

证券简称：孕婴世界

证券代码：874178

成都孕婴世界股份有限公司

四川省成都市金牛区一环路北三段1号1栋4单元22层2212号



成都孕婴世界股份有限公司招股说明书（申报稿）

本公司的发行申请尚未经中国证监会注册。本招股说明书申报稿不具有据以发行股票的法律效力，投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为投资决定的依据。

本次股票发行后拟在北京证券交易所上市，该市场具有较高的投资风险。北京证券交易所主要服务创新型中小企业，上市公司具有经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解北京证券交易所市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

保荐人（主承销商）



地址：深圳市罗湖区红岭中路1012号国信证券大厦十六层至二十六层

中国证监会和北京证券交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、准确、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销商承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法承担法律责任。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法承担法律责任。

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股
发行股数	不超过 4,001 万股（含本数，未考虑超额配售选择权的情况）；不超过 4,601.15 万股（含本数，全额行使本次股票发行的超额配售选择权的情况）。公司及主承销商可以根据具体发行情况择机采用超额配售选择权，采用超额配售选择权发行的股票数量不超过本次发行股票数量的 15%（即不超过 600.15 万股）。最终发行数量由股东会授权董事会根据具体情况与主承销商协商，并经北京证券交易所审核和中国证监会注册后确定
每股面值	人民币 1.00 元
定价方式	通过公司和主承销商自主协商直接定价、合格投资者网上竞价或网下询价等方式确定发行价格，最终定价方式将由股东会授权董事会与主承销商根据具体情况及监管要求协商确定
每股发行价格	以后续的询价或定价结果作为发行底价
预计发行日期	
发行后总股本	
保荐人、主承销商	国信证券股份有限公司
招股说明书签署日期	

重大事项提示

本公司特别提醒投资者对下列重大事项给予充分关注，并认真阅读招股说明书正文内容：

一、本次公开发行股票并在北京证券交易所上市的安排及风险

公司本次公开发行股票完成后，将在北京证券交易所上市。

公司本次公开发行股票获得中国证监会注册后，在股票发行过程中，可能会受到市场环境、投资者偏好、市场供需等多方面因素的影响；同时，发行完成后，若公司无法满足北京证券交易所上市的条件，可能导致本次公开发行失败。

公司在北京证券交易所上市后，投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

二、本次发行相关主体作出的重要承诺

公司提示投资者认真阅读公司、股东、董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺以及未能履行承诺的约束措施，具体承诺事项详见本《招股说明书》“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”相关内容。

三、本次发行前滚存未分配利润的分配安排

根据公司 2025 年第一次临时股东会决议，若公司本次发行上市成功，公司在北京证券交易所上市前的滚存未分配利润，在本次发行完成后由公司新老股东按发行后的持股比例共同享有。

四、本次发行并在北交所上市后的股利分配政策、决策程序

本次公开发行并在北京证券交易所上市后公司的股利分配政策和决策程序详见本《招股说明书》“第十一节 投资者保护”之“二、股利分配政策”之“（一）本次发行上市后的股利分配政策和决策程序”。

五、重大风险提示

本公司提醒投资者认真阅读本《招股说明书》的“第三节 风险因素”部分，并特别注意以下事项：

（一）宏观环境变动风险

母婴行业的发展与经济增长、出生人口规模以及居民收入水平等高度相关。根据国家统计局数据，我国人口出生率自 2016 年高点的 13.57% 下落至 2024 年的 6.77%，近三年稳定

在 6~7%左右波动。叠加短期内宏观经济增速放缓以及消费意愿减弱等宏观环境波动影响，母婴行业市场规模增速放缓。虽受益于人口基数以及母婴商品的刚需属性，母婴行业市场规模仍保持增长趋势。但若未来经济增速持续放缓、我国人口出生率持续下降、居民可支配收入增速进一步下滑，将影响母婴行业消费者数量、消费意愿及消费水平，制约母婴行业发展空间，对公司经营业绩增长及未来发展前景产生不利影响。

（二）母婴行业市场竞争加剧风险

我国母婴批发及零售行业进入门槛相对较低，市场参与者众多，集中度不高。同时，母婴产品同质化程度高，且目标客户生命周期较短，市场竞争激烈。报告期内，公司母婴商品的终端销售渠道以线下母婴门店为主，近年来，在移动端 APP、各类电商平台等新零售业态加速发展的背景下，若公司不能持续巩固和提升核心竞争力，扩大市场份额，可能面临增长乏力与盈利能力承压的风险，进而对公司经营业绩产生不利影响。

（三）商业特许经营模式下的管理风险

商业特许经营是公司进行渠道拓展、实现商品终端销售的重要模式。报告期内，公司来自加盟商的母婴商品销售收入分别为 45,422.99 万元、50,041.57 万元和 79,530.94 万元，占主营业务收入的比例分别为 75.74%、72.24%和 79.64%。

报告期内，公司加盟商数量及规模持续扩大、订单数量持续增加，对销售方面的精细化管理提出了更高要求。虽然公司已采取措施不断优化加盟商订单管理流程，但若公司或加盟商未能严格有效执行相关内控措施，则可能会造成因下单信息传递差异导致后续争议的风险，进而对业务运营产生不利影响。

此外，若公司主要加盟商严重违反特许经营合同约定及公司加盟管理要求，甚至因此引发诉讼或受到行政处罚，公司存在作为共同被告或主要责任方被行政立案调查、面临民事赔偿、行政责任或刑事责任的法律风险，可能会对公司的经营业绩、商业信誉及品牌形象造成不利影响。

（四）市场开拓不及预期的风险

报告期内，公司销售区域以西南区域为主，并逐步开拓华中、华东市场。华中、华东新开拓区域的主营业务收入占比分别为 0.18%、6.07%和 23.22%，2023 年度和 2024 年度两大区域合计贡献了公司主营业务收入增量的比例约 40%和 60%，向其他区域的外延式市场开拓已成为公司扩大业务规模的重要方式。

由于国内各地区在经济发展程度、消费能力与习惯、母婴行业竞争情况等方面存在一定的差异，跨区域发展对公司经营管理提出了更高的要求。若公司未能因地制宜地调整经营策

略，可能出现新市场开拓不达预期的情形，进而对公司未来业绩增长产生不利影响。

（五）加盟商经营波动风险

受出生率、客流量、消费偏好、区域竞争格局等多种因素影响，公司部分加盟商出现终端销售规模下滑、门店数量缩减等情形。虽然公司不断完善依托数智化中台的运营服务及供应链体系，推动公司加盟商经营质量提升，但未来若加盟商因市场竞争加剧、自身经营管理不善等因素影响，经营情况出现重大不利变化，将对公司经营业绩及财务状况带来不利影响。

（六）商品质量管控风险

报告期内，公司母婴商品销售收入占比近 90%，以婴幼儿奶粉等食品类为主。虽然公司已建立严格的供应商管理、仓储以及质量管理体系，但随着公司业务规模的不断扩大，若公司不能有效执行质量控制制度，或者合作的品牌方出现重大质量问题，可能引发消费者投诉、行政处罚等，进而对公司经营业绩造成不利影响。

此外，为更好地满足消费者个性化、多品类的需求，加盟商会自主外采部分商品，以丰富门店商品供应类别。若加盟商外采的商品出现质量问题或由此引发消费者投诉、行政处罚等，可能会对公司品牌形象造成不利影响。

（七）数智化技术迭代风险

公司商业模式以数智化中台为核心。虽然公司在数智化转型方面具有一定先发优势，相关的技术与服务已实现规模化应用及推广，但是随着市场竞争的加剧、商品品类的不断拓展以及消费理念的逐步转变，公司需不断提升数智化中台的快速响应能力与创新水平。若公司未能准确洞察行业发展趋势、提升数智化技术与专业服务水平，可能导致公司现有竞争优势弱化，客户粘性下降、供应链协同效率降低，进而影响公司经营业绩与盈利能力。

六、提醒投资者关注的财务报告审计截止日后的主要财务信息和经营状况

1、财务报告审计截止日后主要财务信息

公司财务报告审计截止日为 2024 年 12 月 31 日。审计截止日后，天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2025 年 3 月 31 日的合并及母公司资产负债表、2025 年 1-3 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表以及财务报表附注进行了审阅，出具了《审阅报告》（天职业字[2025]30008 号）。

根据经审阅的财务报表，截至 2025 年 3 月 31 日，公司资产总额为 78,193.02 万元，所有者权益总额为 67,929.61 万元；2025 年 1-3 月，公司营业收入为 40,287.45 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 4,104.87 万元。具体内容详见本《招股说明书》

“第八节 管理层讨论与分析”之“八、发行人资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项”之“（一）财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况”。

2、财务报告审计截止日后经营状况

财务报告审计截止日至本《招股说明书》签署日期间，公司经营情况稳定，产业政策、税收政策、行业市场环境、主要客户及供应商、公司经营模式未发生重大不利变化，董事、监事、高级管理人员及核心技术人员未发生重大变更，未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。

目录

第一节	释义	10
第二节	概览	14
第三节	风险因素	24
第四节	发行人基本情况	29
第五节	业务和技术	98
第六节	公司治理	162
第七节	财务会计信息	177
第八节	管理层讨论与分析	208
第九节	募集资金运用	294
第十节	其他重要事项	303
第十一节	投资者保护	304
第十二节	声明与承诺	308
第十三节	备查文件	320

第一节 释义

本招股说明书中，除非文意另有所指，下列简称和术语具有的含义如下：

普通名词释义		
公司、本公司、股份公司、孕婴世界	指	成都孕婴世界股份有限公司
有限公司、佳和万新	指	成都市佳和万新商贸有限公司，公司前身
成都俊隆	指	成都俊隆企业管理有限责任公司，公司控股股东
楚地锦成	指	宁波楚地锦成企业管理合伙企业（有限合伙），公司股东
楚地蓉成	指	宁波楚地蓉成企业管理合伙企业（有限合伙），公司股东
青岛博创	指	青岛博创复礼创业投资基金合伙企业（有限合伙），公司股东
韵律时节	指	宁波韵律时节企业管理合伙企业（有限合伙），公司股东
扬州川美	指	扬州川美众成投资合伙企业（有限合伙），公司股东
创托盛和	指	成都市创托盛和信息技术服务有限公司，公司全资子公司
贵州天喜	指	贵州天喜易和母婴用品有限公司，公司全资子公司
重庆天喜	指	重庆天喜易和母婴用品有限公司，公司全资子公司
昆明顺雄	指	昆明顺雄母婴用品有限公司，公司全资子公司
成都佳和	指	成都佳和万新孕婴用品有限公司，曾为公司全资子公司，已注销
武汉千佳原	指	武汉千佳原商贸有限公司，公司全资子公司
富云仟祥	指	合肥富云仟祥商贸有限公司，公司全资子公司
仟祥商贸	指	成都市仟祥商贸有限公司，曾为公司全资子公司，已注销
天雄商贸	指	成都市天雄商贸有限公司，曾为公司全资子公司，已注销
政林永祥	指	成都市政林永祥商贸有限公司，曾为公司全资子公司，已注销
江西天喜	指	江西天喜易和母婴用品有限公司，公司全资子公司
江西天喜赣北	指	江西天喜赣北母婴用品有限公司，江西天喜全资子公司
江西易和赣南	指	江西易和赣南母婴用品有限公司，江西天喜全资子公司
甘肃天喜	指	甘肃天喜易和母婴用品有限公司，公司全资子公司
浙江天喜	指	浙江天喜易和母婴用品有限公司，公司全资子公司
合肥分公司	指	成都市创托盛和信息技术服务有限公司合肥分公司，公司全资子公司创托盛和的分支机构
龙泉康城店	指	成都市创托盛和信息技术服务有限公司龙泉康城店，公司全资子公司创托盛和的分支机构，系公司直营门店
龙泉阳光城店	指	成都市创托盛和信息技术服务有限公司龙泉阳光城店，公司全资子公司创托盛和的分支机构，系公司直营门店
《公司章程》	指	《成都孕婴世界股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	公司 2025 年第一次临时股东会审议通过的《成都孕婴世界股份有限公司章程（草案）》，自公司在北交所上市后适用
《投资者关系管理制度》	指	公司 2025 年第一次临时股东会审议通过的《成都孕婴世界股份有限公司投资者关系管理制度》，自公司在北交所上市后适用
《信息披露管理制度》	指	公司 2025 年第一次临时股东会审议通过的《成都孕婴世界股份有限公司信息披露管理制度》，自公司在北交所上市后适用

伊利股份	指	内蒙古伊利实业集团股份有限公司（600887.SH）及其下属子、分公司，婴幼儿配方奶粉品牌“伊利金领冠”供应商
澳优乳业	指	澳优乳业股份有限公司（01717.HK）及其下属子、分公司，婴幼儿配方奶粉品牌“海普诺凯”、“佳贝艾特”供应商，2022 年被伊利股份收购
飞鹤乳业	指	黑龙江飞鹤乳业有限公司（06186.HK）及其下属子、分公司，婴幼儿配方奶粉品牌“飞鹤”供应商
健合	指	健合（中国）有限公司，健合（H&H）国际控股有限公司（01112.HK）全资子公司，婴幼儿配方奶粉品牌“合生元”、营养品品牌“合生元”、“Swisse”供应商
君乐宝	指	君乐宝乳业集团股份有限公司及其下属子、分公司，婴幼儿配方奶粉品牌“君乐宝”供应商
金佰利	指	金佰利（中国）有限公司，美国金佰利 Kimberly-ClarkCorp.（KMB.NYSE）旗下公司，纸尿裤品牌“好奇”供应商
青岛爱氏	指	青岛爱氏营养健康科技有限公司，婴幼儿配方奶粉品牌“爱氏妈妈”供应商
青岛欧恩贝	指	青岛欧恩贝营养食品有限公司，婴幼儿配方奶粉品牌“欧恩贝”供应商
杭州井羽	指	杭州井羽科技有限公司，婴幼儿服装供应商
孩子王	指	孩子王儿童用品股份有限公司（301078.SZ），同行业上市公司
爱婴室	指	上海爱婴室商务服务股份有限公司（603214.SH），同行业上市公司
爱婴岛	指	广东爱婴岛儿童百货股份有限公司，同行业公司
乐友	指	乐友国际商业集团有限公司，同行业公司，2023 年被孩子王收购
中亿孕婴	指	成都中亿家园贸易有限责任公司，同行业公司
沙利文	指	弗若斯特沙利文（Frost & Sullivan），一家市场调研、商业咨询公司
《招股说明书》	指	公司为本次发行上市编制的《成都孕婴世界股份有限公司招股说明书（申报稿）》
国信证券、保荐人、主承销商、保荐机构	指	国信证券股份有限公司
天职会计师、申报会计师	指	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
中伦律师	指	北京市中伦律师事务所
沃克森	指	沃克森（北京）国际资产评估有限公司
中瑞世联	指	中瑞世联资产评估集团有限公司
报告期	指	2022 年度、2023 年度、2024 年度
报告期各期末	指	2022 年 12 月 31 日、2023 年 12 月 31 日、2024 年 12 月 31 日
报告期末	指	2024 年 12 月 31 日
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
北交所	指	北京证券交易所
全国股转系统	指	全国中小企业股份转让系统

全国股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《北交所上市规则》	指	《北京证券交易所股票上市规则》（2025 修订）
《北交所管理办法》	指	《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》（2023 年修订）
元/万元	指	人民币元/人民币万元
专业名词释义		
商业特许经营、特许经营	指	拥有注册商标、企业标志、专利、专有技术等经营资源的企业（即特许人），以合同形式将其拥有的经营资源许可其他经营者（即被特许人）使用，被特许人按照合同约定在统一的经营模式下开展经营，并向特许人支付特许经营费用的经营活动
数智化	指	数字化及智能化的有机融合，系将数字技术用于企业经营管理及业务运转，基于数据的智能分析工具，提供面向问题解决和决策支持的智慧应用，提升企业经营决策及业务运转效率与质量
数智化中台	指	链接公司采购、销售、门店终端销售、会员管理、活动策划及执行等业务环节，集数据连通、统一治理、建模分析和服务于于一体的综合性组织架构，包含中台系统和专业人员，旨在实现经营活动的简单、高效及准确，从而提高业务执行效率与质量
商品分销	指	建立销售渠道，将商品从供应商向销售渠道销售，分销的实施方式包括渠道建立、选择及管理
商品动销	指	拉动销售，一般指通过市场推广活动、促销活动、品牌推广等方式激发消费者购买欲望，拉动商品的终端销售
会销比	指	公司会员运营管理指标之一，为一定时期内，会员订单收入与销售订单收入的比例，反映会员销售对总体销售的贡献率
生日准确率	指	公司会员运营管理指标之一，为一定时期内，在有消费的会员中，生日在-1（待产）至 6 岁之间的比例，反映会员生日信息的准确率
企微添加率	指	公司会员运营管理指标之一，为一定时期内，在有消费的会员中，添加导购企业微信的比例，反映通过企业微信触达会员的覆盖率
会员卡激活率	指	公司会员运营管理指标之一，为一定时期内，在有消费的会员中，激活会员卡的比例，反映会员使用小程序功能的覆盖率
会员购买深度	指	公司会员运营管理指标之一，为一定时期内，单个会员平均购买商品的数量/金额，反映商品在特定时间内的推广、销售效果
会员渗透率	指	公司会员运营管理指标之一，为一定时期内，特定品类的会员购买覆盖率，反映该品类的渠道渗透情况，如奶粉会员渗透率为 30% 即指 100 个会员中有 30 个会员购买奶粉
会员单客贡献	指	公司会员运营管理指标之一，为一定时期内，会员的平均消费金额，反映会员消费贡献情况，如会员单客年贡献 1,000 元/人指平均每个会员一年消费 1,000 元
触达	指	会员运营中的重要环节，指基于特定目的给特定的客户群体发送特定的消息，即将活动信息、产品信息等重要信息以恰当的形式展示给目标客户，让更多客户知晓并参与活动、完成购买

奶粉四部曲	指	公司开发的一种会员运营管理业务模型，即将消费奶粉的会员划分为新客、有效新客、大单及用量管理四个阶段，通过模型识别不同阶段的会员并针对性提供精准服务或开展营销活动
三新管理	指	公司开发的一种会员运营管理业务模型，即定义新会员、新客、有效新客，通过模型识别不同阶段的会员并针对性提供精准服务或开展营销活动
带店加盟	指	一种加盟模式，指母婴门店经营者将其已投入运营的实体门店，经特许经营授权后加盟，成为加盟商的合作模式
代垫业务	指	渠道销售方代上游供应商向下游客户垫付供应商承诺提供的产品后，由渠道销售方与供应商结算的业务形式，通常发生于供应商市场推广等业务场景
SCRM	指	社交客户关系管理（Social Customer Relationship Management），是传统客户关系管理随着社交媒体的诞生、发展而出现的延伸，更强调消费者的参与、社交媒体的营销等，是基于社会网络、多方互动、数据分析的客户管理方法或系统
BI	指	商业智能（Business Intelligence），指用现代数据仓库技术、线上分析处理技术、数据挖掘和数据展现技术进行数据分析以实现商业价值
ERP	指	企业资源计划（Enterprise Resource Planning），是一种针对物资资源管理、人力资源管理、财务资源管理、信息资源管理集成一体化的企业管理软件
OEM	指	原始设备制造商（Original Equipment Manufacturer），也称贴牌生产或代工生产，指生产厂家根据品牌厂商的要求为其生产产品，承接生产加工任务的制造商被称为 OEM 厂商
PC 端	指	与移动终端相对应的名词，指可以连接到电脑主机的端口
APP	指	Application 的缩写，指安装于智能手机或平板电脑等终端的应用程序

特别说明：敬请注意，本招股说明书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上存在差异，均系计算中四舍五入造成。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、 发行人基本情况

公司名称	成都孕婴世界股份有限公司	统一社会信用代码	91510100MA62NT1510	
证券简称	孕婴世界	证券代码	874178	
有限公司成立日期	2016 年 12 月 21 日	股份公司成立日期	2022 年 7 月 18 日	
注册资本	36,000.0001 万元	法定代表人	江大兵	
办公地址	四川省成都市金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 层 2212 号			
注册地址	四川省成都市金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 层 2212 号			
控股股东	成都俊隆	实际控制人	江大兵、王伟鉴	
主办券商	国信证券	挂牌日期	2023 年 10 月 20 日	
上市公司行业分类	F 批发和零售业		51 批发业	
管理型行业分类	F 批发和零售业	51 批发业	512 食品、饮料及烟草制品批发	5129 其他食品批发

二、 发行人及其控股股东、实际控制人的情况

截至本《招股说明书》签署日，成都俊隆持有公司 212,371,820 股股份，占公司股份总数的 58.99%，为公司控股股东。

截至本《招股说明书》签署日，江大兵、王伟鉴为公司实际控制人。

三、 发行人主营业务情况

公司是一家数智化创新型母婴连锁企业，主营业务为母婴商品销售以及为上游品牌供应商、下游加盟商提供服务。公司采用“数智化+供应链+服务”三者有机结合的加盟连锁模式，依托数智化中台，为上游品牌供应商提供高效的市场推广服务，为下游加盟商提供其业务经营相关的各项服务，涵盖信息系统上线及运维、会员管理、精准营销、品牌推广、经营诊断与指导、标准化培训、商标授权及门店管理等。凭借该模式以及公司数智化竞争优势，公司持续优化供应链体系，共同助力母婴门店经营者健康持续发展，带动公司母婴商品销售。

公司基于多年来对母婴门店经营场景的深度理解，开发数智化运营方案和配套工具并垂

直化应用，驱动高效率、高效能、高效益的母婴连锁生态体系建设。截至本《招股说明书》签署日，公司拥有 3 项发明专利及 69 项软件著作权，全资子公司创托盛和为国家高新技术企业、四川省专精特新中小企业、创新型中小企业。

销售端，依托对下沉母婴市场的深度洞察以及数智化中台的战略部署，公司形成了针对母婴门店经营痛点的数智化运营解决方案。近年来，公司把握行业整合发展机遇，通过数智化赋能带店加盟客户的方式，稳步扩张经营区域，在深耕西南区域的同时，成功开拓华中及华东市场，并积极布局西北等市场，逐步走向全国。

公司采取区域授权加盟的方式，与精选的具备行业经验、资产实力及消费者基础的县级/地市级母婴连锁门店经营者（即授权加盟商）建立合作，通过数智化工具部署与应用、专业运营服务以及优质供应链支持，实现加盟商业务流程重塑、组织架构优化、运营工具改造以及商品结构优化调整，助力加盟商及其门店健康持续发展的同时，带动公司母婴商品销售规模持续增长。公司加盟门店数量自 2022 年初的 1,300 余家稳步增长至 2024 年末的 2,200 余家，2024 年门店终端销售规模超 30 亿元，门店数量及终端销售规模位于我国母婴连锁行业前三。

供应端，依托深度下沉、高效协同的销售网络以及专业的数智化运营服务体系，公司与飞鹤、伊利金领冠、合生元、海普诺凯、佳贝艾特、好奇等知名母婴品牌建立了深度合作关系，在供应端具备商品直供优势、规模议价优势及区域独家产品供应优势。稳定、优质的供应链体系为公司母婴商品销售业务增长及下游加盟门店健康经营奠定了核心基础。

四、 主要财务数据和财务指标

项目	2024年12月31日 /2024年度	2023年12月31日 /2023年度	2022年12月31日 /2022年度
资产总计(元)	746,528,111.12	580,166,387.01	552,715,061.87
股东权益合计(元)	635,245,063.25	516,344,048.90	483,827,745.27
归属于母公司所有者的股东权益(元)	635,245,063.25	515,292,534.61	482,843,656.95
资产负债率（母公司）（%）	15.21	9.54	8.16
营业收入(元)	1,002,517,372.54	698,030,826.07	603,269,023.63
毛利率（%）	20.80	23.58	24.11
净利润(元)	120,301,014.35	94,788,290.44	83,741,298.10
归属于母公司所有者的净利润	120,223,237.38	94,720,864.47	83,644,502.59

(元)			
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润(元)	116,511,359.98	94,289,252.74	81,773,570.04
加权平均净资产收益率(%)	20.90	18.04	19.88
扣除非经常性损益后净资产收益率(%)	20.25	17.96	19.43
基本每股收益(元/股)	0.33	0.26	0.27
稀释每股收益(元/股)	0.33	0.26	0.27
经营活动产生的现金流量净额(元)	145,173,561.56	104,901,476.58	117,695,542.34
研发投入占营业收入的比例(%)	0.44	0.60	0.53

五、 发行决策及审批情况

(一) 本次发行已获得的授权和批准

2025年4月9日，公司召开第一届董事会第十七次会议，审议通过了《关于公司申请公开发行股票并在北交所上市的议案》等与本次公开发行股票并在北交所上市相关的议案。

2025年4月24日，公司召开2025年第一次临时股东会，审议通过了《关于公司申请公开发行股票并在北交所上市的议案》等与本次公开发行股票并在北交所上市相关的议案，并授权董事会办理与公司本次公开发行股票并在北交所上市有关的具体事宜。

(二) 本次发行尚需履行的决策程序及审批程序

本次发行尚需经北交所审核通过并经中国证监会同意注册后方可实施，能否通过前述审核及获得注册，以及最终通过审核及获得注册的时间，均存在不确定性，提请广大投资者注意投资风险。

六、 本次发行基本情况

发行股票类型	人民币普通股
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数	不超过 4,001 万股（含本数，未考虑超额配售选择权的情况）；不超过 4,601.15 万股（含本数，全额行使本次股票发行的超额配售选择权的情况）。公司及主承销商可以根据具体发行情况择机采用超额配售选择权，采用超额配售选择权发行的股票数量不超过本次发行股票数量的 15%（即不超过 600.15 万股）。最终发行数量由股东会授权董事会根据具体情况与主承销商协商，并

	经北京证券交易所审核和中国证监会注册后确定
发行股数占发行后总股本的比例	
定价方式	通过公司和主承销商自主协商直接定价、合格投资者网上竞价或网下询价等方式确定发行价格，最终定价方式将由股东会授权董事会与主承销商根据具体情况及监管要求协商确定
发行后总股本	
每股发行价格	以后续的询价或定价结果作为发行底价
发行前市盈率（倍）	
发行后市盈率（倍）	
发行前市净率（倍）	
发行后市净率（倍）	
预测净利润（元）	
发行前每股收益（元/股）	
发行后每股收益（元/股）	
发行前每股净资产（元/股）	
发行后每股净资产（元/股）	
发行前净资产收益率（%）	
发行后净资产收益率（%）	
本次发行股票上市流通情况	根据北京证券交易所的相关规定办理
发行方式	采用发行人和主承销商自主协商直接定价、合格投资者网上竞价或网下询价等方式或届时中国证监会认可的其他方式。
发行对象	符合国家法律法规和监管机构规定的，已开通北交所上市公司股票交易权限的合格投资者（法律、法规和规范性文件禁止认购的除外）
战略配售情况	
预计募集资金总额	
预计募集资金净额	
发行费用概算	
承销方式及承销期	余额包销，承销期为招股说明书在中国证监会、北交所指定报刊刊登之日起至主承销商停止接受投资者认购款之日
询价对象范围及其他报价条件	
优先配售对象及条件	

七、 本次发行相关机构

（一） 保荐人、承销商

机构全称	国信证券股份有限公司
法定代表人	张纳沙
注册日期	1994 年 6 月 30 日
统一社会信用代码	914403001922784445

注册地址	深圳市红岭中路 1012 号国信证券大厦十六层至二十六层
办公地址	浙江省杭州市体育场路 105 号凯喜雅大厦五楼
联系电话	0571-85115307
传真	0571-85316108
项目负责人	王云桥
签字保荐代表人	王云桥、郑琪瑶
项目组成员	傅李昊、陈质彬、康晨、马艺玮、蔡文舫、李承毅、陈杰、孙宇、沈加怡、张倚实

（二） 律师事务所

机构全称	北京市中伦律师事务所
负责人	张学兵
注册日期	1994 年 11 月 10 日
统一社会信用代码	31110000E00018675X
注册地址	北京市朝阳区金和东路 20 号院正大中心 3 号楼南塔 22-31 层
办公地址	北京市朝阳区金和东路 20 号院正大中心 3 号楼南塔 22-31 层
联系电话	010-59572288
传真	010-65681838
经办律师	慕景丽、李科峰、田浩森

（三） 会计师事务所

机构全称	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
负责人	邱靖之
注册日期	2012 年 3 月 5 日
统一社会信用代码	911101085923425568
注册地址	北京市海淀区车公庄西路 19 号 68 号楼 A-1 和 A-5 区域
办公地址	北京市海淀区车公庄西路 19 号 68 号楼 A-1 和 A-5 区域
联系电话	010-88827799
传真	010-88018737
经办会计师	周春阳、王世强、宋璐璐、李效辉（已离职）、邱星（已离职）、王治宾（已离职）

（四） 资产评估机构

√适用 □不适用

机构全称	沃克森（北京）国际资产评估有限公司
负责人	徐伟建
注册日期	2006 年 8 月 31 日
统一社会信用代码	911101087921023031
注册地址	北京市海淀区车公庄西路 19 号 37 幢三层 305-306
办公地址	北京市海淀区车公庄西路 19 号 37 幢三层 305-306

联系电话	010-52596085
传真	010-88019300
经办评估师	王玉林、吴春梅

机构全称	中瑞世联资产评估集团有限公司
负责人	何源泉
注册日期	2008 年 7 月 23 日
统一社会信用代码	91110102678011336A
注册地址	深圳市前海深港合作区南山街道听海大道 5059 号前海鸿荣源中心 A 座 1205A
办公地址	北京市海淀区西直门北大街 32 号院 1 号楼 13 层 1606-1
联系电话	010-66553366
传真	010-66553380
经办评估师	徐平、朱雪梅（已离职）

（五） 股票登记机构

机构全称	中国证券登记结算有限责任公司北京分公司
法定代表人	黄英鹏
注册地址	北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层
联系电话	010-58598980
传真	010-58598977

（六） 收款银行

户名	国信证券股份有限公司
开户银行	中国工商银行股份有限公司深圳深港支行
账号	4000029129200042215

（七） 申请上市交易所

交易所名称	北京证券交易所
法定代表人	周贵华
注册地址	北京市西城区金融大街丁 26 号
联系电话	400-626-3333
传真	010-63889634

（八） 其他与本次发行有关的机构

☐适用 ☒不适用

八、 发行人与本次发行有关中介机构权益关系的说明

截至本《招股说明书》签署日，发行人与本次公开发行有关中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他利益关系。

九、 发行人自身的创新特征

（一）创新投入及成果

公司长期深耕母婴行业，持续投入研发资源进行数智化技术体系建设与商业模式创新，在母婴行业建立了以数智化运营为核心的竞争优势。截至本《招股说明书》签署日，公司共拥有 3 项发明专利及 69 项软件著作权。全资子公司创托盛和为国家高新技术企业、四川省专精特新中小企业、创新型中小企业，公司数智化水平处于行业前列，相关核心技术详见本《招股说明书》“第五节 业务和技术”之“四、关键资源要素”之“（一）核心技术情况”。

（二）商业模式创新

1、公司商业模式概述

公司始终坚持以数智化中台为核心、以专注专业的服务为驱动、以优质供应链为载体，以加盟商健康持续发展为目标开展业务经营。通过“数智化+供应链+服务”的模式，深度链接上下游产业，高效输出数智化运营方案及专业服务，与上下游共创渠道价值生态。

2、数智化中台：商业模式创新的核心

数智化中台系公司运营体系的底层支撑，由业务中台、数据中台和技术中台组成：

（1）业务中台：以提供信息系统、数智化工具的方式链接前后台业务环节，功能涵盖销售管理、零售收银、社群工具、采购管理、库存管理、电子寄存、财务核算、线上培训等公司及下游加盟商的主要业务场景，并不断向数据中台沉淀业务数据。

（2）数据中台：基于沉淀积累的业务数据，利用技术中台的业务模型与智能算法进行分析处理，向业务中台输出会员标签、多维度经营报表等核心数据服务。

（3）技术中台：提供底层业务模型与智能算法技术，支撑中台系统的高效运行。

公司基于对数智化中台的深度运用，为下游加盟商、上游品牌供应商提供各项服务，形成了以数智化运营驱动业务经营发展的创新业态，实现商业模式创新，创造自身渠道价值并

转化为盈利能力。区别于以产品品牌特许为核心的第一代特许经营和以经营模式特许为核心的第二代特许经营，公司的商业模式融合了数字化核心特征，展现出第三代特许经营的特点。

3、高效协同的商业模式：驱动高质量发展

数智化中台、专业服务、优质供应链及以加盟商健康持续发展为目标的经营策略形成了公司协同共振的商业模式。

通过数智化中台及公司的专业服务，公司一方面助力上游品牌供应商提高产品推广效率，另一方面助力下游加盟门店经营效率、效能、效益优化，从而推动加盟商体系稳健发展，带动公司母婴商品的销售。与此同时，灵活经营且规模庞大的加盟门店网络，不仅为公司提供了分布广泛、深度下沉的销售渠道，亦通过规模采购优势持续强化供应链体系竞争力。在此基础上，公司通过数智化运营与优质供应链的优势融合，进一步扩大公司加盟体系的整体竞争优势，吸引更多母婴门店经营者合作，最终形成产业链充分协同且高效的商业模式。

销售端，公司加盟门店分布广泛、渠道下沉，店铺模型（位置、面积、陈列）选择灵活多样，以商场店、医院店、街边（社区）店等多模型贴近消费者，能够较大程度提供便利性并获取客流。在公司数智化运营及专业服务的支持下，加盟商在会员人均消费、门店坪效、会员复购等经营质量指标方面表现良好。供应端，加盟门店的良好运营以及公司数智化运营及专业服务体系，有助于品牌供应商实现商品在规模庞大的加盟门店销售网络下的高效推广。

公司通过数智化运营方案 and 工具的创新及应用一方面实现下游精细化管理并合理借助加盟商经营资源，另一方面凭借销售渠道建设及高效推广能力获取了优质上游供应链资源，形成了充分协同的利益共赢模式。公司通过以数据要素创新及规模应用为代表的新质生产力推动下游中小加盟商健康持续发展、提升产业链商品流通效率，并实现自身良好经营、发挥渠道价值。

报告期内，公司以数智化中台为核心、上下游高效协同的商业模式展现出了良好的渠道价值及创新优势，实现了超过 10%的年平均净利率，体现了公司商业模式驱动的良好盈利质量。

（三）推动行业转型升级

公司数智化运营聚焦赋能中小母婴门店经营者，服务上下游，建立了以数据为基础的

店经营业务流程，致力于推动传统母婴商贸流通产业向数智化、规范化转型升级。报告期内，公司与数百名母婴门店经营者建立了长期、稳定的加盟合作关系，通过数智化中台的深度运用以及专业服务支持，协助其建立以数据驱动业务经营的精细化运营流程，实现数字技术和实体门店经营的深度融合。

截至报告期末，公司加盟门店覆盖四川、湖北、重庆、贵州、云南、安徽、江西等六省一市，共计 2,200 余家，平均每个加盟商经营约 7 家门店，65%以上的门店经营时长已超过 5 年，在行业面临较大经营挑战的情况下，通过该商业模式，公司加盟体系保持了稳健可持续的经营韧性。

（四）市场地位

公司建设了分布广泛、渠道下沉且执行高效的销售网络。截至报告期末，公司与数百名母婴门店经营者建立了长期、稳定的加盟合作关系，共计拥有 2,200 余家加盟门店及 2 家直营门店，2024 年度连锁门店（直营及加盟）销售规模超 30 亿元。根据沙利文相关数据，公司连锁门店（含加盟及直营）数量占中国母婴连锁门店总数的比例约 7.0%，连锁门店销售规模仅次于孩子王及爱婴室两大直营母婴连锁企业。综合连锁门店数量与终端销售额维度，公司在我国母婴连锁行业位居前三。

报告期内，公司与飞鹤、伊利金领冠、合生元、海普诺凯、佳贝艾特、好奇等母婴市场知名品牌建立了深度合作关系，在供应端具备商品直供优势、规模议价优势及区域独家产品供应优势，销售及推广能力得到供应商的认可。

十、 发行人选择的具体上市标准及分析说明

根据《北交所上市规则》，结合自身规模、经营情况、盈利情况等因素综合考量，公司选择第 2.1.3 条的第（一）项上市标准，即“预计市值不低于 2 亿元，最近两年净利润均不低于 1,500 万元且加权平均净资产收益率平均不低于 8%，或者最近一年净利润不低于 2,500 万元且加权平均净资产收益率不低于 8%”。

结合公司盈利能力、市场估值水平，公司预计市值不低于 2 亿元。公司 2023 年度和 2024 年度的净利润（扣除非经常性损益前后归属于母公司所有者净利润孰低计量）分别为 9,428.93 万元和 11,651.14 万元，2023 年度和 2024 年度加权平均净资产收益率（扣除非经常

性损益前后归属于母公司所有者净利润孰低计量)分别为 17.96%和 20.25%,平均不低于 8%,符合《北交所上市规则》第 2.1.3 条的第(一)项标准。

十一、 发行人公司治理特殊安排等重要事项

发行人不存在公司治理特殊安排等重要事项。

十二、 募集资金运用

本次公开发行股票所募集的资金扣除发行费用后,拟全部用于与公司主营业务相关的项目,投资项目基本情况如下表所示:

序号	项目名称	投资总额 (万元)	拟投入募集资金 (万元)	实施主体	项目备案
1	销售服务网络建设项目	17,419.01	14,299.01	孕婴世界	川 投 资 备 【2402-510106-89-01-547887】 FGQB-0052 号
2	数智化中心 建设项目	4,843.88	4,843.88	创托盛和	川 投 资 备 【2402-510106-89-04-830189】 FGQB-0053 号
总计		22,262.89	19,142.89	-	-

若因公司经营需要或其他因素导致上述募集资金投资项目在本次发行募集资金到位前必须进行先期投入的,本公司拟以自筹资金先行进行投入,待本次发行募集资金到位后,公司将以募集资金首先置换先期已投入的自筹资金。

若本次发行募集资金净额低于募集资金投资项目拟投入募集资金总额,董事会将根据实际募集资金净额按照项目轻重缓急及实际情况调整并最终决定募集资金使用情况或通过自筹资金解决。若发行实际募集资金净额超过上述募集资金投资项目的资金需要,超出部分将结合公司未来发展目标在履行法定程序后,依照有关监管机构出台的最新监管政策规定使用。

本次募集资金运用情况详见本《招股说明书》“第九节 募集资金运用”的具体内容。

十三、 其他事项

无。

第三节 风险因素

投资者在评价发行人此次公开发行股票时，除本《招股说明书》提供的其他各项资料外，应特别考虑下述各项风险因素。以下风险因素可能直接或间接对发行人及本次发行产生重大不利影响。发行人提请投资者仔细阅读本节全文。

一、经营风险

（一）宏观环境变动风险

母婴行业的发展与经济增长、出生人口规模以及居民收入水平等高度相关。根据国家统计局数据，我国人口出生率自 2016 年高点的 13.57% 下落至 2024 年的 6.77%，近三年稳定在 6~7% 左右波动。叠加短期内宏观经济增速放缓以及消费意愿减弱等宏观环境波动影响，母婴行业市场规模增速放缓。虽受益于人口基数以及母婴商品的刚需属性，母婴行业市场规模仍保持增长趋势。但若未来经济增速持续放缓、我国人口出生率持续下降、居民可支配收入增速进一步下滑，将影响母婴行业消费者数量、消费意愿及消费水平，制约母婴行业发展空间，对公司经营业绩增长及未来发展前景产生不利影响。

（二）母婴行业市场竞争加剧风险

我国母婴批发及零售行业进入门槛相对较低，市场参与者众多，集中度不高。同时，母婴产品同质化程度高，且目标客户生命周期较短，市场竞争激烈。报告期内，公司母婴商品的终端销售渠道以线下母婴门店为主，近年来，在移动端 APP、各类电商平台等新零售业态加速发展的背景下，若公司不能持续巩固和提升核心竞争力，扩大市场份额，可能面临增长乏力与盈利能力承压的风险，进而对公司经营业绩产生不利影响。

（三）商业特许经营模式下的管理风险

商业特许经营是公司进行渠道拓展、实现商品终端销售的重要模式。报告期内，公司来自加盟商的母婴商品销售收入分别为 45,422.99 万元、50,041.57 万元和 79,530.94 万元，占主营业务收入的比例分别为 75.74%、72.24% 和 79.64%。

报告期内，公司加盟商数量及规模持续扩大、订单数量持续增加，对销售方面的精细化管理提出了更高要求。虽然公司已采取措施不断优化加盟商订单管理流程，但若公司或加盟商未能严格有效执行相关内控措施，则可能会造成因下单信息传递差异导致后续争议的风险，进而对业务运营产生不利影响。

此外，若公司主要加盟商严重违反特许经营合同约定及公司加盟管理要求，甚至因此引

发诉讼或受到行政处罚，公司存在作为共同被告或主要责任方被行政立案调查、面临民事赔偿、行政责任或刑事责任的法律风险，可能会对公司的经营业绩、商业信誉及品牌形象造成不利影响。

（四）市场开拓不及预期的风险

报告期内，公司销售区域以西南区域为主，并逐步开拓华中、华东市场。华中、华东新开拓区域的主营业务收入占比分别为 0.18%、6.07%和 23.22%，2023 年度和 2024 年度两大区域合计贡献了公司主营业务收入增量的比例约 40%和 60%，向其他区域的外延式市场开拓已成为公司扩大业务规模的重要方式。

由于国内各地区在经济发展程度、消费能力与习惯、母婴行业竞争情况等方面存在一定的差异，跨区域发展对公司经营管理提出了更高的要求。若公司未能因地制宜地调整经营策略，可能出现新市场开拓不达预期的情形，进而对公司未来业绩增长产生不利影响。

（五）加盟商经营波动风险

受出生率、客流量、消费偏好、区域竞争格局等多种因素影响，公司部分加盟商出现终端销售规模下滑、门店数量缩减等情形。虽然公司不断完善依托数智化中台的运营服务及供应链体系，推动公司加盟商经营质量提升，但未来若加盟商因市场竞争加剧、自身经营管理不善等因素影响，经营情况出现重大不利变化，将对公司经营业绩及财务状况带来不利影响。

（六）商品质量管控风险

报告期内，公司母婴商品销售收入占比近 90%，以婴幼儿奶粉等食品类为主。虽然公司已建立严格的供应商管理、仓储以及质量管理体系，但随着公司业务规模的不断扩大，若公司不能有效执行质量控制制度，或者合作的品牌方出现重大质量问题，可能引发消费者投诉、行政处罚等，进而对公司经营业绩造成不利影响。

此外，为更好地满足消费者个性化、多品类的需求，加盟商会自主外采部分商品，以丰富门店商品供应类别。若加盟商外采的商品出现质量问题或由此引发消费者投诉、行政处罚等，可能会对公司品牌形象造成不利影响。

二、财务风险

（一）存货管理风险

报告期各期末，公司库存商品账面价值分别为 9,322.18 万元、11,285.31 万元和 11,545.88 万元，占流动资产的比例分别为 17.66%、20.46%和 16.40%。公司的存货以婴幼儿奶粉等母婴食品类为主，对效期、存货仓储与周转管理要求较高。若未来经营过程中因市场环境发生

较大变化或行业竞争加剧出现库存商品滞销或大面积减值等情况，公司存货周转及营运资金周转效率将降低，对公司经营及财务状况产生不利影响。

（二）应收账款规模较大带来的坏账风险

报告期各期末，公司的应收账款账面价值分别为 4,537.45 万元、2,963.84 万元和 2,575.77 万元，占流动资产的比例分别为 8.60%、5.37%和 3.66%。虽然公司账龄一年以内的应收账款余额占整体应收账款余额在 90%左右，且历史应收款回收情况良好，且公司制定了稳健的坏账准备计提政策，坏账准备计提充分。但是随着公司经营规模的扩大，若公司客户经营状况不佳或资信能力变差，应收账款坏账风险可能会增加。

（三）供应商集中度较高及返利波动的风险

报告期内，公司向前五名供应商采购金额占当期采购总额的比例分别为 69.43%、76.37%和 84.29%，集中度较高。同时，公司各期供应商返利金额分别为 8,593.31 万元、11,803.08 万元和 20,040.47 万元，占各期营业成本的比例分别为 18.77%、22.13%和 25.24%。虽然公司与主要供应商保持长期稳定合作关系，报告期内合作条款、返利政策等未发生重大不利变化，但是若主要供应商经营状况恶化、行业竞争环境变化或其他因素导致供应商减少返利力度，且公司未能及时、准确地把握市场趋势变化并调整经营策略，将对公司的经营业绩产生一定的不利影响。

（四）第三方回款风险

报告期内，公司第三方回款的金额分别为 24,955.70 万元、23,340.03 万元和 28,280.89 万元，占营业收入的比例分别为 41.37%、33.44%和 28.21%。回款方主要为自然人客户的直系亲属、其控制的个体工商户，或法人客户的法定代表人，除此之外的回款方系客户的其他亲属、合伙经营者等。

针对第三方回款，公司已建立销售回款管理制度，报告期内，除自然人客户的直系亲属、其控制的个体工商户，或法人客户的法定代表人之外的第三方回款比例合计分别为 14.32%、1.01%和 0.96%，持续降低。但若未来公司或客户不能按照第三方回款相关内控管理制度的要求严格执行，可能会对公司的财务规范性产生不利影响。

（五）毛利率下降风险

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 23.82%、23.15%和 20.54%，呈下降趋势。公司的毛利率水平主要受到商品销售及采购价格、商品销售结构、公司市场开拓策略以及行业竞争环境等综合因素影响。若未来上述因素发生不利变化，导致公司毛利率持续下滑，将对公司的经营业绩产生不利影响。

三、数智化技术迭代风险

公司商业模式以数智化中台为核心。虽然公司在数智化转型方面具有一定先发优势，相关的技术与服务已实现规模化应用及推广，但是随着市场竞争的加剧、商品品类的不断拓展以及消费理念的逐步转变，公司需不断提升数智化中台的快速响应能力与创新水平。若公司未能准确洞察行业发展趋势、提升数智化技术与专业服务水平，可能导致公司现有竞争优势弱化，客户粘性下降、供应链协同效率降低，进而影响公司经营业绩与盈利能力。

四、公司治理风险

（一）实际控制人不当控制风险

截至本《招股说明书》签署日，江大兵、王伟鉴通过江大兵直接持有的公司股份、实际控制的成都俊隆、韵律时节、楚地蓉成、楚地锦成及其一致行动人王琼直接持有的公司股份，合计控制公司83.4929%的表决权。

江大兵、王伟鉴为公司的实际控制人，能够对公司的日常经营施加重大影响。公司已根据《公司法》《证券法》《北交所上市规则》等相关法律法规和规范性文件的要求，建立了较完善的法人治理结构，并将持续在制度安排方面加强防范实际控制人操控公司现象的发生，公司自设立以来未发生过实际控制人利用其控股地位侵害其他股东利益的行为。即便如此，也不能排除实际控制人利用其控股地位，通过行使表决权对公司发展战略、经营决策、人事安排和利润分配等重大事项实施影响，从而可能损害公司及中小股东的利益。

（二）公司未来规模扩张导致的经营管理风险

随着公司资产规模、人员规模、经营规模进一步扩大，公司的经营活动、组织架构和管理体系将趋于复杂，对公司管理团队的运营能力、内部控制、人力资源管理等也将提出更高要求。如后续公司不能及时调整、完善组织结构和管理体系，提升管理层业务素质及管理水平，公司将面临因规模扩张带来的经营管理风险。

（三）关联交易及比照关联方交易风险

报告期内，公司来自于关联方的营业收入分别为 2,460.08 万元、936.58 万元和 854.05 万元，占营业收入的比例分别为 4.08%、1.34%和 0.85%；来自比照关联方披露的客户的营业收入分别为 6,685.52 万元、6,382.00 万元和 7,003.38 万元，占营业收入的比例分别为 11.08%、9.14%和 6.99%。关联交易及比照关联方披露的交易占营业收入的比例均呈下降趋

势。

公司预计未来仍将存在一定的关联交易及比照关联方的交易。若公司未能根据《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》等内部控制制度规定，及时、严格履行关联交易决策及批准程序，保证关联交易程序的合规性以及定价的公允性，可能存在关联方及比照关联方利用交易损害公司及其他中小股东利益的风险。

五、其他风险

（一）发行失败风险

本次新股发行会受到市场环境、投资者偏好、价值判断等诸多因素影响，具有不确定性。若本次发行过程中出现认购不足、发行后公司市值未达到上市条件等情形，则将导致本次发行失败。

（二）募集资金投资项目实施无法达到预期的风险

公司本次募集资金计划投资于销售服务网络建设项目及数智化中心建设项目，投资项目的顺利实施将扩大公司销售渠道覆盖面、增强公司核心竞争力，持续提升市场占有率。如果在项目实施过程中建设进度、投资成本、宏观经济形势、相关产业政策等客观条件发生较大不利变化，则本次募集资金投资项目是否能够按时实施、项目实施效果是否符合预期等将存在不确定性，从而给公司的业务经营和未来发展带来一定的风险。

第四节 发行人基本情况

一、 发行人基本信息

公司全称	成都孕婴世界股份有限公司
英文全称	Chengdu Mam&Baby CO., Ltd.
证券代码	874178
证券简称	孕婴世界
统一社会信用代码	91510100MA62NT1510
注册资本	360,000,001 元
法定代表人	江大兵
成立日期	2016 年 12 月 21 日
办公地址	四川省成都市金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 层 2212 号
注册地址	四川省成都市金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 层 2212 号
邮政编码	610081
电话号码	028-83192290
传真号码	028-83192290
电子信箱	zqsw@scyysj.com
公司网址	http://www.scyysj.com
负责信息披露和投资者关系的部门	证券法务部
董事会秘书或者信息披露事务负责人	徐泽宁
投资者联系电话	028-83192290
经营范围	一般项目：母婴用品销售；服装服饰批发；服装服饰零售；个人卫生用品销售；日用百货销售；针纺织品销售；文具用品批发；体育用品及器材批发；文具用品零售；体育用品及器材零售；食品销售（仅销售预包装食品）；保健食品（预包装）销售；婴幼儿配方乳粉及其他婴幼儿配方食品销售；特殊医学用途配方食品销售；家用电器销售；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；消毒剂销售（不含危险化学品）；箱包销售；化妆品批发；化妆品零售；办公设备销售；电子产品销售；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；企业管理咨询；市场营销策划；企业形象策划；会议及展览服务；知识产权服务（专利代理服务除外）；专业设计服务；包装服务；包装材料及制品销售；平面设计；互联网数据服务；软件外包服务；互联网销售（除销售需要许可的商品）；信息系统集成服务；信息技术咨询服务；软件开发；数据处理和存储支持服务；总质量 4.5 吨及以下普通货运车辆道路货物运输（除网络货运和危险货物）；网络技术服务；非居住房地产租赁；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；仓储设备租赁服务；办公设备租赁服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
主营业务	母婴商品销售并向上游品牌供应商、下游加盟商提供服务
主要产品与服务项目	母婴商品、客户经营服务、供应商推广服务

二、 发行人挂牌期间的基本情况

（一） 挂牌时间

2023 年 10 月 20 日

（二） 挂牌地点

2023 年 9 月 25 日，全国股转公司出具《关于同意成都孕婴世界股份有限公司股票公开转让并在全 国股转系统挂牌的函》（股转函[2023]2856 号），同意公司股票在全国股转系统挂牌并公开转让。

2023 年 10 月 20 日，公司股票正式在全国股转系统挂牌并公开转让，证券代码为 874178，证券简称为“孕婴世界”。

截至本《招股说明书》签署日，公司所属层级为创新层。

（三） 挂牌期间受到处罚的情况

挂牌期间，公司不存在受到处罚的情况。

（四） 终止挂牌情况

☐适用 ☒不适用

（五） 主办券商及其变动情况

公司主办券商为国信证券股份有限公司。截至本《招股说明书》签署日，主办券商未发生过变更。

（六） 报告期内年报审计机构及其变动情况

报告期内，公司的年报审计机构为天职国际会计师事务所（特殊普通合伙），未发生过

变更。

（七） 股票交易方式及其变更情况

2023 年 10 月 20 日，公司股票正式在全国股转系统挂牌并公开转让，交易方式为集合竞价交易。截至本《招股说明书》签署日，公司股票交易方式未发生过变更。

（八） 报告期内发行融资情况

报告期内，公司不存在发行融资的情况。

（九） 报告期内重大资产重组情况

报告期内，公司不存在重大资产重组的情况。

（十） 报告期内控制权变动情况

报告期内，公司控股股东为成都俊隆，实际控制人为江大兵、王伟鉴，未发生变动。

（十一） 报告期内股利分配情况

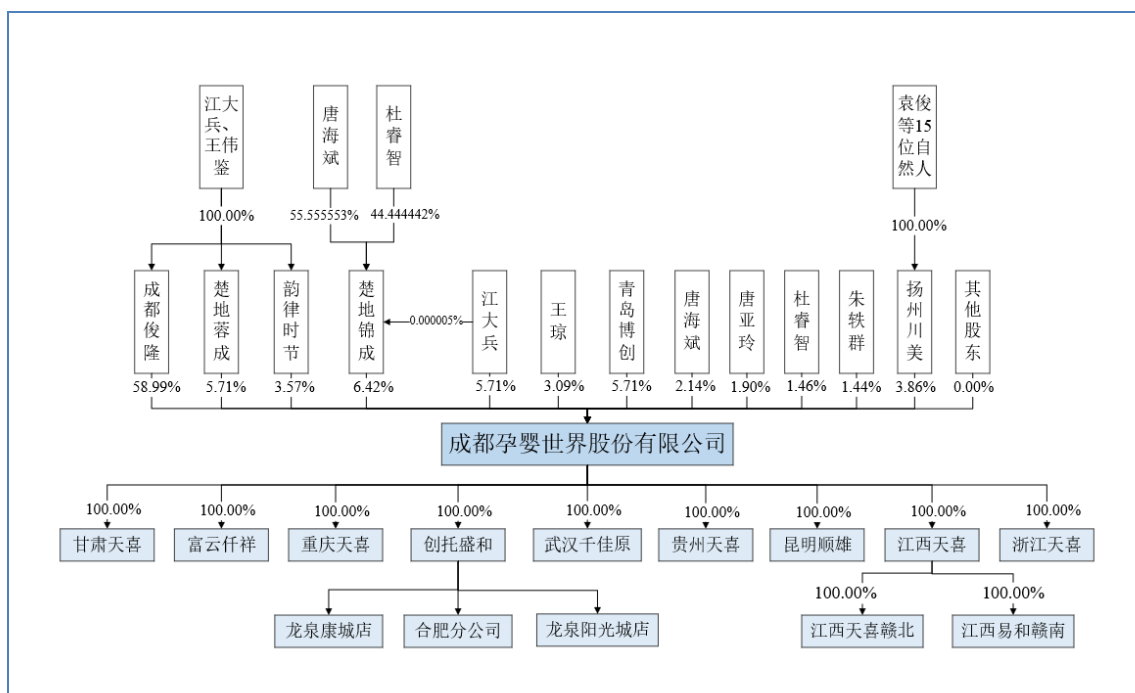
公司报告期内的股利分配情况如下：

1、2022 年 2 月 10 日，经佳和万新股东会审议通过，现金分红 1,500 万元。

2、2023 年 11 月 16 日，经公司 2023 年第一次临时股东大会审议通过，以公司总股本 259,818,731 股为基数，向全体股东每 10 股转增 3.855814 股，每 10 股派 2.40 元人民币现金。本次权益分派共计转增 100,181,270 股，派发现金红利 62,356,495.44 元。

三、 发行人的股权结构

截至本《招股说明书》签署日，公司的股权结构情况如下：



四、 发行人股东及实际控制人情况

（一） 控股股东、实际控制人情况

1、控股股东

截至本《招股说明书》签署日，成都俊隆直接持有公司 58.99%的股份，系公司控股股东。成都俊隆的情况如下：

公司名称	成都俊隆企业管理有限责任公司
统一社会信用代码	91510106MAAEGNJA0M
法定代表人	江大兵
成立时间	2020 年 11 月 13 日
注册资本	155,000,000.00 元
实收资本	153,675,926.00 元
注册地和主要生产经 营地	四川省成都市金牛区沙湾东二路 1 号 1 栋 1 单元 17 层 14、16、18、20 号
主营业务及其与发行 人主营业务的关系	除股权投资外，未开展其他业务

截至本《招股说明书》签署日，成都俊隆的股东构成如下：

序号	股东姓名	出资额（元）	出资比例（%）
1	江大兵	125,000,060.00	80.65

2	王伟鉴	29,999,940.00	19.35
合计		155,000,000.00	100.00

经天职会计师审计，成都俊隆最近一年的主要财务数据情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日/2024 年度
总资产	19,112.22
净资产	19,093.69
净利润	46.58

2、实际控制人

江大兵担任公司董事长。截至本《招股说明书》签署日，江大兵直接持有公司 2,055.2110 万股股份，占公司总股本比例为 5.7089%；通过其实际控制的成都俊隆、楚地锦成、楚地蓉成、韵律时节控制公司 26,889.7238 万股股份的表决权，占公司总股本的比例为 74.6937%。

王伟鉴为江大兵之子，担任公司董事、副总经理。截至本《招股说明书》签署日，王伟鉴通过成都俊隆、楚地蓉成、韵律时节间接持有公司 4,112.4780 万股股份，占公司总股本的比例为 11.4236%。

王琼为江大兵的配偶，王伟鉴的母亲，系江大兵、王伟鉴的一致行动人。截至本《招股说明书》签署日，王琼直接持有公司 1,112.5200 万股股份，占公司总股本比例为 3.0903%。

江大兵、王伟鉴和王琼于 2024 年 12 月 5 日签署《成都孕婴世界股份有限公司一致行动协议》，约定各方在收到发行人董事会/股东会通知之日起对董事会/股东会审议事项进行讨论并逐项作出同意、反对或弃权的共同一致意见。如各方无法达成一致意见的，以江大兵的意见为最终共同一致意见。该协议在各方直接/间接持有发行人股份期间长期有效。

综上，江大兵、王伟鉴合计实际控制公司表决权比例为 83.4929%，为公司实际控制人。

公司实际控制人的情况如下：

江大兵先生，身份证号码为 420800197203****，中国国籍，无境外居留权，1972 年 3 月出生，高中学历。1998 至 2008 年从事母婴商品零售经营，2008 年 7 月至 2016 年 12 月，历任成都市创托妇婴商贸有限公司监事、总经理，2016 年 12 月至 2022 年 7 月，历任佳和万新执行董事、执行董事兼经理，2022 年 7 月至今任公司董事长。

王伟鉴先生，身份证号码为 510781199005****，中国国籍，无境外居留权，1990 年 5 月出生，大专学历。2012 年 6 月至 2022 年 8 月，从事母婴商品零售经营，2021 年 1 月至 2022 年 7 月，任创托盛和业务经理，2022 年 7 月至今任公司董事、副总经理。

（二） 持有发行人 5%以上股份的其他主要股东

截至本《招股说明书》签署日，除公司控股股东成都俊隆、实际控制人江大兵外，直接持有公司 5%以上股份的股东包括楚地锦成、楚地蓉成和青岛博创。其中：楚地锦成直接持有公司 6.42%的股份，楚地蓉成直接持有公司 5.71%的股份，青岛博创直接持有公司 5.71%的股份。

上述股东的基本情况如下：

1、楚地锦成

企业名称	宁波楚地锦成企业管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91330206MA2J3KW37B
执行事务合伙人	江大兵
成立时间	2020 年 11 月 30 日
出资额	20,250,001.00 元
注册地和主要生产经营地	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 C2033
主营业务及其与发行人主营业务的关系	除股权投资外，未开展其他业务

截至本《招股说明书》签署日，楚地锦成的合伙人构成如下：

序号	合伙人姓名	出资额（元）	出资比例（%）
1	唐海斌	11,250,000.00	55.555553
2	杜睿智	9,000,000.00	44.444442
3	江大兵	1.00	0.000005
合计		20,250,001.00	100.00

2、楚地蓉成

企业名称	宁波楚地蓉成企业管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91330206MA2J3L5383
执行事务合伙人	江大兵

成立时间	2020 年 12 月 1 日
出资额	20,000,000.00 元
注册地和主要生产经 营地	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 C2034
主营业务及其与发行 人主营业务的关系	除股权投资外，未开展其他业务

截至本《招股说明书》签署日，楚地蓉成的合伙人构成如下：

序号	合伙人姓名	出资额（元）	出资比例（%）
1	江大兵	19,990,000.00	99.95
2	王伟鉴	10,000.00	0.05
合计		20,000,000.00	100.00

3、青岛博创

企业名称	青岛博创复礼创业投资基金合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91370281MA946GETXL
执行事务合伙人	宁波博创海纳投资管理有限公司
成立时间	2021 年 5 月 26 日
出资额	146,000,000.00 元
注册地和主要生产经 营地	山东省青岛市胶州市中云街道办事处兰州西路 388 号三层 3259 室
主营业务及其与发行 人主营业务的关系	除股权投资外，未开展其他业务

截至本《招股说明书》签署日，青岛博创的合伙人构成如下：

序号	合伙人姓名/名称	出资额（元）	出资比例（%）
1	吴金仙	49,000,000.00	33.56
2	王珍娥	44,000,000.00	30.14
3	谢吉平	30,000,000.00	20.55
4	阮涛	10,000,000.00	6.85
5	张钦斐	6,000,000.00	4.11
6	常忠平	3,000,000.00	2.05
7	青岛正德润可投资合伙企业（有限合伙）	2,000,000.00	1.37
8	宁波博创海纳投资管理有限公司	1,000,000.00	0.68
9	宁波梅山保税港区通思讯海投资合伙企业（有限合伙）	1,000,000.00	0.68

合计	146,000,000.00	100.00

（三） 发行人的股份存在涉诉、质押、冻结或其他有争议的情况

截至本《招股说明书》签署日，公司股东持有的公司股份不存在被质押、冻结或其他有争议的情况。

（四） 控股股东、实际控制人所控制的其他企业情况

截至本《招股说明书》签署日，除本公司及公司子公司外，公司控股股东不存在控制的其他企业。

截至本《招股说明书》签署日，除控制成都俊隆、楚地锦成、楚地蓉成外，公司实际控制人控制的其他企业为韵律时节，具体情况如下：

企业名称	宁波韵律时节企业管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91330206MA2J3L7733
执行事务合伙人	江大兵
成立时间	2020 年 12 月 1 日
出资额	12,400,000.00 元
注册地和主要生产经营地	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 C2035
主营业务及其与发行人主营业务的关系	除股权投资外，未开展其他业务

截至本《招股说明书》签署日，韵律时节的合伙人构成如下：

序号	合伙人姓名	出资额（元）	出资比例（%）
1	江大兵	12,390,000.00	99.92
2	王伟鉴	10,000.00	0.08
合计		12,400,000.00	100.00

五、 发行人股本情况

(一) 本次发行前后的股本结构情况

截至本《招股说明书》签署日，公司总股本为 36,000.0001 万股，公司本次拟向不特定合格投资者公开发行不超过 4,001.00 万股新股（不含行使超额配售选择权所发新股）。发行完成后，公司总股本为 40,001.0001 万股（不含行使超额配售选择权所发新股），发行后总股本超过 4 亿股，公众股东持股比例不低于公司股本总额的 10.00%，本次发行股份全部为公开发行新股，不涉及公司股东公开发售股份的事项。

公司本次发行前后，股本结构如下：

序号	股东名称/ 姓名	本次发行前		本次发行后	
		持股数 (万股)	持股比例 (%)	持股数 (万股)	持股比例 (%)
1	成都俊隆	21,237.1820	58.99	21,237.1820	53.09
2	楚地锦成	2,312.1243	6.42	2,312.1243	5.78
3	楚地蓉成	2,055.5614	5.71	2,055.5614	5.14
4	江大兵	2,055.2110	5.71	2,055.2110	5.14
5	青岛博创	2,055.2110	5.71	2,055.2110	5.14
6	扬州川美	1,389.0009	3.86	1,389.0009	3.47
7	韵律时节	1,284.8561	3.57	1,284.8561	3.21
8	王琼	1,112.5200	3.09	1,112.5200	2.78
9	唐海斌	770.7056	2.14	770.7056	1.93
10	唐亚玲	685.0625	1.90	685.0625	1.71
11	杜睿智	525.0153	1.46	525.0153	1.31
12	朱轶群	517.5300	1.44	517.5300	1.29
13	谢凌飞	0.0100	0.00	0.0100	0.00
14	王振坤	0.0100	0.00	0.0100	0.00
本次发行		/	/	4,001.0000	10.00
合计		36,000.0001	100.00	40,001.0001	100.00

(二) 本次发行前公司前十名股东情况

序号	股东姓名/名称	担任职务	持股数量(万 股)	限售数量(万 股)	股权比例 (%)
1	成都俊隆	/	21,237.1820	21,237.1820	58.99

2	楚地锦成	/	2,312.1243	2,312.1243	6.42
3	楚地蓉成	/	2,055.5614	2,055.5614	5.71
4	江大兵	董事长	2,055.2110	2,055.2110	5.71
5	青岛博创	/	2,055.2110	0.0000	5.71
6	扬州川美	/	1,389.0009	0.0000	3.86
7	韵律时节	/	1,284.8561	1,284.8561	3.57
8	王琼	无	1,112.5200	1,112.5200	3.09
9	唐海斌	董事、总经理	770.7056	770.7056	2.14
10	唐亚玲	无	685.0625	685.0625	1.90
合计		-	34,957.4348	31,513.2229	97.10

(三) 主要股东间关联关系的具体情况

序号	关联方股东名称	关联关系描述
1	江大兵、王琼、王伟鉴	公司直接股东江大兵与王琼为夫妻关系，间接股东王伟鉴系江大兵和王琼之子，江大兵、王伟鉴、王琼为一致行动人。
2	江大兵、成都俊隆、楚地锦成、楚地蓉成和韵律时节	成都俊隆系公司自然人直接股东江大兵持股并实际控制的主体，楚地锦成、楚地蓉成和韵律时节系公司自然人直接股东江大兵持有份额并担任执行事务合伙人的主体。
3	唐海斌、杜睿智、楚地锦成	楚地锦成系自然人直接股东唐海斌、杜睿智持有份额的主体。
4	唐海斌、唐亚玲	自然人直接股东唐海斌和唐亚玲为夫妻关系。
5	杜睿智、朱轶群	自然人直接股东杜睿智和朱轶群为夫妻关系。

(四) 其他披露事项

1、公司股东中私募投资基金等金融产品纳入监管的情况

截至本《招股说明书》签署日，持有公司股份的私募投资基金的情况如下表所示：

序号	股东名称	基金编号	基金管理人	管理人登记编号
1	青岛博创	SQV276	宁波博创海纳投资管理有限公司	P1031774

公司股东中的私募投资基金青岛博创已按照中国证券投资基金业协会的相关规定办理了备案手续，公示信息显示运作状态正常；其私募投资基金的基金管理人亦已按照中国证券投资基金业协会的相关规定办理了登记手续，公示信息显示无异常情况。

2、申报前 12 个月新增股东情况

除通过全国股转系统集合竞价方式增加的股东外，公司申报前 12 个月内，存在通过全国股转系统大宗交易方式受让公司股份，从而产生新股东的情形。具体情况如下：

（1）新增股东的基本情况、入股原因、入股价格及定价依据

2024 年 12 月，王琼、唐亚玲、朱轶群通过大宗交易的方式取得公司股份。上述新增股东基本情况如下：

序号	股东名称	住址	身份证号	国籍	境外长期居留权
1	王琼	四川省成都市	510721196608*****	中国	无
2	唐亚玲	四川省成都市	511026197707*****	中国	无
3	朱轶群	四川省成都市	321183198301*****	中国	无

2024 年 12 月，公司股东楚地锦成、楚地蓉成、韵律时节、唐海斌和杜睿智等以大宗交易的方式将所持有的部分公司股份转让给上述新股东。本次股份转让系公司股东江大兵、唐海斌、杜睿智出于家庭财产分配考虑，将其直接或间接持有的部分股份转让予配偶。具体转让情况如下：

序号	转让方	受让方	转让价格	转让股份（万股）	转让对价（万元）
1	楚地蓉成	王琼	1.03 元/股	684.70	705.24
2	韵律时节	王琼	1.03 元/股	427.82	440.65
3	楚地锦成	唐亚玲	1.03 元/股	428.16	441.01
4	楚地锦成	朱轶群	1.03 元/股	342.53	352.81
5	唐海斌	唐亚玲	0.88 元/股	256.90	226.07
6	杜睿智	朱轶群	1.08 元/股	175.00	189.00

（2）新增股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员是否存在关联关系

截至本《招股说明书》签署日，新增股东王琼系公司董事长、实际控制人江大兵的配偶，董事、副总经理、实际控制人王伟鉴的母亲；新增股东唐亚玲系公司董事、总经理唐海斌的配偶；新增股东朱轶群系公司董事、副总经理杜睿智的配偶。

除上述关系外，新增股东与公司其他股东、董事、监事、高级管理人员之间无关联关系。

（3）新增股东与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员是否存在关联关系

新增股东王琼、唐亚玲、朱轶群与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系。

(4) 新增股东及其持股主体、其他股东之间是否存在股份代持情形

新增股东与公司其他股东之间不存在股份代持的情形。

(5) 新增股东之间的一致行动关系

新增股东之间不存在一致行动关系。

(6) 新增股东是否属于战略投资者

公司新增股东不属于战略投资者。

3、公司历史上存在的股权代持及解除情况

公司历史上存在股权代持的情形，其具体形成原因、演变情况、解除过程、是否存在纠纷及争议等，详见公司挂牌时于全国股转系统披露的《成都孕婴世界股份有限公司公开转让说明书》。

截至本《招股说明书》签署日，公司不存在股权代持的情况。

六、 股权激励等可能导致发行人股权结构变化的事项

(一) 本次公开发行前已制定或实施的股权激励情况

1、2020 年 12 月

2020 年 12 月，佳和万新对核心管理层进行股权激励，同意新增注册资本 3,209.876543 万元。本次股权激励对象主要为唐海斌、杜睿智。其中：楚地锦成以 2,700 万元认缴 2,222.222222 万元注册资本，唐海斌以 900 万元认缴 740.740741 万元注册资本，杜睿智以 300 万元认缴 246.91358 万元注册资本。本次增资价格为 1.22 元/每元注册资本。

本次系公司对核心管理层的激励，公司根据职位的重要性、在公司服务的年限、工作表现等因素综合考量，确定授予价格为 1.22 元/每元注册资本，本次增资已经佳和万新股东会审议通过，程序符合相关规定。

2、2022 年 4 月

2022 年 4 月，佳和万新对公司核心员工进行股权激励，同意新增注册资本 1,077.28 万元。本次股权激励对象主要为杜睿智以及扬州川美的袁俊等 14 名合伙人。其中：杜睿智以 450 万元认缴 257.69 万元注册资本，袁俊等 14 名合伙人通过扬州川美以 1,431.25 万元认缴 819.60 万元注册资本。本次增资价格为 1.75 元/每元注册资本。

本次系公司对核心员工的激励，公司根据员工职位的重要性、在公司服务的年限、工作表现等因素综合考量，确定授予价格为 1.75 元/每元注册资本，本次增资已经佳和万新股东会审议通过，程序符合相关规定。

3、2022 年 11 月

2022 年 11 月，公司对新引进的公司核心员工进行股权激励，同意新增注册资本 181.8731 万元。本次股权激励对象主要为扬州川美的新增合伙人徐泽宁。徐泽宁通过扬州川美以 329 万元认缴公司 181.8731 万股股份，增资价格为 1.81 元/股。

本次系公司对新引进核心人员的激励，公司根据该员工职位的重要性、员工素质及经验等因素综合考量，确定授予价格为 1.81 元/股，本次增资已经公司股东大会审议通过，程序符合相关规定。

4、股权激励对公司的影响

（1）股权激励对公司经营情况的影响

公司通过员工持股平台对核心管理层及核心员工实施了股权激励，建立健全了激励机制，进一步完善了治理结构、提升治理水平，实现公司可持续发展。公司通过股权激励的实施，充分调动公司在职董事、监事、高级管理人员、核心员工的工作积极性，提升团队凝聚力，有利于公司健康经营和持续发展。

（2）股权激励对公司财务状况的影响

2020 年 12 月，激励对象唐海斌、杜睿智取得公司股权的价格为 1.22 元/每元注册资本，低于本次入股股权公允价格 1.82 元/每元注册资本（公允价格参照 2021 年 7 月外部机构投资者青岛博创入股佳和万新的价格），构成以权益结算的股份支付，确认股份支付费用总额 1,950 万元，已于 2020 年一次性确认。

2022 年 4 月，杜睿智、扬州川美取得公司股权的价格为 1.75 元/每元注册资本，低于本次入股股权公允价格 1.82 元/每元注册资本（公允价格参照 2021 年 7 月外部机构投资者青岛博创入股佳和万新的价格），构成以权益结算的股份支付，确认股份支付费用总额 82.09 万元，已于 2022 年一次性确认。

2022 年 11 月，扬州川美取得公司股份的价格为 1.81 元/股，低于股权公允价格 2.59 元/股（公允价格参照中瑞世联对公司截至 2022 年 12 月 31 日股东权益的评估价值），构成以权益结算的股份支付，确认股份支付费用总额 142.17 万元，已于 2022 年一次性确认。

（3）股权激励对公司控制权变化的影响

股权激励实施前后，公司的控股股东、实际控制人未发生变化，历次实施的股权激励未对公司控制权产生影响。

（二）发行人控股股东、实际控制人与其他股东签署的特殊投资约定等可能导致股权结构变化的事项

截至本《招股说明书》签署日，公司控股股东、实际控制人不存在与其他股东签署特殊投资约定等可能导致股权结构变化的事项。

七、 发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况

（一） 控股子公司情况

√适用 □不适用

1. 成都市创托盛和信息技术服务有限公司

子公司名称	成都市创托盛和信息技术服务有限公司
成立时间	2016 年 7 月 27 日
注册资本	500.00 万元
实收资本	500.00 万元
注册地	成都市金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 层 2208 号
主要生产经营地	成都市金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 层 2208 号
主要产品或服务	商业特许服务、信息技术服务、市场推广服务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	负责加盟体系管理及信息技术服务、市场推广服务业务
股东构成及控制情况	公司持有其 100%的股权
最近一年及一期末总资产	8,259.43 万元
最近一年及一期末净资产	7,094.87 万元
最近一年及一期净利润	5,521.78 万元
是否经过审计	是

审计机构名称	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

2. 贵州天喜易和母婴用品有限公司

子公司名称	贵州天喜易和母婴用品有限公司
成立时间	2019 年 3 月 26 日
注册资本	50.00 万元
实收资本	50.00 万元
注册地	贵州省贵阳市观山湖区宾阳街道宾阳大道西侧,环城高速东侧贵阳西南国际商贸城一期地面工程第 3 幢 C 单元 3 层 292 号
主要生产经营地	贵州省贵阳市观山湖区宾阳街道宾阳大道西侧,环城高速东侧贵阳西南国际商贸城一期地面工程第 3 幢 C 单元 3 层 292 号
主要产品或服务	母婴商品批发销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	负责公司贵州地区销售业务
股东构成及控制情况	公司持有其 100%的股权
最近一年及一期末总资产	2,761.53 万元
最近一年及一期末净资产	625.38 万元
最近一年及一期净利润	703.04 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

3. 重庆天喜易和母婴用品有限公司

子公司名称	重庆天喜易和母婴用品有限公司
成立时间	2019 年 4 月 16 日
注册资本	50.00 万元
实收资本	50.00 万元
注册地	重庆市渝中区解放碑街道民权路 28 号 24-1#、24-2#、24-3#
主要生产经营地	重庆市渝中区解放碑街道民权路 28 号 24-1#、24-2#、24-3#
主要产品或服务	母婴商品批发销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	负责公司重庆地区销售业务
股东构成及控制情况	公司持有其 100%的股权
最近一年及一期末总资产	5,390.86 万元
最近一年及一期末净资产	939.63 万元
最近一年及一期净利润	796.57 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

4. 昆明顺雄母婴用品有限公司

子公司名称	昆明顺雄母婴用品有限公司
成立时间	2020 年 12 月 28 日
注册资本	50.00 万元
实收资本	50.00 万元

注册地	云南省昆明市官渡区小板桥街道办事处羊甫社区居民委员会龙辉路 206 号乐悦广场 3 幢 10 层 1001
主要生产经营地	云南省昆明市官渡区小板桥街道办事处羊甫社区居民委员会龙辉路 206 号乐悦广场 3 幢 10 层 1001
主要产品或服务	母婴商品批发销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	负责公司云南地区销售业务
股东构成及控制情况	公司持有其 100%的股权
最近一年及一期末总资产	3,016.39 万元
最近一年及一期末净资产	195.36 万元
最近一年及一期净利润	385.77 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

5. 合肥富云仟祥商贸有限公司

子公司名称	合肥富云仟祥商贸有限公司
成立时间	2022 年 8 月 10 日
注册资本	1,000.00 万元
实收资本	1,000.00 万元
注册地	安徽省合肥市庐阳区阜南路 169 号安粮东怡金融广场 B 座 2207
主要生产经营地	安徽省合肥市庐阳区阜南路 169 号安粮东怡金融广场 B 座 2207
主要产品或服务	母婴商品批发销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	负责公司安徽地区销售业务
股东构成及控制情况	公司持有其 100%的股权
最近一年及一期末总资产	2,696.71 万元
最近一年及一期末净资产	1,193.73 万元
最近一年及一期净利润	342.21 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

6. 武汉千佳原商贸有限公司

子公司名称	武汉千佳原商贸有限公司
成立时间	2022 年 8 月 23 日
注册资本	500.00 万元
实收资本	500.00 万元
注册地	湖北省武汉市江汉区精武路 9 号（越秀·国际金融汇三期）T3-P6 栋 T3 号楼单元 18 层办公 2 号、3 号、4 号、5 号、6 号-1
主要生产经营地	湖北省武汉市江汉区精武路 9 号（越秀·国际金融汇三期）

	T3-P6 栋 T3 号楼单元 18 层办公 2 号、3 号、4 号、5 号、6 号-1
主要产品或服务	母婴商品批发销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	负责公司湖北地区销售业务
股东构成及控制情况	公司持有其 100%的股权
最近一年及一期末总资产	5,739.25 万元
最近一年及一期末净资产	866.56 万元
最近一年及一期净利润	834.73 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

7. 江西天喜易和母婴用品有限公司

子公司名称	江西天喜易和母婴用品有限公司
成立时间	2024 年 8 月 2 日
注册资本	500.00 万元
实收资本	500.00 万元
注册地	江西省南昌市红谷滩区世贸路 138 号宏创发展中心办公楼 1304-1307 室
主要生产经营地	江西省南昌市红谷滩区世贸路 138 号宏创发展中心办公楼 1304-1307 室
主要产品或服务	母婴商品批发销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	负责公司江西地区销售业务
股东构成及控制情况	公司持有其 100%的股权
最近一年及一期末总资产	1,478.35 万元
最近一年及一期末净资产	417.58 万元
最近一年及一期净利润	-82.42 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

8. 江西天喜赣北母婴用品有限公司

子公司名称	江西天喜赣北母婴用品有限公司
成立时间	2024 年 10 月 9 日
注册资本	100.00 万元
实收资本	0.00 万元
注册地	江西省南昌市红谷滩区世贸路 138 号宏创发展中心办公楼 1305 室
主要生产经营地	江西省南昌市红谷滩区世贸路 138 号宏创发展中心办公楼 1305 室
主要产品或服务	母婴商品批发销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	负责公司江西赣北地区销售业务

股东构成及控制情况	公司子公司江西天喜持有其 100%的股权
最近一年及一期末总资产	0.00 万元
最近一年及一期末净资产	0.00 万元
最近一年及一期净利润	0.00 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

9. 江西易和赣南母婴用品有限公司

子公司名称	江西易和赣南母婴用品有限公司
成立时间	2024 年 10 月 9 日
注册资本	100.00 万元
实收资本	0.00 万元
注册地	江西省南昌市红谷滩区世贸路 138 号宏创发展中心办公楼 1306 室
主要生产经营地	江西省南昌市红谷滩区世贸路 138 号宏创发展中心办公楼 1306 室
主要产品或服务	母婴商品批发销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	负责公司江西赣南地区销售业务
股东构成及控制情况	公司子公司江西天喜持有其 100%的股权
最近一年及一期末总资产	0.00 万元
最近一年及一期末净资产	0.00 万元
最近一年及一期净利润	0.00 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

10. 甘肃天喜易和母婴用品有限公司

子公司名称	甘肃天喜易和母婴用品有限公司
成立时间	2025 年 5 月 12 日
注册资本	500.00 万元
实收资本	500.00 万元
注册地	甘肃省兰州市安宁区安宁堡街道莫高大道之 1129 号（中海广场 23 号楼 23 层 2305-2306 室）
主要生产经营地	甘肃省兰州市安宁区安宁堡街道莫高大道之 1129 号（中海广场 23 号楼 23 层 2305-2306 室）
主要产品或服务	母婴商品批发销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	负责公司甘肃、青海、宁夏地区销售业务
股东构成及控制情况	公司持有其 100%的股权
最近一年及一期末总资产	0.00 万元
最近一年及一期末净资产	0.00 万元
最近一年及一期净利润	0.00 万元
是否经过审计	否

审计机构名称	/

11. 浙江天喜易和母婴用品有限公司

子公司名称	浙江天喜易和母婴用品有限公司
成立时间	2025 年 6 月 3 日
注册资本	1,000.00 万元
实收资本	0.00 万元
注册地	浙江省杭州市萧山区盈丰街道润奥商务中心 2 幢 604 室
主要生产经营地	浙江省杭州市萧山区盈丰街道润奥商务中心 2 幢 604 室
主要产品或服务	母婴商品批发销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	负责公司浙江地区销售业务
股东构成及控制情况	公司持有其 100%的股权
最近一年及一期末总资产	0.00 万元
最近一年及一期末净资产	0.00 万元
最近一年及一期净利润	0.00 万元
是否经过审计	否
审计机构名称	/

(二) 参股公司情况

☐适用 ☒不适用

八、 董事、监事、高级管理人员情况

(一) 董事、监事、高级管理人员的简要情况

1、公司董事简介

公司董事会由 7 名董事组成，其中独立董事 3 名，设董事长 1 名。

截至本《招股说明书》签署日，公司现任董事选聘情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	任期
1	江大兵	董事长	成都俊隆	2022 年 7 月 5 日-2025 年 7 月 4 日
2	王伟鉴	董事	成都俊隆	2022 年 7 月 5 日-2025 年 7 月 4 日
3	唐海斌	董事	唐海斌	2022 年 7 月 5 日-2025 年 7 月 4 日
4	杜睿智	董事	成都俊隆	2022 年 7 月 5 日-2025 年 7 月 4 日
5	刘凤元	独立董事	成都俊隆	2022 年 7 月 5 日-2025 年 7 月 4 日
6	丁晓东	独立董事	江大兵	2022 年 7 月 5 日-2025 年 7 月 4 日
7	周蕾	独立董事	成都俊隆	2022 年 7 月 5 日-2025 年 7 月 4 日

上述董事简历如下：

江大兵先生：详见本节之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人情况”之“2、实际控制人”。

王伟鉴先生：详见本节之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人情况”之“2、实际控制人”。

唐海斌先生：1977年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2000年7月至2008年6月任成都百货大楼集团有限公司系统工程师，2008年7月至2019年8月历任成都市创托妇婴商贸有限公司经理、执行董事，2016年12月至2022年7月任佳和万新总经理，2022年7月至今任公司董事、总经理。

杜睿智先生：1984年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2006年6月至2014年12月任惠氏营养品（中国）有限公司上海分公司城市群经理，2015年1月至2016年12月任成都市创托妇婴商贸有限公司运营总监，2016年12月至2022年7月任佳和万新运营总监，2022年7月至今任公司董事、副总经理。

丁晓东先生：1966年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，副教授。1988年7月至今任山东财经大学会计学院（前身山东财政学院会计学院）教师，2022年7月至今任公司独立董事，2017年6月至今任济南宏泰阳投资管理有限公司执行董事兼经理，2017年8月至2023年8月任宁波博菱电器股份有限公司独立董事，2018年12月至2024年4月任安翰科技（武汉）股份有限公司独立董事，2019年11月至今任迈科管业控股有限公司独立董事，2021年11月至2025年5月任青岛海容商用冷链股份有限公司监事，2022年6月至2025年2月任山东宝港国际港务股份有限公司独立董事，2024年2月至今任莱商银行股份有限公司独立董事，2025年5月至今任梦金园黄金珠宝集团股份有限公司独立董事。

刘凤元先生：1970年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士研究生学历，教授。1997年7月至2006年2月任云南大学经济管理学院教师，2006年2月至今任华东政法大学国际金融法律学院教师，2022年7月至今任公司独立董事，2014年6月至今任上海迭达金融信息服务有限公司监事，2017年8月至2023年8月任宁波博菱电器股份有限公司独立董事，2018年12月至今任浙江辉旺机械科技股份有限公司董事，2019年8月至今任北京

中科晶上科技股份有限公司独立董事,2019年11月至今任迈科管业控股有限公司独立董事。

周蕾女士：1981年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士研究生学历，教授。2007年3月至今任安徽财经大学会计学院教师，2023年6月至今任安徽财经大学会计学院副院长，2022年7月至今任公司独立董事，2021年1月至今任大富科技（安徽）股份有限公司独立董事，2021年6月至今任合肥恒鑫生活科技股份有限公司独立董事。

2、公司监事简介

公司监事会由3名监事组成，设监事会主席1名。

截至本《招股说明书》签署日，公司现任监事选聘情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	任期
1	鲁霞	监事会主席	成都俊隆	2022年7月5日-2025年7月4日
2	刘小红	监事	江大兵	2022年7月5日-2025年7月4日
3	张冀	职工监事	公司工会	2022年12月15日-2025年7月4日

上述监事简历如下：

鲁霞女士：1986年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2005年4月至2006年8月任彩晶光电（昆山）科技有限公司部门助理，2006年9月至2006年12月为自由职业，2007年1月至2012年2月任成都鹏翔生物科技有限公司人事行政主管，2012年2月至2013年8月任成都贝凯商贸有限公司人事行政主管，2013年8月至2014年4月任成都思美儿商贸有限公司人事行政主管，2014年5月至2014年7月任成都美美臣科技有限公司人事行政主管，2014年7月至2014年12月任成都好房通科技股份有限公司人事行政经理，2015年1月至2016年12月任成都市创托妇婴商贸有限公司人事行政经理，2016年12月至今历任公司及前身佳和万新人事行政经理、销售经理、运营副总监、四川销售中心负责人，2020年12月至今任公司监事。

刘小红女士：1981年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2011年7月至2018年5月主要从事母婴商品零售经营，2018年5月至今历任公司及前身佳和万新用品营运高级经理、供应链管理中心副总监，2022年7月至今任公司监事。

张冀先生：1985年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2007年6月至2009年5月任攀枝花市东区永乐装饰部设计助理，2009年6月至2011年9月任都江堰

市壹加壹建材门市部家装设计师，2011年10月至2012年2月为自由职业，2012年3月至2015年5月任成都罗汉品牌设计有限公司空间设计师，2015年6月至2016年7月任四川生活家达芬奇木业有限公司空间设计师，2016年8月至2022年11月任创托盛和空间设计高级主管，2022年12月至今任公司监事、空间设计高级主管。

3、公司高级管理人员简介

截至本《招股说明书》签署日，公司高级管理人员共有5名，选聘情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	任期
1	唐海斌	总经理	江大兵	2022年7月5日-2025年7月4日
2	王伟鉴	副总经理	唐海斌	2022年7月5日-2025年7月4日
3	杜睿智	副总经理	唐海斌	2022年7月5日-2025年7月4日
4	洪燕玲	财务负责人	唐海斌	2022年7月5日-2025年7月4日
5	徐泽宁	董事会秘书	江大兵	2023年4月26日-2025年7月4日

上述高级管理人员简历如下：

唐海斌先生：详见本节之“八、董事、监事、高级管理人员情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员的简要情况”之“1、公司董事简介”。

王伟鉴先生：详见本节之“八、董事、监事、高级管理人员情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员的简要情况”之“1、公司董事简介”。

杜睿智先生：详见本节之“八、董事、监事、高级管理人员情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员的简要情况”之“1、公司董事简介”。

洪燕玲女士：1988年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2012年4月至2014年12月任威尔信（汕头保税区）动力设备有限公司财务经理，2015年1月至2015年2月为自由职业，2015年3月至2016年12月任成都市创托妇婴商贸有限公司财务经理，2016年12月至2022年7月任佳和万新财务经理，2022年7月至今任公司财务负责人。

徐泽宁先生：1993年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。2019年7月至2022年10月任国信证券股份有限公司高级经理，2022年11月至2023年4月历任公司信息披露事务专员、信息披露负责人，2023年4月至今任公司董事会秘书。

（二） 直接或间接持有发行人股份的情况

姓名	职位	关系	直接持股数量（股）	间接持股数量（股）	无限售股数量（股）	其中被质押或冻结股数
江大兵	董事长	王琼配偶，王伟鉴父亲，实际控制人之一	20,552,110	204,651,215	0	0
王伟鉴	董事、副总经理	江大兵与王琼之子，实际控制人之一	0	41,124,780	0	0
王琼	/	江大兵配偶，王伟鉴母亲	11,125,200	0	0	0
唐海斌	董事、总经理	/	7,707,056	12,845,134	0	0
唐亚玲	/	唐海斌配偶	6,850,625	0	0	0
杜睿智	董事、副总经理	/	5,250,153	10,276,107	0	0
朱轶群	/	杜睿智配偶	5,175,300	0	0	0
鲁霞	监事	/	0	794,409	0	
刘小红	监事	/	0	595,807	0	0
洪燕玲	财务负责人	/	0	695,108	0	0
徐泽宁	董事会秘书	/	0	2,520,022	0	0

（三） 对外投资情况

姓名	在发行人处职务	对外投资单位名称	投资金额	投资比例
江大兵	董事长	成都俊隆	12,500.006 万元	80.65%
		楚地蓉成	1,999.00 万元	99.95%
		楚地锦成	0.0001 万元	0.000005%
		韵律时节	1,239.00 万元	99.92%
王伟鉴	董事、副总经理	成都俊隆	2,999.994 万元	19.35%
		楚地蓉成	1.00 万元	0.05%
		韵律时节	1.00 万元	0.08%
		宁波博创至知投资合伙企业（有限合伙）	500.00 万元	6.40%
唐海斌	董事、总经理	楚地锦成	1,125.00 万元	55.555553%
杜睿智	董事、副总经理	楚地锦成	900.00 万元	44.444442%
丁晓东	独立董事	济南宏泰阳投资管理有限公司	500.00 万元	100.00%
刘凤元	独立董事	上海迭达金融信息服务有限公司	5.00 万元	5.00%

鲁霞	监事	扬州川美	100.00 万元	5.72%
刘小红	监事	扬州川美	75.00 万元	4.29%
洪燕玲	财务负责人	扬州川美	87.50 万元	5.00%
徐泽宁	董事会秘书	扬州川美	317.219593 万元	18.14%

（四） 其他披露事项

1、董事、监事、高级管理人员之间的亲属关系

截至本《招股说明书》签署日，公司董事长江大兵与公司董事、副总经理王伟鉴系父子关系。除此之外，公司董事、监事、高级管理人员之间不存在其他亲属关系。

2、董事、监事、高级管理人员的对外任职情况

截至本《招股说明书》签署日，除在公司及合并范围内子公司任职外，公司董事、监事、高级管理人员在其他单位担任董事、监事和高级管理人员的任职情况如下：

姓名	职务	兼职单位	担任职务	兼职单位与本公司的关联关系
江大兵	董事长	成都俊隆	执行董事兼经理	成都俊隆持有公司 58.99% 的股份，系控股股东
		楚地锦成	执行事务合伙人	楚地锦成持有公司 6.42% 的股份
		楚地蓉成	执行事务合伙人	楚地蓉成持有公司 5.71% 的股份
		韵律时节	执行事务合伙人	韵律时节持有公司 3.57% 的股份
王伟鉴	董事、副总经理	成都俊隆	监事	成都俊隆持有公司 58.99% 的股份，系控股股东
刘凤元	独立董事	华东政法大学	教授	无
		北京中科晶上科技股份有限公司	独立董事	无
		迈科管业控股有限公司	独立董事	无
		浙江辉旺机械科技股份有限公司	董事	无
		上海迭达金融信息服务有限公司	监事	无
丁晓东	独立董事	山东财经大学	副教授	无
		济南宏泰阳投资管理有限公司	执行董事兼总经理	无

		梦金园黄金珠宝集团股份有限公司	独立董事	无
		迈科管业控股有限公司	独立董事	无
		莱商银行股份有限公司	独立董事	无
周蕾	独立董事	安徽财经大学	教授	无
		大富科技（安徽）股份有限公司	独立董事	无
		合肥恒鑫生活科技股份有限公司	独立董事	无

3、报告期内董事、监事、高级管理人员的变动情况

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员未发生重大变化，具体情况如下：

（1）董事的变动情况

报告期初，江大兵为公司执行董事。

2022年7月，公司创立大会暨第一次股东大会选举江大兵、唐海斌、杜睿智、王伟鉴、刘凤元、丁晓东、周蕾为公司第一届董事会董事。其中，江大兵为董事长，刘凤元、丁晓东、周蕾为独立董事。本届董事会成员未发生变动。

截至本《招股说明书》签署日，公司董事不存在除上述情况外的其他变化。

（2）监事的变动情况

股份公司设立前，公司监事为鲁霞。

2022年6月，公司召开职工代表大会，选举马世海为公司职工代表监事。2022年7月，公司创立大会暨第一次股东大会选举刘小红、鲁霞为公司第一届监事会监事。

2022年12月，公司召开职工代表大会，同意马世海因个人原因辞去职工代表监事职务，选举张冀为公司职工监事。

截至本《招股说明书》签署日，公司监事不存在除上述情况外的其他变化。

（3）高级管理人员的变动情况

股份公司设立前，唐海斌为公司总经理。

2022 年 7 月，公司召开第一届董事会第一次会议，聘任唐海斌为公司总经理、信息披露负责人，聘任杜睿智、王伟鉴为公司副总经理，聘任洪燕玲为公司财务负责人。

2022 年 12 月，公司召开第一届董事会第四次会议，同意变更公司信息披露负责人为徐泽宁。2023 年 4 月，公司召开第一届董事会第五次会议，同意聘任徐泽宁为公司董事会秘书。

截至本《招股说明书》签署日，公司高级管理人员不存在除上述情况外的其他变化。

（4）董事、监事、高级管理人员变动原因以及对公司的影响

公司管理团队保持稳定，报告期内董事及高级管理人员的变化主要系公司为完善治理结构以及满足实际经营需要而进行的适当调整，且董事及高级管理人员的变动均按照公司章程规定执行了必要、合规的法律程序。

4、董事、监事及高级管理人员的薪酬情况

（1）薪酬组成和确定依据

公司董事（除独立董事外）、监事、高级管理人员的薪酬由工资、奖金、福利等组成，薪酬由董事会薪酬与考核委员会结合地方经济发展程度、行业水平、个人能力、工作内容等因素，根据考核评分结果及薪酬分配政策等确定，经董事会审议同意后由股东会审议通过。公司独立董事仅在公司领取独立董事津贴，由股东会审议决定。

（2）报告期内薪酬总额占各期发行人利润总额的比重

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员的薪酬总额以及占公司利润总额的比例情况如下：

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
董事、监事、高级管理人员薪酬总额（万元）	402.33	398.70	479.32[注]
利润总额（万元）	15,138.64	11,824.64	10,474.90
比例（%）	2.66	3.37	4.58

注：2022 年董事、监事、高级管理人员薪酬总额包含股份支付的费用。

九、重要承诺

（一）与本次公开发行有关的承诺情况

承诺主体	承诺开始日期	承诺结束日期	承诺类型	承诺内容(索引)
控股股东、实际控制人及其一致行动人、持有公司股份的其他董事、监事、高级管理人员、申报前 12 个月新增股东（王琼、唐亚玲、朱轶群）	2025 年 6 月 6 日	长期有效	关于股份锁定及减持意向承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
公司持股 5%以上股东	2025 年 6 月 6 日	长期有效	关于减持意向的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
控股股东、实际控制人及其一致行动人、全体董事、监事、高级管理人员、公司持股 5%以上股东	2025 年 6 月 6 日	长期有效	关于规范和减少关联交易承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
控股股东、实际控制人及其一致行动人、非独立董事、监事、高级管理人员、公司持股 5%以上股东	2025 年 6 月 6 日	长期有效	关于避免同业竞争的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
公司、控股股东、实际控制人及其一致行动人、非独立董事、高级管理人员	2025 年 6 月 6 日	长期有效	关于稳定股价的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
公司、控股股东、实际控制人及其一致行动人、全体董事、高级管理人员	2025 年 6 月 6 日	长期有效	关于填补被摊薄即期回报的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
公司、控股股东、实际控制人及其一致行动人、全体董事、监事	2025 年 6 月 6 日	长期有效	关于利润分配政策的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
公司、控股股东、实际控制人及其一致行动人、全体董事、监事、高级管理人员	2025 年 6 月 20 日	长期有效	关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
公司、控股股东、实际控制人及其一致行动人、全体董事、监事、高级管理人员、公司持股 5%以上股东	2025 年 6 月 6 日	长期有效	关于未履行承诺事项时约束措施的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
公司	2025 年 6 月 20 日	长期有效	关于申请电子文件与预留原件一致的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
公司、控股股东、实际控	2025 年 6	长期有效	关于发行申	详见本节之“九、重

制人、全体董事、监事、高级管理人员	月 20 日		请文件真实性、准确性和完整性的承诺	要承诺”之“（三）承诺具体内容”
公司、控股股东、实际控制人、全体董事、监事、高级管理人员	2025 年 6 月 20 日	长期有效	不得影响或干扰发行上市审核注册工作的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
控股股东、实际控制人及其一致行动人	2025 年 6 月 6 日	长期有效	关于避免资金占用、违规担保的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
控股股东、实际控制人及其一致行动人	2025 年 6 月 6 日	长期有效	关于保证成都孕婴世界股份有限公司独立性的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
公司	2025 年 6 月 6 日	长期有效	关于股东信息披露的专项承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
公司、控股股东、实际控制人及其一致行动人、全体董事、监事、高级管理人员	2025 年 6 月 6 日	长期有效	关于欺诈发行的股份回购承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
公司	2025 年 6 月 6 日	长期有效	关于不存在违规交易事项的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
控股股东、实际控制人及其一致行动人、全体董事、高级管理人员	2025 年 6 月 6 日	长期有效	关于未在退市企业任职或控股及不存在违规交易事项的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
控股股东、实际控制人及其一致行动人	2025 年 6 月 6 日	长期有效	关于维持一致行动关系稳定的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”

（二） 前期公开承诺情况

承诺主体	承诺开始日期	承诺结束日期	承诺类型	承诺内容(索引)
实际控制人、持有公司股份的董事、监事、高级管理人员	2023 年 5 月 26 日	长期有效	关于股份锁定和减持意向的承诺	详见本节之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
控股股东、实际控制人	2023 年 5	长期有效	避免同业竞	详见本节之“九、重

	月 26 日		争的承诺	要承诺”之“（三） 承诺具体内容”
全体董事、监事、高级管理人员、公司持股 5%以上 股东	2023 年 5 月 26 日	长期有效	关于减少关 联交易的承 诺	详见本节之“九、重 要承诺”之“（三） 承诺具体内容”
控股股东、实际控制人	2023 年 5 月 26 日	长期有效	关于不占用 公司资金的 承诺	详见本节之“九、重 要承诺”之“（三） 承诺具体内容”

（三） 承诺具体内容

1、关于股份锁定及减持意向的承诺函

（1）控股股东成都俊隆、实际控制人江大兵、王伟鉴及一致行动人王琼、楚地锦成、楚地蓉成、韵律时节承诺：

“1、自公司股票在北京证券交易所上市交易之日起 12 个月内，本人及本人亲属 /本企业不转让或者委托他人代为管理本人/本企业在本次发行上市前直接或间接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。若因公司进行权益分派等导致本人持有的公司股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

2、锁定期届满后，本人/本企业将认真遵守证券监管机构关于股东减持的相关规定，审慎制定股份减持计划，相关减持计划应当符合法律、法规及北京证券交易所的要求。若本人/本企业在锁定期届满后减持在本次发行上市前持有的公司股份，将明确并披露未来 12 个月的控制权安排，保持公司持续稳定经营。

3、自公司审议本次发行上市事项的股东会股权登记日次日起至公司本次公开发行股票并在北京证券交易所上市之日，本人/本企业不转让或者委托他人代为管理本人/本企业在本次发行上市前直接或间接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。若因公司进行权益分派导致本人/本企业持有的公司股份发生变化的，本人/本企业仍将遵守上述承诺。若公司终止其股票在北京证券交易所上市事项的，本人/本企业持有的公司股票自动解除上述限售承诺。

4、公司本次发行上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价（指公司本次公开发行股票的发行价格，如因上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，则价格调整按照北京证券交易所的有关规定作除权除息处理，下同），或者本

次发行上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人/本企业持有公司股票的锁定期限自动延长至少 6 个月。

5、本人/本企业承诺：（1）公司上市当年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，延长本人/本企业届时所持股份（指本人/本企业上市前取得，上市当年及之后第二年、第三年年报披露时仍持有的股份，下同）锁定期限 12 个月；（2）公司上市第二年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，在前项基础上延长本人/本企业届时所持股份锁定期限 12 个月；（3）公司上市第三年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，在前两项基础上延长本人/本企业届时所持股份锁定期限 12 个月。

6、本人/本企业承诺在锁定期限届满后，如减持所持有的公司股份，将通过合法方式实施。如果在锁定期满后两年内减持的，本人/本企业减持所持有公司股份的价格不低于公司本次发行上市的发行价格。

7、若本人担任公司董事、监事或高级管理人员，在本人任职期间，每年转让的股份不超过本人直接或间接持有的公司股份总数的 25%；本人离职后 6 个月内，不转让本人直接或间接持有的公司股份。如本人在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，本人仍继续遵守前述承诺。

8、若出现下列情形之一的，本人/本企业将不会减持公司股份：（1）本人/本企业、公司或公司持股 5%以上的股东涉嫌证券期货违法犯罪，在被中国证券监督管理委员会及其派出机构立案调查或者被司法机关立案侦查期间，以及在行政处罚决定、刑事判决作出之后未满 6 个月的；（2）本人/本企业或公司持股 5%以上的股东因违反北京证券交易所规则，被北京证券交易所公开谴责未满 3 个月的；（3）若公司上市后，公司涉嫌证券期货违法犯罪或重大违规行为的，自该行为被发现后未满 6 个月的；（4）若公司上市后，本人/本企业涉嫌证券期货违法犯罪或重大违规行为的，自该行为被发现后未满 12 个月；（5）中国证券监督管理委员会及北京证券交易所规定的其他情形。

本人/本企业通过北京证券交易所及全国中小企业股份转让系统的竞价或做市交易买入公司股份（如有），其减持不在本承诺函限制范围内。

9、若公司可能触及《北京证券交易所股票上市规则》第十章规定的重大违法强制退市情形的，自相关行政处罚事先告知书或者司法裁判作出之日起至下列任一情形发生前，本人

/本企业不会减持公司股份：（1）公司股票终止上市并摘牌；（2）公司收到相关行政处罚决定或者人民法院司法裁判生效，显示公司未触及重大违法强制退市情形。

10、若本人/本企业计划减持所持有公司股份的，本人/本企业承诺将及时通知公司，并按照相关法律法规的规定及时、准确地履行信息披露义务。

11、若本人担任公司董事、监事或高级管理人员，本承诺函出具后，除中国证券监督管理委员会、北京证券交易所另有规定外，本人不因职务变更、离职等原因而免于履行承诺。如相关法律、法规及规范性文件或中国证券监督管理委员会及北京证券交易所等证券监管机构对股份锁定期有其他要求，本人/本企业同意对本人/本企业所持公司股份的锁定期进行相应调整。

12、如本人/本企业违反上述承诺，本人/本企业将在中国证券监督管理委员会指定信息披露媒体上公开说明未履行的原因并向股东和社会公众投资者道歉；如果本人/本企业因未履行上述承诺事项而获得收益的，所得的收益归公司所有；如本人/本企业未将前述违规减持公司股份所得收益上交公司，则公司有权从应付本人/本企业现金分红中扣除与本人/本企业应上交公司的违规减持收益金额相等的现金分红。本人/本企业将自愿承担相应法律后果，并依据监管部门或司法机关认定的方式及金额赔偿因未履行承诺而给公司或投资者带来的损失。”

（2）持有公司股份的其他董事、监事和高级管理人员承诺：

“1、自公司股票在北京证券交易所上市交易之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人代为管理本人在本次发行上市前直接或间接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份，若因公司进行权益分派等导致本人持有的公司股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

2、锁定期届满后，本人将认真遵守证券监管机构关于股东减持的相关规定，审慎制定股份减持计划，相关减持计划应当符合法律、法规及北京证券交易所的要求。

3、自公司审议本次发行上市事项的股东会股权登记日次日起至公司本次公开发行股票并在北京证券交易所上市之日，本人不转让或者委托他人代为管理本人在本次发行上市前直接或间接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。若因公司进行权益分派导致本人持有的公司股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。若公司终止其股票在北京证券交易

所上市事项的，本人持有的公司股票自动解除上述限售承诺。

4、公司本次发行上市后6个月内如公司股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价（指公司本次公开发行股票的发价价格，如因上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，则价格调整按照北京证券交易所的有关规定作除权除息处理，下同），或者本次发行上市后6个月期末（如该日不是交易日，则该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期限自动延长至少6个月。

5、本人承诺在锁定期限届满后，如减持所持有的公司股份，将通过合法方式实施。如果在锁定期满后两年内减持的，本人减持所持有公司股份的价格不低于公司本次发行上市的发行价格。

6、本人在担任公司董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接或间接持有的公司股份总数的25%；本人离职后6个月内，不转让本人直接或间接持有的公司股份。如本人在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后6个月内，本人仍继续遵守前述承诺。

7、若出现下列情形之一的，本人将不会减持公司股份：（1）本人因涉嫌证券期货违法犯罪，在被中国证券监督管理委员会及其派出机构立案调查或者被司法机关立案侦查期间，以及在行政处罚决定、刑事判决作出之后未满6个月的；（2）本人因违反北京证券交易所规则，被北京证券交易所公开谴责未满3个月的；（3）若公司上市后，公司涉嫌证券期货违法犯罪或重大违规行为的，自该行为被发现后未满6个月的；（4）若公司上市后，本人涉嫌证券期货违法犯罪或重大违规行为的，自该行为被发现后未满12个月；（5）中国证券监督管理委员会及北京证券交易所规定的其他情形。

8、若公司可能触及《北京证券交易所股票上市规则》第十章规定的重大违法强制退市情形的，自相关行政处罚事先告知书或者司法裁判作出之日起至下列任一情形发生前，本人不会减持公司股份：（1）公司股票终止上市并摘牌；（2）公司收到相关行政处罚决定或者人民法院司法裁判生效，显示公司未触及重大违法强制退市情形。

9、若本人计划减持所持有公司股份的，本人承诺将及时通知公司，并按照相关法律法规的规定及时、准确地履行信息披露义务。

10、本承诺函出具后，除中国证券监督管理委员会、北京证券交易所另有规定外，本人

不因职务变更、离职等原因而免于履行承诺。如相关法律、法规及规范性文件或中国证券监督管理委员会及北京证券交易所等证券监管机构对股份锁定期有其他要求，本人同意对本人所持公司股份的锁定期进行相应调整。

11、如本人违反上述承诺，本人将在中国证券监督管理委员会指定信息披露媒体上公开说明未履行的原因并向股东和社会公众投资者道歉；如果本人因未履行上述承诺事项而获得收益的，所得的收益归公司所有；如本人未将前述违规减持公司股份所得收益上交公司，则公司有权从应付本人现金分红中扣除与本人应上交公司的违规减持收益金额相等的现金分红。本人将自愿承担相应法律后果，并依据监管部门或司法机关认定的方式及金额赔偿因未履行承诺而给公司或投资者带来的损失。”

（3）申报前 12 个月新增股东（王琼、唐亚玲、朱铁群）承诺：

“1、自公司股票在北京证券交易所上市交易之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人代为管理本人/本企业在本次发行上市前直接或间接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。若因公司进行权益分派等导致本人持有的公司股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

2、自公司审议本次发行上市事项的股东会股权登记日次日起至公司本次公开发行股票并在北京证券交易所上市之日，本人不转让或者委托他人代为管理本人在本次发行上市前直接或间接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。若因公司进行权益分派导致本人持有的公司股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。若公司终止其股票在北京证券交易所上市事项的，本人持有的公司股票自动解除上述限售承诺。

3、若本人计划减持所持有公司股份的，本人承诺将及时通知公司，并按照相关法律法规的规定及时、准确地履行信息披露义务。

4、如相关法律、法规及规范性文件或中国证券监督管理委员会及北京证券交易所等证券监管机构对股份锁定期有其他要求，本人同意对本人所持公司股份的锁定期进行相应调整。

5、如本人违反上述承诺，本人将在中国证券监督管理委员会指定信息披露媒体上公开说明未履行的原因并向股东和社会公众投资者道歉；如果本人因未履行上述承诺事项而获得收益的，所得的收益归公司所有；如本人未将前述违规减持公司股份所得收益上交公司，则

公司有权从应付本人现金分红中扣除与本人应上交公司的违规减持收益金额相等的现金分红。本人将自愿承担相应法律后果，并依据监管部门或司法机关认定的方式及金额赔偿因未履行承诺而给公司或投资者带来的损失。”

2、关于减持意向的承诺函

公司持股 5%以上股东青岛博创承诺：

“1、若出现下列情形之一的，本企业将不会减持公司股份：（1）本企业、公司、公司实际控制人或公司其他持股 5%以上的股东涉嫌证券期货违法犯罪，在被中国证券监督管理委员会及其派出机构立案调查或者被司法机关立案侦查期间，以及在行政处罚决定、刑事判决作出之后未满 6 个月的；（2）本企业、公司实际控制人或公司其他持股 5%以上的股东因违反北京证券交易所规则，被北京证券交易所公开谴责未满 3 个月的；（3）中国证券监督管理委员会及北京证券交易所规定的其他情形。

2、若本企业计划减持所持有公司股份的，本企业承诺将及时通知公司，并按照相关法律法规的规定及时、准确地履行信息披露义务。

3、如本企业违反上述承诺，本企业将在中国证券监督管理委员会指定信息披露媒体上公开说明未履行的原因并向股东和社会公众投资者道歉；如果本企业因未履行上述承诺事项而获得收益的，所得的收益归公司所有；如本企业未将前述违规减持公司股份所得收益上交公司，则公司有权从应付本企业现金分红中扣除与本企业应上交公司的违规减持收益金额相等的现金分红。本企业将自愿承担相应法律后果，并依据监管部门或司法机关认定的方式及金额赔偿因未履行赔偿而给公司或投资者带来的损失。”

3、关于规范和减少关联交易的承诺函

（1）控股股东成都俊隆承诺：

“1、本企业按照法律、法规以及规范性文件所要求对关联方以及关联交易进行了完整、详尽披露。除已披露的关联交易以外（如有），本企业及本企业的关联方与公司及其子公司之间不存在其他任何依照法律、法规和中国证券监督管理委员会的有关规定应披露而未披露的关联交易（如有关联方和关联交易）。

2、本企业及本企业的关联方将尽最大努力避免与公司及其子公司之间的关联交易。在

进行确属必要且不可避免的关联交易时，本企业及本企业的关联方保证按市场化原则和公允定价原则进行公平操作，关联交易的价格原则上应不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，并按相关法律法规以及规范性文件的规定履行审批程序及信息披露义务，保证不通过关联交易损害公司及其他股东的合法权益。

3、本企业及本企业的关联方将不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他任何方式占用、挪用公司及其子公司的资金、资产，不与公司及其子公司之间发生非交易性资金往来。在任何情况下，不需要公司及其子公司向本企业及本企业的关联方提供违规担保。

4、本企业保证将按照法律法规、规范性文件及公司章程的规定，在审议涉及公司及其子公司的关联交易时，切实遵守公司及其子公司董事会、股东会进行关联交易表决时的回避程序；严格遵守公司及其子公司关于关联交易的决策制度，确保不损害公司及其子公司的利益。

5、若非因不可抗力原因，导致本企业未能履行前述承诺事项的，本企业将接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：（1）将在公司股东会或中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；（2）本企业未履行上述承诺及招股说明书的其他承诺事项，给公司和投资者造成损失的，依法赔偿公司和投资者损失。

若因不可抗力原因，导致本企业未能履行前述承诺事项的，本企业将作出新的承诺，并接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：本企业将出具补充承诺或替代承诺，并将接受前述约束措施，直至补充承诺或替代承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕。

6、自本承诺函出具之日起，本承诺函及本承诺函项下之承诺为不可撤销的、持续有效的承诺。”

（2）实际控制人江大兵、王伟鉴及其一致行动人王琼、楚地锦成、楚地蓉成、韵律时节承诺：

“1、本人/本企业按照法律、法规以及规范性文件所要求对关联方以及关联交易进行了完整、详尽披露。除已披露的关联交易以外（如有），本人/本企业及本人/本企业的关联方与公司及其子公司之间不存在其他任何依照法律、法规和中国证券监督管理委员会的有关规

定应披露而未披露的关联交易（如有关联方和关联交易）。

2、本人/本企业及本人/本企业的关联方将尽最大努力避免与公司及其子公司之间的关联交易。在进行确属必要且不可避免的关联交易时，本人/本企业及本人/本企业的关联方保证按市场化原则和公允定价原则进行公平操作，关联交易的价格原则上应不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，并按相关法律法规以及规范性文件的规定履行审批程序及信息披露义务，保证不通过关联交易损害公司及其他股东的合法权益。

3、本人/本企业及本人/本企业的关联方将不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他任何方式占用、挪用公司及其子公司的资金、资产，不与公司及其子公司之间发生非交易性资金往来。在任何情况下，不需要公司及其子公司向本人/本企业及本人/本企业的关联方提供违规担保。

4、本人/本企业保证将按照法律法规、规范性文件及公司章程的规定，在审议涉及公司及其子公司的关联交易时，切实遵守公司及其子公司董事会、股东会进行关联交易表决时的回避程序；严格遵守公司及其子公司关于关联交易的决策制度，确保不损害公司及其子公司的利益。

5、若非因不可抗力原因，导致本人/本企业未能履行前述承诺事项的，本人/本企业将接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：（1）将在公司股东会或中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；（2）本人/本企业未履行上述承诺及招股说明书的其他承诺事项，给公司和投资者造成损失的，依法赔偿公司和投资者损失。

若因不可抗力原因，导致本人/本企业未能履行前述承诺事项的，本人/本企业将作出新的承诺，并接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：本人/本企业将出具补充承诺或替代承诺，并将接受前述约束措施，直至补充承诺或替代承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕。

6、自本承诺函出具之日起，本承诺函及本承诺函项下之承诺为不可撤销的、持续有效的承诺。”

（3）全体董事、监事和高级管理人员承诺：

“1、本人按照法律、法规以及规范性文件所要求对关联方以及关联交易进行了完整、

详尽披露。除已披露的关联交易以外，本人及本人关联方与公司及其子公司之间不存在其他任何依照法律、法规和中国证券监督管理委员会的有关规定应披露而未披露的关联交易（如有关联方和关联交易）。

2、本人及本人关联方将尽最大努力避免与公司及其子公司之间的关联交易。在进行确属必要且不可避免的关联交易时，本人及本人关联方保证按市场化原则和公允定价原则进行公平操作，关联交易的价格原则上应不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，并按相关法律法规以及规范性文件的规定履行审批程序及信息披露义务，保证不通过关联交易损害公司及其他股东的合法权益。

3、本人及本人关联方将不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他任何方式占用、挪用公司及其子公司的资金、资产，不与公司及其子公司之间发生非交易性资金往来。在任何情况下，不需要公司及其子公司向本人及本人关联方提供违规担保。

4、本人保证将按照法律法规、规范性文件及公司章程等制度的规定，在审议涉及公司及其子公司的关联交易时，切实遵守公司及其子公司董事会、股东会进行关联交易表决时的回避程序；严格遵守公司及其子公司关于关联交易的决策制度，确保不损害公司及其子公司的利益。

5、若非因不可抗力原因，导致本人未能履行前述承诺事项的，本人将接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：（1）将在公司股东会或中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；（2）本人未履行上述承诺及招股说明书的其他承诺事项，给公司和投资者造成损失的，依法赔偿公司和投资者损失。

若因不可抗力原因，导致本人未能履行前述承诺事项的，本人将提出新的承诺，并接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：本人将出具补充承诺或替代承诺，并将接受前述约束措施，直至补充承诺或替代承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕。

6、自本承诺函出具之日起，本承诺函及本承诺函项下之承诺为不可撤销的、持续有效的承诺。”

（4）公司持股 5%以上股东青岛博创承诺：

“1、本企业按照法律、法规及规范性文件的要求对关联方以及关联交易进行了完整、

详尽披露。除已披露的关联交易以外（如有），本企业及本企业关联方与公司及其子公司之间不存在其他任何依照法律、法规和中国证券监督管理委员会的有关规定应披露而未披露的关联交易（如有关联方和关联交易）。

2、本企业及本企业关联方将尽最大努力避免与公司及其子公司之间的关联交易。在进行确属必要且不可避免的关联交易时，本企业及本企业关联方保证按市场化原则和公允定价原则进行公平操作，关联交易的价格原则上应不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，并按相关法律法规以及规范性文件的规定履行审批程序及信息披露义务，保证不通过关联交易损害公司及其他股东的合法权益。

3、本企业及本企业关联方将不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他任何方式占用、挪用公司及其子公司的资金、资产，不与公司及其子公司之间发生非交易性资金往来。在任何情况下，不需要公司及其子公司向本企业及本企业关联方提供违规担保。

4、本企业保证将按照法律法规、规范性文件及公司章程等制度的规定，在审议涉及公司及其子公司的关联交易时，切实遵守公司及其子公司董事会、股东会进行关联交易表决时的回避程序；严格遵守公司及其子公司关于关联交易的决策制度，确保不损害公司及其子公司的利益。

5、若非因不可抗力原因，导致本企业未能履行前述承诺事项的，本企业将接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：（1）将在公司股东会或中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；（2）本企业未履行上述承诺及招股说明书的其他承诺事项，给公司和投资者造成损失的，依法赔偿公司和投资者损失。

若因不可抗力原因，导致本企业未能履行前述承诺事项的，本企业将作出新的承诺，并接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：本企业将出具补充承诺或替代承诺，并将接受前述约束措施，直至补充承诺或替代承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕。

6、自本承诺函出具之日起，本承诺函及本承诺函项下之承诺为不可撤销的、持续有效的承诺。”

4、关于避免同业竞争的承诺函

(1) 控股股东成都俊隆、实际控制人江大兵、王伟鉴及一致行动人王琼、楚地锦成、楚地蓉成、韵律时节承诺：

“1、截至本承诺函出具之日，本人/本企业及本人/本企业控制的企业（不包含公司及其子公司，下同）不存在以任何方式从事任何与公司及其子公司所经营业务构成竞争或可能构成竞争的业务。公司的资产完整，其资产、业务、人员、财务及机构均独立于本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业。

2、在本人/本企业作为公司的控股股东、实际控制人或实际控制人的一致行动人期间，本人/本企业及本人/本企业控制的企业将不会以任何方式，包括但不限于单独、与他人合作等直接或间接从事与公司相同、相似或在任何方面构成竞争的业务。

3、在本人/本企业作为公司的控股股东、实际控制人或实际控制人的一致行动人期间，本人/本企业保证不直接或间接投资并控股业务与公司相同、类似或在任何方面构成竞争的任何经济实体、机构、经济组织，或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权。

4、在本人/本企业作为公司的控股股东、实际控制人或实际控制人的一致行动人期间，若本人/本企业直接或间接参股的企业从事的业务与公司存在竞争，则本人/本企业将作为参股东或促使本人/本企业控制的参股东对此等事项行使否决权。

5、在本人/本企业作为公司的控股股东、实际控制人或实际控制人的一致行动人期间，本人/本企业及本人/本企业控制的企业不向其他业务与公司相同、类似或在任何方面构成竞争的企业提供公司的专有技术或销售渠道、客户信息等商业秘密。

6、在本人/本企业作为公司的控股股东、实际控制人或实际控制人的一致行动人期间，若未来本人/本企业及本人/本企业控制的企业拟从事的新业务可能与公司存在同业竞争，则本人/本企业将促成本人/本企业控制的企业以停止或放弃经营相竞争业务的方式，或将相竞争业务纳入公司或其子公司的方式，或将该等相竞争业务/股权/权益转让予无关联第三方的方式，消除潜在同业竞争。

7、若非因不可抗力原因，导致本人/本企业未能履行前述承诺事项的，本人/本企业将接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：（1）将在公司股东会或中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众

投资者道歉；（2）本人/本企业未履行上述承诺及招股说明书的其他承诺事项，给公司和投资者造成损失的，依法赔偿公司和投资者损失。

若因不可抗力原因，导致本人/本企业未能履行前述承诺事项的，本人/本企业将作出新的承诺，并接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：本人/本企业将出具补充承诺或替代承诺，并将接受前述约束措施，直至补充承诺或替代承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕。

8、自本承诺函出具之日起，本承诺函及本承诺函项下之承诺为不可撤销的、持续有效的承诺。”

（2）非独立董事、监事、高级管理人员承诺：

“1、截至本承诺函出具之日，本人及本人直接或间接控制的企业与公司及其子公司之间不存在非公平竞争、不存在利益输送、不存在相互或者单方让渡商业机会的情形。本人及本人直接或间接控制的企业与公司及其子公司之间不存在构成重大不利影响的同业竞争。

2、本人及本人直接或间接控制的企业未来不会以任何直接或间接的形式从事（或扩大经营）对公司及其子公司的生产经营构成或可能构成同业竞争的业务和经营活动。

3、凡本人及本人直接或间接控制的企业有任何商业机会可从事、参与或入股任何可能会与公司及其子公司的生产经营构成竞争的业务，本人及本人直接或间接控制的企业将按照公司及其子公司的要求，将该等商业机会让与公司及其子公司，以避免与公司及其子公司产生同业竞争。

4、自本承诺函出具之日起，本人及本人直接或间接控制的企业将在行业战略层面进行合理安排，未来不进行投资并购与公司及其子公司可能产生同业竞争的资本运作项目。

5、若非因不可抗力原因，导致本人及本人直接或间接控制的企业未能履行前述承诺事项的，本人及本人直接或间接控制的企业将接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：（1）将在公司股东会或中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；（2）本人及本人直接或间接控制的企业未履行上述承诺及招股说明书的其他承诺事项，给公司和投资者造成损失的，依法赔偿公司和投资者损失。

若因不可抗力原因，导致本人及本人直接或间接控制的企业未能履行前述承诺事项的，本人及本人直接或间接控制的企业将作出新的承诺，并接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：本人及本人直接或间接控制的企业将出具补充承诺或替代承诺，并将接受前述约束措施，直至补充承诺或替代承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕。

6、上述承诺自即日起具有法律效力，对本人及本人直接或间接控制的企业或其他组织具有法律约束力，如有违反并因此给公司造成损失，本人及本人直接或间接控制的企业或其他组织愿意承担法律责任。本承诺持续有效且不可变更或撤销，直至本人不再担任公司董事/监事/高级管理人员为止。”

(3) 公司持股 5%以上股东青岛博创承诺：

“1、截至本承诺函出具之日，本企业及本企业直接或间接控制的企业与公司及其子公司之间不存在非公平竞争、不存在利益输送、不存在相互或者单方让渡商业机会的情形。本企业及本企业直接或间接控制的企业与公司及其子公司之间不存在构成重大不利影响的同业竞争。

2、本企业及本企业直接或间接控制的企业未来不会以任何直接或间接的形式从事（或扩大经营）对公司及其子公司的生产经营构成或可能构成同业竞争的业务和经营活动。

3、凡本企业及本企业直接或间接控制的企业有任何商业机会可从事、参与或入股任何可能会与公司及其子公司的生产经营构成竞争的业务，本企业及本企业直接或间接控制的企业将按照公司及其子公司的要求，将该等商业机会让与公司及其子公司，以避免与公司及其子公司产生同业竞争。

4、自本承诺函出具之日起，本企业及本企业直接或间接控制的企业将在行业战略层面进行合理安排，未来不进行投资并购与公司及其子公司可能产生同业竞争的资本运作项目。

5、若非因不可抗力原因，导致本企业及本企业直接或间接控制的企业未能履行前述承诺事项的，本企业及本企业直接或间接控制的企业将接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：（1）将在公司股东会或中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；（2）本企业及本企业直接或间接控制的企业未履行上述承诺及招股说明书的其他承诺事项，给公司和投资者造成损失的，依法赔偿公司和投资者损失。

若因不可抗力原因,导致本企业及本企业直接或间接控制的企业未能履行前述承诺事项的,本企业及本企业直接或间接控制的企业将作出新的承诺,并接受如下约束措施,直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕:本企业及本企业直接或间接控制的企业将出具补充承诺或替代承诺,并将接受前述约束措施,直至补充承诺或替代承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕。

6、上述承诺自即日起具有法律效力,对本企业及本企业直接或间接控制的企业或其他组织具有法律约束力,如有违反并因此给公司造成损失,本企业及本企业直接或间接控制的企业或其他组织愿意承担法律责任。本承诺持续有效且不可变更或撤销,直至本企业不再持有公司 5%以上股份为止。”

5、关于稳定公司股价的措施及承诺函

(1) 稳定公司股价的措施

公司于 2025 年 4 月 24 日召开 2025 年第一次临时股东会,审议通过《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定股价预案的议案》,公司制定了北交所上市后三年内稳定股价的预案,具体如下:

“一、实施股价稳定措施的具体条件

(一) 启动条件

1、自公司股票在北交所上市之日起 1 个月内,若公司股票出现连续 10 个交易日的收盘价(如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的,须按照北交所的有关规定作相应调整处理,下同)均低于本次发行价格;

2、自公司股票在北交所上市之日起第 2 个月至 36 个月内,如非因不可抗力因素所致,若公司股票出现连续 20 个交易日的收盘价均低于公司上一会计年度未经审计的每股净资产时(若因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的,每股净资产额须按照北交所的有关规定相应调整,下同)。

在公司公开发行股票并在北交所上市第 2 个月起至第 12 个月止、第 13 个月起至第 24 个月止、第 25 个月起至第 36 个月止的三个单一期间内,因触发上述启动条件 2 而启动并实施完毕的稳定股价措施,各相关主体的实际增持或回购公司股份的资金总额超过本预案规定

的其在单一期间的增持金额上限的，可选择在该单一期限内不再启动新的稳定股价措施。

（二）中止条件

1、因上述启动条件 1 而启动股价稳定预案的，在稳定股价具体方案的实施期间内，若公司股票连续 3 个交易日的收盘价均高于本次发行价格，则相关责任主体可选择中止实施股份增持计划；中止实施股份增持计划后，如再次出现公司股票连续 10 个交易日收盘价低于本次发行价的，则相关责任主体应继续实施稳定股价之股份增持计划。

2、因上述启动条件 2 而启动股价稳定预案的，在稳定股价具体方案的实施期间内，公司股票连续 5 个交易日的收盘价均高于上一年度末经审计的每股净资产，则相关责任主体可选择中止实施股价稳定措施；中止实施方案后，如再次出现公司股票连续 20 个交易日收盘价低于公司最近一期末经审计的每股净资产的，则相关责任主体应继续实施稳定股价措施。

3、继续增持股票将导致需要履行要约收购义务；

4、继续实施股价稳定措施将导致公司股权分布不符合北交所上市条件。

（三）终止条件

股价稳定措施实施期间，若出现以下任一情形，则视为本次稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕：

1、因上述启动条件 1 而启动股价稳定预案的，具体的稳定股价措施实施期限已届满，且各相关主体的因触发上述启动条件 1 而启动的全部稳定股价措施已按公告情况履行完毕的。

2、因上述启动条件 2 而启动股价稳定预案的，公司公开发行股票并在北交所上市 36 个月期限已届满，且各相关主体的因触发上述启动条件 2 而启动的全部稳定股价措施已按公告情况履行完毕的。

3、中国证监会和北交所规定的其他情形。

二、实施股价稳定具体措施及实施程序

当启动股价稳定措施的条件满足时，公司、公司控股股东及实际控制人、在公司任职并领取薪酬的非独立董事、高级管理人员应根据当时有效的法律法规和本预案的规定采取稳定

股价措施，同时应当按照法律规定履行信息披露义务。股价稳定措施实施后，公司的股权分布应当符合北交所的股票上市条件。当公司需要采取股价稳定措施时，公司、公司控股股东及实际控制人、在公司任职并领取薪酬的非独立董事、高级管理人员等相关责任主体将按以下顺序依次采取部分或全部措施以稳定股价：

（一）公司控股股东及实际控制人增持公司股票

1、公司控股股东及实际控制人应在符合《上市公司收购管理办法》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等法律法规的条件和要求、获得监管机构的批准（如需）且不应导致公司股权分布不符合北交所上市条件的前提下，对公司股票进行增持。

2、公司应在触发稳定股价的启动条件当日通知公司控股股东及实际控制人；

公司控股股东及实际控制人应在接到通知之日起 5 个交易日内，提出增持公司股票的方案通知公司并由公司进行公告，公司应按照相关规定及时披露控股股东及实际控制人增持公司股票的计划。

3、公司控股股东及实际控制人用于增持股份的资金金额等相关事项，应遵循以下原则：

（1）若因上述启动条件 1 而启动股价稳定预案的，控股股东及实际控制人用于增持股份的资金金额不低于其上一个会计年度从公司取得的现金分红金额的 20%且不低于 300 万元，增持计划开始实施后，若未触发股价稳定措施的中止条件或终止条件，则控股股东及实际控制人需继续进行增持，其用于增持股份的资金金额不超过其上一个会计年度从公司取得的现金分红金额的 50%或不超过 750 万元（以二者孰高值为准）。

（2）若因上述启动条件 2 而启动股价稳定预案的，控股股东及实际控制人单次用于增持股份的资金金额不低于其上一个会计年度从公司取得的现金分红金额的 20%且不低于 300 万元，增持计划开始实施后，若未触发股价稳定措施的中止条件或终止条件，则控股股东及实际控制人需继续进行增持。在公司公开发行股票并在北交所上市第 2 个月起至第 12 个月止、第 13 个月起至第 24 个月止、第 25 个月起至第 36 个月止三个期间的任意一个期间内，控股股东及实际控制人用于增持股份的资金总额不超过其上一个会计年度从公司取得的现金分红金额的 50%或不超过 750 万元（以二者孰高值为准）。

（二）在公司任职并领取薪酬的非独立董事、高级管理人员增持公司股票

若根据稳定股价措施完成控股股东及实际控制人增持股票后，公司股价仍低于本次发行价格或公司上一年度末经审计的每股净资产时，则启动在公司任职并领取薪酬的非独立董事、高级管理人员（以下简称“有增持义务的公司董事、高级管理人员”）增持：

1、有增持义务的公司董事、高级管理人员应在符合《上市公司收购管理办法》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等法律法规的条件和要求、获得监管机构的批准（如需）且不应导致公司股权分布不符合北交所上市条件的前提下，对公司股票进行增持。

2、公司应在触发稳定股价的启动条件当日通知有增持义务的公司董事、高级管理人员，上述人员在接到通知之日起5个交易日内，提出增持公司股票的方案通知公司并由公司进行公告，公司应按照相关规定及时披露有增持义务的公司董事、高级管理人员增持公司股票的计划。

3、有增持义务的公司董事、高级管理人员用于增持股份的资金金额等相关事项，应遵循以下原则：

（1）若因上述启动条件1而启动股价稳定预案的，有增持义务的公司董事、高级管理人员用于增持公司股份的资金金额不低于该董事、高级管理人员在担任董事或高级管理人员职务期间上一会计年度从公司处领取的税后薪酬的20%，增持计划开始实施后，若未触发股价稳定措施的中止条件或终止条件，则有增持义务的公司董事、高级管理人员需继续进行增持，其用于增持股份的资金金额不超过其在担任董事或高级管理人员职务期间上一会计年度从公司处领取的税后薪酬的50%。

（2）若因上述启动条件2而启动股价稳定预案的，有增持义务的公司董事、高级管理人员单次用于增持公司股份的资金金额不低于该董事、高级管理人员在担任董事或高级管理人员职务期间上一会计年度从公司处领取的税后薪酬的20%，增持计划开始实施后，若未触发股价稳定措施的中止条件或终止条件，则有增持义务的公司董事、高级管理人员需继续进行增持。在公司公开发行股票并在北交所上市第2个月起至第12个月止、第13个月起至第24个月止、第25个月起至第36个月止三个期间的任意一个单一期间，其用于增持股份的资金总额不超过其在担任董事或高级管理人员职务期间上一会计年度从公司处领取的税后薪酬的50%。

4、公司将要求新聘任的董事、高级管理人员履行本公司北京证券交易所上市时董事、

高级管理人员已作出的相应承诺。

（三）公司回购股票

若根据稳定股价措施完成控股股东、实际控制人和有增持义务的公司董事、高级管理人员增持股票后，公司股价仍低于公司上一年度未经审计的每股净资产时，则启动公司回购：

1、公司为稳定股价之目的回购股份，应符合《公司法》《北京证券交易所上市公司持续监管指引第4号——股份回购》等相关法律、法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合北京证券交易所上市条件。

2、满足启动股价稳定措施条件后，公司应在10个交易日内召开董事会，讨论回购公司股票的方案，并提交股东会审议（如须）。公司董事会应当在做出是否回购股票决议后的2个交易日内公告董事会决议，如不回购需公告理由，如回购还需公告回购股票预案，并发布召开股东会的通知。

3、公司董事承诺就该等回购事宜在董事会中投赞成票；回购须经公司股东会决议的，公司控股股东承诺就该等回购事宜在股东会中投赞成票。

4、公司控股股东、实际控制人及其一致行动人，在公司任职并领取薪酬的非独立董事、高级管理人员，承诺在公司因稳定股价而回购的实施期间内不减持公司股票。

5、公司为稳定股价之目的进行股份回购的，除应符合相关法律法规之要求外，还应符合下列各项：

（1）公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司向不特定合格投资者公开发行股票所募集资金的总额。

（2）在公司公开发行股票并在北交所上市第2个月起至第12个月止、第13个月起至第24个月止、第25个月起至第36个月止三个期间的任意一个单一期间内，公司每期用于回购股份的资金金额不低于上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的20%，回购开始实施后，若未触发股价稳定措施的中止条件或终止条件，则公司需继续进行回购，其每期用于回购股份的资金金额不超过上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的50%。

6、回购价格不超过公司上一年度未经审计的每股净资产。

7、公司回购方案实施完毕后，应按照《公司法》、中国证监会和北交所的相关规定处理回购股份、履行有关信息披露义务。

三、稳定股价的约束措施

在启动股价稳定措施的条件满足时，如控股股东、实际控制人及董事、高级管理人员、公司未采取上述稳定股价的具体措施，控股股东、实际控制人及董事、高级管理人员、公司承诺接受以下约束措施：

（一）控股股东及实际控制人约束措施

控股股东及实际控制人在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，将在公司股东会及北交所官网公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如果控股股东及实际控制人未履行完成增持上述稳定股价的具体措施的，控股股东及实际控制人直接或间接持有的公司股份（如有）将在相关事项发生之日起不得转让，直至按上述预案内容的规定采取相应的股价稳定股价措施并实施完毕时为止，且在相关稳定股价措施履行完毕之后延长限售 12 个月。

（二）有增持义务的董事（不含独立董事）、高级管理人员的约束措施

本人承诺，在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本人未采取上述稳定股价的具体措施，将在公司股东会及北交所官网公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如果本人未完成上述稳定股价的具体措施的，本人直接或间接持有的公司股份（如有）将在相关事项发生之日起不得转让，直至按上述预案内容的规定采取相应的股价稳定股价措施并实施完毕时为止，且在相关稳定股价措施履行完毕之后延长限售 12 个月。

（三）公司的约束措施

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如公司未采取上述稳定股价的具体措施，公司将在股东会及北交所官网公开说明未采取稳定股价措施的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。如非因不可抗力导致，给投资者造成损失的，公司将向投资者依法承担赔偿责任，并按照法律、法规及相关监管机构的要求承担相应的责任；如因不可抗力导致，应尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东会审议，尽可能地保护公司投资者利

益。”

（2）关于稳定公司股价的承诺函

①公司承诺：

“1、本公司将切实遵守和执行《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定股价预案的议案》的内容并承担相应的法律责任。

2、在启动股价稳定措施的前提条件满足时，本公司将按照经股东会审议通过的稳定股价的预案回购本公司股票，同时本公司也将遵照相关法律、法规及规范性文件等规定的条件回购股份，不会导致本公司股权分布不符合在北京证券交易所上市条件。

3、在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如公司未采取上述稳定股价的具体措施，公司将在股东会及北京证券交易所官网公开说明未采取稳定股价措施的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。如非因不可抗力导致，给投资者造成损失的，公司将向投资者依法承担赔偿责任，并按照法律、法规及相关监管机构的要求承担相应的责任；如因不可抗力导致，应尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东会审议，尽可能地保护公司投资者利益。

4、自本公司股票在北京证券交易所上市之日起三年内，若本公司新聘任董事（独立董事除外，下同）、高级管理人员的，本公司将要求该等新聘任的董事、高级管理人员履行本公司在北京证券交易所上市之日时董事、高级管理人员已作出的相应承诺，并签订相应的书面承诺。”

②控股股东成都俊隆、实际控制人江大兵、王伟鉴及一致行动人王琼、楚地锦成、楚地蓉成、韵律时节承诺：

“1、本人/本企业将切实遵守和执行《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定股价预案的议案》的内容并承担相应的法律责任。

2、在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本人/本企业未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，本人/本企业将在公司股东会及北京证券交易所官网公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如果本人/本企业未履行完成增持上述稳定股价的具体措施的，本人/本企业直接或间接持有的公司股份（如有）将在相

关事项发生之日起不得转让，直至按上述预案内容的相关规定采取相应的股价稳定股价措施并实施完毕时为止，且在相关稳定股价措施履行完毕之后延长限售 12 个月。

3、在公司就回购股份事宜召开的董事会/股东会上，本人/本企业对公司承诺的回购股份方案的相关决议投赞成票（如有）。 ”

③非独立董事、高级管理人员承诺：

“1、本人将切实遵守和执行公司《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定股价预案的议案》的内容并承担相应的法律责任。

2、在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本人未采取上述稳定股价的具体措施，将在公司股东会及北交所官网公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如果本人未完成上述稳定股价的具体措施的，本人直接或间接持有的公司股份（如有）将在相关事项发生之日起不得转让，直至按上述预案内容的相关规定采取相应的股价稳定股价措施并实施完毕时为止，且在相关稳定股价措施履行完毕之后延长限售 12 个月。

3、在公司就回购股份事宜召开的董事会/股东会上，本人对公司承诺的回购股份方案的相关决议投赞成票（如有）。 ”

6、关于填补被摊薄即期回报的承诺函

（1）公司承诺：

“1、保持并发展现有业务

（1）公司将持续推进技术研发与服务创新，不断提高服务品质及研发技术水平，巩固和强化核心竞争力，进一步完善现有销售网络布局，大力拓展市场，深化服务，持续提高国内市场占有率。

（2）公司将严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》等法律法规和规范性文件的要求，不断完善公司治理结构，确保公司三会及经营管理层能够按照法律法规和公司章程的规定行使职权，做出科学、谨慎的决策。公司将继续优化管理流程、建立更加有效的运行机制，确保公司各项业务计划的平稳实施、有序进行。

2、提高日常运营效率，降低公司运营成本，提升公司经营业绩的具体措施

（1）强化募集资金管理

公司已按照相关法律法规的要求制定了募集资金管理的相关制度，本次发行募集资金到位后将存放于董事会指定的专项账户中。公司将定期检查募集资金使用情况，从而加强对募集资金投资项目的监管，保证募集资金得到合理、合法的使用。

（2）积极调配资源，加快募集资金投资项目的开发和建设进度

本次公开发行募集资金投资项目紧紧围绕公司主营业务，有利于提高长期回报，符合上市公司股东的长期利益。本次募集资金到位后，公司将积极调配资源，开展募集资金投资项目的准备工作，加快募集资金投资项目的开发和建设进度，进一步增强公司技术研发与创新能力，提高品牌影响力，以进一步提升公司的盈利能力，使公司被摊薄的即期回报（如有）尽快得到填补。

（3）强化投资者回报机制

公司已根据中国证券监督管理委员会的相关规定及监管要求，制定了上市后适用的《成都孕婴世界股份有限公司章程（草案）》，就利润分配政策研究论证程序、决策机制、利润分配形式、现金方式分红的具体条件和比例、发放股票股利的具体条件、利润分配的审议程序等事宜进行详细规定和公开承诺，并制定了《公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年股东分红回报规划》，对发行上市后的利润分配进行了具体安排。公司将保持利润分配政策的连续性和稳定性，重视对投资者的合理投资回报，充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利，兼顾全体股东的整体利益及公司的可持续发展。

（4）加强经营管理和内部控制，提升经营效率和盈利能力

公司建立了完善的内部控制体系，经营管理水平不断提高。公司将加强企业内部控制，发挥企业管控效能。公司将继续加强预算管控，在保证服务质量的情况下，优化供应链体系，提升效益，提高公司资金使用效率，提升盈利能力，全面有效地控制公司经营和管控风险。

公司承诺，将积极采取上述措施填补被摊薄的即期回报，如违反前述承诺，将及时公告违反的事实及原因，除因不可抗力或其他非归属于公司的原因外，将在股东会及中国证券监督管理委员会指定媒体上公开说明未履行的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉；同

时向投资者作出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的利益，并在公司股东会审议通过后实施补充承诺或替代承诺。”

(2) 控股股东成都俊隆、实际控制人江大兵、王伟鉴及一致行动人王琮、楚地锦成、楚地蓉成、韵律时节承诺：

“1、不会越权干预公司经营管理活动，不会侵占公司利益。

2、不以无偿或不公平条件向其他单位或个人输送利益，也不采用其他任何方式损害公司利益。

3、督促公司切实履行填补被摊薄即期回报的措施。

4、本承诺出具日后至本次发行上市实施完毕前，若中国证券监督管理委员会、北京证券交易所作出关于填补被摊薄即期回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证券监督管理委员会、北京证券交易所的该等规定时，本人/本企业同意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的相关要求。

5、本人/本企业承诺将严格履行公司制定的有关填补被摊薄即期回报措施以及本人/本企业作出的任何有关填补被摊薄即期回报措施的承诺，确保公司填补被摊薄即期回报措施能够得到切实履行。

6、若非因不可抗力原因，导致本人/本企业未能履行前述承诺事项的，本人/本企业将接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：（1）将在公司股东会或中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；（2）本人/本企业未履行上述承诺及招股说明书的其他承诺事项，给公司和投资者造成损失的，依法赔偿公司和投资者损失。

若因不可抗力原因，导致本人/本企业未能履行前述承诺事项的，本人/本企业将作出新的承诺，并接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：本人/本企业将出具补充承诺或替代承诺，并将接受前述约束措施，直至补充承诺或替代承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕。

7、自本承诺函出具之日起，上述承诺为不可撤销的、持续有效的承诺。”

(3) 全体董事、高级管理人员承诺：

“1、不以无偿或不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。

2、对个人的职务消费行为进行约束。

3、不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动。

4、在自身职责和权限范围内，积极促使由公司董事会、股东会审议通过的薪酬管理制度与公司填补被摊薄即期回报的措施的执行情况相挂钩，并对公司董事会和股东会审议的相关议案投票赞成（如有表决权）。

5、如公司未来实施股权激励，在职责和权限范围内，积极促使未来股权激励方案的行权条件与公司填补被摊薄即期回报的措施的执行情况相挂钩，并对公司董事会和股东会审议的相关议案投票赞成（如有表决权）。

6、本承诺出具日后至公司本次发行上市实施完毕前，若中国证券监督管理委员会、北京证券交易所作出关于填补被摊薄即期回报的措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证券监督管理委员会、北京证券交易所该等规定时，本人同意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的相关要求。

7、本人承诺切实履行公司制定的有关填补被摊薄即期回报的措施以及对此做出的任何有关填补被摊薄即期回报的措施的承诺，若非因不可抗力原因，导致本人未能履行前述承诺事项的，本人将接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：（1）将在公司股东会或中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；（2）本人未履行上述承诺及招股说明书的其他承诺事项，给公司和投资者造成损失的，依法赔偿公司和投资者损失。

若因不可抗力原因，导致本人未能履行前述承诺事项的，本人将作出新的承诺，并接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：本人将出具补充承诺或替代承诺，并将接受前述约束措施，直至补充承诺或替代承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕。

8、自本承诺函出具之日起，上述承诺为不可撤销的、持续有效的承诺。”

7、关于利润分配政策的承诺函

（1）公司承诺：

“本公司将严格按照公司章程和《公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年股东分红回报规划》规定的利润分配政策向股东分配利润，严格履行利润分配方案的审议程序。

如本公司违反承诺给投资者造成损失的，本公司将依照中国证券监督管理委员会、北京证券交易所的相关规定承担相应责任。”

（2）控股股东成都俊隆、实际控制人江大兵、王伟鉴及一致行动人王琼、楚地锦成、楚地蓉成、韵律时节承诺：

“本人/本企业将督促公司严格按照公司章程和《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年股东分红回报规划》规定的利润分配政策向股东分配利润，严格履行利润分配方案的审议程序。

如本人/本企业违反承诺给投资者造成损失的，本人/本企业将依照中国证券监督管理委员会、北京证券交易所的相关规定承担相应责任。”

（3）全体董事、监事承诺：

“本人将督促公司严格按照公司章程和《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年股东分红回报规划》规定的利润分配政策向股东分配利润，履行利润分配方案的审议程序。

如本人违反承诺给投资者造成损失的，本人将依照中国证券监督管理委员会、北京证券交易所的相关规定承担相应责任。”

8、关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

（1）公司承诺：

“1、本次发行上市的招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本公司对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

2、若因本次发行上市的招股说明书及其他信息披露资料存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致对判断本公司是否符合法律规定的发行上市条件构成重大、实质影响的，本公司将依法回购本次发行的全部新股，具体的股份回购方案将依据所适用的法律、法规、规范性文件及公司章程等规定履行本公司内部审批程序和外部审批程序。回购价格按照发行

价加算银行同期存款利息确定（若本公司股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整），并根据相关法律、法规及规范性文件规定的程序实施。在实施上述股份回购时，如法律、法规、规范性文件及公司章程另有规定的从其规定。

3、若因本次发行上市的招股说明书及其他信息披露资料存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。投资者损失根据本公司与投资者协商确定的金额或者依据证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额予以确定。

4、若本次发行不符合上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本公司将根据证券监管机构或人民法院等有权部门的最终处理决定或生效判决，依法及时足额赔偿投资者损失。

5、若公司未能履行上述承诺，本公司将在股东会及中国证券监督管理委员会指定媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，同时及时进行公告，并将按照有关法律、法规、规范性文件的规定及监管部门的要求承担相应的责任。”

（2）控股股东成都俊隆、实际控制人江大兵、王伟鉴及一致行动人王琼、楚地锦成、楚地蓉成、韵律时节承诺：

“1、本次发行上市的招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本人/本企业对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

2、若因本次发行上市的招股说明书及其他信息披露资料存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致对判断公司是否符合法律规定的发行上市条件构成重大、实质影响的，本人/本企业将积极促成公司及时依法回购公开发行的全部新股。

3、若因本次发行上市的招股说明书及其他信息披露资料存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人/本企业将依法赔偿投资者损失。投资者损失根据公司与投资者协商确定的金额或者依据证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额予以确定。

4、若本人/本企业未能履行上述承诺，则将在公司股东会及中国证券监督管理委员会指定媒体上公开就未履行上述承诺向公司股东和社会公众投资者道歉，并将按照有关法律、法

规、规范性文件的规定及监管部门的要求承担相应的责任。”

(3) 全体董事、监事、高级管理人员承诺：

“1、本次发行上市的招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本人对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

2、若因本次发行上市的招股说明书及其他信息披露资料存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，且本人被监管机构认定不能免责的，本人将根据证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额依法及时足额赔偿投资者损失。

3、若本人违反上述承诺，则将在公司股东会及中国证券监督管理委员会指定媒体上公开就未履行上述承诺向公司股东和社会公众投资者道歉，并将按照有关法律、法规、规范性文件的规定及监管部门的要求承担相应的责任。”

9、关于未履行承诺事项时约束措施的承诺函

(1) 公司承诺：

“1、本公司保证将严格履行在公司本次发行招股说明书中所披露的全部公开承诺事项中的各项义务和责任。

2、若非因不可抗力原因，导致本公司未能完全或有效地履行公开承诺事项的，本公司将接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

(1) 将在股东会或中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉；

(2) 如若本公司未能履行相关承诺事项，给投资者造成损失的，本公司将按中国证券监督管理委员会、北京证券交易所或其他有权机关的认定向投资者依法承担赔偿责任。

3、若因不可抗力原因，导致本公司未能履行公开承诺事项的，本公司将作出新的承诺，并接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：本公司将出具补充承诺或替代承诺，并将接受前述约束措施，直至补充承诺或替代承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕。”

(2) 控股股东成都俊隆、实际控制人江大兵、王伟鉴及一致行动人王琮、楚地锦成、

楚地蓉成、韵律时节承诺：

“1、本人/本企业保证将严格履行在公司本次发行招股说明书中所披露的全部公开承诺事项中的各项义务和责任。

2、若非因不可抗力原因，导致本人/本企业未能完全或有效地履行公开承诺事项的，本人/本企业将接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）将在公司股东会或中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）如若本人/本企业未能履行相关承诺事项，给公司和投资者造成损失的，本人/本企业将按中国证券监督管理委员会、北京证券交易所或其他有权机关的认定向投资者依法承担赔偿责任。

3、若因不可抗力原因，导致本人/本企业未能履行公开承诺事项的，本人/本企业将作出新的承诺，并接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：本人/本企业将出具补充承诺或替代承诺，并将接受前述约束措施，直至补充承诺或替代承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕。”

（3）全体董事、监事、高级管理人员承诺：

“1、本人保证将严格履行在公司本次发行招股说明书中所披露的全部公开承诺事项中的各项义务和责任。

2、若非因不可抗力原因，导致本人未能完全或有效地履行公开承诺事项的，本人将接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）将在公司股东会或中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）如若本人未能履行相关承诺事项，给公司和投资者造成损失的，本人将按中国证券监督管理委员会、北京证券交易所或其他有权机关的认定向投资者依法承担赔偿责任。

3、若因不可抗力原因，导致本人未能履行公开承诺事项的，本人将作出新的承诺，并接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：本人将出具补充承诺或替代承诺，并将接受前述约束措施，直至补充承诺或替代承诺履行完毕或相应补救措施实施完

毕。”

(4) 公司持股 5%以上股东青岛博创承诺:

“1、本企业保证将严格履行在公司本次发行招股说明书中所披露的全部公开承诺事项中的各项义务和责任。

2、若非因不可抗力原因，导致本企业未能完全或有效地履行公开承诺事项的，本企业将接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕:

(1) 将在公司股东会或中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉;

(2) 如若本企业未能履行相关承诺事项，给公司和投资者造成损失的，本企业将按中国证券监督管理委员会、北京证券交易所或其他有权机关的认定向投资者依法承担赔偿责任。

3、若因不可抗力原因，导致本企业未能履行公开承诺事项的，本企业将作出新的承诺，并接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕: 本企业将出具补充承诺或替代承诺，并将接受前述约束措施，直至补充承诺或替代承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕。”

10、关于申请电子文件与预留原件一致的承诺函

公司承诺:

“由本公司报送的《成都孕婴世界股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并上市的申请文件》的电子文件与预留原件内容一致，并保证报送电子文件的内容真实、准确、完整。如本公司申报的电子文件和预留原件存在不一致或存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的，本公司将依法承担法律责任。”

11、对发行申请文件真实性、准确性和完整性的承诺书

(1) 公司承诺:

“成都孕婴世界股份有限公司已仔细阅读了本次申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的全套申请文件，确认全套申请文件不存在虚假记载、误导性陈

述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。”

(2) 控股股东成都俊隆承诺：

“本企业作为成都孕婴世界股份有限公司（以下简称‘公司’）的控股股东，已仔细阅读了公司本次申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的全套申请文件，确认全套申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。”

(3) 实际控制人江大兵、王伟鉴承诺：

“本人作为成都孕婴世界股份有限公司（以下简称‘公司’）的实际控制人，已仔细阅读了公司本次申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的全套申请文件，确认全套申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。”

(4) 全体董事、监事、高级管理人员承诺：

“本人作为成都孕婴世界股份有限公司（以下简称‘公司’）的董事/监事/高级管理人员，已仔细阅读了公司本次申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的全套申请文件，确认全套申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。”

12、关于不影响或干扰发行上市审核注册工作的承诺书

公司、控股股东成都俊隆、实际控制人江大兵、王伟鉴、全体董事、监事、高级管理人员承诺：

“1、遵守发行上市审核有关沟通、接待接触、回避等相关规定，不私下与审核人员、监管人员以及北京证券交易所上市委委员、并购重组委委员、行业咨询委委员等进行可能影响公正执行公务的接触；认为可能存在利益冲突的关系或情形时，及时按相关规定和流程提出回避申请。

2、不组织、指使或参与以下列方式向审核人员、监管人员、北京证券交易所上市委委员、并购重组委委员、行业咨询委委员或者其他利益关系人输送不正当利益：

（1）以各种名义赠送或提供资金、礼品、房产、汽车、有价证券、股权等财物，或者

为上述行为提供代持等便利；

（2）提供旅游、宴请、娱乐健身、工作安排等利益，或者提供就业、就医、入学、承担差旅费等便利；

（3）安排显著偏离公允价格的结构化、高收益、保本理财产品等交易；

（4）直接或者间接提供内幕信息、未公开信息、商业秘密和客户信息，明示或者暗示从事相关交易活动；

（5）其他输送不正当利益的情形。

3、不组织、指使或参与打探审核未公开信息，不请托说情、干扰审核工作。

4、遵守法律法规、中国证监会、北京证券交易所有关保密的规定，不泄露审核过程中知悉的内幕信息、未公开信息、商业秘密和国家秘密，不利用上述信息为本人或他人直接或间接谋取不正当利益。

如违反上述承诺，本公司自愿接受北京证券交易所依据其业务规则采取的相关措施。本公司相关行为违反法律法规的，将承担相应法律责任。”

13、关于避免资金占用、违规担保的承诺函

控股股东成都俊隆、实际控制人江大兵、王伟鉴及一致行动人王琼、楚地锦成、楚地蓉成、韵律时节承诺：

“1、截至本承诺函出具之日，本人/本企业及本人/本企业控制的企业（不包括公司及其子公司，下同）不存在非经营性占用公司及其子公司资金的情况，亦不存在公司及其子公司为本人/本企业及本人/本企业控制的企业提供担保的情形。

2、本人/本企业将继续严格遵守相关法律、行政法规、规范性文件及公司章程的规定，确保本人/本企业及本人/本企业控制的企业今后不会以任何理由、任何形式占用公司及其子公司的资金、资产，亦不会以任何理由、任何形式要求公司及其子公司为本人/本企业及本人/本企业控制的企业提供担保。本人/本企业保证依法行使股东权利，不滥用股东地位损害公司及公司其他股东的权益。

3、如出现因本人/本企业违反上述承诺与保证而导致公司或公司其他股东的权益受到损

害，本人/本企业愿意承担由此产生的全部责任，充分赔偿或补偿由此给公司及公司其他股东造成的实际损失。”

14、保证成都孕婴世界股份有限公司独立性的承诺函

控股股东成都俊隆、实际控制人江大兵、王伟鉴及一致行动人王琼、楚地锦成、楚地蓉成、韵律时节承诺：

“1、保证公司资产独立

（1）保证公司具有与生产经营有关的业务体系和相关的独立完整的资产。保证不影响公司合法拥有其与经营有关的土地、房屋、商标权、专利权、软件及作品著作权等资产的所有权和独立性。

（2）保证公司不存在资金、资产被本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业占用或与本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业资产混同的情形。

2、保证公司业务独立

（1）保证与公司交易（如有）的价格、相关协议条款和交易条件公平合理，不会要求公司给予本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业与公司其他交易方相比更优惠的条件。

（2）除通过行使股东权利之外，保证本人/本企业不对公司的研发、采购、销售等各项生产经营活动进行干预，且本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业不存在与公司共用采购或销售渠道的情况，保证公司拥有独立开展经营活动的资产、人员、资质和能力，具有面向市场独立自主持续经营的能力。

（3）保证本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业避免从事与公司主营业务具有实质性竞争的业务。

（4）保证尽量减少本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业与公司的关联担保、关联交易。在进行确有必要且无法避免的关联交易时，本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业将与公司依法签订相关协议，保证按市场化原则和公允价格进行公平操作，并按相关法律法规以及规范性文件的规定各自履行内部决策批准程序及信息披露义务。确保本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业与公司不发生违规提供担保、违规发生关联交易的情形。

3、保持公司人员独立

(1) 保证公司的总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员均不在本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业担任除董事、监事以外的职务，不在本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业领取薪酬。

(2) 本人/本企业向公司推荐董事、监事、总经理等高级管理人员人选均通过合法程序进行，不干预公司董事会和股东会行使职权作出人事任免决定。

(3) 保证公司的劳动、人事及工资管理与本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业之间完全独立，保证公司的财务人员未在本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业中兼职。

4、保证公司的财务独立

(1) 保证公司建立独立的财务部门和独立的财务核算体系，具有规范、独立的财务会计制度和财务管理制度。

(2) 保证公司能够独立作出财务决策，本人/本企业不干预公司的资金使用。

(3) 保证公司独立在银行开户，不与本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业共用银行账户。

(4) 保证公司的财务人员不在本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业中兼职或领薪。

(5) 保证公司依法独立纳税。

(6) 保证本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业不发生由公司为其代垫费用或者为公司代垫费用的情形。

(7) 保证本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业不发生非经营性占用公司资金的情形。

(8) 除通过行使股东权利外，未经公司事先书面同意，本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业及相关人员（包括本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业的员工、聘请的外包服务人员及顾问等非正式员工人员，下同）将无权对公司相关财务、业务数据、信息、工作流程进行查看或修改；也不得因经公司同意后的查看或修改行为，对公司生产经营及其独

立性造成不利影响。

5、保证公司机构独立

（1）保证公司建立健全了股东会、董事会、监事会、高级管理层等公司治理结构，拥有健全的内部经营管理机构，独立行使经营管理职权，与本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业未有机构混同的情形。

（2）保证公司的股东会、董事会、独立董事、监事会、总经理等依照法律、法规和公司章程独立行使职权。

本人/本企业违反上述承诺与保证而导致公司或者其他股东的权益受到损害，本人/本企业愿意承担由此产生的全部责任，充分赔偿或补偿由此给公司或者其他股东造成的实际损失。”

15、关于股东信息披露的专项承诺函

公司承诺：

“1、本公司股东均为适格股东，不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有本公司股份的情形；

2、不存在本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员直接或间接持有本公司股份的情形；

3、不存在以本公司股份进行不当利益输送的情形；

4、本公司已按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第1号》真实、准确、完整地披露股东信息。

本承诺函自本公司法定代表人签署并加盖本公司公章之日起生效。”

16、关于欺诈发行的股份回购承诺函

（1）公司承诺：

“1、保证本公司本次向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市不存在任何欺诈发行的情形，不存在对判断本公司是否符合发行上市条件构成重大、实质影响的

虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏情形。

2、如本公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册，或者存在对判断本公司是否符合发行上市条件构成重大、实质影响的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏情形，本公司将在违法事实被中国证券监督管理委员会、北京证券交易所、全国中小企业股份转让系统等有权部门确认后5个工作日内启动与股份回购有关的程序，并将按照董事会、股东会审议通过的股份回购具体方案回购本公司本次发行上市的全部新股，回购价格不低于本公司股票发行价（如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、北京证券交易所的有关规定作相应调整）加新股上市日至回购要约发出日期期间的同期银行活期存款利息。”

（2）控股股东成都俊隆、实际控制人江大兵、王伟鉴及一致行动人王琼、楚地锦成、楚地蓉成、韵律时节承诺：

“1、保证公司本次向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市不存在任何欺诈发行的情形，不存在对判断公司是否符合发行上市条件构成重大、实质影响的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏情形。

2、如公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册，或者存在对判断公司是否符合发行上市条件构成重大、实质影响的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏情形，本人/本企业将在违法事实被中国证券监督管理委员会、北京证券交易所、全国中小企业股份转让系统等有权部门确认后5个工作日内启动与股份回购有关的程序，并将按照董事会、股东会审议通过的股份回购具体方案回购公司本次发行上市的全部新股，回购价格不低于公司股票发行价（如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、北京证券交易所的有关规定作相应调整）加新股上市日至回购要约发出日期期间的同期银行活期存款利息。”

（3）全体董事、监事、高级管理人员承诺：

“1、保证公司本次向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市不存在任何欺诈发行的情形，不存在对判断公司是否符合发行上市条件构成重大、实质影响的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏情形。

2、如公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册，或者存在对判断公司是否

符合发行上市条件构成重大、实质影响的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏情形，本人将在违法事实被中国证券监督管理委员会、北京证券交易所、全国中小企业股份转让系统等有权部门确认后 5 个工作日内督促公司启动股份回购程序，回购公司本次发行上市的全部新股，回购价格不低于公司股票发行价（如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、北京证券交易所的有关规定作相应调整）加新股上市日至回购要约发出日期间的同期银行活期存款利息。”

17、关于不存在违规交易事项的承诺函

公司承诺：

“1、本公司股票在全国股转系统挂牌期间，本公司不存在组织、参与内幕交易、操纵市场等违法违规行为或者为违法违规交易本公司股票提供便利的情形。

2、本公司保证上述承诺真实、有效、完整和准确，不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，否则将承担由此引发的一切法律责任。”

18、关于未在退市企业任职或控股及不存在违规交易事项的承诺函

（1）实际控制人江大兵、王伟鉴及一致行动人王琼承诺：

“1、本人最近 36 个月内不存在以下情形：担任因规范类和重大违法类强制退市情形被终止上市企业的董事、高级管理人员，且对触及相关退市情形负有个人责任；作为前述企业的控股股东、实际控制人且对触及相关退市情形负有个人责任。

2、公司股票在全国股转系统挂牌期间，本人不存在组织、参与内幕交易、操纵市场等违法违规行为或者为违法违规交易公司股票提供便利的情形。

3、本人保证上述承诺真实、有效、完整和准确，不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，否则将承担由此引发的一切法律责任。”

（2）控股股东成都俊隆、实际控制人的一致行动人楚地锦成、楚地蓉成、韵律时节承诺：

“1、本企业最近 36 个月内不存在以下情形：作为因规范类和重大违法类强制退市情形被终止上市企业的控股股东、实际控制人且对触及相关退市情形负有责任。

2、公司股票在全国股转系统挂牌期间，本企业不存在组织、参与内幕交易、操纵市场等违法违规行为或者为违法违规交易公司股票提供便利的情形。

3、本企业保证上述承诺真实、有效、完整和准确，不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，否则将承担由此引发的一切法律责任。”

(3) 董事、高级管理人员承诺：

“1、本人最近 36 个月内不存在以下情形：担任因规范类和重大违法类强制退市情形被终止上市企业的董事、高级管理人员，且对触及相关退市情形负有个人责任；作为前述企业的控股股东、实际控制人且对触及相关退市情形负有个人责任。

2、公司股票在全国股转系统挂牌期间，本人不存在组织、参与内幕交易、操纵市场等违法违规行为或者为违法违规交易公司股票提供便利的情形。

3、本人保证上述承诺真实、有效、完整和准确，不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，否则将承担由此引发的一切法律责任。”

19、关于保持一致行动关系稳定的承诺函

控股股东成都俊隆、实际控制人江大兵、王伟鉴、一致行动人王琮、楚地锦成、楚地蓉成、韵律时节承诺：

“公司股东江大兵、王伟鉴、王琮、成都俊隆、楚地锦成、楚地蓉成、韵律时节在行使股东相应的提案权及表决权等权利时应保持一致行动并以江大兵的意见为准，且该一致行动关系在公司本次发行上市后至少 36 个月内维持稳定，不得变更。”

20、关于股份锁定和减持意向的承诺函

(1) 实际控制人江大兵、王伟鉴承诺：

“1、承诺人遵守《公司法》规定，自公司成立之日起一年内不转让所持公司股份。

2、承诺人遵守《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》规定，将所持公司股份分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为承诺人挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。

3、承诺人在担任成都孕婴世界股份有限公司董事/高级管理人员期间至离职半年内，每

年转让的成都孕婴世界股份有限公司股份不超过承诺人直接或间接持有成都孕婴世界股份有限公司股份总数的 25%。

4、若违反上述承诺，承诺人愿承担相应的法律责任。”

(2) 董事、高级管理人员唐海斌、杜睿智承诺：

“1、承诺人遵守《公司法》规定，自公司成立之日起一年内不转让所持公司股份。

2、承诺人在担任成都孕婴世界股份有限公司董事/高级管理人员期间至离职半年内，每年转让的成都孕婴世界股份有限公司股份不超过承诺人直接或间接持有成都孕婴世界股份有限公司股份总数的 25%。

3、若违反上述承诺，承诺人愿承担相应的法律责任。”

(3) 监事鲁霞、刘小红、高级管理人员洪燕玲、徐泽宁承诺：

“承诺人在担任成都孕婴世界股份有限公司监事/高级管理人员期间至离职半年内，每年转让的成都孕婴世界股份有限公司股份不超过承诺人直接或间接持有成都孕婴世界股份有限公司股份总数的 25%。

若违反上述承诺，承诺人愿承担相应的法律责任。”

21、避免同业竞争的承诺函

(1) 控股股东成都俊隆承诺：

“一、截至本承诺签署日，本企业不存在直接或间接实际经营或为他人实际经营任何与公司主营业务相同、相似或构成竞争的经营业务，与孕婴世界及其控股子公司不存在同业竞争，今后亦不会从事与孕婴世界及其控股子公司的业务及相关产品相同或相似的业务。

二、如本企业及本企业未来可能控制的其它企业（除孕婴世界及其控制的企业外，下同）拟进行与孕婴世界及其控股子公司相同的业务，本企业将行使否决权，以确保与孕婴世界及其控股子公司不产生同业竞争。

三、本企业及本企业未来可能控制的其它企业如遇与孕婴世界及其控股子公司主营业务相关业务的商业机会，本企业将在合理条件下优先让与或介绍给孕婴世界或其控股子公司；对孕婴世界及其控股子公司已进行或拟涉入的经营领域，本企业及本企业未来可能控制的其

它企业将在投资方向的选择上，避免与孕婴世界及其控股子公司进行相同或相似的经营领域，不与孕婴世界及其控股子公司发生同业竞争，以维护孕婴世界的利益。

四、如出现因本企业及本企业未来可能控制的其它企业违反上述承诺而导致孕婴世界及其控股子公司的权益受到损害的情况，本企业将依法承担相应的赔偿责任。

五、本承诺函在本企业对孕婴世界拥有直接或间接的控制权或对孕婴世界存在重大影响期间持续有效，且不可撤销。”

(2) 实际控制人江大兵、王伟鉴承诺：

“一、截至本承诺签署日，本人及本人控制或有重大影响的企业（除孕婴世界及其控制的企业外，下同）、本人近亲属（配偶、父母、子女，下同）及其控制或有重大影响的企业不存在直接或间接实际经营或为他人实际经营任何与公司主营业务相同、相似或构成竞争的经营业务，与孕婴世界及其控股子公司不存在实质上的同业竞争，今后亦不会从事与孕婴世界及其控股子公司的主营业务及相关产品相同或相似的业务。

二、如本人及本人控制或有重大影响的企业、本人近亲属及其控制或有重大影响的企业拟进行与孕婴世界及其控股子公司相同的业务，本人将促使本人及本人近亲属行使否决权，以确保与孕婴世界及其控股子公司不产生同业竞争。

三、本人或本人近亲属如遇与孕婴世界及其控股子公司主营业务相关业务的商业机会，本人或本人近亲属将在合理条件下优先让与或介绍给孕婴世界或其控股子公司；对孕婴世界及其控股子公司已进行或拟涉入的经营领域，本人及本人近亲属将在投资方向的选择上，避免与孕婴世界及其控股子公司进行相同或相似的经营领域，不与孕婴世界及其控股子公司发生同业竞争，以维护孕婴世界的利益。

四、如出现因本人及本人近亲属及控制的其他企业违反上述承诺而导致孕婴世界及其控股子公司的权益受到损害的情况，本人将依法承担相应的赔偿责任。

五、本承诺函在本人对孕婴世界拥有直接或间接的控制权或对孕婴世界存在重大影响期间持续有效，且不可撤销。”

22、关于减少关联交易的承诺函

(1) 全体董事、监事、高级管理人员承诺：

“1、自本承诺出具之日起，承诺人及承诺人控制的其他企业将尽可能避免与公司之间发生关联交易；

2、对于无法避免或者因合理原因发生的关联交易，承诺人将严格遵守《公司法》等有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定，遵循等价、有偿、公平交易的原则，履行合法程序并订立相关协议或合同，及时进行信息披露，保证关联交易的公允性；

3、承诺人承诺不通过关联交易损害公司及其他股东的合法权益；

4、承诺人有关关联交易承诺将同样适用于承诺人关系密切的家庭成员（包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满18周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母）等重要关联方，本人将在合法权限内促成上述人员履行关联交易的承诺；

5、若违反上述承诺，本人愿承担相应的法律责任。”

（2）控股股东成都俊隆，其他公司持股5%以上股东楚地锦成、楚地蓉成、青岛博创承诺：

“1、自本承诺出具之日起，承诺人及承诺人控制的其他企业将尽可能避免与公司之间发生关联交易；

2、对于无法避免或者因合理原因发生的关联交易，承诺人将严格遵守《公司法》等有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定，遵循等价、有偿、公平交易的原则，履行合法程序并订立相关协议或合同，及时进行信息披露，保证关联交易的公允性；

3、承诺人承诺不通过关联交易损害公司及其他股东的合法权益。

4、若违反上述承诺，承诺人愿承担相应的法律责任。”

23、关于不占用公司资金的承诺函

控股股东成都俊隆、实际控制人江大兵、王伟鉴承诺：

“本人/本公司将严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》及中国证券监督管理委员会、全国中小企业股份转让系统关于保护非上市公司股东权益的相关规定，认真落实监管部门各项规章及工作指引，遵守《成都孕婴世界股份有限公司章程》《成都孕婴世界股份有限公司防范控股股东、实际控制人及其关联方资金占用制度》的相关

规定，不发生占用成都孕婴世界股份有限公司及其子公司资金的情形。

如本人/本公司违反上述承诺，本人/本公司愿意承担相应的法律责任并赔偿成都孕婴世界股份有限公司因此受到的全部损失。”

十、 其他事项

无。

第五节 业务和技术

一、 发行人主营业务、主要产品或服务情况

（一）公司的主营业务

公司是一家数智化创新型母婴连锁企业，主营业务为母婴商品销售以及为上游品牌供应商、下游加盟商提供服务。公司采用“数智化+供应链+服务”三者有机结合的加盟连锁模式，依托数智化中台，为上游品牌供应商提供高效的市场推广服务，为下游加盟商提供其业务经营相关的各项服务，涵盖信息系统上线及运维、会员管理、精准营销、品牌推广、经营诊断与指导、标准化培训、商标授权及门店管理等。凭借该模式以及公司数智化竞争优势，公司持续优化供应链体系，共同助力母婴门店经营者健康持续发展，带动公司母婴商品销售。

公司基于多年来对母婴门店经营场景的深度理解，开发数智化运营方案和配套工具并垂直化应用，驱动高效率、高效能、高效益的母婴连锁生态体系建设。截至本《招股说明书》签署日，公司拥有 3 项发明专利及 69 项软件著作权，全资子公司创托盛和为国家高新技术企业、四川省专精特新中小企业、创新型中小企业。

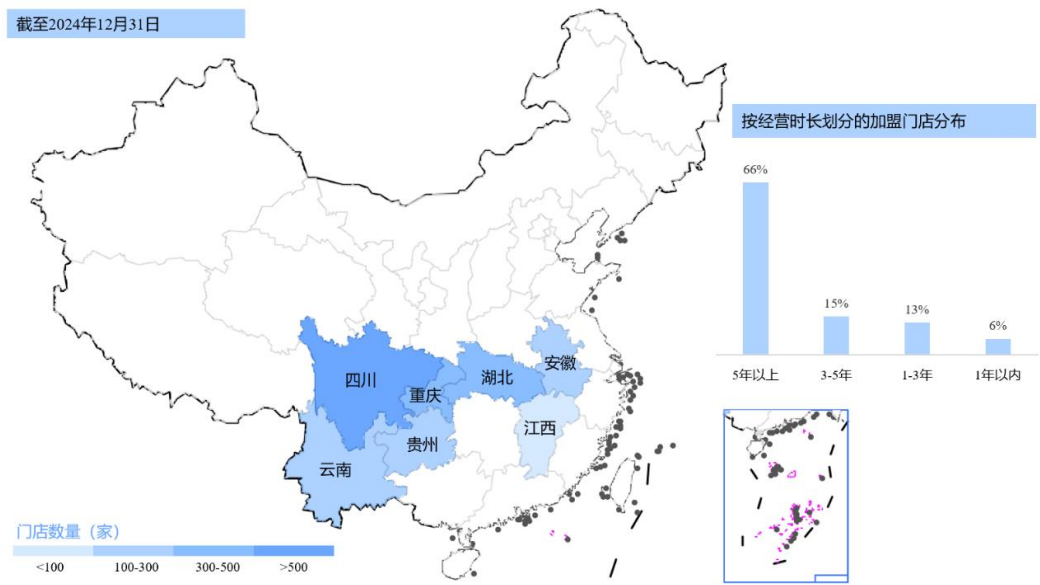
销售端，依托对下沉母婴市场的深度洞察以及数智化中台的战略部署，公司形成了针对母婴门店经营痛点的数智化运营解决方案。近年来，公司把握行业整合发展机遇，通过数智化赋能带店加盟客户的方式，稳步扩张经营区域，在深耕西南区域的同时，成功开拓华中及华东市场，并积极布局西北等市场，逐步走向全国。

公司采取区域授权加盟的方式，与精选的具备行业经验、资产实力及消费者基础的县级/地市级母婴连锁门店经营者（即授权加盟商）建立加盟合作，通过数智化工具部署与应用、专业运营服务以及优质供应链支持，实现加盟商业务流程重塑、组织架构优化、运营工具改造以及商品结构优化调整，助力加盟商及其门店健康持续发展的同时，带动公司母婴商品销售规模持续增长。公司加盟门店数量自 2022 年初的 1,300 余家增长至 2024 年末的 2,200 余家，2024 年门店终端销售规模超 30 亿元，门店数量及终端销售规模位于我国母婴连锁行业前三。

高效的数智化整合及加盟商的持续健康发展是公司业务高质量增长的关键。报告期内，公司与数百名母婴门店经营者建立了长期、稳定的加盟合作关系。截至报告期末，公司加盟连锁门店覆盖四川、重庆、贵州、云南、安徽、湖北、江西等六省一市，共计 2,200 余家，

平均每个加盟商经营约 7 家门店，65%以上的门店经营时长已超过 5 年，在行业普遍面临较大经营挑战的情况下，公司加盟体系保持了稳健可持续的经营韧性。

公司加盟门店统一上线公司信息系统及数智化工具，销售、运营数据接入数智化中台进行数据分析、计算并以此指导业务经营，致力于实现数字技术和实体门店经营的深度融合，促进传统母婴连锁行业向数智化、规范化转型升级。



图：公司加盟门店分布

供应端，依托深度下沉、高效协同的销售网络以及专业的数智化运营服务体系，公司与飞鹤、伊利金领冠、合生元、海普诺凯、佳贝艾特、好奇等知名母婴品牌建立了深度合作关系，在供应端具备商品直供优势、规模议价优势及区域独家产品供应优势。稳定、优质的供应链体系为公司母婴商品销售业务增长及下游加盟门店健康经营奠定了核心基础。

报告期内，公司主营业务收入主要来自于母婴商品销售收入以及向上游品牌供应商、下游加盟商提供服务，主营业务收入占比分别为 99.41%、99.24%和 99.62%，以母婴商品销售收入为主。

报告期内，公司主营业务未发生重大变化，具体构成如下：

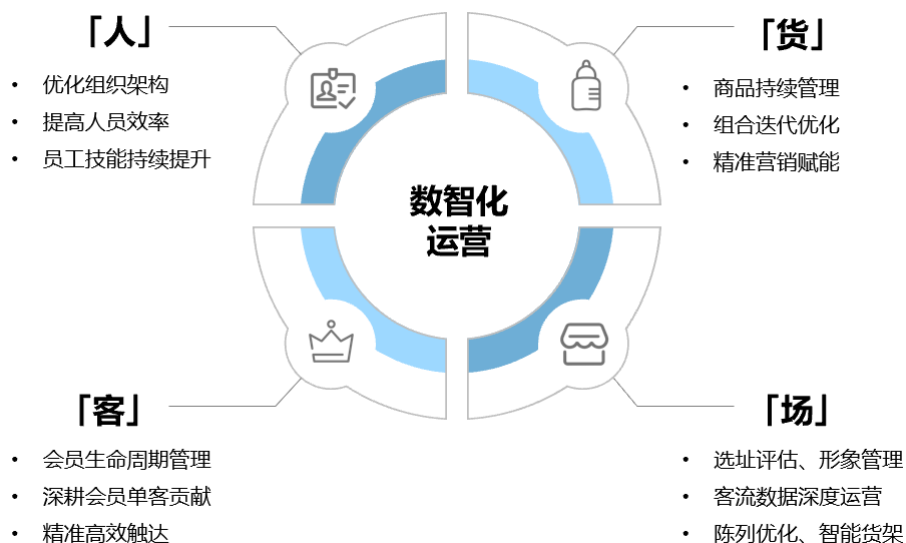
项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
1、母婴商品销售	88,673.77	88.79	60,869.41	87.87	52,003.64	86.71
食品	79,283.29	79.39	52,251.54	75.43	43,167.61	71.98

服装	3,610.89	3.62	3,343.07	4.83	3,332.72	5.56
纸品	3,285.27	3.29	2,902.24	4.19	2,854.60	4.76
用品	2,494.33	2.50	2,372.56	3.42	2,648.71	4.42
2、客户经营服务	7,754.35	7.76	6,544.69	9.45	5,945.20	9.91
信息技术服务	5,017.31	5.02	4,476.67	6.46	4,003.10	6.68
市场推广服务	1,634.95	1.64	1,321.47	1.91	1,341.33	2.24
商业特许经营服务	1,102.08	1.10	746.54	1.08	600.77	1.00
3、供应商推广服务	3,437.81	3.44	1,859.89	2.68	2,022.36	3.37
合计	99,865.93	100.00	69,273.99	100.00	59,971.20	100.00

（二）公司的主要产品和服务

公司聚焦母婴门店“人、货、场、客”关键经营要素，依托数智化中台打造运营服务体系，以服务赋能下游加盟商及其门店、上游品牌供应商，改善母婴商品销售流通环节的动销效率，助力加盟商优化经营质量，实现效益增长。

公司基于数智化中台的运营服务体系具体概括如下：



图：“人、货、场、客”数智化运营模型

1、母婴商品销售——门店供应链体系搭建

公司在加盟门店主要经营品类上为加盟商搭建了品牌影响力与价格竞争力兼备的供应链体系。报告期内，公司与飞鹤、伊利金领冠、合生元、海普诺凯、佳贝艾特、好奇等母婴市场知名品牌建立了深度合作关系，保障相关品牌商品的稳定供应，并凭借自身高效、分布

广泛且充分下沉的销售渠道资源和数智化运营服务能力,持续强化公司在供应端的规模议价优势、区域独家产品供应优势等。

报告期内,公司销售的主要商品具体如下:

产品	简介	图示 (品牌 产品类型)		
食品	各类适用于婴童、孕产妇的奶粉,合作的知名品牌主要包括飞鹤、伊利金领冠、合生元、海普诺凯、佳贝艾特、君乐宝等			
		飞鹤 奶粉	伊利金领冠 奶粉	合生元 奶粉
				
		海普诺凯 奶粉	佳贝艾特 羊奶粉	君乐宝 奶粉
				
		英氏 营养米粉	壹营养 维生素	Little Swisse 营养品
服装	各类童装童鞋、婴童用内衣、连体服等			
		悠比乐乐 童装	爱嘟嘟 连体服	安美熊 连体服
				
纸品	各类婴儿纸尿裤、拉拉裤、纸巾等,合作的知名品牌主要包括好奇、Babycare、卡布等	好奇 纸尿裤	Babycare 纸尿裤	卡布 纸尿裤

用品	各类洗护用品、喂哺用品、寝居用品、护理用品、益智玩具、童车童床等			
		菲尼贝贝 喂哺用品	爱倍淳 洗护用品	松达 洗护用品

在奶粉、纸尿裤等母婴门店主要经营类别上，公司建立了涵盖主要知名品牌的供应链体系，并与数智化运营方案相匹配。这使得加盟商能够在公司服务带教过程中，以数据驱动其经营决策，逐步优化自身经营的商品品类、品牌构成体系及相应的盈利结构。

公司的加盟商在采购公司供应的商品的同时，可根据自身经营区域特点、消费者需求、与其他渠道商或上游供应商的合作关系等，自行采购部分商品予以补充和丰富，以满足终端消费者个性化、多元化的需求。

该供应链管理方式既使得公司能够将有限的资源集中在具有相对优势的品牌商品中，在主要品类上通过选品、与上游品牌供应商商务谈判、提供推广服务等方式，为公司及加盟商搭建优质的供应链体系，同时在其他品类上保留了加盟商经营灵活度，使其能够充分利用原有的供应链资源及市场基础，更好地服务消费者。由此，公司与加盟商致力于通过高效协同，共同提升门店在选品、采购方面的经营效率与整体经营效益。

2、向上游品牌供应商、下游加盟商提供服务——数智化运营体系搭建

除了母婴商品销售外，公司作为中游渠道商，亦扮演着重要的服务商角色。一方面，基于加盟体系内的商品分销及动销数据、门店运营洞察及会员分析，结合数智化工具运用，公司为上游品牌供应商提供高效的商品推广策划、销售活动执行以及动态销售管理等推广服务，提升品牌推广效率；另一方面，通过数智化运营与专业服务，协助加盟商做好门店经营管理与商品高效动销，优化门店健康度与盈利能力，打造高效销售渠道。数智化中台及依托中台输出的各项服务是公司渠道价值的核心体现。

（1）向下游加盟商提供经营服务

报告期内，公司为下游加盟商提供的客户经营服务聚焦门店经营场景，建立了以数据为导向的门店经营业务流程，公司依托数智化中台打造的运营服务流程具体如下：



图：数智化运营流程

数据收集：公司统一业务前台数据收集标准及端口，为加盟门店上线公司信息系统，收集销售、运营、会员等数据；以会销比、生日准确率、企微添加率、会员卡激活率四大会员运营基础指标作为管控标准，保障业务前端数据的完整性、时效性及准确性。

经营方案：公司根据母婴门店经营经验及数据反馈不断细化中台业务模型，例如，建立奶粉四部曲、三新管理等业务模型。基于业务模型推出精准营销项目、新会员培养计划、品牌营销活动等高适配、强复用的标准化经营方案。

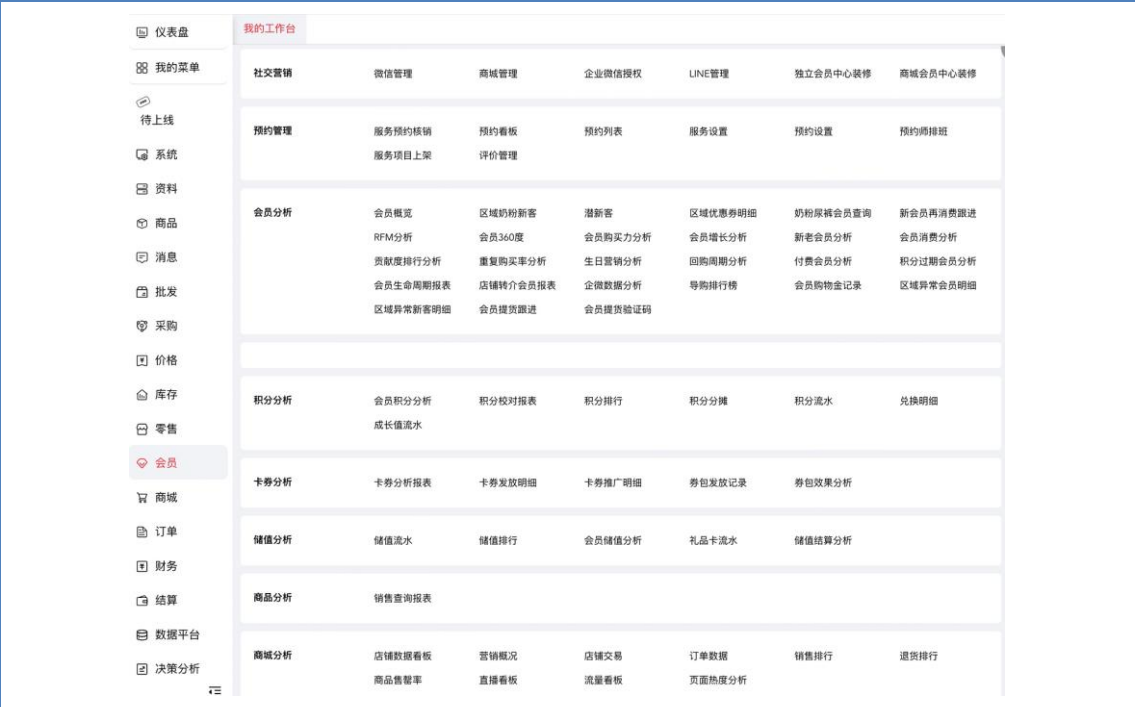
落地执行：公司根据业务模型及经营方案开发配套数智化工具，提升执行效率，包括300多种会员标签实现目标会员的快速精准筛选、一键转发工具提升会员触达效率、数智零售应用软件实时分析并展示核心数据、线上培训工具实现高效的新品知识讲解等。同时，公司提供全流程带教的专业服务，结合多维度过程数据及结果数据进行管控，实行以实时数据为支撑的精细化管理，协助加盟商落地运营方案。

反馈优化：公司通过对过程数据指标、结果数据指标的持续性管控，一方面与加盟商进行复盘总结，强化其数智化运营思维；另一方面结合加盟体系内各应用案例，不断总结经营经验，优化业务模型及经营方案，形成以数据驱动运营决策的闭环。

公司为下游加盟商提供的客户经营服务围绕数智化运营的工具、方案、应用及管理层面展开，主要包括信息技术服务、市场推广服务及商业特许经营服务。具体如下：

①信息技术服务

信息技术服务是实现业务流程数智化管理的基础，主要在信息化工具层面为下游加盟商提供服务。公司为加盟商客户提供包括销售、采购、库存管理、财务核算、商业数据分析、会员管理、在线培训等功能在内的各类信息系统、数智化工具的云端/本地部署、集成应用、运营维护、迭代更新，以及业务数据的存储、计算及分析。同时，公司为加盟商提供关于系统使用的线上、线下培训，配套数智客服实时回复、解决系统使用问题。



图：公司数智中台功能界面示意

②市场推广服务

市场推广服务主要在方案及应用环节为下游加盟商提供服务，旨在以专业服务带教客户，高效应用数智化工具、执行数智化运营方案。公司主要聚焦加盟门店零售业务场景，借助数智化中台对客户经营数据、门店会员数据等数据的挖掘与分析，协助加盟商应用营销推广数智化工具，将公司长期实践经验与创新累积形成的经营方案落地。

公司服务内容主要包括：

A、门店经营指导：基于各维度数据分析的经营指导服务；

B、会员运营管理：统一的会员体系建立、规则制定，持续的会员数据管理及消费行为分析，构建动态会员标签体系，支持精准营销；

C、市场推广活动：标准方案的策划及协助指导；一键邀约、会员标签、效果数据实时看板等活动配套工具提供；从活动目标设定、过程执行、结果复盘的全过程实时数据分析及跟进，优化运营策略；

D、人员培训：打造线上培训平台及培训激励机制，定期发布涵盖产品知识、销售技巧等专业技能课程并跟进人员参与、考试情况，同时针对性开展线下培训；

E、客服回访：通过消费数据自动识别新客，辅以回访系统进行精准回访及记录；建立

微信公众号、客服电话等多渠道消费者反馈机制，协助加盟商快速响应消费者需求。



图：多维度经营分析报表示意

③商业特许经营服务

商业特许经营服务主要在门店基础事务管理层面为下游加盟商提供服务，通过 OA 系统、巡店系统等信息系统，对加盟商店店信息、品牌形象、商品陈列等进行标准化、流程化、可视化管理。服务内容包括商标与品牌名称等经营资源的授权使用并提供一系列关于品牌形象使用的数字物料、门店选址建议、装修设计方

案、合规管理指导及陈列优化建议等。公司根据消费者需求、市场趋势等持续迭代连锁门店形象，在统一设计风格的基础上形成了针对中小型、大型、街边（社区）店、商场店、医院店等不同类型门店的标准形象设计方案，包括货柜组合、商品陈列、装修物料配置等，可实现快速复用，帮助加盟商提升新店开业、旧店改造效率。同时，公司在日常运用巡店系统等工具协助门店经营者进行门店合规管理、优化陈列。



图：门店形象设计及迭代

(2) 向上游品牌供应商提供推广服务

公司为上游品牌供应商提供品牌推广服务，借助自身数据分析能力、数智化工具及下游销售渠道，承办各类型品牌推广活动，为品牌供应商提供活动策划、宣传、执行及总结等服务，如公司与飞鹤乳业联合举办的“528 宝宝日亲子音乐节”、“鹤宝英雄会”等活动。



图：市场推广活动策划及现场

（三）公司的主要经营模式

公司采用数智化创新型加盟连锁模式开展业务经营，授权加盟商开设加盟门店，并主要通过向加盟商销售母婴商品实现商品销售收入。同时，公司依托数智化中台，为上游品牌供应商提供市场推广服务，为下游加盟商提供其业务经营相关的各项服务，涵盖信息系统上线及运维、会员管理、精准营销、品牌推广、经营诊断与指导、标准化培训、商标授权及门店管理等。

公司盈利主要来自于母婴商品销售收入和向上游品牌供应商、向下游加盟商提供服务的收入。

公司主要经营模式具体如下：

1、商业特许经营模式

公司主要以商业特许经营模式开展业务，即加盟连锁经营模式。公司加盟策略、收费及激励机制、加盟管理方式、拓展方式具体如下：

（1）加盟策略

公司根据从业经历、是否能够全程参与经营管理、资金实力、已开设门店数量等多个维

度对拟加盟客户进行筛选及审核，审核通过后公司与该客户签订《孕婴世界连锁特许经营合同》（以下简称“《特许经营合同》”）。

在加盟策略上，考虑到母婴连锁行业经营者集中度较低、客户资金实力差异较大等因素，公司以相隔适当距离进行区域划分，按照区域对加盟商授权，一般特定授权区域内仅设一名加盟商，加盟商可在授权区域内开设或管理多家加盟门店。

（2）收费及激励机制

公司基于《特许经营合同》的约定向加盟商收取商业特许经营服务费，以每店每年 5,000 元（含税）方式定价，并根据门店经营情况、区域扶持政策等与加盟商确定年度收费金额。

公司以区域授权为基础的加盟策略，为下游加盟商在授权区域内提供了相对较低的竞争压力及更大的潜在市场份额，加盟商独立承担自身经营所需的资金及经营期间可能出现的各类风险和责任。这种模式下，加盟商掌握自主经营权、自负盈亏，其在门店经营管理方面具备较高的内驱力及激励性。

报告期内，公司未对加盟商设置强制性采购目标或终端销售目标，主要通过数智化运营帮助其实现母婴商品的终端销售，并结合销售返利等方式对加盟商进行销售激励。

（3）加盟管理方式

公司制定了《加盟门店运营管理办法》《加盟门店经营管理程序》等内部控制制度，对授权经营的所有加盟商及其门店统一管理，包括合规经营、品牌保护、商品质量管理、消费者纠纷解决等。

（4）以带店加盟为主的加盟连锁拓展方式

报告期内，公司主要以数智化赋能带店加盟客户方式进行加盟连锁区域及规模的拓展，新增加盟商多为精选的县级（区、县级市）乃至地市级具备行业经验、资产积累及消费者基础的母婴连锁门店经营者，其在目前激烈的市场竞争环境以及公司数智化创新型母婴连锁模式的品牌影响力与赋能效果吸引下，带店加盟公司。

带店加盟客户加盟前，公司通常将其以往年度经营数据导入公司数智化中台进行梳理及分析，生成多维度经营分析报告，形成其经营画像。



根据该分析报告，公司为其提出针对性经营建议及相应优化方案，如：实施提升会员购买深度的市场推广活动、优化商品采销结构、优化门店坪效与选址等，帮助提升带店加盟客户的综合竞争力。大多数客户在加盟公司后，经过一定时间的数智化改造和融合发展，其核心经营指标不断改善，体现了公司良好的赋能效果。

2、销售模式

(1) 母婴商品销售

公司向下游加盟商、分销商等客户及少量终端消费者（直营门店客户）销售母婴商品，其中客户类型以加盟商为主，均为买断式销售。

公司不同类型客户的客户属性、获取途径、销售模式及其下游销售渠道如下：

客户	客户属性	客户获取途径	销售模式	客户下游销售渠道
加盟商	与公司签订《特许经营合同》，被授权在特定区域内开设或管理加盟门店的母婴门店经营者	意向客户基于品牌影响力主动接洽公司，或公司通过网站、公众号、开展发布会并邀请母婴门店经营者参与等方式进行宣传	买断式经销	加盟商自身开设或管理一定数量的加盟门店，主要通过线下加盟门店向终端消费者销售母婴商品

分销商	经销母婴商品的非加盟客户	推广、接洽意向客户；公司结合意向客户的从业经验及经营规模、所属区域的竞争情况等，与意向客户进行洽谈、审核条件通过后建立合作关系	买断式经销	分销商包括：（1）自身开设非“孕婴世界连锁”母婴门店的经营者，通过其门店向终端消费者销售母婴商品；（2）具有母婴商品分销渠道资源的公司/个人
终端消费者	直营门店客户，主要为孕产妇及婴童	直营门店周边客流、导购推介等	直销	/

（2）客户经营服务

客户经营服务费基于公司客户服务收费相关的管理制度，参照收费政策，与加盟商确定收费门店数量及单价，按照单店固定年费方式收取并每月对账确认。公司客户经营服务收费指导政策具体如下：

服务类型		收费标准（元/年/店，含税）
信息技术服务	技术服务费	40,000.00~85,000.00
	系统端口费	1,000.00
市场推广服务		11,000.00~13,750.00
商业特许经营服务		5,000.00

注：公司根据加盟商经营情况及公司发展战略制定优惠或区域扶持政策，具体收费以双方对账为准。

（3）供应商推广服务

供应商推广服务系公司依托数智化中台、自身品牌影响力及下游销售渠道，向供应商提供一系列推广服务，根据供应商结算习惯，主要包括单次活动定价结算及日常推广定价结算两种方式。其中，单次推广活动价格基于推广活动预算、规模、服务内容等协商确定，在活动结束后根据供应商出具的确认单或确认函收取；日常推广活动主要基于供应商一定期间的商品推广目标及活动预算持续开展活动，根据推广达成效果，一般基于双方购销数量/金额或终端销售规模定价，以约定的频次根据确认单或确认函结算。

3、采购模式

（1）母婴商品采购

报告期内，公司采购内容主要为食品、纸品、服装、用品等母婴商品。其中，针对食品、

纸品、用品等商品，公司主要根据下游需求预测及库存情况进行采购，一般结合历史销售情况和行业经验进行 1~2 个月的备货；对服装类商品，公司一般采用以销定采模式，主要通过加盟商、供应商共同参与的订货会等形式明确客户采购意向，进而由公司与供应商确定采购计划。

公司综合考虑供应商资质、母婴商品品牌知名度、供应稳定性、预期购销利润空间等因素选择供应商。为保证产品质量和供应的稳定性，公司与评审合格的供应商建立了长期稳定的合作关系，与主要供应商签订框架合同，协商确定产品价格、结算方式、验收及退换货等条款，具体的采购规格、数量等要素以采购订单为准。公司母婴商品采购主要来自品牌生产商，少部分来自经销商。此外，为进一步提升自有品牌与 IP 形象影响力，公司向 OEM 厂商进行少量定制化采购，由其生产印有公司 IP 形象的自有品牌商品，如公司“保菰系列”的纸品、服装等。

公司与供应商的结算方式主要为银行转账，信用政策一般包括款到发货、货到付款、对账月结及授信等，其中奶粉品牌供应商以款到发货为主。

（2）信息化服务采购

公司根据数智化中台运营需要采购相应的信息化服务，包括软件使用及运维、云服务器存储等。公司综合考虑所需系统及软件的功能、价格、供应商开发能力等因素选择供应商，双方根据系统或软件的功能、使用期限、使用量等协商定价，签订合同并以银行转账方式结算。

4、仓储及配送模式

公司在主要经营地四川、重庆、贵州、云南、安徽、湖北、江西均设有物流中心仓库以保障商品仓储及高效配送。公司根据客户订单属地就近配送，即各地物流中心仓库负责向所在区域客户发货，由独立第三方物流服务商送至客户指定地点或由客户自提。考虑供应效率及配送运费等因素，少量商品由上游供应商向客户直发，即公司根据客户订单向供应商下单，并指定其直接送达客户指定地点。除此之外，公司直营门店面向终端消费者销售，主要由其自提（门店现场消费），少量通过第三方物流服务商送至消费者指定地址。

5、研发模式

公司综合自身经营需求、门店经营需求、终端客户需求等多方面需求，进行数智化中台

的开发建设，包括信息系统搭建、功能研发、流程优化设计等。公司以自主研发为主，由信息中心主导相关信息系统、数智化工具的开发，数智化服务中心、加盟管理中心等部门参与研发需求的提出、功能测试及反馈。除自主研发外，公司委托第三方信息科技有限公司进行数智化中台部分系统功能或数智化工具的定制性开发。

6、采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素、经营模式及其影响因素在报告期内的变化情况以及未来变化趋势

母婴商品销售较为依赖消费者对渠道的信任度以及线下体验，因此母婴专卖店仍系终端消费者选购母婴商品的重要渠道。然而，近年来随着出生率下降、线上电商崛起、门店人力及租金成本上升，叠加外部环境变动影响，中小母婴门店经营者面临的竞争愈发激烈，承受的经营挑战愈加严峻。与此同时，数智化工具不断兴起，为行业发展带来新的变革。母婴商品，特别是奶粉、纸尿裤等刚需型母婴商品，具备需求稳定、单客总量相对固定、日常用量可精确管理等特征，适合运用数智化工具进行会员精细化和生命周期管理。数智化运营能力已成为目前市场环境下，母婴连锁企业的核心竞争力之一。

除此之外，地理位置及需求分布的广泛性使得母婴行业高度分散，市场集中度较低，跨区域经营往往面临较大的资金投入及较高的管理难度。

公司采用数智化创新型加盟连锁的模式，面向行业内广而分散的母婴门店经营者，以成熟的、整店输出的数智化经营方案将其整合至公司加盟体系。该方式能够突破因资金、人力、地域等限制而带来的发展瓶颈，充分调动社会资源及加盟商的主观能动性，降低管理成本，提高资金、人力、管理效率，较快构建灵活而扁平化的下沉渠道网络，扩大市场份额。同时，公司以下游加盟商健康持续发展为主要目标，通过数智化赋能其经营发展，保障了公司销售渠道的稳定性。

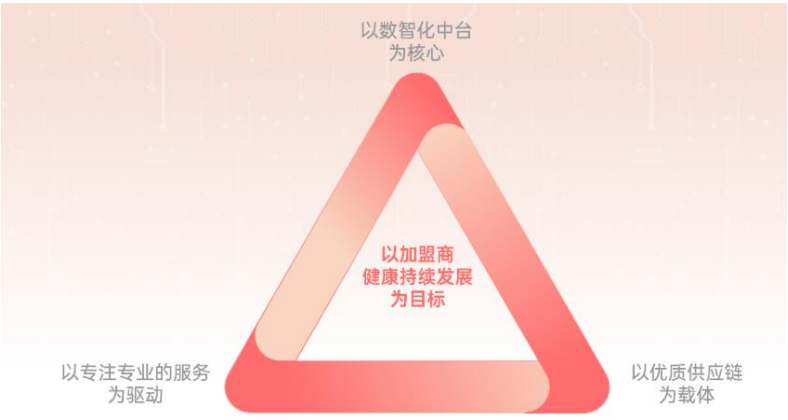
公司目前采用的经营模式是经过多年的经营管理和业务发展不断积累完善而形成的，具有完整的业务经营流程，与公司自身发展、客户特性、所处行业特点、行业发展趋势以及市场竞争格局相适应。

影响公司经营模式的关键因素包括国家政策导向、行业技术水平、行业竞争格局、上下游发展情况、公司发展战略、公司服务能力等。报告期内，公司的经营模式及关键影响因素未发生重大变化，预计未来短期内亦不会产生重大改变。

7、公司模式创新性

（1）公司业务模式特点

公司始终坚持以数智化中台为核心、以专注专业的服务为驱动、以优质供应链为载体，以加盟商健康持续发展为目标开展业务经营。通过“数智化+供应链+服务”的模式，深度链接上下游产业，高效输出数智化运营方案及专业服务，与上下游共创渠道价值生态。



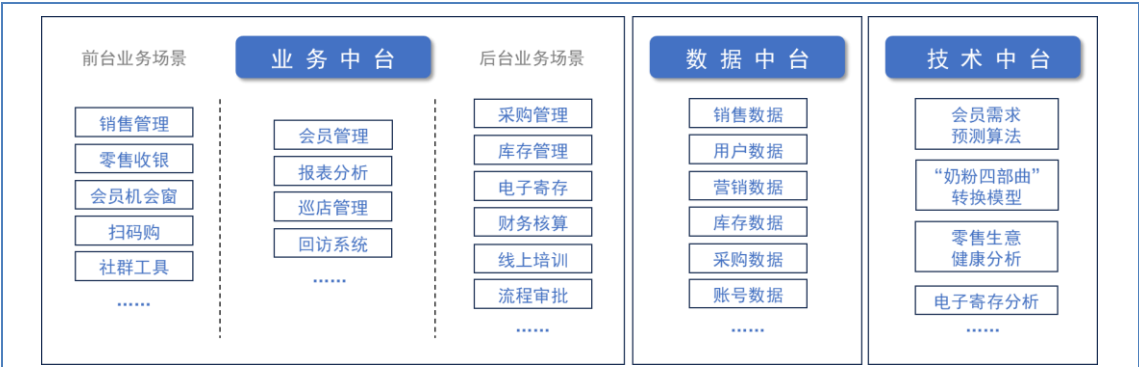
图：商业模式核心特点

数智化：以数智化中台为核心

公司采用数智化创新型加盟连锁模式，始终坚持以数智化中台为核心开展业务经营。公司构建了包含业务中台、数据中台、技术中台及专业服务团队于一体的数智化中台体系。

其中，业务中台以提供信息系统、数智化工具的方式链接前后台业务环节，功能涵盖销售管理、零售收银、社群工具、采购管理、库存管理、电子寄存、财务核算、线上培训等公司及下游加盟商的主要业务场景，并不断向数据中台沉淀业务数据。数据中台基于沉淀积累的业务数据，利用技术中台的业务模型与智能算法进行分析处理，向业务中台输出会员标签、多维度经营报表等核心数据服务。公司基于此为下游加盟商、上游品牌供应商提供各项服务，最终构成了以数智化运营驱动业务经营发展的业态。

公司数智化中台的架构及主要功能列示如下：



图：数智化中台架构及功能

数智化中台作为公司数智化运营的底层支撑，旨在以数智化工具赋能上下游产业链，实现商业模式创新，创造自身渠道价值并转化为盈利能力。区别于以产品品牌特许为核心的第一代特许经营和以经营模式特许为核心的第二代特许经营，公司的商业模式融合了数字化核心特征，展现出第三代特许经营的特点。

供应链：以优质供应链为载体

公司及公司下游母婴门店经营者处于母婴行业产业链中游，为母婴商品销售渠道商。商品是渠道商为上下游提供服务、在交互价值中获得持续发展的重要载体，亦是“人、货、场、客”数智化运营体系中的重要构成要素。公司在加盟门店主要经营品类上为加盟商搭建了品牌影响力与价格竞争力兼备的供应链体系。报告期内，公司与飞鹤、伊利金领冠、合生元、海普诺凯、佳贝艾特、好奇等母婴市场知名品牌建立了深度合作关系，保障相关品牌商品的稳定供应，并凭借自身高效、分布广泛且充分下沉的销售渠道资源和数智化运营服务能力，持续强化公司在供应端的规模议价优势、区域独家产品供应优势等，为数智化运营体系的持续运转奠定了良好基础。

服务：以专注专业的服务为驱动

除了以商品销售形式承载的上下游互动外，公司作为中游渠道商，亦扮演着重要的服务商角色。一方面，基于加盟体系内的商品分销及动销数据、门店运营洞察及会员分析，结合数智化工具运用，公司为上游品牌供应商提供高效的商品推广策划、销售活动执行以及动态销售管理等推广服务，提升品牌渠道效率；另一方面，通过数智化运营与专业服务，协助加盟商做好门店经营管理与商品高效动销，优化门店健康度与盈利能力，打造高效销售渠道。数智化中台及依托中台输出的各项服务是公司渠道价值的核心体现。

报告期内，公司依托数智化中台，向上游品牌供应商提供市场推广服务，向下游加盟商

提供各项经营服务，通过标准化运营及服务体系提升商品流通效率，最终实现公司母婴商品销售规模的增长。

“数智化+供应链+服务”协同

数智化中台、专业服务、优质供应链及以加盟商健康持续发展为目标的经营策略形成了公司协同共振的商业模式。

通过数智化中台及公司的专业服务，公司一方面助力上游品牌供应商提高产品推广效率，另一方面助力下游加盟门店经营效率、效能、效益优化，从而推动加盟商体系稳健发展，带动公司母婴商品的销售。与此同时，灵活经营且规模庞大的加盟门店网络，不仅为公司提供了分布广泛、深度下沉的销售渠道，亦通过规模采购优势持续强化供应链体系竞争力。在此基础上，公司通过数智化运营与优质供应链的优势融合，进一步扩大公司加盟体系的整体竞争优势，吸引更多母婴门店经营者合作，最终形成产业链充分协同且高效的商业模式。

（2）模式创新性及创新内容

数智化运营系公司业务模式的核心创新点，公司作为一家数智化创新型母婴连锁企业，始终坚持以数智化中台为核心开展业务经营，数智化中台作为公司数智化运营的底层支撑，旨在以数智化工具链接上下游产业链，实现商业模式创新，提高公司核心竞争力。

① “数智化+供应链+服务”协同，实现高质量扩张、可持续稳定增长

母婴行业领域，早期传统加盟合作较为局限于供应链及品牌赋能层面，加盟连锁门店通过规模效应向上游品牌供应商获取供应链资源，并在一定程度上共享连锁品牌的影响力。在人口红利尚存、获客难度较低的市场环境下，加盟连锁企业在数据联通、标准运营体系管理等方面投入及重视程度相对有限，导致在目前行业整体面临出生率下滑、进店人数减少等经营挑战的情况下，缺乏与之相适应的解决方案，传统加盟连锁模式的可持续增长能力及稳定性面临较大挑战。

公司采用数智化赋能带店加盟客户的方式进行加盟连锁拓展，并通过数智化运营方案及工具创新、专业服务落地、优质供应链配合，形成了数智化创新型加盟连锁模式。该模式既具备了传统加盟模式下轻资产、精人员式的快速扩张优势，又通过标准化运营及服务紧密链接了加盟商、终端消费者，以服务带教加盟商，助力其健康持续发展。加盟商的健康持续发展使得公司获得了较高的可持续增长能力及模式稳定性，具备商业模式创新优势。

②数智化运营链接上下游，发挥渠道核心价值、提升盈利能力

母婴渠道商位于产业链中游，是链接上下游的关键。随着近几年出生人口数量的减少，各商品品牌及销售渠道承接的自然流量相应减少，上游品牌及中游渠道的份额竞争愈加激烈，上下游对渠道商的商品推广效率及专业化服务能力提出了更高要求。

具体而言，对于上游供应商，由于其较难直接面向广而分散的终端消费者，在消费者需求收集、消费行为数据分析等方面具有一定的滞后性，借助渠道商的推广能力可以更好地实现自身品牌的扩张。下游零售渠道直接面向终端消费者，在上述方面虽然具备天然优势，但往往因数智化建设投入不足、单体规模较小、运营试错成本较高等因素，较难形成标准高效的运营方案，需要深度专业化服务指导其高效运营。

公司通过数智化运营方案和工具的创新及应用，链接广而分散的下游加盟商。公司凭借数据积累与模型复用、规模效益、数智化运营方案标准可复制等优势，高效输出数智化运营方案及专业服务，深度链接上下游产业，不断提升母婴商品销售流通环节的分销、动销效率，发挥公司作为中游渠道商的核心服务价值，具备商业模式创新性。

（3）持续创新机制

公司商业模式以数智化中台为核心，对数智化中台建设的持续投入是保持公司核心竞争力、持续进行创新的基础。

公司的创始团队在母婴行业深耕多年，凭借对母婴行业发展趋势的深刻洞察，在 2015 年行业尚处于快速增长长期时即启动了数智化转型的战略规划，包括信息系统选型和专业人才的招聘等前期准备工作；2016 年随着公司的正式设立，数智化中台建设被作为企业的核心战略之一，团队针对公司自身及下游客户的业务需求，对数智化中台的各信息系统进行持续地研发、优化和丰富完善，陆续上线了专为母婴商品批发与门店零售业务场景定制的 ERP 系统、商业报表分析系统和客户关系管理系统等多个细分信息系统和软件。此外，考虑到母婴零售行业及商品的特征，公司亦针对性地开发了各类适用母婴经营场景的数智化工具，共同构成了公司的数智化中台体系。

目前，结合研发与业务实践经验，公司正在研发基于实时数据仓库、各系统功能集成一体化的第二代数智化中台系统。通过深入梳理应用场景及流程、渠道建设以及数据接口融合，运用大数据、云计算等技术手段进一步提升公司数智化中台的数据处理能力、系统集成与兼

容性以及运营的智能化水平。公司计划实施的数智化中心建设项目，通过迭代升级公司现有的业务中台，自主研发数据中台、物联网中台和 AI 中台，将进一步完善公司研发体系，提升核心技术水平。

综上，公司已建立了自主研发体系，未来仍将持续投入数智化中台的建设、升级迭代，进行持续创新，保持公司核心竞争力。

（四）公司设立以来主营业务、主要产品或服务、主要经营模式的演变情况

公司在母婴连锁行业深耕多年，把握行业发展趋势，高度重视数智化中台体系的搭建，多年来逐步完善业务模式、数智化运营趋于成熟，为下游加盟商提供长期运营支持，同时不断优化供应商体系，整体竞争力持续增强。

报告期内，公司主营业务未发生重大变化，合作的商品品类及品牌不断丰富。主要经营模式从早期以规模竞争为核心的传统加盟连锁模式逐步向数智化创新型加盟连锁发展。全资子公司创托盛和先后获得国家高新技术企业、四川省专精特新中小企业等认定。

公司（含创始团队）主要发展历程具体如下：



图：发展历程

1、1998-2014 年：创业期

公司连锁品牌于 1998 年起源于四川，公司创始人江大兵自经营母婴门店创业，逐步组建团队并扩大经营规模。早期，母婴门店以供应链为核心竞争资源，公司实际控制人江大兵主要从事母婴商品批销业务，凭借规模优势与重要品牌供应商建立合作，为门店提供核心供应链资源。公司业务前身为西南地区初具规模的母婴企业，合作门店数量发展至近 400 家。

2、2015-2018 年：数智化转型期

受二孩放开等政策因素刺激，叠加人均可支配收入持续提高，母婴行业市场规模快速增长。然而，我国母婴批发及零售行业进入门槛较低，行业内参与者众多但经营规模普遍较小，市场集中度不高，且产品同质化程度高、目标客户生命周期较短，市场竞争趋于激烈。在该背景下，实际控制人江大兵、核心技术（业务）人员唐海斌等人率先作出数智化转型战略调整，2015 年进行战略规划及信息系统选型、专业人员招聘，2016 年成立公司，将数智化建设作为企业战略核心，大力投入数智化中台建设并逐步为下游合作门店上线统一的 ERP 系统、建立一致的会员权益制度，进行经营管理、营销推广、会员管理等标准化经营，不断沉淀业务数据、完善业务模型。

该期间，公司数智化中台架构初步成型，经营效率和市场竞争力不断提升，终端销售渠道不断扩大，合作门店数量突破 1,000 家。

3、2019-2020 年：数智化升级迭代及区域拓展期

公司数智化中台持续升级迭代，开发完善了“奶粉四部曲”、“三新管理”等会员管理数据模型，完善经营报表、零售分析、会员数据分析等报表输出，为经营决策提供多维度数据支撑；升级会员管理系统，开发并运用会员标签、一键触达、电子寄存等数智化工具，为下游加盟门店赋能增效。

与此同时，母婴连锁行业度过了爆发式增长期，逐渐面临出生率下滑、外部环境波动、市场竞争加剧等挑战，传统以追求流量经济、规模经济的资源驱动型商业模式受到了较大冲击。公司前期积淀的数智化优势显现，吸引了众多母婴门店经营者加盟。截至 2020 年底，公司已形成超过 1,200 家的加盟门店连锁规模，成为西南市场母婴连锁龙头企业之一。

4、2021 年至今：数智化成熟及品牌扩张期

公司根据行业发展、客户需求持续迭代数智化中台，陆续上线导购培训、活动方案标准化输出、营销活动数据复盘、品牌销售分析等中台功能，数智化运营能力趋于成熟，不仅能够为下游加盟商提供整店输出的数智化运营方案，亦可为上游品牌供应商提供高效专业的商品与品牌推广服务。

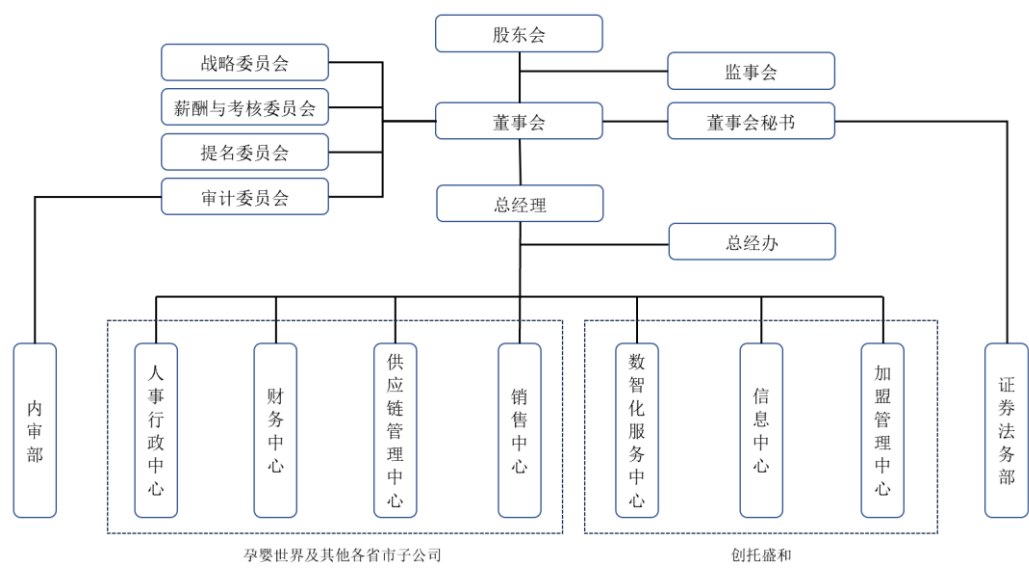
凭借数智化运营能力以及自身规模及品牌力的提升，公司不断优化供应链体系，进一步巩固了公司加盟体系的竞争优势，形成了以数智化中台为核心、以专注专业的服务为驱动、

以优质供应链为载体，以加盟商健康持续发展为目标的商业模式。公司加盟门店数量自 2022 年初的 1,300 余家稳步增长至 2024 年末的 2,200 余家，在深耕西南区域的基础上有序向华东、华中等区域拓进，品牌影响力在全国范围内不断提升。

（五）公司组织架构、主要产品或服务流程

1、公司内部组织结构

截至报告期末，公司内部组织结构（包括部门、子公司等）如下图所示：



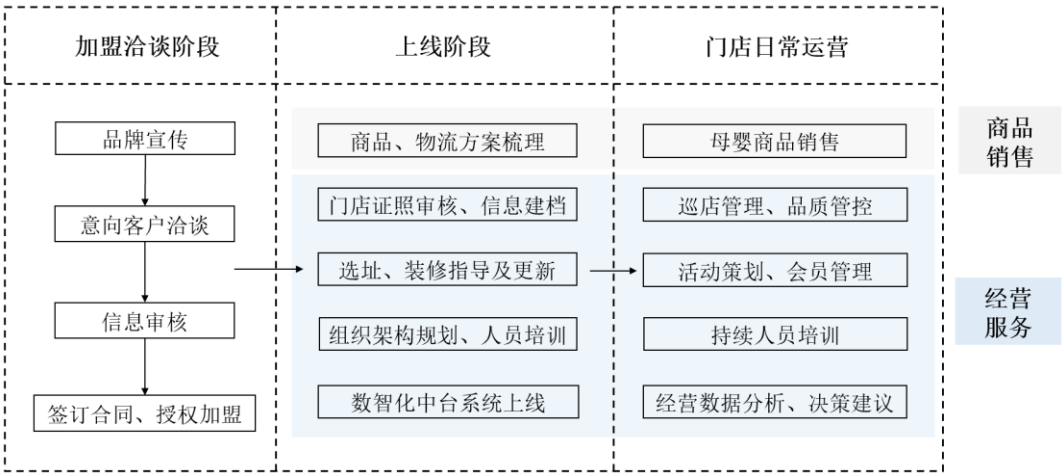
孕婴世界作为总部统筹管理各子公司及部门，其中孕婴世界及其他各省市子公司主要负责所在地母婴商品销售业务及供应商推广服务，创托盛和主要负责数智化中台研发、运营及客户经营服务业务，公司各部门、子公司协同合作，部门主要职责如下：

部门	职责
总经办	负责协助及配合总经理完成公司战略制定、经营管理、沟通协调、文件审核、指令下达等相关工作，以及建立健全公司总经办相关的各项管理制度、工作流程。
数智化服务中心	负责统筹公司数智化运营相关工作，包括会员管理、品牌策划、客服培训等工作；负责制定数智化战略发展计划并实施，利用数智化方式进行商品营销管理；建立健全公司数智化运营相关管理制度、工作流程。
加盟管理中心	统筹公司加盟连锁管理、门店品控管理等相关工作，建立健全加盟门店相关管理制度及工作流程，包括加盟门店的品牌授权、门店选址、装修标准制定、合规经营管理、产品质量把控、门店信息维护等。
信息中心	负责公司各类信息系统的规划、开发及维护，建立并完善公司信息化管理体系，提升信息化管理水平；负责信息系统和研发相关制度的拟定和执行推动；主导公司研发工作，负责研发项目的立项、进程管控及结项等工作。

供应链管理 中心	负责商品采购、仓储及物流管理相关工作，建立健全采购、仓储及物流相关管理制度及工作流程，包括供应商管理、商品质量管控、采购计划制定及实施，仓储、物流体系设计及优化，处理发货、退换货等业务。
销售中心	统筹公司销售管理相关工作并建立健全销售相关管理制度及工作流程，包括制订各区域销售计划，对销售业务活动的过程及结果进行管理；负责加盟商的开发、选择、评估与激励、加盟门店巡店管理；负责公司直营店的建设和管理；负责销售政策（价格政策、激励政策等）及门店宣传活动的建议、报批并实施。
财务中心	全面负责公司财务相关工作，管控财务运营状况，包括负责公司日常财务核算、资金管理、财务报告编制及分析、年度预算制定、成本控制、税收筹划、投融资决策支持等，建立健全财务相关各项管理制度及工作流程并监督执行。
人事行政 中心	负责公司人力资源规划与执行、行政采购、行政管理等相关工作，以及建立健全公司人力资源管理及行政体系相关的各项管理制度、工作流程，包括人事管理、办公财产登记、固定资产管理、文档管理、客户接待等工作。
证券 法务部	负责公司证券和法务相关工作，建立健全证券和法务相关管理制度及工作流程，包括公司股东会、董事会、监事会及董事会各委员会会议事务、对外信息披露事务、投资者关系管理事务、用印文件合规审核等。
内审部	对公司各内部机构、控股子公司内部控制和风险管理的有效性、财务信息的真实性和完整性以及经营活动的效率和效果等进行监督和评价。

2、主要产品或服务流程、方式

公司主要面向加盟商销售母婴商品、提供经营服务，在经与意向加盟客户洽谈、信息调研与审核后，公司与其签订合同。在商品销售环节，客户向公司下达订单，公司确认库存及客户信用额度后，接收订单并根据订单向客户发货。在服务环节，公司围绕加盟商门店日常运营需要为其持续提供服务，包括市场活动策划、会员管理、人员培训、经营分析等。主要产品或服务流程如下：



(六) 生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

公司主要从事母婴商品销售，并向上游品牌供应商、下游加盟商提供服务，经营不涉及生产活动，不属于重污染行业。

报告期内，公司日常环保合法合规，不存在环保违规事项。

二、 行业基本情况

（一）所属行业及确定所属行业的依据

公司主要从事母婴商品销售，并向上游品牌供应商、下游加盟商提供服务。公司母婴食品的销售收入占营业收入的比例超过 50%。根据《上市公司行业统计分类与代码（JR/T0020-2024）》，公司主要属于“F51 批发业”；根据《国民经济行业分类（GB/T4754-2017）》及《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司主要属于“F5129 其他食品批发”行业。

（二）发行人所处行业的主管部门、监管体制、主要法律法规和政策及对发行人经营发展的影响等

1、所处行业主管单位和监管体制

公司所处行业采取政府宏观管理和行业自律管理的监管体制，行业主管单位、自律组织及其监管内容如下：

序号	行业主管单位	监管内容
1	中华人民共和国国家发展和改革委员会	拟订并组织实施国民经济和社会发展战略、中长期规划和年度计划；组织拟订综合性产业政策，推动实施服务业及现代物流业战略规划和重大政策；综合研判消费变动趋势，拟订实施促进消费的综合性政策措施等
2	中华人民共和国商务部	负责推进流通产业结构调整，指导流通企业改革、商贸服务业和社区商业发展，提出促进商贸中小企业发展的政策建议，推动流通标准化和连锁经营、商业特许经营、物流配送、电子商务等现代流通方式的发展；承担牵头协调整顿和规范市场经济秩序工作的责任，拟订规范市场运行、流通秩序的政策等
3	国家市场监督管理总局	负责市场综合监督管理，起草有关法律法规，制定有关规章、政策、标准，组织实施质量强国战略、食品安全战略和标准化战略；负责市场主体统一登记注册、组织和指导市场监管综合执法工作、监督管理市场秩序；负责产品质量安全、食品安全的监督管理

4	中国商业联合会	由从事商品生产、商品流通业、生活服务业的企业事业单位，社会组织及个人自愿结成的全国性、行业性、非营利性社会组织，主要指导商品流通企业贯彻执行国家相关政策和法律法规，开展行业调查研究，提出政策性建议，参与制定行业标准
5	中国连锁经营协会	由连锁经营及相关企业、机构和个人自愿结成的全国性、行业性社会团体，主要协助政府主管部门开展行业管理，参与政策制定与协调，参与制定、修改本行业技术标准、经济标准、管理标准等，开展行业统计，搭建业内交流与合作平台

2、主要法律法规和政策

为推进母婴连锁、商品批发零售等行业健康有序发展，国家制定了相应法律法规并先后出台一系列产业政策、发展规划，以保障母婴商品的质量标准和消费者的安全与健康，并鼓励人口发展、释放消费潜力，推动传统商贸向数字化、智能化转型发展等，具体如下：

（1）产业政策、发展规划

序号	文件名	颁布单位	颁布时间	主要涉及内容
1	加快数智供应链发展专项行动计划	商务部、国家发展和改革委员会等八部门	2025 年	增强批发业供应链集成能力；支持消费品等领域批发企业建设数智化平台，为上下游客户和产业集群提供原料采购、仓储物流、产品营销、供应链金融、再生资源循环利用等综合服务；加强商品市场数智化改造，完善商品集散、分拨、储运等功能；支持零售企业采用数智技术整合全渠道信息，加快消费端信息向品牌商、制造商的反馈速度，引导开展“个性定制+柔性生产”，优化商品供给水平
2	提振消费专项行动方案	中共中央办公厅、国务院办公厅	2025 年	加大生育养育保障力度；研究建立育儿补贴制度；优化“一老一小”服务供给；鼓励发展社区嵌入式托育、用人单位办托和托幼一体服务；营造放心消费环境；实施优化消费环境三年行动，进一步完善质量标准、信用约束、综合治理、消费维权等制度
3	关于打造消费新场景、培育消费新增长点的措施	国家发展和改革委员会、商务部等五部门	2024 年	围绕居民吃穿住用行等传统消费和服务消费，支持创新能力强、成长型好的消费端领军企业加快发展，推动消费新业态、新模式、新产品不断涌现；办好中国品牌日活动，鼓励各地开展特色品牌创建；积极发展育幼消费，支持行业协会等开发婴幼儿照护课堂，发展互联网直播互动式家庭育儿服务

4	“数据要素×”三年行动计划（2024-2026年）	国家数据局、科技部、工业和信息化部等17部门	2023年	发挥 数据要素规模报酬递增、低成本复用 等特点；鼓励电商平台与各类商贸经营主体、相关服务企业深度融合，打造集数据收集、分析、决策、精准推送和动态反馈的闭环消费生态； 支持传统商贸流通企业加强数据融合，整合订单需求、物流、产能、供应链等数据，优化配置产业链资源，打造快速响应市场的产业协同创新生态
5	数字中国建设整体布局规划	中共中央、国务院	2023年	推动数字技术和实体经济深度融合，加快数字技术创新应用 ；普及数字生活智能化，打造智慧便民生活圈、新型数字消费业态、面向未来的智能化沉浸式服务体验。
6	质量强国建设纲要	中共中央、国务院	2023年	实施消费品质量提升行动，加快升级消费品质量标准 ；增加老年人、儿童、残疾人等特殊群体的消费品供给；完善品牌培育发展机制，开展中国品牌创建行动，实施质量品牌战略， 建立品牌培育管理体系，深化品牌设计、市场推广、品牌维护等能力建设
7	数字化助力消费品工业“三品”行动方案（2022-2025年）	工业和信息化部、商务部、市场监管总局、药监局、知识产权局	2022年	推动婴幼儿配方奶粉、肉制品、白酒等企业开展质量追溯体系建设，加强原材料、生产、营销环节数字化溯源 ；强化品牌数字化管理能力，支持企业提升数据管理、数据分析能力，优化品牌管理流程；推动企业运用数字营销网络和数据挖掘分析手段构建用户画像和需求预测模型；推动企业创新生产服务和商业模式，通过线上线下融合实现全域营销
8	扩大内需战略规划纲要（2022-2035年）	中共中央、国务院	2022年	全面促进消费，加快消费提质升级 ；持续提升传统消费，提高吃穿等基本消费品质；加快培育新型消费，支持线上线下商品消费融合发展，加快传统线下业务数字化改造和转型升级，健全新型消费领域技术和服务标准体系，依法规范平台经济发展
9	关于进一步完善和落实积极生育支持措施的指导意见	国家卫生健康委、国家发展和改革委员会等17部委	2022年	深入实施一对夫妻可以生育三个子女政策及配套支持措施；提高优生优育服务水平， 实施母婴安全行动提升计划 ，全面落实母婴安全五项制度，提高儿童健康服务质量；完善生育休假和待遇保障机制；积极营造生育友好社会氛围；以“一老一小”为重点， 建立健全人口服务体系 。
10	关于优化生育政策促进人口长期均衡发展的决定	中共中央、国务院	2021年	提倡适龄婚育、优生优育，实施三孩生育政策 ；保障孕产妇和儿童健康；降低生育、养育、教育成本；到2025年，积极生育支持政策基本建立，服务管理制度基本完备；到2035年，促进人口长期均衡发展的政策法规体系更加完善

11	服务业创新发展大纲（2017-2025年）	国家发展和改革委员会	2017年	以提高效率、降低流通成本为目标，积极推动流通服务创新转型；开展零售业提质增效行动，推进传统商贸和实体商业转变经营模式、创新组织形式；支持连锁经营向多行业、多业态和农村延伸；支持服务企业利用信息、营销渠道、创意等优势，实现服务产品化发展，发展产品全生命周期管理、网络精准营销和在线支持新型云制造服务

(2) 法律法规、规范性文件

序号	文件名	颁布单位	颁布时间	主要涉及内容
1	食品经营许可和备案管理办法	国家市场监督管理总局	2023年	规范食品经营许可和备案活动，加强食品经营安全监督管理，对仅销售预包装食品（含保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方乳粉以及其他婴幼儿配方食品等特殊食品）的备案作出规定
2	婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法	国家市场监督管理总局	2023年	为了严格婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理，保证婴幼儿配方乳粉质量安全，该办法对婴幼儿配方乳粉产品配方的申请与注册、标签与说明书、监督管理等作出规定
3	中华人民共和国食品安全法	全国人民代表大会常务委员会	2021年	国家对食品生产经营实行许可制度；从事食品生产、食品销售、餐饮服务，应当依法取得许可；仅销售预包装食品的，应当报所在地县级以上地方人民政府食品安全监督管理部门备案
4	食品安全国家标准：婴幼儿配方食品、较大婴幼儿配方食品、幼儿配方食品	国家市场监督管理总局、国家卫生健康委员会	2021年（2023年实施）	本次婴幼儿配方食品系列标准（GB10765-2021、GB10766-2021、GB10767-2021）的制定修订建立了分段标准（二段、三段配方奶粉独立标准）、补充了营养素含量的最小和最大值，更严格限制了糖类含量并强制添加胆碱、硒、锰等必需成分，以保障婴幼儿配方食品安全性、营养充足性
5	食品销售者食品安全主体责任指南（试行）	国家市场监督管理总局办公厅	2020年	对食品销售者的重点责任及基本责任作出规定，包括依法取得许可、许可证公示、准入限制、禁止行为、人员管理、场所及设施设备、标签、说明书要求、购销过程控制、宣传及广告、贮存及运输过程控制等
6	中华人民共和国产品质量法	全国人民代表大会常务委员会	2018年	规定了产品质量监督要求，生产者、销售者对产品质量的责任和义务，以及因其违反上述规定需承担的损害赔偿责任

7	商业特许经营管理条例	国务院	2008 年	为规范商业特许经营活动，促进商业特许经营健康、有序发展，对从事特许经营活动的特许人提出备案、订立特许经营合同等要求，并对相应信息披露、法律责任等作出规定

3、行业主要法律法规和政策对发行人经营发展的影响

上述法律法规、产业政策及发展规划的出台和实施，推动了行业的健康、有序发展并为公司经营发展提供了良好的政策环境，具体体现为：

（1）鼓励实体零售、传统商贸向数字化、智能化转型升级

实体零售是商品流通的重要基础，公司致力于以数智化的专业服务赋能下游母婴连锁门店，促进实体零售的创新转型及数智化发展，与国家“支持消费品等领域批发企业建设数智化平台，加强商品市场数智化改造”、“支持传统商贸流通企业加强数据融合，整合订单需求、物流、产能、供应链等数据，优化配置产业链资源，打造快速响应市场的产业协同创新生态”等发展目标深度契合。

（2）优化生育政策及消费环境，挖掘下沉市场潜力

母婴商品属于群众基础消费及“一老一小”的民生保障，受提振消费、优化生育等政策支持发展，市场规模稳步增长。除此之外，国家强调“支持连锁经营向多行业、多业态和农村延伸等”，为公司向下沉市场深入发展奠定了良好的基础。

（3）推动行业向高质量、品牌化、规范化方向发展

《食品经营许可和备案管理办法》《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》以及婴幼儿配方食品系列国家标准（GB10765-2021、GB10766-2021、GB10767-2021）（以下简称“奶粉新国标”）等法律法规、规范性文件及标准的修订、颁布及实施加强了对母婴行业的监督与管理，包括规范企业的生产经营活动、严格婴幼儿配方乳粉注册条件等。同时，质量强国建设纲要、“三品”行动方案等产业政策亦重视产品质量、服务标准的提升及品牌建设。相关法律法规及产业政策提高了行业准入门槛，并促使母婴上下游企业向优质、头部企业集中，整体行业向高质量、品牌化、规范化方向发展。未来创新能力突出、运营效率更高、规范化经营且品牌效益突出的企业将在市场竞争中更加具备竞争优势。

（三）行业发展情况

1、母婴行业产业链及行业参与者

我国母婴行业产业链上游参与者主要为各类母婴商品生产供应商，包括具有自有品牌的品牌供应商以及代加工厂等。中游为母婴商品销售渠道商，根据产业链分工及销售对象的不

同可分为批发商及零售商。批发商主要面向母婴门店经营者、电商平台等 B 端客户销售母婴商品，包括品牌供应商的省级、市级代理商、经销商、加盟连锁企业等，在产业链中多承担着商品分销、物流运输，服务上下游的职责。零售商主要面向下游婴童、孕产妇等母婴终端消费者销售，在产业链中主要承担商品动销、品牌推广、服务消费者等职能。

零售渠道可进一步细分为线下渠道及线上渠道，线下渠道主要包括母婴专卖店、商超百货等，线上渠道主要包括综合电商、垂直电商等。根据沙利文相关数据，2024 年，母婴商品线下渠道销售占比约 53.3%，为主要零售渠道。其中，母婴专卖店是销售占比最高的线下渠道，线上则由综合电商占据主要地位。

上述行业参与者共同构成了完整的母婴行业生态系统，具体如下：



图：母婴产业链及渠道分布

商业特许经营（即加盟连锁）是零售业内常见的组织模式及业务形态。该模式通过特许经营的方式实现了零售门店在所有权、经营管理权、商品供应等方面的分离与协同，从而减少规模扩张所需的资本限制，较快地实现跨区域、跨市场的连锁经营。其中，加盟连锁企业在母婴销售渠道内既扮演了批发商的角色，对上链接品牌供应商，对下服务母婴门店经营者，同时又具有零售商的属性，通过深度赋能加盟门店的经营管理及终端零售，实现商品动销、品牌推广，是母婴销售渠道的重要参与者之一。

2、母婴销售渠道发展历程

我国母婴行业的发展与人口增长、经济发展、互联网技术的发展等密切相关，从 20 世纪 90 年代的消费者需求简单、商品稀缺、销售渠道单一逐步发展到如今的需求多样化、商品品牌化、品质高标准、渠道多元化，市场规模逐渐扩大。然而，人口结构、消费者需求、消费行为特征的逐步改变已使得母婴市场早期的粗放式、爆发式增长难以为继，无论从市场

规模增速还是竞争业态方面分析，母婴行业都已步入了至关重要的整合成熟阶段，母婴销售渠道也从最初的萌芽状态逐步发展成为如今批发商和零售商、各个零售渠道相互协同又相互竞争的庞大而复杂的生态体系，主要发展历程如下：

（1）20 世纪 90 年代至 2008 年：受益于宏观经济发展和消费需求增长，母婴门店崭露头角

我国母婴销售渠道的起源可以追溯至 20 世纪 90 年代，这一阶段，我国新生儿数量众多，为母婴市场提供了巨大的消费需求。市场陆续出现代理婴童服装、用品、食品的代理商以及主营婴童服装、用品的母婴门店。

到 2000 年前后，受益于宏观经济的发展，我国零售业进入快速发展阶段，各类零售业态层出不穷，消费需求专业化。商超百货等开始涉足母婴类别产品，街边出现了专门的童装店、儿童用品店等。在这个阶段，母婴代理商发展较快，也陆续出现了很多母婴专卖店，发展形态以个体户经营为主，经营面积一般在 30~50 平方米，经营的商品品类相对较少，以服装、用品等为主，整体产业暂未形成规模，但作为一种新兴的销售渠道，市场需求及盈利情况较好，呈现出极大的市场潜力。这一时期创立的部分母婴专卖店如今已成长为知名的全国性、跨省级或者地市级母婴连锁企业，如 1997 年创立的爱婴室、1998 年创立的孕婴世界连锁门店、1999 年创立的乐友、2001 年创立的中亿孕婴等。

（2）2008 年至 2014 年：进口奶粉受到青睐，我国母婴专卖店进入快速增长期

2008 年的奶粉三聚氰胺事件是我国母婴行业发展的重要分水岭，也是母婴销售渠道发展的加速器。随着消费者对奶粉等母婴商品安全的重视度增长，母婴专卖店这一相对更具专业服务及安全性的销售渠道受到消费者的青睐，从商超内独立出来，实现了快速增长及扩张。母婴专卖店从市区迅速扩展到县城、乡镇，连锁化、规模化特点愈加明显。这一阶段是母婴渠道快速发展的黄金时期，各省级连锁、地市级连锁、加盟连锁、母婴代理商迅猛发展，有的门店数量突破几十家，甚至几百家，单店面积从二三十平方米、五六十平方米到两三百平方米，乃至上千，区域性母婴连锁企业快速崛起并发展壮大，同时涌现一些新的市场参与者，如 2009 年创立的孩子王等。

（3）2014 年至 2019 年：线上电商迅速崛起，母婴专卖店发展迎来挑战

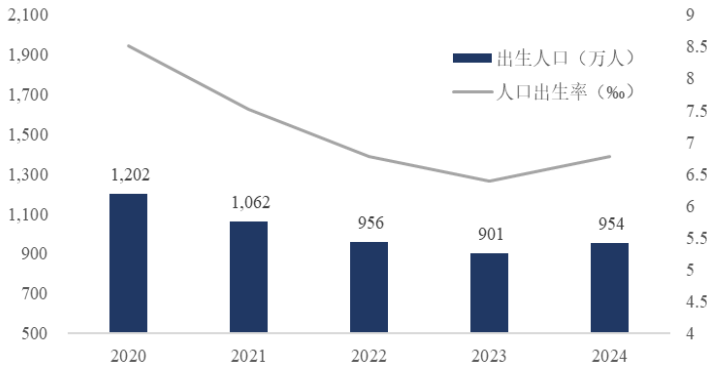
自 2010 年起，互联网技术的快速发展改变着消费者的购物习惯。综合电商平台纷纷开

设母婴专属渠道及跨境购，为消费者提供了更丰富的购物选择，其物流效率和价格优势亦对线下渠道造成了较大冲击。随后，个性化垂直母婴平台以及母婴 B2B 平台的出现又进一步丰富了母婴渠道的竞争格局。母婴专卖店的进店率有所降低，迫使门店经营者不断探索和调整经营策略，以适应时代发展。

在这个阶段，我国出生人口数量仍处于高位，但呈现冲高回落趋势，自 2016 年的超 1,800 万人到 2019 年下降为 1,465 万人。与此同时，受国家政策指引、消费者新国货认知提升、中资奶粉品牌和销售渠道协同等原因影响，国产奶粉市场回暖并呈现崛起之势，国产奶粉品牌供应商与优质母婴销售渠道协同发展、逐步壮大。

（4）2020 年至今：出生人口减少叠加宏观环境波动，母婴销售渠道加速转型与整合

随着市场规模的不断增长、消费者需求的升级以及互联网技术、连锁零售业态的发展，母婴行业数智化、连锁化、品牌化等转型趋势逐步显现。同时，2020-2021 年我国出生人口数量进一步下降，叠加公共卫生事件等外部环境波动、居民消费支出短期下滑等因素，母婴行业转型与整合趋势加速，进入整合扩张、降本增效、专业升级的新阶段。



图：2020-2024 年中国出生人口数量及人口出生率（数据来源：国家统计局）

在该阶段，母婴专卖店等销售渠道面临较大的挑战。上游商品生产商不断压缩渠道商利润空间，不同渠道之间竞争激烈。母婴专卖店原有的供应链体系和盈利结构受到较大冲击，同时面临进店人数减少、租金及人力成本负担较大等经营挑战，全国母婴专卖店数量有所减少。

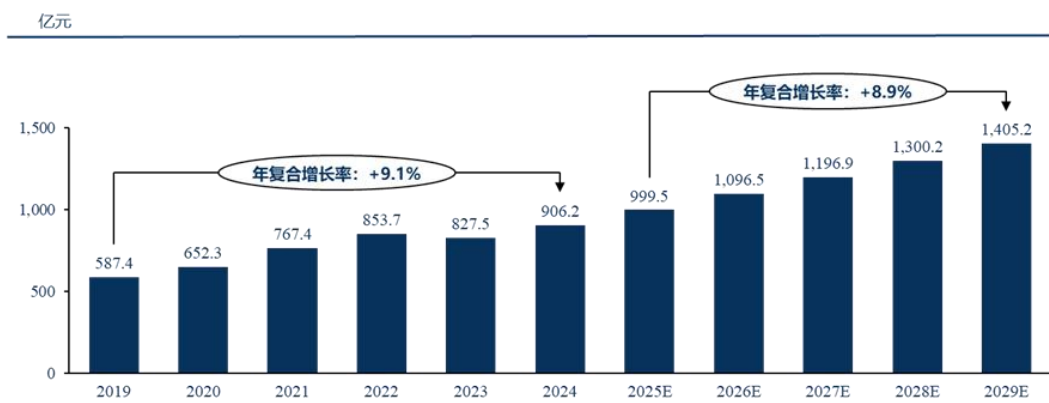
为了持续健康发展，获得更好的供应链和运营能力，渠道商通过加盟连锁、收购、共建供应链平台等方式进行整合。如爱婴室于 2021 年收购华中区域知名母婴连锁品牌贝贝熊；孕婴世界自 2022 年起逐步拓展湖北、安徽、江西等新省份市场，整合当地母婴连锁企业并扩张发展；孩子王于 2023 年收购知名母婴连锁品牌乐友以扩大华北、西北地区业务覆盖并

积极推进加盟模式等，头部连锁品牌市场份额持续增加，行业集中度及连锁化率进一步提升。

3、母婴专卖店及母婴连锁门店市场规模

受益于我国较大的人口基数、持续增长的人均可支配收入、母婴商品的刚需属性及相对稳定的渠道占比，母婴行业市场需求稳定，规模较大。根据沙利文相关数据，2024 年，我国共有 12.9 万家母婴专卖店，母婴专卖店市场规模为 2,001.9 亿元。其中，视拥有 5 家店及以上的母婴专卖店品牌为连锁，2024 年，我国母婴连锁门店共 3.2 万家，市场规模为 906.2 亿元，连锁化率（以终端销售额计）不及 50%，行业市场规模及待整合发展空间较大。

随着母婴渠道的整合发展，母婴专卖店连锁化程度逐步提升，母婴连锁门店市场规模持续增长，且增速高于母婴专卖店整体市场规模增速。根据沙利文相关数据，我国母婴连锁门店市场规模从 2019 年的 2.1 万家快速上升至 2024 年的 3.2 万家，复合年均增长率为 8.5%，且预计将从 2025 年的 3.4 万家进一步增长至 2029 年的 4.4 万家，复合年均增长率为 7.2%。按照终端销售额来计，我国母婴连锁门店市场规模从 2019 年的 587.4 亿元快速上升至 2024 年的 906.2 亿元，复合年均增长率为 9.1%，且预计将从 2025 年的 999.5 亿元进一步增长至 2029 年的 1,405.2 亿元，复合年均增长率为 8.9%。



图：2019-2029E 中国母婴连锁门店市场规模（数据来源：沙利文）

4、行业发展趋势

（1）市场竞争加剧，上下游对渠道商的推广及服务能力提出了更高要求

母婴渠道商位于产业链中游，是链接上下游的关键。随着近几年出生人口数量的减少，各个商品品牌及销售渠道承接的自然流量相应减少，上游品牌及中游渠道的份额竞争愈加激烈，上下游对渠道商的商品推广效率及专业化服务能力提出了更高要求。

具体而言，对于批发商，在过去，其主要承担商品分销、物流运输等职责。如今在渠道

竞争加剧背景下，批发商必须进一步提升自身商品推广及服务能力，一方面将供应商较难快速掌握的商品分销及动销情况、销售渠道建设情况、会员情况乃至市场变化、竞品变化等信息及时反馈给上游品牌供应商，协助其进行活动策划及执行，实现高效的商品推广及销售管理；另一方面将品牌供应商的推广方案政策落实至门店，帮助门店做好商品动销，并通过选品、供应链规模集采等方式，为门店提供一系列具有竞争力的品牌组合商品，充分发挥中游桥梁作用。

对于零售商，在过去，综合电商、商超百货及大型母婴连锁企业等自然流量及经营规模较大的渠道凭借其规模竞争优势发展迅速。该类渠道多由品牌供应商承担新客开发、商品推广及动销职责，通过投放广告宣传、派驻地店导购等实现品牌商品推广及动销，渠道商主要作用为商品陈列、引流等。随着市场竞争的加剧，上游品牌供应商对推广效率、效果的要求不断提升，零售渠道由于其直接链接终端消费者，在消费者需求收集、消费行为数据分析、消费者服务等方面具备天然优势，正越来越多地承担新客开发、商品推广及动销的职责，具备高效推广能力的零售渠道迎来新的发展机遇。

（2）上游品牌供应商呈现集中趋势，推动渠道商整合集中

销售渠道及其集中度与上游品牌集中度存在较大相关性，对比日本、欧美，我国母婴品牌格局高度分散，品牌供应商较为依赖母婴专卖店触达消费者，使得母婴专卖店作为一种独立业态存在且占据主要份额。近几年，上游品牌供应商呈现集中趋势。根据民生证券研究所、婴童智库等相关数据显示，2018 年我国婴幼儿配方奶粉市场前五大品牌市场占有率为 33%，2022 年提升至 45.1%。2024 年市场集中度进一步提升，前十家企业市场占有率达到 85%以上，前五家达到 70%以上，形成了以飞鹤乳业、伊利股份、达能、雀巢惠氏、菲仕兰等百亿企业为主，君乐宝、A2、美赞臣、健合、贝因美中大型企业次之的竞争格局。

上游头部品牌的集中将推动母婴渠道进一步整合集中。头部品牌供应商愈加倾向于与具有高效主推能力、规模销售网络的优质渠道开展深度合作，双方资源协同，共同进行品牌推广及销售，以提升效率、降低成本，并扩大各自的市场份额，最终实现品牌渠道双集中。

（3）渠道整合转型背景下，数智化运营成为实现有效整合的必要手段之一

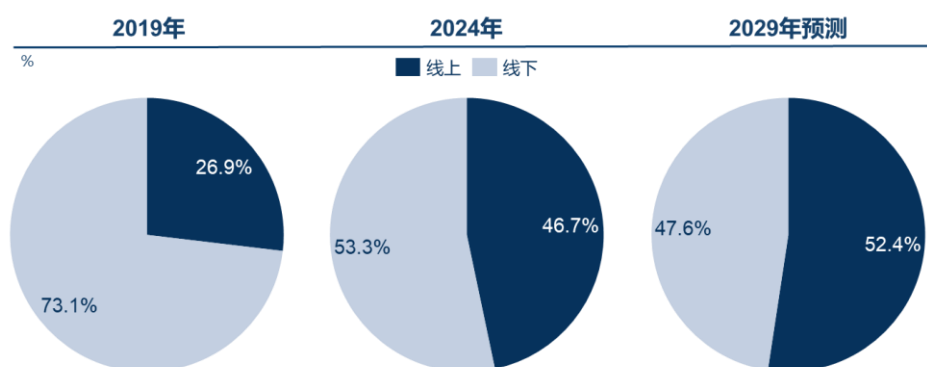
随着我国母婴渠道进入关键的转型整合阶段，母婴渠道商通过加盟连锁模式、收购、共建供应链平台等不同方式进行整合发展。初期的整合主要聚焦于供应链层面，母婴渠道商通

过整合带来的规模效应，向上游品牌供应商获取供应链资源。然而，随着市场竞争的加剧，除供应链资源外，如何实现运营赋能，解决母婴门店经营者经营确定性需求，已成为母婴门店经营者的重要诉求。因此，母婴连锁企业提供更多的服务和支持已成为行业发展重要趋势，从标准化的运营流程规划、统一的会员管理、员工的专业技能培训到数智化工具的支持，甚至到连锁品牌影响力的打造以及企业文化价值观的塑造，旨在帮助门店降本增效，改善运营状况及盈利能力，实现从规模化向体系化的转型升级。

随着互联网、大数据等技术的发展，数智化运营凭借流程标准化、结果可量化、执行高效化、数据模型低成本复用并呈现规模报酬递增等特征，正逐步成为母婴门店体系化整合的必要手段之一。母婴商品，特别是奶粉、纸尿裤等高频刚需型母婴商品，具备需求稳定、单客总量相对固定、日常用量可精确管理等特征，适合运用数智化工具进行会员精细化和生命周期管理。数智化运营能力已成为目前市场环境下，母婴连锁企业的核心竞争力之一。

（4）线上、线下渠道占比趋于均衡，在不同品类表现上呈现差异

根据沙利文相关数据，线上渠道销售占比自 2019 年的 26.9%快速增长至 2024 年的 46.7%。近年来电商渠道份额上涨的主要推动力来自于电商相比于线下购物更加具有便利性、龙头企业对于网上购物体验的持续改进以及垂直母婴电商对会员的精细化运营。但由于线下渠道具有娱乐、育儿、体验、面对面沟通等线上渠道缺少的属性，且母婴行业多样化的产品种类、品牌使提供“一站式服务”的母婴专卖店存在生存的土壤。因此，线上渠道销售额占比很难维持快速提高的发展趋势，预计 2029 年线上、线下渠道占比将趋于均衡。



图：2019&2024&2029E 中国母婴商品消费市场线上化率（以终端销售额计，数据来源：沙利文）

母婴商品较为依赖消费者对渠道的信任度，且母婴家庭具有对育儿经验沟通、实地体验的需求，线下渠道在该方面具有一定的渠道优势。特别是母婴食品，由于消费者对食品安全

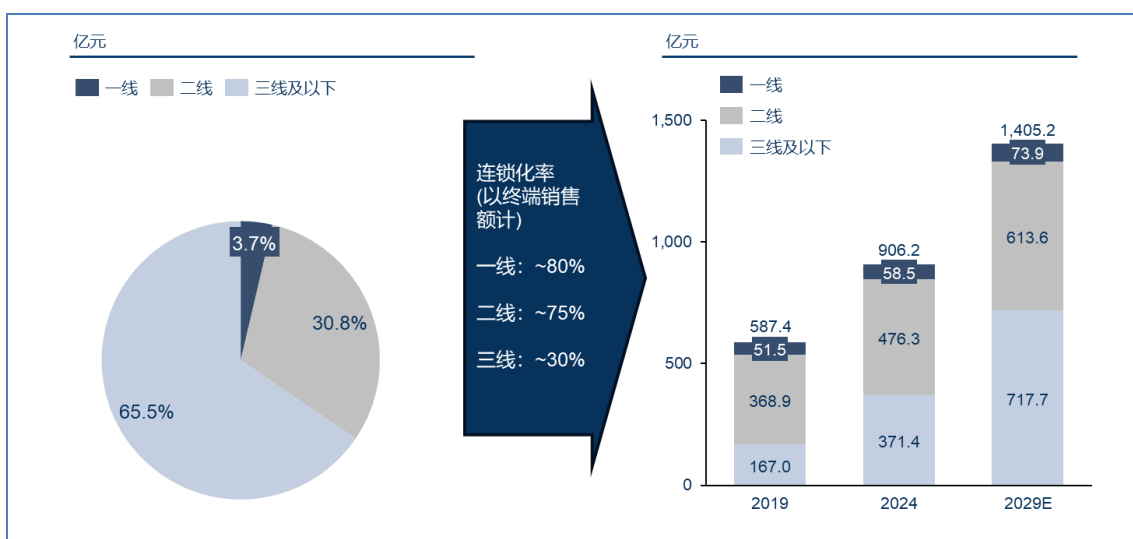
重视程度较高，更倾向于有实体保障的线下渠道进行购买。根据沙利文数据统计，2024 年，婴幼儿奶粉消费的线下渠道占比约为 69.9%，占据主流，而服装鞋帽、日用品等品类母婴商品消费的线上渠道占比更高，渠道竞争更为激烈。

（5）下沉市场发展潜力较大，母婴连锁门店向低线城市渗透

受益于相对较低的生育、养育和住房成本及较大的人口基数，低线城市出生人口数量占比较高。根据国家统计局及沙利文相关数据，2024 年三线及以下低线城市的出生人口数量占比约为 70%。同时，随着整体消费水平及消费观念的转变，三线及以下城市的居民人均可支配收入与二线城市差距缩小，其母婴市场发展潜力较大。2024 年，城镇消费品零售额 421,166 亿元，比上年增长 3.4%；乡村消费品零售额 66,729 亿元，比上年增长 4.3%，乡村市场销售增速持续高于城镇。

然而，低线城市的母婴专卖店质量与消费者日益增长的消费需求之间存在不匹配性。低线城市的母婴专卖店多为当地中小型的母婴连锁门店或非连锁单体店，存在连锁化率低、门店专业程度和服务水平有待提高等问题，市场开发空间较大。根据沙利文相关数据，2024 年，我国母婴专卖店市场规模为 2,001.9 亿元，三线及以下城市相应市场规模为 1,311.2 亿元，占比 65.5%，是我国母婴专卖店市场中最主要的城市。但三线及以下城市的母婴专卖店连锁化率较低，2024 年，三线及以下城市母婴连锁门店的市场规模仅 371.4 亿元，连锁化率约 30%，远低于一二线城市 75~80%的连锁率，母婴连锁门店市场仍有较大增长空间。

三线及以下城市的母婴消费连锁门店数量及销售规模增长率均高于一线城市及二线城市，三线及以下城市的母婴消费连锁门店数量在 2019 年为 0.9 万家，2024 年为 1.6 万家，且预计将增长至 2029 年的 2.6 万家；三线及以下母婴消费连锁门店销售规模在 2019 年为 167 亿元，2024 年为 371.4 亿元，预计将增长至 2029 年的 717.7 亿元，保持较快增长。



图：2024 年中国不同线级母婴专卖店市场销售规模占比、连锁化率（左）及 2019&2024&2029E 不同线级母婴连锁门店市场销售规模（右）（数据来源：沙利文）

未来，随着更多竞争者涌入低线城市母婴市场，一些规模较小、内部管理不善、经营理念落后的母婴门店将面临淘汰风险，具备数智化运营及专业服务能力、品牌影响力的大型母婴连锁企业在低线城市的市场份额有望进一步提升，加速低线城市母婴市场的整合。

5、行业技术水平、技术特点及技术发展趋势

母婴渠道商位于产业链中游，作为商贸流通环节的生产性服务企业，行业技术主要集中于渠道运营管理、精准营销、物流网络建设、供应链集成等方面。具体到母婴连锁企业，行业技术则主要集中于门店运营、会员管理、员工专业技能培训、供应链建设等环节。

随着互联网、大数据等技术的发展，数智化运营正逐步成为母婴连锁企业的核心技术之一，在上述环节发挥重要作用。一方面，数智化运营通过打造集数据收集、分析、决策、精准推送和动态反馈的闭环消费生态，实现高效触达、精准营销；另一方面，则通过整合订单需求、物流、供应链等数据，优化配置产业链资源，快速响应市场，综合提高商品流通效率、形成产业协同创新生态。

从我国母婴连锁市场数智化发展历程来看，主要可分为以下 3 个阶段：

（1）数智化 1.0 阶段

自 21 世纪初，随着信息化不断发展，我国母婴连锁企业、母婴门店经营者逐步开始数智化探索，以具备数据汇聚和存储功能的系统替代传统手工记录日常经营数据。至 2017 年左右，除少数村镇母婴专卖店外，行业内大部分连锁品牌均已完成数智化 1.0 转型。在这一阶段，数智化程度相对较低，系统功能较为基础和局限，还不具备数据分析和决策性作用。但这一阶段标志着我国母婴连锁市场在数智化方面的里程碑式进展，是未来数智化程度不断

提升的重要基础。

（2）数智化 2.0 阶段

自 2018 年开始，我国母婴连锁市场的数智化发展有了阶段性突破。随着母婴消费行业规模不断扩大以及技术水平不断发展，具备数据整合和分析的系统应运而生，其功能不仅包含基础的数据汇聚和存储，还可以将录入的数据进行整合分析，实现数据可视化，便于商家更为高效地统计经营数据、更为直观地观察经营表现，进一步减少了人力成本，并提高了经营管理水平。

（3）数智化 3.0 阶段

自 2021 年开始，随着云计算、大数据等技术的进步和成熟，我国母婴连锁市场的数智化水平有了质的提升，从数智化 2.0 时代向数智化 3.0 时代发展并逐渐趋近。在这个时期，软件与智能算法的深度融合使数智化系统具备了决策导向的高级数据分析能力，较数智化 1.0 和 2.0 时期更加智能。通过引入先进的机器学习算法和数据挖掘技术，数智化系统可以协助商家更准确地解析消费趋势、顾客行为以及市场变化，并自动生成更为精准的市场策略和库存管理方案，且可复盘决策效果，不断提高算法精度。

根据沙利文相关数据，目前，除部分小规模母婴店铺、乡镇母婴消费店铺、城市偏僻地区的母婴连锁店铺仍处在数智化 1.0 阶段之外，大部分母婴连锁门店已经迈入了数智化 2.0 阶段。其中，大部分直营连锁品牌已完成数智化 2.0 转型。加盟连锁品牌较直营连锁一般遍布地区更广、管理难度更高，大约 40% 已达到数智化 2.0 水平，尽管较直营连锁品牌数智化水平相对更低，但对于母婴加盟连锁经营模式而言已是较大突破。数智化 3.0 因其经济成本较高，技术要求较大，目前在母婴连锁门店市场尚未普及，仅有约 5% 的连锁母婴品牌处于数智化 3.0 发展期。具体来看，由于母婴连锁消费行业不断发展，少数头部直营母婴连锁品牌（如孩子王）和加盟母婴连锁品牌（如孕婴世界连锁）已较为接近数智化 3.0 水平，以满足对千余家门店的复杂管理，并提升营销效率，预计未来将持续赋能行业的发展。

6、行业主要壁垒

（1）数智化运营技术壁垒

数智化运营依托于会员消费行为数据的分析、门店经营指标的分析、信息系统的应用等各方面资源的集合，不仅需要经营者对母婴行业的深刻理解、对消费者需求的深度洞察，同样需要多维度数据的持续积累以及公司在信息系统开发及运维方面持续的人力、财力投入。行业新进入者在上述资源的获取上面临较大壁垒，通常难以在短时间内搭建有效的数智化运营体系，从而在获客成本、客源维护、活动促销、店铺管理等方面处于竞争劣势。

(2) 供应渠道壁垒

稳定、可靠的商品供货渠道是母婴连锁企业实现良好经营、保证商品质量、提升客户满意度、优化采购成本的必要条件。但母婴商品涉及品类、品牌众多，不同供应商在产品质量、供货能力、供应价格等方面存在较大差异，供应链管理难度较高。除此之外，母婴连锁企业作为品牌供应商推广自身商品、提升品牌知名度及实现终端销售的重要渠道，也要经过其严格甄选及考核。母婴连锁企业需建立健全的销售及市场推广渠道、拥有数量众多且销售区域分布合理的客户并通过长期的沟通及磨合，才能与品牌供应商形成稳定、彼此信赖的业务合作关系，从而掌握高质量、低成本且丰富的供应渠道，提升商品议价能力，获得较强的供应链管理能力和行业新进入者在商品品牌选择、合作商谈、价格谈判等方面面临较大的供应渠道壁垒。

(3) 品牌壁垒

母婴商品的安全和质量始终是消费者的重要诉求，随着母婴消费者对商品品牌、购买渠道的敏感度日益增高，良好的品牌建设是维持稳定消费群体的重要保障。而品牌影响力需通过多年的积累才能逐渐形成，先发优势明显。从销售渠道而言，行业内目前已有孩子王、爱婴室、孕婴世界连锁、爱婴岛、中亿孕婴等知名连锁母婴品牌，形成了全国性或区域性的品牌效应。作为行业新进入者，树立品牌形象不仅需要漫长的时间积累，也需要大量人力、物力和财力等资源的持续保障，面临较大的品牌壁垒。

(4) 连锁经营规模壁垒

母婴连锁企业拥有数量众多的实体零售门店，在销售端建设了相对广泛的商品销售渠道网络，采购端因较大的规模、良好的品牌推广效果、稳定的合作经历而具备相对较强的议价能力。除此之外，采用规范、统一的数智化工具及经营理念管理，不仅可以实现成功商业模式的快速复制、管理经验的有效传播，而且极大提升了管理效率，从而获得高效的规模管理优势。门店的规范、有序运营又进一步使母婴连锁企业获得较高的商品周转率和资金周转率，形成良性循环，规模效益显著并呈现强者愈强的局面。对于行业新进入者或规模较小的母婴门店经营者，其通常缺乏管理经验及数智化工具，且不具备规模优势，在宏观环境波动、门店运营成本上升、市场竞争加剧的过程中面临较大的淘汰风险。

7、衡量核心竞争力的关键指标

结合行业技术水平、发展趋势及主要壁垒，母婴连锁行业核心竞争力的关键衡量维度主要包括企业规模、盈利能力、数智化运营相关的技术水平及经营效率以及供应链资源等，具体包括门店数量（连锁程度）、营业收入、净利率、会销比、会员人均消费、门店坪效等量化指标，并参考主要合作供应商的知名度、知识产权数量等综合衡量。

8、行业特有经营模式、周期性、区域性及季节性特征

（1）以数字化为核心特征的特许经营模式

连锁经营是零售行业较为普遍的经营模式。我国母婴连锁门店的连锁经营模式主要分为直营和加盟两种。其中，直营模式对产品和服务的管控较强，用以保证门店品质和形象的统一，门店一般布局在一二线城市的购物中心，以孩子王、爱婴室为代表。加盟模式在管理上较为灵活，因此渠道相对更为下沉、市场覆盖更广阔，多布局于二三线及以下城市，且以街边店、社区店为主，以孕婴世界、爱婴岛、中亿孕婴为代表。

加盟模式下，母婴连锁门店品牌方可以通过较为灵活的管理、借助加盟商自身的经营能力和市场敏锐度来实现品牌的迅速扩张和盈利。同样地，加盟商也可获得母婴连锁门店品牌方的多项赋能，包括：

①品牌形象的建立：母婴连锁门店品牌方将自己品牌的使用授权给加盟商，加盟商由此能够获得品牌方已有的市场口碑、热度，相较于其他非连锁品牌的母婴专卖店，加盟商拥有更多的客户流量及信赖度基础；

②经营模式及策略的优化：母婴连锁门店品牌方通常会帮助加盟商进行市场调研、销售策划、人员培训等，综合分析行业信息及加盟商门店的发展情况，帮助加盟商优化经营策略，使得加盟商能够充分发挥品牌方及自身资源优势，抢占市场份额；

③保障供应：母婴连锁门店品牌方通常能够为加盟商提供低于其自身原有供应链价格的商品，并且帮助加盟商保持商品供应的稳定性及质量可靠性。

随着数字化技术的新兴发展，中国连锁经营协会提出以数字化为核心特征的第三代特许经营，以区别于产品品牌特许（第一代）和经营模式特许（第二代）。数字化在很多基础层面改变了传统特许经营的底层逻辑，第三代特许经营利用互联网技术和数字化工具，开展品牌营销，为加盟店提供流量支持，实现直营化管理，使加盟体系的运行质量和加盟商的投资收益得到提升，也为品牌持续快速扩张创造了有利条件。

（2）周期性

母婴行业面向的终端客户群体主要为婴童及孕产妇，因此行业发展受到人口出生率、人均可支配收入、人均消费支出等宏观环境变动的影响。但母婴商品大多以奶粉、纸尿裤等生活必需品为主，具有一定抗经济周期特征。因此，行业总体发展稳定，不具备显著周期性。

（3）区域性

受区域经济发展水平、居民消费能力以及人口分布的影响，母婴行业呈现出一定的区域

性特征。在过去，国内大型母婴连锁企业主要分布在经济发达城市，如长三角、珠三角和环渤海经济圈，并通过在多个区域建立分、子公司和连锁经营的方式逐步拓展地理覆盖范围。上述地区经济水平发达、消费者的消费能力强、人口较为集中且供应链体系相对完善，有利于母婴连锁企业不断拓展业务。而华中、西南、西北等区域具备总体人口基数大、新生儿出生率相对高的优势，且近年来整体消费水平和消费观念逐步提升转变，区域发展迅速且市场潜力较大，母婴连锁门店数量增长迅速。

（4）季节性

母婴商品主要包括食品、服装、纸品、用品等，以生活必需品和日常消耗品为主，行业整体季节性特征不明显。受部分商品自身的季节性及其消费者需求影响，如夏季天气炎热，部分消费者对奶粉、纸尿裤需求略有下降而对防蚊虫用品需求上升，夏季服装单价相对秋冬季服装较低，因此商品销售结构存在一定季节性特征，整体母婴商品销售额在夏季一般略低于秋冬季。除此之外，在某些传统节假日或购物节期间如劳动节、国庆节、春节、“618”、“双十一”，各门店、电商平台通常会进行大型促销活动，母婴商品销售额在上述期间相应呈现增长趋势。

（四）公司市场地位及市场竞争情况

1、公司市场地位

截至报告期末，公司与数百名母婴门店经营者建立了长期、稳定的加盟合作关系，共计拥有 2,200 余家加盟门店及 2 家直营门店，连锁门店（直营及加盟）销售规模超 30 亿元。根据沙利文相关数据，公司连锁门店（含加盟及直营）数量占中国母婴连锁门店总数的比例约 7.0%，连锁门店销售规模仅次于孩子王及爱婴室两大直营母婴连锁企业。综合连锁门店数量与终端销售额维度，公司在我国母婴连锁行业位居前三。

报告期内，公司与飞鹤、伊利金领冠、合生元、海普诺凯、佳贝艾特、好奇等母婴市场知名品牌建立了深度合作关系，在供应端具备商品直供优势、规模议价优势及区域独家产品供应优势，销售及推广能力得到供应商的认可。

2、行业内主要企业

目前，国内大型母婴连锁企业主要分布在经济发达城市，并通过在多个区域建立子、分公司和连锁经营的方式逐步拓展地理覆盖范围。但由于跨区经营的物流成本高、管理难度大，母婴连锁品牌的影响力有一定的区域局限性。国内规模较大的母婴连锁企业主要有本公司及孩子王、爱婴室、爱婴岛、中亿孕婴等，其中，公司主要覆盖西南地区并向华东、华中等地

区拓展；孩子王主要分布在华中、华东地区，并于 2023 年收购知名母婴连锁品牌乐友以扩大华北、西北地区业务覆盖；爱婴室及其 2021 年收购的贝贝熊主要布局于华东地区；爱婴岛主要分布在华南和华中地区；中亿孕婴主要覆盖西南、西北地区。

行业内主要企业基本情况如下：

（1）孩子王儿童用品股份有限公司（301078.SZ）

孩子王成立于 2009 年，2021 年 10 月在创业板上市，主要从事母婴童商品零售及增值服务，是一家数据驱动的、基于顾客关系经营的创新型新家庭全渠道服务提供商。

（2）上海爱婴室商务服务股份有限公司（603214.SH）

爱婴室成立于 2005 年，2018 年 3 月在上交所主板上市，是一家以母婴商品销售及相关服务为主营业务，为孕前至 6 岁婴幼儿家庭提供母婴用品和相关服务的专业连锁零售商。

（3）广东爱婴岛儿童百货股份有限公司

爱婴岛成立于 2005 年，是知名母婴连锁品牌之一，主要供应食品、用品、玩具、服装、纸品等五大类产品。

（4）成都中亿家园贸易有限责任公司

中亿孕婴成立于 2014 年，是中国西部地区的母婴连锁品牌，销售的商品包括奶粉、辅食、营养品、纸品、用品、服纺棉品、车床玩具等。

3、公司竞争优势与劣势

（1）竞争优势

①数智化优势

公司通过数智化中台链接广而分散的下游加盟商，实现了多维数据的统一采集，利用智能算法模型、软件工具进行数据挖掘分析、可视化呈现并以此指导终端销售、门店运营等。公司数智化运营相关核心技术在解决传统母婴行业普遍面临的“底层数据准确性较低”、“业务数据不完整”、“数智化工具使用复杂”等痛点问题方面具备竞争优势，数智化运营水平在我国母婴加盟连锁企业中处于行业前列。



图：数据挖掘及可视化呈现示意

②商业模式创新优势

公司采用数智化创新型加盟连锁模式，始终坚持以数智化中台为核心开展业务经营。该模式既具备了传统加盟模式下轻资产、精人员式的扩张优势，保留了加盟商的经营自主性，又通过标准化运营及服务紧密链接了加盟商、终端消费者及上游品牌供应商，实现高效的商品推广及渠道建设，创造自身渠道价值并转化为盈利能力，具备模式创新优势。公司模式创新性详见本节之“一、发行人主营业务、主要产品或服务情况”之“（三）公司的主要经营模式”之“7、公司模式创新性”。

③销售渠道优势

公司与数百名母婴门店经营者建立了长期、稳定的加盟合作关系，数智化运营模式成熟、可复制性强，持续对母婴门店经营者及母婴门店赋能。公司加盟门店数量自 2022 年初的 1,300 余家稳步增长至 2024 年末的 2,200 余家，其中约 65% 的门店经营时长已超过 5 年，保持长期、良好的经营。公司拥有分布广泛、渠道下沉且执行高效的销售网络，具备销售渠道优势。

④供应渠道优势

公司与飞鹤、伊利金领冠、合生元、海普诺凯、佳贝艾特、好奇等母婴市场知名品牌建立了深度合作关系，保障相关品牌商品的稳定供应，并凭借自身高效、分布广泛且充分下沉的销售渠道资源和数智化运营服务能力，持续强化公司在供应端的规模议价优势、区域独家产品供应优势等，销售及推广能力得到供应商的认可。

同时，公司通过数智化中台深度链接下游加盟商及终端消费者，根据多维度的市场数据

调整自身经营策略，保障公司供应链的长期优势及下游加盟商的持续良好经营。

（2）竞争劣势

①业务规模有较大提升空间、品牌影响力有待加强

虽然公司在西南区域已有较好的渠道覆盖及品牌影响力，并积极开拓其他区域市场。但公司在全国范围的业务规模、品牌知名度、影响力等与同行业上市公司相比仍有一定差距，在一定程度上减缓了公司市场开拓及跨区域发展的速度。公司未来将进一步利用产品和服务优势，抓住市场机遇，不断扩大规模，强化品牌影响力和核心竞争力。

②人才和技术储备需进一步加强

随着公司业务的进一步发展，公司需要不断吸引更多的优秀人才加入，组建稳定、高水平的研发团队架构以满足业务发展需要。在技术储备方面，云计算、大数据、人工智能等新技术不断兴起，公司需在现有技术积累和项目经验的基础上，加强前沿技术的研究和应用，提升公司的研发和技术能力。

4、行业发展面临的机遇与挑战

（1）行业发展面临的机遇

①政策环境持续优化，推动行业健康发展

近年来，国家在商品消费领域政策频发，提出刺激居民消费潜力、支持创新消费形式、优化消费环境等，并鼓励实体零售、传统商贸向数字化、智能化转型升级，有效推动了母婴连锁业态的发展。同时，为了促进我国人口长期均衡发展，国家出台一系列政策，致力于构建积极生育体系，对母婴行业健康发展起到重要利好作用，为我国母婴消费市场的发展提供有力支撑，相关政策详见本节之“二、行业基本情况”之“（二）发行人所处行业的主管部门、监管体制、主要法律法规和政策及对发行人经营发展的影响等”之“2、主要法律法规及政策”。

②技术发展推动行业进步，数智化运营能力成为核心竞争力之一

互联网、数据分析等技术的快速发展推动母婴行业向数智化方向转型，信息化管理和数据分析等技术已逐步成为母婴连锁企业的核心竞争力之一，在提升企业经营效率、提高商品流通效率及消费者购物体验等方面发挥重要作用，为具备技术优势的母婴连锁企业带来更大的发展空间。

③市场需求相对稳定并保持增长

由于我国人口基数较大且母婴商品多具有刚需属性，行业整体受宏观环境变动影响可

控，市场需求相对稳定。另一方面，母婴商品品类由传统的奶粉、纸尿裤向营养品、零辅食等拓展并日趋个性化、消费者消费理念向专业品质等方向转变，带来新的需求增长点，母婴行业市场规模保持稳定增长趋势。

（2）行业发展面临的挑战

①出生率持续下滑及外部环境波动造成市场规模增速放缓

根据国家统计局数据，我国人口出生率自 2016 年高点的 13.57%下落至 2024 年的 6.77%，近三年稳定在 6~7%左右波动。叠加短期内宏观经济增速放缓以及消费意愿减弱等宏观环境波动影响，母婴行业受到一定冲击，市场规模增速放缓，对行业参与者及时调整经营策略、应对宏观环境波动提出了更高的要求。

②行业竞争日趋激烈

我国母婴批发及零售行业进入门槛相对较低，市场参与者众多，集中度不高。同时，母婴产品同质化程度高，且目标客户生命周期较短，市场竞争日趋激烈。同时，近年来新零售业态加速发展，专业连锁店、大中型超市、百货商场、移动端 APP、微信商城、PC 端商城、第三方电商平台等各种业态并存，进一步加剧了市场竞争，给行业参与者带来了更多的挑战。

上述行业发展情况、竞争格局等在报告期内未发生重大变化，在未来可预见的期间预计不会发生重大变化。

（五）公司与同行业可比公司的对比分析

1、经营情况

公司所处行业为母婴连锁行业，与行业内主要竞争对手在经营模式、经营情况等方面对比如下：

指标	孩子王（含乐友）	爱婴室	爱婴岛	中亿孕婴	孕婴世界
主要经营模式	直营+加盟	直营	加盟+直营	加盟+直营	加盟
门店数量	孩子王：506 家直营、9 家加盟 乐友：540 家直营及托管加盟、123 家批发加盟	475 家	1,800 余家加盟及直营	2,000 余家加盟及直营	2,200 余家加盟及 2 家直营
平均单店面积	孩子王：约 2,256 m² 乐友直营：约 241 m²	约 478 m²	60-300 m²	80-200 m²	约 162 m²

覆盖范围	孩子王：覆盖江苏、安徽、四川、湖南、浙江、山东等全国 21 个省（市），近 200 个城市（含县级市），并重点在二、三线城市布局； 乐友：主要覆盖北京、上海、天津、西安、沈阳、成都等全国 9 个省份 150 余个城市	主要覆盖江苏、浙江、广东、福建、湖北、湖南等华东、华中市场，并拓展西南、华南等地区，主要在一二三线城市	总部位于珠海，覆盖华南、华中、华东、西北、西南等 12 个省（自治区）157 余个城市	覆盖四川、重庆、陕西、甘肃、西藏、青海、宁夏、云南等 9 个省市	覆盖四川、重庆、贵州、云南，安徽、湖北、江西等西南、华中、华东区域并向西北等区域拓展

注：数据来源于年度报告、官方网站等公开资料整理，其中本公司、爱婴室、孩子王、乐友数据截至 2024 年 12 月 31 日；其他公司数据源自官方网站，中亿孕婴、爱婴岛未披露数据截至时间。

公司与同行业可比上市公司在经营模式等方面存在一定差异。

孩子王和爱婴室主要以直营模式开展业务经营，作为零售企业直接面向终端消费者销售母婴商品并提供相关服务，除此之外，孩子王及其收购的乐友存在少量加盟门店。公司主要以数智化加盟连锁模式开展业务经营，作为批发企业和经营服务提供商，赋能下游加盟门店。

孩子王采用“大店+商城中心+全品类及服务”模式，以单店面积 2,000 平方米以上（最大单店面积超过 7,000 平方米）的商城店为主，门店平均面积较大且多位于大商城中以辐射商圈周边区域，除提供丰富的商品品类外，还提供儿童游乐场及配套母婴服务。孩子王收购的乐友则主要为中小型直营门店和托管/批发加盟门店。

爱婴室采用“中型店+商城中心”模式，主要为单店面积在 500 平方米左右的商城店为主，集中在江浙沪等华东、华中地区，经营区域较西南地区消费水平略高且门店主要在人流较大的商城内。

公司主要以加盟连锁模式开展业务经营，加盟门店以单店面积约 160 平方米的街边店为主，数量众多且经营较为灵活，遍布西南、华中、华东地区二三线及以下城市、乡镇，销售渠道充分下沉。同时，公司为下游门店打造了数智化中台、信息化系统及成熟的商业运营模式，结合精准营销、大型促销等活动的开展，使得加盟门店高效开展经营，触达并精准服务周边区域消费者。

除上述经营情况外，其他关键业务数据、指标对比详见本节之“二、行业基本情况”之“（五）公司与同行业可比公司的对比分析”之“4、关键业务数据、指标”。

2、市场地位

我国母婴消费连锁门店市场参与者众多，市场集中度不高。截至报告期末，公司与数百名母婴门店经营者建立了长期、稳定的加盟合作关系，共计拥有 2,200 余家加盟门店及 2 家

直营门店，连锁门店（直营及加盟）销售规模超 30 亿元。根据沙利文相关数据，公司连锁门店（含加盟及直营）数量占中国母婴连锁门店总数的比例约 7.0%，连锁门店销售规模仅次于孩子王及爱婴室两大直营母婴连锁企业。综合连锁门店数量与终端销售额维度，公司在我国母婴连锁行业位居前三。

3、技术实力

公司长期深耕母婴行业，持续投入研发资源进行数智化技术体系建设与商业模式创新，在母婴行业建立了以数智化运营为核心的竞争优势。截至本《招股说明书》签署日，公司共拥有 3 项发明专利、69 项软件著作权，全资子公司创托盛和为国家高新技术企业、四川省专精特新中小企业、创新型中小企业。根据沙利文相关数据，公司数智化水平处于我国母婴连锁行业前列。

4、关键业务数据、指标

（1）营业规模、盈利能力

公司以轻资产、精人员的方式，通过各环节的效率提升创造渠道价值，盈利能力较为突出。与以直营连锁为主要经营模式的同行业上市公司相比，公司实现了良好的净利润水平，净利率超过 10%。公司与同行业上市公司的关键经营指标对比如下：

公司名称	上市/挂牌 板块	营业收入 （万元）	扣除非经常性损益后归属于母 公司所有者的净利润（万元）	净利率 （%）
孩子王 （301078.SZ）	创业板	933,699.36	11,979.88	1.28
爱婴室 （603214.SH）	沪主板	346,681.56	7,208.94	2.08
本公司	新三板 创新层	100,251.74	11,651.14	11.62

注：同行业可比上市公司数据源自上市公司年度报告，数据期间为 2024 年度；净利率为扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润/营业收入。

（2）门店运营效率

公司与同行业可比上市公司在会销比、会员人均消费及门店坪效方面的对比情况如下：

公司名称	会销比 （%）	会员人均消费 （元/年/人）	门店坪效 （元/平方米/年）
孩子王 （301078.SZ）	98+（2023 年）	1,108.28（2020 年）	孩子王直营：5,533.29 乐友直营：12,470.90
爱婴室 （603214.SH）	96（2023 年）	未披露	10,719.53

本公司	90	1,833.67	10,411.08

注 1：同行业数据源自其年度报告、投资者关系活动记录表、首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书等公开披露信息，如无特别注明，数据截至 2024 年 12 月 31 日；

注 2：本公司门店坪效为合计年化门店销售金额（门店销售金额/经营天数*365）/合计门店面积计算所得。

公司整体会销比水平低于同行业可比上市公司孩子王、爱婴室，主要系低线城市消费者习惯与孩子王、爱婴室主要布局的一、二线城市有所差异，会销比仍有一定提升空间。在会员人均消费及门店坪效维度上，公司数智化运营能力良好，在规模体量不及孩子王、爱婴室，门店分布相对下沉的情况下，公司下游连锁门店实现了良好的门店坪效及会员人均消费。

三、 发行人主营业务情况

（一） 销售情况和主要客户

1、主要产品/服务销售情况

（1）主要产品/服务销售情况

公司主营业务为母婴商品销售并向上游品牌供应商、下游加盟商提供服务。母婴商品包括食品、服装、纸品、用品等，主要面向下游母婴门店经营者、母婴商品分销商及少量终端消费者进行销售，其中以经营加盟门店的加盟商为主，最终消费群体主要为孕产妇及婴童。

报告期内，公司主要产品及服务的销售情况如下：

业务	类别	项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
母婴商品	食品	销售收入（万元）	79,283.29	52,251.54	43,167.61
		销量（万件）	645.62	456.57	375.80
		销售均价（元/件）	122.80	114.44	114.87
	服装	销售收入（万元）	3,610.89	3,343.07	3,332.72
		销量（万件）	93.84	110.19	110.96
		销售均价（元/件）	38.48	30.34	30.04
	纸品	销售收入（万元）	3,285.27	2,902.24	2,854.60
		销量（万件）	255.86	98.81	87.14
		销售均价（元/件）	12.84	29.37	32.76
	用品	销售收入（万元）	2,494.33	2,372.56	2,648.71
		销量（万件）	150.13	209.94	181.98
		销售均价（元/件）	16.61	11.30	14.56

客户经营服务	销售收入（万元）	7,754.35	6,544.69	5,945.20
供应商推广服务	销售收入（万元）	3,437.81	1,859.89	2,022.36

注：公司销售商品品类及规格较多，计量单位包括听、包、瓶、个、盒等，销量及销售均价以万件、元/件统称；为避免因包装、规格等原因造成价格波动，针对奶粉、纸尿裤等规格相对标准的商品，销售数量根据包装规格折算为正装（正式销售规格）数量后计算销售均价，如1听400g的奶粉折算为0.5听800g正装商品。

报告期内，公司整体销售结构稳定，以奶粉为主的母婴商品销售占主营业务收入的比例在90%左右并逐年提升，向上游品牌供应商提供的推广服务和向下游加盟商提供的客户经营服务合计收入占比在10%左右。

公司销售的产品覆盖了多种商品类别、品牌和包装规格，导致不同类别、品牌和规格的产品销售单价之间存在一些差异。公司主要产品的销售收入及价格变动情况，详见本《招股说明书》“第八节 管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“（一）营业收入分析”之“2.主营业务收入按产品或服务分类”及“（三）毛利率分析”之“2.主营业务按产品或服务分类的毛利率情况”。

（2）销售模式分布情况

公司向下游加盟商、分销商等母婴行业经营者及少量终端消费者（直营门店客户）销售母婴商品，其中客户类型以加盟商为主，均为买断式销售。客户经营服务、供应商推广服务直接面向下游加盟商及上游品牌供应商提供。

报告期内，公司主营业务收入按销售模式区分的金额及占比如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
母婴商品销售	88,673.77	88.79	60,869.41	87.87	52,003.64	86.71
加盟[注]	79,530.94	79.64	50,041.57	72.24	45,422.99	75.74
分销[注]	8,981.34	8.99	10,691.63	15.43	6,413.10	10.69
直营	161.50	0.16	136.21	0.20	167.55	0.28
客户经营服务	7,754.35	7.76	6,544.69	9.45	5,945.20	9.91
供应商推广服务	3,437.81	3.44	1,859.89	2.68	2,022.36	3.37
合计	99,865.93	100.00	69,273.99	100.00	59,971.20	100.00

注：根据报告期各期末客户是否加盟进行区分统计，下同。

2、主要客户情况

（1）前五名客户

公司母婴商品销售、客户经营服务业务的客户主要为下游加盟商，供应商推广服务业务

的客户为上游品牌供应商。

报告期内，公司向前五名客户的销售情况如下：

年度	序号	客户名称	主要销售内容	销售收入 (万元)	占比 (%)
2024 年度	1	黑龙江飞鹤乳业销售有限公司	供应商推广服务	3,339.48	3.33
	2	王*莲	母婴商品、客户经营服务	1,570.66	1.57
	3	蔡*强	母婴商品、客户经营服务	1,500.39	1.50
	4	周春利	母婴商品、客户经营服务	1,370.12	1.37
	5	李*	母婴商品、客户经营服务	1,327.47	1.32
	小计			9,108.12	9.09
2023 年度	1	周春利	母婴商品、客户经营服务	1,474.17	2.11
	2	王*莲	母婴商品、客户经营服务	1,440.86	2.06
	3	黑龙江飞鹤乳业销售有限公司	供应商推广服务	1,401.29	2.01
	4	蔡*强	母婴商品、客户经营服务	1,400.19	2.01
	5	罗张红	母婴商品、客户经营服务	1,166.58	1.67
	小计			6,883.09	9.86
2022 年度	1	周春利	母婴商品、客户经营服务	1,549.50	2.57
	2	王伟鉴	母婴商品、客户经营服务	1,499.68	2.49
	3	罗张红	母婴商品、客户经营服务	1,351.07	2.24
	4	王*莲	母婴商品、客户经营服务	1,332.18	2.21
	5	黑龙江飞鹤乳业销售有限公司	供应商推广服务	1,196.47	1.98
	小计			6,928.90	11.49

注：上述前五名客户按同一控制下合并口径披露，如无特别说明，本《招股说明书》中公司对加盟商客户的销售金额，根据公司特许对象（被特许人）口径统计，包括公司对其被授权经营区域内所有加盟主体的销售金额；占比为占营业收入的比例。

报告期内，公司不存在向单个客户销售比例超过营业收入 50%的情况，不存在严重依赖于少数客户的情况。报告期内，公司与飞鹤乳业合作逐步深入，随着其对公司数智化运营及市场推广能力认可程度的加深及合作推广产品系列的增加，公司为其提供的供应商推广服务收入增长。2023 及 2024 年度，公司前五名客户中新增加盟商蔡*强及李*，主要系其自身加盟门店数量稳定、经营状况良好且逐步调整产品结构，与公司合作加深，公司对其销售收入增长。

（2）主要客户与公司的关联关系

报告期内，实际控制人王伟鉴曾作为公司加盟客户开设并经营管理 33 家加盟门店。截至 2022 年 8 月，相关门店均已转让资产给罗*斌等人或注销，王伟鉴不再作为客户与公司进行业务往来，且在公司客户中不持有权益。截至报告期末，公司向王伟鉴销售的母婴商品均已实现对外销售。

周春利、罗张红分别为公司实际控制人之一江大兵兄弟姐妹的子女的配偶及江大兵兄弟姐妹的子女，为公司比照关联方。

除上述情形外，公司董事、监事、高级管理人员及持有公司 5%以上股份的股东未在上述客户中拥有权益。

(二) 采购情况及主要供应商

1、商品采购情况

(1) 主要商品采购情况

报告期内，公司主要采购食品、纸品、服装、用品等母婴商品以及少量用于市场推广的礼品、包装物等其他商品，各品类商品采购金额及占当期商品采购总额的比例具体如下：

类别	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
食品	74,899.74	85.78	51,004.61	82.53	42,774.88	80.50
纸品	5,065.30	5.80	4,377.43	7.08	4,394.00	8.27
服装	3,790.86	4.34	3,464.04	5.61	2,974.72	5.60
用品	2,795.60	3.20	2,519.76	4.08	2,636.70	4.96
其他	765.10	0.88	433.26	0.70	355.60	0.67
合计	87,316.60	100.00	61,799.09	100.00	53,135.91	100.00

注：如无特别说明，本《招股说明书》中商品采购金额为扣除供应商返利后的金额，包含以直发方式发货（由供应商直接发往客户）的商品采购金额，下同。

报告期内，随着公司业务规模扩大，公司商品采购规模逐年增长，其中以奶粉等婴幼儿食品采购为主，占比 80%以上且逐年上升。

(2) 商品采购价格变动趋势

报告期内，公司采购的主要商品价格变动情况如下：

单位：元/件[注]

类别	2024 年度	2023 年度	2022 年度
食品	108.24	99.09	101.36
纸品	10.00	19.43	21.60
服装	34.09	30.14	27.35
用品	10.75	9.29	11.66

注：计量单位包括元/听、元/包、元/瓶、元/个、元/盒等，以元/件统称；为避免因包装、规格等原因造成价格波动，针对奶粉、纸尿裤等规格相对标准的商品，采购数量根据包装规格折算为正装（正式销售规格）数量后计算采购均价，如 1 听 400g 的奶粉折算为 0.5 听 800g 正装商品。

报告期内，公司采购的商品种类、品牌及包装规格较多，不同品类、品牌、规格产品的采购单价存在一定差异，采购均价受商品品类、品牌、规格等结构性变动影响。其中，食品类采购均价略有上升主要系公司采购品牌逐步向飞鹤、伊利金领冠、合生元、海普诺凯、佳贝艾特等知名度较高、采购单价较高的品牌集中。纸品类 2024 年采购均价较低主要系公司采购了较多价格相对较低的纸巾类商品、细分品类采购结构变化所致。

2、信息化服务采购情况

报告期内，公司根据数智化中台运营需要，采购了相应软件使用权、运维及维护服务以及云服务器存储等信息化服务，具体如下：

单位：万元

类别	2024 年度	2023 年度	2022 年度
信息化服务	157.54	137.69	90.26

随着公司数智化中台的持续升级、服务对象的增多，各类型软件使用及数据存储需求不断增长，故报告期内公司信息化服务采购金额增长。

3、主要供应商情况

报告期内，公司向前五名供应商的采购情况如下：

年度	序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额（万元）	占比（%）
2024 年度	1	内蒙古伊利实业集团股份有限公司金山分公司	奶粉	18,961.72	21.72
		澳优乳业股份有限公司	奶粉	14,379.42	16.47
		伊利股份小计		33,341.15	38.18
	2	飞鹤乳业相关主体	奶粉	21,111.87	24.18

	3	健合	奶粉、营养品	15,188.33	17.39
	4	金佰利	纸尿裤	2,368.11	2.71
	5	杭州井羽	服装	1,593.05	1.82
	合计			73,602.50	84.29
2023 年度	1	澳优乳业股份有限公司	奶粉、营养品	16,631.21	26.91
		内蒙古伊利实业集团股份有限公司金山分公司	奶粉	7,878.75	12.75
		伊利股份小计		24,509.96	39.66
	2	飞鹤乳业相关主体	奶粉	12,435.99	20.12
	3	健合	奶粉、营养品、纸尿裤	5,831.64	9.44
	4	青岛爱氏[注 3]	奶粉	2,499.79	4.05
	5	青岛欧恩贝[注 4]	奶粉	1,918.56	3.10
	合计			47,195.96	76.37
2022 年度	1	澳优乳业股份有限公司	奶粉	15,590.77	29.34
		内蒙古伊利实业集团股份有限公司金山分公司	奶粉	3,294.19	6.20
		伊利股份小计		18,884.96	35.54
	2	飞鹤乳业相关主体	奶粉	8,641.03	16.26
	3	健合	奶粉、营养品、纸尿裤	3,757.05	7.07
	4	青岛爱氏[注 3]	奶粉	3,001.44	5.65
	5	青岛欧恩贝[注 4]	奶粉	2,608.02	4.91
	合计			36,892.50	69.43

注 1：同一控制下的供应商已合并计算采购额，具体如下：

（1）澳优乳业股份有限公司包括海普诺凯营养品有限公司、海普诺凯生物科技有限公司、佳贝艾特营养品有限公司及爱益森生物科技有限公司；2022 年伊利股份（600887.SH）通过其全资子公司香港金港商贸控股有限公司收购澳优乳业（01717.HK），成为其控股股东，报告期内合并披露；

（2）飞鹤乳业相关主体包括黑龙江飞鹤乳业销售有限公司及珠海横琴星妈电子商务有限公司；

注 2：占比为占当期商品采购总额的比例；

注 3：青岛爱氏为实际控制人江大兵配偶王琼曾经间接参股的公司，相应股权已于 2020 年退出；

注 4：青岛欧恩贝经营的欧恩贝奶粉品牌曾由实际控制人江大兵配偶王琼实际控制的厦门欧恩贝生物科技有限公司、宁波天泓生物科技有限责任责任公司运营，相应品牌经营权已于 2020 年转让给青岛欧恩贝。

报告期内，公司前五名供应商较为稳定，主要为伊利股份（含澳优乳业）、飞鹤乳业、健合、金佰利等知名母婴品牌供应商，公司不存在向单一供应商采购占比超过 50%的情形，不存在对单一供应商的重大依赖。公司董事、监事、高级管理人员及主要关联方未在上述供应商中拥有权益。2024 年度，公司前五名供应商中减少青岛爱氏及青岛欧恩贝，新增纸尿裤

裤品牌供应商金佰利及服装供应商杭州井羽,主要系公司供应链体系建设逐步向知名品牌供应商优化、集中,相应合作加深、采购金额增加。

(三) 主要资产情况

1、主要固定资产情况

(1) 固定资产总体情况

截至报告期末,公司固定资产主要为房屋及建筑物、机器设备、运输设备、办公、电子设备及其他设备等,总体情况如下:

固定资产类别	账面原值 (万元)	累计折旧 (万元)	账面净值 (万元)	成新率 (%)
房屋及建筑物	1,501.31	301.10	1,200.21	79.94
机器设备	6.58	2.37	4.20	63.95
办公、电子设备 及其他设备	328.81	183.07	145.74	44.32
运输设备	498.38	390.18	108.20	21.71
合计	2,335.08	876.72	1,458.36	62.45

(2) 房屋及建筑物情况

①公司自有房屋建筑物

截至本《招股说明书》签署日,公司及其子公司共拥有 25 项不动产权,详见本《招股说明书》“附件一 主要资产清单”之“(一) 不动产权”。

②主要房屋租赁情况

截至本《招股说明书》签署日,公司及其子公司与经营相关的主要租赁情况如下:

序号	承租方	出租方	位置	建筑面积 (m²)	租赁期限	租赁用途
1	孕婴世界	成都安新仓储有限公司	成都市新都区三河街道金河湾路 199 号新都国际物流港 1 号库 3 单元	5,057.00	2023.04.30-2026.05.31	仓储
2	孕婴世界	重庆公路运输(集团)有限公司南岸分公司	重庆市南岸区茶园新区长电路 11 号一号库三楼 A 区、B 区	3,000.00	2024.08.01-2027.12.31	仓储
3	孕婴世界	宇之光(重庆)投资咨询有限公司	重庆市渝中区民权路 28 号 24-1#、24-2#、24-3#	739.82	2024.09.24-2028.11.08	办公

4	孕婴世界	贵阳西南国际商贸城有限公司	贵阳市西南国际商贸城二期 B 区仓储 5 层 SITC-B3-5-1-11、23-32 号	1,871.27	2024.09.15-2027.09.14	仓储
			贵阳市西南国际商贸城二期 B 区仓储 5 层 SITC-B3-5-33-40 号	771.24	2025.05.15-2027.09.14	仓储
5	孕婴世界	夏雪芹	贵阳市观山湖区诚信北路大西南富力中心 A7 栋 16 层 13-18 号	662.60	2024.04.29-2029.04.29	办公
6	孕婴世界	富康城商业管理（昆明）有限公司	昆明市官渡区龙辉路 206 号乐悦广场 3 幢 10 层 1001	696.54	2025.03.01-2029.02.28	办公
7	孕婴世界	武汉隆腾世纪科技有限公司	武汉市东西湖区慈惠街惠安大道 780 号 1 号库 405、406、407、408	2,760.00	2025.03.01-2027.10.31	仓储
8	孕婴世界	武汉焱乐实业发展有限公司	武汉市江汉区精武路 9 号越秀国际金融汇 T3 写字楼地上十八层 T3-1802-1806A	715.00	2024.08.01-2030.06.30	办公
9	孕婴世界	江西传化物流有限公司	南昌市南昌县汇仁大道 998 号 1 栋 YK3-2-3	580.00	2024.07.31-2025.07.30	仓储
			南昌市南昌县汇仁大道 998 号 1 栋 YYK3-2	817.00	2025.03.15-2025.07.31	仓储
10	孕婴世界	嘉里置业（南昌）有限公司	南昌市红谷滩区世贸路 138 号宏创发展中心 13 层 04-07 室	673.97	2024.08.01-2029.07.31	办公
11	孕婴世界	合肥万间商业管理有限公司	合肥市庐阳区安粮东怡金融广场 B 座 2207 室	200.61	2024.09.01-2030.08.31	办公
			合肥市庐阳区安粮东怡金融广场 B 座 2208 室	196.00	2024.11.10-2030.08.31	
12	孕婴世界	兰州中海宏洋房地产开发有限公司	兰州市安宁区安宁堡街道莫高大道 1129 号中海广场 23 号楼 23 层 2305-2306	673.04	2025.06.01-2028.05.31	办公
13	孕婴世界	中通服供应链股份有限公司甘肃分公司	兰州市七里河区晏家坪北路 5 号	920.00	2025.06.01-2028.05.31	仓储
14	孕婴世界	杭州润奥房地产开发有限公司	杭州市萧山区盈丰街道润奥商务中心 2 幢 604、605B	644.88	2025.06.01-2030.05.31	办公
15	贵州天喜	彭金、周忠琴	贵阳市观山湖区宾阳大道西侧，环城高速东侧贵阳西南国际商贸城一期地面工程第 3 幢 C 单元 3 层 292 号商铺	62.70	2025.01.01-2026.12.31	办公
16	富云仟祥	宝湾物流合肥新站有限公司	合肥市新站区奎河路与九顶山路交口西北角宝湾合肥新站智慧供应链中心项目 6 号库 1 层	1,454.00	2024.12.01-2027.12.31	仓储

			合肥市新站区奎河路与九顶山路交口西北角宝湾合肥新站智慧供应链中心项目 3 号库 2 层	400.00	2025.06.06-2025.12.31	仓储
17	昆明顺雄	云南昆发塑业有限公司	昆明市经开区信息产业基地 27-1 号地块包装制品生产项目 1 号厂房 1 层	2,299.00	2024.12.12-2025.12.11	仓储
18	创托盛和	成都广益全程房地产营销策划有限公司	成都市龙泉驿区同安康阳路 110 号、111 号、112 号商业用房	151.75	2020.09.01-2025.08.31	直营店经营
19	创托盛和	何昌水	成都市龙泉驿区同安街道同心街 47 号、49 号附 1 号	67.00	2020.07.01-2027.06.30	直营店经营

注：上述租赁事项主要为公司经营相关（仓储、办公、直营店经营）重要租赁，不包括用于员工等人员住宿的房屋租赁。

2、主要无形资产情况

（1）土地使用权

截至本《招股说明书》签署日，公司及其子公司共拥有 25 项不动产权，详见本《招股说明书》“附件一 主要资产清单”之“（一）不动产权”。

（2）专利

截至本《招股说明书》签署日，公司及其子公司总计取得 3 项发明专利，7 项外观设计专利，主要为数智化中台软件、公司品牌形象宣传、门店装修设计相关专利，详见本《招股说明书》“附件一 主要资产清单”之“（二）专利”。

（3）商标

截至本《招股说明书》签署日，公司及其子公司总计取得 124 项商标，详见本《招股说明书》“附件一 主要资产清单”之“（三）商标”。

（4）著作权

截至本《招股说明书》签署日，公司及其子公司总计取得 85 项著作权，其中软件著作权共计 69 项，作品著作权 16 项，详见本《招股说明书》“附件一 主要资产清单”之“（四）著作权”。

（5）ICP/IP 地址/域名备案

截至本《招股说明书》签署日，公司及其子公司共拥有 11 项 ICP/IP 地址/域名备案，详见本《招股说明书》“附件一 主要资产清单”之“（五）ICP/IP 地址/域名备案”。

（四） 其他披露事项

截至报告期末，公司正在履行或报告期内已履行完毕的，对公司持续经营具有重大影响的合同包括：（1）1,500 万元以上的销售合同（单笔或合计/预计年销售总额 1,500 万元以上的框架合同）；（2）4,000 万元以上的采购合同（单笔或合计/预计年采购额 4,000 万元以上的框架合同）；（3）单笔金额超过 1,000 万元的借款、担保、抵押、质押合同等，合同具体情况详见本《招股说明书》“附件二 重大合同”。

四、 关键资源要素

（一）核心技术情况

1、产品或服务所使用的主要技术

公司在母婴行业深耕多年，高度重视数智化技术研发体系的搭建，多年来持续进行研发投入及商业模式创新。截至本《招股说明书》签署日，公司拥有 3 项发明专利及 69 项软件著作权，全资子公司创托盛和为国家高新技术企业、四川省专精特新中小企业、创新型中小企业。公司主要核心技术、技术特点及相应知识产权情况如下：

序号	技术名称	在主营业务中的应用	知识产权
1	门店数智化经营管理技术	开发并运用信息系统及数智化工具实现公司及下游门店选址、采购、销售、财务核算、库存管理、活动策划、活动执行、导购培训、引流等业务流程及应用场景的全数智化管理。同时，基于上述系统数据形成门店零售表现、会员表现等不同维度的经营分析报告，包含销售同比增长率、会销比、会员购买深度及单客年贡献、租售比、机会会员数等关键指标，通过数智化工具及数据分析深度赋能下游门店，贯彻数智化经营理念及方案的整店输出，形成统一标准	著作权：2025SR0841254 著作权：2025SR0835965 著作权：2025SR0835956 著作权：2025SR0835945 著作权：2025SR0813498 著作权：2024SR1967224 著作权：2024SR1902310 著作权：2024SR0958547 著作权：2024SR0784761 著作权：2023SR0738393 著作权：2023SR0417025 著作权：2023SR0737100 著作权：2023SR0463061 著作权：2023SR0857814 著作权：2021SR1875325 著作权：2021SR1875127 著作权：2021SR1875218

			著作权：2021SR1875245 著作权：2021SR1875323 著作权：2021SR1875244 著作权：2021SR1875105 著作权：2021SR1875074
2	数据一体化及组织协同提效技术	利用数据技术对海量数据进行采集、存储、计算、加工及统一表示，并开发各类型规范统一的数据接口，实现数据一体化管理，支持多维度交互分析及数据共享；通过流程管理、角色管理、权限分级配置及管理，提高公司与客户之间的管理及协同效率，实现信息共享及系统共用，综合实现公司在客户、人员、货品、供应链管理及服务流程等各方面的协同提效并为业务经营决策提供数据支撑	著作权：2024SR2013198 著作权：2024SR1966281 著作权：2024SR1965618 著作权：2024SR1961593 著作权：2024SR1930201 著作权：2024SR1929818 著作权：2024SR1915524 著作权：2024SR1912759 著作权：2024SR1912061 著作权：2023SR0738394 著作权：2023SR0737089 著作权：2023SR0737394 著作权：2023SR0463062 著作权：2023SR0417026 著作权：2023SR0857815 著作权：2023SR0416894 著作权：2021SR1875022 著作权：2021SR1875979 著作权：2021SR1875178 著作权：2021SR1875304
3	基于会员消费行为数据的精准营销技术	根据会员基础属性、会员消费数据深度挖掘会员需求，自主定义 300 多种会员标签，基于数据模型精准匹配目标群体，动态识别销售机会并使用扫码购、会员机会窗等数智化工具高效触达目标消费者。如公司自主研发的“经典奶粉四部曲”营销方案，覆盖新客引流到客户留存、转化加深的全过程，形成“新客-有效新客-首次大单-用量管理”四个重要阶段的标准定义，并对应实施推广活动方案，不断提升会员购买深度及单客年贡献	发明专利：2025104023890 发明专利：2024116494857 著作权：2025SR0836351 著作权：2025SR0835931 著作权：2025SR0813506 著作权：2024SR2013197 著作权：2024SR1963609 著作权：2024SR1927726 著作权：2024SR1913295 著作权：2024SR1912421 著作权：2024SR0784770 著作权：2021SR1875025 著作权：2021SR1875066 著作权：2021SR1875067 著作权：2021SR1875324 著作权：2021SR1871207 著作权：2021SR1875106 著作权：2021SR1875179
4	商品供应	开发并运用信息系统及数智化工具将	发明专利：202411558174X

	链协同优化技术	商品资料及库存数据资产化，支持商品条码审核、实时库存监控、需求预测、预警管理、补货决策支持、库存优化、全链路质量管控、电子寄存管理等，实现供应链体系的协同优化	著作权：2025SR0835939 著作权：2024SR1966097 著作权：2024SR1963616 著作权：2024SR1938225 著作权：2024SR1937646 著作权：2024SR1937283 著作权：2024SR1929246 著作权：2024SR1929166 著作权：2024SR1926743 著作权：2024SR1913887 著作权：2021SR1875310

公司核心技术系根据公司及下游加盟商、加盟门店在日常经营、管理所面临的场景需求以及公司对行业的深刻理解自主定义数据模型、数智化工具，并通过自主研发及委外研发相结合的方式实现，为数据挖掘分析及可视化呈现、云计算、智能决策、软件开发等互联网技术及工具的集成式创新，现已处于规模应用阶段。

2、核心技术在主营业务及产品或服务中的应用

报告期内，公司运用核心技术服务上游品牌供应商及下游加盟商，产生客户经营服务收入及供应商市场推广服务收入；同时，公司核心技术以推动上游精准投放市场资源、下游加盟门店高效运营并实现商品终端销售的方式，带动了公司自身的母婴商品销售业务，是公司业务可持续发展及增长的关键。

报告期内，公司核心技术直接带来的产品/服务收入为客户经营服务收入和供应商市场推广服务收入，具体金额及占营业收入的比例情况如下：

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
核心技术产品/服务收入（万元）	11,192.16	8,404.58	7,967.56
营业收入（万元）	100,251.74	69,803.08	60,326.90
占比（%）	11.16	12.04	13.21

（二）业务许可资格或资质情况

截至本《招股说明书》签署日，公司及其子公司取得的与生产经营相关的业务许可资格、资质认证具体情况如下：

序号	资质名称	证书编号	持有人	发证机关	发证日期	有效期

1	仅销售预包装食品经营者备案	YB15101060003936	孕婴世界	成都市金牛区行政审批局	2022/8/4	长期有效
2	第二类医疗器械经营备案	川蓉药监械经营备20200530号	孕婴世界	成都市市场监督管理局	2022/9/23	长期有效
3	仅销售预包装食品经营者备案	YB15001031916971	重庆天喜	重庆市渝中区市场监督管理局	2024/5/6	长期有效
4	仅销售预包装食品经营者备案	YB15201150074954	贵州天喜	贵阳市观山湖区市场监督管理局	2024/3/22	长期有效
5	行业综合许可证（许可项目：仅销售预包装食品经营者备案）	备 案 编 号 YB15301110115860	昆明顺雄	中国（云南）自由贸易试验区昆明片区行政审批局（备案机关：官渡区市场监督管理局小板桥市场监督管理局）	2024/12/25	长期有效
6	仅销售预包装食品经营者备案	YB1340103001300	富云仟祥	合肥市庐阳区市场监督管理局	2022/10/12	长期有效
7	仅销售预包装食品经营者备案	YB14201030031285	武汉千佳原	武汉市江汉区行政审批局	2022/8/31	长期有效
8	仅销售预包装食品经营者备案	YB13601139989748	江西天喜	南昌市红谷滩区市场监督管理局	2024/8/13	长期有效
9	仅销售预包装食品经营者备案	YB13601139988727	江西易和赣南	南昌市红谷滩区市场监督管理局	2024/10/23	长期有效
10	仅销售预包装食品经营者备案	YB13601139988735	江西天喜赣北	南昌市红谷滩区市场监督管理局	2024/10/23	长期有效
11	仅销售预包装食品经营者备案	YB16201050032403	甘肃天喜	兰州市安宁区市场监督管理局	2025/5/26	长期有效
12	仅销售预包装食品经营者备案	YB13301810109769	浙江天喜	杭州市萧山区市场监督管理局	2025/6/3	长期有效

13	仅销售预包装食品经营者备案	YB15101060061343	创托盛和	成都市金牛区政务服务管理和行政审批局	2024/11/7	长期有效
14	商业特许经营备案	0510100112200370	创托盛和	四川省商务厅	2022/11/14	长期有效
15	增值电信业务经营许可证	川 B2-20211643	创托盛和	四川省通信管理局	2021/11/24	至 2026/11/24
16	食品经营许可证	JY15101120154103(1-1)	龙泉阳光城店	成都市龙泉驿区行政审批局	2021/9/17	至 2026/4/20
17	食品经营许可证	JY15101120152817(1-1)	龙泉康城店	成都市龙泉驿区行政审批局	2021/9/17	至 2026/4/12

注：根据《市场监管总局关于仅销售预包装食品备案有关事项的公告》（2021 年第 40 号），目前持有营业执照的市场主体从事仅销售预包装食品活动，应当在销售活动开展前完成备案。已经取得食品经营许可证的，在食品经营许可证有效期届满前无需办理备案。因此，本《招股说明书》签署日，公司及其子公司均已取得食品经营许可相关的备案或许可资质。

（三）特许经营权情况

截至本《招股说明书》签署日，公司不存在被他人授权特许经营的情形。创托盛和作为特许人开展商业特许经营活动，已完成相关备案手续。

（四）主要资产情况

截至报告期末，公司主要资产不存在瑕疵、纠纷或潜在纠纷，对公司持续经营不存在重大不利影响，具体情况详见本节之“三、发行人主营业务情况”之“（三）主要资产情况”。

（五）员工情况

1、员工基本情况

截至报告期末，公司及子公司共有员工 309 人，构成情况如下：

（1）按年龄结构划分

年龄	人数（人）	占比
50 岁以上	20	6.47%
41-50 岁	51	16.50%
31-40 岁	143	46.28%
21-30 岁	95	30.74%

合计	309	100.00%

(2) 按专业（岗位）结构划分

年龄	人数（人）	占比
管理人员	159	51.46%
销售人员	131	42.39%
研发人员	19	6.15%
合计	309	100.00%

(3) 按学历结构划分

年龄	人数（人）	占比
硕士及以上	3	0.97%
本科	98	31.72%
专科及以下	208	67.31%
合计	309	100.00%

2、核心技术（业务）人员情况

(1) 核心技术（业务）人员基本情况

截至报告期末，公司共有核心技术（业务）人员 3 名，分别为唐海斌、杜睿智和李世海，唐海斌、杜睿智基本情况详见本《招股说明书》“第四节 发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员的简要情况”，李世海基本情况如下：

李世海先生，1979 年 5 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2004 年 1 月至 2012 年 7 月任宝渝（成都）商贸有限公司系统工程师，2012 年 8 月至 2015 年 10 月任上海立年信息科技有限公司网络工程师，2015 年 10 月至 2016 年 7 月任成都市创托妇婴商贸有限公司信息部总监，2016 年 7 月至今任创托盛和信息中心副总监。

上述核心技术（业务）人员与公司其他研发人员共同完成多项研发项目，取得了包括“孕婴世界客户经营报告管理系统 V1.0”、“孕婴世界会员标签信息维护管理系统 V1.0”等在内的 69 项软件著作权；杜睿智、李世海作为主要发明人申请并取得了发明专利“基于客户分析和市场趋势的供应链优化方法、系统及介质”、“基于用户信息分析的母婴用品信息生成方法、系统及介质”、“基于大数据分析的母婴产品智能推荐方法、系统及介质”。

(2) 核心技术（业务）人员持有公司股份、对外投资及兼职情况

截至报告期末，公司核心技术（业务）人员直接或通过楚地锦成、扬州川美间接持有公司股份情况如下：

姓名	持股数量（股）	直接持股比例	间接持股比例
唐海斌	20,552,190	2.14%	3.57%
杜睿智	15,526,260	1.46%	2.85%
李世海	794,409	-	0.22%
合计	36,872,859	3.60%	6.64%

注：持股数量包括直接持股数量及间接持股数量，其中间接持股数量系根据穿透持股比例计算保留个位数所得的股数。

除上述在公司及其子公司内的任职及持股外，公司核心技术（业务）人员不存在其他对外投资及兼职情况。

(3) 竞业禁止及保密协议

报告期内，公司核心技术（业务）人员不存在侵犯第三方知识产权或商业秘密、违反与第三方的竞业限制约定或保密协议的情况。截至报告期末，公司与核心技术（业务）人员均签署了保密协议及竞业禁止协议。

(4) 报告期内核心技术（业务）人员的主要变动情况及对公司的影响

报告期内，公司核心技术（业务）人员稳定，不存在变动情况。

(六) 研发项目情况

1、正在从事的研发项目

截至报告期末，公司正在从事的研发项目情况如下：

序号	项目名称	所处阶段及进展情况	参与人员（人）	经费投入（万元）	拟达到的目标
1	孕婴世界数智中台V2.0	开发及验收阶段	27	324.56	完成门店 POS 收银、进销存工具优化升级、CRM 会员管理工具与 ERP 系统一体化整合、BI 报表数据库结构改造优化、灵活配置云服务器等功能，实现第一代中台系统到第二代中台系统平稳过渡

2	孕婴世界数智中台 V2.1	开发阶段	24	145.90	在第二代中台系统的基础上增加针对性、定制化报表分析工具等，提升系统报表提取速度整体性能并优化用户使用界面，综合提升用户体验
3	孕婴世界数智零售 APPV1.0	开发阶段	30	118.75	开发一款服务于下游客户的应用程序（APP），包括应用软件基础建设，以及业务员端客户方案、拜访统计、客户零售分析、客户端对账、销售表现分析、条码新增审批等功能模块的研发，实现客户服务优化、数据处理自动化、活动管理简化、信息流整合、业务流程标准化以及用户体验提升等目标
4	孕婴世界数智会员 V1.0	开发阶段	10	15.12	对公司会员管理工具及会员分析报表功能进行迭代和优化，提供更多维度的数据报表以增强数据分析能力；对已有报表归类整合、提高数据提取效率；增强并优化会员营销工具的功能，提高会员维护管理效率；对报表的查询展示、系统工具使用的页面交互进行升级，降低客户学习成本及数据解读难度，综合提升用户体验
5	客户返利项目 V1.0	需求方案确定及设计阶段	1	18.12	构建营销活动整合中心及返利计算规则中心，并通过抓取系统数据，实现批发端销售返利、导购端终端销售激励、采购端返利等多对象、多样化返利政策的自动化实时计算并输出分析报表，提升公司内部、公司与加盟商客户及其导购、供应商等对象之间的协同效率，并通过资源投放效果分析等优化活动策略、返利方案的制定

注：参与人员、经费投入为截至报告期末相应项目的人员参与及研发支出金额。

公司在研项目系对公司数智化中台的持续迭代升级，旨在通过应用场景及标准化流程梳理、针对性业务模型及工具开发等方式，借助大数据、云计算等技术手段，不断提升数智化中台的场景适配度（零售端、批发端、供应端等多维度针对性报表分析及智能工具）及运营智能化（包括自动化计算与分析、标准化流程结转等）。同时，公司通过优化界面设计、建

立实时数仓、多应用建设及数据接口融合打通等方式持续提升公司系统的数据处理能力（包括实时性、吞吐量、精确度）、系统集成与兼容性并降低用户学习成本，综合提升用户体验，为公司及下游客户等系统工具使用者深度赋能，为经营决策提供数据支持。公司数智化运营水平处于母婴连锁行业前列。

2、报告期内研发投入情况

报告期内，公司研发投入的构成及占营业收入的比例具体如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
研发投入	438.99	418.80	321.86
其中：职工薪酬	320.03	251.15	312.88
委托开发费	83.30	130.17	7.00
直接材料及其他	35.66	37.48	1.97
营业收入	100,251.74	69,803.08	60,326.90
研发投入占营业收入的比例	0.44%	0.60%	0.53%

3、委外/合作研发

报告期内，公司涉及委外研发，主要委托广州恒康信息科技有限公司（以下简称“恒康科技”）、四川品越科技有限公司（以下简称“品越科技”）等独立第三方信息科技公司进行数智化中台部分系统功能或数智化工具的定制性开发，签订相关技术开发合同。

报告期内，公司委外/合作研发情况如下：

序号	受托/合作方	主要研发内容及 权利义务划分	成果归属	保密措施
1	恒康科技	约定恒康科技根据公司需求，对孕婴世界数智中台 2.0/2.1 系统、客户返利系统、移动货品复核功能、库存扣减功能等进行定制化开发，公司按约定支付各阶段开发费用	受托完成的工作成果及公司根据软件源代码自行升级、衍生开发的软件系统的知识产权归公司单独所有，未经公司书面授权或许可，恒康科技不得擅自使用	双方对合同内容、开发技术、商业秘密等进行保密

2	品越科技	约定品越科技根据需求，对孕婴世界连锁赋能平台软件进行开发，公司按约定支付开发费用	受托完成的工作成果及公司根据软件源代码自行升级、衍生开发的软件系统的知识产权归公司单独所有，未经公司书面授权或许可，品越科技不得使用	双方对技术信息、经营信息等进行保密

五、 境外经营情况

报告期内，公司未在境外开展生产经营，亦未拥有境外资产或机构。

六、 业务活动合规情况

报告期内，公司按照法律法规的规定开展经营活动，不存在重大违法违规行为以及受到主管部门行政处罚且情节严重的情况，不存在因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或其他严重损害投资者合法权益和社会公共利益的情况。

七、 其他事项

无。

第六节 公司治理

一、 公司治理概况

（一）股东（大）会的建立健全及运行情况

公司股东（大）会由全体股东组成，是公司的最高权力机构，决定公司的经营方针和投资计划，对公司重大事项进行决策，依法履行《公司法》《公司章程》所赋予的权利和义务。公司 2022 年 7 月 5 日召开的创立大会暨第一次股东大会制定了《股东大会议事规则》，建立健全了股东（大）会制度。2024 年 11 月 11 日，公司召开 2024 年第三次临时股东大会，对《股东会议事规则》进行了修订。

自股份公司设立以来，股东（大）会一直根据《公司法》《公司章程》《股东会议事规则》的规定规范运作，截至本《招股说明书》签署日，公司先后共召开 12 次股东（大）会，对利润的分配、董事会和监事会人员的选举、公司未来发展规划等事项进行了审议并作出决策。公司历次股东（大）会在召集方式、出席会议、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律法规和《公司章程》的规定，历次股东（大）会的召开和决议内容均合法有效。

（二）董事会的建立健全及运行情况

公司董事会是公司的经营决策机构，对股东（大）会负责。公司 2022 年 7 月 5 日召开的创立大会暨第一次股东大会制定了《董事会议事规则》，建立健全了董事会制度。2024 年 11 月 11 日，公司召开 2024 年第三次临时股东大会，对《董事会议事规则》进行了修订。

公司董事会由 7 名董事组成，包括独立董事 3 名，由股东（大）会选举或更换。董事会设董事长 1 人，由董事会以全体董事的过半数选举产生。董事任期 3 年，任期届满，可连选连任。董事在任期届满以前，股东（大）会不得无故解除其职务。

自股份公司成立以来，截至本《招股说明书》签署日，公司先后共召开 20 次董事会，对公司高级管理人员的任命、管理制度的制定等事项进行了审议并作出决策。公司历次董事会在召集方式、出席会议、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律法规和《公司章程》的规定，历次董事会的召开和决议内容均合法有效。

（三）监事会的建立健全及运行情况

公司监事会对公司的业务活动进行监督和检查的机构，对股东（大）会负责。公司2022年7月5日召开的创立大会暨第一次股东大会制定了《监事会议事规则》，建立健全了监事会制度。2024年11月11日，公司召开2024年第三次临时股东大会，对《监事会议事规则》进行了修订。

公司监事会由3名监事组成，其中包括职工代表监事1名。公司非职工代表监事由股东（大）会选举产生，监事会中的职工代表监事由公司职工通过职工代表大会民主选举产生。监事会设主席1人，监事会主席由全体监事过半数选举产生。

自股份公司成立以来，截至本《招股说明书》签署日，公司先后共召开14次监事会，对监事会主席的选举、公司未来分红规划等事项进行了审议并作出决策。公司历次监事会在召集方式、出席会议、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律法规和《公司章程》的规定，历次监事会的召开和决议内容均合法有效。

（四）独立董事的建立健全及运行情况

公司2022年7月5日召开的创立大会暨第一次股东大会制定了《独立董事工作制度》，建立健全了独立董事制度。2024年11月11日，公司召开2024年第三次临时股东大会，对《独立董事工作制度》进行了修订。

公司独立董事自任职以来，能够按照《公司法》《公司章程》和《独立董事工作制度》等法律、法规及制度的要求，认真履行独立董事职权，提高了董事会决策的科学性，维护了中小投资者的权益。独立董事所具备的专业知识和勤勉尽责的职业道德在董事会制订公司发展战略、投资方案和生产经营决策等方面发挥了良好的作用，有力地保障了公司经营决策的科学性和合理性。

公司独立董事自2022年7月聘任以来均按照相关规章制度履行职责，能够不受公司控股股东、实际控制人及其他与公司存在利害关系的单位或个人的影响，维护公司整体利益。截至本《招股说明书》签署日，公司独立董事共出席了20次董事会。上述三名独立董事会前能够认真审阅相关材料，会议期间能够认真听取相关发言，审议相关议案，并且按照自己的真实意愿进行投票表决，并在仔细核对会议记录后签名。

（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

董事会秘书是公司的高级管理人员，对公司和董事会负责，享有《公司法》和《公司章

程》规定的权利，并承担相应的义务。公司 2023 年 4 月 26 日召开的第一届董事会第五次会议制定了《董事会秘书工作细则》，建立健全了董事会秘书制度。2024 年 10 月 24 日，公司召开第一届董事会第十三次会议，对《董事会秘书工作细则》进行了修订。

董事会秘书自聘任以来，能够按照法律、法规及《公司章程》的规定勤勉尽责，组织筹备股东（大）会会议、董事会会议，参加股东（大）会会议、董事会会议、监事会会议及高级管理人员相关会议，并记录好历次会议。同时，董事会秘书也负责公司信息披露、投资者关系管理、组织董事、监事和高级管理人员进行证券法律法规、交易所上市规则及相关规定的培训等工作，在完善公司法人治理结构、公司与各中介机构协调配合等方面发挥了良好的作用。

二、 特别表决权

截至本《招股说明书》签署日，公司不存在特别表决权股份或类似安排的情况。

三、 内部控制情况

（一）公司内部控制基本情况

报告期内，除《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》外，公司制定了《财务中心管理制度》《投资者关系管理制度》《关联交易管理办法》《对外担保管理制度》《防范控股股东、实际控制人及其他关联方资金占用制度》等一系列的规章制度，建立健全了公司的内部管理制度。

（二）公司管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的自我评估意见

公司对截至 2024 年 12 月 31 日（内部控制评价报告基准日）的内部控制完整性、合理性及有效性进行了自我评价。公司董事会认为：“公司现有内部控制制度已基本建立健全，能够适应公司管理的要求和发展的需要，能够对编制真实、公允的财务报表提供合理的保证，能够为公司各项业务活动的健康运行及国家有关法律、法规和公司内部规章制度的贯彻执行提供保证。公司内部控制制度制订以来，各项制度得到了有效的实施。”

（三）注册会计师对公司内部控制的审计意见

天职会计师就公司内部控制情况出具了《内部控制审计报告》(天职业字[2025]6950 号), 确认“孕婴世界于 2024 年 12 月 31 日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制”。

四、 违法违规情况

2023 年 3 月 20 日, 公司子公司成都佳和收到国家税务总局成都市金牛区税务局出具的《行政处罚决定书(简易)》(金牛税一税简罚〔2023〕2865 号), 因其在 2019 年 9 月 1 日-2020 年 1 月 31 日期间个人所得税(工资薪金所得)未按期进行申报而受到 300 元的罚款, 处罚依据为《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条。

成都佳和已及时足额缴纳了上述罚款, 上述罚款金额较小, 不构成重大违法行为, 不会对公司的持续经营能力构成重大不利影响。成都佳和已于 2023 年 7 月注销。

除上述情形外, 公司及子公司报告期内不存在其他行政处罚的情形。

五、 资金占用及资产转移等情况

报告期内, 公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情况, 不存在固定资产、无形资产等资产被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业转移的情况, 不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

六、 同业竞争情况

(一) 公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业同业竞争情况

截至本《招股说明书》签署日, 除公司及其子公司以外, 公司控股股东成都俊隆, 实际控制人江大兵、王伟鉴控制的其他企业包括楚地锦成、楚地蓉成及韵律时节, 具体情况详见本《招股说明书》“第四节 发行人基本情况”之“四、发行人股东及实际控制人情况”。

截至本《招股说明书》签署日, 公司不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业从事相同、相似业务的情况。

（二）关于避免同业竞争的承诺及履行情况

为了避免同业竞争，公司控股股东成都俊隆、实际控制人江大兵、王伟鉴及其一致行动人签署了《避免同业竞争的承诺函》。自承诺签署之日起，截至本《招股说明书》签署日，未发生违反该承诺的事项。承诺具体内容详见本《招股说明书》“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”。

七、 关联方、关联关系和关联交易情况

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》《企业会计准则》及中国证监会、北京证券交易所的有关规定，截至报告期末，公司主要关联方及其关联关系如下：

1、直接或者间接控制公司的法人或其他组织

截至报告期末，成都俊隆直接持有公司 58.99%的股份，系公司控股股东，其基本情况详见本《招股说明书》“第四节 发行人基本情况”之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人情况”。

2、控股股东直接或者间接控制的除公司及其控股子公司以外的法人或其他组织

截至报告期末，除公司及其控股子公司外，成都俊隆不存在直接或者间接控制的法人或其他组织。

3、直接或者间接持有上市公司 5%以上股份的法人或其他组织

序号	关联方	关联关系
1	楚地锦成	直接持有公司 6.42%的股份
2	楚地蓉成	直接持有公司 5.71%的股份
3	青岛博创	直接持有公司 5.71%的股份

4、公司的控股及参股企业

截至报告期末，公司共有 9 家全资控股子公司，不存在参股子公司；报告期后至本《招股说明书》签署日，公司新增 2 家全资控股子公司，子公司基本情况详见本《招股说明书》“第四节 发行人基本情况”之“七、发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况”。

5、主要关联自然人

(1) 直接或者间接持有公司 5%以上股份的自然人

序号	关联方	关联关系
1	江大兵	公司实际控制人之一，直接及间接持有公司 62.56%的股份
2	王伟鉴	公司实际控制人之一，江大兵之子，间接持有公司 11.42%的股份
3	唐海斌	直接及间接持有公司 5.71%的股份

(2) 公司董事、监事及高级管理人员

序号	关联方	关联关系
1	江大兵	董事长
2	唐海斌	董事、总经理
3	王伟鉴	董事、副总经理
4	杜睿智	董事、副总经理
5	刘凤元	独立董事
6	丁晓东	独立董事
7	周蕾	独立董事
8	鲁霞	监事
9	刘小红	监事
10	张冀	监事
11	徐泽宁	董事会秘书
12	洪燕玲	财务负责人

(3) 直接或者间接地控制公司的法人的董事、监事及高级管理人员

序号	关联方	关联关系
1	江大兵	控股股东成都俊隆的执行董事兼经理
2	王伟鉴	控股股东成都俊隆的监事

(4) 与上述人员关系密切的家庭成员

与上述人员关系密切的家庭成员亦属于公司关联方，包括：配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶、配偶的父母、配偶的兄弟姐妹、子女配偶的父母。报告期内，前述主体直接或者通过其控制、施加重大影响的主体间接与公司存在部分交易或持有公司股份，相关主体的具体情况如下：

序号	关联方	关联关系
1	王琼	实际控制人江大兵的配偶、实际控制人王伟鉴的母亲，直接持有公司 3.09%的股份
2	江南	实际控制人江大兵的子女
3	唐雪芹	公司董事、总经理唐海斌的姐妹
4	王瑶	实际控制人江大兵配偶的姐妹
5	唐亚玲	公司董事、总经理唐海斌的配偶，直接持有公司 1.90%的股份
6	朱轶群	公司董事、副总经理杜睿智的配偶，直接持有公司 1.44%的股份

6、关联自然人直接或者间接控制及施加重大影响的，或者担任董事、高级管理人员的，除公司及其控股股东、控股子公司以外的法人或者其他组织

序号	关联方	关联关系
1	楚地锦成	实际控制人江大兵担任执行事务合伙人
2	楚地蓉成	实际控制人江大兵担任执行事务合伙人
3	韵律时节	实际控制人江大兵担任执行事务合伙人
4	北京中科晶上科技股份有限公司	独立董事刘凤元担任独立董事
5	迈科管业控股有限公司	独立董事刘凤元、丁晓东担任独立非执行董事
6	浙江辉旺机械科技股份有限公司	独立董事刘凤元担任董事
7	济南宏泰阳投资管理有限公司	独立董事丁晓东持股 100.00%并担任执行董事兼总经理
8	莱商银行股份有限公司	独立董事丁晓东担任独立董事
9	梦金园黄金珠宝集团股份有限公司	独立董事丁晓东担任独立非执行董事[注 1]
10	山东宝港国际港务股份有限公司	独立董事丁晓东曾任独立董事[注 2]
11	济南济发房产经营服务有限公司	独立董事丁晓东子女配偶的父亲张兴连担任董事长兼总经理
12	大富科技（安徽）股份有限公司	独立董事周蕾担任独立董事
13	合肥恒鑫生活科技股份有限公司	独立董事周蕾担任独立董事
14	苏州瑞宝文化传播有限公司	董事、副总经理杜睿智配偶的兄弟赵光宇持股 90.00%并担任执行董事
15	苏州罗克依贸易有限公司	董事、副总经理杜睿智配偶的兄弟赵光宇持股 90.00%并担任执行董事
16	福州开发区森森工艺品有限公司	董事会秘书徐泽宁的父亲徐建清担任总经理
17	汕头市优贷商务咨询有限公司	财务负责人洪燕玲兄弟的配偶肖燕持股 80.00%并担任执行董事、经理、财务负责人
18	广州广中网络科技有限公司	财务负责人洪燕玲兄弟的配偶肖燕持股 99.00%并担任执行董事、经理

注 1：丁晓东于 2025 年 5 月担任梦金园黄金珠宝集团股份有限公司独立非执行董事；

注 2：丁晓东于 2025 年 2 月届满离任山东宝港国际港务股份有限公司独立董事。

除上述法人以及合伙企业外，公司关联自然人直接或间接控制的个体工商户亦为公司关联方。

7、其他关联方

(1) 报告期内曾经的关联自然人

报告期内，公司曾经的主要关联自然人如下：

名称	关联关系	人员去向
马世海	公司员工，曾任监事	于 2022 年 12 月离任监事，仍于公司任职
谢明杰	公司前任监事马世海的子女	/

除上述已列明的关联自然人，马世海的配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹、子女配偶的父母以及实际控制人江大兵子女的原配偶及其父母亦为公司报告期内曾经的关联自然人。

(2) 报告期内曾经的关联法人或其他组织

报告期内及报告期前十二个月，公司曾经的主要关联法人或其他组织如下：

序号	关联方	关联关系及变化情况
1	成都佳和	曾系公司全资子公司，2023 年 7 月注销
2	仟祥商贸	曾系公司全资子公司，2021 年 12 月注销
3	政林永祥	曾系公司全资子公司，2021 年 12 月注销
4	天雄商贸	曾系公司全资子公司，2021 年 12 月注销
5	成都市创托商务信息咨询服务有 限公司龙泉驿都汇店	曾系公司全资子公司的分公司，2021 年 2 月注销
6	成都同心童伴教育咨询管理有限 公司	实际控制人江大兵曾控制，2021 年 1 月注 销
7	宁波天泓生物科技有限责任公司	实际控制人江大兵的配偶王琼曾控制， 2023 年 8 月注销
8	厦门欧恩贝生物科技有限公司	实际控制人江大兵的配偶王琼曾控制， 2021 年 3 月注销
9	宁波博菱电器股份有限公司	独立董事刘凤元、丁晓东曾任独立董事， 2023 年 8 月届满离任
10	安翰科技（武汉）股份有限公司	独立董事丁晓东曾任独立董事，2024 年 4 月届满离任

11	四川今婴朵朵商贸有限公司	财务负责人洪燕玲的配偶黄邦凯曾控制，2022 年 12 月注销
12	汕头市粤德物业管理有限公司	财务负责人洪燕玲的兄弟洪佳龙曾控制，担任执行董事、经理，2024 年 3 月转让
13	广州昌为隆贸易有限公司	财务负责人洪燕玲的兄弟洪佳龙曾控制，担任执行董事、经理，2024 年 7 月转让
14	荆门蛟龙食品有限公司	实际控制人江大兵子女原配偶的父亲李良华控制，担任执行董事兼总经理的公司
15	沙洋桥湖禽业有限公司	实际控制人江大兵子女原配偶的父亲李良华控制，担任执行董事兼总经理的公司

报告期内，公司关联自然人曾控制或持有重要权益的个体工商户以及过往关联自然人控制或曾经控制的个体工商户亦为公司过往关联方。

（二）关联交易

1、关联交易简要汇总表

报告期内，公司所发生的全部关联交易的简要汇总情况如下：

单位：万元

项目	交易内容	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经常性关联交易	销售商品/提供服务	854.05	936.58	2,460.08
	关键管理人员薪酬	402.33	398.70	479.32
偶发性关联交易	采购商品/服务	-	-	30.38
	关联方资产转让	-	-	详见下文明细
	关联方资金拆借	-	-	详见下文明细

2、经常性关联交易

（1）销售商品/提供服务

报告期内，公司向部分关联加盟商客户销售母婴商品，并提供客户经营服务。报告期内的交易金额及占当期营业收入的比例具体如下：

关联方	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
谢明杰	400.90	0.40	456.35	0.65	270.60	0.45
周燕（王瑶） [注]	266.19	0.27	317.42	0.45	321.58	0.53

唐雪芹	186.96	0.19	162.81	0.23	113.35	0.19
王伟鉴	-	-	-	-	1,499.68	2.49
江南	-	-	-	-	254.86	0.42
合计	854.05	0.85	936.58	1.34	2,460.08	4.08

注：报告期内，公司与周燕进行业务往来并授权其在特定区域内开设或管理加盟门店；周燕被授权经营的区域中，部分门店（个体工商户）系周燕与王瑶共同控制，基于谨慎性原则，公司将与周燕的交易金额作为关联交易予以披露，下同。

上述交易系基于客户实际业务需求，具有必要性及合理性。销售商品及提供服务的价格系基于公司整体销售政策制定，具有公允性。

报告期内，公司对上述关联方的销售收入合计占各期营业收入的比例分别为 4.08%、1.34%和 0.85%，占比较小且逐年降低，主要系出于规范同业竞争及减少关联交易的考虑，公司关联方王伟鉴和江南的相关店铺资产均已于 2022 年度转让或注销所致。

（2）关键管理人员薪酬

报告期内，公司关键管理人员主要为公司董事、监事、高级管理人员，薪酬合计如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
关键管理人员薪酬	402.33	398.70	479.32
其中：股份支付	-	-	173.26

3、偶发性关联交易

（1）采购商品/服务

报告期内，因经营需要，公司向关联方采购了少量母婴商品，具体如下：

单位：万元

关联方	2024 年度	2023 年度	2022 年度
王伟鉴	-	-	30.38
合计	-	-	30.38

报告期内，公司两家直营门店向原加盟商王伟鉴零星采购部分服装、用品等母婴商品，关联采购金额较小，关联交易价格基于市场价格确定，定价公允。

（2）关联方资产转让

2022 年 4 月，公司受让王伟鉴持有的创托盛和全部股权，转让价格参考净资产份额确定为 11.00 万元，转让完成后公司持有创托盛和 100.00%的股权。

(3) 关联方资金拆借

报告期内，公司关联方资金拆借主要系归还 2021 年公司向江大兵、王琼拆借资金对应的利息，相关本金已于 2021 年归还完毕，借款利息根据一年期同期银行贷款基准利率 4.35% 计算，共计 11.42 万元，于 2022 年归还。相关资金拆借及利息金额较小，对公司主营业务、持续经营能力影响较小。

4、关联方往来款项余额

(1) 应收项目

单位：万元

项目	关联方	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
应收账款	周燕（王瑶）	34.02	54.55	110.95
应收账款	谢明杰	6.29	38.60	-
应收账款	唐雪芹	7.69	1.33	7.89
应收账款	江南	-	-	30.27
合计		48.00	94.49	149.10

(2) 应付项目

单位：万元

项目	关联方	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
其他应付款	周燕（王瑶）	0.54	0.10	1.92
其他应付款	谢明杰	0.77	0.20	0.09
其他应付款	唐雪芹	0.08	0.14	0.05
其他应付款	江南	-	-	0.02
其他应付款-小计		1.38	0.43	2.09
合同负债	谢明杰	22.20	13.96	9.49
合同负债	周燕（王瑶）	9.79	10.73	86.98
合同负债	唐雪芹	18.63	6.59	-
合同负债	江南	-	-	1.72
合同负债-小计		50.61	31.27	98.19

（三）比照关联方披露的主体及交易

1、比照关联方披露的主体

报告期内，公司部分客户根据相关法律、法规不属于法定的关联方范围，且对公司经营决策、发展战略影响较小，但基于谨慎性原则，比照公司关联方进行披露，具体如下：

序号	名称	与公司关系
1	罗张红	实际控制人江大兵姐妹的子女
2	罗婷婷	实际控制人江大兵兄弟的子女
3	罗传玉	实际控制人江大兵兄弟的子女
4	罗传平	实际控制人江大兵姐妹的子女
5	罗平芳	实际控制人江大兵兄弟的子女
6	吴小虎	实际控制人江大兵姐妹的子女
7	吴冬梅	实际控制人江大兵姐妹的子女
8	周春利	实际控制人江大兵兄弟的子女的配偶
9	周燕[注]	实际控制人江大兵配偶的兄弟的配偶
10	陈云	实际控制人江大兵姐妹的子女的配偶的姐妹
11	李梦莉	公司员工石建洪的配偶
12	牛常常	公司员工杜丽娟的配偶
13	傅云	公司员工焦志华的配偶
14	朱攀水	公司员工朱轩懿的父亲
15	万根花	公司员工胡丽娟的母亲

注：周燕被授权经营的区域中，部分门店（个体工商户）系周燕与王瑶共同控制，基于谨慎性原则，将公司与周燕的交易金额作为关联交易披露，下述比照关联方交易情况内不再重复披露。

2、比照关联方交易情况

比照关联方	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
周春利	1,370.12	1.37	1,474.17	2.11	1,549.50	2.57
罗张红	1,269.31	1.27	1,166.58	1.67	1,351.07	2.24
陈云	992.97	0.99	798.22	1.14	737.51	1.22
李梦莉	619.62	0.62	472.76	0.68	457.26	0.76
罗传玉	619.77	0.62	476.75	0.68	638.40	1.06

罗婷婷	576.30	0.57	625.36	0.90	648.02	1.07
罗平芳	350.38	0.35	287.20	0.41	328.00	0.54
罗传平	313.35	0.31	312.08	0.45	381.44	0.63
牛常常	305.59	0.30	262.43	0.38	216.58	0.36
吴小虎	255.90	0.26	283.89	0.41	198.43	0.33
吴冬梅	51.81	0.05	88.04	0.13	106.14	0.18
傅云	3.86	0.00	1.78	0.00	-	-
朱攀水[注]	274.40	0.27	非比照关联方			
万根花	-	-	132.75	0.19	73.15	0.12
合计	7,003.38	6.99	6,382.00	9.14	6,685.52	11.08

注：朱攀水为公司员工朱轩懿的父亲，朱轩懿于 2024 年入职。

上述比照关联交易披露的客户主要为公司下游加盟商，公司向其销售母婴商品、提供客户经营服务。加盟商主要通过公司授权其经营区域内的加盟门店实现母婴商品的终端销售，公司向其进行销售具备必要性。公司母婴商品定价政策、返利政策、加盟政策及服务费收费标准针对关联方、比照关联方及非关联方无显著差异，相关交易定价具有公允性。

报告期内，公司对上述比照关联方的销售收入合计占各期营业收入的比例分别为 11.08%、9.14%和 6.99%，占比逐年降低，主要系公司业务拓展、营业收入增长所致。

3、比照关联方往来款项余额

（1）应收项目

单位：万元

项目	比照关联方	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
应收账款	周春利	144.41	96.67	186.38
应收账款	陈云	43.96	27.38	46.34
应收账款	罗传平	35.94	53.74	41.34
应收账款	罗婷婷	22.20	8.83	85.22
应收账款	吴小虎	14.10	19.34	39.55
应收账款	罗传玉	13.89	25.28	100.89
应收账款	吴冬梅	10.75	5.08	5.63
应收账款	罗平芳	8.38	-	117.54
应收账款	罗张红	-	5.84	93.25
应收账款	牛常常	0.33	2.86	-

应收账款	李梦莉	-	-	34.06
应收账款	傅云	-	-	1.88
应收账款	万根花	-	-	3.01
合计		293.95	245.01	755.09

(2) 应付项目

单位：万元

项目	比照关联方	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
其他应付款	罗平芳	1.18	1.41	9.00
其他应付款	罗婷婷	0.22	5.20	7.57
其他应付款	罗张红	2.82	5.33	6.86
其他应付款	罗传平	0.46	1.90	5.87
其他应付款	罗传玉	0.99	1.53	5.41
其他应付款	李梦莉	0.04	-	2.66
其他应付款	陈云	0.65	0.49	2.46
其他应付款	周春利	-	-	1.45
其他应付款	牛常常	-	-	0.44
其他应付款	吴冬梅	0.02	0.11	0.18
其他应付款	吴小虎	0.46	0.03	0.14
其他应付款	朱攀水	1.16	非比照关联方	
其他应付款-小计		8.01	15.99	42.05
合同负债	罗张红	144.01	51.73	32.18
合同负债	陈云	68.48	32.49	13.38
合同负债	周春利	54.16	46.91	4.76
合同负债	罗传玉	49.27	31.78	78.70
合同负债	罗婷婷	29.89	15.28	100.09
合同负债	李梦莉	15.90	8.82	11.81
合同负债	牛常常	9.35	9.01	3.03
合同负债	罗平芳	7.84	6.69	76.26
合同负债	罗传平	6.80	58.74	4.97
合同负债	吴小虎	5.74	6.23	1.11
合同负债	吴冬梅	1.81	1.04	5.71
合同负债	朱攀水	13.66	非比照关联方	

合同负债	万根花	-	0.61	0.97
合同负债-小计		406.90	269.34	332.97

（四）报告期内关联交易所履行的程序及独立董事意见

公司根据《公司法》等相关法律法规以及《公司章程》的规定，制定了《股东会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《关联交易管理办法》等内部控制制度，对关联交易的决策权限、决策程序及关联董事、关联股东的回避表决制度进行了详细的规定。2025年4月10日，公司召开2024年股东会年会，审议通过了《关于确认2022年-2024年的关联交易事项的议案》《关于预计2025年日常性关联交易的议案》。报告期内，公司关联交易已按规定履行相应决策程序并及时披露。

2025年3月20日，独立董事对公司关联交易事项进行了审核并出具了《独立意见》，一致认为：公司2022年-2024年发生的关联交易系真实发生；其发生符合当时公司业务开展需要，具备必要性和合理性，价格公允，不存在损害公司及全体股东，特别是中小股东利益的情形。公司预计的2025年日常性关联交易符合公司业务开展需要，具备必要性和合理性，遵循了相关法律法规和公司章程的规定，不存在损害公司及全体股东，特别是中小股东利益的情形。

八、 其他事项

无。

第七节 财务会计信息

一、 发行人最近三年的财务报表

(一) 合并资产负债表

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	185,354,470.66	329,381,701.98	290,919,433.12
结算备付金	-	-	-
拆出资金	-	-	-
交易性金融资产	282,152,787.94	-	-
衍生金融资产	-	-	-
应收票据	-	-	-
应收账款	25,757,663.65	29,638,388.94	45,374,507.84
应收款项融资	-	-	-
预付款项	45,694,157.95	28,280,563.91	22,061,452.73
应收保费	-	-	-
应收分保账款	-	-	-
应收分保合同准备金	-	-	-
其他应收款	3,982,682.06	8,204,486.39	5,188,806.39
其中：应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
买入返售金融资产	-	-	-
存货	115,458,821.34	112,853,143.35	93,221,825.81
合同资产	-	-	-
持有待售资产	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	45,741,832.23	43,134,055.75	70,962,420.00
流动资产合计	704,142,415.83	551,492,340.32	527,728,445.89
非流动资产：			
发放贷款及垫款	-	-	-
债权投资	-	-	-
其他债权投资	-	-	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	-	-	-
其他权益工具投资	-	-	-
其他非流动金融资产	-	-	-
投资性房地产	-	-	-
固定资产	14,583,597.29	14,913,757.17	16,765,914.80
在建工程	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-

油气资产	-	-	-
使用权资产	15,772,820.66	7,279,569.78	3,663,646.02
无形资产	1,725,111.49	445,283.13	606,453.61
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	2,598,621.35	329,573.47	261,977.05
递延所得税资产	7,705,544.50	4,472,445.65	3,688,624.50
其他非流动资产	-	1,233,417.49	-
非流动资产合计	42,385,695.29	28,674,046.69	24,986,615.98
资产总计	746,528,111.12	580,166,387.01	552,715,061.87
流动负债：			
短期借款	-	-	-
向中央银行借款	-	-	-
拆入资金	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-
衍生金融负债	-	-	-
应付票据	-	-	-
应付账款	9,851,651.65	10,570,594.30	14,509,508.33
预收款项	-	-	-
合同负债	47,099,177.27	20,543,531.84	22,827,623.40
卖出回购金融资产款	-	-	-
吸收存款及同业存放	-	-	-
代理买卖证券款	-	-	-
代理承销证券款	-	-	-
应付职工薪酬	8,019,487.02	5,944,669.78	5,198,938.28
应交税费	15,728,443.88	11,076,106.20	14,029,272.62
其他应付款	7,182,543.29	5,274,361.73	5,653,126.94
其中：应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
应付手续费及佣金	-	-	-
应付分保账款	-	-	-
持有待售负债	-	-	-
一年内到期的非流动负债	4,501,143.34	2,490,957.28	1,292,313.76
其他流动负债	3,173,582.59	1,093,461.65	1,767,852.23
流动负债合计	95,556,029.04	56,993,682.78	65,278,635.56
非流动负债：			
保险合同准备金	-	-	-
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
其中：优先股	-	-	-
永续债	-	-	-
租赁负债	10,468,900.33	4,587,784.02	1,922,856.16

长期应付款	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延收益	-	-	-
递延所得税负债	5,258,118.50	2,240,871.31	1,685,824.88
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	15,727,018.83	6,828,655.33	3,608,681.04
负债合计	111,283,047.87	63,822,338.11	68,887,316.60
所有者权益（或股东权益）：			
股本	360,000,001.00	360,000,001.00	259,818,731.00
其他权益工具	-	-	-
其中：优先股	-	-	-
永续债	-	-	-
资本公积	23,789,129.92	24,059,838.66	124,156,600.03
减：库存股	-	-	-
其他综合收益	-	-	-
专项储备	-	-	-
盈余公积	29,033,030.08	16,152,002.65	6,826,808.06
一般风险准备	-	-	-
未分配利润	222,422,902.25	115,080,692.30	92,041,517.86
归属于母公司所有者权益合计	635,245,063.25	515,292,534.61	482,843,656.95
少数股东权益	-	1,051,514.29	984,088.32
所有者权益合计	635,245,063.25	516,344,048.90	483,827,745.27
负债和所有者权益总计	746,528,111.12	580,166,387.01	552,715,061.87

法定代表人：江大兵 主管会计工作负责人：洪燕玲 会计机构负责人：洪燕玲

（二） 母公司资产负债表

√适用□不适用

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	166,875,111.25	276,235,212.49	241,167,140.12
交易性金融资产	230,136,882.19	-	-
衍生金融资产	-	-	-
应收票据	-	-	-
应收账款	106,876,392.50	59,710,336.27	20,392,560.57
应收款项融资	-	-	-
预付款项	32,216,635.67	16,161,060.27	11,834,683.75
其他应收款	2,285,196.18	7,262,401.76	19,962,048.13

其中：应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
买入返售金融资产	-	-	-
存货	38,519,482.41	45,321,034.78	53,005,644.62
合同资产	-	-	-
持有待售资产	-	-	-
一年内到期的非流动资产	4,133,731.50	-	-
其他流动资产	11,067,145.76	23,090,177.96	41,235,873.32
流动资产合计	592,110,577.46	427,780,223.53	387,597,950.51
非流动资产：			
债权投资	-	-	-
其他债权投资	-	-	-
长期应收款	11,163,086.08	-	-
长期股权投资	27,484,364.30	21,084,364.30	21,529,855.67
其他权益工具投资	-	-	-
其他非流动金融资产	-	-	-
投资性房地产	3,736,088.79	3,884,078.43	4,032,068.07
固定资产	9,539,415.46	10,570,368.91	12,277,585.06
在建工程	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-
油气资产	-	-	-
使用权资产	1,338,952.00	2,796,790.25	418,133.50
无形资产	-	-	-
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	1,691,581.42	35,133.37	175,665.69
递延所得税资产	4,850,641.96	2,552,192.92	1,897,970.86
其他非流动资产	-	-	-
非流动资产合计	59,804,130.01	40,922,928.18	40,331,278.85
资产总计	651,914,707.47	468,703,151.71	427,929,229.36
流动负债：			
短期借款	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-
衍生金融负债	-	-	-
应付票据	-	-	-
应付账款	4,815,113.92	6,013,872.53	8,633,691.45
预收款项	-	-	-
卖出回购金融资产款	-	-	-
应付职工薪酬	2,612,432.85	2,074,497.36	2,054,319.66
应交税费	4,976,441.24	4,632,473.88	4,711,993.43
其他应付款	52,903,398.30	18,793,168.70	4,658,400.89
其中：应付利息	-	-	-

应付股利	-	-	-
合同负债	16,145,950.89	8,526,785.05	12,533,249.42
持有待售负债	-	-	-
一年内到期的非流动负债	3,568,262.03	1,227,128.85	368,953.82
其他流动负债	763,537.10	361,887.12	1,054,100.16
流动负债合计	85,785,136.33	41,629,813.49	34,014,708.83
非流动负债：			
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
其中：优先股	-	-	-
永续债	-	-	-
租赁负债	8,862,148.61	1,905,992.07	-
长期应付款	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延收益	-	-	-
递延所得税负债	4,483,221.17	1,193,419.04	920,552.52
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	13,345,369.78	3,099,411.11	920,552.52
负债合计	99,130,506.11	44,729,224.60	34,935,261.35
所有者权益：			
股本	360,000,001.00	360,000,001.00	259,818,731.00
其他权益工具	-	-	-
其中：优先股	-	-	-
永续债	-	-	-
资本公积	22,331,503.36	22,331,503.36	122,428,264.73
减：库存股	-	-	-
其他综合收益	-	-	-
专项储备	-	-	-
盈余公积	29,033,030.08	16,152,002.65	6,826,808.06
一般风险准备	-	-	-
未分配利润	141,419,666.92	25,490,420.10	3,920,164.22
所有者权益合计	552,784,201.36	423,973,927.11	392,993,968.01
负债和所有者权益合计	651,914,707.47	468,703,151.71	427,929,229.36

（三） 合并利润表

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
一、营业总收入	1,002,517,372.54	698,030,826.07	603,269,023.63
其中：营业收入	1,002,517,372.54	698,030,826.07	603,269,023.63
利息收入	-	-	-

已赚保费	-	-	-
手续费及佣金收入	-	-	-
二、营业总成本	854,944,859.58	580,724,431.20	502,052,983.23
其中：营业成本	794,011,188.64	533,401,638.60	457,846,569.56
利息支出	-	-	-
手续费及佣金支出	-	-	-
退保金	-	-	-
赔付支出净额	-	-	-
提取保险责任准备金净额	-	-	-
保单红利支出	-	-	-
分保费用	-	-	-
税金及附加	3,316,143.79	2,806,844.33	1,533,043.89
销售费用	28,134,007.76	22,243,170.39	19,549,473.82
管理费用	27,501,375.89	24,774,632.71	20,271,186.43
研发费用	4,389,910.36	4,188,032.82	3,218,551.07
财务费用	-2,407,766.86	-6,689,887.65	-365,841.54
其中：利息费用	416,838.30	285,311.79	97,519.18
利息收入	2,833,790.48	6,987,691.24	486,623.78
加：其他收益	1,384,662.47	758,634.47	1,113,741.91
投资收益（损失以“-”号填列）	3,150,057.22	-	4,227,995.24
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
汇兑收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	152,787.94	-	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-429,013.20	521,663.67	-922,713.83
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-579,357.75	-243,424.01	-944,856.18
资产处置收益（损失以“-”号填列）	162,922.51	7,478.09	4,425.84
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	151,414,572.15	118,350,747.09	104,694,633.38
加：营业外收入	121,125.66	40,774.72	56,982.04
减：营业外支出	149,279.43	145,159.46	2,565.71
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	151,386,418.38	118,246,362.35	104,749,049.71
减：所得税费用	31,085,404.03	23,458,071.91	21,007,751.61
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	120,301,014.35	94,788,290.44	83,741,298.10
其中：被合并方在合并前实现的净利润	-	-	-

(一) 按经营持续性分类:			
1. 持续经营净利润 (净亏损以“-”号填列)	120,301,014.35	94,788,361.75	83,741,847.93
2. 终止经营净利润 (净亏损以“-”号填列)	-	-71.31	-549.83
(二) 按所有权归属分类:			
1. 少数股东损益 (净亏损以“-”号填列)	77,776.97	67,425.97	96,795.51
2. 归属于母公司所有者的净利润 (净亏损以“-”号填列)	120,223,237.38	94,720,864.47	83,644,502.59
六、其他综合收益的税后净额	-	-	-
(一) 归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-	-	-
1. 不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
(1) 重新计量设定受益计划变动额	-	-	-
(2) 权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-
(3) 其他权益工具投资公允价值变动	-	-	-
(4) 企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-
(5) 其他	-	-	-
2. 将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
(1) 权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-
(2) 其他债权投资公允价值变动	-	-	-
(3) 金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-
(4) 其他债权投资信用减值准备	-	-	-
(5) 现金流量套期储备	-	-	-
(6) 外币财务报表折算差额	-	-	-
(7) 其他	-	-	-
(二) 归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-
七、综合收益总额	120,301,014.35	94,788,290.44	83,741,298.10
(一) 归属于母公司所有者的综合收益总额	120,223,237.38	94,720,864.47	83,644,502.59
(二) 归属于少数股东的综合收益总额	77,776.97	67,425.97	96,795.51
八、每股收益:			
(一) 基本每股收益 (元/股)	0.33	0.26	0.27
(二) 稀释每股收益 (元/股)	0.33	0.26	0.27

法定代表人: 江大兵

主管会计工作负责人: 洪燕玲

会计机构负责人: 洪燕玲

(四) 母公司利润表

√ 适用 □ 不适用

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
一、营业收入	505,915,358.43	402,096,211.66	343,872,629.63
减：营业成本	436,869,790.70	345,658,799.43	303,719,968.26
税金及附加	1,946,701.25	1,470,934.32	749,846.46
销售费用	9,427,757.52	8,159,827.71	8,720,592.03
管理费用	14,991,867.34	16,217,857.46	12,930,104.28
研发费用	-	-	-
财务费用	-1,546,884.61	-5,620,178.95	-344,087.30
其中：利息费用	235,636.99	155,629.62	28,371.93
利息收入	1,782,540.47	5,775,897.33	373,362.23
加：其他收益	529,037.37	521,333.18	996,500.05
投资收益（损失以“-”号填列）	93,260,128.99	66,014,762.46	55,686,713.84
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
汇兑收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	136,882.19	-	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	186,468.48	10,105.19	-143,256.85
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-318,601.37	-148,946.68	-214,185.45
资产处置收益（损失以“-”号填列）	3,634,331.10	7,478.09	2,879.65
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	141,654,372.99	102,613,703.93	74,424,857.14
加：营业外收入	83,020.92	17,698.38	26,297.00
减：营业外支出	78,337.08	111,873.48	2,427.65
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	141,659,056.83	102,519,528.83	74,448,726.49
减：所得税费用	12,848,782.58	9,267,582.92	6,180,645.87
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	128,810,274.25	93,251,945.91	68,268,080.62
（一）持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	128,810,274.25	93,251,945.91	68,268,080.62
（二）终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-
（一）不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-

1. 重新计量设定受益计划变动额	-	-	-
2. 权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-
3. 其他权益工具投资公允价值变动	-	-	-
4. 企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-
5. 其他	-	-	-
(二) 将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
1. 权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-
2. 其他债权投资公允价值变动	-	-	-
3. 金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-
4. 其他债权投资信用减值准备	-	-	-
5. 现金流量套期储备	-	-	-
6. 外币财务报表折算差额	-	-	-
7. 其他	-	-	-
六、综合收益总额	128,810,274.25	93,251,945.91	68,268,080.62
七、每股收益：			
(一) 基本每股收益（元/股）	-	-	-
(二) 稀释每股收益（元/股）	-	-	-

(五) 合并现金流量表

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务现金	1,115,244,350.54	786,604,868.20	644,668,944.27
客户存款和同业存放款项净增加额	-	-	-
向中央银行借款净增加额	-	-	-
收到原保险合同保费取得的现金	-	-	-
收到再保险业务现金净额	-	-	-
保户储金及投资款净增加额	-	-	-
收取利息、手续费及佣金的现金	-	-	-
拆入资金净增加额	-	-	-
回购业务资金净增加额	-	-	-
代理买卖证券收到的现金净额	-	-	-
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	45,469,877.35	60,161,255.85	41,078,051.13
经营活动现金流入小计	1,160,714,227.89	846,766,124.05	685,746,995.40
购买商品、接受劳务支付的现金	874,769,173.71	586,953,520.91	467,045,435.79
客户贷款及垫款净增加额	-	-	-
存放中央银行和同业款项净增加额	-	-	-
支付原保险合同赔付款项的现金	-	-	-
拆出资金净增加额	-	-	-

支付利息、手续费及佣金的现金	-	-	-
支付保单红利的现金	-	-	-
支付给职工以及为职工支付的现金	35,876,155.58	30,487,883.10	28,697,981.54
支付的各项税费	48,524,103.18	48,397,415.80	24,828,539.67
支付其他与经营活动有关的现金	56,371,233.86	76,025,827.66	47,479,496.06
经营活动现金流出小计	1,015,540,666.33	741,864,647.47	568,051,453.06
经营活动产生的现金流量净额	145,173,561.56	104,901,476.58	117,695,542.34
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	492,500,000.00	-	417,479,570.40
取得投资收益收到的现金	3,150,057.22	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	8,890.00	110,305.00	8,000.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	495,658,947.22	110,305.00	417,487,570.40
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	4,690,159.07	1,786,791.71	2,160,816.62
投资支付的现金	774,500,000.00	-	321,434,000.00
质押贷款净增加额	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	779,190,159.07	1,786,791.71	323,594,816.62
投资活动产生的现金流量净额	-283,531,211.85	-1,676,486.71	93,892,753.78
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	85,102,500.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	1,000,000.00
取得借款收到的现金	-	-	-
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	85,102,500.00
偿还债务支付的现金	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	62,356,495.44	15,375,645.27
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	375,645.27
支付其他与筹资活动有关的现金	5,669,581.03	2,365,638.09	1,883,616.10
筹资活动现金流出小计	5,669,581.03	64,722,133.53	17,259,261.37
筹资活动产生的现金流量净额	-5,669,581.03	-64,722,133.53	67,843,238.63
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	-144,027,231.32	38,502,856.34	279,431,534.75

加：期初现金及现金等价物余额	329,381,701.98	290,878,845.64	11,447,310.89
六、期末现金及现金等价物余额	185,354,470.66	329,381,701.98	290,878,845.64

法定代表人：江大兵

主管会计工作负责人：洪燕玲

会计机构负责人：洪燕玲

（六） 母公司现金流量表

√适用□不适用

单位：元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	512,881,433.37	391,347,652.63	373,695,749.69
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	76,947,460.64	110,608,029.10	65,638,454.59
经营活动现金流入小计	589,828,894.01	501,955,681.73	439,334,204.28
购买商品、接受劳务支付的现金	471,754,762.52	346,470,112.31	302,957,717.63
支付给职工以及为职工支付的现金	11,322,461.53	10,980,011.61	11,598,383.80
支付的各项税费	23,610,445.34	20,630,895.59	5,665,806.88
支付其他与经营活动有关的现金	45,231,782.15	92,061,441.65	49,069,017.05
经营活动现金流出小计	551,919,451.54	470,142,461.16	369,290,925.36
经营活动产生的现金流量净额	37,909,442.47	31,813,220.57	70,043,278.92
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	350,000,000.00	530,000.00	330,135,241.44
取得投资收益收到的现金	93,260,128.99	66,014,762.46	52,016,279.85
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	8,890.00	110,305.00	8,000.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	1,728,476.79	-	-
投资活动现金流入小计	444,997,495.78	66,655,067.46	382,159,521.29
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	2,444,609.27	69,678.78	1,870,313.84
投资支付的现金	586,400,000.00	-	278,443,500.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	588,844,609.27	69,678.78	280,313,813.84
投资活动产生的现金流量净额	-143,847,113.49	66,585,388.68	101,845,707.45
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	84,102,500.00
取得借款收到的现金	-	-	-
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	84,102,500.00

偿还债务支付的现金	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	62,356,495.44	15,000,000.00
支付其他与筹资活动有关的现金	3,422,430.22	974,041.44	832,150.00
筹资活动现金流出小计	3,422,430.22	63,330,536.88	15,832,150.00
筹资活动产生的现金流量净额	-3,422,430.22	-63,330,536.88	68,270,350.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	-109,360,101.24	35,068,072.37	240,159,336.37
加：期初现金及现金等价物余额	276,235,212.49	241,167,140.12	1,007,803.75
六、期末现金及现金等价物余额	166,875,111.25	276,235,212.49	241,167,140.12

二、 审计意见

2024 年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	天职业字[2025]6954 号
审计机构名称	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	北京市海淀区车公庄西路 19 号 68 号楼 A-1 和 A-5 区域
审计报告日期	2025 年 3 月 19 日
注册会计师姓名	周春阳、王治宾、宋璐璐
2023 年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	天职业字[2024]263 号
审计机构名称	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	北京市海淀区车公庄西路 19 号 68 号楼 A-1 和 A-5 区域
审计报告日期	2024 年 3 月 25 日
注册会计师姓名	周春阳、李效辉、邱星
2022 年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	天职业字[2023]3316 号
审计机构名称	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	北京市海淀区车公庄西路 19 号 68 号楼 A-1 和 A-5 区域
审计报告日期	2023 年 4 月 26 日
注册会计师姓名	周春阳、李效辉、邱星

三、 财务报表的编制基准及合并财务报表范围

（一） 财务报表的编制基础

1、编制基础 本财务报表以公司持续经营假设为基础，根据实际发生的交易事项，按照企业会计准则的有关规定，并基于以下所述重要会计政策、会计估计进行编制。 2、持续经营 公司自本报告期末起至少 12 个月内具备持续经营能力，无影响持续经营能力的重大事项。

（二） 合并财务报表范围及变化情况

报告期内，依据《企业会计准则》纳入合并财务报表范围的主体如下：

序号	名称	持股比例	表决权比例	至报告期末实际投资额 (万元)	纳入合并范围的期间	合并类型	取得方式
1	贵州天喜	100.00%	100.00%	50.00	2022.1.1-2024.12.31	全资子公司	投资设立
2	重庆天喜	100.00%	100.00%	50.00	2022.1.1-2024.12.31	全资子公司	投资设立
3	昆明顺雄	100.00%	100.00%	50.00	2022.1.1-2024.12.31	全资子公司	投资设立
4	创托盛和	100.00%	100.00%	500.00	2022.1.1-2024.12.31	全资子公司	受让取得
5	成都佳和	100.00%	100.00%	50.00	2022.1.1-2023.9.30	全资子公司	受让取得
6	仟祥商贸	100.00%	100.00%	3.00	2022.1.1-2022.7.31	全资子公司	受让取得
7	天雄商贸	100.00%	100.00%	3.00	2022.1.1-2022.7.31	全资子公司	受让取得
8	政林永祥	100.00%	100.00%	3.00	2022.1.1-2023.3.31	全资子公司	受让取得
9	武汉千佳原	100.00%	100.00%	500.00	2022.8.23-2024.12.31	全资子公司	投资设立
10	富云仟祥	100.00%	100.00%	1,000.00	2022.8.10-2024.12.31	全资子公司	投资设立
11	江西天喜	100.00%	100.00%	500.00	2024.8.2-2024.12.31	全资子公司	投资设立
12	江西天喜赣北	100.00%	100.00%	0.00	2024.10.9-2024.12.31	全资孙公司	投资设立
13	江西易和赣南	100.00%	100.00%	0.00	2024.10.9-2024.12.31	全资孙公司	投资设立

报告期内，公司于 2022 年 8 月投资设立子公司武汉千佳原和富云仟祥，公司自 2022 年 8 月起将上述两家公司纳入合并报表；公司于 2024 年 8 月投资设立子公司江西天喜，并自 2024 年 8 月起将其纳入合并报表；公司于 2024 年 10 月投资设立孙公司江西天喜赣北和江西易和赣南，并自 2024 年 10 月起将其纳入合并报表。

政林永祥于 2021 年 12 月完成工商注销，于 2023 年 3 月完成银行账户注销，自银行账户注销次月起不再纳入合并范围；天雄商贸于 2021 年 12 月完成工商注销，于 2022 年 7 月完成银行账户注销，自银行账户注销次月起不再纳入合并范围；仟祥商贸于 2021 年 12 月完成工商注销，于 2022 年 7 月完成银行账户注销，自银行账户注销次月起不再纳入合并范围；成都佳和于 2023 年 7 月完成工商注销，于 2023 年 9 月完成银行账户注销，自银行账户注销次月起不再纳入合并范围。

四、 会计政策、估计

（一） 会计政策和会计估计

具体会计政策和会计估计提示：

√适用 □不适用

公司根据实际经营特点，依据相关企业会计准则的规定，对收入确认等交易或事项制定了具体会计政策和会计估计。

1. 金融工具

√适用 □不适用

（1）金融工具的确认和终止确认

本公司于成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

以常规方式买卖金融资产，按交易日进行会计确认和终止确认。常规方式买卖金融资产，是指按照合同条款的约定，在法规或通行惯例规定的期限内收取或交付金融资产。交易日，是指本公司承诺买入或卖出金融资产的日期。

满足下列条件的，终止确认金融资产（或金融资产的一部分，或一组类似金融资产的一部分），即从其账户和资产负债表内予以转销：

①收取金融资产现金流量的权利届满；

②转移了收取金融资产现金流量的权利，或在“过手协议”下承担了及时将收取的现金流量全额支付给第三方的义务；并且（a）实质上转让了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，或（b）虽然实质上既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但放弃了对该金融资产的控制。

（2）金融资产分类和计量

本公司的金融资产于初始确认时根据本公司管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征分类为：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产以及以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。金融资产的后续计量取决于其分类。

本公司对金融资产的分类，依据本公司管理金融资产的业务模式和金融资产的现金流量特征进行分类。

①以摊余成本计量的金融资产

金融资产同时符合下列条件的，分类为以摊余成本计量的金融资产：本公司管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标；该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。对于此类金融资产，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，其摊销或减值产生的利得或损失，均计入当期损益。

②以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资

金融资产同时符合下列条件的，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：本公司管理该金融资产的业务模式是既以收取合同现金流量为目标又以出售金融资产为目标；该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量。其折价或溢价采用实际利率法进行摊销并确认为利息收入或费用。除减值损失及外币货币性金融资产的汇兑差额确认为当期损益外，此类金融资产的公允价值变动作为其他综合收益确认，直到该金融资产终止确认时，其累计利得或损失转入当期损益。与此类金融资产相关利息收入，计入当期损益。

③以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资

本公司不可撤销地选择将部分非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，仅将相关股利收入计入当期损益，公允价值变动作为其他综合收益确认，直到该金融资产终止确认时，其累计利得或损失转入留存收益。

④以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

上述以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产之外的金融资产，分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。在初始确认时，为了能够消除或显著减少会计错配，可以将金融资产指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量，所有公允价值变动计入当期损益。

当且仅当本公司改变管理金融资产的业务模式时，才对所有受影响的相关金融资产进行重分类。

对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益，其他类别的金融资产相关交易费用计入其初始确认金额。

（3）金融负债分类和计量

本公司的金融负债于初始确认时分类为：以摊余成本计量的金融负债与以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

符合以下条件之一的金融负债可在初始计量时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债：A、该项指定能够消除或显著减少会计错配；B、根据正式书面文件载明的公司风险管理或投资策略，以公允价值为基础对金融负债组合或金融资产和金融负债组合进行管理和业绩评价，并在公司内部以此为基础向关键管理人员报告；C、该金融负债包含需单独分拆的嵌入衍生工具。

本公司在初始确认时确定金融负债的分类。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，相关交易费用直接计入当期损益，其他金融负债的相关交易费用计入其初始确认金额。

金融负债的后续计量取决于其分类：

A、以摊余成本计量的金融负债

对于此类金融负债，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。

B、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债(含属于金融负债的衍生工具)和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

(4) 金融工具抵销

同时满足下列条件的，金融资产和金融负债以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

(5) 金融资产减值

本公司对于以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资和财务担保合同等，以预期信用损失为基础确认损失准备。信用损失，是指本公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。

本公司考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，以单项或组合的方式对以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）的预期信用损失进行估计。

①预期信用损失一般模型

如果该金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加，本公司按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备；如果该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加，本公司按照相当于该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量其损失准备。由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。

通常逾期超过 30 日，本公司即认为该金融工具的信用风险已显著增加，除非有确凿证据证明该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

具体来说，本公司将购买或源生时未发生信用减值的金融工具发生信用减值的过程分为三个阶段，对于不同阶段的金融工具的减值有不同的会计处理方法：

第一阶段：信用风险自初始确认后未显著增加

对于处于该阶段的金融工具，公司应当按照未来 12 个月的预期信用损失计量损失准备，并按其账面余额（即未扣除减值准备）和实际利率计算利息收入（若该工具为金融资产，下同）。

第二阶段：信用风险自初始确认后已显著增加但尚未发生信用减值

对于处于该阶段的金融工具，公司应当按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备，并按其账面余额和实际利率计算利息收入。

第三阶段：初始确认后发生信用减值

对于处于该阶段的金融工具，公司应当按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备，但对利息收入的计算不同于处于前两阶段的金融资产。对于已发生信用减值的金融资产，公司应当按其摊余成本（账面余额减已计提减值准备，也即账面价值）和实际利率计算利息收入。

对于购买或源生时已发生信用减值的金融资产，公司应当仅将初始确认后整个存续期内预期信用损失的变动确认为损失准备，并按其摊余成本和经信用调整的实际利率计算利息收入。

②本公司对在资产负债表日具有较低信用风险的金融工具，选择不与其初始确认时的信用风险进行比较，而直接做出该工具的信用风险自初始确认后未显著增加的假定。

如果公司确定金融工具的违约风险较低，借款人在短期内履行其支付合同现金流量义务的能力很强，并且即使较长时期内经济形势和经营环境存在不利变化，也不一定会降低借款人履行其支付合同现金流量义务的能力，那么该金融工具可被视为具有较低的信用风险。

③应收款项及租赁应收款

本公司对于《企业会计准则第 14 号——收入》所规定的、不含重大融资成分（包括根据该准则不考虑不超过一年的合同中融资成分的情况）的应收款项，采用预期信用损失的简化模型，始终按照整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

本公司对包含重大融资成分的应收款项和《企业会计准则第 21 号——租赁》规范的租赁应收款，本公司作出会计政策选择，选择采用预期信用损失的简化模型，即按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。

（6）金融资产转移

本公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不终止确认该金融资产。

本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产并确认产生的资产和负债；未放弃对该金融资产控制的，按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

通过对所转移金融资产提供财务担保方式继续涉入的，按照金融资产的账面价值和财务担保金额两者之中的较低者，确认继续涉入形成的资产。财务担保金额，是指所收到的对价中，将被要求偿还的最高金额。

公司与可比公司的信用减值损失比例及确定依据

（1）应收账款

①预期信用损失的确定方法及会计处理方法

本公司对于《企业会计准则第 14 号——收入》所规定的、不含重大融资成分（包括根

据该准则不考虑不超过一年的合同中融资成分的情况)的应收款项,采用预期信用损失的简化模型,即始终按照整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备,由此形成的损失准备的增加或转回金额,作为减值损失或利得计入当期损益。

对于包含重大融资成分的应收款项,本公司选择采用预期信用损失的简化模型,即始终按照整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

本公司在计量应收款项预期信用损失时参照历史信用损失经验,并考虑前瞻性信息,使用账龄与违约损失率对照表确定该应收账款组合的预期信用损失。

本公司依据应收款项信用风险自初始确认后是否已经显著增加,采用相当于未来12个月内、或整个存续期的预期信用损失的金额计量减值损失。除了单项评估信用风险的应收账款外,基于其信用风险特征,将其划分为不同的组合。

②按照信用风险特征组合计提坏账准备的组合类别及确定依据

A、按照单项计提坏账准备的单项计提判断标准

公司对于单项风险特征明显的应收款项,根据应收款项类似信用风险特征(债务人根据合同条款偿还欠款的能力),按历史款项损失情况及债务人经济状况预计可能存在的损失情况,通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率,计算预期信用损失。

B、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款

a、具体组合及计量预期信用损失的方法

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
组合1:账龄组合	相同账龄的应收账款具有类似信用风险特征	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整个存续期预期信用损失率对照表,计算预期信用损失。
组合2:合并范围内关联方组合	合并范围内内部往来应收款项	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期,通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率,计算预期信用损失。

应收账款账龄按照入账日期至资产负债表日的时间确认,账龄按先进先出法计算。

b、应收账款账龄组合中,整个存续期预期信用损失率对照表

账龄	预期信用损失率(%)
1年以内(含1年,以下同)	5.00
1-2年	10.00
2-3年	15.00
3-4年	20.00
4-5年	50.00

5 年以上	100.00

c、合并范围内关联方组合预期信用损失率为零。

(2) 其他应收款

①预期信用损失的确定方法及会计处理方法

本公司对其他应收款采用预期信用损失的一般模型进行处理。

②按照信用风险特征组合计提坏账准备的组合类别及确定依据

组合名称	确定依据	计提方法
账龄组合	类似账龄的款项信用风险特征相似	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，编制其他应收款账龄与未来 12 个月预期信用损失率对照表，计算预期信用损失
关联方组合	合并范围内关联方往来款项信用风险特征相似	根据与之信用风险特征类似的应收款的历史损失率，合并范围内的关联方组合预期损失率为 0.00%
应收代垫款项	款项性质	根据与之信用风险特征类似的应收款的历史损失率，该组合预期损失率为 0.00%
应收押金、保证金及备用金		

③基于账龄确认信用风险特征组合的账龄计算方法

其他应收款账龄按照入账日期至资产负债表日的时间确认，账龄按先进先出法计算。

④按照单项计提坏账准备的认定单项计提判断标准

公司对于单项风险特征明显的其他应收款项，根据其他应收款项类似信用风险特征（债务人根据合同条款偿还欠款的能力），按历史款项损失情况及债务人经济状况预计可能存在的损失情况，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

(3) 信用减值损失的比例

本公司在计量应收款项预期信用损失时参照历史信用损失经验，并考虑前瞻性信息，使用账龄与违约损失率对照表确定该应收账款组合的预期信用损失。

报告期内，考虑不同客户的信用风险特征，以账龄组合为基础评估应收账款的预期信用损失。基于可获得的公开数据，报告期内公司与同行业可比公司的应收账款整体预期信用损失率无显著差异，具体对比情况详见本《招股说明书》“第八节 管理层讨论与分析”之“二、资产负债等财务状况分析”之“（一）应收款项”之“3.应收账款”之“（2）按坏账计提方法分类披露”。

2. 存货

√适用 □不适用

(1) 存货的分类

存货主要为库存商品。

(2) 发出存货的计价方法

发出存货采用月末一次加权平均法。

(3) 存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

(4) 低值易耗品和包装物的摊销方法

①低值易耗品

按照一次转销法进行摊销。

②包装物

按照一次转销法进行摊销。

(5) 存货跌价准备的确认标准和计提方法

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货类别成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。在正常经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

(6) 按照组合计提存货跌价准备的组合类别及确定依据、不同类别存货可变现净值的确定依据

①具体组合及存货可变现净值的确定依据

组合名称	确定组合的依据	存货可变现净值的确定依据
组合 1: 库龄组合	存在质保期且质保期在十年以内的商品	管理层参照历史销售及管理经验，结合企业会计准则相关规定以及同行业存货跌价计提方法，于每个资产负债表日，存货的可变现净值低于其成本的，公司计提存货跌价准备。公司依据商品种类和库龄进行不同程度的折价而估计长库龄商品的可变现净值。
组合 2: 非库龄组合	不存在质保期和质保期在十年以上的商品	管理层参照历史销售及管理经验，结合企业会计准则相关规定以及同行业存货跌价计提方法，于每个资产负债表日，存货的可变现净值低于其成本的，公司计提存货跌价准备。

②库龄组合中，存货跌价准备计提比例对照表

库龄	计提比例
1-180 天	0.00%
181-270 天	5.00%
271-360 天	10.00%
361-720 天	50.00%
721 天及以上	100.00%

(7) 基于库龄确认存货可变现净值的各库龄组合可变现净值的计算方法和确定依据

管理层参照历史销售及管理经验，结合企业会计准则相关规定以及同行业存货跌价计提方法，于每个资产负债表日，存货的可变现净值低于其成本的，公司计提存货跌价准备。公司依据商品种类和库龄进行不同程度的折价而估计长库龄商品的可变现净值。

3. 固定资产

√适用 □不适用

(1) 固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一个会计年度的有形资产。

固定资产以取得时的实际成本入账，并从其达到预定可使用状态的次月起采用年限平均法计提折旧。

(2) 固定资产分类及折旧方法

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	30	5.00	3.17
机器设备	年限平均法	3	5.00	31.67
办公、电子设备及其他设备	年限平均法	3、5	5.00	19.00、31.67
运输设备	年限平均法	3、5	5.00	19.00、31.67

(3) 融资租入固定资产的认定依据、计价和折旧方法（未执行新租赁准则）

□适用 √不适用

(4) 其他说明

√适用 □不适用

固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法。资产负债表日，有迹象表明固定资产发生减值的，按照账面价值与可收回金额的差额计提相应的减值准备。

4. 在建工程

□适用 √不适用

5. 无形资产与开发支出

√适用 □不适用

(1) 计价方法、使用寿命、减值测试

√适用 □不适用

①无形资产包括软件使用权，按成本进行初始计量。

②使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。

各类无形资产的摊销方法、使用寿命和预计净残值如下：

类别	摊销方法	使用寿命（年）	残值率（%）
土地使用权	-	-	-
专利权	-	-	-
非专利技术	-	-	-
软件使用权	直线法摊销	5	-

(2) 内部研究开发支出会计政策

本公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出与开发阶段支出。

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。

开发阶段的支出同时满足下列条件的，确认为无形资产，不能满足下述条件的开发阶段的支出计入当期损益：

①完成无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

②具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

③无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

④有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

⑤归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

无法区分研究阶段支出和开发阶段支出的，将发生的研发支出全部计入当期损益。

6. 股份支付

√适用 □不适用

(1) 股份支付的种类

包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

(2) 权益工具公允价值的确定方法

①存在活跃市场的，按照活跃市场中的报价确定。

②不存在活跃市场的，采用估值技术确定，包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

(3) 确认可行权权益工具最佳估计的依据

根据最新取得的可行权职工数变动等后续信息进行估计。

(4) 实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

①以权益结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应调整资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应调整资本公积。

换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量的，按照其他方服务在取得日的公允价值计量；如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

②以现金结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在授予日按本公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按本公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和相应的负债。

③修改、终止股份支付计划

如果修改增加了所授予的权益工具的公允价值，本公司按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；如果修改增加了所授予的权益工具的数量，本公司将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加；如果本公司按照有利于职工的方式修改可行权条件，公司在处理可行权条件时，考虑修改后的可行权条件。

如果修改减少了授予的权益工具的公允价值，本公司继续以权益工具在授予日的公允价

值为基础，确认取得服务的金额，而不考虑权益工具公允价值的减少；如果修改减少了授予的权益工具的数量，本公司将减少部分作为已授予的权益工具的取消来进行处理；如果以不利于职工的方式修改了可行权条件，在处理可行权条件时，不考虑修改后的可行权条件。

如果本公司在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），则将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本在剩余等待期内确认的金额。

7. 收入

√适用 □不适用

（1）收入的确认

本公司的收入主要包括母婴产品销售收入和服务收入等。

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。取得相关商品控制权是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

（2）本公司依据收入准则相关规定判断相关履约义务性质属于“在某一时段内履行的履约义务”或“某一时点履行的履约义务”，分别按以下原则进行收入确认：

①本公司满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务：

A、客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益。

B、客户能够控制本公司履约过程中在建的资产。

C、本公司履约过程中所产出的资产具有不可替代用途，且本公司在整个合同期内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，本公司在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。本公司考虑商品的性质，采用产出法或投入法确定恰当的履约进度。

②对于不属于在某一时段内履行的履约义务，属于在某一时点履行的履约义务，本公司在客户取得相关商品控制权时点确认收入。

在判断客户是否已取得商品控制权时，本公司考虑下列迹象：

A、本公司就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务。

B、本公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。

C、本公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。

D、本公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所

有权上的主要风险和报酬。

E、客户已接受该商品。

F、其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

本公司收入确认的具体政策：

①母婴商品销售收入

A、加盟及分销业务收入

加盟及分销收入是指公司向品牌商、代理商或经销商采购各类母婴商品，公司与加盟商签订商品经销合同后，根据加盟商订货申请将货物配送至加盟商指定地点或由加盟商自提，加盟商对货物签收后确认收入；公司与分销客户签订购销合同后，根据分销客户提出的采购需求，将货物配送至分销客户指定地点或由分销客户自提，分销客户对货物签收后确认收入。

B、直营门店零售收入

直营门店零售收入是指公司通过直营门店向终端消费者销售形成的收入，在商品交付给终端消费者并取得收款权且商品的控制权转移给终端消费者时确认收入。

②服务收入

A、客户经营服务收入

公司依托数智化中台为客户提供信息技术服务、市场推广服务和商业特许经营服务，主要基于固定收费模式，客户在公司履约的同时即取得并消耗企业履约所带来的经济利益，公司将其作为某一时段内履行的履约义务，按照合同签订的期限在其服务受益期限内进行分期摊销确认相关收入。

B、供应商推广服务收入

公司利用自身品牌影响力及数智化中台向供应商提供一系列线上线下市场推广服务。公司对供应商提供的推广服务为某一时点履行的履约义务，在服务完成后，根据确认单或确认函确认收入。

（3）收入的计量

本公司应当按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。在确定交易价格时，本公司考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响。

①可变对价

本公司按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，应当不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金

额。公司在评估累计已确认收入是否极可能不会发生重大转回时，应当同时考虑收入转回的可能性及其比重。

②重大融资成分

合同中存在重大融资成分的，本公司应当按照假定客户在取得商品控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格。该交易价格与合同对价之间的差额，应当在合同期间内采用实际利率法摊销。

③非现金对价

客户支付非现金对价的，本公司按照非现金对价的公允价值确定交易价格。非现金对价的公允价值不能合理估计的，本公司参照其承诺向客户转让商品的单独售价间接确定交易价格。

④应付客户对价

针对应付客户对价的，应当将该应付对价冲减交易价格，并在确认相关收入与支付（或承诺支付）客户对价二者孰晚的时点冲减当期收入，但应付客户对价是为了向客户取得其他可明确区分商品的除外。

公司应付客户对价是为了向客户取得其他可明确区分商品的，应当采用与本公司其他采购相一致的方式确认所购买的商品。公司应付客户对价超过向客户取得可明确区分商品公允价值的，超过金额冲减交易价格。向客户取得的可明确区分商品公允价值不能合理估计的，公司应当将应付客户对价全额冲减交易价格。

（4）对收入确认具有重大影响的判断

本公司所采用的以下判断，对收入确认的时点和金额具有重大影响：

公司对属于在某一时段内履行的履约义务，按照履约进度确认营业收入的实现。本公司以投入法确定履约进度，由于公司提供的服务是在整个履约期间内平均发生的，因此按照直线法确认收入。

8. 递延所得税资产和递延所得税负债

☒适用 ☐不适用

（1）根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

（2）确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵

扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

（3）资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

（4）本公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：①企业合并；②直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

9. 与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准

公司结合自身所处的行业、发展阶段和经营状况，从项目的性质和金额两方面判断财务会计信息的重要性水平。在判断事项性质的重要性时，公司主要考虑该事项在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素；在判断事项金额的重要性时，公司主要考虑该事项金额占资产总额、净资产、营业收入、利润总额等直接相关项目金额的比重。

10. 重大会计判断和估计

本公司根据实际经营特点、历史经验和其他因素综合判断，需对财务报表项目金额进行判断和估计的重要领域包括金融工具减值、应收款项坏账计提、存货跌价准备、收入确认时点等，相关领域会计政策详见本节之“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“1、金融工具”、“2、存货”、“7、收入”等相关内容。

11. 其他重要的会计政策和会计估计

☐适用 ☒不适用

（二） 会计政策和会计估计分析

☒适用 ☐不适用

报告期内，公司的重大会计政策和会计估计符合公司实际经营情况，与同行业可比公司相比不存在重大差异。

报告期内，公司的会计政策变更系执行新发布的相关企业会计准则所致，对公司财务状况、经营成果、现金流量不构成重大影响。

五、 分部信息

☐适用 ☒不适用

六、 非经常性损益

单位：万元

	2024 年度	2023 年度	2022 年度

非流动性资产处置损益, 包括已计提资产减值准备的冲销部分	16.06	0.22	0.29
计入当期损益的政府补助, 但与公司正常经营业务密切相关、符合国家政策规定、按照确定的标准享有、对公司损益产生持续影响的政府补助除外	137.70	73.26	110.53
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外, 非金融企业持有金融资产和金融负债产生的公允价值变动损益以及处置金融资产和金融负债产生的损益	330.28	-	422.80
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-
对外委托贷款取得的损益	-	-	-
因不可抗力因素, 如遭受自然灾害而产生的各项资产损失	-	-	-
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-
非货币性资产交换损益	-	-	-
债务重组损益	-	-	-
企业因相关经营活动不再持续而发生的一次性费用, 如安置职工的支出等	-	-	-
因税收、会计等法律、法规的调整对当期损益产生的一次性影响	-	-	-
因取消、修改股权激励计划一次性确认的股份支付费用	-	-	-
对于现金结算的股份支付, 在可行权日之后, 应付职工薪酬的公允价值变动产生的损益	-	-	-
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-
交易价格显失公允的交易产生的收益	-	-	-
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-
受托经营取得的托管费收入	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-1.82	-7.31	6.44
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-8.45	-224.26
小计	482.23	57.72	315.80
减: 所得税影响数	111.04	14.54	128.71
少数股东权益影响额	0.001	0.02	-
合计	371.19	43.16	187.09
非经常性损益净额	371.19	43.16	187.09
归属于母公司股东的净利润	12,022.32	9,472.09	8,364.45
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	11,651.14	9,428.93	8,177.36
归属于母公司股东的非经常性损益净额占归属	3.09	0.46	2.24

于母公司股东的净利润的比例（%）			

非经常性损益分析：

报告期内，公司归属于母公司所有者的非经常性损益净额分别为 187.09 万元、43.16 万元和 371.19 万元，主要由银行理财产品收益与政府补助构成，占归属于母公司股东的净利润比例分别为 2.24%、0.46%和 3.09%，占比较低，对公司经营业绩影响程度较小，公司经营成果不存在对非经常性损益的依赖。

七、 主要会计数据及财务指标

项目	2024 年 12 月 31 日/2024 年度	2023 年 12 月 31 日/2023 年度	2022 年 12 月 31 日/2022 年度
资产总计(元)	746,528,111.12	580,166,387.01	552,715,061.87
股东权益合计(元)	635,245,063.25	516,344,048.90	483,827,745.27
归属于母公司所有者的股东权益(元)	635,245,063.25	515,292,534.61	482,843,656.95
每股净资产（元/股）	1.76	1.43	1.86
归属于母公司所有者的每股净资产(元/股)	1.76	1.43	1.86
资产负债率（合并）（%）	14.91	11.00	12.46
资产负债率（母公司）（%）	15.21	9.54	8.16
营业收入(元)	1,002,517,372.54	698,030,826.07	603,269,023.63
毛利率（%）	20.80	23.58	24.11
净利润(元)	120,301,014.35	94,788,290.44	83,741,298.10
归属于母公司所有者的净利润(元)	120,223,237.38	94,720,864.47	83,644,502.59
扣除非经常性损益后的净利润(元)	116,589,129.85	94,356,495.17	81,870,365.55
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润(元)	116,511,359.98	94,289,252.74	81,773,570.04
息税折旧摊销前利润(元)	157,471,177.98	123,096,789.33	108,441,757.35
加权平均净资产收益率（%）	20.90	18.04	19.88
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	20.25	17.96	19.43
基本每股收益（元/股）	0.33	0.26	0.27
稀释每股收益（元/股）	0.33	0.26	0.27
经营活动产生的现金流量净额(元)	145,173,561.56	104,901,476.58	117,695,542.34
每股经营活动产生的现金流量净额(元)	0.40	0.29	0.45
研发投入占营业收入的比例（%）	0.44	0.60	0.53
应收账款周转率	32.47	17.12	11.86
存货周转率	6.93	5.13	5.19
流动比率	7.37	9.68	8.08
速动比率	6.16	7.70	6.66

主要会计数据及财务指标计算公式及变动简要分析:

上述指标的计算公式如下:

- 1、每股净资产=所有者权益合计/股本总额
- 2、归属于母公司所有者的每股净资产=归属于母公司所有者权益合计/股本总额
- 3、资产负债率=期末负债总额/期末资产总额
- 4、毛利率=(当期营业收入-当期营业成本)/当期营业收入
- 5、加权平均净资产收益率和每股收益根据《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号—净资产收益率和每股收益的计算及披露(2010年修订)》计算
- 6、息税折旧摊销前利润=净利润+所得税费用+利息支出+固定资产折旧+使用权资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销
- 7、每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额÷期末股本总额
- 8、研发投入占营业收入的比例=研发费用÷营业收入×100%
- 9、应收账款周转率=当期营业收入/((期末应收账款账面余额+期初应收账款账面余额)/2)
- 10、存货周转率=当期营业成本/((期末存货账面余额+期初存货账面余额)/2)
- 11、流动比率=期末流动资产/期末流动负债
- 12、速动比率=(期末流动资产-期末存货)/期末流动负债

八、 盈利预测

☐适用 ☒不适用

第八节 管理层讨论与分析

一、 经营核心因素

（一）影响收入的主要因素

报告期内，影响公司主营业务收入的主要因素包括母婴行业发展趋势和市场空间、公司下游市场开拓整合能力、公司精细化运营管理和服务能力、公司供应链竞争优势等。

1、母婴行业发展趋势和市场空间

公司主营业务收入主要来自母婴商品销售，受母婴行业发展趋势和市场空间的影响较大。

我国母婴行业的市场发展趋势与新生儿数量、人均消费深度等密切相关。从新生儿数量上来看，近年来受人们生育观念变化、生育压力增加、初婚初育年龄推迟等因素影响，叠加 2020 年起外部宏观环境的扰动，我国新生儿出生率自 2016 年峰值的 13.6% 下滑至 2024 年的 6.77%，影响母婴消费市场规模增速。而同时，近年来国家连续出台生育补贴、托育支持、购房优惠等多项政策，鼓励生育，新生人口数量下滑趋势有所减缓。从母婴行业的人均消费深度上来看，随着我国居民消费水平提升和育儿消费观念升级，科学、精细、多元化的育儿理念从一二线城市不断向低线城市渗透，人均母婴商品的消费深度不断增长。在多重因素影响下，母婴行业呈现总量增长、连锁化率提高的发展趋势，仍具有较大的市场发展空间。

根据沙利文相关数据，预计中国母婴消费市场规模将从 2025 年的 4.1 万亿元进一步增长至 2029 年的 5.1 万亿元，复合年均增长率为 5.3%。中国母婴消费连锁门店市场规模（按终端销售额计算）从 2019 年的 587.4 亿元快速上升至 2024 年的 906.2 亿元，复合年均增长率为 9.1%，且预计将从 2025 年的 999.5 亿元进一步增长至 2029 年的 1,405.2 亿元，复合年均增长率为 8.9%。

2、公司下游市场开拓整合能力

我国母婴行业目前仍然呈现整体市场集中度较低、高度分散化的竞争格局，母婴连锁门店中千店规模以上品牌数量较少。在母婴渠道整合扩张的趋势下，小规模母婴门店因资金实力和成本控制能力较弱，正在被加速出清；而具有市场竞争优势的行业龙头有望逐步实现对中小母婴从业者的整合，母婴连锁零售行业将从区域性、分散性到向具有品牌效应和规模优势的龙头品牌商、渠道商集中，市场集中度预计将进一步提升。

公司作为西南地区的母婴连锁企业龙头之一，在品牌影响力、供应链优势、精细化运营管理能力等方面具备一定竞争优势。公司持续深化西南地区的市场开拓，并在报告期内陆续开拓华中、华东等新区市场，吸引当地母婴门店经营者加盟。公司多年来沉淀的品牌口碑及以数智化为核心的创新商业模式，有助于公司不断提升运营管理能力和市场开拓效率。

3、公司精细化运营管理和服务能力

随着我国新生人口数量逐渐减少，母婴行业竞争加剧，母婴渠道进入整合扩张、降本增效、专业升级的新阶段。母婴渠道商仅依赖供应链整合等手段带来的规模效应较难应对行业总量增长放缓的新竞争业态，门店需要的不仅是传统加盟带来的稳定供应，更需要与之相匹配的销售及运营能力，核心在于降本增效。因此母婴连锁企业需提供更多的服务和支持，包括标准化的运营流程规划、统一的会员管理、员工的专业技能培训到数智化工具的支持，甚至连锁品牌影响力的打造以及企业文化价值观的塑造，以助力门店降本增效，改善运营状况及盈利能力，实现从规模化向体系化的转型升级，是当前行业发展重要趋势。

公司始终坚持以数智化中台为核心、以专注专业的服务为驱动、以优质供应链为载体，以加盟商健康持续发展为目标开展业务经营，高效输出数智化运营方案及专业服务。

报告期内，公司不断完善数智化中台建设，通过提供信息技术服务、市场推广服务和商业特许经营服务等，以数据驱动、会员深度关系经营为纽带，精细化指导下游加盟商日常经营，构建完善的中后台和扩张体系，打造从前端业务数据收集、到中台数据的收集清洗及汇总分析，再到标准化、系统化、精细化制定终端动销方案并指导加盟商落地执行的服务体系。公司基于数据的分析管理及经营逻辑，助力加盟商开展终端消费者的沟通、开发、裂变、转化、留存等系列活动，提升会员消费深度和广度。

公司以数智化中台为核心的经营模式，具备跨区域快速复制能力，且有助于强化公司与上游品牌供应商和下游加盟商的合作关系，不断夯实公司的优质供应链和品牌力。

4、公司供应链竞争优势

公司凭借高效、分布广泛且充分下沉的销售渠道，以及通过数智化中台深度链接下游加盟商及终端消费者带来的精准营销赋能，助力上游品牌供应商的资源投放更为集约、精准。报告期内，公司与飞鹤、伊利金领冠、合生元、海普诺凯、佳贝艾特、好奇等母婴知名品牌建立了深度合作关系，在供应链方面具有规模议价优势、区域独家产品供应优势以及品牌商直供优势，为公司业务开拓、加盟商健康持续发展奠定基础。

（二）影响成本的主要因素

报告期内，公司以奶粉为主的食物占母婴商品销售成本的比例超过 80%，公司与以上游奶粉为主的供应商合作的稳定性和深度、商品品类和价格的竞争优势将直接影响公司营业成本。

在母婴产业链中，上游奶粉品牌商市场集中度较高，且头部品牌商愈发重视渠道效率。随着上游市场整合的持续推进，线下渠道也呈现专业化集中的发展趋势。上游品牌商为提升资源配置效率，更倾向于与具备精细化运营能力的渠道商建立深度合作。公司依托数智化中台体系在终端动销、渠道管理和服务等方面打造的综合运营能力以及广泛且高效的销售渠道，能够助力上游品牌供应商的资源投放更为集约、精准。上游品牌商直供到终端所形成“品牌商-公司-加盟商”的闭环，提升了

整体供应链效率，公司也得以获取具有竞争力的母婴商品。随着公司的市场竞争力不断增强，公司有望进一步深化与重要供应商的合作，持续巩固在供应链方面的成本优势。

（三）影响费用的主要因素

报告期内，公司费用项目主要由销售费用、管理费用、研发费用和财务费用构成，期间费用合计金额分别为 4,267.34 万元、4,451.59 万元和 5,761.75 万元，占营业收入的比例分别为 7.07%、6.38% 和 5.75%，其中销售费用和管理费用中人工薪酬占比较高。随着公司经营规模的扩大，数智化中台体系的建设以及服务深度和广度的扩展，预计人工薪酬等相关支出仍将是未来影响公司期间费用的重要因素。公司期间费用分析详见本节之“三、盈利情况分析”之“（四）主要费用情况分析”。

（四）影响利润的主要因素

公司利润总额主要来源于营业利润，营业外收支金额较小。公司营业利润主要受主营业务收入、主营业务成本、销售费用、管理费用、研发费用等因素影响，具体详见本节之“三、盈利情况分析”中的相关内容。

（五）对公司具有核心意义，或其变动对业绩具有较强预示作用的财务或非财务指标

1、财务指标影响分析

公司营业收入增长率和毛利率等财务指标的变动对公司业绩变动具有较强的预示作用。

报告期内，公司主营业务收入分别为 59,971.20 万元、69,273.99 万元和 99,865.93 万元，分别同比增长 15.51%和 44.16%。随着公司依托数智化中台的精细化运营管理和服务能力不断提升，以及上游供应商和下游加盟商合作的日益紧密，公司的收入规模预计将持续稳定增长。

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 23.82%、23.15%和 20.54%，整体呈现稳中略降的趋势，主要系在外部宏观环境的波动和新生儿出生率下降的行业整体波动的影响下，母婴行业整体市场竞争加剧，母婴商品销售的毛利率波动所致。公司积极调整经营战略，整体毛利率波动相对较小，报告期内毛利率波动的主要原因详见本节之“三、盈利情况分析”之“（三）毛利率分析”。

2、非财务指标影响分析

报告期内，公司主营业务收入来自加盟渠道的母婴商品销售占比超过 70%，加盟商及其门店系公司的重要销售渠道，公司的加盟门店数量及其变动对公司业绩的变动具有较强的预示作用。

报告期内，公司的加盟门店数量从 2022 年初的 1,300 余家增长至 2024 年末的 2,200 余家，保持稳定增长，同时公司与加盟商建立了较为紧密的合作关系，超过 65%以上的加盟门店经营时间超过 5 年，在行业面临较大经营挑战的情况下，公司加盟体系保持了稳健可持续的经营韧性。

二、 资产负债等财务状况分析

(一) 应收款项

1. 应收票据

☐适用 ☒不适用

2. 应收款项融资

☐适用 ☒不适用

3. 应收账款

☒适用 ☐不适用

(1) 按账龄分类披露

单位：万元

账龄	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
1年以内	2,543.36	2,908.88	4,500.38
1至2年	57.39	207.98	331.20
2至3年	172.51	91.51	58.02
3至4年	83.36	55.51	-
4至5年	55.10	-	-
5年以上	-	-	-
合计	2,911.72	3,263.87	4,889.60

(2) 按坏账计提方法分类披露

单位：万元

类别	2024年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	183.41	6.30	183.41	100.00	-
按组合计提坏账准备的应收账款	2,728.31	93.70	152.54	5.59	2,575.77
其中：账龄组合	2,728.31	93.70	152.54	5.59	2,575.77
合计	2,911.72	100.00	335.95	11.54	2,575.77

单位：万元

类别	2023年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	130.88	4.01	130.88	100.00	-
按组合计提坏账准备的应收账款	3,132.99	95.99	169.15	5.40	2,963.84
其中：账龄组合	3,132.99	95.99	169.15	5.40	2,963.84
合计	3,263.87	100.00	300.03	9.19	2,963.84

单位：万元

类别	2022年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
按单项计提坏账准备	95.36	1.95	95.36	100.00	-

的应收账款					
按组合计提坏账准备的应收账款	4,794.24	98.05	256.79	5.36	4,537.45
其中：账龄组合	4,794.24	98.05	256.79	5.36	4,537.45
合计	4,889.60	100.00	352.15	7.20	4,537.45

1) 按单项计提坏账准备：

√适用 □不适用

单位：万元

名称	2024 年 12 月 31 日			
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	计提理由
赵*	48.76	48.76	100.00	预计无法收回
易*	35.11	35.11	100.00	预计无法收回
杨*1	34.05	34.05	100.00	预计无法收回
陈*龙	30.89	30.89	100.00	预计无法收回
廖*	15.71	15.71	100.00	预计无法收回
杨*2	15.00	15.00	100.00	预计无法收回
赖*	3.89	3.89	100.00	预计无法收回
合计	183.41	183.41	100.00	-

单位：万元

名称	2023 年 12 月 31 日			
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	计提理由
赵*	48.76	48.76	100.00	预计无法收回
易*	35.52	35.52	100.00	预计无法收回
陈*龙	30.89	30.89	100.00	预计无法收回
廖*	15.71	15.71	100.00	预计无法收回
合计	130.88	130.88	100.00	-

单位：万元

名称	2022 年 12 月 31 日			
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	计提理由
赵*	48.76	48.76	100.00	预计无法收回
陈*龙	30.89	30.89	100.00	预计无法收回
廖*	15.71	15.71	100.00	预计无法收回
合计	95.36	95.36	100.00	-

按单项计提坏账准备的说明：

公司对预计无法收回的应收账款全额计提坏账。

2) 按组合计提坏账准备：

√适用 □不适用

单位：万元

组合名称	2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
1 年以内（含 1 年）	2,543.36	127.17	5.00
1-2 年（含 2 年）	57.39	5.74	10.00
2-3 年（含 3 年）	117.53	17.63	15.00

3-4 年（含 4 年）	10.03	2.01	20.00
合计	2,728.31	152.54	5.59

单位：万元

组合名称	2023 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	2,908.88	145.44	5.00
1-2 年（含 2 年）	202.05	20.20	10.00
2-3 年（含 3 年）	18.18	2.73	15.00
3-4 年（含 4 年）	3.89	0.78	20.00
合计	3,132.99	169.15	5.40

单位：万元

组合名称	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	4,494.45	224.72	5.00
1-2 年（含 2 年）	258.05	25.80	10.00
2-3 年（含 3 年）	41.74	6.26	15.00
合计	4,794.24	256.79	5.36

确定组合依据的说明：

报告期内，公司对具有类似信用风险特征的应收账款划分了不同组合，确定组合依据的说明详见本《招股说明书》“第七节 财务会计信息”之“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“1.金融工具”。

基于可获得的公开数据，报告期内公司与同行业可比公司整体预期信用损失率的对比情况如下：

公司	180 天以内	181-360 天	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年	整体坏账 计提比例 [注]
爱婴室（2024）	按照单项和组合计提的整体坏账准备预期信用损失率 6.14%							
爱婴室（2023）	按照单项和组合计提整体坏账准备预期信用损失率 7.82%							
爱婴室（2022）	按照单项和组合计提整体坏账准备预期信用损失率 4.23%							
孩子王（2024）	4.63%	24.78%	95.20%					10.55%
孩子王（2023）	4.05%	16.64%	95.19%					7.02%
孩子王（2022）	5.45%	21.41%	100%					6.44%
公司（2024）	5.00%	5.00%	10.00%	15.00%	20.00%	50.00%	100.00%	11.54%
公司（2023）	5.00%	5.00%	10.00%	15.00%	20.00%	50.00%	100.00%	9.19%
公司（2022）	5.00%	5.00%	10.00%	15.00%	20.00%	50.00%	100.00%	7.20%

注：同行业可比公司爱婴室和孩子王预期信用损失率来自公开披露年度报告、审计报告等公开披露文件。

报告期内，公司与同行业可比公司的应收账款整体预期信用损失率无显著差异。

3) 如按预期信用损失一般模型计提坏账准备, 请按下表披露坏账准备的相关信息:
☐适用 ☒不适用

(3) 报告期计提、收回或转回的坏账准备情况
☒适用 ☐不适用

单位: 万元

类别	2023 年 12 月 31 日	本期变动金额			2024 年 12 月 31 日
		计提	收回或转回	核销	
按单项计提坏账准备	130.88	59.40	-	6.86	183.41
按信用风险特征组合计提坏账准备	169.15	-16.61	-	-	152.54
合计	300.03	42.79	-	6.86	335.95

单位: 万元

类别	2022 年 12 月 31 日	本期变动金额			2023 年 12 月 31 日
		计提	收回或转回	核销	
按单项计提坏账准备	95.36	35.52	-	-	130.88
按信用风险特征组合计提坏账准备	256.79	-87.63	-	-	169.15
合计	352.15	-52.12	-	-	300.03

单位: 万元

类别	2021 年 12 月 31 日	本期变动金额			2022 年 12 月 31 日
		计提	收回或转回	核销	
按单项计提坏账准备	-	95.36	-	-	95.36
按信用风险特征组合计提坏账准备	268.73	-3.18	-	8.76	256.79
合计	268.73	92.18	-	8.76	352.15

其中报告期坏账准备收回或转回金额重要的:
☐适用 ☒不适用

其他说明:

无。

(4) 本期实际核销的应收账款情况
☒适用 ☐不适用

单位: 万元

项目	核销金额		
	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
实际核销的应收账款	6.86	-	8.76

其中重要的应收账款核销的情况:
☐适用 ☒不适用

(5) 按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款情况

单位：万元

单位名称	2024 年 12 月 31 日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例（%）	坏账准备
黑龙江飞鹤乳业销售有限公司	197.87	6.80	9.89
罗*斌	153.78	5.28	7.69
周春利	144.41	4.96	8.40
谭*国	75.18	2.58	11.58
黄*	66.52	2.28	3.33
合计	637.76	21.90	40.89

单位：万元

单位名称	2023 年 12 月 31 日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例（%）	坏账准备
黑龙江飞鹤乳业销售有限公司	848.75	26.00	42.44
罗*斌	181.86	5.57	9.09
周春利	96.67	2.96	4.83
谭*国	78.91	2.42	8.40
曹*俊	77.84	2.38	3.89
合计	1,284.03	39.33	68.65

单位：万元

单位名称	2022 年 12 月 31 日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例（%）	坏账准备
周春利	186.38	3.81	13.1
罗*斌	180.63	3.69	9.03
青岛爱氏	174.08	3.56	8.70
罗平芳	117.54	2.40	7.11
叶*华	116.73	2.39	5.84
合计	775.36	15.85	43.78

其他说明：

报告期各期末，公司应收账款期末余额前五名的客户占比分别为 15.85%、39.33%和 21.90%，应收账款的集中度相对较低，主要为应收客户的商品销售款项和服务收入款项，上述客户的资信状况均良好，无法偿还公司款项的可能性较小。

(6) 报告期各期末信用期内外的应收账款

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
信用期内应收账款	2,392.47	82.17%	2,757.68	84.49%	4,379.72	89.57%
信用期外应收账款	519.24	17.83%	506.19	15.51%	509.88	10.43%
应收账款余额合计	2,911.72	100.00%	3,263.87	100.00%	4,889.60	100.00%

(7) 应收账款期后回款情况

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
期末应收账款余额	2,911.72	—	3,263.87	—	4,889.60	—
截至 2025 年 3 月 31 日回款金额	1,827.92	62.78%	2,923.65	89.58%	4,574.07	93.55%

(8) 因金融资产转移而终止确认的应收账款

☐适用 ☒不适用

(9) 转移应收账款且继续涉入形成的资产、负债金额

☐适用 ☒不适用

(10) 科目具体情况及分析说明

①应收账款总体情况分析

报告期内，公司应收账款情况具体如下：

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日 /2024 年度	2023 年 12 月 31 日 /2023 年度	2022 年 12 月 31 日 /2022 年度
应收账款账面余额	2,911.72	3,263.87	4,889.60
坏账准备	335.95	300.03	352.15
应收账款账面价值	2,575.77	2,963.84	4,537.45
营业收入	100,251.74	69,803.08	60,326.90
应收账款账面余额占营业收入的比例	2.90%	4.68%	8.11%

报告期各期末，公司的应收账款账面余额分别为 4,889.60 万元、3,263.87 万元和 2,911.72 万元，占营业收入的比例分别为 8.11%、4.68%和 2.90%，占比逐年下降，主要系公司不断加强应收账款的回款管理所致。

②应收账款风险分析

报告期内，公司账龄一年以内的应收账款余额占比在 90%左右，整体应收账款的账龄较短。公司制定了稳健的坏账准备计提政策，坏账准备计提充分，与同行业可比上市公司的整体信用减值损失比率不存在重大差异，应收账款期后回款情况良好，公司应收账款坏账风险较低。

4. 其他披露事项：

无。

(二) 存货

1. 存货

(1) 存货分类
√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	存货跌价准备或合同 履约成本减值准备	账面价值
原材料	-	-	-
在产品	-	-	-
库存商品	11,610.82	64.94	11,545.88
周转材料	-	-	-
消耗性生物资产	-	-	-
发出商品	-	-	-
建造合同形成的已完 工未结算资产	-	-	-
合同履约成本	-	-	-
合计	11,610.82	64.94	11,545.88

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日		
	账面余额	存货跌价准备或合同 履约成本减值准备	账面价值
原材料	-	-	-
在产品	-	-	-
库存商品	11,320.22	34.91	11,285.31
周转材料	-	-	-
消耗性生物资产	-	-	-
发出商品	-	-	-
建造合同形成的已完 工未结算资产	-	-	-
合同履约成本	-	-	-
合计	11,320.22	34.91	11,285.31

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	存货跌价准备或合同 履约成本减值准备	账面价值
原材料	-	-	-
在产品	-	-	-
库存商品	9,468.75	146.57	9,322.18
周转材料	-	-	-
消耗性生物资产	-	-	-
发出商品	-	-	-
建造合同形成的已完 工未结算资产	-	-	-
合同履约成本	-	-	-
合计	9,468.75	146.57	9,322.18

(2) 存货跌价准备及合同履约成本减值准备

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加金额		本期减少金额		2024 年 12 月 31 日
		计提	其他	转回或转销	其他	
原材料	-	-	-	-	-	-
在产品	-	-	-	-	-	-
库存商品	34.91	57.94	-	27.90	-	64.94
周转材料	-	-	-	-	-	-
消耗性生物资产	-	-	-	-	-	-
建造合同形成的已完工未结算资产	-	-	-	-	-	-
合同履约成本	-	-	-	-	-	-
合计	34.91	57.94	-	27.90	-	64.94

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加金额		本期减少金额		2023 年 12 月 31 日
		计提	其他	转回或转销	其他	
原材料	-	-	-	-	-	-
在产品	-	-	-	-	-	-
库存商品	146.57	24.34	-	136.00	-	34.91
周转材料	-	-	-	-	-	-
消耗性生物资产	-	-	-	-	-	-
建造合同形成的已完工未结算资产	-	-	-	-	-	-
合同履约成本	-	-	-	-	-	-
合计	146.57	24.34	-	136.00	-	34.91

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加金额		本期减少金额		2022 年 12 月 31 日
		计提	其他	转回或转销	其他	
原材料	-	-	-	-	-	-
在产品	-	-	-	-	-	-
库存商品	73.84	94.49	-	21.76	-	146.57
周转材料	-	-	-	-	-	-
消耗性生物资产	-	-	-	-	-	-
建造合同形成的已完工未结算资产	-	-	-	-	-	-
合同履约成本	-	-	-	-	-	-
合计	73.84	94.49	-	21.76	-	146.57

存货跌价准备及合同履约成本减值准备的说明

关于公司的存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法详见本《招股说明书》“第七节 财务会计信息”之“四、会计政策、估计”之“(一) 会计政策和会计估计”之“2.存货”。

(3) 存货期末余额含有借款费用资本化金额的说明

□适用 √不适用

(4) 期末建造合同形成的已完工未结算资产情况（尚未执行新收入准则公司适用）

☐适用 ☒不适用

(5) 合同履约成本本期摊销金额的说明（已执行新收入准则公司适用）

☐适用 ☒不适用

(6) 科目具体情况及分析说明

①存货构成及变化分析

公司主营业务为母婴商品销售并向上游品牌供应商、下游加盟商提供服务，不涉及生产活动，存货均为外购的库存商品。

报告期各期末，公司库存商品账面价值分别为 9,322.18 万元、11,285.31 万元和 11,545.88 万元，占流动资产的比例分别为 17.66%、20.46%和 16.40%。公司的存货主要包括以奶粉为主的食物、以纸尿裤为主的纸品以及服装、用品等。随着公司经营规模的扩大，期末存货规模整体保持稳中略增的水平。

②存货跌价准备分析

报告期各期末，公司存货跌价准备金额分别为 146.57 万元、34.91 万元和 64.94 万元，占存货余额的比例分别为 1.55%、0.31%和 0.56%，占比较低。报告期各期末以奶粉为主的食物类存货占比在 90%左右，其效期要求较高，公司一般参考产品的市场需求和经营策略，按需采购。报告期各期末，公司存货库龄在 180 天内的占比超过 90%，库龄较短，存货周转率较快。

③同行业可比公司的存货跌价政策和计提比例

报告期内，公司与同行业可比公司的存货跌价计提政策不存在明显差异，具体对比情况如下：

公司名称	存货跌价政策
孩子王	于资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去估计的销售费用以及相关税费后的金额。计提存货跌价准备时，库存商品按类别计提。
爱婴室	于资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。计提存货跌价准备时，按单个存货项目计提，与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，合并计提存货跌价准备。
公司	资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货类别成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。在正常经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

注：可比公司孩子王和爱婴室的存货类型与公司相近，其存货跌价政策参考其公开披露的年度报告。

报告期各期末，公司存货跌价准备计提比例与同行业可比公司的对比情况如下：

公司名称	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
孩子王	2.02%	2.23%	1.41%
爱婴室	2.31%	2.39%	2.17%
同行业可比公司平均值	2.17%	2.31%	1.79%
公司	0.56%	0.31%	1.55%

注：可比公司的数据来源于上市公司年度报告、招股说明书等公开披露数据，下同。

报告期各期末，公司的存货跌价准备计提政策与同行业可比公司相比不存在显著差异，符合行业惯例。

④同行业可比公司的存货周转率对比分析

报告期内，公司与同行业可比公司的存货周转率对比情况如下：

单位：次/年

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
孩子王	6.27	5.83	6.30
爱婴室	3.16	2.83	2.94
同行业可比公司平均值	4.72	4.33	4.62
公司	6.93	5.13	5.19

报告期内，公司的存货周转率与孩子王的存货周转率相近、高于爱婴室的存货周转率，整体高于同行业可比公司存货周转率平均水平，主要系公司的存货以奶粉等食品为主，存货类型的集中度相对高，其库龄主要为 6 个月以内，具有较快周转速率。

2. 其他披露事项：

无。

（三） 金融资产、财务性投资

√适用 □不适用

1. 交易性金融资产

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日
分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	28,215.28
其中：	
银行理财产品	28,215.28
指定以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-
其中：	
合计	28,215.28

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司的交易性金融资产分别为 0.00 万元、0.00 万元和 28,215.28 万元，分别占流动资产的比例为 0.00%、0.00%和 40.07%。2024 年末，公司的交易性金融资产系购买的银行理财产品，而 2022 年末和 2023 年末，公司主要通过定期存款、协定存款等方式管理货币资金。

2. 衍生金融资产

☐适用 ☒不适用

3. 债权投资

☐适用 ☒不适用

4. 其他债权投资

☐适用 ☒不适用

5. 长期应收款

☐适用 ☒不适用

6. 长期股权投资

☐适用 ☒不适用

7. 其他权益工具投资

☐适用 ☒不适用

8. 其他非流动金融资产

☐适用 ☒不适用

9. 其他财务性投资

☐适用 ☒不适用

10. 其他披露事项

无。

11. 金融资产、财务性投资总体分析

报告期内，公司资产以经营性资产为主，金融资产主要系 2024 年末的交易性金融资产投资，整体流动性高、风险较低。

（四） 固定资产、在建工程

1. 固定资产

☒适用 ☐不适用

(1) 分类列示

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日

固定资产	1,458.36	1,491.38	1,676.59
固定资产清理	-	-	-
合计	1,458.36	1,491.38	1,676.59

(2) 固定资产情况

√适用 □不适用

单位：万元

2024 年 12 月 31 日					
项目	房屋及建筑物	机器设备	办公、电子设备及其他设备	运输设备	合计
一、账面原值：					
1. 期初余额	1,501.31	4.40	211.70	512.37	2,229.78
2. 本期增加金额	-	2.18	117.79	2.69	122.65
（1）购置	-	2.18	117.79	2.69	122.65
（2）在建工程转入	-	-	-	-	-
（3）企业合并增加	-	-	-	-	-
3. 本期减少金额	-	-	0.68	16.68	17.35
（1）处置或报废	-	-	0.68	16.68	17.35
4. 期末余额	1,501.31	6.58	328.81	498.38	2,335.08
二、累计折旧					
1. 期初余额	253.55	0.97	137.29	346.59	738.41
2. 本期增加金额	47.54	1.40	46.23	59.43	154.60
（1）计提	47.54	1.40	46.23	59.43	154.60
3. 本期减少金额	-	-	0.45	15.84	16.29
（1）处置或报废	-	-	0.45	15.84	16.29
4. 期末余额	301.10	2.37	183.07	390.18	876.72
三、减值准备					
1. 期初余额	-	-	-	-	-
2. 本期增加金额	-	-	-	-	-
（1）计提	-	-	-	-	-
3. 本期减少金额	-	-	-	-	-
（1）处置或报废	-	-	-	-	-
4. 期末余额	-	-	-	-	-
四、账面价值					
1. 期末账面价值	1,200.21	4.20	145.74	108.20	1,458.36
2. 期初账面价值	1,247.76	3.43	74.41	165.78	1,491.38

单位：万元

2023 年 12 月 31 日					
项目	房屋及建筑物	机器设备	办公、电子设备及其他设备	运输设备	合计
一、账面原值：					
1. 期初余额	1,501.31	2.08	200.16	571.26	2,274.81
2. 本期增加金额	-	2.32	18.88	0.84	22.03
（1）购置	-	2.32	18.88	0.84	22.03
（2）在建工程转入	-	-	-	-	-
（3）企业合并增加	-	-	-	-	-

3. 本期减少金额	-	-	7.34	59.72	67.07
(1) 处置或报废	-	-	7.34	59.72	67.07
4. 期末余额	1,501.31	4.40	211.70	512.37	2,229.78
二、累计折旧					
1. 期初余额	206.01	0.35	101.02	290.84	598.22
2. 本期增加金额	47.54	0.62	42.48	105.87	196.51
(1) 计提	47.54	0.62	42.48	105.87	196.51
3. 本期减少金额	-	-	6.21	50.12	56.33
(1) 处置或报废	-	-	6.21	50.12	56.33
4. 期末余额	253.55	0.97	137.29	346.59	738.41
三、减值准备					
1. 期初余额	-	-	-	-	-
2. 本期增加金额	-	-	-	-	-
(1) 计提	-	-	-	-	-
3. 本期减少金额	-	-	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-	-	-
4. 期末余额	-	-	-	-	-
四、账面价值					
1. 期末账面价值	1,247.76	3.43	74.41	165.78	1,491.38
2. 期初账面价值	1,295.30	1.74	99.14	280.42	1,676.59

单位：万元

2022 年 12 月 31 日					
项目	房屋及建筑物	机器设备	办公、电子设备及其他设备	运输设备	合计
一、账面原值：					
1. 期初余额	1,501.31	0.46	173.02	412.64	2,087.44
2. 本期增加金额	-	1.62	27.31	167.02	195.94
(1) 购置	-	1.62	27.31	167.02	195.94
(2) 在建工程转入	-	-	-	-	-
(3) 企业合并增加	-	-	-	-	-
3. 本期减少金额	-	-	0.18	8.40	8.58
(1) 处置或报废	-	-	0.18	8.40	8.58
4. 期末余额	1,501.31	2.08	200.16	571.26	2,274.81
二、累计折旧					
1. 期初余额	158.44	0.13	64.50	207.28	430.35
2. 本期增加金额	47.58	0.22	36.55	91.53	175.87
(1) 计提	47.58	0.22	36.55	91.53	175.87
3. 本期减少金额	-	-	0.02	7.98	8.00
(1) 处置或报废	-	-	0.02	7.98	8.00
4. 期末余额	206.01	0.35	101.02	290.84	598.22
三、减值准备					
1. 期初余额	-	-	-	-	-
2. 本期增加金额	-	-	-	-	-
(1) 计提	-	-	-	-	-
3. 本期减少金额	-	-	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-	-	-
4. 期末余额	-	-	-	-	-

四、账面价值					
1. 期末账面价值	1,295.30	1.74	99.14	280.42	1,676.59
2. 期初账面价值	1,342.87	0.33	108.53	205.36	1,657.09

(3) 暂时闲置的固定资产情况

☐适用 ☒不适用

(4) 通过融资租赁租入的固定资产情况（未执行新租赁准则）

☐适用 ☒不适用

(5) 通过经营租赁租出的固定资产

☐适用 ☒不适用

(6) 未办妥产权证书的固定资产情况

☐适用 ☒不适用

(7) 固定资产清理

☐适用 ☒不适用

(8) 科目具体情况及分析说明

公司主营业务为母婴商品销售并向上游品牌供应商、下游加盟商提供服务，不涉及生产活动。报告期各期末，公司的固定资产主要为房屋及建筑物，占比 70%以上；其他固定资产主要为以车辆和经营办公相关的设备为主的固定资产。

2. 在建工程

☐适用 ☒不适用

3. 其他披露事项

无。

(五) 无形资产、开发支出

1. 无形资产

☒适用 ☐不适用

(1) 无形资产情况

☒适用 ☐不适用

单位：万元

2024 年 12 月 31 日				
项目	土地使用权	专利权	软件使用权	合计
一、账面原值				
1. 期初余额	-	-	92.38	92.38
2. 本期增加金额	-	-	155.37	155.37
(1) 购置	-	-	155.37	155.37
(2) 内部研发	-	-	-	-
(3) 企业合并增加	-	-	-	-
3. 本期减少金额	-	-	-	-

(1) 处置	-	-	-	-
4. 期末余额	-	-	247.75	247.75
二、累计摊销				
1. 期初余额	-	-	47.86	47.86
2. 本期增加金额	-	-	27.38	27.38
(1) 计提	-	-	27.38	27.38
3. 本期减少金额	-	-	-	-
(1) 处置	-	-	-	-
4. 期末余额	-	-	75.24	75.24
三、减值准备				
1. 期初余额	-	-	-	-
2. 本期增加金额	-	-	-	-
(1) 计提	-	-	-	-
3. 本期减少金额	-	-	-	-
(1) 处置	-	-	-	-
4. 期末余额	-	-	-	-
四、账面价值				
1. 期末账面价值	-	-	172.51	172.51
2. 期初账面价值	-	-	44.53	44.53

单位：万元

2023 年 12 月 31 日				
项目	土地使用权	专利权	软件使用权	合计
一、账面原值				
1. 期初余额	-	-	90.26	90.26
2. 本期增加金额	-	-	2.12	2.12
(1) 购置	-	-	2.12	2.12
(2) 内部研发	-	-	-	-
(3) 企业合并增加	-	-	-	-
3. 本期减少金额	-	-	-	-
(1) 处置	-	-	-	-
4. 期末余额	-	-	92.38	92.38
二、累计摊销				
1. 期初余额	-	-	29.61	29.61
2. 本期增加金额	-	-	18.24	18.24
(1) 计提	-	-	18.24	18.24
3. 本期减少金额	-	-	-	-
(1) 处置	-	-	-	-
4. 期末余额	-	-	47.86	47.86
三、减值准备				
1. 期初余额	-	-	-	-
2. 本期增加金额	-	-	-	-
(1) 计提	-	-	-	-
3. 本期减少金额	-	-	-	-
(1) 处置	-	-	-	-
4. 期末余额	-	-	-	-
四、账面价值				
1. 期末账面价值	-	-	44.53	44.53

2. 期初账面价值	-	-	60.65	60.65

单位：万元

2022 年 12 月 31 日				
项目	土地使用权	专利权	软件使用权	合计
一、账面原值				
1. 期初余额	-	-	88.37	88.37
2. 本期增加金额	-	-	1.89	1.89
（1）购置	-	-	1.89	1.89
（2）内部研发	-	-	-	-
（3）企业合并增加	-	-	-	-
3. 本期减少金额	-	-	-	-
（1）处置	-	-	-	-
4. 期末余额	-	-	90.26	90.26
二、累计摊销				
1. 期初余额	-	-	11.69	11.69
2. 本期增加金额	-	-	17.93	17.93
（1）计提	-	-	17.93	17.93
3. 本期减少金额	-	-	-	-
（1）处置	-	-	-	-
4. 期末余额	-	-	29.61	29.61
三、减值准备				
1. 期初余额	-	-	-	-
2. 本期增加金额	-	-	-	-
（1）计提	-	-	-	-
3. 本期减少金额	-	-	-	-
（1）处置	-	-	-	-
4. 期末余额	-	-	-	-
四、账面价值				
1. 期末账面价值	-	-	60.65	60.65
2. 期初账面价值	-	-	76.69	76.69

其他说明：

无。

(2) 报告期末尚未办妥产权证的土地使用权情况

☐适用 ☒不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

无。

2. 开发支出

☐适用 ☒不适用

3. 其他披露事项

无。

(六) 商誉

☐适用 ☒不适用

(七) 主要债项

1. 短期借款

☐适用 ☒不适用

2. 交易性金融负债

☐适用 ☒不适用

3. 衍生金融负债

☐适用 ☒不适用

4. 合同负债（已执行新收入准则公司适用）

☒适用 ☐不适用

(1) 合同负债情况

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日
预收货款	2,608.04
销售返利	2,101.88
合计	4,709.92

(2) 报告期内账面价值发生重大变动的金额和原因

☐适用 ☒不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司的合同负债的具体情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
预收货款	2,608.04	979.12	1,466.75
销售返利	2,101.88	1,075.23	816.01
合计	4,709.92	2,054.35	2,282.76

报告期各期末，公司的合同负债分别为 2,282.76 万元、2,054.35 万元和 4,709.92 万元，占流动负债的比例分别为 34.97%、36.05%和 49.29%，主要由预收货款和销售返利构成。

2024 年末，公司合同负债增长幅度较大，主要系随着公司经营规模的扩大，公司对加盟商的销售返利的支持规模增加，同时公司开拓湖北省、安徽省和江西省等区域新市场，预收账款较快增长所致。

5. 长期借款

☐适用 ☒不适用

6. 其他流动负债

☒适用 ☐不适用

(1) 其他流动负债情况

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日
短期应付债券	-
应付退货款	-
待转销项税额	317.36
合计	317.36

(2) 短期应付债券的增减变动

☐适用 ☒不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司的其他流动负债分别为 176.79 万元、109.35 万元和 317.36 万元，系待转销项税额，占流动负债的比例分别为 2.71%、1.92%和 3.32%。

7. 其他非流动负债

☐适用 ☒不适用

8. 应付债券

☐适用 ☒不适用

9. 主要债项、期末偿债能力总体分析

(1) 负债变动分析

报告期各期末，公司流动负债余额分别为 6,527.86 万元、5,699.37 万元和 9,555.60 万元，占公司负债总额的比例分别为 94.76%、89.30%和 85.87%，主要由应付账款、合同负债、应交税费、应付职工薪酬等构成；公司非流动负债余额分别为 360.87 万元、682.87 万元和 1,572.70 万元，占负债总额的比例分别为 5.24%、10.70%和 14.13%，主要由租赁负债和递延所得税负债构成。

(2) 期末偿债能力总体分析

报告期内，公司偿债能力的主要财务指标情况如下：

项目	2024 年 12 月 31 日 /2024 年度	2023 年 12 月 31 日 /2023 年度	2022 年 12 月 31 日 /2022 年度
资产负债率（%）	14.91	11.00	12.46
流动比率（倍）	7.37	9.68	8.08
速动比率（倍）	6.16	7.70	6.66
利息保障倍数（倍）	364.18	415.45	1,075.14

报告期各期末，公司资产负债率分别为 12.46%、11.00%和 14.91%，处于较低水平，偿债压力

较小。

报告期各期末，公司流动比率分别为 8.08 倍、9.68 倍和 7.37 倍，速动比率分别为 6.66 倍、7.70 倍和 6.16 倍，短期偿债能力较强。

报告期各期，公司利息保障倍数分别为 1,075.14 倍、415.45 倍和 364.18 倍。报告期内公司利息保障倍数较高，具备较强的偿债能力。

综上，报告期内，公司的资产负债率较低，流动比率和速动比率均保持在适当水平，公司偿债能力良好、偿债风险较小。

（3）主要偿债指标与同行业可比公司对比分析

报告期内，公司主要偿债指标与同行业可比公司对比情况如下：

项目	年度	流动比率（倍）	速动比率（倍）	资产负债率（%）
孩子王	2024	1.52	1.24	56.82
	2023	1.84	1.45	65.69
	2022	1.57	1.21	62.29
爱婴室	2024	1.55	0.80	50.33
	2023	1.47	0.76	53.67
	2022	1.31	0.66	59.18
可比公司平均值	2024	1.54	1.02	53.58
	2023	1.65	1.10	59.68
	2022	1.44	0.93	60.74
公司	2024	7.37	6.16	14.91
	2023	9.68	7.70	11.00
	2022	8.08	6.66	12.46

注：可比公司的数据来源于上市公司年度报告、招股说明书等公开披露数据。

报告期内，公司的各项偿债能力指标均优于同行业可比公司，偿债能力较强。

（八） 股东权益

1. 股本

单位：万元

	2023 年 12 月 31 日	本期变动					2024 年 12 月 31 日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	36,000.00	-	-	-	-	-	36,000.00

单位：万元

	2022 年 12 月	本期变动	2023 年 12 月

	31 日	发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	31 日
股份总数	25,981.87	-	-	10,018.13	-	10,018.13	36,000.00

单位：万元

	2021 年 12 月 31 日	本期变动					2022 年 12 月 31 日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	18,831.71	181.87	-	-	6,968.29	7,150.16	25,981.87

科目具体情况及分析说明：

无。

2. 其他权益工具

☐适用 ☒不适用

3. 资本公积

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
资本溢价（股本溢价）	2,405.98	-	27.07	2,378.91
其他资本公积	-	-	-	-
合计	2,405.98	-	27.07	2,378.91

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日
资本溢价（股本溢价）	12,415.66	8.45	10,018.13	2,405.98
其他资本公积	-	-	-	-
合计	12,415.66	8.45	10,018.13	2,405.98

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
资本溢价（股本溢价）	3,518.29	8,897.37	-	12,415.66
其他资本公积	-	-	-	-
合计	3,518.29	8,897.37	-	12,415.66

其他说明，包括本期增减变动情况、变动原因说明：

☐适用 ☒不适用

科目具体情况及分析说明：

无。

4. 库存股

☐适用 ☒不适用

5. 其他综合收益

☐适用 ☒不适用

6. 专项储备

☐适用 ☒不适用

7. 盈余公积
☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
法定盈余公积	1,615.2	1,288.10	-	2,903.30
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	1,615.2	1,288.10	-	2,903.30

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日
法定盈余公积	682.68	932.52	-	1,615.20
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	682.68	932.52	-	1,615.20

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
法定盈余公积	439.41	682.68	439.41	682.68
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	439.41	682.68	439.41	682.68

科目具体情况及分析说明：

报告期内，新增法定盈余公积主要系公司按《公司法》及公司章程有关规定计提的盈余公积，2022 年度减少的盈余公积系股份制改制过程中，部分盈余公积转为股本和资本公积所致。

8. 未分配利润

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
调整前上期末未分配利润	11,508.07	9,204.15	9,823.16
调整期初未分配利润合计数	-	-	-
调整后期初未分配利润	11,508.07	9,204.15	9,823.16
加：本期归属于母公司所有者的净利润	12,022.32	9,472.09	8,364.45
减：提取法定盈余公积	1,288.10	932.52	682.68
提取任意盈余公积	-	-	-
提取一般风险准备	-	-	-
应付普通股股利	-	6,235.65	1,500.00
转作股本的普通股股利	-	-	-
其他减少[注]	-	-	6,800.78
期末未分配利润	22,242.29	11,508.07	9,204.15

注：其他减少为公司股份制改造所致。

调整期初未分配利润明细：

☐适用 ☒不适用

科目具体情况及分析说明：

无。

9. 其他披露事项

无。

10. 股东权益总体分析

报告期各期末，公司所有者权益分别为 48,382.77 万元、51,634.40 万元和 63,524.51 万元，呈现增长趋势，主要原因系经营业绩的稳健增长。

报告期内，公司发放现金股利金额分别为 1,500.00 万元、6,235.65 万元和 0.00 万元，同时 2023 年以资本公积转增股本 10,018.13 万股，公司在保障运营所需资金的基础上积极给股东带来回报。

（九）其他资产负债科目分析

1. 货币资金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
库存现金	-	-	-
银行存款	18,533.70	32,935.93	29,081.38
其他货币资金	1.74	2.24	10.56
合计	18,535.45	32,938.17	29,091.94
其中：存放在境外的款项总额	-	-	-

使用受到限制的货币资金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
货币资金	-	-	4.06
合计	-	-	4.06

科目具体情况及分析说明：

（1）货币资金整体变动分析

报告期各期末，公司的货币资金余额分别为 29,091.94 万元、32,938.17 万元和 18,535.45 万元，占流动资产的比例分别为 55.13%、59.73%和 26.32%。其中 2024 年末货币资金余额有所下降，主要系 2024 年公司投资交易性金融资产所致。

（2）其他货币资金

报告期各期末，公司的其他货币资金主要系公司的两家直营门店在微信、支付宝等账户的账户余额。

（3）使用受到限制的货币资金

报告期各期末，公司存在抵押、质押、冻结等对使用有限制的款项分别为 4.06 万元、0.00 万元

和 0.00 万元，其中 2022 年末公司存在使用有限制的款项主要系子公司政林永祥工商已注销，银行账户于 2023 年 3 月注销，2022 年末存有少量银行存款余额所致。

2. 预付款项

√适用 □不适用

(1) 预付款项按账龄列示

单位：万元

账龄	2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
1 年以内	4,509.32	98.68	2,824.96	99.89	2,167.50	98.25
1 至 2 年	58.93	1.29	1.94	0.07	38.64	1.75
2 至 3 年	0.00	0.00	1.16	0.04	-	-
3 年以上	1.16	0.03	-	-	-	-
合计	4,569.42	100.00	2,828.06	100.00	2,206.15	100.00

账龄超过 1 年且金额重要的预付款项未及时结算的原因：

□适用 √不适用

(2) 按预付对象归集的报告期各期末余额前五名的预付款项情况

√适用 □不适用

单位：万元

单位名称	2024 年 12 月 31 日	占预付账款期末余额比例 (%)
内蒙古伊利实业集团股份有限公司金山分公司	1,894.47	41.46
海普诺凯营养品有限公司	951.16	20.82
海普诺凯生物科技有限公司	541.68	11.85
黑龙江飞鹤乳业销售有限公司	515.42	11.28
青岛爱氏	211.77	4.63
合计	4,114.49	90.04

单位：万元

单位名称	2023 年 12 月 31 日	占预付账款期末余额比例 (%)
黑龙江飞鹤乳业销售有限公司	878.17	31.05
海普诺凯营养品有限公司	688.52	24.35
内蒙古伊利实业集团股份有限公司金山分公司	379.23	13.41
健合	296.79	10.49
安琪纽特股份有限公司	208.97	7.39
合计	2,451.69	86.69

单位：万元

单位名称	2022 年 12 月 31 日	占预付账款期末余额比例 (%)
黑龙江飞鹤乳业销售有限公司	1,106.99	50.18
海普诺凯营养品有限公司	271.89	12.32
青岛爱氏	217.25	9.85
安琪纽特股份有限公司	162.02	7.34
美赞臣营养品（中国）有限公司	161.64	7.33

合计	1,919.79	87.02

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司的预付账款分别为 2,206.15 万元、2,828.06 万元和 4,569.42 万元，占流动资产的比例分别为 4.18%、5.13%和 6.49%，呈现上升趋势，主要系随着新市场的开拓、新客户增加，经营规模不断扩大，公司与伊利股份、飞鹤乳业等重要奶粉品牌商的合作持续深入，新产品系列增加，使得采购商品的预付款项增加。

3. 合同资产

☐适用 ☒不适用

4. 其他应收款

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	398.27	820.45	518.88
合计	398.27	820.45	518.88

(1) 按坏账计提方法分类披露

单位：万元

类别	2024 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	398.43	100.00	0.16	-	398.27
其中：账龄组合	3.22	0.81	0.16	5.00	3.06
应收代垫款项	54.10	13.58	-	-	54.10
押金、保证金及备用金	341.11	85.61	-	-	341.11
合计	398.43	100.00	0.16	0.04	398.27

单位：万元

类别	2023 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	820.49	100.00	0.05	-	820.45
其中：账龄组合	0.91	0.11	0.05	5.00	0.86
应收代垫款项	578.52	70.51	-	-	578.52
押金、保证金及备用金	241.06	29.38	-	-	241.06

合计	820.49	100.00	0.05	-	820.45

单位：万元

类别	2022 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	518.98	100.00	0.10	-	518.88
其中：账龄组合	1.73	0.33	0.10	5.51	1.63
应收代垫款项	230.58	44.43	-	-	230.58
押金、保证金及备用金	286.67	55.24	-	-	286.67
合计	518.98	100.00	0.10	0.02	518.88

1) 按单项计提坏账准备

☐适用 ☒不适用

2) 按组合计提坏账准备：

☒适用 ☐不适用

单位：万元

组合名称	2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
押金、保证金及备用金	341.11	-	-
应收代垫款项	54.10	-	-
账龄组合	3.22	0.16	5.00
合计	398.43	0.16	0.04

单位：万元

组合名称	2023 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
押金、保证金及备用金	241.06	-	-
应收代垫款项	578.52	-	-
账龄组合	0.91	0.05	5.00
合计	820.49	0.05	0.01

单位：万元

组合名称	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
押金、保证金及备用金	286.67	-	-
应收代垫款项	230.58	-	-
账龄组合	1.73	0.10	5.51
合计	518.98	0.10	0.02

确定组合依据的说明：

公司依据账龄划分的具有类似信用风险特征的应收款项，从而确定账龄组合。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，编制账龄与整个存续期预期信用损失率对

照表，以此为基础计算预期信用损失。

3) 如按预期信用损失一般模型计提坏账准备，请按下表披露坏账准备的相关信息：
√适用 □不适用

单位：万元

坏账准备	第一阶段	第二阶段	第三阶段	合计
	未来 12 个月预期信用损失	整个存续期预期信用损失（未发生信用减值）	整个存续期预期信用损失（已发生信用减值）	
2024 年 1 月 1 日余额	0.05	-	-	0.05
2024 年 1 月 1 日余额在本期				
——转入第二阶段	-	-	-	-
——转入第三阶段	-	-	-	-
——转回第二阶段	-	-	-	-
——转回第一阶段	-	-	-	-
本期计提	0.12	-	-	0.12
本期转回	-	-	-	-
本期转销	-	-	-	-
本期核销	-	-	-	-
其他变动	-	-	-	-
2024 年 12 月 31 日余额	0.16	-	-	0.16

对报告期发生损失准备变动的应收账款账面余额显著变动的情况说明：
□适用 √不适用

报告期坏账准备计提金额以及评估金融工具信用风险是否显著增加的依据：
□适用 √不适用

(2) 应收利息

1) 应收利息分类
□适用 √不适用

2) 重要逾期利息
□适用 √不适用

(3) 应收股利

□适用 √不适用

(4) 其他应收款

√适用 □不适用

1) 按款项性质列示的其他应收款

单位：万元

款项性质	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
保证金及押金	341.11	241.07	286.67
备用金	-	-	-
往来款	-	-	-
代垫业务	17.58	11.31	162.30
代收代付款	36.51	567.21	68.29
其他	3.22	0.91	1.73

合计	398.43	820.49	518.98

2) 按账龄披露的其他应收款

单位：万元

账龄	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
1 年以内	191.97	686.13	252.60
1 至 2 年	110.39	19.97	243.38
2 至 3 年	11.00	97.49	21.60
3 至 4 年	68.18	15.50	1.40
4 至 5 年	15.50	1.40	-
5 年以上	1.40	-	-
合计	398.43	820.49	518.98

3) 报告期内实际核销的其他应收款情况

√适用 □不适用

单位：万元

单位名称	其他应收款性质	核销时间	核销金额	核销原因	是否因关联交易产生
四川简阳慧泽货运有限责任公司	往来款	2022 年 12 月 31 日	15.00	无法归还	否
合计	-	-	15.00	-	-

4) 按欠款方归集的期末余额前五名的其他应收款情况

√适用 □不适用

单位：万元

单位名称	2024 年 12 月 31 日				
	款项性质	2024 年 12 月 31 日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备期末余额
海普诺凯营养品有限公司	保证金、代垫业务	152.06	1 年以内、1-2 年、3-4 年	38.17	-
成都安新仓储有限公司	押金	50.88	1-2 年	12.77	-
黑龙江飞鹤乳业销售有限公司	保证金、代垫业务	36.50	1 年以内、1-2 年、2-3 年、3-4 年、4-5 年	9.16	-
内蒙古伊利实业集团股份有限公司金山分公司	保证金、代垫业务	18.33	1 年以内、3-4 年、4-5 年	4.60	-
嘉里置业(南昌)有限公司	押金	12.53	1 年以内	3.14	-
合计	-	270.30	-	67.84	-

单位：万元

单位名称	2023 年 12 月 31 日				
	款项性质	2023 年 12 月 31 日	账龄	占其他应收款期末余额合计	坏账准备期末

				数的比例 (%)	余额
贵州卡布婴童用品有限责任公司	代收代付款	549.41	1 年以内	66.96	-
海普诺凯营养品有限公司	保证金、代垫业务	102.47	1 年以内、2-3 年	12.49	-
成都安新仓储有限公司	押金	50.88	1 年以内	6.20	-
黑龙江飞鹤乳业销售有限公司	保证金、代垫业务	35.42	1 年以内、1-2 年、2-3 年、3-4 年	4.32	-
贵阳西南国际商贸城有限公司	押金	10.50	2-3 年	1.28	-
合计	-	748.68	-	91.25	-

单位：万元

单位名称	2022 年 12 月 31 日				
	款项性质	2022 年 12 月 31 日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备期末余额
海普诺凯营养品有限公司	保证金及押金	201.50	1-2 年、2-3 年	38.83	-
安琪纽特股份有限公司	代垫业务	93.68	1 年以内	18.05	-
深圳海王食品有限公司	代垫业务	56.85	1 年以内	10.95	-
贵州卡布婴童用品有限责任公司	代收代付款	44.25	1 年以内	8.53	-
黑龙江飞鹤乳业销售有限公司	保证金、代垫业务	40.47	1 年以内、1-2 年、2-3 年	7.80	-
合计	-	436.76	-	84.16	-

(5) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为 518.88 万元、820.45 万元和 398.27 万元，占流动资产的比例分别为 0.98%、1.49%和 0.57%，主要由保证金及押金、代垫业务及代收代付款等构成，其中代垫业务系上游品牌供应商为了促进品牌的终端销售规模或品牌推广，按照约定直接对终端销售提供支持，由渠道销售方（即公司）代上游品牌供应商（代垫方）向下游客户（如下游加盟商）垫付供应商承诺提供的产品，随后与上游品牌供应商进行结算的业务形式。

在会计核算上，公司基于代垫业务而享有对供应商的相关权利，将其计入其他应收款，即公司垫付的商品价值形成对供应商的应收款项，待与供应商对账结算后，抵扣公司的应付账款。对客户端，公司应供应商需求、对客户所承担的代垫业务的相关核算，计入其他应付款，待与公司对账确认后，抵扣对客户的应收账款。

报告期各期末，代收代付款系对供应商直接发往客户的产品确认收入的业务以净额法核算，相应代客户向供应商已预支付的货款在期末列报为其他应收款-代收代付款。

5. 应付票据

☐适用 ☒不适用

6. 应付账款

√适用 □不适用

(1) 应付账款列示

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日
货款	985.17
合计	985.17

(2) 按收款方归集的期末余额前五名的应付账款情况

单位：万元

单位名称	2024 年 12 月 31 日		
	应付账款	占应付账款期末余额合计数的比例 (%)	款项性质
广东安宝儿婴童服饰有限公司	154.24	15.66	货款
安琪纽特股份有限公司	116.81	11.86	货款
广州菲莱宝婴儿用品有限公司	72.71	7.38	货款
蜜缇（中国）有限公司	60.71	6.16	货款
汕头市安美熊服装有限公司	59.45	6.03	货款
合计	463.92	47.09	-

(3) 账龄超过 1 年的重要应付账款

□适用 √不适用

(4) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司应付账款余额分别为 1,450.95 万元、1,057.06 万元和 985.17 万元，主要为应付供应商的商品采购款，各期末整体规模符合公司的采购和结算安排。

7. 预收款项

□适用 √不适用

8. 应付职工薪酬

√适用 □不适用

(1) 应付职工薪酬列示

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
1、短期薪酬	588.57	3,534.69	3,321.30	801.95
2、离职后福利-设定提存计划	5.90	260.58	266.49	-
3、辞退福利	-	-	-	-
4、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	594.47	3,795.27	3,587.79	801.95

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日
1、短期薪酬	519.89	2,909.19	2,840.51	588.57
2、离职后福利-设定提存	-	214.34	208.43	5.90

计划				
3、辞退福利	-	-	-	-
4、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	519.89	3,123.52	3,048.95	594.47

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
1、短期薪酬	512.31	2,675.49	2,667.91	519.89
2、离职后福利-设定提存计划	6.27	195.62	201.89	-
3、辞退福利	-	-	-	-
4、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	518.58	2,871.11	2,869.80	519.89

(2) 短期薪酬列示

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
1、工资、奖金、津贴和补贴	588.51	3,295.75	3,082.82	801.44
2、职工福利费	-	48.70	48.19	0.51
3、社会保险费	0.06	134.19	134.24	-
其中：医疗保险费	-	127.78	127.78	-
工伤保险费	0.06	5.39	5.45	-
生育保险费	-	1.01	1.01	-
4、住房公积金	-	56.05	56.05	-
5、工会经费和职工教育经费	-	-	-	-
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
合计	588.57	3,534.69	3,321.30	801.95

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日
1、工资、奖金、津贴和补贴	519.89	2,703.80	2,635.18	588.51
2、职工福利费	-	47.46	47.46	-
3、社会保险费	-	114.86	114.81	0.06
其中：医疗保险费	-	111.32	111.32	-
工伤保险费	-	3.21	3.15	0.06
生育保险费	-	0.33	0.33	-
4、住房公积金	-	43.07	43.07	-
5、工会经费和职工教育经费	-	-	-	-
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
合计	519.89	2,909.19	2,840.51	588.57

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
1、工资、奖金、津贴和补贴	511.2	2,494.34	2,485.64	519.89
2、职工福利费	-	49.82	49.82	-
3、社会保险费	1.12	107.75	108.87	-

其中：医疗保险费	1.03	104.81	105.84	-
工伤保险费	0.09	2.94	3.03	-
生育保险费	-	-	-	-
4、住房公积金	-	23.18	23.18	-
5、工会经费和职工教育经费	-	0.4	0.4	-
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
合计	512.31	2,675.49	2,667.91	519.89

(3) 设定提存计划

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
1、基本养老保险	5.69	251.07	256.76	-
2、失业保险费	0.21	9.51	9.73	-
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	5.90	260.58	266.49	-

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日
1、基本养老保险	-	206.69	201.00	5.69
2、失业保险费	-	7.65	7.43	0.21
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	-	214.34	208.43	5.90

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
1、基本养老保险	6.22	189.32	195.54	-
2、失业保险费	0.05	6.30	6.35	-
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	6.27	195.62	201.89	-

(4) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 519.89 万元、594.47 万元和 801.95 万元，主要为已计提未支付的员工工资、奖金等。2024 年度公司加大新市场、新客户的开发，员工数量增加，职工薪酬相关支出有所增加。

9. 其他应付款

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	718.25	527.44	565.31
合计	718.25	527.44	565.31

(1) 应付利息

□适用 √不适用

(2) 应付股利

☐适用 ☒不适用

其他说明：

☐适用 ☒不适用

(3) 其他应付款

☒适用 ☐不适用

1) 按款项性质列示其他应付款

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
定金、备用金、保证金	146.52	108.05	107.19
代垫业务	138.37	105.27	235.74
代收代付款	362.94	234.21	159.65
其他	70.43	79.90	62.73
合计	718.25	527.44	565.31

2) 其他应付款账龄情况

☒适用 ☐不适用

单位：万元

账龄	2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1 年以内	611.43	85.13	451.95	85.69	510.95	90.38
1-2 年	49.83	6.94	51.29	9.72	23.36	4.13
2-3 年	36.19	5.04	2.00	0.38	17.00	3.01
3-4 年	2.00	0.28	12.20	2.31	14.00	2.48
4-5 年	10.30	1.43	10.00	1.90	-	-
5 年以上	8.50	1.18	-	-	-	-
合计	718.25	100.00	527.44	100.00	565.31	100.00

3) 账龄超过 1 年的重要其他应付款

☐适用 ☒不适用

4) 其他应付款金额前五名单位情况

☒适用 ☐不适用

单位：万元

单位名称	2024 年 12 月 31 日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例 (%)
重庆幼儿康商贸有限公司	非关联方供应商	代收代付款	141.27	1 年以内	19.67
赫利控股(福建)有限公司	非关联方供应商	代收代付款	130.55	1 年以内	18.18
杭州金诺儿童用品有限公司	非关联方供应商	代收代付款、保证金	45.38	1 年以内、1-2 年、2-3 年	6.32
四川凯丽雅日化用品有限公司	非关联方供应商	代收代付款、保证金	26.20	1 年以内、1-2 年	3.65
成都彼特福纸品工	非关联方供应商	代收代付	23.08	1 年以内	3.21

艺有限公司		款、保证金			
合计	-	-	366.47	-	51.02

√适用 □不适用

单位名称	2023 年 12 月 31 日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例 (%)
赫利控股(福建)有限公司	非关联方供应商	代收代付款	80.88	1 年以内	15.33
重庆幼儿康商贸有限责任公司	非关联方供应商	代收代付款	77.69	1 年以内	14.73
杭州金诺儿童用品有限公司	非关联方供应商	代收代付款、保证金	52.19	1 年以内、1-2 年	9.90
树芽生物科技(广州)有限公司	非关联方供应商	代收代付款	26.03	1 年以内	4.93
四川京邦达物流科技有限公司	非关联方供应商	服务费	15.76	1 年以内	2.99
合计	-	-	252.54	-	47.88

√适用 □不适用

单位名称	2022 年 12 月 31 日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例 (%)
杭州金诺儿童用品有限公司	非关联方供应商	代收代付款、保证金	83.77	1 年以内、1-2 年	14.82
重庆幼儿康商贸有限责任公司	非关联方供应商	代收代付款	67.37	1 年以内	11.92
任*江	非关联方客户	代垫业务	18.84	1 年以内	3.33
贵州卡布婴童用品有限责任公司	非关联方供应商	代收代付款	15.93	1 年以内	2.82
顾*	非关联方客户	代垫业务	15.30	1 年以内	2.71
合计	-	-	201.21	-	35.59

(4) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司其他应付款余额分别为 565.31 万元、527.44 万元和 718.25 万元，主要系公司收取的定金、备用金、保证金，代垫业务款项以及代收代付款等。

10. 合同负债

√适用 □不适用

(1) 合同负债情况

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
预收货款	2,608.04	979.12	1,466.75
销售返利	2,101.88	1,075.23	816.01
合计	4,709.92	2,054.35	2,282.76

(2) 报告期内账面价值发生重大变动的金额和原因

☐适用 ☒不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

合同负债的分析详见本节之“二、资产负债等财务状况分析”之“（七）主要债项”之“4.合同负债（已执行新收入准则公司适用）”。

11. 长期应付款

☐适用 ☒不适用

12. 递延收益

☐适用 ☒不适用

13. 递延所得税资产/递延所得税负债

☒适用 ☐不适用

(1) 未经抵销的递延所得税资产

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
股份支付	619.64	154.91	619.64	154.91
租赁负债	1,497.00	372.78	707.87	174.39
资产减值准备	401.05	91.16	334.98	77.52
可抵扣亏损	155.37	38.84	47.08	11.77
内部交易未实现利润	451.45	112.86	114.64	28.66
合计	3,124.52	770.55	1,824.20	447.24

项目	2022 年 12 月 31 日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
股份支付	619.64	154.91
租赁负债	321.52	76.81
资产减值准备	498.79	111.48
可抵扣亏损	96.29	24.07
内部交易未实现利润	6.38	1.59
合计	1,542.61	368.86

(2) 未经抵销的递延所得税负债

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
使用权资产	1,843.33	459.54	667.54	164.54
固定资产一次性	258.15	62.61	243.62	59.55

税前扣除				
交易性金融资产 公允价值变动	15.28	3.66	-	-
合计	2,116.76	525.81	911.16	224.09

项目	2022 年 12 月 31 日	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
使用权资产	312.51	74.73
固定资产一次性税前扣除	381.29	93.85
合计	693.80	168.58

(3) 报告期各期末以抵销后净额列示的递延所得税资产或负债

☐适用 ☒不适用

(4) 未确认递延所得税资产明细

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
可抵扣暂时性差异	-	-	0.02
可抵扣亏损	-	-	-
合计	-	-	0.02

(5) 未确认递延所得税资产的可抵扣亏损将于以下年度到期

☐适用 ☒不适用

(6) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司递延所得税资产分别为 368.86 万元、447.24 万元和 770.55 万元，主要系租赁负债、股份支付、资产减值准备等对应的可抵扣暂时性差异。

报告期各期末，公司递延所得税负债分别为 168.58 万元、224.09 万元和 525.81 万元，主要系使用权资产、固定资产一次性税前扣除等引起的应纳税暂时性差异。

2022 年 12 月 13 日，财政部发布了《企业会计准则解释第 16 号》（财会〔2022〕31 号），其中“关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理”规定，公司自 2023 年 1 月 1 日起施行，对报告期内递延所得税资产和递延所得税负债的具体影响详见本节之“七、会计政策、估计变更及会计差错”之“（一）会计政策变更”。

14. 其他流动资产

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
品牌商返利	4,156.35	3,844.68	6,943.56
待抵扣的进项税	292.63	289.51	27.01
待摊费用	125.20	155.76	125.31
上市发行中介费	-	22.89	-
其他	-	0.56	0.36
合计	4,574.18	4,313.41	7,096.24

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司的其他流动资产分别为 7,096.24 万元、4,313.41 万元和 4,574.18 万元，占流动资产的比例分别为 13.45%、7.82%和 6.50%，主要系上游品牌供应商的返利构成。报告期各期末，上游品牌供应商对公司的返利余额有所波动，其中：2023 年末较 2022 年末较大幅度下降，主要系公司根据内外部经营环境的变动，在向部分供应商采购的交易结算方式中，增加使用返利结算的规模，减少了直接以货币资金支付货款的结算安排，该部分采购的结算安排一般不再享受部分返利政策，使得计提入其他流动资产的品牌商返利减少。

15. 其他非流动资产

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日			2023 年 12 月 31 日		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
预付长期资产款	-	-	-	123.34	-	123.34
合计	-	-	-	123.34	-	123.34

项目	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	减值准备	账面价值
无	-	-	-
合计	-	-	-

科目具体情况及分析说明：

2023 年末，公司其他非流动资产系公司持续加大开发数智化中台体系建设相关投入而发生的预付资产款项。

16. 其他披露事项

无。

三、 盈利情况分析

（一） 营业收入分析

1. 营业收入构成情况

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
主营业务收入	99,865.93	99.62	69,273.99	99.24	59,971.20	99.41
其他业务收入	385.81	0.38	529.09	0.76	355.70	0.59
合计	100,251.74	100.00	69,803.08	100.00	60,326.90	100.00

科目具体情况及分析说明：

公司是一家数智化创新型母婴连锁企业，主营业务为母婴商品销售并向上游品牌供应商、下游加盟商提供服务。报告期内，公司营业收入分别为 60,326.90 万元、69,803.08 万元和 100,251.74 万元，其中主营业务收入占比超过 99%，主营业务突出；其他业务收入主要系净额法核算下的供应商直接发往客户的商品对应的业务收入，对公司收入影响较小。

2. 主营业务收入按产品或服务分类

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
1、母婴商品销售	88,673.77	88.79	60,869.41	87.87	52,003.64	86.71
食品	79,283.29	79.39	52,251.54	75.43	43,167.61	71.98
服装	3,610.89	3.62	3,343.07	4.83	3,332.72	5.56
纸品	3,285.27	3.29	2,902.24	4.19	2,854.60	4.76
用品	2,494.33	2.50	2,372.56	3.42	2,648.71	4.42
2、客户经营服务	7,754.35	7.76	6,544.69	9.45	5,945.20	9.91
3、供应商推广服务	3,437.81	3.44	1,859.89	2.68	2,022.36	3.37
合计	99,865.93	100.00	69,273.99	100.00	59,971.20	100.00

科目具体情况及分析说明：

1、主营业务收入整体分析

报告期内，公司主营业务收入分别为 59,971.20 万元、69,273.99 万元和 99,865.93 万元，分别同比增长 15.51%和 44.16%，其中母婴商品销售收入占比超过 86%，对客户和供应商的服务收入占比合计超过 10%，报告期内各板块收入整体呈现增长趋势，主要原因系：

（1）区域性市场精耕细作，并持续拓展新市场，品牌影响力不断增强，新客户不断增加。

根据沙利文相关数据，随着中国城市化的快速推进和经济水平的持续提升，中国低线城市的消费者群体正快速增长，三线及以下城市的母婴消费连锁门店销售规模增长率高于一线城市及二线城市。三线及以下城市的母婴消费连锁门店销售规模在 2019 年为 167.0 亿元，2024 年为 371.4 亿元，复合年均增长率为 17.3%，且预计将增长至 2029 年的 717.7 亿元。根据国家统计局及沙利文相关数据，下沉市场的新生儿人口数量占比在 2024 年已经超过 70%，低线城市的母婴消费市场规模巨大。

公司创始人团队持续深耕西南地区市场二十多年，公司的加盟门店不断下沉至低线城市、辐射乡镇区域，为公司销售规模稳健增长提供了基础，助力公司成为西南地区母婴连锁企业龙头之一。同时，公司 2022 年开始陆续开拓华中和华东地区的新市场，正在加速整合区域性中小母婴连锁门店经营者的终端需求，销售渠道的深度和广度不断拓展。随着公司的品牌影响力和市场竞争力不断增强，新客户及其终端店铺数量稳健增长，公司加盟门店数量从 2022 年初的 1,300 余家增长至 2024 年末的 2,200 余家，且经营 5 年以上的加盟门店占比超过 65%，门店合作稳定。

（2）依托数智化中台体系赋能商品销售，精细化运营能力不断提升。

公司自成立之初即开始布局信息化系统相关的经营战略，基于多年的行业积累和对业务发展逻辑的深入理解，构建了从前端消费数据收集，数据清理、分析及标准化，到中台的数据经营模型构建，沉淀形成数据资产，最后指导经营决策的精准营销闭环，缓解了传统线下零售业务的数据孤岛和黑箱带来的低效益和低效能的行业痛点。特别是针对以奶粉和纸尿裤为主的具有刚性需求特征的母婴商品，公司助力客户实现了更高效精准触达消费者，具有可持续追踪消费需求的基础，并基于此通过不断精细化、系统化、标准化地指导加盟商开展针对性的线下市场推广活动，有效提高了商品购买转化率，持续提升会员购买深度，实现了以公司为中心的上游全产业链生态的良性健康循环，销售收入稳健可持续增长。

（3）与知名品牌供应商的合作深度不断加深，具有竞争优势的母婴商品系列持续丰富，供应链优势不断增强。

随着公司数智化中台体系赋能母婴商品销售的创新商业模式的市场竞争优势不断凸显，公司下游的加盟商店数量及规模持续增长，同时公司依托数智化中台体系对下游加盟体系的精细化管理能力也不断提升，品牌影响力和规模持续扩大，助力上游品牌供应商的资源投放更为集约、精准，成为上游品牌供应商的重要销售渠道和合作伙伴，双方不断扩大具有竞争优势的渠道产品销售系列，供应链结构持续优化，对公司收入规模的扩大提供保障。

2、母婴商品销售收入分析

报告期内，公司的母婴商品销售收入分别为 52,003.64 万元、60,869.41 万元和 88,673.77 万元，分别同比增加 8,865.77 万元和 27,804.36 万元，同比增长 17.05%和 45.68%。

（1）食品

报告期内，公司食品销售收入分别为 43,167.61 万元、52,251.54 万元和 79,283.29 万元，占母婴商品销售收入的比例分别为 83.01%、85.84%和 89.41%。2023 年度和 2024 年度，公司的食品销售收入分别同比增加 9,083.93 万元和 27,031.74 万元，增长幅度分别为 21.04%和 51.73%。

从销售结构上分析，公司销售的食品主要包括奶粉、各种营养品及零辅食等，其中奶粉收入占食品销售收入的比例在 95%左右，系公司母婴商品销售的主要品类。报告期内，公司奶粉的销售收入、销量和单价分析如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	数值	变化率（%）	数值	变化率（%）	数值
销售金额（万元）	76,343.84	53.07	49,875.05	21.66	40,996.52
数量（万件）	544.19	46.11	372.46	22.06	305.14
单价（元/件）	140.29	4.77	133.91	-0.33	134.35

①销量变动分析

报告期内，公司的奶粉销量分别为 305.14 万件、372.46 万件和 544.19 万件，呈较快增长趋势，主要系：

A、品牌结构持续优化，具有渠道竞争优势的新产品系列增加。

不同于众多零售商品消费属性，奶粉消费具有一定刚需属性，使得客户的消费行为具有可预期、可管理的基础。公司依托数智化中台系统的精细化渠道运营管理能力，构建基于会员消费行为的数据分析模型，开发各类以提升加盟商经营效率为导向的数智化工具，并提供各类高效/精准触达会员的市场动销活动，提高了资源使用效率，实现上下游产业链各环节的互利共赢，助力公司与飞鹤、伊利金领冠、合生元、海普诺凯、佳贝艾特等头部品牌的合作持续深入，兼具品牌效应和价格优势的新产品系列不断增加，使得公司婴幼儿奶粉的销售规模不断扩大。

B、深化西南区域的市场开拓，并积极开发新市场、新客户，增量市场提供增长新动力。

得益于公司品牌影响力和供应链优势的不断增强，公司依托数智化中台系统赋能商品销售的创新模式不断完善，报告期内公司持续深化西南区域市场开拓，并于 2022 年下半年开始陆续开发华中和华东区域的新市场，随着新市场的持续开发、新客户与公司合作持续深入，新市场的客户为公司贡献了可观的增量收入。

②单价变动分析

报告期内，公司的奶粉销售单价分别为 134.35 元/件、133.91 元/件和 140.29 元/件，整体有所增长，具体波动分析详见本节之“三、盈利情况分析”之“（三）毛利率分析”之“2.主营业务收入按产品或服务分类的毛利率情况”。

（2）服装

报告期内，公司服装的销售收入、销量和单价情况如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	数值	变化率（%）	数值	变化率（%）	数值
销售金额（万元）	3,610.89	8.01	3,343.07	0.31	3,332.72
数量（万件）	93.84	-14.83	110.19	-0.70	110.96
单价（元/件）	38.48	26.82	30.34	1.01	30.04

报告期内，公司的服装收入分别为 3,332.72 万元、3,343.07 万元和 3,610.89 万元，分别较同期增加 10.35 万元和 267.82 万元，增长幅度分别为 0.31%和 8.01%。报告期内，服装的整体销量有所下降、单价有所增加，主要系公司的服装包括各类婴童外出服、婴童内衣、鞋帽配套等，其价值波动范围相对较大，服装的销售情况受产品的结构的影响较大，报告期内单价较高的婴幼儿服装类的

销量占比有所增加所致。

(3) 纸品

报告期内，公司纸品销售收入分别为 2,854.60 万元、2,902.24 万元和 3,285.27 万元，占母婴商品销售收入的比例分别为 5.49%、4.77%和 3.70%。2023 年度和 2024 年度，公司的纸品销售收入分别同比增加 47.64 万元和 383.03 万元，增长幅度分别为 1.67%和 13.20%，整体保持稳定增长。

从销售结构上分析，公司的纸品主要包括儿童纸尿裤、各类规格不一的纸巾等品类，其中纸尿裤收入占纸品销售收入的比例在 97%左右，是公司母婴商品销售的重要品类之一。报告期内，公司纸尿裤的销售收入、销量和单价分析如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	数值	变化率 (%)	数值	变化率 (%)	数值
销售金额（万元）	3,185.03	12.69	2,826.38	2.55	2,756.22
数量（万件）	79.48	16.53	68.21	5.90	64.41
单价（元/件）	40.07	-3.29	41.44	-3.16	42.79

①销量变动分析

报告期内，公司纸尿裤的销售规模保持稳定较快增长，主要系随着育儿消费观念的升级，消费者对品牌力的信赖和性价比的要求日渐提升，公司以儿童纸尿裤为主的纸品结构持续优化，以“好奇”为主的知名品牌系列增加。同时，公司加速扩大新市场，新客户增加，随着渠道的不断深度拓展，销售规模不断扩大。

②单价变动分析

报告期内，公司纸尿裤的销售单价呈下降趋势，主要系在强势外资品牌和国内新兴品牌的快速发展中，市场品牌呈多元化趋势，线上线下渠道高速融合，行业竞争日益激烈，纸尿裤作为高频消费耗用品，其相较于奶粉客单价更低、转换成本和消费粘性更低，消费者对纸尿裤品类的敏感性也日渐提升，特别是品牌力更强的品牌不断进行产品升级、抢占下沉渠道，各系列纸尿裤的销售单价呈现下降趋势。此外，公司结合终端市场环境变化和消费者需求，灵活调整经营策略，加大市场营销的支持力度，综合使得整体销售单价有所下降。

(4) 用品

报告期内，公司用品的销售收入、销量和单价情况如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	数值	变化率 (%)	数值	变化率 (%)	数值

销售金额（万元）	2,494.33	5.13	2,372.56	-10.43	2,648.71
数量（万件）	150.13	-28.49	209.94	15.36	181.98
单价（元/件）	16.61	47.01	11.30	-22.36	14.56

报告期内，公司的用品包括各类日常相关的起居、育护、娱乐、出行等相关品类，商品类型多样、计量单位和规格丰富，价值范围分布广泛。报告期内，公司的用品收入分别为 2,648.71 万元、2,372.56 万元和 2,494.33 万元，分别同比增加-276.15 万元和 121.77 万元，增长幅度分别为-10.43%和 5.13%，主要系用品类的非标特征更为显著，终端需求品类丰富，该类别产品的销售规模和单价均有所波动。

3、客户经营服务收入分析

（1）整体分析

报告期内，公司的客户经营服务收入分别为 5,945.20 万元、6,544.69 万元和 7,754.35 万元，分别同比增加 599.49 万元和 1,209.66 万元，增长幅度分别为 10.08%和 18.48%，主要系：

一方面，在出生率下滑的大背景下，众多中小母婴门店经营者经营规模小、资金实力弱，其不仅需要稳定可靠的商品供应，同时更需要系统性的门店经营理念和简单高效的日常运营指导，以助力其在竞争日益激烈的市场中持续健康经营。公司通过构建以数智化中台为核心的商业特许加盟模式，持续向加盟商提供包括精准营销、活动策划、品牌推广、经营分析指导、会员管理、专业技能培训以及数智化工具的支持等一系列服务，为加盟商提升其经营效率和经营质量起到了至关重要的作用，客户对以数智化中台为核心的经营服务价值的认可度不断提升、粘性不断增强。

另一方面，随着公司的服务体系持续完善，运营管理和服务能力日益提升，公司依托数智化中台体系赋能商品销售的商业模式的市场价值凸显，对母婴门店经营者的吸引力不断提升。报告期内，公司在持续深耕西南地区市场的基础上，扩展至华中和华东地区的新市场，新客户稳定较快增长，加盟门店从 2022 年初的 1,300 多家增长至 2024 年末的 2,200 多家，使得客户经营服务收入整体稳健增长。

综上，公司基于数智化中台的精细化运营服务体系对中小母婴门店经营者的赋能价值日益显现，双方互利共赢，公司的客户经营服务收入稳定增长。

（2）各类服务的构成分析

公司的客户经营服务主要包括信息技术服务、市场推广服务及商业特许经营服务，具体内容详见本《招股说明书》“第五节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务情况”之“（二）公司的主要产品和服务”。

报告期内，客户经营服务收入的构成情况如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
信息技术服务	5,017.31	64.70	4,476.67	68.40	4,003.10	67.33
市场推广服务	1,634.95	21.08	1,321.47	20.19	1,341.33	22.56
商业特许经营服务	1,102.08	14.21	746.54	11.41	600.77	10.11
合计	7,754.35	100.00	6,544.69	100.00	5,945.20	100.00

公司上述各类服务收费一般基于一定时期内固定收费模式，参照收费标准及优惠政策，根据加盟商的经营规模、门店经营状况、加盟时长、经营区域等因素确定收费门店数量及单价，按照单店固定年费方式向下游加盟商收取并每月对账确认。报告期内，公司各类客户经营服务收入结构相对稳定，以信息技术服务和市场推广服务为主，其收入占比超过 85%，系公司基于数智化中台体系赋能下游加盟商的核心价值体现。

4、供应商推广服务收入分析

在人口红利逐渐消退的背景下，各个渠道承接的自然流量相应减少，分散化的品牌格局又使得品牌商间的竞争更加激烈，其亟需更精准定位消费需求，有效投放资源，扩大产品触达率和复购率。而目前终端母婴门店销售数据的集成度和透明度相对较低，品牌商以传统的人员和资源堆砌的市场推广方式，会使得资源投放相对粗犷、效率低下，反馈至上游品牌商的数据有所失真，难以有效指导其经营决策，因此，具有数智化动销能力的渠道商成为品牌商资源投放的重要对象。

报告期内，公司的供应商推广服务收入分别为 2,022.36 万元、1,859.89 万元和 3,437.81 万元，有所波动，主要系公司供应链结构不断向品牌力更强的方向调整，以飞鹤为主的品牌力相对强的产品销售规模持续增长，公司对其市场推广服务收入持续增长，同时品牌力相对弱的产品销售规模逐年降低，公司对其市场推广服务收入有所减少综合所致。

3. 主营业务收入按销售区域分类

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
西南地区	76,679.02	76.78	65,068.72	93.93	59,862.43	99.82
华中地区	16,038.85	16.06	2,977.31	4.30	10.82	0.02
华东地区	7,148.06	7.16	1,227.95	1.77	97.95	0.16
合计	99,865.93	100.00	69,273.99	100.00	59,971.20	100.00

科目具体情况及分析说明：

公司自成立以来深耕西南地区母婴市场，报告期内公司西南地区的销售收入占比超过 70%，系公司的主要销售区域；同时公司依托不断增强的品牌影响力、数智化中台的运营能力以及优质的供应链体系，自 2022 年下半年开始持续开拓华中和华东区域新市场，加速吸引了众多优质客户合作。

随着新市场、新客户的不断拓展，2023 年度和 2024 年度华中和华东区域的新市场合计分别贡献了主营业务收入的增量约 40%和 60%，同时公司持续加大西南地区市场开拓，各区域的销售规模稳定较快增长，实现整体收入规模的增长。

4. 主营业务收入按销售模式分类

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
商品销售	88,673.77	88.79	60,869.41	87.87	52,003.64	86.71
加盟	79,530.94	79.64	50,041.57	72.24	45,422.99	75.74
分销	8,981.34	8.99	10,691.63	15.43	6,413.10	10.69
直营	161.50	0.16	136.21	0.20	167.55	0.28
提供服务	11,192.16	11.21	8,404.58	12.13	7,967.56	13.29
合计	99,865.93	100.00	69,273.99	100.00	59,971.20	100.00

科目具体情况及分析说明：

公司主要以商业特许经营的模式从事母婴商品销售并提供服务，主要客户包括加盟商、分销商、上游品牌供应商和两家直营门店的零售终端消费者。

报告期内，公司母婴商品销售收入分别为 52,003.64 万元、60,869.41 万元和 88,673.77 万元，分别同比增长 17.05%和 45.68%，整体较快增长。其中：

（1）加盟渠道的商品销售收入整体较快增长，且其商品销售收入占比超过 70%，系公司的主要销售渠道。随着公司经营规模的扩大和依托数智化中台的服务体系的成熟完善，吸引了众多客户加盟公司共赢发展，公司在稳固现有市场的情况下积极开拓新市场，加盟商及终端加盟店规模不断增长，各类商品销售规模相应提升；

（2）2023 年度，分销渠道的商品销售同比增幅较大，主要系 2022 年下半年起，公司开拓湖北省和安徽省的新市场，部分合作新客户具有较强的加盟意愿，由于加盟业务洽谈、信息系统前期数据梳理以及公司信息系统上线部署等业务安排尚未完成，故与公司先建立商品经销合作，公司与上述新市场的新增分销商的销售规模较快增长；

（3）直营渠道商品销售收入主要基于公司两家直营门店销售商品，销售规模较小，整体经营较为平稳。

公司提供服务的情况，详见本节之“三、盈利情况分析”之“（一）营业收入分析”之“2.主营业务收入按产品或服务分类”中关于向客户和供应商提供服务收入的情况分析。

5. 主营业务收入按季度分类

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
第一季度	26,418.84	26.45	18,359.68	26.50	14,937.00	24.91
第二季度	21,958.66	21.99	14,439.74	20.84	13,969.73	23.29
第三季度	28,155.52	28.19	19,423.92	28.04	17,448.01	29.09
第四季度	23,332.91	23.36	17,050.65	24.61	13,616.47	22.71
合计	99,865.93	100.00	69,273.99	100.00	59,971.20	100.00

科目具体情况及分析说明:

报告期内，公司各季度主营业务收入占比在 20%~30%之间，较为稳定，整体上不存在明显的季节性变动。

6. 主营业务收入按其他分类

☐适用 ☒不适用

7. 前五名客户情况

单位：万元

2024 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	黑龙江飞鹤乳业销售有限公司	3,339.48	3.33	否
2	王*莲	1,570.66	1.57	否
3	蔡*强	1,500.39	1.50	否
4	周春利[注 1]	1,370.12	1.37	否
5	李*	1,327.47	1.32	否
合计		9,108.12	9.09	-
2023 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	周春利[注 1]	1,474.17	2.11	否
2	王*莲	1,440.86	2.06	否
3	黑龙江飞鹤乳业销售有限公司	1,401.29	2.01	否
4	蔡*强	1,400.19	2.01	否
5	罗张红[注 1]	1,166.58	1.67	否
合计		6,883.09	9.86	-
2022 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	周春利[注 1]	1,549.50	2.57	否
2	王伟鉴	1,499.68	2.49	是
3	罗张红[注 1]	1,351.07	2.24	否
4	王*莲	1,332.18	2.21	否
5	黑龙江飞鹤乳业销售有限公司	1,196.47	1.98	否
合计		6,928.90	11.49	-

注：周春利、罗张红系公司比照关联方，详见本《招股说明书》“第六节 公司治理”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”。

科目具体情况及分析说明:

报告期内，公司的前五大客户主要为下游加盟商和上游品牌供应商，公司对下游加盟商销售母婴商品并提供经营服务，对上游品牌供应商提供市场推广服务。公司对前五大客户销售收入合计占当期营业收入的比例分别为 11.49%、9.86%和 9.09%，客户集中度较低且有所下降，主要系以线下母婴门店为主的母婴商品销售渠道呈现分散化的市场格局，行业集中度较低，且随着公司销售规模持续较快增长，公司对前五大客户销售收入占比有所降低，符合公司实际经营特点。

8. 其他披露事项

(1) 现金交易

报告期内，公司存在的现金交易情况如下：

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
现金收款（万元）	23.23	15.44	20.79
营业收入（万元）	100,251.74	69,803.08	60,326.90
占比	0.02%	0.02%	0.03%

报告期内，公司现金收款金额均来自于公司两家直营门店，现金收款金额分别为 20.79 万元、15.44 万元和 23.23 万元，占营业收入的比例分别 0.03%、0.02%和 0.02%。公司直营门店面向终端消费者销售母婴商品，开展商品零售业务。销售过程中，部分消费者采用现金方式支付商品款项，符合零售行业惯例，现金收入占比较小，交易真实且具有合理性。

(2) 第三方回款

报告期内，公司第三方回款情况如下：

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
第三方回款（万元）	28,280.89	23,340.03	24,955.70
销售商品、提供劳务收到的现金（万元）	111,524.44	78,660.49	64,466.89
第三方回款占当期销售商品、提供劳务收到的现金比例	25.36%	29.67%	38.71%
营业收入（万元）	100,251.74	69,803.08	60,326.90
第三方回款占当期营业收入比例	28.21%	33.44%	41.37%

报告期内，公司第三方回款占当期销售商品、提供劳务收到的现金比例分别为 38.71%、29.67%和 25.36%，第三方回款占当期营业收入的比例分别为 41.37%、33.44%和 28.21%，主要系下游加盟商客户的经营方式以家庭管理模式为主，经营规模相对较小，部分客户基于日常交易习惯、家庭内部约定及单次大额转账限制等其他原因的考虑，通过其他账户进行货款支付，其回款方包括但不限于经营者的父母、子女、子女配偶、兄弟姐妹等主要社会关系以及合伙经营者等。

报告期内，公司第三方回款方的主要类型如下：

回款方类型	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
自然人客户的直系亲属	27,315.84	96.59	21,084.24	90.34	16,214.51	64.97
法人客户的法定代表人	7.31	0.03	1,522.27	6.52	-	-
自然人客户控制的个体工商户	-	-	30.00	0.13	100.39	0.40
其他关系	957.74	3.39	703.52	3.01	8,640.81	34.62
合计	28,280.89	100.00	23,340.03	100.00	24,955.70	100.00

报告期内，剔除自然人客户的直系亲属、法人客户的法定代表人、自然人客户控制的个体工商户之外的第三方回款情况如下：

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
第三方回款（万元）	957.74	703.52	8,640.81
销售商品、提供劳务收到的现金（万元）	111,524.44	78,660.49	64,466.89
第三方回款占当期销售商品、提供劳务收到的现金比例	0.86%	0.89%	13.40%
营业收入（万元）	100,251.74	69,803.08	60,326.90
第三方回款占当期营业收入比例	0.96%	1.01%	14.32%

报告期内，剔除自然人客户的直系亲属、法人客户的法定代表人及自然人客户经营的个体工商户之外的回款方主要系客户的其他亲属、合伙经营者等，其合计占比分别为 14.32%、1.01%和 0.96%，比例显著下降。

9. 营业收入总体分析

报告期内，公司营业收入分别为 60,326.90 万元、69,803.08 万元和 100,251.74 万元，主营业务收入占比超过 99%，主营业务突出。2023 年度和 2024 年度营业收入同比增长率分别为 15.71%和 43.62%，保持稳定增长趋势。

从产品或服务类型上分析，报告期内，公司母婴商品销售收入占比超过 86%，对客户和供应商的服务收入占比超过 10%，公司的母婴商品销售收入系公司的主要收入来源，服务收入稳定增长。

从销售区域上分析，报告期内，公司西南地区的销售收入占比超过 70%，为公司的主要销售区域。公司依托不断增强的品牌影响力、数智化中台的高效赋能以及优质的供应链体系，2022 年下半年开始逐步拓展华中和华东区域新市场，加速吸引了众多优质新客户合作，加盟商及加盟门店规模稳定较快增长，实现了公司整体销售收入的增长。

从销售模式上分析，报告期内，公司主要以商业特许经营的模式从事母婴商品销售并对客户和供应商提供服务，其中母婴商品销售收入主要来自加盟商、部分来自分销商，以及少量来自直营门

店的销售收入。报告期内，公司通过加盟模式实现的商品销售收入和对加盟商提供的服务收入合计占整体收入的比例超过 80%，系公司的主要销售模式，随着公司市场影响力的增强以及新市场的开拓，相应模式的营业收入较快增长。

从销售季度上分析，报告期内，公司各个季度的主营业务收入较为均衡，整体上不存在明显的季节性变动。

综上所述，公司基于以数智化中台为核心的创新型母婴连锁经营模式，为上游品牌供应商和下游客户提供了数智化运营方案及专业服务，带动母婴商品销售和服务收入的稳定增长。

（二） 营业成本分析

1. 成本归集、分配、结转方法

公司主营业务为母婴商品销售并向上游品牌供应商、下游加盟商提供服务。公司营业成本主要包括商品销售成本、提供服务所发生的人工成本、软件服务、宣传推广等支出。

（1）商品销售

商品销售成本主要为商品采购成本，公司基于 ERP 系统的商品销售明细，采用月末一次加权平均法将对应的库存商品结转至营业成本。

（2）提供服务

提供服务的成本，主要包括客户经营服务和供应商推广服务所发生的人工成本、软件服务、宣传推广、差旅费等，根据权责发生制原则归集结转计入当期营业成本。

2. 营业成本构成情况

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
主营业务成本	79,352.55	99.94	53,235.84	99.80	45,688.47	99.79
其他业务成本	48.57	0.06	104.32	0.20	96.19	0.21
合计	79,401.12	100.00	53,340.16	100.00	45,784.66	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司营业成本分别为 45,784.66 万元、53,340.16 万元和 79,401.12 万元，公司主营业务成本占营业成本的比例达 99%以上，与营业收入构成情况相匹配。

3. 主营业务成本构成情况

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
商品成本	78,705.63	99.18	52,615.89	98.84	45,329.61	99.21
人工成本	403.30	0.51	329.20	0.62	194.04	0.42
软件服务支出	169.66	0.21	122.73	0.23	82.65	0.18
宣传推广支出	43.00	0.05	143.73	0.27	73.12	0.16
差旅费	30.96	0.04	24.30	0.05	9.04	0.02
合计	79,352.55	100.00	53,235.84	100.00	45,688.47	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司的主营业务成本主要包括商品成本、人工成本、软件服务支出、宣传推广支出、差旅费，其中商品成本占比超过 98%，系公司的主要成本构成，其他各类成本占比较低，波动影响相对较小。

4. 主营业务成本按产品或服务分类

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1、母婴商品销售	77,960.25	98.25	52,235.45	98.12	44,920.75	98.32
食品	69,789.12	87.95	44,629.89	83.83	37,233.75	81.49
服装	2,995.12	3.77	3,052.00	5.73	3,055.82	6.69
纸品	3,065.20	3.86	2,376.57	4.46	2,262.97	4.95
用品	2,110.80	2.66	2,176.99	4.09	2,368.22	5.18
2、客户经营服务	1,298.34	1.64	932.32	1.75	679.27	1.49
3、供应商推广服务	93.96	0.12	68.07	0.13	88.45	0.19
合计	79,352.55	100.00	53,235.84	100.00	45,688.47	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司主营业务成本分别为 45,688.47 万元、53,235.84 万元和 79,352.55 万元，其中母婴商品销售成本占比超过 98%，对客户和供应商的服务成本占比较低。报告期内，公司各类母婴商品销售的成本结构与收入结构变动趋势基本一致，成本与收入具有匹配性。

5. 主营业务成本按构成性质分类

□适用 √不适用

6. 前五名供应商情况

单位：万元

2024 年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	伊利股份	33,341.15	38.18	否
2	飞鹤乳业相关主体	21,111.87	24.18	否
3	健合	15,188.33	17.39	否
4	金佰利	2,368.11	2.71	否

5	杭州井羽	1,593.05	1.82	否
合计		73,602.50	84.29	-
2023 年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	伊利股份	24,509.96	39.66	否
2	飞鹤乳业相关主体	12,435.99	20.12	否
3	健合	5,831.64	9.44	否
4	青岛爱氏	2,499.79	4.05	否
5	青岛欧恩贝	1,918.56	3.10	否
合计		47,195.96	76.37	-
2022 年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	伊利股份	18,884.96	35.54	否
2	飞鹤乳业相关主体	8,641.03	16.26	否
3	健合	3,757.05	7.07	否
4	青岛爱氏	3,001.44	5.65	否
5	青岛欧恩贝	2,608.02	4.91	否
合计		36,892.50	69.43	-

科目具体情况及分析说明:

报告期内，公司主要采购食品、纸品、服装、用品等母婴商品，其中以奶粉为主，公司前五大供应商的采购占比分别为 69.43%、76.37%和 84.29%，集中度较高且呈上升趋势，主要系近年来，受益于奶粉新国标等行业政策的出台，国产婴幼儿配方乳粉准入门槛提高；同时在新生人口下降的趋势下，奶粉品牌商竞争更加激烈，以飞鹤乳业、伊利股份、健合等为代表的龙头企业依靠自身综合优势，持续提高品牌影响力，并通过行业整合等方式进一步实现扩张，如 2022 年伊利股份通过全资子公司收购澳优乳业等，头部奶粉品牌的市场竞争优势持续扩大，市场集中度持续提升。报告期内，公司依托成熟的下游加盟商渠道销售网络及数智化中台体系赋能商品销售，与上游头部奶粉品牌商持续深入合作，主要供应商采购占比较高且逐年提升，符合上游行业分布特征，具有商业合理性。

7. 其他披露事项

无。

8. 营业成本总体分析

报告期内，公司营业成本为 45,784.66 万元、53,340.16 万元和 79,401.12 万元，其中主营业务成本占营业成本的比例达 99%以上，其他业务成本占比较小。主营业务成本中，母婴商品销售成本占比超过 98%以上，各类服务的成本占比较低。报告期内，公司各类母婴商品销售的成本结构与收入结构变动趋势基本一致，成本与收入具有匹配性。

（三） 毛利率分析

1. 毛利按产品或服务分类构成情况

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
主营业务毛利	20,513.38	98.38	16,038.15	97.42	14,282.73	98.22
其中：1、母婴商品销售	10,713.53	51.38	8,633.97	52.44	7,082.89	48.71
食品	9,494.17	45.53	7,621.65	46.30	5,933.86	40.80
服装	615.76	2.95	291.07	1.77	276.90	1.90
纸品	220.07	1.06	525.67	3.19	591.64	4.07
用品	383.52	1.84	195.57	1.19	280.49	1.93
2、客户经营服务	6,456.01	30.96	5,612.37	34.09	5,265.93	36.21
3、供应商推广服务	3,343.85	16.04	1,791.82	10.88	1,933.91	13.30
其他业务毛利	337.24	1.62	424.77	2.58	259.51	1.78
合计	20,850.62	100.00	16,462.92	100.00	14,542.25	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司的综合毛利分别为 14,542.25 万元、16,462.92 万元和 20,850.62 万元，主营业务的毛利占比均在 97%以上。其中，公司母婴商品销售的毛利占比约 50%，客户经营服务的毛利占比约 30%~40%，供应商推广服务的毛利占比约 10%~20%，毛利的结构基本保持稳定。

2. 主营业务按产品或服务分类的毛利率情况

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)
1、母婴商品销售	12.08	88.79	14.18	87.87	13.62	86.71
食品	11.97	79.39	14.59	75.43	13.75	71.98
服装	17.05	3.62	8.71	4.83	8.31	5.56
纸品	6.70	3.29	18.11	4.19	20.73	4.76
用品	15.38	2.50	8.24	3.42	10.59	4.42
2、客户经营服务	83.26	7.76	85.75	9.45	88.57	9.91
3、供应商推广服务	97.27	3.44	96.34	2.68	95.63	3.37
合计	20.54	100.00	23.15	100.00	23.82	100.00

科目具体情况及分析说明：

（1）毛利率整体变动分析

报告期内，公司主营业务的毛利率分别为 23.82%、23.15%和 20.54%，整体稳中略降。

（2）毛利率变动因素分析

报告期内，公司主营业务毛利率变动受母婴商品销售、客户经营服务和供应商推广服务的毛利率变动及收入结构变动的综合影响，采用因素替代法进行分析，具体如下：

项目	2024 年与 2023 年相比（百分点）			2023 年与 2022 年相比（百分点）		
	毛利率变动影响	收入占比变动影响	综合影响	毛利率变动影响	收入占比变动影响	综合影响
1、母婴商品销售	-1.87	0.13	-1.74	0.50	0.16	0.65
食品	-2.07	0.58	-1.50	0.63	0.47	1.11
服装	0.30	-0.11	0.20	0.02	-0.06	-0.04
纸品	-0.38	-0.16	-0.54	-0.11	-0.12	-0.23
用品	0.18	-0.08	0.10	-0.08	-0.11	-0.19
2、客户经营服务	-0.19	-1.44	-1.64	-0.27	-0.41	-0.68
3、供应商推广服务	0.03	0.73	0.76	0.02	-0.66	-0.64
综合影响	-1.93	-0.68	-2.61	0.22	-0.89	-0.66

注 1：毛利率变动影响=Σ（各产品/服务本期毛利率-上年同期毛利率）×各产品/服务本期间收入占比，反映各产品/服务当年毛利率波动对主营业务毛利率的影响值；

注 2：收入占比变动影响=Σ（各产品/服务本期收入占比-上年同期收入占比）×各产品/服务上年同期的毛利率，反映各产品/服务收入结构对主营业务毛利率的影响值；

注 3：综合影响=Σ(各类毛利率变动影响+各类收入占比变动影响)。

2023 年度较 2022 年度，主营业务的毛利率下降 0.66 个百分点，其中①母婴商品销售的毛利率因毛利率波动和收入结构变动正向影响 0.65 个百分点，主要系食品的毛利率增长正向影响 0.63 个百分点、收入占比提升正向影响 0.47 个百分点，综合对食品毛利率正向影响 1.11 个百分点，其他各商品的毛利率波动和收入结构变动的影响相对较小；②客户经营服务的毛利率因毛利率波动和收入结构变动负向影响 0.68 个百分点；③供应商推广服务的毛利率主要因收入结构变动，整体负向影响 0.64 个百分点。

2024 年度较 2023 年度，主营业务的毛利率下降 2.61 个百分点，其中①母婴商品销售的毛利率因毛利率波动和收入结构变动负向影响 1.74 个百分点，主要系食品的毛利率下降负向影响 2.07 个百分点、收入占比提升正向影响 0.58 个百分点，综合使得对食品毛利率负向影响 1.50 个百分点，其他各商品的毛利率波动和收入结构变动的影响相对较小；②客户经营服务的毛利率主要因收入结构变动，整体负向影响 1.64 个百分点；③供应商推广服务的毛利率主要因收入结构变动，整体正向影响 0.76 个百分点。

（3）各类产品和服务的毛利率变动分析

报告期内，公司的毛利主要来源于主营业务的母婴商品销售及服务，各类产品和服务的毛利率及其变动具体如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	毛利率（%）	变动（百分点）	毛利率（%）	变动（百分点）	毛利率（%）

1、母婴商品销售	12.08	-2.10	14.18	0.56	13.62
食品	11.97	-2.61	14.59	0.84	13.75
服装	17.05	8.35	8.71	0.40	8.31
纸品	6.70	-11.41	18.11	-2.61	20.73
用品	15.38	7.13	8.24	-2.35	10.59
2、客户经营服务	83.26	-2.50	85.75	-2.82	88.57
3、供应商推广服务	97.27	0.93	96.34	0.71	95.63
合计	20.54	-2.61	23.15	-0.66	23.82

①母婴商品销售

报告期内，公司母婴商品销售的毛利率分别为 13.62%、14.18%和 12.08%，各类商品的单价、单位成本及毛利率情况如下：

A、食品

报告期内，公司食品的毛利率分别为 13.75%、14.59%和 11.97%，2023 年度和 2024 年度较同期分别增加 0.84 个百分点、下降 2.61 个百分点。报告期内，公司食品收入占母婴商品销售收入的比例约 80%~90%，主要包括奶粉、营养品及零辅食等其他食品。其中，奶粉销售收入占食品整体销售规模比例约 95%，系公司最主要的母婴商品销售品类；而各类营养品、零辅食等的品类规格相对更为多样，价值分布较广，其收入占母婴商品销售收入的比例约 3%~4%，占比相对较低。公司食品的毛利率主要受奶粉毛利率的波动影响，以下主要分析报告期内公司奶粉的单位售价、单位成本及毛利率情况，具体如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	数值	变化率 (百分点)	数值	变化率 (百分点)	数值
单位售价（元/件）	140.29	4.77	133.91	-0.33	134.35
单位成本（元/件）	123.60	7.78	114.68	-1.34	116.24
毛利率（%）	11.90	-2.46	14.36	0.88	13.48

报告期内，公司奶粉的毛利率为 13.48%、14.36%和 11.90%，整体稳中略降，其中：2023 年度较 2022 年度，奶粉的毛利率上升 0.88 个百分点，波动较小，单位售价和单位成本较为稳定。2024 年度较 2023 年度，奶粉的毛利率下降 2.46 个百分点，主要系公司结合产品结构调整并综合考虑市场竞争环境和区域开拓的经营战略，适当加大对下游加盟商的支持力度，综合使得单位售价的增幅低于单位成本所致。同时，奶粉的单位售价及单位成本均有所上升，主要系公司持续调整产品结构，与飞鹤、伊利金领冠、合生元、海普诺凯、佳贝艾特等母婴知名品牌的合作关系不断加深，品牌力更强、定价更高的新产品系列不断增加。

B、服装

报告期内，公司的服装包括各类婴童外出服、婴童内衣、鞋帽配套等各品类，其收入占母婴商品销售收入的比例约 4%~7%，各期的单位售价、单位成本及毛利率情况如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	数值	变化率 (百分点)	数值	变化率 (百分点)	数值
单位售价（元/件）	38.48	26.83	30.34	1.01	30.04
单位成本（元/件）	31.92	15.23	27.70	0.57	27.54
毛利率（%）	17.05	8.35	8.71	0.40	8.31

报告期内，公司服装的毛利率分别为 8.31%、8.71%和 17.05%，2023 年度和 2024 年度较同期分别增长 0.40 个百分点和 8.35 个百分点，其中单位售价和单位成本均呈现上升趋势，且单价上升幅度高于单位成本，主要系随着 2022 年以来因公共卫生事件等外部环境波动的影响减弱，公司逐步降低了对服装类的销售返利支持，使得销售单价上升，同时产品采购单价相对较为稳定，使得毛利率有所回升。

C、纸品

报告期内，公司纸品的毛利率分别为 20.73%、18.11%和 6.70%，2023 年度和 2024 年度较同期分别下降 2.61 个百分点和 11.41 个百分点。报告期内，公司纸品收入占母婴商品销售收入的比例 5%左右，主要包括儿童纸尿裤及其他纸品。其中，儿童纸尿裤的销售收入占纸品整体销售规模比例约 97%，其他各类纸品规格多样、价值低，其销售规模较小，一般作为日常消费品类的补充系列或引流。公司纸品的毛利率主要受儿童纸尿裤毛利率的波动影响，以下主要分析报告期内公司销售的儿童纸尿裤单位售价、单位成本及毛利率情况，具体如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	数值	变化率 (百分点)	数值	变化率 (百分点)	数值
单位售价（元/件）	40.07	-3.29	41.44	-3.16	42.79
单位成本（元/件）	35.92	7.21	33.50	0.05	33.49
毛利率（%）	10.37	-8.78	19.15	-2.60	21.75

报告期内，公司儿童纸尿裤的毛利率为 21.75%、19.15%和 10.37%，2023 年度和 2024 年度较同期分别下降 2.60 个百分点和 8.78 个百分点，其中单位售价有所下降、单位成本稳中有升，主要系儿童纸尿裤作为高频消费耗用品，终端消费者的需求更多样化、粘性相对较低，市场品牌呈多元化趋势，竞争更激烈，销售单价整体呈现下降趋势；结合终端市场环境变化和消费者需求，公司灵活调整经营策略，持续优化纸尿裤的产品结构，不断引入兼具品牌力和性价比的产品系列，并加大市场动销的支持力度，综合使得毛利率有所下降。在此过程中，公司与“好奇”等头部纸尿裤品牌

持续深入合作，扩大了公司儿童纸尿裤的销售规模，增强了公司渠道的整体竞争力。

D、用品

报告期内，公司用品的单位售价、单位成本及毛利率情况如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	数值	变化率 (百分点)	数值	变化率 (百分点)	数值
单位售价（元/件）	16.61	47.01	11.30	-22.36	14.56
单位成本（元/件）	14.06	35.59	10.37	-20.32	13.01
毛利率（%）	15.38	7.13	8.24	-2.35	10.59

报告期内，公司用品的毛利率分别 10.59%、8.24%和 15.38%，2023 年度和 2024 年度较同期分别下降 2.35 个百分点、增加 7.13 个百分点，其中单位售价和单位成本有所波动，主要系公司的用品包括各类喂养、洗护、娱乐等各母婴生活品类，一般为耐用品类，其种类繁多、规格和价值不一，商品结构的调整使得单位价值有所波动。同时，随着 2022 年以来因公共卫生事件等外部环境波动的影响减弱，公司也降低了对耐用品类产品的销售返利支持，使得毛利率有所提升。

②客户经营服务

报告期内，客户经营服务的毛利率分别为 88.57%、85.75%和 83.26%，有所下降，主要系公司持续加强客户服务力度，且随着新市场的开拓，加盟商及其门店数量不断增加，公司服务覆盖的范围不断拓展，与客户经营服务相关的投入有所增长，使得毛利率有所下降。

③供应商推广服务

报告期内，供应商推广服务的毛利率分别为 95.63%、96.34%和 97.27%，略有上升，主要系公司品牌力不断增强、渠道规模竞争优势凸显，与供应商合作深度持续加深，供应商的品牌服务和市场推广需求不断增加，公司的服务收入较快增长，而成本增长相对较小，使得毛利率有所提升。

3. 主营业务按销售区域分类的毛利率情况

√适用 □不适用

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率（%）	主营收入占比（%）	毛利率（%）	主营收入占比（%）	毛利率（%）	主营收入占比（%）
西南地区	21.57	76.78	23.41	93.93	23.82	99.82
华中地区	16.58	16.06	15.12	4.30	25.16	0.02
华东地区	18.36	7.16	29.10	1.77	23.27	0.16
合计	20.54	100.00	23.15	100.00	23.82	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司销售收入主要来自西南地区，其销售收入占比超过 70%，其毛利率水平及变动是影响主营业务毛利率水平及变动趋势的主要因素，同时随着 2022 年下半年公司开始陆续开拓华中和华东地区的新市场，2023 年度和 2024 年度公司来自新市场的销售收入较快增长，具体分析如下：

报告期内，公司不同区域毛利率有所差异，主要受公司各区域市场开拓进程以及产品结构等因素影响。其中：

（1）西南地区的毛利率整体较为稳定，主要系公司多年持续深耕西南地区市场，整体经营规模、产品和客户结构相对稳定，毛利率波动相对较小；

（2）华中地区和华东地区的毛利率有所波动，主要系公司于 2022 年下半年陆续开拓华中和华东地区的新市场，市场开拓初期销售规模较小，且以毛利率相对较高的产品销售为主，产品结构较为单一。随着 2023 年和 2024 年新市场的持续深度开发，华东和华中地区先后进入销售规模的快速增长期，区域销售产品结构更加多元，公司在此基础上加大对新加盟客户的支持力度，以助力新区市场开拓，区域整体销售毛利率有所下降。

4. 主营业务按照销售模式分类的毛利率情况

√适用 □不适用

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率(%)	主营收入占比 (%)	毛利率(%)	主营收入占比 (%)	毛利率(%)	主营收入占比 (%)
商品销售	12.08	88.79	14.18	87.87	13.62	86.71
1、加盟	11.43	79.64	13.93	72.24	14.56	75.74
2、分销	17.63	8.99	15.24	15.43	6.67	10.69
3、直营	24.64	0.16	23.97	0.20	24.55	0.28
提供服务	87.56	11.21	88.10	12.13	90.36	13.29
合计	20.54	100.00	23.15	100.00	23.82	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司对加盟商的商品销售收入占比超过 70%，其毛利率水平及变动是影响主营业务毛利率水平及变动趋势的主要因素。

报告期内，公司商品销售的毛利率分别为 13.62%、14.18%和 12.08%，2023 年度同比较稳定，2024 年度较 2023 年度下降 2.10 个百分点，其中：

（1）报告期内，加盟渠道的商品销售毛利率分别为 14.56%、13.93%和 11.43%，呈下降趋势，主要系受宏观经济环境波动、新生儿出生率下降、市场竞争加剧等多重因素影响，下游母婴门店经营承压，为支持公司加盟商健康持续发展，公司依托数智化中台的精细化运营管理能力，灵活调整经营策略，重点加大对加盟渠道的销售支持力度，整体毛利率有所下降。

(2) 报告期内，分销渠道的商品销售毛利率分别为 6.67%、15.24%和 17.63%，呈上升趋势，主要系公司分销客户的类型较多、较加盟商的交易品类相对少，其毛利率受实际合作情况影响有所波动。2022 年度公司对中小分销商销售产品以毛利率相对更低的产品为主；2023 年度和 2024 年度公司分销渠道客户结构、商品结构有所调整，毛利率相对更高的产品占比增加，使得毛利率水平有所提升。

(3) 报告期内，直营渠道的商品销售来自公司两家直营门店，其经营规模较为稳定，毛利率波动较小。

(4) 报告期内，公司提供服务的收入占比和毛利率波动情况，详见本节之“三、盈利情况分析”之“(一) 营业收入分析”之“2.主营业务收入按产品或服务分类”和“(三) 毛利率分析”之“2.主营业务按产品或服务分类的毛利率情况”。

5. 主营业务按照其他分类的毛利率情况

☐适用 ☒不适用

6. 可比公司毛利率比较分析

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
孩子王	29.74	29.56	29.91
爱婴室	26.86	28.38	28.54
平均数 (%)	28.30	28.97	29.22
发行人 (%)	20.80	23.58	24.11

注：同行业数据来源于公开披露的年度报告。

科目具体情况及分析说明：

同行业上市公司主要为孩子王和爱婴室，均从事各类母婴商品销售并提供相关服务。上述公司主要以直营模式开展业务经营，与公司以加盟模式为主的经营模式存在一定差异，但综合考虑其所处行业及产业链位置、商品及服务的特点以及数据可得性等因素，将其作为可比公司进行比较分析。

报告期内，公司与同行业可比公司的母婴商品销售和相关服务类的毛利率，以及综合毛利率具体如下：

项目	年度	母婴商品销售	相关服务类[注]	综合毛利率
孩子王	2024	21.27%	88.37%	29.74%
	2023	20.29%	89.28%	29.56%
	2022	21.06%	89.37%	29.91%
爱婴室	2024	22.17%	84.47%	26.86%
	2023	23.45%	84.06%	28.38%
	2022	24.12%	85.31%	28.54%
可比公司	2024	21.72%	87.26%	28.30%

平均值	2023	21.87%	86.67%	28.97%
	2022	22.59%	87.34%	29.22%
公司	2024	12.08%	87.56%	20.80%
	2023	14.18%	88.10%	23.58%
	2022	13.62%	90.36%	24.11%

注：公司的相关服务类包括客户经营服务和供应商推广服务；孩子王的相关服务类包括母婴服务、供应商服务、广告业务、平台服务及其他等非母婴商品销售；爱婴室的相关服务包括母婴服务、供应商服务及其他等非母婴商品销售。

报告期内，公司的综合毛利率低于同行业可比公司综合毛利率。其中公司的母婴商品销售业务毛利率低于同行业可比公司，主要系公司基于加盟模式开展业务，主要客户为加盟商及下游分销商，而同行业可比公司以直营模式开展业务，其直接面向终端消费者；公司的服务类业务毛利率与同行业可比公司的毛利率水平不存在重大差异。

7. 其他披露事项

无。

8. 毛利率总体分析

报告期内，公司综合毛利率分别为 24.11%、23.58% 和 20.80%，整体毛利率相对稳定，2024 年度略有下降，与同行业可比上市公司的毛利率波动趋势基本相同。

在外部经济环境波动、新生儿出生率下降的影响下，公司依托数智化中台服务体系助力加盟商提升运营管理能力，不断加强与知名品牌商的合作深度，增强优质供应链的竞争优势，进一步完善、丰富主要产品系列。同时，公司及时、灵活地调整经营策略，持续开拓新市场和新客户，保障了整体经营的稳定性，实现了较为稳定的毛利率水平。

（四） 主要费用情况分析

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)
销售费用	2,813.40	2.81	2,224.32	3.19	1,954.95	3.24
管理费用	2,750.14	2.74	2,477.46	3.55	2,027.12	3.36
研发费用	438.99	0.44	418.80	0.60	321.86	0.53
财务费用	-240.78	-0.24	-668.99	-0.96	-36.58	-0.06
合计	5,761.75	5.75	4,451.59	6.38	4,267.34	7.07

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司期间费用金额分别为 4,267.34 万元、4,451.59 万元和 5,761.75 万元，占营业收入的比例分别为 7.07%、6.38% 和 5.75%，期间费用率整体有所下降，各类费用率波动较小。

1. 销售费用分析
(1) 销售费用构成情况

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
职工薪酬	1,529.81	54.38	1,221.81	54.93	1,260.11	64.46
会务费	492.95	17.52	315.36	14.18	83.56	4.27
交通及差旅费	297.71	10.58	239.16	10.75	181.81	9.30
使用权资产折旧摊销	142.24	5.06	135.29	6.08	95.36	4.88
短期租赁费	109.22	3.88	107.73	4.84	115.76	5.92
办公费	121.74	4.33	80.26	3.61	35.94	1.84
业务宣传费	57.06	2.03	58.49	2.63	75.19	3.85
业务招待费	55.25	1.96	50.93	2.29	39.26	2.01
固定资产折旧费	4.67	0.17	4.89	0.22	5.33	0.27
股份支付	-	-	-	-	44.45	2.27
其他费用	2.76	0.10	10.39	0.47	18.20	0.93
合计	2,813.40	100.00	2,224.32	100.00	1,954.95	100.00

(2) 销售费用率与可比公司比较情况

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
孩子王	20.21	20.70	21.30
爱婴室	19.55	20.81	20.95
平均数 (%)	19.88	20.76	21.13
发行人 (%)	2.81	3.19	3.24
原因、匹配性分析	报告期内，母婴同行业可比公司孩子王和爱婴室的销售费用率高于公司，主要系公司与同行业可比公司的经营模式差异所致。孩子王和爱婴室以直营模式经营，需要承担门店销售团队的组建、终端促销活动等相关销售运营支出；而公司主要通过打造连锁品牌和数智化中台运营服务体系，主要面向下游加盟商及分销商销售商品，并对客户及供应商提供相关服务，与终端门店经营相关的运营费用由客户自行承担，因此销售费用率较低。		

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司的销售费用分别为 1,954.95 万元、2,224.32 万元和 2,813.40 万元，占营业收入的比例分别为 3.24%、3.19%和 2.81%，主要由销售人员的职工薪酬构成。2023 年和 2024 年，公司销售费用分别增加 269.37 万元和 589.08 万元，同比增长 13.78%和 26.48%，主要系报告期内公司加大新市场、新客户的开拓，相关的人员薪酬、会务费、交通及差旅费用等有所增加。

2. 管理费用分析
(1) 管理费用构成情况

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
职工薪酬	1,543.96	56.14	1,323.09	53.40	1,104.06	54.46
中介服务费	301.65	10.97	471.73	19.04	218.57	10.78
固定资产折旧费	148.24	5.39	191.62	7.73	170.55	8.41
业务招待费	196.23	7.14	149.28	6.03	89.77	4.43
使用权资产折旧摊销	177.73	6.46	87.23	3.52	51.94	2.56
办公费	71.36	2.59	65.49	2.64	53.51	2.64
交通与差旅费	54.56	1.98	36.55	1.48	8.25	0.41
车辆使用费	18.09	0.66	18.80	0.76	25.19	1.24
无形资产摊销	26.89	0.98	18.24	0.74	17.93	0.88
长期待摊费用摊销	55.72	2.03	17.37	0.70	18.42	0.91
软件服务费	0.30	0.01	10.37	0.42	7.38	0.36
股份支付	-	-	8.45	0.34	179.81	8.87
短期租赁费	6.65	0.24	5.34	0.22	11.79	0.58
其他费用	148.75	5.41	73.90	2.98	69.97	3.45
合计	2,750.14	100.00	2,477.46	100.00	2,027.12	100.00

(2) 管理费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
孩子王	5.50	5.79	5.25
爱婴室	3.14	3.35	3.41
平均数 (%)	4.32	4.57	4.33
发行人 (%)	2.74	3.55	3.36
原因、匹配性分析	报告期内，公司和同行业可比公司的管理费用主要由管理人员的薪酬构成，公司的管理费用率略低于同行业可比公司的管理费用率，主要系公司整体经营规模相对更小，运营管理相对更为精简所致。		

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司的管理费用分别为 2,027.12 万元、2,477.46 万元和 2,750.14 万元，占营业收入的比例分别为 3.36%、3.55%和 2.74%，主要由职工薪酬、中介服务费、固定资产折旧费、股份支付等费用构成。2023 年和 2024 年，公司管理费用分别增加 450.34 万元和 272.67 万元，增长 22.22%和 11.01%，主要系公司中介服务费支出增加，以及公司持续开拓新市场相关的管理人员薪酬、资产购置及办公费等支出增加所致。

3. 研发费用分析

(1) 研发费用构成情况

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
职工薪酬	320.03	72.90	251.15	59.97	312.88	97.21

委托开发费	83.30	18.98	130.17	31.08	7.00	2.17
直接材料及其他	35.66	8.12	37.48	8.95	1.97	0.61
合计	438.99	100.00	418.80	100.00	321.86	100.00

(2) 研发费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
孩子王	0.43	0.59	1.04
爱婴室	-	-	-
平均数 (%)	0.43	0.59	1.04
发行人 (%)	0.44	0.60	0.53
原因、匹配性分析	报告期内，公司和同行业可比公司的研发费用率不存在显著差异。		

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司的研发费用分别为 321.86 万元、418.80 万元和 438.99 万元，占营业收入的比例分别为 0.53%、0.60%和 0.44%，主要由研发人员薪酬构成。研发费用支出主要用于公司对信息系统和数智化中台相关的研发项目投入。

4. 财务费用分析

(1) 财务费用构成情况

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
利息费用	41.68	28.53	9.75
减：利息资本化	-	-	-
减：利息收入	283.38	698.77	48.66
汇兑损益	-	-	-
银行手续费	0.92	1.25	2.33
其他	-	-	-
合计	-240.78	-668.99	-36.58

(2) 财务费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
孩子王	1.40	1.07	1.03
爱婴室	0.82	1.01	1.29
平均数 (%)	1.11	1.04	1.16
发行人 (%)	-0.24	-0.96	-0.06
原因、匹配性分析	报告期内，公司和同行业可比公司的财务费用率不存在显著差异。		

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司的财务费用分别为-36.58 万元、-668.99 万元和-240.78 万元，占营业收入的比

例分别为-0.06%、-0.96%和-0.24%，主要系利息收入贡献所致。

5. 其他披露事项

无。

6. 主要费用情况总体分析

报告期内，公司期间费用金额分别为 4,267.34 万元、4,451.59 万元和 5,761.75 万元，占营业收入的比例分别为 7.07%、6.38%和 5.75%，各项期间费用率波动较小，且占比较为稳定。期间费用主要受公司经营规模、业务开展等因素影响，变动符合行业和公司实际情况，公司的期间费用率低于同行业公司，主要系经营模式的差异，具有商业合理性。

（五） 利润情况分析

1. 利润变动情况

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)
营业利润	15,141.46	15.10	11,835.07	16.95	10,469.46	17.35
营业外收入	12.11	0.01	4.08	0.01	5.70	0.01
营业外支出	14.93	0.01	14.52	0.02	0.26	0.00
利润总额	15,138.64	15.10	11,824.64	16.94	10,474.90	17.36
所得税费用	3,108.54	3.10	2,345.81	3.36	2,100.78	3.48
净利润	12,030.10	12.00	9,478.83	13.58	8,374.13	13.88

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司净利润主要来源于营业利润贡献，营业外收支对公司净利润影响较小。

报告期内，公司的营业利润分别为 10,469.46 万元、11,835.07 万元和 15,141.46 万元，分别同比增长 13.04%和 27.94%，公司的净利润分别为 8,374.13 万元、9,478.83 万元和 12,030.10 万元，分别同比增长 13.19%和 26.92%，整体呈稳健增长趋势。

2. 营业外收入情况

√适用 □不适用

(1) 营业外收入明细

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
接受捐赠	-	-	-
政府补助	-	-	-
盘盈利得	-	-	-
经批准无需支付的应	6.95	3.23	4.67

付款项			
其他	5.16	0.84	1.02
合计	12.11	4.08	5.70

(2) 科目具体情况及分析说明

无。

3. 营业外支出情况

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
对外捐赠	6.98	10.23	-
非流动资产处置损失	0.23	0.53	0.15
其他	7.72	3.76	0.10
合计	14.93	14.52	0.26

科目具体情况及分析说明：

无。

4. 所得税费用情况

(1) 所得税费用表

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
当期所得税费用	3,130.13	2,368.68	2,148.44
递延所得税费用	-21.59	-22.88	-47.67
合计	3,108.54	2,345.81	2,100.78

(2) 会计利润与所得税费用调整过程

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
利润总额	15,138.64	11,824.64	10,474.90
按适用税率 25%计算的所得税费用	3,784.66	2,956.16	2,618.73
部分子公司适用不同税率的影响	-622.59	-581.55	-514.01
调整以前期间所得税的影响		-	-19.01
税收优惠的影响		-	-
非应税收入的纳税影响		-	-
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	25.33	19.86	69.05
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响		-	-5.91
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响		-	-
研发费用等费用项目加计扣除	-57.21	-58.92	-48.07
预计递延所得税资产/负债转回时的适用税率不同于本年度	-21.65	10.26	
所得税费用	3,108.54	2,345.81	2,100.78

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司的所得税费用分别为 2,100.78 万元、2,345.81 万元和 3,108.54 万元，公司所得税费用与公司利润总额变动趋势一致，公司各主体适用的所得税税率及税收优惠政策详见本节之“六、税项”。

5. 其他披露事项

无。

6. 利润变动情况分析

详见本节之“三、盈利情况分析”之“（五）利润情况分析”之“1.利润变动情况”。

（六）研发投入分析

1. 研发投入构成明细情况

单位：万元			
项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
职工薪酬	320.03	251.15	312.88
委托开发费	83.30	130.17	7.00
直接材料及其他	35.66	37.48	1.97
合计	438.99	418.80	321.86
研发投入占营业收入的比例（%）	0.44	0.60	0.53
原因、匹配性分析	报告期内，公司的研发投入保持稳定增长趋势，主要由职工薪酬构成。		

科目具体情况及分析说明：

详见本节之“三、盈利情况分析”之“（四）主要费用情况分析”之“3.研发费用分析”。

2. 报告期内主要研发项目情况

报告期内，公司的研发项目主要系与数智化中台相关的建设项目，主要研发项目具体如下：					
单位：万元					
项目名称	项目进展	2024 年度	2023 年度	2022 年度	合计
孕婴世界数智中台 V2.0	在研	95.69	228.88	-	324.56
孕婴世界数智中台 V2.1	在研	145.90	-	-	145.90
孕婴世界数智零售 APP V1.0	在研	118.75	-	-	118.75
客户返利项目 V1.0	在研	18.12	-	-	18.12
孕婴世界数智会员 V1.0	在研	15.12	-	-	15.12

客户店铺资产自管研发项目	结项	-	1.36	50.55	51.90
孕婴世界连锁店铺拓展流程化设计项目	结项	-	-	46.35	46.35
一站式集成登录系统研发项目	结项	-	-	44.10	44.10
客户人资管理体系研发项目	结项	-	1.96	41.36	43.32
孕婴世界连锁平台集成展示研发项目	结项	-	6.93	32.46	39.39
孕婴世界商品货号管理研发	结项	11.22	22.55	-	33.77
孕婴世界活动统计分析研发项目	结项	-	-	31.54	31.54
孕婴世界市场活动管理研发	结项	8.20	21.74	-	29.94
孕婴世界业务工作仪表盘管理系统	结项	-	27.53	-	27.53
孕婴世界客户经营日报管理系统研发	结项	-	24.14	-	24.14
孕婴世界职员资料管理研发	结项	9.93	13.89	-	23.82
客户经营报告数据分析项目/ 客户零售会员数据分析项目	结项	-	-	23.45	23.45
孕婴世界赋能平台流程管理设计研发项目	结项	-	11.06	12.19	23.24
用户工具包权限自管项目	结项	-	-	17.87	17.87
仓储物流验证平台	结项	-	15.95	-	15.95
孕婴世界数智零售 APP 研发	结项	8.56	4.12	-	12.68
孕婴世界赋能平台数据传输对外接口研发项目	结项	-	4.99	6.98	11.98
孕婴世界数智秒选 APP 研发	结项	7.52	4.21	-	11.73
其他	[注]	-	29.48	15.01	44.49
合计		438.99	418.80	321.86	1,179.65

注：其他研发项目包括累计投入小于 10 万元的数个研发项目。

3. 研发投入占营业收入比例与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司	2024 年度	2023 年度	2022 年度
孩子王	0.43	0.59	1.04
爱婴室	-	-	-
平均数 (%)	0.43	0.59	1.04
发行人 (%)	0.44	0.60	0.53

科目具体情况及分析说明：

详见本节之“三、盈利情况分析”之“(四) 主要费用情况分析”之“3.研发费用分析”。

4. 其他披露事项

无。

5. 研发投入总体分析

报告期内，公司研发投入均在当期费用化，不存在资本化情形，因此公司研发投入与研发费用金额一致，研发投入总体分析详见本节之“三、盈利情况分析”之“（四）主要费用情况分析”之“3.研发费用分析”。

（七）其他影响损益的科目分析

1. 投资收益

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
权益法核算的长期股权投资收益	-	-	-
处置长期股权投资产生的投资收益	-	-	-
丧失控制权后，剩余股权按公允价值重新计量产生的利得	-	-	-
交易性金融资产在持有期间的投资收益	-	-	-
其他权益工具投资在持有期间取得的股利收入	-	-	-
债权投资在持有期间取得的利息收入	-	-	-
其他债权投资在持有期间取得的利息收入	-	-	-
处置交易性金融资产取得的投资收益	315.01	-	422.80
处置债权投资取得的投资收益	-	-	-
处置其他债权投资取得的投资收益	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产在持有期间的投资收益	-	-	-
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产取得的投资收益	-	-	-
持有至到期投资在持有期间的投资收益	-	-	-
可供出售金融资产在持有期间的投资收益	-	-	-
处置可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	-
处置持有至到期投资取得的投资收益	-	-	-
合计	315.01	-	422.80

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司投资收益金额分别为 422.80 万元、0.00 万元和 315.01 万元，主要系公司购买银行理财产品产生的收益。

2. 公允价值变动收益

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
交易性金融资产	15.28	-	-
其中：衍生金融工具产生的公允价值变动收益	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-
按公允价值计量的投资性房地产	-	-	-

按公允价值计量的生物资产	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-
合计	15.28	-	-

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司公允价值变动收益分别为 0.00 万元、0.00 万元和 15.28 万元，其中，2024 年度交易性金融资产公允价值变动损益金额较小，对盈利能力影响较小。

3. 其他收益

√适用 □不适用

单位：万元

产生其他收益的来源	2024 年度	2023 年度	2022 年度
重点企业加快发展类政策奖金	63.01	-	-
首次挂牌奖励	50.00	-	-
金牛区股改奖励	-	50.00	-
高新技术企业奖励补贴	15.00	-	-
金牛区“1+N”产业扶持政策补助	-	-	96.6
金牛区上规企业扶持政策补助	-	18.00	5.00
稳岗补贴	5.99	3.19	4.49
渝中区人民政府解放碑街道办事处奖励经费	3.00	-	-
个税手续费返还	0.77	2.60	0.85
增值税及附加税加计抵扣	0.60	2.07	1.97
2024 年第二批(免申即享)招用新成长劳动力招工成本补贴	0.10	-	-
贵州省社会保险事业局失业一次性留工补助	-	-	1.00
养老保险费、失业金补助	-	-	1.47
合计	138.47	75.86	111.37

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司其他收益金额分别为 111.37 万元、75.86 万元和 138.47 万元，主要由政府补助构成。

4. 信用减值损失

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
应收账款坏账损失	-42.79	52.12	-92.18
应收票据坏账损失	-	-	-
其他应收款坏账损失	-0.12	0.05	-0.10
应收款项融资减值损失	-	-	-
长期应收款坏账损失	-	-	-
债权投资减值损失	-	-	-

其他债权投资减值损失	-	-	-
合同资产减值损失	-	-	-
财务担保合同减值	-	-	-
合计	-42.90	52.17	-92.27

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司信用减值损失金额为-92.27 万元、52.17 万元和-42.90 万元，主要由应收账款基于预期信用减值损失计提的坏账损失构成。

5. 资产减值损失

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
坏账损失	-	-	-
存货跌价损失	-57.94	-24.34	-94.49
存货跌价损失及合同履约成本减值损失（新收入准则适用）		-	-
可供出售金融资产减值损失	-	-	-
持有至到期投资减值损失	-	-	-
长期股权投资减值损失	-	-	-
投资性房地产减值损失	-	-	-
固定资产减值损失	-	-	-
在建工程减值损失	-	-	-
生产性生物资产减值损失	-	-	-
油气资产减值损失	-	-	-
无形资产减值损失	-	-	-
商誉减值损失	-	-	-
合同取得成本减值损失（新收入准则适用）	-	-	-
其他	-	-	-
合计	-57.94	-24.34	-94.49

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司资产减值损失金额分别为-94.49 万元、-24.34 万元和-57.94 万元，均系计提的存货跌价损失。

6. 资产处置收益

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
划分为持有待售的非流动资产处置收益	16.29	0.75	0.44
其中：固定资产处置收益	-0.00	-0.45	0.29
无形资产处置收益	-	-	-
使用权资产处置利得	16.29	1.20	0.15

持有待售处置组处置收益	-	-	-
未划分为持有待售的非流动资产处置收益	-	-	-
其中：固定资产处置收益	-	-	-
无形资产处置收益	-	-	-
合计	16.29	0.75	0.44

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司资产处置收益分别为 0.44 万元、0.75 万元和 16.29 万元，主要为使用权资产处置收益，金额较小。

7. 其他披露事项

无。

四、 现金流量分析

（一） 经营活动现金流量分析

1. 经营活动现金流量情况

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	111,524.44	78,660.49	64,466.89
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	4,546.99	6,016.13	4,107.81
经营活动现金流入小计	116,071.42	84,676.61	68,574.70
购买商品、接受劳务支付的现金	87,476.92	58,695.35	46,704.54
支付给职工以及为职工支付的现金	3,587.62	3,048.79	2,869.80
支付的各项税费	4,852.41	4,839.74	2,482.85
支付其他与经营活动有关的现金	5,637.12	7,602.58	4,747.95
经营活动现金流出小计	101,554.07	74,186.46	56,805.15
经营活动产生的现金流量净额	14,517.36	10,490.15	11,769.55

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 11,769.55 万元、10,490.15 万元和 14,517.36 万元。其中，2024 年度较 2023 年度增长幅度较大，主要系公司的销售规模较快增长，且公司不断完善对期末应收账款的回款管理所致。

2. 收到的其他与经营活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
政府补助	137.10	71.19	110.53

利息收入	283.38	698.77	48.66
代收代付等往来款项	4,126.51	5,246.17	3,948.61
合计	4,546.99	6,016.13	4,107.81

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司收到的其他与经营活动有关的现金分别为 4,107.81 万元、6,016.13 万元和 4,546.99 万元。其中，代收代付等往来款项主要系公司对供应商将商品直接发往客户的商品销售业务收入以净额法核算，其所对应的代收客户款项。

3. 支付的其他与经营活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
代收代付等往来款项	3,513.57	5,685.37	3,704.87
付现费用支出	2,123.55	1,917.22	1,043.08
合计	5,637.12	7,602.58	4,747.95

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司支付的其他与经营活动有关的现金分别为 4,747.95 万元、7,602.58 万元和 5,637.12 万元，主要系以净额法核算的供应商直接发往客户的商品销售业务所代客户付供应商的款项，以及与经营活动相关的各项付现费用支出构成。

4. 经营活动净现金流与净利润的匹配

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
净利润	12,030.10	9,478.83	8,374.13
加：资产减值准备	57.94	24.34	94.49
信用减值损失	42.90	-52.17	92.27
固定资产折旧、油气资产折旧、生产性生物资产折旧、投资性房地产折旧	154.60	196.51	175.87
使用权资产折旧	323.45	224.26	147.29
无形资产摊销	27.38	18.24	17.93
长期待摊费用摊销	61.36	17.49	18.42
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	-16.29	-0.75	-0.44
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	0.23	0.53	-0.15
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-15.28	-	-
财务费用（收益以“-”号填列）	41.68	28.53	9.75
投资损失（收益以“-”号填列）	-315.01	-	-422.80
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-323.31	-78.38	-90.27
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	301.72	55.50	42.60
存货的减少（增加以“-”号填列）	-318.50	-1,987.47	-1,309.06
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-1,237.73	3,489.19	7,553.42
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	3,702.11	-934.60	-3,158.16

其他	-	10.08	224.26
经营活动产生的现金流量净额	14,517.36	10,490.15	11,769.55

5. 其他披露事项

无。

6. 经营活动现金流量分析

具体分析详见本节之“四、现金流量分析”之“（一）经营活动现金流量分析”之“1.经营活动现金流量情况”相关内容。

（二）投资活动现金流量分析

1. 投资活动现金流量情况

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	49,250.00	-	41,747.96
取得投资收益收到的现金	315.01	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	0.89	11.03	0.80
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	49,565.89	11.03	41,748.76
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	469.02	178.68	216.08
投资支付的现金	77,450.00	-	32,143.40
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	77,919.02	178.68	32,359.48
投资活动产生的现金流量净额	-28,353.12	-167.65	9,389.28

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司的投资活动产生的现金流量净额分别为 9,389.28 万元、-167.65 万元和-28,353.12 万元，主要系购买、赎回银行理财产品等交易性金融资产。

2. 收到的其他与投资活动有关的现金

☐适用 ☒不适用

3. 支付的其他与投资活动有关的现金

☐适用 ☒不适用

4. 其他披露事项

无。

5. 投资活动现金流量分析

具体分析详见本节之“四、现金流量分析”之“（二）投资活动现金流量分析”之“1.投资活动现金流量情况”相关内容。

（三）筹资活动现金流量分析

1. 筹资活动现金流量情况

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	8,510.25
取得借款收到的现金	-	-	-
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	8,510.25
偿还债务支付的现金	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	6,235.65	1,537.56
支付其他与筹资活动有关的现金	566.96	236.56	188.36
筹资活动现金流出小计	566.96	6,472.21	1,725.93
筹资活动产生的现金流量净额	-566.96	-6,472.21	6,784.32

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司的筹资活动产生的现金流量净额分别为 6,784.32 万元、-6,472.21 万元和-566.96 万元。公司的筹资活动产生的现金流量流入主要系股东增资，公司的筹资活动产生的现金流量流出主要系分配现金股利。

2. 收到的其他与筹资活动有关的现金

☐适用 ☒不适用

3. 支付的其他与筹资活动有关的现金

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
偿还租赁负债本金及利息	426.96	234.94	168.23
收购少数股东股权	140.00	-	11.00
偿还资金拆借款和利息	-	-	9.14
分红手续费	-	1.63	-
合计	566.96	236.56	188.36

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司支付的其他与筹资活动有关的现金，主要系租赁负债本金及利息，以及公司收购子公司少数股东权益支付的对价。

4. 其他披露事项

无。

5. 筹资活动现金流量分析

具体分析详见本节之“四、现金流量分析”之“（三）筹资活动现金流量分析”之“1.筹资活动现金流量情况”相关内容。

五、 资本性支出

（一）报告期内重大资本性支出

报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 216.08 万元、178.68 万元和 469.02 万元，资本性支出主要为满足公司业务经营发展的需求购置的运输设备、办公设备及信息系统建设相关的软件等支出。

（二）未来可预见的重大资本性支出

截至本《招股说明书》签署日，公司未来可预见的重大资本性支出主要为本次募集资金投资项目的投资支出，具体情况详见本《招股说明书》“第九节 募集资金运用”。

六、 税项

（一） 主要税种及税率

税种	计税依据	税率		
		2024 年度	2023 年度	2022 年度
增值税	销售货物或提供应税劳务	6%、9%、13%	6%、9%、13%	6%、9%、13%
消费税	-	-	-	-
教育费附加	应缴流转税税额	3%	3%	3%
城市维护建设税	应缴流转税税额	7%	7%	7%
企业所得税	应纳税所得额	15%、25%	15%、20%、25%	15%、25%
地方教育费附加	应缴流转税税额	2%	2%	2%
土地使用税	公司分摊的土地使用权面积	20 元/平方米·年	20 元/平方米·年	20 元/平方米·年
房产税	按房产原值一次减除 30%后的余值的 1.2%计缴，出租房产按不含税的租金的 12%计缴	1.2%、12%	1.2%、12%	1.2%、12%

存在不同企业所得税税率纳税主体的说明：

√适用 □不适用

纳税主体名称	所得税税率		
	2024 年度	2023 年度	2022 年度
创托盛和	15%	15%	15%
富云仟祥	25%	20%	/

武汉千佳原	25%	20%	/

具体情况及说明：

无。

（二） 税收优惠

√ 适用 □ 不适用

1、根据财政部、税务总局2022年3月1日发布的《关于进一步实施小微企业“六税两费”减免政策的公告》（财政部税务总局公告2022年第10号）第一条规定：由省、自治区、直辖市人民政府根据本地区实际情况，以及宏观调控需要确定，对增值税小规模纳税人、小型微利企业和个体工商户可以在50%的税额幅度内减征资源税、城市维护建设税、房产税、城镇土地使用税、印花税(不含证券交易印花税)、耕地占用税和教育费附加、地方教育附加。第四条规定：本公告执行期限为2022年1月1日至2024年12月31日。公司下属子公司成都市创托盛和信息技术服务有限公司和重庆天喜易和母婴用品有限公司2022年上半年度享受该政策。公司下属子公司贵州天喜易和母婴用品有限公司、昆明顺雄母婴用品有限公司、成都佳和万新孕婴用品有限公司2022年度和2023年度享受该政策。公司下属子公司合肥富云仟祥商贸有限公司和武汉千佳原商贸有限公司2022-至2024年度享受该政策。公司下属子公司江西天喜易和母婴用品有限公司2024年度享受该政策。

2、根据财政部、税务总局、海关总署2019年3月20日发布的《关于深化增值税改革有关政策的公告》（联合公告2019年第39号）第七条规定：自2019年4月1日至2021年12月31日，允许生产、生活性服务业纳税人按照当期可抵扣进项税额加计10%，抵减应纳税额；财政部、税务总局2022年3月3日发布的《关于促进服务业领域困难行业纾困发展有关增值税政策的公告》（财政部税务总局公告2022年第11号）第一条规定：《财政部 税务总局 海关总署关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部 税务总局 海关总署公告2019年39号）第七条执行期限延长至2022年12月31日。公司下属子公司成都市创托盛和信息技术服务有限公司2022年度享受该政策。

3、根据财政部、税务总局2023年1月9日发布的《财政部 税务总局关于明确增值税小规模纳税人减免增值税等政策的公告》（财政部 税务总局公告2023年第1号）第三条规定：自2023年1月1日至2023年12月31日，允许生产性服务业纳税人按照当期可抵扣进项税额加计5%抵减应纳税额。公司下属子公司成都市创托盛和信息技术服务有限公司2023年度享受该政策。

4、根据四川省人民政府2023年2月6日发布的《聚焦高质量发展推动经济运行整体好转的若干政策措施》（川府发〔2023〕5号）第二条规定：对交通运输、仓储和邮政、批发零售、住宿餐饮、旅游、文体娱乐行业纳税人，免征2023年上半年房产税、城镇土地使用税。本公司2023年度享受该政策。

5、本公司下属子公司成都市创托盛和信息技术服务有限公司2022年11月2日被四川省科学技术

厅、四川省财政厅和国家税务总局四川省税务局认定为高新技术企业，取得《高新技术企业》证书，证书编号：GR202251003528，有效期3年。2022-2024年度，公司下属子公司成都市创托盛和信息技术服务有限公司企业所得税享受15%的优惠税率。

6、根据财政部、税务总局2023年3月26日发布的《财政部 税务总局关于小微企业和个体工商户所得税优惠政策的公告》（2023年第6号）第一条规定：对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。第四条规定：本公告执行期限为2023年1月1日至2024年12月31日。公司下属子公司合肥富云仟祥商贸有限公司和武汉千佳原商贸有限公司2023年度享受该政策。

7、财政部、税务总局2022年3月14日发布的《财政部 税务总局关于进一步实施小微企业所得税优惠政策的公告》（2022年第13号）第一条规定：对小型微利企业年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。第三条规定：本公告执行期限为2022年1月1日至2024年12月31日。公司下属子公司武汉千佳原商贸有限公司2023年度享受该政策。

8、财政部、国家税务总局关于扩大有关政府性基金免征范围的通知（财税〔2016〕12号）第一条规定：将免征教育费附加、地方教育附加、水利建设基金的范围，由现行按月纳税的月销售额或营业额不超过3万元（按季度纳税的季度销售额或营业额不超过9万元）的缴纳义务人，扩大到按月纳税的月销售额或营业额不超过10万元（按季度纳税的季度销售额或营业额不超过30万元）的缴纳义务人。第三条规定：本通知自2016年2月1日起执行。2022-2024年度，公司下属子公司成都市创托盛和信息技术服务有限公司的分支机构成都市创托盛和信息技术服务有限公司龙泉康城店、成都市创托盛和信息技术服务有限公司龙泉阳光城店享受该政策。

9、财政部、税务总局关于对营业账簿减免印花税的通知（财税〔2018〕50号）规定：自2018年5月1日起，对按万分之五税率贴花的资金账簿减半征收印花税，对按件贴花五元的其他账簿免征印花税。本公司及公司下属子公司合肥富云仟祥商贸有限公司和成都市创托盛和信息技术服务有限公司2022年度享受该政策。公司下属子公司武汉千佳原商贸有限公司和重庆天喜易和母婴用品有限公司2023年度享受该政策。

10、根据《安徽省财政厅 国家税务总局安徽省税务局关于我省中小微企业减征地方水利建设基金的通知》（皖财综〔2022〕299号、皖财综〔2024〕195号）规定：向中小微企业征收的地方水利建设基金按现有费率的90%征收。公司下属子公司合肥富云仟祥商贸有限公司2024年3月至2024年12月享受该政策。

除上述外，公司及其他子公司报告期内无税收优惠政策。

（三） 其他披露事项

无。

七、 会计政策、估计变更及会计差错

（一） 会计政策变更

√适用 □不适用

1. 会计政策变更基本情况

单位：万元

期间/时点	会计政策变更的内容	审批程序	受影响的报表项目名称	原政策下的账面价值	新政策下的账面价值	影响金额
2022 年 1 月 1 日	《企业会计准则解释第 15 号》(财会〔2021〕35 号)	国家统一会计政策要求	对报表科目无重大影响	-	-	-
2023 年 1 月 1 日	《企业会计准则解释第 16 号》(财会〔2022〕31 号)	国家统一会计政策要求	详见“具体情况及说明”			
2024 年 1 月 1 日	《企业会计准则解释第 17 号》(财会〔2023〕21 号)	国家统一会计政策要求	对报表科目无重大影响	-	-	-
2024 年 12 月 6 日	《企业会计准则解释第 18 号》(财会〔2024〕24 号)	国家统一会计政策要求	对报表科目无重大影响	-	-	-

具体情况及说明：

2022 年 12 月 13 日，财政部发布了《企业会计准则解释第 16 号》（财会〔2022〕31 号，以下简称“解释 16 号”），其中“关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理”规定，本公司自 2023 年 1 月 1 日起施行。

对于在首次施行本解释的财务报表列报最早期间的期初（即 2022 年 1 月 1 日）至解释施行日（2023 年 1 月 1 日）之间发生的适用解释 16 号的单项交易而确认的租赁负债和使用权资产，以及确认的弃置义务相关预计负债和对应的相关资产，本公司按照解释 16 号的规定进行处理。

根据解释16号的相关规定，本公司对合并资产负债表相关项目调整如下：

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日		
	变更前	累积影响金额	变更后
递延所得税资产	2,941,335.26	747,289.24	3,688,624.50
递延所得税负债	938,535.64	747,289.24	1,685,824.88

对母公司资产负债表相关项目调整如下：

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日		
	变更前	累积影响金额	变更后
递延所得税资产	1,816,587.48	81,383.38	1,897,970.86
递延所得税负债	839,169.14	81,383.38	920,552.52

2. 首次执行新金融工具准则、新收入准则、新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

☐适用 ☒不适用

(二) 会计估计变更

☐适用 ☒不适用

(三) 会计差错更正

☒适用 ☐不适用

1. 追溯重述法

☒适用 ☐不适用

单位：元

期间	会计差错更正的内容	批准程序	受影响的各个比较期间报表项目名称	累积影响数
2022-2024 年度	详见“具体情况及说明”	2025 年 6 月第一届董事会第十九次会议决议	详见“具体情况及说明”	

具体情况及说明：

重要前期差错更正情况具体如下：

公司对所从事的相关业务模式、营业收入确认依据情况进行了检查，对供应商直接发往客户的商品销售业务进行重新梳理检查，并对照收入确认准则重新判断公司在交易中身份是主要责任人还是代理人。

经核查，该项业务中由供应商直接发往客户的商品，公司虽然负有向客户提供商品的首要责任、自主决定交易商品的价格等，也暂时性获得商品法定所有权，但公司获得的商品法定所有权具有瞬时性、过渡性特征，公司很可能并未真正取得商品控制权，未真正承担存货风险，公司在供应商直接发往客户的产品销售业务中很可能属于代理人。为了更谨慎执行新收入准则，经过审慎研究，公司将由供应商直接发往客户的商品销售业务等的收入确认方法由“总额法”更正为“净额法”。

公司对上述前期差错采用追溯重述法进行更正，相应对 2022 年度、2023 年度、2024 年度合并财务报表和母公司财务报表进行了追溯调整，具体影响如下：

①合并财务报表的影响情况

单位：元

2024 年度/2024 年 12 月 31 日			
受影响的比较期间报表项目名称	重述前金额	累积影响金额	重述后金额
预付款项	45,829,805.67	-135,647.72	45,694,157.95
其他应收款	3,847,034.34	135,647.72	3,982,682.06
应付账款	13,481,025.36	-3,629,373.71	9,851,651.65
其他应付款	3,553,169.58	3,629,373.71	7,182,543.29
营业收入	1,038,047,085.90	-35,529,713.36	1,002,517,372.54
营业成本	829,540,902.00	-35,529,713.36	794,011,188.64
销售商品、提供劳务收到的现金	1,155,392,926.64	-40,148,576.10	1,115,244,350.54
收到其他与经营活动有关的现金	5,321,301.25	40,148,576.10	45,469,877.35
购买商品、接受劳务支付的现金	908,258,232.94	-33,489,059.23	874,769,173.71
支付其他与经营活动有关的现金	22,882,174.63	33,489,059.23	56,371,233.86
2023 年度/2023 年 12 月 31 日			
受影响的比较期间报表项目名称	重述前金额	累积影响金额	重述后金额
预付款项	33,788,440.68	-5,507,876.77	28,280,563.91
其他应收款	2,696,609.62	5,507,876.77	8,204,486.39
应付账款	12,912,680.19	-2,342,085.89	10,570,594.30
其他应付款	2,932,275.84	2,342,085.89	5,274,361.73
营业收入	743,021,912.07	-44,991,086.00	698,030,826.07
营业成本	578,392,724.60	-44,991,086.00	533,401,638.60
销售商品、提供劳务收到的现金	837,444,795.38	-50,839,927.18	786,604,868.20
收到其他与经营活动有关的现金	9,321,328.67	50,839,927.18	60,161,255.85
购买商品、接受劳务支付的现金	642,040,228.50	-55,086,707.59	586,953,520.91
支付其他与经营活动有关的现金	20,939,120.07	55,086,707.59	76,025,827.66
2022 年度/2022 年 12 月 31 日			
受影响的比较期间报表项目名称	重述前金额	累积影响金额	重述后金额
预付款项	22,576,947.17	-515,494.44	22,061,452.73
其他应收款	4,673,311.95	515,494.44	5,188,806.39
应付账款	16,105,992.30	-1,596,483.97	14,509,508.33
其他应付款	4,056,642.97	1,596,483.97	5,653,126.94
营业收入	636,804,041.42	-33,535,017.79	603,269,023.63
营业成本	491,381,587.35	-33,535,017.79	457,846,569.56
销售商品、提供劳务收到的现金	682,563,514.37	-37,894,570.10	644,668,944.27
收到其他与经营活动有关的现金	3,183,481.03	37,894,570.10	41,078,051.13

购买商品、接受劳务支付的现金	502,853,966.81	-35,808,531.02	467,045,435.79
支付其他与经营活动有关的现金	11,670,965.04	35,808,531.02	47,479,496.06

②母公司财务报表的影响情况

单位：元

2024 年度/2024 年 12 月 31 日			
受影响的比较期间报表项目名称	重述前金额	累积影响金额	重述后金额
预付款项	32,285,423.47	-68,787.80	32,216,635.67
其他应收款	2,216,408.38	68,787.80	2,285,196.18
应付账款	7,065,863.27	-2,250,749.35	4,815,113.92
其他应付款	50,652,648.95	2,250,749.35	52,903,398.30
营业收入	518,756,501.55	-12,841,143.12	505,915,358.43
营业成本	449,710,933.82	-12,841,143.12	436,869,790.70
销售商品、提供劳务收到的现金	527,391,925.10	-14,510,491.73	512,881,433.37
收到其他与经营活动有关的现金	62,436,968.91	14,510,491.73	76,947,460.64
购买商品、接受劳务支付的现金	480,154,958.59	-8,400,196.07	471,754,762.52
支付其他与经营活动有关的现金	36,831,586.08	8,400,196.07	45,231,782.15
2023 年度/2023 年 12 月 31 日			
受影响的比较期间报表项目名称	重述前金额	累积影响金额	重述后金额
预付款项	21,655,128.53	-5,494,068.26	16,161,060.27
其他应收款	1,768,333.50	5,494,068.26	7,262,401.76
应付账款	7,579,606.68	-1,565,734.15	6,013,872.53
其他应付款	17,227,434.55	1,565,734.15	18,793,168.70
营业收入	427,875,748.34	-25,779,536.68	402,096,211.66
营业成本	371,438,336.11	-25,779,536.68	345,658,799.43
销售商品、提供劳务收到的现金	420,478,529.08	-29,130,876.45	391,347,652.63
收到其他与经营活动有关的现金	81,477,152.65	29,130,876.45	110,608,029.10
购买商品、接受劳务支付的现金	380,466,934.64	-33,996,822.33	346,470,112.31
支付其他与经营活动有关的现金	58,064,619.32	33,996,822.33	92,061,441.65
2022 年度/2022 年 12 月 31 日			
受影响的比较期间报表项目名称	重述前金额	累积影响金额	重述后金额
预付款项	12,320,323.43	-485,639.68	11,834,683.75
其他应收款	19,476,408.45	485,639.68	19,962,048.13
应付账款	10,056,942.90	-1,423,251.45	8,633,691.45
其他应付款	3,235,149.44	1,423,251.45	4,658,400.89

营业收入	361,895,764.83	-18,023,135.20	343,872,629.63
营业成本	321,743,103.46	-18,023,135.20	303,719,968.26
销售商品、提供劳务收到的现金	394,061,892.47	-20,366,142.78	373,695,749.69
收到其他与经营活动有关的现金	45,272,311.81	20,366,142.78	65,638,454.59
购买商品、接受劳务支付的现金	321,383,528.47	-18,425,810.84	302,957,717.63
支付其他与经营活动有关的现金	30,643,206.21	18,425,810.84	49,069,017.05

本次会计差错更正不会对公司总资产、总负债、未分配利润、归属于母公司所有者权益、少数股东权益、所有者权益、净利润、归属于母公司所有者的净利润、少数股东损益产生影响。

前期会计差错对比较期间财务报表主要数据的影响如下：

单位：元

项目	2024 年 12 月 31 日和 2024 年年度			
	调整前	影响数	调整后	影响比例
资产总计	746,528,111.12	-	746,528,111.12	-
负债合计	111,283,047.87	-	111,283,047.87	-
未分配利润	222,422,902.25	-	222,422,902.25	-
归属于母公司所有者权益合计	635,245,063.25	-	635,245,063.25	-
少数股东权益	0.00	-	0.00	-
所有者权益合计	635,245,063.25	-	635,245,063.25	-
营业收入	1,038,047,085.90	-35,529,713.36	1,002,517,372.54	-3.42%
净利润	120,301,014.35	-	120,301,014.35	-
其中：归属于母公司所有者的净利润	120,223,237.38	-	120,223,237.38	-
少数股东损益	77,776.97	-	77,776.97	-
项目	2023 年 12 月 31 日和 2023 年年度			
	调整前	影响数	调整后	影响比例
资产总计	580,166,387.01	-	580,166,387.01	-
负债合计	63,822,338.11	-	63,822,338.11	-
未分配利润	115,080,692.30	-	115,080,692.30	-
归属于母公司所有者权益合计	515,292,534.61	-	515,292,534.61	-
少数股东权益	1,051,514.29	-	1,051,514.29	-
所有者权益合计	516,344,048.90	-	516,344,048.90	-
营业收入	743,021,912.07	-44,991,086.00	698,030,826.07	-6.06%
净利润	94,788,290.44	-	94,788,290.44	-
其中：归属于母公司所有者的净利润	94,720,864.47	-	94,720,864.47	-
少数股东损益	67,425.97	-	67,425.97	-
项目	2022 年 12 月 31 日和 2022 年年度			
	调整前	影响数	调整后	影响比例
资产总计	552,715,061.87	-	552,715,061.87	-

负债合计	68,887,316.60	-	68,887,316.60	-
未分配利润	92,041,517.86	-	92,041,517.86	-
归属于母公司所有者权益合计	482,843,656.95	-	482,843,656.95	-
少数股东权益	984,088.32	-	984,088.32	-
所有者权益合计	483,827,745.27	-	483,827,745.27	-
营业收入	636,804,041.42	-33,535,017.79	603,269,023.63	-5.27%
净利润	83,741,298.10	-	83,741,298.10	-
其中：归属于母公司所有者的净利润	83,644,502.59	-	83,644,502.59	-
少数股东损益	96,795.51	-	96,795.51	-

2. 未来适用法
☐适用 ☒不适用

八、 发行人资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

（一） 财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

☒适用 ☐不适用

1、会计师事务所的审阅意见

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2025 年 3 月 31 日的合并及母公司资产负债表、2025 年 1-3 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表以及财务报表附注进行了审阅，出具了《审阅报告》（天职业字[2025]30008 号）。

审阅意见如下：“根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信财务报表没有按照企业会计准则的规定编制，未能在所有重大方面公允反映孕婴世界 2025 年 3 月 31 日的财务状况以及 2025 年 1-3 月的经营成果和现金流量”。

2、发行人的专项声明

公司及全体董事、监事、高级管理人员保证公司 2025 年 1-3 月财务报表所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担个人及连带责任。公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人保证公司 2025 年 1-3 月财务报表真实、准确、完整。

3、财务报告审计截止日后主要财务信息

（1）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2025 年 3 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	变动比例
资产总计	78,193.02	74,652.81	4.74%
所有者权益合计	67,929.61	63,524.51	6.93%
归属于母公司所有者权益合计	67,929.61	63,524.51	6.93%

截至 2025 年 3 月末，公司资产负债状况良好，资产总额、所有者权益均较 2024 年末有所增长，主要系随着经营规模扩大，营业收入的增长，应收账款、预付账款及存货等主要资产及所有者权益相应增长。

(2) 合并利润表及现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2025 年 1-3 月	2024 年 1-3 月	变动 比例
营业收入	40,287.45	26,485.27	52.11%
营业利润	5,577.81	4,105.82	35.85%
利润总额	5,577.84	4,106.12	35.84%
净利润	4,405.10	3,293.33	33.76%
归属于母公司所有者的净利润	4,405.10	3,293.35	33.76%
扣除非经常损益后归属于母公司所有者的净利润	4,104.87	3,289.51	24.79%
经营活动产生的现金流量净额	-1,625.68	211.99	-866.86%

2025 年 1-3 月公司实现营业收入 40,287.45 万元，同比增长 52.11%，实现扣除非经常损益后归属于母公司所有者的净利润 4,104.87 万元，同比增长 24.79%，公司经营情况持续向好，收入规模与盈利规模均显著提升。经营活动产生的现金流量净额有所减少，主要系公司经营规模不断扩大，公司的应收账款、预付账款、职工薪酬及各项税费等主要经营支出均有所增加所致。

(3) 纳入非经常性损益的主要项目和金额

单位：万元

非经常性损益明细	2025 年 1-3 月
(1) 非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	10.00
(2) 计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关、符合国家政策规定、按照确定的标准享有、对公司损益产生持续影响的政府补助除外	220.10
(3) 除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，非金融企业持有金融资产和金融负债产生的公允价值变动损益以及处置金融资产和金融负债产生的损益	154.58
(4) 计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-
(5) 委托他人投资或管理资产的损益	-
(6) 对外委托贷款取得的损益	-
(7) 因不可抗力因素，如遭受自然灾害而产生的各项财产损失	-
(8) 单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	1.00
(9) 企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-
(10) 同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-
(11) 非货币性资产交换损益	-

(12) 债务重组损益	-
(13) 企业因相关经营活动不再持续而发生的一次性费用，如安置职工的支出等	-
(14) 因税收、会计等法律、法规的调整对当期损益产生的一次性影响	-
(15) 因取消、修改股权激励计划一次性确认的股份支付费用	-
(16) 对于现金结算的股份支付，在可行权日之后，应付职工薪酬的公允价值变动产生的损益	-
(17) 采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-
(18) 交易价格显失公允的交易产生的收益	-
(19) 与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-
(20) 受托经营取得的托管费收入	-
(21) 除上述各项之外的其他营业外收入和支出	1.46
(22) 其他符合非经常性损益定义的损益项目	-
非经常性损益合计	387.14
罚款滞纳金、非公益性捐赠等永久性差异	-
减：所得税影响金额	86.91
扣除所得税影响后的非经常性损益	300.23
其中：归属于母公司所有者的非经常性损益	300.23
归属于少数股东的非经常性损益	-

4、财务报告审计截止日后整体经营情况

公司财务报告审计截止日为 2024 年 12 月 31 日，财务报告审计截止日至本《招股说明书》签署日期间，公司经营情况稳定，产业政策、税收政策、行业市场环境、主要客户及供应商、公司经营模式未发生重大不利变化，董事、监事、高级管理人员及核心技术人员未发生重大变更，未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。

(二) 重大期后事项

☐适用 ☒不适用

(三) 或有事项

☐适用 ☒不适用

(四) 其他重要事项

☐适用 ☒不适用

九、滚存利润披露

☒适用 ☐不适用

根据公司 2025 年第一次临时股东会决议，若公司本次发行上市成功，公司在北京证券交易所上市前的滚存未分配利润，在本次发行完成后由公司新老股东按发行后的持股比例共同享有。

第九节 募集资金运用

一、 募集资金概况

（一）本次募集资金投资项目概况

本次公开发行股票所募集的资金扣除发行费用后，拟全部用于与公司主营业务相关的项目，投资项目基本情况如下表所示：

序号	项目名称	投资总额 (万元)	拟投入募集资金 (万元)	实施主体	项目备案
1	销售服务网络 建设项目	17,419.01	14,299.01	孕婴世界	川 投 资 备 【2402-510106-89-01-547887】 FGQB-0052 号
2	数 智 化 中 心 建 设 项 目	4,843.88	4,843.88	创托盛和	川 投 资 备 【2402-510106-89-04-830189】 FGQB-0053 号
总计		22,262.89	19,142.89	-	-

若因公司经营需要或其他因素导致上述募集资金投资项目在本次发行募集资金到位前必须进行先期投入的，公司拟以自筹资金先行进行投入。待本次发行募集资金到位后，公司将以募集资金首先置换先期已投入的自筹资金。

若本次发行募集资金净额低于募集资金投资项目拟投入募集资金总额，董事会将根据实际募集资金净额按照项目轻重缓急及实际情况调整并最终决定募集资金使用情况或通过自筹资金解决。若发行实际募集资金净额超过上述募集资金投资项目的资金需要，超出部分将结合公司未来发展目标在履行法定程序后，依照有关监管机构出台的最新监管政策规定使用。

（二）募集资金管理制度和专户存储安排情况

为规范募集资金的管理和使用，提高募集资金使用效率，公司依照相关法律法规并结合公司实际情况，制定了《募集资金管理及使用制度》及北交所上市后适用的《募集资金管理制度》，对募集资金专户存储、使用及用途变更等进行了详细的规定。本次募集资金到位后将存放于经董事会批准设立的专项账户集中管理，以保证募集资金的专款专用。本次发行所涉及的募集资金将以上述制度为基础，进行规范化的管理和使用，切实维护公司募集资金的安全。

二、 募集资金运用情况

（一）销售服务网络建设项目

1、项目概况

为满足下游市场需求、提升公司行业地位及市场份额，公司拟通过租赁办公及仓储场地、购置相应设备、配备相应人员等，对现有子公司进行改造升级并开拓新区域，扩大销售服务网络以匹配

公司发展战略并满足各地区业务扩张需要。同时，公司将通过购置并装修总部办公楼、修建展厅、新增办公设备、调配部分现有员工及扩充团队人员等方式，对成都总部进行建设升级，旨在加强总部对各地子公司及加盟门店的统一、集中管理，提供更完善的采购、销售等服务，并满足日常商务会议、会客交流、文化传播、商品展示等需求，加强品牌建设。

本项目主要投资内容为办公、仓储、展厅等场所的租赁/购置、装修，相应配套设备购置等，计划总投资 17,419.01 万元，其中以募集资金投入 14,299.01 万元，以自有或自筹资金投入 3,120.00 万元用于总部办公场所的购置。项目建设期为 3 年，本项目建成后一方面将扩大公司销售渠道覆盖面、提升市场占有率，预计新增西北、华东、华南、华中、西南等各地加盟门店 2,000 余家；另一方面将提升公司宣传推广力度，增强连锁品牌全国知名度及影响力。

2、项目建设的必要性

（1）本项目的实施是公司顺应行业发展趋势，满足下游市场需求的必要之举

近年来，国家、各省市先后出台《母婴安全行动提升计划》及相应实施方案、奶粉新国标等产业政策、法律法规等，致力于促进我国母婴行业健康、规范发展。同时，受出生率下滑、各渠道竞争加剧等因素影响，我国母婴连锁市场正处于加速整合阶段，较多中小型母婴门店寻求与兼具资金、运营经验、市场影响力的母婴连锁企业合作以提高竞争优势。随着行业的发展及市场竞争格局的转变，大型母婴连锁企业需要不断提高管理水平并加强服务能力，以高品质连锁的形式覆盖广泛的下沉市场，助力母婴门店朝着规范化、数智化等方向发展。

本项目建设完成后，一方面将顺应行业规范化、集中化发展趋势，通过对各区域子公司的新设、扩建及升级，有效优化公司销售服务网络及供应链体系，提升对下游客户及加盟门店的管理及服务能力，积极开展加盟门店扩张工作，满足各区域中小型母婴门店经营者的加盟需求，助力公司实现资源整合、扩大规模优势。另一方面，公司总部现有办公区域较小，难以满足持续增加的业务需求，亟待扩充。本项目拟对公司总部进行建设升级，有利于总部加强对各地子公司及加盟门店的统一、集中管理，规范并完善全国各地加盟门店的选品、采购、销售等流程，通过严格管控门店产品品质及服务水准，满足终端消费者高品质、精细化育儿要求，具有实施必要性。

（2）本项目的实施是公司完善销售服务网络，扩大市场份额，提升盈利能力的重要举措

近年来，公司持续深耕母婴加盟连锁市场，致力于孵化优秀母婴门店经营者、服务亿万母婴家庭，打造行业领先品牌。目前，公司在西南地区已有较好的渠道覆盖及品牌影响力，并稳步向华中、华东市场拓进，在多个地区拥有下属子公司及加盟门店。但随着母婴连锁行业集中度提升、同行业企业跨区域收购/兼并进程加速，以及母婴行业市场规模持续增长带来的发展机遇，公司亟需扩张新市场、布局新区域，提升在全国范围内的销售覆盖面与市场影响力。本项目拟通过租赁办公及仓储场地、购置相应设备、配备相应人员等措施，进一步完善公司在全国市场的销售服务网络建设，大力开拓和深入挖掘西北、华东、华南、华中、西南等多个区域市场，持续开发新客户，扩大公司加

盟门店覆盖范围和销售规模。本项目的实施有利于公司在全国范围内扩大市场份额，提升盈利能力，助力公司实现高质量、可持续发展，具有必要性。

（3）本项目的实施是公司加强品牌建设，增强市场竞争力的必然选择

在母婴行业竞争不断加剧、品牌效应持续提升等因素的驱动下，母婴连锁企业品牌建设的重要性日益凸显，具有较好品牌声誉及知名度的企业将更受上游供应商、下游门店经营者及终端消费者的青睐。良好的品牌形象有利于公司吸引优质客户及供应商，并持续加强合作深度、增强合作粘性，同时也利于吸引更多消费者进入加盟门店消费，增强公司整体市场竞争力。本项目拟在公司总部修建展厅和企业文化走廊，加强公司品牌建设，并通过线下活动、线上宣传等多种方式进行推广，项目建成后，将对公司市场开拓及跨区域发展进程起到促进作用，是公司加强品牌建设，增强竞争优势，巩固市场地位的重要措施。

3、项目建设的可行性

（1）本项目的建设符合国家产业政策和发展规划，具有良好的政策基础

近年来，国家在商品消费领域政策频发，提出刺激居民消费潜力、支持创新消费形式、优化消费环境等，并鼓励实体零售、传统商贸向数字化、智能化转型升级，提出“推进传统商贸和实体商业转变经营模式、创新组织形式；支持连锁经营向多行业、多业态和农村延伸”等发展目标，有效推动了母婴连锁业态的发展。同时，为了促进我国人口长期均衡发展，国家出台了《关于优化生育政策促进人口长期均衡发展的决定》《关于进一步完善和落实积极生育支持措施的指导意见》等一系列政策，致力于构建积极生育体系，对母婴行业健康发展起到重要利好作用，为我国母婴消费市场的发展提供有力支撑。

综上，国家产业政策及发展规划的鼓励与支持，为本项目提供了良好的实施基础，项目建设具有可行性。

（2）我国母婴行业前景广阔、市场发展潜力较大，为本项目提供了良好的市场需求保障

随着我国人均可支配收入的增加、母婴家庭消费能力的提升，叠加“三孩”政策的发布以及相关配套支持措施的完善，我国母婴消费总量持续上升，市场前景向好。根据沙利文相关数据，预计我国母婴消费市场规模将从 2025 年的 4.1 万亿元稳定增长至 2029 年的 5.1 万亿元，复合年均增长率为 5.3%。从母婴连锁的细分市场及其竞争格局分析，根据沙利文相关数据，预计我国母婴消费门店市场规模将从 2025 年的 999.5 亿元快速增长至 2029 年的 1,405.2 亿元，复合年均增长率为 8.9%，且母婴连锁呈现出多元化、分散化的竞争格局，千店规模以上品牌数量较少，具有较大的整合空间。

综上，行业发展为公司扩张加盟门店、开拓新的业务发展地区等提供了较大的市场空间，能够保障项目建成后的顺利运行，本项目具有实施可行性。

（3）公司商业模式成熟、执行团队经验丰富，为本项目的实施提供坚实保障

目前，公司在四川、重庆、贵州、云南、安徽、湖北、江西等多个省市已建立了较为成熟的销售服务体系，不断吸引更多具备行业经验的母婴门店经营者加盟孕婴世界连锁。报告期内，公司加盟门店数量自 2022 年初的 1,300 余家稳步增长至 2024 年末的 2,200 余家，数智化运营模式成熟，发展迅速。在执行团队方面，公司主要管理层在母婴行业的经验超过 15 年，对项目实施有着丰富的经验；此外，公司拥有专业的销售、供应链及服务团队，能够保障项目落地的可行性。

综上，公司商业模式成熟，执行团队经验丰富，为本项目的顺利实施提供坚实保障。

4、项目投资概算

本项目总投资 17,419.01 万元，其中总部中心购置费用 3,120.00 万元，以自有或自筹资金投入；各省区办公、仓储场地租赁费用 2,707.68 万元，装修费用 3,781.50 万元，设备购置费用 1,292.21 万元，实施费用 4,365.00 万元，基本预备费 218.03 万元，铺底流动资金 1,934.59 万元。具体构成如下：

序号	项目名称	投资总额 (万元)	拟投入募集资金 (万元)	投资占比 (%)
1	场地投入	9,609.18	6,489.18	55.16
1.1	总部中心购置费用	3,120.00	-	17.91
1.2	服务网点场地租赁费用	2,707.68	2,707.68	15.54
1.3	场地装修费用	3,781.50	3,781.50	21.71
2	设备购置费用	1,292.21	1,292.21	7.42
3	实施费用	4,365.00	4,365.00	25.06
3.1	门店电子标签铺设费用	3,165.00	3,165.00	18.17
3.2	宣传推广费用	1,200.00	1,200.00	6.89
4	基本预备费	218.03	218.03	1.25
5	铺底流动资金	1,934.59	1,934.59	11.11
合计		17,419.01	14,299.01	100.00

5、项目实施进度安排

本项目计划建设期为 3 年，主要包括总部中心场地购置及装修、服务网点场地租赁及装修、设备购置安装及调试、人员调配及招募、加盟网络搭建及宣传推广等阶段，具体安排如下：

建设内容	T+6	T+12	T+18	T+24	T+30	T+36
总部中心场地购置及装修	——	——				
服务网点场地租赁及装修	——	——	——	——	——	——
设备购置及安装调试	——	——	——	——	——	——
人员调配及招募	——	——	——	——	——	——
加盟网络搭建及宣传推广		——	——	——	——	——

注：T 代表项目开始时点，6、12 等数值代表月份数。

6、项目备案审批、环境保护情况

本项目已取得四川省投资项目备案，项目备案号为川投资备【2402-510106-89-01-547887】FGQB-0052 号。

本项目主要系通过购置、租赁场地的方式升级、扩建或新设总部及各地子公司等，建设期无土建工程，属于商业流通环节建设。根据《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021 年版）》，本项目所处行业属于“第五条 本名录未作规定的建设项目，不纳入建设项目环境影响评价管理”，项目建设无需取得环评批复。项目建设运营过程中不产生废气、噪音等污染，产生的生活污水、生活垃圾等在经过有效措施处理后，不会对环境造成污染。

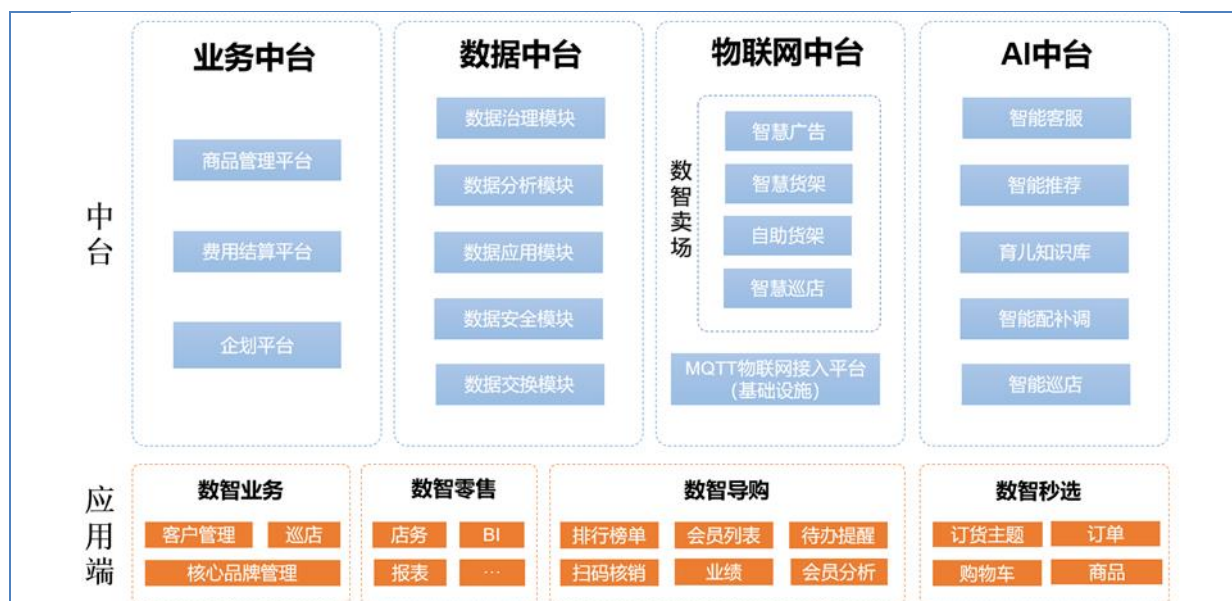
7、项目预期经济效益分析

项目主要营业收入来源于各地新增加盟门店对应贡献的母婴商品销售收入及客户经营服务收入，预计运营期（6 年，含建设期 3 年），运营期年均新增利润（税后）3,515.04 万元/年。根据项目投资现金流量表测算，本项目税后静态投资回收期为 5.21 年（含建设期 3 年），税后静态内部收益率为 23.08%。考虑资金的时间价值后，项目税后投资净现值为 6,241.31 万元。

（二）数智化中心建设项目

1、项目概况

为助推公司在管理、运营、场景及资金等方面实现全面高效化，本项目将依托公司的数智化中台体系，对办公及研发场地进行装修改造，引进软硬件设备，招募研发人员，迭代升级公司现有的业务中台，自主研发数据中台、物联网中台、AI 中台以及面向不同使用场景及人群的移动端应用程序。项目实施后将进一步提升公司数智化技术水平和内部管理效率，更好地为上下游提供科学的数智化运营方案和服务。



图：数智化中台研发建设体系

2、项目建设的必要性

（1）本项目的实施是公司顺应行业发展趋势、进一步实现数智化运营的必然之举

随着数字化与智能化的快速发展，数智化技术正通过引入数字技术和智能化设备等方式，对母婴行业进行全方位的升级和改造。目前，公司已构建了数智化中台体系，并基于此体系为上游品牌供应商和下游加盟商提供服务。但公司若要进一步实现数智化的大规模应用，需要对现有的数智化中台系统进行迭代升级。本项目拟通过对全业务流程进行梳理和整合，引进专业技术人员和软硬件设备，研发、升级数智化中台，从而提高业务运营效率和客户体验，并提升数据安全、数据开发、数据服务以及数据运营等能力。

本项目实施后，有助于公司进一步提高整体业务运营效率以及基于数据的决策支持能力，为实现在数智化技术的规模应用提供支撑，是公司进一步实现数智化运营的必然之举。

（2）本项目的实施是公司实现经营发展目标和未来规划的必要手段

公司作为一家数智化创新型母婴连锁企业，始终坚持以数智化中台为核心开展业务经营。数智化中台作为公司数智化运营的底层支撑，旨在以数智化工具及专业服务链接上下游产业链，实现商业模式创新，提高公司核心竞争力。数智化中台的建设、运营、升级和维护是公司达成经营发展目标中不可缺少的一环。本项目将对公司的数智化中台进行全面升级，一方面将持续升级现有的业务中台，以满足前端业务全场景智能、全渠道融合和快速变化的需求，为公司业务开展提供支撑；另一方面，公司将自主研发数据中台、物联网中台和 AI 中台，新增数智卖场、MQTT 物联网接入平台、AI 客服、育儿知识库、智能配补调、智能巡店等软硬件、数智化工具以及多种数据模块等，打通数据链路，以统一的标准规范进行协同研发。

本项目实施后，将有助于公司持续进行数智化中台创新，增强公司核心竞争力，从而实现经营

发展目标，项目实施具有必要性。

(3) 本项目的实施是公司吸引专业人才，提升研发水平的重要举措

随着母婴行业数智化转型的深化，从最初简单的数据采集、单一指标的数据分析到全渠道、全场景数据打通、会员精细化管理等，再到人工智能、物联网等新兴技术的逐步应用，以数据驱动的智能化运营对企业的创新能力、研发技术水平均提出了更高要求。公司需加大技术人才储备、提升自身研发水平，以满足数智化建设需求。公司拟通过本项目的实施，引进经验丰富的 AI 工程师、数据建模工程师、报表工程师、前端工程师等专业人才，对数智化中台进行进一步研发与升级。

本项目有利于公司吸引高层次人才并提高自主研发水平及数智化运营能力，增强公司核心竞争力，实现公司可持续发展，具有必要性。

3、项目建设的可行性

(1) 本项目的建设符合国家产业政策导向和发展规划，具有良好的政策基础

近年来，国家陆续颁布了一系列法律法规和产业政策，为企业的数智化转型创造了良好的政策环境。2023 年 2 月，中共中央、国务院发布的《数字中国建设整体布局规划》明确提出，推动数字技术和实体经济深度融合，加快数字技术创新应用。2025 年 3 月，商务部等 8 部门研究制定并发布《加快数智供应链发展专项行动计划》，指出加快数智供应链发展，支持消费品等领域批发企业建设数智化平台，加强商品市场数智化改造等。

综上，国家产业政策的支持和引导为本项目的实施奠定了良好的政策基础。

(2) 公司在数智化运营方面具备竞争优势，为本项目的实施提供坚实基础

公司现有加盟和直营门店均采用统一的信息系统管理，销售数据接入数智化中台，实现数据联通及标准统一，为数智化中台的研发、升级提供了良好的管理基础及丰富的数据沉淀。同时，公司技术团队长期深耕母婴行业，对门店人员日常工作和消费者需求深入了解和洞察，自主研发 300 多种会员标签及适用各类场景的数智化工具，将业务逻辑及数智化工具紧密结合并规模化应用，数智化运营水平位于母婴连锁行业前列。

综上，公司在数智化运营方面具备行业竞争优势，为本项目的实施提供坚实基础。

(3) 公司持续的研发投入及全流程的研发活动管理制度为本项目的顺利实施提供保障

公司自数智化转型发展以来，高度重视数智化技术研发体系的搭建，在与数智化中台相关的信息系统建设、专业团队组建、核心技术研发等方面持续投入。截至本《招股说明书》签署日，公司拥有 3 项发明专利和 69 项软件著作权，子公司创托盛和为国家高新技术企业、四川省专精特新中小企业、创新型中小企业，具有丰富的研发经验。同时，公司建立了研发项目全过程管理制度，能够全面管理研发活动的整个过程，保障研发项目的切实落地。

综上，公司持续的研发投入及全流程的研发活动管理制度为数智化中台的顺利实施提供了有力的保障。

4、项目投资概算

本项目总投资 4,843.88 万元，其中场地装修费用 347.54 万元，设备购置费用 1,938.00 万元，研发费用 2,512.63 万元，基本预备费 45.71 万元，具体构成如下：

序号	项目名称	投资总额（万元）	拟投入募集资金（万元）	投资占比（%）
1	场地装修费用	347.54	347.54	7.17
2	设备购置费用	1,938.00	1,938.00	40.01
2.1	硬件设备	698.00	698.00	14.41
2.2	软件	1,240.00	1,240.00	25.60
3	研发费用	2,512.63	2,512.63	51.87
4	基本预备费	45.71	45.71	0.94
合计		4,843.88	4,843.88	100.00

5、项目实施进度安排

本项目计划建设期为 3 年，主要包括场地装修、软硬件设备的购置、安装以及研发人员的招募及培训等阶段，具体安排如下：

建设内容	T+6	T+12	T+18	T+24	T+30	T+36
场地装修	——	——				
设备购置及安装	——	——	——	——	——	——
人员招募及培训	——	——	——	——	——	——

注：T 代表项目开始时点，6、12 等数值代表月份数。

6、项目备案审批、环境保护情况

本项目已取得四川省投资项目备案，项目备案号为川投资备【2402-510106-89-04-830189】FGQB-0053 号。

本项目建设内容主要为场地装修、数智化中台研发升级等，根据《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021 年版）》，本项目所处行业属于“第五条 本名录未作规定的建设项目，不纳入建设项目环境影响评价管理”，项目建设无需取得环评批复。项目建设及运行过程中不产生废气、噪音等污染，产生的生活污水、生活垃圾等在经过有效措施处理后，不会对环境造成污染。

三、 历次募集资金基本情况

不适用。

四、 其他事项

无。

第十节 其他重要事项

一、 尚未盈利企业

截至本《招股说明书》签署日，公司不存在尚未盈利或累计未弥补亏损的情形。

二、 对外担保事项

☐适用 ☒不适用

三、 可能产生重大影响的诉讼、仲裁事项

☐适用 ☒不适用

四、 控股股东、实际控制人重大违法行为

报告期内，公司控股股东、实际控制人不存在重大违法行为。

五、 董事、监事、高级管理人员重大违法行为

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员不存在重大违法行为。

六、 其他事项

无。

第十一节 投资者保护

一、投资者关系的主要安排

为了保障投资者尤其是中小投资者依法享有的获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等合法权利，公司结合《公司法》《证券法》《上市公司信息披露管理办法》《北交所上市规则》等法律法规，审议并通过了北交所上市后适用的《公司章程（草案）》《投资者关系管理制度》以及《信息披露管理制度》等一系列制度。

（一）信息披露制度和流程

为规范公司及相关信息披露义务人的信息披露行为，保护投资者合法权益，公司制定了《信息披露管理制度》，对信息披露的基本原则、内容、应当及时披露的重大事件、信息内容的编制方式、审议和披露流程进行了明确规定，明确了公司管理人员在信息披露和投资者关系管理中的责任和义务，有助于加强公司与投资者之间的信息沟通，提升规范运作和公司治理水平，切实保护投资者的合法权益。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

为加强公司与投资者之间的信息沟通，进一步完善公司治理结构，切实保护投资者特别是社会公众投资者的合法权益，公司制定了《投资者关系管理制度》。董事会秘书为公司投资者关系管理工作的负责人，负责公司投资者关系管理的日常事务。

负责信息披露的部门	证券法务部
董事会秘书	徐泽宁
联系地址	四川省成都市金牛区一环路北三段1号1栋4单元22层2212号
投资者联系电话	028-83192290
传真号码	028-83192290
电子信箱	zqsw@scyysj.com

二、股利分配政策

（一）本次发行上市后的股利分配政策和决策程序

公司2025年第一次临时股东会审议通过了《公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年股东分红回报规划》，本次发行后的股利分配政策如下：

1、利润分配原则

根据《公司法》《公司章程（草案）》的规定，在遵循重视对股东的合理投资回报并兼顾公司可持续发展的基础上，充分考虑和听取股东（尤其是中小股东）、独立董事的意见和诉求，制定合理

的股东回报规划，坚持以现金分红为主的基本原则。公司应当采取多种有效措施保障公司具备现金分红能力。

2、利润分配形式

公司采取现金、股票，现金与股票相结合或法律、法规允许的其他方式分配股利，在符合《公司章程（草案）》有关实施现金分红的具体条件的情况下，公司优先采用现金分红的利润分配方式。

3、差异化的现金分红政策

公司在依照《公司法》等法律法规、规范性文件、《公司章程（草案）》的规定足额提取法定公积金、任意公积金之后，公司如无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司可以采取现金方式分配股利。在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票股利分配和公积金转增方案。如公司采取现金及股票股利结合的方式分配利润的，应当遵循以下原则：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，由董事会根据具体情况参照前项规定处理。

（二）本次发行前后股利分配政策的差异情况

本次发行前后，公司的股利分配政策不存在重大变化。

（三）本次发行完成前滚存利润的分配安排

经公司 2025 年第一次临时股东会审议批准，若公司本次发行上市成功，公司在北京证券交易所上市前的滚存未分配利润，在本次发行完成后由公司新老股东按发行后的持股比例共同享有。

（四）利润分配应履行的决策程序

公司具体利润分配方案由公司董事会向公司股东会提出，独立董事认为现金分红具体方案可能损害上市公司或者中小股东权益的，有权发表独立意见。董事会对独立董事的意见未采纳或者未完全采纳的，应当在董事会决议中记载独立董事的意见及未采纳的具体理由，并披露。董事会制定的利润分配方案需经董事会过半数（其中应包含三分之二以上的独立董事）表决通过。董事会在利润分配方案中应说明留存的未分配利润的使用计划。

公司利润分配方案经董事会审议通过后，由董事会提交股东会审议。

公司股东会在利润分配方案进行审议前，应当通过证券交易所投资者交流平台、公司网站、电话、传真、电子邮件等多渠道与公众投资者，特别是中小投资者进行沟通与交流，充分听取公众投资者的意见与诉求，公司董事会秘书或证券事务代表应当及时将有关意见汇总并在审议利润分配方案的董事会上说明。公司召开股东会审议之时，除现场会议外，还应当向股东提供网络形式投票平台。

利润分配方案应当由出席股东会的股东（包括股东代理人）过半数以上表决通过。公司股东会对利润分配方案作出决议后，公司董事会必须在股东会召开后两个月内完成股利派发相关事宜。

三、股东投票机制的建立情况

根据北交所上市后适用的《公司章程（草案）》相关规定，公司将通过建立和完善累积投票制度、中小投资者单独计票机制、股东会网络投票机制、征集投票权等各项制度安排，保障投资者尤其是中小投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等事项的权利。

（一）累积投票制度

根据北交所上市后适用的《公司章程（草案）》的规定，股东会就选举董事进行表决时，根据股东会的决议，可以实行累积投票制。股东会选举两名以上独立董事时，应当实行累积投票制。

前款所称累积投票制，是指股东会选举董事时，每一股份拥有与应选董事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。董事会应当向股东公告候选董事的简历和基本情况。

（二）中小投资者单独计票机制

根据北交所上市后适用的《公司章程（草案）》的规定，股东会审议下述影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露：

- 1、任免董事；
- 2、制定、修改利润分配政策，或者审议权益分派事项；
- 3、关联交易、提供担保（不含对控股子公司提供担保）、提供财务资助、变更募集资金用途等；
- 4、重大资产重组、股权激励、员工持股计划；
- 5、公开发行股票、向境内其他证券交易所申请股票转板或向境外其他证券交易所申请股票上市；
- 6、法律法规、北交所业务规则及本章程规定的其他事项。

（三）股东会网络投票机制

根据北交所上市后适用的《公司章程（草案）》的规定，公司召开股东会的地点为公司住所地或召集会议的通知中载明的其他地点。股东会将设置会场，以现场会议形式召开。公司还将提供网

络投票的方式为股东参加股东会提供便利。股东通过上述方式参加股东会的，视为出席。

（四）征集投票权

根据北交所上市后适用的《公司章程（草案）》的规定，公司董事会、独立董事、持有 1%以上有表决权股份的股东或者依照法律、行政法规或者中国证监会的规定设立的投资者保护机构可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。除法定条件外，公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

第十二节 声明与承诺

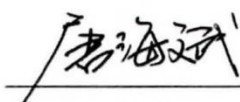
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员承诺

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

董事签名：



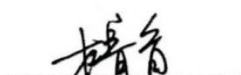
江大兵



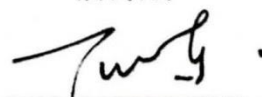
唐海斌



王伟鉴



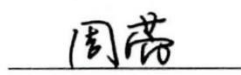
杜睿智



丁晓东



刘凤元

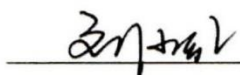


周 蕾

监事签名：



鲁 霞

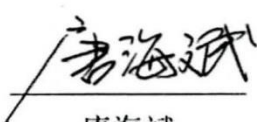


刘小红

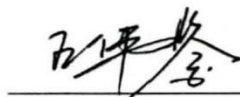


张 冀

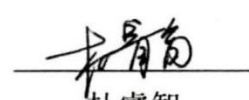
高级管理人员签名：



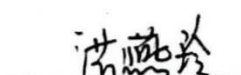
唐海斌



王伟鉴



杜睿智



洪燕玲



徐泽宁



成都孕婴世界股份有限公司

2025 年 6 月 20 日

二、发行人控股股东声明

本公司承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

控股股东：

成都俊隆企业管理有限责任公司



法定代表人：

江大兵

江大兵

成都孕婴世界股份有限公司



2025 年 6 月 20 日

三、发行人实际控制人声明

本人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

实际控制人：



江大兵



王伟鉴

成都孕婴世界股份有限公司

2025 年 6 月 20 日

保荐人（主承销商）声明

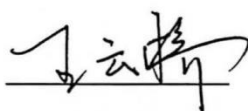
本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

项目协办人：

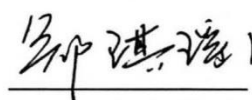


傅李昊

保荐代表人：



王云桥



郑琪瑶

法定代表人：



张纳沙

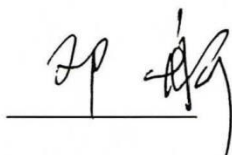


2025 年 6 月 20 日

保荐人（主承销商）董事长、总经理声明

本人已认真阅读成都孕婴世界股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总经理：



邓 舸

董事长：

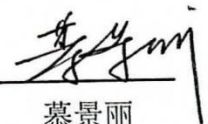
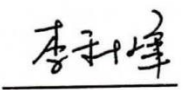


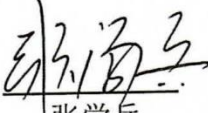
张纳沙



五、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

经办律师签字：   
慕景丽 李科峰 田浩森

律师事务所负责人： 
张学兵



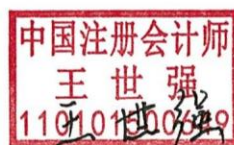
六、承担审计业务的会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、审阅报告、前期会计差错更正专项说明的鉴证报告、内部控制审计报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、审阅报告、前期会计差错更正专项说明的鉴证报告、内部控制审计报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：



周春阳



王世强



宋璐璐

会计师事务所负责人：



邱靖之

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）



2025 年 6 月 20 日

关于签字注册会计师离职的声明

本所作为成都孕婴世界股份有限公司申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的审计机构，出具了《审计报告》（天职业字[2023]3316号）、《审计报告》（天职业字[2024]263号），签字注册会计师为周春阳、李效辉、邱星；出具了《审计报告》（天职业字[2025]6954号），签字注册会计师为周春阳、王治宾、宋璐璐。

李效辉、邱星、王治宾已从本所离职，故无法在《成都孕婴世界股份有限公司招股说明书》之“六、承担审计业务的会计师事务所声明”中签字。

特此说明。

会计师事务所负责人：


邱靖之

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

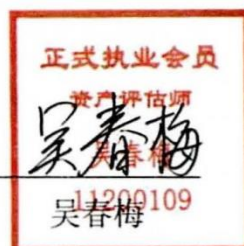


2025年6月20日

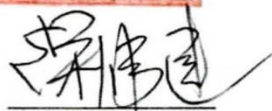
七、承担评估业务的资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

经办注册资产评估师：



资产评估机构负责人：


徐伟建

沃克森（北京）国际资产评估有限公司



2025年 6月20日

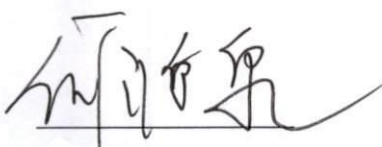
七、承担评估业务的资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

经办注册资产评估师：



资产评估机构负责人：


何源泉

中瑞世联资产评估集团有限公司



2025年6月20日

关于签字评估师离职的说明

本公司于 2023 年 4 月 26 日为成都孕婴世界股份有限公司出具了《成都孕婴世界股份有限公司拟增资扩股涉及的成都孕婴世界股份有限公司股东全部权益价值项目资产评估报告》(中瑞评报字[2023]第 000471 号), 签字评估师为徐平先生和朱雪梅女士。

朱雪梅女士已从本公司离职, 故无法在《成都孕婴世界股份有限公司招股说明书》之“七、承担评估业务的资产评估机构声明”中签字, 其离职不影响本公司出具的资产评估报告的法律效力。

特此说明。

资产评估机构负责人:


何源泉

中瑞世联资产评估集团有限公司



八、 其他声明

☐适用 ☒不适用

第十三节 备查文件

一、备查文件

- (一) 发行保荐书；
- (二) 法律意见书；
- (三) 财务报表及审计报告；
- (四) 《公司章程（草案）》；
- (五) 发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的承诺事项；
- (六) 内部控制审计报告；
- (七) 经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- (八) 其他与本次发行有关的重要文件。

二、文件查阅时间

工作日：上午 9:30-11:30，下午 1:00-3:00。

三、文件查阅地址

1、发行人：成都孕婴世界股份有限公司

办公地点：成都市金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 层 2212 号

联系电话：028-83192290

传真：028-83192290

联系人：徐泽宁

2、保荐机构（主承销商）：国信证券股份有限公司

办公地点：浙江省杭州市体育场路 105 号凯喜雅大厦五楼

联系电话：0571-85316112

传真：0571-85316108

联系人：王云桥

附件一 主要资产清单

(一) 不动产

截至本《招股说明书》签署日，公司及其子公司共拥有 25 项不动产，具体如下：

序号	权证号	坐落	权利类型	性质	用途	面积 (m²)
1	川（2023）成都市不动产权第 0004235 号	金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 楼 2201 号	国有建设用地使用权 / 房屋（构筑物）所有权	出让/商品房	商务金融用地/办公	7.76/72.81
2	川（2023）成都市不动产权第 0004238 号	金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 楼 2202 号				7.49/70.30
3	川（2023）成都市不动产权第 0004239 号	金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 楼 2203 号				6.49/60.97
4	川（2023）成都市不动产权第 0004248 号	金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 楼 2204 号				5.69/53.39
5	川（2023）成都市不动产权第 0004253 号	金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 楼 2205 号				5.69/53.39
6	川（2023）成都市不动产权第 0004310 号	金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 楼 2206 号				5.69/53.39
7	川（2023）成都市不动产权第 0004315 号	金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 楼 2207 号				5.69/53.39
8	川（2023）成都市不动产权第 0004318 号	金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 楼 2208 号				5.69/53.39
9	川（2023）成都市不动产权第 0004323 号	金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 楼 2209 号				5.69/53.39
10	川（2023）成都市不动产权第 0004329 号	金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 楼 2210 号				6.67/62.59
11	川（2023）成都市不动产权第 0004335 号	金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 楼 2211 号				4.00/37.58
12	川（2023）成都市不动产权第 0004358 号	金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 楼 2212 号				5.01/47.00
13	川（2023）成都市不动产权第 0004378 号	金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 楼 2213 号				7.76/47.00
14	川（2023）成都市不动产权第 0004382 号	金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 楼 2214 号				7.76/72.80
15	川（2023）成都市不动产权第 0004384 号	金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 楼 2215 号				5.01/47.00
16	川（2023）成都市不动产权第 0004400 号	金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 楼 2216 号				4.00/37.58
17	川（2022）成都市不动产权第 0333458 号	金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 楼 2217 号				6.67/62.59
18	川（2023）成都市不动产权第 0004415 号	金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 楼 2218 号				5.69/53.39
19	川（2023）成都市不动产权第 0004420 号	金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 楼 2219 号				5.69/53.39
20	川（2023）成都市不动产权第 0004427 号	金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 楼 2220 号				5.69/53.39

21	川（2023）成都市不动产权第 0004430 号	金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 楼 2221 号				5.69/53.39
22	川（2023）成都市不动产权第 0004435 号	金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 楼 2222 号				5.69/53.39
23	川（2023）成都市不动产权第 0004442 号	金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 楼 2223 号				5.69/53.39
24	川（2023）成都市不动产权第 0004446 号	金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 楼 2224 号				6.49/60.97
25	川（2022）成都市不动产权第 0309271 号	金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 22 楼 2225 号				7.49/70.30

注 1：上述不动产权权利人均为孕婴世界，无他项权利；

注 2：面积为分摊土地使用权面积/房屋建筑面积，共用宗地面积 46,446.73 平方米；

注 3：使用期限为国有建设用地使用权：2050 年 12 月 02 日止。

（二）专利

截至本《招股说明书》签署日，公司共有 3 项发明专利及 7 项外观设计专利，发明专利有效期为自申请日起二十年，外观专利有效期为自申请日起十五年，无他项权利，具体如下：

序号	专利号	专利名称	类型	申请日	授权公告日	权利人	取得方式
1	2025104023890	基于大数据分析的母婴产品智能推荐方法、系统及介质	发明	2025.04.01	2025.06.13	创托盛和	原始取得
2	2024116494857	基于用户信息分析的母婴用品信息生成方法、系统及介质	发明	2024.11.19	2025.04.11	创托盛和	原始取得
3	202411558174X	基于客户分析和市场趋势的供应链优化方法、系统及介质	发明	2024.11.04	2025.01.24	创托盛和	原始取得
4	2022302076049	形象公仔（保菰贝尔-妈妈）	外观设计	2022.04.13	2023.01.24	创托盛和	原始取得
5	2022302076034	形象公仔（保菰贝尔-爸爸）	外观设计	2022.04.13	2023.01.24	创托盛和	原始取得
6	202230207602X	形象公仔（保菰贝尔-哥哥）	外观设计	2022.04.13	2023.01.24	创托盛和	原始取得
7	2022302076015	形象公仔（保菰贝尔-妹妹）	外观设计	2022.04.13	2022.10.21	创托盛和	原始取得
8	2021307274501	陈列墙（孕婴世界连锁形象墙）	外观设计	2021.11.05	2022.03.15	创托盛和	原始取得
9	2021307274484	展示柜（孕婴世界连锁）	外观设计	2021.11.05	2022.03.01	创托盛和	原始取得
10	2021302136350	展示柜（悦靓孕婴世界）	外观设计	2021.04.15	2021.08.20	创托盛和	受让取得

（三）商标

截至本《招股说明书》签署日，公司共有 124 项授权商标，有效期为自授权日起十年，无他项权利，具体如下：

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	授权日期	权利人	取得方式
1		孕婴世界连锁 YYWORLD	11706544	35	2014.04.07 [注 1]	创托盛和	受让取得
2		图形	26838779	05	2018.12.07	创托盛和	原始取得
3		图形	26838779	12	2018.12.07	创托盛和	原始取得
4		图形	26838779	25	2018.12.07	创托盛和	原始取得
5		图形	26838779	28	2018.12.07	创托盛和	原始取得
6		图形	26838779	35	2018.12.07	创托盛和	原始取得
7		图形	28879828	28	2018.12.21	创托盛和	原始取得
8	保菰贝尔	保菰贝尔	28882616	35	2018.12.28	创托盛和	原始取得
9		图形	28889147	35	2018.12.28	创托盛和	原始取得
10	保菰贝尔	保菰贝尔	28905256	28	2018.12.28	创托盛和	原始取得
11	保菰	保菰	29984217	05	2019.01.28	创托盛和	原始取得
12	保菰贝尔	保菰贝尔	29985838	20	2019.01.28	创托盛和	原始取得
13	保菰贝尔	保菰贝尔	29987316	10	2019.01.28	创托盛和	原始取得
14		图形	29987363	05	2019.02.14	创托盛和	原始取得
15	保菰贝尔	保菰贝尔	29989662	09	2019.01.28	创托盛和	原始取得
16	保菰贝尔	保菰贝尔	29989754	24	2019.02.14	创托盛和	原始取得
17	保菰贝尔	保菰贝尔	29993400	41	2019.02.07	创托盛和	原始取得
18	保菰贝尔	保菰贝尔	29993611	16	2019.02.07	创托盛和	原始取得
19	保菰贝尔	保菰贝尔	29995142	28	2019.02.14	创托盛和	原始取得
20	保菰贝尔	保菰贝尔	29995909	08	2019.02.07	创托盛和	原始取得
21	保菰贝尔	保菰贝尔	29999740	12	2019.02.07	创托盛和	原始取得
22		图形	30006535	10	2019.02.07	创托盛和	原始取得
23		孕婴世界连锁	30364738	35	2019.02.14	创托盛和	原始取得

24	儿脉仁和	儿脉仁和	31484047	35	2020.05.21	创托盛和	原始取得
25	儿脉仁和	儿脉仁和	31489531	44	2019.03.21	创托盛和	原始取得
26		保菰	33491969	03	2019.06.07	创托盛和	原始取得
27		图形	33495392	03	2019.05.28	创托盛和	原始取得
28		保菰	33503257	03	2019.06.07	创托盛和	原始取得
29	保菰熊	保菰熊	33503263	03	2019.06.07	创托盛和	原始取得
30		保菰熊	33503266	03	2019.06.07	创托盛和	原始取得
31		图形	33511916	03	2019.06.07	创托盛和	原始取得
32		保菰熊	33512908	03	2019.07.07	创托盛和	原始取得
33	保菰	保菰	33514163	03	2019.07.14	创托盛和	原始取得
34		图形	34964533	25	2019.08.07	创托盛和	原始取得
35	保菰熊	保菰熊	34967683	25	2019.07.14	创托盛和	原始取得
36		图形	34980139	25	2019.07.21	创托盛和	原始取得
37		保菰熊	36946330	08	2019.11.07	创托盛和	原始取得
38		保菰熊	36946734	14	2019.11.07	创托盛和	原始取得
39		保菰熊	36946765	27	2019.11.07	创托盛和	原始取得
40		保菰熊	36948407	07	2019.11.07	创托盛和	原始取得
41		保菰熊	36948599	11	2019.11.07	创托盛和	原始取得
42		保菰熊	36948608	15	2019.11.07	创托盛和	原始取得
43		保菰熊	36950692	20	2019.11.07	创托盛和	原始取得
44	保菰熊	保菰熊	36950742	10	2019.11.07	创托盛和	原始取得
45		图形	36950745	10	2019.11.07	创托盛和	原始取得
46		保菰熊	36954491	16	2019.11.07	创托盛和	原始取得
47		保菰熊	36954495	18	2019.11.07	创托盛和	原始取得

48		保菰熊	36954498	20	2019.11.07	创托盛和	原始取得
49		保菰熊	36955143	30	2019.11.07	创托盛和	原始取得
50		图形	36955158	12	2019.11.07	创托盛和	原始取得
51		保菰熊	36956032	07	2019.11.07	创托盛和	原始取得
52		保菰熊	36957266	30	2019.11.07 [注 2]	创托盛和	原始取得
53		保菰熊	36959166	24	2020.01.28	创托盛和	原始取得
54		保菰熊	36959171	24	2019.11.07	创托盛和	原始取得
55		保菰熊	36961880	11	2019.11.07	创托盛和	原始取得
56		保菰熊	36961919	27	2019.11.07	创托盛和	原始取得
57	保菰熊	保菰熊	36963849	12	2019.11.07	创托盛和	原始取得
58		保菰熊	36965183	18	2019.11.07	创托盛和	原始取得
59		保菰熊	36966141	09	2019.11.07	创托盛和	原始取得
60		保菰熊	36968697	09	2019.11.07	创托盛和	原始取得
61		保菰熊	36968876	16	2019.11.07	创托盛和	原始取得
62		保菰熊	36970135	14	2019.11.07	创托盛和	原始取得
63		保菰熊	36970756	29	2019.11.07	创托盛和	原始取得
64		保菰熊	36972295	08	2019.11.07	创托盛和	原始取得
65		保菰熊	36972397	15	2019.11.07	创托盛和	原始取得
66	POLAR BABY	POLARBABY	38529164	03	2020.02.28	创托盛和	原始取得
67		KUDAO	39501312	05	2020.06.14	创托盛和	原始取得
68		裤道	39503621	05	2020.03.07	创托盛和	原始取得
69		图形	59076458	41	2022.02.28	创托盛和	原始取得
70	保菰贝尔	保菰贝尔	59080823	41	2022.02.21	创托盛和	原始取得
71		图形	59086014	09	2022.02.28	创托盛和	原始取得

72		图形	59089123	35	2022.02.28	创托盛和	原始取得
73	POLAR BABY	PAOLABABY	59089130	35	2022.02.28	创托盛和	原始取得
74		图形	59100545	28	2022.02.28	创托盛和	原始取得
75	Baolabear	BAOLABEAR	59100552	35	2022.05.07	创托盛和	原始取得
76	BAOLABEIER	BAOLABEIER	62223761	35	2022.07.14	创托盛和	原始取得
77	保菰贝尔 BAOLABEIER	保菰贝尔	62223768	35	2022.07.14	创托盛和	原始取得
78	创托	创托	8612029	05	2011.09.14 [注 1]	创托盛和	受让取得
79	创托	创托	8700745	35	2011.11.07 [注 1]	创托盛和	受让取得
80	家僖倍贝	家僖倍贝	8768982	35	2011.11.28 [注 1]	创托盛和	受让取得
81		图形	70641676	01	2023.09.28	创托盛和	原始取得
82		图形	70641790	04	2023.09.28	创托盛和	原始取得
83		图形	70649687	07	2023.09.28	创托盛和	原始取得
84		图形	70649783	06	2023.09.28	创托盛和	原始取得
85		图形	70649848	02	2023.09.28	创托盛和	原始取得
86		图形	70652486	08	2023.09.28	创托盛和	原始取得
87	保菰熊	保菰熊	70661172	35	2023.09.28	创托盛和	原始取得
88		图形	70664191	44	2023.09.28	创托盛和	原始取得
89		图形	70664271	24	2023.10.07	创托盛和	原始取得
90		图形	70664752	37	2023.09.28	创托盛和	原始取得
91		图形	70664799	40	2023.09.28	创托盛和	原始取得
92		图形	70666283	14	2023.09.28	创托盛和	原始取得
93		图形	70666343	16	2023.09.28	创托盛和	原始取得
94		图形	70668308	36	2023.10.07	创托盛和	原始取得
95		图形	70669829	22	2023.10.07	创托盛和	原始取得

96		图形	70670104	38	2023.09.28	创托盛和	原始取得
97		图形	70670351	34	2023.09.28	创托盛和	原始取得
98		图形	70671228	23	2023.09.28	创托盛和	原始取得
99		图形	70671291	18	2023.09.28	创托盛和	原始取得
100		图形	70674111	13	2023.10.07	创托盛和	原始取得
101		图形	70674868	45	2023.10.07	创托盛和	原始取得
102		图形	70678197	11	2023.10.07	创托盛和	原始取得
103		图形	70678259	20	2023.10.07	创托盛和	原始取得
104		图形	70678616	27	2023.10.07	创托盛和	原始取得
105		图形	70680785	21	2023.12.21	创托盛和	原始取得
106		图形	70680872	43	2023.10.07	创托盛和	原始取得
107		图形	70681144	26	2023.10.07	创托盛和	原始取得
108		图形	70681691	09	2023.10.07	创托盛和	原始取得
109		图形	70682656	17	2023.10.07	创托盛和	原始取得
110		图形	70686328	41	2023.10.07	创托盛和	原始取得
111		图形	70687560	15	2023.10.07	创托盛和	原始取得
112		图形	70687909	31	2023.10.07	创托盛和	原始取得
113		图形	70688110	42	2023.10.07	创托盛和	原始取得
114		图形	70689413	19	2023.10.07	创托盛和	原始取得
115		图形	70690235	39	2023.10.07	创托盛和	原始取得
116		图形	70691212	29	2023.12.21	创托盛和	原始取得
117		图形	70692143	32	2023.10.07	创托盛和	原始取得
118		图形	70692149	33	2023.10.07	创托盛和	原始取得
119		图形	70667814	30	2024.02.14	创托盛和	原始取得

120		保菰熊	74658443	29	2024.07.14	创托盛和	原始取得
121	保菰熊	保菰熊	74660411	29	2024.07.07	创托盛和	原始取得
122	保菰熊	保菰熊	74667138	30	2024.04.07	创托盛和	原始取得
123	数智达克	数智达克	75393272	09	2024.07.14	创托盛和	原始取得
124	数智达客	数智达客	75805051	09	2024.08.21	创托盛和	原始取得

注 1：已办理商标续展，有效期为自授权日起二十年；

注 2：商标有效，但处于撤销/无效宣告申请审查中。

（四）著作权

截至本《招股说明书》签署日，公司共有 85 项著作权，包括 69 项软件著作权及 16 项作品著作权，具体如下：

序号	登记号	名称	类型	登记日	著作权人	取得方式
1	2025SR0841254	孕婴世界经营数据可视化分析与报告处理系统 V1.0	软件著作权	2025.05.22	创托盛和	原始取得
2	2025SR0836351	孕婴世界智能会员积分管理与促销活动发布系统 V1.0	软件著作权	2025.05.21	创托盛和	原始取得
3	2025SR0835965	孕婴世界经营数据可视化深度分析与报告系统 V1.0	软件著作权	2025.05.21	创托盛和	原始取得
4	2025SR0835956	孕婴世界跨平台销售数据同步与整合分析系统 V1.0	软件著作权	2025.05.21	创托盛和	原始取得
5	2025SR0835945	孕婴世界跨平台销售数据同步整合分析系统 V1.0	软件著作权	2025.05.21	创托盛和	原始取得
6	2025SR0835939	孕婴世界销售趋势预测智能补货处理系统 V1.0	软件著作权	2025.05.21	创托盛和	原始取得
7	2025SR0835931	孕婴世界门店促销活动效果评估与调整发布系统 V1.0	软件著作权	2025.05.21	创托盛和	原始取得
8	2025SR0813506	孕婴世界促销活动效果评估调整发布系统 V1.0	软件著作权	2025.05.19	创托盛和	原始取得
9	2025SR0813498	孕婴世界门店经营实时监控预警分析系统 V1.0	软件著作权	2025.05.19	创托盛和	原始取得
10	2024SR2013198	孕婴世界职员资料管理系统 V1.0	软件著作权	2024.12.09	创托盛和	原始取得
11	2024SR2013197	孕婴世界营销助手管理研发软件 V1.0	软件著作权	2024.12.09	创托盛和	原始取得
12	2024SR1967224	孕婴世界业务数据实时分析决策支持系统 V1.0	软件著作权	2024.12.03	创托盛和	原始取得
13	2024SR1966281	孕婴世界云端数据智能整合优化平台 V1.0	软件著作权	2024.12.03	创托盛和	原始取得
14	2024SR1966097	孕婴世界仓库动态调度与监控管理系统 V1.0	软件著作权	2024.12.03	创托盛和	原始取得
15	2024SR1965618	孕婴世界云数据库高可用架构方案管理系统 V1.0	软件著作权	2024.12.03	创托盛和	原始取得

16	2024SR1963616	SCM 供应链协同优化管理系统 V1.0	软件著作权	2024.12.03	创托盛和	原始取得
17	2024SR1963609	孕婴世界会员行为分析与精准营销平台 V1.0	软件著作权	2024.12.03	创托盛和	原始取得
18	2024SR1961593	孕婴世界业务数据智能分析日志系统 V1.0	软件著作权	2024.12.03	创托盛和	原始取得
19	2024SR1938225	实时计算驱动的库存预警与补货系统 V1.0	软件著作权	2024.11.29	创托盛和	原始取得
20	2024SR1937646	孕婴商品生命周期管理系统 V1.0	软件著作权	2024.11.29	创托盛和	原始取得
21	2024SR1937283	孕婴商品智能分类与标签管理系统 V1.0	软件著作权	2024.11.29	创托盛和	原始取得
22	2024SR1930201	孕婴世界数据治理与合规性检查治理系统 V1.0	软件著作权	2024.11.28	创托盛和	原始取得
23	2024SR1929818	数据开放共享服务系统 V1.0	软件著作权	2024.11.28	创托盛和	原始取得
24	2024SR1929246	孕婴世界订单自动化处理与追踪系统 V1.0	软件著作权	2024.11.28	创托盛和	原始取得
25	2024SR1929166	孕婴世界进销存一体化智能决策支持系统 V1.0	软件著作权	2024.11.28	创托盛和	原始取得
26	2024SR1927726	孕婴智能销售策略优化系统 V1.0	软件著作权	2024.11.28	创托盛和	原始取得
27	2024SR1926743	孕婴商品全链路追溯管理系统 V1.0	软件著作权	2024.11.28	创托盛和	原始取得
28	2024SR1915524	数据资产价值评估与策略规划平台 V1.0	软件著作权	2024.11.27	创托盛和	原始取得
29	2024SR1913887	孕婴世界库存与调配平台 V1.0	软件著作权	2024.11.27	创托盛和	原始取得
30	2024SR1913295	孕婴世界实时数据流高效分析系统 V1.0	软件著作权	2024.11.27	创托盛和	原始取得
31	2024SR1912759	CRM 客户关系管理智能升级方案管理系统 V1.0	软件著作权	2024.11.27	创托盛和	原始取得
32	2024SR1912421	孕婴世界实时分析可视化平台 V1.0	软件著作权	2024.11.27	创托盛和	原始取得
33	2024SR1912061	数据接口安全认证与权限管理系统 V1.0	软件著作权	2024.11.27	创托盛和	原始取得
34	2024SR1902310	数智零售 APPV6.53.0.78	软件著作权	2024.11.26	创托盛和	原始取得
35	2024SR0958547	孕婴世界客户经营日报管理系统 V1.0	软件著作权	2024.07.09	创托盛和	原始取得
36	2024SR0784770	孕婴世界 AI 智慧广告系统 V1.0	软件著作权	2024.06.11	创托盛和	原始取得
37	2024SR0784761	孕婴世界客户门店业绩日报管理系统 V1.0	软件著作权	2024.06.11	创托盛和	原始取得
38	2023SR0857815	孕婴世界报表平台实施工具管理系统 V1.0	软件著作权	2023.07.20	创托盛和	原始取得
39	2023SR0857814	孕婴世界市场活动管理系统 V1.0	软件著作权	2023.07.20	创托盛和	原始取得

40	2023SR0738394	孕婴世界报表平台货品资料管理系统 V1.0	软件著作权	2023.06.28	创托盛和	原始取得
41	2023SR0738393	孕婴世界报表平台客户经营分析管理系统 V1.0	软件著作权	2023.06.28	创托盛和	原始取得
42	2023SR0737394	孕婴世界报表平台巡店事务管理系统 V1.0	软件著作权	2023.06.28	创托盛和	原始取得
43	2023SR0737100	孕婴世界爆破活动项目管理系统 V1.0	软件著作权	2023.06.28	创托盛和	原始取得
44	2023SR0737089	孕婴世界报表平台业务分析管理系统 V1.0	软件著作权	2023.06.28	创托盛和	原始取得
45	2023SR0463062	孕婴拓展设计项目管理系统 V1.0	软件著作权	2023.04.12	创托盛和	原始取得
46	2023SR0463061	孕婴区域上线项目管理系统 V1.0	软件著作权	2023.04.12	创托盛和	原始取得
47	2023SR0417026	孕婴世界手机报表平台设置集成管理系统 V1.0	软件著作权	2023.03.30	创托盛和	原始取得
48	2023SR0417025	孕婴世界客户经营报告管理系统 V1.0	软件著作权	2023.03.30	创托盛和	原始取得
49	2023SR0416894	孕婴世界用户工具包管理系统 V1.0	软件著作权	2023.03.30	创托盛和	原始取得
50	2021SR1875979	孕婴世界巡店报告智能分析管理系统 V1.0	软件著作权	2021.11.24	创托盛和	原始取得
51	2021SR1875325	孕婴世界线上培训效果跟进管理系统 V1.0	软件著作权	2021.11.24	创托盛和	原始取得
52	2021SR1875324	孕婴世界会员资料智能维护管理系统 V1.0	软件著作权	2021.11.24	创托盛和	原始取得
53	2021SR1875323	孕婴世界客户品牌维护信息智能管理系统 V1.0	软件著作权	2021.11.24	创托盛和	原始取得
54	2021SR1875310	孕婴世界商品库存查询管理系统 V1.0	软件著作权	2021.11.24	创托盛和	原始取得
55	2021SR1875304	孕婴世界收货确认单智能管理系统 V1.0	软件著作权	2021.11.24	创托盛和	原始取得
56	2021SR1875245	孕婴世界连锁活动简报设计方案管理系统 V1.0	软件著作权	2021.11.24	创托盛和	原始取得
57	2021SR1875244	孕婴世界客户出货数据采集分析系统 V1.0	软件著作权	2021.11.24	创托盛和	原始取得
58	2021SR1875218	孕婴世界产品销售订单查询管理系统 V1.0	软件著作权	2021.11.24	创托盛和	原始取得
59	2021SR1875179	孕婴世界网络商城产品营销管理系统 V1.0	软件著作权	2021.11.24	创托盛和	原始取得
60	2021SR1875178	孕婴世界 OA 数据维护工具包智能管理系统 V1.0	软件著作权	2021.11.24	创托盛和	原始取得
61	2021SR1875127	孕婴世界导购提货表跟进管理系统 V1.0	软件著作权	2021.11.24	创托盛和	原始取得
62	2021SR1875106	孕婴世界商城会员档案信息存储管理系统 V1.0	软件著作权	2021.11.24	创托盛和	原始取得
63	2021SR1875105	孕婴世界导购薪资报表自动生成管理系统 V1.0	软件著作权	2021.11.24	创托盛和	原始取得

64	2021SR1875074	孕婴世界活动报表自动生成管理系统 V1.0	软件著作权	2021.11.24	创托盛和	原始取得
65	2021SR1875067	孕婴世界会员标签信息维护管理系统 V1.0	软件著作权	2021.11.24	创托盛和	原始取得
66	2021SR1875066	孕婴世界会员消费明细管理系统 V1.0	软件著作权	2021.11.24	创托盛和	原始取得
67	2021SR1875025	孕婴世界企业 CRM 呼叫中心智能管理系统 V1.0	软件著作权	2021.11.24	创托盛和	原始取得
68	2021SR1875022	孕婴世界财务积分对账表存储管理系统 V1.0	软件著作权	2021.11.24	创托盛和	原始取得
69	2021SR1871207	孕婴世界销售流水明细智能化管理系统 V1.0	软件著作权	2021.11.24	创托盛和	原始取得
70	国作登字-2024-F-00375731	孕婴世界服务管家标识	作品著作权	2024.12.27	创托盛和	原始取得
71	国作登字-2024-F-00375730	孕婴世界数智中台标识	作品著作权	2024.12.27	创托盛和	原始取得
72	国作登字-2024-F-00375729	创托盛和标识	作品著作权	2024.12.27	创托盛和	原始取得
73	国作登字-2024-F-00375730	孕婴世界数智达客标识	作品著作权	2024.12.27	创托盛和	原始取得
74	国作登字-2024-F-00375730	孕婴世界数智零售标识	作品著作权	2024.12.27	创托盛和	原始取得
75	国作登字-2023-F-00042215	616 孕婴世界抢空计划	作品著作权	2023.03.06	创托盛和	原始取得
76	国作登字-2023-F-00042214	916 超级粉丝节	作品著作权	2023.03.06	创托盛和	原始取得
77	国作登字-2022-I-10284492	孕婴世界 916 超级粉丝节	作品著作权	2022.12.29	创托盛和	原始取得
78	国作登字-2022-I-10208079	孕婴世界 616 抢空计划	作品著作权	2022.10.08	创托盛和	原始取得
79	国作登字-2022-F-10096698	保菰贝尔-妹妹	作品著作权	2022.05.11	创托盛和	原始取得
80	国作登字-2022-F-10090347	保菰贝尔-爸爸	作品著作权	2022.04.28	创托盛和	原始取得
81	国作登字-2022-F-10090345	保菰贝尔-妈妈	作品著作权	2022.04.28	创托盛和	原始取得
82	国作登字-2022-F-10090341	保菰贝尔形象-哥哥	作品著作权	2022.04.28	创托盛和	原始取得
83	国作登字-2018-F-00421588	孕婴世界连锁门店外立面(店招)设计	作品著作权	2018.03.29	创托盛和	原始取得
84	国作登字-2018-F-00421961	欧恩贝小羊动物形象	作品著作权	2018.05.29	创托盛和	原始取得
85	国作登字-2018-F-00421962	欧恩贝小牛动物形象	作品著作权	2018.05.29	创托盛和	原始取得

(五) ICP/IP 地址/域名备案

截至本《招股说明书》签署日，公司拥有 11 个 ICP/IP 地址/域名备案，具体如下：

序号	类型	域名/服务名称	备案人	网站备案/许可证号
1	网站	scyysj.com	创托盛和	蜀 ICP 备 19022157 号-1
2	网站	yysjls.com	创托盛和	蜀 ICP 备 19022157 号-2
3	网站	whqjy.top	武汉千佳原	鄂 ICP 备 2023009847 号-1
4	APP	数智零售	创托盛和	蜀 ICP 备 19022157 号-3A
5	APP	数智秒选	创托盛和	蜀 ICP 备 19022157 号-4A
6	小程序	孕婴世界会员俱乐部	创托盛和	蜀 ICP 备 19022157 号-5X
7	小程序	孕婴世界导购助手	创托盛和	蜀 ICP 备 19022157 号-6X
8	小程序	母婴产品生活馆	创托盛和	蜀 ICP 备 19022157 号-7X
9	小程序	千佳原 mall	武汉千佳原	鄂 ICP 备 2023009847 号-2X
10	小程序	千佳原验证	武汉千佳原	鄂 ICP 备 2023009847 号-3X
11	小程序	千佳原导购	武汉千佳原	鄂 ICP 备 2023009847 号-4X

附件二 重大合同

截至报告期末，公司正在履行或报告期内已履行完毕的，对公司持续经营具有重大影响的合同包括：（1）1,500 万元以上的销售合同（单笔或合计/预计年销售总额 1,500 万元以上的框架合同）；（2）4,000 万元以上的采购合同（单笔或合计/预计年采购总额 4,000 万元以上的框架合同）；（3）单笔金额超过 1,000 万元的借款、担保、抵押、质押合同等，具体如下。

（一）销售合同

序号	合同名称	客户名称	合同内容	合同金额 (万元)	履行情况
1	孕婴世界商品经销合同	王*莲	约定王*莲为公司经销商，进行商品销售	框架合同	合同一年一签，期限分别为 2023 年度和 2024 年度，均已履行完毕
	孕婴世界信息平台服务合同		约定公司为王*莲及相关门店提供信息技术及市场推广服务		
	孕婴世界连锁特许经营合同		约定王*莲作为被特许人获得孕婴世界连锁的特许经营权，公司为其提供商业特许经营服务		
2	重庆天喜商品经销合同	蔡*强	约定蔡*强为公司经销商，进行商品销售	框架合同	合同期限为 2024 年度，已履行完毕
	孕婴世界信息平台服务合同		约定公司为蔡*强及相关门店提供信息技术及市场推广服务		
	孕婴世界连锁特许经营合同		约定蔡*强作为被特许人获得孕婴世界连锁的特许经营权，公司为其提供商业特许经营服务		

3	重庆天喜商品经销合同	周春利	约定周春利为公司经销商，进行商品销售	框架合同	合同期限为2022年度，已履行完毕
	孕婴世界信息平台服务合同		约定公司为周春利及相关门店提供信息技术及市场推广服务		
	孕婴世界连锁特许经营合同		约定周春利作为被特许人获得孕婴世界连锁的特许经营权，公司为其提供商业特许经营服务		

（二）采购合同

序号	合同名称	供应商名称	合同内容	合同金额 (万元)	履行情况
1	经销商销售合同书	内蒙古伊利实业集团股份有限公司金山分公司	奶粉经销	框架合同	合同一年一签，期限分别为2022年度、2023年度、2024年度，均已履行完毕
2	佳贝艾特产品经销合同	海普诺凯营养品有限公司	奶粉经销	框架合同	合同一年一签，期限分别为2022年度、2023年度、2024年度，均已履行完毕
3	飞鹤乳业经销商合同及补充协议	黑龙江飞鹤乳业销售有限公司	奶粉经销及推广服务	框架合同	合同一年一签，期限分别为2022年度、2023年度、2024年度，均已履行完毕
4	全国婴线直供客户合作协议	健合（中国）有限公司	奶粉、纸尿裤、营养品经销	框架合同	合同一年一签，期限分别为2022年度、2023年度、2024年度，均已履行完毕

（三）借款、担保、抵押、质押合同

不适用。