

公司代码：603777

公司简称：来伊份

上海来伊份股份有限公司
2018 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。2018 年半年度
- 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 2018 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	张潘宏	郁皓然
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	2,594,741,209.98	3,001,430,245.43	-13.55
归属于上市公司股东的净资产	1,859,255,779.95	1,906,616,956.15	-2.48
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
经营活动产生的现	-37,547,358.18	33,306,629.00	-212.73



金流量净额			
营业收入	1,992,758,097.46	1,792,480,736.40	11.17
归属于上市公司股东的净利润	37,013,699.42	86,606,922.48	-57.26
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	441,417.63	76,604,357.27	-99.42
加权平均净资产收益率(%)	1.96	4.52	减少2.56个百分点
基本每股收益(元/股)	0.11	0.36	-69.44
稀释每股收益(元/股)	0.11	0.36	-69.44

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）				42, 546		
截止报告期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	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	57. 24	195, 314, 000	193, 914, 000	质押	58, 945, 040
郁瑞芬	境内自然人	3. 16	10, 773, 000	10, 773, 000	无	
施辉	境内自然人	3. 16	10, 773, 000	10, 773, 000	无	
玛纳斯县海锐德投资咨询有限合伙企业	境内非国有法人	2. 51	8, 555, 400	8, 555, 400	无	
常春藤（上海）股权投资中心（有限合伙）	境内非国有法人	1. 85	6, 300, 000		无	
德国国联(无锡)投资中心(有限合伙)	境内非国有法人	0. 98	3, 343, 200		无	
玛纳斯县德域投资咨询有限合伙企业	境内非国有法人	0. 82	2, 784, 600	2, 784, 600	无	
上海海德立业投资有限公	境内非	0. 75	2, 550, 580		无	



司	国有法人					
杭州德同创业投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	0.65	2,234,400		无	
广州德同凯得创业投资有限合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	0.62	2,124,300		无	
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，无锡德同、杭州德同、广州德同 3 名股东存在关联关系，其余 2 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。前十名无限售条件股东中，无锡德同、杭州德同、广州德同 3 名股东存在关联关系，其余 7 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	不适用					

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

报告期内，公司在“以客为本，智慧零售”的指导思想下，继续贯彻“抓住消费升级、智慧零售的战略发展机遇，在保持合理的利润水平的同时，做大市场规模，提升市场占有率”的发展方针。一方面，精耕细作现有终端连锁网络渠道，提升盈利能力，持续推进“万家灯火”计划，加大对线下新市场的拓展与培育力度，提升终端网点市场占有率，提升加盟渠道、特通渠道业绩增长；另一方面，继续扩大线上电商业务（第三方电商平台和自营移动 APP）的规模，培育智能



自助售货业务新的增长点。

截至 2018 年 6 月 30 日，公司连锁门店总数 2,628 家，同比增加 369 家，以来伊份专柜、专架方式，新增加近 17,000 个销售网点，APP 装机量近 600 万，全渠道会员数超过 2,300 万，线上线下全渠道格局已经形成。

报告期内，公司累计实现营业收入 199,275.81 万元，比 2017 年同期 179,248.07 万元增长 11.17%，其中：线下直营门店实现营业收入 159,467.42 万元，比 2017 年同期 151,732.11 万元增长 5.1%，加盟实现营业收入 8,437.33 万元，比 2017 年同期 5,838.26 万元增长 44.52%，特渠实现营业收入 9,906.10 万元，比 2017 年同期 6,003.64 万元增长 65%，线上电商实现营业收入 18,468.35 万元，比 2017 年同期 13,770.36 万元增长 34.12%；归属于上市公司股东的净利润 3,701.37 万元，比 2017 年同期有所下降，利润下降主要系公司发展策略调整所致：1）报告期内，公司业务结构比重发生较大变化，影响综合毛利率下降。直营门店收入占主营营业收入的比重同比下降 4.31%，电商收入占主营营业收入的比重同比上升 1.64%；为大力拓展线上电商和来伊份 APP 的业务，加大电商活动力度投入力度，电商毛利率同比下降 8%，进而影响综合毛利率水平；2）报告期内，销售费用同比增长 12.54%，主要系线下规模扩张，门店数量及促销活动增加所致，与公司收入增长基本一致；3）管理费用同比增长 45.06%，主要系公司为业务发展加大人员储备，为员工物质提升增加了员工的收入。另，股权激励费用净增加了 1,100 多万元。

公司将持续管理好有形成本、控制好无形成本，提升好有形价值，挖掘好无形价值，不断提升产品认知、消费体验、品牌认同等在消费者心目中的无形价值。

报告期内，公司获得了中国食品工业协会坚果炒货专业委员会认定的“2017 年度全国坚果炒货行业综合经济（品牌）20 强会员企业称号”、中国连锁经营协会认定的“2018 中国零售技术创新奖”、第一财经颁发“第七届中国食品健康七星奖——健康引领奖”。

公司已取得 9 项专利，其中发明 2 项，实用新型 4 项，外观设计 3 项。

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：

1、全渠道格局已经形成

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，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，推动了坪效、品效、人效的提升，凸显了“来伊份”的连锁品牌效应。

线下连锁门店，公司在 2018 年上半年围绕年前提出的“万家灯火”计划，加速线下渠道拓展布局，并加大加盟业务发展。截至 2018 年 6 月 30 日，公司门店总数 2,628 家，其中，直营门店 2,352 家，加盟门店 276 家，门店总数净增加 369 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 19 个省、自治区、直辖市，遍布全国百余个大中城市，随着“直营店+加盟店”的方式齐头并进，来伊份正在向全国区域版图扩张迈进。

特通渠道作为连锁门店终端的补充，满足了经销商、大客户团购及 KA 市场的需求，通过与华润万家、麦德龙、永旺等商超、大卖场，罗森、唐久、中石化易捷、美宜佳、武汉 TODAY、渝沁园等便利店，以及京东新通路、苏宁小店等合作，以来伊份专柜、专架方式，新增加近 17,000 个销售网点。

线上方面，公司在 2018 年上半年继续推进“来伊份 APP+第三方电商平台”的发展策略，不断巩固市场规模、提高市场占有率，截至 2018 年 6 月 30 日，线上电商实现营业收入 18,468.35 万元，比 2017 年同期 13,770.36 万元增长 34.12%；来伊份 APP 商城用户总数近 600 万，业绩同比增长近 40%。

来伊份 APP 平台：作为移动端销售平台，来伊份 APP 已具备休闲食品、生鲜等商品销售、支付、会员、娱乐互动、外卖等功能，形成以用户为核心、数据为资产、体验为导向的智慧平台，实现了线上线下有效融合，在为门店赋能的同时，进一步增强了会员粘性、忠诚度、活跃度。

随着智能自助售货机、分体式收银机等设备在上海亚龙国际广场的来伊份生活馆以及九亭、西藏中路的部分门店的应用，在为来伊份智慧门店赋能的同时，也为打造了全新的“即拿即走”

的消费体验模式。

2、品牌影响力持续提升

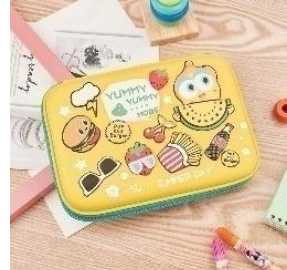
公司以消费者体验为中心，通过持续的、个性化的品牌营销策略，赋予“来伊份”更加年轻、时尚、活力的品牌形象，助推公司产业布局，引领行业发展。

报告期内，来伊份作为大型零售采购商联盟成员，将参加由我国商务部和上海市人民政府共同在上海主办的首届中国国际进口博览会（11月5日-10日）。

报告期内，通过签约新晋当红明星胡一天为公司品牌形象代言人，进一步拉近了品牌与 90 后、00 后年轻消费群体的距离；618 期间，公司借势世界杯热点，创意球衣袋等一系列活动，将跨界营销、场景营销、内容营销与娱乐营销相结合，激发消费者情感共鸣，进一步刺激消费增长；携手 S 级影视剧《甜蜜暴击》，通过原生化、场景化、生活化的影视植入，开启超高话题性、接受度高的娱乐化营销新思路。上半年，来伊份全网总曝光量超过 3 亿人次。

近年来，全新打造的旗下“亚米”品牌专注进口休闲食品，其产品直采来自亚洲、大洋洲、欧洲、美洲四大洲，澳大利亚、比利时、韩国等多个国家和地区的优质食材，为消费者提供纯正的世界特色休闲食品。来伊份携旗下“亚米（YOUNGME）”品牌将亮相首届中国国际进口博览会，将全方位展示来伊份在进口休闲食品领域的布局与创新举措。

公司打造“伊仔”品牌 IP，布局 IP 产业生态圈。“伊仔”在外观设计方面具有很高的品牌辨识度，给消费者留下积极、健康、快乐的直观印象，迅速获得了消费者青睐。公司通过平面、动画、绘本、三维动画、衍生品等全方位、立体化升级“伊仔”卡通视觉形象，不断丰富品牌内涵，并通过广告投放、社交内容传播、产品包装等方式与消费者进行高频次互动，拉近和消费者之间的距离，加深了消费者对“伊仔”品牌的立体印象。公司精心打造的 52 集动画片《超级伊仔》已完成制作，首播将于 9 月 2 日在“优漫卡通”频道黄金档周一到周日 17:10-17:40 两集连播，通过对“伊仔”系列形象的传播，赋予“来伊份”更加年轻、时尚、活力的品牌形象，扩大品牌知名度，增进公司市场影响力及美誉度。

平面 形象		周边产品	
三维 动画 形象		周边产品	
动画		周边产品	

3、依托大单品引领全渠道商品布局

公司以引领、满足消费者不断提升的需求为导向，产品坚持“品牌化、健康化、生活化”发展，公司产品开发能力持续加强，产品创新速度不断加快，3-5 年之内实现 5-10 亿级大单品。针对线下连锁门店、特通渠道，线上电商和自营 APP 不同渠道特点和人群，开发适合不同渠道、不同包装设计及包装规格的商品，建立了全渠道的商品体系。报告期内，公司上新了 65 款商品，强化品牌“全球直采，精选美味”定位诉求，掌握了便携商品成长商机和消费升级趋势，为消费者提供了更多元的选择。此外，公司还陆续推出了电商、专柜、专架等渠道定制化商品，以及研发推进智能自助售货机售卖商品。目前，公司产品覆盖坚果炒货、肉制品、豆制品、果干果蔬、糖巧果冻、糕点、进口食品等众多品类，近 1,400 个产品，天天坚果、小核桃仁、鸭肫、4 号猪肉脯、1 号金芒等已成为不同品类的大单品代表。清明节的青团、端午节的粽子、中秋节的月饼、春节礼盒等不同的特色商品满足了消费者在各时令季节的消费需求。此外，公司推出了短保质期的锁鲜装、生鲜、水果、咖啡、茶饮、冰淇淋、轻食类食品，动漫衍生品等商品。

4、持续有效的质量管控

产品品质是公司发展的根本，给消费者提供健康、美味的产品是我们永恒的追求。夯实质量管理基础，运用互联网技术提升管理水平，打造休闲食品健康产业共同体，引领行业的品质升级。

2018 年 1-6 月收到 78 家门店 344 个商品国家监督抽检报备，抽检合格率 100%。

报告期内，主要开展了如下工作：

1) 公司积极参与国家行业标准制订&修订

①参与国家强制性标准修订的意见反馈，如食品安全国家标准意见反馈、GB7718、GB28050、GB2760、GB19883 等、《休闲食品术语》等；

②积极参与国家推荐性标准的修订，如 GB/T 23586-2009 酱卤肉制品、GB/T 10782 蜜饯通则、GB/T 20977 糕点通则、GB/T 23969 肉干、GB/T22106 非发酵豆制品、蛋干（标准号未定）、国家推荐性标准的意见反馈等。

2) 建立完善公司质量管控体系制度

按全渠道商品管理要求，完善、修订了《质量管理制度》、《供应商管理制度》、《全渠道商品管理表》、《试吃管理制度》，制定了《商品合规审核制度》，补充、完善了线下渠道、线上渠道常温商品《商品管理表》、《电商的商品管理表》，低温冷藏商品、现制现售商品、冷冻商品分别制定了《冷风柜商品管理要求》、《现制现售商品及卫生操作要求》、《APP 商城特殊商品的管理要求》，对供应商及其产品质量进行多角度、全方位的管控，成为整个供应链产品品质的把关者，保证了公司产品“领鲜到底”。

3) 严格产品监控

严格产品监控，增加产品入库检测项目、实验室检测覆盖率、送检频率和项目。2018 年 1-6 月，国家监督部门对公司 78 家门店，344 个批次产品进行抽检，抽检合格率为 100%，较去年同期 191 个批次产品抽检，抽检批次增加 80%。

4) 加强供应商管理

以《商品供应商质量管理制度》为准则，对全渠道供应商依据供应商品的特点分类进行精细化管理，如区分国内 OEM 供应商、进口 OEM 供应商、O2O 生鲜农产供应商、代卖商品供应商（线下线上）、冷链商品供应商、包含锁鲜装，冷鲜糕点等供应商、现场制作原料供应商等进行分类管理。报告期内对供应商巡检 184 次，严格优胜劣汰，报告期内淘汰了 10 家供应商。

5) 全面推进食品质量安全溯源系统的运行

来伊份一直致力于打造透明供应链，确保产品品质更安全，让消费者食用更安心，目前已完成自建食品质量安全溯源系统，从食品原料采购管理、生产加工过程、仓储运输、产品质量检验到终端销售，实现全程质量安全溯源，消费者通过扫描来伊份产品质量溯源二维码即可查询该批

次产品的加工厂相关合法合规资质信息，产品原料信息，包括原料源头、原料批次、原料质量检验的相关信息等和产品加工信息，包括各个质量控制点的检测信息，出厂检验报告，第三方 CNAS 认证实验室的检测报告，并且可以通过远程视频查询产品加工工厂的实时动态现场视频，实现真正向消费者公开透明的食品安全供应链，同时为公司确保产品的质量安全符合预期目标提供有力保障。

来伊份食品质量安全溯源系统是上海市重点产品追溯项目的示范点之一。

报告期内已实现，PC 端溯源可追溯产品 325 个，可追溯批次 10342 批；溯源系统二维码包装上线产品 103 个，TOP120 商品 54 个。

6) 商品品质行业领先

公司持续跟踪 Top200 核心商品的品质，并建立较完备的产品盲测评估体系。近年来的持续评测结果显示，我司商品试吃口味优势较明显，第一占比持续维持在 82% 以上，在坚果原料颗粒及新鲜度、香辣肉制品、豆制品调味方面优势明显。

5、智慧供应链助力运营效率稳步提升

公司通过智慧零售体系的建设，积极优化升级原有的供应链组织及运行模式，构建了智慧供应链管理系统，满足了线上线下全渠道一体化销售模式的需求。从商品溯源、商品角色、包装、规格、价格、标准、供应链体系追溯等多维度，建立了全渠道商品管控机制、库存管控机制、原料管控机制、整合机制、供应商联盟协同机制，并建立了来伊份休闲食品健康产业共同体。

智慧供应链体系，打通了全渠道库存共享、预测补货，形成了全渠道商品闭环的运作链。通过对供应计划、物流管理等整个供应链流程的不断优化，不仅满足了全渠道的经营需求、保证商品的新鲜度，同时又降低供应链的运营成本，提高了经营效率，形成了公司供应链管理的领先优势。

6、信息化建设助推智慧零售发展

在公司现有的先进信息管理系统的基础上，把握智慧零售的发展趋势，对人、场、货全面进行数字化、智能化、系统化的升级，构建支撑智慧零售发展的基于数字化、智能化、安全化的信息管理平台，有效促进了全渠道商品、营销以及供应链管理业务的融合，通过优化各流程功能，提升系统速度，加强数据准确度，增强系统灵活性与安全性，适应公司业务需求，保障了企业精细化管理、科学决策，实现了全渠道互通互联、消费场景与方式互相补充，有效的改善了公司的运营效率和运营质量。

报告期内，致力于整条业务流程体系上的优化，系统建设上，多套系统不断优化，在原有 ERP 系统功能的基础上优化各流程功能，提升系统速度，加强数据准确度，增强系统灵活性，适应公司业务灵活需求；

在销售终端建设方面，原有电子秤全面升级为分体式收银机，门店的多媒体数字屏全面实现多媒体数字化改造等业务实施，支撑智慧零售业务需求，为更复杂的应用场景，提供更好更高效的体验；同时，积极与新零售领域领先企业开展合作，目前已完成与盒马鲜生、全家的系统对接；并尝试融入阿里与京东的新零售生态，寻找更广阔的营运空间；试水当下热门的微信小程序，建立更多的会员互动触点。

在会员管理和消费体验方面，完成了 CRM 会员精准营销项目，将会员营销体系精准化，营销效果追踪的数据分析体系的建立，提升了营销闭环的效率；尝试使用人脸识别的新技术提升消费者体验，增强购物的趣味性，更加准确的定位消费者的喜好，促进业绩的提升。

在智慧供应链管理方面，已完成 WMS、TMS 系统的实施，配合来伊份自建智能仓库，使得整个链条的智能化运营更数字化、智能化、柔性化。

7、加强人才建设，打造精英团队

为确保公司可持续发展，2017 年度，实施了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 2,371.93 万股限制性股票，占公司股本总额的比例



1.55%；符合公司限制性股票计划第一个解锁期解锁条件的激励对象为 249 名，授予的股票数量合计为 4,756,360 股，本次合计解锁的股份总数为 1,426,908 股，占公司总股本的 0.4182%。根据相关规定，公司限制性股票激励计划限制性股票第一个解锁期解锁的股票于 2018 年 8 月 10 日上市流通。

报告期内，公司通过精细化的人才培养计划，建立了来伊份大学，推动了公司文化体系的建设，以传统文化与现代经营相结合，不断挖掘精英团队的文化认知、道德认知、经营认知，驱动企业人力资本的内生动力。

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

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