

公司代码：603777

公司简称：来伊份

上海来伊份股份有限公司
2020 年半年度报告摘要



一 重要提示

- 1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实、准确、完整，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 本半年度报告未经审计。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
公司 2020 年半年度不进行利润分配、公积金转增股本。

二 公司基本情况

2.1 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
人民币普通股（A股）	上海证券交易所	来伊份	603777	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	王延民	吴明朗
电话	021-51760952	021-51760952
办公地址	上海市松江区沪松公路1399弄68号来伊份青年大厦	上海市松江区沪松公路1399弄68号来伊份青年大厦
电子信箱	corporate@laiyifen.com	corporate@laiyifen.com

2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	2,552,380,882.71	2,866,296,275.11	-10.95
归属于上市公司股东的净资产	1,776,578,374.41	1,763,459,465.64	0.74
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增

	(1-6月)		减(%)
经营活动产生的现金流量净额	18,672,197.77	30,572,756.91	-38.93
营业收入	2,136,361,429.36	2,037,608,570.44	4.85
归属于上市公司股东的净利润	12,342,867.39	44,474,827.95	-72.25
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-9,986,711.46	29,418,639.12	-133.95
加权平均净资产收益率(%)	0.70	2.37	减少1.67个百分点
基本每股收益(元/股)	0.04	0.13	-69.23
稀释每股收益(元/股)	0.04	0.13	-69.23

2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)		32,695				
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)		0				
前10名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结的股份数量	
上海爱屋企业管理有限公司	境内非国有法人	58.12	197,065,542	0	质押	65,000,000
郁瑞芬	境内自然人	3.18	10,773,000	0	无	0
施辉	境内自然人	3.18	10,773,000	0	无	0
上海海永德于管理咨询合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	2.52	8,555,400	0	无	0
常春藤(上海)股权投资中心(有限合伙)	境内非国有法人	1.80	6,100,000	0	无	0
上海德永润域管理咨询合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	0.82	2,784,600	0	无	0
上海海德立业投资有限公司	境内非国有法人	0.69	2,351,300	0	无	0

上海来伊份股份有限公司回购专用证券账户	其他	0.63	2,135,742	0	无	0
李明睿	境内自然人	0.41	1,397,190	0	无	0
中国工商银行股份有限公司一财通多策略升级混合型证券投资基金	其他	0.38	1,297,100	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	爱屋企管为施永雷出资设立的一人有限责任公司，爱屋企管为本公司的控股股东。施永雷、郁瑞芬和施辉为公司的实际控制人，其中：施永雷和郁瑞芬为夫妻关系，施辉和施永雷为父子关系，郁瑞芬为海锐德控股股东，施辉为德域控股股东。前十名股东中，爱屋企管、郁瑞芬、施辉、海锐德、德域5名股东，存在关联关系，属于一致行动人，上海来伊份股份有限公司回购专用证券账户为公司2018年实施回购股份开设的专用账户，其余4名股东，本公司未知其之间是否存在关联关系也未知其是否属于一致行动人。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无					

2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

适用 不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

3.1 经营情况的讨论与分析

2020年上半年，虽然新冠肺炎疫情对社会经济发展造成了一定程度影响，但公司管理层及全体员工始终秉承“让爱普照美食者 家庭更幸福”的企业使命、致力于“建设家庭生活生态大平台”的企业愿景，从危机中寻找机会，把握发展机遇，克服困难，努力减少疫情对部分渠道销售端的影响，实现了稳住基本盘，稳中求进，线下直营门店、线上收入同步增长。2020年上半年，公司销售费用、管理费用当期增加，对当期利润造成一定影响，主要系公司继续加大人才引进力度，加大信息化建设投入，推动品牌升级宣传，推进业务布局，为今后

发展打下坚实基础。

2020年上半年，公司实现营业总收入 213,636.14 万元，比 2019 年同期增长 4.85%。其中：线下直营门店实现营业收入 163,779.64 万元，占比为去年同期的 101.56%；加盟实现营业收入 9,173.27 万元，占比为去年同期的 97.19%；特渠实现营业收入 7,839.24 万元，占比为去年同期的 71.05%；线上电商实现营业收入 32,844 万元，占比为去年同期的 149.16%。公司主营业务收入 210,498.41 万元、主营业务成本 119,229.10 万元，毛利率 43.36%，基本保持稳定。

报告期内，公司经营管理层在董事会的指导下，重点围绕以下事项有序开展工作：

一、深化全渠道布局，加强线上线下联动效应

报告期内，公司坚持线上线下全渠道协同发展的运营模式，通过构建全渠道一体化大平台及有效的信息化系统建设，线上线下共同发力，内生态渠道已经构成，外生态布局成果初现，实现了线上线下商品、营销以及供应链管理等全方位的业务协同，凸显了“来伊份”的连锁品牌效应。截至本报告期末，公司线上线下全渠道会员总人数超过 3200 万。

线下继续推进“万家灯火”计划，“直营+加盟”门店齐头并进，截至 2020 年 6 月 30 日，公司连锁门店总数 2801 家，同比增加 84 家。其中：直营门店 2430 家，同比增加 41 家；加盟门店 371 家，同比增加 43 家。门店覆盖上海、江苏、浙江、北京、天津、安徽、江西、重庆、广东等全国 25 个省（自治区、直辖市），遍布全国百余个大中城市。

同时，通过专柜、专架等方式积极拓展线下连锁渠道，公司在与家乐福、永旺、苏宁小店、罗森、唐久、中石化易捷、美宜佳、天虹、武汉中百、中百罗森、成都伊藤洋华堂、银座等渠道保持良好合作的基础上，又成功开拓了永辉、便利蜂、贵州合力、郑州丹尼斯、百大合家福等渠道。报告期内，公司与上海铁路局、东方航空、中国航空、北京铁路局、济南铁路局等建立了战略合作，借助强大的品牌优势和品质保证以及经销商的资源，与上海、江苏、浙江、安徽、山东、北京等 400 多家经销渠道商建立深度合作。

线上方面，公司持续投入资金构建涵盖第三方电商平台、“来伊份商城”（自营移动 APP）、来伊份外卖平台的全方位销售体系，同时在直播与内容电商领域发力。通过满足用户多种购物场景，为用户提供到店、到家、1 小时速递送达的多种业务模式，实现全场景覆盖，给客户便利性的同时，增加客户的粘性。2020 年上半年，公司的全渠道联动战略已见成效，线上电商实现营业收入 32,844 万元，较去年同期增长 49.16%。

“来伊份商城”（移动 APP）在原有信息技术赋能门店、全渠道会员载体、提供商城到家业务的基础上，进一步拓展了 APP 外卖、拼团等多项关联业务。2020 年上半年，已成功引进

50 家外部商家进行试点，进一步由原品牌化运作向平台化运作发展，为用户及会员提供多元的优质服务及选择，也为深化公司新零售体系奠定了良好基础。

2020 年上半年，公司充分发挥线下社区门店优势，全新探索以门店为前置仓，一店一社群、店长即团长的社区团业务，通过社交裂变实现商品精准推送。社区团业务实现销售额突破 5200 万，订单数突破 300 万单，累计使用的会员用户数超过 150 万。

来伊份 APP 外卖业务由第三方运营转自运营，品牌跟整体运营有效管控，并建立外卖全国运营的体系和流程，截止到 2020 年 6 月全国门店接入外卖布局拓展至 2300 家；同时，积极与饿了么、美团、京东到家等第三方外卖平台紧密合作，充分满足线上顾客对零食外卖的消费需求。

二、严守食品安全，打造“健康产业共同体”

公司从创立之初，就一直将食品安全视为生命线，一直以“良心工程、道德产业”为己任。作为休闲食品行业的先行者和践行者，公司一直致力于打造“产品品质---良心价值链和企业经营---良性价值链”核心价值链，不断推动休闲食品行业的专业分工与良性、健康发展。

2017 年，公司开发了质量安全溯源系统，实现了原料可追溯、流程可查证、去向可跟踪、生产现场可监控，并通过产品包装的质量安全溯源码，消费者通过手机扫描二维码，即可了解产品原料生长环境区域、质检、质量认证、全程检验、全程验证等商品信息，实现了消费者与企业的双向良性互动，极大提升了商品认知度及公司品牌效应。

截至 2020 年 6 月底，手机端二维码已有 500 余个产品可追溯，门店收银条扫描二维码可以追溯约 700 余个商品。2020 年上半年，公司入库检验产品 25417 批次，入库检验合格率为 99.4%；第三方送检产品 559 次，第三方送检合格率为 99.3%，入库检验次数、入库合格率、第三方送检合格率均保持同业较高水平。2020 年上半年，公司组织供应商专业培训 2 次，对供应商进行 66 次巡查，完成 53 次对供应商飞行检查。

在严把质量关的同时，公司创新性地将与供应商的关系打造成“健康产业共同体”，以开放的心态将单纯的“买卖关系”，转型成为“亲密的合作伙伴关系”，通过构建健康产业共同体，真正令彼此成为利益共同体，实现良性的合作共赢，带动供应商一起为食品质量安全的提升做贡献。合作供应商中，已获得第三方认证的供应商（第三方认证包括：ISO9001 质量管理体系、ISO22000 食品安全管理体系、HACCP 认证）占公司供应商总数的 87%，较 2019 年底继续保持增长。

报告期内，以“新鲜零食，赢领未来”为主题的第十四届来伊份合作伙伴高峰论坛成功

举办。公司携全球合作伙伴共同发布新鲜零食标准，并宣布将集聚员工、合作伙伴、消费者等所有共同体成员，全方位推进新鲜零食品牌战略，围绕新鲜标准，提升匠心质造水平，推动全产业链的创新升级，助推行业的幸福发展，持续致力为全球消费者提供新鲜、美味、健康、营养的未来零食。

三、发布“新鲜零食”战略，持续推动品牌升级

报告期内，作为深耕行业 20 载、拥有 2800 家线下门店的零食行业龙头，公司今年加大品牌投入，在品牌升级上开启了一场全新变革。

2020 年 5 月 18 日，公司正式开启“新鲜零食”品牌战略，官宣品牌代言人——新鲜潮酷、阳光正能量的青年演员王一博，向外界输出来伊份品牌形象，增强消费者尤其是年轻消费群体认知，实现精准营销。5 月 18 日当天线上销售额突破 1000 万，天猫旗舰店新增粉丝破 17 万，全渠道新增会员同比增长 558%，来伊份 APP 日活跃用户数同比增长 512%。当天，同时发布全新“鲜”标设计、新鲜零食礼盒和未来概念门店，加强品牌营销工作。

针对市场日益增长的健康、营养消费升级需求，来伊份以积淀 20 年的“新鲜”内核为品牌战略升级支撑点，依托多年来建立的庞大高效的生产、配送系统，用五大标准（原料优鲜、技术保鲜、包装锁鲜、产销争鲜、配送领鲜）将“新鲜零食”作为一个系统性工程进行打造，在每一个环节都在较大程度上保证新鲜。“现制的新鲜口味，中央厨房式供给”，输出消费者可感知的好产品，全面提升品牌价值。完成由内而外体系化的品牌升级，在用户心中强化“新鲜零食=来伊份”的认知，全方位地向消费者输出新的品牌形象与消费体验。

报告期内，公司获得中共上海市松江区委员会、上海市松江区人民政府颁发的“2019 年度松江区经济高质量发展企业‘高质量发展奖’”，获得中国质量检验协会授予的“全国产品和服务质量诚信示范企业”荣誉称号；公司新鲜零食礼盒、新黄浦区西藏中路三店分别被上海市餐饮烹饪行业协会、上海市商标品牌协会等单位联合评为的“世界食材·上海味道 2020 年度臻选名品”及“世界食材·上海味道 年度示范门店”。

四、以信息化赋能，继续推进智慧零售

报告期内，公司持续推进智慧零售，围绕消费者需求，融入数字化、智能化的技术，打通线上线下流量，实现精准化营销，构建线上线下渠道构成的一体化运营平台，形成以消费者需求为核心的智慧管理决策体系。公司主要目标是以中台为核心的架构和所提供的信息业务支撑能力为基础，与现有和在建信息系统进行深度整合。

2020 年上半年，公司围绕网点、会员、商品、营销、交易、库存等业务领域，打造来伊

份业务中台，持续提升创新业务的落地效率，优化全渠道库存共享；公司通过大数据平台持续完善丰富会员画像和商品标签，构建数据中台，结合人工智能技术打造智能门店和智慧供应链，全方面实现技术赋能，更好地为消费者服务；公司围绕供应商、加盟商等合作伙伴构建协同平台，实现产业链上下游协同效率的提升。

2020年上半年，公司网点管理、全员销售、移动 pos、门店助手等重点信息化项目完成上线，进一步提升信息化水平。来伊份 APP 已完成了 15 个版本的迭代，游戏中心、黑金会员等线上服务为来伊份会员提供更多元的服务。

五、拟非公开发行股票，助力主营业务发展

公司于 5 月 11 日召开第四届董事会第五次会议、于 6 月 24 日召开 2020 年第二次临时股东大会审议通过 2020 年度非公开发行股票预案相关议案，计划募集资金总额不超过 5 亿元，募集资金将用于全渠道营销网路建设和研发中心升级项目。

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门店进行数字化、智能化升级。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。

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。

公司将积极推动非公开发行项目的进展，进而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，促进公司的持续健康发展。

六、“伊”起抗疫，让爱“普照美食者”

报告期内，一场疫情席卷而来，公司第一时间成立疫情防控小组。秉持“以极致匠心服务社会，以良知责任报效祖国，做健康生活的引领者，用爱回馈社会，践行企业的社会责任与大爱，永不倦怠”的企业经营信条，在做好企业防控疫情的同时，公司第一时间筹集物资捐助一线医疗单位，陆续发往武汉、上海等地区医疗单位、医疗队及医护战士家庭。不仅快速响应，来伊份的捐赠一直在持续，陆续向数十家定点医院、医疗队捐赠食品物资、口罩。

随着消费升级步伐加快，零食行业发展步入快车道。作为一家经营自主品牌的休闲食品全渠道运营商，下半年，公司将继续精耕江浙沪皖市场，提升竞争壁垒为核心，将加盟和线上作为业务增长的重要突破点，培育大单品和新鲜零食业务，致力于构建国内领先的专业化休闲食品连锁经营平台，努力实现“建设家庭生活生态大平台、成为客户家人幸福加油站”

的企业愿景。

3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

适用 不适用

具体详见第十节、三、（四十四）重要会计政策和会计估计的变更。

3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

适用 不适用