

来伊份



环境、社会及治理报告

2023



目录

04

董事长致辞

05

公司介绍

06 走进来伊份

09 可持续发展战略

11

新鲜 健康 绿色 零食新主义

12 来伊份品质管理

16 新鲜零食新风向

19 健康零食新食尚

23 绿色包装新风尚

27

共创共赢 供应链合作新篇章

28 供应商准入

30 供应商评估

34 共创共赢 共同发展

36

科技赋能来伊份 数字化转型

37 全域经营时代来临

39 数字化革新：重塑传统场景的未来

45 数字化的未来蓝图

46

上海来伊份公益基金会

48 童食健康：守护健康未来

51 幸福加油站：人人公益大平台

54 乡村振兴：践行授人以渔

56 慈善捐赠

57 专项基金

58

行业影响力

62 奖项与认可

董事长致辞



施永雷

联合创始人 董事长

来伊份团队一直以用户视角出发，全球精选好品质原料，并一直追求从产业链各环节优化成本，同品质下价格最便宜，让消费者真正得到实惠。这也是来伊份二十五年来核心理念

刚刚过去的 2023 年，市场环境逐渐摆脱了不确定性的阴霾。2023 年是来伊份战略化的启动元年，我们以共创共建的理念，链接更多合作伙伴，建立长期共赢关系，在科技赋能的“实业 + 投资”双轮驱动下，共建家庭生活生态大平台。

作为行业第一家提出“新鲜零食”战略的零食公司，来伊份引领休闲食品行业的健康营养新潮流。来伊份是“新鲜零食”的倡导者，更是推动健康营养的实践者。在注重个性与健康的今天，提供既健康又美味的食品选择，重新定义了现代消费者对于休闲食品的认知和期待。

在坚守“健康、美味、新鲜、优质”的产品理念的同时，来伊份通过高效的供应链管理和科技赋能，实现了产品质量与性价比的双重保证，树立了行业内的“高品质性价比实干家”的形象。通过不断优化产品线和提升服务水平，来伊份成功满足了消费者对高品质生活的追求，同时也为来伊份品牌赢得了市场的广泛认可和消费者的深度信赖。来伊份始终坚持“用心做好每一款产品”的理念，在满足消费者需求的同时重视消费者反馈并积极改善，为消费者提供更好的购物体验。

来伊份积极拥抱数字化转型，将“数字智慧”融入来伊份产业链，积极推进数字化转型与平台化战略，实现了从线上到线下的无缝连接，为消费者提供了全渠道、多元化的购物选择，持续提升用户价值，打造零食行业数字化新标杆。

来伊份致力于构建休闲食品幸福产业共同体，聚合员工、合作伙伴及消费者等成员协力传播休闲食品行业的先进理念，推动制造产业的创新实践，提倡全产业链的可持续发展，集全社会力量，提升匠心质造水平，助推行业的幸福发展，持续致力为全球消费者提供美味、健康、营养、幸福的休闲食品，让中国健康美食走向世界。



来伊份介绍

走进来伊份

来伊份是一个充满爱和能量的品牌，给消费者舌尖以幸福的味道。

自 1999 年成立以来，来伊份已从一个中国休闲食品连锁创新者发展成为行业的专业品牌和全渠道运营商。来伊份的品牌理念——“秉承初心、用爱经营”——源自创始人施永雷和郁瑞芬夫妇的人生观念，这一品牌理念指导我们始终如一地提供高品质、健康的休闲食品，并致力于创造一个充满爱和正能量的品牌氛围。我们将产品质量做到极致，通过精心挑选原材料、坚持原产地直采及采用尖端的保鲜技术，来确保产品的新鲜度和高品质，持续为消费者提供美味、健康的休闲食品，以及便捷、愉悦的一站式购物体验，随时随地满足消费者对安心、美味零食的需求。

在稳健的成长与发展历程中，来伊份深耕于“新鲜”这一品牌内核，从严选原料、坚持原产地直采，到运用尖端的锁“鲜”包装技术，在每一个环节都精益求精，确保产品的新鲜度和品质。产品是来伊份发展的核心，全球掀起“健康”新风尚，来伊份不断满足客户需求。来伊份研发团队不断探索，在保证产品口感和质量的基础上，我们将低糖低卡、零糖零卡、零添加、纯天然成分融入产品的设计和生产工艺，全线产品品类进入“健康线”时代，以更美味、更健康、更高品质、和更懂消费者的产品，谱写出属于食品人、食品行业更精彩的篇章。



来伊份创立于国际时尚之都上海，是中国休闲食品连锁商业模式的开创者与引领者。在中国百强连锁企业榜单中排名第 70 位。我们的业务遍及全球 20 多个国家及地区，覆盖全国 31 个省（自治区、直辖市），连续 23 年全国门店规模在业内遥遥领先。我们积极推进全方位数字化销售体系的构建，涵盖了直营门店、加盟门店、特通渠道、电子商务以及来伊份 APP 等多种销售渠道，拥有 3,685 家门店，其中直营门店 1,910 家，加盟门店 1,775 家，同比增加 281 家，实现“直营 + 加盟”的双轨发展，全渠道会员人数已达 8,725 万，数字化销售体系有效提升了销售效率，同时也为消费者提供了更为便捷的购物体验。

来伊份全面升级了数字运营策略，通过实施全渠道、跨域的精细化管理，拓宽流量渠道和优化用户运营，从而推动新零售模式的创新与实践。数字化转型是来伊份平台化战略的基石，通过建立新的数字化运营场景和链路，助力实现高效管理和精准消费场景匹配，进一步促进产业链升级。来伊份专注于产业互联网和消费互联网的双轮驱动，来伊份的数字化升级不断实现从生产到消费每个环节的深入洞察和精确触达，持续为消费者提供更丰富、便捷的购物体验，并通过精确的数据分析和用户洞察，预测和满足市场需求。在推动产品和服务创新发展的同时，来伊份通过数字化转型降低运营成本，提升运营效率，确保在供应链管理方面保持行业领先地位。

秉承初心
用爱经营

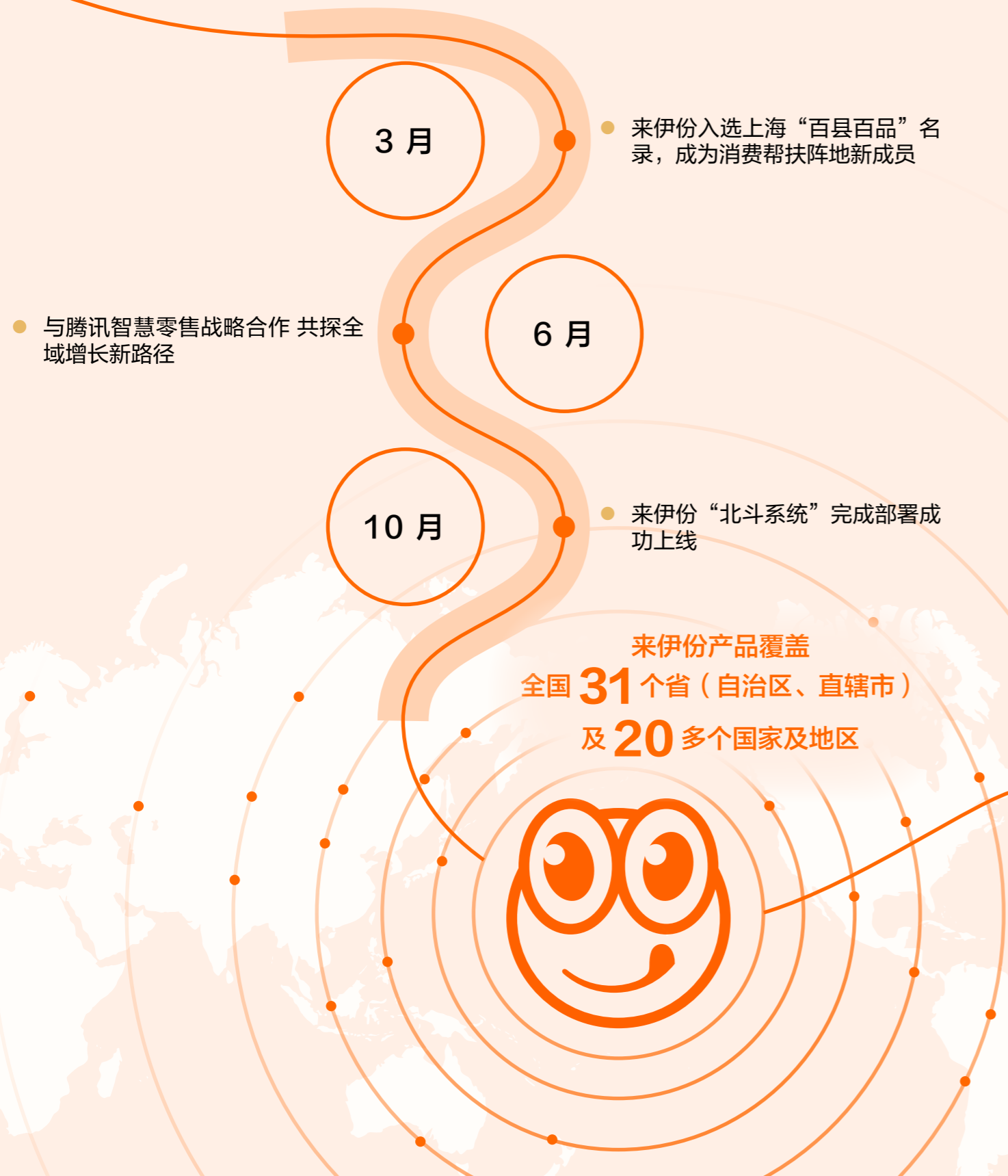
3,685

门店

8,725 万

会员人数

2023 大事记



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

<h3>关爱者</h3> <p>力争成为消费者的关爱者，捍卫食品安全，引领健康生活</p> 	<h3>提升者</h3> <p>产业价值的提升者，推动行业标准，倡导绿色产业链</p> 	<h3>践行者</h3> <p>社会幸福感的践行者，投身公益慈善，致力精准扶贫</p> 
---	---	---

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。最终达成健康生活、永续生态、美好社会的共同愿景。

来伊份秉持“正心律己、精诚奋进”的企业信念，始终把“良心价值链——产品品质价值链”和“良性价值链——企业经营链”作为企业社会责任的基石。来伊份致力于成为消费者的关爱者，坚守食品安全，推动健康生活，努力提升产业价值。通过推动行业标准，来伊份倡导绿色产业链，为建设更美好的未来贡献力量。

可持续发展战略

ESG 战略升级

作为一家食品企业，我们的 ESG 战略围绕广大的消费者群体、行业生态伙伴、员工以及社会，积极贡献力量。我们不仅追求公司层面可持续发展，更是以自身行动和影响力激励行业共同参与可持续发展的进程。

我们坚持推动休闲食品产业从传统的分散、小规模生产模式，转变为标准化、集约化、现代化、信息化的大规模发展模式。来伊份坚持的标准远超出国家和行业标准，我们引领并推动供应链标准化的提升，促进食品行业持续高质量发展。

1 可持续供应链
赋能者

1

2 健康生活
引领者

2

3 食品安全
守护者

3

4 成长共赢
陪伴者

4

5 社会
关爱者

5

我们精选全球各地的优质健康食材，为消费者提供新鲜、健康、美味的零食。我们将“新鲜健康零食”战略视为一个系统性工程，通过原料优鲜、技术保鲜、包装锁鲜、产销争鲜、配送领鲜来打造。

我们是食品安全的守护者，还是合作伙伴质量安全体系的架构师、管控者，同时更是食品产业安全体系的构建者、示范者。从田园到舌尖，我们用心聆听每一个环节上产品的“声音”，守护每一件产品的“质感”，让广大消费者吃得安心，吃得开心。

我们不仅是合作伙伴发展旅程中的支持者和助力者，更是品质提升与创新发展的推动者。我们深刻理解合作伙伴的需求与挑战，共同探索和实施质量提升与安全保障的策略。我们致力于搭建一个互信互助的合作平台，通过共享资源、信息与经验，促进生态产业的蓬勃发展。我们的目标是与合作伙伴一起，不仅追求商业上的成功，更致力于为社会带来更多的价值和福祉，让每一位生态伙伴获得成长与满足，实现真正的共赢。

来伊份的发展、壮大与成功，从不忘记“爱”的回馈。长期以来，来伊份公益基金会（以下简称“来公益”）积极参与慈善公益事业，践行企业的社会责任与大爱。来公益聚焦儿童食品健康、乡村振兴及社区公益三大主题，积极向社会传播健康理念，定点帮助乡村孵化高质量标准的助农产品，以及构建“人人公益 为爱为行”的社会公益平台，让门店成为将关爱传递给千家万户的桥梁。

新鲜 健康 绿色零食新主义

来伊份始终以消费者需求为核心，精选全球优质食材；凭借敏锐的市场洞察，引导产品发展潮流；并以匠心独运，打造既健康又美味的产品。来伊份在追求卓越品质的道路上，紧跟绿色、健康、营养的消费理念，坚持“新鲜、健康”的产品理念，采用健康配方和先进工艺，打造新鲜健康零食新主义。同时来伊份着眼于低碳发展，为产品引入可持续的绿色包装解决方案。



来伊份品质管理

“民以食为天，食以安为先”。20 多年来，来伊份坚守匠心极致精神，注重对完美品质的追求，始终坚持执行高于国标和行业标准的“来伊份品质标准”，秉持“良心价值链——产品品质链”的核心价值观持之以恒的与合作伙伴携手创造卓越品质打造良心产品。本着“以消费者为导向”的企业天条，来伊份通过良好的供应链质量管理，为消费者提供最好产品与服务的同时，形成可持续发展的核心竞争力。对以休闲食品为核心业务的来伊份而言，卓越的供应链质量管理带来的不只是品牌价值，更重要的是对食品质量安全的保障。这一点激励着我们在后台管理中持续创新，全面强化质量防护，确保来伊份产品的卓越品质得到有效保障。



来伊份严格遵守《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（GB2760-2014）》《食品安全国家标准预包装食品标签通则（GB7718-2011）》和《食品安全国家标准预包装食品营养标签通则（GB28050-2011）》等各项食品安全国家标准制定了《来伊份食品供应商管理制度》，明确规定了对供应商的原材料采购、质量控制能力以及在售商品的质量等关键管理环节的要求，并实施了全面监督和管理，确保了食品安全与品质的双重保障。

来伊份建立了一个跨部门协作的质量管理体系，确保质量控制的有效实施。标准法规部负责识别、评估并应对食品安全挑战，统筹安全管理任务。成本控制部着手于供应商质量追溯，确保每一个产品都符合来伊份的质量品质标准。质量技术中心则担当产品在送达消费者前的最终质量检验职责。依靠多部门紧密合作，来伊份打造了一个高效且严密的质量监控网络。报告期内，来伊份顺利通过了 ISO 9001 质量管理体系认证和 BRC¹ 体系 A 级认证等国际食品安全标准认证。

通过落实全面且深入的质量管理体系，来伊份致力于向消费者提供既安全又放心的高品质食品。无论是过去、现在还是将来，来伊份始终将零食的新鲜和品质放在首位，恪守最严格的品质准则，并与合作伙伴共同凭借良知与匠心精心打造每一款产品。

1. BRC: British Retail Consortium Global Standards, 是一个广泛认可的全球性食品安全和质量认证体系, 涉及食品安全、储存和分销以及零售等领域。A 级认证是 BRCGS 最高级别的认证。

全面细致的质量管理规划和深深根植于企业文化的质量意识是来伊份长期成功执行高标准质量管理的基石。每一款高品质零食的诞生都基于我们对从研发到销售各环节中关键质量风险控制点的全面评估。从产品研发阶段到后端销售再到送达消费者手中的每个环节，我们都进行了全面的关键质量风险评估，我们不仅关注产品的交付质量，更重视包括供应链原料质量管理、生产流程质量控制以及顾客满意度的全方位把控。此外，来伊份致力于培育全员参与品质管理的文化，鼓励员工开放沟通、持续改进和主动识别及解决质量问题。在这种文化的鼓舞下，每个供应商都视质量为己任，积极实行改进措施，有效预防潜在质量风险，确保持续提供健康美味的合格产品。

来伊份始终坚持守正出奇的质量风险防控策略，以好吃、美味、好品质、好体验的用户需求为驱动力，促进产品品质升级的同时，推动“新鲜零食”战略。我们通过构建食品合规风险防控体系，实现食品风险防控的闭环管理。在风险监测、风险识别、风险预警、风险应对和风险交流的管控流程中实现全面识别潜在风险，及时处理风险事故和反思优化管控措施，最终将产品安全风险降至可控范围，同时降低风险造成的损失可能性。



来伊份携手供应链伙伴共同构建了一套全面的食品合规风险防控体系。在此框架下，我们与供应商共同确立了严格的原料使用、验收和储存标准，不断提高工艺优化和质量管理的水平。特别是明确禁止使用糖渍、盐渍等工艺，推广保鲜包装技术以增强产品安全性。同时，来伊份投身于深化供应商的分级管理，实施先行检验和全面的供应商质量培训计划，确保从源头到终端的质量控制体系得到有效执行，持续推动产品品质的全面提升。

来伊份品质管理

“嗨吃无骨”系列质量提升

来伊份为了从根本上解决“嗨吃无骨”系列产品在高温天气下的耐受性问题，识别出产品存在的三大痛点：出胶问题、色泽退化和口感发粘，这些都是整个行业面临的挑战。针对这些问题，我们从原料选择、加工工艺、包装材质、运输方式四个关键环节出发，寻找改进机会。经过多次打样和在六个不同温度带进行链路模拟试验后，我们初步制定了改善方案。此方案的实施得到了产品管理、供应商、研发部、包装材料部、品质部等六个部门的密切合作，我们成立了专项小组，共同细化并执行了脱骨凤爪专项提升计划。



来伊份的质量管理方针围绕“预防为主、源头把控、层层监督”的核心原则展开，将精细化管理贯穿于质量控制的各个环节。我们致力于强化整个产业链的品质稳定性和质量安全，实现从原料选取、生产、包装、仓储到流通各环节的全链路质量监管，通过 31 个关键质量控制节点严格审核每一个生产步骤，确保实现食品安全的全生命周期管理。在原料控制环节，我们通过实地考察优选新鲜食材，对所有原料进行农药残留和添加剂检测，以此确立食品质量的首道防线；在供应商生产环节，我们的供应商质量管理团队提供全程指导，助力供应商提高质量管理和流程监控能力。在产品配发前，由来伊份检测中心进行严格检验，保证所有产品达到来伊份设定的高质量标准。

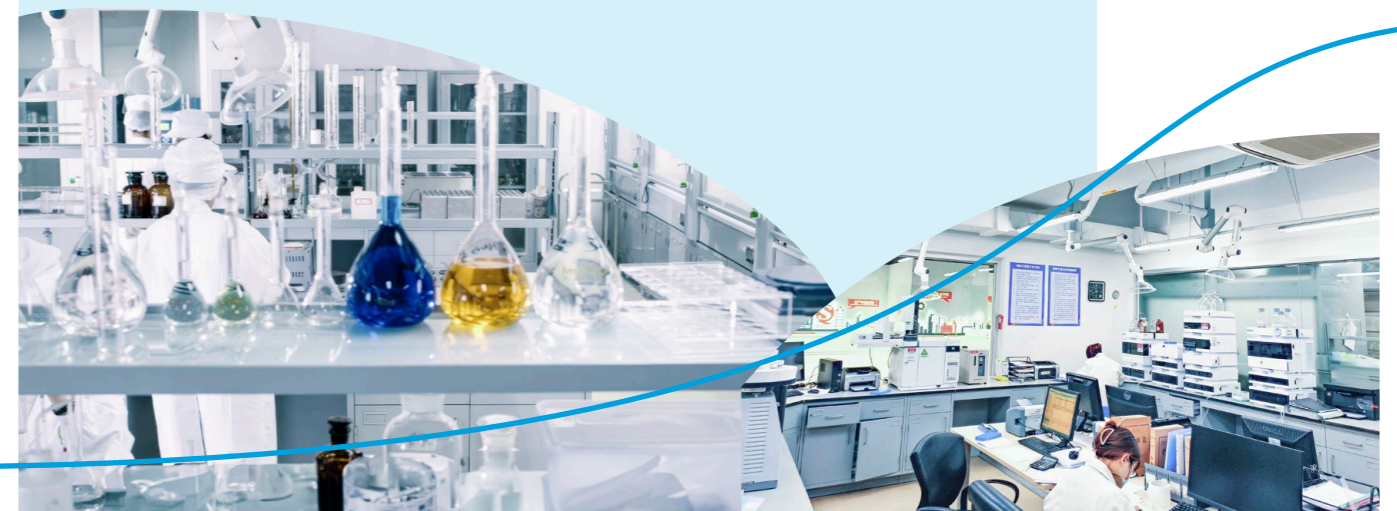
来伊份致力于通过实践和创新推动质量管理体系的高效运作和产品质量的不断提升。来伊份食品研究院和质量技术中心为公司的质量管理提供了坚实的基础和持续的动力。食品研究院通过产品创新研发、建立产品新标准，以及增强知识和技术能力，确保了我们的产品保持多样性的同时能够满足甚至超越现行的高标准。同时，质量技术中心充分利用绩效管理和信息化手段优化质量监控，以高水平的食品检测能力保障产品高品质，提升质量管理体系的运作效率。

我们认识到，建立一个完善且高效的食品安全体系需要制度、管理和技术等多方面的协同合作。确保食品从源头到餐桌的质量与安全，不仅需要坚实的制度保障和切实的管理措施，还需借助数字化和智能化技术的优势，以提高产品质量管理的效率和增强质量信息的透明度。来伊份的品质追溯系统是一个涵盖制度、管理、软硬件等多维度的综合工程，通过利用大数据和供应链追溯技术，有效降低食品安全风险。

消费者可以通过扫描食品包装袋上的食品安全溯源二维码直接查到购买产品从原料验收、生产投料、半成品检测、成品出厂检验、来伊份入库检验、配送门店、门店销售等全产业链上相关的证照、检验报告以及国家第三方认证检测报告。有的产品甚至还能看到食品介绍视频、原料地照片、加工车间监控视频等，真正做到从全程为食品安全保驾护航，让消费者既看得安心也吃得放心。

首家获得 CNAS 国家认证的食品公司

CNAS 是中国合格评定国家认可委员会英文缩写，是由国家认证认可监督管理委员会批准设立并授权的国家认可机构，统一负责对认证机构、实验室和检查机构等相关机构的认可工作。来伊份长期积累所具有的专业检测水准，建立符合标准的质量体系有效运营。来伊份检测中心已具有国家及国际认可的管理水平及检测能力，已获得认可的能力范围内的检测结果将得到全球 60 多个国家和地区的认可，具备开展相应合格评定活动能力，可以更公正更科学更准确地为社会提供服务，带给消费者保障。

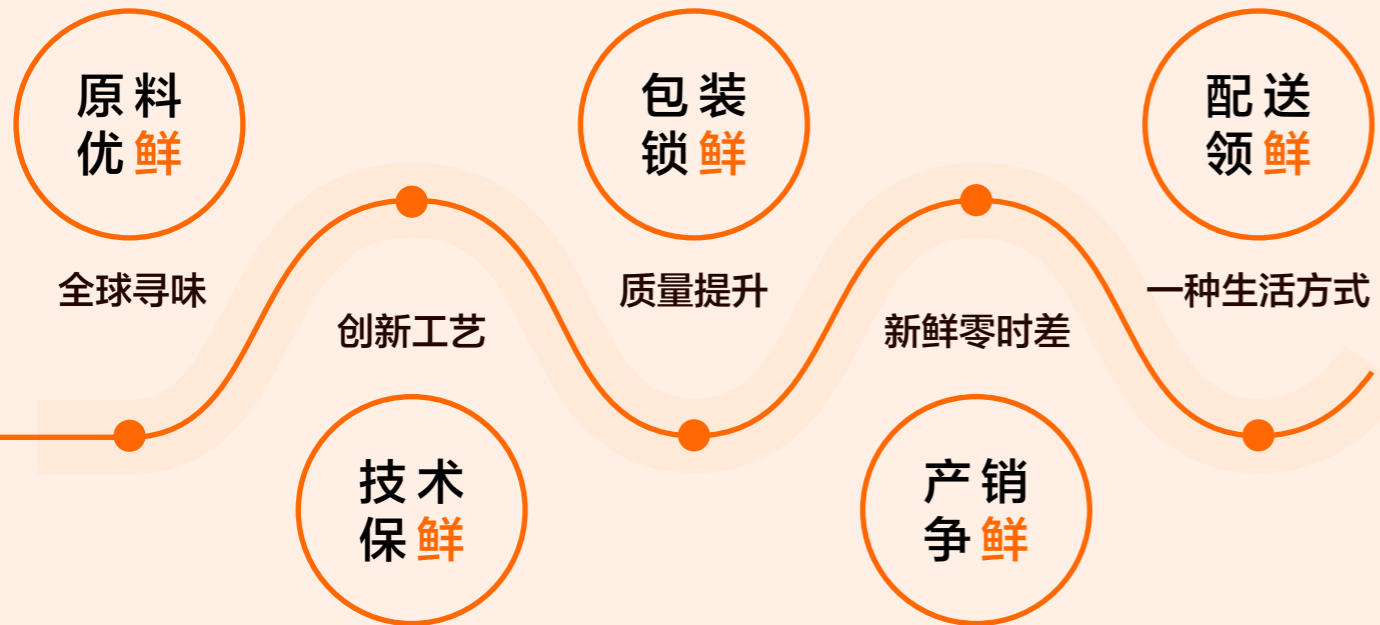


新鲜零食新风向

来伊份自成立以来，坚持为消费者提供新鲜、健康、高品质的零食。以当代消费者对食品健康和新鲜的重要诉求为出发点，推出了“新鲜零食”品牌战略。每一份新鲜零食的背后，都是来伊份对全产业链的严格要求。为了保证零食的新鲜口味和优质供应，来伊份制定了原料优鲜、技术保鲜、包装锁鲜、产销争鲜、配送领鲜的“五鲜标准”，在对内高标准的同时，也对产品的上中下游严格把控，将新鲜零食做成一项系统性的工程。

来伊份致力于通过精选优质原材料、推进技术创新和优化产业链等措施不断进行品牌升级，将新鲜健康的产品引入零食市场，凸显品牌的独特价值和差异化优势。新鲜零食战略“五鲜”标准推动了行业标准的升级，截至报告期内，来伊份近 800 个产品单元 (SPU) 通过了由来伊份起草、食品学会组织并实施的《新鲜零食通用要求》团体标准。

五维新鲜战略



“新鲜之旅”，优质产地孕育时令佳品



原料优鲜：优质原材料是打造新鲜零食的基石。来伊份致力于全球寻觅最优质的食材，遵循自然生长规律，严格筛选，确保食材的新鲜与健康。来伊份始终以高标准的原材料为出发点，实施新鲜零食战略，从根本上为消费者提供更有

来伊份爆品芒果干“芒太后”的原材料金芒来自芒果之乡广西百色，是来伊份经过亲身走访和对比选出的最符合产品要求的芒果品种。来伊份优选当季芒果新鲜采摘，通过急速保鲜、和 56 小时低温烘干、5 小时低温烘烤，最大程度保留芒果水分和本味。

技术保鲜：从生产端响应新鲜零食战略，来伊份提出了“技术保鲜”路径，在食品加工和保鲜工艺上科技创新、科技赋能，助力新鲜零食战略从生产到销售的全面落地。为迎合消费者对多样化、健康食品的需求，来伊份启动的“新鲜革命”从健康营养、生产工艺、保鲜技术、新品创新等众多方面进行持续优化与升级，积累了 16 项核心技术，构筑了来伊份产品力的坚实基础，确保“新鲜”贯穿每一个产品研发和生产环节。

包装锁鲜：来伊份通过实施高品控标准和采用先进的包装技术，引领了产品包装的创新变革。来伊份研发的“多层共筑技术”、“单向透气膜技术”以及“天然抑菌技术”在产品中已得到广泛应用，有效地保持了食物的原始风味和口感，同时达到了杰出的保鲜效果，践行新鲜零食的新鲜标准。

产销争鲜：食材的新鲜和时间息息相关，为推进战略布局，来伊份着手打好产品生产和销售环节的配合战，尽可能缩短产销期降低囤货率，保证消费者品尝到新鲜美味的产品。来伊份运用数字化技术将新鲜现制的产品在最佳赏味期内送达消费者手中，运用智能模型预测和计算，确保库存量和工厂生产行为达到一个动态的平衡，降低库存成本的同时做到消费端品质保障。

配送领鲜：新鲜零食战略的市场影响力与来伊份“建设家庭生活生态大平台”的愿景完美结合，来伊份发挥线下门店数量多和覆盖范围广这一特点，根据门店销售情况的差异实行每日配货方案，实现 24 小时恒温冷链运输，保证对门店的新鲜供应。同时社区零售店提供 30 分钟内送货上门服务，打造完整新鲜零食配送链，将新鲜零食带进千家万户的日常生活中，深度转变消费者的零食消费习惯。

新鲜零食新风向

“百年好核”——临安山核桃

每年白露前后，临安便进入了山核桃的丰收时节。500 多年的种植历史，独特的石灰岩地质与四季分明的气候，为山核桃树营造了适宜的生长环境，也让临安的山核桃拥有“品质上乘”的标签。“百年好核”坚果产品“新鲜”出炉，为保持鲜美的口感，来伊份仅在 9 月到次年 4 月期间上架售卖。



健康之选：美好生活新标准

为了迎合消费者对多样化和健康化食品的需求，来伊份推进了产品线的“健康化”战略，旨在在确保零食的新鲜美味的基础上，对全产品线进行健康升级。来伊份摒弃了传统零食高油、高糖、高盐的加工工艺和配方，采用非高温煎炸工艺和科技创新调味品，并创新研发减糖及无糖新配方技术，在提高零食健康程度的同时做到保障口感和口味，让消费者们吃得开心、吃得健康。

科技赋能：数字化转型

新鲜零食战略的顺利落地依赖于产业链的整体升级和稳定运行，通过严格执行“五鲜”标准将新鲜贯彻全产业链，每个环节都离不开高效物流系统和智慧供应链的保驾护航。

来伊份正通过数字化转型，为“新鲜零食”战略保驾护航。我们开发并运用了众多数字化管理系统，实现了公司供应链流程管理、仓储管理、物流效率的全面升级。这一变革打破了从生产到销售各环节之间的信息壁垒，建立了全链路快速响应和交付的能力。与传统运营模式相比，来伊份的数字化升级缩短了产品的运输和交付时间，确保产品在零售端的新鲜品质。

健康零食新食尚

来伊份不断探索尝试，持续向“新品、精品、名品”进发。持续的产品研发创新也是满足消费升级的必要条件。作为行业首家提出“新鲜零食”战略的公司，来伊份致力于向消费者传递塑造“新鲜零食即来伊份”的品牌形象，随着健康概念在食品行业的普及，零食的健康化无疑已成为消费市场的主流趋势，并受到消费者的广泛认可。作为零食行业的领军品牌，来伊份扛起行业领军者的责任与担当，不仅坚守新鲜零食的品牌定位，更致力于推动零食健康化的进程，立志成为“健康零食的引导者”。

来伊份创新提出“健康零食 6 大支柱理论”：健康产品、健康设计、健康体验、健康背书、健康文化、健康技术，共同支撑来伊份健康零食品牌战略，引领来伊份继续朝向健康化发展。

健康产品

原料健康：认证原料、五谷杂粮、药食同源、功能原料、新食品原料、健康大类

工艺健康：轻加工、非油炸等健康工艺

配方健康：0 添加、低（减）盐 / 糖 / 油等、加营养

健康背书

健康零食可印证的权威第三方支持。如：健康专家（国家认证食品营养师）、专业机构（食品行业学会）、健康形象代言人

健康设计

视觉传播：在传播物料中强调健康感设计，传达品牌健康理念

产品包装：在产品包装上强化健康标识，做健康零食的倡导者

门店 SI 设计：门店硬装、软装、物料等触点应用健康设计

健康文化

传递品牌健康理念，塑造品牌健康零食专家形象，牵头制定“健康零食 5 低标准”，引领零食行业向健康化、标准化发展

健康体验

顾客对健康零食的实际体验，包括但不限于来伊份自有及外部渠道的购物体验。贯穿用户生命周期旅程，以健康的产品、健康的理念、对健康的贯彻，赢得消费者认同

健康技术

应用保证产品健康的各种技术，从源头管控，规避不健康的配料及工艺，比如以冻干代替腌渍、以烘培代替油炸、以轻油代替重油，在保证产品口味的前提下，通过健康技术的应用提升产品的健康属性

健康零食新食尚

健康营养猪肉脯：颠覆传统，迎合健康零食新风尚



传统肉脯产品的高糖高油形象已经过时，现代消费者更注重健康与营养。来伊份的健康营养猪肉脯在此背景下应运而生。精选鸡胸肉和猪肉原料，经过数十道工艺严苛把控，最终只保留 5% 的水分，猪肉脯肉感不柴，酥脆可口，营养丰富。每 100 克中蛋白质含量达到 22 克，相当于纯牛奶的 6 倍。

通过优化升级，来伊份高蛋白酥脆肉脯不仅满足了消费者对美味的追求，更符合他们对健康与营养的关注，在 2023 年全球食品创新奖中荣获铜奖，成为市场上备受青睐的新宠。



来伊份每年要推出百余款新品，平均 2 天推出一个新品，截至 2023 年，来伊份拥有 12 大核心品类，约 1,400 余款产品。来伊份布局健康零食战略，始终坚持产品的升级和创新，满足消费者多维度的需求，通过高品质的产品和服务，满足“低脂、低糖、低卡”的行业健康新风尚。

我们制定了《食品研究院管理制度》，以规范新品的研发流程和质量关键点，不断打开产品的受众市场和提升品牌竞争力。来伊份的新品研发坚持“安全、健康、美味、新鲜”的开发理念，紧密结合休闲食品市场趋势和产品发展动向，指导来伊份的品类创新方向。

来伊份全面致力于将健康理念融入我们的产品研发之中，确保在满足美味这一基本要求的同时，全线产品都朝着更健康的方向发展。因此，我们实践了包括“原生态”、“有机”、“0 反式脂肪酸”、“无添加”、“无公害”、“非油炸”、“无糖”、“无农药残留”、纯天然以及全麦等健康关键词在内的高健康准则，确保这些营养和健康的特质能够贯穿我们提供给消费者的每一款产品。真正做到让零食不仅仅是一种口腹之欲的满足，而是符合消费者对于“健康、营养、美味”的复合型需求。

基于对消费者健康需求深入理解的自然演进，我们专注研发了以益生菌为核心的系列产品，致力于改善消费者的肠道健康。我们结合专利活性益生菌菌种的有益功能，以及与当前市场需求相适配的品类进行创新研发，提供既美味又营养的零食选择。这些益生菌菌种经科学验证能够显著改善肠道健康，同时对消化吸收效率的提高和免疫力的增强等方面具有重要益处。随着益生菌产品线的持续扩张，我们现已涵盖多种消费者喜爱的品类，包括坚果炒货、果干蜜饯、糖巧果冻、冲调速食、乳品饮料等，为不同口味和需求的消费者提供更多营养零食的选择来促进和维护健康。



来伊份益生菌家族新成员——“伊天益袋”和“伊天益瓶”

来伊份推出的以益生菌为核心的产品系列，专注于提升消费者的肠道健康。

在 2023 年，我们的益生菌坚果系列进行了全面升级，引入了每 100 克含有 100 亿活性益生菌（100 亿 CFU/100g）的高效配方，以支持肠道健康、增强免疫力、

促进消化吸收，完美迎合现代人对健康与营养的需求。

我们致力于为追求健康的消费者提供多样化的营养零食选项，帮助他们维护肠道健康。“伊天益袋”和“伊天益瓶”两大品牌通过品牌化运营和精准市场定位，成功满足了市场对健康营养零食的需求。

健康零食新食尚

轻负担全新升级

在来伊份，我们深刻理解健康是一个相对且多维度的概念。我们认识到，不同类型食品的健康标准各有侧重点，例如肉类产品与糕点在健康标准上不尽相同。因此，我们在开发轻负担系列产品过程中，采纳了科学的

减油、减糖、减脂方法。旨在优化产品的营养结构，而且避免了一味地删减成分的做法。这种方法展现了我们对健康饮食多维度理解的实践，我们致力于科学地提升行业和消费者对健康饮食的整体认知。

轻负担产品系列确保满足消费者对健康食品日益增长的需求，特别是那些追求降低能量摄入以促进健康生活方式的人群。我们在产品中融入益生菌等有益成分，同时也注意减少可能对健康造成潜在负面影响的成分。这一平衡策略进一步强调了我们致力于支持消费者健康生活方式的决心，确保我们提供的零食在满足口感的同时，也贡献于消费者的健康。

通过采用前沿技术，我们对经典的高热量食品进行了重新设计，实现了产品营养结构的优化，包括减少糖含量、降低脂肪、以及减轻整体热量。在确保零食依然美味可口的基础上，轻负担系列减少了不健康成分的含量，倾向于低脂肪、低热量而高蛋白的营养标准，以适应健康趋势。该系列横跨多个食品类别，包括各类肉品零食、烘炒坚果、甜点饼干、干果及海味、甜食和蔬果膨化食品、速溶食品以及乳制饮品。特别是我们的肉制零食产品，如健康风味的鸡肉和牛肉系列，以及诸如海盐卤牛腱、无糖果冻、富含蛋白的肉干、低脂玉米肠和黑麦吐司等明星产品，都已在市场上占据了显著位置，深受消费者喜爱。

来伊份始终秉持着“新鲜、健康、营养”的产品理念。我们通过选用高品质原料和采用创新工艺，致力于最大程度地保留食物原有的风味，同时采用超出国家食品标准的高要求来生产能够多维度满足消费者的零食，引领着行业的升级与变革。



绿色包装新风尚

来伊份的可持续发展愿景的核心在于引领产业价值提升和发展绿色产业链。我们的目标不仅是提供健康营养的食品，更是在推动塑料制品的可持续发展和循环利用方面发挥领导作用。来伊份深知在食品行业中，轻量化包装和高效回收利用包装材料是实现“绿色低碳”的重要突破口。为此，来伊份积极投资于可持续包装的研发和应用，探索新型环保材料，减少包装膜的使用，越来越多的产品使用可再生回收的塑料制品。同时，我们鼓励我们的合作伙伴在产品设计和生产过程中融入环保理念，共同参与塑料的回收和再利用，共创绿色价值链。来伊份承载着绿色低碳环保包装转型的重要使命，努力成为行业中低碳发展的领跑者。

轻量化包装

来伊份始终将环保理念贯穿产品研发、生产以及包装的每一环节，确保新产品在原材料获取过程中保证品质、安全和绿色。在包装设计方面，来伊份制定绿色包装设计原则，充分考虑包装减重、可回收可再生、重复利用和纸基材料 4 大维度的低碳潜力。

包装材料减重

通过创新设计，我们将传统的三层包装结构简化为功能性更强的双层单一膜。这种设计使得双层材料具备了三层结构的效能，并且在此过程中，平均实现塑料使用量减少 15% 的目标。



可回收、可再生特性

在不可避免使用塑料的产品上，我们选择使用可回收和可再生的聚对苯二甲酸乙二酯 (PET) 和聚丙烯 (PP) 材料，以替代聚氯乙烯 (PVC) 和聚偏氯乙烯 (PVDC) 等不易回收的材料。这样在促进材料循环利用的同时还有助于减少碳排放。例如，我们的湃湃柠和营养肉松等产品的包装瓶，全面使用了 100% 可回收的 PET 材料，以此减少塑料废弃物。

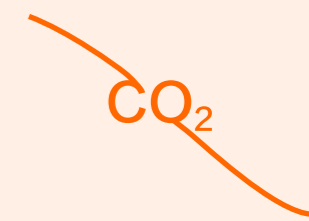
可重复利用

我们鼓励消费者在使用完产品后，将包装转用作其他用途，例如彩虹果蔬小馒头产品的瓶身可用作存储谷物等，使得包装得到重复利用，延长了其生命周期。



纸基材料

以纸代塑是一种高效减少塑料使用和降低碳排放的方法。来伊份在棒棒糖系列中使用纸棒替换了塑料棒，预计每年可以减少 1 吨塑料的使用，以此降低对塑料的依赖。

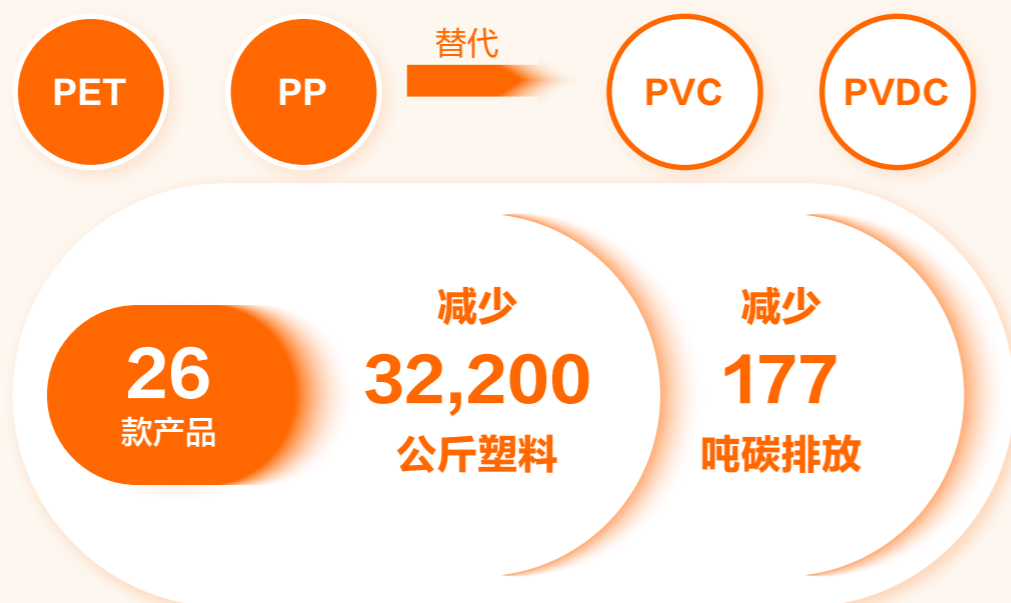


绿色包装新风尚

经过深入分析环保政策和行业趋势，来伊份对现有包装材质进行了系统梳理，设定了分阶段的包装轻量化目标，并在全产业链范围内推动合作，在提升了包装的可持续属性的同时依旧保持产品外观的美观和吸引力。

在维持包装功能性的基础上，我们已成功为 12 款产品实现了包装材料减量，其中 3 款产品减少了 PS（聚苯乙烯）泡沫板和 PVC（聚氯乙烯）片材的使用。至报告期止，共 26 款来伊份产品通过包装设计优化，减少了 32,200 公斤塑料使用量，相应减少了 177 吨的碳排放，展现了来伊份在环保和可持续发展方面的积极成效。

包装设计优化



来伊份从包装设计优化实现减塑减碳，做好行业的表率。与此同时，我们还在材料创新方面取得了突破，开发了将坚果壳回收再利用制成包装材料，实现资源的有效利用，助力循环经济在食品包装行业的突破。坚果壳包装优于传统的自封袋，在拉伸强度上表现更佳，展现了良好的可替换性。通过这次创新改善，我们成功减少了 5% 的塑料使用量，坚果壳制成的包装袋已正式投入使用。

报告期内，我们在包装上的创新获得了多项奖项和外部认可，激励我们继续推进包装创新减碳与可持续发展工作。

奖项

颁奖机构

减薄坚果壳自封袋——第 13 届美狮杯包装创新及可持续发展大奖	美狮传媒集团 ²
易回收易再生认证证书	华信创认证 ³
包装创新及可持续发展大奖——技术创新奖	美狮包装平台 ⁴
坚果壳自封袋——回收循环利用方案奖优秀奖	蓝星计划奖项委员会 ⁵
多功能露营桶——第 13 届美狮杯包装创新及可持续发展大奖	美狮传媒集团
易回收再生包装袋——第 13 届美狮杯包装创新及可持续发展大奖	美狮传媒集团
2023 年度回收循环利用方案奖——优秀奖	蓝星计划奖项委员会
包装创新及可持续发展榜样团队奖	美狮包装平台

包装材料循环利用

在包材循环利用方面，来伊份在推进包材循环利用策略时，综合考虑了包装主体与辅助材料的选择、易回收性、易再生性、环境友好性以及安全性，以提高塑料制品的回收和再利用效率。市场上常见的塑料软包装因采用多种不同材料复合，其材料性质差异大，难以回收再利用，通常处理方式焚烧或填埋，造成环境污染和碳排放。来伊份的创新塑料软包装技术有效应对了这一挑战，将原有的三层复合结构简化为两层单一材质，实现了每个包装的塑料用量减少 17%。

同时，为进一步降低环境影响，包装设计采取了简约风格，印刷面积减少了 50%。这些包装因其单一化学结构而易于回收和再生，可通过物理方法加工成同类型包装或其他塑料产品，显著提高了包装的环境友好性和循环利用价值。报告期内，通过使用 17,142 公斤的可回收塑料，我们额外减少了 59.9 吨的碳排放，显著提升了我们的环保绩效，并展示了我们在可持续发展方面的坚定承诺和实际成果。

2. 美狮传媒集团：综合性的传媒和服务公司，提供广告、公关、市场营销以及品牌策略服务。通过举办行业大奖和活动，推动创新和卓越，在业界享有盛誉。

3. 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。

4. 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。

5. 蓝星计划奖项委员会：环境保护和可持续发展项目组织，通过设立奖项来鼓励和表彰在环保和可持续发展领域作出显著贡献的个人、企业和组织。

绿色包装新风尚

来伊份获颁零食界首张“双易认证”优秀评级证书

双易标准是由中国石油和化学工业联合会与中国物资再生协会共同发起的绿色再生塑料供应链联合工作组（GRPG）共同制定的。

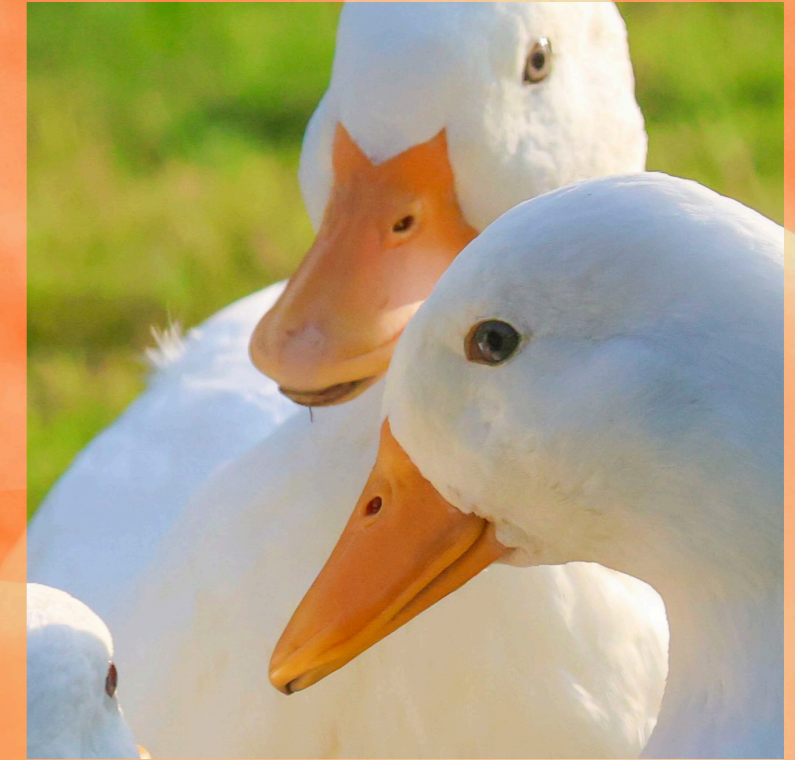
来伊份鲜奶味话梅的创新包装“MOPP18/ CPP80 包装”由单一的聚丙烯材质制成，荣获塑料软包装“双易认证”。来伊份成为零食品牌中第一家获此荣誉的企业，进一步巩固了我们在环保领域的先锋地位。该包装的减碳效果显著，遵循包装材料减重的原则，将三层不同材料复合包装升级为两层单一材质包装，成功减少了 15%–17% 的塑料使用量。同时通过优化包装平面设计并减少 50% 印刷面积，大幅减少了油墨使用量。

我们坚信，通过双易标准和认证体系推动塑料循环经济，再生塑料行业将迎来更加可持续、环保的发展，再生塑料行业将迎来更加可持续、环保的发展。我们将继续积极参与行业合作，推动绿色塑料供应链的建设，为社会和环境的可持续发展作出积极贡献。

来伊份在塑料包装方面取得的创新成果是对“减少碳排放”理念的有力践行。报告期内，通过包装轻量化和推广包材的循环使用，我们共计减少了 237 吨的碳排放。来伊份通过实际行动推动包装从设计、使用到回收和再生的闭环循环，为塑料循环经济的发展做出了重要贡献。同时，作为零食行业的表率，来伊份呼吁更多的力量共同推进塑料循环经济，共同为保护环境、推动可持续发展贡献力量。

可持续包材革新

来伊份注重生态环境保护，我们认识到可持续包装是我们对地球负责任态度的重要体现。我们有意识地选择对生态环境友好的纸材作为手提纸袋的原料，确保所有门店采用的手提包装袋均获得森林管理委员会（FSC）的认证。FSC 是一个推动环保、社会责任和经济可持续发展的森林管理实践的国际非盈利组织，旨在促进全球林业的健康管理。通过这样的选择，来伊份确保了所有纸袋包装材料从原材料的采集、加工到最终的运输销售——均源自于负责任的森林管理体系，有效保护生物多样性和健康林业发展。来伊份希望为保护全球森林资源并维持生态平衡贡献力量，也致力于在实践中向消费者和行业展示可持续消费的重要性。这样的实践促进了环境友好意识和自然资源保护观念的普及，同时促进食品行业生态保护意识的提升。



共创共赢 供应链合作新篇章

严格的供应链管理是来伊份确保产品质量和食品安全的基础，也是履行对消费者健康承诺的重要途径。我们设立明确的供应商准入和评估流程，确保每一位合作伙伴都符合我们的最高标准。这种严格不仅是为了对合作伙伴表现进行细致审查，也是一种与供应商共同成长和进步的承诺。我们与供应商紧密合作，持续提供赋能和指导，帮助他们不断进步，并支持供应商在技术、管理及可持续发展方面的创新和提升，共同构建休闲食品产业的幸福共同体。

供应商准入

凭借多年以来在供应商管理方面的领先实践，来伊份在应对市场多样化需求的同时，确保了供应链的高效运作，以满足产品质量和消费者安全的需求。选择合适的供应商，是对品牌信誉的维护，对消费者承诺的尊重，更是对食品安全责任的履行。来伊份的供应商准入标准，体现了我们对食品质量和新鲜零食战略的不懈追求，确保我们的产品在满足市场需求的同时，也赢得了消费者的信赖和支持。

来伊份持续升级对供应商的准入要求，积极遵循和实施一系列相关的准则和法规。《食品供应商管理制度》和《质量管理体系》构成了供应商筛选和管理的基础，确保了对产品质量、安全性及合规性的全面要求。在这些制度的指导下，我们细化并执行了具体的操作标准和程序，例如《供应商质量安全审核表》和《商品管理表》。

这些具体措施帮助我们将制度级的要求落实到日常管理和监督中，从而使供应商的筛选标准和深入管理更加严格和全面。通过层级分明的管理体系，来伊份的供应链管理成为了提升运营效率和增强市场竞争力的坚实基础。

来伊份实行严格的供应商准入机制，在确定供应商之前会进行资质审查、工厂准入、风险评估等工作，以保证供应商的食品安全与质量符合来伊份的要求。供应链管理实现了端到端的数字化转型，来伊份致力于与供应商伙伴共同推动研发创新。在数字智能化的进程中，我们持续优化准入系统。来伊份将共创平台与外部系统链接，显著提高了准入流程的严格性。这一技术创新使我们能够自动检验供应商的基本资质，如注册时间、背景、社保状况及内部关联等，从而确保只有真正符合我们高标准要求的供应商能进入供应链体系。这种初步筛选机制不仅提升了筛选效率，还从根源上减少了潜在风险，确保供应链的稳定性和产品质量。



来伊份根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国反垄断法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》等相关法律法规及行业最优实践，制定了《供应商商业道德与行为准则》，这份文件是我们与供应商伙伴共同遵守商业道德、诚信经营的承诺。

我们明确了供应商应遵循的商业道德标准，覆盖了员工权益、杜绝使用童工、反歧视以及反商业贿赂方面等多个重要领域。我们不只要求供应商签署这份准则，更鼓励他们将这些原则内化于心，转化为日常管理运营的指南。

同时，为了确保供应商伙伴了解并承诺遵守我们的商业道德相关要求，我们的采购合同中包含《来伊份合作伙伴行为准则》《来伊份反腐败政策》和《合作伙伴廉洁诚信承诺书》等全面的商业道德相关条款和附件，并将这些文件的签署作为达成采购合作的必要前提。

来伊份将与供应商伙伴共同努力，维护供应链系统的高商业道德标准和可持续性，助力整个行业向着更高的商业道德标准迈进。

我们对所有新进供应商进行严格而细致的商业道德背景审查。我们在供应商管理平台中引入了专业的第三方企业信息数据库，在经过系统和专业人员双重审查后，任何有严重不良商业道德记录的企业都将无法成为我们的合作伙伴。

同时，我们也会定期对现有供应商商业道德表现审查，对发现问题的供应商通过多种途径供进行合规商业行为指导，要求他们配合来伊份的供应链管理与监督，确保在合理监管下，供应商始终保持高道德标准。这种审查机制不只是保证了我们供应链的诚信和透明，更向消费者展现了我们来伊份重信誉负责的品牌形象。



供应商评估

在确立了完善的供应商准入标准之后，来伊份进一步深化了对供应商的持续评估和管理。这一过程的核心是一个综合性的供应商评估机制，我们对供应商在合作期间的绩效进行全面评审，持续的供应商管理和监督是保障来伊份产品质量、食品安全和维护消费者信任的关键。通过采用标准化的供应商评估程序，我们不仅能够确保供应商持续满足我们设定的高标准，而且还促进了来伊份及其供应链伙伴的长期成功和可持续发展。

来伊份采用了一套全面的供应商考核制度，不仅覆盖了质量保证、产品表现和交付能力等关键维度，以确保供应商满足公司设定的高标准，而且还引入了多样化的考核形式，如驻厂审核和飞行检查，来深入评估供应商的实际操作和即时表现。考核体系细分为考核和评级两部分，旨在全面审视供应商的综合实力，从而提供一个多角度、多层次的评价体系。这样的做法不仅增强了考核的准确性和实效性，也促进了供应商在各个方面的持续改进和升级。

质量保证

依据来伊份自设的星级标准，对供应商的质量星级进行评定，确保供应商能持续提供高标准的产品

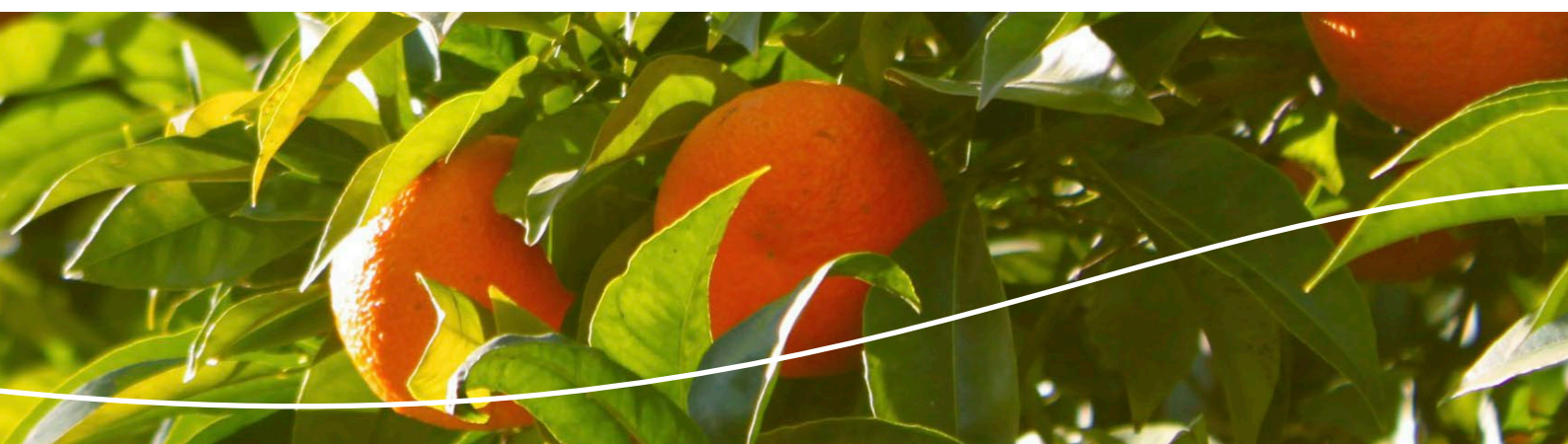
产品表现

此项考核从供应商销售贡献以及新品成功数量等角度进行，为衡量供应商的市场表现和新品开发能力

交付能力

通过订单完成率、订单及时率和供应商确认及时率三个具体指标来评价供应商的交付效率和准时性

在确立了供应商评估的主要考核维度后，来伊份继续深化其评估机制，引入了更加细致的供应商品质星级评价体系。这一体系补充了我们现有的评估标准，更具体地审视了供应商产品的质量，体现来伊份对优良品质不懈的追求。基于国家食品加工企业的标准，我们提出更严格的食物安全要求，创新性地开发了食品行业供应链品质星级考评制度，旨在激励供应商在生产管理和质量控制方面不断迈向卓越。



供应商品质星级评价体系

我们的星级考评制度基于六大核心维度：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。六大维度共同构成了一个综合性和系统性的供应商评估框架，不仅涵盖了产品质量的各个方面，还包括了供应商在面对挑战时的反应能力和管理效率。通过对这些关键领域的持续监控和评估，我们能够确保供应商不断在质量管理上取得实质性进步。

我们根据评估结果将供应商分为五个等级，从“五星”至“一星”。一年的评估周期内，我们会将优秀的供应商列入奖励评选范围，给予他们明确的表扬和奖励。这不仅激发了供应商持续改进的热情，也推动了他们在生产管理与质量管理方面的全面提升。我们相信，通过这项考评制度我们不仅能引领供应链的可持续卖发展，同时也能推动整个食品行业向更高水平发展。



供应商评估

供应商质量审核

为了进一步排除潜在风险并确保供应链的稳定性和安全性，来伊份实施了一套严格且全面的供应商质量审核程序。审核人员依据 ISO-22000《食品安全管理体系》、GB:14881 食品安全国家标准及来伊份的相关要求，对所有供应商实施全面质量管理能力评估，对出现不合格情况的供应商进行限期整改或停产整顿等处置。来伊份将通过持续的监督审核，以及及时有效的整改措施，进一步提升供应商的生产和质量管理水平，从而为消费者提供更安全、更优质的产品。

- **全面审核：**
所有供应商至少每年进行一次全面的现场审核评估，确保供应商遵守包括质量、环境、健康和安安全等方面的相关合规标准和要求
- **专项审核：**
在特定的产品质量和交付方面等环节存在问题的供应商进行针对性专项现场审核
- **飞行审核：**
对于年度巡检计划在两次及以上的供应商，至少安排一次突击性飞行审核，列明重点问题清单并追踪整改
- **驻厂检查：**
对于供货量大、产品质量不稳定或品质问题频发的供应商，根据情况安排驻厂检查，以便更密切地监控和改进质量控制流程
- **驻厂审核：**
新厂和新品首次生产，根据产品和工厂管控能力的风险等级，安排专项或驻厂审核



在维持严格供应链管理的基础上，来伊份正在积极扩展 ESG 因素在供应链的影响力。通过与重视环境保护、积极履行社会责任，并且持续高治理标准的供应商建立合作关系，我们不仅可以推进供应链的长期可持续发展，还能与供应商共同努力，共创一个绿色又公平的商业生态环境。

在考核环节中，来伊份实施细致的供应商分级制度，确保每位合作伙伴都能够符合我们严格的质量和合作标准。通过年度考核和明确的等级划分，来伊份对供应商进行持续的性能监控，保障每一位供应商都能满足最高标准，并对表现不达标的供应商采取适时的调整。而对于表现持续未能满足标准的供应商，我们将不会将其纳入未来的合作考虑之中。

来伊份的供应商考核体系根据供应商过往的表现和风险等级进行权重和形式的调整，确保更加精准和有效的管理。这一过程不仅让供应商清晰地认识到自身等级及改进的必要性，还增强了与来伊份之间的合作透明度和双方信任，进一步促进了供应链整体的健康发展和高效运作。此外，来伊份通过结合专项与通用培训进一步支持供应商成长，包括利用第三方机构的定制化培训和年度通用培训提升特定能力和运营效率。针对具有潜力的供应商，来伊份实施个性化管理策略，专注于薄弱环节的改进和加速升级过程，确保资源的高效利用。



供应商监督审核方式分为全面审核及专项审核。报告期内，来伊份对合作的 215 家供应商进行了全面的绩效巡查，共实施了 327 次全面审核，129 次全项审核和 198 次飞行检查，在无预警的情况下评估供应商的即时表现和质量管理系统的有效性。这种混合式的巡查方法不仅加强了对供应商实际操作环境的理解，也增加了评估的随机性和真实性，确保了评估结果的公正性和准确性。

来伊份的供应商评估管理的严格，不仅是为了对合作伙伴表现进行细致审查，也是一种与供应商共同成长和进步的承诺。这种严格，根植于对休闲食品产业质量标准和消费者期望的深刻理解，目的在于与每一位供应商携手，共建一个健康、繁荣的供应链生态系统。通过这样的合作伙伴生态共建，来伊份不仅强化了供应链的稳定性和高效性，也为构建休闲食品产业的幸福共同体奠定了坚实的基础。作为行业领导者，这是我们责任感和前瞻性的体现，在确保追求公司长期成功的同时，也为消费者、供应商及整个行业带来更大的价值和幸福感。

共创共赢 共同发展



来伊份始终以消费者为中心，积极与供应商、行业专家等构建的幸福产业共同体紧密协作，致力于全链路的共同创新，打造领先的新鲜零食品类，实现共赢。自“休闲食品幸福产业共同体”的概念发布以来，我们持续提高新鲜零食的标准，并与共同体成员一道，全面推动新鲜零食品牌战略，致力于围绕新鲜度标准，促进整个产业链的创新与升级。通过品牌的力量和政策的支持，来伊份与合作伙伴们共同打造生态大平台，促进多方共赢，推动产业共同体的持续健康发展。

作为一家连接全球 200 多家供应商及其背后上万个产业源头的休闲食品上市企业，来伊份致力于打造由企业、消费者、合作伙伴共同组成的“幸福产业共同体”。在这个共同体中，来伊份与供应商共创共享共赢，通过资源、信息、利益和价值的共享，推动产业价值的提升和三农经济的发展。我们深知，食品产业是一个良心和道德的产业，对供应商的管理既要严格，更要充满关怀，帮助他们成长，保持学习精神和精益求精的态度。这是来伊份和供应商共同成长的基础，也是我们实现共赢目标的关键。

来伊份高度重视客户反馈，并将其作为提升供应商水平的一个重要途径。当面对客户反馈的质量或服务问题时，我们会与供应商紧密合作，共同分析问题根源，并提供技术和资源支持来解决这些问题。通过这种方式，我们帮助供应商提高产品质量，优化生产流程，从而提升客户满意度。来伊份持续致力于提升供应商水平，不仅保障了自身货源的高品质，也同时在推动整个食品行业的品质管理水平。持续向供应链输入来伊份做良心企业的价值观，培养供应商超越财富积累的管理能力和经营理念，随着企业影响力的不断扩大，来伊份将可以带动更多工厂、推动整个行业向良性的可持续经营不断发展。

来伊份举办的供应商大会是我们与供应商沟通交流的重要纽带，我们和供应商共同回顾合作成果、探讨市场趋势、谋划企业策略以及未来的合作机会。通过这一大会，我们不仅分享来伊份的市场洞察和战略方向，寻求更加紧密和高效的合作方式，还积极聆听供应商的反馈和建议，加深相互了解，让双方在一个开放和互动的环境中携手共赢。报告期内，供应商大会成功在上海举办，吸引了 140 余家供应商参加，现场到场人次超过 270 人。在这次供应商大会中，我们表彰了那些在质量控制、创新合作等方面表现杰出的供应商，以此鼓励所有合作伙伴追求卓越，持续提升产品和服务质量。同时，会议还围绕品牌推广、共同发展和市场趋势等进行了深入的沟通和探讨，以深化与供应商的合作，共同探索持续共赢的可能性。

报告期内，我们定期举行了约 7 次供应商共创会议。作为一个集中而细致的交流平台，每场会议邀请了 4-5 家不同的供应商参与，既包括头部供应商，共享最新的行业资讯、讨论新品开发计划，也涵盖了处于成长阶段的供应商，旨在帮助他们识别并改进业务运营中的关键问题，同时提升供应链对市场变化的适应性。通过这种针对性的支持和持续的沟通，我们不仅增强了单个供应商的实力，也推动了整个供应商网络的升级与优化。会议中对行业资源的共享和商业机会的探讨，进一步为将来的合作铺垫了坚实的基础。

会议内容还涵盖了质量提升的关键议题，如生产日期智能化升级、虫鼠害管理、原料控制、清洁卫生、异物控制、保鲜剂使用规范以及包材体验标准等。针对这些议题，我们组织了专门的质量培训，吸引了超过 200 家供应商参加本年度的质量培训，通过线上方式每月进行一次，结合考试和课后作业，确保了培训的有效性并提升了供应商的内部管理水平。

为确保供应商全面了解并遵守相关法规，我们开展了高效的法规培训工作。我们通过线上线下相结合的方式，定期举办专题讲座、案例分析和前沿法规解读宣贯。这些培训旨在帮助供应商深入理解法规要求，提高他们的合规意识。同时，通过定期沟通和反馈机制，我们持续跟进供应商在法规执行中的表现，确保合规性。这些举措不仅提升了供应商的法律素养，也增强了他们在市场竞争中的合规能力。

为了让供应商更好地了解国际领先的食物标准和管理经验，来伊份连续 12 年组织供应商参加海外考察学习，让我们的供应商伙伴有机会直接学习国际食品行业的先进标准、管理经验和技术创新。通过这些考察，我们不仅希望能够拓宽供应商的视野，吸收新的理念和技术，更鼓励他们思考如何将先进经验融入自身业务实践。通过这种方式，我们帮助供应商提升自身竞争力的同时，也推动了整个供应链的质量和效率提升，确保我们的供应链体系始终保持行业领先。



全域经营时代来临

在当今快速演变的商业环境中，数字化转型已成为零售行业生存和发展的核心。对于来伊份而言，这一转型不仅是对新技术的追求，更是为了应对日益激烈的市场竞争，满足消费者对高效、个性化购物体验的期待，以及把握技术进步带来的机遇。随着消费者购物习惯的转变，线上购物和数字服务的需求急剧增加，传统的零售模式已难以满足市场的需求。

来伊份认识到，仅靠传统的销售渠道和经营方式，难以实现长期的业务增长和市场竞争力的提升。因此，只有通过全面的数字化转型，才能重塑我们的业务模型和客户服务策略。



科技赋能来伊份 数字化转型

■ 在新零售的大潮中，来伊份清晰地认识到，供应链的现代化和智能化将是推动企业增长的引擎。通过合作伙伴的力量和最尖端的技术，我们致力于打造一个高效、透明、可持续的供应链生态系统，从而促进产品和服务从生产者到消费者的无障碍流转。通过科技赋能供应链的数字化转型，我们将与合作伙伴共同创造更大的商业价值，并最终实现消费者、生态伙伴、环境三赢的局面。



全域经营时代来临

数字化赋能企业运营

来伊份通过整合全方位的数据流，建立了数字化中台，实现了从客户到生产、从前端到后端的数据互联互通。这种转型提升了我们对用户数据流和价值的捕捉能力，并通过这些数据推动了创新产品和服务的开发。在数字化进程中，我们打破部门壁垒，促进了各职能部门围绕客户体验的紧密协作，形成了新的公司价值链，有效地提升了企业的全局数字化运营能力。此外，来伊份采用数据驱动的方式进行决策，破除了传统业务与信息技术之间存在的界限。通过成立数字化组织，来伊份实现了业务流程、协同方式和管理层级的融合创新重构。

数字化服务现代用户

来伊份的数字化转型是对传统供应链管理模式的直接回应，同时也是对现代市场对用户体验重视的积极适应。通过优化数据流动，我们能够提供更加个性化的产品与服务，有效提升了消费者满意度及品牌忠诚度。数字化转型的关键在于增强了对市场变动的迅速反应和促进了快速决策。依托数据驱动的决策机制，利用实时市场数据和深度分析，我们制定出更加精准和高效的营销策略，并能迅速调整产品和服务，以满足消费者不断演化的需求。这种变化不仅极大地优化了客户体验，还增强了企业的市场竞争力和创新能力，为来伊份在数字化时代的持续成功与成长打下坚实基础。

共建共创幸福平台

来伊份正迈向建设以消费者为中心的全域经营时代，通过搭建一个可持续、长效的全域消费者运营平台。公司正在转型为一个智慧零售的新标杆。在与生态伙伴的紧密协作中，来伊份致力于精准定位消费场景并提升产业链效能，力求在智慧零售领域树立典范。此举与公司构建一个全方位家庭生活生态大平台的宏伟蓝图相契合，目标是实现互利共赢，携手合作伙伴共同推动整个行业的稳健前行。

数字化革新：重塑传统场景的未来

数字化转型推动企业跨越传统边界，进入平台级市场和增长的革命。在这个过程中，来伊份通过搭建各大中台，构建起了一个全新的商业运营生态，这些中台覆盖了业务、供应链、财务等核心业务场景，还通过数据系统的融合提升了整个企业的决策效率和市场响应速度。

来伊份的业务中台以其灵活性和适应性，支持各种交易履约和财务结算策略，保证了在复杂的商业环境下销售业务的敏捷更新和业务连续性。它适应多商家和多经营模式，优化了实物和虚拟商品交易的客户支付体验，提高了结算的精确度和速度。此外，业务中台的快速新业务接入能力，有效加速了市场推广和业务扩展。

来伊份的财务中台代表了公司在财务管理领域的进步和自我革命。它取代了传统的 SAP 业财一体系统，体现了公司对财务运营模式的迭代升级，为敏捷市场经营提供了动态支撑，促进了持续的财务转型。构建在业务对象、财务业务服务和管控决策分析三个层级之上，财务中台通过数据集成、流程自动化和决策智能化等特点，提升了财务操作效率，加强了风险管理，保障了活动透明度和合规性，为实现财务转型目标提供了技术支撑。



来伊份的供应链中台通过打通供应链的全链路，确保从源头到终端每个环节的高效运作。这个平台通过优化商品流通过程、实现采购销售间的无缝协同、以及资源的最优配置，提高了使用效率。覆盖供应链关键环节的平台，包括需求预测、库存管理等，实现了品效提升、库存健康保障和成本最优化，提高了商品流通效率和市场响应速度，确保了每个订单的高效完成，满足不同销售渠道的顾客需求。通过搭建供应链中台，来伊份能够实现更加智能和可靠的供应链运营，为业务的持续增长和市场相应率提供强有力的支撑。

作为来伊份数字转型的脉搏，数字中台持续地吸纳和分析企业各环节的实时数据流，持续更新各大中台信息，确保整个组织的数字化活动被精确捕捉和评估。它代表了企业信息化的活跃血脉，专注于将数据转化为即时的业务洞察和操作，同时不断地自我更新和进化，以适应不断变化的商业环境和内部流程需求。

数字化革新：重塑传统场景的未来

随着来伊份中台战略的推进和深化，我们已经成功地将中台的集成和智能化能力延伸至企业的日常运营。中台不仅为我们的业务决策提供了数据和分析支持，中台下承接的各系统也为门店运营、供应网络和物流管理赋予了新的生命力。

智慧零售开启征程

在互联网浪潮的影响下，消费需求和消费场景呈现出多元化发展的趋势，即时零售通过数字技术快速匹配人与货，不断突破传统零售的界限。来伊份适时将单一的休闲消费场景扩展到多业态的全域经营，通过线上线下融合的智慧营销，实现了全方位服务的优化。这种转变，尤其在门店运营的优化中找到了明显体现。我们淘汰了传统的电话订货方式，引入了一个统一的订货平台，实现了叫货补货过程的在线化、自助化和智能化。门店受益于便捷订货、即时审批和实时物流跟踪，有效提高了运营灵活性和商品多样性。此外，门店利用精细化的数据清单改善了日常补货，从而确保商品的及时更新和供应链的高效运转。门店运营优化后，我们已实现每天 1,935 家直营门店的高效订货，系统使用率达到 98%，1,451 家加盟店的使用率也达到 93%，门店平均订货时间缩减为原来的一半，订货效率提升了 100%。

通过 2023 年与腾讯展开“智慧零售”合作项目，来伊份得到了腾讯的技术力量 and 平台支持，整合了线上线下的消费者数据，实现全方位的消费者运营和个性化服务。系统提供了“千店千面”的个性化选品策略，允许门店通过主要系统驱动的选品机制进行精准运营和管理，确保将最适宜的商品配送至最合适的位置。这种策略有效地确保了每一家门店能够根据当地消费者的具体偏好和需求，提供精准的商品配置，从而实现商品与需求的最佳匹配。系统驱动的选品机制为门店提供了一个动态调整商品策略的平台，使门店能够灵活应对市场变化，及时调整商品组合，从而保持竞争力。

在“智慧零售”项目中，我们结合自动化和精准营销策略，深化了对消费者行为的理解，提高与消费者的互动和满意度。通过持续跟踪分析数据，我们优化价值模型以贴合市场动向与消费者需求。借助腾讯的先进技术与平台能力，我们实现了数据整合与跨平台运营效率的提升。这显著优化了消费者购物体验，提高了品牌忠诚度，也强化了我们的数字化转型和市场适应性。

在数字化转型中，信息安全和消费者隐私保护至关重要。来伊份遵循 ISO 27701 个人隐私信息安全管理规范、《信息安全技术——个人信息安全规范（GB/T 35273-2020）》的法规要求，制定了《敏感数据安全分级指南》和《敏感数据安全要求》，严格规范用户信息的使用和处理方式。报告期内，我们对来伊份手机 APP 的隐私和安全措施进行了全面升级，更新了隐私政策，实施了隐私信息的加密存储措施，并采取了去标识化处理，以确保在后台查看时保护用户隐私数据的安全。来伊份重视保护消费者隐私，提升消费者体验，增强品牌信任度，为公司的可持续发展和数字战略实施打下坚实基础。



公开透明的供应商管理平台——合作伙伴共创平台

来伊份在维护供应链商业道德和管理体系的同时，通过创建合作伙伴共创平台，建立了一个公开、透明的供应商在线管理系统。该平台不仅发布采购决策公告，如招标、中标及新合作伙伴信息，还提供了一个供应商展示其能力和产品的互动环境，让他们能够深入了解来伊份的需求和标准。这种开放模式增加了采购信息的透明度，帮助供应商适应采购政策和标准，同时强化了来伊份采购过程的公平性、正义性和开放性，共同营造了一个资源共享、协同创新、共同建设的稳定供应链体系。目前，我们的共创平台已全面覆盖所有供应商，实现了业务的系统化、标准化及协作化。

数字化革新：重塑传统场景的未来

鲲鹏系统：智能化调度升级供应链

鲲鹏系统代表了来伊份在数字化转型道路上的一大步，专注于通过标准化、数据化及自动化管理模式优化供应链业务流程。该系统实现了与供应商和物流伙伴的实时数据共享和协同，保障稳定供应。同时，它通过业务数据化与数据驱动的策略，构建了强大的决策分析体系。系统确保线上线下商品管理的协调，自动化地提升产销协同和供应链流畅度，覆盖了采购、调拨和门店补货的自动化过程。

作为来伊份智能化探索的重要起点，鲲鹏系统也是供应网络升级的核心项目，旨在实现智能货品调度的新高度。该系统突破了传统的单向仓库调度模式，采用多元化物流路径，例如从供应商直达门店，大幅提升了物流的效率。鲲鹏系统支持全网络的可插拔性，灵活地适应多样化订单需求，保证每个订单都以最理想的流程得到处理，彰显了我们对于实现完美订单的坚定承诺。

通过鲲鹏系统，我们能够实现以下目标：

智能化供应链升级

通过智能货品调度，鲲鹏系统不仅提升了供应链的灵活性和效率，还能根据实时需求和库存情况自动调整供货策略，减少运输里程、减少空驶里程，平均送达时间缩短 30%。



效率与人效的提升

系统实现了高度自动化的外采调拨流程，将自动化率提升至 70% 以上，显著减少人力资源消耗，转而通过数据分析优化操作策略，提升工作效率和决策质量。



库存周转和铺货优化

通过精准的库存控制和高铺货率，鲲鹏系统有效缩短了库存周转周期，库存周转率提升 40%。同时，已经推广实现全类商品系统智能补货，满足消费者需求，提升顾客满意度。



智能绿色物流：数字驱动优化策略

来伊份通过打造一套高度数字化的物流管理系统，优化传统的物流操作模式，实现了物流管理全流程的在线化、信息化和自动化，大幅提升了物流效率与管理水平。借助信息技术和网络化协作，有效缩短了供应链路径，提升了整体的物流表现。尤其是在灵活物流路径引入后，我们通过以下五个方面来降低能耗并且提高物流效率：

1 减少运输里程

通过算法分析，系统能够规划最灵活的运输路线和货物分配。我们最小化运输过程中不必要的里程，减少无效循环和绕行，从而降低燃油消耗量和碳排放，减少对环境的影响

2 提高运输效率

提高运输效率意味着对运输资源的最大化利用，包括提高货物装载率和优化运输路线。减少空驶和避免重复运输，进一步降低了碳排放，确保每次运输都以最环保的方式完成

3 降低能源消耗

优化后的物流路径减少了车辆在高拥堵路段或效率低下路段的行驶时间，从而降低了燃料消耗

4 整合物流资源

采用灵活的物流路径促进了运输资源的整合，实现了集约化配送。通过减少运输次数和提高配送效率，进而降低了能源消耗和碳排放量

5 促进绿色物流

我们持续关注可持续的运输策略，通过调整物流路径，采纳更绿色的物流实践。运输策略调整和技术创新，有助于我们进一步改善碳排放绩效

数字化革新：重塑传统场景的未来



物流全流程的无纸化交接

鉴于来伊份业务的快速扩张以及实现万家灯火的战略目标，在物流执行中，货品交接每年需要消耗大量纸张、碳带等耗材，且交接品质受限。为了更有效控制物流成本，提升对门店和客户服务品质，在TMS与移动POS等软硬件技术的支持下，我们优化了相关流程，成功实施了无纸化交接。

系统的无纸化交接功能，支持扫描包装条码或按商品明细进行交接，并配套了电子签名功能，显著减少了对纸张和碳带的依赖，降低了对环境的影响，更提高了交接的准确性和效率。通过这种方式，物流执行过程中的货品交接已经不再需要耗费大量的纸张。以上海配送中心为例，日均纸张消耗量减少32盒。

在供应链数字化转型的驱动下，来伊份正稳步向平台级市场的增长和扩张迈进。我们的数字化1.0战略实现了信息系统的初步建设，为业务的快速增长提供支撑；数字化2.0战略实现了从信息化到数字化的关键转变，做到业务流程的实时化和标准化；数字化3.0战略将用户体验置于核心，通过全域经营策略，打造更优质的服务和更贴心消费体验。这一系列数字化升级帮助我们更好地适应和引领零售行业变革方面的先进思维和战略布局。来伊份的科技转型增强“新鲜零食”的品牌生命力，促进业务场景精细化运营，助推来伊份从零售企业传统的运营模式，进阶为以数据驱动、智能化为核心的平台型企业。

数字化的未来蓝图

在数字化转型的旅程中，公司已从手工作业迈向信息化，并继续深化至数字化阶段，正朝着一个充满潜力和机遇的未来前进。在这一过程中，来伊份不仅致力于为消费者提供丰富和个性化的购物体验，同时也在不断提高运营效率和市场响应速度，以确保在激烈的市场竞争中保持领先。

展望未来，来伊份将迈入数字化转型的下一阶段——从数字化到智能化。这意味着公司将利用人工智能、大数据分析、物联网等技术，不停歇地优化运营流程、智能化数据决策，并为消费者打造更加精准互动的体验。这一转型不仅标志着来伊份技术进步的里程碑，也预示着公司在智能化时代中领先的愿景和承诺。

技术创新与应用深化

在未来，来伊份将继续探索和应用最新的科技创新，如人工智能、大数据、物联网和区块链等，以进一步优化供应链管理，提升产品和服务的个性化水平。通过这些技术的深度融合和应用，来伊份旨在实现从生产到销售各环节的智能化升级，为消费者带来更高效、更便捷的购物体验。

持续优化消费者体验

消费者体验始终是来伊份数字化转型的核心。未来，公司将进一步利用数据分析和消费者洞察，不断优化线上线下的购物渠道，提供更加个性化、更有吸引力的产品和服务。同时，通过增强消费者参与度和社区互动，来伊份将在品牌与消费者之间构建更加紧密的连接。

推动产业链协同发展

在推进自身数字化转型的同时，来伊份也将致力于推动整个产业链的数字化升级。通过与供应商、分销商以及其他合作伙伴的紧密合作，共同探索数字化时代下的新商业模式和运营模式，来伊份希望能够带动整个产业链的效率提升和创新发展。

展望未来，拥抱变革

展望未来，来伊份将持续拥抱变革，不断探索数字化时代的新机遇。通过不懈的技术创新和对优质消费体验的追求，来伊份将在智慧零售领域不断前行，努力实现企业的长期发展目标，并为消费者、合作伙伴以及整个社会创造更大的价值。

来伊份坚信，通过不断探索和实践，我们将能够实现从数字化到智能化的跨越，为消费者提供更加丰富、便捷、个性化的服务，同时为合作伙伴、员工和社会创造更大的价值，朝着成为全球领先的智慧零售企业的愿景稳步前进。

上海来伊份公益基金会



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

上海来伊份公益基金会

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。来公益通过链接消费者、家庭、学校、社会志愿者、爱心企业、公益合作伙伴和政府等各类力量，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。



三大品牌项目



童食健康



新乡村振兴



幸福加油站



童食健康：守护健康未来

项目使命

关注儿童食品健康知识普及，守护健康未来！

服务人群

4-12 岁学龄儿童群体

政策指导

《“十四五”国民健康规划》《“健康中国 2030”规划纲要》《中国儿童发展纲要（2021-2030）》《青少年科普教育 330 工程》等

服务理念

提高儿童对食物的认知，培养儿童选择食物的能力，引导儿童对自然和人感恩，构建从城市到农村、从学校到家庭，人人可参与守护孩子健康成长的网络

项目定位

通过儿童食品健康知识普及，改善儿童青少年存在的肥胖、零食选择多且知识薄弱、营养不均衡、身体免疫力低等现象

开展模式

课程入校入课堂进社区，通过儿童青少年自主学习成长 + 采取情景互动体验式等教育交互模式

两会提案——关注儿童食品健康

2023、2024 年全国两会，全国政协委员、上海来伊份股份有限公司总裁郁瑞芬连续两年提交《多措并举关注童食健康，预防儿童肥胖及性早熟蔓延》《关于在基础教育中设置食育课程，助力提高全民健康水平的建议》提案。

在 2023 年全国政协 4,525 件提案中，全国政协委员会办公室评选出的 58 件年度好提案中《关于关注童食健康，预防儿童肥胖性早熟蔓延的提案（02197 号）》，荣获 2023 年度全国政协好提案。

全国政协 2023 年度

好提案

人民日报·人民政协网

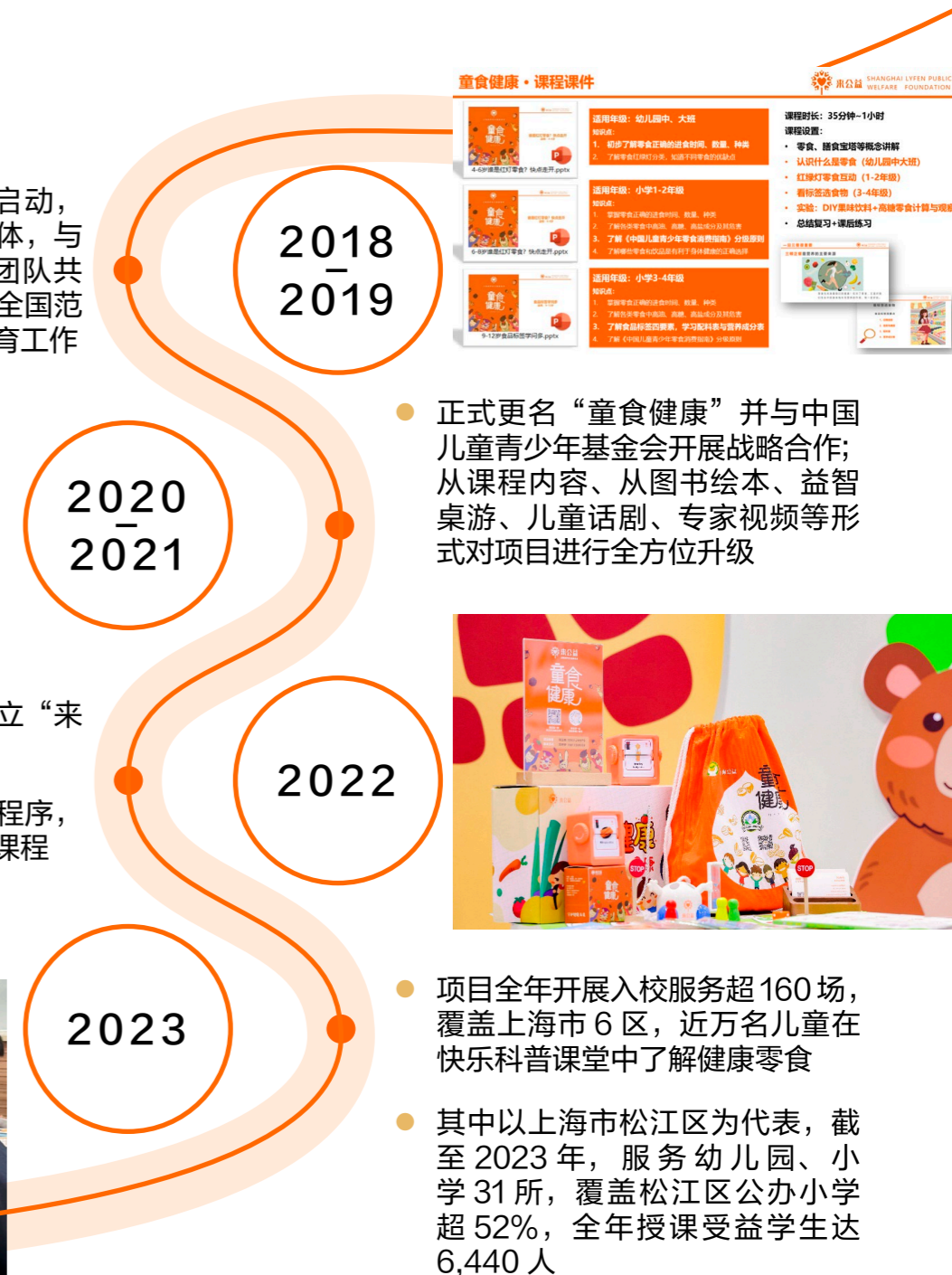
全国政协委员、来伊份总裁郁瑞芬：
多管齐下保障儿童食品健康

“童食健康”作为来公益三大品牌项目之一，以 4-12 岁儿童青少年为目标人群，旨在普及食品健康知识，力求改善儿童青少年存在的肥胖，零食选择的多样性与营养知识的匮乏、以及营养不均衡等现象。“童食健康”项目致力于为儿童的健康成长保驾护航，守护儿童健康未来。

- 来公益“爱健康”项目启动，定位 4-12 岁学龄儿童群体，与 17 位国家营养师志愿者团队共同自主研发科普课件，在全国范围内开展食品健康科普教育工作



- 携手上海市儿童基金会成立“来伊份童食健康”专项基金
- 上线“童食健康”微信小程序，并开展线上专家视频直播课程



童食健康：守护健康未来



童食健康教材和课堂互动

截至 2023 年 12 月，来公益“童食健康”项目背包、科普桌游、《你好，零食》绘本，已发行 24,000 套，覆盖全国 22 个省，近 800 所学校，累计超过 66 万人次的青少年因此受益。未来，“童食健康”将继续砥砺前行，守护更多孩子的健康未来。

童食健康项目荣获第二十届中国慈善榜“年度慈善项目”

2023 年 5 月，来公益“童食健康”项目荣获第二十届（2023）中国慈善榜“年度慈善项目”。



童食健康项目荣获“年度优秀项目”

2024 年 1 月，“童食健康”项目荣获由《中国慈善家》杂志社主办、微博联合主办的“恒心至善·2023 年度慈善盛典”年度优秀项目。



幸福加油站：人人公益大平台

项目使命

构建人人可参与、易参与的社区公益平台，共建共享美好生活

项目背景

社区公益的探索和实践成为主流，依托来伊份门店，搭建起家门口 3 公里的公益生态圈，让每一家门店成为社区的“幸福加油站”

服务形式

门店便民服务、社区公益、志愿服务

服务人群

社区居民、环卫工人、快递员、外卖员等

门店便民服务

利用来伊份门店广泛分布的网络和优越的地理位置，2019 年来公益积极响应上海市民政局及上海市社会组织管理局的号召，优选门店设立百家公益基地，将门店升级为社区公益活动场所。“爱心伞免费借”便民服务已在上海、江苏的上千家门店持续运行近二十年，在人们最需要时送上挡风遮雨的爱心伞，累计服务超过 30 万人次。



2023 年 8 月，“一瓶水传递爱”项目向数十万名户外一线劳动者送上清凉关爱

幸福加油站：人人公益大平台

社区公益

来公益秉持“人人公益，为爱而行”的理念，期望建立让更多社区居民积极参与的公益平台，实现共建、共享、共赢与价值共创。通过传播关爱与善意，来公益鼓励更多志同道合的伙伴投身到公益事业中，为需要帮助的人群送去温暖。通过这份爱的传递，让人们在快节奏的生活中感受到温暖，相信即使是微小的善行也能汇聚成强大的爱的力量。

益起绘梦 为爱撑伞

2023年6月，来公益举办“益起绘梦，为爱撑伞”梅雨季限定公益活动，邀请小朋友和家长走进来伊份门店，体验DIY手绘雨伞的乐趣，通过“小手拉大手”的方式，让更多人从了解公益、到轻松参与、再到自发地支持公益，贡献出自己的一份力量。



志愿服务

来公益奉行厚植爱的文化，在担当尽责中践行志愿精神。2023年，来公益联动7所高校和8家社会组织，培育了上百名优秀的大学生志愿者，组织80余场内外部志愿服务活动，包括关爱特殊、困境儿童的活动；专属来公益二代志愿者的暑期亲子活动；同时关注培养志愿者的专项技能，如开展急救知识培训、电脑再生处理等活动。

截至报告期内，来伊份志愿服务队注册志愿者总数超过350人，公益志愿者走进全国8个省13个区县，深耕儿童公益、普及中国传统文化知识、提供应急服务，志愿服务时长超过30,000小时。

志愿活动现场



来公益志愿者
探访自闭症康复机构



来二代志愿者们
参与电脑再生活动



来公益志愿者
参与心肺复苏急救培训



荣获“优秀企业志愿服务队伍”

在报告期内举行的“中国企业志愿服务节”上，来公益被授予“优秀企业志愿服务队伍”的荣誉。这不仅是对来公益志愿者团队过去一年志愿服务的认可，也鼓励了团队继续在未来发挥积极的社会影响。

乡村振兴：践行授人以渔

项目使命

践行授人以渔，助力地方产业发展，提升自我造血能力

开展模式

打造来公益的生鲜扶贫产品价值链，助力当地成熟产业模式的打造；通过来伊份的供应链体系进行消费扶贫，让更多的乡村作物落户城市

服务理念

扶志：扶持当地农业带头人

扶技：为当地农户提供技能培训，扩大产能增收

扶资源：依托来伊份 3,600+ 家门店，4,200+ 万会员，成为扶贫产品落户城市的强大资源和坚实后盾



民族要复兴，乡村必振兴。来公益乡村振兴项目，探索“市场所需”与“当地所能”的紧密结合，通过实践因地制宜的帮扶模式，为帮扶地区打造一条从源头到销售的完整产业链，让产销的“活水”高速流动起来，提高帮扶地区自我造血能力。

“来益普”作为公益茶品牌，一方面与西双版纳的建档立卡茶农家庭建立联系，深耕上游赋能生产者提升茶叶种植标准和产品品质；另一方面通过开发多样化的产品，如普洱茶、红茶和白茶等，消费端通过线下门店、电商和社群的联结，运营品牌倡导消费者责任消费，既帮助当地农户实现有尊严、可持续的增收，又满足广大消费者购买茶品时对安全、健康、美学的需求。

通过这种模式，“来益普”不仅推动了乡村产业振兴的新路径，还确保了每一笔消费都能帮助当地的 16,731 户建档立卡家庭，并承诺将 50% 的盈利投入当地公益事业，包括支持供应链建设、儿童教育等领域。



乡村振兴项目作为城市直接面向消费者的零售平台，在相关实践中深深感受到“土特产”城市消费者满意度的提升，是打通乡村振兴的重要产业抓手。报告期内，“来益普”茶品牌、百花蜜等产品还入选了上海市百县百品消费产品名录。来伊份与上海市消费帮扶工作平台签署了战略合作协议，共同为做深做实消费帮扶、创新开拓销售模式等贡献双方的力量。截至报告期，来伊份已累计销售 500 亿元农副产品，其中来自帮扶地区的产品近 45 亿元，促进产业链源头农村地区的产业兴旺和 10 余万农民增收，走出了一条可持续发展的“乡村产业振兴”之路。

来伊份入选“百县百品”助力乡村振兴

来伊份在上海的 41 家门店中打造“上海市消费帮扶平台”专柜，专门展示并销售云南的公益茶饼、西双版纳的花糯小玉米、雨林蜂蜜等多款来自对口帮扶地区的农副产品。来伊份积极帮助这些产品在包装和细分渠道上进行提升，以更好地满足市场需求。



来益普方长茶饼



西双版纳雨林蜂蜜



心连心礼盒



即食红枣



西双版纳雨林露耳



山椒罗汉笋



西双版纳花糯玉米



公益茶·世界儿童画系列礼盒

慈善捐赠

来公益的慈善捐助项目通过与不同社会力量的协作，确保捐助活动精准惠及急需帮助的群体，敏锐洞察并回应社会问题。来伊份不遗余力地参与到社会慈善事业中，通过提供物资、技术支持和资金捐助等多种方式，发挥企业的综合优势，为社会的可持续发展和公益事业贡献企业公民的力量。

即刻出发 来伊份驰援甘肃地震灾区

报告期内，甘肃临夏发生 6.2 级地震，来公益迅速响应，联合多方力量，克服时间和地理上的困难，携手中国社会福利基金会“社区发展专项基金”及其枢纽机构，第一时间向灾区提供 19 万袋紧急食品救援物资，以当地急需的方便食品和能量补给为主，所有救援物资分三批送达甘肃及青海的受灾地区，总价值逾 50 万元。



沪滇情深 来伊份驰援昭通镇雄

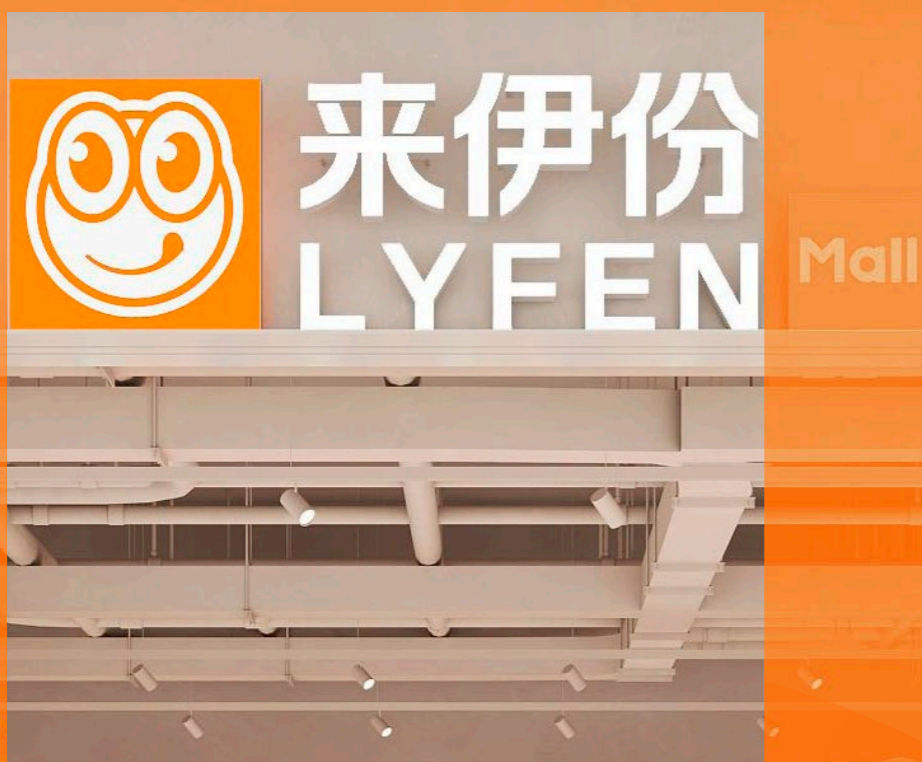
报告期内，云南昭通市镇雄县发生山体滑坡，来公益密切关注受灾地区情况并迅速启动救灾应急机制，在了解到前方群众物资缺乏时，紧急调拨距离当地最近的来伊份云南昭通市吾悦广场店（加盟商门店）共计 62 箱、5,462 件以糕点、奶制品、冲调类、方便速食类为主的 48 种来伊份食品，连夜进行打包与物资集结工作，并于灾害发生次日上午 10 时顺利送抵灾区。

专项基金

来公益于 2022 年成立“**鸿鹄专项基金**”，该专项基金定点帮助云南省内因家庭困难而无条件上大学的学生完成学业。通过当地妇联确认并核准，专项基金将通过实地家访、评估等方式，确定最终资助学生名单，以每年一万元的善款进行连续四年的资助，直至其大学毕业。资助期间将依学生在校表现、学习情况进行一年两次审核。截至 2023 年 12 月，鸿鹄专项基金已累计资助云南 21 位困境学子圆梦大学校园。



“**新通联行道树专项基金**”承诺将于 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、自然灾害或公共卫生事件等突发情况造成损害的公益捐助。报告期内，新通联行道树专项基金捐赠 50 万，支持抗疫一线人员慰问、关爱特殊困境儿童、安心暑托班项目以及助力云南省曲靖市师宗县开展“绿美师宗”义务植树等活动。



行业影响力

来伊份二十多年来深耕零食领域，与行业伙伴互相勉励共同成长，致力于为零食行业的发展献计献策，为共同打造一个可持续发展的行业生态不懈努力。在这一道路上来伊份携手行业伙伴迎难而上、不忘初心，将零食行业发展现状对标国家发展步伐，深入研究行业存在的短板问题并研究提升方法，不仅为了追求自身的可持续发展，同时希望通过表率行为和行业影响力带动产业链革新。2023年来伊份持续秉承“高质量发展”和“以爱为本”的理念，携手行业伙伴从多维度达成可持续发展战略，以身作则实践企业现代化和可持续转型，为行业健康发展和建设美好未来贡献力量。

产业链升级

来伊份希望成为可持续供应链的赋能者，坚持用高标准实践引领零食产业的供应链标准化提升，为目前发展前景广阔但发展缓慢的零食行业注入全新活力。

我们通过技术创新和战略执行在供应链管理上实现了突破，摒弃了传统零食行业供应链分散、规模小、信息不联动的问题，通过构建先进的物流和智能仓储管理系统显著提高了物流效率、规范生产模式、缩短了产品的运转周期，以身试验为行业提供了可借鉴的转型模式，推动行业供应链升级和生产标准化的逐渐展开。在规范供应链的过程中提高了对上游供应商的物流仓储要求，保证产品品质和量的稳定输出，为零食行业由于库存积压导致的经济损失提供了解决方案和先行案例，展现出对产业链伙伴可持续发展的助力及对自身 ESG 战略落地的积极实践。

环保创新

来伊份倡导零食行业的绿色产业链转型，追求用长远的眼光看待零食行业和自然环境之间的共生关系，达到企业和自然互惠互利的可持续经营模式，为建设永续生态贡献一份力量。

来伊份主动在零食生产工艺的环保创新领域投入资金和建设研发团队，用创新材料和技术研发推动零食包装的减塑行动，展现出对环境可持续发展的责任和担当。来伊份研发了通过回收加工坚果壳代替塑料包装的“坚果壳包装”技术，为零食行业提供了环境友好新技术，可在零食包装环节广泛应用，研发结果也提供了同行企业可借鉴的案例。在包装设计优化方面，来伊份成功研发“单一材质开发技术”，可在零食行业广泛应用，此技术为来伊份获得了零食行业的第一个“双易认证（易回收易再生认证证书）”。成果亮点在于可以普适地应用在多种零食品类和场景，通过优化零食包装设计减少塑料和油墨使用量，在环境友好的同时提高包装的易回收和易再生能力，这对业内伙伴的包装优化研发非常有借鉴意义。来伊份希望通过与业内伙伴共同创新和分享达到可观的减塑效果，助力零食行业循环经济和可持续发展。



以爱为本

“爱”是来伊份企业文化的主旋律，我们秉承“做成长共赢的陪伴者”的可持续发展战略，深刻认识到优待员工是企业稳定发展的基石。来伊份主动在行业内提出“与员工共赢”的核心价值观，通过多维度的赋能帮助员工自身进步、收获价值、家庭幸福，在企业人文建设上为行业伙伴提供参考性。

来伊份自 2009 年起设立了阳光基金计划，通过经济援助和公平公正的援助体系解决困难员工及其家庭的燃眉之急，加强了员工归属感和在职场的幸福感，促进了企业的内部稳定与可持续发展。来伊份为零食行业树立了员工关怀的高标准，提高零食行业整体的稳定程度和就业吸引力，推动业内伙伴在企业人文建设方面的进步。



“她”力量

在来伊份员工不仅是公司的宝贵财富，更是我们大家庭的一员。我们深刻理解并珍视员工多样性、平等和包容性（DEI），我们努力营造一个充满关爱、尊重和支持的工作环境。女性员工作为我们成功的不可或缺的重要部分，我们致力于让每女性员工都能在这里找到归属感，实现自我价值。

截至 2023 年，我们共有 5,256 名员工，其中近 90% 为女性，且在管理层（经理及以上职级）女性员工占比到达 50%，董事会女性占比达到 36.36%。我们通过创造一个包容和支持的工作环境和提供专业培训和职业发展机会，确保女性员工在公司中不仅感到受到尊重，也能实现自我价值和职业成长。我们相信，通过这些举措，来伊份能够继续作为一个女性友好的工作场所，为所有员工提供平等和发展的机会。



来伊份致力于为所有女性员工提供一个舒适和支持的工作环境。我们了解女性在职场中面临的特殊需求和挑战，因此不断优化我们的工作环境，确保女性员工能够在平等、尊重和安全的环境中工作。此外，我们的福利体系专门考虑到女性员工的需求，包括健康保障、生育支持和家庭友好的工作安排等，以确保她们在工作 and 家庭生活之间取得平衡。

来伊份坚守就业平等、多元化和包容的承诺，全力支持女性员工职业发展，特别是那些处于就业弱势地位的“40、50”妇女。我们从这一群体中吸纳了近 3,000 名员工，并通过专业的职业技能培训和稳定的工作平台，帮助她们成为优秀的客户服务人员，为她们开辟广阔的职业发展通道。这不仅为她们提供了就业机会，也使她们能够继续在社会中发挥重要作用。

奖项与认可

来伊份遵循整合资源、共创共建、精益管理和做强平台的核心目标方针，坚守“良心+良性”价值链，始终以消费者需求出发，追求高品质匠心精神，用心做好每一款产品。同时，我们通过自身行动和影响力，激励整个行业关注并参与可持续发展的事业中。

社会责任与公益事业奖项

我们的成功不仅反映在商业成就上，更重要的是我们对社会福祉的积极影响和提升。每一项荣誉不仅是对来伊份过往成就的肯定，更是激励我们持续前进、不断创新的动力。来伊份以实际行动在可持续发展的道路上作出了显著贡献。来伊份公益基金会聚焦乡村振兴建设、大力扶持社区公益和儿童食品健康倡导等项目，为行业乃至社会的持续健康发展贡献力量。

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	颁奖机构
来伊份公益基金会童食健康荣获 第二届中国慈善榜“年度慈善项目”	中国慈善榜
来公益荣获中国社会福利基金会 “最佳慈善伙伴机构奖”	中国社会福利基金会
来公益“童食健康”荣获 “恒心至善”2023 年度慈善盛典 “年度优秀项目”	《中国慈善家》杂志社和微博联合主办
来公益乡村振兴产品入选 上海市百县百品名录	上海市人民政府合作交流办公室
上海来伊份公益基金会荣获 “优秀企业志愿服务队伍”	和众泽益主办、中国社会工作联合会企业公民与工会社会工作委员会等协办
上海市社会组织参与国家乡村振兴 重点帮扶项目认领证书	上海市民政局 上海市社会组织管理局

品牌与市场领导力奖项



作为首家提出“新鲜零食”战略的食品零售公司，来伊份自成立伊始，一直秉承“全球好品质，健康好生活”的品牌理念。凭借深厚的品牌影响力和品牌文化底蕴，来伊份在融合“东方美学”的国潮零食创新领域独树一帜。我们不断探索，为品牌注入全新的生命力，致力于传承与产业创新齐头并进、传递文化多样性的核心价值，让消费者在享用美食之余，为中国品牌发展注入国潮文创元素。

奖项

首批福布斯中国国潮创新品牌

颁奖机构

福布斯中国、Bonjour Brand⁶ 2000

上海市时尚引领示范企业

上海市经济和信息化委员会



人力资源管理奖项

来伊份秉持独特的使命感和深厚的家文化，在雇主品牌塑造、企业文化传播、人力资源管理以及员工发展与关怀等方面表现卓越。我们致力于营造一个充满创新与活力的工作环境，让每位员工都能在工作中感受到爱与快乐，实现个人与团队一同成长携手并进。

奖项

**HRoot⁷ 2023 人力资源管理
卓越大奖——卓越雇主**

颁奖机构

HRoot

6. Bonjour Brand: 中法品牌美学中心，是一家国际创意人联名和新品设计研发的专业机构。Bonjour Brand 通过组织和参与多种形式的活动，如高峰论坛、研讨会、展览以及设计师交流项目，促进中法文化和商业的深度融合。

7. HRoot: 上海凯哲文化传播有限公司 (HRoot) 是中国领先的人力资源媒体公司，旗下有诸多行业领先品牌与业务，包括：全球领先人力资源网站 (hroot.com)、卓悦会 (HRootInstitute)、大中华区年度人力资源评选、中国人力资本论坛、中国人力资源服务展等。



上海来伊份股份有限公司 | 地址：上海市松江区沪松公路 1399 弄 68 号来伊份青年大厦

电话：(8621) 5176 0999 | 邮编：201615 | 官方网址：www.laiyifen.com