

证券简称：孩子王

证券代码：301078

孩子王数智科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2026-004

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	国联安基金 天治基金 诺安基金 银河基金 中银基金 上海原点资产 富荣基金 永安财产保险 浙江益恒投资 广发证券 方正证券
时间	2026年7月7日（周二）下午 16:00~17:00
地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	董事、副总经理兼董事会秘书 侍光磊先生 乐芙妈妈创始人 王涛先生

<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>活动主要内容如下：</p> <p>一、与参会者互动交流，具体交流问题如下：</p> <p>1、目前月嫂市场空间怎么样？未来市场需求会有变化？</p> <p>月嫂服务是母婴家庭服务板块中刚需、高频、高客单价的核心细分品类。根据博研咨询数据显示，2025年中国月嫂服务市场整体规模已达2,000亿元，同比增长18.5%。随着社会经济发展、科学育儿观念普及、女性“悦己消费”意识觉醒以及“三孩政策”等因素的推动，专业、高品质的母婴护理服务需求日益旺盛，市场渗透率仍有较大的提升空间。同时，国家政策层面也为行业发展提供强力支撑，持续引导月嫂行业走向标准化、职业化，2025年3月1日，由商务部指导全国家政服务标准化技术委员会完成的两项家政领域重点国家标准《家政服务 母婴护理服务质量规范》和《0-3岁婴幼儿居家照护服务规范》已正式实施，将推动行业可持续高质量发展。此外，国家政策层面持续加码服务业发展，2025年12月中央经济工作会议部署“十五五”开局之年经济工作时，提出“实施服务业扩能提质行动”；2026年4月28日中央政治局会议再次指出“深入实施服务业扩能提质行动”。</p> <p>2、月嫂行业的竞争格局如何？</p> <p>当前月嫂行业处于“大行业、小企业”的分散化竞争格局，行业参与者按照发展模式划分为两大阵营，各模式经营逻辑、竞争短板与核心优势差异显著：一是传统中介撮合模式（行业1.0），以传统综合家政中介机构为代表。该类主体业务核心仅为供需双方信息对接，盈利依靠单次服务撮合佣金，未建立全流程服务品质管控体</p>
-----------------------------	---

系，行业痛点突出，存在月嫂简历资质造假、体检代检、上门服务无标准化监督机制、售后相互推诿等问题，整体属于低门槛、粗放式经营模式。二是全职自营标准化模式（行业2.0），以乐芙妈妈等为代表性品牌，正在重塑行业服务标准。该模式核心为月嫂由公司独家管理，搭建完整培训、考核、品控体系，由企业全流程服务质量承担兜底责任。

整体来看，月嫂行业正处于由“非标零散、信任度不足”向“标准化、品牌化、高可信度”转型的关键拐点。随着消费者对专业母婴照护的要求持续提升，具备客户运营思维、标准化服务能力、品牌化运营能力和资本助力的企业将脱颖而出。

3、乐芙妈妈商业模式和主要竞争优势如何？

乐芙妈妈定位为家庭母婴护理服务2.0时代定义者，摒弃行业传统中介撮合模式，专注打造全职自营型母婴护理服务商，核心搭建“供给侧+客户侧+商业效率”三角闭环商业模式。

在供给侧，公司对月嫂实施自营管理，买断服务档期，推行年薪+绩效薪酬制度，配套系统化常态化技能培训，提供月嫂星级分级评定，从根源解决传统中介人员管控松散、资质不规范等行业痛点。

在客户侧，服务流程可监控、可追溯，有保障，持续优化服务细节，为用户带来超出预期的高品质服务体验。

在商业效率上，依托品牌口碑有效降低获客成本，同时提升客户咨询转化、复购及转介绍效率，构建出可持续、健康稳定的商业盈利模型。公司核心管理团队均

来自行业头部企业，拥有成熟规模化母婴家政业务实战经验，是深耕赛道、完整落地过大体量业务的资深行业团队。

相较于行业同类品牌，乐芙妈妈拥有五大差异化核心竞争优势：第一，独特全职自营模式壁垒，是行业少数实现月嫂档期买断、全员员工化管理、公司全程兜底的全国连锁品牌，公司搭建的重运营、强管控体系，形成了同业难以复制的核心护城河；第二，完整资深行业人才梯队，总部及城市端核心管理人员均深耕母婴家政赛道多年，具备成熟的规模化城市拓展与业务运营能力；第三，成熟可标准化复制能力，公司完善的中台能力可快速复制到新城市，目前已在9个城市验证，新城市拓店复制速度快、落地风险低；第四，高口碑驱动轻量化低成本获客，标准化的高品质服务铸就超高客户NPS，依托用户自发转介绍实现流量自然裂变，获客效率远超单纯依赖付费投放品牌；第五，独家绑定孩子王战略渠道资源，其旗下孕妇资源、门店场地资源、月嫂业务独家交由乐芙妈妈运营。

4、月嫂上岗前如何培训？在平台内的稳定性与留存率有什么优势？

乐芙妈妈搭建的是全链路职业化月嫂培养体系，区别于行业“简单岗前培训”，采用全流程分层培育机制：先通过笔试、实操考核、背景调查、健康体检完成多层筛选；再统一开展全套母婴护理专业课程教学；随后开展模拟入户实操实训；同步设置六级星级晋升通道，星级直接与薪资标准挂钩；每月开设进阶复训课程、每年组织综合考核，持续迭代月嫂专业服务技能。

在月嫂留存率与人员稳定性层面，乐芙妈妈全职自营模式从根源解决了传统中介模式下月嫂缺乏归属感的痛点：一是全职员工管理模式，配备基础底薪，有保障，让月嫂拥有职业归属感；二是明确的职业晋升通道，每位月嫂都能明确自身成长方向；三是稳定订单供给，由公司统一调度、统筹排期接单，无需靠个人获取客户；四是完善团队氛围建设，搭建月嫂专属社群、定期组织团建活动、开展优秀月嫂表彰激励。传统中介平台的月嫂无正式劳务契约、缺少身份归属感，人员流失率居高不下；而乐芙妈妈全职自营模式，将月嫂从零散流动的务工人员转变为标准化职业服务从业者，这也是平台月嫂队伍具备高稳定性的核心支撑。

5、公司未来3-5年发展规划及落地的具体举措？

未来3-5年发展目标：分四个阶段稳步推进业务拓展。第一阶段落地样板城市，跑通全职自营标准化运营模式，该阶段工作现已完成；第二阶段依托孩子王现有渠道深耕核心城市，打通内部资源协同链路，同步上线付费蓝领培训业务，持续增加城市覆盖，实现业务健康稳定经营；第三阶段完成全国一二线城市全域布局，搭建可持续盈利体系，拓展育婴师相关服务；第四阶段覆盖国内全部重点城市，持续扩大整体业务规模，实现业务从单一月嫂服务向完整母婴服务生态升级，同步延伸育婴师服务、月子餐、母婴用品等多条业务产品线。

落地具体举措：（1）加速城市覆盖：依托孩子王线下门店网络，优先在其品牌高渗透城市落地；（2）深耕服务标准：联动孩子王用户研究团队搭建母婴服务研究院，持续持续迭代乐芙科学母婴护理体系；（3）建立职

业化通路：全国建设“乐芙妈妈学院”，推动月嫂职业化发展，保障优质服务人才供给；（4）生态延伸：以月嫂服务为基础，延伸月子餐、产康、育婴师、母婴用品多元场景，提升客户生命周期价值；（5）数字化基建：搭建家庭数据智库与AI客户系统，实现用户精细化运营与服务供需智能匹配。

6、与孩子王如何进行产业协同和互补？

孩子王作为覆盖“商品+服务+社交”的亲子家庭全渠道服务商，拥有1200余家线下门店、近亿注册会员、成熟母婴供应链与17年母婴品牌积淀，拥有庞大家庭用户基础与线上线下全渠道触点，乐芙妈妈补齐月子护理服务板块，完善孩子王从母婴商品供给到家庭产后照护的服务闭环，是品牌从“让家庭买得好”升级为“让家庭养得好”的关键布局。具体来看双方从五大维度实现协同互补：

（1）用户转化协同：依托孩子王会员池精准触达孕产期客群，由乐芙妈妈承接专业月嫂服务，打通会员服务闭环，有效提升单客ARPU值；

（2）渠道落地协同：复用孩子王线下门店场景、线上APP及小程序入口，叠加乐芙妈妈线上预约与到店咨询服务，实现月嫂服务线上线下全渠道覆盖；

（3）品牌信任协同：依托孩子王17年母婴品牌口碑与专业育儿顾问背书，搭配乐芙妈妈全职自营月嫂品质保障，让用户将对孩子王的品牌信任同步延伸至月子护理服务；

（4）供应链深度融合：孩子王输出完整母婴产品供应链，乐芙妈妈全职月嫂入户精准匹配、推荐适配母婴

	<p>商品，打破单一月嫂服务边界，搭建完整家庭母婴服务生态，大幅提升孩子王的产品在家庭场景触达效率；</p> <p>(5) 数据协同赋能：打通孩子王母婴消费数据与乐芙妈妈母婴服务数据，构建360度完整家庭用户画像，实现商品、服务双向精准推荐。</p> <p>风险提示：公司郑重提醒广大投资者，有关公司信息请以公司在巨潮资讯网和法定信息披露媒体刊登的相关公告为准。本次投资者关系活动中如涉及对外部环境判断、公司发展战略、未来计划等描述，不构成公司对投资者的实质承诺，敬请广大投资者理性投资，注意投资风险。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2026年7月7日