



2025年度

环境、社会和公司治理(ESG)报告

Environmental, Social and Governance Report

ESG



银座集团股份有限公司

地址:山东省济南市泺源大街66号银座大厦C座

邮编:250063

联系电话:0531-86960688

客服电话:0531-96689

电子邮箱:600858@sina.com



目录 CONTENTS

| | |
|---------|----|
| 关于本报告 | 01 |
| 董事长致辞 | 03 |
| 走进银座股份 | 05 |
| 可持续发展管理 | 13 |

| | |
|---------|----|
| 利益相关方沟通 | 13 |
| 议题重要性评估 | 14 |
| ESG管理体系 | 21 |

卓越服务 引领品质提升

| | |
|---------|----|
| 打造品质服务 | 27 |
| 强化质量管理 | 38 |
| 数字化转型变革 | 45 |
| 聚力改革创新 | 54 |

稳健前行 夯实治理基石

| | |
|--------|----|
| 提升治理效能 | 59 |
| 诚信合规经营 | 69 |
| 恪守商业道德 | 72 |
| 坚持党建领航 | 77 |

低碳转型 坚持绿色发展

| | |
|--------|----|
| 应对气候变化 | 83 |
| 优化资源利用 | 89 |
| 加强环境管理 | 94 |
| 协同绿色生态 | 98 |

以人为本 汇聚多元力量

| | |
|--------|-----|
| 保障基本权益 | 107 |
| 搭建人才队伍 | 112 |
| 重视人文关怀 | 117 |
| 筑牢安全防线 | 119 |

责任担当 共享美好生活

| | |
|---------|-----|
| 深化供应链建设 | 127 |
| 合作互惠共赢 | 133 |
| 共建美好家园 | 135 |
| 响应国家战略 | 139 |

| | |
|-------|-----|
| 未来展望 | 142 |
| 关键绩效表 | 143 |
| 指标索引表 | 150 |
| 读者反馈表 | 151 |

关于本报告

🏠 报告简介

本报告是银座集团股份有限公司发布的第三份环境、社会和公司治理(ESG)报告。报告本着客观、规范、透明和全面的原则,详细披露了2025年度银座集团股份有限公司在环境保护、社会责任、公司治理等领域的实践和绩效。

🕒 时间范围

本报告为年度报告,涉及时间范围为2025年1月1日至2025年12月31日,为增强报告可比性和完整性,部分内容超出上述范围。

👤 组织范围

本报告以银座集团股份有限公司为主体,包括下属子公司,除特别说明外,本报告范围与本公司年报范围保持一致。

💬 释义说明

| 全称 | 简称 |
|--|------------------|
| 银座集团股份有限公司 | 银座股份、银座、我们、企业或公司 |
| 山东省商业集团有限公司 | 鲁商集团 |
| 公司受托管理大股东鲁商集团控股子公司山东银座商城股份有限公司旗下所有非上市门店58家 | 管理门店 |

📊 数据说明

本报告所使用的数据,均来自公司实际运行的原始数据、公司年报数据、内部相关统计报表等,并经过公司内部审核。除特殊说明外,本报告的财务数据以人民币为单位,若与财务报告不一致之处,以财务报告为准。

📖 编制依据

《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号—规范运作》(2025年5月修订)

《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号—可持续发展报告(试行)》(以下简称《指引》)

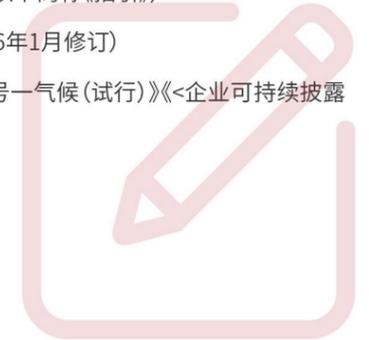
《上海证券交易所上市公司自律监管指南第4号—可持续发展报告编制》(2026年1月修订)

财政部《企业可持续披露准则—基本准则(试行)》《企业可持续披露准则第1号—气候(试行)》《企业可持续披露准则—基本准则(试行)应用指南》

《山东省属控股上市公司ESG指标体系工作指引》(鲁国资收益[2024]3号)

联合国可持续发展目标(UN SDGs)

全球报告倡议组织(GRI)《可持续发展报告标准》(GRI Standards)



📄 报告获取

本报告为中文,以电子版形式发布。本报告可通过上海证券交易所网站(<http://www.sse.com.cn>)查阅并下载电子文档,获取更多公司信息。

📞 联系方式

如您对本公司可持续发展有任何意见或建议,请通过以下方式与我们联系:

地址:山东省济南市泺源大街66号银座大厦C座

邮编:250063

联系电话:0531-86960688

电子邮箱:600858@sina.com



“银座集团资讯”公众号



“鲁商生活”小程序

董事长致辞

2025年,银座股份始终锚定高质量发展方向,围绕“强创新、拓市场、提质效、促改革、树品牌”重点任务,大力弘扬“三抢”精神,践行“严真细实快”作风。全体银座人凝心聚力、主动作为,推动经营管理各项工作落地见效,发展质效持续提升,企业整体呈现稳中有进、蓬勃向上的良好态势。



筑牢治理根基，深化改革激活动能

公司将党的领导贯穿公司治理全过程、各环节,健全内控合规管理体系,营造公平有序的市场环境。以公开促规范、以透明强信任,通过举办业绩说明会、投资者说明会等方式,传递发展价值,增强投资者信心。深化供应链整合,新签多家生鲜直采基地及合作工厂,引进众多首店、城市旗舰店入驻;数智化转型扎实推进,以构建“线上银座”为核心目标,全力打造“鲁商生活+即时零售+本地生活+电商直播”四位一体的数字化运营体系;网络布局持续完善,全年新开门店8家,为企业高质量发展注入强劲动能。

厚植人本理念，践行社会责任担当

公司将员工视为核心发展动力,健全薪酬福利体系,以丰富培训、清晰晋升通道助力员工实现自我价值,强化安全生产投入与培训,筑牢安全防线。积极履行社会责任,助力乡村振兴,提升“一刻钟便民生活圈”服务质量,济南玉函店、莱芜商城店通过“一刻钟便民生活圈”验收;创新业务培育加快探索,鲜花、烘焙、冰淇淋及社区店等新业态陆续落地,以多元化服务满足居民美好生活需求,开展各类公益活动,以务实举措惠及民生、彰显担当。

践行绿色发展，绘就可持续发展蓝图

公司深入贯彻落实国家“双碳”战略部署,将绿色发展理念深度融入经营发展各环节,扎实推进绿色商场创建工作,成功新增5家绿色商场荣誉称号,以标杆示范引领商业场景绿色转型。持续健全环境管理体系,通过多种形式积极倡导绿色可持续消费理念,带动消费者共同践行绿色生活方式,携手共创美好绿色健康生活。加大节能减排力度,提升清洁能源占比,强化水资源集约利用,严控固体废弃物处理,以实际行动助力生态文明建设。

赓续奋进,华章再启。2026年的奋进号角已然吹响,这是充满希望和挑战的新征程,也是我们做强事业、再创新高的新机遇,我们将在公司党委的正确领导下,始终胸怀“国之大者”,以更加坚定的信心、更加昂扬的斗志、更加务实的作风,凝心聚力攻坚克难,真抓实干砥砺前行,奋力推进“十五五”开局之年,实现企业高质量发展,为银座30周年献礼!

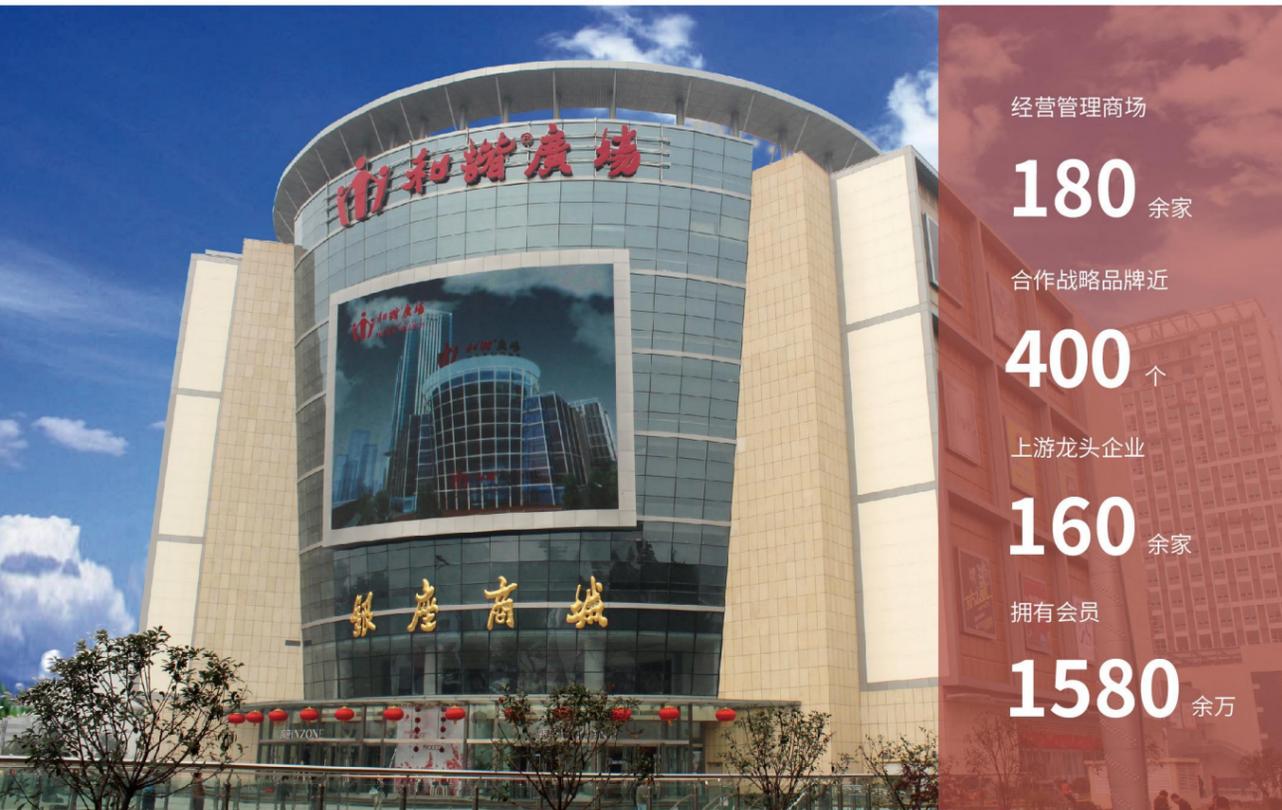
银座股份董事长 徐峰

走进银座股份

企业概况

银座股份(600858)是一家跨区域、多业态的大型零售连锁集团。历经30年的发展,在山东、河北、河南等地经营管理商场180余家。经营业态涵盖百货商场、大型综合超市和购物中心等,合作战略品牌近400个、上游龙头企业160余家,拥有会员1580余万,先后获评“全国零售企业服务质量五星级企业”“全国诚信兴商双优示范单位”“中国十佳商业品牌”“山东省首批数字经济产业创新中心”“2025中国零售商业金鼎奖”“全国零售业创新提升案例”“抖音本地生活服务2024年度卓越品牌奖”“美团服务零售2025最具影响力品牌”等荣誉称号,深受广大消费者的喜爱和信赖。

近年来,公司聚焦“品质消费引领者,美好生活服务商”的企业使命,围绕“立足山东,线上和线下必须做到全省第一”的目标,遵照“系统性变革、整体性重塑”工作方针,坚持以门店为基点,树牢“三抢”经营意识、“五心”服务理念、落实“六高”发展要求,坚持回归商业本质,发挥连锁体制优势,加速供应链改革、数智化转型,为促进商贸流通、繁荣社会经济作出了积极贡献。



战略与文化



门店分布

山东省

济南

- 济南广场店
- 济南华信店
- 济南金牛店
- 济南燕山店
- 济南无影山店
- 济南鸿园店
- 济南济泺路店
- 济南长清大学城店
- 济南平阴店
- 济南和谐店
- 济南花园店
- 济南环山店
- 济南文西店
- 济南高新区店
- 济南堤口路店
- 济南全运村店
- 济南济阳店
- 济南万虹店
- 济南中铁店
- 济南孙村店
- 济南凤鸣店
- 济南唐冶文化中心店
- 济南银座西江华府店
- 济南蟠龙山店
- 济南商城市超市
- 济南银座八涧堡店
- 银座龙湖店
- 莱芜商城店
- 莱芜钢城店

淄博

- 淄博商城店
- 淄博淄川店
- 淄博周村店
- 淄博博山店
- 淄博柳泉路店
- 淄博博山人民路店
- 淄博高新区店
- 淄博高青店
- 淄博五里桥店
- 淄博沂源店
- 淄博齐鲁医药学院店
- 淄博临淄天齐店

菏泽

- 菏泽商城店
- 菏泽曹县店
- 菏泽单县店
- 菏泽成武店
- 菏泽和谐店

临沂

- 临沂商城店
- 临沂通达路店
- 临沂临沭店
- 临沂沂水店
- 临沂罗庄店
- 临沂蒙阴店
- 临沂银座华苑店

泰安

- 泰安新泰店
- 泰安齐鲁店
- 泰安花园店
- 泰安泰山店
- 泰安商城店
- 泰安宁阳店
- 泰安市政广场店
- 泰安小井店
- 新泰滨湖新区店

东营

- 东营商城店
- 东营河口店
- 东营东城店
- 东营广饶店
- 东营垦利店
- 东营利津店
- 东营东二路店
- 东营文汇店
- 东营东凯店
- 东营黄河店
- 东营聚丰店

滨州

- 滨州华星店
- 滨州中海店
- 滨州黄河店
- 滨州邹平店
- 滨州中央公园店
- 滨州国际大厦店
- 滨州东区店
- 滨州银座茂

潍坊

- 潍坊寿光店
- 潍坊商城店
- 临朐华兴商场(23家)
- 潍坊高新店

德州

- 德州乐陵店
- 德州东地店
- 德州大学路店
- 德州齐河店
- 德州陵城店

聊城

- 聊城商城店
- 聊城桐凤家园店

青岛

- 青岛和谐店
- 青岛商城店

河北省

保定

- 河北保定店

张家口

- 河北张家口店

石家庄

- 石家庄东购店

吉林省

吉林

- 吉林分公司

通化

- 通化分公司

辽宁省

沈阳

- 沈阳分公司



聚焦2025

山东6家企业入选全国零售业创新提升案例

山东省商务厅 2025年02月20日 22:30 山东

日前，商务部流通业发展司发布《零售业创新提升案例集》，遴选汇编全国零售业亮点突出、创新性强、有借鉴意义的40个案例。我省6家企业成功入选，数量居全国前列，涵盖商旅融合、业态模式创新、数字化赋能三大领域。

案例集的发布旨在推动零售业设施改造提升，打造消费新场景，总结推广各地在开展“一店一策”改造和促进零售业创新发展等方面的好经验好做法，探索形成可供借鉴的案例模式，助力零售业创新提升和高质量发展。我省入选案例包括：济南银座集团入选业态模式创新型案例；

附件 山东省信息技术应用创新解决方案名单

| 序号 | 方案名称 | 申报单位 |
|-----|-------------------------------|-------------------|
| 188 | 山东银座“基于AI的一体化智能供应链安全运营方案” | 山东银座集团银座数智有限公司 |
| 190 | 山东银座集团基于AI供应链协同的供应链智慧化运营解决方案 | 山东银座集团 |
| 191 | 基于信创自主数据库的银座官网改造解决方案 | 银座集团股份有限公司 |
| 192 | 基于数据中台的全链多数据流协同风控运营平台 | 银座集团数智有限公司银座数智分公司 |
| 193 | 基于国产化信创自主数据库的银座集团人力资源管理系统应用案例 | 山东银座集团数智有限公司 |

入选商务部“全国零售业创新提升案例”

信创方案入选工信部信息技术应用创新典型解决方案



荣获2025中国零售商业“金鼎奖”年度营销创新标杆



荣获2025年度抖音生活服务“NKA年度区域经营标杆奖”



荣获第二届全国商业导购员技能大赛第三名



荣获美团服务零售2025“最具影响力品牌”



荣获首届“好品山东”电商直播大赛优秀组织奖



荣获抖音本地生活2024年度“卓越品牌”奖

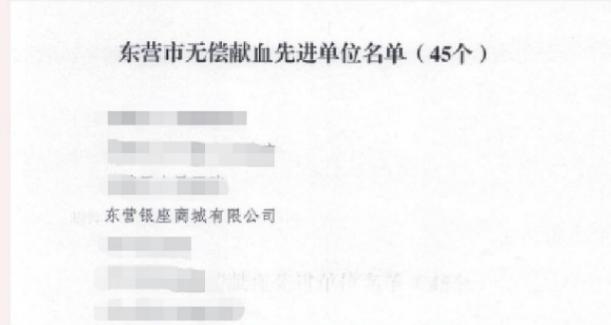
2025年度山东省优秀大数据应用案例

| 序号 | 申报单位 | 应用案例名称 | 所属市 |
|----|---------------------|--------------------------|-----|
| 16 | 智慧齐鲁（山东）大数据科技集团有限公司 | 基于大数据融合的人工智能数智化运营平台应用案例 | 济南市 |
| 17 | 山东亿云信息技术有限公司 | 山东大数据产业协同运营平台应用案例 | 济南市 |
| 18 | 银座集团股份有限公司 | 基于国产分布式数据库的银座超市ROC系统应用案例 | 济南市 |
| 19 | 山东银座数智信息技术有限公司 | 银座集团全工作场景管理协同应用案例 | 济南市 |
| 20 | 济南多盟信息技术有限公司 | 智慧物流仓储管理平台应用案例 | 济南市 |

银座股份“基于国产分布式数据库的银座超市ROC系统应用案例”入选2025年山东省大数据产业“三优两重”项目名单



滨州银座茂荣获2024滨州市消费品以旧换新“标杆企业”



东营商城店荣获东营市2023-2024年度无偿献血先进单位

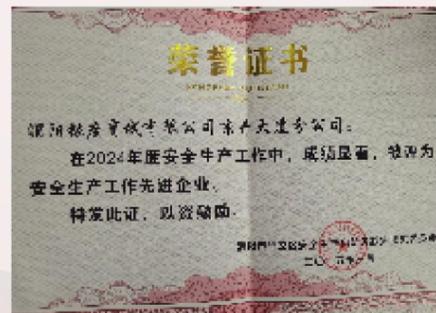


淄博商城店荣获“淄博服务业企业30强”



济南玉函店与莱芜商城店成功获评“济南市市级一刻钟便民生活圈”

银座股份荣获2025 上证鹰·金质量“优秀党建奖”



河南濮阳京开店荣获“安全生产先进企业”



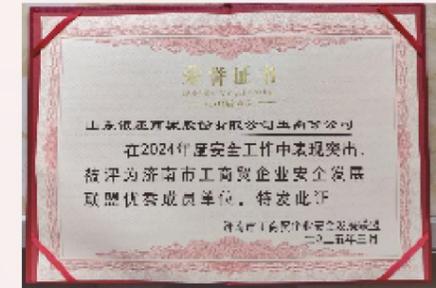
日照商城店荣获日照市“表现突出消防安全重点单位”



济南银座新辰店荣获“金鼎奖”“年度潮流生活新地标”



滨州银座茂荣获线下无理由退换货承诺单位



济南玉函店荣获济南市工商商贸企业安全发展联盟优秀成员单位



济南七里山店、潍坊商城店荣获中国连锁经营协会(CCFA)金百合奖

附件
济南市第一批数据企业和数据产品入库公示名单
(按照单位首字母排序)

| 数据场景应用企业 | | |
|--------------|--------------|-----------|
| 企业名称 | 数据产品1 | 数据产品2 |
| 山东康桥信息工程有限公司 | 基于AI的一体化净空系统 | 机场FOD探测系统 |
| 银座集团股份有限公司 | 银座会员全域运营平台 | 银座智能决策驾驶舱 |
| 新之软件科技集团有限公司 | 智能展陈数字孪生应用 | |

银座股份入选济南市第一批数据企业和数据产品入库名单

可持续发展管理

公司高度重视可持续发展,将ESG融入战略规划、风险管理和日常运营,设立董事会战略与ESG委员会,由董事会办公室牵头,组织开展ESG报告数据收集、编制与审核等工作,推动ESG管理能力提升。公司将持续完善ESG管理,为推动高质量发展贡献力量。

利益相关方沟通

公司重视利益相关方的关切,识别出政府及监管部门、员工、股东与投资者、客户与消费者、合作伙伴、社区与公众等利益相关方。公司加强与利益相关方的责任沟通,定期或不定期通过公司网站、媒体、会议、电话、满意度调查等多元化渠道与利益相关方沟通,积极了解并回应利益相关方的诉求与期望。

| 利益相关方 | 期望与诉求 | 沟通渠道与回应 |
|---|--|---|
|  政府及监管部门 | <ul style="list-style-type: none"> 合规经营 风控管理 环境管理 应对气候变化 带动地方发展 响应国家号召 | <ul style="list-style-type: none"> 守法合规经营 沟通汇报 绿色运营 节能减排 依法纳税 |
|  员工 | <ul style="list-style-type: none"> 员工权益与福利保障 员工培训与发展 职业健康与安全 | <ul style="list-style-type: none"> 职工代表大会 工会 网络及社交媒体 员工培训与晋升 员工关怀与活动 |
|  股东与投资者 | <ul style="list-style-type: none"> 合规经营 反商业贿赂与反贪污 信息披露 保障股东权益 投资回报 | <ul style="list-style-type: none"> 公司网站 年报 临时公告 股东会 业绩说明会 信息披露 投资者交流互动 |

| 利益相关方 | 期望与诉求 | 沟通渠道与回应 |
|---|--|---|
|  客户与消费者 | <ul style="list-style-type: none"> 责任运营 服务品质 客户安全与健康 客户服务与体验 信息安全与隐私保护 创新驱动 数字化转型 | <ul style="list-style-type: none"> 产品质量管理体系建设 满意度调查 客户申诉机制 客户服务热线 |
|  合作伙伴 | <ul style="list-style-type: none"> 供应链管理 诚信合作 商业道德 | <ul style="list-style-type: none"> 供应商评价 供应商培训 依法履行合同 加强交流合作 |
|  社区与公众 | <ul style="list-style-type: none"> 社区公益活动 乡村振兴 | <ul style="list-style-type: none"> 支持乡村振兴 开展志愿服务 参与公益活动 吸纳就业 |

议题重要性评估

银座股份依据公司所处行业和业务特点,定期开展重要性议题识别和分析工作。在本报告编制过程中,公司依据《指引》要求、发展趋势和同行对标,对重要性议题进行了优化和调整,通过调查问卷和访谈进行优先级排序。

议题重要性分析流程

公司按照“影响重要性”和“财务重要性”原则,基于“了解企业背景—建立议题清单—议题重要性评估与确认—议题报告”四个步骤开展评估工作。



分析步骤 说明



重要性议题清单

公司在《指引》的基础上,结合公司经营活动、同行分析等因素,在往年议题清单基础上进行了更新,共识别出23项重要性议题,包括8项环境议题、10项社会议题与5项治理议题。

重要性议题清单

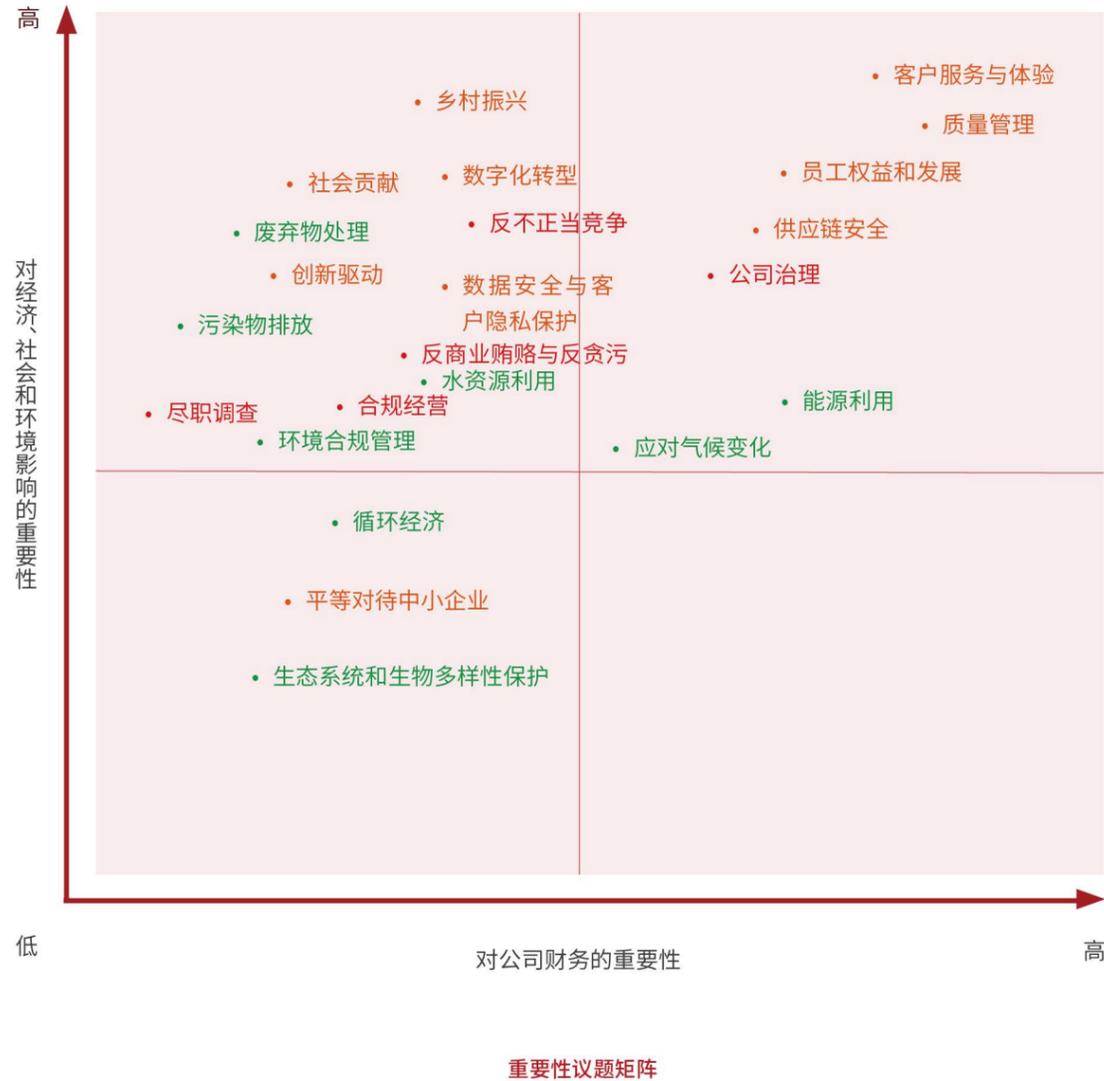
| 环境 | 社会 | 治理 |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 应对气候变化 污染物排放 废弃物处理 环境合规管理 能源利用 水资源利用 循环经济 生态系统和生物多样性保护 | <ul style="list-style-type: none"> 供应链安全 客户服务与体验 质量管理 员工权益和发展 数据安全与客户隐私保护 社会贡献 乡村振兴 创新驱动 数字化转型 平等对待中小企业 | <ul style="list-style-type: none"> 公司治理 合规经营 反不正当竞争 反商业贿赂与反贪污 尽职调查 |

重要性议题变化说明

| 2024年重要性议题 | 2025年重要性议题 | 变化情况 | 变化原因 |
|------------|--------------|------|----------------------------|
| 废弃物管理 | 废弃物处理 | 优化表述 | 依据《指引》,对议题进行补充和优化 |
| 环境管理 | 环境合规管理 | 优化表述 | |
| 水资源管理 | 水资源利用 | 优化表述 | |
| 供应链管理 | 供应链安全 | 优化表述 | |
| / | 质量管理 | 新增议题 | |
| / | 尽职调查 | 新增议题 | |
| / | 平等对待中小企业 | 新增议题 | 依据《指引》、企业经营和同行企业,进行议题整合和优化 |
| / | 生态系统和生物多样性保护 | 新增议题 | |
| 客户服务与体验 | 客户服务与体验 | 合并议题 | |
| 客户安全与健康 | | | |
| 员工职业发展 | 员工权益和发展 | 合并议题 | |
| 员工培训 | | | |
| 诚信经营 | 合规经营 | 合并议题 | |
| 合规经营 | | | |
| 内控和风险管理 | | | |

议题重要性评估结果

通过对议题的财务重要性和影响重要性评估和排序,形成重要性议题矩阵,7项议题对公司具有财务重要性及影响重要性,13项议题仅具有影响重要性,3项议题既不具有财务重要性也不具有影响重要性。



注:公司业务暂不涉及生命科学、人工智能等科技伦理敏感领域的科学研究、技术开发等活动。科技伦理议题对公司的影响重要性和财务重要性低,不纳入公司重要性议题。公司自主识别公司治理、合规经营等2项议题。

财务重要性议题分析与应对

财务重要性议题采用四要素披露框架及《指引》对议题的规定进行披露,下表列示了财务重要性议题相关风险和机遇对公司的影响、应对策略和财务影响等战略内容,财务重要性议题的其他内容将于后续章节做进一步展开。

| 议题 | 影响范围 | 影响、风险和机遇 | 影响时间范围 | 财务影响 | 应对策略 |
|---------|------------------------|--|----------------|------------------|-------------------------------------|
| 供应链安全 | 价值链上游 自身运营 价值链下游 | 潜在负面影响:若供应链管理的安全与稳定性不足,将可能导致商品供应中断,可能对正常经营造成影响。 | 中期 长期 | 营业收入减少 | 建立完善的供应商准入、评价体系;强化ESG尽职调查;加强与消费者沟通。 |
| | | 声誉风险:公司可能因商品质量问题导致法律诉讼和消费者投诉等,导致公司声誉受损、营业收入下降。 | | 运营成本增加 营业收入减少 | |
| | | 商品/服务机遇、市场机遇:保障商品质量不仅能保障消费者权益、赢得消费者信任,也有利于维护企业的声誉和市场地位,促进企业的可持续发展。 | | 营业收入增加 | |
| 客户服务与体验 | 自身运营 价值链下游 | 潜在正面影响:提升消费者满意度,提升竞争优势。 | 短期 中期 长期 | 营业收入增加 | 强化五心服务理念,规范服务标准,推动全渠道服务融合。 |
| | | 声誉风险:客户服务和体验差,可能引发负面舆情,可能损害品牌声誉。 | | 营业收入减少 | |
| | | 市场机遇:消费者重视商品质量和食品安全,并成为重要购买决策因素。 | | 营业收入增加 | |

| 议题 | 影响范围 | 影响、风险和机遇 | 影响时间范围 | 财务影响 | 应对策略 |
|------|------------------------|--|----------------|----------------|--|
| 质量管理 | 价值链上游 自身运营 价值链下游 | 实际正面影响:提升消费者信任与品牌声誉:强化“食安银座”形象,提升顾客复购率。 | 短期 中期 长期 | 营业收入增加 | 完善质量管理体系; 加强检测能力; 强化全过程质量管控。 |
| | | 声誉风险:质量管理不完善可能导致食品安全事件,可能损害品牌声誉。 | | 营业收入减少 | |
| | | 市场机遇:消费者重视商品质量和食品安全,并成为重要购买决策因素。 | | 营业收入增加 | |
| 能源利用 | 自身运营 | 潜在负面影响:天然气使用会导致废气及温室气体排放,加剧气候变化。 | 短期 中期 长期 | 合规成本上升 | 定期检查能源设备,增强抗风险能力; 制定应急预案,增强应急保障能力; 通过技术改造提高能源效率; 安装屋顶光伏,提高清洁能源使用率,实现节能降耗。 |
| | | 物理风险:由于极端天气导致设备损坏,引起停电,导致能源供应中断。 | | 资产损失 营业收入减少 | |
| | | 声誉风险:能源效率低可能导致能源成本增加、资源浪费及环境污染,影响企业声誉和市场竞争力。 | | 营业收入减少 | |
| | | 资源效率机遇、能源来源机遇:提升能源效率和采用清洁能源,能够降低运营成本,减少环境影响,增强市场竞争力。 | | 营业收入增加 | |

| 议题 | 影响范围 | 影响、风险和机遇 | 影响时间范围 | 财务影响 | 应对策略 |
|---------------------------------------|------------|--|----------|------------------|--|
| 员工权益与发展 | 自身运营 | 正面影响:公司采取平等招聘、权益保障、培训与发展等多元化措施,保障员工身心健康,提升员工满意度与忠诚度,能够吸引人才并激发员工创造力。 | 中期 长期 | 运营成本降低 | 保障员工权益,畅通培训与发展通道,提升员工能力与创造力,激发员工主动性与责任感,实现公司与员工共同发展。 |
| | | 声誉风险:员工权益与发展管理不善可能引发劳资纠纷、人才流失、法律处罚及品牌声誉风险。 | | 运营成本增加 | |
| 公司治理 | 自身运营 | 员工稳定性机遇:积极保障员工权益、营造包容工作环境,有助于吸引并留住人才,降低招聘成本,增强业务连续性;通过培训、发展机会和良好福利,提升员工满意度和创新能力。 | 中期 长期 | 营业收入增加 运营成本降低 | 规范公司治理,强化风险管理,持续健全内部管理和控制制度,提高规范运作水平。 |
| | | 正面影响:完善的公司治理制度使董事会拥有适当的控制和监督责任,确保投资者权益。 | | 运营成本降低 | |
| | | 风险描述:政策风险和声誉风险。 | | 运营成本增加 | |
| 市场机遇:有效的公司治理能够帮助公司管理和识别经营风险,提高公司决策质效。 | 运营成本降低 | | | | |
| 应对气候变化 | 详见应对气候变化章节 | | | | |

注:影响时间范围参考财政部《企业可持续披露准则——基本准则(试行)》和公司运营实际设定。短期,是指ESG报告期间结束后1年以内(含1年);中期,是指ESG报告期间结束后1年至5年(含5年);长期,是指ESG报告期间结束后5年以上。后文对时间范围的定义均以此界定。

ESG管理体系

银座股份秉持“品质消费引领者,美好生活服务商”的企业使命,将ESG理念深度融入战略规划、日常运营及企业文化,构建ESG发展模型。聚焦客户服务、可持续供应链、绿色运营与社会责任等议题,打造可持续标杆企业。

ESG发展理念

公司持续健全ESG管理体系,将ESG发展纳入三年滚动战略规划,以战略为引领、以制度为支撑,深度融入供应链、运营、服务与企业文化全链条,围绕联合国的可持续发展目标(SDGs),系统构建“绿色生态、品质引领、共生共赢、规范治理”的ESG发展理念,切实履行国企责任,助力经济社会可持续发展。



ESG管理

ESG治理架构

公司持续提升ESG治理水平,搭建自上而下涵盖决策-管理-执行三层ESG治理架构,设立董事会战略与ESG委员会并制定《董事会专门委员会实施细则》。董事会战略与ESG委员会是董事会设立的专门工作机构,公司董事长为战略与ESG委员会召集人,该委员会对公司ESG治理愿景、目标、政策等进行研究并提出建议;董事会办公室为牵头部门进行统筹管理,其他职能部门、区域和门店相关单位分工落实。报告期内,董事会审议通过《2024年度环境、社会和公司治理(ESG)报告》等。

| 治理主体 | 人员构成 | 职责范围 |
|--------------|---------------------|--|
| 董事会 | 由董事会成员组成 | 审议公司年度ESG报告;审议ESG相关事项,包括治理愿景、目标和政策。 |
| 战略与ESG委员会 | 由2名非独立董事和1名独立董事组成 | 负责公司长期发展战略规划研究并向董事会提出建议;负责ESG治理愿景、目标、政策等研究并向董事会提出建议;审阅公司可持续发展、ESG事项相关报告。 |
| 董事会办公室(牵头部门) | 由董事会办公室成员组成 | 统筹协调ESG报告编制和披露工作;统筹公司各利益相关方的沟通工作。 |
| 其他职能部门、区域和门店 | 其他职能部门、区域和门店的ESG负责人 | 完成公司年度ESG工作任务;负责ESG各议题及风险应对管理措施;负责ESG相关信息收集、汇总及上报;负责ESG利益相关方沟通工作。 |

ESG能力提升

可持续发展离不开公司董事会及全体员工对可持续发展理念的认识和参与,公司将ESG能力建设作为推动可持续发展的核心抓手,以常态化、体系化的培训宣导为载体,开展多主题、多形式的ESG学习与推广活动,持续强化全体员工对ESG理念的认知与践行能力,为公司ESG战略落地与高质量可持续发展筑牢人才与专业基础。报告期内,公司对外参加上海证券交易所及省国资委举办的ESG培训,同时邀请行业专家在公司内部开展ESG专题培训,培训内容包含ESG信息披露、气候变化、ESG管理提升要点等ESG专业知识和最新发展情况,ESG培训时长106小时。

ESG治理机制

公司持续建立健全ESG相关制度体系,制定并实施了《食品安全主体责任制度》《百货商品物价管理规范》《专利商品管理规范》《安全生产管理制度》《数据安全与隐私保护管理制度》等与ESG实质性议题相关的制度办法,推动公司ESG工作体系化制度化运行。

公司逐步搭建ESG绩效与高管薪酬的挂钩机制,将廉洁、质量和安全生产责任等指标纳入考核,推动ESG与业务有效融合。

ESG信息披露

公司积极履行ESG职责,定期评估ESG工作的实践情况,编制年度ESG报告并进行发布。



部分ESG报告展示

响应联合国可持续发展目标

公司以联合国可持续发展目标为指引,深化ESG管理,聚焦环境、社会及公司治理三大维度,致力于为利益相关方创造价值,助力全球可持续发展。

| 维度 | 响应SDGs | 我们的行动 |
|----|--------|--|
| 环境 | | 践行水资源高效利用与保护,提升节水意识,开展空调冷凝水回收活动,使用节水器具,提升水资源利用率。 |
| | | 大力发展与使用清洁能源,提高能源利用效率,积极落实节能减排工作,推动绿色低碳、安全可持续的能源体系。 |
| | | 倡导绿色运营与循环经济,减少资源消耗与废弃物产生,构建可持续的供应链生态。 |
| | | 积极应对气候变化,积极创建绿色商场,提升气候适应能力,守护生态环境安全。 |
| | | 推广使用可降解环保购物袋,强化负责任的采购,保护海洋环境和海洋生物。 |
| | | 公司建立食品安全检测体系,促进农业绿色生产,减少农药使用;强化负责任采购,遵守《中华人民共和国野生动物保护法》《中华人民共和国野生植物保护条例》等法律法规,保护生物多样性与生态系统,促进人与自然和谐共生。 |

| 维度 | 响应SDGs | 我们的行动 |
|------|--------|---|
| 社会 | | 公司积极助力消除贫困,通过吸纳就业、产业帮扶与公益投入,推动社会共同富裕与公平发展。 |
| | | 公司构建全链路食安体系,持续扩展生鲜基地工厂数量,开展反食品浪费活动,设立消费帮扶专区,完善应急保障体系,保障食品安全、稳定市场供应、助力乡村振兴,积极发挥民生保障重要载体作用。 |
| | | 重视员工身心健康与职业安全,定期进行员工体检,组织丰富的员工活动,守护健康与福祉。 |
| | | 持续投入员工培训与人才发展,开展多样化的培训活动,推动全员树立学习理念。 |
| | | 坚持平等就业与多元包容文化,杜绝性别歧视,保障女性职业发展与权益,营造公平、公正的工作环境。 |
| | | 提供稳定就业与优质岗位,保障劳动者权益,开展多元化的招聘渠道,吸纳各界人才,以负责任经营促进经济可持续与高质量增长。 |
| | | 推动线上线下深度融合,促进行业数字化转型;进行供应链改革,创新建立莘县、寿光等蔬菜产地仓,积极参与行业交流,助力产业可持续发展。 |
| | | 坚持绩效联动、市场导向、行业对标、激励与约束并重的薪酬原则,提供平等的职业发展机会,全面开展新型经营责任制。 |
| | | 坚持绿色运营,融入社区建设,共建可持续家园。 |
| 公司治理 | | 深化产业链协同和政企社合作,凝聚多方力量,实现资源共享,共同推动联合国可持续发展目标落地。 |
| | | 完善公司治理,强化风险管控,坚持合规经营、廉洁治理与透明管理,维护公平正义,提高合规水平。 |

卓越服务 引领品质提升

银座股份秉持“以顾客为中心”的核心理念，坚持以客户需求为导向，将满足顾客需求作为不懈追求，深耕品质服务、夯实质量管理、推进数字化转型、深化改革创新，不断提升服务效率和质量，为消费者打造卓越的消费体验。



打造品质服务

公司以“工作用心、待客诚心、服务真心、买得舒心、用得放心”的服务理念，不断完善顾客关系管理流程，优化顾客投诉处理机制，确保每一位顾客都能享受到卓越、贴心、高效、个性化的服务，为顾客提供高品质的购物体验。

提升服务能力

治理

公司始终坚持以顾客为中心，制定《顾客服务承诺》《商品修理、更换、退货原则与有关规定》《无障碍八分钟退换货服务规范》等服务制度。公司持续完善消费者服务管理体系，2025年成立顾客关系管理部，负责客服系统建设及优化，致力于提高消费者服务质量与消费者服务满意度。

影响、风险和机遇管理

公司以“服务树品牌”为核心目标，推进特色主题门店建设，不断改善提升服务质量，公司聚焦零售主业，设计无障碍通道与停车位、深化数字化运营、加速门店拓展，全方位提升服务的可及性，并与消费者建立长期稳定的信任关系，实现共赢发展。

根植服务理念



公司在区域门店全面开展“五心”服务巡回宣讲活动，创新采用“面对面解读+现场互动+典型案例分享”模式，以理念赋能推动服务质量升级。报告期内，累计开展17场“五心”服务巡回宣讲，培训员工10000余人次，100%覆盖一线核心岗位员工，为服务质量提升夯实思想基础。



“五心”服务巡回宣讲

改善服务质量

公司通过优化消费环境、丰富品牌矩阵、升级场景体验，持续改善消费氛围，不断提升服务品质与顾客满意度，以更优质的消费体验赋能服务质量提升。

健全质量管控闭环，对产品和服务质量实施常态化检查，建立问题反馈、整改、复查的全流程管理机制，保障问题及时有效解决。

强化专业能力培育，升级服务体系，构建“岗前岗中岗后”全周期员工培训机制。通过“标准+培训+考核”闭环管理，推动服务规范内化于心、外化于行，从机制层面保障服务能力提升。

打造差异化服务体验，各门店立足区域特色与客户需求，定制专属服务项目，精准提升客户服务体验，扩大服务覆盖范围，确保服务质量稳定。

推进门店服务品质提升，针对不同门店制定差异化标准，结合实际制定岗位、人员、流程等服务类制度，采用“常规巡店督导+专项主题检查”双轨监督，推动标准落地，实现“总部强统筹、区域实执行、门店优服务”的营运格局。

引领绿色消费

公司持续构建绿色健康的产品生态。深耕“大健康”领域，推出低油、低脂、低糖及低GI食品，践行环保理念，拓展无磷洗漱用品、无荧光剂卫生用品等环境友好商品供给，在满足消费者对健康生活方式需求的同时减少对环境的影响，实现人与自然的和谐共生。

推出特色服务

公司各门店创新特色顾客服务,以顾客需求为导向,不断优化服务品质,为顾客提供温馨、快乐的购物体验。

“银座60项免费服务项目”

25项(通用)免费服务项目



25项超市专享免费服务项目



12项百货专享免费服务项目



门店特色服务项目



● 暑期“冻感派对”主题服务项目



济南燕山店免费雨伞租借服务

● 冬日“暖冬相伴”主题服务项目



济南平阴店免费服饰护理服务



济南和谐店加冰服务



济南长清大学城店暖心休息区与热饮供应服务



济南华信店便民服务百宝箱



济南高新区店雨雪天气撑伞服务

创新活动形式

公司围绕消费者需求与消费场景,以“标准化+个性化”双轨模式为支撑,以文化赋能为抓手,推动流量破圈,锚定业绩与品牌双增长,构建全场景营销生态,创新推出系列特色主题活动。报告期内,管理门店济南北园店创新打造“银发时光里”一站式适老主题空间,聚焦“生活刚需、家庭陪伴、安全守护”三大价值维度,打造银发友好商场;泰安商城店打造“天街食巷”主题文化餐饮街区,满足消费者“购物+休闲享受”的双重需求。

文化赋能

- 联动山东博物馆开展29周年庆“潮越五千年”活动,打造全国首个省级“文化消费节”,斩获2025中国零售商业“金鼎奖”及2025年度中国消费品最佳创新实践案例。

案例 齐鲁文化赋能零售创新打造“文化+商业”融合标杆

银座股份深挖齐鲁文化内核，以“文化赋能+全渠道激活”构建创新生态，携手山东博物馆等文化IP打造“一城一展”，将文物复刻品引入零售场景，通过沉浸式体验、年轻化传播打通“观赏—体验—消费”闭环；同时发力即时零售，完善全渠道运营体系。项目实现文化与商业价值双提升，全渠道业绩创新高，全网曝光超1.2亿次，斩获多项行业大奖，成为全国“文化+商业”融合标杆，为本土零售转型提供可复制范本。



“周年庆·全国首个省级文化消费节”

场景革新

- 以“剧场式营销”为核心，统筹25城百店打造全年9大重大营销活动，以银座xIP、银座x圈层、银座x科技、银座x文化等覆盖全年营销节奏，落地7987场剧场式活动。

案例 引进EX未来科技探索中心

管理门店济南银座商城引进齐鲁首个沉浸式科技综合体——EX未来科技探索中心，构建“商业+科技”新生态。项目融合科技与齐鲁文化，推出孔子、李清照等历史名人互动体验，以沉浸式形式传播文化精髓；同时开展科普教育、科技论坛、校园活动及科研课程，实现科技体验、文化传播与科普教育多维融合，呈现一站式未来生活体验。



EX科技展厅

案例 跨年“入戏新岁”首届无界戏剧节

公司25城百店同步启动“入戏新岁”首届无界戏剧节跨年主题活动。活动期间，特邀乌镇戏剧节热门剧团“三只猴剧团”，携其作品《不莱梅的音乐家》首次登陆山东，在济南广场店、和谐广场等多店开展首秀巡演。由4.5米高的巨型木偶猫、剧目中经典角色等组成的“巨偶天团”，以巨型道具、互动巡演还原经典童话世界，让观众沉浸式感受戏剧魅力，畅享艺术之旅。与此同时，银座各门店百戏连台，化身为一座座多幕式剧场，为消费者带来戏剧新体验。



“入戏新岁”首届无界戏剧节

流量破圈

- 通过“热点借势+内容共创+平台联动”组合拳，积极拓展主题系列活动，抢占“周同学”官方IP资源，创新营销手段吸引目标消费人群，重塑年轻消费新场景，精准满足粉丝深度需求，实现品牌声量与销售转化的双提升。



主题系列活动

周杰伦演唱会联动活动

消费促进

- 积极践行社会责任,深度参与省市级促消费活动:2025山东迎新春消费季、齐鲁服务消费节、泉城购济南消费季并以科技营销创新突破获央视关注;参与全国青年婚恋交友活动展示民生好物;围绕“体重管理年”开展系列活动,吸引1.1万人参与,减重2.87万斤,彰显国企担当。



“暑期活力嗨森节”减重活动

商户服务管理

- 公司构建精细、高效、人性化的日常运营与商户服务管理,每季度一次集中座谈会,传达商场近期工作,同时收集商户建议,为商户答疑解惑,并邀请优秀商户做经验分享;建立餐饮物业服务群、餐饮保洁服务群,及时解决商户出现的问题;跟踪商户经营情况,密切关注租售比,与商户贴心沟通,形成提升合力。



商户座谈会

打造团购银座

- 聚焦“打基础、树样板”目标,整合供应链资源,主攻企业福利、食堂食材、营销礼品三大核心场景,围绕央企采购、四进服务、职工内购等需求,通过套餐组合、渠道聚焦与政策激励,构建标准化团购解决方案。以“团购场景为核心、卡券商品双赋能”为逻辑,实现卡券与商品团购协同增长,最终构建可持续发展的团购业务生态。

指标与目标

| 指标 | 目标 | 2025年完成情况 |
|----------------------------|------|-----------|
| “五心”服务巡回宣讲覆盖 一线核心岗位员工情况 | 100% | 100% |

践行责任营销

公司遵循《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国价格法》《山东省明码标价管理办法》等法律法规,制定《百货商品物价管理规范》《专利商品管理规范》《广告宣传设计及应用管理规范》等制度,坚决维护市场经济秩序、保护消费者合法权益,致力于构建公平、透明、和谐的消费环境,以责任和行动,赢得消费者的信赖与支持。公司经营管理门店累计66家入选“山东省放心消费示范单位”,4家获评“中国好门店”。

2025年

未发生市场营销相关违法违规事件

开展市场营销培训 **2** 次 参与培训 **148** 人次 开展培训总时长 **300** 小时

完善关系管理

治理

公司持续完善投诉处理体系,制定实施《客服工作管理规范》等多项管理制度、搭建多元化投诉渠道,实施闭环管理。

影响、风险和机遇管理

公司通过开展满意度调研、建立健全意见反馈与投诉处理机制,全面倾听顾客诉求、及时响应顾客需求,切实保障顾客合法权益与身心健康,持续提升服务质量与顾客体验。

响应客户诉求

快速响应并有效解决客户诉求对公司至关重要,公司重视顾客意见,将顾客的反馈视为改善服务、提升顾客体验的动力,不断优化服务流程、提升响应效能,实现顾客满意与服务品质的双提升。

公司通过GB/T27922《商品售后服务评价体系》并获“五星”认证,彰显服务领先性与创新性。

完善客服管理体系

公司客服工作按照总部—区域—门店—专柜/商户四级体系实施管理。总部设立客服部,隶属于顾客关系管理部,统筹公司客服管理工作;区域负责牵头本区域门店客服业务规范管理,检查考核门店客服制度规范执行情况;组织实施所辖门店客服培训与交流学习,提升客服业务水平;门店负责公司客服管理制度规范的落地执行工作及所辖入口客服业务的接待和处理工作;专柜/商户负责所辖入口客服业务的接待和处理工作,同时配合及时、妥善解决门店客服岗接待的相关投诉案件。

客服受理途径

公司设置多种客户投诉沟通反馈渠道,顾客可通过现场投诉、扫码投诉、电话投诉、购物平台投诉、职能部门转诉和信函投诉,公司以“零漏接、速闭环”驱动服务升级,实现客服年度指标全达标。

客服工作流程

根据客户诉求进行分类处理,解决完成后进行结案归档。



咨询类

总部客服人员能够直接进行答复的直接予以答复,需要落实的与相应部门或门店联系落实后按照约定时限答复顾客。



投诉类

总部客服人员应及时填写《顾客投诉反馈单》并发送给相应部门或门店,由部门或门店及时主动联系顾客沟通处理。原则上48小时内解决完毕(职业打假、过度维权类除外)。处理完毕2日内将最终处理结果向总部反馈,总部做好督办记录。



跟进督办

总部客服人员对接转交至门店处理的客诉问题进行持续跟进和监督,直至客诉处理完毕。



结案归档

总部客服人员办结的,总部客服人员应将结果及时反馈给相应门店;门店客服人员办结的,门店客服人员应在2日内将经门店客服负责人审核的《顾客投诉反馈单》发回总部客服中心存档备案。

顾客投诉解决时效

咨询类问题

- 能够直接进行答复的直接予以答复,需要落实的与相应部门或门店联系落实后当日答复顾客。

投诉类问题

- 一般性投诉必须日清部门或门店24小时内主动联系顾客,48小时内解决完毕(职业打假、过度维权类除外)。

2025年

顾客有效投诉 **1498** 次

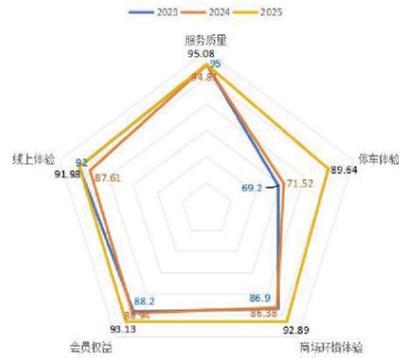
顾客投诉办结率 **100** %

满意度调查

顾客与商户的满意度是公司发展的核心基石,公司编制服务指导手册,推动服务标准化,同时打造标品陈列样板店、开展服务明星评选,推动门店陈列标准化升级,多项举措助力顾客满意度显著提升。2025年,公司首次启动顾客+商户双问卷满意度调查,顾客满意度调研,锁定服务上下游全链路痛点,其中顾客问卷涉及22个题目,商户问卷涉及19个题目,调研围绕商品品质、服务体验、购物环境、运营支持、政策扶持、合作体验等维度,通过银座惠生活平台、调研二维码等多渠道回收有效问卷。公司依托调研广泛收集顾客意见建议,编制《2025银座满意度调研报告》,精准倾听市场声音,为持续提升顾客满意度明确方向、拓宽思路。

2025年,满意度调查回收顾客问卷5.3万份,回收商户问卷1.2万份,顾客满意度95.6%,同比提升9.6%,商户合作关系满意度91.8%。其中调查显示,停车体验同比大幅提升18.12%,环境体验、线上体验分别提升6.51%、4.37%,服务质量稳步改善。

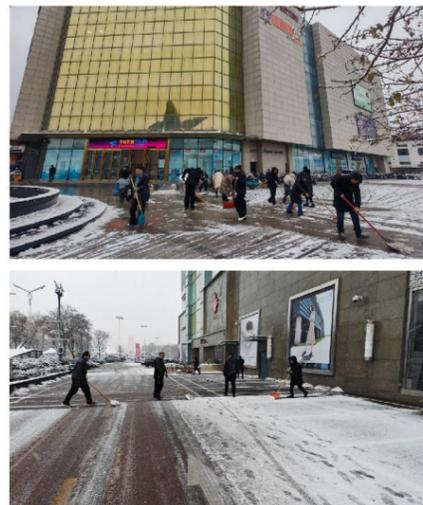
通过满意度调研,公司梳理了各维度的改进方向并推动整改措施有效落地,助力顾客满意度持续提升。



满意度雷达图

保障顾客身心健康

公司始终以顾客安全与健康为核心,健全风险防控体系,完善应急管理机制,制定《物业品质管理手册》《防汛应急预案》等制度,明确防疫消杀、有害生物治理及雨雪、风沙暴等特殊天气的标准化应对措施。针对各类恶劣天气,建立提前预警、前置筹备的全流程应对模式,依据气象预报督促各门店备齐融雪剂、除雪工具等应急物资,完成设施设备检修及防冻、防滑防护工作,安排专人及时开展积雪清扫等现场处置;同时专项制定雨天、雪天、风沙暴等应急处置预案,全方位防范化解恶劣天气带来的安全风险,切实保障顾客与员工的出行安全、通行顺畅,全力打造安全、舒适的购物环境。



开展积雪清扫

指标与目标

| 指标 | 目标 | 2025年完成情况 |
|---------|--------|-----------|
| 顾客接待率 | 100% | 100% |
| 顾客投诉处结率 | 不低于98% | 100% |

强化质量管理

银座股份坚守卓越品质与服务,强化商品质量监督,全面建立质量管理体系,建立健全管理制度和流程,筑牢食品安全防线,全力保护消费者合法权益。

健全质量管理体系

治理

公司构建全链条质量管理体系,完善商品采购、验收、储存、销售各环节管理制度与标准化流程,2025年成立品控管理部,以“践行品质、美好生活”的质量承诺为指引,制定《质量管理手册》《质量程序手册》《质量安全风险日管控、周排查、月调度管理制度》《产品质量安全管理人员培训考核制度》《超市门店质量管理规范及处罚管理办法》等制度,通过ISO 9001质量管理体系、ISO 22000食品安全管理体系、HACCP危害分析与关键控制点体系、商品售后服务评价体系、ISO 28000供应链安全管理体系认证,认证范围覆盖银座股份及济南广场店、济南玉函店两个门店。报告期内,公司已完成管理体系监督审核及再认证,致力于为顾客提供安全健康优质的产品。公司建立“总部—区域—门店”三级质量安全管理机构,形成权责清晰、流程规范的品质管理框架,为商品质量把控奠定制度基础。

影响、风险和机遇管理

公司加大商品质量监督力度,强化全过程监督,确保质量管理体系运行平稳、风险可控。

强化全过程监督检查

公司构建贯穿供应链全周期的食品安全风险防控体系,实施分级、分类的飞检策略,对采购源头开展供应商资质审核与商品抽检,对在营商产品实施常态化巡检、专项检查与随机抽查,实现源头可溯、风险可控、去向可查、责任可究的精准过程管控。

2025年

产品和服务相关的安全与质量重大责任事故 **0** 起

飞检管控

公司为系统化管控质量风险,将现场评估划分为验厂、访厂、审厂三种类型,围绕十二个核心维度开展评估。

验厂

准入评估,风险前置

针对新合作基地及自有品牌代工厂,执行合作前验厂程序。

访厂

专项诊断,保障稳定

对既有品牌方与合格供应商,执行周期性的合作中访厂。

审厂

飞行检查,精准溯源

以问题为导向,启动专项审厂。

十二维度评估

- ◆ 生产资质
- ◆ 食品安全自查
- ◆ 卫生与虫害控制
- ◆ 产品标准
- ◆ 产品检验检测
- ◆ 仓储运输
- ◆ 进货查验
- ◆ 生产环境
- ◆ 标签标识
- ◆ 产品追溯与召回
- ◆ 生产过程监控
- ◆ 从业人员管理

指标与目标

2025年

| | | | |
|------------|------------------|---------|----------------|
| 百购事业部抽检商品 | 23608 ↑ | 抽检商品合格率 | 97.40 % |
| 超市事业部抽检农产品 | 314357 批次 | 合格率 | 99.94 % |

筑牢食安防线

治理

公司将食品安全视为企业运营的重中之重,严格遵循《中华人民共和国食品安全法》等一系列相关法律法规,重塑食品安全体系搭建,制定《食品生产企业审核标准》《非食品生产企业审核标准》《水产品养殖认证基地审核标准》《果蔬基地审核标准》《银座超市访厂管理办法》,把控食品安全质量,筑牢食品安全防线。

公司通过ISO 9001质量管理体系、ISO 22000食品安全管理体系、HACCP危害分析与关键控制点体系、商品售后服务评价体系、ISO 28000供应链安全管理体系等体系认证。



影响、风险和机遇管理

公司构建全链路食品安全管理体系,严格落实临期商品管控,常态化开展食品安全培训,全方位筑牢食品安全防线。

构建全链路食安体系

公司不断优化食品安全监管流程,建立并压实“食品安全责任制”,实施分级管理,明确各岗位责任,设定质量目标,逐级签订《商品质量安全责任书》;定期组织采购人员准入标准培训考核,实施食品安全员“考核+挂牌”上岗机制,确保100%持证上岗,打造专业化食安管理团队。报告期内,开展“品质至上,信赖之选”质量月活动,对门店食品安全进行考核评级,守护消费者“舌尖上的安全”。

食品安全数智化建设

以科技赋能食品安全管理目标,构建全链路从源头到终端的溯源体系、证照效期预警体系、智能化商品准入标准体系、智慧化飞检报告精准体系。筑牢“从田间到餐桌”的安全防线,真正实现源头可溯、去向可查、风险可控、责任可究。

食品安全追溯体系建设

公司加大食品安全追溯体系建设,通过周期性复审、验收记录抽查及质量台账管理,确保食品安全可追溯。



生猪产品追溯

依托“山东食链”系统实现生猪产品电子化追溯,消费者扫描销售区二维码即可查询检验检疫、供货及配送等全流程信息,目前系统内门店已全覆盖。

食品安全检测体系建设

公司制定《合格商品引入流程》《各品类检测流程》(快检、飞检、盲检)、《第三方检测机构管理与送检流程》《不合格品处理与危机应对流程》,构建多层次、全流程、高精度的食品安全检测体系,涵盖专业实验室检测、快速筛查、全过程环节审核三大核心板块,加强产品质量监管,通过源头质量管控,保障食品安全。



银座食链

依托“银座食链”视频号和公众号,设立“行业一周舆情”“银座食安大讲堂”“银座食安直通车”等宣导版块,发布行业信息、法规解读、商品知识以及优秀食安工作经验分享,护航美好生活。2025年,共发布“银座食链”视频号23期,公众号发布检测公示55期。

食品召回管理

公司重视食品安全管理,制定《食品召回管理办法》等管理办法,实行食品安全“第一责任人”制度,总部食品安全管理负责人、各区域门店负责人是食品召回第一责任人,建立覆盖采购、验收、储存、销售、召回等全链条的食品安全责任制,有效防控食品安全风险。报告期内,开展食品召回演练1次。

召回管理体系

公司设立食品安全召回工作组,由品控管理部负责人担任组长,超市事业部、数字化经营中心为核心成员,统筹协调公司食品召回工作。品控管理部为召回工作牵头部门,各区域门店负责召回工作的具体落地实施,超市事业部负责联系供应商或生产厂家,数字化经营中心负责线上销售平台的召回工作。

召回情形的发现与启动

各门店发现可能存在召回情形时,应当立即停止销售相关食品,采取临时封存措施,并第一时间上报品控管理部,品控管理部接到报告后,立即核实产品库存、销售流向、批次信息,形成初步核实报告,判断是否属于应当召回的情形。经确认属于应当召回情形的,由品控管理部会同超市事业部根据风险的严重程度,严格按照规定确定召回等级,分级启动召回工作。

召回实施流程

品控管理部根据确定的召回等级制定《食品召回计划》,向相关供应商、生产厂家发出正式书面召回通知,向市场监督管理部门书面报告召回计划,并通过店内公告、官网、公众号、线上平台等渠道发布召回公告(经市场监管部门确认无需向社会发布的除外)。

门店对召回的商品下架、封存、登记、退库;按要求在店内醒目位置张贴召回公告;受理消费者咨询、投诉及退换货,完整记录信息并及时上报。

召回食品的处理

召回后的食品应专区存放、专人保管、清晰标识,并建立召回食品处理台账,详细记录相关信息。

信息报告与记录管理

品控管理部应按规定履行报告义务。

培训与演练

食品安全召回工作组应定期组织业务培训及应急演练。



召回流程

临期商品管理

公司加强各门店对临期商品的规范化管理,严格遵循“允收期”标准,明确临期商品管理直接责任人,建立清晰的临期商品处理流程。在收货环节,检查商品生产日期和保质期,对临期商品予以拒收或隔离;对已上架销售的临期商品,及时进行隔离标识,并通过打折、买赠等方式加快出清,确保门店无过期商品出现。

食品安全培训

公司始终坚守“践行品质,美好生活”的质量承诺,以全员培训、应急演练、主题宣传、文化建设为抓手,全方位筑牢食品安全防线,持续强化质量管控与食安文化建设,不断提升全员食安意识与应急实战能力。

多维培训赋能

聚焦国家标准、法律法规与实操技能,组织“线上+线下+直播”多维培训,全年开展专题培训26次,参训人数超600人,总培训时长超35400小时。

2025年

公司组织食品安全专业培训 **26** 次 参训超 **600** 人
总培训时长超 **35400** 小时



提升食安意识

常态化开展食品安全应急演练,锤炼实战响应能力;以“3·15”为契机举办“筑牢食安防线”系列活动,通过食品安全知识竞赛、“以案说法”普法培训强化宣传,同时邀请市场监管部门参观农残快检室,彰显行业标杆实力。



食品安全知识技能竞赛

指标与目标

2025年

| | | | |
|-----------------|--------------|--------|--------------|
| 食品召回事件 | 0 件 | 食品安全事件 | 0 起 |
| 参与采购人员准入标准培训考核共 | 182 人 | 合格率 | 100 % |



数字化转型变革

银座股份将数字化转型作为推动高质量发展的重要引擎,统筹推进线上业务生态构建、数据安全体系完善、数据资产价值挖掘等重点任务,以数智化手段重塑运营模式、优化资源配置,切实将数字化优势转化为发展胜势,为企业实现更高质量、更有效率、更可持续地发展提供坚实支撑。

打造“线上银座”

公司以建设“线上银座”为核心目标,全力打造“鲁商生活+即时零售+本地生活+电商直播”四位一体的数字化运营体系。获评2025年度抖音生活服务“NKA年度区域经营标杆奖”、抖音本地生活服务2024年度“卓越品牌”、首届“好品山东”电商直播大赛优秀组织奖等荣誉,成功入选全国零售业创新提升案例。

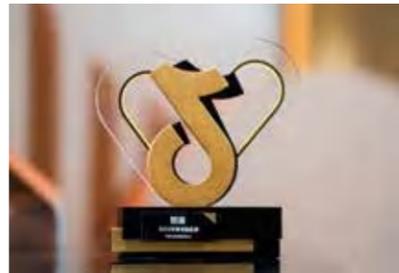
案例 获评2025年度抖音生活服务“NKA年度区域经营标杆奖”

公司以数字化转型为核心,深化与抖音本地生活平台战略合作,构建“短视频引流+直播转化+线下爆发”的全域营销闭环,推动线上流量向线下消费高效沉淀,凭借精细化运营与卓越经营成效,荣获2025年度抖音生活服务“NKA年度区域经营标杆奖”。

2025年,公司深耕抖音本地生活生态,创新直播运营模式,培育优质爆品矩阵,培养银座职人,形成特色运营优势,重点档期直播屡创佳绩,直播及短视频曝光突破16亿次,向线下门店引流362万人次,实现品牌声量与经营成效双提升,成功跻身区域经营标杆。未来,公司将持续深化平台合作,发挥标杆引领作用,完善全域营销体系,激活消费潜力,助力线上线下深度融合,为加快数字化转型筑牢根基。



“NKA年度区域经营标杆奖”



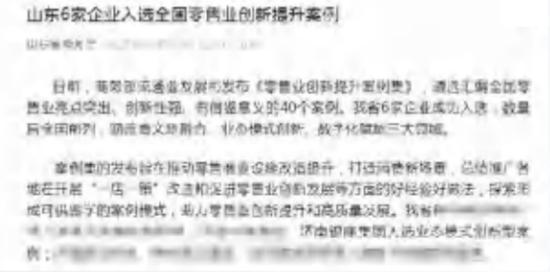
抖音本地生活服务“卓越品牌奖”



首届“好品山东”电商直播大赛优秀组织奖



荣获美团服务最具影响力品牌



入选全国零售业创新提升案例

鲁商生活平台

以系统化运营为支撑,深度融合线下实体资源与线上供应链优势,推动线上平台实现高质量发展。



全域营销场景联动

百购板块以节庆营销为抓手,强化品牌资源整合与全员分销,打造超2000万品牌1个、超百万品牌3个;超市版块聚焦消费场景细分,以“超级品牌月”“品牌专场联播”“买手带货”“节日场景”为核心,提升销售规模。



扩充线上专属供应链

依托鲁商集团供应链大会、产业带对接、招商直播等多元渠道,累计引进线上专属品牌325个,线上品牌销售同比增长41%,差异化竞争优势逐步凸显,匹配消费者多样化、个性化需求,提升消费便捷度。



深耕私域运营链路

通过线下推广、社群裂变等方式新增企微好友48万人,私域粉丝规模达480万人;开展私域营销活动732次,触达用户182万人,精准对接消费者需求,激活用户全生命周期价值。



私域工作培训

攻坚即时零售

以优化运营策略为抓手,推动三方即时零售平台稳健发展。聚焦大单品打造,五粮液单品销售同比增长77%;抖音小时达探索榴莲开果、现场炒鸡等特色直播模式,位列KA渠道榜首;通过目标人群精准投放、神价商品引流等方式,高效满足消费者需求,拓宽优质食品供给渠道。

深耕本地生活

依托本地平台流量优势,构建“短视频引流+直播转化+线下爆发”的全域营销闭环,实现线上公域流量向线下到店消费的高效沉淀,贴合本地消费者饮食偏好优化食品供给,丰富本地居民食品选择,满足双重消费需求,提升消费幸福感。

打造
爆品矩阵

聚焦直播商品结构优化,结合时令消费特点,采用“节点大场直播+职人常态化直播”相结合的模式,打造车厘子、纸品、啤酒等超市爆品,爆品带动效应凸显。

整合
补贴资源




消费券发放直播

拓展电商直播

创新“公域引流破圈+私域沉淀转化”双轮驱动运营模式,探索电商直播新业态,探索业务新增量。

公域引流破圈

- 加速推进直播基地建设,完成抖音、快手、小红书等全域平台对接,开设27家官方店铺;积极拓展达播资源,构建中腰部达人资源池。



银座直播基地

私域沉淀转化

- 选定泰莱区域启动私域电商试点,完成系统权限配置;制定配套运营体系,明确款台拉新策略及员工拉新激励政策,测试拉新路径,完成拉新话术和运营SOP标准化流程。



商品标准化流程培训



数据安全与隐私保护

为全面落实数据安全与隐私保护相关法律法规要求,公司构建全链条保障体系,通过健全管理机制、强化应急能力、夯实保障措施、规范隐私保护,全方位守护数据安全与个人合法权益,为业务稳健发展保驾护航。

管理机制

公司制定并落实《数据安全与隐私保护管理制度》《信息安全管理办法》《信息数据使用和保存管理办法》《计算机网络管理办法》《信息系统应急制度》《上网行为管理办法》《信息系统数据变更提取管理规范》《网络安全漏洞管理规范》等管理制度,确保信息安全管理有章可循、有据可依。

公司成立网络安全工作领导小组,明确党委书记为网络安全第一责任人。领导小组全面负责网络安全工作,研究制定网络安全发展规划和重大政策,统筹协调网络安全工作的重大问题,推进标准化、制度化建设。公司定期组织培训,加强安全意识宣传。

2025年

网络安全培训 2 次 网络安全培训参与 280 人 网络安全培训 600 小时

案例 网络安全专题培训

2025年9月举办网络安全专题培训,围绕网络安全形势、零售行业风险防范、《中华人民共和国网络安全法》等法规展开,通过典型案例讲解增强实操能力。培训覆盖总部信息相关人员及各门店分会场,确保安全要求传递至全员,从意识层面筑牢安全防线。



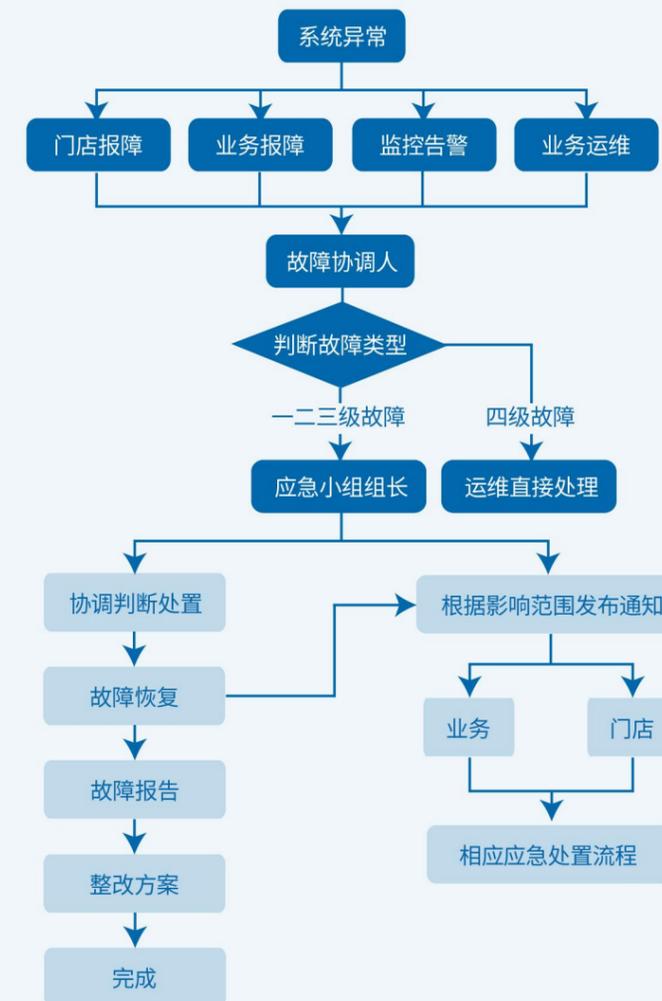
网络安全专题培训

应急事件管理

公司依据《中华人民共和国网络安全法》《国家网络安全事件应急预案》《中华人民共和国突发事件应对法》以及其他法律法规,制定《信息系统应急制度》,按危害程度划分为四级应急事件,规范应急处置流程。2025年,公司开展了10场业务连续性应急演练。报告期内,未发生数据安全事件。

公司成立网络信息系统应急保障小组(以下简称应急小组),作为公司网络信息突发事件应急处理的最高决策指挥机构,负责信息系统应急管理工作的领导和决策,以及对信息系统突发事件的应急处置工作。

应急处置流程



应急保障措施

通信保障

应急小组所有成员应保证全天24小时通信畅通。

技术保障

信息运维部会同相关业务部门负责落实。

队伍保障

建立符合要求的技术支持力量,对关键岗位或角色安排备份,技术维护人员提供技术支持和培训服务。

传达保障

信息运维部负责保障应急过程中的上传下达,确保应急组长、业务关键领导能在第一时间知晓事件并了解事件处理过程与结果。

培训演练

每年常态化组织突发事件应急预案相关培训;每年至少安排一次数据泄露应急预案演练。

信息安全审查

公司严格遵循《中华人民共和国网络安全法》《信息安全等级保护管理办法》等要求,对ERP系统、供应商服务系统、全渠道会员营销系统、停车场管理系统等开展网络安全等级保护工作,均已通过备案与测评。其中3级系统每年开展一次测评,2级系统每两年开展一次测评,报告期内已完成相关测评工作。

2025年,通过安全服务厂家、等测评机构按季度完成漏扫和模拟渗透,并针对检查结果逐项分析,完成动态安全加固,通过三方IT审计和内部安全审计,完成安全管理风险梳理和针对性完善。

在此基础上,公司凭借扎实的技术支撑能力,通过国家信息安全漏洞库考察,获评“国家信息安全漏洞库(CNNVD)技术支撑单位等级证书(三级)”,成为技术支撑单位。



信息安全保障措施

为筑牢信息安全防线,公司构建全维度安全保障体系,从加密、访问控制、数据备份等技术防护、数据全生命周期管理到国家标准落地,多环节协同守护系统稳定、数据安全。此外,公司的信息安全与隐私保护措施覆盖供应商及其他商业伙伴,形成全链条安全防护网络。

附件1

2024 信息技术应用创新解决方案典型应用案例入围名单

(排名不分先后)

| 序号 | 解决方案 | 申报单位 | 申报领域 |
|-----|-------------------------|--------------------------|------|
| 1 | 基于内存行为特征的国产自主可控未知威胁防护方案 | 北京市大数据中心、北京网信(北京)科技有限公司 | 安全服务 |
| 2 | 山西第一体化政务服务平台数据治理项目 | 山西省行政效能服务中心 | 政务服务 |
| 128 | "医医通+公共管理交易"数字见证服务平台 | 厦门市公共管理交易中心、厦门数字证书管理有限公司 | 其他 |
| 129 | 基于国产分布式数据库的银座超市系统应用方案 | 银座集团股份有限公司 | 其他 |

“基于国产分布式数据库的银座超市系统应用解决方案”入选工业和信息化部信息中心2024年(第六届)信息技术应用创新解决方案名单。

附件

山东省信息技术应用创新解决方案名单

| 序号 | 方案名称 | 申报单位 |
|-----|---------------------------------|-----------------|
| 188 | 山东健康“基于AI的一体化智能医疗安全运营方案” | 山东新华健康集团大健康有限公司 |
| 189 | 山东健康集团基于多模态和隐私计算的数据应用创新方案 | 山东健康集团 |
| 191 | 基于信创自主数据库的银座官网改造解决方案 | 银座集团股份有限公司 |
| 192 | 基于数据中台的全域多数据源风控监测平台 | 德州山东德地电子科技有限公司 |
| 193 | 基于国产化自主多源融合数据源的大件运输车辆智能检测系统应用案例 | 山东高速济南发展有限公司 |

“基于信创自主数据库的银座官网改造解决方案”入选2025年山东省信息技术应用创新解决方案名单。

2025年度山东省优秀大数据应用案例

| 序号 | 申报单位 | 应用案例名称 | 所属市 |
|----|----------------------|--------------------------|-----|
| 16 | 智慧零售(山东)大数据分析与综合应用案例 | 基于大数据融合的人工智能智慧化与综合应用案例 | 济南市 |
| 17 | 智慧零售(山东)大数据分析与综合应用案例 | 基于大数据融合的人工智能智慧化与综合应用案例 | 济南市 |
| 18 | 银座集团股份有限公司 | 基于国产分布式数据库的银座超市ROC系统应用案例 | 济南市 |
| 19 | 山东福乐科技股份有限公司 | 智慧零售(山东)大数据分析与综合应用案例 | 济南市 |
| 20 | 济南多源信息技术有限公司 | 智慧零售(山东)大数据分析与综合应用案例 | 济南市 |

“基于国产分布式数据库的银座超市ROC系统应用案例”入选山东省优秀大数据应用案例。

网络安全保障

- 统一规划网络架构,部署防火墙实现网络隔离;外部联接需审批,严禁未授权外联。
- 核心网络设备超级用户密码统一管理,设备配置变更需审批并备份;管理员账户口令每半年更新,长度≥8位,禁用默认口令。
- 办公电脑安装杀毒软件并落实一对一责任制,前台款机仅限访问业务服务;远程接入需审批,VPN账号密码定期更换、严禁外借。

数据安全保障



- 重要业务及核心应用系统建立容灾机制,采用物理+逻辑备份结合的备份策略,定期检查备份有效性并留存档案。
- 明确各类数据留存期限,超期自动清理;特殊需长期留存的数据需逐级签批。
- 数据变更、删除、提取需提交申请表,经审批后由指定人员操作,删除前需确认归档备份;对外提供数据需相关领导签批,禁止未经授权导出、转发。
- 基于保障信息安全的基础前提,通过对不同敏感等级、不同用途的信息进行科学分类、分级管控,实现“精准防护、按需管控”,从源头降低信息泄露、滥用的风险。
- 搭配加密、去标识化等安全技术措施,进一步筑牢信息安全防线,确保信息在存储、传输、使用全生命周期的安全性、保密性和合规性。

消费者隐私保护

公司制定《数据安全与隐私保护管理制度》《信息数据使用和保存管理办法》等制度,向消费者发布消费者隐私保护声明,构建覆盖消费者及相关方个人信息收集、存储、使用、传输、销毁的全生命周期保护体系。同时定期开展隐私保护培训,强化全员责任意识,切实保障个人合法权益与数据安全。报告期内,未发生消费者隐私泄露事件。



聚力改革创新

改革创新是企业实现高质量发展的关键抓手。公司锚定国企改革深化提升行动要求,以体制机制改革破除发展壁垒,以技术、服务、营销多维创新激活内生动力,构建起改革赋能、创新驱动的发展新格局,为企业转型升级筑牢坚实根基。

深化国企改革

紧扣“五控五定”要求,扎实推进总部“瘦身”,深入推动重点区域整合,组织架构持续优化。“一人一表两合同”与新型经营责任制实现全覆盖。干部队伍活力增强,通过初级人才库增补、后备店长班及多项专项培训夯实梯队。

创新驱动发展

公司坚持以创新为核心发展引擎,聚焦新业务、服务场景与营销模式等维度深化创新实践,通过场景赋能、模式焕新激活消费潜力,以差异化创新举措驱动品牌价值提升与经营效能增长,为企业高质量发展注入持久动力。

服务场景创新

公司将服务场景创新作为驱动品牌价值提升、增强用户粘性的关键举措。通过打造沉浸式、互动式消费场景,全方位优化用户购物体验,以场景赋能服务升级,为消费者带来更具温度与获得感的消费服务体验。

案例 济南花园店龙虾节

济南花园店以“龙虾节”为抓手创新零售服务场景,推出明档厨房活虾现炒活动,搭配抖音直播引流、优惠券核销及抽奖等线上线下联动举措,吸引超400名市民到店,线上直播播放量1200余人次,以场景化营销激活消费热潮,为传统零售业态挖掘出新的销售增长点。



济南花园店龙虾节

营销模式创新

公司超市事业部锚定“大健康”主题创新营销模式，通过基地溯源、场景搭建实现营销体验升级：推出环卫工人清凉补给站、肉品源头直采等举措保障民生食安，举办自有品牌好品发布会、打造“中华火锅节”强化会员互动体验，以多元场景化营销引领消费者走向可持续的生活方式。



肉制品定点加工厂



中华火锅节

加大研发投入

公司高度重视并鼓励研发创新，严格遵守《中华人民共和国科学技术进步法》，依托鲁商集团研发创新体系，聚焦线上平台搭建、数字化应用工具建设、数字化营销平台建设等方向，以技术创新驱动零售业态转型升级。公司营造鼓励员工创新的企业文化，通过公众号“星榜样”专栏，聚焦平凡岗位上躬身笃行、匠心服务、革新求变的奋斗者，挖掘创新先锋的鲜活故事，生动诠释“银座精神”。2025年研发投入1351.89万元，研发投入占营业收入比例0.26%，同比增长0.81%。

研发成果

公司采取敏捷开发、快速迭代的研究思路，研发业务通过委外研发方式实现。2025年，公司研发项目主要为新超市ROC系统项目建设、业务中台产品承载力提升和数仓建设，均按计划有序推进，详情请参阅银座股份2025年年度报告。

研发激励

公司以“激发微创新·汇聚大能量”为主题，常态化开展“五小”（小发明、小创造、小革新、小设计、小建议）创新活动。通过搭建成果展示交流平台、完善奖励推广机制，鼓励全员立足岗位创新献策，厚植全员创新氛围，为研发项目落地与高质量发展注入持续动力。报告期内，公司举办首届“聚势共生，创见未来”创新创意大赛，一批兼具创新性与实操性的金点子脱颖而出，展现出员工在创新实践中的活力与智慧。

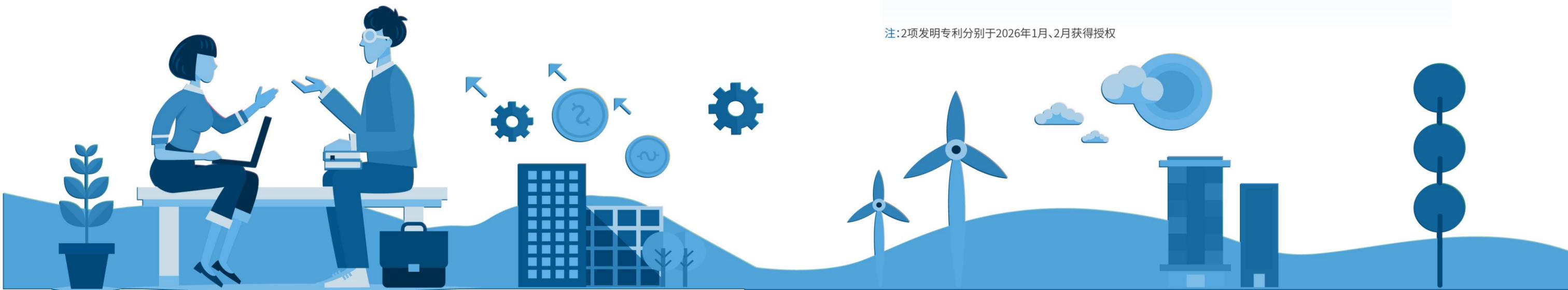
保护知识产权

公司制定《专利商品管理规范》等制度，由数字化经营中心负责知识产权的管理工作，不断完善企业内部知识产权保护和管理体系，规范专利、软著的申报、审核、办理及归档全流程管理机制，明确各部门职责分工与工作标准。同时，建立常态化知识产权评估分析机制，定期对专利价值、有效性进行研判，强化商标、专利、著作权等知识产权的全链条保护，及时排查并处置侵权行为。报告期内，申请发明专利2项，新增软件著作权10项，未发生知识产权侵权事件。截至报告期末，累计软件著作权25项。

2025年 |

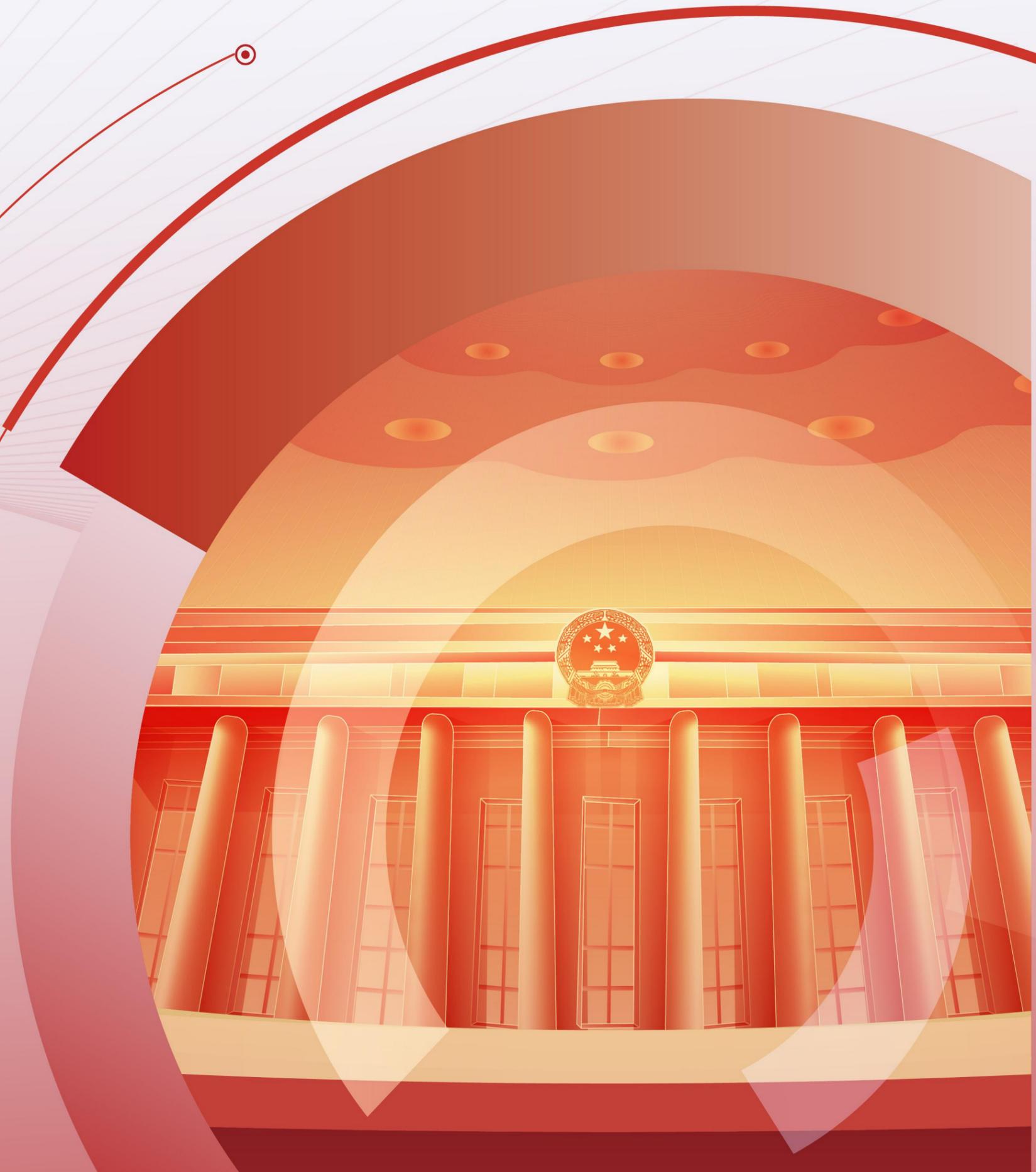
申请发明专利 **2** 项 软件著作权 **10** 项

注：2项发明专利分别于2026年1月、2月获得授权



稳健前行 夯实治理基石

银座股份以完善中国特色现代企业制度为核心，将党的领导贯穿公司治理全过程，持续优化治理架构、健全内控机制，统筹推进治理效能提升、诚信经营、商业道德恪守，为企业高质量发展筑牢坚实根基。



提升治理效能

公司锚定高质量发展目标,持续完善现代企业制度,不断优化治理结构、健全制度体系、规范决策流程,推动治理体系和治理能力现代化建设走深走实,为公司长远发展提供治理保障。

规范公司治理

2025年度,公司严格遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规及监管要求,持续健全治理结构、修订完善治理制度体系,进一步提升公司治理规范化水平与运营效能。

公司治理制度

公司聚焦治理结构优化、权责边界厘清、监督机制完善等关键环节,开展治理制度修订工作,系统推进治理制度的修订完善,为企业稳健运营筑牢制度保障。

2025年主要治理制度修订情况

- 《银座集团股份有限公司章程》
- 《银座集团股份有限公司董事会议事规则》
- 《银座集团股份有限公司投资者关系管理制度》
- 《银座集团股份有限公司董事会专门委员会实施细则》
- 《银座集团股份有限公司信息披露管理制度》
- 《银座集团股份有限公司内幕信息知情人管理制度》
- 《银座集团股份有限公司独立董事工作制度》
- 《银座集团股份有限公司重大信息内部报告制度》
- 《银座集团股份有限公司股东会议事规则》
-

公司治理结构

公司构建起权责法定、权责透明、协调运转、有效制衡的法人治理结构,明确股东会、董事会及经理层的权责边界,形成科学决策、高效执行、有效监督的治理运行机制。根据2024年7月1日起实施的《中华人民共和国公司法(2023修订)》及2025年3月28日起实施的《上市公司章程指引(2025)》等相关法律法规的规定,结合公司的实际情况,经公司2025年第三次临时股东大会审议通过后,公司取消监事会,监事会的职权由董事会审计委员会行使。



股东会

股东会是公司的最高权力机构。公司严格按照法律、行政法规、《上市公司股东会规则》及公司章程的相关规定,修订《股东会议事规则》,规范股东会召集、提案、通知、召开等流程,保证股东尤其是中小股东能够依法行使权利。

报告期内

公司召开股东会 **5** 次 审议通过议案 **25** 项



董事会

董事会是公司经营决策的常设机构,执行股东大会的决议。公司严格按照法律、行政法规、监管指引及公司章程相关规定,修订《董事会议事规则》,规范董事会的议事方式和决策程序,提高董事会规范运作和科学决策水平。

报告期内

公司召开董事会 **14** 次 审议通过议案 **56** 项 董事会成员出席率 **100** %

专门委员会

公司董事会下设战略与ESG委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会等专门委员会。报告期内,公司修订《董事会专门委员会实施细则》,进一步厘清各专门委员会工作职责、规范履职流程。各专门委员会立足专业优势,为董事会科学决策提供有力支撑。报告期内,公司召开专门委员会会议16次,审议议案33项。

| 专门委员会 | 职责 | 成员构成 | 2025年工作情况 |
|---------------|--|---|--------------------------------|
| 战略与ESG委员会 | 主要负责对公司长期发展战略和重大投资决策与ESG相关事项进行研究并提出建议。 | 由3名董事组成,其中独立董事2名,占比66.67%,独立董事担任召集人。 | 召开会议2次 审议通过议案5项 出席率100% |
| 审计委员会 | 主要负责公司内、外部审计的沟通、监督和核查工作,行使《中华人民共和国公司法》规定的监事会的职权。 | 由3名董事组成,其中独立董事2名,占比66.67%。委员中至少有1名独立董事为专业会计人士,且由独立董事担任召集人,审计委员会的成员为不在上市公司担任高级管理人员的董事。 | 召开会议5次 审议通过议案16项 出席率100% |

| 专门委员会 | 职责 | 成员构成 | 2025年工作情况 |
|--------------|--|--------------------------------------|-------------------------------|
| 提名委员会 | 主要负责拟订董事、高级管理人员的选择标准和程序,对董事、高级管理人员人选及其任职资格进行遴选、审核,并提出建议。 | 由3名董事组成,其中独立董事2名,占比66.67%,独立董事担任召集人。 | 召开会议5次 审议通过议案6项 出席率100% |
| 薪酬与考核委员会 | 主要负责制定公司董事及高级管理人员的考核标准并进行考核;负责制定、审查公司董事及高级管理人员的薪酬政策与方案,对董事会负责。 | 由3名董事组成,其中独立董事2名,占比66.67%,独立董事担任召集人。 | 召开会议4次 审议通过议案6项 出席率100% |

董事会多元化

公司建立董事会多元化管理体系,包括但不限于性别、年龄、教育背景、专业经验及服务任期等因素。公司现有董事会成员涵盖不同年龄阶段与专业领域,拥有丰富的财务、金融、管理、工程等工作经历,充分利用专业知识为公司决策提供保障。截至2025年末,公司董事会成员有7人,其中职工董事1人;女性董事2人,女性董事占比28.57%。

按性别划分



按年龄划分



按学历划分



硕士及以上
7人

按专业背景划分



财务
3人

金融
2人

管理
1人

工程
1人

董事会独立性

公司严格遵循《上市公司独立董事管理办法》等法律法规要求,持续完善独立董事履职保障机制,充分发挥独立董事独立监督、专业赋能作用,为公司规范治理和高质量发展提供坚实支撑。

报告期内

| | | | |
|------------|------------|--------|----------------|
| 董事会共有独立董事 | 3 人 | 占比 | 42.86 % |
| 独立董事专门会议召开 | 5 次 | 审议通过议案 | 9 项 |

公司董事长与总理由不同人员担任

独立董事任职资格

公司现任独立董事均具备法定任职资格,未在公司担任除独立董事外的其他职务,与公司及公司主要股东、实际控制人不存在直接或者间接利害关系,不存在任何影响独立性的情况。

独立董事制度保障

为保障独立董事规范履职,在报告期内修订完善《独立董事工作制度》《独立董事专门会议工作细则》《独立董事年报工作制度》等制度,进一步完善公司治理结构,充分发挥独立董事在公司治理中的作用,促进公司高质量发展。

独立董事履职情况

2025年,独立董事严格按照有关法律法规、规范性文件和《公司章程》的要求,认真履行独立董事职责,积极参与公司重大事项决策,充分发挥专业特长和优势,独立客观发表意见,充分发挥了独立董事的作用,努力维护了公司和全体股东尤其是中小股东合法权益。

董事会有效性

公司已建立完善的董事会有效性评估机制,定期对董事会工作情况进行年度审查,通过年度报告、董事会工作报告、内部控制评价报告等披露董事会年度履职情况。

董事会定期编制年度工作报告,对年度经营成果及履职情况等内容进行全面分析,并提交股东会审议;独立董事定期向董事会及股东会提交独立性自查报告和年度述职报告,汇报独立性、履职情况及重点关注事项;审计委员会定期向董事会提交履职报告、会计师事务所履行监督职责情况报告。报告期内,上述提交报告均审议通过并对外披露。

高管薪酬与考核

公司根据《中华人民共和国公司法》《上市公司治理准则》《章程》及其他相关规定,制定《董事、高级管理人员薪酬管理制度》,以经营业绩、战略目标为核心,结合岗位职责、履职成效及行业水平,确保薪酬与价值创造深度绑定。报告期末,公司高级管理人员女性占比20%。

管理机构职责

董事会薪酬与考核委员会负责制定高管考核标准并进行考核,年度薪酬方案、专项奖励等提交董事会审议确认;人力资源部门为执行机构,落实薪酬委员会决议,制定薪酬发放细则,协助开展考核评估,办理薪酬发放等事宜。财务部门负责薪酬资金的预算安排与支付结算,配合人力资源部门完成薪酬发放流程。

高管薪酬构成



薪酬考核管理

根据公司整体指标,分别签署业绩考核目标责任书,考核指标覆盖公司整体经营目标与分管核心职能指标两个维度。高管薪酬与多维度的ESG绩效表现挂钩,如廉洁、质量和安全生产责任情况等。

保障股东权益

公司严格遵守资本市场监管要求,通过规范信息披露、强化投资者关系管理、优化股东回报机制等多维度举措,切实维护全体股东尤其是中小股东的知情权、参与权、决策权和收益权,持续提升股东获得感与市场信任度。

加强信息披露

公司严格依据法律法规要求,修订《信息披露管理制度》《重大信息内部报告制度》《年报信息披露重大差错责任追究制度》《信息披露暂缓与豁免管理制度》,明确信息披露责任主体,确保披露信息真实、准确、完整、及时。此外,公司修订《内幕信息知情人管理制度》《外部信息使用人管理制度》,强化内幕信息保密管理与外部信息使用规范,切实维护股东的合法权益。

报告期内

公司共披露临时报告 **59** 份 定期报告 **4** 份 因信息披露方面违规而受到处罚次数为 **0**

信息披露管理职责

公司信息披露工作由董事会统一领导并管理,董事长为第一责任人。董事会秘书负责协调执行信息披露事务管理制度,组织和管理信息披露事务管理部门具体承办相关工作。董事会办公室作为日常管理部门,直接接受董事会秘书领导。

信息披露内容

主要包括定期报告、临时报告、招股说明书、募集说明书、上市公告书、收购报告书等。

信息披露渠道



指定报刊

《中国证券报》《上海证券报》



指定网站

<https://www.sse.com.cn/>



重视投关管理

为规范投资者关系管理工作,公司修订完善《投资者关系管理制度》,明确组织架构与职责分工,董事长为公司投资者关系管理的第一责任人,董事会秘书为主管负责人,董事会办公室为管理部门,负责实施投资者关系管理的具体工作。

公司通过多渠道、多平台、多方式开展投资者关系管理工作。依托官网、新媒体、电话、传真、电子邮箱等渠道,利用证券交易所等网络基础设施平台,采取股东会、投资者说明会、路演、分析师会议、接待来访、座谈交流等方式,与投资者进行沟通交流。

报告期内

| | | | |
|-----------|-------------|----------|---------------|
| 公司召开业绩说明会 | 3 次 | 接听投资者热线等 | 200 余次 |
| 回复E互动 | 59 条 | E互动回复率 | 100 % |



召开业绩说明会



开展证券基金机构调研交流

股东回报与分红

为切实维护全体股东尤其是中小股东的合法权益,强化投资者回报机制,公司通过控股股东增持、优化分红政策等方式,提升股东获得感与市场信心。

控股股东增持

增持方案制定

公司于2025年8月22日发布控股股东增持计划,计划自公告披露之日起6个月内,通过上海证券交易所交易系统增持公司股份数量累计不低于公司目前总股本的1%且不超过公司目前总股本的2%。

增持实施进展

通过上海证券交易所交易系统集中竞价交易方式增持公司股份5,506,600股,占公司总股本的1.06%。

现金红利派发

报告期内,公司发布了2024年年度权益分派实施公告,每股派发现金红利0.023元(含税),共计派发现金红利11,961,531.55元。

为优化分红节奏,增强投资者获得感,公司制定中期分红方案,并于2025年9月30日发布了2025年半年度权益分派实施公告,每股派发现金红利0.015元(含税),共计派发现金红利7,800,998.84元。

自重组上市以来累计分红17次,累计分红金额为33365.08万元。

报告期内

自重组上市以来累计分红 **17** 次 累计分红金额为 **33365.08** 万元

2025年度利润分配方案

公司2025年度利润分配方案为:拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数,向全体股东每10股派发现金红利0.20元(含税),截至2025年12月31日,公司总股本520,066,589股,以此计算合计拟派发现金红利10,401,331.78元(含税)。本次利润分配预案尚需经公司2025年年度股东会审议批准后方可实施。

诚信合规经营

公司始终恪守“诚信为本、合规经营”的经营理念，严格遵循法律法规及监管要求，以健全内控审计体系为抓手，以完善合规管理机制为支撑，以强化风险防控能力为核心，以规范关联交易管理为重点，构建内控严密、合规有序、风险可控、交易规范的经营管理体系，为企业持续健康发展保驾护航。

健全内控审计

公司始终将内控审计作为防范经营风险、规范管理流程、保障合规运营的核心支撑，坚持制度先行、监督闭环、持续优化原则，不断完善内部控制体系与内部审计机制，以全流程风险管控与专业化监督赋能，为公司稳健经营与高质量发展筑牢坚实屏障。

内部控制

公司制定《内控及审计工作指引》，系统梳理内部环境、风险管理、控制活动、信息与沟通等关键环节，持续优化内部控制体系。董事会负责内部控制的建立健全和有效实施，审计委员会行使监事会监督职权，经理层负责日常管理，审计部负责建立实施及日常工作，形成决策、执行、监督协同联动的闭环机制。

公司通过内部自评和外部审计相结合的方式，对内控体系进行全面处理，形成《2025年度内部控制评价报告》，有效支撑了公司高质量发展。2025年度，公司未发现财务报告或非财务报告的内部控制重大缺陷。

2025年

内控审计培训 **1** 次 内控审计培训参与 **60** 人次 内控审计培训总时长 **600** 小时

内控评价主要内容

包括组织架构、发展战略、人力资源、社会责任、企业文化、风险评估、资金活动、采购业务、资产管理、销售业务、工程项目、财务报告、税务管理、会计及预算、合同管理、信息与沟通等。

内部审计

公司制定《内部审计制度》，明确公司及所属单位全面实行内部审计，强化内部管理监督效能。公司设立审计部作为日常办事机构，负责内部审计工作的实施、监督、检查、协调及指导。审计部对董事会负责，向董事会审计委员会报告工作，接受审计委员会监督指导。

公司定期组织内部审计人员开展专项培训，围绕审计法规政策、上市公司监管要求、内控体系建设要点等理论，并结合审计案例进行剖析。通过培训，有效提升专业技能与实操能力，强化审计人员的责任意识，助力更好地发挥监督、评价与咨询职能。

2025年

开展审计数量 **30** 次



培训会现场

完善合规管理

公司高度重视合规管理，制定《合同审核管理办法》等系列合规制度体系，作为经营决策与日常运营的重要遵循。公司建立党委统一领导、合规程序审批决策、全公司协同联动的合规管理工作机制，保障合规要求融入经营管理各环节。报告期内，公司重大决策、规章制度、经济合同法律审核率为100%。

公司高度重视法律合规审查与法治文化建设，通过“法务管理平台”实现合同管理、纠纷案件处置、知识产权保护、合作律所管理等法务事务的数字化、系统化管控。为保障平台高效应用，公司组织线上线下两轮专项培训，并在日常工作中持续开展系统应用指导与运维保障，确保数字化工具落地见效。

 2025年

| | | | |
|-----------|--------|-----------|--------|
| 开展合规管理培训 | 2 次 | 合规管理培训参与 | 200 人次 |
| 合规管理培训总时长 | 700 小时 | 法律知识普及与宣传 | 10 次 |

强化风险管理

公司制定《投资管理办法》《投资风险管理细则》《合同审核管理办法》等系列风险管理制度,持续完善风险管理体系,通过识别、预防和应对各类潜在风险,全面提升风险防范能力。公司构建党委统一领导、各职能部门协同联动、全员共同参与的风险管理机制。报告期内,公司针对重大投资项目出具风险评估报告32份,全年未发生重大风险事件。

 2025年

| | | | | | |
|----------|-----|----------|--------|-----------|--------|
| 开展风险管理培训 | 1 次 | 风险管理培训参与 | 180 人次 | 风险管理培训总时长 | 700 小时 |
|----------|-----|----------|--------|-----------|--------|

风险管理流程



税务风险防控

公司严格遵循《中华人民共和国税收征收管理法》《中华人民共和国企业所得税法》等相关法律法规,建立常态化税务风险识别与管控机制,定期排查整改潜在涉税问题。公司持续完善税务管理体系,确保各项税费按时足额缴纳,凭借规范管理连续多年获评国家税务总局纳税信用A级单位。

关联交易管理

公司修订《关联交易管理制度》《与关联方资金往来管理办法》等制度,禁止利用关联交易损害公司及中小股东利益。公司完整披露交易定价依据、价格对比及利润影响,并引入外部审计开展关联交易公允性专项核查,建立违规定价追责机制。报告期内,公司不存在利用关联交易损害公司股东尤其是中小股东利益的行为。

恪守商业道德

公司坚决防范商业贿赂、不正当竞争、洗钱等行为,通过构建系统化的管理体系、完善的风险防控机制及常态化的文化宣贯,推动廉洁合规理念融入经营全链条,维护公平透明的市场秩序,为企业可持续高质量发展筑牢坚实防线。

反商业贿赂与反贪污

公司纪委牢牢把握全面从严治党战略方针,聚焦监督执纪问责主责主业,坚定不移推进党风廉政建设和反腐败斗争向纵深发展,切实履行监督保障执行、促进完善发展职责使命,为企业高质量发展提供了坚强纪律保障。

廉洁管理体系

公司成立大监督工作领导小组,构建党委牵头、纪委督办、多方协同大监督架构。大监督工作领导小组下设办公室作为日常工作机构,负责组织、协调工作;公司纪委书记兼任办公室主任,公司纪委副书记任办公室副主任,领导小组各成员单位负责人任成员。

廉洁管理制度

公司建立健全《关于构建内部大监督体系的实施方案》《关于全面推进嵌入式廉洁风险防控体系建设的实施方案》《关于强化总部各部门落实党风廉政建设职能监督责任的指导意见》等规范,明确各监督主体监督事项和任务,2025年新增“一案一整改”成效评价表,规范监督全流程。

廉洁防控举措

为筑牢廉洁从业防线、营造风清气正的内外合作环境,公司聚焦内部员工与外部合作伙伴,实施多样化廉洁管理措施。对监督中发现的涉嫌违法的风险隐患,通过事前预防、事中管控等及时纠正偏差,避免演化为违法行为;对构成违法的行为,依规依纪依法严肃追责,必要时移交相关执法、司法机关。

对内举措

公司坚持廉洁风险排查,围绕“重点领域、重点岗位、重点环节”三个重点,抓住“找、防、控”三个环节,全面梳理、识别和评估廉洁风险,在岗位职责、规章制度、业务流程和工作考核中全面嵌入廉洁风险防控办法。全面排查岗位职责、业务流程、制度机制和外部环境等方面可能引发廉洁风险的问题,通过评估风险等级、建立预警系统、完善相关制度等手段,织密廉洁风险防控体系,打造企业风清气正的良好生态。

2025年,完成3616名员工廉洁风险排查,梳理廉洁风险点8654个,制定防控措施9928项,实现了风险防控的精准化;开展反贪污腐败的沟通教育,开展廉政谈话167人,组织签订《廉洁从业承诺书》3328份,强化全员廉洁意识。

对外举措

公司将廉洁约束嵌入合作全周期管理,与供应商、合作商签订《阳光协议》,明确双方廉洁责任,主动向合作方宣贯廉洁从业管理制度与行为红线,主动对商业伙伴的商业道德行为进行监督;将举报渠道嵌入供应商服务系统,实现合作方廉洁行为的动态监督,推动内外协同构建廉洁合作生态。

廉洁文化建设

公司线上线下联动深化清廉理念传播:线上依托官网、公众号运营党风廉政专栏,发布警示教育视频55篇,覆盖干部10000人次;线下通过廉洁长廊、展板等载体强化渗透。创办《清廉银座》双月刊,发布学习内容5期;4-6月开展“述廉”“醒廉”等7大活动,推出“520我爱廉”主题视频及《书记讲廉》《以案说纪》各12期;组织反贪污腐败培训,开展反贪污腐败法律法规培训,完成新入职大学生、青年后备店长班廉洁培训,筑牢干部思想根基。

2025年

| | | |
|-------------------|--------------|-----------------------------|
| 接受反贪污腐败培训的董事占比 | 100 % | |
| 接受反贪污腐败培训的管理层人员占比 | 100 % | 接受反贪污腐败培训的员工占比 100 % |

畅通举报渠道

公司建立违规举报机制,构建“信、访、网、电”四位一体举报渠道,向外部利益相关方开放举报渠道。公司在举报受理、登记、调查等全环节严格执行保密规定,避免举报人身份信息和举报内容泄露。明确禁止任何单位或个人以任何形式对举报人实施打击报复,对违规者将依规依纪严肃处理。

举报渠道

✉ 邮箱 yinzuojjian@163.com
yinzuozuofengjb@inzonegroup.cn

☎ 电话 0531-66228397
0531-66228399

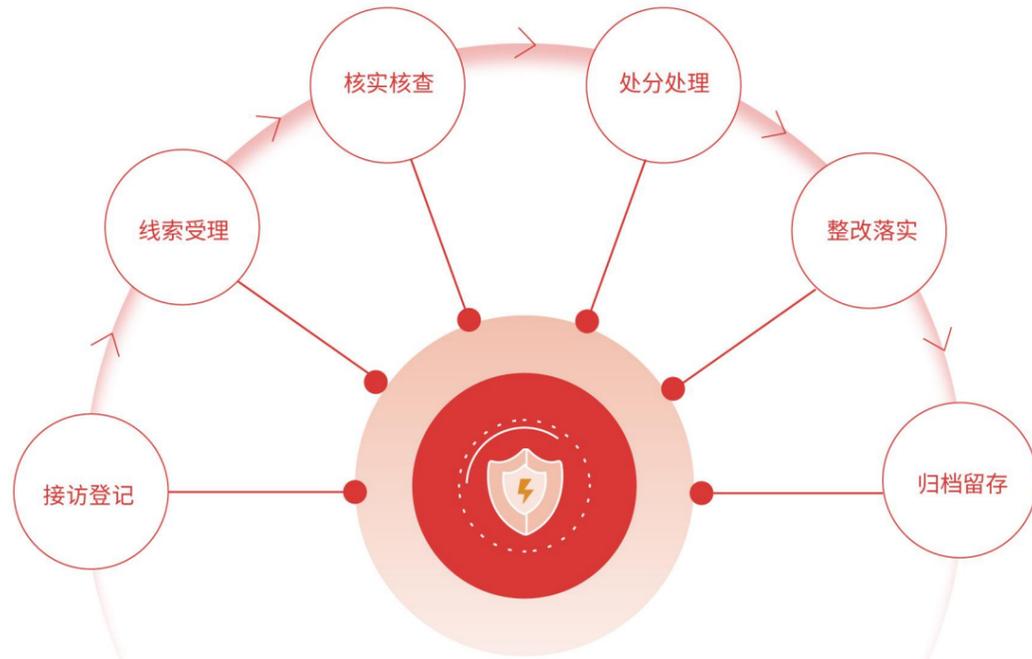
📍 地址 济南市冻源大街66号银座大厦C座
25楼纪委

📮 邮编 250063

纠风工作二维码



投诉及举报处理程序



反不正当竞争

公司严格遵循《中华人民共和国反垄断法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国广告法》等法律法规，在行为准则中包含反垄断与公平竞争的规定，并开展反垄断与公平竞争的宣导活动，倡导公平交易与公平竞争。对广告内容进行严格审核，杜绝虚假宣传。开展反不正当竞争培训，涵盖《中华人民共和国民法典》合同编、反不正当竞争等内容。报告期内，未发生不正当竞争事件。

反不正当竞争风险控制

公司针对虚假宣传、网络不正当竞争的风险领域，规范宣传内容审核与数据使用流程，建立常态化风险排查机制，定期对招标、营销推广、网络运营等关键场景开展自查，及时识别并化解潜在违规隐患，维护市场公平竞争环境。

反洗钱

公司严格遵循《中华人民共和国反洗钱法》等法律法规要求，明确财务管理中心资金部承担反洗钱风险监测、预警识别、系统治理等核心职能，针对黄金、钻石、玉石等贵金属，严格执行大额交易管控要求，登记核验购买人有效身份证件信息并报送大额交易报告。持续加强反洗钱宣传教育工作，不断加强全员反洗钱合规意识培育。报告期内，未发生反洗钱违规事件。



青岛和谐店宣传活动



济南玉函店宣传活动

尽职调查

公司构建了由董事会统筹、战略与ESG委员会协同、ESG执行部门落地的ESG风险尽职调查体系，覆盖环境管理、能源利用、客户服务、员工权益、商业道德等多维度。通过供应链管理、内控监督与审计核查等方式，识别潜在ESG风险并制定针对性应对方案，为公司可持续高质量运营筑牢基础。

对内举措

通过员工座谈会、意见征集、集体合同执行情况调研等形式，动态掌握员工权益相关现状，及时捕捉潜在风险；同时常态化开展员工培训，提升员工专业素养及风险尽职调查能力。

对外举措

针对合作供应商，强化供应商全周期管理，通过定期汰换、引入优质资源等举措，既保障供应链合规性，也助力公司经营活力与社会服务水平双提升。针对重大投资、重大合同，结合外聘机构专业尽调与内外部联合审核，实现风险把控。

坚持党建领航

银座股份坚持把党建工作摆在首位,以思想建设凝心铸魂、基层组织强基固本、党业融合提质增效,将党建优势转化为发展优势、组织活力转化为经营动力,以高质量党建引领企业高质量发展。

强化思想建设

银座股份坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,锚定政治忠诚根本,深化理论武装实践,推动党的创新理论入脑入心,为企业发展筑牢思想根基。

铸牢政治忠诚

公司党委始终将习近平总书记重要指示批示作为“第一议题”抓学习、“第一遵循”抓贯彻、“第一政治要件”抓落实,全年开展“第一议题”学习25次,党委理论学习中心组前瞻性研讨12次。通过动态优化党委“三张清单”,推动党的领导融入公司治理向纵深拓展、向基层延伸,牢固树立“国企姓党”的政治属性。

深化理论武装

公司出台《关于进一步提高理论学习质效的实施意见》,创新运用“螺旋式推进法”,推动理论学习与实践深度融合。常态化开展党性教育、专题辅导、主题演讲比赛等活动,组建一线宣讲团,推动党的创新理论进企业、进门店、进班组,为企业发展凝聚全员共识与奋进力量。



学习教育读书班现场



理论学习中心组(扩大)集体学习会



党支部书记讲党课现场



邀请专家开展专题授课

聚焦基层党组织建设

公司坚持大抓基层的鲜明导向,以筑牢组织根基、提升党建质效、彰显党员担当为抓手,全面提升基层党组织凝聚力、组织力、战斗力,以坚强组织保障赋能企业发展。

筑牢组织根基

公司围绕“1+4+N”党建体系,严格落实“四同步四对接”要求,优化设置6个党总支、52个党支部,实现1935名党员全覆盖。深化“一支部一品牌一特色一目标”建设,培育3个省属企业特色党建品牌、11个鲁商集团优秀党建品牌,构建“全域化、标准化、项目化、一体化”党建工作体系。

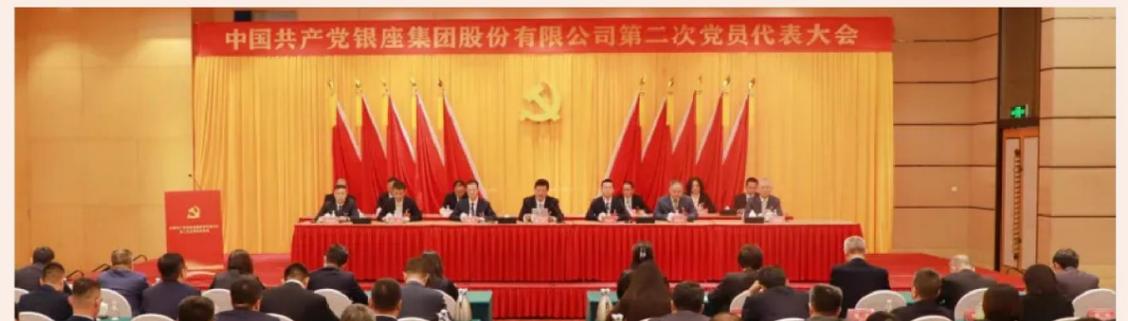


2025年

党员数量 **1929** 人

预备转正党员 **24** 人

转预备党员 **30** 人



召开第二次党员代表大会

提升党建质效

运用“三单”管理工具,梳理7项流程、规范6类模板,推动党建标准化落地。建立“日常管理+年终评议”考核机制,开展“争星晋位全面提升”行动,2025年评定过硬支部38个。凭借扎实的基层党建工作,公司在2025年“上证鹰·金质量”评选中荣获“优秀党建奖”。



荣获“优秀党建奖”

彰显党员担当

设立200余个党员示范岗、100余个党员突击队,在重点工作中冲锋在前。深化“双培养”工程,推动党建与岗位任职、技能聘任深度融合,开展“亮身份强素质当先锋”等活动。

在庆祝中国共产党成立104周年之际,公司党委表彰先进典型,授予20名共产党员“优秀共产党员”称号、9名党务工作者“优秀党务工作者”称号,授予8个基层党组织“先进基层党组织”称号,营造学习榜样、争当先进的浓厚氛围。



以实际行动践行党员担当

推进党业融合

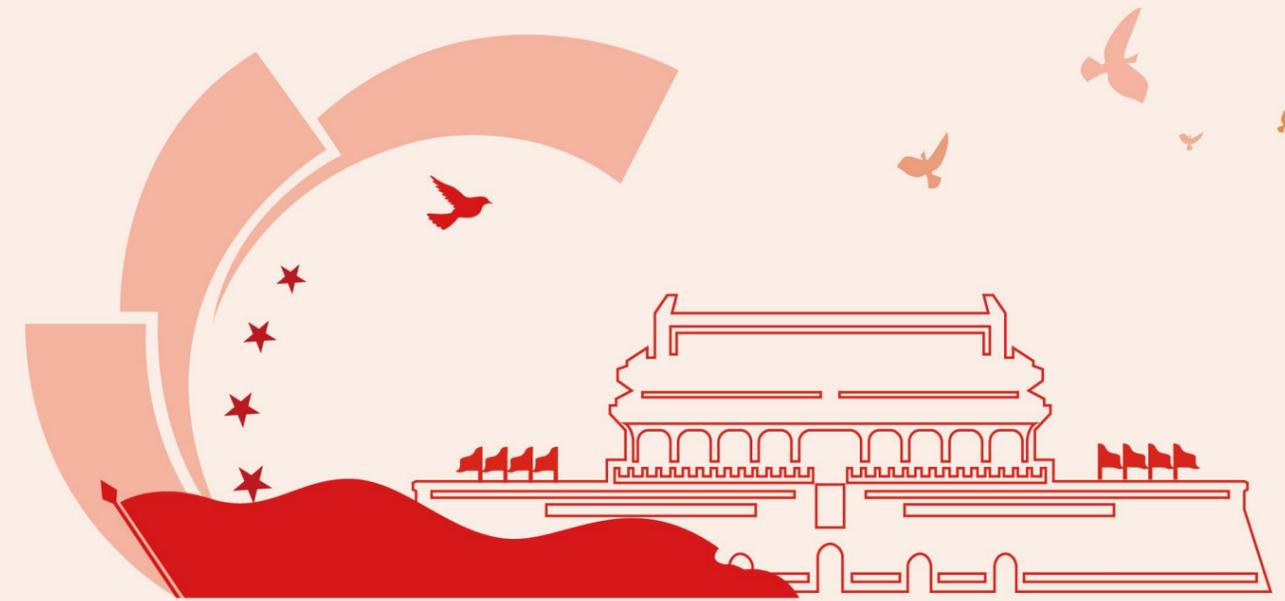
坚持党建与经营发展同谋划、同部署、同落实、同考核,以党建聚力攻坚、以共建赋能增效,推动高质量党建与企业高质量发展深度融合。

党建聚力攻坚

将全年重点工作分解为6个方面20项具体任务,成立专项小组推动落实,领导班子带队深入一线督查指导。常态化开展“书记接待日”“我为群众办实事”实践活动,精准解决员工、顾客、供应商反映的突出问题,公司连年获鲁商集团考核“优秀”等次。

创新党建共建

各党支部主动与政企单位结对共建,实施“四进四到”服务,通过珠宝清洗、领带搭配等特色服务,展现品牌优势。济南银座商城店等通过共建新增会员1000余人,社群销售超2000万元,“同心筑梦五心”品牌获评省属企业党建品牌优秀成果,实现经济效益与社会效益双丰收。



低碳转型 坚持绿色发展

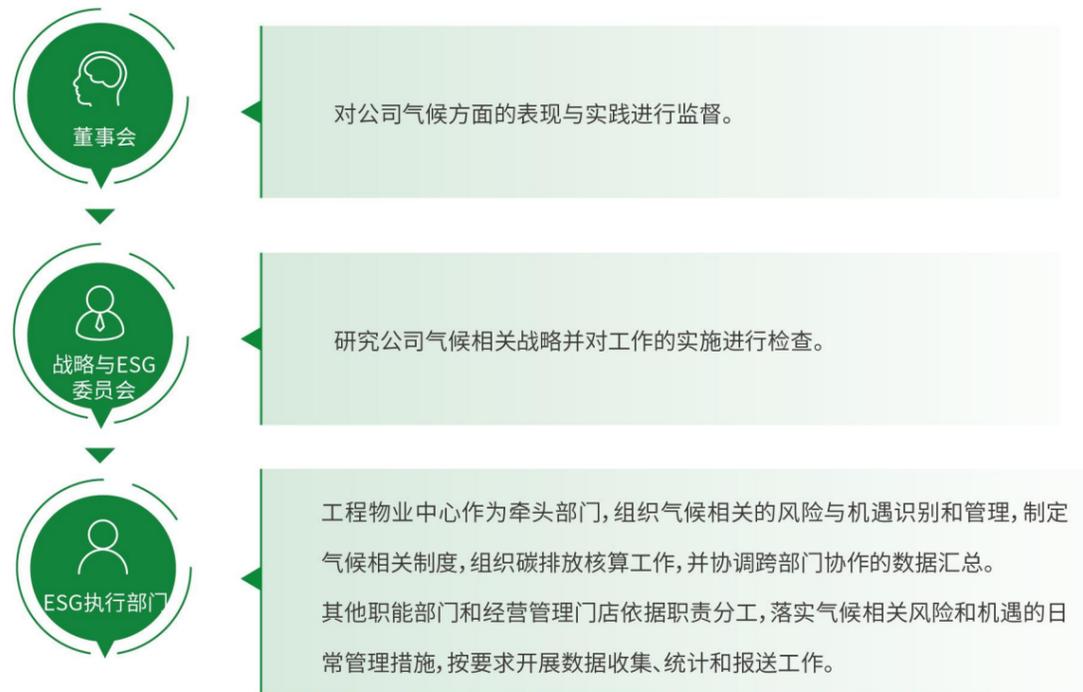
公司不断完善治理架构和精细化绿色运营,持续开展气候变化风险和机遇的识别,践行绿色发展理念,助力国家碳达峰、碳中和目标的实现。



应对气候变化

治理

公司积极响应“双碳”行动，气候变化治理工作依托ESG治理架构，通过“董事会、战略与ESG委员会、ESG执行部门”逐级管理，以推动可持续发展和绿色转型。



战略

公司在门店运营过程中消耗电、天然气等能源并产生温室气体排放，公司定期开展碳盘查，逐步提升应对气候变化能力，积极把握气候相关机遇，实现绿色可持续发展。

物理风险

与气候相关的物理风险是指由气候变化导致的物理环境改变给经济社会系统带来的风险，分为急性物理风险和慢性物理风险，带来财产损失风险。

| 风险类型 | 影响范围 | 风险描述 | 影响时间范围 | 财务影响 | 影响程度 |
|--------|------------------------|---|----------|--|------|
| 急性物理风险 | 价值链上游 自身运营 价值链下游 | 资产损坏，加速户外基础设施老化；门店设施受损，产生额外维修开支；供应链中断导致物流延迟；员工出行健康安全风险增加。 | 短期 中期 | 资产减值损失 运营成本增加 交付中断导致营收减少 员工安全相关支出增加 | 低 |
| 慢性物理风险 | 自身运营 | 降雨模式变化可能导致门店（尤其地下楼层、停车场等设施）面临水灾威胁；温度上升或热浪会增加空调和冷却系统需求，推高能源成本。 | 长期 | 资产减值损失 运营成本增加 | 低 |

物理风险应对措施

| | |
|------------|--|
| 急性物理风险应对措施 | <ul style="list-style-type: none"> 制定《物业设施设备防冻分级及应急措施》《雨雪天应急管理预案》； 配备防汛器材物资，组建防汛应急队伍，及时做好应急响应； 加强现场管理，及时进行巡检及维修； 加强员工安全培训，定期开展应急演练； 电子数据进行备份。 |
|------------|--|

| | |
|------------|---|
| 慢性物理风险应对措施 | <ul style="list-style-type: none"> ● 更新设备设施,使用节能型供暖、制冷设备,提高能源利用效率,减少温室气体排放; ● 优化建筑设计,使用防水材料,加强建筑物的保温能力; ● 建设分布式能源项目,使用可再生能源。 |
|------------|---|

转型风险

与气候相关的转型风险源于低碳转型进程中的政策、技术、市场及声誉等多方面变化,可能对企业运营模式及市场竞争力产生影响。

| 风险类型 | 影响范围 | 风险描述 | 风险时间范围 | 财务影响 | 影响程度 |
|---------|---------------|--|----------------|------------------------|------|
| 政策及法律风险 | 自身运营 | 绿色消费、低碳转型、信息披露等相关政策或法律的出台,监管更加严格,可能导致碳排放成本提高,需要更多的环保投入。 | 短期 中期 长期 | 运营成本增加 | 中 |
| 技术风险 | 自身运营 | 技术创新导致部分设备被淘汰,可能需要购买/升级设备,适应新技术发展。 | 短期 中期 长期 | 运营成本增加 | 低 |
| 市场风险 | 自身运营 价值链下游 | 行业竞争加剧,消费模式变化,在线零售购物发展强劲,企业需开展信息化平台建设,提高在线零售能力;消费者偏好变化,越来越关注商品的可持续属性,若公司未能满足消费者的需求,可能导致竞争优势下降,从而造成消费者流失和销售额下降。 | 中期 | 行业竞争造成的利润率减少 运营成本增加 | 低 |

| 风险类型 | 影响范围 | 风险描述 | 风险时间范围 | 财务影响 | 影响程度 |
|------|---------------|-----------------------------------|----------|--------|------|
| 声誉风险 | 自身运营 价值链下游 | 公司未能有效管理能源使用,减少污染物排放,可能影响品牌形象和声誉。 | 短期 中期 | 信誉风险增加 | 低 |

转型风险应对措施

| 风险类型 | 影响程度 |
|---------|---|
| 政策及法律风险 | 及时关注及跟进国家相关法律法规和发展趋势,提高能源利用效率,不断完善自身ESG管理体系,提高数据收集和信息披露质量。 |
| 技术风险 | 跟进能源技术和新产品发展趋势,适应技术变化,保持核心竞争力。 |
| 市场风险 | 积极开展信息化平台建设,全力推动线上线下融合,提高在线零售能力持续关注消费者对绿色低碳商品、绿色消费的需求,并不断提升商品力,满足消费者的需求;同时,加强与消费者沟通,积极向外展示低碳环保、绿色发展的企业形象。 |
| 声誉风险 | 加强ESG重要性议题管理,满足合规及利益相关方需求,降低运营成本。 |

气候相关机遇

气候变化带来风险的同时,也为公司带来了新的发展机遇。

| 气候机遇 | 机遇描述 | 应对措施 |
|------|--|----------------------------|
| 能源 | 参与可再生能源项目,增加能源供应方式,提高能源的可持续性,如未来能源价格上涨,公司仍可保持较低用能成本。 | 评估屋顶光伏安装的可能性,提升可再生能源的使用比例。 |

| 气候机遇 | 机遇描述 | 应对措施 |
|----------|--|---|
| 产品、服务和市场 | 打造舒适的购物环境,绿色消费理念愈发普及,消费者更倾向于购买绿色环保的商品打造舒适的购物环境,消费者愈发重视绿色、低碳、健康的购物体验。 | 打造绿色商场,提供更多的绿色产品和服务,引导绿色消费,推动更多门店通过绿色商场的创建。 |

影响、风险和机遇管理

公司建立董事会、战略与ESG委员会、ESG执行部门组成的三级ESG治理架构,由工程物业中心定期对气候变化相关影响、风险和机遇进行识别、评估、制定应对措施并进行动态调整,保障公司稳健运营。

气候相关风险管理流程

风险识别

- 依据公司三年滚动战略规划、业务特点、国内外政策法规、利益相关方的期望,识别潜在的气候风险。

风险评估

- 对各维度风险进行识别分析,结合业务实际运营对风险影响范围、影响程度等进行评估。

应对措施

- 采取参与屋顶光伏项目、提升可再生能源利用比例、采购低能耗设备、打造绿色商场、提供绿色服务等措施,持续降低运营中温室气体排放,减少潜在气候风险。

动态调整

- 相关部门在落实应对措施时,定期对关键绩效进行监测,需根据实际情况进行动态调整。

指标与目标

公司积极践行应对气候变化的战略及目标,有序推动与气候变化相关的管理体系建设,不断在运营过程中深化节能减排措施。公司定期开展温室气体盘查,并逐步扩大温室气体盘查覆盖的范围。2025年,公司投入400余万元进行节能改造,通过减少能源消耗、提升能源效率和提升清洁能源占比等措施降低温室气体排放。

| 指标 | 单位 | 2025年 |
|----------------|--------------|-----------|
| 温室气体直接排放量(范围一) | 吨二氧化碳当量 | 2993.05 |
| 温室气体间接排放量(范围二) | 吨二氧化碳当量 | 263447.01 |
| 温室气体总排放量 | 吨二氧化碳当量 | 266440.06 |
| 温室气体排放强度 | 吨二氧化碳当量/万元营收 | 0.523 |
| 温室气体排放密度 | 吨二氧化碳当量/平方米 | 0.095 |

注1:统计范围为对应90家经营门店的温室气体排放量、营收和面积。

注2:温室气体直接排放量(范围一):包括天然气、汽油等燃料使用的温室气体排放量。

注3:温室气体间接排放量(范围二):包括外购电力及外购热力的温室气体排放量,电力排放因子来自生态环境部、国家统计局《关于发布2023年电力二氧化碳排放因子的公告》。

应急天气响应

公司针对急性物理风险,有效防范化解恶劣天气带来的各项风险,从人员、制度、演练等全方位保障顾客员工安全通行及商场安全运营。

应急天气保障措施

组织保障

各门店成立雨雪天气应急领导小组,由门店总经理担任组长,副总经理担任副组长,各部门负责人及商户代表为成员。应急领导小组统筹指挥雨雪天气应急处置工作,负责应急物资的调配、应急人员的统筹安排等。

制度保障

制定《雨雪天气应急管理预案》《防汛应急预案》《雨雪异常天气运营保障制度》《雪天和低温极端天气防滑措施》等制度,系统构建气候风险管理体系。

| | |
|--------|--|
| 设备保障 | 各门店及时了解天气最新动态,储备应急设备和物资,提前检查设备设施运行隐患。报告期内,公司编制《物业安全类常用设施、设备配备标准》,规定防汛沙袋、尼龙围布、抽水机等防汛物资的配备标准,全面保障顾客安全。 |
| 开展应急演练 | 各门店根据应急预案要求,针对性制定雨天、雪天、风沙暴等特殊天气应急处置预案并开展应急演练,依据演练总结评估结果,制定改进措施,不断提升应对急性风险的能力。  济南广场店开展防汛应急演练 |

优化资源利用

银座股份持续优化能源管理和水资源利用。对能源使用进行智慧管控,深挖节能潜力,逐步提升可再生能源占比,赋能绿色交通,开启商业绿色低碳发展新篇章。

智慧能源管理

公司涉及能源利用的环节为办公和门店经营,能源类型主要为电力、热力和天然气,部分门店安装分布式光伏。公司严格遵守《中华人民共和国节约能源法》《中华人民共和国可再生能源法》,高度重视能源管理工作,构建起完善的能源管理体系。

治理

公司工程物业中心是能源管理的统筹和责任部门,为各门店提供节能技术支持并对门店日常节能进行监管;各经营管理门店形成纵向分级管理、横向分工负责的三级能源管理体系,定期召开能源管控分析会议,实现能源管控工作的精细化、责任化及全员化。公司制定并实施《商场节能降耗与费用控制措施》《门店照明标准》《物业运行指导手册》《物业维修指导手册》等一系列内部制度,为各经营管理门店提供全方位节能指导,将节能理念深度融入运营全流程。

影响、风险和机遇管理

公司推进物业信息化平台建设并建设能源管理模块进行能源监测,实现对各门店各类能源消耗数据进行实时采集与精准监测,持续提升能源使用效率。公司参与电力市场化交易,2025年降低用电成本1848万元。后续公司将持续完善能源管理模块功能,进一步实现能源的智能化、精细化管理。

使用清洁能源

在推进绿色低碳运营的过程中,公司不断优化能源结构,积极推广清洁能源与可再生能源的应用,推动经营管理门店依托门店屋顶资源安装分散式光伏。

经营门店

截至2025年,公司经营门店屋顶光伏发电项目累计装机容量0.7MW,2025年总发电量64万KWh,减少二氧化碳排放量约396吨。

银座股份经营门店清洁能源使用情况

| 指标 | 单位 | 2025年 |
|-----------|------|-------|
| 经营门店光伏安装量 | 兆瓦 | 0.7 |
| 清洁能源发电量 | 万千瓦时 | 64 |
| 清洁能源使用量 | 吨标准煤 | 78.66 |
| 清洁能源占比 | % | 0.14 |

管理门店

2025年,河南区域安阳店、胜利店2家管理门店安装屋顶光伏,新增装机容量约1.1MW,年发电量约130万KWh,减少二氧化碳排放量约804吨。



河南区域胜利店



河南区域安阳店

深化节能减排

公司严格遵循《中华人民共和国节约能源法》等法律法规,制定《物业运行指导手册》《物业维修指导手册》《物业节能运行措施及费用回收要点指引》,推进门店物业管理的规范化建设,统筹推进能源管理工作。公司持续推进老旧设备淘汰更换和节能改造,提升能效管理水平,努力降低各环节能源消耗。2025年,公司投入400余万元对部分老旧电梯、循环泵、空调、日光灯等进行节能改造。

| 类型 | 措施 | 成果 |
|--------|------------------|--|
| 物联网技术 | 推广物联网技术应用。 | 2025年,济南花园店试点物联网技术,实现门店空调、照明的远程控制,智能电表、现场温湿度的远程传输,以及夜间餐饮商户用电情况的远程监督等功能。 节能率8% |
| 设备更新 | 推进高耗能设备汰换及智能化升级。 | 2025年,菏泽商城店中央空调系统老旧循环泵更换、空调更新;石家庄东购店老旧电梯更换。 节能率15% |
| 节能照明设备 | 推广LED灯及高效物联网灯管。 | 2025年,完成物联网灯管集采,并在泰安商城店等安装使用。济南燕山店拆除高耗能灯具600余套,采用LED轨道射灯。 节能率60% |



配备高光效物联网灯管

助力绿色出行

绿色出行是绿色低碳发展的重要趋势。公司推广新能源车,逐步淘汰高油耗老旧车辆,优先采购新能源公务用车。2025年,新能源车辆占比2%。同时利用空置广场为员工、顾客建立自行车棚、建设充电桩,为充电提供便利,打造“购物+充电”的商业新模式。2025年,菏泽和谐店引入汽车充电桩及电动自行车充电停放区,助力绿色低碳出行。

2025年

新增新能源汽车充电桩 **18** 个 累计安装新能源汽车充电桩 **178** 个
 新能源车占比 **2** %

指标与目标

银座股份能源使用情况

| 指标 | 单位 | 2025年 |
|-----------|---------|----------|
| 用电量 | 万千瓦时 | 41460.58 |
| 其中清洁能源使用量 | 万千瓦时 | 64 |
| 单位面积电力使用量 | 千瓦时/平方米 | 148.16 |
| 天然气消耗量 | 标准立方米 | 1314438 |

| 指标 | 单位 | 2025年 |
|---------------|-----------|----------|
| 汽油消耗量 | 吨 | 38.41 |
| 外购热力使用量 | 吉焦 | 65098 |
| 能源消耗总量 | 吨标准煤 | 54980.93 |
| 直接能源消耗量 | 吨标准煤 | 1804.73 |
| 间接能源消耗量 | 吨标准煤 | 53176.20 |
| 能源消耗量(不可再生资源) | 吨标准煤 | 54902.27 |
| 能源消耗量(可再生资源) | 吨标准煤 | 78.66 |
| 能源消耗强度 | 吨标准煤/万元营收 | 0.108 |
| 能源消耗密度 | 吨标准煤/平方米 | 0.020 |

注:统计范围为对应90家经营门店的能耗、营收和面积。

水资源利用

公司遵守《中华人民共和国水法》《国家节水行动方案》等相关规定,工程物业中心和门店物业部门负责节水管理,建立商场水资源管理办法和制度,设立年度节水目标,采取自动感应式节水龙头、回收空调冷凝水用于卫生间二次利用等节水措施,利用门店电子屏和广场开展节水宣传,同时鼓励员工参与节水行动,提升公司全体员工的环保意识。公司不涉及生产用水,用水来自市政自来水管网和消防水管网,主要用于日常办公、门店运营及消防应急使用。

银座股份水资源使用情况

| 指标 | 单位 | 2024年 | 2025年 |
|---------------|--------|--------|--------|
| 总用水量 | 万吨 | 223.12 | 243.37 |
| 新鲜水消耗量 | 万吨 | 223.12 | 243.37 |
| 耗水密度(单位面积耗水量) | 吨/平方米 | 0.8215 | 0.8696 |
| 耗水强度 | 吨/万元营收 | 4.39 | 4.78 |

注:统计范围为对应90家经营门店的用水量、营收和面积。

节水措施及成效

| 类型 | 成果 |
|--------|---|
| 提升节水意识 | 公司多维度开展节水宣传与引导,持续强化全员节水意识,将节水理念融入运营各环节,推动节水行动常态化落地。 |
| 冷凝水回收 | 积极推进水资源循环利用,对空调冷凝水进行专项收集与回收,最大化提升水资源利用效率,减少新鲜水资源消耗。管理门店滕州商城店回收夏季空调冷凝水,经收集后汇入消防水池、补充消防用水。每年供冷季冷凝水回收约6450吨。 |

加强环境管理

公司坚持绿色低碳可持续发展理念,建立健全环境管理体系,加强生态环境保护管理工作,推动公司绿色可持续发展。

环境管理体系

公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》等环境相关法律法规,2025年制定并发布《环境管理制度》《废水、废气、固体废弃物管理规定》《“三废”管理实施措施》,规范公司环境管理组织架构、职责及管理流程。

核心原则

公司环境管理遵循“预防为主、防治结合,全员参与、责任落实,依法合规、持续改进,绿色低碳、循环发展”的核心原则,实现经营发展与生态保护协同共进。

管理架构

公司建立“银座股份统筹、归口管理、分级负责、全员参与”的环境管理组织架构,成立环境管理领导小组,明确各层级管理职责,保障体系有效运行。

| 治理主体 | 构成 | 职责范围 |
|----------|---|--|
| 环境管理领导小组 | 董事长担任组长,分管领导担任副组长,成员包括职能部门负责人及各下属单位主要负责人。 | 审定公司环境管理制度、中长期发展规划及年度环境目标; 保障环境管理资源(资金、人员、技术)投入。 |
| 牵头部门 | 工程物业中心 | 制定、修订环境管理制度、操作流程及技术指引; 分解公司年度环境目标,指导各单位制定实施计划; 组织开展环境管理培训、宣传教育及体系内审工作; 统筹协调污染物处理、处置合作单位的筛选、评估与管理。 |
| 环境管理工作小组 | 下属单位 | 落实环境管理制度,结合本单位业态特点制定实施细则; 分解落实本单位年度环境目标,组织推进各项环境管理措施; 负责本单位环保设施的配置、日常运维及管理; 组织本单位员工、入驻商户及第三方服务机构的环境管理培训与宣导; 开展本单位日常环境巡查、隐患排查及整改工作。 |

管理体系认证

公司发布了《质量-环境-职业健康安全管理体系一体化管理手册》《环境管理程序》《突发环境事件应急预案》并通过ISO 14001环境管理体系认证。报告期内,公司通过ISO 14001环境管理体系再认证审核工作,持续推动绿色运营。

指标与目标

| 2025年 | 环保投入 | 770 万元 |
|-------|------|--------|
| | | |

| 指标 | 目标 | 完成情况 |
|--------|-----------|--------------------------|
| 污染物排放 | 符合国家及地方标准 | 达标排放 |
| 环境污染事件 | 0 | 突发重大环境事件为0 环境违法违规事件为0 |

污染物排放与废弃物管理

公司日常运营中产生的污染物及废弃物主要包括油烟废气、餐饮废水、废包装材料等典型零售废弃物。2025年,公司制定并发布《废水、废气、固体废弃物管理规定》《“三废”管理实施措施》,规范污染物排放与废弃物管理。报告期内,公司未因污染物及废弃物排放受到重大行政处罚或被追究刑事责任。

废水管理

公司遵循《中华人民共和国水污染防治法》等法律法规,预防废水污染环境风险。门店餐饮区域产生的含油废水,经油水分离装置预处理达标后,排入污水管网;油水分离装置定期清理维护,防止异味和有害细菌滋生,确保达标排放。

废气管理

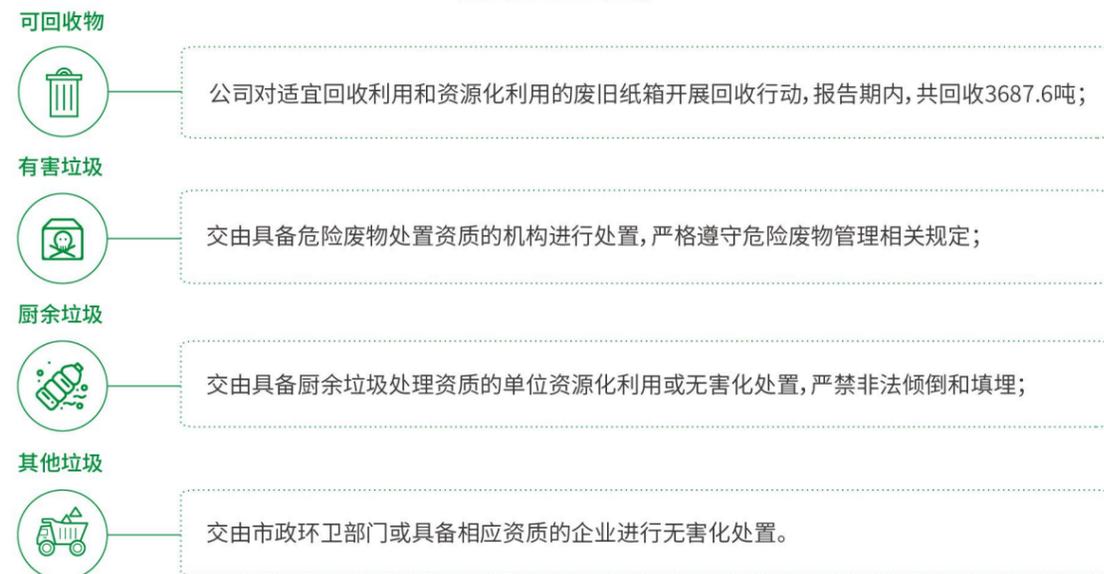
公司遵守《中华人民共和国大气污染防治法》等法律法规,制定《餐饮商户排油烟系统管理指导办法》,定期由门店或外租商户对排油烟系统进行清洗,门店物业部严格进行监督检查,确保大气污染物达标排放。公司餐饮店铺烹饪过程中产生的油烟,含有油脂、颗粒物等污染物,餐饮油烟经油烟净化器处理符合相关要求后排放。公司要求定期对油烟进行净化处理并进行监督检查,“重油烟”宜每月对油烟管道进行清洗,应至少每3月对油烟管道进行清洗;“轻油烟”宜每2月对油烟管道进行清洗,应至少每3月对油烟管道进行清洗;“超轻油烟”应至少每3月对油烟管道进行清洗,确保排放符合《饮食业油烟排放标准》(GB18483-2001)标准。



废弃物处理

公司遵循《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等相关法律法规,建立《废弃物控制程序》《垃圾清运》《废纸回收》等管理制度。废弃物管理严格执行“四分类”要求,科学配置分类收集容器,做好标识,方便分类投放。公司各门店设置垃圾分类回收容器,引导员工和顾客将可回收物、有害垃圾、厨余垃圾、其他垃圾等进行分类丢弃。

废弃物分类处置措施



2025年

有害废弃物排放量为 **0**



油水分离装置



油烟清洗作业



淄博商城市店垃圾房一四类垃圾回收装置

协同绿色生态

银座股份锚定协同绿色生态发展目标,将低碳理念深度融入宣传推广与日常运营全维度,通过多渠道普及低碳认知、多举措落地绿色运营,以理念引领行动、以行动践行责任,推动低碳发展与生态保护同频共振,让绿色低碳成为企业发展的鲜明底色,持续赋能生态与经营的协同共进。

践行低碳理念

公司在运营中积极倡导可持续消费理念,开展多形式环保宣传,培育绿色消费意识,开展环保相关培训110场次,贯彻环保法律法规和环保意识,开展环境因素识别、合规性评审、管理体系内审和管理评审等工作,致力于打造绿色、低碳的消费环境。

2025年

开展环保相关培训 **110** 场次

开展节能宣传活动

在2025年全国节能宣传周期间,为深入贯彻绿色发展理念,增强全民节能意识,推动全社会形成节能降耗的良好氛围,银座股份积极组织各区域门店开展了一系列节能宣传活动。

广泛宣传,营造氛围

组织门店联动宣传。充分利用电子屏幕、电子大屏、广告位及宣传栏等部位进行宣传。



济南和谐广场店



济南商城店

开展专题培训

组织公司员工培训,发布《节能倡议书》,面向全体员工开展“生活节能小妙招”培训,推广节能家电使用、垃圾分类等实用技能。公司鼓励员工体验能源紧缺生活,关闭办公区域空调一小时,鼓励大家步行或骑自行车上下班,亲身体会节能生活的重要性,引导职工从自身做起,养成节约能源的好习惯。



济南济阳店组织员工观看
“2025年济南市节能宣传周主题片”



银座孙村店以部门为单位进行节能宣传

倡导绿色运营

银座股份持续贯彻低碳理念,倡导绿色包装使用,推行绿色办公,致力于实现绿色、可循环的运营模式。

绿色商场

公司积极探索绿色发展实践,以高度的责任感和使命感,结合实际情况积极创建绿色商场、无废商场,优先选用可再生、可降解的材料,减少对环境的影响,践行绿色可持续发展理念。



公司新增绿色商场荣誉称号 **5** 家 经营管理门店累计获评国家级绿色商场/超市 **11** 家

国家级绿色商场

济南和谐广场、济南玉函店、菏泽和谐广场、济南洪楼店、青岛商城区、淄博商城区、泰安商城区、泰安泰山店、滨州黄河店、烟台商城区

国家级绿色超市

济南广场店

其中经营门店为

济南和谐广场、菏泽和谐广场、青岛商城区、淄博商城区、泰安商城区、泰安泰山店、滨州黄河店、济南广场超市

其中管理门店为

济南玉函店、济南洪楼店、烟台商城区

公司持续推进“无废商场”建设,将节约、环保、绿色的“无废”理念融入每一个细节,从绿色设计、能源管理、环境保护、降低物资消耗、绿色产品与服务、绿色管理等方面入手,实现固体废物源头减量、资源化利用及无害化处理,以实际行动助推绿色循环经济高质量发展。

潍坊商城店获潍坊市2025年“无废商场”,淄博商城店获淄博市张店区“绿色低碳高质量发展特殊贡献企业”。



潍坊商城店获潍坊市
2025年“无废商场”

淄博商城店获淄博市张店区
“绿色低碳高质量发展特殊贡献企业”



淄博商城店获淄博市张店区
“绿色低碳高质量发展特殊贡献企业”

- 四、无废商场 (11个)
1. 银座及银座分公司潍坊银座商城
 2. 银座及银座分公司烟台银座商城
 3. 银座及银座分公司青岛银座商城
 4. 银座及银座分公司泰安银座商城
 5. 银座及银座分公司淄博银座商城
 6. 银座及银座分公司滨州银座商城
 7. 银座及银座分公司烟台银座商城
 8. 银座及银座分公司烟台银座商城
 9. 银座及银座分公司烟台银座商城
 10. 银座及银座分公司烟台银座商城
 11. 银座及银座分公司烟台银座商城

潍坊银座商城获
“无废商场”荣誉称号

绿色包装

公司严格遵守《绿色包装评价方法与准则》等法律法规,全方位推动包装绿色转型,致力于构建资源节约型和环境友好型企业。

- 提供可生物降解购物袋并削减印刷颜色,把控空隙率;
- 大力推广周转箱,削减一次性包装使用量,提高重复利用率,全力推进绿色包装的广泛应用;
- 开发家庭装与大包装商品,优化产品组合和规格,减少单个产品包装量;
- 制定《纸箱回收管理规定》,委托第三方专业化管理废旧纸箱回收业务,规范回收全流程操作,明确回收处置标准,强化回收场地安全防范管控。

| 纸箱回收管理规定 | |
|---|--|
| <p>1. 目的</p> <p>为规范纸箱回收管理,明确回收流程,提高资源利用率,减少环境污染,制定本规定。</p> <p>2. 适用范围</p> <p>适用于银座超市各门店及集团所属各区域、门店、全公司范围内。</p> <p>3. 管理职责</p> <p>3.1 归口管理部门</p> <p>归口管理部门:负责制定回收管理规定,并负责监督执行情况。</p> <p>3.2 归口管理部门</p> <p>归口管理部门:负责制定回收管理规定,并负责监督执行情况。</p> | <p>4.1 符合门店实际回收标准,分类回收。</p> <p>4.2 回收纸箱应统一堆放,由门店指定区域存放,不得随意丢弃。</p> <p>4.3 回收纸箱应分类堆放,不得混放,且应做好标识,防止混淆。</p> <p>4.4 回收纸箱应分类堆放,不得混放,且应做好标识,防止混淆。</p> <p>4.5 回收纸箱应分类堆放,不得混放,且应做好标识,防止混淆。</p> <p>4.6 回收纸箱应分类堆放,不得混放,且应做好标识,防止混淆。</p> |

纸箱回收管理规定

循环经济

公司将循环经济理念融入运营,多维度开展绿色专项行动。

- 公司开展“环保减塑、关爱地球”的环保活动,通过空瓶回收、替换装等活动,减少废弃物的产生。
- 济南堤口路店开展绿色生态赋能启动会,倡导低碳生活,推出“银座超市减塑行动”和集“盒”行动,实现循环经济与商业共赢。



面向顾客深化环保联动,开展洗衣液塑料桶回收、投放绿色环保自助回收机等绿色公益行动,为商圈周边社区居民提供可回收物投递服务,以简单易行的参与形式引导顾客践行绿色生活方式,推动企业与顾客形成环保联动合力,让绿色理念在供需两端双向传递、落地生根。



洗衣液塑料桶回收



废品回收机器

绿色办公

公司大力倡导绿色办公,采取一系列节能减排举措,从节约用电、节约纸张、节约用水等方面进行日常管理,切实降低办公环境中的碳排放,提升资源利用效率,增强员工绿色环保意识。

用纸管理

- 采用双面打印,减少纸张浪费。
- 打印前认真预览文档,确认无误后再进行打印,避免不必要地重复打印。



用水管理



- 定期检查水龙头、管道等供水设施,及时修复漏水问题。
- 在洗手间等区域安装节水器具,如节水龙头、节水马桶等。
- 通过宣传和培训等方式,增强员工节水意识。

垃圾管理

- 对垃圾进行分类处理。
- 在餐厅张贴杜绝浪费标识。



设备管理



- 升级节能灯具、节能电器等办公设备，降低办公区域照明能耗。
- 根据实际需要合理调节空调温度，空调制冷温度不低于26°C，冬季温度不高于22°C，并于下班前半小时关闭空调。
- 照明尽量利用自然光，在照度满足的前提下，减少用灯数量。
- 员工离开办公区域应主动关闭电脑、打印机等办公设备电源及照明设备。

办公环节

- 倡导员工使用公共交通、步行或骑行等绿色出行方式，减少私家车使用。
- 在办公区域周边建设自行车停车设施，方便员工停放自行车。



绿色办公环境



- 在办公区域摆放绿植，改善空气质量，营造舒适的工作环境。
- 在装修和改造办公区域时，使用环保材料，减少对环境的影响。

绿色施工

公司严格遵守生态环保相关法律法规及施工规范要求，强化“三废”管理，以绿色施工理念统筹现场运营管理，从源头减少施工环节的生态环境影响，持续提升施工过程的绿色化、集约化水平，切实将绿色发展要求落实到施工全流程，助力生态环境保护与项目建设协同推进。

施工现场精准管控，持续做好抑尘、降噪措施，做好围挡封闭、洒水降尘等工作，采用低噪音设备和隔音屏障，严格遵守夜间施工规定，施工扬尘排放量同比降低50%，无噪声投诉。



施工现场抑尘

生态系统和生物多样性保护

公司遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国森林法》《中华人民共和国野生动物保护法》《中华人民共和国野生植物保护条例》等相关法律法规，通过负责任的采购、配置绿植、绿色施工等方式确保运营过程的生态影响最小化，最大程度降低生物多样性相关风险，推动绿色可持续发展。

践行生态责任开展植绿行动

积极履行生态环保社会责任，常态化组织植树造绿专项活动，以实际行动为生态环境增绿添彩，切实筑牢生态保护屏障，将绿色发展理念转化为生态建设实效，助力提升区域生态环境质量。

以人为本 汇聚多元力量

银座股份致力于为员工营造公平、公正、安全且充满活力的积极工作环境，
关注员工职业发展与身心健康。



保障基本权益

治理

银座股份不断探索完善员工权益保障机制,建立透明且具有竞争力的薪酬与福利体系,制定《离岗休养办法》《员工日常行为规范》《假期管理办法》等制度,保障人才的吸纳与留存,促进员工的个人成长,深度践行共同发展理念,为员工创造更加美好和健康的工作环境。

影响、风险和机遇管理

平等多元招聘

公司坚持平等多元的用工原则,严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国社会保险法》《中华人民共和国妇女权益保障法》《工伤保险条例》等相关法律法规,不因性别、年龄、宗教信仰、国籍、婚姻状态、种族、残疾状况等因素进行任何形式的歧视,严禁使用童工和任何形式的强迫劳动,保障员工自由结社与集体谈判权利。2025年,公司未出现雇佣童工、强制劳动及虐待员工等事件。



劳动合同签订率 **100%** 社会保险覆盖率 **100%** 残疾员工 **83** 人

公司重视多元化人才梯队建设,针对不同岗位制定合理适配的招聘计划,通过校园招聘、社会招聘等方式,广泛吸纳具备相关专业知识、技能、经验的优质人才,打造多层次、高质量的人才梯队。同时不断调整增加女性管理层比例,致力于企业高质量发展。2025年,公司管理人员中女性占比33.3%;技术人员中女性占比23%。

校园招聘

- 与院校建立战略合作伙伴关系,招聘应届毕业生,为公司储备人才。

社会招聘

- 面向全国有相关岗位工作经验的社会从业者,引入外部人才带来不同企业、不同行业的工作经验与思维模式。

2025年

新进员工数



新进员工
439 人

按招聘渠道划分的新进员工



校园招聘
47 人



社会招聘
392 人



员工总数 **8817** 人 员工流失 **639** 人 流失比例为 **7.2%**

按性别划分



男性 **2421** 人 女性 **6396** 人

按用工性质划分



男性 **2421** 人 女性 **6396** 人

按年龄划分



| | |
|--------------|---------------|
| 30岁及以下 | 31-50岁 |
| 792 人 | 7458 人 |
| 51岁及以上 | |
| 567 人 | |

按学历划分



| | |
|---------------|---------------|
| 本科以下 | 本科 |
| 6497 人 | 2221 人 |
| 硕士 | |
| 99 人 | |

新进员工按来源划分



| | |
|--------------|-------------|
| 社招 | 校招 |
| 392 人 | 47 人 |

校招新进员工按学历划分



| | |
|-------------|------------|
| 本科 | 硕士 |
| 41 人 | 6 人 |

薪酬与福利

薪酬激励体系

公司制定《薪酬管理办法》《绩效考核管理办法》等薪酬制度,持续优化薪酬激励体系,建立“目标导向,增量分享”的核心激励机制,以科学的薪酬管理激发员工价值创造活力。

薪酬结构

| | |
|--------|------------------------------|
| 岗位基本工资 | 根据员工个人岗位层级确定; |
| 岗位绩效工资 | 与员工个人绩效考核结果挂钩,实现“多劳多得、优绩优酬”; |
| 效益绩效工资 | 根据公司年度效益完成情况,挂钩个人年度考核结果兑现。 |

为确保薪酬与绩效挂钩的公平性、公正性,公司明确各岗位核心工作目标、关键绩效指标及考核评价标准,实现考核指标可量化、工作目标可追溯,建立常态化绩效反馈机制,开通绩效申诉渠道,保障员工合法权益。

公司《绩效考核管理办法》中规定了考核流程,被考核人对考核结果有异议时,可提交申诉,薪酬与考核委员会、总监及负责人按照管理权限进行处理。

福利保障措施

为满足员工的不同需求,公司制定《员工福利管理办法》《企业年金实施细则》《假期管理办法》等福利和假期制度文件,建立健全“法定类+保障类+生活类”福利体系,规范员工福利政策,深入理解并尊重员工的个性化需求,增强员工归属感,提高公司市场竞争力。2025年,女性员工产假返岗率为100%。

福利内容一览



政策福利 社会保险、住房公积金、人才引进等



假期福利 法定节假日、带薪年假、婚假、产假、哺乳假等



工作保障类福利 餐补、防暑降温费等



健康保障类福利 商业保险、健康体检、员工爱心基金、心理咨询、职工书屋、符合要求员工发放企业年金等



生活类福利 “三八”妇女节、春节、中秋福利、托儿费、生日福利等



心理健康讲座



职工书屋

深化民主管理

公司深度践行民主管理理念,以保障员工知情权、参与权、表达权、监督权为核心,强化工会组织建设与常态化集体协商机制,明确工会作为员工利益代表者的定位,制定《合理化建议管理办法》,牵头开展诉求收集、权益维护等工作,联合公司管理层围绕员工切身利益重大事项开展平等协商、凝聚共识;同时搭建职工代表大会、座谈会、合理化建议征集、意见箱等多元沟通渠道,制定相关管理办法,确保员工意见及时收集、高效落实,推动企业与员工共建、共治、共享。



2025年

员工工会入会率

100 %



案例

第三届职工代表大会第五次会议

2025年12月,公司召开第三届职工代表大会第五次会议,审议并通过多项职工福利与日常行为规范等方面相关的重要制度。未来,工会将在党委的坚强领导下,持续提升工作质量,不断深化对工会政治属性的认识,积极拓展工会基本职责,切实回应职工群众的新需求、新期待。坚持“学”“思”“践”“悟”相结合,抓好落实,为全面打造综合竞争力强的现代商业服务领军企业贡献工会力量。



第三届职工代表大会第五次会议

开展建言献策征集活动

2025年,公司开展建言献策征集活动,设立员工建议意见信箱,进一步畅通建言献策渠道。活动共收到员工意见建议近700条,聚焦公司治理、选人用人、考核激励、人才队伍建设、技术创新、服务品牌、合规管理、门店差异化经营等核心议题,为公司长远发展提供了重要参考。

指标与目标



2025年

公司未出现雇佣童工、强制劳动及虐待员工事件

搭建人才队伍

治理

银座股份始终将人才队伍建设作为企业发展的核心要务,制定《“一事一议”人才引进管理办法》《基层一线岗位自主招聘管理办法》等制度,人力资源部具体落实员工职业发展规划与系统化教育培训工作,多措并举引才、育才、留才、用才,持续强化人才队伍管理、优化员工培训体系,深入推进产业工人队伍建设改革,全方位激发人才队伍活力与创造力,以高素质人才筑牢企业高质量发展根基。

影响、风险和机遇管理

优化人才管理

公司不断完善人才选拔、培训、任用、激励全流程管理体系,畅通职业发展通道,以科学机制为牵引,精准匹配人才发展与企业发展需求,为企业高质量发展筑牢坚实的人才保障。



职业技能培养

银座股份围绕业务发展与岗位需求,将领导力和技能发展全面纳入培训计划,持续强化员工专业能力与综合素养提升,以系统化培训赋能人才成长。报告期内,员工培训覆盖率100%。

新员工培训

公司定期为所有新加入员工提供新员工入职培训,培训紧扣企业文化、职业素养、团队协作、业务技能与廉洁从业等核心内容,加速员工融入企业文化,帮助员工了解内部规章制度,促进团队融合。

案例 开展2025届校招新员工入职训练营

2025年7月22日至8月2日,公司成功举办“IN爱集结,扬帆起航”银座股份2025届校招新员工入职训练营,通过专题授课、现场参观、研讨分享、团队拓展等多元形式开展系统化培训,帮助新员工快速融入企业环境、夯实岗位履职基础、树立职业发展意识,为新员工走好职场第一步筑牢根基。



银座股份2025届校招新员工入职训练营

领导力培训

为各级员工提供职业发展和领导力提升赋能,开展综合能力提升、管理人员领导力与经营思维提升等活动,提升员工的领导力及综合管理能力,致力于锻造一支“懂战略、精业务、能应变、善协同、敢创新”的高素质管理团队。

案例 | 组织2025年度综合能力提升培训

为提升门店负责人领导力、综合运营能力、风险应对水平及管理效能,公司组织开展2025年度门店综合部部长综合能力提升专项培训。培训为期2天,约100名相关部门负责人参训,内容涵盖团建拓展、意识形态、工会制度、党建实务、智能办公等多个模块,赋能集团战略落地与高质量发展。



举办2025年度综合能力提升培训班



银座2025年青年后备店长班培训



新任店长培训活动



参加数字化转型管理骨干实战培训

产业工人改革

银座股份锚定技能提升、权益保障、发展赋能等核心方向,持续强化产业工人职业发展支撑,组织参与多元化技能竞赛活动,以赛促学、以赛促干、比学赶超,激发一线劳动者干事创业活力,推动产业工人队伍向知识型、技能型、创新型方向转型。



《职业发展通道管理办法》

《劳动技能竞赛管理办法》



案例 | 银座专业服务亮相全国赛场

2025年6月,由中国财贸轻纺烟草工会、中国百货商业协会、中国商业联合会、重庆市总工会联合主办的“第二届商业导购员技能大赛”决赛正式启幕。银座精英导购团队层层突围晋级全国决赛舞台,凭借扎实功底与出色赛场表现取得佳绩,充分彰显出银座团队专业服务技能过硬能力。



“第二届商业导购员技能大赛”决赛



银座集团加工项目技能比武大赛



济南北园店举办“真心话·大冒险”岗位知识挑战赛

指标与目标



2025年

持续强化员工专业能力与综合素养提升,共计开展培训项目

2275 个

总支出 337.3 万元

累计培训时长 176340 小时

员工培训总人次 136000 人次

人均培训时长 20 小时

重视人文关怀

银座股份积极践行“健康生活、快乐工作”理念，积极组织开展多元主题活动，丰富员工生活，切实围绕员工实际需求，持续深化关怀举措，致力于构建起有温度、有活力的职场生态，为企业高质量发展凝聚起同心奋进的内生动力。

丰富员工活动

银座股份聚焦员工精神文化需求，以重要节日节点为契机，常态化开展工会送清凉、员工观影、七夕送花等活动，平衡员工工作与生活，报告期内，举办822 Family Day家庭日活动，聚焦“健康+圆梦”核心主题；为8名离岗休养员工举办“岁月鎏金 银座情长——致敬我们的奋斗时光”座谈会；特别关注女性职工群体，策划开展特色“她力量”活动，多维度增强员工凝聚力与向心力。

银座INZONE

银座泰莱区域团建活动

“国缘杯”庆五一文体融合主题活动

银座高新店 圆梦计划 日工会活动

绽放她力量·闪耀新证
银座集团工会“三八”国际劳动妇女节观影

组织“三八”妇女节观影活动

组织员工参加健康跑活动

第三届822FamilyDay“圆梦计划”活动

案例 举办女性职工专属主题沙龙活动

公司立足女性职工需求，2025年4月，携手福瑞达善颜、济南市工商联女企业家商会举办“颜启春日·匿龄时光”主题沙龙活动，打造集消费、社交、体验于一体的多元生态圈。5月，特邀中国书画艺术名家、中国人民大学艺术学院教授戴丕昌亲临授课，举办“书画雅韵·商道传承”主题沙龙活动，将书画展览、艺术鉴赏与商业研讨有机融合，通过组织多样化活动，汇聚“她力量”，激发“她活力”。



“颜启春日·匿龄时光”主题沙龙活动



“书画雅韵·商道传承”主题沙龙活动

践行员工关爱

银座股份高度重视员工关爱工作，持续完善员工关爱机制，聚焦一线慰问、退休关怀、智慧餐厅改造、困难帮扶等重点，常态化落实关爱举措，传递企业温度与人文关怀，凝聚起企业可持续发展的强大合力。报告期间，公司累计帮扶慰问困难职工404名，发放帮扶款92.1万元；帮扶意外致困职工8人，拨付帮扶款6万元。

案例 慰问一线职工

公司持续关注施工一线的实际需求，7月12日，组织开展了“高温送清凉·关爱润人心”慰问活动，为奋战在高温下的施工管理人员和一线工人送去清凉与关怀，筑牢防暑屏障。



“高温送清凉·关爱润人心”慰问活动

案例 情暖退休员工

公司将退休职工关怀纳入员工关爱体系,通过举行退休职工欢送仪式、节日主题活动、常态化走访慰问等形式,致敬退休职工的坚守与奉献,传达企业尊重与温暖。



济南商城店温情欢送退休员工



济南燕山店举办退休员工温情欢送会

案例 帮扶困难员工

公司关注员工急难愁盼问题,以实际行动建立困难员工帮扶机制,精准摸排、动态跟进,通过专项救助、组织多次爱心捐助等形式,切实解决员工实际困难,不断提升员工归属感、幸福感与获得感。



节日慰问困难职工



济南济阳店为困难员工组织爱心募捐

筑牢安全防线

银座股份始终将安全生产视为企业发展的基石,严格履行安全生产主体责任,以系统化制度建设、全链条风险管控、全方位宣教培训为抓手,构建制度健全、责任明晰、防控到位、全员参与的安全生产管理体系,切实保障员工生命健康与企业稳健运营,为高质量发展筑牢坚实安全屏障。

守护职业健康

公司制定《职业危害管理制度》,构建全流程职业健康防护体系。按岗位危害风险等级配齐合规防护设施与用具,定期监测评估作业场所粉尘、噪声等危害因素;建立员工职业健康档案,组织在岗及离岗人员定期体检,做到职业病早发现、早干预、早治疗,全方位保障员工健康安全。



2025年

通过ISO 45001职业健康安全管理体系再认证审核



2025年



注1:工伤人数包括通勤路上的交通事故。

注2:因工伤损失工作日期统计因工伤导致的缺勤天数。



安全生产管理

公司锚定安全生产管理核心目标,制定《安全生产管理制度》,涵盖安全生产资金投入、劳动防护用品管理、安全设施和设备管理、安全生产教育和培训、安全生产检查、风险分级管控、隐患排查治理、危险作业管理、安全生产奖惩、应急预案管理、事故报告和事故应急救援等全维度管理制度。

组织架构方面,公司建立总部—区域—门店三级管控体系。总部成立安全生产委员会,下设安全生产委员会办公室;区域和门店按从业人数成立安全生产委员会或安全生产领导小组,各级统筹组织、指导、协调本单位安全生产工作任务的贯彻落实,研究和审查本单位有关安全生产的重大事项。公司制定安全责任书签订率、安全教育培训率等8项安全生产管理目标并定期监督目标进展,2025年安全生产管理目标100%完成。报告期内,公司未发生重大安全生产事故。

安全生产管理目标

| | |
|--------------------------|-------------------------------|
| 死亡及重伤责任事故为 0 | 重大火灾责任事故为 0 |
| 重大设备、生产责任事故为 0 | 管辖区域内的相关方重伤及以上事故为 0 |
| 安全隐患整改率 100% | 安全教育培训率 100% |
| 安全责任书签订率 100% | 特种作业持证上岗率 100% |

安全生产责任制

公司建立《安全生产监督管理办法》《安全生产责任制考核管理制度》《安全生产责任追究办法》《安全生产举报奖励办法》等制度,对不落实安全生产相关责任,或发生安全生产事故等情况,对相关单位或责任人进行考核奖惩,考核奖惩与个人薪资挂钩,以刚性约束压实各级安全生产责任。

2025年

安全生产投入 **1482.02** 万元 安全生产投入占营业收入的比例 **0.28** %

安全隐患排查

公司制定《隐患排查治理规定》,通过建立《重大事故隐患重点排查事项清单》《事故隐患分类分级清单》,明确各单位隐患排查治理内容、责任主体。公司设立隐患内部报告奖励机制,鼓励员工自主通过多种渠道如实报告,对经查证属实,按“小隐患小奖、大隐患大奖”原则给予奖励,充分调动全员参与安全管理的积极性。2025年,开展总部监督检查,门店覆盖率100%,利用信息化平台,实现隐患排查治理的实时监控和动态管理,提高隐患排查治理的效率和准确性。开展区域门店互查、安全生产隐患排查整治行动和安全生产诊断,全面梳理门店存在问题,助力门店提升安全管理水平。

2025年

累计发现各类安全隐患 **7374** 项 安全隐患整改率 **100** %

安全应急管理

公司制定《应急预案管理制度》《安全生产信息报送制度》,明确各单位应急预案从编制、评审、备案、培训、演练、评估、修订到归档的全流程管理要求及监督标准,规范安全相关事件的条线化信息报送流程,细化逐级上报管理细则。公司通过持续完善应急预案体系,强化应急培训与实战演练,全面提升全员应对各类突发事件的处置能力与协同水平。

2025年

开展安全应急演练 **1022** 次 参与安全应急演练 **90849** 人次
安全应急演练总时长 **79546** 小时 生产安全应急预案修编 **95** 家门店



消防应急实战演练

相关方安全管理

公司重视承包单位、承租单位等相关方的安全管理,将相关方安全管理纳入考核。对承包单位、承租单位的安全生产条件或者资质进行审查,不具备安全生产条件或者相应资质的,不得发包或出租;对承包单位、承租单位的安全生产工作统一协调、管理,定期进行安全检查,发现安全问题的,及时督促整改。与承包单位、承租单位签订专门的安全生产管理协议,或者在承包合同、租赁合同中约定各自的安全生产管理事项及职责。通过以上措施确保所有进入公司作业区域的相关方遵循公司的安全标准与流程,降低公司运营过程中的安全风险。

安全生产宣贯

公司制定《安全生产教育和培训制度》《安全“晨会”管理规范》《“开工第一课”制度》等专项制度,构建系统化安全生产宣教体系。通过内部培训、漫画展板、知识竞赛等多元形式,面向总部、区域及门店各级人员开展法律法规、安全知识普及与技能培训,强化全员安全意识,夯实安全生产思想根基。

主要负责人和安全管理人員

严格执行持证上岗制度,每年按规定参加安全生产教育培训,重点学习最新安全法规、风险管控方法及应急管理要求。

特种设备和特种作业人员

组织设备操作规范、安全防护要点及事故应急处置流程专项培训,确保培训学时达标、考核合格后持证上岗。

新入职员工

落实岗前三级安全教育培训,包括公司安全规章制度、岗位风险点及操作规程,保证安全培训次数和质量。

在职员工

建立年度安全教育培训长效机制,每年至少完成8学时安全知识更新培训。



培训类型

2025年

| | | | |
|----------|-----------|----------|-----------|
| 安全生产培训 | 1484 次 | 安全生产培训参与 | 141784 人次 |
| 安全生产培训时长 | 112281 小时 | 人均安全培训时长 | 12.73 小时 |



主要负责人安全管理培训班



安全管理人员培训班



安全管理专项培训



责任担当 共享美好生活

银座股份以高度的社会责任感构建可持续商业生态。公司实施供应链全生命周期精细化管理,坚持以邻里需求为导向,传递企业温度,积极响应国家乡村振兴与区域协调发展战略,以商业赋能激活区域内生动力,致力于在服务国家战略大局中,实现企业发展、社会进步与环境友好的同频共振,共创共享美好未来。



深化供应链建设

银座股份积极推动供应链的可持续发展,对供应商开展全生命周期高效管控,持续完善供应链管理体系,加强供应链风险管理,保障供应链安全稳定,共同构建可持续生态。

治理

公司严格执行供应商准入、评价、考核和退出全流程管理。超市事业部负责超市条线供应商管理,建立《超市新供应商引入评估流程》《超市商品引进管理办法》《超市供应商资料管理流程》《超市新供应商合同审批流程》《超市供应商绩效评估流程》等供应商管理制度,明确采购实施及合同签订的标准流程。百购事业部负责百购条线供应商、品牌管理,制定《百购品牌引进、清退工作实施细则》《百购合同相关审核操作手册》等制度,强化品牌管理。品控管理部制定《供应商管理考核办法》《供应商月度绩效评议表》《基地/访厂管理规范》《超市商品质量管理处罚办法》,进一步规范供应商行为。

在业务往来中,公司与供应商签署《阳光协议》,并组织员工签订《廉洁从业承诺书》,以制度化、规范化手段强化采购行为约束,确保采购过程公开、公平、公正和透明。

制定《供应商日常评估流程》《供应商年度评估流程》,将评估结果作为供应商合作和退出的依据。

影响、风险和机遇管理

供应商管理提升

公司建立“准入—评估—考核—退出”全生命周期供应商管理体系,将ESG评估标准纳入供应商评估维度,实现对供应商的系统化、规范化管理。



供应商ESG管理

公司将ESG表现及管理实践等要求深度融入供应商管理标准,明确供应商应该遵循的ESG原则,包括环境保护、劳工管理、保障职业健康及安全、商业道德等,推动供应商ESG管理实践。



供应商数量及分布

2025年

百购供应商数量 **6083** 家

超市供应商数量 **3278** 家 本地化供应商数量 **1647** 家 本地化供应商比例 **50.24** %



🏢 供应商培训与交流

公司持续开展供应商培训和交流活动,与供应商保持密切合作,开展标杆企业参观活动等,协助供应商提升产品质量和管理水平,为实现长期合作共赢奠定了坚实基础。

2025年

供应商培训次数 **255** 次 供应商培训人次 **5825** 人次 供应商培训时长 **7537** 小时



鲁商集团新零售关系大会暨2025年鲁商全渠道一盘货选品大会

非商供应商管理

公司制定《采购管理制度》,强化风险防控。公司开展2024年度非商供应商履约评价,覆盖331家供应商的617个合作项目,评定出A级155家、B级154家、C级11家、D级2家及黑名单供应商9家;对D级、黑名单供应商分别实施2年、3年投标限制,合同到期后不再续签,以此优化供应商梯队,防范采购合作风险。

注:非商供应商含工程及工程类设备供应商;经营类设备、物料及营运、企划、中介等服务供应商。

供应商权益维护

公司坚守诚信原则,秉持“公开、公正、公平”的原则,保护供应商的合法权益。

🏢 阳光采购

公司将阳光采购融入价值链各环节,严格遵守《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国招标投标法实施条例》等相关法律法规,制定《采购管理制度》《采购评议管理办法》,明确采购业务实施和合同签订流程,在业务往来中与供应商签署《阳光协议》,员工签署《廉洁从业承诺书》,规范采购行为,保证采购过程的公正与透明。

🏢 平等对待中小企业

公司严格遵守《保障中小企业款项支付条例》等法律法规,勇担国企社会责任,按照合同约定及时结算中小企业供应商款项,不拖欠账款,共同推动行业的可持续发展。

2025年

公司未发生逾期未支付中小企业款项事件

供应链可持续发展

公司始终将供应链安全作为ESG管理的核心重点,不断推动供应链的优化和升级。

🏢 供应链安全管理

公司建立涵盖风险评估、安全管控措施、持续改进及应急响应的全流程供应链安全管理体系,着力构建供应链安全管理体系,通过ISO 28000供应链安全管理体系认证,夯实供应链安全管理的标准化基础。

🏢 供应链质量管理

持续优化公司的供应商管理战略,建立并完善《供应商准入标准》《商品质量准入标准》及《访厂流程及标准》等质量管理规范与流程,执行年度飞检计划,对供应商的生产环境、质量管理体系、工艺流程及溯源信息进行实地验证与监督,确保生产过程持续符合既定标准。

2025年

飞检总次数 **31** 次
包装食品 **17** 次 非食 **9** 次 生鲜 **5** 次

🏢 推动供应链协同

充分发挥山东银座配送有限公司、山东银座电器有限责任公司、山东银座雅阁餐饮管理有限公司、鲁商山港(海南)供应链有限公司、鲁商国际贸易有限公司和山东银座商城股份有限公司珠宝分公司在特定领域的专业优势,积极推动在配送、电器、烘焙、餐饮、团购和珠宝方面的供应链业务协同,通过完善零售业务链,提升服务水平和经营质量。

供应链改革提升

公司以“去中间化、集约化”为方向,通过产地直采、渠道重构、资源整合三维发力,推动供应链从传统模式向价值创造转型。

强化自有品牌

公司自有品牌坚持新鲜、品质、健康的开发理念,聚焦民生产品,为消费者提供高质价比商品。公司目前使用中自有品牌4个,包括INZONE、银座优鲜、家美惠、银座溯源尚品,联名使用品牌两个,包括银座优选、银座甄选。

自有品牌

- INZONE、银座优鲜、家美惠、银座溯源尚品

联名使用品牌

- 银座优选、银座甄选

聚焦源头直采

构建从基地到货架的全链路管控体系,健全各采购渠道价格透明公开机制、完善商品竞价比价机制,2025年新增生鲜基地工厂56家;建立蔬菜、水果、畜禽、水产、南北干货5大品类分级标准,开发标准化单品550余种。



利用抖音平台、公域流量,以及直播间不间断直播售券,打造线上线下热闹场景,银座系统实现销售同比提升37.73%。



门店打造“榴山榴海”形象



联合政府、基地制定“香妃草莓”独家品种定向种植方案,结合银座IP形象,打造优质草莓品种。



直采草莓启动仪式

标品整合深化

构建“直签+统配+自有+定制”多层级供应链体系,推动零供关系向“共享共赢”转型。2025年新增标品直签品牌153个、统配品牌169个。

打造商品力

公司坚定不移地将商品力作为核心竞争力,通过供应链改革、商品结构优化、业态创新等多维并举将商品力转化为顾客的信任力。

从“选品”到“造品”的价值跃迁

公司通过自有品牌、定制商品、爆品运营三维发力,实现商品价值升级。2025年自有品牌实现销售同比增长188%,32期“大单品竞赛”活动带动生鲜销售同比增长8%。

实施“加减”法,重构商品结构竞争力

做减法:精简SKU,SKU淘汰率65.01%;经销商库存周转天数同比加快8.18天。
做加法:布局低GI、药食同源、大健康等潜力品类,满足消费者对高品质生活的向往。

培育新业态场景,拓展“体验与服务”新边界

公司鲜花、烘焙、冰淇淋等新业务快速增长,精准满足了消费升级需求。烘焙引入16条标杆供应链,终端售价降低20%;鲜花项目已在77家门店上架;年度累计引进线上品牌325个,销售同比增长41%;完成唐冶店、长清大学城店的优化改造,打造超市品质感与烟火气。



2025年

| | | | |
|--------------|--------------|----------------|------------|
| 新增直签品牌数量(食品) | 107 个 | 新增直签品牌数量(加工日配) | 8 个 |
| 新增直签品牌数量(百货) | 38 个 | | |

指标与目标

2025年

公司与供应商《阳光协议》签署率达 **100** %

合作互惠共赢

银座股份注重将可持续理念融入自身业务发展,积极拓展与伙伴的可持续领域合作,在合作中实现资源共享、优势互补,推动产业升级和创新发展。

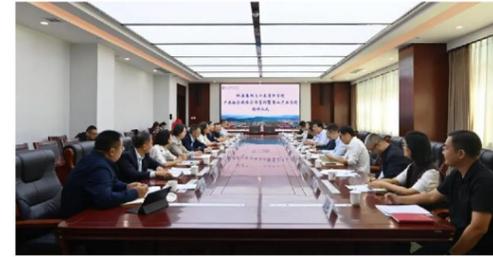
深化产教融合

公司积极推动与各院校合作,构筑起“教产互促、协同共生”的良性生态,与山东商职学院签订战略合作协议,共同成立商业产业学院;与山东城服学院深入对接共建烘焙产业学院、智慧央厨赋能中心;与青岛酒店管理学院开展加工产品研发、线上营销合作交流。

制定“济南一区商职学院独立仓执行方案”

2025年10月份以来,公司积极构建“需求共研、资源共享、成果共享”的深度合作模式,与山东商职学院多次进行对接,全力推动战略协议内容落地见效,实现校企共赢发展。

在学院内设立独立仓,打造双方“产教融合实践基地”,开展即时零售业务。通过真实零售场景的运营数据反馈,学生可系统掌握商品管理、用户运营与数据分析等核心技能,提升职业适应力。



与山东商职学院产教融合战略合作签约暨商业产业学院揭牌仪式

开展校企共建“线上营销实训”项目

银座股份联合山东商职学院、青岛酒店管理学院、山东城服学院三所高校,共同开展“线上营销实训”项目。10月31日至11月1日,面向三所高校100余名师生开展专题培训。11月7日,山东商职学院25名师生走进银座直播间,与集团10位资深主播联袂开播,10个银座抖音本地生活账号同步上线,实现理论与实践的深度融合,后续将通过定期复盘会议,持续优化实训流程、提升实训效果,推动校企共建项目高质量落地。



开展专题培训



山东商职学院师生走进银座直播间

促进行业发展

公司重视行业间的交流与合作,积极与不同领域的合作伙伴达成战略合作,在合作中实现资源共享、优势互补,实现多元化发展,持续提高公司的行业综合竞争力。

银座股份与临沂农发集团签署战略合作协议

公司积极发挥产业链贴近民生的资源优势,与临沂农发集团举行战略合作签约仪式,在山东蔬菜重点产区兰陵县开设果蔬分拣仓,为广大消费者提供“田间直达餐桌”的新鲜、优质食材。

双方表示将秉持互信互利原则,全力推动合作项目顺利实施,同时积极探索更广阔的合作空间,为行业发展贡献力量。未来,银座股份将继续秉持“品质消费引领者 美好生活服务商”的企业使命,持续推动农产品快速、高效地从田间地头走向消费市场,打通农业产业链的“最后一公里”,为农业产业发展贡献银座力量。



银座股份与临沂农发集团签署战略合作协议



银座股份与平阳县洪范池镇达成战略合作

共建美好家园

银座股份将回馈社会、履责担当深植于企业发展基因,以常态化公益行动传递企业温度,以邻里需求为导向深化社区生态建设,推动商业服务与民众需求深度融合,让企业发展更多更好地惠及民生。

投身社会公益

银座股份始终将公益理念融入企业发展,积极投身各类社会公益与民生服务活动,通过公益捐赠、志愿服务等多元化实践,切实回应社会关切,以实际行动诠释国企担当。

报告期间

| | | | |
|------------|----------------|-----------|---------------|
| 公司志愿服务总时长 | 8501 小时 | 员工志愿者活动场次 | 177 场次 |
| 参与志愿服务活动人次 | 2051 人次 | 人均志愿服务时长 | 4 小时 |

开展无偿献血主题活动

2025年9月,银座股份积极响应无偿献血号召,联合山东省血液中心共同组织驻济单位开展“淬炼作风守初心 奉献热血显担当”主题献血活动,干部职工踊跃参与,近60名员工完成献血,累计捐献血液约19000毫升,以实际行动诠释公益情怀。



“淬炼作风守初心 奉献热血显担当”主题献血活动



组织多样化公益实践

公司秉持主动担当、回馈社会的初心使命，在济南、滨州、德州、青岛等地统筹开展系列形式多元、内涵丰富的公益活动，持续丰富公益实践形式、拓展公益覆盖面积，以多元务实行动向社会各界传递企业温度与责任担当。



滨州银座茂开展爱心助学公益活动



德州区域四家门店联合举办公益爱心餐活动



济南华信店举办大型公益义诊活动



济南七里山店开展关爱流浪动物公益行动



青岛商城店举办“爱心暖剪”公益活动



淄博临淄天齐店为外卖骑手举办集体生日会

融入社区建设

银座股份始终以深度融入社区发展为核心导向，聚焦居民生活与精神文化双重需求，在持续提升基础服务品质的同时，积极拓展服务外延，开展系列服务进社区活动，以多元服务赋能社区建设，守护社区民生幸福。

银座社区店点亮社区“一刻钟便民生活圈”

公司管理的银座社区店深耕社区便民零售领域，聚焦社区居民“家门口”即时消费需求。9月30日，山师东路店、长盛店、舜园店三店同步开业，以“全品类、全时段、精细化”服务构建便民消费新场景，全方位覆盖居民日常消费需求，助力社区“一刻钟便民生活圈”建设。



银座社区店盛大开业

扎根社区共建聚力民生服务

公司始终秉持“顾客生活，需求至上”的核心理念，扎根社区、服务邻里，将社区共建融入商业运营全流程，常态化组织服务进社区行动，积极联动社区开展多元共建活动，推出特色“爱心”服务板块，以贴心、便民举措赋能宜居宜业社区生态建设。



济南唐冶文化中心店开展服务进社区活动



淄博临淄天齐店联动社区开睦邻集市



济南中铁店推出老人凭证免费就餐服务



联合周边社区开展减重送肉活动

响应国家战略

银座股份始终锚定乡村振兴与区域协调发展战略导向,立足自身渠道与资源优势,深化“产地直采+消费帮扶”联动模式,助力乡村经济发展。同时,探索商业融合新模式,以商业赋能激活区域发展内生动力,在服务国家战略大局中实现企业发展与民生福祉同频共振。

开展消费帮扶

公司坚持“以商兴农、以农促商”的可持续发展道路,深耕消费帮扶实践,报告期内,莘县、兰陵等地农产品分拣仓累计采购当地特色农产品1600余吨,对口支援和东西部协作消费帮扶累计采购新疆、重庆等东西部地域商品近2300万元,开展“雨季助农紧急预案”,采购7.5吨德州牛角村滞销香菜等活动。公司将社会责任与市场需求深度融合,依托全渠道零售网络优势,推动帮扶地区优质农副产品“出山进城”,为乡村振兴注入“产—供—销”一体化的强劲动力。



新疆法兰西西梅展销活动

阴雨季紧急助农

2025年10月,山东遭遇大范围连续阴雨天气,面对出现的农产品滞销、秋收受阻等困境,银座股份积极作为,迅速启动“雨季助农紧急预案”,主动对接济阳、聊城、沾化等地,通过简化供应商准入流程,设立绿色通道,实行优先验收、优先付款,以合理保护价“应采尽采”等多种方式,保障农户收益,充分依托自身冷链物流和运输车队,协同第三方物流打通“雨中运输生命线”,确保运输畅通无阻。

此次行动累计收购蔬菜共计42吨、沾化冬枣15吨,帮扶济阳、聊城等地37户农户、沾化区下洼镇27户枣农渡过难关。



支持区域发展

银座股份依托全渠道商业布局与优质服务能力,持续赋能属地消费升级,坚持以扎实的商业实践激活区域经济动能,将企业经营与区域建设紧密结合。公司切实履行本土企业责任担当,推动“好品山东 优特农产品”进入上海推广中心,与区域发展共生共荣、携手共进。

济南银座新辰店赋能济南东城区域发展

2025年9月,济南银座新辰店在济南东城唐冶片区正式启幕,填补了唐冶片区大型商业综合体空白,有效解决了区域居民消费需求。项目以中国北方唯一的“梯田式”退台设计,打造出建筑、景观与商业空间深度融合的新型城市综合体,创新融合“Mall+Block”双商业模式,实现零售区域与开阔露台交错布局,精准承接消费者购物、休闲、社交、文化体验等多元化个性需求,持续提升市民消费体验,以高质量商业配套赋能济南东城区域高质量发展。



济南银座新辰店盛大开业



“Mall+Block”与梯田退台设计



“Chill能量空间”



“商业+体育+社交”模式创新激活城市消费新场景

公司坚持以商业创新实践赋能城市功能提质，创新融合商业、体育、社交三大元素，打造NlianSports屋顶体育公园，通过运动体验与休闲社交场景的复合布局，打造兼具运动服务与社群联结功能的城市第三空间，构建起“运动+生活+社交”的全新消费场景，赋能城市商业生态迭代升级，丰富属地民生服务配套，为区域发展注入了多元活力。



济南北园店NlianSports屋顶体育公园布局

助力外贸内销双循环

公司积极践行国企担当，承接省商务厅“外贸优品”进商圈展销活动，多家门店开辟“外贸优品”绿色通道，以实际行动践行国家“内外贸一体化”战略。淄博商城店于超市入口处设立“外贸优品专区”，专区汇聚家居、纺织等优质出口商品，依托门店成熟的供应链与渠道优势，开展线上线下全渠道推广，全力助力企业开拓内需市场，助力外贸商家转型。



银座外贸优品专区

未来展望



干字当头，唯实惟先

展望“十五五”开局之年，银座股份将深入贯彻落实高质量发展要求，坚持实干导向，将ESG理念深度融入公司治理与生产经营全链条，全力推动“五个新突破、五个新提升”落地见效，以高质量履责赋能企业可持续发展。

聚焦主业突破，筑牢发展根基

公司将全面深化业态改革创新。超市业态深耕供应链韧性，大力发展订单农业与基地直采，高标准推进“银座实验室”建设，做强自有品牌，健全智能化商品选汰机制，提升商品力和运营力，实现经营质效新跃升。百货业态构建“战略核心+区域优势+门店特色”三级品牌矩阵，加大首店及创新概念店引进力度，推动商业内容重塑，实现运营能级新突破。

优化存量增量，激发创新活力

公司将统筹推进门店调优与内外埠拓展，加快银座社区店标准化建设，深度融入“一刻钟便民生活圈”。前瞻布局新模式，加速新业态落地，培育发展新动能。同时，深化供应链改革，依托全球直采构建内外双循环绿色供应链体系；以即时零售为增长引擎，重塑电商供应链流程，持续优化本地生活与直播流量矩阵，打造“线上线下全渠道、商品服务全场景”的智慧零售新生态。

深化治理效能，提升服务温度

公司将坚持党的领导，纵深推进全面从严治党，全面建设“清廉银座”，将风险防控嵌入业务流程，筑牢合规底线。坚持以人为本，升级服务体系，推行定制化服务方案，深耕“人情味服务”，以“暖”留客。用心用情关爱员工，增强归属感与幸福感，着力打造和谐型企业，共建共享幸福家园。

笃行不怠，向新而行

未来，银座股份将持续完善ESG管治架构，提升信息披露质量，全方位展现国有企业的品牌影响力、创新活力与服务温度。公司将以实干业绩回应各方期待，推动企业价值与社会价值同频共振，践行“品质消费引领者 美好生活服务商”使命担当。

关键绩效表

| 经营绩效 | | | | |
|-------------------|----|------------|------------|------------|
| 经营指标 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
| 总资产 | 万元 | 1107826.14 | 1066635.24 | 1051821.36 |
| 营业收入 | 万元 | 553911.47 | 541893.26 | 528226.78 |
| 归属于上市公司股东 的净资产 | 万元 | 259507.67 | 264712.66 | 268661.51 |
| 归属于上市公司股东 的净利润 | 万元 | 21664.39 | 6765.19 | 5925.11 |
| 纳税总额 | 万元 | 46152.78 | 41101.58 | 36326.83 |
| 每股社会贡献值 | 元 | 3.26 | 2.71 | 2.62 |

| 治理绩效 | | | | |
|-------------|----|-------|-------|-------|
| 治理架构 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
| 股东会召开次数 | 次 | 4 | 2 | 5 |
| 股东会审议议案 | 项 | 16 | 14 | 25 |
| 董事会会议召开次数 | 次 | 8 | 11 | 14 |
| 董事会会议审议议案 | 项 | 32 | 45 | 56 |
| 专门委员会会议召开次数 | 次 | 13 | 13 | 16 |
| 专门委员会会议审议议案 | 项 | 29 | 27 | 33 |
| 监事会会议召开次数 | 次 | 6 | 6 | 3 |
| 监事会会议审议议案 | 项 | 11 | 11 | 9 |

| 董事多元化 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|-----------|----|-------|-------|-------|
| 按性别划分 | | | | |
| 女性董事 | 人 | 1 | 1 | 2 |
| 男性董事 | 人 | 4 | 4 | 5 |
| 按教育背景划分 | | | | |
| 硕士及以上 | 人 | 5 | 5 | 7 |
| 按专业背景划分 | | | | |
| 财务 | 人 | 2 | 2 | 3 |
| 法律、人力资源 | 人 | 1 | 1 | 2 |
| 金融 | 人 | 1 | 1 | 1 |
| 管理 | 人 | 1 | 1 | 1 |
| 按董事会独立性划分 | | | | |
| 独立董事 | 人 | 2 | 2 | 3 |
| 非独立董事 | 人 | 3 | 3 | 4 |
| 投资者关系管理 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
| 业绩说明会 | 次 | 2 | 3 | 3 |
| 接听投资者热线 | 次 | 百余次 | 260 | 200 |
| 回复E互动 | 条 | 39 | 79 | 59 |
| E互动回复率 | % | 100 | 100 | 100 |
| 法律知识普及及宣传 | 次 | 6 | 10 | 10 |
| 商业道德 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
| 兼职信访工作人员 | 人 | 514 | 514 | 514 |
| 制作信访知识宣传板 | 块 | 20 | 36 | 20 |
| 受理信访举报 | 件 | 43 | 41 | 75 |
| 信访化解率 | % | 100 | 100 | 100 |

| | | | | |
|--------------------|---|-----|----|----|
| 公开接访解决群众 急难愁盼问题 | 件 | 138 | 53 | 48 |
|--------------------|---|-----|----|----|

| 社会绩效 | | | | |
|---------------|----|--------|--------|---------|
| 质量管理指标 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
| 抽检商品 | 个 | 58833 | 25903 | 23608 |
| 抽检商品合格率 | % | 99.9 | 99.04 | 97.40 |
| 食品安全指标 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
| 抽检农产品 | 个 | / | 183614 | 314357 |
| 抽检农产品合格率 | % | / | 99.88 | 99.94 |
| 客户服务与体验 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
| 客户投诉处结率 | % | 100 | 100 | 100 |
| 顾客满意度调查回收问卷数量 | 份 | 45685 | 45109 | 53000 |
| 顾客满意度 | % | 86.26 | 86 | 95.6 |
| 知识产权保护 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
| 研发投入 | 万元 | 1306.2 | 1341.1 | 1351.89 |
| 累计取得商标 | 件 | 76 | 76 | 75 |
| 供应链管理 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
| 供应商数量 | 家 | 8800 | 9758 | 9361 |
| 供应商培训次数 | 次 | 34 | 218 | 255 |
| 供应商培训时长 | 小时 | 3703 | 5647 | 7537 |
| 供应商培训人次 | 人次 | 3148 | 6493 | 5825 |
| 合规雇佣 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
| 员工总数 | 人 | 9170 | 9017 | 8817 |
| 劳动合同签订率 | % | 100 | 100 | 100 |

| 按性别划分 | | | | |
|-----------|----|--------|--------|--------|
| 男性员工 | 人 | 2751 | 2519 | 2421 |
| 女性员工 | 人 | 6419 | 6498 | 6396 |
| 按年龄划分 | | | | |
| 30岁及以下 | 人 | 853 | 839 | 792 |
| 31-50岁 | 人 | 7748 | 7619 | 7458 |
| 51岁及以上 | 人 | 569 | 559 | 567 |
| 按雇佣类型划分 | | | | |
| 全职 | 人 | 9170 | 9017 | 8817 |
| 兼职 | 人 | 0 | 0 | 0 |
| 按地区划分 | | | | |
| 中国大陆 | 人 | 9170 | 9017 | 8817 |
| 海外 | 人 | 0 | 0 | 0 |
| 新进员工人数 | 人 | 845 | 891 | 439 |
| 员工流失人数 | 人 | 1085 | 1044 | 639 |
| 员工流失比例 | % | 11.80 | 11.60 | 7.2 |
| 管理人员女性占比 | % | 36 | 33.6 | 33.3 |
| 员工培训 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
| 开展培训项目 | 个 | 1800余 | 2094 | 2275 |
| 培训时长 | 小时 | 18000 | 45085 | 176340 |
| 员工培训人次 | 人次 | 200000 | 143500 | 136000 |
| 人均培训时长 | 小时 | - | 5 | 20 |
| 员工培训支出 | 万元 | 365.37 | 578.16 | 337.3 |
| 人均创收 | 万元 | - | 60 | 60 |
| 按培训人员性别划分 | | | | |
| 男性员工 | 人 | 2751 | 2519 | 2421 |

| | | | | |
|-------------------|-----------|--------------|--------------|--------------|
| 女性员工 | 人 | 6419 | 6498 | 6396 |
| 男性员工 | % | 30 | 28 | 27 |
| 女性员工 | % | 70 | 72 | 73 |
| 按培训人员类型分类 | | | | |
| 高层员工 | 人 | 11 | 10 | 10 |
| 中层员工 | 人 | 93 | 78 | 92 |
| 普通员工 | 人 | 9066 | 8929 | 8715 |
| 高层员工 | % | 0.1 | 0.1 | 0.1 |
| 中层员工 | % | 1 | 1 | 1 |
| 普通员工 | % | 98.9 | 98.9 | 98.9 |
| 按受训小时数分类 | | | | |
| 男性员工 | 小时 | 6000 | 3400 | 49380 |
| 女性员工 | 小时 | 12000 | 6900 | 126960 |
| 高层员工 | 小时 | 600 | 340 | 4700 |
| 中层员工 | 小时 | 3000 | 1700 | 18810 |
| 普通员工 | 小时 | 14400 | 8260 | 152830 |
| 职业健康与安全 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
| 工伤人数 ¹ | 人 | 0 | 0 | 26 |
| 安全生产投入 | 万元 | 1610.22 | 1341.57 | 1482.02 |
| 生产安全应急预案修编 | 家 | 36 | 89 | 95 |
| 开展安全应急演练 | 次 | 1147 | 873 | 1022 |
| 参加安全应急演练人数 | 人次 | 113060 | 77042 | 90849 |
| 安全生产培训 | 次 | 1644 | 1799 | 1484 |
| 安全生产培训参与人数 | 人次 | 154415 | 452172 | 141784 |

注1: 工伤人数包括通勤路上的交通事故。

| 员工帮扶 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|-------|----|-------|-------|-------|
| 救助员工 | 人 | 412 | 390 | 412 |
| 发放救助金 | 万元 | 94.6 | 89.9 | 98.1 |

| 环境绩效 | | | | |
|---------------------|------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 指标 | 单位 | 2023年 ² | 2024年 ³ | 2025年 ⁴ |
| 温室气体直接排放量(范围一) | 吨二氧化碳当量 | 3209.56 | 3686.086 | 2993.05 |
| 温室气体间接排放量(范围二) | 吨二氧化碳当量 | 264320.094 | 266126.418 | 263447.01 |
| 温室气体总排放量 | 吨二氧化碳当量 | 267529.654 | 269812.505 | 266440.06 |
| 温室气体排放强度 | 吨二氧化碳当量 /万元营收 | 0.483 | 0.530 | 0.523 |
| 温室气体排放密度 | 吨二氧化碳当量 /平方米 | 0.099 | 0.099 | 0.095 |
| 用电量 | 万千瓦时 | 36978 | 40494 | 41460.58 |
| 单位面积电力使用量 | 千瓦时/平方米 | 136.25 | 149.08 | 148.16 |
| 天然气消耗量 | 标准立方米 | 1393363 | 1607564 | 1314438 |
| 汽油消耗量 | 吨 | 52.55 | 55.2 | 38.41 |
| 热力使用量 | 吉焦 | 104223 | 62687 | 65098 |
| 能源消耗总量 | 吨标准煤 | 49317.05 | 54125.30 | 54980.93 |
| 综合能源消耗量 (不可再生资源) | 吨标准煤 | 49245.77 | 54060.94 | 54902.27 |
| 综合能源消耗量(可再生资源) | 吨标准煤 | 71.28 | 64.36 | 78.66 |
| 能源消耗强度 | 吨标准煤/万元 营收 | 0.089 | 0.106 | 0.108 |

| | | | | |
|---------------|--------------|---------|---------|---------|
| 能源消耗密度 | 吨标准煤 /平方米 | 0.018 | 0.02 | 0.02 |
| 光伏安装量 | 兆瓦 | 0.7 | 0.7 | 0.7 |
| 清洁能源发电量 | 万千瓦时 | 58 | 52.37 | 64 |
| 清洁能源使用量 | 万千瓦时 | 58 | 52.37 | 64 |
| 总用水量 | 吨 | 2013025 | 2231200 | 2433700 |
| 新鲜水消耗量 | 吨 | 2013025 | 2231200 | 2433700 |
| 耗水密度(单位面积耗水量) | 吨/平方米 | 0.742 | 0.8215 | 0.8696 |
| 耗水强度 | 吨/万元营收 | 3.63 | 4.39 | 4.78 |
| 有害废弃物排放量 | 吨 | 0 | 0 | 0 |
| 环保投入 | 万元 | 737 | 760 | 770 |
| 突发重大环境事件 | 起 | 0 | 0 | 0 |
| 环境违法违规事件 | 起 | 0 | 0 | 0 |

注2:统计范围为84家经营门店。

注3:统计范围为84家经营门店。

注4:统计范围为90家经营门店。

指标索引表

《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告(试行)》议题索引表

| 序号 | 披露要求 | 对应的本报告章节 |
|----|--------------|------------------|
| 1 | 应对气候变化 | 应对气候变化 |
| 2 | 污染物排放 | 加强环境管理 |
| 3 | 废弃物处理 | 加强环境管理 |
| 4 | 生态系统和生物多样性保护 | 生态系统和生物多样性保护 |
| 5 | 环境合规管理 | 加强环境管理 |
| 6 | 能源利用 | 优化资源利用 |
| 7 | 水资源利用 | 优化资源利用 |
| 8 | 循环经济 | 协同绿色生态 |
| 9 | 乡村振兴 | 响应国家战略 |
| 10 | 社会贡献 | 合作互惠共赢 共建美好家园 |
| 11 | 创新驱动 | 聚力改革创新 |
| 12 | 科技伦理 | 不涉及 |
| 13 | 供应链安全 | 深化供应链建设 |
| 14 | 平等对待中小企业 | 深化供应链建设 |
| 15 | 产品和服务安全与质量 | 打造品质服务 强化质量管理 |
| 16 | 数据安全与客户隐私保护 | 数字化转型变革 |

| | | |
|---------|-----------|--------------------------------------|
| 17 | 员工 | 保障基本权益 搭建人才队伍 重视人文关怀 筑牢安全防线 |
| 18 | 尽职调查 | 恪守商业道德 |
| 19 | 利益相关方沟通 | 利益相关方沟通 |
| 20 | 反商业贿赂及反贪污 | 恪守商业道德 |
| 21 | 反不正当竞争 | 恪守商业道德 |
| 自主披露的议题 | | |
| 22 | 公司治理 | 提升治理效能 |
| 23 | 合规经营 | 诚信合规经营 |

读者反馈表

尊敬的读者：

感谢您百忙之中阅读本报告，我们非常重视并期望聆听您对本报告的反馈意见，您的意见和建议是我们持续提高企业ESG信息披露水平、推进企业ESG管理和实践的重要依据。在此诚邀您填写意见反馈表中的相关问题，并通过以下方式反馈给我们，感谢您对我们ESG工作的大力支持！



电话

0531-86960688



邮箱

600858@sina.com



地址

山东省济南市泺源大街66号银座大厦C座

选择题(请在相应位置打√)

1.对于银座股份来说，您的身份是：

员工 客户与消费者 股东与投资者 合作伙伴 政府及监管部门 社区与公众 其他(请注明)

2.您对本年度 ESG 报告的总体评价：

很好 较好 一般 较差 很差

3.您认为我们在环境责任方面做得如何？

很好 较好 一般 较差 很差

4.您认为我们在利益相关方沟通方面做得如何？

很好 较好 一般 较差 很差

5.您认为我们在客户服务方面做得如何？

很好 较好 一般 较差 很差

6.您认为我们在员工权益方面做得如何？

很好 较好 一般 较差 很差

7.本年度 ESG 报告的哪些议题最引起您的关注？

8.您还希望从报告中获取哪些信息？

9.对我们的 ESG 报告或 ESG 工作和可持续发展管理方面的意见或建议？