

证券简称：孩子王
债券简称：孩王转债

证券代码：301078
债券代码：123208

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：2024-005

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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（ <u>线上电话会议</u> ）
参与单位名称 及人员姓名	鹏华基金、天弘基金、国泰基金、南方基金、中欧基金、野村东方国际证券、博时基金、太平基金、西部利得基金、招商基金、大成基金、华夏基金、光大保德信基金、建信基金、万家基金、富国基金、财通证券、民生证券、广发证券、浙商证券、国泰君安、国信证券、国盛证券、中泰证券、德邦证券、国海证券、中信证券、华泰证券、开源证券、西部证券、华创证券、华西证券、东兴证券、天风证券、华鑫证券、方正证券、中金公司等共计80余家机构。
时间	2024年10月22日
地点	线上电话会议
上市公司 接待人员姓名	董事、副总经理、董事会秘书 侍光磊 投资者关系经理 彭仪

<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p>活动主要内容如下：</p> <p>一、投资者关系经理彭仪介绍2024年三季度有关情况。</p> <p>二、与参会者互动交流，具体交流问题如下：</p> <p>1、建立合资公司杭州链启未来有限责任公司的原因，以及与辛选合作规划？</p> <p>结合公司未来战略发展需要，为进一步丰富商业业态，巩固提升核心竞争力，推动公司可持续高质量发展，公司与辛选控股设立子公司的方式整合各方优势资源，开展新家庭电商直播零售业务，并探索线下新零售业务的发展，对外投资设立杭州链启未来有限责任公司。</p> <p>本次合作对双方具有很强的意义：一是发挥双方优势，实现合作共赢。孩子王是中国母婴童行业的龙头企业，具有很强的品牌、全渠道全场景、专业服务、数字化、母婴童及新家庭供应链等方面优势，辛选控股为直播电商行业领军企业，具有很强的品牌、电商运营、直播、供应链等方面优势，双方在各自行业内均享有较高的声誉，具有很高的品牌知名度和行业影响力，有利于充分发挥各自优势，实现优势互补，促进合作共赢；二是创新商业业态，推动行业发展。双方将结合各自的核心优势，加强在供应链、电商直播、全渠道等方面的合作，推进新家庭电商直播零售及线下新零售业务，推动线上线下深度融合一体化发展，为中国新家庭提供极致好物、专业服务及优质的购物体验，推动行业转型升级和健康发展。</p> <p>目前合资公司的注册设立、前期筹建、团队组建正在加快推进，初步计划年内开展首播。同时，近期双方将研讨确定合资公司未来业绩目标，以及探索在供应链等方面的深度合作。</p> <p>2、公司加盟业务目前发展情况、未来发展的规划、加盟业务</p>
----------------------------------	--

发展的难点、公司加盟业务与其他加盟的区别？

加盟业务是公司三扩战略中非常重要的战略，也是公司打造的主要增长点之一。

2024年，基于对母婴市场的深刻洞察及下沉市场消费者的深度满足，充分发挥孩子王行业龙头及差异化竞争优势（场景、供应链、数字化、专业服务、品牌等优势），通过“数字化赋能+品牌授权”“六力赋能”加盟商合作伙伴，打造可以满足一大一小的一站式新场景，孩子王主要是面向大店加盟（800-1,000平方米，面积是普通小店的4倍以上），输出整套优质供应链、专业服务能力及加盟数字化体系，为广大县域亲子家庭带去专业、贴心的育儿服务，从而重塑下沉市场母婴加盟新业态，推动行业健康有序发展。

截止目前，孩子王大店加盟店已开业5家，分布于四川广汉、内蒙古包头、浙江丽水、河南商丘、安徽利辛。加盟店整体业绩符合预期。

截至今年底，孩子王预计加盟精选店将达到10家，四季度将持续优化单店模型，完善供应链体系，提升运营管理能力，为后续的快速布局奠定坚实基础。2025年，孩子王&乐友加盟精选店将进一步加速布局，未来3年左右时间计划覆盖1,000个县城，基本实现“一县一店”。

3、请问公司全龄段儿童生活馆进展情况？

公司自2023年开启儿童生活馆改造业务，目前公司的儿童生活馆有两种类型：一种是在典型城市打造与用户建立新认知的，即我们通常定义的旗舰店；另外一种为中大童商品及服务品类的延展。这背后主要逻辑是我们在用户整体红利下降时期抓住人口结构性的机会。未来，公司一方面将加速升级儿童生活馆，按既定目标推进；另外一方面，更重要的是把中大童的品类在更多的大店里快速落地，持续增强用户体验，从而推动公司中大童业务的增长。

截至9月30日，公司已完成门店升级改造超40家，已改造儿童生活馆平均中大童黑金会员交易额占比达45%，同比提升近4个百分点，消费频次同比增长近5%，有效地提升了会员购物体验 and 满意度。后续公司将持续推进门店升级改造和供应链优化。

4、公司自有品牌发展情况如何？

自有品牌是公司未来非常重要的发展战略，公司将坚定不移推进，不断提升收入占比，从而促进公司商品结构的优化和盈利能力的提升。今年前三季度，差异化供应链（含专供商品）收入同比增长超40%，自有品牌收入同比增长超50%，保持快速增长势头。

目前孩子王已有七大自有品牌，分别是贝特倍护、初衣萌、慧殿堂、柚咪柚、植物王国、可蒂家和Vivid Bear。乐友拥有四大自有品牌，分别是服纺类歌瑞家、用品类幼蓓、食品类歌瑞贝儿、洗护品牌伊瑞丝，覆盖了用品、玩具、内衣家纺、饰品等多个品类，可以提供全面、丰富的一站式商品解决方案。

5、公司截至三季度会员情况？

公司是重度会员制企业，基于会员生命周期及会员成长需求，公司开创性地打造了两条深度运营线，一是基于会员生命周期运营，发挥孩子王育儿顾问&育儿专家的专业深度服务作用，开发了17个会员生命周期产品，可以充分满足用户需求；二是基于会员成长关键节点运营，从孕早、中、晚期，到宝妈的产后护理，到宝宝从1个月到12个月的每一个月龄都为新手爸妈最关心的孕育难点、痛点提供专业支持，提供15个成长节点解决方案，持续增强会员黏性，构建了差异化的互动体系。

截至2024年9月30日，公司会员人数超9,200万人（包含

	<p>乐友2,500万人），APP会员人数超6,100万人（包含乐友430万），企微私域用户超1,000万。公司付费会员超百万，黑金会员单客产值逐年提升，今年前三季度产值同比增长4.45%，保持较好的增长态势。</p> <p>后续，随着公司中大童及新家庭品类的拓展，以及全渠道全场景优势的进一步增强，公司会员的数量和质量有望进一步提升和增强。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024年10月22日