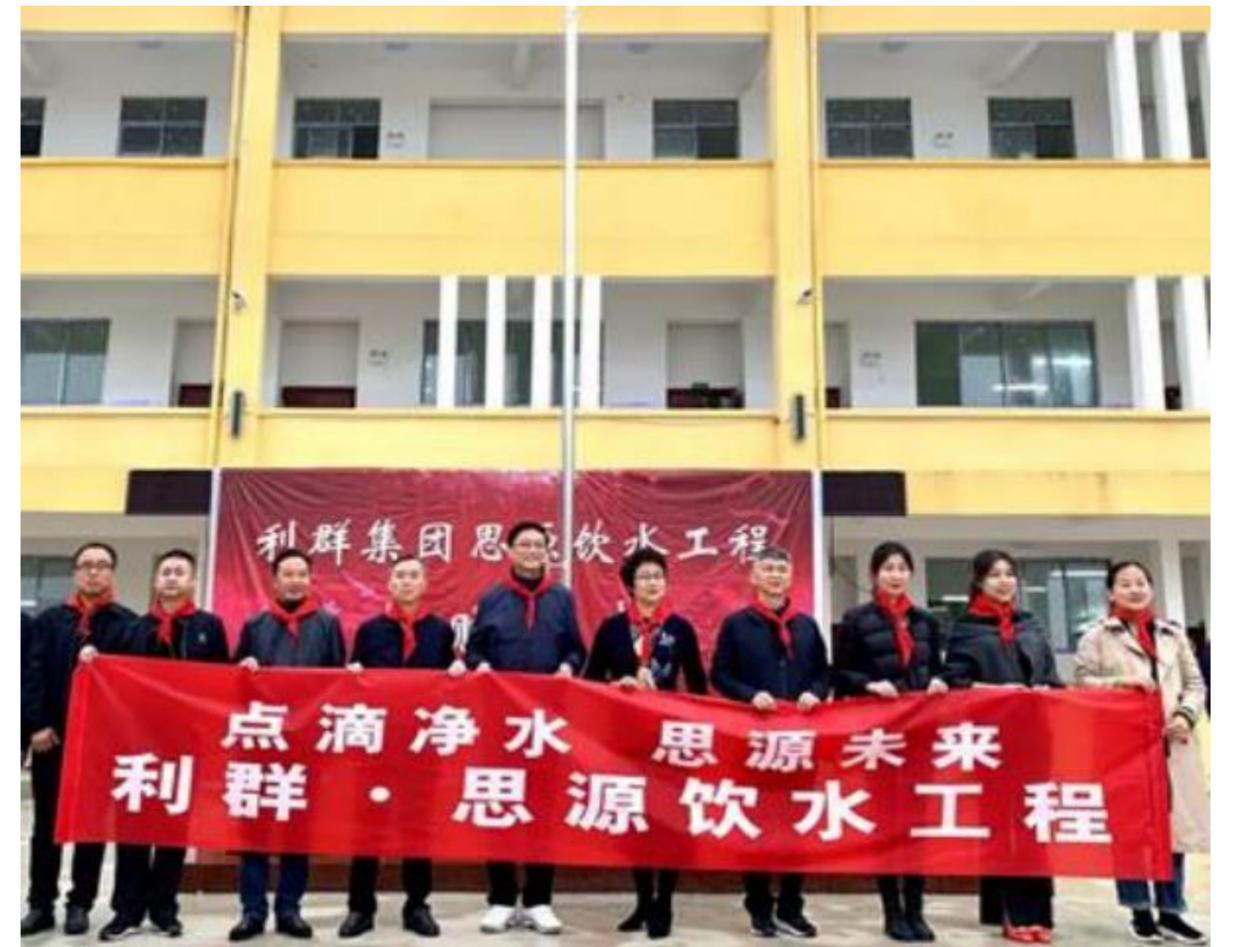
04  
安全生产

# 01 乡村振兴

积极履行社会责任是公司高度关注的企业社会影响力和企业整体发展战略的重要组成部分，是实现彰显社会责任，提升品牌形象战略目标的有效支撑。公司自成立以来，紧紧围绕品牌定位、特性与核心价值，贯彻落实政府政策部署，发挥自身优势，积极承担社会责任。

近年来，公司深入学习贯彻习近平总书记关于巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接重要论述，落实市委市政府“东西协作、对口帮扶”工作的部署，立足商贸

流通企业经营特色，建立农产品长期采购合作，助力巩固乡村振兴成果。自上市以来，利群股份就建立了边远地区农产品采购政策，搭建了农田果蔬集中采购、统一配送的“农超对接”模式，帮助重庆市丰都县、贵州省安顺市、甘肃陇南武都区、哈尔滨延寿等地农户创收增收，达成稳固的农副产品采购合作，采购牛肉类、薏仁米、干辣椒等产品，同时建立省内外果蔬合作基地、全国生鲜采购基地，采购范围及基地建设辐射全国主要产区，以商业反哺农业，通过产业扶贫等举措，用发展的办法让脱贫成果更加稳固、更可持续。



## 02 公益事业

多年来，在追求产品、服务卓越品质的同时，利群股份始终积极履行和承担社会责任，以实际行动奉献爱心、传递温暖，持续投身公益事业，获得社会各界一致赞誉。



2024年5月，公司向市南区尊师爱师基金捐赠10万元，主要用于帮扶困难教师、激励优秀教师、支持教师专业素养提升、促进教师发展等。

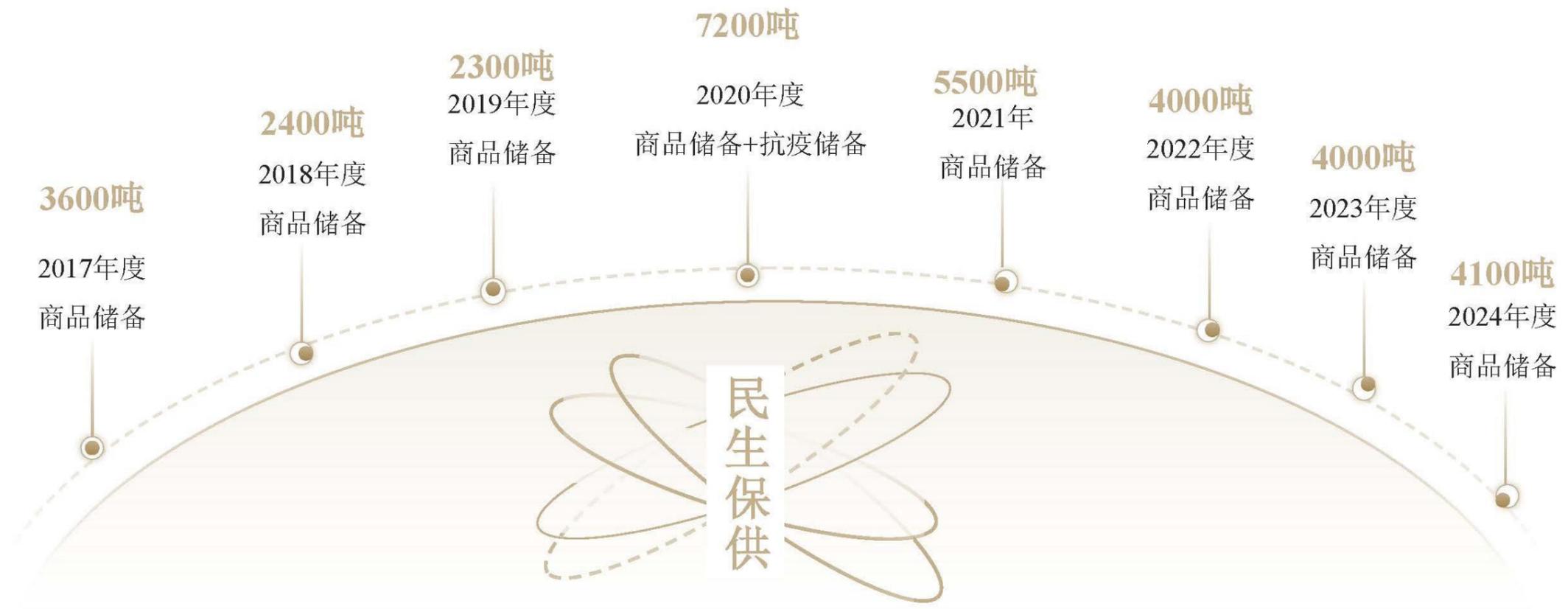
2024年3月，公司与上海蝶翠诗商业有限公司携手举办的“爱心公益行”活动在湖南省临湘市江南镇DHC希望小学正式启动，总裁徐瑞泽作为本次活动爱心大使，代表公司向希望小学捐赠图书，为孩子们“书”送爱心，共筑爱心校园。



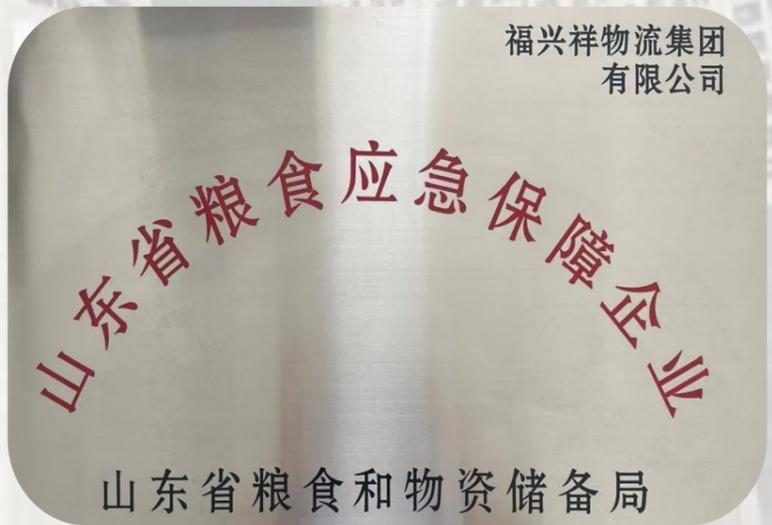
### 03 民生保供

公司在快速发展过程中，持续关注民生，积极发挥大型商贸流通企业优势，全力保障所属区域生鲜蔬果、米面粮油等民生商品的货源储备和供应工作，提升区域应急保障能力为己任，担好民营企业社会责任担子，回报社会。

近年来，依托物流供应链和仓储配送体系的强大优势，公司持续承接并做好青岛市“菜篮子”、“粮袋子”的储备和投放工作，充分发挥民生保供的市场主体作用，为提升区域应急保障能力及居民生活服务做出重要贡献，得到社会各界的广泛认可和赞誉，体现了利群的责任和担当。



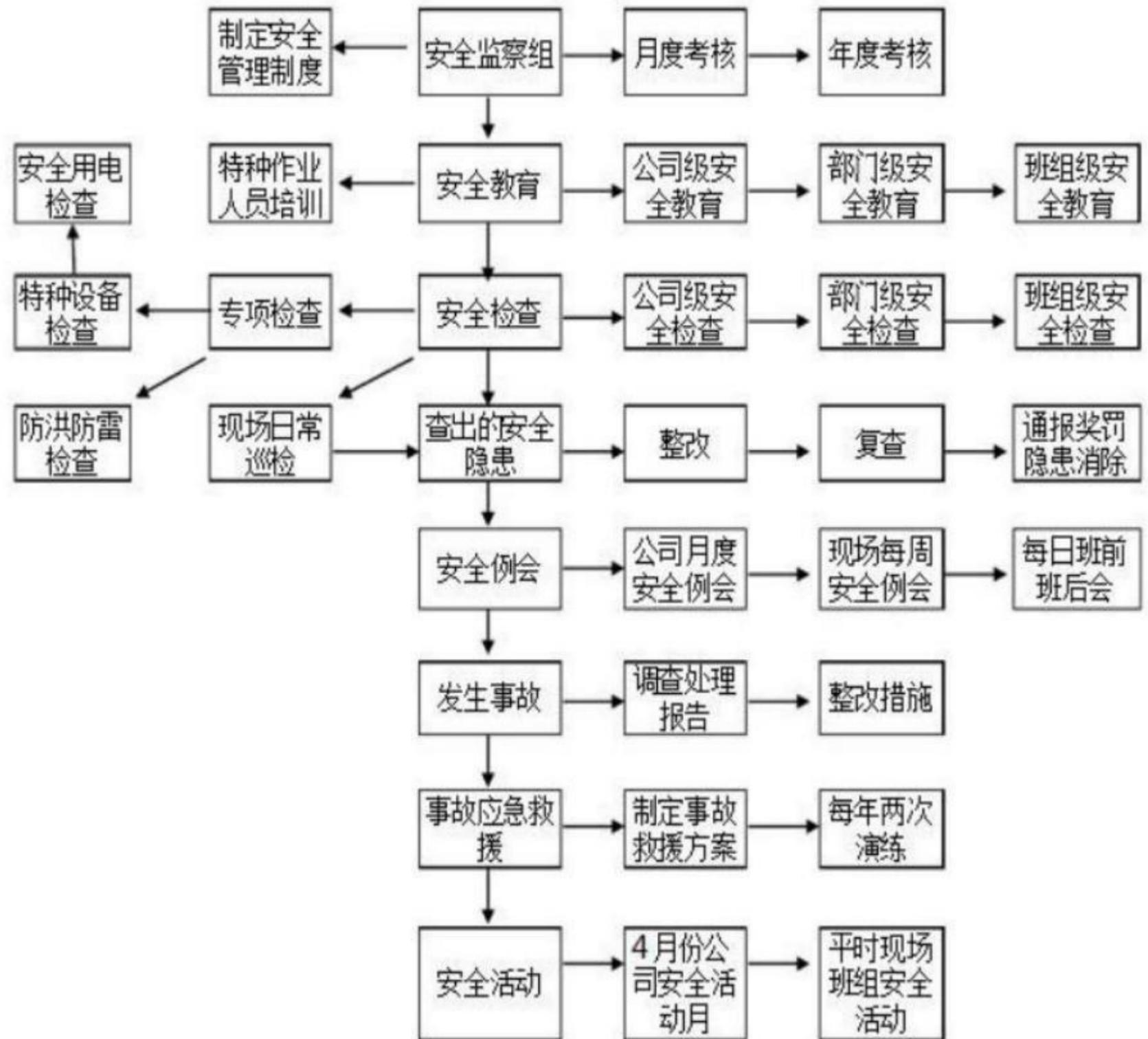
03 民生保供



### 04 安全生产

公司秉承“诚信经营、和谐发展”的理念，坚持以信为本，以诚待人，始终把满足客户和社会需求作为重要使命，坚持把安全生产放在首要地位，积极对产品生产工艺进行探索和改进，稳步提升服务质量。公司从高层到基层的管理人员都树立了高度的责任感，牢固树立“防范胜于救灾，责任重于泰山”的意识，各分支单位每年两次举行消防演练，同时对容易发生安全事故的设备、工序制定了安全事故预案，包括仓储货架事故、货物坠落等，各部门对这些质量事故都有较强的预防及应变处理能力，同时每年在安全月组织员工进行消防演练，提高员工消防意识、技能以及紧急情况下应变能力，保障员工人身财产安全。

安全作为管理实施的底线在不同层级予以落实，通过明确所有部门/区域的安全管理责任，利用“岗位责任实名制”切实抓好安全生产责任制的层层落实强化安全生产方针和目标。





# 利群股份

## LIQUN CO.,LTD

用心去做，永不满足

电话：0532-58668898

网站：[www.liquncommercialgroup.com](http://www.liquncommercialgroup.com)

邮编：266100

地址：山东省青岛市崂山区海尔路 83 号