

公司代码：603214

公司简称：爱婴室

上海爱婴室商务服务股份有限公司  
2018 年年度报告摘要



## 一 重要提示

- 1 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

公司拟以 2018 年 12 月 31 日的总股本 10,000 万股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利 3.60 元（含税），共派发现金股利 36,000,000 元，派发现金红利金额占合并报表中归属于上市公司股东净利润的比率为 30.00%。2018 年度不实施以资本公积转增股本。

## 二 公司基本情况

### 1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	爱婴室	603214	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	高岷	唐普阔
办公地址	上海市浦东新区浦建路620号双季花艺东区5楼	上海市浦东新区浦建路620号双季花艺东区5楼
电话	021-68470177	021-68470177
电子信箱	investor.list@aiyingshi.com	investor.list@aiyingshi.com

### 2 报告期公司主要业务简介

#### （一）主要业务

公司以母婴商品的销售及相关服务为主营业务，是一家结合直营门店、APP、微信、第三方等多种渠道，为孕前至 6 岁婴幼儿家庭提供优质母婴用品和相关服务的专业连锁零售商，经营产品涵盖了婴幼儿乳制品、纸制品、喂哺用品、洗护用品、棉纺品、玩具、车床等品类，产品品种

逾万种。

公司总部位于上海，并在上海、江苏、浙江、福建等经济发达省市开设直营门店。本报告期内，公司已开设直营门店 223 家，营业面积达 134,981.87 平方米，为客户搭建了一站式母婴用品采购及孕婴童服务平台。

作为国内知名的母婴用品专业连锁零售机构，“爱婴室”母婴品质生活馆吸引了惠氏、雅培、美赞臣、达能、雀巢、大王、金佰利、嘉宝等世界知名品牌的入驻，并与上述多家国际性集团公司建立了紧密的战略合作关系，为客户提供了优质特惠的母婴商品及服务。

## （二）经营模式

公司坚持以直营门店销售为主，在华东地区不断拓展门店规模；同时，升级线上 APP 商城，优化电子商务平台，提升消费者购物体验，形成线上线下互动融合的商业模式。

公司对商品的采购实行以总部统一集中采购为主和区域采购相结合的方式，对销售商品的配送实行以自建物流仓储中心配送为主和供应商直送相结合的方式，这些举措保证了公司经营成本优势和营运高效。公司在供应链管理上的优势，构成了公司在一站式母婴商品连锁零售市场的独特竞争力。

## （三）公司所从事的行业情况说明

### 1、国家产业政策、人口政策

从宏观经济角度来看，目前我国国民经济运行保持在合理区间，总体平稳、稳中有进态势持续显现。消费作为经济增长主动力作用进一步巩固，消费升级类商品保持较快增长，最终消费对经济增长的贡献率大幅上涨。

近年来，国家出台了一系列产业政策，涉及零售商贸领域的政策主要有：2014 年 10 月，国务院办公厅下发了《关于促进内贸流通健康发展的若干意见》（国办发【2014】51 号），提出“大力发展连锁经营，以电子商务、信息化及物流配送为依托，推进发展直营连锁，规范发展特许连锁，引导发展自愿连锁”；2016 年 12 月，国务院办公厅印发《国务院办公厅关于推动实体零售创新转型的意见》（以下简称“《意见》”）（国办发【2016】78 号），《意见》共提出 5 大类 16 项具体措施推动实体零售商转型升级，释放发展活力。其中，促进线上线下融合、创新经营机制与简政放权、促进公平竞争以及减轻企业税费负担等措施成为了支持实体零售发展的重要保障。

近年来，我国人口政策迎来新的重大变化。十二届全国人大常委会第十八次会议审议通过《人口与计划生育法修正案（草案）》，自 2016 年 1 月 1 日起正式施行二胎政策。2016 年 1 月 5 日，中共中央、国务院印发了《关于实施全面两孩政策改革完善计划生育服务管理的决定》，决定明确，

到 2020 年，计划生育服务管理制度和家庭发展支持体系较为完善，政府依法履行职责、社会广泛参与、群众诚信自律的多元共治格局基本形成，计划生育治理能力全面提高；覆盖城乡、布局合理、功能完备、便捷高效的妇幼保健计划生育服务体系更加完善，基本实现人人享有计划生育优质服务，推动联合国 2030 年可持续发展议程的落实。

全面放开二胎政策，进一步拉动了国内母婴行业的整体需求，“二胎政策”的开放将为母婴行业带来巨大的市场需求和发展机会。目前，部分地区也出台了更加积极的生育政策，例如延长产假时间、提高生育补助等，进一步促进了二孩生育意愿的释放。

## 2、公司所处行业的基本情况

根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，公司所属行业为“F52 零售业”，细分为母婴商品连锁零售子行业。

### （1）中国母婴商品零售行业的主要业务模式

目前，我国的母婴商品零售行业主要业务模式有商场/百货里的母婴商品专区、大卖场/超市的母婴商品专区、实体/专营店、母婴商品的线上销售。

根据《2018CBME 中国孕婴童消费市场调查报告》统计，54%消费者最常去的购物渠道为母婴店/母婴百货；90 后消费者对孕婴童产品的价格敏感度低；7-12 个月及 1-2 岁宝宝家庭月均育儿支出占比最大；口碑因素越来越重要，消费者购物习惯易受到其影响；消费者对非传统母婴产品及服务的需求增加。根据罗兰贝格预测，母婴专卖店 2015-2020 年 CAGR18.2%，在线下几个渠道中增速最高，主要原因是在母婴产品消费升级、品牌化和高端化背景下，品类齐全、专业性强且迭代相关服务模式的连锁母婴店相对优势更为突出。

### （2）中国母婴商品零售行业处于快速发展阶段

根据罗兰贝格的预测，2020 年中国母婴产品市场规模将会达到 17,006 亿元，较 2015 年 9,740 亿元增长 74.6%，年复合增长率 15%。

根据 Frost & Sullivan 调查，2017 年母婴类产品与服务消费占家庭消费的比重已达 18.18%，预计 2020 年将进一步提升至 19.9%。

根据 Euromonitor 统计，2018 年中国连锁母婴商品市场规模已达 1,843 亿元，增长率约 20%，预计 2020 年可占线下渠道 40%的市场份额。

母婴市场规模的持续增长主要由以下因素造成：第一，母婴人口总量保持增长趋势，推动母婴行业扩张；第二，“二胎政策”全面放开，人口红利进一步释放；第三，居民可支配收入的增加进一步扩大了母婴商品消费市场；第四，消费升级、育儿观念转变为母婴行业市场成长带来长期

驱动力。

### 3、母婴专营连锁零售的渠道优势

与商场百货、超市/大卖场等业态相比，母婴商品的专卖连锁渠道受益于一站式服务购物、专业化服务、品牌信任度高等渠道优势，在整体母婴零售行业中扮演着越来越重要的角色。连锁母婴零售渠道是连接母婴商品品牌商和消费者之间的纽带。消费者对母婴商品的安全性要求很高，母婴商品质量是消费者进行母婴商品购买决策的核心因素之一。由于产品易产生信任危机这一特性，连锁母婴零售店的多区域多门店的连锁运营模式，较容易取得消费者的品牌信任，由此成为需求拉动因素，并取得了快速发展。根据 Euromonitor 数据，2018 年中国连锁母婴商品市场规模已达 1,843 亿元，CAGR20%，显著高于母婴市场整体增速，成长性更佳，且未来仍将呈现持续增长趋势，有望进一步侵蚀非连锁店和传统商场卖场市场份额。根据《2018 年 CBME 中国孕婴童消费市场调查报告》调查显示，54%的消费者最常去母婴店/母婴百货购买孕婴童产品。

目前，连锁母婴专营店已经成为母婴商品零售市场的重要业态之一，通过提供一站式、专业综合的母婴商品零售服务，已经逐步替代传统的商超渠道。

### 4、电子商务快速发展带来新商机

伴随国内电子商务市场的快速发展，年轻父母对于基于 PC、手机等终端的新兴购物渠道的接触不断上升，这使他们在互联网和移动购物的花费持续增长。根据易观公司的研究，2018 年中国母婴商品网络零售交易规模为 4,825.3 亿元，同比增长 24.44%；预计在 2020 年达到 6,637.2 亿元，同比增长 15.16%。

电子商务的快速发展，为母婴连锁零售业内的优势企业带来了新机遇，这些优势企业借助资本的驱动，能够迅速开辟线上销售渠道，利用互联网优势，融合线下门店体验，提高零售渠道的竞争壁垒，进一步推广品牌，切入新的市场。特别是 80、90 后的年轻母亲，绝大部分为受过高等教育的独立女性，有成熟的网络信息获取能力，渴望获得孕养知识，并且具有网络购物的用户习惯和能力，使得母婴线上平台有了广泛的应用，同时，也有利于与现有线下消费群体的互动，提供更便捷的服务。母婴连锁零售企业迎合电子商务市场发展趋势，以线下为主、线上为辅，形成线下与线上互动融合的商业模式，拓展原有渠道布局边界，将迎来新的市场商机。

## 3 公司主要会计数据和财务指标

### 3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2018年	2017年	本年比上年 增减(%)	2016年
总资产	1,387,916,933.96	769,611,471.79	80.34	656,801,820.68

营业收入	2,135,403,713.36	1,807,849,276.56	18.12	1,584,963,203.14
归属于上市公司股东的净利润	119,993,110.72	93,577,920.60	28.23	73,989,572.40
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	103,358,727.68	86,832,873.55	19.03	69,696,162.29
归属于上市公司股东的净资产	885,461,101.91	373,946,222.93	136.79	301,368,302.33
经营活动产生的现金流量净额	104,300,748.89	108,264,808.07	-3.66	120,778,817.06
基本每股收益（元/股）	1.28	1.25	2.40	0.99
稀释每股收益（元/股）	1.28	1.25	2.40	0.99
加权平均净资产收益率（%）	16.42	27.29	减少10.87个百分点	25.78

### 3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	481,594,635.82	535,613,936.37	503,464,332.76	614,730,808.41
归属于上市公司股东的净利润	12,130,318.21	36,796,152.95	16,712,924.37	54,353,715.19
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	11,589,049.27	28,903,221.59	14,289,070.93	48,577,385.89
经营活动产生的现金流量净额	48,340,804.38	38,505,809.39	-24,224,647.44	41,678,782.56

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

#### 4 股本及股东情况

##### 4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

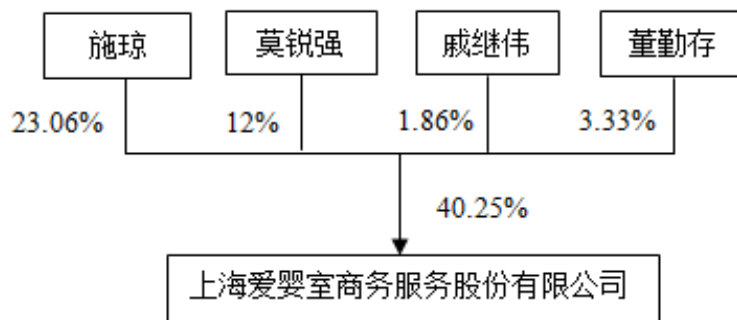
单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）							14,818
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）							13,232
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）							0
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）							0
前 10 名股东持股情况							
股东名称 (全称)	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 (%)	持有有限售 条件的股份 数量	质押或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	

施琼	0	23,057,754	23.06	23,057,754	质押	1,368,700	境内自然人
Partners Group Harmonious Baby Limited	0	19,192,897	19.19	19,192,897	无	0	境外法人
莫锐强	0	12,000,000	12.00	12,000,000	质押	1,824,900	境内自然人
杨清芬	3,900,000	3,900,000	3.90	3,900,000	无	0	境内自然人
上海茂强投资管理合 伙企业（有限合伙）	0	3,750,000	3.75	3,750,000	无	0	境内非国有 法人
郑大立	-3,900,000	3,652,600	3.65	3,652,600	质押	1,680,000	境内自然人
董勤存	0	3,334,500	3.33	3,334,500	质押	912,500	境内自然人
戚继伟	0	1,856,840	1.86	1,856,840	无	0	境内自然人
中信信托有限责任公 司—中信信托成泉汇 涌八期金融投资集合 资金信托计划	1,680,984	1,680,984	1.68	0	无	0	境内非国有 法人
李北铎	0	1,400,000	1.40	1,400,000	无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，施琼、莫锐强、戚继伟、董勤存为一致行动人，莫锐强系茂强投资的执行事务合伙人，莫锐伟与莫锐强为兄弟关系。其余股东公司未知其之间是否存在关联关系也未知其是否属于一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

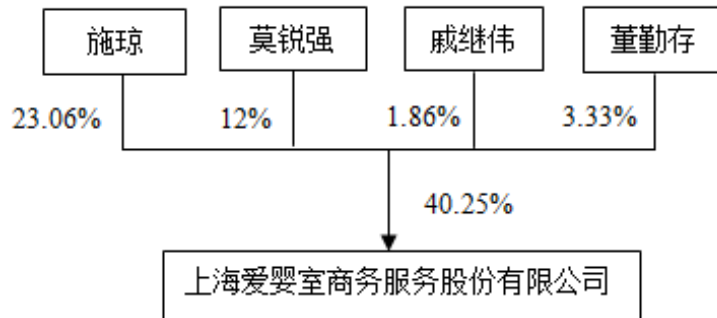
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



#### 4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



#### 4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

#### 5 公司债券情况

适用 不适用

### 三 经营情况讨论与分析

#### 1 报告期内主要经营情况

2018 年，公司董事会紧紧围绕为股东创造稳定价值的目标，结合国内经济发展周期以及母婴行业的发展趋势，制定了构建母婴生态圈的发展战略。公司聚焦海内外优质品牌资源，推进营销渠道、品牌形象、商品及服务的升级，公司全年业绩增长稳健，行业龙头地位进一步巩固。

报告期内，公司围绕上述发展战略积极推进各项工作，公司及下属公司实现合并报表营业收入 213,540.37 万元，同比增长 18.12%；实现归属于上市公司股东的净利润 11,999.31 万元，同比增长 28.23%；实现归属于上市公司股东的净资产 88,546.11 万元，同比增长 136.79%；基本每股收益 1.28 元，同比增长 2.40%。

#### 2 导致暂停上市的原因

适用 不适用

#### 3 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

#### 4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

根据《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15 号）要求，资产负债表中，将“应收票据”和“应收账款归并至新增的“应收票据及应收账款”项目，将“应



收利息”和“应收股利”归并至“其他应收款”项目，将“应付票据”和“应付账款”归并至新增的“应付票据及应付账款”项目，“财务费用项目下分拆“利息费用”和“利息收入”明细项目；本集团相应追溯调整了比较数据。该会计政策变更对合并及公司净利润股东权益无影响。

5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

6 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

适用 不适用

合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，2017 年度及 2018 年度合并范围变化情况参见公司 2018 年度审计报告附注八。

董事长：施琼

董事会批准报送日期：2019 年 4 月 4 日