

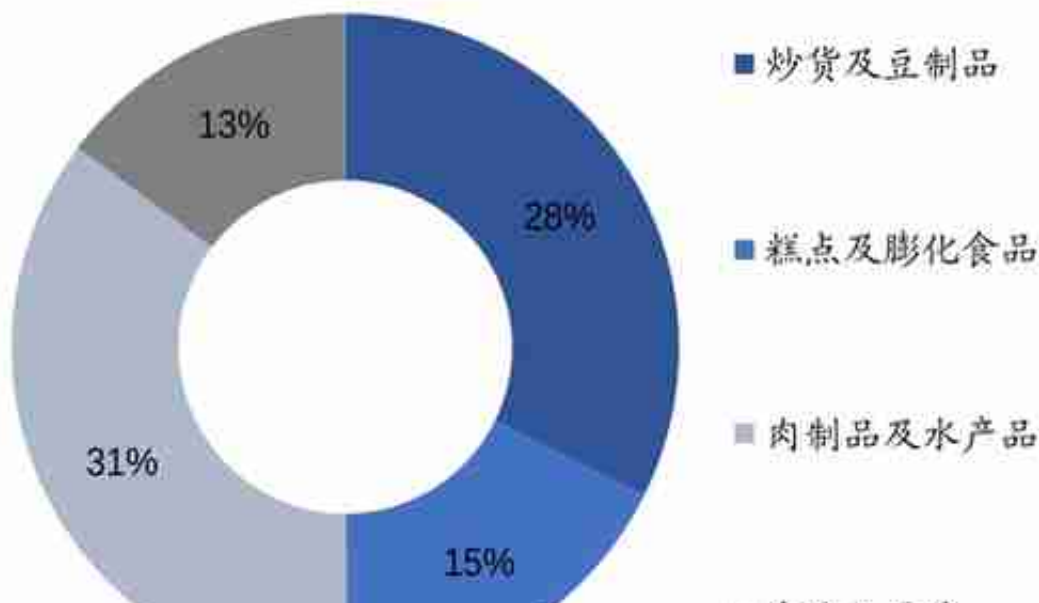
来伊份上市后的股价走向/数据来源：财报说

在来伊份股价不断回跌的时候，依托于电商迅速起家的三只松鼠一路高歌猛进，抢占了休闲零食市场的大部分市场份额。2020年，线上基本形成了以三只松鼠、百草味和良品铺子三足鼎立的局面，

而来伊份在经历了连年的净利润下跌之后，开始进行一系列措施。从内部控股到产品本身质量再到销售方面，屡出奇招，力图打破目前落伍的尴尬局面，以崭新的面貌重回行业龙头的地位。对此，本文将起底来伊份，试探究来伊份的困境以及自救行为。

01、调整控股，释放资金

上海来伊份的第一大股东是爱屋企管，在2018年统计，光施永雷一个人的股权就占到了大半，然后是其妻子和父亲占股最多，是名副其实的家族企业。然而来伊份并不是一家独裁，股权向来占比比较合理，股东互相制衡的效果也明显。



来伊份实行多品类策略/数据来源：Wind.信达证券研发中心

当然从这个角度来看，来伊份的优势更多的是来自于行业本身，但是从线上发展的劣势来看，或许也可以看到其更大的发展潜能。毕竟线上的电商红利已经趋于饱和，而且线上营销受到平台政策影响很大，有太多的不确定性。

另外平台的发展过程和大品牌的发展往往会形成冲突，有时候平台更愿意去扶持价格低廉的新品牌与大品牌对垒。况且各种营销模式已经有前人使用，很难在此基础上有所创新。并且有相当多的利润由平台抽成，以至于现在很难有其它小型零食企业突围成功，那么发展线下门店成为了重中之重的事情，所以公司的直营模式在同行中有明显的优势。虽然说直营扩张的能力较弱，但是单店的利润较高，而休闲零食方面恰好对于单店较为容易拓展。还有就是直营店的毛利在加盟店和线上经营之间都是最高的，现在一些专攻线上的品牌也在将阵地转移到线下，届时来伊份重新变成“优等生”还是很有希望的。

目前来伊份虽说线下门店是最多的，但是主要集中在包邮区，其它城市尚有余地，各地宛如棋局，各大零食行业谁能够在这些城市落子，谁将更进一步。商场如战场，形势瞬息万变，强化自己的优势，弥补自己的劣势，方能在零食市场份额的争夺中占据优势，重回自己“老大哥”的地位。