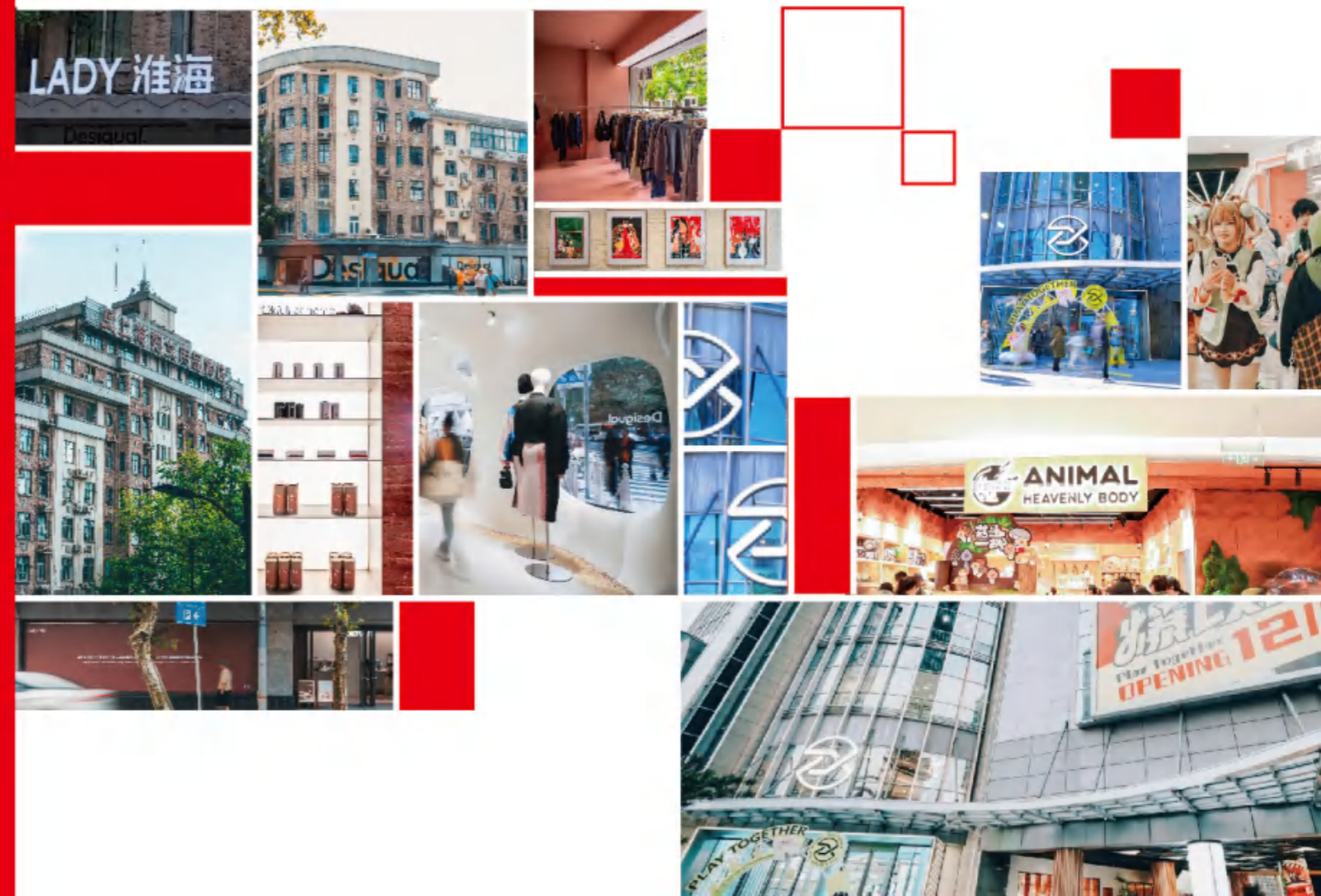


百联集团有限公司

2024

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE (ESG) REPORT

环境、社会及治理
(ESG)报告



前言

Introduction

百联集团在改革春风中应运而生，于时代潮头处砥砺前行。2003年4月，原上海一百集团、华联集团、友谊集团、物资集团合并重组成立百联集团。在市委、市政府的坚强领导和市国资委党委、市国资委的指导支持下，集团全员上下凝心聚力、攻坚克难，以团结为楫、以创新为帆，绘就企业发展的壮阔图景，在上海商业星空下点亮改革航标，打造出国企改革的生动样本。

近年来，百联集团围绕服务国家战略、上海战略，结合市委、市政府对百联集团的工作要求，深入学习贯彻党的二十大精神，践行集团在国资国企改革中的使命和任务。明确以商业零售为核心，构建商业资产、商业金融、商业投资三大支柱协同发展的现代商业产业体系，形成消费升级引领、商业模式创新、国企改革探索的立体化战略布局。通过战略评估与优化升级，构建明确战略抓手和支撑保障建设要素，确保“十四五”与“十五五”战略有效衔接，以实干赋能“让消费者更喜爱我们”的公司愿景和“乐享美好生活”的品牌内涵。

2024年，面临经济下行压力加大，社零增速放缓、上海恢复不及全国等环境影响，作为国有企业先锋，百联集团主动践行社会职责，通过保障民生需求、推动消费升级、助力经济稳健发展三大抓手，在上海打造国际消费中心城市的战略布局中，持续强化市场供给能力与服务质量，切实肩负起促进城市商业能级提升的核心引擎使命。在战略发展与体系建设方面，集团“一核”零售业态加速转型，深化商业地标打造，推进时尚消费品产业布局；“三柱”产融板块功能基本完成构建，盘活存量推动资产证券化，探索基金模式助力产业升级，“一核三柱”体系基本形成。在创新转型方面，各业态强化运营助力城市消费，积极开展主动调改，老字号持续自驱焕新，形成转型发展可复制模式。在营销传播方面，聚力构建“第一品牌”“第二舞台”“第三空间”，实现商品力提升、服务力增强、场景力创新及协同力提高，推出特色服务品牌“Touch-Care 百联直通车”，打造一站式新体验服务进社区、校区、园区等，共计服务超20万人次；助力文化艺术融入商业，推出文艺演出展览超50场，“一江一河”沿线开展全国首展、艺术特展近20场；融合商旅文体展打造多元体验空间，组织主题营销活动超300档、带动新品首发超100场。2024年，百联集团充分发挥旗下品牌、业态、门店等资源优势，积极开拓消费场景，奋发激活商圈经济，让居民“近”享生活便利、“圈”出美好生活，助力上海经济增长！

目录 CONTENTS

03/ 前言

04/ 目录

06/ 报告编制说明

08/ 高管致辞

09/ 责任聚焦

09/ 利益相关方沟通

10/ 走进百联集团

11/ 一、企业文化体系

12/ 二、品牌传播

12/ 1. 发布 Touch-Care 百联特色服务品牌

12/ 2. 打造品牌自媒体传播阵地

13/ 3. 开展第三季“百联美好生活乐享官”项目

13/ 4. 链接老字号新品牌，提升百联声量

14/ 三、大事记

24/ 第一章 强化党建引领，赋能企业治理

25/ 一、党建引领

25/ 1. 创新“每月一课”“上门送课”“文艺党课”等新模式，坚持用党的创新理论指导百联改革发展实践

26/ 2. 开展“三建三促”主题活动，更好服务企业中心工作

26/ 3. 坚持线下有形覆盖、线上数字赋能，持续强化基层基础工作

27/ 4. 深化“四责协同”，落实“零基管理”，扎实推进党风廉政建设

28/ 二、公司治理

28/ 1. 发挥党组织把关定向作用

28/ 2. 发挥数字化转型新优势，优化集团风险防控工作

29/ 3. 推进法治国企建设

90/ 4. 优化企业合规管理

31/ 第二章 破壁向新，圈出生活，构建人民美好城市

32/ 一、向新求质，推进国际消费新引擎建设

32/ 1. 开拓次元新赛道，展现商业布局新可能

33/ 2. 老字号当代风貌，重塑商业空间新范式

34/ 3. “数字+国际”新纪元，瞄准商业未来新方向

35/ 4. 以首带面，锻造首发经济生态链

35/ 5. 场景焕新，优化商业生态和消费体验

36/ 二、织密纺牢便民网，共筑社区幸福圈

36/ 1. “银发”守护，以服务传递民生温度

37/ 2. 健康加码，以专业构筑民生保障

37/ 3. 数智升级，以科技塑造民生平台

38/ 4. 主题规划，以创新重构民生空间

39/ 5. 百联直通车，以品质串联民生网络

40/ 三、开拓美好未来，助力乡村振兴发展

40/ 1. 结对帮扶，夯实乡村振兴根基

40/ 2. 消费帮扶，拓宽农产品销售渠道

41/ 3. 教育帮扶，培育乡村振兴人才

41/ 4. 农村综合帮扶，提升乡村发展活力

42/ 第三章 深化产业布局，构建“一核三柱”高效协同体系

43/ 一、加速业务发展

43/ 1. 多元营销经营提质

44/ 2. 对标赋能投资增益

45/ 二、产融协同赋能发展

45/ 1. 金融产业协同发展与赋能

45/ 2. 投资产业协同发展与赋能

46/ 三、加速数字化发展

46/ 1. 深耕“3大平台”建设，持续夯实数字化基础能力

46/ 2. 开展“3类方向”建设，持续驱动业务高质量发展

47/ 四、深化安全管理

47/ 1. 食品药品安全

48/ 2. 生产管理

49/ 3. 网络安全

50/ 五、开展节能减排工作

50/ 1. 强化重点用能单位管理

50/ 2. 开展绿色商场和能效领跑创建

51/ 3. 加强节能减碳宣传，促进绿色消费发展

51/ 4. 推进塑料污染治理，开展门店减塑降塑情况检查

52/ 第四章 凝心聚力，共谋发展新篇章

53/ 一、总体概况

54/ 二、员工发展

54/ 1. 挖掘高潜后备人才，激发青年创新潜能

54/ 2. 持续引进应届新生，深化打造职场星秀

55/ 3. 技能人才体质扩容，赋能一线专业深耕

55/ 三、平等就业

56/ 展望

57/ 附录



CONTENTS

报告编制说明

A description of the preparation of the report

| | |
|-------------|---|
| 报告体系 | 本报告为百联集团有限公司（以下简称“百联集团”“集团”）自2013年以来对外公开发布的第十二份报告，描述企业在环境、社会、公司治理等领域的实践与成效。 |
| 质量保证 | 本报告披露的信息和数据来源于公司统计报告和正式文件，并经过相关部门审核。公司承诺本报告不存在任何虚假记载或误导性陈述，并对内容的真实性、准确性和完整性负责。 |
| 编制原则 | 本报告参照以下标准，并充分考虑利益相关方的愿望和关切，同时结合百联集团对社会责任的独特理解和具体实践进行编写。 |
| 报告范围 | <p>除有特殊说明，本报告主要描述2024年1月1日至2024年12月31日期间，百联集团在环境、社会、公司治理等方面履行社会责任的工作及绩效，报告内容涵盖商业零售、商业金融、商业资产、商业投资等产业。</p> <p>报告涵盖百联集团有限公司及其附属公司。除非特殊说明，与百联集团同期合并财务报表范围一致。</p> |

联合国 2030 年可持续发展目标 (SDGs)
《中国企业可持续发展报告指南 (CASS-ESG 6.0)》
《社会责任指南》(ISO26000:2010,MOD)
GB/T36001-2015《社会责任报告编写指南》
GB/T36002-2015《社会责任绩效分类指引》
T/SAQ0006-2023《社会责任报告编写通则》
T/SAQ0007-2023《社会责任报告评审指南》



| 公司全称 | 本报告简称 |
|------------------|---------|
| 百联集团有限公司 | 百联集团、集团 |
| 联华超市股份有限公司 | 联华股份 |
| 上海百联集团股份有限公司 | 百联股份 |
| 上海证券有限责任公司 | 上海证券 |
| 上海物资贸易股份有限公司 | 物贸股份 |
| 上海第一医药股份有限公司 | 第一医药 |
| 百联全渠道电子商务有限公司 | 全渠道 |
| 上海市商业投资(集团)有限公司 | 商投公司 |
| 百联金融服务有限公司 | 百联金服 |
| 百联集团财务有限责任公司 | 财务公司 |
| 百联集团置业有限公司 | 百联置业 |
| 上海百联资产控股有限公司 | 百联资控 |
| 上海百联集团资产经营管理有限公司 | 百联资产 |
| 上海三联(集团)有限公司 | 三联公司 |
| 百联集团有限公司教育培训中心 | 教培中心 |
| 百联集团有限公司人力资源管理中心 | 人力中心 |

| | |
|-------------|---|
| 发布形式 | 本报告以印刷品、电子文档形式发布，其中电子文档可在百联集团网站 (http://www.bailiangroup.cn/) 下载阅读。为减少印刷对环境产生的影响，我们倡导读者尽可能下载阅读电子文档。 |
|-------------|---|

高管致辞

Executive Speech

刚刚过去的2024年，对百联来说，是很不平凡、很不容易的一年。面对经济下行压力和内卷的市场竞争，全体百联人无惧风雨，砥砺前行，营业收入保持总体稳定，利润总额实现逆势增长，交出了一份来之不易、令人鼓舞的成绩单。

这一年，我们服务大局、主动作为，战略引领锚定新方向。制定实施国企改革深化提升行动“百联方案”，进一步明确百联作为“上海国际消费中心城市建设的排头兵、商业空间和内容创新发展的先锋队、商业网络托底民生保障的主力军”的功能定位，聚焦重点，推进完成超过70%的改革任务，有效激发内生动力活力。

这一年，我们拥抱变革、引领消费，零售创新增添新动能。聚力打响商业服务第一品牌，搭建文化艺术“第二舞台”、打造跨界体验“第三空间”，推出Touch-Care特色服务品牌，举办主题营销活动超300场；青浦奥莱二期开工，打造亚洲第一奥莱；抢抓谷子经济风口，ZX造趣场闪亮登场；茂昌一九二三镜界、via·1719吴良材新视场等焕发老字号新光彩，24家世纪联华全面焕新，逸刻加盟版图拓展至8城市。

这一年，我们审时度势、深化布局，产业转型展现新图景。成功发行上海首单消费REITs，设立Pre-REITs基金和消费产业基金，携手众多合作伙伴推进城市更新、盘活存量资产，上海证券行业影响力提升；首次亮相世界设计之都大会，打造进博会“翻折间”创意展台，发力时尚消费品产业。经过多年努力，以商业零售为核心，商业金融、商业资产、商业投资为支柱的“一核三柱”产业体系基本构建形成，开启高质量发展的新阶段。

这一年，我们牢记嘱托、勇担使命，党建赋能促进新发展。广泛开展“三建三促”等主题活动，发布集团党建品牌“融·光”，形成“1+15+N”党建品牌矩阵，举办职工运动会等文化活动，坚持把关心关爱员工落到实处；持续推进自驱敏捷市场主体建设，发布七项战略发展核心人才项目，为青年人创造更多施展才华、成长成才的舞台，厚植企业发展第一资源。

时间的长河奔涌向前，奋斗的脚步从不停歇。2025年，是“十四五”收官和“十五五”谋划之年。面对新的机遇和挑战，我们要坚持干字当头、迎难而上，抢抓政策的时间窗口期，围绕“严守经营底线、攻克增长瓶颈、建设储蓄能力、谋划产业后劲”的指导思想，走好新时代百联高质量发展的奋进之路。

我们要全力以赴抓改革、建能力。继续紧盯改革深化提升行动“百联方案”明确的里程碑节点和标志性成果，深化“一核三柱”各产业板块功能定位，围绕经营提质增效和创新变革增长、差异特色财富管理和服务、存量资产开发盘活和证券化、并购与战投驱动主业发展等板块核心功能，以人为本强化资源整合与能力互补，持续打造协同赋能、共创价值的命运共同体。

我们要千方百计促消费、强经营。主动跨前，承接好、落实好国家“实施提振消费专项行动”“零售业创新提升工程”“积极发展首发经济、银发经济”等重大政策利好，发挥百联已有的基础和优势，制定专门工作方案，在场景化、品质化、数字化、多元化等方面更大功夫，进一步稳牢消费存量、拓展消费增量、做大消费总量，切实把政策红利转化为经营实绩。

我们要坚定不移增后劲、守底线。服务对接上海“3+6”“4+5”产业体系，聚焦时尚消费品、生命健康、数字智能商业等领域，找准切入点和突破口，规划培育增长新领域、新赛道。强化战略敏捷，紧跟市场之变、行业之变，加强新质供应链建设，打造一批大而强、小而美、专而精的零售终端，形成新的增长点、爆发点。坚守合规底线，提升治理效能，确保国有资产保值增值。

星光不负赶路人，江河眷顾奋楫者。新的一年，让我们坚定信心决心、铆足拼劲闯劲，以更加“奋力一跳”的姿态，“张弓满弦”的干劲，“笃行不怠”的作风，攻坚克难、锐意进取，奋力书写百联高质量发展新篇章！

责任聚焦

Executive Speech

利益相关方沟通

集团高度重视与各利益相关方的有效沟通，深入了解各利益相关方的诉求和期望，推动企业可持续发展。

| 利益相关方 | 期望与诉求 | 沟通及回应 |
|-------|-----------|--------------------------------|
| 监管者 | 国有资产保值增值 | 高质量完成预算 |
| | 依法规范经营 | 认真落实国资委考核指标和各项要求 |
| | 信息披露 | 及时、准确报送企业信息 |
| 地方政府 | 遵章守法 | 配合国家宏观调控政策，遵守法律法规，规范经营 |
| | 安全环保 | 采取有效措施，杜绝重特大安全事故，使各项环保指标达到国家要求 |
| | 促进本地经济发展 | 通过“一核三柱”产业体系推进高质量发展 |
| 投资者 | 创造税收、就业 | |
| | 依法合规经营 | 加强诚信合规文化建设 |
| | 完善公司治理 | 持续规范公司建设 |
| | 持续创造价值 | 规范决策、执行和监督机制 |
| 员工 | 提升管理水平 | 提升内控和风险管理能力 |
| | 防范经营风险 | 完善商业模式，打造“一核三柱”产业协同 |
| | 员工权益 | 依法签订劳动合同 |
| 员工 | 薪酬福利 | 完善员工薪酬福利制度 |
| | 职业成长 | 建立完善培训体系 |
| | 培训制度 | 推行职业健康计划 |
| | 健康安全及工作环境 | 建立多层次、全覆盖的员工互助关爱机制 |
| | 员工关爱 | |
| | | |

| 利益相关方 | 期望与诉求 | 沟通及回应 |
|----------|----------------|---------------------------|
| 供应商及合作伙伴 | 推动行业进步 | 开展行业交流 |
| | 营造良好商业环境 | 开展责任采购，推动供应链履责 |
| | 拓展产品及服务领域 | 代表行业反映意见建议 |
| | 平等合作，互利共赢 | |
| 客户及消费者 | 提供优质产品与服务 | 提升服务可及性 |
| | 确保产品与服务质量安全及安全 | 建立食品、药品等的质量安全标准 |
| | 维护消费者权益 | 加强客户管理体系建设，提升客户满意度 |
| 媒体、非政府组织 | 加快服务创新 | 加快业态创新 |
| | 信息披露与传播 | 及时主动提供外宣资料，邀请媒体访问，多渠道披露信息 |
| | 媒体互动 | 搭建产学研合作平台 |
| 社区公众 | 产学研合作 | 积极参与行业交流活动，分享经验，树立品牌形象 |
| | 环境保护 | 加强环保管理，发展循环经济，提倡绿色办公 |
| | 和谐社区 | 积极参与社区事务 |
| | 公益事业 | 开展扶贫及其他慈善公益项目 |
| | 安全稳定 | 强化安全生产管理 |

走进百联集团

Into the Bailian Group

百联集团有限公司成立于2003年4月，由原一百集团、华联集团、友谊集团、物资集团合并组成。2009年，百联集团成为上海第一批试行外部董事制度的国有企业，也是上海市首批践行国企改革的企业之一。集团经营规模超千亿，总资产超1700亿元，净资产近470亿元，2024年集团实现营业收入421亿元，利润总额实现34.88亿元。商业零售面积约530万平方米，在岗职工近3.3万人，下属企业近353家，控股百联股份(600827.SH, 900923)、联华超市(0980.HK)、上海物贸(600822.SH, 900927)和第一医药(600833.SH)等4家境内外上市公司。

百联核心业务深耕上海，发展长三角，优势业务布局全国，涵盖主题百货、购物中心、大型卖场、标准超市、便利店、专业专卖等零售业态，经营汽车贸易、电子商务、仓储物流、消费服务、电子信息等领域。截至2024年底，全国零售网点超4500家，长三角零售网点占比超80%，上海零售网点占比约50%。其中，百货、购物中心、奥特莱斯门店数与总面积以及超商门店数均为上海第一，青浦奥特莱斯销售额连续多年蝉联全国第一。

集团商业资源丰富，旗下汇聚了第一百货商业中心、第一八佰伴、永安百货、西郊购物中心、又一城购物中心、青浦奥特莱斯、联华超市、世纪联华、逸刻便利、有色金属交易中心、第一医药、亨得利亨达利钟表、冠龙照相器材、茂昌眼镜、吴良材眼镜等一大批享誉沪上、闻名全国的知名商号和品牌。

“十四五”以来，集团积极把握国家战略机遇，围绕市国资委认定的主责主业，加快构建“以商业零售为核心，商业金融、商业资产、商业投资为支柱”的“一核三柱”产业体系。其中，商业零售涵盖百货、商超、大健康、专业专卖、百联科技、汽车零售、商业物流；商业金融涵盖财富证券、支付金融、财务公司；商业资产涵盖存量开发、地产开发、资产证券化；商业投资包括产业投资、财务投资、基金管理。

一、企业文化体系 Corporate culture system



乐享美好生活
Brilliant Life

百联集团贯彻“人民城市”重要理念，坚持“让消费者更喜爱我们”的企业愿景和“乐享美好生活”的品牌主张，倡导“创领消费时代、创新客户体验、创造员工价值，打造‘一核三柱’现代新型商业产业集群”的企业使命，着力推进“年轻化、品牌化、数字化、社区化”，积极践行国企社会责任，朝着打造充满生机与活力的现代新型商业产业集群的目标迈进。



愿景

让消费者更喜爱我们：让消费者喜欢我们呈献给他们的全方位要素，包括商品、服务、体验、形象、模式等；让每一次接触都增加消费者的好感，从而不断强化与消费者的情感沟通，让百联成为消费者的首选。

使命

创领消费时代、创新客户体验，创造员工价值，打造“一核三柱”现代新型商业产业集群；引领新零售的发展，开拓消费新时代；为顾客、合作方、供应商等相关方带来新体验和新价值；企业与员工共同成长，实现员工和企业的共建、共享、共赢。

品牌主张

乐享美好生活：围绕满足人民对美好生活的向往目的，不断创新迭代，创造新的消费场景、消费理念、消费体验，探索发展次元文化商业体、“一刻钟生活圈”消费新方式；着力推动跨界融合，打造商业新空间、新模式、新业态，焕新历史老建筑，打造商业和艺术、文化、旅游相融合的新载体；全力推进数字化转型战略，强化社交属性，打造面向未来的数字化商业体，为消费者带来全方位的美好生活体验。

价值观

学习创新、攻坚担当、活力高效、团结协作、诚信阳光；鼓励员工不断学习新知识、在业务上大胆创新探索开拓；激发员工奋斗进取的士气，努力为企业创新发展做贡献；积极向上的心态，提高工作专业性，保持高效的工作状态；让部门之间、员工之间突破边界，目标一致、合作共赢；心态乐观、胸怀宽广，诚信正直地对待他人，透明坦荡、开放自信。

二、品牌传播 Brand communication

01 发布 Touch-Care 百联特色服务品牌

为更好服务上海国际消费中心城市建设，2024年5月，百联集团正式推出特色服务品牌“Touch-Care”，包括六大重点服务举措：打造百联特色服务矩阵、构建一刻钟社区服务网络、建立“百联匠心”劳模服务团队、开展银发人群服务关爱计划、做实一条服务热线、出台特色服务支持措施，以服务为锚，展开对美好生活的新探索。

通过百联直通车进校园、进社区、进院区、进园区等图文视频系列多元形式，集团构建传播多业态协同机制，跨业态协同聚合服务；通过甘泉社区等重点案例报道，深度传递百联 15LIFE 一刻钟生活圈品牌全方位、多元化的专业服务；制作“百联匠心”劳模服务团队系列专题视频，以故事叙述的方式娓娓道来百联关注银发群体、聚焦细心关爱的服务内涵，传递百联“乐享美好生活”的品牌理念。



02 打造品牌自媒体传播阵地

2024年，全面升级并更名集团品牌服务号与同名视频号“申城记”，定位为第三方视角的品牌号，以讲故事的形式，呈现上海的摩登和市井，突出人文情怀，引领生活方式，挖掘上海城市脉络深处的潮流范与烟火气，围绕城市更新、时尚热点、文化故事、市井生活等角度，巧妙融入百联元素，采用生动、感性的叙事方式，引发情感共鸣，吸引用户一同品味上海，感受百联。

2024年，申城记服务号共计发布49篇，阅读量达261928次；申城记视频号发布12篇，阅读量达152990次。其中，申城记视频号首发的《申城十二时辰》全网播放量超10万次，为往期最高播放量。



03 开展第三季“百联美好生活乐享官”项目

2024年9月起，聚焦持续打造乐享美好生活品牌心智，启动第三季“百联美好生活乐享官”项目招募，历时3个月共计招募2900名潮人踊跃参赛，包含时尚、品质、亲子、外籍、乐龄等不同类型人群。通过微信、微博、抖音、微信视频号、周到、今日头条、搜狐以及几大公号网站等多媒体渠道，参赛者打卡并发布在百联各业态的体验，以软性植入、二次传播的方式，宣传百联品牌活动，扩大百联社交影响力，整体传播曝光量共计超1300万次。



04 链接老字号新品牌，提升百联声量

2024年5月，集团携旗下第一百货商业中心、上海时装商店、永安百货、吴良材眼镜和茂昌眼镜等老字号品牌以及百联ZX创趣场、the balancing等新消费品牌参展中国品牌博览会，展现了百联品牌勃勃竞发的可持续生命力。9月，集团旗下三联公司超300年历史的老字号品牌吴良材眼镜，全新呈现以创新为先的策展式商业空间 via-1719 吴良材新视场。10月，焕新回归的上海妇女用品商店，携“LADY 淮海”女性社群品牌重新亮相，诠释当代女性生活方式……

百联品牌焕新举措收获中央电视台、解放日报、上海电视台等全国及上海核心媒体广泛报道，展现了百联激活老品牌、重生老建筑的步履不停，不仅让老字号重焕生命力，更展现了国资国企在商业零售领域对于消费促进、技术创新、文化传承等方面的示范引领作用。



三、大事记 Memorabilia



01 1月19日，百联集团启动2024年龙年春节整合营销暨百联新春艺术节。



02 3月12日，百联集团2021-2023任期表彰暨2024-2026任期职业经理人签约仪式举行。



03 3月21日，“暖春焕新·百联15LIFE生活节”启动，开启春日消费多元体验。



04 3月27日，百联集团与上海财经大学签署战略合作协议，校企合作双向赋能。



05 4月11日，百联时尚中心·衍庆里、百联TX淮海入选上海全球新品首发新地标。



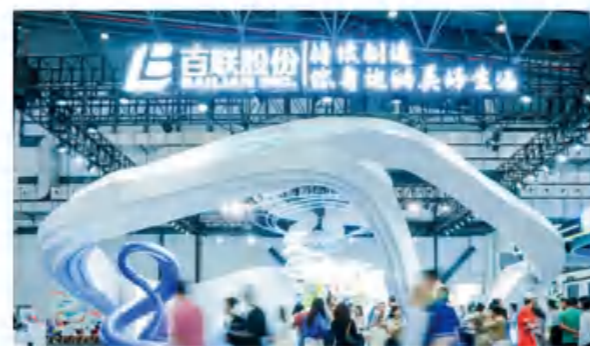
06 4月12日，百联集团党委部署开展党纪学习教育工作。



07 4月13日，“百联直通车—悦享银龄好生活”活动在世纪联华中环店首站开启。



08 4月，百联股份携手小红书、战略合作伙伴Ontimeshow等共创的大家时装周于百联时尚中心·衍庆里精彩开秀。



09 4月13日至18日，百联股份亮相第四届中国国际消费品博览会。



10 4月16日，奥运会资格系列赛·上海城市体育节在世博源举办。



11 4月24日，“五五购物节·百联美好生活季”整合营销启动仪式举行，百联“Touch-Care”特色服务品牌发布。



12 4月29日，百联集团第三届“高潜计划”培训班开班。



13

5月8日, 2024“爱购上海”全球推介启动仪式上, 百联集团被授予首批“爱购上海”全球推介伙伴称号, 百联青浦奥莱、百联南桥购物中心获评“国际友好商场”。



20

6月1日至10日, “百联之夜”燃动申城夜体验嘉年华。



14 5月9日, 百联集团参与发起筹建的中能财产保险股份有限公司落户临港新片区。



15 5月10日至14日, 百联集团携旗下第一百货商业中心、上海时装商店、永安百货、吴良材、茂昌等老字号品牌以及百联ZX创剧场、the balancing等新消费品牌亮相中国品牌日活动。



21 6月3日, 百联i学上线五周年。



22 6月6日, 第一医药在沪首家宠物友好药房——陕西南路店正式亮相。



16 5月12日, 联华超市获百联集团3.6亿元增资, 加速业态转型。



17 5月17日, “繁花礼送 健康让生活更美好”第三届百联健康节正式启动。



23 6月7日, 百联集团领导班子赴市全面从严治党警示教育基地、龙华烈士陵园开展学习教育。



18 5月31日, 2024上海环球美食节在百联旗下世博源盛大启动。



19 5月31日, 好美家首家银发友好智慧家装体验店——斜土家装体验店焕新启幕。



24 6月7日, 茂昌一九二三镜界南京西路店焕新升级璀璨启幕。



25 6月8日, 百联集团“自驱敏捷·矫若游龙”2024年职工运动会举行。



26 6月，百联通数字化会员突破 2000 万，数字化成长之路再启新篇章。



27 7月2日，“上海之夏·2024百联酷夏潮流节”正式启动，高旅文体展联动创新消费热潮。



28 7月27日，借力热门奥运赛事，联华股份第三届燃动节成功举办。



29 7月31日，“上海之夏，助威奥运”百联城市运动季主题促消费活动举行，融合“商业+体育”点燃上海夏夜。



30 8月10日，百联 Gift Card 领衔邮轮消费，助力上海国际邮轮节顺利启航。



31 8月14日，百联集团党委举行学习贯彻党的二十届三中全会精神专题辅导。



32 8月16日，华安百联消费 REIT（基金简称：百联消费；基金代码：508002）在上交所正式挂牌上市，系上海首单。



33 9月12日，via-1719 吴良材新视场首店登陆南京路七重天大厦，打造工业风策展式商业空间。



34 9月19日，百联集团与华建集团签署战略合作协议，践行国企产融协同共绘城市更新篇章。



35 9月19日，百联集团与华为云深化人工智能合作签约，共启 AI 零售新蓝图。



36 9月20日至22日，百联集团亮相2024中华老字号博览会，诠释“国潮新质”创新魅力。



37 9月23日，百联“和光寓”外滩人才公寓正式揭牌。



42 9月27日，响应消费品以旧换新政策，“百联消费焕新节”一站式服务暨适老化惠民主题促消费活动开展。



43 9月29日，“国社之镜·世纪光影”新华社新闻摄影展百联分展在第一百货“文化艺术空间”开展。



38 9月26日，以世纪联华中环店为样板店，24家世纪联华门店开启全面焕新。



39 9月26日，百联集团党委举行原创民族歌剧《义勇军进行曲》文艺党课，庆祝新中国成立75周年。



44 10月10日，巴黎·上海双城联展——《HERITAGE NEXT 大美映·像》非遗创新展落地永安百货。



45 敬老节之际，百联曲阳购物中心发布“一刻钟生活圈·孝亲敬老适老化改造指南”，打造银发友好无年龄障碍感商场。



40 9月27日至30日，百联集团首次亮相2024世界设计之都大会 (WDC2024)。



46 10月27日，68岁的老字号商业—上海妇女用品商店焕新亮相，推出首个女性社群品牌“Lady 淮海”。



47 10月30日，“今日之城·明日之城——苏州河城市更新主题论坛”圆满举办，百空间光二分库更新项目开工。



41 9月27日，邂逅“流动的盛宴”，百联法式生活艺术之约登陆东方高厦旗舰店。



48 11月3日，中国国际消费中心城市精品消费月启幕，百联集团5亿消费券助力推动消费升级。



49 11月5日，作为七届“全勤生”，百联集团以“翻折间：构建艺术与商业的无限空间”为主题亮相第七届中国国际进口博览会消费品展区。



50 11月8日,百联集团成功举办大型零售采购商联盟集中采购签约仪式暨主题论坛,56个项目达成采购意向。



51 11月14日,借力高端专业智力资源赋能支撑企业战略发展,百联集团举行首批智库专家聘任仪式。



52 11月15日,对标世界一流,打造亚洲第一,百联青浦奥特莱斯二期项目开工仪式举行。



53 11月2日至15日,“向新而行 创赢未来”2024百联创新之旅 Bailian Innovation Walk 活动顺利举办,串联起3条路线17个创新标杆项目,700多名干部职工行走体验创新。



54 11月21日,百联集团2024年人才工作大会召开,发布《百联集团2021-2023任人才发展报告》和七项集团战略发展核心人才项目。



55 11月27日,百联集团与黄浦区人民政府签署战略合作协议,打造区企合作新典范。



56 11月,百联APP全新鸿蒙版本上线升级,引领智慧零售潮流。



57 11月30日,上海工业博物馆正式启动建设,百联集团被授予“上海工业博物馆+”生态圈合作伙伴。



58 12月6日,百联集团工会第四次代表大会胜利召开。



59 12月17日,百联资控成功获取共和新路3550号项目地块,助力静安走马塘区域整体转型城市更新。



60 12月28日,发力谷子经济引领“跨次元”商业,百联ZX造趣场登陆五角场商圈。



Chapter One

第一章 强化党建引领 赋能企业治理

2024年,百联集团党委深入学习党的二十届三中全会精神和习近平总书记考察上海重要讲话精神,认真落实中央、市委及市国资委党委决策部署,强化统筹、精心组织、细化安排,在实践中持续提升党组织政治领导力、战略统筹力和决策执行力,以“三个着力”推动基层党建创新提质、聚力增效、示范引领,为集团深化改革创新、加快转型升级提供了坚强政治保障,推动企业实现高质量发展新突破,在服务国家战略和上海发展中谱写了改革发展新篇章。

一、党建引领



百联集团党委全面贯彻党的二十届三中全会精神和习近平总书记考察上海重要讲话精神,深入开展党纪学习教育,扎实推进各项重点工作,党组织把方向、管大局、保落实作用和基层党建创新力、凝聚力、引领力进一步增强,有力保障集团高质量发展迈出新步伐、取得新成效。

01 创新“每月一课”“上门送课”“文艺党课”等新模式,坚持用党的创新理论指导百联改革发展实践

聚焦党的二十届三中全会精神、党纪学习教育等重点策划开展专题理论学习,进一步创新和拓展形式和内容,不断提升学习的效果和质量。

“专家辅导”+“广泛研讨”深入学。把学习贯彻党的二十届三中全会精神作为重大政治任务,制定教育培训工作方案,连续四个月开展“每月一课”,邀请市宣讲团成员、市政府参事等围绕全会精神、习近平文化思想、国资国企改革、新《公司法》等专题进行授课,开发线上网络课程,确保学习培训全覆盖,引导党员干部坚定改革信心,更好凝心聚力推动改革行稳致远。发挥党委中心组领学促学作用,全年集团党委中心组开展学习27次,系统各级党组织开展“第一议题”学习1200余次,学习的规范性、准确性、有效性进一步提升。

“警示教育”+“党性教育”贯通学。制定实施方案,组建工作专班,广泛开展动员,扎实推进党纪学习教育,确保领导班子示范带动上好“必修课”、工作

专班多措并举上好“专业课”,集团系统上下联动上好“实践课”。集团党委带头开展6次集中学习,各级党组织紧扣“六项纪律”开展专题研讨400余次。集团党委书记结合系统典型案例,为党员干部上专题纪律党课,邀请驻市国资委纪检组领导作专题辅导报告,以身边事教育身边人。集团纪委“上门送课”,开展专题宣讲24场,覆盖900余人次。集团党校开发推出辅导课、主题课、现场教学等课程清单,作为各类培训“必修课”。组织参观警示教育基地、瞻仰龙华烈士陵园,进一步筑牢思想堤坝和纪律底线。

“理论宣讲”+“沉浸体验”情景学。举行原创歌剧《义勇军进行曲》文艺党课,上海证券情景剧《繁花繁华》在市微宣讲大赛获奖并亮相“人民的城市”主题展。成立“银耀国资”宣讲团,以升起南京路第一面红旗等为线索讲述百联红色历史。“中华商业第一街红色记忆”行走党课宣讲团队获市国资委系统基层理论宣讲先进集体。

02 开展“三建三促”主题活动， 更好服务企业中心工作

深化打造党建载体方式。各级党组织结合自身实际，深入开展“牢记嘱托、勇担使命，改革深化提升建新功”和“建党建体系、促融合提升，建自驱敏捷、促落实担当，建人才高地、促全链锻造”主题活动，联华股份、百联股份、物贸股份等以“党建+”专项活动为抓手，助力改革深化提升行动和“重中之重”工作落实落地。

创建标杆党建品牌体系。正式发布集团党建品牌“融·光”，评选出集团系统第二轮24个特色党建品牌，构建形成“1+15+N”党建品牌矩阵。

创新开展党建联建。第一百货、第一医药等共建南京路“第一”商号党建联建平台，推出“红色之路·城市之心”等4个联建项目；联华股份、三联公司等开展党组织带项目、双结对等，帮助解决一线困难问题；全渠道与市商务委，百联资产与上海国资经营公司，财务公司与商投公司、百联金服、百联资控等开展联组学习，促进业务发展。

03 坚持线下有形覆盖、线上数字赋能， 持续强化基层基础工作

压实党建责任，以党建2.0平台为抓手加强日常管理，推进有效覆盖，全面提升“三基建设”的质量和水平。

建强基层组织体系。组织开展年度党组织书记抓基层党建工作述职评议，召开季度例会，确保党组织书记围绕中心抓党建的责任更加突出、定位更加明确、载体更加有效。完成百联股份等7家二级公司/中心党组织换届选举，结合百联置业、现代物流联合重组等重大改革，同步调整党的组织，确保党的工作不间断、党组织作用不削弱。联华股份、第一医药、三联公司等企业持续探索优化网点党组织全覆盖举措。

推动数字化赋能基层党建。各基层党组织积极推

进“线上学”“线下做”，全面运用党建2.0平台开展“三会一课”“主题党日”等活动，系统200多个党支部全年上传各类组织生活、理论学习等信息8000余次，基本做到全覆盖。深化党建2.0平台功能开发，上线飞书小程序、推出影像资料库，百联i学2.0教育平台正式上线。

加强日常教育管理。开展“两优一先”评选，表彰20名优秀共产党员、10名优秀党务工作者、12个先进基层党组织，弘扬争先进位、争创一流的精气神。梳理专兼职党务工作者队伍情况，提高配备比例，举办19期党员全覆盖及党组织书记培训班、3期入党发展对象培训班。

04 深化“四责协同”，落实“零基管理”， 扎实推进党风廉政建设

突出关口前移，注重标本兼治，强化政治监督，进一步营造全面从严治党的浓厚氛围。

全面落实“四责协同”机制。召开全面从严治党工作和警示教育会议，层层签署党风廉政建设责任书，修订集团系统全面从严治党责任清单，完善每季度纪委向党委专题汇报工作机制，会商解决重点难点问题。深化运用“一账三看六清单”，聚焦“关键事”，推动政治监督常态长效。

深化“零基管理”体系建设。聚焦工程建设、采购管理、群众工作等领域，通过修订点检卡、完善内控制度等堵漏建制。深入查找廉政风险点，研究制定集团违规吃喝负面清单、“违规吃喝”有关概念25问。推进廉

政文化建设，推出《百联廉宣》，汇编警示案例，百联股份创设“百莲说”栏目、上海证券打造“上证青莲”品牌、物贸股份开设“纪法微课堂”、全渠道开展“廉洁第一课”，推动入脑入心。

严格开展监督执纪问责。深入开展“净风行动”违规吃喝问题、群众身边不正之风和腐败问题专项整治以及违反中央八项规定精神突出问题专项治理，着力解决职工群众反映强烈的突出问题。

深化巡视巡察工作成效。常态化落实市委巡视整改重点举措，开展对商投公司党总支、百联资产党委驻点巡察，实现本届任期对二级单位党组织巡察全覆盖；完成对人力中心等4家党组织的整改评估。



二、公司治理

百联集团不断深化党的领导融入公司治理，推动各级党组织明确党组织法定地位，落实党委决策清单事项。深化企业治理数字化转型，推进公司风险防控工作的优化提升，为集团可持续发展和高质量发展提供坚实保障。

01 发挥党组织把关定向作用

结合集团公司治理优化提升项目，进一步明确党组织、董事会、经理层等主体的权责。修订集团党委前置研究讨论重大经营管理事项实施细则及清单，23家党委建制企业同步完成修订，指导具有人财物重大事项决策权的独立法人企业党支部（党总支）制定前置清单、履行前置程序，有效保障决策质效。有序推进

二级企业党组织书记、董事长“一肩挑”，13家二级企业党组织已全面落实领导班子“双向进入、交叉任职”。健全“党建入章”长效机制，确保新建立独立法人企业把党建工作要求写入公司章程。落实集团党委重点工作督查督办制度，强化跟踪督促，每月形成报告，保障党委决策落实落地。

02 发挥数字化转型新优势，优化集团风险防控工作

集团始终将风控体系机制建设视为高质量发展的重要基石，通过数字化赋能，加强风险预警与防风险工作机制的有机结合，强效驱动集团系统风险防控工作质效提升，全面提升集团系统抗风险能力。

一是创新实践“风险防范化解管理清单线上提报流程”。集团积极研究国有企业风险防控工作数字化转型的实践路径，探索数字化赋能风险防控的有效模式。基于集团风控体系机制运行及信息系统现状，推进构建具有百联特色的风险线上提报流程，已全覆盖集团下属13家二级公司并贯通运行。集团风险线上提报流程的探索及应用，切实将风险事项提报权责与集团风

险防控“三道防线”相匹配，有机融合“风控人员及时预警”与“事项全周期收集”，通过“网格化”风控闭环管理，实现了“夯实固化集团各级次各环节风险防控责任”“规范完整填写风险事项表单”“当月风险当月完成提报”“集团系统风险事项按月全口径汇总入库”等风险管理目标。在集团系统内，超1000个风险责任岗位通过深度参与风控工作实践，落实常态化的风险提报、化解、处置机制，逐步培育了“管业务必管风险”“人人有责、人人尽责”的责任意识和风控意识，推动形成了集团系统全员参与、全过程覆盖的风险管理文化。集团在《上海国资》杂志（2024年第7期）数字化转型专栏，发表了《国有企业风险防控工作数字化转型的有益实践——以百联

集团建设“风险线上提报流程”为例》案例，为国有企业风险防控工作提供了可复制、可推广的成功范例。

二是大力推动风险预警与风险防控工作机制的深度融合。在市国资委全面风险预警系统的加持下，集团将此视为进一步提升风险防控能力的关键契机，高度重视并挖掘预警系统所具备的数据实时监控、智能模型分析等功能优势。集团第一时间组织集团总部风险归口管理部门及相关企业，针对存在异动的预警指标和风险线索展开深入细致的分析研判、核实确认。企业各风险责任岗位人员在常态化、全面排查所涉业务领域风险事项的基础上，重点聚焦风险预警线索，核实是否存在具体风险事项。一旦判断存在风险事项，进一步分析风险成因、量化风险敞口、评估风险程度，并制定应对预案、化解处置举措。同时，集团依托风险线上提报流程这一“载体”，对风险事项的上报、审批、跟踪、化解、处置等各个环节实施全流程、动态化的闭环管理。从风险事项的及时上报，到审批流程的规

范高效，再到跟踪过程的持续紧密，以及化解处置的有力执行，做到各环节、各职责“环环相扣、高效衔接”。通过这一“网格化”的闭环管理模式，有效提升了集团系统风险防控的精准性和全面性，使得集团风险防控体系机制的智能化水平和响应效率得到进一步显著增强，为集团的稳健发展守牢风险防控底线。



《上海国资》杂志（2024年第7期）

03 推进法治国企建设

一是完善法治国企建设组织架构。成立法治建设领导小组，党委书记、董事长任组长，组织领导、统筹推进集团法治建设工作，下设法治建设工作小组，具体负责协调、督促、落实集团法治建设工作，有序开展法治国企建设。7月22日，市国资委调研督导组到集团开展法治国企中期调研督导工作，调研督导组充分肯定了百联集团法治国企建设的工作成效。推进二级单位法治国企建设。要求各二级单位结合企业实际，制定关于全面推进本单位法治国企建设工作的实施方案，稳步推进具体建设工作，并首次将法治国企建设相关指标纳入二级单位主要领导的业绩考核。

二是学习贯彻新《公司法》相关要求。开展新《公司法》相关情况专项梳理工作。为全面贯彻落实新《公

司法》有关规定，根据市国资委下发的《关于落实〈公司法〉相关任务举措的通知》要求细化形成了《新〈公司法〉相关情况梳理汇总表》，组织集团本部及300余家下属财务并表企业开展了新《公司法》相关情况专项梳理工作，提示要求集团企业通过修订内部规章制度等方式及时整改不符合新《公司法》的相关事项。组织举办新《公司法》培训。为深入学习、精准把握和主动适应新《公司法》，集团分别于5月、7月举办新《公司法》专题讲座，讲座覆盖集团及各二级单位等，聚焦公司法的主要变化及国有企业董监高的履职责任、合规管理体系建设等重点内容，就新《公司法》对国有企业公司治理的影响进行了解读，切实推动集团企业公司治理、合规管理水平提升。

04 优化企业合规管理

一是深入推进合规体系建设。健全合规管理组织架构。成立合规委员会，负责全面领导合规管理体系建设，集团法治建设工作小组负责推进集团合规管理制度建设和管理实施工作等。将合规建设纳入二级单位领导业绩考核指标。各二级单位逐步完成合规管理办法及合规手册的制定与发布，确立合规领导、合规管理的组织、部门与人员，并建立合规管理的“三道防线”。目前集团与二级单位合规管理的组织与制度框架已总体搭建完成。构建合规管理运行和保障机制。集团制定发布了合规审查、合规风险管理、合规计划和合规报告等三个工作指引，将合规要求嵌入岗位职责和业务流程，使合规管理的要求和措施更具体、更具操作性。推进合规重点领域建设。通过前期深入调研，识别并确定了与集团及各二级单位业务紧密相关的六大重点领域，分别为公司治理、工程建设、股权投资、房屋租赁、规章制度建设、数据安全和信息保护等，集团及相关二级单位分头推进重点领域合规建设工作，共同加强重点领域合规风险管控，培育集团企业合规文化。多次组织开展合规宣传培训，包括针对新入职员工的法务合规专项培训，针对各业务部门、二级公司的合规制度体系、合规管理办法、合规重点领域建设等相关培训，有效提高了员工学习合规、主动合规意识。印发《百联集团合规手册》，并组织集团各部室员工签署了合规承诺书，帮助员工理解和执行合规要求，确保合规理念深入人心并转化为实际行动。

二是完善集团重大项目审核与谈判合规流程。根据集团重大项目管理要求，在重大项目实施过程中，由集团法律事务部协同职能部室开展相关合同谈判，

负责集团决策重大项目相关法律问题的审核工作，协助集团相关部门完善合同条款，并对合同履行过程中的风险进行评估，确保集团重大项目依法合规顺利推进，及时跟进集团重点事项处理，助力集团及下属单位高质量发展。

三是编撰集团典型案例精选集。组织开展了重大案件的回顾总结工作，对集团及下属单位近十年经营中发生的各类典型性案件从案发原因、风险隐患、启示建议等角度进行深入剖析，并精选出较有典型意义的20篇案例，涵盖了股权投资、房屋租赁、企业注销、买卖合同、应收账款管理等重点领域，汇编形成《百联集团典型案例精选集》，在集团企业内部发布。通过案件剖析，积极查找企业经营管理中存在的薄弱环节，以点促面，以案促管，推进案件管理反哺业务运营，堵塞风险盲点，提升经营管理风险防范能力。

四是制定总法履职目录。根据市国资委要求并结合集团实际，制定发布了《百联集团有限公司总法律顾问、合规负责人履职目录》，细化履职目录中需总法律顾问参与“重大决策事项”前置审核的范围，落实重大事项决策前的合法合规审查和重大风险评估前置程序。

五是制定经营者集中申报指引。为规范集团企业经营者集中申报工作，制定发布了《百联集团有限公司经营者集中申报工作指引》，明确申报流程和合规要求，强化了对经营者集中行为的合规管理，促进业务健康平稳发展。

Chapter Two

第二章 破壁向新，圈出生活 构建人民美好城市

主动作为、战略引领，锚定新方向，百联集团致力于成为“上海国际消费中心城市建设的排头兵、商业空间和内容创新发展的先锋队、商业网络托底民生保障的主力军”。集团制定实施国企改革深化提升行动“百联方案”，推出7个方面21项重点改革任务。截至2024年底，集团已聚焦重点推进完成超过70%的改革任务，有效激发企业内生动力活力。集团深度融入上海国际消费中心城市战略，创新消费场景与业态，升级城市商业潜力；聚焦民生“最后一公里”，形成社区商业生态链，助力推动“一刻钟生活圈”建设；开创“商业反哺乡村”特色路径，推动城乡资源双向流动，为共同富裕注入商业动能。通过商业创新与责任担当的有机结合，百联集团正以可持续模式书写“城市有温度、消费有品质、乡村有活力”的社会责任答卷，为构建美好生活贡献“百联力量”。

一、向新求质， 推进国际消费新引擎建设

2021年7月，上海获批首批国际消费中心城市试点，旨在通过提升消费能级，集聚全球资源、创新业态模式等方式，打造具有全球影响力的消费枢纽。目前，上海已形成以“首发经济”和“品牌经济”为核心的发展格局，消费市场规模连续三年居全国首位，新增首店规模保持全国领先。通过融合文旅资源、优化多元商业生态，上海逐步提升消费便利性与体验感；依托政策支持与综合实力，这座城市正加速向消费导向型城市转型，强化国内国际双循环枢纽功能。

聚焦提升上海国际消费中心城市能级，百联集团多措并举提升消费供给质量。近年来，集团不断引领商业业态革新，深化产业布局结构，推进商业空间与内容创新，塑造“现象级”消费地标；通过“商旅文体展”融合，升维消费场景，发展首店经济，迭代营销模式，激活城市文脉，构建城市更新与民生服务新范式。以“新”为媒，破壁跨界，助力上海建设具有全球影响力的消费枢纽。

01 开拓次元新赛道，展现商业布局新可能

近年来，百联聚焦多元化、个性化、品质化的消费趋势，持续探索新业态、新模式、新服务、新技术。继百联TX淮海策展型商业后，敏锐发现次元文化的市场热点。2023年1月，百联ZX创趣场在南京路步行街开业，于核心地段试验“次元消费新业态”。2024年12月28日，百联ZX造趣场在五角场商圈焕新亮相。除传统“谷子”经济外，餐饮、书店、服装等各种品类都呈现出IP化特征，让泛二次元进军生活方式。从“创”到“造”，百联ZX造趣场含“新”量更高，覆盖1家全球首店、10家全国首店、9家上海首店以及近30家区域首店，首店比例近80%。作为百联ZX品牌谱系里的第二个作品，“造趣场”蕴含着“深造”二次元生活方式的内涵，经营面积达1.9万平方米，与“创趣场”形成错位经营，展现了次元文化与在地文化、生活方式的结合。



2024年12月28日，百联ZX造趣场在五角场商圈焕新亮相

面对当前商业零售的诸多挑战，为了进一步满足消费者对品质生活的需求，百联持续丰富合作品牌，重塑商业空间。运营模式从传统“空间租赁”向“内容生产型平台”转型，通过“产业生态重构+内容价值深挖”的双轮驱动模式，开创商业空间新范式。以年轻客群为例，百联已经围绕泛二次元文化、潮流艺术、电竞娱乐三大垂直领域构建产业矩阵。焕新开业的百联ZX造趣场集合二次元、主题餐饮、书店、社交空间、游戏体验等内容，入驻60多家全新品牌商户，并与众多本土品牌达成首次合作。

百联ZX造趣场一方面引入头部国漫IP孵化基

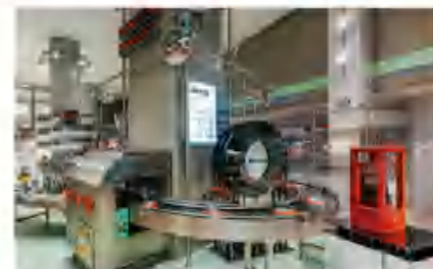
地、沉浸式虚拟现实体验中心、潮玩设计师品牌工坊等创新业态，形成从内容创作到消费转化的闭环生态，同时增加服饰类、文创文具类、美妆美发类等商品，引进MUMULAND次元波板糖等两家主题餐饮和新海诚作品café全球首店等咖啡类品牌，丰富泛二次元社交购物体验；另一方面通过“主题场景实验室”模式，打造如全息投影电竞馆、跨次元主题快闪街区等新型消费场景，进一步挖掘“次元+娱乐”新业态，以“高频内容迭代+深度用户共创”重构商业空间价值链条。特别设置600平方米的“造趣领域”公共空间，未来将与品牌、游戏公司、IP等共同开展活动，持续进行内容共创。

02 老字号当代风貌，重塑商业空间新范式

2024年，百联老字号向新发力，打开老品牌新视界。9月，“via-1719 吴良材新视界”全国首店在南京东路七重天大厦亮相，以上海老字号品牌届“第二高龄”的品牌焕新，在近900平方米的空间里演绎新质生产力与“老字号创新”两大核心理念。作为策展型商业空间眼镜店的新尝试，吴良材邀请了国内外设计师、艺术家跨界共创橱窗作品，以吴良材品牌符号为核心，诠释从历史到未来、从科技到人文的“视界万花筒”。首次引进品牌快闪店模式，同时携手文旅、奶茶、国潮……创新“吴良材+”模式。6月，第二家“茂昌一九二三跨界门店”在南京西路商圈开业，以“界·无限”为理念，首次与美妆品牌TOMFORD跨界联动，旨在为消费者在眼镜、美妆方面提供多元、潮流、个性的时尚体验，续写老字号眼镜的跨界新篇章。



2024年9月12日晚，百联集团旗下老字号品牌“via-1719 吴良材新视界”，首店闪亮登场南京东路七重天大厦



10月，位于淮海中路培文公寓大楼的老字号上海妇女用品商店携“LADY 淮海”女性社群品牌回归。突破传统百货布局，设置沙龙主题艺术空间、轻奢咖啡社交区等复合业态，将商业空间升级为集艺术展览、社群互动、生活方式提案于一体的“城市会客厅”，打造女性情感共鸣的“第三空间”。引入西班牙Desigual、意大利Seletti等7家国际品牌首店，聚焦定制香氛、艺术衍生品等细分领域，通过“限量首发+跨界联名”模式激活女性个性化消费潜能。商店保留“上海妇女用品商店”原店招及“四期服务”传统，在强化历史记忆联结的同时，首创“四期专柜”焕新计划，结合现代女性生命周期特点推出健康管理、职业穿搭等场景化服务。从“功能价值”到“情感价值”，Lady 淮海以“她空间”为载体重构商业与城市、历史与未来的对话方式，为上海“她经济”发展提供了样本级实践。



2024年10月，位于淮海中路培文公寓大楼的老字号上海妇女用品商店携“LADY 淮海”女性社群品牌回归

03 “数字 + 国际”新纪元，瞄准商业未来新方向



百联青浦奥特莱斯二期规划图

2024年，集团以百联又一城、百联武汉奥特莱斯、东方商厦为BLOS 1.0（百联商业操作系统）试点，初步论证了会员营销一体化系统的门店应用场景，持续深耕数字化会员体系建设，致力于为消费者提供更便捷、更个性化的购物体验。同时，持续推动商业设施智能化改造，继杭州奥莱之后，于青浦、南京、无锡、武汉、青岛等奥莱门店推广数智奥莱项目，打造体验、消费、管控“三心合一”的智慧运营中心。除了推动数字化转型，百联也关注“在地化”“本土化”的发展趋势，助力城市文脉传承。11月15日，百联青浦奥特莱斯二期开工，预计将于2026年竣工。二期项目将深挖在地文化，打造全新奥莱商业空间“百联奥莱——无界场”，还将联动周边文旅资源，融合江南水乡、文化叙事与商业表达，与在地消费者建立深层互动交流，释放城市独有的商业魅力。

2024年，百联集团携旗下各零售业态共同打造“进无止境·乐享美好——百联全球精品汇”活动，涵盖进口品牌折扣、国别商品展销、海外IP展览等多元形式。以进博会为契机，集团系统采购来自五大洲近20个国家全品类进口精品，推出120余档

主题促销活动，以及近10档国别艺术首展首秀，助力上海成为全球消费资源的配置中心。也让市民朋友畅享异域购物文化之乐。随着“144小时过境免签”政策的实施，面对国际“朋友圈”持续扩容，百联先后推出境外友好购PRO板块、全面推进创建“国际友好商场”、31个离境退税网点专项礼赠等举措，加速与国际消费市场的接轨。同时，联动全市各商圈40家百联地标商业体，推出百万张3种面值的BAILIAN Gift Card礼品卡，包含“邮轮船票新礼遇”及上邮节主题版本礼品卡，增强外籍人士消费便利性，让全球消费者近悦远来，进一步释放上海入境消费潜力。



上海国际邮轮节 BAILIAN Gift Card

04 以首带面，锻造首发经济生态链

2024年，百联共计引进首店93家、新品首发167项、举办首展26场。百联时尚中心衍庆里、TX淮海|年轻力中心入选2024年“上海全球新品首发新地标”。聚力“首店、首发、首秀、首展”，百联不断创新服务场景，以首发经济激发消费潜力，已经成为集团“以首带面”的发力引擎。从首发、首展到首次落地开设门店、首次设立线下空间，再到围绕首店和总部集聚形成产业生态圈，百联目标形成链式发展的全过程体系网络。2024年，特别艺术项目“百联映像”首秀落地第一百货商业中心，“慷慨啸歌——孟祥顺画虎艺术全国巡展”上海首展落地百联资控百空间，百联时尚中心衍庆里举办多场集首秀首发于一体的时装秀……系列首秀活动，延长百联“时尚+”产业链，催生出新的消费热点。

百联旗下老字号则通过首店首发的品牌焕新，逐步向时尚化、年轻化、新国潮提升，成为演绎国潮新质的先锋力量。以新场景擦亮“金字招牌”，在传统和现代之间搭建沟通桥梁；反哺所在商圈能级提升，塑造主题鲜明、内涵丰富的特色商业街区，激活消费市场，打造城市消费IP新名片。百联首发经济链式发展的闭环因此而生：一方面，以“首”引“新”，与时尚消费产业、二次元经济、老字号品牌等形成联动效应，通过持续迭代创新来提供与众不同的消费体验；另一方面，也为产业上下游延伸提供空间，大力发展新业态、新模式、新服务、新技术，助力新兴消费业态走向产业化发展，提升经济发展内生动力。

05 场景焕新，优化商业生态和消费体验

百联集团及旗下企业通过业态焕新、场景重构与资本创新等形式，形成“文化驱动+科技赋能”的立体化商业生态，为行业提供了存量时代下创新传承的实践范本：联华股份以“社区生活中心”为核心改造存量门店，试点融合生鲜超市、便民服务、社群活动等功能的复合型空间，曲阳店等标杆项目焕新后实现客流量与销售额双增长；百联股份发行首单上海消费基础设施REITs“华安百联消费REIT”，以上海又一城购物中心为底层资产，推动“投融资建管退”全链条打通，加速轻资产战略转型；第一医药推动大健康场景化服务，南京路旗舰店首创“肺畅轻松”呼吸慢病管理专区，针对入境游客推出双语药事服务，配备离境退税功能，延伸国际化消费服务场景……

小时送药”“O2O美妆预约”等即时服务，覆盖社群用户超50万，复购率提升至45%；开展夜间经济与节庆营销，参与“上海之夏”“六六夜生活节”、举办“百联城市运动季”“燃动节”等活动，通过夜场促销、文化市集、体育活动等延长消费时段，激活市场消费潜力。

破壁向新、跨界破圈，百联集团通过多元业态交响曲、文化IP联动与全球资源协同，深度激活城市商业基因。2024年，集团以“首店经济”引入国际品牌首发，以“次元文化+艺术策展”焕新消费场景，以“商旅文体展融合”重构城市地标，更以消费基础设施REITs创新资本路径，全方位打造国际化、全龄化、智能化的消费友好生态。

2024年，集团持续优化消费体验，促进业态融合创新，推动商业与文化、旅游、体育、展览等多领域融合。构建商旅文体展深度融合场景，在“一江一河”沿线、南京路、淮海路等商圈，邀请海内外潮流艺术家举办近10场艺术展，点亮城市夜经济活力；推动数字化与智能体验升级，与华为云合作开发智能零售平台，实现客户行为分析与动态定价优化，提升供应链效率与库存周转率，2024年线上订单占比提升至25%；打造“即看即买”消费场景，i百联APP推出“24

从社区便民服务到跨境健康管理，从夜间经济活力到数字孪生体验，百联集团正以“上海样本”为蓝本，推动中国零售业向国际消费友好型城市范式跃迁，为全球消费者书写“在中国，为世界”的商业新叙事。布局新产业、新业态、新增长，集团将抓住上海城市商业的先机和优势，加大新兴产业消费资源和供应链布局拓展，提升百联品牌影响力和覆盖面，打造商业+新模式，向新发力、应时而变，赋能消费体验迭代提升。

二、织密纺牢便民网，共筑社区幸福圈

2023年，上海在全国范围内率先提出“15分钟社区生活圈”规划理念，把美好“圈”在生活附近。2024年，上海市围绕“15分钟社区生活圈”建设出台多项政策，以“人民城市”理念为核心，聚焦民生服务短板，制定“基础保障+品质提升”分层建设目标，实施差异化推进路径。根据国家统计局数据显示，截至2024年末，我国60岁及以上人口达31031万人，占总人口比重22.0%，其中65岁及以上人口占比15.6%。预计到2035年，60岁及以上老年人口将突破4亿，占总人口比重超过30%。人口结构的深刻变革对社会服务保障体系提出严峻挑战，加速推动社区服务从单一功能向复合场景延伸。

作为深耕上海的国有商业企业，百联集团积极响应上海市的城市战略，以“百联15LIFE”为战略支点，发布“Touch-Care”百联特色服务品牌，通过业态创新与资源整合，将便民服务嵌入社区肌理，将社区需求转化为商业创新，通过不断提升专业能力、主动扩大服务覆盖面、积极推动个性化深度服务等方式，助力上海打造“宜居、韧性、智慧”之城。2024年，集团聚力推进百联服务品牌和老字号焕新升级，优化“一刻钟生活圈”网点布局。年内，发布百联Touch-Care特色服务品牌和“百联用心服务、关爱触手可及”的服务主张，推出百联特色服务矩阵、一刻钟社区服务网络、“百联匠心”劳模团队、银发人群服务关爱、特色服务热线、特色服务支持措施等六大重点服务举措，以服务为锚，展开对美好生活的全新探索。

01 “银发”守护，以服务传递民生温度

为应对上海地区老龄化社会带来的挑战和需求，集团旗下联华股份积极推进银发服务区建设，助力老年群体乐享便捷温馨生活。联华标超24家门店围绕“悦享银龄好生活”的主题进行了适老化服务改造：新设银发服务站，涵盖健康咨询、自助阅读、休闲娱乐、服务中心助老服务等四大区域；健康咨询区提供自助血压、体重身高测量，部分有条件门店提供免费理发与饮用水等；自助阅读区配备养生书籍和爱心座椅；休闲娱乐区放置象棋盘、沙狐球桌等设施；服务中心提供免费轮椅租借、助老电话直通车、一刻钟商圈孤老免费送货上门服务。此外，世纪联华江湾店、顾村店和外高桥店，定期举办“妙趣联

华日一包汤圆活动”，让老年人在周边就能享受社交乐趣与关怀。



联华标超门店“银发服务站”

02 健康加码，以专业构筑民生保障

2024年，面对银发人群新趋势与健康服务新挑战，集团旗下大健康产业第一医药持续深化“专业建设+便利服务”双轮驱动模式，坚持“一刻钟生活圈”便民服务项目建设，加速加快布局，门店总数突破200家，医保资质门店占比超60%。2023年末，第一医药提出在2024年将在全市开展不少于700场健康服务及活动，让上海市民在家门口即可享受健康检测、专家及中医

咨询、医保解读等各类贴心服务，经第一医药上下努力，在年内实际为市民提供了超1400场社区健康服务，近千名执业药师、药师走进社区，为居民提供安全用药指导、便民药事服务，将专业化健康服务融入社区日常。此外，第一医药还在微信公众号推出“健康守护社区服务预告”，实现指尖服务信息精准触达，展现数字化便利温度。



第一医药进社区开展“健康守护”服务

03 数智升级，以科技塑造民生平台

顺应数字化转型浪潮，i百联作为百联集团旗下的高品质本地生活服务平台，与华为建立了长期的战略合作关系，率先加入了鸿蒙生态。其中，“一刻钟生活圈”栏目的推出，结合地图引擎、商户笔记产品和敏感图文自动化审核等技术，为用户提供了更加直观、便捷的街道和商户动态了解途径，通过增加个性化推荐内容，逐层提升服务品质。2024年，i百联持续推出街道定制化项目，联动甘泉路街道等老龄化率超50%的社区，整合百联旗下联华、第一医药等业态资源，提供健康检测、便民维修等嵌入式服务；打造了甘泉路“街道特色小程序”和“962512服务热线”，前者通过平台链接政府公共服务功能，后者则响应银发族“碰到事情总想打个电话问问”的心声，整合数字技术和资源，为老年群体带来“家门口”的方便与贴心。



i百联甘泉路街道特色服务“一刻钟生活圈”小程序

04 主题规划，以创新重构民生空间

2024年9月，联华超市下属世纪联华中环店焕新转型，以空间重构与场景革新，重塑传统超市消费体验：优化门店空间，面积虽缩减近半，但创新设计，通过宽达4米的动线、智能购物车导航和亲子自驾车等布局，打破传统货架堆叠的拥挤感，提供超商消费新体验；同时聚焦差异化选品，引入60%新商品及“优品生活”等自有品牌，打造从上海老字号到全球鲜食的特色专区。年内，第一医药打

造了首家院外呼吸慢病管理示范店，于南京路第一医药商店三楼特辟了“肺畅轻松”院外呼吸慢病管理专区，打造院外服务的专业化空间。深度联动上海交通大学医学院附属第一人民医院张旻教授团队，将院内的专家和患者的互动场景延伸至专业示范药店，让零售药店场景成为医院呼吸慢病标准化诊疗及全程管理的重要一环。通过院店联动，服务更多呼吸慢病患者，打通医院到零售的最后一公里。



联华超市转型门店世纪联华中环店



第一医药打造首家院外呼吸慢病管理示范店



05 百联直通车，以品质串联民生网络

“百联直通车”是“百联 15LIFE”的一站式社区服务平台，覆盖集团“一核三柱”主要业态，与街道特色服务主题活动组成常态化社区服务体系，架起百联各业态与居民“厢里厢”之间的桥梁。2024年，这辆“直通车”不仅开进了社区，还驶入了企业、医院、校园……为更多的上海市民带来了丰富多样的一站式贴心服务。联华股份奉上质优价美的各类日配商品，百联股份旗下逸家乐聚焦高品质生活家居日用品，第一医药则带来优惠的保健品、护肤品和端午节香袋。除了琳琅满目的民生商品之外，还有上海证券现场开展投资者金融防非反诈宣传教育、百联置业旗下好美家数字智能化家装改造服务智能体验、“和光寓”租房及人才补贴等咨询服务、三联公司配镜养护等“镜善镜美”特色服务、百联汽车资讯和试驾服务等，为消费者提供全方位、多元化的百联特色服务。全年，开展“百联直通车”进社区、进校区、进园区等各类活动共计超4000场、服务超20万人次，收获市民朋友广泛好评，为消费者带来更加美好的服务体验。

2024年，集团加速推进百联一刻钟便民生活圈建设“一个平台、两种模式”，深化构建“一刻钟生活圈”服务网络，市域门店线上线下社区生活圈覆盖率

近100%。在百联曲阳购物中心、长宁区新华路街道一个平台两种模式”试点基础上，联合普陀区甘泉路街道推出银发人群服务关爱计划，为社区居民打造不止于“商业”的多元化服务。此外，推出“汇享福”会员卡服务社区长者食堂，已覆盖近50家食堂，服务超3万名老人。百联以企业一线零售门店为中心，将便利服务辐射到周边社区，拉近企业与社区居民的距离，弱化商业市场属性，强化国有企业的社会责任属性，与街道、社区建立了良好的合作关系，为进一步开展活动建立了良好基础。

未来，百联集团将持续深耕“15LIFE”品牌建设，深化一刻钟生活圈建设，打造覆盖全场景、全链条的社区服务生态。依托数字化能力与线下实体网络优势，推动社区服务从“基础便民”向“品质化、智能化、适老化”升级，构建“家门口的美好生活”解决方案。以圈为媒，提升服务品质，以心铸造，加深情感联结，共同点亮社区生活的温度。百联将通过设施网络优化、治理机制创新与数字技术融合，构建全龄友好、可持续的社区服务生态，为超大城市精细化治理提供“百联样本”，在“15分钟生活圈”的蓝图里，用创新与温情，书写“家门口幸福”的崭新篇章。



“百联直通车”进社区、园区、医院、校园



三、开拓美好未来，助力乡村振兴发展

2024年，百联集团及旗下企业积极响应国家号召，投身乡村振兴与对口帮扶工作，以实际行动践行社会责任，采取多维度举措构建可持续帮扶生态，形成“产业赋能+民生改善+金融协同”的创新模式，在多个领域取得显著成效，为帮扶地区的发展贡献力量。通过结对帮扶、消费帮扶、教育帮扶、综合帮扶等形式，实现了从单向输血到双向赋能的转变，助力乡村产业升级与可持续发展。

01 结对帮扶，夯实乡村振兴根基

集团旗下三家成员企业与云南省楚雄州永仁县的三个村建立结对帮扶关系。联华股份党委、第一医药党委、百联股份党委旗下第一八佰伴党委分别与中和镇支那村、永兴乡灰坝村、中和镇他的直村结对，提供专项扶助资金，为永仁县脱贫攻坚及成果巩固

提供坚实支持。上海证券积极拓展帮扶版图，与大关县、墨江县等签订帮扶合作协议，结对帮扶县达7个。2024年，依据各县需求拟定“一司一县”计划，推进24个帮扶项目，涵盖公益、文化、生态、智力、消费等多个领域，全面助力帮扶县发展。

02 消费帮扶，拓宽农产品销售渠道

集团工会组织下属各级工会多批次采购永仁县农产品，解决农产品滞销问题，助力贫困群众增收。联华股份与云南、新疆、福建三明等地农产品生产者合作，建立稳定销售渠道，在“五五购物节”期间获“‘沪喀优品’推广渠道”称号。百联股份旗下多家门店积极参与乡村振兴活动，东方商厦开设农特产

品展示营销店，百联西郊购物中心开展沪滇儿童公益项目，百联中环购物中心承办农特产品品鉴活动，百联青浦奥莱举办援藏消费展，百联又一城打造深山文化及商品售卖中心。此外，上海证券子公司海证期货与联华股份等协作，落地苹果直供项目，实现三方共赢，开辟金融服务乡村新路径。

03 教育帮扶，培育乡村振兴人才

集团教培中心下属上海市现代流通学校参与职业教育东西协作计划，加入沪滇职教联盟，2024年新招收63名云南学生就读物流服务与管理专业。学校成立专门工作小组，设立“云南班”，免除多项费用并提供生活物资，组织丰富的学习与实践活动，关

注学生心理健康。同时，该校与百联职校为云南楚雄州永仁县和保山市定制电商直播技能培训方案，2024年开展为期10天的专题培训，结合当地农特产品进行营销课程授课与技能培训，提升当地电商从业人员及学生能力。

04 农村综合帮扶，提升乡村发展活力

百联集团与金山区签订新一轮对口帮扶协议，加大合作共建力度。百联金山党总支与金山区吕巷镇白漾村党总支结对，推进重点项目，慰问困难群众，获赠锦旗。第一医药与中兴村党总支结对，慰问特困村民并采购农产品、捐赠防护口罩。百联汽车党委

与金山区山阳镇杨家村党支部开展理论共学、产业帮扶与困难家庭慰问。商投公司持续助力崇明庙中村开展精神文明创建活动，做好扶贫帮困工作，定期慰问困难村民。

案例：上海证券多维一体助力乡村振兴

2024年，上海证券投入专项帮扶资金350万元，实施项目24个，惠及6.5万群众。

一是协同社会力量，开展多种类公益项目。在教育帮扶方面，上海证券通过上海市慈善基金会和县红十字会，投入教育帮扶资金支持内蒙古自治区察右中旗和云南省耿马傣族佤族自治县、勐海县、永仁县和墨江县开展多项教育帮扶活动；在医疗帮扶方面，上海证券投入帮扶资金，与上海复星公益基金会合作，共同援建了云南省三个县的医疗设备配套及服务标准化建设项目，为云南省勐海县勐往乡卫生院捐助了监护型救护车1辆。

二是开展生态帮扶。上海证券持续投入资助耿马铁力木林建设，用于改善察右中旗、勐海县和墨江县的农村生产生活服务设施，提高村民生活质量。

三是创新开展消费帮扶。2024年，上海证券分别采购了察右中旗和大关县的农副产品。此外，还为景谷县参展上海国际茶业交易博览会提供资金支持，并派出团队联合参展，帮助景谷大白茶拓展销售渠道，扩大品牌影响力。

四是发挥人才优势，开展智力帮扶。2024年，上海证券联合勐海县和耿马县开展“保险+期货”线上培训；投入帮扶资金用于景谷县乡村振兴干部赴上海学习培训。

五是开展文化帮扶。2024年，上海证券分别资助了墨江县哈尼文化传承项目和大关县田坝村协作推进党建文化阵地、“一小一老”活动室和乡村文化墙建设项目，进一步加强了基层党组织活动阵地建设。



Chapter Three

第三章 深化产业布局 构建“一核三柱”高效协同体系

百联集团聚焦经济工作指导思想，持续推进战略发展和经营增长两大主题、开展“多元营销经营提质、降本控亏管理创效、对标赋能投资增益、战略举措有序推进、产融协同赋能发展、持续深化梯队建设”六个方面重点工作。一手抓销售、稳增长，积极联动商旅文体展，推动集团整体实现稳中有进；一手谋发展、促转型，推进国际消费中心城市和一刻钟便民生活圈建设等重大战略举措，努力把各方面积极因素转化为发展实绩，确保集团总体平稳、扎实推进。

一、加速业务发展

2024年是百联集团新三年任期的开启之年，是“十四五”规划实施推进的攻坚之年，是数字化转型建设的关键之年，也是集团产融业务协同的深化之年。在集团党委和董事会的领导下，集团各级企业坚定信心、锚定目标、攻坚克难，聚焦集团“十四五”规划和SBP滚动规划明确的战略、高质量发展、组织与人才三个领域的“重中之重”，围绕业务发展目标，加快举措落地，攻坚克难谋发展，积极进取保增长，确保高质量取得产出。

01 多元营销经营提质

一是深化整合营销，扩大影响力。依据全年“5+6+N”集团整合营销计划，开展主题营销促销活动千余场，首店128家，首发175项，首展34场，为消费市场带来新活力，持续扩大百联影响力。

二是积极响应消费政策，提升吸引力。紧抓“消费品以旧换新”等多轮政策机遇，发力“金九银十”消费旺季，推进市补、国补等政策落地，推出“百联消费焕新节”。据不完全统计，2024年汽车、家电、家装、家纺、适老化和康复辅具等补贴品类全年销售约达3.9亿元。

三是联动商旅文体展，强化协同力。迎新购物季期间，联动室内乐团开展10场“百联新春音乐会”；联合国内潮流艺术家共策“你好，百变新生”可持续焕新艺术改造公益展。巴黎奥运会期间，开展200余场体育运动主题营销。如：百联股份联动五星体育在世博源举办“上海之夏·助威奥运，百联城市运动季”；联华股份举办“第三届燃动节”，活动当天客流达1.8万人次；联华兴国路门店打造奥运主题门店，有效带动门店销售增长55%。同时，集团主动承接首届“上海邮轮节”，发布百联GIFT CARD·邮享启航，推出“一张礼遇卡，一个邮

轮集市、一条打卡路线”等系列活动。此外，在“一江一河”沿线、南京路、淮海路等商圈，邀请海内外潮流艺术家举办近10场艺术展。

四是积极参与国家级会展，增强品牌力。5月，集团积极参与2024年中国品牌博览会，百联时尚消费创新成果亮相品博会序厅、上海馆、百联企业馆。9月，集团首次参展第三届WDCC世界设计之都大会，以建筑、空间、时尚设计推动构建时尚消费产业链，助力上海“3+6”新型产业体系建设。11月，集团作为七届进博会全勤生，遴选17个国家，70多个品牌，600余件特色单品和展品，发布7场知名设计师品牌首发首展。

五是聚焦精细化运营，构建服务力。2024年为“百联服务年”，4月，集团正式发布“Touch-Care”百联特色服务品牌和“百联用心服务，关爱触手可及”的特色服务品牌主张，推出百联特色服务矩阵等六大重点服务举措。聚焦政府、企业、社区、校园、医院等不同场景，开展“百联直通车”活动超4,000场，服务20万人次，销售金额超4,700万元。

02 对标赋能投资增益

一是战略合作签约落地。集团积极与各区政府、国有企业、高校沟通，探讨不同领域、赛道的战略合作、资源对接，助力集团高质量发展。例如与崇明区、金山区对接商旅文资源、远郊一刻钟生活圈需求和商业配套建设以及农副产品供应链资源等；与黄浦区开展商业金融、城市更新、时尚产业等领域合作；与华建集团共同探索城市建筑更新、文化艺术空间建设，以及绿色低碳、智能技术等新领域的应用。

二是商业网点持续拓展。全年集团新增网点 408 家，直营网点新增 159 家。新开网点中，也有新突破。一方面，集团系统企业进一步加强协同，联华联合第一医药在张江祖冲之路一店双开，并引入吴良材眼镜，丰富园区周边生活配套；百联汽车西郊集合店，融合凯迪拉克、智己、飞凡、名爵、哪吒等 6 个品牌，探索新能源综合展厅模式。另一方面，聚焦细分

赛道打造新店型，联华浙江公司对标盒马 NB 和奥乐齐，新开 4 家定位为“品质价更低”的社区折扣“小超市”联华 FD；第一医药新开 2 家宠物友好药房，尤其是“青年路店”宠物药品、保健品更齐全，基本满足宠物健康需求；三联公司亨达利南东店新开浪琴全国首家户外形象焕新店；好美家开设首个银发宜居智慧生活新场景体验店；百联置业第二个保租房项目辽源西路 111 号于 2 月正式开业。

三是市场对标构建体系。围绕国企改革深化提升行动，以更大力度加快建设世界一流企业的要求，各二级公司均已梳理形成对标企业、目标与差距以及针对性提升举措。要求优化网点布局，丰富上游产业链资源，协同业态一同推进，建立项目储备库和共享平台，推进打造亚洲第一的目标和国际名品全球领先的目标。



二、产融协同赋能发展



2024 年，百联集团以产业为本，以金融为器，根据产融协同的战略发展策略，构建起贯通产业链的资金循环生态，为零售主业注入强劲发展动能。

01 金融产业协同发展与赋能

一是资产证券化实现突破。“百联又一城公募 REITs 项目，作为上海首单消费基础设施领域 REITs 项目，于 8 月 16 日正式发行上市（基金代码：508002），募集资金 23.32 亿元，认购倍数为 1.48 倍，市场反应良好。12 月 17 日，首次分红，年化分派率 5.66%。同时，做好百联金山、百联川沙等类 REITs 项目存续期管理，通过品牌调整、活动策划、会员维护等，提升客流、增加收入，增强市场信心。

二是牌照申请取得实质性进展。上海证券积极推进包括上市证券做市交易业务资格申请、银行间承销类会员牌照申请、公募基金牌照收购、投行牌照申请准备等工作。其中，公募基金牌照通过综合比较获得公募基金途径后，选择较为可行的收购方式，已初步拟定标的目，启动决策程序。

02 投资产业协同发展与赋能

一是 Pre-REITs 基金投资推进落地。完成基金注册及基金业协会备案。积极与开发商、中介机构、资产管理机构等外部潜在合作伙伴接洽拓展项目，获取新增储备项目超过 50 个。协同国泰君安梳理潜在投资人清单并组织数十家机构投资者路演；与中国长城资产签署基金合作框架协议。

与国泰君安、黄浦区签署基金合作协议，并于 12 月 20 日完成工商登记，加速推进基金业协会备案等相关工作。

二是消费产业基金顺利启动。2024 年，消费产业基金完成设立、投资策略、决策机制等工作。11 月 27 日，

三是联合开展产业趋势洞察和投资项目调研。品牌零售领域，商投公司联动百联股份，围绕二次元、文化体验业态、生活方式品牌培育等战略投资方向；健康医疗领域，商投公司联动第一医药，围绕生命健康、医疗服务、供应链端布局新增长动能等储备和推进项目。

三、加速数字化发展

2024年，为增强百联商业核心功能，百联集团通过打造商业地标、创新商业模式、振兴商业品牌等方式，助力城市商业发展。为此，集团持续推动商业数字化转型，以“智慧商业”为核心，通过全渠道数字化重构零售生态，打造线上线下深度融合的新消费场景，以“技术+场景”双轮驱动行业变革，为传统零售业转型提供“百联范式”。

01 深耕“3大平台”建设，持续夯实数字化基础能力

推进云化数据平台建设，推动应用上云。2024年，集团非核心ERP全部上云，初步完成核心ERP上云策略和方案，全渠道和百联股份生产环境应用100%上云，联华股份生产环境上云进展70%。统一数据底座，正式发布《集团数据管理办法》，系统性构

建覆盖数据全生命周期的管理体系，明确“数据即资产”战略定位，形成数仓分层建设，数据平台管理等规范细则，完成全渠道数据入湖。开展数据和运维领域的“并行管理”试点，实现跨业态数据关联度提升，增强了数字化管理能力，推进数据治理体系建设。

02 开展“3类方向”建设，持续驱动业务高质量发展

一是推进管理数字化。协同办公平台BL-Link持续优化，开通百联新闻、百联治道等多个订阅号，新增BSC、百联i学和党建等应用入口，为员工提供一站式工作平台，提升办公体验。百联股份业财一体持续优化并在门店进一步推广使用，提升了运营效率。

二是推进场景数字化。发展消费者数字化，作为BLOS 0.1和1.0的核心场景，BLOS 0.1版本以百联又一城、百联武汉奥莱、东方商厦3家门店为试点，初步论证了会员营销一体化系统的门店应用场景；BLOS1.0基本完成BRD和研发测试，即将进入用户验证计划阶段。发展商品数字化，云店品牌直连实现标准化和规模化，实现7个品牌，42个专柜的上线，有效促进GMV增长。发展门店数字化，百联股份在7月完成年度标杆门店的复制上线工作基础上，提前启动

推广计划，年底已在南京、无锡、青岛和长沙奥莱上线启用数智奥莱项目，以AI技术重构人-货-场关系，开展智能化升级与场景创新。联华股份开展卖场IT一体化完成上海23家卖场的调改，实现在官门店与线上渠道的无缝衔接。第一医药到家新增线上医保支付，新增适老和AI功能，在上海率先打通“线上购药+医保支付”全链路，增强了消费者体验，构建起高效便捷的医药服务生态。

三是推进业务链数字化。完成BLOS项目蓝图规划并在集团董事会立项汇报、人才招聘和研发实施工作全面展开。召开“百联AI大模型创新试点”启动会，与华为联合开展AI创新方案设计，数字人直播已在进博会落地，Chat BI完成验证，智能导航完成初步方案设计。

四、深化安全管理

百联集团以大安全观为引领，围绕商业场景、供应链、数据资产等核心领域深化安全管理体系建设，以系统化思维重构防控体系，通过技术赋能、机制创新与生态协同打造多维安全防线，构筑覆盖全业务链的立体化安全系统。

01 食品药品安全

集团深入学习贯彻党的二十大精神和习近平总书记关于食品药品安全的重要指示批示精神，坚决落实市委市政府、市食品药品安全委员会、市市场监管局、市药品监督管理局、市国资委及有关部门关于食品药品安全的要求，坚持“四个最严”要求，始终将食品药品安全视为重中之重，积极履行社会责任，不断强化管理举措，致力于为消费者提供安全、可靠的食品药品。

2024年，集团认真推进各项工作，风险预防能力进一步加强，全年未发生食品药品安全事故。**一是强化了源头管理**，对146家供应商工厂开展食品安全审核，赋能指导企业提升食品安全管理水平。**二是加强内部管控**，集团对包括门店、工厂、物流中心在内的142家单位开展食药安审核，各级企业开展门店食药安检查合计2287店次，门店整体食品药品安全管理水平进一步提升。**三是加大食品安全抽检力度**，2024年政府监管机构监督抽检集团成员企业食品药品2344批次，集团委托第三方机构开展食

品安全预防性抽检375批次，集团成员企业内部实验室检测和委托第三方抽样检测食品超8万批次，保障食品安全。

集团赋能业态提高食品安全标准化管理水平，固化“守信超市”创建成果，编制《百联集团食品经营企业食品安全标准化手册》，开展食品安全标准化“达标单位”创建，筑牢标准化管理基础，形成常态化管理机制，不断提升食品安全管理水平。在体系建设方面，集团成员企业联华股份通过ISO9001质量管理体系认证，搭建食品安全稽查数字化平台荣获中国连锁经营协会2024年食品安全创新案例奖，入编“2024CCFA食品安全创新案例集-先进技术应用方向”，成为了行业内的标杆。在标准引领方面，2024年，集团参与起草上海市质量协会团体标准1份，第一医药参与起草上海医药商业行业协会团体标准2份，上海中药行业协会团体标准1份，百联利安参与起草金山区预制菜产业发展协会团体标准1份，为推动行业的规范化发展贡献力量。

案例：联华股份2024年消费者权益日“三进”科普宣传活动

2024年“3·15”国际消费者权益日期间，为营造公平安全放心消费环境，切实保障消费者合法权益，助力上海国际消费中心城市建设，百联集团各成员企业聚焦“优化消费环境，激发消费活力”的主题，开展了一系列丰富多彩的宣传活动，进一步提升消费者风险防范意识，加强消费者权益保护，积极开展2024年消费者权益日“三进”科普宣传活动。

3月15日下午，上海市食品安全工作联合会、上海市普陀区食品药品监督管理局、上海市普陀区市场监督管理局及上海市普陀区食品药品监督管理局、联华超市股份有限公司、百联中环购物广场携手举

办了“共建消费诚信 共享健康生活”2024年消费者权益日“三进”科普宣传进商超活动。

活动现场，工作人员精心设置了互动答题区，市民们热情参与，积极回答食品安全相关问题，赢得了丰富礼品的同时，增强食品安全意识。同时，专业的检测人员现场对顾客从联华超市购买的蔬菜进行了农残检测，让市民们亲眼见证了检测的全过程，对食品安全有了更直观的认识。此外，活动设置了食品安全知识科普环节，现场共派发“谨防食刻”宣传手册300余份，此次活动为市民提供了一个了解食品安全的平台，也展现了联华对食品安全的坚定承诺与高度重视。

02 生产管理

按照市应急管理局、市国资委重要指示和集团安委会总体要求，2024年以来集团以保障企业安全发展和员工生命安全为目标，以安全生产治本攻坚三年行动为主线，以强化安全生产责任担当和提升集团本质安全水平为核心，全力防控重大安全风险，坚决遏制事故发生，为集团战略发展布局积极营造安全环境。

一是强化领导责任机制，完善制度体系文件。集团始终坚持“党政同责、一岗双责”和“三管三必须”的要求，年初与下属16家二级公司、中心签订了《百联集团2024年度安全生产工作责任书》。2024年，集团新制定《百联集团安全生产管理问责规定》《百联集团安全生产监督管理办法》和《百联集团事故隐患内部报告奖励制度》3项管理制度。对原安全制度进行全面梳理和修订，完成百联集团部分安全生产管理制度的修订及新编，并由OA系统下发。

二是落实安全检查整治，拔点攻坚专项整治工作。2024年，集团总部开展安全检查60余次，集团系统内各单位共计组织安全检查8633次，覆盖率达到100%。组织防汛防台安全工作，2024年集团及下属成员企业开展防汛防台专项检查900余次，发现并消除隐患1200余条；开展演练及专项培训百余次，超万人次参加。开展燃气安全专项整治工作，对集团系统内的所有企业进行全面摸排，对涉及的燃气的场所进行统计汇总，全面整治排查出的隐患，通过对老旧燃气管道进行改造更新、更改使用电加热设备等方式集中消除隐患。

三是消企共建凝聚力，互学促进共发展。2024年8月2日下午，集团党委书记、董事长叶永明带队赴上海市消防救援总队，与市消防救援总队主要领导开展消防安全工作专题会谈，期待双方建立紧密沟

通机制，依托市消防救援总队的专业力量，在重点业态消防安全标准化管理、打造国企特色消防安全培训体系、消防科技成果落地转化、消防安全数字化智能化管理场景、消防公益宣传联盟等方面开展合作，助力集团提升安全生产管理水平。

四是推进安全生产治本攻坚三年行动。年初集团召开专题会议，制定并下发了《百联集团治本攻坚三年行动方案》，制定任务分解清单。以落实安全生产主体责任、促进重大事故隐患根本整治为目标，持续深化治理攻坚、强基固本、效能提升三大重点工作，统筹推进三年行动的攻坚专项、基础建设和能力提升等13项具体任务。同时，成立由党委书记、董事长和总裁为双组长的治本攻坚三年行动领导小组。开展治本攻坚三年行动专题培训，督促各下属单位根据市安委办、市国资委及集团关于安全生产治本攻坚三年行动方案的工作要求，以及各单位制定的具体实施计划，持续开展好相关工作。

五是深化厂房仓库消防安全综合治理。制定并下发《百联集团厂房仓库消防安全综合治理工作方案》，推进成员企业完成厂房仓库消防安全排查摸底和信息登记工作，对集团内部厂房仓库底数和风险隐患进行全量排摸和信息核查。底数摸排的过程，也是集中整治的过程。通过对集团内部厂房仓库情况进行全面摸排，进一步杜绝违规“三合一”、堵塞“生命通道”、违规搭建、违章动火作业等突出问题消防隐患问题。

六是落实宣传教育，开展安全主题活动。开展“安全生产月”主题活动，组织开展安全主题宣传、安全警示教育、各类应急演练等活动。开展“消防宣传月”主题活动，组织开展宣传教育、自查自纠、各类安全应急演练等。

03 网络安全

2024年，集团持续推进企业网络安全体系建设，完善网络安全管理，主动作为，践行国企社会责任，以坚实的安全后盾全力保障集团数字化转型建设。

一是完善网络安全治理体系。升级组织架构，重构网络安全委员会，新建数据安全委员会，通过委员会建立协同机制，形成跨部门联动。构建安全体系标准化制度，重构《网络安全管理办法》《数据安全管理办法》等核心制度，以及《个人信息保护实施细则》《户外电子屏管理细则》等15项操作指南。

二是加强安全技术能力建设。纵深防御体系建设，互联网暴露面实现WAF全覆盖，下一代防火墙实现东西向安全隔离。统建系统零信任防护建设，通过零信任网关，集团OA、IDM等互联网系统实

现了暴露面的收敛。并且为整个集团零信任体系建设打下了基础。

三是推进网络安全专项整治。开展网络安全专项检查，在市网信办组织的市网络安全专项检查中取得市属国企第一名，2022年、2023年、2024年连续三年实现网络安全“零通报”。开展公共大屏专项治理。完成13000多块电子屏梳理、上报、贴码等工作，16处“重中之重”户外公共电子屏（全上海市共215块）安装技术防控措施。

四是强化安全意识教育培训。开展全员培训，开展全员安全能力提升计划，通过网络安全宣传周、“百联i学”全员线上培训，提升全体人员的安全素养。运行网络安全考核机制机制，将安全行为纳入二级单位高管的KPI。



五、开展节能减排工作

百联集团积极响应国家和地方的政策号召，将节能降碳融入企业发展战略，致力于在项目建设和运营过程中减少能源消耗和碳排放，为推动商业绿色转型贡献力量。“十四五”以来，围绕节能工作考核重点从单纯的量化指标转向提升能源利用效率、促进商业绿色转型。2024年，百联集团依据《市商务委关于认真做好2024年商业节能减碳绿色发展工作的通知》要求，明确了自身的节能降碳工作方向，以完善工作机制、推进重点节能工作、实现绿色发展为目标，努力在商业运营中降低对环境的影响。

01 强化重点用能单位管理

完善重点用能单位管理制度，落实能源利用状况报告和温室气体排放状况“双报告”制度。集团对年综合能耗在5000吨标煤以上的9家重点用能单位，如上海世纪联华超市发展有限公司、联华超市股份

有限公司等，加强能耗数据监测与跟踪。通过实时掌握能耗情况，及时发现能源利用中的问题并采取针对性措施，有效提升能源利用效率。

02 开展绿色商场和能效领跑创建

2018年至2023年，集团积极响应商务部绿色商场创建工作，已有10家商业体获评国家绿色商场。2024年，百联又一城、百联曲阳购物中心新获评国家绿色商场，7家超过三年创建期的绿色商场通过复核，目前共有12家商业体获此殊荣。同时，百联金山、百联南桥购物中心、百联青浦奥莱成为上海市能效

领跑企业。这些绿色商场和能效领跑企业在建筑节能、照明系统优化、空调系统升级等方面采取了一系列节能措施，大幅降低能源消耗和碳排放。例如，部分商场采用智能照明系统，根据室内光线和人员活动情况自动调节亮度，有效减少照明能耗。

03 加强节能减碳宣传，促进绿色消费发展

集团积极参与各类节能宣传活动，如节能宣传周、市民低碳日、世界地球日等。在2024年全国低碳日期间，组织旗下16家门店，包括第一八佰伴、东方商厦旗舰店等，利用电子屏等广告资源播放宣传视

频和图片，宣传低碳理念和绿色低碳生产生活方式，引导消费者形成绿色消费习惯，促进绿色消费市场的发展。

04 推进塑料污染治理，开展门店减塑降塑情况检查

持续落实禁止、限制使用“塑料购物袋、一次性塑料餐具”等要求，加强对商业场所一次性塑料制品使用的日常监督，推进包装减量化和绿色化。2024年集团委托第三方审核机构对140家门店进行减塑降塑情况检查，涵盖多种业态。检查结果显示，门店基本能按法规和集团要求提供环保购物袋，现制现售食品和饮品使用环保包装，超市连卷袋使用记录规范，有效减少了塑料污染。

百联集团将继续把节能降碳作为企业发展的重要战略任务，不断完善节能降碳工作机制，持续推进重点节能项目建设，加强绿色商场和能效领跑企业创建工作。进一步加大节能降碳宣传力度，创新宣传方式，提高宣传效果，推动绿色消费成为主流消费模式。积极探索商业运营与节能降碳深度融合的新模式、新路径，为实现国家“双碳”目标和社会的可持续发展贡献更大的力量。



Chapter Four

第四章 凝心聚力 共谋发展新篇章

百联集团聚焦企业发展战略，持续推进外引内培，为“高质量发展”提供高质量的人才支持和智力支持，“5000”人才工程七项任务提早一年，超额完成；聚焦培训赋能，持续强化技能队伍建设，围绕提升条线管理与岗位胜任力，组织开展多次专业主题培训，赋能广大基层岗位员工转型成长。

一、总体概况

| 指标 | 单位 | 2023 年 | 2024 年 |
|----------|----|--|--|
| 在册员工数 | 人 | 2.8 万 + | 2.5 万 + |
| 劳动合同签订率 | % | 100 | 100 |
| 社会保险覆盖率 | % | 100 | 100 |
| 劳动合同占比情况 | % | 固定期限 45.2 无固定期限 54.8 | 固定期限 43.1 无固定期限 56.9 |
| 地区分布情况 | % | 上海市内 56.7 市外 43.3 | 上海市内 56.1 市外 43.9 |
| 性别分布情况 | % | 女性 58.7 男性 41.3 | 女性 56.1 男性 43.9 |
| 年龄分布情况 | % | 35 周岁及以下 21.3 36-50 周岁 64.7 51 周岁及以上 14.0 | 35 周岁及以下 20.4 36-50 周岁 65.3 51 周岁及以上 14.3 |
| 学历分布情况 | % | 硕士研究生及以上 4.5 本科 21.5 大专 22.2 中专及以下 51.7 | 硕士研究生及以上 5.3 本科 24.3 大专 23.1 中专及以下 47.3 |
| 员工培训投入 | 万元 | 1, 753.66 | 1, 407.44 |
| 累计培训人次 | 人次 | 15.78 万 + | 20.04 万 + |
| 人均培训时长 | 学时 | 线上 15.53 线下 11.88 | 线上 16.87 线下 18.11 |
| 参训员工占比 | % | 98.80 | 99.13 |

二、员工发展

2024年，百联集团人力资源部贯彻落实“十四五”规划目标，扎实有序推进“5000人才工程”举措，持续夯实后备人才队伍建设，为国资国企改革深化提升提供坚实的人才支撑。

01 挖掘高潜后备人才，激发青年创新潜能

举办集团第三届“高潜计划”人才培育项目，调动集团系统优秀青年人才创业热情与创意源泉，为集团创新转型注入新动能；提升优秀青年人才岗位胜任力与职业竞争力，打造“一核三柱”商业产业复合人才；赋能青年人才职业规划与价值提升，凝心聚力，共谋集团高质量发展与可持续增长。

高潜人才选拔秉持高标准、严要求，坚持“宁缺毋滥、好中择优”，立体多维、科学客观评估青年人才综合水平，经“两上两下”民主会议程序，审定建立“102+99”名两级高潜人才库。

高潜人才培育以“集中培训+长期培育”相结合，其中：十天半脱产强化培训以终为始、精准赋能，注入创新所需的视野思维、知识通识、素养技能与参访研讨等，以商业思维知识体系启发创新项目孵化演练，助力学员将创意火花转化为可视化、可行性的创新方案；一年期“一人一策”岗位实战历练量身定制、躬行实践，通过项目历练、轮岗交流等行动学习方式，配备职业导师、设定KPI指标等跟踪举措，提升高潜学员实际作战能力。

02 持续引进应届新生，深化打造职场星秀

针对集团系统招募引进的近150名优秀应届毕业生，组织开展2024年“新秀计划”入职导航培训。通过“三天集中授课+两个月线上研修+一年期自主学习”，规划“新大学生初出茅庐——蓄力成长——他山之石——展翅翱翔”的长效学习路径；同时，依据统分结合的多级培养模式，指导二级公司和所在企业对大学生开展后续阶段培训。根据人才队伍建设和经营发展实际，发挥主观能动性、创新培育模式，关注大学生全周期成长。

针对10余名集团总部2023届星耀管培生，贯彻实施“启航探索——解析深究——赋能推动”等进阶培养路径，以理论灌输、导师带教、岗位交流、专项历练等多元形式，持续推进专属培育计划；以月月报、季季谈、阶段考与定期走访等关注举措，落实全过程跟踪与分阶段考察评价机制。

03 技能人才体质扩容，赋能一线专业深耕

发挥引领示范、弘扬工匠精神，组织二级公司申报市级高技能人才资助项目，三联公司王施平团队获评2024年度技能大师工作室资助；激活组织保障、赋能培训提升，组织高技能人才及培训条线人员参加市级高技能人才研修班，拓宽资源渠道、搭建交流平台，助推互促共进，强化尊师重技的文化导向；聚焦商品经营核心岗位、奠定攻坚创新人才储备，集团高技能

人才培养基地实施技能培训与考评鉴定，新增31名商品营业员（三级）高技能人才；外引内培举措结合，补足技能需求缺口223人；赋能基层岗位员工适应行业新趋势、岗位新要求，技能傍身、转型成长，依托教培中心推出AI办公系列课程，累计开展9期培训，参训学员270人。

三、平等就业

百联集团积极践行企业社会责任，提供平等就业机会和待遇，其中一个重要措施是雇佣残疾人。2024年，百联共雇佣残疾人118人，涉及11家二级公司及中心。2023年，百联共雇佣残疾人121人。2022年，百联共雇佣残疾人104人。近年来，百联集团旗下多家企业超比例安排残疾人就业。作为国民经济的重要支柱，国有企业始终将促进平等就业视为履行社会责任的核心实践。百联集团打造系统化、精准化的就业支持体系，为残疾人群体打造包容性职场生态：一方面结合企业

运营需求定制适配岗位，在商超服务、仓储物流等领域开发无障碍工作流程；另一方面构建全周期培养机制，配备专属导师及辅助设施，确保残疾人员工在薪资待遇、晋升通道等方面享有平等权益。通过“政策引导+人文关怀”的国企实践，切实保障了特殊群体劳动权益，打造可复制的就业融合模式，带动产业链上下游企业共同构建更具温度的社会就业生态，诠释了共同富裕目标下的国企担当。



展望

Prospect

2025年是“十四五”实施推进的收官之年，也是“十五五”谋篇布局的规划之年。当前外部环境变化带来的不利影响加深，中国经济运行仍面临不少困难和挑战，面对国内需求不足、部分企业生产经营困难，风险隐患仍然较多的情况，集团各级企业要进一步坚定信心、理清思路，加强系统谋划，认真组织实施，狠抓工作落实，全力以赴攻克瓶颈做好收官冲刺，把握机遇储蓄能力谋划未来发展，加快推进百联高质量发展和可持续增长。集团上下将坚定信念，锚定目标，全力以赴推进六大方面重点工作：

在战略发展方面，一是要聚焦重中之重，突破增长瓶颈。要加快数字化转型的落地提升效率，加强核心竞争力的建设产出。二是要把握战略机遇，编制“十五五”规划。要做好总结洞察趋势编制五年规划，聚焦核心功能深化一核三柱体系。三是要谋划产业后劲，布局新增长领域。要聚焦新兴业态转型创新取得增长，围绕3+6产业研究布局谋划发展。

在经营增长方面，一是要经营提质增效，做好收官冲刺。要结合新型营销增效提升营销产出，深化亏损业务改革降本控费扭亏。二是要加强风险把控，筑牢企业底线。要夯实现金流管理降低流动性风险，健全企业合规风控体系筑牢底线。三是要加强核心功能，提升核心竞争力。零售产业要以产出导向创新引领变革，三柱产业要提质增量赋能主业发展。

集团将坚定信心，迎难而上、担当作为，发挥实干为先、奋发有为、只争朝夕的精神，将重点工作细化实化具体化，一项一项紧盯不放、抓出成效；勇于改革攻坚、敢于创新，遇到难题不退缩、不回避，敢于打破思维惯性，把各项改革任务落到实处；跨前一步、加强协同，集团上下各级单位会加强沟通，互相补台，形成工作合力。全力以赴攻克瓶颈，做好收官冲刺，把握机遇储蓄能力，谋划未来发展，力争达成“十四五”目标补齐差距短板，为实现“十五五”良好开局打牢基础。

附录

Appendix

2024 年度百联集团获奖情况

9月

百联集团蝉联“上海百强企业”称号，荣获“上海企业100强第45名、上海服务业企业100强第22名”的佳绩。

10月

百联创新体验中心（IEC）成功入选，被上海市经济和信息化委员会认定为“2024年度上海时尚新空间（消费类）”。

11月

百联集团参与制定的市质量协会团体标准《社会责任报告评审指南》获评“2024年度市团体标准十佳案例”。

12月

百联集团荣获2024年度“上海国企好新闻”优秀组织奖。

指标索引

Index of indicators

(一) 响应联合国可持续发展目标 (SDGs)

联合国 193 个成员国于 2015 年正式通过《2030 年可持续发展议程》，包括 17 个可持续发展目标 (SDGs) 以及 169 个具体目标。这些目标兼顾了可持续发展中经济、社会和环境三个方面，致力消除贫困、饥饿和不平等，提倡增强妇女和女童权力和能力，建立和平、公正和包容的社会，以及保护地球及其天然资源等。

| 章节 | 响应的 SDGs 目标 | 目前进展 |
|-----------------|--|---|
| 多措并举， 推进公司治理 |  | 以党建为引领，坚持廉洁文化建设，保障公司合规运作，重视利益相关方的权益与诉求，聚焦重点任务，加强企业能力建设，完善战略保障体系 |
| 以人为本， 助力美好生活 |  | 关注社区诉求，通过社会责任项目等助力美好生活，促进利益相关方与公司共同发展 |
| 提质增效， 构建一核三柱 |  | 做强主业、优化结构，实现集团高质量发展和可持续增长，成为有市场竞争力的“一核三柱”商业产业集团 |
| 协同共进， 提升员工发展 |  | 营造共筑信念、共聚力量、共促发展的良好氛围，增强公司凝聚力和向心力，与企业共成长、同发展 |

(二) 《中国企业社会责任报告指南 (CASS-ESG6.0)》 内容索引

| 章节标题 | 对应 CASS-ESG 6.0 指标 | |
|----------------------------------|--------------------|--------------------|
| 报告编制说明 | P1.1-1.2 | |
| 高管致辞 | P1.2 | |
| 责任聚焦 | G1.3 | |
| 走进百联集团 | P3.1-3.4 | |
| 第一章 强化党建引领，赋能企业治理 | 一、党建引领 | G1.1 |
| | 二、公司治理 | G1.1-1.2 |
| 第二章 破壁向新，圈出生活， 构建人民美好城市 | 一、向新求质，推进国际消费新引擎建设 | S1.2 |
| | 二、织密纺牢便民网，共筑社区幸福圈 | S1.2 |
| | 三、开拓美好未来，助力乡村振兴发展 | S1.1 |
| 第三章 深化产业布局， 构建“一核三柱”高效协同体系 | 一、加速业务发展 | S3.1、S3.3 |
| | 二、产融协同赋能发展 | G1.1 |
| | 三、加速数字化建设 | S2.1 |
| | 四、深化安全管理 | S3.1、S3.3-3.4、S4.2 |
| | 五、开展节能减排工作 | E1 |
| 第四章 凝心聚力，共谋发展新篇章 | 一、总体概况 | S1.2、S4.1-4.3 |
| | 二、员工发展 | S4.1、S4.3 |
| | 三、平等就业 | S1.2、S4.1 |
| 展望 | | |
| 附录 | 2024 年度百联集团获奖情况 | A2 |
| | 指标索引 | A3 |
| | 读者意见反馈 | A6 |