

2025

# 环境、社会及治理报告



## 目录

董事长致辞 .....	3
1 公司介绍 .....	4
1.1 走进来伊份 .....	4
1.2 可持续发展战略 .....	5
2 鲜启品质 健康创研 绿色焕新 .....	11
2.1 来伊份品质管理 .....	11
2.2 新鲜零食来伊份 .....	14
2.3 健康零食引领者 .....	17
2.4 绿色包装新食尚 .....	21
3 合作共生 韧性同行 .....	23
3.1 供应商准入 .....	23
3.2 供应商评估 .....	25
4 数智提效 链接全域 .....	29
4.1 四大中台夯实数智底座 .....	29
4.2 门店运营数字化提效 .....	31
5 上海来伊份公益基金会 .....	32
5.1 童食健康：守护健康未来 .....	33
5.2 幸福加油站：人人公益大平台 .....	35
5.3 乡村振兴：践行授人以渔 .....	39
5.4 专项基金 .....	41

## 董事长致辞

2025 年，消费市场仍处在持续调整和深度分化之中。外部环境带来的压力，考验着企业对趋势的判断，也考验着企业对自身道路的坚持。面对波动与变化，来伊份始终保持清醒：越是在周期起伏之中，越要回到经营的本质，回到消费者最真实、最稳定的需求上来。

我们始终相信，食品行业是一个需要长期主义的行业。价格竞争或许会在短期内影响市场节奏，但从更长远看，消费者对安全、品质、健康和信任的追求不会改变。品质消费不是短期概念，而是伴随生活方式升级不断深化的长期趋势。正因为如此，来伊份始终把食品安全视为底线，把产品品质视为立身之本，坚持“新鲜零食来伊份，健康零食引领者”的方向不动摇。

过去一年，来伊份持续夯实供应链基础，提升协同效率，强化与合作伙伴之间的互信、共建与共赢，努力打造更加稳定、高效、灵活的供应平台。我们深知，今天的竞争不只是单一产品的竞争，更是供应链韧性、组织效率和综合服务能力的竞争。只有把基础打牢，把合作做深，把能力建强，企业才能在复杂环境中稳住发展节奏。

来伊份也在持续推动自身向服务型企业转型。我们希望提供给消费者的，不只是商品本身，更是围绕品质生活所形成的更好体验、更高效率和更有温度的服务。为此，我们坚持以用户为中心，围绕消费需求变化不断优化产品、场景和服务；坚持以合作伙伴为依托，进一步推动资源协同、能力共建和生态共赢，让企业发展建立在更加开放、更可持续的合作关系之上。

在可持续发展方面，来伊份始终把责任理念贯穿于经营全过程。我们持续强化食品安全与质量管理，推进健康零食创新，探索绿色包装升级，深化责任供应链建设，并通过公益行动不断传递企业温度。可持续发展是企业在长期发展过程中必须持续夯实的内生能力，是企业赢得消费者信任、赢得合作伙伴支持、赢得未来空间的基础。

## 1 公司介绍

### 1.1 走进来伊份

上海来伊份股份有限公司（以下简称“来伊份”“公司”或“我们”）创立于 1999 年，总部位于上海，是国内较早深耕休闲食品连锁经营的品牌企业，也是 A 股上市公司。多年来，公司始终立足休闲食品主业，围绕消费者对品质、美味与便捷的日常需求，持续推进品牌建设、产品创新与渠道拓展，逐步发展成为兼具品牌影响力、供应链整合能力和全渠道运营能力的现代化食品企业。

近年来，来伊份持续聚焦“新鲜零食”战略，围绕“新鲜零食来伊份，健康零食引领者”的品牌定位，不断强化产品力、渠道力和服务力建设。公司坚持以消费者需求为导向，依托直营网点、加盟网络、电商平台及自有 APP 等多元触点，持续完善线上线下协同的经营体系，推动商品、会员、库存、营销与服务能力的深度融合，不断提升用户触达效率与消费体验。

来伊份始终坚持以消费者为中心，围绕“新鲜、健康、安全、美味”的产品价值主张，持续推动产品升级与品类创新。面对消费者对健康饮食、营养均衡和品质生活日益多元的需求，公司不断深化对健康零食的理解与实践，将健康理念贯穿于产品开发、原料甄选、配方设计、工艺优化和消费场景适配等关键环节，推动产品体系由传统休闲食品向健康化、功能化、场景化方向持续升级，为消费者提供更科学、更天然、更轻负担的零食选择。

来伊份始终秉持“让家庭生活更幸福”的企业使命，将“共赢”作为核心价值观，持续推进从零售企业向更具协同能力和服务能力的现代服务型组织转变。公司注重以优质产品回应消费者对健康、美味和安心的期待，也不不断深化与合作伙伴之间的协作共建，推动供应链、渠道和品牌生态的协同发展，努力为消费者、合作伙伴、员工、投资者和社会创造长期价值。

## 1.2 可持续发展战略

来伊份以“消费者为导向”为天条，“让家庭生活更幸福”为使命，以“建设家庭生活生态大平台”为愿景，以“共赢”为核心价值观，作为我们经营的最高准则，成为我们和每一位来伊份伙伴的核心基因，统一我们的行动方向，指引我们不断成长。

### 来伊份可持续发展理念

关爱者：力争成为消费者的关爱者，捍卫食品安全，引领健康生活；

提升者：产业价值的提升者，推动行业标准，倡导绿色产业链；

践行者：社会幸福感的践行者，投身公益慈善，致力乡村振兴。

来伊份相信“因爱而生、为爱成长”，成为有爱的企业，创造爱的美味。最终实现健康生活、永续生态、美好社会的共同愿景。

我们秉持“正心律己、精诚奋进”的企业信念，始终以“良心价值链——产品品质链”和“良性价值链——企业经营链”为责任根基。以新鲜、安全、健康为底色，来伊份坚定推动品质提升与标准创新，倡导绿色产业链与透明治理机制，构建共益型商业生态，为行业注入可持续发展的新动力。

### 奖项与认可

#### 一、科技创新与行业发展

2025 年，来伊份持续围绕行业协同、科技创新和可持续发展深化实践，在产业链协同升级、数字化场景落地、人工智能应用探索、技术底座建设和经营模式优化等方面不断取得阶段性进展。公司一方面积极推动技术能力与零售、供应链、运营管理等业务场景深度融合，提升组织效率与经营韧性；另一方面持续强化创新驱动和开放协同，推动企业在行业转型、消费升级和高质量发展背景下形成更具前瞻性和示范性的实践成果。正是基于这些扎实推进的工作，来伊份在 2025 年持续获得来自行业组织、专业机构和相关平台的外部认可。

## 奖项名称

## 颁奖机构

来伊份获评上海市“工赋链主”企业



上海市经济和信息化委员会

来伊份荣获“会员单位”认证



上海市松江区高新技术企业协会

来伊份荣获 2025 年度上海市时尚消费品领域  
“AI+时尚”应用场景认可



上海市工业互联网协会

## 奖项名称

## 颁奖机构

来伊份荣获 2025 年度云原生年度标杆奖



云原生技术实践联盟

来伊份荣获“绿色低碳可持续发展 持续贡献奖”



SGS 通标标准技术服务有限公司

## 二、社会责任与公益事业奖项

我们的价值不仅体现在稳健的商业表现上，更体现在持续创造社会价值的行动中。每一份荣誉的背后，都是来伊份对社会福祉和可持续发展的坚定承诺。作为践行企业社会责任的生力军，上海来伊份公益基金会持续深耕乡村振兴、儿童食品健康、社区公益等核心领域，推动公益模式创新，扩大公益覆盖广度与深度。

2025 年，来伊份及上海来伊份公益基金会（以下简称“来公益”）持续获得来自政府部门、公益平台及专业机构的外部认可，荣誉覆盖公益慈善、儿童健康、乡村振兴、党建引领及组织管理等多个领域。

公益慈善：

报告期内，来伊份社会责任与公益事业方面所获得的奖项如下：

## 奖项名称

## 颁奖机构

来公益获得第三届松江区“慈善之星”集体奖



上海市松江区精神文明建设  
办公室

上海市慈善基金松江区代表处

来公益党支部荣获上海市松江区九亭镇“  
高质量党建奖”

松江区九亭镇政府

来公益荣获 2025 年度“最佳责任企业品牌奖”

责任 100 | CSR 中国教育联盟

童食健康项目荣获第九届中国公益年会  
“年度公益项目”



《公益时报》社



奖项名称

颁奖机构

乡村振兴项目荣获“ESG 行动力奖|乡村振兴与社会发展”



责任 100 | CSR 中国教育联盟榜

乡村振兴项目“2025 年度最受公众认可项目”



责任 100 | CSR 中国教育联盟榜

童食健康项目获安徽省宁国市 2025 年度“志愿服务项目大赛一等奖”



安徽省宁国市委社会工作部

### 三、人力资源管理奖项

围绕组织提效与人才发展需求，来伊份持续推动人力资源管理与数字技术深度融合，积极探索人工智能在人才管理场景中的应用。公司不断将科技手段嵌入招聘、培训、组织赋能和日常管理等环节，提升人力资源工作的精准性、响应效率和服务体验，推动传统人力管理模式向更加智能化、数据化和协同化方向升级。

#### 奖项

#### 颁奖机构

2025 企业 AIHR 创新应用案例评选 精准赋能  
创新实践奖

HR 数智研究院

## 2 鲜启品质 健康创研 绿色焕新

来伊份始终坚持以消费者为中心，将“新鲜、健康、安全、美味”作为产品价值的核心表达，持续围绕品质提升、健康研发和绿色创新推进产品体系升级。2025 年，公司进一步深化“新鲜零食来伊份，健康零食引领者”的品牌主张，立足用户对健康饮食、营养均衡、成分清晰和品质生活的多元期待，以全球视野甄选优质原料，以系统化研发优化产品结构，以更严格的品质标准守护消费体验，并将绿色理念持续融入包装设计、材料应用与产品迭代全过程。

### 2.1 来伊份品质管理

食品质量与安全始终是来伊份经营的底线，也是品牌长期发展的根基。来伊份坚持将品质要求贯穿于原料甄选、生产加工、仓储验收、物流配送和终端销售全过程，以更高标准守护消费者“入口”的每一道关口。对来伊份而言，品质管理不仅是对产品负责，更是对消费者信任的回应，是“新鲜零食来伊份，健康零食引领者”品牌主张得以落地的重要基础。

2025 年，来伊份继续以《来伊份食品供应商管理制度》《来伊份质量管理体系》《供应商管理手册》等制度文件为基础，严格遵守《中华人民共和国食品安全法》《食品安全国家标准食品添加剂使用标准（GB 2760）》《食品安全国家标准预包装食品标签通则（GB 7718-2011）》《食品安全国家标准预包装食品营养标签通则（GB 28050-2011）》和《食品标识监督管理办法》等法规标准，推动食品安全与质量管理要求在采购、生产、入库和流通等环节持续落细落实。制度要求保持稳定的同时，公司更加注重把风险识别、过程控制和问题闭环嵌入日常管理，进一步提升质量治理的执行深度和协同效率。

来伊份持续运行跨部门协同的品质管理机制，由采购、成本控制、质量技术等相关职能共同参与，对供应商准入、过程审核、到货验收、产品检验和终端放行进行全链条管控。公司已建立 ISO 9001 质量管理体系和 BRCGS<sup>1</sup>全球食品安全标准认证 AA 级管理基础，并依托独立检测能力、风险分级管理和数字化追溯工具，提升全过程质量可视化与可追溯水平。2025 年，食品溯源平台继续覆盖更广泛的供应商与产品，消

---

<sup>1</sup> BRCGS: British Retail Consortium Global Standards, 即英国零售商协会全球标准, 是国际食品安全与质量管理认证体系之一

费者可通过二维码查询原料、检测、包装及流通等关键信息。截至报告期末，平台已覆盖 127 家 OEM<sup>2</sup> 供应商，累计上线 700 余款产品。

31 道质量防线始终是来伊份品质管理体系中的核心抓手。公司围绕原料验收、生产过程控制、产品检验、包装标识、仓储物流和终端交付等关键节点，构建覆盖产品全生命周期的质量控制链条。2025 年，质量管理体系进一步向前延伸、向细深化：一方面，质量审核更加突出风险分层和动态管理，所有供应商原则上每年至少接受 1 次年度审核，年度巡检计划在 2 次及以上的供应商原则上至少安排 1 次飞行审核；另一方面，质量控制更加突出数字化支撑和重点工序可追溯，核心供应商关键工序在线监控持续推进，重点风险场景下的首产驻厂、联网监控和信息留痕进一步强化。公司还将供应商培训、专题研讨和检验员能力提升纳入常态化管理，通过前置识别、过程纠偏和闭环整改，推动 31 道质量防线由“节点控制”向“全过程协同控制”持续深化。

### 坚守食安初心，共筑品质防线

来伊份携手“一起食安行”在上海成功举办“2025 年度来伊份供应商异物专题研讨会”，与 70 余位来自来伊份食安团队及供应商代表共同聚焦异物防控，筑牢食品安全防线。研讨会围绕毛发、塑料、虫害、人工挑选和金属检测等重点风险展开系统培训和问题复盘。公司引入外部专业资源，结合历史客诉和供应商现场实际，推动工厂建立“历史问题分析—根因识别—整改措施制定—月度效果验证”的闭环机制，强化供应商由被动整改向主动预防转变的能力。通过将异物控制要求进一步前置到生产现场和过程管理中，来伊份持续提升供应商自查、自纠和持续改善水平，也让品质管理从问题响应进一步走向风险预防。



<sup>2</sup> OEM: Original Equipment Manufacturer, 原始设备制造商, 通常指按品牌方要求进行生产加工的合作企业

### 强化一件代发质量管控，保障新业态下的品质稳定

来伊份围绕准入审核、过程监督和信息追溯等关键环节，建立了更具针对性的一件代发质量管控机制，确保产品在快速交付场景下依然保持稳定品质。公司对一件代发供应商实施更严格的准入要求，原则上需连续供货 5 批次且质量表现稳定后，方可申请相关业务权限；一旦出现异常产品，即取消其一件代发资格，从源头控制业务风险。首产阶段同步加强现场管理，通过驻厂指导或委派二方跟单等方式，对高清区、静置挑选、金检机等关键工序实施重点监控，进一步提升生产过程的可控性。与此同时，工厂端通过扫码实时上传生产数量、批次及发货去向等信息，并借助数字化协同工具实现过程留痕和信息透明，增强产品全流程的可追溯性。

来伊份始终坚信，食品行业既是良心产业，也是承载信任的行业。每一份产品背后，都承载着对消费者健康与安全的郑重承诺。公司始终将食品安全视为发展的生命线，持续完善科学、严谨、透明的食品安全管理体系，推动产品从源头采购、生产加工、仓储物流到终端零售实现全过程可控、可溯、可证。依托自建品质追溯系统，来伊份融合制度标准、流程管控与数字技术，构建覆盖全链路的追溯网络，持续降低食品安全风险，不断提升食品质量管理的科学性与透明度。

## 2.2 新鲜零食来伊份

来伊份围绕“新鲜零食来伊份，健康零食引领者”的产品战略持续推进品类创新与结构优化。“新鲜”不是单一卖点，“健康”也不只是概念表达，而是贯穿原料、研发、生产、包装、流通和消费体验的系统性产品方法。2025年，来伊份进一步将消费者对新鲜口味、健康成分、清洁配方和品质生活的多元期待转化为更加清晰的产品标准与开发路径，推动产品从传统休闲食品向更科学、更天然、更轻负担、更贴近日常生活场景的方向持续升级。

“新鲜”是来伊份产品战略的底层逻辑。公司围绕原料优鲜、技术保鲜、包装锁鲜、产销争鲜和配送领鲜构建覆盖全链路的“五鲜标准”，以此保障产品从源头到终端的品质稳定与赏味体验。原料端强调全球优质产区与当季精选，技术端通过冻干、高温碳火去壳等工艺减少营养流失并提升风味表达，包装端通过锁鲜技术尽可能保留产品原味与品质，供应链端则依托数字化管理和高效配送体系压缩产销周期、加快产品流转，让“新鲜”真正成为可被感知、可被验证的产品能力，而不仅是一句品牌口号。



来伊份五维新鲜战略

### 源头把控：定义新鲜零食新生态

原料优鲜是供应新鲜、健康产品的基础环节，从原材料的源头上，来伊份就进行了严格把关，保证所有食材都是原产地新鲜直采，当季好食材让消费者吃得健康，营养更美味。围绕“鲜”的极致追求，来伊份构建了覆盖全球优质产区的原料采购网络，严控食材来源与采收时机，真正做到“按时节采、按标准选、按品质配”。我们以高于行业平均水平的原材料标准作为基本门槛，从源头保障产品的营养密度与健康价值。

#### 百年好核，时令坚果诠释“原料优鲜”

“百年好核小核桃仁”是来伊份围绕“原料优鲜”持续打造的代表性产品。公司长期深入“中国山核桃之乡”浙江临安开展原产地溯源，坚持遵循“应季采摘、白露开杆”的传统节律，在自然成熟期甄选当季山核桃原料，从源头保障产品风味与品质。区别于行业中常见的全年供应模式，来伊份坚持“只售当季”，以更短的上市周期和更鲜明的时令属性，让消费者品尝到坚果在最佳赏味期的自然香气与酥脆口感。

在产品加工环节，来伊份通过物理去壳与轻加工方式，尽可能保留核桃仁本身的口感层次与原料本味，并结合品牌“新鲜零食”战略中的技术保鲜与包装锁鲜要求，提升产品从采收到终端销售过程中的品质稳定性。

凭借对原料品质、时令采收和产品口碑的持续打磨，“百年好核小核桃仁”荣获“2025畅销金品”大奖。外部的认可体现了百年好核在市场销售和消费者认可层面的突出表现，也从侧面印证了来伊份围绕地标产区、当季原料和全链路品控所形成的产品竞争力，进一步强化了“新鲜零食”战略在核心单品上的落地成果。



### 包装锁鲜：以更优包装守护产品风味与品质

围绕不同品类对保鲜、防潮、抗氧化和运输稳定性的差异化需求，来伊份不断优化包装结构与材料应用，提升包装的阻隔性、密封性和适配性，尽可能延缓产品在流通过程中的风味损失和品质衰减。包装不仅承担着保护功能，也成为新鲜零食战略的重要支撑。通过将锁鲜需求与品质管控、消费体验和绿色升级统筹考虑，来伊份不断推动包装体系向更高标准、更强适配和更优体验方向迭代，让产品在到达消费者手中时，仍能保持应有的风味状态与品质表现。

### 产销争鲜：以协同提效回应对“新鲜”的更高要求

来伊份持续推进数字化协同与供应链联动，提升生产节奏、库存配置和销售节奏之间的匹配效率，努力缩短产品从生产到上架的流转周期。公司围绕订单、库存、出仓和销售等关键节点进行动态管理，强化全渠道需求统筹与资源配置，让产品以更合适的时间进入更匹配的销售场景。通过不断提升产销协同能力，来伊份将“新鲜”从单点优化转向全链路提效，使产品更新鲜、库存更健康、供应更精准，也让消费者更快获得处于最佳赏味期的零食产品。

---

### 配送领鲜：把新鲜体验延伸到消费终端

依托覆盖广泛的门店网络、数字化运营体系和持续优化的物流能力，来伊份不断提升产品配送的时效性和终端响应能力。公司根据不同区域、门店和消费节奏进行差异化配货与动态调整，提升商品触达效率，缩短运输与周转时间，让新鲜零食更快、更稳定地到达消费终端。配送领鲜的意义，不仅在于物流提速，更在于让“原料优鲜、技术保鲜、包装锁鲜、产销争鲜”的前端努力真正转化为消费者可感知的产品体验，使“新鲜零食”从品牌主张进一步落实为日常消费中的真实感受。



## 2.3 健康零食引领者

聚焦“五低健康标准”则是来伊份在新鲜基础上进一步建立起来的产品标尺。2025年，公司在既有“五低”方向基础上，进一步明确形成“五低一洁”健康产品矩阵，即低糖、低脂、低卡、低盐、低GI<sup>3</sup>与清洁配方，并以此推动产品开发从风味创新走向营养结构优化、功能价值提升和场景适配协同。



2025年，来伊份持续强化“健康好品质”的产品表达，围绕成分简洁、营养均衡、功能融合和场景适配不断丰富健康产品供给，努力让健康零食从理念认知走向更加清晰、可感知、可选择的消费体验。

<sup>3</sup> GI: Glycemic Index, 即血糖生成指数, 衡量含碳水化合物食物摄入后引起血糖升高速度和幅度的指标。低GI食品有助于延缓餐后血糖上升, 更符合控糖及均衡饮食需求。

聚焦清洁配方与成分精简，强调少添加、轻加工和原料本真表达

聚焦功能融合，将益生菌、高蛋白、膳食纤维等健康元素融入高频消费品类

将药食同源理念与日常饮用场景结合，推动中式养生水等产品线的拓展，使健康零食从“轻负担”进一步延伸至“日常营养支持”和“场景化健康选择”

来伊份持续将“五低一洁”作为健康产品开发与结构优化的重要抓手，推动健康理念贯穿产品规划、研发设计和上市转化全过程。“五低一洁”即低糖、低脂、低卡、低盐、低GI和清洁配方。围绕这一标准，公司坚持“少添加、轻加工、多营养”的研发路径，持续推进健康产品标准化开发，通过精简配方、减少非必要添加、突出原料本真表达，不断提升产品清洁标签水平，并围绕肠道健康、轻养生、日常营养补充等细分需求，持续丰富健康产品供给。

来伊份坚持“做减法”，持续优化配方结构，减少糖、脂、盐等成分负担，降低非必要添加，提升产品清洁标签水平。



另一方面我们坚持“做加法”，围绕高蛋白、高膳食纤维、益生菌、药食同源等方向丰富健康属性，推动产品从“轻负担”进一步延伸至“有益处”和“更适配细分需求”。



### 构建健康产品线

来伊份持续推进全品类健康化布局，逐步形成以“基础健康、品质健康、功能健康”为支撑的健康产品线体系。基础健康聚焦“做减法”，围绕低脂、低糖、低盐、低卡、0 反式脂肪酸、0 添加防腐剂或甜味剂、清洁标签等方向，持续减轻产品负担；品质健康聚焦“做加法”，重点强化高蛋白、高膳食纤维等营养属性，推动产品从“少负担”向“更有益”升级；功能健康聚焦“做乘法”，围绕药食同源、中式养生等方向，结合细分消费需求拓展产品附加价值。

来伊份以数据驱动推进健康化在核心品类中的持续渗透，肉类零食重点围绕高蛋白、低脂等属性优化升级，坚果炒货着重强化高蛋白和高膳食纤维优势，糕点饼干、饮料及冲调等品类则持续探索清洁配方、低 GI 和药食同源等方向。为推动健康理念高效转化为可上市、可复制、可迭代的产品实践，公司依托 MPD<sup>4</sup> 产品开发模型，将趋势洞察、概念研发、供应链落地、上市准备和上市后优化贯通起来，推动健康标准更系统地落实到产品开发全过程，不断丰富更轻负担、更高品质、更贴近日常生活方式的健康产品供给。

依托二十余年积累形成的供应链基础与产品开发能力，来伊份持续推动健康产品向更高质价比方向升级。围绕低糖、低脂、低卡、低盐、低 GI 五大健康标准，公司已在现有产品体系中逐步提升健康化产品覆盖比例，目前符合“五低”标准的产品占比已达到 27.7%。未来，公司将继续加快健康化升级节奏，推动相关标准更广泛地落地到研发设计、生产制造、包装应用和工艺优化等关键环节，不断提升产品体系的整体健康水平。与此同时，来伊份已在多款产品中推进“健康好品质”实践，围绕季节限

<sup>4</sup> MPD, Marketing Product Development,是一套以市场为导向的产品开发模式、理念与方法

---

定、高钙高蛋白、五黑营养等方向强化产品价值表达，并通过更清晰、直观的包装信息传递，让消费者更容易识别和选择符合自身需求的健康产品。

## 2.4 绿色包装新食尚

来伊份持续将绿色理念融入产品研发与包装优化之中，推动包装体系向更节约资源、更利于循环、更加环境友好的方向升级。公司对绿色包装的理解，不止于材料替换，而是从设计源头出发，统筹考虑包装结构、材料选型、功能适配和应用落地，在保障产品安全、品质稳定和消费体验的前提下，持续降低包装环节的资源消耗与环境负荷。

2025 年，公司继续围绕减塑、可回收和轻量化三大方向推进包装优化，通过结构精简、膜材减薄、以纸代塑、环保塑料替换和单一材质应用等方式，不断提升包装体系的环境友好性和资源利用效率。报告期内，共有 66 款产品包装应用降本减塑方案，减少塑料使用量 32,200 公斤，减少碳排放 177 吨；使用可回收塑料 17,142 公斤，减碳 59.9 吨，全年合计减碳 237 吨。

围绕材料创新与循环利用，来伊份持续探索坚果壳等副产物在包装中的再应用，并同步推进单一材质软包装开发；围绕轻量化目标，公司也持续优化纸箱结构设计，在保证包装强度和运输性能的基础上减少纸张消耗。未来，来伊份将继续推动绿色包装与产品全生命周期管理协同融合，不断提升包装材料的循环利用效率和规模化应用水平。

奖项	颁奖机构
2025 年度包装先进团队奖	上海市包装技术协会塑料包装委员会
包装创新及可持续发展技术创新奖	美狮包装平台 <sup>5</sup>
易回收再生软包装“双易认证”证书	华信创认证 <sup>6</sup>

### 包装材料循环利用

来伊份持续将包装材料的可回收性与循环利用效率作为绿色包装优化的重要方向，从设计源头推动包装向更易回收、更利于再生利用的方向升级。围绕结构简化、

<sup>5</sup>美狮包装平台：一个专注于包装行业的信息和资源分享平台，提供行业新闻、技术创新、设计理念以及可持续发展策略等内容。

<sup>6</sup>华信创认证：提供专业认证服务的机构，提供质量管理、环境管理和职业健康安全管理在内的系统认证服务。

材料优化和回收适配，公司持续推进软包装体系改良，减少异材质复合带来的回收难题，提升包装材料在实际应用中的循环利用潜力。

公司持续推进单一材质包装应用，以单一聚烯烃结构逐步替代传统多层异材质复合方案，通过优化膜材厚度与热封性能，在保持包装功能和使用体验的基础上，减少塑料使用量并提升后端回收便利性。部分产品的包装结构由三层简化为两层，单包塑料用量减少约 15%—17%，同时进一步缩减印刷面积，降低油墨使用和材料消耗，使包装在功能性、可回收性和环境友好性之间实现更优平衡。

#### 单一材质包装升级，提升软包装回收友好性

来伊份持续推进单一材质软包装开发，推动包装向更易回收、更加环保的方向优化。其中，鲜奶味话梅等产品已应用单一聚丙烯材质包装，通过对膜材厚度、热封性能和包装结构进行同步调整，在保障包装功能和使用体验的基础上，减少了异材质复合带来的回收难题。相关方案使部分产品包装由三层结构简化为两层，单包塑料用量减少约 15%—17%，同时印刷面积减少约 50%，进一步降低油墨使用和材料消耗，提升了包装体系的回收便利性和环境友好性。



围绕循环利用，公司继续推进可回收塑料应用与副产物资源化探索，提升包装材料再生利用效率。2025 年，公司共使用可回收塑料 17,142 公斤，减少碳排放 59.9 吨；同时持续推进坚果壳等副产物在包装材料中的再利用，推动资源在公司内部的循环转化。

#### 坚果壳再利用，探索副产物资源化包装路径

来伊份持续推进坚果壳等副产物在包装中的再应用。公司回收坚果类产品产生的果壳，通过清洗、干燥、研磨、造粒、吹膜等工序，将其应用于包装材料开发，并与现有包装进行性能对比和替换性评估。测试结果显示，坚果壳包装材料具备较好的拉伸强度和可行性，可减少约 5% 的塑料使用量，目前已正式投入使用。来伊份为休闲食品行业探索更具循环价值的包装解决方案提供了实践参考。

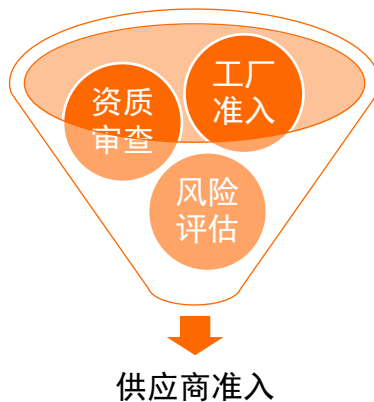
### 3 合作共生 韧性同行

供应链是来伊份产品品质、食品安全和服务能力的重要支撑，也是公司实现长期稳健发展的关键基础。来伊份持续完善覆盖供应商准入、履约管理、风险分级、过程监督和能力提升的全流程管理机制，推动合作伙伴在质量、安全、合规和可持续发展等方面与公司要求保持一致。公司始终重视与关注合作过程中的日常管理和履约表现，也持续围绕研发创新、质量提升、绿色转型和效率优化开展赋能与共创。基于共建、共治、共享的合作理念，来伊份不断推动供应链向更加稳定、透明、协同和有韧性的方向发展，携手合作伙伴共同构建责任型供应链生态。

#### 3.1 供应商准入

来伊份始终坚持“从源头守护品质”的管理理念，将供应商准入作为保障食品安全、稳定产品品质和提升供应链韧性的首要环节。对公司而言，选择合作伙伴不仅关系到产品是否符合质量与安全要求，也关系到品牌承诺能否真正落到消费者体验中。因此，来伊份在供应商引入阶段即坚持以合规、专业、责任和协同为基本原则，推动准入管理从“资格审核”进一步走向“能力识别”和“长期适配”并重。

围绕这一目标，来伊份以《食品供应商管理制度》《质量管理制度》等制度文件为基础，配套《供应商质量安全审核表》《商品管理表》等操作工具，对供应商资质、生产规范、质量控制、风险管理和履约能力进行系统审核，确保准入过程可量化、可追溯、可执行。公司通过制度要求与现场审核相结合的方式，对合作方在原料使用、生产工艺、过程控制、记录管理和产品合规等方面提出明确标准，从准入起点夯实食品质量与供应链稳定运行的基础。



来伊份持续推进供应商准入机制的数字化升级，将审查、准入与风控要求嵌入合作伙伴管理平台，提升准入效率和识别准确性。通过对接外部信息平台 and 第三方数据接口，公司可在准入前对供应商的注册资质、工商背景、社保合规情况、关联方信息等关键要素进行自动识别和预审，并结合人工专业核查完成综合判断。这一机制有助于提高前端筛选效率，降低人为误判风险，也使供应商准入管理更加透明、规范和前置。

在关注生产与质量能力的同时，来伊份也将商业道德与合规经营纳入准入管理的重要内容。公司依据《中华人民共和国公司法》《反垄断法》《反不正当竞争法》等法律法规及行业最佳实践，制定并实施《供应商商业道德与行为准则》，并通过《合作伙伴行为准则》《反腐败政策》《廉洁诚信承诺书》等文件，将廉洁合规、信息披露、反舞弊等要求纳入合作前置条件。所有合作方在签约前均需完成相关承诺的确认与签署，公司也依托平台和合同履行机制对合作行为进行动态管理，推动商业道德要求由制度约束进一步转化为合作共识。

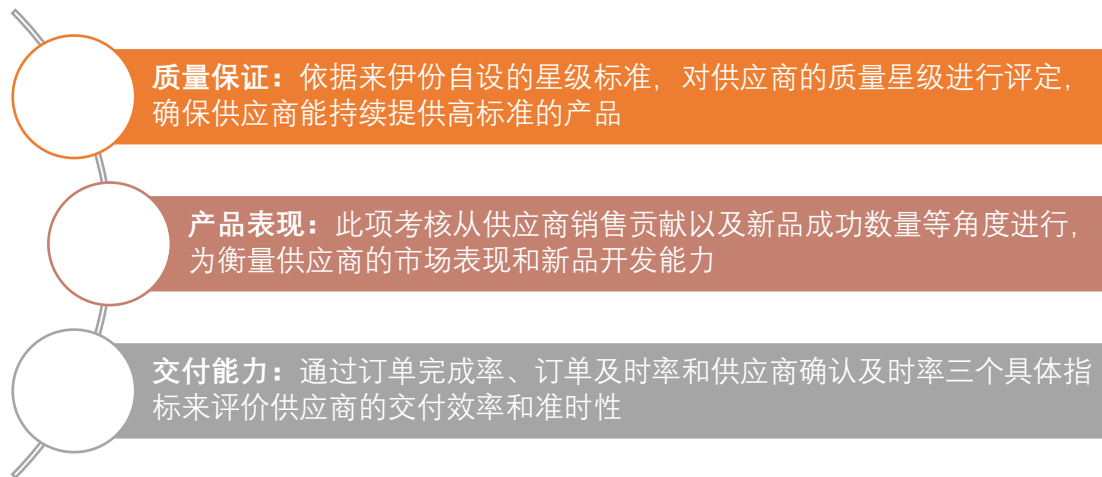
公司在引入新供应商时，重视其风险协同能力、持续改进能力和企业诚信度，并通过后续审核、培训和协同管理推动其逐步融入来伊份的质量与运营体系。2025年，公司共审核38家新供应商，最终合格引进26家，合格率为68.4%。来伊份的供应商管理已从单纯引入资源，进一步转向以能力匹配和价值共创为导向的供应链生态建设。



## 3.2 供应商评估

来伊份持续对合作供应商开展动态评估与过程管理，推动供应商管理由“准入筛选”进一步延伸到“持续评价、分层管理、分类赋能”的全周期机制。公司围绕质量表现、交付能力、合规水平、风险状态及协同能力等关键维度，对供应商在合作过程中的综合表现进行持续跟踪，并将评估结果与审核频次、资源配置、赋能方式和合作策略联动，提升供应链管理的精准性与有效性。

来伊份的供应商评估不仅关注合作伙伴是否满足既有要求，更加重视其持续改进能力和问题闭环表现。通过将质量巡检、履约表现、客诉反馈、现场审核和专项培训等信息纳入统一管理，公司不断强化对合作伙伴实际运营能力和风险水平的综合判断，使供应商评估从静态评分逐步走向动态监测与差异化管理。



### 供应商品质星级评价体系

来伊份持续优化供应商品质星级评价体系，并将其作为供应商分层管理和能力提升的重要抓手。该体系围绕质量问题统退、持续改进能力、销售额对应的投诉数、质量管理组织架构、检验监测合格率和现场巡查体系认证等核心维度，对供应商进行综合评估，既关注产品质量稳定性，也衡量其风险控制、组织管理和持续改善能力。

基于年度综合表现，来伊份对供应商实施星级划分，并结合供应商在合作中的实际表现进行动态调整。评价结果不仅关系到合作等级和资源配置，也与后续审核重点、培训安排和激励机制相衔接。对于表现优异的合作伙伴，公司将其纳入重点合作和优质伙伴培育范围；对于存在短板或风险波动的供应商，则通过专项整改、重点帮扶和强化监督等方式推动其改进提升。通过将评价与管理、评价与赋能相结合，来伊份不断提升供应链整体质量水平和协同效率。

## 供应商质量审核

围绕供应链稳定性和食品安全要求，来伊份持续执行覆盖全过程的供应商质量审核机制。公司依据《食品安全管理体系 食品链中各类组织的要求》、《食品安全国家标准 食品生产通用卫生规范》及内部管理要求，对供应商生产现场、工艺流程、环境卫生、设备设施、记录管理和检验放行等关键环节进行审核，确保合作方在实际运营中持续符合来伊份的质量与安全标准。

**全面审核：**所有在册供应商每年至少开展一次标准化现场审核，评估其在食品质量、环境卫生、员工健康与职业安全等方面的制度建设与执行效果，确保持续符合来伊份合规要求和行业监管标准。

**专项审核：**针对特定产品质量问题、交付偏差或客诉反复等情况，组织专项审核团队入厂评估，聚焦问题环节实施“点对点”诊断，明确改进要求与时限安排，形成闭环整改流程

**飞行审核：**对被列入年度重点关注的供应商（如两次以上巡检记录）安排不少于一次飞行抽检审核，无预警入厂，现场列明关键问题清单，重点检查文件真实性、流程一致性与现场执行差异。

**驻厂检查：**对于产量占比高、历史品质波动大或整改频繁的供应商，安排阶段性驻厂技术团队定点指导，协助其改进质控流程、规范标准作业、提升一线执行能力，实现问题预防向前端靠拢。

**驻厂审核：**所有新建生产厂、新上线产品必须在首次量产前接受风险分级评估，依据工厂设施完备性、团队专业性、历史经验等指标决定是否实施专项或驻厂审核，确保新品从首批就进入规范化轨道。

来伊份根据供应商供货质量、工厂质量管控能力、销售贡献率以及年度质量星级评估水平等因素，实施差异化审核安排。所有供应商原则上每年至少覆盖 1 次年度审核；对于年度巡检计划在 2 次及以上的供应商，原则上至少安排 1 次飞行审核，以核查其日常生产运营和质量控制的真实情况。对于高风险工厂，公司还会结合实际情况开展专项审核、驻厂检查或重点帮扶，并通过问题清单、整改追踪和复审机制推动问题闭环。2025 年，公司进一步结合动态风险监控清单，依据星级评估结果、客诉数据和合规率持续优化供应商池，对高风险工厂开展专项审核，对常规工厂采用三方外包审核模式，对核心风险供应商实施 100%赋能覆盖，推动审核资源向重点风险环节精准聚焦。通过“评价—审核—整改—赋能”的闭环管理，来伊份不断推动供应商在质量管理、现场执行和风险预防等方面持续提升。

## 供应商赋能

来伊份将供应商视为重要合作伙伴，持续推动供应链关系从交易协同向价值共创延伸。基于共建、共治、共享的合作理念，来伊份不断完善与供应商之间的信息沟通、资源整合和能力共建机制，努力构建更加稳定、开放、有韧性的合作生态。

围绕“以合作伙伴为依托”的供应链协同思路，来伊份强化与供应商的深度互动，将共创机制嵌入商品开发、供应管理和运营优化全过程。公司通过合作伙伴服务委员会统筹合作伙伴服务协同和管理工作，推动合作伙伴管理原则、平台建设、资源整合、满意度调研、异常协同和黑名单管理等机制不断完善，为合作生态的稳定运行提供制度支撑。

### 2025 年供应商大会：聚势变革 共筑社区新生态

2025 年第十八届来伊份合作伙伴高峰论坛在上海隆重举行。本次大会以“聚势变革 共筑社区新生态”为主题，吸引了来自韩国、意大利、法国、比利时等国家的核心供应商代表，以及国内优秀合作伙伴齐聚一堂。来伊份高管与会者共同探讨了休闲食品行业的发展趋势，分享了来伊份的未来战略规划，并宣布了一系列供应链优化和产品创新的举措。

大会也进一步强化了来伊份与国际、本土合作伙伴之间的双向交流。一方面，国际合作伙伴围绕品质标准、本土化创新与中国消费升级趋势分享经验；另一方面，本土供应商也反馈，通过与来伊份从订单合作逐步走向联合研发，能够更精准地把握消费者需求，开发出更具市场竞争力的产品。论坛期间同步举办了创新产品展示、仓储会员店及零食博物馆参观等配套活动，为合作伙伴提供了更具体的业务交流场景。



---

来伊份也围绕质量安全、检验能力、法规要求和现场管理等内容，组织开展供应商质量管理能力培训、食品检验员能力培训和质量管理论坛，推动合作伙伴提升问题识别、风险预防和持续改进能力。

共创共赢并不只是业务合作的延伸，更是责任理念和发展价值的共同塑造。公司持续向合作伙伴传递品质优先、诚信合规、长期主义和协同成长的合作理念，推动双方在食品安全、供应效率、绿色转型和商业道德等方面形成更深层次的认同。通过不断强化合作机制、优化协同平台、提升赋能深度，来伊份正与合作伙伴共同构建更加稳健、透明和可持续的责任型供应链生态。

## 4 数智提效 链接全域

围绕“以用户为中心”的经营逻辑，来伊份持续推动数字技术与业务场景深度融合，逐步构建起覆盖产品开发、供应链协同、门店运营和用户触达等关键环节的数智化运营体系。经过持续建设，公司已从基础信息化逐步迈向更强调协同效率、数据驱动和平台能力的数字化进阶阶段，为新鲜零食战略落地、全渠道经营提效和服务型组织转型提供了更加坚实的能力支撑。

### 4.1 四大中台夯实数智底座

2025 年，来伊份持续推进数字化转型从系统建设走向能力沉淀与场景深化，逐步形成以业务中台、数据中台、技术中台和协同中台为核心的数智化架构。四大中台相互支撑、协同联动，构建起“技术底座支撑、数据资产沉淀、业务能力复用、全域协同赋能”的运行体系，为门店运营、商品管理、供应链协同、伙伴服务、经营分析和内部管理的关键场景提供标准化、可复用的能力支持。依托这一体系，公司持续推动多个业务场景提效升级：新业务上线周期由 3 个月缩短至 4 周，门店补货系统自动下单率达到 85%，AI 智能巡店实现全门店覆盖，无纸化办公覆盖总部全部部门及全国 3,000 余家门店。数字化能力正进一步转化为经营效率提升、组织协同优化和业务快速迭代的实际成果，为来伊份全域经营和服务型组织转型提供更加坚实的支撑。

来伊份逐步搭建起由业务中台、数据中台、技术中台和协同中台构成的数智化底座。技术中台夯实基础支撑，数据中台沉淀和治理数据资产，业务中台承接核心经营动作，协同中台打通内部流程与外部伙伴连接，共同推动数字能力在门店、商品、供应链、伙伴服务和内部管理等场景中高效落地。

业务中台主要聚焦门店运营、全渠道交易履约和商品全生命周期管理等核心环节，覆盖开店选址、库存管理、订单处理、选品促销、新品上市等关键场景，为门店运营部、电商部和商品部等相关团队提供标准化、可复用的业务能力支撑。通过持续迭代门店运营、库存和订单等模块，业务中台不断提升全渠道经营链路的响应效率和执行稳定性，使经营动作更加标准、流程更加顺畅，也为新业务快速复制提供了能力基础。

数据中台聚焦全链路业务数据的采集、治理和建模，通过数据看板、智能报表和 AI 洞察等方式，为门店经营分析、会员精准营销、库存预警和经营决策提供支持。公司通过持续推进数据清洗、模型迭代和质量校验，不断提升数据可用性和分析效率，使分散在不同系统和业务环节中的信息能够转化为可识别、可分析、可应用的数据资产。依托数据中台，来伊份进一步增强了经营分析的及时性和精度，也让门店运营、供应链计划和管理决策更具针对性和前瞻性。

---

技术中台是来伊份数智化体系稳定运行的底层支撑，主要提供统一技术组件、云资源调度、接口交互和 AI 能力封装等基础能力，支持跨系统协同、智能巡店、搜索推荐等应用场景落地。2025 年，公司持续加强云资源运维和弹性调度能力，全年实现云降本 337.26 万元；同时依托 7×24 小时运维机制，保障核心系统稳定运行，推动数智化底座在扩展性、稳定性和成本效率之间实现更优平衡。

协同中台则进一步拓展了来伊份在流程管理和伙伴连接上的数字化能力。依托流程引擎与共创平台，协同中台支撑内部报销、公文审批、合同电签、商机发布以及供应商、加盟商等外部伙伴协同管理，推动内部管理流程与外部合作流程更加在线化、透明化和高效化。公司持续优化流程节点与平台服务功能，使审批流转、伙伴入驻、分利对账和文档管理等场景协同更加顺畅，也为服务型组织转型提供了更有力的管理支撑。

## 4.2 门店运营数字化提效

围绕门店经营这一最贴近消费者的核心场景，来伊份持续推动门店管理由经验判断向数据驱动转变。公司以门店“选址—选品—补货—巡店—库存”全链路数字化为目标，逐步将门店运营中高频、重复、依赖人工经验的环节转化为更加实时、精准和标准化的管理流程，使数字化能力真正落到一线经营场景中，提升门店响应效率、商品匹配度和终端运营质量。

补货环节是门店运营提效的关键切口。来伊份依托智能供应链计划平台和单店销售预测模型，持续推进自动化主配体系建设，通过对销售数据、库存水位和商品动销率的综合分析，提升补货决策的及时性与准确性。2025年，系统自动下单率达到85%，门店补货响应时效由48小时缩短至12小时，AB类商品铺货率稳定在95%以上，缺货率降至8%以下，库存周转天数缩短40%，年节约人力10万人时。数字化补货机制的持续运行，不仅提升了门店供给效率，也在降低库存积压、减少报废损耗和保障商品新鲜度方面发挥了更大作用。

选品环节则进一步体现出数字化对门店经营精细化管理的支撑作用。来伊份整合会员、销售、社媒热点、消费反馈和竞品信息等多维度数据，结合MPD系统和智能洞察工具，逐步形成“千店千面”的选品推荐能力，使门店商品结构能够更贴近区域消费偏好和客群特征。2025年，门店选品成功率提升至70%，源头直供频道新品转化率达到11%，较传统选品模式高出7.9个百分点，单店新品营收占比提升至15%。这意味着数字化选品不再只是支持新品试销和单点推荐，而是逐步成为门店提升商品适配度和经营效率的重要工具。

巡店与日常管控同样成为数字化提效的重要落点。公司上线AI智能巡店系统，通过视觉识别技术自动识别门店陈列、卫生、员工操作等问题，并结合门店运营数字化看板，实现门店运营异常的快速识别与响应。2025年，AI智能巡店已实现全门店覆盖，单店日均巡检成本降至3元以内，较人工巡店成本下降85%，门店运营标准化达标率提升35%。与此同时，门店核心运营数据查询时效由小时级缩短至分钟级，管理者日常报表制作时间减少60%，使更多门店管理精力能够转向现场服务、商品管理和营销执行。

库存管理效率的提升，则进一步放大了数字化在门店端的综合价值。通过打通全渠道订单与库存数据、优化拆零配送和库存预警机制，来伊份持续提升库存调配灵活性和商品周转效率。报告期内，滞销库存占比下降15%，临期商品处理成本下降38%，拆零配送占比由19%提升至45%，库存资金占用率下降12%。在此基础上，单店日均运营效率提升40%，加盟门店毛利率提升3至5个百分点，会员复购率提升10%，进一步体现出门店数字化已从单一管理提效工具，逐步转化为支撑终端经营质量和消费体验提升的重要能力。

## 5 上海来伊份公益基金会

来伊份始终秉持“服务社会、利益他人、共建和谐生态”的公益理念，持续投身公益慈善事业。在企业发展过程中，爱的回馈与传递始终是来伊份长期坚持的重要实践。公司致力于以实际行动回应社会需求，推动社会向善发展，并不断为更加美好、健康的生活贡献力量。作为公益事业的积极践行者，来伊份通过持续投入和长期深耕，不断彰显企业公民责任，也以更务实的行动诠释对社会责任的坚定承诺。

上海来伊份公益基金会（简称“来公益”）成立于2017年10月19日，聚焦儿童食品健康、新乡村建设与振兴、支持社区公益。来公益通过链接学校、家庭、消费者、政府、爱心企业、公益机构、社会志愿者等各类力量，推动形成跨地区、跨行业、跨单位的多元主体公益生态圈，以专业态度践行公益，助力个体、行业乃至社会的健康发展，在2020年荣获上海市民政局AAAA社会组织。来公益的理事会成员结构多元且均衡，涵盖各领域资深专家，这种多样化的组成在协调社会资源、促进基金会跨领域的发展方面起到了关键作用。

**使命：** 点亮心中的理想

**愿景：** 为爱来公益，温暖你我他

**理念：** 人人公益，为爱而行



## 5.1 童食健康：守护健康未来

“童食健康”是来公益聚焦儿童食品健康知识普及的品牌公益项目，项目使命是关注儿童食品健康知识普及，守护健康未来。面向 4—12 岁学龄儿童，围绕儿童对食物认知、健康选择能力和科学饮食习惯培养开展持续性公益实践。项目以《“健康中国 2030”规划纲要》《中国儿童发展纲要（2021—2030 年）》等政策导向为指引，通过课程进校园、进课堂、进社区的方式，结合情景互动、体验式教学等形式，帮助儿童提升对营养、安全与均衡饮食的理解，改善肥胖、零食选择多而知识薄弱、营养不均衡等问题，同时推动从学校到家庭、从城市到乡村的儿童健康守护网络逐步形成。

2025 年，童食健康项目深化公益伙伴生态协作与本土能力培育，在全国 7 省联动超 50 余家社会组织伙伴开展儿童食育赋能与系统培训，重点聚焦云南昭通、青海果洛等欠发达地区，携手当地 5A 级社会组织深度合作，通过专业能力培训、核心资源倾斜、全流程实操指导，系统化培育本土公益服务力量，赋能当地社会组织成为公益项目落地的核心载体与长效抓手，实现公益帮扶从“输血”到“造血”的价值升级。

### 2023年： 扎根上海

全年开展入校服务**160**余场，  
覆盖上海**6**区

惠及儿童**近万名**

### 2024年： 跨区域联动

链接全国**27**家社会组织

深入**176**所学校与社区，  
开展**230**余场课程

惠及儿童**近2万人**

### 2025年： 加速放大

合作网络扩大到**28**家社会组织、  
群众团体等机构

辐射到全国**29**个省份、**1700**  
余所学校及社区、开展授课服务  
**1005**场

课程累计，累计受益规模超过  
**74**万人次

项目以欠发达地区留守困境儿童为核心关怀群体，持续开展针对性食育教育引导与常态化健康守护，推动儿童食育公益关怀从“点上突破”向“面上覆盖”深度延伸，依托各地社会组织的本土资源与服务优势，实现项目课程覆盖范围、服务触达深度的双重跨越式提升。

童食健康项目在三年间实现了从区域试点到多地联动，再到全国扩面的跃升，最显著的变化体现在服务场景更广、合作网络更强、课程供给更密、儿童触达更多这四个维度上。

### 沪滇携手，让守护走得更远

2025年，童食健康正式启动项目伙伴计划，与多个省市的公益机构携手，将儿童食育科普课程带到全国各地，带领更多孩子建立起对健康饮食的认知和理念。项目持续深耕，将云南省昭通市作为重点帮扶地区，沿着沪滇协作的脚步，把更多目光投向乡村儿童群体。城市或许有边界，但教育不应被地域所限制。我们将同一节童食健康课程带到祖国西部，带进乡村儿童的课堂，让食育以同样的标准、同样的用心，在更远的地方发生，更精准、更有效地守护乡村儿童健康成长。

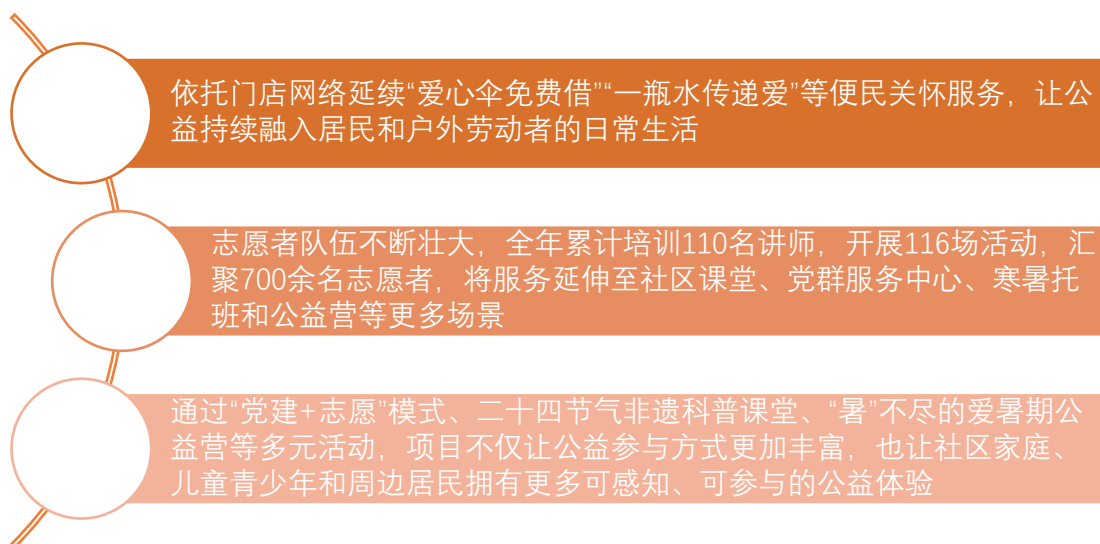


至2025年12月，童食健康课程已辐射全国29个省份、1700余所学校及社区，累计惠及儿童超74万人次。2025年全年，项目累计入校、进社区805所，开展授课服务1005场，惠及43,959名儿童，入校及进社区数量较2024年同比增长355%，服务场次首次突破千场，项目影响力和覆盖广度均实现明显提升。“童食健康”让科学食育知识跨地域触达更多儿童群体，以专业公益力量守护儿童健康成长，用可持续的公益模式传递社会温暖，彰显来伊份在儿童健康领域的社会责任与价值担当。

## 5.2 幸福加油站：人人公益大平台

“幸福加油站”是来公益依托来伊份门店网络打造的社区公益项目，旨在构建人人可参与、易于参与的公益平台，推动社区共建共享美好生活。“幸福加油站”项目以门店为起点，逐步将服务延伸至社区、学校、医院和康复机构，通过门店便民服务、社区公益活动和志愿服务等多种形式，为社区居民、环卫工人、快递员、外卖员等群体提供更贴近日常需求的支持与关怀，推动每一家门店成为传递温暖的“幸福加油站”。其中，“爱心伞免费借”服务已在上海、江苏上千家门店持续运行逾二十年，累计服务超过30万人次，在人们最需要的时候送上遮风挡雨的便利与善意，也让一间间橙色小店成为社区温暖触手可及的公益节点。

2025年，幸福加油站在原有门店公益基础上进一步向体系化、专业化和多元化拓展，持续放大社区公益平台的连接作用。



➤ 梅雨季限定的手绘爱心伞活动覆盖周边近50个社区，为235组家庭留下温暖的亲子共创时光；

➤ 讲师志愿者在松江、长宁寒暑托班共计47个点位开展服务，为1,650名孩子送去童食健康课程。

随着项目持续推进，幸福加油站正从门店便民服务平台进一步成长为链接社区、激活志愿力量、传递城市温度的家门口公益生态平台。

### 童心绘红伞，童心永向党

2025年，在庆祝中国共产党成立104周年之际，来公益“益起绘梦 为爱撑伞”活动走进九亭镇、泗泾镇和岳阳街道党群服务中心以及来伊份仓储会员店，开展5场亲子绘伞公益活动，吸引来自周边近50个社区的235组家庭参与。活动以透明爱心伞为载体，在家长和志愿者陪伴下，孩子们围绕党旗、党徽、天安门、白鸽等红色主题元素进行创作，在绘画中表达对党和祖国的真挚祝福。活动为社区家庭创造了温馨的亲子互动场景，也通过寓教于乐的方式推动红色精神、公益理念和社区温暖持续传递。



### 连续五年开展“新年新衣”，把新春祝福送往更远的地方

2025年，幸福加油站持续开展“新年新衣”公益行动，员工志愿者连续第五年参与其中。项目通过定向认捐和手写贺卡等方式，将新年的温暖与祝福精准送达117名西藏小朋友手中。相较于一次性的物资传递，“新年新衣”更强调以持续行动回应儿童成长需求，让关爱在岁末年初以更有温度的方式落到实处。



### “暑”不尽的爱志愿者活动

“暑”不尽的爱是来公益连续第二年开展的暑期公益营活动，2025年以“行走松江，行知上海”为主线，围绕红色教育、自然探索、科学启蒙和人文传承四个主题展开，面向来二代小小志愿者和周边社区居民小朋友志愿者，引导孩子们在沉浸式体验中感受城市文化底蕴、生态之美、科技魅力与精神传承。项目将公益陪伴、成长教育与社会实践相结合，丰富了暑期公益活动的内容，也让小小志愿者在参与中拓展视野、提升认知，增强幸福加油站项目对社区家庭和青少年群体的吸引力与影响力。

“暑”不尽的爱活动第一站：走进消防救援站与上海市双拥工作展览馆“



“暑”不尽的爱活动第二站：走进科普基地和辰山植物园，解码植物的生存智慧



“暑”不尽的爱活动第三站：来到佘山星空体验馆和脑智科学基地，探索星空奥秘



“暑”不尽的爱活动第四站：前往松江区档案馆和泗泾古镇，开启文化之旅



### 表彰优秀志愿者，激发持续参与的公益力量

2025年，来公益举办年度优秀志愿者表彰交流会，邀请优秀志愿者代表齐聚公益基地，共同回顾年度志愿旅程。围绕全年服务场次、服务时长及综合表现，基金会评选出17位优秀志愿者、3位杰出志愿者，并设立“专业志愿者”奖项，表彰在专业支持方面持续参与的志愿者代表。2025年，幸福加油站项目全年累计开展志愿服务116场，培训志愿者讲师近200名，志愿服务总时长超过8,000小时。交流会上，志愿者们分享了在公益实践中收获的成长、沟通能力与价值感，进一步体现出项目不仅持续拓展服务场景，也在不断激发志愿者的参与热情和长期行动力。



### 5.3 乡村振兴：践行授人以渔

“乡村振兴”是来公益长期深耕的重要品牌公益项目，围绕“践行授人以渔”的理念，聚焦产业振兴与人才振兴，持续探索更具可持续性的帮扶路径。项目立足乡村发展的真实需求，将扶志、扶技与扶资源相结合，关注当地农业带头人和农户能力的提升，并依托来伊份覆盖全国的门店网络、会员资源及供应链体系，推动乡村特色产品更高效地进入城市消费市场，逐步形成从产地开发、产品转化到渠道销售的公益产品价值链，助力地方产业增强“自我造血”能力。2025年，来公益围绕这一思路持续推进项目落地，携公益品牌“来益普”亮相第八届上海市对口地区特色商品展销会，进一步拓展乡村特色产品的市场触达；来益普同步推进茶叶原料基地建设，并将盈利的50%反哺当地公益事业；来公益在云南墨江协办人工智能赋能专题培训，帮助当地新农人提升数字化经营能力。

来公益持续推进“公益基金会+农民+合作社+全渠道销售平台”的协同模式，直接对接产地资源和农户需求，通过稳定采购、产品开发和渠道链接，帮助乡村特色农产品提升市场转化能力。基金会将普洱茶等初级农产品开发为更适配市场需求的便携装、礼盒装等产品，并借助来伊份线下门店和线上渠道推动销售，让乡村“土特产”更好走向城市消费市场。2025年，项目全年消费帮扶采购金额累计达2.6亿元，帮扶覆盖15个省份、30个市，切实带动帮扶地区产业发展和农户增收。

#### 亮相特色商品展销会，助力公益茶走向更广市场

2025年，来伊份携公益品牌“来益普”亮相第八届上海市对口地区特色商品展销会，借助政府搭建的平台，将云南临沧、西双版纳等对口地区的公益茶产品进一步推向上海及全国市场，让“土特产”更好转化为带动产业增收的市场商品。



### 数字赋能新农人，提振乡村经营能力

2025年，来公益围绕“授人以渔”持续推进技术赋能，在云南普洱市墨江县协办人工智能赋能商务领域高质量发展专题培训，邀请专业讲师为当地100余名新农人开展电商直播运营培训。项目以“理论+实操”相结合的方式，帮助农户提升数字化经营能力，推动特色农产品更好对接市场，也为乡村振兴注入了新的发展动能。



### 在临沧建设原料基地，推动公益茶产业向上游延伸

2025年4月，公益茶品牌“来益普”在云南临沧双江勐库建立茶叶原料基地，进一步将公益茶项目向产地源头延伸。作为上海来伊份公益基金会出资成立的社会企业所打造的品牌，来益普始终以推进新农村建设为己任，通过深耕上游、赋能生产者，持续提升当地茶产业的价值创造能力。原料基地的建立，有助于推动当地茶农由“原料输出”向“价值提升”转变，也为公益茶品牌的长期发展夯实了产地基础。同时，来益普将盈利的50%反哺云南当地，用于支持儿童与青少年成长以及乡村发展相关需求，让产业发展与公益反哺形成更具持续性的联动。





## 5.4 专项基金

### 鸿鹄专项基金：立鸿鹄之志，展骐骥之跃

鸿鹄专项基金源自 2021 年第二届来公益慈善晚宴上一位来自云南西双版纳的企业家的真挚倡议。来公益决定设立专项基金，专注帮扶云南地区困境学子的求学之路。鸿鹄专项基金聚焦困境学子教育帮扶，持续以长期、稳定的资助方式守护乡村青年求学梦想。来公益以实际需求为导向，通过实地走访、精准识别和持续支持相结合的方式，为来自云南西双版纳、昭通等地区的困境学子提供有温度、有持续性的助学支持，努力为更多青年打开通往更广阔未来的通道。

2025 年，鸿鹄专项基金延续四年深耕初心，继续围绕困境学子开展家访和资助工作。项目团队联合爱心“善行志愿者”组成家访团，在 6 天时间里跨越 12 个乡镇、21 个村寨，累计跋涉 2133 公里，走访 22 户困境家庭，进一步了解学生家庭情况与实际需求，为后续帮扶工作夯实基础。截至 2025 年底，鸿鹄专项基金已连续四年扎根云南，累计资助西双版纳、昭通镇雄等地 41 位困境学子，走访家庭超过 100 户，累计跋涉山路超过 7600 公里，总资助金额达 160 万元。

### 跨越山海家访，守护求学梦想

2025年，鸿鹄专项基金项目团队联合爱心“善行志愿者”组成家访团，深入云南乡镇村寨开展走访工作。6天内，团队跨越12个乡镇、21个村寨，累计跋涉2133公里，走访22户困境家庭，在山路泥泞和复杂天气条件下持续推进家访与核实工作。通过面对面了解学生家庭实际情况和成长需求，项目进一步提升了资助工作的精准性和持续性，也让教育帮扶更贴近受助对象的真实处境与长期发展需要。



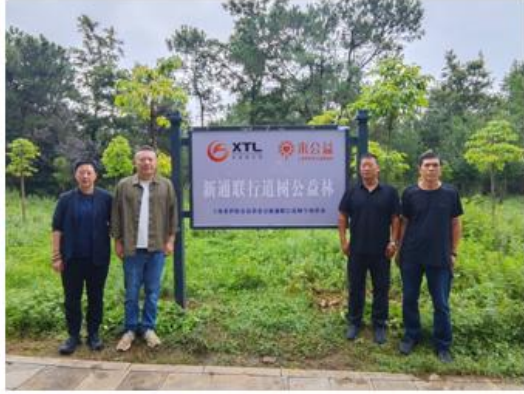
### 新通联行道树专项基金

新通联行道树专项基金由上海新通联包装股份有限公司和来公益共同设立，计划于2022年至2030年累计捐赠500万元，定向用于绿色环保、低碳倡导、帮扶济困、扶老救孤，以及自然灾害或公共卫生事件等突发情况造成损害的公益救助。专项基金以长期持续的公益投入为基础，致力于在生态保护、民生关怀和应急帮扶等领域发挥积极作用。

2025年，专项基金共计捐赠22.5万元，其中连续第三年向云南省曲靖市师宗县林业和草原局捐赠20万元，支持“绿美师宗”植树行动提质扩面。专项基金还支持师宗学子赴沪参与“宝企筑梦”访学活动，通过产业参访与文化浸润拓展青年视野，增强乡村发展的内生动力，进一步丰富项目在乡村振兴中的长期价值。

### 持续植绿增绿，助力“绿美师宗”建设

2025年，新通联行道树专项基金持续支持云南省曲靖市师宗县推进“绿美师宗”植树行动。随着“新通联行道树公益林”正式揭牌，全县11个植树基地网络逐步形成，三年累计植绿11.4万余株，辐射带动植树面积达5,000亩，树木成活率突破90%，保存率稳定在85%以上。项目以持续性的生态投入夯实乡村绿色发展基础，也让公益行动从单次捐赠进一步延伸为长期生态共建实践。



## 星光守护专项基金

星光守护专项基金于2024年12月设立，聚焦孤独症儿童及其家庭支持，持续围绕宣传倡导、疗愈赋能和社会融入等方向开展公益实践。2025年，专项基金一方面支持公益儿童艺术展呈现孤独症儿童画作专区，推动公众对孤独症群体的理解与关注；另一方面联动专业机构开展“星妈港湾”项目和芳香疗愈课程建设，为照护者提供喘息式支持与赋能，并促进孤独症家庭之间的互助链接。通过面向儿童、照护者和社会公众的多元关怀，专项基金不断拓展对孤独症群体的支持路径。

### 孤独症日公益市集传递关爱

2025年，来公益依托星光守护专项基金，围绕世界孤独症日开展联合共融公益活动，通过公益市集等形式搭建更开放、更友好的公众参与场景，推动社会对孤独症群体的理解与关注。该活动不仅为孤独症儿童及家庭创造了更有温度的交流空间，也进一步传递了包容、多元与融合的公益理念。



### 以艺术为桥，点亮“来自星星的我”

2025 年，来公益依托星光守护专项基金开展“来自星星的我”公益儿童艺术展，通过面向全社会征集孤独症儿童画作，鼓励孩子们用画笔表达内心世界。活动共收到 200 余幅作品，并邀请专项基金管委会代表、教育评估专家、美术教育专家及儿童心理相关专业人士共同遴选出 50 幅作品进行展出。画展以艺术为纽带，让更多公众看见孤独症儿童独特的创造力与情感表达，也进一步传递了理解、包容与支持的公益理念。

