公司代码:603777 公司简称:来伊份

上海来伊份股份有限公司

【2024】年度报告摘要

第一节 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http://www.sse.com.cn网站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性、准确性、完整性,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、董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

根据公司2024年实际经营和盈利情况,公司拟定2024年度不进行利润分配,预案如下:

公司2024年度合并报表中归属于母公司股东的净利润为-75,267,602.29元。截至2024年12月31日,公司母公司报表中期末未分配利润为人民币220,774,256.55元。鉴于2025年公司需持续拓展加盟业务,并加大力度发展社区团购等业务需一定的资金支持,为确保公司拥有必要的、充足的资金以应对当前外部宏观经济环境变化可能产生的经营风险,结合公司财务状况及经营发展实际需要,公司拟定2024年度不进行现金股利及股票股利分配,也不进行资本公积转增股本。

第二节 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
姓名		林云
联系地址		上海市徐汇区古宜路90号来伊份管理总部
电话		021-51760062
传真		021-51760065
电子信箱		corporate@laiyifen.com

2、报告期公司主要业务简介

(一)行业市场规模

近年来,我国消费者休闲娱乐支出占比逐步提升,我国休闲食品市场行业规模也随之快速增长,休闲食品行业呈现出上升发展的态势。据头豹研究院2024年3月发布的报告显示,2018年至2022年休闲食品市场规模从12,323.1亿元增长到16,715.8亿元,预测2027年中国休闲零食市场规模达到23,859.9亿元。

(二)行业政策与法规

近年来,消费一直是我国经济增长的重要抓手。2024年,消费领域政策密集出台,多部门围绕消费新场景、新型与传统消费等持续发力,首发经济、假日经济等新型消费潜力加快显现。政府工作报告把扩大国内需求摆在首位,强调“大力提振消费、提高投资效益,全方位扩大国内需求”,凸显内需对我国经济发展的重要意义,为国内消费市场回暖奠定了主基调。

2024年3月,国家卫生健康委、市场监管总局联合发布《食品安全国家标准食品添加剂使用标准》(GB 2760-2024),这是该标准的第六次修订,距离上一版《食品安全国家标准食品添加剂使用标准》(GB 2760-2014)的发布已有十年。我国以制定食品安全国家标准(食品添加剂使用标准)(GB 2760)的形式,对食品添加剂的使用进行严格的管控。

2024年6月,国家发展改革委等部门印发《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》的通知,提出推动科技成果在消费领域加快应用,进一步培育和壮大消费新增长点。

2024年6月,中央经济工作会议强调,培育壮大新型消费,稳定和扩大传统消费,更加充分发挥新型消费和传统消费的“双轮驱动”效应,推动消费从疫后恢复转向持续扩大。

2024年9月,国务院办公厅发布《关于践行大食物观构建多元化食物供给体系的意见》,到2035年,全面建成多元化食物供给体系,提升食物产业质量效益,满足人民群众多元化食物消费和营养健康需求。

2024年12月,中央经济工作会议将提振消费提到了首要位置。在具体举措方面提出,创新多元化消费场景,扩大服务消费等。和极发展首发经济、银发经济,其中“首发经济”一词,首次在中央经济工作会议上被提及。

2025年3月,中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》。文件提出,开拓国货“潮品”国内外增量市场。网地制宜推进首发经济,鼓励国内外优质商品和服务品牌开设首店,举办首发首秀首展。支持推广消费新业态新模式。组织开展“购在中国”系列活动,打造中国消费名品方阵。

(三)行业发展趋势

在未来居民对休闲食品的消费需求扩大之下,我国休闲食品行业市场规模将保持稳步发展。前瞻研究院预计,2023年至2028年,我国休闲食品行业市场规模年复合增长率约10%,到2028年规模可达到2.6万亿元。伴随市场规模扩张的同时,休闲食品行业的发展趋势也在不断革新:

1、高质价比产品受关注

随着经济持续发展与消费水平提升,新生活方式、新消费理念不断出现,消费者需求迭代速度加快。整体上来看,消费者对休闲零食的需求发生改变,在保证安全、美味、多元的基础上,不断追求极致性价比。

质价比是在品质领先、原材料优鲜的前提下,实现价格优势和差异化。在消费分级趋势下,越来越多的受告并不只是价格的竞争,而是价值和品质的竞争。休闲食品企业不仅需要快速响应不断涌现的新需求,更要把控产、供、销全链条的产品品质与交付质量,这势必考验休闲零食企业的全渠道、全产业链的资源整合能力与运营效率。

2、消费者提出健康新诉求

随着居民生活水平的提高和健康意识的提高不断部分的人群需求、消费场景使得休闲零食行业呈现产品严品种类愈发丰富、健康化趋势愈发明显。低热量、低糖、低盐、高纤维、健康蛋白质的食品,成为了休闲食品企业的主要发展方向。根据CBNData数据显示,消费者在购买零食时安全健康的关注点占比达到61%。而对于高品质的休闲零食,消费者愿意支付溢价的意愿高达90%以上。

休闲食品在满足人们基本休闲需求以及娱乐需求的同时,甚至已成为日常饮食中的“第四餐”。因此休闲食品企业应当在保证休闲食品原本口感以及风味的基础上,展开进一步的创新完善,优化整体生产工艺,提升休闲食品的营养价值,使休闲食品逐渐向健康健康型、功能型的方向发展,这也是休闲食品企业未来的主要发展方向。

3、线上线下渠道融合成未来发展趋势

随着物联网、人工智能、大数据等技术的渗透率稳步提升,传统零售渠道格局,从商超、便利店到专卖店、杂货铺,都在经历着配送换挡百分变革,线上线下渠道逐渐打通融合。社交媒体、直播平台作为其中新兴渠道,成为休闲食品推广的热门平台,其同构建起休闲食品线上销售与推广的重要通路,不仅补齐了消费群体覆盖面,还提供了便捷购物体验与多样互动形态。而线下,除了商超卖场、连锁店铺、自动售货机、仓储会员店也新露头角。线上线下紧密协同,线上通过微信送礼等趣味互动为线下引流,提高线下客流量与转化率;线下则凭借真实体验、优质服务,弥补线上不足,共同提升消费者购物体验。

4、“首发经济、首店经济”模式有望成为消费新风向

首发经济是指企业首次发布新产品,推出新业态、新模式、新服务和新技术等。这些产品和服务都具有时尚、新潮、高品质等特征,有效聚合消费者多样性、高品质的需求。

“首发经济依托全新消费场景或消费模式,能够很好地吸引消费者对于个性化、品质化的需求,与消费者形成情感链接。同时,首发经济属于引领新潮流的先锋,往往能吸引大量年轻消费者关注,从而带动相关行业增长。首发经济目带时尚、品质、新潮、稀缺等属性,对消费者尤其是年轻人有着独特的吸引力,很容易成为城市和商圈的“流量制造器”。

(一)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业务没有发生重大变化。

(二)报告期内公司所从事的产品

公司依托扎实的研发基础,不断加大全球食品采购,扩充产品品类体系,为消费者寻找全球美食。公司产品来自全球五大洲20多个国家和中国26个省市地区,主要覆盖坚果炒货、肉类零食、糕点饼干、果干蜜饯、果蔬零食、豆干卷、海味即食、糖巧果冻、影视推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业务没有发生重大变化。

(三)报告期内公司所从事的产品

公司依托扎实的研发基础,不断加大全球食品采购,扩充产品品类体系,为消费者寻找全球美食。公司产品来自全球五大洲20多个国家和中国26个省市地区,主要覆盖坚果炒货、肉类零食、糕点饼干、果干蜜饯、果蔬零食、豆干卷、海味即食、糖巧果冻、影视推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业务没有发生重大变化。

(四)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业务没有发生重大变化。

(五)报告期内公司所从事的产品

公司依托扎实的研发基础,不断加大全球食品采购,扩充产品品类体系,为消费者寻找全球美食。公司产品来自全球五大洲20多个国家和中国26个省市地区,主要覆盖坚果炒货、肉类零食、糕点饼干、果干蜜饯、果蔬零食、豆干卷、海味即食、糖巧果冻、影视推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业务没有发生重大变化。

(六)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(七)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(八)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(九)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(十)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(十一)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(十二)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(十三)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(十四)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(十五)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(十六)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(十七)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(十八)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(十九)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(二十)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(二十一)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(二十二)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(二十三)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(二十四)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(二十五)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(二十六)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(二十七)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(二十八)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(二十九)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(三十)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(三十一)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(三十二)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(三十三)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(三十四)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(三十五)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(三十六)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(三十七)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(三十八)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(三十九)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(四十)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(四十一)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(四十二)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(四十三)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(四十四)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(四十五)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(四十六)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(四十七)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(四十八)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(四十九)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(五十)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(五十一)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(五十二)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(五十三)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(五十四)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(五十五)报告期内公司所从事的主要业务

作为一家科技赋能的实业+投资双轮驱动的产业生态型公司,公司围绕“以消费者为导向”的核心理念,进行相关多元化的生态平台布局,积极推进全国化、全渠道布局。同时需来“整合资源——共创共建——赋能管理——做强平台”的主题,充分链接产业链相关价值,共同建设多业态消费场景的家庭生活生态系统平台,致力于为消费者创造更多有爱的产品,满足用户在家庭生活需求全大候各类场景下不同需求。

报告期内,主营业没有发生重大变化。

(五十六)报告期内公司所从事的主要