

上海丽人丽妆化妆品股份有限公司 关于2023年度计提资产减值准备的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

Table with 4 columns: 2023年度, 2022年度, 变动, 变动%.

一、计提资产减值准备的概述 1. 计提资产减值准备的背景 2. 计提资产减值准备的依据

二、本次计提资产减值准备对上市公司的影响 1. 存贷减值损失变动情况汇总如下:

Table with 4 columns: 2023年12月31日, 本年增加, 本年减少, 外币报表折算差异.

2. 长期股权投资减值变动情况汇总如下:

Table with 4 columns: 2023年12月31日, 本年增加, 本年减少, 外币报表折算差异.

3. 应收账款、其他应收款、长期应收款减值损失变动情况汇总如下:

Table with 4 columns: 2023年12月31日, 本年增加, 本年减少, 外币报表折算差异.

注1: 上述合并数与各项直接相加计算值在尾数上可能有差异, 此差异系由于四舍五入造成的。

注2: 应收账款坏账准备、其他应收款坏账准备、长期应收款坏账准备的本期计提与本期转回的差额计入利润表中信用减值损失科目。

注3: 长期股权投资减值准备的本期计提与本期转回的差额计入利润表中资产减值损失科目。

注4: 存贷减值准备的本期计提与本期转回的差额计入利润表中资产减值损失科目。

注5: 本次计提资产减值准备的准确计提方法如下:

注6: 应收账款减值准备、其他应收款减值准备、长期应收款减值准备的计提方法如下:

注7: 长期股权投资减值准备的计提方法如下:

注8: 存贷减值准备的计提方法如下:

注9: 对于划分为组合的应收账款, 本公司参考历史信用损失经验, 结合当前状况以及对未来经济状况的预测, 编制应收账款账龄与各个存续期预期信用损失率对照表, 计算预期信用损失。

注10: 对于划分为组合的应收账款, 本公司参考历史信用损失经验, 结合当前状况以及对未来经济状况的预测, 编制应收账款账龄与各个存续期预期信用损失率对照表, 计算预期信用损失。

注11: 对于划分为组合的应收账款, 本公司参考历史信用损失经验, 结合当前状况以及对未来经济状况的预测, 编制应收账款账龄与各个存续期预期信用损失率对照表, 计算预期信用损失。

注12: 对于划分为组合的应收账款, 本公司参考历史信用损失经验, 结合当前状况以及对未来经济状况的预测, 编制应收账款账龄与各个存续期预期信用损失率对照表, 计算预期信用损失。

注13: 对于划分为组合的应收账款, 本公司参考历史信用损失经验, 结合当前状况以及对未来经济状况的预测, 编制应收账款账龄与各个存续期预期信用损失率对照表, 计算预期信用损失。

注14: 对于划分为组合的应收账款, 本公司参考历史信用损失经验, 结合当前状况以及对未来经济状况的预测, 编制应收账款账龄与各个存续期预期信用损失率对照表, 计算预期信用损失。

注15: 对于划分为组合的应收账款, 本公司参考历史信用损失经验, 结合当前状况以及对未来经济状况的预测, 编制应收账款账龄与各个存续期预期信用损失率对照表, 计算预期信用损失。

注16: 对于划分为组合的应收账款, 本公司参考历史信用损失经验, 结合当前状况以及对未来经济状况的预测, 编制应收账款账龄与各个存续期预期信用损失率对照表, 计算预期信用损失。

注17: 对于划分为组合的应收账款, 本公司参考历史信用损失经验, 结合当前状况以及对未来经济状况的预测, 编制应收账款账龄与各个存续期预期信用损失率对照表, 计算预期信用损失。

注18: 对于划分为组合的应收账款, 本公司参考历史信用损失经验, 结合当前状况以及对未来经济状况的预测, 编制应收账款账龄与各个存续期预期信用损失率对照表, 计算预期信用损失。

注19: 对于划分为组合的应收账款, 本公司参考历史信用损失经验, 结合当前状况以及对未来经济状况的预测, 编制应收账款账龄与各个存续期预期信用损失率对照表, 计算预期信用损失。

中文字幕(2020年 0850号)。为规范募集资金管理, 公司已开设了募集资金专项账户, 对募集资金实行专户存储。

注1: “本年度投入募集资金总额”包括募集资金到账后“本年度投入金额”及实际已置换先期投入募集资金金额。

注2: “截至期末承诺投入金额”以最近一次已披露募集资金投资计划为依据确定。

注3: 上述募集资金投资项目拟使用募集资金总额为人民币432,126,800元。于2020年9月23日到达的实际募集资金总额未达到上述项目拟使用募集资金总额, 本公司已按照上述项目顺序依次投入, 调整后实际投入金额为439,511,320元, 不足部分由本公司通过自筹方式解决。

注4: 变更募集资金投资项目情况表

Table with 10 columns: 变更原因, 变更金额, 截止日, 本年度投入, 实际投入, 投资进度, 项目达到预定可使用状态日期, 本年度效益, 是否达到, 是否披露, 项目可行性发生重大变化的说明.

注5: 变更募集资金投资项目情况表

注6: 变更募集资金投资项目情况表

注7: 变更募集资金投资项目情况表

注8: 变更募集资金投资项目情况表

注9: 变更募集资金投资项目情况表

注10: 变更募集资金投资项目情况表

注11: 变更募集资金投资项目情况表

注12: 变更募集资金投资项目情况表

注13: 变更募集资金投资项目情况表

注14: 变更募集资金投资项目情况表

注15: 变更募集资金投资项目情况表

注16: 变更募集资金投资项目情况表

注17: 变更募集资金投资项目情况表

注18: 变更募集资金投资项目情况表

注19: 变更募集资金投资项目情况表

注20: 变更募集资金投资项目情况表

注21: 变更募集资金投资项目情况表

注22: 变更募集资金投资项目情况表

注23: 变更募集资金投资项目情况表

注24: 变更募集资金投资项目情况表

注25: 变更募集资金投资项目情况表

注26: 变更募集资金投资项目情况表

注27: 变更募集资金投资项目情况表

注28: 变更募集资金投资项目情况表

注29: 变更募集资金投资项目情况表

注1: “本年度投入募集资金总额”包括募集资金到账后“本年度投入金额”及实际已置换先期投入募集资金金额。

注2: “截至期末承诺投入金额”以最近一次已披露募集资金投资计划为依据确定。

注3: 上述募集资金投资项目拟使用募集资金总额为人民币432,126,800元。于2020年9月23日到达的实际募集资金总额未达到上述项目拟使用募集资金总额, 本公司已按照上述项目顺序依次投入, 调整后实际投入金额为439,511,320元, 不足部分由本公司通过自筹方式解决。

注4: 变更募集资金投资项目情况表

Table with 10 columns: 变更原因, 变更金额, 截止日, 本年度投入, 实际投入, 投资进度, 项目达到预定可使用状态日期, 本年度效益, 是否达到, 是否披露, 项目可行性发生重大变化的说明.

注5: 变更募集资金投资项目情况表

注6: 变更募集资金投资项目情况表

注7: 变更募集资金投资项目情况表

注8: 变更募集资金投资项目情况表

注9: 变更募集资金投资项目情况表

注10: 变更募集资金投资项目情况表

注11: 变更募集资金投资项目情况表

注12: 变更募集资金投资项目情况表

注13: 变更募集资金投资项目情况表

注14: 变更募集资金投资项目情况表

注15: 变更募集资金投资项目情况表

注16: 变更募集资金投资项目情况表

注17: 变更募集资金投资项目情况表

注18: 变更募集资金投资项目情况表

注19: 变更募集资金投资项目情况表

注20: 变更募集资金投资项目情况表

注21: 变更募集资金投资项目情况表

注22: 变更募集资金投资项目情况表

注23: 变更募集资金投资项目情况表

注24: 变更募集资金投资项目情况表

注25: 变更募集资金投资项目情况表

注26: 变更募集资金投资项目情况表

注27: 变更募集资金投资项目情况表

注28: 变更募集资金投资项目情况表

注29: 变更募集资金投资项目情况表

3 公司主要会计数据和财务指标 3.1 近三年公司主要会计数据和财务指标

Table with 4 columns: 2023年, 2022年, 同比变动, 2021年.

3.2 报告期分季度的主要会计数据

Table with 4 columns: 第一季度, 第二季度, 第三季度, 第四季度.

3.3 季度数据与已披露定期报告数据差异说明

4 表决权恢复及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前10名股东情况

Table with 2 columns: 截至报告期末普通股股东总数(户), 31985

Table with 2 columns: 年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户), 30714

Table with 2 columns: 截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(股), 0

Table with 2 columns: 年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(股), 0

前10名股东持股情况

Table with 6 columns: 股东名称, 报告期末持股数量, 持股比例, 持有有限限售股份数量, 质押/冻结/司法冻结, 股东性质.

上述股东关联关系或一致行动的说明

表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

4.4 控股股东报告期内对公司经营业绩产生重大影响的承诺事项

4.5 公司控股股东报告期内对公司经营业绩产生重大影响的承诺事项

4.6 公司控股股东报告期内对公司经营业绩产生重大影响的承诺事项

4.7 公司控股股东报告期内对公司经营业绩产生重大影响的承诺事项

4.8 公司控股股东报告期内对公司经营业绩产生重大影响的承诺事项

4.9 公司控股股东报告期内对公司经营业绩产生重大影响的承诺事项

4.10 公司控股股东报告期内对公司经营业绩产生重大影响的承诺事项

4.11 公司控股股东报告期内对公司经营业绩产生重大影响的承诺事项

4.12 公司控股股东报告期内对公司经营业绩产生重大影响的承诺事项

4.13 公司控股股东报告期内对公司经营业绩产生重大影响的承诺事项

4.14 公司控股股东报告期内对公司经营业绩产生重大影响的承诺事项

4.15 公司控股股东报告期内对公司经营业绩产生重大影响的承诺事项

4.16 公司控股股东报告期内对公司经营业绩产生重大影响的承诺事项

4.17 公司控股股东报告期内对公司经营业绩产生重大影响的承诺事项

4.18 公司控股股东报告期内对公司经营业绩产生重大影响的承诺事项

上海丽人丽妆化妆品股份有限公司 2023年年度报告摘要

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概况, 投资者应当到 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. 公司全体董事出席了本次年报审议会议

4. 普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)为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及公积金转增股本预案

2023年度公司以总股本400,458,500股为基数, 向全体股东每10股派现金红利0.5元(含税), 共计派发现金红利人民币20,022,925.00元(含税)在实施权益分派的股权登记日前公司总股本发生变动的, 将按照每股分配比例不变, 相应调整分配总额。

2023年度不派现金股利

第二节 公司简介 1. 公司简介

2. 报告期公司主要业务简介

随着信息技术的飞速发展, 人们对美好生活的追求不断升级, 其中, 化妆品成为近年来消费升级的重要品类之一。与其他消费品相比, 化妆品行业的景气度持续走高, 根据测算分析, 线上零售增速持续高于线下, 且线上渗透率不断提升。线上渠道的发展呈现多元化趋势, 新型电商平台迭代升级, 传统电商、社媒电商、内容电商、直播电商等渠道均呈现线上流量。

据中国互联网络信息中心(CNNIC)的报告显示, 截至2023年12月, 我国网民规模达到10.82亿人, 相较于2022年12月增长2,480万人, 互联网普及率达到77.5%, 较2022年12月增长1.9个百分点。同时, 网络购物(含短视频)用户规模达到10.62亿人, 相较于2022年12月增长3,613万人, 占网民整体的97.7%; 其中, 短视频用户规模达到10.53亿人, 相较于2022年12月增长4,145万人, 占网民整体的96.4%。

当前, 数字化转型正在重塑生产方式、生活方式和治理方式的变革, 成为引领中国未来经济增长的重要驱动力。作为数字经济新业态的代表之一, 网络零售行业保持快速增长的态势, 成为数字经济的重要组成部分。截至2023年12月, 我国网络购物用户规模达到1.5亿人, 占网民整体的83.8%, 全国12月, 网络消费消费中的占比持续提升, 成为驱动消费的重要支撑。数据显示, 2023年, 全国网上零售额达到15.42万亿元, 同比增长11%, 连续11年成为全国第一网络零售市场。2023年以来, 电商平台日益重视线上线下融合, 积极构建线上线下零售新业态, 提供直播、数据、场景支持。

短视频和直播与电商的相互融合, 使得快、拼、省等平台成为重要的电商流量入口。抖音通过丰富多样的短视频内容和快速迭代的算法推荐技术, 吸引用户同时激发购买兴趣。此外, 随着消费者对健康、环保、品质等方面的关注不断提升, 化妆品行业也面临着更高的要求。行业内头部企业积极探索可持续发展的方式, 例如推广绿色环保产品、提高能源利用效率和加强回收利用等。

总的来看, 化妆品行业作为近年来消费升级的热门品类之一, 受到了消费者的广泛关注和追捧。随着数字化转型的推进和线上消费的普及, 行业也在积极探索更加多样化和可持续的发展模式, 以满足消费者的需求和期待。

2023年, 国内经济面临诸多不确定性, 消费者的消费需求出现新形态及新挑战。以天猫、京东为代表的传统电商的流量下滑给公司带来了较为严重的挑战。同时, 韩系品牌与日系品牌在美妆领域竞争激烈, 面临较大的增长压力。为此, 公司及时调整了经营策略, 聚焦美妆与护肤两大核心业务, 持续提升品牌竞争力, 充分利用大数据赋能人工智能, 提供差异化营销服务, 持续提升品牌竞争力。

2023年, 公司在品牌拓展方面持续发力, 先后与高家酒家、歌瑞琪、PMPM 等品牌达成合作。同时, 公司也积极布局海外市场, 通过收购和自建等方式, 拓展海外业务。此外, 公司还通过引入 Perfect World 和俄罗斯、Swiss Mist(美吉可)、Baci(芭斯)等食品品牌, 丰富了公司的品牌矩阵。此外, 公司也与多个电商平台达成了战略合作伙伴关系, 进一步丰富了双方在零售食品营销领域的合作和创新等合作。

2023年, 公司的发展了多项业务, 包括“天猫六星服务商”、“天猫数字化品牌力先锋生态”、“阿狸网络全域品牌营销”、“2023 服务生态”、“上海浦东新区品牌发展生态基金”、“上海浦东新区品牌发展生态基金”、“上海软件和信息技术服务业高质量发展百企榜单”、“2023年度上海市电子商务企业”等荣誉。

2. 自有品牌营销能力 公司凭借敏锐洞察力和对消费者需求的深入了解, 针对消费者的“痛点”, 不断孵化新品牌以解决现有品牌营销期内无法满足消费者需求并开拓新市场的问题。相较于一些品牌采用传统品牌营销推广策略, 消费者需求日益多元化, 公司始终坚持以消费者需求为导向, 通过推出差异化布局费用投入, 不断优化品牌矩阵和组合, 这也是公司保持长期核心竞争力的重要原因。

2023年, 公司持续发力自有品牌, 在护肤、食品、茶饮等领域培育了一批有潜力的品牌。其中, 食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。

报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“寻味家”表现超预期, 增长迅速。报告期内, 寻味家在常温预制菜赛道开发, 地方食品品牌“