

证券代码：603777

股票简称：来伊份



上海来伊份股份有限公司

2020 年度非公开发行股票预案

二〇二〇年五月

公司声明

1、公司及董事会全体成员保证本预案内容真实、准确、完整，并确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对本预案的真实性、准确性、完整性承担个别及连带的法律责任。

2、本次非公开发行股票完成后，公司经营与收益的变化，由公司自行负责；因本次非公开发行引致的投资风险，由投资者自行承担。

3、本预案是公司董事会对本次非公开发行股票的说明，任何与之相反的声明均属不实陈述。

4、投资者如有任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、专业会计师或其他专业顾问。

5、本预案所述事项并不代表审批机关对于本次非公开发行股票相关事项的实质性判断、确认、批准或核准，本预案所述本次非公开发行股票相关事项的生效和完成尚待有关审批机关的批准或核准。

重要提示

本部分所述的词语或简称与本预案“释义”中所定义的词语或简称具有相同的含义。

1、本次非公开发行股票方案已经公司第四届董事会第五次会议审议通过，尚需获得本公司股东大会审议批准和中国证监会核准。在获得中国证监会核准后，上市公司将向中国证券登记结算有限公司上海分公司和上海证券交易所申请办理股票发行和上市事宜，完成本次非公开发行全部呈报批准程序。

2、本次非公开发行股票的发行对象为不超过35名的特定投资者，包括符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、保险机构投资者、信托投资公司、财务公司、合格境外机构投资者以及符合中国证监会规定的其他法人、自然人或其他合格的投资者。证券投资基金管理公司、证券公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以其管理的二只以上产品认购的，视为一个发行对象；信托公司作为发行对象的，只能以其自有资金认购。

最终具体发行对象将在公司取得中国证监会关于本次发行的核准批文后，按照相关规定，由公司董事会及其授权人士在股东大会授权范围内与保荐机构（主承销商）根据发行对象申购报价的情况，遵照价格优先、数量优先、时间优先原则确定。

发行对象以现金方式认购本次非公开发行的全部股票。

3、公司本次非公开发行股票的定价基准日为发行期首日，发行价格不低于定价基准日前二十个交易日公司股票交易均价的百分之八十（定价基准日前二十个交易日股票交易均价=定价基准日前二十个交易日股票交易总额/定价基准日前二十个交易日股票交易总量）。最终发行价格由董事会根据股东大会授权在本次发行申请获得中国证监会的核准批文后，按照中国证监会相关规则，根据询价结果与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。

若公司股票在本次发行定价基准日至发行日期间发生派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项，则本次非公开发行的发行价格将进行相应调整。

4、本次非公开发行股票募集资金总额不超过50,000.00万元，扣除发行费用后拟用于全渠道营销网络建设项目和研发中心升级建设项目。若本次发行扣除发行费用后的实际募集资金少于上述项目募集资金拟投入总额，公司将根据实际募集资金净额，按照项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金投入的优先顺序及各项目的具体投资额等使用安排，募集资金不足部分由公司自筹资金解决。在本次发行募集资金到位之前，公司将根据募集资金投资项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法规规定的程序予以置换。

5、本次非公开发行股票数量不超过101,720,329股（含101,720,329股），非公开发行的股票数量上限不超过本次发行前公司总股本的30%。具体发行股票数量依据本次非公开发行价格确定，计算公式为：发行数量=募集资金总额/每股发行价格。

若公司股票在本次发行定价基准日至发行日期间发生送股、资本公积金转增股本或因其他原因导致本次发行前公司总股本发生变动及本次发行价格发生调整的，则本次非公开发行的股票数量上限将进行相应调整。最终发行股票数量以中国证监会核准的数量为准。

本次非公开发行股票的最最终发行价格将在获得中国证监会发行核准批文后，由发行人董事会根据股东大会授权，于发行时根据市场化询价情况与保荐机构（主承销商）协商确定。

6、本次发行完成后，公司股权分布符合上海证券交易所的上市要求，不会导致不符合股票上市条件的情形发生，不会导致公司控股股东和实际控制人发生变化。

7、本次非公开发行股票发行对象所认购的股份自发行结束之日起六个月内不得转让。

本次发行结束后因公司送股、资本公积金转增股本等原因增加的公司股份，亦应遵守上述限售期安排。限售期结束后的转让将按照届时有效的法律法规和上海证券交易所的规则办理。

8、根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发[2012]37号）以及《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》（证监会公告[2013]43号）等规定的有关要求，本预案“第四节 利润分配政策及执行情况”对公司现行的利润分配政策、公司近三年股利分配情况及公司未来三年（2020年-2022年）股东分红回报规划等进行了说明，提请广大投资者注意。

9、本次非公开发行股票前公司的滚存未分配利润由本次发行完成后新老股东共享。

10、根据《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发[2014]17号）、《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110号）以及《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告[2015]31号）的要求，为保障中小投资者的利益，公司就本次非公开发行事项对即期回报摊薄的影响进行了认真分析，并起草了填补被摊薄即期回报的具体措施，但所制定的填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证，特提请投资者注意。相关情况详见本预案“第五节 本次非公开发行股票摊薄即期回报情况及填补措施”以及公司同日公告的《上海来伊份股份有限公司关于非公开发行A股股票摊薄即期回报及填补措施与相关主体承诺的公告》。

目 录

公司声明	1
重要提示	2
目录	5
释义	7
第一节 本次非公开发行股票方案概要	8
一、发行人基本情况.....	8
二、本次非公开发行股票的背景和目的.....	9
三、本次非公开发行股票的方案概要.....	11
四、本次非公开发行股票是否构成关联交易.....	14
五、本次非公开发行股票是否导致公司控制权发生变化.....	15
六、本次发行取得批准的情况及尚需呈报批准的程序.....	15
第二节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析	16
一、本次募集资金使用计划.....	16
二、本次募集资金投资项目基本情况.....	16
三、本次募集资金投资项目的可行性分析.....	19
四、本次非公开发行股票对公司经营管理和财务状况的影响.....	27
第三节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析	28
一、本次发行后公司业务及资产、公司章程、股东结构、高管人员结构、业务结构的变化情况.....	28
二、公司财务状况、盈利能力及现金流量的变动情况.....	29
三、公司与控股股东及其关联人之间的业务关系、管理关系、关联交易及同业竞争等变化情况.....	30
四、本次发行完成后，公司是否存在资金、资产被控股股东及其关联人占用的情形，或公司为控股股东及其关联人提供担保的情形.....	30
五、公司负债结构是否合理，是否存在通过本次发行大量增加负债（包括或有负债）的情况，是否存在负债比例过低、财务成本不合理的情况.....	30
六、本次股票发行相关的风险说明.....	30

第四节 利润分配政策及执行情况	35
一、公司现行利润分配政策.....	35
二、最近三年公司的利润分配情况.....	39
三、公司未来三年（2020 年-2022 年）股东分红回报规划	40
第五节 本次非公开发行股票摊薄即期回报情况及填补措施	44
一、本次非公开发行股票摊薄即期回报对主要财务指标的影响.....	44
二、董事会选择本次融资的必要性和合理性.....	46
三、本次募集资金使用与公司现有业务的关系.....	47
四、公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况.....	47
五、公司应对本次发行摊薄即期回报采取的措施.....	48
六、公司控股股东、实际控制人及董事、高级管理人员作出的相关承诺...	49
七、关于本次发行摊薄即期回报的填补措施及承诺事项的审议程序.....	51
八、关于本次非公开发行摊薄即期回报的特别风险提示.....	51

释义

本非公开发行股票预案中，除非另有说明，下列简称具有如下特定含义：

一般术语		
来伊份、公司、本公司、发行人	指	上海来伊份股份有限公司
发行、本次发行、本次非公开发行、本次非公开发行股票	指	上海来伊份股份有限公司2020年度本次向特定对象以非公开方式发行A股股票的行为
本预案	指	上海来伊份股份有限公司2020年度非公开发行股票预案
爱屋企管	指	上海爱屋企业管理有限公司，公司之控股股东
海永德于	指	上海海永德于管理咨询合伙企业（有限合伙）
德永润域	指	上海德永润域管理咨询合伙企业（有限合伙）
《公司章程》	指	《上海来伊份股份有限公司章程》
股东大会	指	上海来伊份股份有限公司股东大会
董事会	指	上海来伊份股份有限公司董事会
监事会	指	上海来伊份股份有限公司监事会
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
证券交易所	指	上海证券交易所
元、万元	指	人民币元、人民币万元
专业术语		
休闲食品	指	人们在闲暇、旅游、娱乐、休息时吃的主食之外的食品，即我们传统所说的零食，不包括方便食品、冷冻食品等系列产品，属于快速消费品
直营店、直营门店	指	由本公司及子公司开设的独立店铺或专柜，本公司及子公司负责所有的店铺或专柜的管理工作并承担相应的费用
加盟店、加盟门店	指	由加盟商开设的独立店铺或专柜，由加盟商自行负责所有的店铺或专柜的管理工作并承担相应的费用
特通渠道	指	企事业单位、社会团体以及个人进行集中采购的渠道
APP	指	Application 的简称，安装于智能手机或平板电脑等终端的应用程序
Euromonitor	指	欧睿信息咨询有限公司，全球知名市场调查机构，致力于为全球客户提供国际市场有关行业、国家和消费者的各类商业信息

如无特殊说明，本预案涉及货币均为人民币。

本预案若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

第一节 本次非公开发行股票方案概要

一、发行人基本情况

公司名称：上海来伊份股份有限公司

英文名称：SHANGHAI LAIYIFEN CO., LTD.

注册资本：339,067,764元

法定代表人：郁瑞芬

注册地址：上海市松江区九亭镇久富路300号

上市日期：2016年10月12日

股票简称：来伊份

股票代码：603777

上市地点：上海证券交易所

联系电话：021-51760952

传真号码：021-51760955

电子信箱：corporate@laiyifen.com

互联网网址：<http://www.lyfen.com>

经营范围：食品流通，餐饮服务，食用农产品（不含生猪产品、牛羊肉品）、花卉、工艺礼品、电子产品、通讯器材、体育用品、文具用品、日用百货、汽摩配件、化妆品、玩具、金银饰品、珠宝饰品、化工产品（不含危险化学品）、电脑及配件、通信设备及相关产品的批发、零售，销售计算机配件及相关智能卡，电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务），仓储（除危险品）、企业投资与资产管理、企业管理咨询，计算机网络系统开发、软件开发设计，商务咨询、从事货物及技术的进出口业务，包装服务，票务代理，从事通信设备领域内的技术服务，自有房屋租赁，供应链管理，道路货物运输，国内货运代理，国际海上、国

际陆路、国际航空货运代理，以服务外包方式从事计算机数据处理，附设分支机构。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

二、本次非公开发行股票的背景和目的

（一）本次非公开发行股票的背景

1、消费升级驱动下，休闲食品市场迅速演进

随着国民经济持续快速发展，居民消费需求愈发旺盛，消费层次也在逐步提升；同时消费者的自我认同、价值观及生活方式呈现新的变化，在消费过程中更注重品质化、细分化、品牌效应等因素，消费升级趋势愈发明显。

随着居民消费需求和消费层次逐步提升，人们对休闲食品的消费逐渐增多，休闲食品的市场规模保持了较快的增长。根据 Euromonitor 统计，2014 年至 2019 年，中国休闲食品零售量从 1,640 万吨增长至 1,874 万吨；中国休闲食品市场规模从 4,418 亿元增长至 5,917 亿元，年均复合增长率达到 6.02%。

尽管近年来国内休闲食品市场规模发展迅速，但中国休闲食品的人均消费量和人均消费额与发达国家相比仍存在较大差距。因此，中国休闲食品的人均消费量均有较大的提升空间，未来休闲食品行业还将保持较高发展速度。伴随着居民整体消费结构的不断升级，休闲食品市场将持续发展。

2、“新零售”浪潮中，全渠道经营价值获得放大

“新零售”是在消费升级和技术升级的驱动下，以消费者体验为中心的泛零售形态，是融合了线上、线下渠道各自优势的全渠道零售形态。在“新零售”当中，全渠道经营商的角色、作用与传统零售商均有所不同，体现在：（1）以消费者的需求为全部经营活动的出发点，在满足消费者即时需求的基础上，深度挖掘消费者的潜在需求，甚至结合消费场景、消费动机创造消费者需求；（2）成为消费者大数据资源的开发者，利用自身强大的大数据分析处理能力和计算能力，为产业活动的参与者提供一体化的服务；（3）以精准、全面的消费者需求信息为基础，形成满足即时消费需求的经营形态，可塑性、复合性很强；（4）在供应链体系中成为消费者的“代言人”，刺激供应链向需求导向的个性化、定制化、柔性

化方向重构。当前，在领先企业的推动下，我国已出现众多典型“新零售”落地案例。零售业的从业企业纷纷加快布局，以期在“新零售”的竞争上获得先机。

全渠道经营模式中，线下门店及线上销售渠道均能与消费者直接进行交流和互动，能够即时便利地响应消费者的消费需求，提供更细致周到的服务，与“新零售”以消费者需求为中心的理念相契合。线下渠道中，充分下沉的连锁经营网络，在距离、购物种类、服务时间上更为贴近消费者，具有重复、高频线下流量的集聚能力。消费环境、服务内容和技术上进行深度改造后的连锁经营模式，在加强既有优势的基础上，融合了强大数据分析能力和跨区域、全流程管理能力，对汇集的消费者数据能够进行动态、深入的画像和利用，以此细分消费者需求、开发潮流单品、开展精准营销。线上渠道中，在原有互联网赋能线下门店的基础上，公司进一步拓展自营 APP、外卖、社区拼团等多项业务，满足用户多元化的消费场景，为消费者提供到店到家、一小时速递等方便快捷的服务。全渠道经营模式实现线上线下业务协同发展，这已成为企业持续发展的不竭动力。

（二）本次非公开发行股票的目的

1、增强资金实力，推进公司经营规模的扩大和发展战略实施

公司是一家经营自主品牌的休闲食品全渠道运营商，致力于构建国内领先的专业化休闲食品连锁经营平台。公司自成立以来，一直专注于为消费者提供新鲜、美味、健康的休闲食品和便捷、愉悦的一站式购物体验。公司致力于打造直营门店、加盟门店、特通渠道、智能终端、电子商务和来伊份 APP 平台等全渠道终端网络经营服务体系，同时，公司搭建外卖自运营体系、开展社区团等业务，建立了与消费者全时段、多场景的触点，实现了线下线上全渠道商品、支付、会员、库存、推送、促销等全方位的业务协同及精准营销。

为了持续保持、提升公司的核心竞争力，公司将消费者体验放到了公司发展的核心，制定了“万家灯火”、“智慧零售”等新零售发展战略，以适应消费升级不断推进、“新零售”发展迅速的环境。“万家灯火”是指公司紧紧贴近消费者，继续加大线下终端门店投入，为消费者提供更便捷的消费渠道，提供轻松、快乐、享受的时尚生活空间。“智慧零售”是指公司将充分夯实信息化基础设施，构建

以消费者需求为核心的智能管理体系，形成“智慧门店”构成的连锁经营网络和线上渠道构成的全渠道营销网络，实现供应链的数字化和可视化。

公司通过本次非公开发行股票募集资金，加快全渠道营销网络建设，将有效推进公司“万家灯火”、“智慧零售”等新零售发展战略的实施，显著提升公司经营规模和经营业绩。

2、提高公司的产品研发能力和质量控制能力，促进公司的持续、稳定、健康发展

在消费升级的趋势中，消费者的自我认同、价值观以及生活和消费习惯都呈现出新的变化，对休闲食品消费的需求更为品质化、个性化、便捷化、细分化，休闲食品企业必须随市场而动，紧跟市场的潮流，加快产品的研发和推广速度，并严格执行产品质量管控。为满足消费者日益变化的消费需求，公司持续提升新产品开发能力和产品质量管控能力，推进产品的开发与升级，始终坚持打造年轻化、健康化、高品质的商品，实施差异化战略，用产品特色、内在质量、文化内涵、贴心体验、口感风味等优越性吸引消费者。

公司通过本次非公开发行股票募集资金，对公司研发水平全面提升，在食品加工、食品感官评测、食品检测等方面进行投入，提升公司产品研发能力及产品质量控制能力，持续促进公司的持续、稳定、健康发展。

三、本次非公开发行股票的方案概要

（一）发行股票的种类和面值

本次非公开发行的股票种类为境内上市人民币普通股（A股），每股面值为人民币1.00元。

（二）发行方式和发行时间

本次发行采取向特定对象非公开发行股票的方式，在中国证监会核准的有效期限内择机向特定对象发行股票。

（三）发行对象及认购方式

本次非公开发行股票的发行对象为不超过35名的特定投资者，包括符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、保险机构投资者、信托投资公司、财务公司、合格境外机构投资者以及符合中国证监会规定的其他法人、自然人或其他合格的投资者。证券投资基金管理公司、证券公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以其管理的二只以上产品认购的，视为一个发行对象；信托公司作为发行对象的，只能以其自有资金认购。

最终具体发行对象将在公司取得中国证监会关于本次发行的核准批文后，按照相关规定，由公司董事会及其授权人士在股东大会授权范围内与保荐机构（主承销商）根据发行对象申购报价的情况，遵照价格优先、数量优先、时间优先原则确定。

发行对象以现金方式认购本次非公开发行的全部股票。

（四）定价原则和发行价格

公司本次非公开发行股票的定价基准日为发行期首日，发行价格不低于定价基准日前二十个交易日公司股票交易均价的百分之八十（定价基准日前二十个交易日股票交易均价=定价基准日前二十个交易日股票交易总额/定价基准日前二十个交易日股票交易总量）。最终发行价格由董事会根据股东大会授权在本次发行申请获得中国证监会的核准批文后，按照中国证监会相关规则，根据询价结果与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。

若公司股票在本次发行定价基准日至发行日期间发生派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项，则本次非公开发行的发行价格将进行相应调整。调整公式如下：

派发现金股利： $P_1=P_0-D$

送红股或转增股本： $P_1=P_0/(1+N)$

两项同时进行： $P_1=(P_0-D)/(1+N)$

其中，P1为调整后发行价格，P0为调整前发行价格，每股派发现金股利为D，每股送红股或转增股本数为N。

（五）发行数量

本次非公开发行股票数量不超过101,720,329股（含101,720,329股），非公开发行的股票数量上限不超过本次发行前公司总股本的30%。具体发行股票数量依据本次非公开发行价格确定，计算公式为：发行数量=募集资金总额/每股发行价格。

若公司股票在本次发行定价基准日至发行日期间发生送股、资本公积金转增股本或因其他原因导致本次发行前公司总股本发生变动及本次发行价格发生调整的，则本次非公开发行的股票数量上限将进行相应调整。最终发行股票数量以中国证监会核准的数量为准。

本次非公开发行股票的最最终发行价格将在获得中国证监会发行核准批文后，由发行人董事会根据股东大会授权，于发行时根据市场化询价情况与保荐机构（主承销商）协商确定。

（六）限售期

本次非公开发行股票发行对象所认购的股份自发行结束之日起六个月内不得转让。

本次发行结束后因公司送股、资本公积金转增股本等原因增加的公司股份，亦应遵守上述限售期安排。限售期结束后的转让将按照届时有效的法律法规和上海证券交易所的规则办理。

（七）上市地点

本次非公开发行的股票将申请在上海证券交易所上市交易。

（八）本次非公开发行股票前公司的滚存未分配利润归属

本次非公开发行股票前公司的滚存未分配利润由本次发行完成后新老股东

共享。

（九）关于本次非公开发行股票决议有效期限

本次非公开发行股票决议的有效期为自公司股东大会审议通过本次非公开发行股票相关议案之日起十二个月。

（十）募集资金数量及用途

本次非公开发行股票募集资金总额不超过50,000.00万元，扣除发行费用后拟用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	预计项目投资总额	拟投入募集资金
1	全渠道营销网络建设项目	77,154	46,000
2	研发中心升级建设项目	9,124	4,000
	合计	86,278	50,000

注：上述拟使用募集资金总额系已扣除公司第四届董事会第五次会议决议日前六个月至本次发行前新投入和拟投入的财务性投资后的金额

若本次发行扣除发行费用后的实际募集资金少于上述项目募集资金拟投入总额，公司将根据实际募集资金净额，按照项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金投入的优先顺序及各项目的具体投资额等使用安排，募集资金不足部分由公司自筹资金解决。在本次发行募集资金到位之前，公司将根据募集资金投资项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法规规定的程序予以置换。

在不改变本次募集资金拟投资项目的前提下，经股东大会授权，董事会可对上述单个或多个投资项目的募集资金投入金额进行调整。

四、本次非公开发行股票是否构成关联交易

截至本预案签署日，无关联方有意向认购本次发行的股份，最终是否存在因关联方认购公司本次非公开发行股份构成关联交易的情形，将在发行结束后公告的发行情况报告书中披露。

五、本次非公开发行股票是否导致公司控制权发生变化

截止本预案签署日，公司总股本为339,067,764股。公司实际控制人为施永雷先生、郁瑞芬女士和施辉先生，郁瑞芬为施永雷先生之配偶，施辉先生为施永雷先生之父。施永雷先生通过爱屋企管间接控制公司197,065,542股；郁瑞芬女士直接持有公司10,773,000股，通过海永德于间接控制公司8,555,400股；施辉先生直接持有公司10,773,000股，通过德永润域间接控制公司2,784,600股。公司实际控制人施永雷先生、郁瑞芬女士和施辉先生合计控制公司229,951,542股，占公司总股本的67.82%。本次非公开发行股票数量不超过101,720,329股，以上限101,720,329股计算，本次发行完成后，施永雷先生、郁瑞芬女士和施辉先生仍将合计直接和间接控制公司52.17%的股份，仍为公司的实际控制人。因此，本次非公开发行股票的实施不会导致公司控制权发生变化。

六、本次发行取得批准的情况及尚需呈报批准的程序

（一）已履行的批准程序

本次非公开发行股票相关事项已经公司第四届董事会第五次会议审议通过，公司独立董事发表了独立意见。

（二）尚需履行的批准程序

根据有关法律法规规定，本次非公开发行尚需获得公司股东大会的批准和中国证监会的核准。

在获得中国证监会核准后，公司将依法实施本次非公开发行，向上海证券交易所和中国证券登记结算有限责任公司上海分公司申请办理股票发行、登记与上市事宜，完成本次非公开发行股票全部呈报批准程序。

第二节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析

一、本次募集资金使用计划

本次非公开发行股票募集资金总额不超过50,000.00万元，扣除发行费用后拟用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	预计项目投资总额	拟投入募集资金
1	全渠道营销网络建设项目	77,154	46,000
2	研发中心升级建设项目	9,124	4,000
合计		86,278	50,000

注：上述拟使用募集资金总额系已扣除公司第四届董事会第五次会议决议日前六个月至本次发行前新投入和拟投入的财务性投资后的金额

若本次发行扣除发行费用后的实际募集资金少于上述项目募集资金拟投入总额，公司将根据实际募集资金净额，按照项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金投入的优先顺序及各项目的具体投资额等使用安排，募集资金不足部分由公司自筹资金解决。在本次发行募集资金到位之前，公司将根据募集资金投资项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法规规定的程序予以置换。

在不改变本次募集资金拟投资项目的前提下，经股东大会授权，董事会可对上述单个或多个投资项目的募集资金投入金额进行调整。

二、本次募集资金投资项目基本情况

（一）全渠道营销网络建设项目

1、项目概况

本项目总投资77,154万元，拟深化和拓展覆盖线上线下的全渠道营销网络建设。线下零售方面，公司拟在上海、江苏地区新设一批迎合消费者需求及符合当前新零售趋势的直营连锁门店，同时对部分现有直营连锁经营网络从内部设施、服务内容等方面进行数字化、智能化升级，打造现代化、智慧化的立体购物式体

验；在线上零售方面，公司拟加大对自营APP及社区拼团业务的投入，进一步强化线上运营能力。项目实施后，终端门店将具备更强大的销售推广能力，依靠物联网、人工智能等技术为消费者提供丰富的产品品类及服务，实现“千人千面”的精细化运营；线上零售将注重用户从公域流量向私域流量的转化，提高流量获取能力并进一步提升用户消费体验，有利于公司产品辐射更多人群。全渠道营销网络的建设将实现对多层次消费群体的深度覆盖，为公司当前经营网络补充强劲的新鲜血液。

2、项目投资概算

本项目投资总额为77,154万元，其中拟以募集资金投资46,000万元。具体投资情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	投资金额	占项目投资总额比例
一	工程建设投资	34,108	44.21%
1	装修投入	9,109	11.81%
2	设备购置及安装	25,000	32.40%
二	门店租金	23,950	31.04%
三	系统运营费用	1,580	2.05%
四	人员工资	8,840	11.46%
五	铺底流动资金	8,676	11.25%
	合计	77,154	100.00%

3、项目经济效益评价

本项目建设完成并全部达产后，预计可实现年均销售收入243,029万元，年均净利3,498万元，全部投资税后内部收益率为14.70%，税后投资回收期（静态、含建设期）为6.11年，具有良好的经济效益。

4、项目实施单位

本项目将通过来伊份及其子公司实施。

5、项目涉及的审批事项

本项目尚未完成项目备案及环评批复等手续。

（二）研发中心升级建设项目

1、项目概况

本项目总投资9,124万元，拟增设食品研究院并对公司检测中心、各检测实验室升级改造，对研发水平进行全面提升，在食品加工、食品感官评测、食品检测等方面进行投入，提升公司新产品研发能力及产品质量控制能力，从而进一步提升公司核心竞争力。

2、项目投资概算

本项目投资总额为9,124万元，其中拟以募集资金投资4,000万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	投资金额	占项目投资总额比例
一	工程建设投资	3,075	33.71%
1	装修投入	1,150	12.60%
2	设备购置及安装	1,925	21.10%
二	基本预备费	62	0.67%
三	技术投资	5,987	65.62%
1	人员工资	5,364	58.79%
2	其他技术投入	623	6.83%
	合计	9,124	100.00%

3、项目经济效益评价

本项目不产生直接经济效益。项目实施后，公司研发水平及检测水平将得到全面提升。研发方面，公司将以消费者为导向，依托数据分析及多年市场经验，在产品工艺、口味等方面不断进行研发和创新，持续丰富产品种类，进一步优化产品结构，以适应当前需求迅速变化的休闲食品市场。检测方面，公司将在严格把控食品安全的同时，持续提升产品品质，为消费者提供安全、健康、营养的产品

4、项目实施单位

本项目将通过来伊份实施。

5、项目涉及的审批事项

本项目尚未完成项目备案及环评批复等手续。

三、本次募集资金投资项目的可行性分析

（一）项目必要性分析

1、全渠道营销网络建设项目

（1）本项目是完善营销网络布局，扩大市场份额的需要

目前，休闲食品行业的销售渠道基本覆盖全部零售业态。传统渠道包括直营加盟店、超市卖场、电商平台等，消费者需要自行到线下或线上的超市或卖场挑选心仪产品，品牌与消费者沟通渠道单一，场地、平台是消费过程的核心要素；新型渠道为“新零售”模式，围绕“人、货、场”的理念实现，主要以消费者为核心，依托高速互联网、云计算等手段，全面、快速、准确地了解消费者的内心诉求，在为消费者提供个性化内容、提升购物体验的同时，更好地为企业承接和转化消费需求，优化企业运营效率，实现行业进一步发展。

长期以来，公司专注于零售渠道的布局，已经建立了较为完善的营销网络，包含直营门店、加盟门店、特通渠道、第三方电商平台及自营APP等全渠道销售模式，能够快速高效地推销公司产品。然而面对当前持续增长、发展潜力巨大的休闲食品市场，公司仍需加大营销网络的布局，加强各渠道的协调与调度。一方面，本次募投项目的实施将对线下零售终端进行新技术应用、服务形象、商品品类、货品管理等方面的升级，进一步提高消费者线下购物的体验；另一方面，公司将开拓多途径、多样化、多触点的线上销售渠道，借助自营APP、社区拼团等方式，渗透众多用户场景并开展个性化运营，结合消费者各类需求提供相应的活动及服务；同时，公司依托目前掌握的线下网点，开展深入渗透到社群社区内部的零售业务。营销网络布局的深化与拓展将增加消费者日常接触公司产品的几率，有利于公司进一步抢占市场份额。

（2）本项目是协同线上线下发展，实现公司发展战略的需要

基于公司将以打造服务于家庭生活的智能平台为长期发展目标，目前公司制

定“万家灯火”战略、数字化建设战略，计划进一步提升公司线上线下协同发展的能力。本次募投项目的实施，在消费端，线下网点将利用数字化能力改善各门店经营模式，对进店消费者进行多维度数据分析，为各类消费者针对性地提供产品与服务，提高店面产品销售率、复购率，力争实现门店价值最大化；线上领域主要推进自营APP、社区运营、云店建设，通过加入直播、短视频、社区拼团等方式，利用互联网赋能扩大公司在线上渠道的影响力，在维持现有会员数量的基础上吸引一批新粉丝、新用户，将其逐渐转化为公司产品的消费主力，不断提高线上购买率。在供给端，公司建立食品工业互联网，例如与供应商建立产销协同，根据终端需求信息制定灵活弹性的生产计划，帮助供应商降低生产制造成本；建立云仓系统，对库存产品进行线上云端管理，并在全中国范围内产品的供应、运输配送上进行合理调配；搭建合作伙伴协同系统，对合作商进行统一信息登记，提高内部运营效率。因此，本项目将帮助公司实现发展战略，为公司的长期可持续发展打下基础。

(3) 本项目是公司迎合发展趋势，提升竞争地位的需要

消费升级和信息技术升级的浪潮正快速推动我国商业业态不断发展演变，各类消费品的销售渠道出现重大变革，传统零售逐渐向新零售、智慧零售的转型发展。在休闲食品行业领域，许多企业纷纷开展营销网络的升级改造建设，加大对各类销售渠道的布局力度，使自身产品更加贴近消费者，不断获取新的增长点。

近年来公司线上销售收入的比例不断增长，但与线下渠道及同行业其他企业相比，仍有很大的发展和提升空间。通过本次募投项目的实施，一方面，公司将继续维持线下销售渠道的优势，新设、翻新一批线下门店，通过加强对店面的设计，改善产品在店内的配置，更加关注消费者体验感、新鲜感，成为客群在闲暇、休息、娱乐中的消费首选，同时降低消费者对产品价格的敏感性；另一方面，公司将加大对自营APP、社区拼团、云店等新零售方面的投入，以消费者为核心，利用大数据、互联网赋能等手段满足消费者即买即得的消费需求，形成多样性、多维度、多触点的新零售业务形态，帮助公司不断扩大销售规模，提升公司在行业内的竞争地位。

2、研发中心升级建设项目

(1) 本项目是提升研发实力，丰富产品结构的需要

当前休闲食品市场产品种类日渐丰富。一方面，“网红零食”异军突起，在信息爆炸时代，产品通过更多新奇内容及形象创意脱颖而出，抓住消费者“眼球”；另一方面，各类优质进口食品涌入国内市场，成为国内休闲食品消费的新动能。因此，国内休闲食品市场竞争变得愈发激烈。

目前，公司产品已覆盖坚果炒货、肉类零食、果干蜜饯、糕点饼干等十大核心零食品类约800多款产品，然而面对产品生命周期逐渐变短，更新速度逐渐加快的休闲食品市场，公司亟需提高对新产品的研发能力，进一步丰富公司的产品结构。本次募投项目的实施将建立食品研究院，设立食品加工实验室、食品感官评测功能实验室，购置先进的食品研发设备并引进从事食品研发的工程师，进一步提升公司对新产品的研发能力。公司将结合市场上各类消费者的需求，在研发、生产新产品的同时，不断提高产品品质，进一步提升公司在市场的竞争力。

(2) 本项目是迎合消费升级，满足消费者需求的需要

当前我国居民收入不断增加，更富裕、更具个性化和品味的消费者在我国快速增长，该类消费者不再仅仅满足维持日常生活需求的基本消费，对消费的需求越来越精细，越来越青睐有品牌、有品质的产品。在休闲食品行业方面，各地消费者除了由于自然环境、文化风俗的差异存在不同口味偏好以外，健康意识不断提高使得对健康休闲食品（如含有天然营养成分、低卡路里、少添加剂等食品）的需求与日俱增，休闲食品市场不断孕育出新的消费热点。

围绕当前市场不断涌现的消费热点，来伊份亟需充分把握当前消费升级的需求及发展速度，在产品制作工艺、口味、品种等方面不断进行探索和创新，进行多品种、综合化手段经营。本次募投项目的实施将提升公司产品创新的能力，进一步推出符合当前消费者需求、充满市场竞争力的新产品，不断提升公司核心竞争力。

(3) 本项目是加强产品品控能力，保障食品安全的需要

随着休闲食品行业不断发展，新的食品安全问题不断涌现，危害消费者的身体健康，食品安全逐渐成为消费者及相关政府部门关注的焦点，并成为休闲食品

行业企业赖以生存和发展的生命线。近年来，国务院、卫健委等部门陆续出台印发一系列食品安全文件，例如，2019年3月，国务院修订通过《中华人民共和国食品安全法实施条例》；2019年8月，卫健委印发《食品安全国家标准立项计划的通知》等。市场监督管理总局每季度对食品安全情况进行监督抽检，对不合格产品督促企业下架、召回，对违法违规企业进行立案调查、依法处置。上述措施均充分表明国家对整顿食品安全的力度和信心。来伊份作为我国休闲食品行业中的领导企业，食品安全问题不仅关乎公司当前经营及未来发展，而且对整个休闲食品行业造成深远影响。

目前，公司按ISO9001质量管理体系标准，建立了覆盖全流程的食品安全质量管控体系，形成了一套以“预防为主”的食品安全风险控制体系。但随着公司业务规模不断扩大，产品种类不断扩充且不断向下游消费者渗透，公司同样需要不断增强对产品的检测能力。本项目将建设检测中心及各检测实验室，引进新一批检测员，进一步深化公司检测水平，以确保与公司生产水平相匹配，产品质量符合预期目标。

（二）项目可行性分析

1、国家政策法规持续出台，有效促进新零售和食品产业的长足发展

国家相继出台一系列法律法规及产业政策，推动零售业线上线下渠道的发展，尤其对线上新零售渠道，国家从基础设施、模式创新、未来发展方向等方面给予战略指导。近年来推出的主要政策如下：

公布时间	政策名称	相关内容
2020年3月	关于促进消费扩容提质、加快形成强大国内市场的实施意见	鼓励线上线下融合等新消费模式发展。完善“互联网+”消费生态体系，鼓励建设“智慧商店”、“智慧街区”、“智慧商圈”，促进线上线下互动、商旅文体协同。鼓励有条件的城市和企业建设一批线上线下融合的新消费体验馆，促进消费新业态、新模式、新场景的普及应用。
2018年8月	中华人民共和国电子商务法	对电子商务经营者的定义和行为规范、电子商务合同的订立与履行、电子商务的争议解决做出明确规定。
2017年1月	关于进一步推进国家电子商务示范基	提出发挥市场主导作用，进一步完善基础设施和服务体系，鼓励示范基地构建多元化、多渠道的投融

公布时间	政策名称	相关内容
	地建设工作的指导意见	资机制，推动电子商务与生产制造、商贸流通、民生服务、文化娱乐等产业的深度融合。
2016 年 12 月	关于进一步促进农产品加工业发展的意见	将农产品加工业纳入“互联网+”现代农业行动，利用大数据、物联网、云计算、移动互联网等新一代信息技术，培育发展网络化、智能化、精细化现代加工新模式。
2016 年 12 月	关于做好“十三五”时期消费促进工作的指导意见	提出培育和壮大消费热点，优化消费供给结构；推进内贸流通创新，拓宽消费供给渠道；加强流通基础设施建设，提升消费供给条件；整顿和规范市场秩序，改善消费供给环境四项主要任务，推动消费规模扩大和消费结构升级。
2016 年 11 月	关于推动实体零售创新转型的意见	促进线上线下融合，建立适应融合发展的标准规范、竞争规则，引导实体零售企业逐步提高信息化水平，将线下物流、服务、体验等优势与线上商流、资金流、信息流融合，拓展智能化、网络化的全渠道布局。鼓励线上线下优势企业通过战略合作、交叉持股、并购重组等多种形式整合市场资源，培育线上线下融合发展的新型市场主体。
2015 年 9 月	关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见	支持商业模式创新。包容和鼓励商业模式创新，释放商贸流通市场活力。支持实体店通过互联网展示、销售商品和服务，提升线下体验、配送和售后等服务，加强线上线下互动，促进线上线下融合，不断优化消费路径、打破场景限制、提高服务水平。鼓励实体店通过互联网与消费者建立全渠道、全天候互动，增强体验功能，发展体验消费。

为规范、扶持休闲食品行业发展，近年来国家出台一系列食品安全监管政策及产业扶持政策，对满足食品安全规范、推动消费升级、模式创新的企业给予鼓励支持，其中主要政策如下：

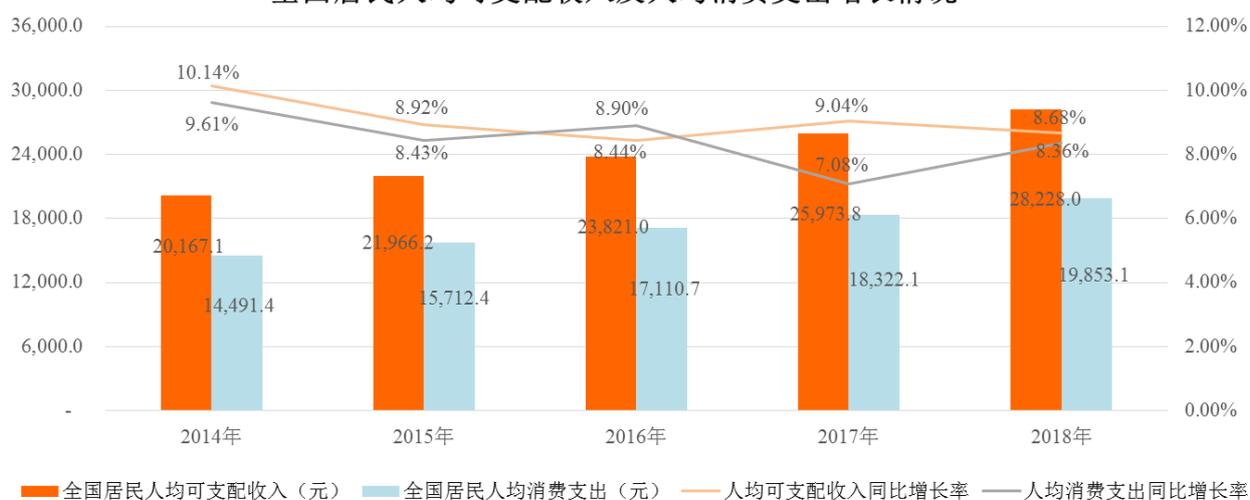
公布时间	政策名称	相关内容
2019 年 10 月	中华人民共和国食品安全法实施条例(2019 修订)	食品生产经营者应当依照法律、法规和食品安全标准从事生产经营活动，建立健全食品安全管理制度，采取有效措施预防和控制食品安全风险，保证食品安全。
2019 年 8 月	关于印发 2019 年度食品安全国家标准第二批立项计划的通知	标准起草应当以食品安全风险评估结果为依据，以保障健康为宗旨，充分考虑我国经济发展水平和客观实际需要，可参考相关国际标准和风险评估结果，深入调查研究，确保标准严谨，指标设置科学合理。
2018 年 12 月	中华人民共和国产品质量法（2018 修	加强对产品质量的监督管理，提高产品质量水平，明确产品质量责任，保护消费者的合法权益，维护

公布时间	政策名称	相关内容
	正)	社会经济秩序。
2018 年 3 月	关于进一步加强“双安双创”工作的意见	鼓励参创城市在食品生产领域探索开展“食品安全示范行业示范企业”创建，推动重点食品行业 and 大型企业提高食品安全水平，提升行业企业国际竞争力，发挥示范引领作用。
2017 年 5 月	“十三五”食品科技创新专项规划	以当前食品科技发展趋势和食品产业发展的重点科技需求为导向，依靠科技创新引领现代食品产业技术转型升级，增强我国食品产业的自主创新能力和国际竞争力。
2017 年 2 月	关于印发“十三五”国家食品安全规划的通知	食品生产经营者应当严格落实法定责任和义务。遵守相关法律法规和标准，采取多种措施，确保生产过程整洁卫生并符合有关标准规范，确保生产经营各环节数据信息采集留存真实、可靠、可溯源。建立健全食品安全管理制度，配备食品安全管理人员。
2017 年 1 月	关于促进食品工业健康发展的指导意见	健全技术创新的市场导向机制，突出食品企业创新主体地位和主导作用，打造一批具有国际竞争力的创新型食品领军企业。
2016 年 12 月	关于进一步促进农产品加工业发展的意见	科技支撑、综合利用，依靠科学技术，建设全程质量控制、清洁生产和可追溯体系，生产开发安全优质、绿色生态的各类食品及加工品，促进资源循环高效利用。

2、随着国内居民收入水平和消费能力的提高，休闲食品市场快速增长

随着我国经济的飞速发展，我国居民人均收入和消费支出也呈现出快速增长的趋势。根据国家统计局数据，2014 年-2018 年，我国居民人均可支配收入由 20,167.1 元增长至 28,228.0 元，年均复合增长率达到 8.77%。而居民收入水平的增长为我国整体消费能力的增强提供了有利的环境，人均居民消费支出由 2014 年的 14,491.4 元增长至 2018 年的 19,853.1 元，年均复合增长率为 8.19%。

全国居民人均可支配收入及人均消费支出增长情况

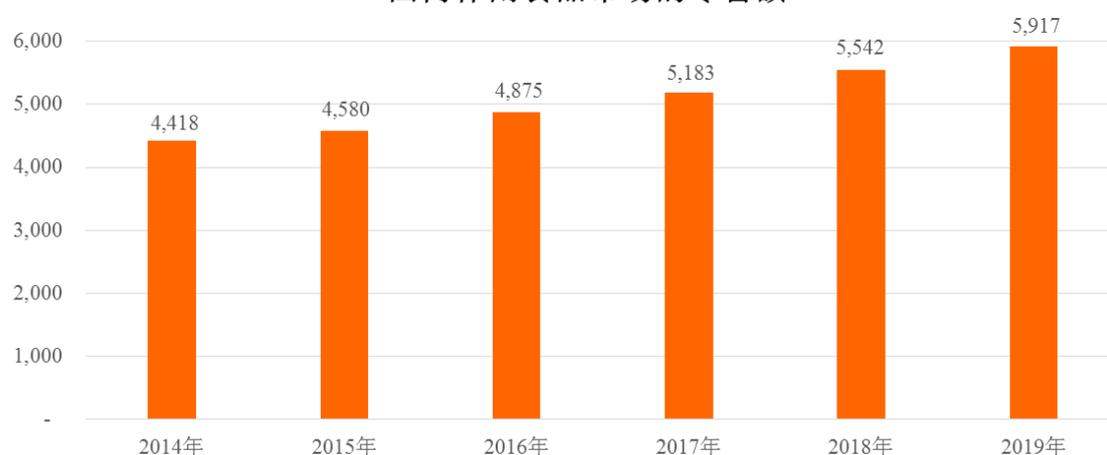


数据来源：国家统计局

随着国内居民人均消费支出的增加，居民消费层次也在逐步提升，人们对休闲食品的消费逐渐增多，休闲食品的市场规模保持了较快的增长。根据 Euromonitor 统计，2014 年至 2019 年，中国休闲食品零售量从 1,640 万吨增长至 1,874 万吨；中国休闲食品市场规模从 4,418 亿元增长至 5,917 亿元，年均复合增长率达到 6.02%。

尽管近年来国内休闲食品市场规模发展迅速，但中国休闲食品的人均消费量和人均消费额与发达国家相比仍存在较大差距。因此，中国休闲食品的人均消费量均有较大的提升空间，未来休闲食品行业还将保持较高发展速度。伴随着居民整体消费结构的不断升级，休闲食品市场将持续发展。

国内休闲食品市场的零售额



数据来源：Euromonitor

3、公司长期的经营积累为募集资金投资项目提供了强有力的实施基础

公司一直致力于提升自身经营能力水平，在零售技巧、供应链管理、信息化支持和新产品研发及食品安全管控上积累了丰富的经验成果。

在零售技巧上，公司不断总结各连锁门店的成功之处，因地制宜地开展各门店营运服务及销售活动，持续提升公司商品品类管理、舒适的购物环境设置和体贴的服务等门店营运方式。线上零售方面，公司依靠后台数据收集、管理及分析，制订不同的营销策略及销售计划，将更多的网上消费者转换为公司产品用户会员，进一步提升公司线上零售能力。

在供应链管理中，公司以物流配送中心为平台，应用现代物流技术，使公司在商品采购、运输、仓储、加工、配送、销售等方面能够合理规划、协调安排，并充分利用和整合现有物流资源，为公司连锁门店及线上零售提供安全可靠、高效率的配送服务。

在信息化支持上，公司近年来逐渐加强了信息系统建设，从产品开发阶段就执行严格的质量管理和信息管理。信息系统不但支持公司总部、区域子公司、人力资源、财务管理等职能管理系统，还从采购、物流、配送、门店营运到客户服务等方面支持公司的营运管理系统，公司的管理制度和营运流程在信息系统中得到实现。

在产品研发上，公司持续利用销售数据，结合当前消费热点及消费趋势设计产品和口味，针对休闲食品流行趋势和消费者喜好进行产品企划，持续推进产品创新产品。同时，公司还建立了覆盖全流程食品安全质量管控体系，对产品进行严格的质量安全把关，加强公司产品品控能力，积累了丰富的产品检测经验。

综合来看，公司已经形成了丰富的经验成果，能够有效地为“全渠道营销网络建设项目”、“研发中心升级建设项目”提供技术支撑。公司已经在上海等地开展“新零售”终端门店，推出了全新的装饰风格、销售品类和品牌形象，结合客群管理和分析安排产品品类和营销活动，实现“千人千面”的精细化运营，已获得良好的市场反响。“研发中心升级建设项目”是在公司现有研发体系的基础上，面向公司自身发展和把握“新零售”趋势的需求进行相应，技术方案较为成熟。

本次募集资金投资项目具备可行性。

四、本次非公开发行股票对公司经营管理和财务状况的影响

（一）对公司经营管理的影响

本次募集资金投资项目符合国家相关的产业政策及公司的战略发展方向，具有良好的市场发展前景和经济效益。本次募集资金投资项目的实施完成，将进一步完善公司全渠道经营布局，增强公司的销售、服务和研发实力，有助于提升公司品牌影响力、扩大公司市场占有率，从而进一步增强公司的竞争力和可持续发展能力。

（二）对公司财务状况的影响

本次非公开发行股票完成后，公司的总资产和净资产均将相应提高，公司资金实力将显著增强，为公司的持续、稳定、健康发展提供有力的资金保障；公司的资产负债率将显著降低，资产结构将更加稳健，有利于减少财务费用，降低财务风险，提高偿债能力、后续融资能力和抗风险能力。

同时，随着本次募集资金投资项目的实施，公司的收入水平将稳步增长，盈利能力进一步提升，公司的整体实力和抗风险能力将进一步加强。

第三节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析

一、本次发行后公司业务及资产、公司章程、股东结构、高管人员结构、业务结构的变化情况

（一）本次发行对公司业务及资产的影响

本次非公开发行股票募集资金投资项目与公司的主营业务密切相关。通过募投项目的实施，公司将进一步完善公司全渠道经营布局，增强公司的销售、服务和研发实力，有助于提升公司品牌影响力、扩大公司市场占有率，从而进一步增强公司的竞争力和可持续发展能力。本次发行有助于提高公司资产规模，提升公司营运能力，降低公司资产负债率，增强公司抗风险能力，为公司持续成长提供有力保障。本次非公开发行股票后，公司业务结构不会发生重大变化，资产规模将相应增加。

（二）本次发行对公司章程的影响

本次非公开发行股票完成后，公司将根据股本的变化情况对《公司章程》所记载的注册资本、股份总数等与本次非公开发行股票相关的条款进行相应的调整，并办理工商变更登记。除上述情况外，公司尚无对《公司章程》其他条款修订的计划。

（三）本次发行对股权结构的影响

截止本预案签署日，公司总股本为339,067,764股。公司实际控制人为施永雷先生、郁瑞芬女士和施辉先生，郁瑞芬为施永雷先生之配偶，施辉先生为施永雷先生之父。施永雷先生通过爱屋企管间接控制公司197,065,542股；郁瑞芬女士直接持有公司10,773,000股，通过海永德于间接控制公司8,555,400股；施辉先生直接持有公司10,773,000股，通过德永润域间接控制公司2,784,600股。公司实际控制人施永雷先生、郁瑞芬女士和施辉先生合计控制公司229,951,542股，占公司总股本的67.82%。本次非公开发行股票数量不超过101,720,329股，以上限

101,720,329股计算，本次发行完成后，施永雷先生、郁瑞芬女士和施辉先生仍将合计直接和间接控制公司52.17%的股份，仍为公司的实际控制人。因此，本次非公开发行股票的实施不会导致公司控制权发生变化。

（四）本次发行对高级管理人员结构的影响

本次非公开发行股票不会对公司的高级管理人员结构造成影响。

（五）本次发行对业务结构的影响

本次非公开发行股票募集资金投资项目围绕公司主营业务展开，进一步完善公司全渠道经营布局，增强公司的销售、服务和研发实力，从而提升公司品牌影响力、扩大公司市场占有率，提高公司的业务竞争力。

二、公司财务状况、盈利能力及现金流量的变动情况

（一）对公司财务状况的影响

本次非公开发行股票完成后，公司的总资产和净资产均将相应提高，公司资金实力将显著增强，为公司的持续、稳定、健康发展提供有力的资金保障；公司的资产负债率将显著降低，资产结构将更加稳健，有利于减少财务费用，降低财务风险，提高偿债能力、后续融资能力和抗风险能力。

（二）对公司盈利能力的影响

本次非公开发行股票募集资金投资项目系依据公司发展战略和业务需求综合考虑确定，有良好的市场发展前景和经济效益。本次募集资金投资项目实施完成后，公司的盈利能力将得到进一步增强。

本次发行后，公司总股本将增加，募集资金投资项目体现经济效益需一定的时间，短期内将可能导致公司净资产收益率、每股收益等指标一定程度的摊薄；伴随着募集资金投资项目的投资建设和效益实现，公司未来的盈利能力将显著提升。

（三）对公司现金流量的影响

本次非公开发行股票完成后，公司筹资活动现金流入将相应增加。随着本次发行募集的流动资金到位，公司经营业务扩大，未来经营活动现金流入将有所增加，公司总体现金流状况将得到进一步优化。

三、公司与控股股东及其关联人之间的业务关系、管理关系、关联交易及同业竞争等变化情况

本次非公开发行股票完成后，公司与控股股东、实际控制人及其关联人之间的业务关系、管理关系和同业竞争状况不会发生重大变化。

四、本次发行完成后，公司是否存在资金、资产被控股股东及其关联人占用的情形，或公司为控股股东及其关联人提供担保的情形

公司的资金使用或对外担保严格按照法律法规和《公司章程》的有关规定履行相应授权审批程序并及时履行信息披露义务，不存在被控股股东及其关联人违规占用资金、资产或违规为其提供担保的情形。本次发行完成后，公司不会因本次发行产生被控股股东及其关联人占用资金、资产或为其提供担保的情形。

五、公司负债结构是否合理，是否存在通过本次发行大量增加负债（包括或有负债）的情况，是否存在负债比例过低、财务成本不合理的情况

本次非公开发行股票完成后，公司的净资产将相应提升，财务结构将更加稳健，抗风险能力将进一步加强。本次非公开发行股票，不会导致公司大量增加负债（包括或有负债），也不存在负债比例过低、财务成本不合理的情况。

六、本次股票发行相关的风险说明

（一）政策与市场风险

1、行业政策和标准变化的风险

随着国家对于食品安全日益重视和消费者食品安全意识以及权益保护意识的增强，存在国家颁布新的食品安全相关法律法规，新增产品安全认证范围，以及对食品生产的卫生环境、食品添加剂等标准要求进一步提高的可能，从而导致公司面临需要根据新规定、新标准快速取得相关认证，对供应商产品提出更高的要求，并清理已从供应商购买但未销售存货的风险。

2、宏观经济的风险

休闲食品作为快速消费品，其销售受到国民经济整体景气程度和居民可支配收入变化影响。随着我国经济水平的提高及人均可支配收入增长，我国休闲食品市场需求量呈持续增长势头。但如果宏观经济环境发生重大波动，经济增长持续放缓或出现重大不利变化，会导致消费者对休闲食品的消费水平下降，进而会影响本公司的财务状况和经营业绩。

近年来，贸易保护主义抬头，国际贸易摩擦渐趋增多，如国际贸易摩擦加剧可能引致本公司部分进口商品成本上涨进而会影响本公司财务状况和经营业绩。

3、市场竞争加剧的风险

随着居民生活水平的不断提高，我国休闲食品行业持续发展，市场参与者数量不断增加。同时，随着行业集中度的提升，一些区域性的休闲食品企业逐步形成，该企业借助其在品牌、资金、地域性等方面的优势逐步发展壮大，休闲食品行业的竞争日趋激烈。虽然公司经过多年的发展，在休闲食品经营领域已形成了较强的竞争力，但随着新进入休闲食品行业的企业和品牌增加，如果公司不能继续保持行业优势地位，可能导致公司的产品销量下滑或售价降低，从而影响公司的财务状况和经营业绩。

(二) 业务与经营风险

1、公司经营食品的安全质量风险

目前公司拥有数百家供应商为公司提供坚果炒货、肉类零食、果干蜜饯、糕点饼干、果蔬零食、豆干小食、海味即食、糖巧果冻、膨化食品、进口类产品等十大核心品类，约 800 余款产品。公司主要产品一般均选择 2-3 家供应商，在多家供应商提供的产品中择优采购。

公司以自有品牌开展休闲食品经营,实质上对食品安全质量管控能力和水平提出了更高的要求。公司已建立起一套完整的商品及服务质量管理控制体系,对供应商的筛选与管理已经形成了一套严格的甄别和管理机制,以及依托公司强大的信息管理系统及技术,实现从商品采购、仓储、配送、销售全过程的质量控制。但是本公司商品的质量仍不可避免的受限于农产品原料供应、供应商的生产能力、加工工艺及管理水平等因素影响,无法完全避免一些不可预见原因导致产品质量发生问题的风险。如果公司销售的商品存在不符合国家的食品安全标准,甚至发生重大的食品安全事故,将会面临行政监管部门的处罚及消费者的关注,对公司品牌形象产生不利影响,可能会发生公司经营业绩下降的风险。

2、行业其他企业发生重大食品安全事故而引起的经营风险

目前我国休闲食品行业从业主体众多,存在着大量的小规模生产企业、销售企业,由于部分厂商生产技术较为落后,食品安全标准和监督控制程序缺失,食品质量控制薄弱,无法保证采购、生产、销售过程中各环节的食品安全质量控制,导致可能会出现不符合国家食品安全标准的事故产生。如果行业内个别生产或销售企业发生重大的食品安全事故,或者因个别企业生产环境恶劣、食品质量控制薄弱等,社会媒体报道所产生的负面影响将会波及整个休闲食品行业,对整个行业形象、消费者信心造成严重损害,也会对包括本公司在内的整个休闲食品行业的经营产生重大影响,进而可能发生公司营业利润下降的风险。

3、原材料价格波动的风险

坚果、水果、肉类、水产品、谷物等农副产品为休闲食品主要原材料。近年来,在消费升级的大背景下,我国食品行业总体上保持着良好的发展势头,但由于受农村耕地面积减少、农业生产成本上升、自然灾害、动物疫情、通货膨胀等因素的影响,农产品的价格出现了一定波动,通过上游供应商传导到销售终端,进而对公司商品销售价格产生影响。虽然公司建立了采购价格与产品售价的联动机制、建立稳定的采购渠道、制定供应商选择制度、采购询价制度等措施稳定并提升了公司的盈利能力。但如果未来原材料价格大幅波动且公司不能及时消除原材料价格波动的不利影响,将对公司的经营业绩造成影响。

4、门店租金提高、人力成本上升的风险

截至 2019 年 12 月 31 日，公司连锁门店总数 2,792 家，其中直营门店 2,429 家，绝大部分为租赁经营。近年来，各地商铺租赁价格呈持续上涨趋势，公司持续面临营业场所租金提高、销售费用增加的风险，从而对公司的经营业绩产生不利影响。

近年来，随着城市居民最低工资标准不断提高，社会保障体系不断完善，我国企业的人力成本快速上升。如果公司发展速度无法跟上经营用工成本继续上升速度，可能对公司的业绩造成影响。

5、募投项目实施的风险

本次募集资金投资项目系公司综合考虑当前的经济形势、市场环境和消费者需求，并根据公司实际经营状况进行确定，公司已经对募集资金投资项目的经济效益进行了审慎测算，认为项目预期收益较好，具有可行性。但由于宏观经济形势和行业市场环境存在不确定性，如果未来我国宏观经济运行出现较大波动，或休闲食品行业市场环境发生重大变化，将会对募投项目的投资回报和预期收益产生不利影响。

(三) 财务风险

1、募投项目新增折旧、摊销的风险

本次募集资金投资项目建设完成后，公司固定资产折旧和无形资产摊销将相应增加。本次募集资金投资项目具有良好的市场前景，项目建设完成后公司的营业收入和利润水平都将进一步增长，但募集资金投资项目的建设完成和收益实现需要一定的时间，因此，在募集资金投资项目完成后的一段时间内，若募集资金投资项目不能很快产生效益以弥补新增折旧和摊销费用，将在一定程度上影响公司的经营业绩。

2、即期回报被摊薄的风险

本次非公开发行股票完成后，公司总股本、净资产将相应提高，但募集资金投资项目的建设完成和收益实现需要一定的时间，在募集资金投资项目的效益尚未完全体现之前，发行人的收益增长幅度可能会低于净资产的增长幅度，从而导致公司每股收益、净资产收益率等指标在短时间内出现一定程度下降，股东即期

回报存在被摊薄的风险。

（四）管理风险

本次非公开发行股票完成后，公司业务规模、资产规模、人员规模均将进一步扩大，公司经营管理水平也要相应提升，以满足公司持续发展的需求。若短期内公司的综合管理水平未能及时调整适应内外部环境的发展变化，募集资金投资项目的实施及公司的发展将可能面临不利影响。

（五）其他风险

1、审批风险

本次非公开发行股票尚需公司股东大会审议批准，本预案存在无法获得公司股东大会表决通过的可能；本次非公开发行股票尚需取得中国证监会的核准，能否取得核准以及最终取得核准的时间均存在不确定性。

2、发行风险

本次非公开发行仅向不超过 35 名符合条件的特定对象定向发行股票募集资金，受证券市场波动、公司股票价格走势等多种因素的影响，公司本次非公开发行存在发行风险和不能足额募集资金的风险。

3、股价波动风险

股票投资本身具有一定的风险。股票价格不仅取决于公司的财务状况、经营业绩和发展前景，而且也受到国家宏观政策和经济形势、重大政策、行业环境、资本市场走势、股票市场的供求变化以及投资者的心理预期等重要影响因素的影响。公司将根据《公司法》、《证券法》等有关法律、法规的要求，真实、准确、及时、完整、公平地向投资者披露有可能影响公司股票价格的重大信息，供投资者做出投资判断。同时，公司提醒投资者注意股价波动及可能涉及的风险。

第四节 利润分配政策及执行情况

一、公司现行利润分配政策

公司现行有效的《公司章程》关于利润分配政策规定如下：

“第一百六十六条 公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报，并兼顾公司的长远及可持续发展，利润分配政策应保持连续性和稳定性，并符合法律、法规的相关规定；公司的利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。在满足公司正常生产经营资金需求的情况下，公司将积极采取现金方式分配利润。

（一）公司采取现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配利润。

（二）公司实施现金分红应当至少同时满足以下条件：

1. 公司该年度实现盈利，且该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后的税后利润）、累计可分配利润均为正值；
2. 审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；
3. 公司无重大投资计划或重大现金支出计划等事项发生（公司首次公开发行股票或再融资的募集资金投资项目除外）；重大投资计划或重大现金支出计划是指公司未来十二个月内拟建设项目、对外投资、收购资产或购买设备的累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的30%。

在上述条件同时满足时，公司应采取现金方式分配利润。

公司董事会可以在有关法规允许的情况下根据公司的盈利状况提议进行中期现金分红。

（三）公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润（合并报表）的10%，最近三年以现金方式累计分配的利润应不少于最近三年实现的年均可分配利润的30%。

(四) 在满足现金股利分配的条件下, 若公司营业收入和净利润增长快速, 且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时, 可以在给予股东合理现金分红回报和维持适当股本规模的前提下、综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等因素, 提出股票股利分配方案。

(五) 为保证公司利润分配的顺利实施, 公司根据各子公司当年投资需求、现金流等实际情况, 决定其当年的现金分红比例, 以保证公司当年的分红能力。

(六) 公司的分红回报规划和利润分配的具体方案应由公司董事会制订, 并在董事会审议通过后提交股东大会审议; 公司在拟定现金分红方案时应当听取有关各方的意见, 包括但不限于通过公开征集意见、召开论证会、电话、传真、邮件等方式, 与股东特别是持有公司股份的机构投资者、中小股东就现金分红方案进行充分讨论和交流; 涉及股价敏感信息的, 公司还应当及时进行信息披露。

(七) 公司进行利润分配时, 应当由公司董事会根据公司盈利情况、经营发展规划、资金需求、股东回报规划、社会资金成本以及外部融资环境等因素, 制定公司年度利润分配预案, 再行提交公司股东大会进行审议。董事会在决策和形成利润分配预案时, 要详细记录管理层建议、参会董事的发言要点、独立董事意见、董事会投票表决情况等内容, 并形成书面记录作为公司档案妥善保存。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素, 区分下列情形, 并按照本章程规定的程序, 提出差异化的现金分红政策:

(1) 公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的, 进行利润分配时, 现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到80%;

(2) 公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的, 进行利润分配时, 现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到40%;

(3) 公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的, 进行利润分配时, 现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到20%;

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的, 按照前项规定处理。公司以现金为对价, 采用要约方式、集中竞价方式回购股份的, 视同现金分红, 纳入

现金分红的相关比例计算。

(八) 公司董事会审议现金分红具体方案时,应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序等事宜,独立董事应当发表明确意见。

(九) 股东大会对现金分红具体方案进行审议时,公司应通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流(包括但不限于电话、传真和邮件沟通,筹划投资者接待日或邀请中小股东参会等),充分听取中小股东的意见和诉求,并及时答复中小股东关心的问题。公司年度内拟分配现金红利总额(包括中期已分配的现金红利)少于当年实现的归属于公司股东净利润30%的利润分配预案提交股东大会审议时,应当提供网络投票方式为中小股东参与表决提供便利,并按参与表决的股东的持股比例分段披露表决结果。

(十) 独立董事可以征集中小股东的意见,提出分红提案,并直接提交董事会审议。

(十一) 若公司在特殊情况下无法按照本条规定的现金分红政策或最低现金分红比例确定当年利润分配方案的,应在年度报告中详细说明未提出现金分红的原因、未用于现金分红的资金留存公司的用途和使用计划,并由独立董事对利润分配预案发表独立意见并及时披露;董事会审议通过后提交股东大会通过现场和网络投票的方式审议,并由董事会向股东大会作出说明。公司当年利润分配方案应当经出席股东大会的股东所持表决权的2/3以上通过。

(十二) 公司年度报告期内盈利且累计未分配利润为正、未进行现金分红,或单一年度拟分配的现金红利总额(包括中期已分配的现金红利)与当年归属于上市公司股东的净利润之比低于30%,或特殊情况下未按照本条规定的现金分红政策或最低现金分红比例进行利润确定当年利润分配方案的,公司董事长、独立董事和总经理、财务负责人等高级管理人员应当在年度报告披露之后、年度股东大会股权登记日之前,在公司业绩发布会中就现金分红方案相关事宜予以重点说明。如未召开业绩发布会的,应当通过现场、网络或其他有效方式召开说明会,就相关事项与媒体、股东特别是持有上市公司股份的机构投资者、中小股东进行沟通和交流,及时答复媒体和股东关心的问题。上述利润分配方案提交股东大会

审议时，应当提供网络投票方式为中小股东参与表决提供便利，并按参与表决的股东的持股比例分段披露表决结果。

（十三）公司应当严格执行《公司章程》确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。确有必要对《公司章程》确定的现金分红政策进行调整或者变更的，应当满足《公司章程》规定的条件，经过详细论证后，履行相应的决策程序，并经出席股东大会的股东所持表决权的2/3以上通过。公司应当在定期报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况。

（十四）若存在股东违规占用公司资金情况的，公司在实施现金分红时扣减该股东所获分配的现金红利，以偿还其占用的公司资金。

（十五）公司监事会应当对董事会执行现金分红政策和股东回报规划以及是否履行相应决策程序和信息披露等情况进行监督；监事会发现董事会存在以下情形之一的，应当发表明确意见，并督促其及时改正：

1. 未严格执行现金分红政策和股东回报规划；
2. 未严格履行现金分红相应决策程序；
3. 未能真实、准确、完整披露现金分红政策及其执行情况。

（十六）公司应当在定期报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，说明是否符合本章程的规定或者股东大会决议的要求，分红标准和比例是否明确和清晰，相关的决策程序和机制是否完备，独立董事是否尽职履责并发挥了应有的作用，中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到充分维护等。对现金分红政策进行调整或变更的，还要详细说明调整或变更的条件和程序是否合规和透明等。

公司年度报告期内盈利且累计未分配利润为正，未进行现金分红或拟分配的现金红利总额（包括中期已分配的现金红利）与当年归属于上市公司股东的净利润之比低于30%的，公司应当在审议通过年度报告的董事会公告中详细披露以下事项：

1. 结合所处行业特点、发展阶段和自身经营模式、盈利水平、资金需求等

因素，对于未进行现金分红或现金分红水平较低原因的说明；

2. 留存未分配利润的确切用途以及预计收益情况；
3. 董事会会议的审议和表决情况；
4. 独立董事对未进行现金分红或现金分红水平较低的合理性发表的独立意见。

第一百六十七条 公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后2个月内完成股利（或股份）的派发事项。”

二、最近三年公司的利润分配情况

（一）最近三年利润分配方案

1、2017年度利润分配方案

公司2017年度利润分配方案为：以公司总股本243,719,300股为基数，每股派发现金红利0.4元（含税），以资本公积金向全体股东每股转增0.4股，共计派发现金红利97,487,720.00元，转增97,487,720股，本次分配后总股本为341,207,020股。

2、2018年度利润分配方案

公司2018年度利润分配方案为：以公司总股本340,444,230股，扣减不参与利润分配的回购股份3,002,742股，即337,441,488股为基数，向全体股东每10股派发现金红利1.50元人民币（含税），共计50,616,223.20元人民币。

3、2019年度利润分配方案

公司2019年度利润分配方案为：拟向全体股东每10股派发现金红利1.00元（含税）。截至2019年12月31日，公司总股本339,067,764股，以此计算合计拟派发现金红利33,906,776.40元（含税）。上市公司通过回购专用账户所持有本公司股份2,135,742股，不参与本次利润分配及资本公积金转增股本。

公司2019年度利润分配预案尚需提交公司2019年年度股东大会审议。

（二）最近三年现金分红情况

公司最近三年（2017年度、2018年度及2019年度）现金分红情况具体如下：

单位：万元

分红年度	现金分红金额(含税)	分红年度合并报表中归属于上市公司普通股股东的净利润	占合并报表中归属于上市公司普通股股东的净利润比例
2019年度	3,390.68	1,037.07	326.95%
2018年度	5,061.62	1,010.90	500.71%
2017年度	9,748.77	10,136.99	96.17%
最近三年年均归属于上市公司普通股股东的净利润			4,061.65
最近三年累计现金分红额			18,201.07
最近三年累计现金分红额/最近三年年均归属于上市公司普通股股东的净利润			448.12%

注：公司2019年度利润分配预案尚需提交公司2019年年度股东大会审议。

公司最近三年每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润（合并报表）的10%，最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年年均归属于上市公司普通股股东净利润的30%，公司的实际分红情况符合当时《公司章程》的有关规定。

（三）最近三年未分配利润的使用情况

为保持公司的可持续发展，公司扣除分红后的留存未分配利润作为公司业务发展资金的一部分，用于企业的生产经营。

三、公司未来三年（2020年-2022年）股东分红回报规划

为进一步明确公司对股东的合理投资回报，进一步细化《公司章程》中有关利润分配政策的条款，增加利润分配决策透明度和可操作性，便于股东对公司经营和利润分配进行监督，根据中国证券监督管理委员会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》等有关规定，在充分考虑本公司实际经营情况及未来发展需要的基础上，制定了《上海来伊份股份有限公司2020-2022年股东回报规划》。具体规划如下：

“一、制定本规划的主要考虑因素

本公司着眼于长远和可持续发展，结合公司所处行业特征及未来发展趋势，并综合考虑公司实际经营情况、股东的要求和意愿、社会资金成本和外部融资环境、公司现金流状况及未来资本支出计划等因素，对利润分配做出制度性安排，以保证利润分配政策的连续性和稳定性。

二、制定本规划的基本原则

（一）合理回报投资者，保证公司的可持续发展；

（二）进一步增强公司利润分配特别是现金分红的透明度，以便投资者形成稳定的回报预期；

（三）保持利润分配政策的连续性和稳定性；

（四）严格遵循相关法律法规和《公司章程》对利润分配的有关规定。

三、未来三年（2020-2022年）的具体股东回报规划

公司盈利将首先用于弥补以前年度亏损（如有）；弥补以前年度亏损后，根据《公司法》等有关法律以及《公司章程》的规定，进行利润分配。

（一）利润分配的原则：公司应当实施积极的利润分配政策，充分考虑股东（特别是中小投资者）、独立董事和监事的意见，坚持现金分红这一基本原则。公司利润分配应重视对投资者的合理回报并兼顾公司的可持续发展，实行持续、稳定的利润分配政策。

（二）利润分配的期间间隔：原则上每年度进行一次分红。经公司董事会提议，股东大会批准，也可进行中期利润分配。

（三）利润分配的形式：公司可以采取现金方式、股票方式或者现金与股票相结合的方式分配股利。公司盈利且现金能够满足公司持续经营和长期发展的前提下，在足额提取法定公积金、任意公积金以后，在具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现可分配利润的10%。在确保足额现金股利分配的前提下，公司董事会认为发放股票股利有利于公司整体发展及全体股东整体利益时，可以另行采取股票股利分

配的方式进行利润分配。

（四）现金分红的条件及比例

1、公司在年度报告期内盈利且累计未分配利润为正时，应当进行现金分红。

2、如实施现金分红，在足额提取法定公积金、任意公积金以后，每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的10%。

3、公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照相关规定，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

四、未来股东回报规划的制定周期和相关决策机制

1、在2020-2022年股东回报规划到期前，公司董事会结合公司具体经营情况、现金流量状况及公司未来发展规划，充分考虑和听取股东（特别是中小股东）、独立董事的意见后，可对公司正在实施的股利分配政策作出适当且必要的修改，以确定接下来时段的股东回报计划。

2、公司在每个会计年度结束后，由公司董事会结合具体经营数据，充分考虑盈利规划、现金流量状况、发展阶段及当期资金需求，并结合股东（特别是中小投资者）、独立董事和监事的意见，制定年度分红方案，并提交公司股东大会表决通过后实施。公司董事会须在股东大会召开后2个月内完成股利（或股份）的派发事项。出现派发延误的，公司董事会应当就延误原因作出及时披露。

3、公司董事会可以根据公司的经营状况提议公司进行中期现金分红。

4、对于报告期盈利但未提出现金分红方案的，董事会在利润分配预案中应当对未进行现金分红的原因、留存的未分配利润使用计划进行说明，并在定期报告中披露。

5、公司因生产经营情况发生重大变化、投资规划和长期发展的需要等原因需调整利润分配政策的，经过详细论证后，应由公司董事会根据实际情况提出利润分配政策调整议案，调整后的利润分配政策应以股东权益保护为出发点，且不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定；独立董事、监事会应当对调整利润分配政策此发表审核意见，并由股东大会经出席股东大会的股东所持表决权的2/3以上审议通过。

6、董事会和管理层执行公司分红政策和股东回报规划的情况及决策程序接受监事会的监督。

五、生效及解释

本规划自股东大会审议通过之日起生效，修改时亦同。

本规划由公司董事会负责解释。”

第五节 本次非公开发行股票摊薄即期回报情况及填补措施

根据《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110号）、中国证监会《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事宜的指导意见》（证监会公告[2015]31号）等文件的有关规定，公司就本次非公开发行股票事宜对即期回报摊薄的影响进行了分析并提出了具体的填补回报措施，相关主体对公司填补回报措施能够得到切实履行作出了承诺，具体如下：

一、本次非公开发行股票摊薄即期回报对主要财务指标的影响

本次非公开发行股票摊薄即期回报对公司主要财务指标影响的假设前提：

1、假设宏观经济环境、产业政策、行业发展状况、市场情况等方面没有发生重大不利变化；

2、假设本次非公开发行于2020年9月30日实施完毕，该完成时间仅用于计算本次非公开发行摊薄即期回报对主要财务指标的影响，不对实际完成时间构成承诺，最终以中国证监会核准本次发行后的实际完成时间为准；

3、假定本次非公开发行股票数量为发行上限，即101,720,329股，募集资金总额为50,000.00万元（不考虑扣除相关发行费用），该募集资金总额仅为估计值，最终以经中国证监会核准并实际发行完成的募集资金总额为准；

4、公司2019年度合并报表归属于母公司所有者的净利润为1,037.07万元、合并报表扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为-3,295.98万元。2020年度归属于母公司所有者的净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润较2019年度分别持平、上涨10%和上涨20%三种情况。前述利润值不代表公司对未来利润的盈利预测，仅用于计算本次发行摊薄即期回报对主要指标的影响，投资者不应据此进行投资决策；

5、在预测公司每股收益时，不考虑限制性股票、股票期权的影响；

6、在预测公司总股本时，以2019年12月31日总股本339,067,764.00股为基础，

考虑本次非公开发行股份事项的影响，不考虑其他因素导致股本发生的变化；

7、在预测公司净资产时，未考虑除募集资金、净利润之外的其他因素对净资产的影响；

8、基于谨慎性原则，未考虑本次发行募集资金到账后，对公司生产经营、财务状况（如财务费用、投资收益）等的影响；

9、上述假设仅为测算本次非公开发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响，不代表公司对2020年度盈利情况的观点，亦不代表公司对2020年度经营情况及趋势的判断。

基于上述假设，公司测算了本次非公开发行股票对公司的每股收益和净资产收益率等主要财务指标的影响如下：

项目	2019 年度/2019 年 12 月 31 日	2020 年度/2020 年 12 月 31 日	
		本次发行前	本次发行后
假设 1：假设公司 2020 年度实现的归属于上市公司普通股股东的净利润和扣除非经常性损益后归属于上市公司普通股股东的净利润与 2019 年持平			
普通股股数（万股）	33,906.78	33,906.78	44,078.81
当年实现的归属于上市公司普通股股东的净利润（万元）	1,037.07	1,037.07	1,037.07
当年实现的归属于上市公司普通股股东的净利润（扣除非经常性损益后）（万元）	-3,295.98	-3,295.98	-3,295.98
基本每股收益（元/股）	0.0306	0.0306	0.0285
稀释每股收益（元/股）	0.0309	0.0306	0.0285
基本每股收益（扣除非经常性损益后）（元/股）	-0.10	-0.10	-0.09
稀释每股收益（扣除非经常性损益后）（元/股）	-0.10	-0.10	-0.09
加权净资产收益率	0.56%	0.59%	0.55%
加权净资产收益率（扣除非经常性损益后）	-1.79%	-1.86%	-1.74%
假设 2：假设公司 2020 年度实现的归属于上市公司普通股股东的净利润和扣除非经常性损益后归属于上市公司普通股股东的净利润较 2019 年度增长 10%			
普通股股数（万股）	33,906.78	33,906.78	44,078.81
当年实现的归属于上市公司普通股股东的净利润（万元）	1,037.07	1,140.78	1,140.78

当年实现的归属于上市公司普通股股东的净利润(扣除非经常性损益后)(万元)	-3,295.98	-2,966.38	-2,966.38
基本每股收益(元/股)	0.0306	0.0336	0.0313
稀释每股收益(元/股)	0.0309	0.0336	0.0313
基本每股收益(扣除非经常性损益后)(元/股)	-0.10	-0.09	-0.08
稀释每股收益(扣除非经常性损益后)(元/股)	-0.10	-0.09	-0.08
加权净资产收益率	0.56%	0.64%	0.60%
加权净资产收益率(扣除非经常性损益后)	-1.79%	-1.68%	-1.57%

假设 3: 假设公司 2020 年度实现的归属于上市公司普通股股东的净利润和扣除非经常性损益后归属于上市公司普通股股东的净利润较 2019 年度增长 20%

普通股股数(万股)	33,906.78	33,906.78	44,078.81
当年实现的归属于上市公司普通股股东的净利润(万元)	1,037.07	1,244.48	1,244.48
当年实现的归属于上市公司普通股股东的净利润(扣除非经常性损益后)(万元)	-3,295.98	-2,636.79	-2,636.79
基本每股收益(元/股)	0.0306	0.0367	0.0341
稀释每股收益(元/股)	0.0309	0.0367	0.0341
基本每股收益(扣除非经常性损益后)(元/股)	-0.10	-0.08	-0.07
稀释每股收益(扣除非经常性损益后)(元/股)	-0.10	-0.08	-0.07
加权净资产收益率	0.56%	0.70%	0.66%
加权净资产收益率(扣除非经常性损益后)	-1.79%	-1.49%	-1.39%

本次非公开发行股票完成后,公司总股本、净资产将相应提高,但募集资金到位后,在总股本和净资产均增加的情况下,公司每股收益、净资产收益率等指标在短时期内出现一定程度下降,股东即期回报存在被摊薄的风险。

二、董事会选择本次融资的必要性和合理性

本次发行募集资金用途的必要性和合理性详见本预案“第二节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析”之“三、本次募集资金投资项目的可行性分析”。

三、本次募集资金使用与公司现有业务的关系

公司本次非公开募集资金在扣除发行费用后拟全部用于全渠道营销网络建设项目和研发中心升级建设项目，有助于提高公司资产规模，完善公司全渠道经营布局，增强公司的销售、服务和研发实力，降低公司资产负债率，增强公司抗风险能力，为公司持续发展提供有力保障。本次非公开发行后，公司的业务范围保持不变。

四、公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

公司经营管理团队具备良好的教育背景、深厚的行业从业经验和优秀的管理水平，能够全面、及时把握行业发展方向，熟悉行业的运作模式和管理模式。公司持续推进内部人力资源建设，制定了成熟的人才引进、培养和发展战略，根据人才特性分层开展人力资源管理，引进和培养了一批具备竞争意识和战略眼光的核心管理人员、具备复合型知识结构的核心业务骨干和基层管理者、有着较高职业成熟度和专业能力的一线专业员工。本次募集资金投资项目在人员方面储备充足。

作为领先的休闲食品企业，公司在产品研发及质量检测等领域积累了技术优势。公司持续利用销售数据，结合当前消费热点及消费趋势设计产品和口味，针对休闲食品流行趋势和消费者喜好进行产品企划，持续推进产品创新产品，积累了丰富的产品研发经验。同时，公司还建立了覆盖全流程食品安全质量管控体系，对产品进行严格的质量安全把关，加强公司产品品控能力，积累了丰富的产品检测经验。本次募集资金投资项目在技术方面储备成熟。

随着国内居民人均消费支出的增加，居民消费层次也在逐步提升，人们对休闲食品的消费逐渐增多，休闲食品的市场规模保持了较快的增长，但中国休闲食品的人均消费量和人均消费额与发达国家相比仍存在较大差距。因此，中国休闲食品的人均消费量均有较大的提升空间，未来休闲食品行业还将保持较高发展速度。伴随着居民整体消费结构的不断升级，休闲食品市场将持续发展。本次募集资金投资项目在市场方面储备充足。

五、公司应对本次发行摊薄即期回报采取的措施

针对本次非公开发行股票可能摊薄即期回报，公司拟采取有效措施以降低本次非公开发行摊薄公司即期回报的影响，具体措施如下：

（一）加快落实公司发展战略，提升盈利能力

本次非公开发行股票募集资金扣除发行费用后拟全部用于全渠道营销网络建设项目和研发中心升级建设项目，将进一步完善公司全渠道经营布局，增强公司的销售、服务和研发实力，有助于提升公司品牌影响力、扩大公司市场占有率，从而进一步增强公司的竞争力和可持续发展能力，有效提升公司的盈利能力和经营业绩。

（二）强化募集资金管理，保证募集资金合理规范使用

公司已根据《公司法》、《证券法》、《上市公司监管指引第2号—上市公司募集资金管理和使用的监管要求》、《上海证券交易所股票上市规则》等相关规定及《公司章程》的要求，制定了《募集资金管理制度》。

公司本次非公开发行募集资金将存放于董事会指定的募集资金专项账户中，并建立募集资金三方监管制度，做到专款专用、使用规范，并接受保荐机构、开户银行、证券交易所和其他有权部门的监督。

（三）加强经营管理和内部控制，提升经营效率和盈利能力

公司未来将基于多年来在休闲食品经营领域的深厚积累，进一步提高经营和管理水平，提升公司的整体盈利能力。公司将努力提高资金的使用效率，完善并强化投资决策程序，提升资金使用效率，节省公司的财务费用支出。公司也将加强企业内部控制，发挥企业管控效能。

推进全面预算管理，优化预算管理流程，加强成本管理，强化预算执行监督，全面有效地控制公司经营和管控风险。

（四）不断完善利润分配制度，强化投资者回报机制

根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》和《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》的要求，公司在充分考虑对股东的投资回报并兼顾公司的成长和发展的基础上，同时公司结合自身实际情况制定了未来三年股东分红回报规划。上述制度的制定完善，进一步明确了公司分红的决策程序、机制和具体分红比例，将有效地保障全体股东的合理投资回报。

未来，公司将继续严格执行公司分红政策，强化投资者回报机制，确保公司股东特别是中小股东的利益得到保护。

公司制定的上述填补回报措施不等于对公司未来利润作出保证，投资者不应据此进行投资决策，敬请投资者注意投资风险。

六、公司控股股东、实际控制人及董事、高级管理人员作出的相关承诺

（一）控股股东、实际控制人的承诺

公司控股股东爱屋企管及实际控制人施永雷、郁瑞芬、施辉分别对公司填补被摊薄即期回报应对措施能够得到切实履行作出的承诺如下：

“1、本人/本单位承诺不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益；

2、本承诺出具日后至本次非公开发行实施完毕前，若中国证券监督管理委员会等证券监管机构作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定，且本承诺相关内容不能满足中国证券监督管理委员会等证券监管机构的该等规定时，本人/本单位承诺届时将按照中国证券监督管理委员会等证券监管机构的最新规定出具补充承诺；

3、本人/本单位承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人/本单位对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若本人/本单位违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人/本单位愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

作为填补回报措施相关责任主体之一，若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意按照中国证监会和上海证券交易所等证券监管机构制定或发布的相关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关管理措施。

特此承诺。”

(二) 全体董事、高级管理人员的承诺

为保证公司填补被摊薄即期回报措施能够得到切实履行，公司董事、高级管理人员做出如下承诺：

“1、本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

2、本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；

3、本人承诺不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；

4、本人承诺由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

5、未来公司如实施股权激励，本人承诺股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

6、本承诺出具日后至本次非公开发行实施完毕前，若中国证券监督管理委员会等证券监管机构作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定，且本承诺相关内容不能满足中国证券监督管理委员会等证券监管机构的该等规定时，本人承诺届时将按照中国证券监督管理委员会等证券监管机构的最新规定出具补充承诺；

7、本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

作为填补回报措施相关责任主体之一，若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意按照中国证监会和上海证券交易所等证券监管机构制定或发布的有

关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关管理措施。

特此承诺。”

七、关于本次发行摊薄即期回报的填补措施及承诺事项的审议程序

董事会对公司本次融资摊薄即期回报事项的分析及填补即期回报措施及相关承诺主体的承诺等事项已经公司第四届董事会第五次会议审议通过，尚需股东大会审议。

八、关于本次非公开发行摊薄即期回报的特别风险提示

本次非公开发行股票完成后，公司总股本、净资产将相应提高，但募集资金投资项目的建设完成和收益实现需要一定的时间，在募集资金投资项目的效益尚未完全体现之前，发行人的收益增长幅度可能会低于净资产的增长幅度，从而导致公司每股收益、净资产收益率等指标在短时间内出现一定程度下降，股东即期回报存在被摊薄的风险。

特别提醒投资者理性投资，关注本次非公开发行股票可能摊薄即期回报的风险。

（本页无正文，为《上海来伊份股份有限公司 2020 年度非公开发行股票预案》之盖章页）

上海来伊份股份有限公司

2020 年 5 月 11 日