

证券代码：孩子王

证券简称：301078



孩子王儿童用品股份有限公司

Kidswant Children Products Co.,Ltd.

(南京市麒麟科技创新园智汇路 300 号)

向不特定对象发行可转换公司债券

募集资金运用可行性分析报告

二〇二二年四月

一、本次募集资金运用计划

本次发行的募集资金总额不超过 103,900.00 万元（含 103,900.00 万元），扣除发行费用后，拟全部用于以下项目：

序号	项目名称	项目投资总额 (万元)	拟投入募集资金 (万元)
1	零售终端建设项目	83,270.24	76,400.00
2	智能化物流中心建设项目	29,413.18	27,500.00
合计		112,683.42	103,900.00

若扣除发行费用后的实际募集资金净额低于拟投入募集资金金额，则不足部分由公司自筹解决。本次发行募集资金到位之前，公司将根据项目进度的实际情况以自有资金或其它方式筹集的资金先行投入，并在募集资金到位之后予以置换。在上述募集资金投资项目的范围内，公司董事会可根据项目的进度、资金需求等实际情况，对上述项目的募集资金投入顺序和金额进行适当调整。

二、本次募集资金投资项目的实施背景

（一）国家颁布鼓励生育相关政策，刺激母婴童市场需求增长

进入 21 世纪后，我国人口形势发生了较大变化，结构性问题成为人口发展的主要矛盾之一。为此，我国颁布了一系列鼓励生育政策，以提高新生儿人口率，促进人口长期均衡发展。

2013 年 12 月，全国人大常委会审议通过《关于调整完善生育政策的决议》，首次启动“单独二孩”政策；2015 年 10 月，十八届五中全会提出坚持计划生育的基本国策，完善人口发展战略，全面实施一对夫妇可生育两个孩子政策，积极开展应对人口老龄化行动；2017 年 1 月，国务院发布《国家人口发展规划（2016-2030 年）》，提出到 2030 年全国总人口达到 14.5 亿人，总和生育率达到 1.8%；2021 年 5 月，中共中央政治局审议通过《关于优化生育政策促进人口长期均衡发展的决定》，再次强调进一步优化生育政策，并开始实施一对夫妻可以生育三个子女政策及配套支持措施，以改善我国人口结构、落实积极应对人口老龄化国家战略、保持我国人力资源禀赋优势；其后，全国人大常委会表决通过了关于修改人口与计划生育法的决定，修改后的人口计生法规定提倡适龄婚育、

优生优育，一对夫妻可以生育三个子女。

我国上述相关生育政策的陆续颁布和实施，从长期来看将释放抑制的生育需求，带来新生人口的增加，从而有力推动母婴行业市场需求增长。

（二）人均可支配收入增长和消费升级，助力母婴市场发展

近几年来，我国国内经济保持稳健增长，城镇居民人均可支配收入快速提高，根据国家统计局数据，2021年我国居民人均可支配收入达35,128元，比上年实际增长9.13%，同比增长率在2014年后仍维持在9%左右。人均可支配收入增长促进了我国整体消费能力的提升，为我国母婴市场的发展提供了物质保障。

随着人均可支配收入的提高，我国居民消费不断升级，消费者更加关心产品安全及质量，愿意为高质量、高安全性和高附加值的母婴童产品支付溢价。对于母婴行业来说，现阶段我国母婴市场的主要消费者多为80、90后群体，新生代年轻家庭的消费观念相比于传统母婴消费群体发生了显著变化，由于新生代父母普遍受过良好的教育，新生代年轻家庭更加注重母婴童产业的产品质量和服务，注重对子女综合素质的提升，因此在子女的衣、食、住、行、娱乐、早教等方面愿意投入更多的精力与资源。另外，经过过去20年计划生育政策推行和人口老龄化趋势，我国现阶段家庭结构呈现“421”的漏斗型特征，即多数家庭由四个老人，一对父母和一个小孩组成；随着家庭收入的提升，该家庭结构模式下的家庭婴幼儿消费品质将更加受到重视，母婴童消费用品投入逐渐提高。根据数据显示，我国年轻家庭中母婴消费占家庭消费总额的比重，已经从2013年的15.9%增长到2020年的19.8%，2022年预计突破20%。未来，年轻父母经济独立增强以及育儿消费倾向提高，将推动母婴消费方式不断升级，从而有效支撑着母婴市场未来的发展。

（三）零售业呈现多渠道、多业态发展态势，渠道下沉成为母婴零售业主要趋势

我国新零售模式逐渐兴起，新零售相比于传统零售，更注重以消费者为中心，打造购物全渠道，重构“人”、“货”、“场”要素，提升消费者服务体验。母婴零售行业也逐渐融入更多新零售的元素，呈现多渠道发展特点。目前我国母婴

商品零售行业的发展分为线上及线下两种渠道，线上渠道主要为电商平台、社交网络、品牌网站、移动 APP 等；线下渠道主要为传统商超渠道，包括商场百货、大卖场或超市、实体专营店等。同时，在业务模式方面，新零售也存在多种业态，例如：线上线下融合、以无人零售为代表的新型零售体验店、零售产业链整合业态等。由于母婴行业具有低频消费、高客单价、重体验性等特征，消费者更注重服务和体验，因此母婴行业内企业纷纷加入新零售模式，发展多渠道业务。

随着互联网流量红利逐渐消失，零售业开始更加注重顾客服务和体验，进行场景升级，线上、线下渠道发展进入平衡阶段，且由于线上渠道升级需要成本较高，行业内企业重新开始重视线下渠道扩展，渠道下沉趋势明显。由于过去我国零售行业发展不均衡，导致低线城市零售市场发展整体滞后，同时受益于低线城市的收入及消费水平的不断提升，三四线及以下城市的消费能力与市场规模也随之扩张，未来将成为零售业的主要增量市场。目前国内主要线上电商平台与实体零售企业纷纷拓展线下渠道，优化物流供应链系统，以拓展其在低线城市市场份额。

三、本次募集资金投资项目的具体情况

(一) 零售终端建设项目

1、项目概况

本项目拟在江苏、安徽、浙江、四川、湖南、山东等全国 22 个省（市）新建线下门店 169 家，并新增智慧门店试点设备投入，提高门店数字化、智能化运营能力，提升公司的市场占有率和品牌知名度，满足消费者不断升级的购物需求。本项目计划总投资额为 83,270.24 万元，其中拟使用募集资金 76,400.00 万元，分 36 个月投入，项目建设完成后正常年可实现营业收入 356,374.06 万元(不含税)，净利润 11,764.52 万元。

2、项目建设的必要性

(1) 进一步巩固公司全国性战略布局，满足市场日益增长的需求

近年来，随着我国经济快速发展以及人均可支配收入的不断增长，人们的消费水平、消费能力也在不断提高，为母婴行业消费升级提供了经济基础。同时，

当下父母育儿意识及需求的升级使得育儿标准和理念从单纯的“科学喂养”向“智力开发”、“能力培养”等方面不断扩展，消费时点和场景也从孩子尚未出生的胎教环节至孩子出生后的大脑发育、智力和才艺等综合素质培养方面持续拓展，这意味着单客消费周期同步延长。消费能力增强以及消费生命周期延长的双重驱动，为母婴行业的发展带来了新的市场机遇。孩子王作为母婴行业龙头企业，自成立以来专注于母婴童商品零售及增值服务，并形成了公司特有的区域优势及客户优势，实现了销售收入的快速增长。但公司目前线下门店覆盖范围有限，现有门店的营业能力以及覆盖范围已经不能满足逐渐增长的市场需求，尤其是城镇化进程的推进为三、四线城市母婴下沉市场带来更大的增量空间。为此，公司提出“零售终端建设项目”，拟在 22 个省市新建 169 家门店，继续巩固长江流域优势区域，同时扩展华北、华南、西南等区域，实现全国性的战略布局，满足市场日益增长的需求，为公司业务的可持续发展打下基础。

（2）增强顾客消费体验，提升核心竞争力

近年来，随着我国人口红利的逐渐减退，存量用户运营以及用户全生命周期价值亟需得到母婴零售企业的重视。升级产品及服务质量、提升消费者体验成为母婴零售行业竞争的关键。相较于其他零售行业，母婴零售行业线下门店的消费者具有较高精准性，同时由于母婴商品种类众多，又很难直接分辨其真伪和质量，客户在消费过程中往往需要亲身体验，并获取一定的专业建议和指导，而母婴线下实体店基于品牌和渠道的双重背书，提供精选优质的商品、专业的知识交流与疑难解答、全品类一站式购物体验，可以与消费者快速建立信任感，构成了有别于纯电商的吸引力。此外，当前的母婴零售行业不仅仅以商品为核心，还包括儿童娱乐、教育等多种体验业态，线上平台亦无法满足上述需求。因此公司需牢牢把握体验功能、精准营销等线下门店所具备的先天优势，紧跟顾客的消费新需求，针对不同顾客的需求提供高端化、精细化的服务，满足细分群体的个性化需求。通过本项目的实施，公司一方面可继续发挥现有的经营优势，以优质的产品和服务满足顾客的需求；另一方面，公司可以通过新铺设线下门店引入更为广泛多样的母婴相关服务性消费场景，在多业态并存的场景中为消费者提供差异化的消费体验，提升顾客消费频率和在店驻留时间，同时为公司线上渠道引流，提高全渠道顾客粘性，从而进一步提升公司的核心竞争力。

(3) 提升门店数字化能力，顺应行业发展趋势

物联网时代的到来推动线下商业进入了新的数字化发展阶段，“新零售”、“新消费”等概念的崛起使数字化及智能化赋予线下实体门店更多元化的功能和角色。线下实体门店不仅是一个消费的场所，还是连接顾客和服务的消费场景、流量入口以及口碑、IP 等概念的具象化焦点。此外，母婴市场虽然前景广阔，但面对存量用户争夺的格局以及不断推陈出新的产品和服务，行业竞争日益加剧。如何降低获客成本，提升经营效率，改善盈利水平也将成为母婴行业共同面临的挑战。在这种背景下，公司通过本项目在试点智慧门店投入语音 AI 云识别、人脸 AI 云识别、门店智能货架等，构建数字化、智能化的消费场景，实现全场景服务。充分发挥线上线下的品牌宣传、产品展示服务体验等功能，在效率、效能、顾客体验等方面为传统门店进行赋能，提升各门店经营效率，顺应零售行业发展方向。

3、项目建设的可行性

(1) 成熟的门店管理制度和经验丰富的团队，为项目实施奠定基础

自成立以来，公司一直深耕“大店模式”，截至 2022 年 3 月末，公司在全国共拥有 496 家线下门店，平均单店面积约 2,000 平方米。除各类母婴商品外，公司的线下门店还提供儿童游乐场、配套母婴服务、育儿顾问服务等，能够满足消费者购物与社交的多重需求，为消费者提供一站式服务的“大店模式”。经过多年的发展，公司在长期的门店管理中积累了丰富的经验，形成了较为完善的管理制度。公司的门店管理体系涵盖了门店选址、规划、可行性研究、建设、运营及门店关/退等全生命周期管理，针对门店运营的不同状态和时期，确定不同的运营指标和管理重点，能有效的指导门店运营，提高运营效率，有力地支持下线门店网络的拓展与维护。此外，公司培养并组建了一只专业的管理团队，其成员均具有丰富的母婴行业销售经验，能够充分把握行业发展动向。综上，公司完善的店铺开拓、运营管理体系和经验丰富的团队为本项目的顺利实施奠定了基础。

(2) 公司独特的全渠道会员服务体系，为本项目实施提供支撑

公司在行业内创新实践了以会员资产为核心的服务体系，通过独特的会员服

务及互动活动，提升会员数量，增加会员黏性，提升会员客单价值，打造私域流量池，沉淀了符合公司发展理念的商业模式。凭借近几年的推广，2021 年末公司会员人数超过 5,000 万人，其中黑金 PLUS 会员人数超过 70 万人。在会员经营模式方面，公司打造了独特的线上与线下育儿顾问服务体系，全方位深度覆盖各类用户群体，为年轻家庭提供专业知识、情感交互等育儿咨询服务，最大程度的提升客户的体验感和满意度。另外，在技术层面，公司运用大数据技术，已打通线上线下会员数据，并推出育儿顾问会员管理工具“人客合一”系统，能更好地实现会员跟踪，满足个性化的会员需求。综上，公司独特的会员服务体系、专业的会员服务经验以及扎实的会员基础，为未来新开门店的销售以及客户维护提供了保证，为本项目的顺利实施提供支撑。

(3) 大数据精准营销系统，为本项目实施提供保障

公司始终以客户为核心，在维护客户关系方面，采用会员分级制度，并通过不断的实践和总结，初步建立了大数据精准营销系统，可基于海量的数据资源和丰富的会员标签模型，针对不同的客户采取不同的营销策略，实现特定知识和商品的精准推送，并结合育儿顾问、社交活动等形式对重点人群进行深度服务，更好地进行客户挖掘和客户维护。公司的大数据精准营销系统能为公司未来店铺建设提供营销支持，同时通过拓展线下门店渠道，实现线上渠道赋能线下门店，有效增加新用户并实现消费，为本项目未来各门店产品及服务消化提供保障。

4、投资概算

本次募集资金投资项目的预算为 83,270.24 万元，其中建设投资 79,874.62 万元，铺底流动资金为 3,395.62 万元。

5、主要经济指标

本项目的经济指标如下：

序号	指标名称	单位	指标	备注
1	年营业收入	万元	356,374.06	稳定运营年度
2	利润总额	万元	15,686.03	稳定运营年度
3	净利润	万元	11,764.52	稳定运营年度
4	内部收益率（IRR）	%	29.22	税后
5	净现值（NPV）	万元	24,826.29	ic=12%，税后

6	投资回收期 (Pt)	年	5.27	静态、含建设期, 税后
---	------------	---	------	-------------

6、环境保护

本项目主要系通过租赁已有场地方式开设直营门店, 建设期无土建工程, 属于商业流通环节建设。项目建设运营过程中产生的生活污水、噪声和固体废弃物污染在经过合规处理后, 不会对环境造成污染。

(二) 智能化物流中心建设项目

1、项目概况

本项目拟在济南、上海、广州、武汉、西安、天津、成都等城市新建、扩建仓储基地, 完善仓网体系, 提高仓储物流的运行效率和管理能力, 实现线下门店和线上订单的高效配送, 满足市场及客户快速增长的需求。本项目计划总投资额为 29,413.19 万元, 其中拟使用募集资金 27,500.00 万元, 分 36 个月投入。

2、项目建设的必要性

(1) 扩大现有仓储物流容量, 满足业务发展需求

仓储物流体系是线上及线下零售运作的重要基础设施。近年来, 随着公司业务范围及区域的不断发展, 服务客户体量的持续增加, 公司业务规模稳步增长。截至 2022 年 3 月末, 公司已在全国范围内铺设门店 496 家, 遍布全国 20 个省(直辖市), 总面积超过 110 万平方米, 而公司现有的仓储能力相对有限, 物流效率已不能满足公司的业务发展需求, 尤其是“双十一”、“双十二”、春节、“奶粉节”、“尿布节”等特定购物高峰期, 门店及 APP、小程序等电商平台接到订单后, 最后一公里配送服务及响应速度在一定程度上受到物流仓储系统的影响。为此, 公司拟通过本项目建设扩大仓储物流容量, 以期提升公司的库存周转能力和物流配送能力, 为公司业务的快速发展奠定坚实的基础。

(2) 完善现有物流布局, 提升客户消费体验

物流作为新零售的一个重要环节, 是消费者体验的关键影响因素。一方面, 新零售通过叠加物流的数据属性, 融合更深层次的“出口端”客户行为数据, 完成对“入口端”商品的追溯与全生命周期管理, 从而全方位打造线上线下的数据

生态，将数据驱动的消费者体验做到极致。另一方面，新兴物流信息技术极大地提升了物流服务效率，以速度赢取时间和空间，将新零售的客户服务距离缩短为“零”，提升消费者体验。未来新零售行业的竞争将会聚焦于终端竞争，物流网络的覆盖范围以及终端物流网点的服务能力将会极大的影响零售企业的行业竞争力。本项目的建设是对公司现有物流运输网络的终端触点进行布局优化，扩大触点的服务范围，优化触点的服务能力，辅助零售业务，打造基于门店补给、门店到家的配送服务体系，缩短配送距离、配送时间，提升客户消费体验。

（3）优化供应链管理体系，提升公司运营效率

随着业务规模的不断增长，公司对仓储需求持续提升，为避免因仓储管理不善等问题影响消费者购物体验 and 库存商品安全，公司拟通过本项目进一步增强供应链管理体系。本项目实施后，公司可通过先进的智能化仓储设备参与日常搬运工作，缩短商品入库及出库耗费的时间，辅助商品的全生命周期管理，同时及时收集仓储物流环节的各类数据，并传送至公司 ERP 系统和数据中台，为公司信息化平台提供实时数据，便于公司掌握仓储实时空间利用率、库存现状等仓储中心情况。公司还可通过中台系统对数据进行分析预测，做出每日采购计划、库存方案和配送方案，从而整体提升公司仓储管理决策水平及业务运营效率，为客户提供精准高效的物流服务。

3、项目建设的可行性

（1）多项政策的落地为项目建设提供坚实保障

近年来，国家和地方政府相应出台了一系列政策，鼓励企业建设现代化、智能化和信息化的仓储物流中心，提升资源利用效率以及仓储物流管理水平。其中，2016年7月发改委印发了《“互联网”+高效物流实施意见》，指出要鼓励物流企业依托互联网向供应链上下游提供延伸服务，推进物流与制造、商贸、金融等产业互动融合、协同发展。支持供应链管理综合服务商建设智慧供应链管理服务体系，发展适应“互联网+”大规模定制的智能集成式物流模式，面向小批量、多品类、快速生产、快速交货和连续补货等新需求，提供物流服务解决方案；2018年1月国务院办公厅印发《关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》，提出针对电子商务全渠道、多平台、线上线下融合等特点，科学引导快递物流基础

设施建设，构建适应电子商务发展的快递物流服务体系；2020年1月国务院通过了《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》，提出深入推进服务业数字化转型，培育众包设计、智慧物流、新零售等新增长点。仓储物流行业相关利好政策的不断推出，为我国商贸业发展带来了良好的政策环境。

（2）多样化的人才培养制度为项目建设提供保障

多年来，通过外部引进和内部培养晋升的方式，公司不断储备仓储人才，已经建设了一支专业化的仓储物流人才队伍，人员具有较长的电商从业经验或长期的仓储物流行业经验，为公司的全国区域仓、区域中心仓和城市中心仓的多层级仓网布局提供人才保障。同时，公司还建立了完整的培训体系和晋升机制。在培训方面，公司每月会为仓储物流人员开展培训课程，提升员工的专业技能、业务管理及逻辑思维；在晋升方面，公司制定了健全的绩效考核机制，促进员工工作积极性。公司丰富的人才储备、优秀的仓储物流管理团队和完备的培训体系、晋升机制将为本项目的实施提供保障。

（3）完善的管理体系为项目实施提供制度支撑

完善的仓储物流管理体系是仓储物流系统建设和运营的基础。经过多年的发展，公司积累了丰富的物流仓储建设与运营经验，基本建立了完善的仓储物流内部管理体系和科学的仓储标准流程，有力地支撑了本项目的实施。一方面，公司规范的管理制度和仓储物流建设经验为本次项目的仓库选址和整体建设方案奠定了良好的基础；另一方面，公司设立了供应链规划管理部门和全渠道物流中心两个一级部门，在供应商管理、进仓质量、库存管理、配仓效率管理等方面已经形成了模块化的管理体系和成熟的规范制度，能够有效保证本次项目的有序实施。

4、投资概算

本次募集资金投资项目的预算为29,413.18万元，包含建筑工程费2,767.28万元、设备购置费9,574.81万元、工程建设其他费用16,448.01万元、预备费623.08万元。

5、主要经济指标

与一般生产建设型项目不同，本项目不会产生直接的经济效益，而是为公司主营业务提供辅助支持。本项目建设完成后，公司的物流仓储体系将得到进一步完善，从而提升公司的运营效率，增强公司的核心竞争力。长期来看，本项目可以促进公司经济效益的增长，获得间接投资收益。

6、环境保护

本项目主要系通过租赁已有场地方式拓展仓储基地，建设期无土建工程。项目建设运营过程中产生的生活污水、噪声和固体废弃物污染在经过合规处理后，不会对环境造成污染。

四、本次募集资金对公司经营管理和财务状况的影响

（一）本次发行对公司经营管理的影响

本次向不特定对象发行可转换公司债券拟投资于零售终端建设项目和智能化物流中心建设项目。上述募集资金投资项目符合国家相关产业政策，具有广阔的市场发展前景和良好的经营效益，是公司未来发展的重要战略举措。本次发行将有助于公司巩固自身的行业地位，增强核心竞争力。

（二）本次发行对公司财务状况的影响

本次可转债发行完成后，公司的货币资金、总资产和总负债规模将相应增加。可转债持有人转股前，公司一方面可以较低的财务成本获得债务融资，另一方面不会因为本次融资而迅速摊薄每股收益。随着公司募投项目的逐步实施以及可转债持有人陆续转股，公司的资本实力将得以加强，资产负债率将逐步降低，偿债风险也随之降低。

募集资金到位后，募投项目产生的经营效益需要一定时间才能体现，因此短期内可能会导致净资产收益率等财务指标出现一定幅度的下降。但随着本次募投项目的实施，公司业务发展战略将得到强有力的支撑，长期盈利能力将得到有效增强，未来的经营业绩将会提升。

五、结论

本次向不特定对象发行可转债，是公司维护内在价值、增强资金运营实力、

提高公司盈利能力的重要举措。本次募集资金投资项目符合国家产业政策以及公司的战略发展规划方向。通过本次募集资金投资项目的实施，将进一步扩大公司业务规模和渠道布局，提升公司供应链及物流服务能力，公司核心竞争力得以有效巩固，从长远来看有助于提升公司持续经营能力和盈利能力，为公司的可持续发展奠定坚实基础。

综上所述，本次向不特定对象发行可转换公司债券募集资金投资项目具有可行性，符合公司及全体股东的利益。

孩子王儿童用品股份有限公司

董事会

2022年4月26日