

证券简称：孩子王

证券代码：301078

孩子王儿童用品股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2022-002

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	通过全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）参与公司2021年度网上业绩说明会的投资者
时间	2022年5月10日(周二)下午15:00~17:00
地点	全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）
上市公司接待人员姓名	1、董事兼总经理 徐卫红 2、董事、副总经理兼财务总监 沈晖 3、董事会秘书 李昌华 4、独立董事 饶钢 5、保荐代表人 鹿美遥 6、保荐代表人 李丹
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复：</p> <p>1、请问对于母婴行业的发展以及2022年的经营机会和困难，管理层怎么看？</p> <p>人口出生率下降是对整个母婴市场的挑战，但人口政策是国家的基本国策，国家正积极实施三孩生育政策及配套支持措施，包括延长生育假、保育费抵税等，因此我们对国家持续刺激人口出生率提高保持乐观态度。同时，据相关数据统计，中国母婴市场规模超过3万亿，总量依旧庞大，仍有很多机会点和增长空间。</p> <p>公司在母婴行业线上线下覆盖最广，规模最大，龙头地</p>

位明显。市场进入调整期后，市场上的资源会更愿意聚焦于行业龙头，孩子王的龙头优势显现。同时公司及时调整经营策略，通过从量到质、数据驱动、效率闭环，积极寻求存量突破的机会，进一步提高运营效率。谢谢！

2、请问贵公司，国家大力发展统一大市场，贵公司下一步如何配合政策要求？

4月10日，国家出台了《关于加快建设全国统一大市场的意见》，该意见要求加快建立全国统一的市场制度规则，打破地方保护和市场分割，打通制约经济循环的关键堵点，促进商品要素资源在更大范围内畅通流动，加快建设高效规范、公平竞争、充分开放的全国统一大市场。

此政策对公司是一次机遇，统一大市场能够为企业提供更好的营商环境，进一步降低管理成本，提高运营效率。谢谢！

3、相比行业竞争对手，公司的竞争优势在哪里？

公司是一家数据驱动的，基于顾客关系经营的创新型亲子家庭全渠道服务提供商，自设立以来，通过“科技力量+人性化服务”，深度挖掘客户需求，通过大量场景互动，建立高粘度客户基础，开创了以会员关系为核心资产的单客经营模式。相较同行，公司具有以下优势：

(1) 作为母婴行业龙头，业内首创大店运营模式，占据优势物业，规模领先优势明显。

(2) 围绕以用户为中心，深耕单客经济，具有重度会员优势，公司95%以上收入来自会员。

(3) 全国覆盖面最广，具有线上线下全面布局优势，线上订单占比超过50%。

(4) 公司绝大部分一线员工持有国家育婴职业资格，

在业内具有较强的专业服务优势。

(5) 公司已形成三级仓网布局，打造母婴行业首个覆盖全国的物流网络布局。

(6) 通过多年持续的数字化研发投入，数字化优势明显，已实现了全生产要素的数字化，以及实现了业务决策及资源配置的数据驱动的能力。

4、孩子王面对疫情，出生率低，这两种情况，有好的解决方案吗？

受疫情影响，公司报告期内部分门店的到店业务出现过暂停营业的情况，对公司线下到店业务确实造成一定影响。同时，在疫情期间，公司线上业务仍正常开展，顾客可以通过线上购买的方式，弥补不能到店购买的影响。

出生率下降对公司既是挑战也是机遇，国家印发了《关于优化生育政策促进人口长期均衡发展的决定》，实施三孩生育政策及配套支持措施，各地方政府在 2021 年末积极做出响应，超十省份出台三孩配套福利政策，如增设并延长育儿假、明确育儿期工资发放事宜，推进优化生育政策。随着三孩生育政策及配套支持措施的全面实施，将会刺激相关消费需求的增长，进一步助推母婴用品零售及服务行业的发展。谢谢！

5、2022 年的经营目标是什么？

公司 2022 年经营的主要目标及方向为以下几点：

(1) 全渠道零售终端拓展：公司将在 2022 年进一步开设约 50 家门店，加强各城市渗透力度，建设辐射全国各区域的渠道网络，持续提高公司在国内的市场份额。同时，公司将继续推进线上线下渠道融合，给予消费者更加便捷的购物体验。

(2) 全渠道物流中心拓展：公司将物流进行优化，通过在不同地区建设“CDC(中央仓)+SDC(前置仓)+RDC(区域中心仓)+FDC(城市中心仓)”的方式，保障物流运输安全性、及时性和可及性。

(3) 自有供应链建设及服务类产品拓展：公司将持续坚持以用户为中心，聚焦用户需求，大力推进自有品牌建设，推进商品自有化、服务自营化，全力拓展服务类产品。

除此之外，公司 2022 年将持续对管理能力的提升，加强人才培养，同时公司将积极寻找符合公司整体业务发展战略的标的资产，推动产业整合。

6、请问对于孩子王未来有什么长远规划？

公司使命是让每个童年更美好，愿景是成为中国亲子家庭的首选服务商，未来公司将坚持以用户为中心，抓好经营管理和投资发展，深耕单客经济，持续为会员及广大股东创造价值。谢谢！

7、公司今年盈利 2 个亿，准备如何分红？

根据公司于 2022 年 4 月 26 日召开的第二届董事会第十四次会议、第二届监事会第十二次会议，本公司拟实施以下利润分配方案：以总股本 1,088,000,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.2 元（含税），不送红股，不以资本公积金向全体股东转增股本。共计分配 21,760,000 元（含税）。上述方案尚需提交公司 2021 年年度股东大会审议。谢谢！

8、亏损的解决方案是什么？如何寻求新的增长？扩大规模和增强盈利吗？

2022 年第一季度公司净利润为负，主要原因：

(1) 2022 年第一季度，全国疫情出现反复，部分地区门店出现暂停营业的情况，在短期内对公司的经营造成一定影响。

(2) 最近两年，公司门店数量陆续增加，运营成本随之增加，但由于上述新增门店运营时间较短，门店收入和盈利水平提升需要一定的时间，导致单店收入有所下降。

针对第一季度亏损情况，一是公司将继续推进线上线下渠道融合及协同，扩充消费者的购物场景；二是将对物流运输网络的终端触点进行优化，扩大触点的服务范围，优化触点的服务能力，助力公司保障物流运输安全性、及时性和可及性；三是将不断加强与各类母婴商品品牌供应商的合作，形成长期稳定的合作关系，并通过持续加强自有供应链体系建设，构建数字化供应链平台，在保证产品质量的同时进一步优化采购成本。谢谢！

9、请问国家大力发展新型城镇化，贵公司会不会响应国家号召，后期是否会在县城乡镇提供线上线下全面支持？

公司的使命是让每个童年更美好，愿景是成为中国亲子家庭的首选服务商，在还未开设实体门店的城市，公司会进行线上支持，目前已经覆盖了近 200 个城市，未来我们会不余遗力的把爱和欢乐带到全国更多的家庭，谢谢！

10、您好！请问贵公司是否有过母婴行业长远规划，即如何可以线上线下同步？如何抵御京东，天猫等激烈的线上竞争？在疫情期间，通过何种方式可以增加用户到店或者消费粘性？贵司各大门店的抖音平台开放很多，但几乎无人访问，即使南京总部的营销号也少有人问津，是不是营销没有做到位。针对婴幼儿可能用到的 COVID 抗原测试剂或者未来其他可能测试剂，是否可以考虑纳入营销产品点对

	<p>点精确定位用户需求，进一步增加用户深度体验。</p> <p>公司已完成线上线下融合的数字化搭建，实现了会员服务、商品供应链、物流配送及运营一体化的全渠道数字化，目前线上订单占比超过 50%。同时，在目标用户选择的小红书、抖音等，也做了相关服务矩阵的搭建。谢谢！</p> <p>11、育儿顾问作为公司最亮眼的竞争力之一，将来是否可以进一步提高育儿顾问的能力与服务品质，将其打造成孩子王的形象代言词，育儿顾问就是孩子王最好的自有品牌！</p> <p>谢谢您的关注，我们将进一步提高育儿顾问的能力与服务品质，把爱与欢乐带到全国更多的家庭。谢谢！</p>
附件清单	无
日期	2022 年 5 月 12 日