

公司代码：603777

公司简称：来伊份

上海来伊份股份有限公司

2017 年年度报告摘要



二〇一八年三月

一 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，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上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、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 立信会计师事务所（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 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

公司的利润分配预案为：拟以公司截止 2017 年 12 月 31 日总股本 243,719,300 股为基数，向全体股东每 10 股派现金红利 4.00 元（含税），共计 97,487,200 元，公司分配的现金红利总额占 2017 年度归属于上市公司股东的净利润之比为 96.17%，剩余未分配利润转结至下一年度。同时，以资本公积金向全体股东每 10 股转增 4 股，共计转增 97,487,200 股。

本次利润分配预案尚需提交公司股东大会审议通过后方可实施。

二 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
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	张潘宏	蔚彦君
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
电话	021-51760952	021-51760952
电子信箱	corporate@laiyifen.com	corporate@laiyifen.com

2 报告期公司主要业务简介

（一）报告期内公司所从事的主要业务和产品

公司是行业领先的经营自有品牌休闲食品的全渠道运营商。公司自成立以来，一直专注于为消费者提供美味、健康的休闲食品和便捷、愉悦的一站式购物体验；公司的核心品牌“来伊份”、“亚米”及“伊仔”形象在消费者中享有较高的知名度和美誉度。

截止 2017 年 12 月 31 日，公司产品覆盖坚果、肉制品、果脯果干、糕点、时蔬类、豆制品、水产品、巧克力糖果/果冻、膨化等休闲食品九大品类、1000 多种产品，并根据时令季节的不同



及时更新与提供当季产品。近两年，公司还推出的短保期的锁鲜装、咖啡、茶饮、冰激凌、轻食类食品，动漫衍生品等商品也受到市场消费者的欢迎。同时，公司还加大了全球进口食品的引进速度，最大程度地满足了消费者对国外食品的诉求。目前，公司线上线下全渠道会员总人数超过 2100 万。

报告期内，公司主营业务没有发生变化。

（二）经营模式

企业愿景：打造员工、客户、合作伙伴信赖的智慧共赢平台，铸就百年幸福企业。

作为休闲食品连锁行业的先行者和领导者，公司始终专注于对品牌运营、线下、线上全渠道网络建设与协同发展、商品研发、产品质量管控、供应链管理等核心环节的精细化管理，致力于推动休闲食品行业的标准化建设、现代技术应用、信息化发展及产业升级。通过和上游原材料供应商、加工厂商、产品研发机构、下游物流服务商、线上第三方平台等密切合作、资源整合，共同建设休闲食品产业生态圈。

同时，作为全渠道品牌运营商，公司通过线下连锁门店、线上电商和移动 APP、特通渠道全渠道一体化大平台协同发展，极大地为消费者提供了优质、便捷的产品及服务，满足了广大消费群体随时、随地放心购买健康、美味零食的需求。

（三）公司所从事的行业情况说明

1、产业政策支持

近年来，为扶持我国休闲食品及连锁零售业的发展，国家有关部门出台了一系列产业扶持政策，把与休闲食品行业及连锁业相关的物流配送中心建设、连锁企业信息化建设等列入国债贴息项目给予重点支持，并对休闲食品零售行业持续顺应消费升级趋势，进行模式创新和技术创新给予了大力支持，其中主要政策列示如下：

1) 零售业产业政策

2016 年 12 月，商务部发布了《关于做好“十三五”时期消费促进工作的指导意见》，文件提出到 2020 年社会消费品零售总额达到 48 万亿元左右的发展目标，制订了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、改善消费供给环境的具体任务。

2016 年 11 月 11 日，国务院办公厅发布《关于推动实体零售创新转型的意见》，提出调整商业结构的区域结构、业态结构、商品结构；提出在经营机制、组织形式、服务体验上创新发展方式；在线上线下、多领域协同、内外贸一体化上促进跨界融合；在网点规划、简政放权、公平竞争、公共服务方面优化发展环境；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。

2) 休闲食品产业政策

2017 年 2 月 14 日，国务院发布《“十三五”国家食品安全规划》，文件提出要全面实施食品安全战略，着力推进监管体制机制改革创新和依法治理，着力解决群众反映强烈的突出问题，推动食品安全现代化治理体系建设，促进食品产业发展，推进健康中国建设。

国家政策也对休闲食品行业发展给予了高度支持，尤其是 2017 年中央 1 号文件（《中共中央、国务院关于深入推进农业供给侧结构性改革加快培育农业农村发展新动能的若干意见》）特别提到

休闲食品。文件指出，“加快发展现代食品产业，大力发展方便食品、休闲食品、速冻食品、马铃薯主食产品。加强新食品原料、药食同源食品开发和应用。”中央部委和地方政府也为贯彻中央一号文件制定了相应的落实政策。这些政策为休闲食品行业未来的发展指引了方向。

2017 年 1 月，国家发改委、工业和信息化部下发《关于促进食品工业健康发展的指导意见》。文件在优化产品结构方面提出：深入发掘地方特色食品和中华传统食品；开展食品健康功效评价，加快发展婴幼儿配方食品、老年食品和满足特定人群需求的功能性食品，支持发展养生保健食品，研发保健和健康食品。在加强创新方面提出：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 17 日，国务院办公厅发布《关于进一步促进农产品加工业发展的意见》，提出：创新模式和业态，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等。

2、消费升级驱动下，休闲食品市场迅速演进

1) 中产和富裕阶层不断崛起、拥有全新消费习惯的新世代群体不断释放消费潜力、线上线下全渠道迅速发展是当前推动我国消费市场发展的三大动力。根据 BCG 和阿里研究院联合发布的报告《中国消费新趋势》，2016-2021 年，以上三大动力将推动 1.8 万亿美元的消费增长。在消费升级的趋势当中，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，对消费的需求更为品质化、个性化、便捷化、细分化，购物体验、品牌效应和产品质量在消费中的重要性也越来越高。中产阶级、年轻群体青睐的消费品类和消费场景，也在激烈竞争的零售业当中迅速脱颖而出。

2) 作为快节奏生活中的享受型消费品类，休闲食品具有消费频次高、消费场景广阔、伴随程度强、产品谱系广、消费群体多样的特点，和品质化、个性化、细分化的消费升级趋势符合程度较高，我国休闲食品市场因此将保持了较快的增长。

在快速的发展中，休闲食品的内涵和外延更在不断演进，传统的休闲食品品类在口味、健康、特色等方面加快迭代，部分生鲜、正餐产品正在被整合进休闲零食的产业链当中，深入结合消费场景、挖掘消费者潜在需求的潮流爆款品类不断涌现。在快速演进的休闲食品市场当中，率先把握消费升级的整体趋势，增强对消费需求变化的敏感程度，快速进行品牌、产品、渠道、管理上的更新，已成为企业制胜的关键。

3、“新零售”浪潮中，连锁经营的智慧化水平在不断提高，呈现出智慧零售的态势

1) “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，零售业态的角色、作用正在迅速改变，体现在：

①以消费者的需求为全部经营活动的出发点，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；

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。

2) 在众多零售业态当中,伴随着新技术的应用,连锁经营模式通过实现“智慧零售”的升级,已在新零售浪潮中占据优势地位。

连锁经营的终端门店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和服务需求,在距离、购物种类、服务时间、柔性情感上更为贴近消费者,具有重复、高频线下流量的集聚能力。智慧零售运用互联网、物联网技术,对连锁经营模式进行技术赋能,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。连锁经营模式的“智慧零售”升级,更加适应“新零售”的发展趋势;对于跨渠道、跨环节进行经营的连锁经营企业,在消费环境、服务内容和技术上进行深度改造后,还可进行供应链重构、多维度融合上的创新,基于智慧零售的连锁经营网络已成为其持续发展的不竭动力。

4、全渠道经营平台大势已成,“智慧零售”形态初现

1) 公司以打造自有知名品牌“来伊份”的方式精耕细作,专注于休闲食品产业链中最核心的零售渠道、品牌培育推广、信息化管理与应用等环节,构建了国内领先的休闲食品全渠道运营平台。

在连锁经营网络方面,公司建立了立体化、全覆盖的门店体系,截至 2017 年 12 月 31 日共拥有连锁经营门店 2,460 家,覆盖了全国 17 个省/直辖市,遍布全国百余个大中城市,特别在华东地区形成了强大的规模优势和市场区位优势,从核心商圈到社区门店实现了多层次覆盖。

在线上渠道方面,公司构建了涵盖“来伊份商城”(移动 APP)、第三方电商平台、微商的全方位体系,移动 APP 下载量持续增长,第三方电商平台销售量位居前列。公司的线上、线下渠道已形成商品、营销、供应链全方位协同的一体化大平台。

2) 为了持续保持、提升公司的核心竞争力,公司不断进行销售渠道的改造提升。

在连锁经营网络上,公司持续对终端门店体系进行更新和升级,通过淘汰、新建和翻新升级,保持和提升“购物+场景”的消费体验。公司一般每三年进行一次门店形象的升级,终端门店的主流外观内饰风格已经从公司创立时的第一代发展到第八代。为了更好地服务消费者,深入挖掘其消费需求,公司 2017 年还在上海、重庆等地推出了全方位满足消费者生活中休闲食品需求的“智慧零售”终端门店“来伊份生活馆”,以全新的门店形象、产品和服务品类和品牌形象获得了良好的市场反响。



富于时尚气息的整体门店形象



满足鲜食消费需求



结合消费场景推出潮流单品



一站式满足休闲食品需求

3) 以长年精耕细作休闲食品全渠道为基础, 公司将消费者体验放到了公司发展的核心, 制定了“以客为本”、“智慧零售”的指导思想, 以满足与推动消费升级。

“以客为本”是指公司紧紧服务消费者, 创造消费需求, 为消费者提供更健康、高品质的食品, 创造轻松、快乐、尊享的时尚生活空间, 让消费者感受到“有温度”的消费体验。

“智慧零售”是指公司将充分利用坚实的信息化基础平台, 形成“智慧门店”构成的连锁经营网络和线上渠道构成的一体化运营平台, 构建以消费者需求为核心的智慧管理决策体系, 实现供应链的数字化和可视化。公司的目标是, 在 3-5 年内, 形成全渠道、立体化、差异化的“智慧零售”网络—“万家灯火”计划, 将公司打造为承载消费者各类生活场景需求的智慧商业生态圈。

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

	2017年	2016年	本年比上年 增减(%)	2015年
总资产	3,001,430,245.43	2,769,094,287.66	8.39	1,877,706,344.22
营业收入	3,636,346,287.47	3,236,497,511.84	12.35	3,127,146,540.55
归属于上市公司股东的净利润	101,369,902.30	134,114,737.80	-24.42	131,588,503.42



归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	85,717,824.65	120,447,383.83	-28.83	121,832,503.42
归属于上市公司股东的净资产	1,906,616,956.15	1,874,631,558.52	1.71	1,078,579,462.16
经营活动产生的现金流量净额	153,279,160.39	323,768,449.28	-52.66	190,018,964.39
基本每股收益(元/股)	0.42	0.69	-39.13	0.73
稀释每股收益(元/股)	0.42	0.69	-39.13	0.73
加权平均净资产收益率(%)	5.38	11.71	减少6.33个百分点	12.99

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	1,065,698,827.36	726,781,909.04	777,434,583.04	1,066,430,968.03
归属于上市公司股东的净利润	74,660,917.88	11,946,004.60	13,553,712.82	1,209,267.00
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	70,567,203.28	6,037,153.99	15,479,442.17	-6,365,974.79
经营活动产生的现金流量净额	92,333,482.51	-59,026,853.51	86,446,166.12	33,526,365.27

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

☐适用 ☒不适用

4 股本及股东情况

4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

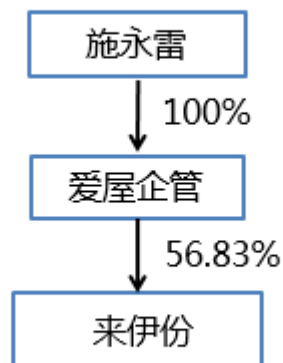
截止报告期末普通股股东总数（户）					34,627		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					32,518		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告 期内 增减	期末持股数 量	比例 （%）	持有有限售 条件的股份 数量	质押或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	



上海爱屋企业管理有 限公司		138,510,000	56.83	138,510,000	质押	42,103,600	境内非国 有法人
郁瑞芬		7,695,000	3.16	7,695,000	无	0	境内自然 人
施辉		7,695,000	3.16	7,695,000	无	0	境内自然 人
上海海锐德投资咨询 有限公司		6,111,000	2.51	6,111,000	无	0	境内非国 有法人
常春藤（上海）股权 投资中心（有限合伙）		4,500,000	1.85	4,500,000	无	0	境内非国 有法人
德同国联（无锡）投资 中心（有限合伙）		2,388,000	0.98	2,388,000	无	0	境内非国 有法人
南通临港城建投资有 限公司		2,280,400	0.94	2,280,400	无	0	境内非国 有法人
深圳市融元创业投资 有限责任公司		2,272,700	0.93	2,272,700	无	0	境内非国 有法人
中信证券股份有限公 司		2,040,500	0.84	0	无	0	境内非国 有法人
上海德域投资咨询有 限公司		1,989,000	0.82	1,989,000	无	0	境内非国 有法人
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，其余 5 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							

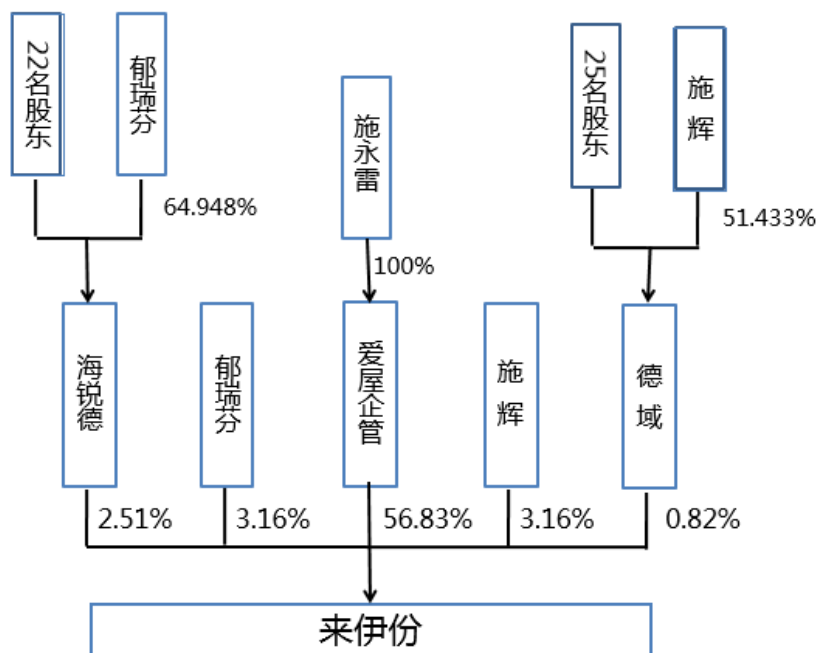
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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

三 经营情况讨论与分析

2017 年，公司围绕“新平台、新起点、新思维、新速度”指导思想，继续以消费者需求为导



向，以股东、员工、合作伙伴、社会共赢为目标，各项经营工作有序进行，随着公司品牌价值的不断提升，全渠道营销网络不断优化，公司整体经营情况继续保持稳定增长态势。

为确保公司可持续发展，报告期内，公司加大了人力资本的投入，实施了限限制性股票激励计划，向董事、高管以及核心管理人员及业务骨干人员共计 277 人，授予了 2371.93 万股限制性股票，占公司股本总额的比例 1.55%；在加大线下渠道拓展布局投入的同时，积极增加对线上第三方电商和来伊份 APP 的投入；并且继续增加品牌传播和信息化建设的投入。

报告期内，公司实现营业收入 3,636,346,287.47 元，较上年同期增长 12.35%，实现归属于上市公司股东的净利润为 101,369,902.30 元，较去年下降了 24.42%；截止 2017 年 12 月 31 日，公司总资产为 3,001,430,245.43 元，较年初增长 8.39%，公司净资产为 1,906,616,956.15 元，较年初增长 1.71%。公司净利润较去年有所下降，主要系公司为确保可持续发展，做强做大规模，因大力拓展第三方电商和来伊份 APP 的业务，毛利率有所下降，并相应增加电商投入；为加快线下门店拓展布局速度和力度，加大了相应投入；同时，加大人力资本的投入，实施了限限制性股票激励计划，增加了股份支付、品牌宣传、社会公益事业捐赠等费用支出所致。

1 报告期内主要经营情况

（一）全渠道一体化协同发展迅速

1、加速线下渠道拓展布局，规模扩张带动线下业绩持续增长

2017 年，公司开始推出“万家灯火”计划，加速线下渠道拓展布局，积极在拥有巨大潜力市场的区域及合适的商业地段拓展优质门店，并加大加盟业务发展，未来目标加盟店数量占比将达到 30-40%。

报告期内，直营零售收入为 296,068 万元，较 2016 年度同比增长 8%，加盟商批发收入为 13,573 万元，较 2016 年度同比增长 18%。

截止 2017 年 12 月 31 日，公司先后在上海、江苏、浙江、北京、安徽等 17 个省、自治区、直辖市地区开设连锁门店 2460 家，其中直营门店 2252 家，特许经营加盟门店 208 家，门店数较 2016 年底净增加 200 家。

在销售渠道开拓方面，来伊份继续加强特通渠道建设，成功进入高铁、机场、便利店、商超等渠道，实现线下多种渠道全触达的布局。报告期内，公司团购及经销商收入为 10,614 万元，较 2016 年度同比增长 47%。

为了更好地服务消费者，深入挖掘其消费需求，2017 年下半年，公司在上海人民广场商圈、南京金鹰等核心商业区推出了全方位满足消费者休闲食品需求的“来伊份生活馆”，为年轻白领、在校学生、游戏玩家等目标群体提供健康休闲时尚的生活方式，赋予“来伊份”更加年轻、时尚、活力的品牌形象。同时，来伊份首次进入华南地区深圳主商圈及西南地区重庆主商圈，进一步提升来伊份品牌在长三角之外的影响力，为未来全国市场布局打下了基础。

2、线上电商平台发展迅速

2017 年，公司继续加大对线上业务的投入，线上业绩延续 2016 年度快速增长势头。报告期内，电子商务平台收入为 37,242 万元，较 2016 年度同比增长 55%。

截止 2017 年 12 月 31 日，公司自营移动 APP 商城下载量超过 400 万，APP 商城全年业绩同比增长近 60%，11 月份 APP 单月销售突破 2000 万，创出历史新高，线上渠道的快速发展进一步完善

了来伊份生态系统。

随着全渠道模式的发展以及线上线下的不断融合,公司将进一步提高其在休闲食品领域的竞争力。

（二）产品年轻化、健康化，产品品质不断提升

1、产品日益丰富

以引领、满足消费需求为导向,公司产品坚持“年轻化、系列化、IP 化”发展。基于对消费者需求的精准把握能力和产品创新能力,公司产品创新能力继续加强,产品创新速度不断加快。2017 年公司累计开发、上市新品近 100 种,并打造出了“来伊份 1 号金芒”、“4 号猪肉脯”、“来伊份高山小核桃”等爆款单品,同时推出了锁鲜装、咖啡、茶饮、冰激凌、轻食、米油刚需、动漫衍生品等更加年轻态的产品,为消费者提供了更多元的选择。

2、产品质量控制体系持续完善

产品品质是公司的生命线,美味、健康的产品是我们的不懈追求。2017 年度,为了实现信息的透明化,来伊份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、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。目前,公司已有小核桃系列、鸭制品系列等 50 款商品可进行质量安全溯源。

公司检测中心通过了权威的 CNAS 认证,意味着检测中心达到了国家及国际认可的管理水平和检测能力,检测结果能得到全球 60 多个国家和地区的认可。通过认证,实验室检测人员的技术能力得到了提升,实验室的管理水平又上了一个新台阶。

报告期内,公司对 Top 商品在人工增味剂、人工甜味剂等方面进行配料健康化升级,已完成的配料健康化商品有 12 款。

公司始终保持对质量的严格、严谨把控。报告期内,公司入库检验产品 53,211 批次,入库检验合格率为 99.06%,;此外,第三方送检产品 1,896 次,第三方送检合格率为 98.18%,入库检验次数、入库合格率、第三方送检合格率均保持同业最高水平。

在加强对供应商日常管理的同时,积极推动供应商产品质量管理能力及水平的提升。报告期内,公司组织供应商专业培训 7 次,对供应商进行 365 次巡查,完成 250 次对供应商飞行检查。目前,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 83.70%,较 2016 年底继续保持增长。

（三）供应链管理运营效率稳步提升

报告期内,公司通过自主开发与外部委托相结合的方式,持续加强了信息系统的应用建设,利用移动终端开发技术、视频流技术,虚拟机技术,对公司的营运管理系统、供应链管理系统、移动办公、店铺管理、门店音视频监控管理平台以及企业管理协同平台等方面进行系统完善、迭代升级,沉淀了大量有价值数据,为线下、线上全渠道一体化有效协同发展、供应链全渠道的资源整合,实现全渠道供应链互通互联、消费场景互相补充,提供了坚实的信息系统支持与保障。

（四）信息化建设助推全渠道业务发展



报告期内，通过自主开发与外部委托相结合的方式，持续加强了信息系统的应用建设，利用手机移动开发技术、视频流技术，虚拟机技术，对公司的营运管理系统、供应链管理系统、移动办公、店铺管理移动办公、门店音视频监控管理平台以及企业管理协同平台等方面进行系统完善、迭代升级，沉淀了大量有价值数据，为线下、线上全渠道一体化有效协同发展、供应链全渠道的资源整合，实现全渠道供应链互通互联、消费场景互相补充，提供了坚实的信息系统支持与保障。

（五）品牌形象全面提升，打造“伊仔”IP

以消费需求为导向，以休闲、快乐为核心，2017 年公司全面推进“来伊份”品牌升级。通过持续不断的第八代门店形象升级、生活馆成功开店、移动 APP 系统迭代升级、商品包装升级、对“伊仔”卡通形象视觉升级，赋予“来伊份”更加年轻、时尚、活力的品牌形象，从产品、服务、体验、文化多维度丰富“来伊份”品牌内涵，传播、践行“全球好品质 健康好生活”品牌内核。报告期内，“伊仔”系列动漫将完成制作，未来公司将围绕品牌 IP 化的发展思路，不断提升“来伊份”品牌价值。来伊份给消费者的不再仅是美味的产品，更是有爱、有温度的休闲生活方式，消费者首选的休闲食品领导品牌。

（六）品牌营销方式不断创新

报告期内，公司双十一、双十二取得了喜人业绩，双十一前“王者开黑夜”AG 超玩会等活动借力直播平台取得了良好品牌宣传效果，“最红高校生”助力来伊份校园市场开拓，让来伊份更贴近了年轻客群。来伊份会员中，85 后比例已经超过 50%，85、90、95 后已经成为客群的主力军，他们对品质、新奇的追求，是我们不断努力的方向。

2 导致暂停上市的原因

☐适用 ☒不适用

3 面临终止上市的情况和原因

☐适用 ☒不适用

4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

☒适用 ☐不适用

公司于2017年8月28日召开第三届董事会第九次会议和2018年3月22日召开的第三届董事会第十四次会议，审议通过了《公司会计政策变更的议案》。具体如下：

执行《企业会计准则第42号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》、《企业会计准则第16号——政府补助》和《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》。

财政部于2017年度发布了《企业会计准则第42号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，自2017年5月28日起施行，对于施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，要求采用未来适用法处理。

财政部于2017年度修订了《企业会计准则第16号——政府补助》，修订后的准则自2017年6月12日起施行，对于2017年1月1日存在的政府补助，要求采用未来适用法处理；对于2017年1月1日至施行日新增的政府补助，也要求按照修订后的准则进行调整。



财政部于2017年度发布了《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》，对一般企业财务报表格式进行了修订，适用于2017年度及以后期间的财务报表。

本公司执行上述三项规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目名称和金额
(1) 在利润表中分别列示“持续经营净利润”和“终止经营净利润”。比较数据相应调整。	董事会审批	列示持续经营净利润本年金额 101,369,902.30 元；列示终止经营净利润本年金额 0 元。
(2) 部分与资产相关的政府补助，冲减了相关资产账面价值。比较数据不调整。	董事会审批	无
(3) 部分与收益相关的政府补助，冲减了相关成本费用。比较数据不调整。	董事会审批	无
(4) 与本公司日常活动相关的政府补助，计入其他收益，不再计入营业外收入。比较数据不调整。	董事会审批	本年计入其他收益 6,858,887.55 元。
(5) 在利润表中新增“资产处置收益”项目，将部分原列示为“营业外收入”的资产处置损益重分类至“资产处置收益”项目。比较数据相应调整。	董事会审批	无

5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

☐适用 ☒不适用

6 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

☒适用 ☐不适用

截至 2017 年 12 月 31 日止，本公司合并财务报表范围内子公司如下：

子公司名称
上海来伊份食品连锁经营有限公司
江苏来伊份食品有限公司
镇江来伊份食品有限公司（注 1）
苏州来伊份食品有限公司（注 1）
无锡来伊份食品有限公司（注 1）
常州来伊份食品有限公司（注 1）
浙江来伊份食品有限公司
宁波来伊份食品有限公司（注 2）
上海来伊点企业服务有限公司
山东来伊份食品有限公司
北京美悠堂食品有限公司
安徽来伊份食品有限公司
苏州来伊份物流有限公司



上海来伊份电子商务有限公司
上海好稀奇科技有限公司 (原上海好稀奇连锁有限公司, 2018 年 3 月更名为上海来伊份科技有限公司)
南通来伊份食品有限公司
香港亚米国际贸易有限公司
上海来伊份贸易有限公司
重庆来伊份食品有限公司 (注 3)
深圳来伊份食品有限公司 (注 3)
伊奇乐文化传媒 (浙江) 有限公司 (注 3)
天津来伊份食品有限公司 (注 3)
上海来伊份供应链管理有限公司 (注 3)

本期合并财务报表范围及其变化情况详见本附注“六、合并范围的变更”和“七、在其他主体中的权益”。

注 1: 镇江来伊份食品有限公司、苏州来伊份食品有限公司、无锡来伊份食品有限公司、常州来伊份食品有限公司均为江苏来伊份食品有限公司全资子公司。

注 2: 公司本年因业务调整清算注销了宁波来伊份食品有限公司。

注 3、公司本年因地区新设门店需要新设重庆来伊份食品有限公司、深圳来伊份食品有限公司、天津来伊份食品有限公司; 因业务发展需要伊奇乐文化传媒 (浙江) 有限公司、上海来伊份供应链管理有限公司。