

公司代码：600272
900943

公司简称：开开实业
开开 B 股



上海开开实业股份有限公司 2024 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、 上会会计师事务所（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**

公司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，向全体股东每 10 股派发现金红利人民币 0.44 元（含税），B 股折算成美元发放，共计分配股利 10,692,000.00 元，占 2024 年度合并归属于上市公司股东净利润的比例为 30.55%。本年度不进行送红股、资本公积金转增股本。在实施权益分派的股权登记日前公司总股本发生变动的，拟维持分配总额不变，相应调整每股分配比例。本预案尚需经 2024 年年度股东大会批准。

第二节 公司基本情况

1、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	开开实业	600272	不适用
B股	上海证券交易所	开开B股	900943	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书
姓名	张燕华
联系地址	上海市静安区昌平路678号
电话	86-21-62712002
传真	86-21-62712002
电子信箱	dm@chinesekek.com

2、报告期公司主要业务简介

根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所处行业为零售业（代码为F52）。

国家统计局发布的数据显示，2024年，消费整体呈回落态势，社会消费品零售总额48.8万亿元，同比增长3.5%，比2023年（7.2%）回落3.7个百分点。在当前的消费环境背景之下，零售行业正不断积极调整以适应多变的市场环境以及迭代的消费群体，伴随着科技创新、人工智能的不断升级，电商引领的全新消费业态已悄然崛起，2024年12月，商务部等7部门联合印发的《零售业创新提升工程实施方案》提出，力争到2029年，初步形成供给丰富、布局均衡、渠道多元、服务优质、智慧便捷、绿色低碳的现代零售体系。

1、医药业

近年来，随着公立医疗机构药品带量采购制度常态化、医保谈判药品“双通道”管理、鼓励医疗器械创新和国产替代等医药流通领域一系列政策密集出台实施，多策并举进一步推动医药流通行业格局重塑。医药流通行业正在从速度规模型转向质量效益型，朝着数字化、集约化、专业化、现代化趋势发展，以科技赋能、创新引领行业协同发展，不断推动行业高质量发展。

医药物流信息化技术加速应用，智慧医药供应链逐步健全。医药物流企业积极应用物联网、5G、大数据、云计算等现代信息技术及先进物流设备，建设供应链订单智能管控体系，推进与上下游医药企业信息互联互通，提升医药供应链协同能力，加快供应链服务转型和创新，推动健全智慧医药供应链体系。

“两票制”和医药集采政策的实施，有效减少了医药流通环节，降低了药品价格，但同时也显著压缩了医药流通行业的利润空间。特别是对于高成本的中小医药流通企业，由于缺乏溢价能力，在药价下降的情况下，其生存空间受到压缩。同时，随着政策的放开和市场的变化，新的竞争者如医药生产企业等不断涌入医药流通行业，加剧了市场竞争。这些新进入者可能带来更加先进的管理理念和技术手段，对传统的医药流通企业构成挑战。

2、服装业

2024年，随着国家促消费政策逐步显效、业态模式创新不断激发市场活力，我国纺织服装商品内需消费实现温和增长，但是增速有所放缓。国家统计局数据显示：2024年我国纺织业、化纤业产能利用率分别为78.5%和85.4%，较上年分别提高2.1和1.1个百分点。根据国家统计局发布的2024年居民消费支出情况显示：人均衣着消费支出1521元，增长2.8%，占人均消费支出的比

重为 5.4%；限额以上服装、鞋帽、针纺织品类商品零售总额同比增长 0.3%，增速较上年回落 12.6 个百分点；网上穿类商品零售额同比增长 1.5%，增速较上年回落 9.3 个百分点。

近年来以国风国潮、新中式审美为代表，中国时尚以创造性的表达，成为一种重要的消费趋势和文化现象。科技力量的崛起也正在重塑服装行业的竞争优势。通过“人工智能+”策略，将设计、制造、营销和品牌建设等活动建立在“大数据+”的基础上，将有助于提升整个行业的竞争力。此外，随着消费理念和生活方式的多样化，服装消费呈现出明显的场景化趋势。职场、休闲、社交和户外等不同生活场景中的服装需求日益细分化，为服装行业带来了新的发展机遇。当前我国服装行业正面临大变革、大调整的时代背景。从工业经济向数字经济的转型变化，都为服装行业带来了全新的发展机遇与挑战。

（一）公司主营业务基本情况

报告期内，公司的主营业务未发生重大变化。

公司是以医药流通及服务及服装批发、零售为核心的双主业经营模式，下属医药和服装两大板块。其中，医药板块主要是以批发零售业务以及健康服务业务为主，涵盖中西药品、医疗器械、试剂耗材以及诊疗服务等，近年来由传统的医药零售逐步向大健康服务转型，向数字化、精细化、专业化、供应链服务延伸；服装板块主要从事以中华老字号“开开”品牌衬衫、羊毛衫和服装系列的批发和零售，以及工装团购定制业务。

（二）公司主要产品及其用途

1、医药板块

公司医药板块业务属于医药流通行业，主要通过自有仓储物流和信息化技术，从事中西成药、中药饮片、医用耗材试剂等医疗物资用品的销售，为医疗机构、商业公司等销售客户提供产品批发和供应链服务；下属分支机构为零售连锁药店和医疗门诊部，分别从事药品及健康相关商品的零售以及提供门诊及健康指导等服务。同时通过零售自营和合作设立专柜形式，扩大“上雷”自主品牌滋补系列产品市场份额。

2、服装板块

公司服装板块主要产品包括衬衫、羊毛（绒）衫、系列服装。“开开”品牌衬衫以男士商务类常规品类为主，包括全棉系列、全棉高支系列、全棉免烫系列等。羊毛（绒）衫、夹克、大衣、围巾服装系列，在选材、用料、款式上调整产品结构，不断推出年轻化、时尚化等系列化产品。

（三）经营模式

1、医药板块

（1）销售模式

①批发业务

批发业务主要包括医院直销业务、商业批发业务。

a.医院直销业务为雷西公司作为上游医药生产企业的批发商，向各级医疗机构提供药品和医疗器械试剂的批发，符合“两票制”的医改政策方向和渠道扁平化趋势要求。雷西公司充分依托区域性的地缘优势，凭借信息化技术水平，有效整合药品及医疗耗材试剂的供应链体系，为各级医疗机构提供全方位的批发服务，以及标准化、专业化、个性化的药品及医疗耗材试剂服务解决方案。

b.商业批发业务为雷西公司与生产企业、医药流通企业或代理商合作，通过相关渠道将产品销售给下游其他商业企业客户，扩大代理产品销售覆盖范围，提高市场份额的业务模式。

②零售业务

零售业务系在雷西公司统一制定的价格策略和营销策略下向终端消费者销售商品。传统线下零售业务公司统一将商品采购、配送至连锁门店，并通过连锁门店提供药品以及医疗器械等的销售服务。此外，打通线上全渠道运营通道，分别与第三方电商平台美团、饿了么、天猫、拼多多

等平台开展合作，并通过自有线上商城，开展私域健康服务，为消费者提供更专业、更便捷的购物体验。

③医疗服务业务

医疗服务业务主要系通过社会办医疗机构的形式，为公众提供基础诊疗服务及体检服务。其中，雷西公司充分发挥“雷允上”品牌效应，推广中医药特色服务，包括但不限于开展中医诊断、针灸、推拿等中医诊疗和口腔健康服务项目，并积极参与社区健康促进服务，开展健康教育和疾病预防工作。

(2) 采购模式

依据雷西公司“质量第一，按需进货，择优采购”的采购原则，为满足雷西公司批发业务与零售业务不同的需求，结合产品属性的不同，雷西公司目前采用统一采购、定点采购、定向采购和授权采购等为主的多种采购模式。

统一采购系雷西公司采购部根据批发业务与零售业务需求信息，通过分析制定采购计划，由采购部统一向具有合法资质的单位集中采购，供应商以商业公司为主。采购时，采购部在合格供方目录中选择供应商进行沟通谈判，包括供应价格、配送时限及售后服务等，通过比价等分析，选定供应商并执行相应采购任务。

定点采购系雷西公司采购部通过现场考察等方式，综合考虑产品生产质量、价格和售后服务等因素，择优确定一家或多家定点供应商，同其签署商标授权合作协议，由定点供应商根据协议在定点期限内生产有关产品，并仅供应给雷西公司用于批发或零售的模式。

定向采购系雷西公司采购部在采购过程中，根据批发业务与零售业务特定需求和目标来进行采购的模式。此类采购主要涉及医院终端业务、区域总代理产品以及零售终端顾客特殊订货需求等，供应商以生产企业、区域总代理企业为主。

授权采购系下属分支机构药城分公司因其销售规模较大、专业性强等原因，统一采购无法满足配送效率或特殊订单需求，因此雷西公司授权其可独立采购除药品外的其他健康产品。授权采购可以充分利用各采购渠道，丰富商品种类，有效满足个性化需求，有助于弥补统一采购存在的不足，降低商品配送过程中的损耗率。

2、服装板块

(1) 销售模式

主要销售模式包括批发、零售。

批发：主要系衬衫全国市场的批发销售，通过组织召开订货会方式，组织全国经销商选品订货。按照客户订单实行“以销定产”的模式落实生产采购，组织发货销售。

零售：销售渠道以市内自营专卖店、电商平台（主要包括天猫、抖音等电商渠道）等为主。产品来源主要通过自行采购、定点加工生产等。其中，团体职业服定制业务以“特色定制”为主线，突出精湛品质、精美设计、精心服务三大特色。通过业务洽谈，根据客户需求，公开投标、设计打样，量体服务后，落实定制产品的生产、跟单、交货、结算、售后等环节。近年来，团购业务不断加大与学校、机关、企事业单位的深度合作，逐步成为零售业务中的重要业务。

(2) 采购模式

公司在采购所需物料方面建立了一套严格的管理程序，旨在采购适时、适价、适质、适量的成衣或者面料。此外，公司内部建立了有效的部门沟通机制，各部门间通力协作，及时沟通，保证产品质量。

(四) 公司产品市场地位

公司两大主营板块行业地位、品牌价值以及品牌核心竞争力多年来一直受到行业及消费者的一致认可。

“雷允上”具有 360 余年品牌发展历史，以传承为本、创新为魂的理念，以文化融合提升品牌内涵为目标，不断充实和提升企业文化，打造品牌高地、服务高地和技术高地，尤其在中医药

领域具有丰富的历史底蕴和可持续发展的生命力，在业界享有“北有同仁堂、南有雷允上”之美誉。雷西公司曾荣获国家商务部“中华老字号”企业首批认定，荣获“上海市质量金奖”、“上海市企业文化创新十佳品牌”、“上海品牌（膏方定制加工服务）”等诸多奖项荣誉。“上雷”品牌产品居本市中药行业同类产品前列。旗下自主文创产品“允上生活”之“香意香韵”雷允上沉香伴手礼入围 2020-2021 年度上海设计 100+、“允上生活×东方明珠”珠香韵礼盒荣获 2023 上海金榜伴手礼、2023 “老凤祥杯”上海礼物设计大赛“年度新品”。2024 年与上海宋庆龄故居、张园、古猗园等知名 IP 达成跨界合作，推出多款联名产品，受到市场广泛认可。全年共计开发文创新品几十款，其中玉兰瓷花香氛礼盒、萌猫行李箱香囊礼盒荣获 2024 上海金榜伴手礼荣誉称号。

服装板块的“开开”品牌是“中国驰名商标”。“开开”品牌始创于 1936 年。“开开”衬衫以“选材讲究、做工精致”的定制加工经营方式，形成了具有“博采中西、兼容个性”的海派衬衫风格。走过 80 多年的风雨历程，成就了民族品牌的骄傲。时任国家领导人吴邦国曾为开开题词“领袖风采”，这既是对开开衬衫制作工艺品质（衬衫关键部位领子、袖子）的肯定，更是对开开品牌影响力的褒奖。“开开”羊毛衫自 1994 年起通过国际羊毛局（The Woolmark Company）的认证许可，成为纯羊毛标志特许权企业，为消费者提供卓越质量的保证。近年来，开开创意开发的伴手礼系列新品，深受市场好评，自 2019 年起已连续 5 年入选中国进口商品博览会优质商品并荣登“上海优选特色伴手礼”金榜。与上海自然博物馆联名开发山海经系列“山海申韵”丝巾荣获 2024 上海礼物设计大赛“年度新品”，“绅饰印记”衬衫袖钉入选上海优选伴手礼榜单。

3、公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2024年	2023年	本年比上年 增减(%)	2022年
总资产	1,484,859,580.95	1,326,712,627.84	11.92	1,210,402,408.49
归属于上市公司股东的净资产	618,859,547.56	595,827,343.28	3.87	568,677,230.18
营业收入	1,093,917,017.67	925,070,377.41	18.25	894,171,857.19
归属于上市公司股东的净利润	34,999,093.75	39,300,113.10	-10.94	39,928,203.46
归属于上市公司股东的扣除非 经常性损益的净利润	2,094,226.53	9,445,628.88	-77.83	14,142,027.49
经营活动产生的现金流量净额	-61,571,315.21	578,427.54	-10,744.60	79,342,921.55
加权平均净资产收益率(%)	5.76	6.77	减少1.01个百分点	7.26
基本每股收益(元/股)	0.14	0.16	-12.50	0.16
稀释每股收益(元/股)	0.14	0.16	-12.50	0.16

3.2 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	234,368,620.36	255,151,875.17	255,404,915.93	348,991,606.21
归属于上市公司股东的净利润	23,260,067.14	7,748,951.82	3,595,509.07	394,565.72
归属于上市公司股东的扣除非 经常性损益后的净利润	234,983.54	3,058,826.74	-2,044,627.05	845,043.30
经营活动产生的现金流量 净额	-69,896,785.46	41,962,358.75	-15,045,705.83	-18,591,182.67

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4、 股东情况

4.1 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）					47,525		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					39,977		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
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）					0		
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
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	
上海开开（集团）有限公司	0	64,409,783	26.51	0	无		国有法人
上海静安国有资产经营有限公司	0	6,000,000	2.47	0	无		国有法人
上海金兴贸易公司	0	3,000,000	1.23	3,000,000	冻结	3,000,000	国有法人
赵立乾	2,366,200	2,366,200	0.60	0	无		境内自然人
孙程远	2,253,300	2,253,300	0.56	0	无		境内自然人
赵国华	1,612,000	1,612,000	0.52	0	无		境内自然人
招商证券（香港）有限公司	1,131,100	1,131,100	0.41	0	无		未知
上海九百（集团）有限公司	0	880,000	0.40	0	无		国有法人
BOCISECURITIESLIMITED	0	862,725	0.38	0	无		未知
姜毓萍	0	753,833	0.36	0	无		境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明		<p>1、上海开开（集团）有限公司、上海静安国有资产经营有限公司、上海九百(集团)有限公司隶属于上海市静安区国有资产监督管理委员会，与其他前 10 名股东及其他前 10 名无限售条件股东之间，均不存在关联关系或一致行动。</p> <p>2、上海金兴贸易公司与前 10 名股东及前 10 名无限售条件股东之间，均不存在关联关系或一致行动。</p> <p>3、未知赵立乾、孙程远、赵国华、招商证券（香港）有限公司、BOCISECURITIESLIMITED、姜毓萍与前 10 名股东及前 10 名无限售条件股东之间，是否存在关联关系或一致行动。</p>					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明		无					

4.2 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



4.3 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

4.4 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

5、公司债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

1、 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。

2024 年，全球宏观环境复杂多变，百年变局加速演进，世界经济增长放缓与地缘政治风险叠加。面对瞬息万变的国际局势，中国经济在全球化经济的逆流中保持稳健增长，展现出强大的韧性和澎湃的内生动力。全国上下以党的二十大精神为指引，以改革为动力，扩内需、提质量、促开放、化风险，开辟以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业的新局面。

同时，公司各项工作也获得了业界权威机构的高度肯定，荣获由上海上市公司协会评选的“公司治理和内部控制优秀实践案例”、相关专业知名媒体颁发的“美好消费品牌奖”、“2024 年度金勋章奖”和金牛奖“金信披奖”，不断激励公司肩负起作为国有控股上市公司的使命和担当。

报告期内，公司以再融资项目为核心重点工作；以促进“三位一体化”协同发展的“大健康”转型发展、深化推进服装板块综合改革为总体目标，带领下属两大板块以“革故鼎新，继往开来”的勇气“破冰”；以“志存高远，锐意进取”的干劲“破局”；以“初心如磐，使命在肩”的担当“破题”，为公司进一步实现高质量发展共筑新愿景、构建新格局、激发新活力，引领公司在复杂多变的市场环境中砥砺前行。

（一）定向融资，以“破冰”之志，助力“大健康”转型新愿景

2024 年，伴随着国家出台一揽子增量政策，进一步畅通国民经济循环、提振资本市场信心、促进上市公司结构优化。公司董事会充分把握政策机遇，有效利用上市公司再融资工具，启动“向特定对象发行 A 股股票”项目。截至目前，公司本次定增项目已获得上海证券交易所审核通过并于近日取得中国证券监督管理委员会出具的《关于同意上海开开实业股份有限公司向特定对象发行股票注册的批复》（证监许可〔2025〕910 号）。本次定增是公司自 2001 年增发 A 股后，时隔 20 多年以来，再次启动再融资工作，对公司来说具有重要意义。通过本次定增，一方面控股股东持股比例将进一步提升，有助于增强公司股权结构稳定性；另一方面公司资金实力将有所增强，将为公司经营发展和战略规划提供有力保障，充足的流动资金可保障公司业务规模进一步增长，完善“大健康”产业布局，培育公司新的营收和利润增长点，增强公司总体竞争力。

1、创新布局，重塑医药零售新生态

报告期内，公司医药板块贯彻落实国务院办公厅关于《提升中药质量促进中医药产业高质量发展的意见》。以市场需求为导向，以科技创新为支撑，通过守正创新、服务升级、精准布局，积极顺应医保改革、大力发挥区位优势、深耕细作药品零售领域。

受国内消费市场调整影响，消费者对于高档滋补品等消费趋于谨慎，公司医药板块积极应对，加强新品多元开发、强化渠道终端建设。一方面开发包括条状黄精雪梨膏、本草银耳、灵芝孢子粉胶囊、国标野山参等多款“上雷”新品；另一方面，加强团购优质客户与供应商的维护拓展，深入市场调研，成功开发多家新销售渠道，提高市场覆盖率。线下零售积极发挥医保药房资源优势，拓展处方外流资源承接渠道；结合医疗器械纳保工作，进一步丰富医保可支付医疗器械商品种类，实现医疗器械零售业务稳步增长；线上零售推动数字化新零售服务升级，充分利用天猫、拼多多、美团、饿了么、微信小程序等公私域平台，打造 B2C、O2O 电商服务平台矩阵；深化与第三方互联网医院的合作，开通线上电子处方流转平台，提升药品零售“最后一公里”的服务能力。

雷允上药城坚持需求引领，先后引进多家知名品牌专柜，通过提供多样化的产品组合，精准对接不同层次的健康消费市场需求，实现销售提升。同时聚焦“产品+服务”的协同增效作用，完善医保双通道管理，加强销售人员的业务技能培训，提升整体的药事管理能力和药学服务质量，不断优化客户服务体验。

2、数智赋能，打造智慧医疗新场景

近年来，数智化（即利用信息技术、大数据分析、人工智能等先进技术手段，对企业运营、管理和创新活动进行智能化和数据化的处理与支持）与医疗场景的深度融合，不仅加速了医疗领域的数字化进程，更为智慧医疗生态的完善奠定了坚实基础。公司医药板块有效利用静安区“大健康”产业数智化高地建设的区域优势，推进数智效能反哺产业发展。依托“互联网+”健康平台建设，不断拓宽健康消费渠道，逐步实现运用场景新、服务功能强、管理流程清、数据分析快的“四朵云”健康管理服务平台。“中药云”不断完善“中药安心达”功能升级，在完成与区属公立医疗机构全覆盖数据对接的同时，配合监管部门推进“在线处方点评质控”项目开发，成功实现了溯源管理一张图、互联互通一张网、数据汇聚一个链、系统开发一平台；“云药房”作为承担区域互联网医院药品配送信息化服务平台，通过加强医院、药企、患者之间的信息互联，让“数据多跑路，百姓少跑路”，全年累计处理区域社区互联网医院配送处方超5万张，满足患者的用药需求；“云健康”结合CRM会员系统，汇集线上线下会员，拓展站内会员信息，通过数据分析产生客户画像，做到智能推荐，并实现多渠道触达发送促销信息等，拓展社群营销能力，通过自动化流程和数据分析，全面洞察客户需求，实现精准营销和个性化服务。2024年，完成ERP三期大数据分析报表建设、供应链平台建设、营促销功能升级等项目；会员人数同比增长过万；“云药城”入驻“健康静安”平台，为区域老百姓增加满足配购药需求的途径，进一步满足社区居民诊后查药、找药、购药的实际需求，足不出户享受一站式健康服务。

近年来伴随着医药板块区域化SPD业务发展按下“加速键”，驶入“快车道”，跑出“新速度”，营业收入取得逐年增长，医药板块区域化SPD项目已成为公司当前重要的营收增长点。报告期内该项目围绕依法合规、建章立制、风险可控的主旨，运用信息中台、物联网和射频识别等技术，实现域内医疗机构耗材试剂的信息互通和精益管理，为区域医疗事业数字化转型发展提供了有力的技术抓手；同时积极探索区域化SPD分类分层管理与院外集配紧密配合模式，通过流程再造及有序管理，打好提质增效攻坚战。全年累计上线供应商上千家；万余个医用耗材试剂品规上线运行；实现与区域内重点医疗机构全覆盖，实现营业收入同比大幅增长。

（二）破立并举，以“破局”之力，盘活国有资产新活力

2024年，公司深入贯彻落实上海市国资委关于《聚焦核心竞争力深化国资国企改革》的指导精神，围绕国资国企改革的重点任务和具体要求，以深化改革、破立并举应变局、开新局、不断推动国有资产高水平管理、高效率利用、高效益回报，促进存量资产破茧成蝶，焕发新生。

一是充分考虑公司的未来发展战略和实际经营需要，在董事会授权范围内以非公开协议转让方式将持有的上海静安甬商汇小额贷款股份有限公司10%股权进行转让，进一步优化资源配置和产业布局，聚焦核心优势资源大力实施“大健康”产业战略转型，为公司高质量可持续发展打下坚实基础。

二是“大健康”产业转型开辟新赛道。2024年，雷允上西区门诊部口腔科项目作为探索“大健康”服务新业态的前沿阵地，历经300余天筹备及建设，于9月正式开业。口腔科全面引入专业医护团队力量，整合国有资本市场化运营能力，强强联合，共同促进区域口腔医疗资源触角的延伸与覆盖，更大程度满足百姓多样化、差异化、个性化的口腔卫生服务需求。该项目是深化区域卫生健康事业和生命健康产业协同发展的战略框架下的又一重要举措，标志着“大健康”产业转型驶入新赛道。

三是深化推进服装商贸板块综改。2024年，公司根据服装板块“提质增效”的综合改革总体方针，在工贸板块改革成功的基础上，从调整组织架构和提升经营效能双管齐下，完成服装商贸板块的综合改革工作。

调整组织架构方面：2024年在董事会授权范围内，公司同时收购了开开百货和衬衫总厂股权，减少子公司交叉持股情形，提高股权集中度；同时完成了开开服饰、开开制衣的清算歇业和工商

注销工作，压缩管理层级，提高决策效率，进一步实现了对人、财、物的集中化管理。目前，公司服装板块已形成以开开百货和衬衫总厂两家全资子公司组成的架构体系。

提升经营效能方面：通过加大优势主业工装团购业务的开拓力度深入挖掘团购市场潜力，与全国范围内多家资深供应商建立洽谈合作，多维度、多渠道推动业务发展，进一步稳定了团购业务的毛利率；通过优化整合全国批发和授权业务，筛选优质客户，优化产品结构等措施，推动全国衬衫批发业务企稳回升。同时，将实体门店与新媒体平台整合，一体化推进新零售渠道延伸，加强了零售业务面临复杂市场环境的业务韧性，以实现服装商贸板块提质增效目标。

（三）党建引领，以“破题”之势，培育新质生产力新动能

在“致远先锋”党建品牌的指引下，公司充分驱动党建红色“引擎”，凝心聚力，以文化为根基、以技术为支撑，以人才为保障，结合“数字经济”“低碳经济”“美学经济”等新质生产力，助力老字号品牌破解时代更迭的难题，焕发“新国潮”的魅力。

2024 年公司坚持党建引领人才建设，以战略眼光绘就人才蓝图，将关怀融入管理，为员工筑起安全屏障，共创幸福职场，构建企业文化。公司及下属子公司坚持“内培外引”招聘流程，不断充盈复合型人才蓄水池，累计引进来自“985”“211”“海归”等高素质人才数十名。为推进员工综合素质、专业水平和业务技能的全面提升，打造高水平人才队伍，搭建人才培养高地，将“传承岐黄薪火，赋能健康未来”职工技能竞赛与“中药专业人才培养”项目相结合，推动专业知识与工作实践的融合，通过市场化招聘市场部主管、（中）药师、执业药师、执业医师、护师等专业技术职称人才多名，为老字号品牌传承发展提供坚强的人才保障。

医药板块“允上生活”文创品牌持续深耕中医药文化，传播健康生活理念。2024 年与上海宋庆龄故居、张园、古猗园等知名 IP 达成跨界合作，推出多款联名产品，受到市场广泛认可。全年共开发文创新品几十款，其中玉兰瓷花香氛礼盒、萌猫行李箱香囊礼盒荣获 2024 上海金榜伴手礼荣誉称号。同时，聚焦“健康生活方式”，尝试开发“香珠手串编制”、“艾草锤制作”等 2 个互动体验项目，形成《中医药文化特色服务项目手册》，以服务带动销售、以服务吸引顾客。

服装板块坚持走专业化、精细化、特色化的“开开”品牌发展之路。一是巩固衬衫、羊毛衫的传统优势，重新定义开开衬衫品类系列，着重开发经典商务款衬衫、精仿商务类薄款羊毛衫白领商务系列；二是进一步丰富拓宽产品品类，引入零售热需产品，拓展休闲衬衫、T 恤、卫衣等休闲类、运动类新品，全年开发并上市零售新品近百款，主要包括女式羊毛（绒）衫、羊绒裙、男式可脱卸羊毛（绒）夹克、男式商务及休闲衬衫、真丝衬衫、连衣裙、外套等；三是围绕主营产品，探索跨界设计模式，开发多款文创产品，其中与上海自然博物馆联名开发山海经系列“山海申韵”丝巾荣获 2024 上海礼物设计大赛“年度新品”，“绅饰印记”衬衫袖钉入选上海优选伴手礼榜单，让老字号不断焕发新的活力。

（四）融入区域发展大局，履行国企责任担当

随着中国完善 ESG 实践步伐加快，公司积极响应国家“碳达峰、碳中和”目标，建立健全覆盖业务链条的环境管理体系。从环保目标的制定到具体行动的落实，再到认证评估的完善，实现全流程闭环管理，以精准化、系统化的方式降低资源消耗和污染排放，为推进绿色发展奠定基础。努力探索经济效益与生态效益相融合的实践路径，为建设更加绿色、低碳的社会贡献力量。

医药板块紧紧围绕《卓越绩效评价准则》“上海市质量金奖”和“上海品牌”规范要求，坚持卓越绩效管理准则和质量、环境双体系闭环管理。2024 年顺利通过国家药监局依据《药品管理法》《药品经营和使用监督管理办法》进行的现场检查以及 ISO9001 质量管理体系、ISO14001 体系监督审核，守牢企业经营发展的质量生命线。

服装板块打造开开品牌“诚信经营、品质卓越”的品牌形象，进一步提高品牌管理效率，并再次通过 ISO 三体系认证（GB/T 19001 质量管理体系、GB/T 24001 环境管理体系、GB/T 45001 职业健康安全管理体系）、GB/T 31950 诚信管理体系和“七星售后服务”认证，从而提升“开开”

品牌的顾客满意度和市场竞争力。“开开”羊毛衫自 1994 年起通过国际羊毛局（The Woolmark Company）的认证许可，成为纯羊毛标志特许权企业，为消费者提供卓越质量的保证。

为深入贯彻落实党的二十大精神，主动适应“三农”工作新形势新任务新要求，全面推进乡村振兴，促进城乡融合共同发展。公司作为国有控股企业，长年以来坚持助力对口地区乡村振兴，切实履行企业社会责任，自 2010 年起，已经连续与崇明区港西镇协兴村开展 4 轮帮扶工作；雷西公司自 2021 年起与云南省文山州麻栗坡县下金厂乡下金厂村开展为期五年的结对帮扶工作，坚持助力对口地区乡村振兴，切实履行企业社会责任。开开衬衫总厂向上海市慈善基金会静安区代表处捐赠大量物资，用于慈善公益事业。

2、 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

上海开开实业股份有限公司

董事长：庄虔贇

2025 年 4 月 28 日