



青岛市人大代表，利群商业集团股份有限公司副董事长、总裁徐瑞泽

坚守商业本质 稳扎零售根基



利群西海岸金鼎广场。

今年两会，青岛市人大代表，利群商业集团股份有限公司副董事长、总裁徐瑞泽格外忙碌。在促消费话题被高度关注的大背景下，青岛商业标杆利群的一举一动都备受关注。作为这家零售巨头的总裁，徐瑞泽也成为各媒体关注的焦点。在这个蛇年春节，得益于新春消费券和家电以旧换新政策，利群交出了一份漂亮的成绩单。然而，面对促消费这个宏大的时代命题，利群能做的绝不止家电以旧换新。当下的利群，正在进行一场从供应链到销售渠道、产品的全方位变革。两会期间，徐瑞泽接受了记者的采访，畅谈新消费时代利群的发展之道。

今年继续加力以旧换新

消费品以旧换新是拉动居民消费增长的重要引擎。统计显示，2024年，青岛消费品以旧换新交易金额达195.82亿元，其中，带动家电消费144.73亿元。利群电器积极参与到家电以旧换新中来。徐瑞泽介绍，春节前夕，利群旗下各大卖场落地消费券以及以旧换新扩大的品类，在政策利好的带动下，春节期间利群电器小家电品类增长达90%，利群超市销售的民生产品有10%的增长。

今年的政府工作报告提出，更大力度激发消费潜能。深入推进国际消费中心城市城市建设。持续开展“乐购青岛”促消费系列活动。加力扩围实施消费品以旧换新政策，拓展补贴品类，简化兑付方式。

政府工作报告的内容也让徐瑞泽感到颇为振奋，“消费品以旧换新引起了非常多消费者的关注和期待，我们也希望能够借助以旧换新的新政策，在2025年取得比较好的成绩。”徐瑞泽说。

持续夯实供应链体系

商业的竞争从某种程度上来说是供应链体系的竞争。自企业创立之初，利群集团就高度重视供应链体系建设。利群集团始终坚持“零售是基础，供应链整合是方向”的战略导向，凭借30余家细分品类的品牌运营子公司及其成熟的买手团队，大力拓展优质品牌的代理区域和代理权，以品牌资源助力销售业绩提升；同时依托物流中心智慧化、信息化、自动化的仓储物流配送体系，积极开辟外销新渠道，大力发展政务采购业务，提升社会化配送覆盖的深度和广度。

在徐瑞泽看来，供应链就是利群的“生命线”。在物流供应链方面，利群已树立了行业标杆。利群集团目前拥有胶州、城阳、李沧和淮安四处大型智慧物流中心，总仓储面积近70万平方

米。以胶州、淮安南北两大物流中心为核心，各物流中心分工明确，有效协同，公司南北方物流配送体系进一步完善，构建完成了服务青岛、辐射山东、面向全国的智慧化物流供应链格局。这一强大的物流网络不仅支撑了企业自身的发展，也为整个行业的效率提升提供了范例。

徐瑞泽表示，利群将紧跟政府要求，在科技创新和产业升级方面积极做出调整。以科技赋能推进物流供应链软硬件设施的升级工作，推进智慧物流发展，以“降本增效”为导向，加快智慧物流系统现代化技术装备的普及与应用，助力商业物流产业链运营创效增益。

大力发展自有品牌商品

“胖东来”的爆红让人们见识到了自有品牌的独特魅力，胖东来旗下自有品牌商品不仅深受消费者青睐，更是被全国多家商超争相引进。早在十年前，利群就开启了自有品牌之路。自2014年生产豆制品起，公司自有品牌品类日益丰富。近年来，利群继续加码布局食品工业赛道，依托成熟的物流供应链体系和遍布华东区域的终端渠道，向产业链上游延伸，在青岛胶州和江苏淮安建成投产食品加工车间，下设福昌食品科技公司负责研发、生产及销售，并建立起高标准、全方位食品生产安全防控体系。

福昌食品科技公司集合了豆制品、豆芽、鲜/冻米面制品、烘焙面包、盒饭预制菜、酱卤熟食、腌制调理食品、海参等多个独立的食品生产许可单元，其生产产品涵盖豆制品、米面制品、肉制品、水产品、预制菜、粉丝、薯条等多品类，研发产品400余种，打造出福兴、麦谷仟仟、邳可麦、祺慎有、极致和美、利福臻、鸿泰祥等多个品牌商标。实现了从“卖别人的货”到“卖自己的货”，利群全程自主控制食品加工的各个环节，真正掌握生产过程。

利群的自有商品不仅在旗下商超销售，还积极向餐饮渠道、农贸市场等第三方社会渠道配送商品，部分产品更

是卖到了全世界。2024年，公司旗下福盛加粉丝厂生产的粉丝顺利出口日本，2024年11月，由公司旗下子公司青岛福满兴食品有限公司生产的首批冷冻薯条顺利装车起运，出口欧洲。徐瑞泽表示：“优质的自有产品代表着稳定的货源、品质和价格力，而自主生产是建立产品信任价值的有效途径。”借助供应链及终端渠道合力优势，食品工业板块有望成为利群集团的又一“王牌产业”，开启全新“味”来。

持续提升消费者购物体验

创立三十余年来，利群在青岛人的心目中早已不再是一家超市，它更像是一位陪伴在青岛人身边的老朋友，为人们的衣食住行提供全方位的保障服务。在新零售的发展浪潮中，利群也在探索发展之道，不断提升消费者的购物体验。2016年，利群金鼎广场在崂山开业，这座囊括了餐饮、娱乐、亲子、影院等多种业态的购物中心打破了传统百货的经营模式，如今已经成为青岛的商业地标。2021年，利群西海岸金鼎广场正式开业，该项目是利群商业集团打造的以“创造全新生活方式”为主调，以“时尚、艺术、健康、潮流”为标识的综合体首部力作。

徐瑞泽表示，消费形式是随着时代不断变化的。此前体验式的消费模式正逐步向线上线下多方位、交互式融合服务消费模式演进，如何激发并满足消费者潜在需求成为零售行业发展的关键。消费者原来到商场只是为了购买，后来会为了吃走进商场，现在更多的是希望在这里有互动。消费者在“玩”这方面的需求不断扩大。

“利群正通过多方面、全方面的措施推进，其中包括对新的消费场景应用、新的消费模式的尝试。再加上借助消费券以及以旧换新等政策的指引和推动，把这些政策用到极致，让我们的消费者得到最大的优惠。”徐瑞泽说。

观海新闻/青岛晚报/掌上青岛 记者 李沛



利群崂山金鼎广场。