

公司代码：601366

公司简称：利群股份

利群商业集团股份有限公司
2021 年年度报告摘要

第一节 重要提示

- 1 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

经信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）审计，截至2021年12月31日，公司期末可供分配利润为人民币1,670,502,114.82元。经董事会决议，公司2021年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数分配利润。本次利润分配方案如下：

公司拟向全体股东每10股派发现金红利1.5元（含税）。截至2021年12月31日，公司总股本860,527,080股，以此计算合计拟派发现金红利129,079,062元（含税）。本年度现金分红比例为160.92%，剩余未分配利润1,541,423,052.82元结转以后年度分配。

第二节 公司基本情况

一、公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	利群股份	601366	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	吴磊	崔娜
办公地址	青岛市崂山区海尔路83号	青岛市崂山区海尔路83号
电话	0532-58668898	0532-58668898
电子信箱	lqzhengquan@iliquan.com	lqzhengquan@iliquan.com

二、报告期公司主要业务简介

（一）报告期内公司所处行业情况

2021年以来新冠肺炎疫情的不断演变以及多点散发的严峻态势，导致消费市场的回暖趋势受阻。根据国家统计局数据，2021年全国社会消费品零售总额440,823亿元，比上年增长12.5%，两年平均增速仅为3.9%。扣除价格因素，2021年社会消费品零售总额比上年实际增长10.7%。同时，2021年社会消费品零售总额增速呈前高后低的态势，2021年上半年平稳运行，但到下半年因

疫情较多散发导致增速下降，8月份同比增速低至2.5%，之后保持在低位区间运行，到12月份更低至1.7%，社会消费品零售市场发展形势严峻。

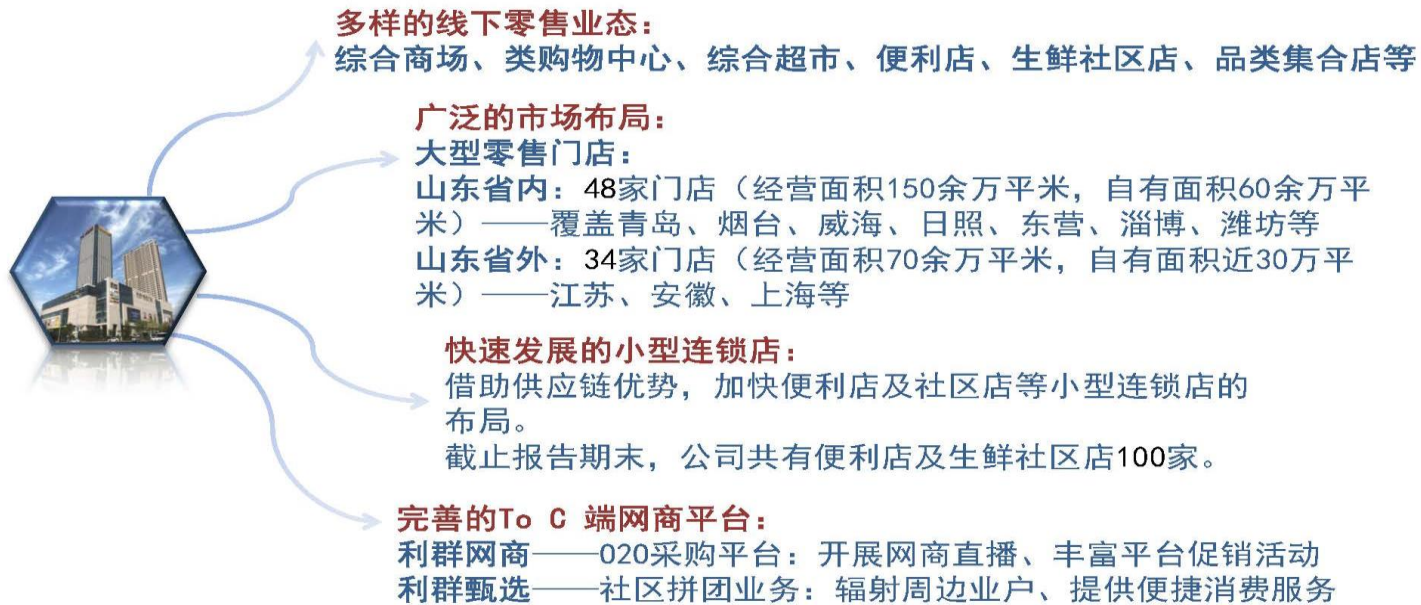
同时，相较于2020年，2021年以来疫情相关的费用减免等扶持政策显著减少，加之新租赁准则的实施，导致零售企业成本费用显著增加。此外，疫情也进一步强化了消费者的线上购物习惯，直播电商、社区团购等线上业态发展迅速，挤压线下市场份额，传统零售行业面临着前所未有的冲击。自2021年三季度以来，部分零售企业业绩下滑明显，甚至出现亏损，行业发展形势不容乐观。

2022年3月以来，国内多地发生较严重的疫情，消费市场回暖进一步受阻，国内经济增长面临较大压力，这也将给零售行业的经营业绩造成严重影响。

（二）主要业务

利群股份始终坚持“全产业链+自营”为主的供应链整合型商业运营模式，致力打造以“源头批量直采+品牌代理运营+仓储物流配送+自营终端零售（电子商务）”四位一体的零售、平台运营商。公司以百货、超市和电器零售连锁经营为主业，强化品牌代理运营和城市物流配送，并不断向上游产业链延伸，加强食品生产加工及自有品牌建设力度，同时 To C 端及 To B 端共同发力，打造线上线下协同发展的经营格局，为消费者提供全方位的优质服务。

1、零售连锁及 To C 端网商平台



2、品牌代理及 To B 端采购平台



品牌代理批发

(近30家品牌代理公司)

- 品牌代理业务：快消品、休闲食品、粮油、酒水饮料、水产品、超市百货、家居用品、家用电器、服饰鞋帽、婴童用品、运动、针织、化妆、珠宝、箱包皮具等涵盖全品类商品。



自有品牌建设

(打造自有品牌产品矩阵)

- 福兴、祥悠、谷仁庄、仟福臻、利之祥、利之福、纾享等十余个自有品牌
- 品类涵盖超市小百货、食品、家居、服饰、针织、生鲜食品等



To B端—利群采购平台

(提供大宗商品采购服务)

- 为便利店和个体、专卖店商户等提供货源支持
- 为酒店、食堂和餐厅提供日常生鲜食品及相关物料
- 为企事业单位办公、福利及劳保用品提供一站式采购服务

3、智慧化仓储物流中心

- 建设有冷链物流中心、常温物流中心、温控成品粮储备中心、生鲜加工中心、中央厨房、豆制品厂、豆芽厂等
- 采用国际先进的智能化及现代化设备设施，建设了多套无人作业系统，扩大无人化操作范围

智慧物流中心

南北协同发展

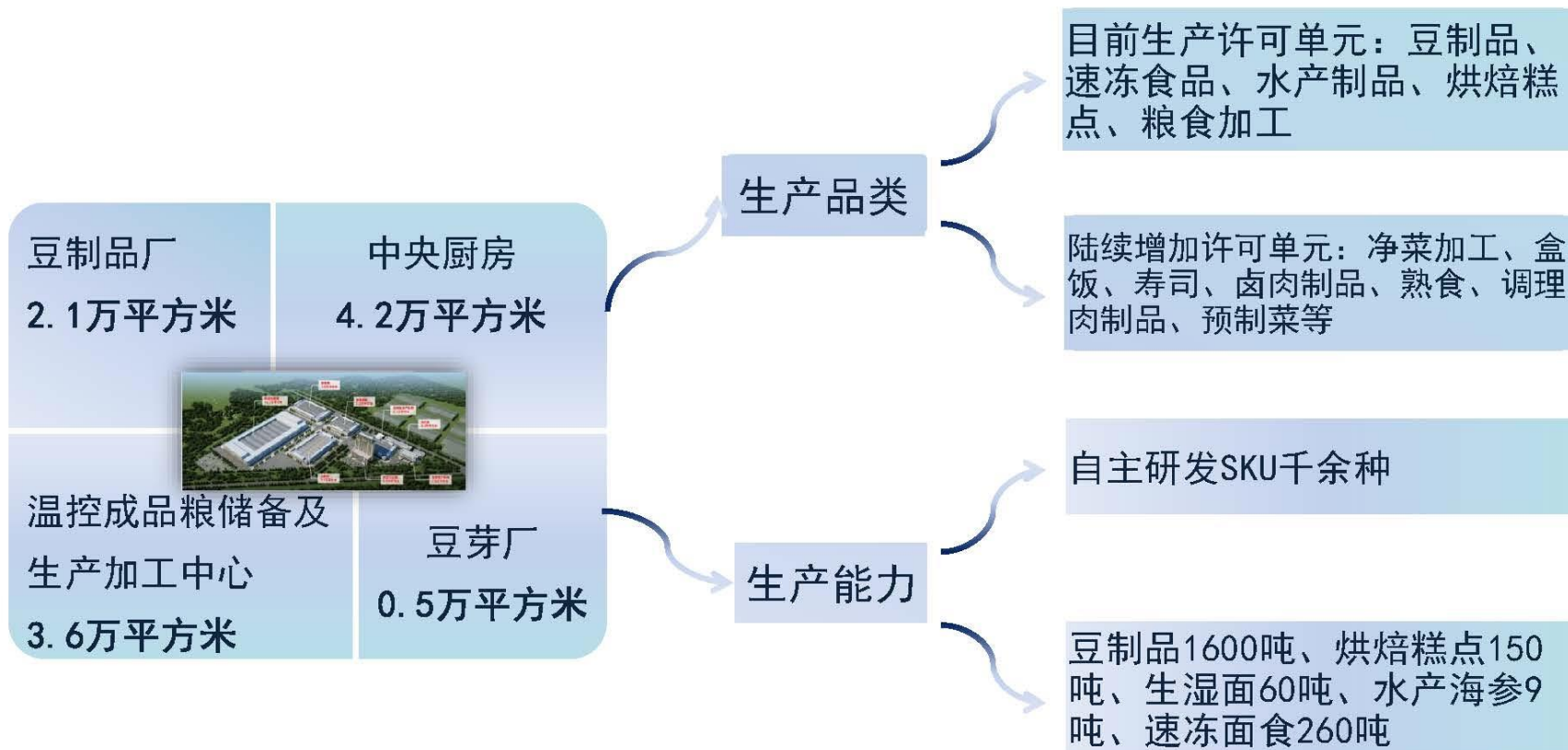
- 四座智慧物流位于青岛市区、胶州、江苏淮安
- 总仓储面积超50万平方米
- 在建面积10余万平方米
- 自有配送车辆300余辆



- 除满足公司自身零售体系仓储配送需求，还能向大型农贸市场、便利店、企事业单位及学校、部队等第三方提供社会化物流配送服务

社会化延伸

4、生鲜食品生产及加工



（三）经营模式

公司经营模式分为经销模式、联营模式以及租赁模式，其中经销模式为公司的主要经营模式和利润来源。

公司通过旗下各专业品牌代理公司“源头采购”，直接从厂家买断商品，其中超市百货类商品、快消品、休闲食品、家用电器等品类商品经销比率达到 90% 以上，服饰鞋帽、箱包皮具、珠宝首饰、化妆品等品类商品的经销比率达到 40% 以上，减少流通环节，提升毛利，给顾客提供高性价比的商品和服务。

依托公司零售终端的规模和影响力，公司取得了众多知名品牌的区域代理权，一方面直接从工业环节的大宗采购保证了公司的商品质量和价格优势，另一方面也保证了公司对外扩张过程中的资源优势。

在生鲜品类方面，公司主要采用基地直采模式，全国生鲜采购基地 300 余个，遍布在山东、海南、河北、甘肃、新疆、广东、广西、四川、湖南、湖北、云南、福建等二十多个省市，选取最优的生产基地采购优质生鲜产品，直采占比超 90%。同时，公司通过自建冷链仓储中心、温控成品粮生鲜加工中心、中央厨房、豆制品厂、豆芽厂等方式，提高公司生鲜产品深加工及配送能力，进一步增加产品利润附加值，增强生鲜领域竞争优势。

租赁模式主要是对公司经营品类或服务进行补充的业务模式，主要应用于部分小商品零售柜台租赁，以及品牌餐饮店、儿童娱乐、美容健身、电影院等体验及商业配套业态租赁。

三、公司主要会计数据和财务指标

1、近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2021年	2020年	本年比上年增减 (%)	2019年
总资产	16,950,361,849.73	13,099,168,152.26	29.40	12,035,138,056.00
归属于上市公司股东的净资产	4,481,040,236.18	4,759,296,068.36	-5.85	4,675,789,405.23
营业收入	8,083,644,410.14	8,389,187,376.38	-3.64	12,441,176,211.25
扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后的营业收入	8,041,396,271.16	8,341,201,779.25	-3.59	/
归属于上市公司股东的净利润	80,214,468.66	142,881,070.41	-43.86	267,290,104.06
归属于上市公司股	-135,330,919.53	77,999,559.81	-273.50	227,284,158.49

东的扣除非经常性损益的净利润				
经营活动产生的现金流量净额	629,109,501.32	573,574,108.07	9.68	322,205,449.72
加权平均净资产收益率(%)	1.67	3.11	减少1.44个百分点	5.77
基本每股收益(元/股)	0.11	0.18	-38.89	0.31
稀释每股收益(元/股)	0.08	0.15	-46.67	0.31

主要会计数据和财务指标说明:

1、2021年,新冠肺炎疫情不断演变,呈现全国多点散发的严峻态势,公司零售门店所在部分区域,如江苏、烟台、日照等均受到了疫情的冲击,导致公司扬州、淮安、日照、烟台等地的多家门店因疫情封控停业,对公司业绩造成严重冲击。

2、2021年,面对疫情影响下复杂困难的经济局面,公司审慎研究,关闭了9家经营不达预期的南方门店,闭店产生了19000余万元的一次性费用,对2021年业绩产生了较大影响。

3、公司新开门店如胶州广场二期、胶南德信广场、西海岸金鼎广场等尚处于市场培育期,影响本年利润减少4000余万元。

4、2021年淮安物流、胶州里岔物流相继投入使用,新物流折旧费等运营成本增加,影响本年利润减少1950余万元。

5、公司自2021年1月1日执行新租赁准则,房产租赁账面成本显著提高,2021年相关费用增加2700余万元。

6、2020年,针对新冠肺炎疫情突发的不利影响,政府出台了房租、水电、社保等费用减免政策,而2021年相关减免政策显著减少,导致公司本期费用同比增加6100余万元,影响本期利润。

7、公司总资产同比增加、净资产同比减少主要系执行新租赁准则影响。

2、报告期分季度的主要会计数据

单位:元 币种:人民币

	第一季度 (1-3月份)	第二季度 (4-6月份)	第三季度 (7-9月份)	第四季度 (10-12月份)
营业收入	2,398,749,859.53	1,979,120,802.35	2,156,045,206.99	1,549,728,541.27
归属于上市公司股东的净利润	10,995,427.59	14,308,975.70	80,568,477.34	-25,658,411.97
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	1,963,422.79	13,824,506.62	-45,484,350.10	-105,634,498.84
经营活动产生的现金流量净额	473,469,934.39	-275,308,877.85	566,467,434.60	-135,518,989.82

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

四、 股东情况

a) 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					28,431		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					27,714		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					不适用		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					不适用		
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内 增减	期末持股数 量	比例 （%）	持有有 限售条 件的股 份数量	质押、标记或冻结 情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
利群集团股份有限公司	0	171,129,589	19.89	0	无	0	境内非 国有法 人
青岛钧泰基金投资有 限公司	0	122,170,664	14.20	0	无	0	境内非 国有法 人
青岛利群投资有限公 司	8,568,938	50,568,938	5.88	0	无	0	境内非 国有法 人
青岛恒荣泰资产管理 股份有限公司	27,897,478	42,942,287	4.99	0	无	0	境内非 国有法 人
连云港市嘉瑞宝商业 发展有限公司	-1,574,466	40,439,751	4.70	0	无	0	境内非 国有法 人
青岛上瑞商业有限公 司	未知	37,998,884	4.42	0	无	0	境内非 国有法 人
徐恭藻	0	21,166,523	2.46	0	无	0	境内自 然人
张月华	19,351,528	19,841,568	2.31	0	无	0	境内自 然人
李林	8,537,069	18,979,369	2.21	0	无	0	境内自 然人
王维平	5,684,863	14,611,169	1.70	0	无	0	境内自 然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	利群集团股份有限公司为公司第一大股东，青岛钧泰基金投资有限公司持有利群集团股份有限公司 68.34%的股权，						

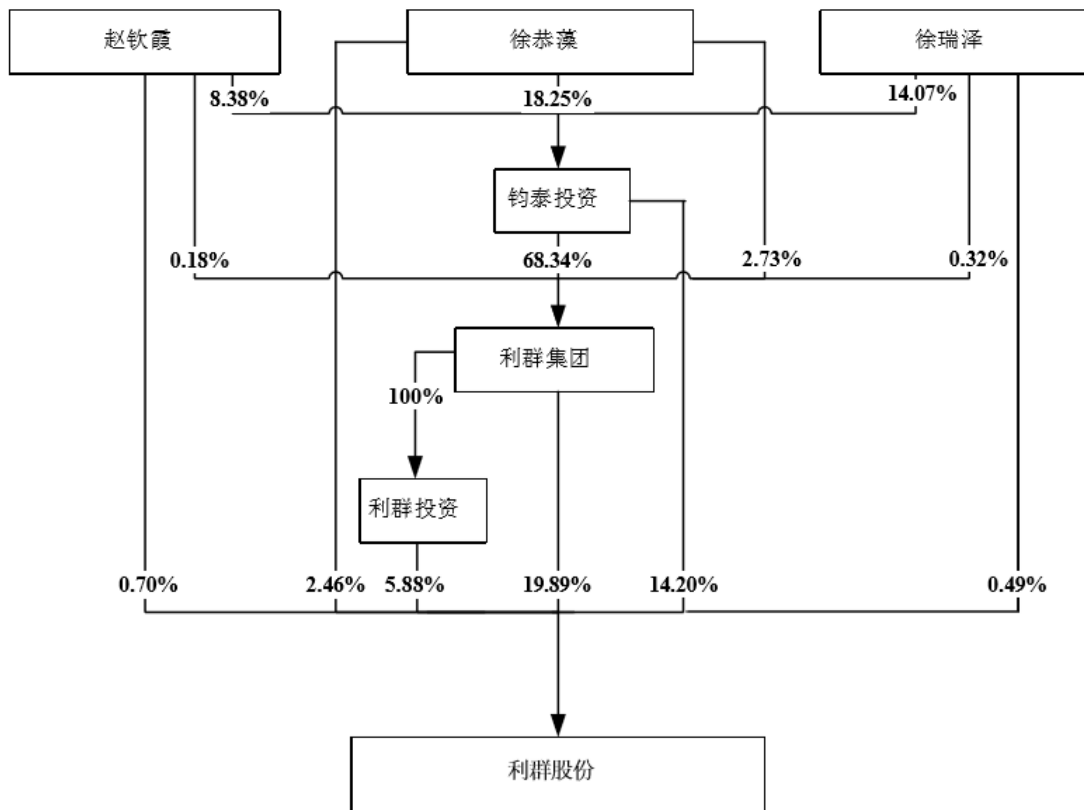
	利群集团股份有限公司持有青岛利群投资有限公司 100% 的股权。徐恭藻为公司实际控制人之一，徐恭藻为青岛钧泰基金投资有限公司第一大股东、利群集团股份有限公司第二大股东。除上述关联关系外，其他股东之间的关联关系未知。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用

b) 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用

c) 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



d) 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

五、 公司债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

一、 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

报告期内公司主要经营情况如下：

1. 零售业务稳健发展，加速优化区域布局

2021年4月，营业面积近2万平方米的胶南德信生活广场盛大开业；12月，公司投资约25亿元重点打造的，总建筑面积24万平方米、商业面积近15万平方米的大型商业综合体——西海岸金鼎广场建成并开业，公司在优势区域的市场占有率和竞争优势进一步提升。

华东商贸公司经营管理提升完善。一方面，为提升门店经营质量，优化区域布局，华东商贸共关闭了海安店、滕州店、宿迁店等9家房租较高、经营不达预期的门店；另一方面，围绕淮安物流基地300公里辐射圈，继续加快社区店布局，共开业15家社区店，更好地覆盖下沉市场，满足居民日常高频次购物需求。

截至2021年底，公司合计拥有大型零售门店82家、便利店及“福记农场”生鲜社区店100家、各品类集合店84家，公司零售业态更加丰富，区域布局更加合理。公司大型零售门店经营面积近230万平米，其中自有物业面积90余万平米，占门店总经营面积的40%，自有物业可有效抵御租金上涨风险，增强公司抗风险能力。

2. 智慧物流建设持续推进，数字化供应渠道布局基本完成

2021年，位于青岛胶州，总投资额约30亿元，总建筑面积30多万平方米的利群智慧物流与供应链基地全面投入使用，原物流中心顺利完成搬迁。新物流基地涵盖智慧化常温物流中心、冷链物流中心、温控成品粮储备中心、中央厨房、豆制品产业园、洗衣房等，是公司重点打造的社会化民生用品配送基地。项目运用了大批国内及国际最新现代化的物流装备和系统，并在国内首家建成了“自动立库+环形穿梭车+3D视觉识读拆垛机器人”的自动化无人作业系统，极大地节省了人力物力，进一步提高公司供应链运营效率。

胶州智慧物流与供应链基地与2020年投入使用的总投资约20亿元、总建筑面积约25万平方米的淮安市华东区供应链与现代物流总部基地协同效应进一步凸显，构建辐射整个华东区域的智能供应渠道，为公司打造全国性、现代化的供应链、采购及配送模式奠定坚实的基础。

3. 批发业务规模不断扩大，公司供应链体系建设不断完善

2021年，公司充分发挥商业零售和供应链优势，品牌代理步伐加快，代理范围覆盖食品百货、服饰内衣等多个领域，近800个品牌，批发业务规模不断扩大。公司依托供应链资源优势，积极开辟供应新渠道，拓展外销业务，目前，公司品牌代理外销业务对接客户近9000家，部分品牌代理子公司外销业务比重已超过50%，其中福盛昌水产外销比例超过60%，胶州福昌食品科技、鼎誉酒业、福兴祥配送等公司的外销占比超过50%。

2021年，公司完成军融平台供应商入库资质审核和东部战区超市入库；积极开拓军队物资供应业务，为各地部队、护航舰队等供应包括食品、蔬菜等各类物资；同时，积极拓展政务政府采购业务，中标签约了中国中车员工福利商城、渤海银行电商采购平台等项目，进一步彰显公司供应链配送实力。

2021年，公司设立供应链管理公司、国际贸易公司等，正式开展对外贸易及跨境电商业务。报告期内，公司外贸出口总额达8100万美元，折合人民币约5.1亿元，同时公司积极开展跨境电商业务，上线部分品类全球购小程序，通过直播、社群营销等手段建立了完善的跨境电商销售渠道，公司供应链范围持续扩大，供应链体系建设不断完善。

4. 信息化建设不断完善，打造公司数字化、智慧化大脑

公司致力于探索、打造线上线下一体化发展的经营模式，2021年对利群网商和利群采购平台进行持续改版升级，实现公众号、小程序、APP三个路径同步上线；同时梳理细化品类结构，规范关键字搜索和设置，不断完善商品图库，加强技术研发保障，做好系统迭代升级；平台不断丰富促销活动，增强用户新鲜感；积极开展直播带货，推出利群甄选一社区团购业务，挖掘新的业绩增长点，增加用户黏性，为消费者提供更好的线上购物服务。

2021年，为适应数字化时代对企业经营管理带来的挑战，公司成功上线基于SAP架构的智慧供应链信息管理平台，自主完成智慧供应链中台、前台的研发工作，对信息化管理系统进行了全面升级。全新信息化平台是覆盖研发、销售、供应链、仓库、生产、财务等全业务流程的综合运营管理平台，助力公司实现运营管理的标准化、规范化和高效化，进一步提升信息化水平，构建公司数字化智慧化大脑，为公司创新经营业态、战略扩张提供有力的信息化支撑。

5. 健全长效激励约束机制，激发企业发展活力

为充分调动公司管理人员及核心员工的积极性、责任感和使命感，促进公司长远健康发展，公司于2021年初实施了限制性股票激励计划，以3.9元/股的价格向96名激励对象授予了2648万股限制性股票，占公司股本总额的3.08%。本次股权激励计划的实施，有效地将股东利益、公司利益和员工利益结合在一起，建立股东与管理层及员工之间利益共享、风险共担意识，提升公司团队的凝聚力和竞争力，实现公司长期健康向上发展。

6. 积极践行社会责任，以行动诠释企业担当

2021年河南特大暴雨给百姓生命财产造成重大损失，公司快速组织力量，协调自有供应链体系资源向灾区紧急输送消毒液、防疫药品、速食快餐等总价值20万元的防疫消杀和民生物资，用实际行动诠释责任担当。春节期间，公司作为政府应急储备单位，以储备要求水平为基准，全力

做好疫情防控常态化条件下市场供应工作。凭借自有仓储物流优势，公司提前储备了充足的平价果蔬、粮油等商品，果蔬类储备 7000 余吨，粮油类储备 13000 余吨，高水平、高质量、高效率完成春节保供工作，充分满足广大消费者的节日需求。

为做好巩固脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接，公司充分发挥企业经营特色，对口贫困地区开展商品采购等一系列有广度、有深度的支援工作，通过“农超对接”帮助乡村居民稳定经济收入。2021 年公司合计采购高原夏菜 640 余吨，采购金额 240 余万元；对口支援重庆丰都、贵州安顺、甘肃陇南等地区采购农副产品近 30 吨，采购金额近 400 万元；开发平度仁兆地区产地直采品种，累计采购量 200 余吨，金额 30 余万元。

1 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用