

股票简称：孩子王

股票代码：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并在创业板上市

募集说明书

(申报稿)

保荐机构（主承销商）



(深圳市前海深港合作区南山街道桂湾五路128号前海深港基金小镇B7栋401)

二〇二三年三月

## 声 明

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对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，证券依法发行后，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，自行承担证券依法发行后因发行人经营与收益变化或者证券价格变动引致的投资风险。

## 重大事项提示

本公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本募集说明书正文内容，并特别关注以下重要事项。

### 一、特别风险提示

公司提请投资者仔细阅读本募集说明书“第三节 风险因素”全文，并特别注意以下风险：

#### （一）行业竞争加剧风险导致毛利率及净利润下滑

我国母婴零售行业进入门槛较低，行业内企业数量众多且规模较小，市场集中度不高；再加上近年来母婴零售行业发展迅速，新零售生态体系不断建立，专业连锁零售店、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；同时，母婴品牌商亦持续通过开设直营门店或电商平台扩大直营销销售渠道，行业竞争不断加剧。与此同时，母婴商品的主要消费群体是 0-14 岁的婴童和孕妇，随着人口出生率下降，对母婴零售行业亦产生一定冲击；再加上随着公司门店规模的持续增加，折旧摊销等固定成本将同步增加，新租赁准则的执行形成的折旧费用和财务费用在租赁合同签署初期相对较高，进一步增加公司开店成本。

在毛利率方面，公司主要从事母婴商品零售及增值服务业务，2019 年、2020 年、2021 年和 2022 年 1-9 月，公司主营业务毛利率分别为 29.98%、30.22%、30.25% 和 29.92%，2019 年至 2021 年主营业务毛利率整体较为稳定，2022 年 1-9 月主营业务毛利率下降，主要系毛利率较高的母婴服务及供应商服务收入占比下降导致。

在净利润方面，公司 2019 年、2020 年、2021 年和 2022 年 1-9 月扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 31,747.67 万元、31,031.44 万元、12,152.47 万元和 11,305.15 万元，其中 2021 年较上年同期相比下降 60.84%，主要系因为：（1）公司自 2021 年 1 月 1 日开始执行新租赁准则，新增确认使用权资产和租赁负债，进而形成新增折旧费用和财务费用等，整体减少公司净利润 5,957.80 万元；（2）公司门店整体客流量有所减少，在一定程度上影响门店盈利

情况；（3）公司 2020 年和 2021 年分别净增加 82 家和 61 家门店，且主要集中在各期下半年开始营业。上述新增门店营业时间短，运营成本增加，提升会员数量、收入及盈利水平需要一定的时间，再加上 2021 年大物业不再对房租进行减免，影响了 2021 年的净利润水平。2022 年 1-9 月公司扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润较上年同期下降 35.13%，主要原因：（1）2022 年 1-9 月，部分地区门店出现暂停营业的情况，在短期内对公司的经营造成一定影响；（2）最近两年，公司门店数量陆续增加，运营成本随之增加，但由于上述新增门店运营时间较短，门店收入和盈利水平提升需要一定的时间，从而影响公司净利润水平。

因此，未来如公司不能持续壮大自身综合实力，扩大业务规模，巩固和提升核心竞争力，或母婴消费群体粘性下降、消费降级、食品安全问题等其他情况，将导致其逐步被市场淘汰。此外，日益激烈的市场竞争或将导致公司销售毛利率和净利润进一步下降的风险。

## （二）新建门店扩张带来的风险

近年来，公司线下直营门店数量及经营面积持续增加，截至 2022 年 9 月末，公司已有直营门店 504 家，同时，公司计划未来 3 年利用本次募集资金在江苏、安徽、浙江、四川、湖南、山东等 22 个省（市）新建门店 169 家，从而进一步完善公司的零售终端网络布局。

2019 年至 2021 年，公司门店的店均收入分别为 2,152.03 万元、1,732.81 万元和 1,636.06 万元，呈整体下滑趋势，一方面系公司报告期内部分门店到店业务出现了暂停营业及到店人数减少的情况，另一方面系报告期内公司新开门店数量较多且主要集中在各期四季度。新开门店需要进行店面装修、宣传等前期投入，同时消费者对新开门店的认可需要一个过程，因此新开门店从开业到实现盈利需要一定的市场培育期。

同时，近年来公司新开门店平均盈利周期有所延长。截至 2022 年 9 月末，公司首次公开发行“全渠道零售终端建设项目”净新开门店 155 家，具体情况如下：

单位：家、万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年	2020 年	2019 年
收入	100,905.58	101,681.69	20,200.43	-



项目	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
净利润	-5,827.05	-9,958.74	-1,948.73	-
门店数量	155	149	80	-
单位面积收入	4,171.44	4,355.74	1,613.78	-

注1：本次募投项目自2020年5月18日发行人召开了第二届董事会第五次会议，审议通过了《关于孩子王儿童用品股份有限公司首次公开发行股票募集资金投资项目及其可行性的议案》等议案后开始启动，因此2019年不产生效益。

注2：2022年6月30日，为避免重复建设，提高资金使用效率，公司召开2022年第一次临时股东大会审议通过《关于终止部分首次公开发行募集资金投资项目的议案》，对“全渠道零售终端建设项目”和“全渠道物流中心建设项目”终止。自2020年5月至2022年6月末，公司净新开门店155家，上述测算基于当年净新开门店经营情况测算。

根据上表所示，2020年5月以来，公司2020年净新开门店80家，合计实现收入20,200.43万元，净利润-1,948.73万元，上述门店运营期基本未满足6个月，其中运营未满足3个月的门店达到55家，占比超过70%；2021年公司净新增69家门店，连同2020年净新增门店数量共计149家门店，上述门店在2021年合计实现收入101,681.69万元，净利润-9,958.74万元。由于门店收入和盈利水平提升需要一定的时间，新开149家门店平均运营时间不超过10个月，因此短期内无法实现盈利。

本次“零售终端建设项目”拟未来3年在江苏、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，进入稳定运营期后的净利率为3.30%，但未来若人口出生率维持下滑趋势、门店租金大幅上升导致新开门店成本上升等情况发生，将直接影响本次募投项目无法实现预期效益，从而影响公司未来的经营业绩。

综上，公司门店的扩张会因为市场培育期的长短差异、前期资金投入、未来市场的不确定性等因素而面临一定风险，从而导致门店店均收入出现下滑，门店扩张的规模效应出现递减。同时，由于我国各地区经济发展程度、消费者的消费能力和消费习惯、当地母婴行业区域竞争情况和仓储物流等配套设施的健全程度等存在一定的差异，公司的跨区域发展对经营管理的要求较高，如果公司在门店扩张过程中无法及时确保资源匹配，也将对公司的经营带来不利影响。

### **（三）前次、本次募投项目和现有资本性支出项目形成的效益无法覆盖资产折旧摊销的风险**

公司前次募投建设项目包括“全渠道零售终端建设项目”“全渠道数字化平

台建设项目”，本次募投项目包括“零售终端建设项目”“智能化物流中心建设项目”，现有资本性支出项目主要为新设门店的装修支出、门店游乐设施购买支出、西南智慧物流仓建设项目支出等固定资产支出，其中，与新设门店相关的折旧摊销费用已在前次募投项目“全渠道零售终端建设项目”折旧摊销中体现，剩余资本性支出主要为西南智慧物流仓建设项目。

结合公司现有会计政策和未来效益规划，上述新增折旧摊销及对公司经营业绩的影响情况如下：

单位：万元

项目	Y+1	Y+2	Y+3	Y+4	Y+5	Y+6	Y+7	Y+8
1、新增折旧摊销 (a=a1+a2+a3)	15,082.56	31,398.16	43,697.31	53,833.71	51,436.25	48,082.56	45,015.83	42,642.86
前次募投项目新增折旧摊销 (a1)	12,645.61	16,583.26	15,425.16	14,847.64	12,450.18	11,454.09	11,437.56	11,803.94
本次募投项目新增折旧摊销 (a2)	2,357.60	13,862.74	27,319.99	38,033.91	38,033.91	35,676.31	32,626.11	29,886.76
现有资本性支出新增折旧摊销 (a3)	79.35	952.16	952.16	952.16	952.16	952.16	952.16	952.16
2、对营业收入的影响								
现有营业收入(不含本次募投资项目)(b)	1,010,941.18	1,064,860.09	1,112,518.65	1,146,575.39	1,146,575.39	1,146,575.39	1,146,575.39	1,146,575.39
新增营业收入(本次募投资项目)(c)	50,752.34	147,668.27	260,971.63	318,575.88	335,423.25	345,487.38	352,688.91	356,374.06
预计营业收入(含本次募投资项目)(d=b+c)	1,061,693.52	1,212,528.35	1,373,490.28	1,465,151.27	1,481,998.64	1,492,062.76	1,499,264.30	1,502,949.45
折旧摊销占预计营业收入比重(a/d)	1.42%	2.59%	3.18%	3.67%	3.47%	3.22%	3.00%	2.84%
3、对净利润的影响								
现有净利润(不含本次募投资项目)(e)	40,032.80	42,688.28	44,105.70	45,373.73	45,373.73	45,373.73	45,373.73	45,373.73
新增净利润(本次募投资项目)(f)	-620.48	774.36	3,032.71	6,108.83	7,764.77	9,298.60	10,837.11	11,764.52
预计净利润(含本次募投资项目)(g=e+f)	39,412.32	43,462.64	47,138.41	51,482.56	53,138.50	54,672.33	56,210.84	57,138.25
折旧摊销(考虑抵税影响)占合计扣减折旧摊销前净利润的比例(a*(1-25%)/(a*(1-25%)+g))	22.30%	35.14%	41.01%	43.95%	42.06%	39.74%	37.52%	35.89%

注：1、现有营业收入和净利润均以公司 2019 年至 2021 年平均数据为基准，并假设未来保持不变，同时在此基础上增加前次募投项目预期效益；前次募投项目预期效益已考虑实际建设情况进行了折算；

2、前次募投项目“全渠道数字化平台建设项目”投入以费用化为主，因此不单独测算折旧摊销部分；前次募投项目“全渠道零售终端建设项目”按照实际预期折旧摊销情况测算；本次“零售终端建设项目”和“智能化物流中心建设项目”形成固定资产折旧、装修费用摊销以及租赁形成的使用权资产摊销，其中考虑到拟新设门店具体租赁期限租赁条款尚无法确定，因此按照年租金代替使用权资产摊销测算；

3、本次募投项目 Y+8 年进入收入稳定运营期，因此测算至第 8 年；

4、上述假设仅为测算本次募投项目相关折旧或摊销对公司未来经营业绩的影响，不代表公司对盈利情况的承诺，也不代表公司经营情况及趋势的判断。投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

根据上表所示，测算期公司前次募投项目、本次募投项目和现有资本性支出项目产生的折旧摊销费用（考虑抵税后影响）占公司当年预计营业收入的比例最高为 3.67%，占当年预计净利润（扣减折旧摊销前）的比例最高为 43.95%。考虑到募投项目的建设完成和收益实现需要一定的时间，因此，在本次募投项目建设完成后的一段时间，公司可能面临因折旧摊销大量增加而影响公司盈利水平的风险。

## **二、关于本次可转债发行符合发行条件的说明**

根据《证券法》《上市公司证券发行注册管理办法》等相关法律法规规定，公司本次向不特定对象发行可转债符合法定的发行条件。

## **三、关于公司本次发行可转债的信用评级**

公司聘请新世纪评级公司为本次发行的可转债进行信用评级，2022 年 6 月，新世纪评级公司出具了《信用评级报告》（新世纪债评（2022）010529），评定公司主体信用等级为 AA，评级展望稳定，本次发行的可转债信用等级为 AA。

本次发行的可转债上市后，在债券存续期内，新世纪评级公司将对本次债券的信用状况进行定期或不定期跟踪评级，并出具跟踪评级报告。定期跟踪评级在债券存续期内每年至少进行一次。如果由于外部经营环境、本公司自身情况或评级标准变化等因素，导致本次可转债的信用评级降低，将会增大投资者的投资风险，对投资者的利益产生一定影响。

## **四、关于公司本次发行可转债的担保事项**

本次发行的可转债不设担保。提请投资者注意若可转债存续期间出现对公司经营管理和偿债能力有重大负面影响的事件，本次可转债可能因未设定担保而增加兑付风险。

## **五、公司的利润分配政策、现金分红政策的制度及执行情况**

### **（一）公司的利润分配政策**

在保证公司可持续发展的基础上，公司重视对投资者的投资回报，实行持续稳定的股利分配政策。

根据《公司章程》的规定，公司利润分配政策如下：

“第一百六十六条 公司利润分配政策为：

（一）公司应重视对投资者的合理投资回报，实行持续、稳定的利润分配政策。

（二）公司采取现金、股票或现金与股票相结合的方式分配股利。公司在选择利润分配方式时，相对于股票股利等分配方式优先采用现金分红的利润分配方式。采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

（三）除特殊情况外，公司在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，公司原则上每年进行一次现金分红，每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润（以合并报表归属于母公司股东的净利润计算）的 10%，且连续三个会计年度内，以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的 30%。在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。

前述特殊情况是指：①审计机构对公司该年度财务报告未出具标准无保留意见的审计报告；②公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产的 30%，且金额超过 5,000 万元；③公司经营活动现金流量连续 2 年为负。

第一百六十七条 公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（一）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%；

（二）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%；

（三）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，可以按照前项规定处理。

重大资金支出是指：公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产的 30%，且金额超过 5,000 万元。

现金分红在本次利润分配中所占比例为现金股利除以现金股利与股票股利之和。

第一百六十八条 存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

第一百六十九条 公司的利润分配预案由公司管理层、董事会根据公司的盈利情况、资金需求和股东回报规划并结合本章程的有关规定提出建议、拟定预案，经董事会审议通过后提交股东大会审议批准。独立董事应对利润分配预案发表独立意见。

公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

第一百七十条 公司应当严格执行本章程确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。确有必要对本章程确定的现金分红政策进行调整或者变更的，应当满足本章程规定的条件，经过详细论证后，履行相应的决策程序，并经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过。”

## **（二）本次发行后的股利分配政策**

本次可转换公司债券发行完成后，公司将延续现行的股利分配政策。如监管部门相关法律法规对上市公司股利分配政策提出新的要求，公司将根据相关要求对现有股利分配政策进行修订，并履行相应的审批程序。

### （三）最近三年股利分配制度的执行情况

公司系于 2021 年 10 月完成首次公开发行股票并上市。公司上市前未进行利润分配；公司上市后至本募集说明书签署日，共实施一次利润分配，以现金分红方式进行，具体情况如下：

#### 1、公司最近三年利润分配情况

公司 2019 年度、2020 年度未进行利润分配。经公司 2022 年 5 月 20 日召开的 2021 年年度股东大会审议通过《关于公司 2021 年度利润分配预案的议案》：以公司总股本 1,088,000,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.2 元（含税），合计派发现金红利 2,176.00 万元（含税），该次利润分配已实施完毕。

#### 2、公司最近三年现金分红情况

公司近三年现金分红情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
归属于上市公司股东的净利润	15,181.21	20,162.15	39,101.59	37,740.88
现金分红（含税）	-	2,176.00	-	-
当年现金分红占归属于上市公司股东的净利润的比例	-	10.79%	-	-
最近三年累计现金分配合计				2,176.00
最近三年年均可分配利润				32,334.87
最近三年累计现金分配利润占年均可分配利润的比例				6.73%

注：最近三年相关累计数及平均数系以 2019 年、2020 年、2021 年取数计算

公司于 2021 年 10 月完成首次公开发行股票。上市后至本募集说明书签署日，公司共实施了一次分红。公司于 2022 年 5 月 20 日召开 2021 年年度股东大会审议通过 2021 年度利润分配方案，2021 年度现金分红占当年归属于上市公司股东的净利润比例为 10.79%。

公司上市以来按照《公司章程》的规定实施了现金分红。公司滚存未分配利润主要用于公司的日常生产经营，以支持公司发展战略的实施和可持续性发展。



# 目 录

声 明.....	1
重大事项提示 .....	2
一、特别风险提示.....	2
二、关于本次可转债发行符合发行条件的说明.....	8
三、关于公司本次发行可转债的信用评级.....	8
四、关于公司本次发行可转债的担保事项.....	8
五、公司的利润分配政策、现金分红政策的制度及执行情况.....	8
目 录.....	12
第一节 释 义 .....	15
一、普通术语.....	15
二、专业术语.....	17
第二节 本次发行概况 .....	20
一、公司基本情况.....	20
二、本次发行的背景和目的.....	20
三、本次发行的基本情况.....	21
四、本次发行的有关机构.....	34
五、发行人与本次发行有关的中介机构的关系.....	36
第三节 风险因素 .....	37
一、与发行人相关的风险.....	37
二、与行业相关的风险.....	46
三、其他风险.....	46
第四节 发行人基本情况 .....	50
一、本次发行前的股本总额及前十名股东持股情况.....	50
二、公司的组织结构及对其他企业的重要权益投资情况.....	51
三、控股股东和实际控制人的基本情况及上市以来变化情况.....	82
四、承诺事项及履行情况.....	87
五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员.....	99
六、发行人所处行业的基本情况.....	108

七、发行人主要业务的有关情况.....	132
八、与产品或服务有关的技术情况.....	149
九、主要固定资产及无形资产.....	154
十、上市以来的重大资产重组情况.....	163
十一、境外经营情况.....	164
十二、报告期内的分红情况.....	164
十三、最近三年公开发行的债务是否存在违约或延迟支付本息的情形.....	164
十四、最近三年平均可分配利润是否足以支付各类债券一年的利息的情况.....	164
<b>第五节 财务会计信息与管理层分析 .....</b>	<b>165</b>
一、审计意见.....	165
二、财务报表.....	165
三、发行人合并财务报表范围及变化情况.....	173
四、主要财务指标.....	175
五、会计政策变更、会计估计变更及会计差错更正情况.....	177
六、财务状况分析.....	183
七、经营成果分析.....	215
八、发行人现金流量分析.....	235
九、重大资本性支出情况调查.....	238
十、技术创新分析.....	239
十一、重大担保、仲裁、诉讼、其他或有事项和重大期后事项.....	241
十二、本次发行的影响.....	244
<b>第六节 合规经营与独立性 .....</b>	<b>246</b>
一、报告期内发行人及其董事、监事、高级管理人员、控股股东、实际控制人的合法合规情况.....	246
二、报告期内资金占用及为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况.....	252
三、同业竞争情况.....	252
四、关联方和关联交易.....	254
<b>第七节 本次募集资金运用 .....</b>	<b>268</b>

一、本次募集资金投资项目计划.....	268
二、本次募集资金投资项目的具体情况.....	268
三、本次募集资金运用对发行人经营成果和财务状况的影响.....	280
四、本次募集资金管理.....	281
<b>第八节 历次募集资金运用 .....</b>	<b>282</b>
一、最近五年募集资金情况.....	282
二、前次募集资金运用情况.....	283
三、前次募集资金投资项目终止事项.....	287
四、会计师事务所对前次募集资金运用所出具的专项报告结论.....	287
<b>第九节 声 明 .....</b>	<b>288</b>
一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明.....	288
一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明.....	289
一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明.....	290
二、发行人控股股东、实际控制人声明.....	291
三、保荐机构声明.....	292
四、发行人律师声明.....	294
五、为本次发行承担审计业务的会计师事务所声明.....	295
六、为本次发行承担债券信用评级业务的机构声明.....	296
七、董事会声明.....	297
<b>第十节 备查文件 .....</b>	<b>301</b>
<b>附件.....</b>	<b>302</b>
附件一、商标清单.....	302
附件二、著作权清单.....	328

## 第一节 释 义

在本募集说明书中，除非文中另有所指，下列词语或简称具有如下特定含义：

### 一、普通术语

本公司、公司、发行人、孩子王	指	孩子王儿童用品股份有限公司
孩子王有限、有限公司	指	孩子王儿童用品（中国）有限公司，公司前身
可转债	指	可转换公司债券
发行、本次发行、本次向不特定对象发行	指	孩子王儿童用品股份有限公司本次向不特定对象发行可转换公司债券并在创业板上市
募集说明书、本募集说明书	指	孩子王儿童用品股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券并在创业板上市募集说明书
股东大会	指	孩子王儿童用品股份有限公司股东大会
董事会	指	孩子王儿童用品股份有限公司董事会
监事会	指	孩子王儿童用品股份有限公司监事会
《公司章程》	指	《孩子王儿童用品股份有限公司章程》
《募集资金管理办法》	指	《孩子王儿童用品股份有限公司募集资金管理办法》
《受托管理协议》	指	《孩子王儿童用品股份有限公司（作为发行人）与华泰联合证券有限责任公司（作为受托管理人）关于孩子王儿童用品股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券之债券受托管理协议》
控股股东、江苏博思达	指	江苏博思达企业信息咨询有限公司
实际控制人	指	汪建国
南京千秒诺	指	南京千秒诺创业投资合伙企业（有限合伙），控股股东一致行动人
南京子泉	指	南京子泉投资合伙企业（有限合伙），控股股东一致行动人
HCM KW	指	HCM KW(HK) Holdings Limited
Coral Root	指	Coral Root Investment Ltd.
Fully Merit	指	Fully Merit Limited
南京维盈	指	南京维盈创业投资合伙企业（有限合伙）
Amplewood Capital	指	Amplewood Capital Partners(HK) Limited
华泰投资	指	江苏华泰互联网产业投资基金（有限合伙）
南京道丰	指	南京道丰投资管理中心（普通合伙）
Tencent Mobility	指	Tencent Mobility Limited
福建大钰	指	福建大钰一期投资合伙企业（有限合伙）
宁波泓硕	指	宁波梅山保税港区泓硕股权投资合伙企业（有限合伙）
家园1号	指	华泰孩子王家园1号创业板员工持股集合资产管理计划
重庆孩子王	指	重庆童联孩子王儿童用品有限公司，子公司
安徽孩子王	指	安徽童联孩子王儿童用品有限公司，子公司
上海孩子王	指	上海爱乐孩子王实业有限公司，子公司
四川孩子王	指	四川孩子王儿童用品有限公司，子公司

湖南童联	指	湖南童联儿童用品有限公司，子公司
湖北孩子王	指	湖北孩子王儿童用品有限公司，子公司
山东孩子王	指	山东孩子王儿童用品有限公司，子公司
杭州孩子王	指	杭州孩子王儿童用品有限公司，子公司
青岛孩子王	指	青岛孩子王儿童用品有限公司，子公司
宁波孩子王	指	宁波孩子王儿童用品有限公司，子公司
河北孩子王	指	河北孩子王儿童用品有限公司，子公司
广东孩子王	指	广东孩子王儿童用品有限公司，子公司
河南孩子王	指	河南童联孩子王儿童用品有限公司，子公司
陕西孩子王	指	陕西孩子王儿童用品有限公司，子公司
天津孩子王	指	天津童联孩子王儿童用品有限公司，子公司
辽宁孩子王	指	辽宁孩子王儿童用品有限公司，子公司
福建孩子王	指	福建孩子王儿童用品有限公司，子公司
厦门孩子王	指	厦门童联孩子王儿童用品有限公司，子公司
江西孩子王	指	江西孩子王儿童用品有限公司，子公司
广西爱乐	指	广西爱乐儿童用品有限公司，子公司
贵州孩子王	指	贵州孩子王儿童用品有限公司，子公司
深圳童联	指	深圳市童联儿童用品有限公司，子公司
香港商贸	指	香港孩子王商贸有限公司 (Hong Kong Kidswant Trading Company Limited)，子公司
童联供应链	指	童联供应链有限公司，子公司
上海童渠	指	上海童渠信息技术有限公司，子公司
孩子王保险	指	孩子王保险经纪有限公司，天津孩子王的子公司，已注销
南京亿略卓	指	南京亿略卓电子商贸有限公司，香港商贸的子公司
南京哲也	指	南京哲也教育信息咨询有限公司，上海童渠的子公司
思想传媒	指	江苏思想传媒有限公司，上海童渠的子公司
四川亿略卓	指	四川亿略卓电子商务有限公司，香港商贸的子公司
江苏孩享乐	指	江苏孩享乐儿童用品有限公司，河南孩子王的子公司
四川童联供应链	指	四川童联供应链有限公司，四川亿略卓的子公司
云南孩子王	指	云南孩子王儿童用品有限公司，子公司
海南童韵	指	海南童韵信息技术有限公司，上海童渠子公司
天津亿略卓	指	天津亿略卓电子商务有限公司，子公司
天津童联供应链	指	天津童联供应链管理有限公司，天津亿略卓子公司
南京品之冠	指	南京品之冠贸易有限公司，南京亿略卓子公司
南京孩趣皮尼	指	南京孩趣皮尼文化科技有限公司，南京亿略卓子公司
浙江童乐供应链	指	浙江童乐供应链管理有限责任公司，南京亿略卓子公司
南京贝加	指	南京贝加网络科技有限公司，上海童渠子公司
孩子王采购中心	指	孩子王儿童用品股份有限公司采购中心，分公司
孩子王供应链	指	孩子王供应链管理有限公司，已注销
江苏孩子王	指	江苏孩子王实业有限公司，关联方，已注销
江苏创纪云	指	江苏创纪云网络科技有限公司，关联方
五星控股	指	五星控股集团有限公司，关联方

报告期	指	2019年度、2020年度、2021年度及2022年1-9月
保荐机构、保荐人、主承销商、受托管理人、华泰联合证券	指	华泰联合证券有限责任公司
安永华明、会计师	指	安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）
汉坤律所、律师	指	北京市汉坤律师事务所
新世纪评级公司、资信评级机构	指	上海新世纪资信评估投资服务有限公司
《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》
《再融资注册办法》	指	《上市公司证券发行注册管理办法》
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
商务部	指	中华人民共和国商务部
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
元、万元、亿元	指	人民币元、万元、亿元

## 二、专业术语

电子商务	指	通过浏览器/服务器应用方式向客户推介、展示、提供公司销售的商品信息、并让用户免费浏览，然后由消费者向公司下订单，公司统一将商品配送给订购者的零售业态
婴儿抚触	指	对婴儿面部、胸部、腹部、背部、四肢等进行按摩服务
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
公众号、微信公众账号	指	微信面向个人、政府、媒体、企业等机构推出的合作推广业务，通过微信渠道将品牌推广给微信用户
微信小程序	指	是一种不需要下载安装即可在微信内使用的应用程序
平台服务费	指	因在电商平台上销售商品，按成交额一定比例收取的佣金等费用
第三方支付平台	指	支付环节中介于买方和卖方之间的中介；买方付款后货款将进入第三方支付平台，中介通知卖家发货；买方确认收货后中介将货款转至卖家账户
天猫商城、天猫	指	原淘宝商城，英文简称Tmall，为阿里巴巴旗下综合品牌零售平台，提供包括网站（www.tmall.com）及移动客户端等多种用户接入方式
双十一	指	每年11月11日的网络购物促销日，最早源于淘宝商城（现天猫商城）于2009年11月11日举办的促销活动
双十二	指	每年12月12日的网络购物促销日
618	指	每年6月18日的网络购物促销日
C端	指	Customer 端的缩写，泛指个人消费者端
B端	指	Business 端的缩写，泛指企业端
O2O	指	Online To Offline的缩写，指将线下商务的机会与互联网结合在一起，让互联网成为线下交易的前台
B2B	指	Business-to-Business的缩写，即商户和商户之间的交易模式

支付宝	指	蚂蚁金服旗下第三方支付平台
OEM	指	Original Equipment Manufacturer的缩写，即贴牌生产或代工生产
SKU	指	Stock Keeping Unit的缩写，即对每一个产品和服务的唯一标示符
POS	指	Point of Sale的缩写，销售点终端，把它安装在银行卡的特约商户和受理网点中与计算机联成网络，就能实现电子资金自动转账，它具有支持消费、预授权、余额查询和转账等功能
IT	指	Information Technology（信息技术）的缩写，是主要用于管理和处理信息所采用的各种技术的总称
ERP	指	Enterprise Resource Planning（企业资源计划）的缩写，基于互联网、信息技术等对企业生产资源计划、制造、财务、销售、采购等流程进行管理和改善的系统
CRM	指	Customer Relationship Management（客户关系管理）的缩写，指利用相应的信息技术以及互联网技术来协调企业与顾客间在销售、营销和服务上的交互，从而提升其管理方式，向客户提供创新式的个性化的客户交互和服务的系统
KWMS	指	Kidswant Warehouse Management System的缩写，即公司自主研发的仓储管理系统
OMS	指	Order Management System的缩写，即订单管理系统
TMS	指	Transportation Management System的缩写，即物流管理系统
BMS	指	Billing Management System的缩写，即计费管理系统
PRS	指	Pharos System的缩写，即门店拣货系统
CDC	指	Central Distribution Center 的缩写，即中央物流中心
RDC	指	Regional Distribution Center 的缩写，即区域物流中心
FDC	指	Front Distribution Center 的缩写，即城市前端物流中心
RFM	指	Recency Frequency Monetary 的缩写，是衡量客户价值和客户创利能力的重要工具和手段
AI	指	Artificial Intelligence 的缩写，即人工智能
Hadoop	指	是一个分布式系统基础架构
FDM	指	Foundation Data Model 的缩写，即基础数据层
GDM	指	General Data Model 的缩写，即通用数据层
ADM	指	Aggregative Data Model 的缩写，即聚合数据层
TQM	指	Total Quality Management 的缩写，即全面质量管理
Hedis	指	数据和信息集
JVM	指	Java Virtual Machine（Java虚拟机）的缩写，是一种用于计算设备的规范
TPS	指	Transaction PerSecond 的缩写，即每秒传输的事务处理个数
前置仓	指	将仓库（配送中心）从城市远郊的物流中心前移到离消费者更近、更快送达区域，提升库存周转效率，降低物流成本

### 特别说明：

1、本募集说明书部分表格中单项数据加总数与表格合计数可能存在微小差异，均因计算过程中的四舍五入所形成。

2、本募集说明书中涉及的我国、我国经济以及行业的事实、预测和统计，

包括本公司的市场份额等信息，来源于一般认为可靠的各种公开信息渠道。上述信息不属于专门为本次发行准备，本公司未支付定制费用或提供帮助。本公司从上述来源转载或摘录信息时，已保持了合理的谨慎，但是由于编制方法可能存在潜在偏差，或市场管理存在差异，或基于其它原因，此等信息可能与国内或国外所编制的其他资料不一致。



## 第二节 本次发行概况

### 一、公司基本情况

中文名称：孩子王儿童用品股份有限公司

英文名称：Kidswant Children Products Co.,Ltd.

注册地址：南京市麒麟科技创新园智汇路 300 号

股票上市交易所：深圳证券交易所

股票简称：孩子王

股票代码：301078

股份公司成立日期：2016 年 5 月 4 日

法定代表人：徐卫红

注册资本：111,204.45 万元人民币

经营范围：图书、报刊批发零售；预包装食品（含冷藏冷冻食品）、散装食品（含冷藏冷冻食品）销售；其他婴幼儿配方食品销售；保健食品销售；婴幼儿配方乳粉销售；医疗器械（一类、二类）的销售；母婴用品、儿童用品、玩具的研发与销售；服装设计与销售；化妆品销售；日用百货销售；办公类电子设备的零售与批发；儿童娱乐设备（玩具）零售与批发及佣金代理（拍卖除外）；自营和代理纺织、玩具、用品等商品及技术的进出口；非学历职业技能益智开发，儿童娱乐设备领域的技术开发、技术转让、技术服务、技术咨询；儿童玩具、儿童用品租赁，经济信息咨询，乐器信息的咨询服务。会议与展览服务、礼仪服务，摄影服务，组织文化艺术交流活动，乐器及配套器材、音响设备的安装、维护、租赁；企业形象的策划、商务服务，商场内母婴服务；儿童室内游戏娱乐服务；通讯设备及智能卡的销售；开放式货架销售等。

### 二、本次发行的背景和目的

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。在此背景下，公司拟通过“零售终端建设项目”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，增强顾客消费体验，提升核心竞争力。

同时，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，公司对仓储需求持续提升。在此背景下，公司拟通过“智能化物流中心建设项目”扩大现有仓储物流容量，完善现有物流布局，满足业务发展需求，提升客户消费体验，提升公司运营效率。

具体参见本募集说明书“第七节/二、本次募集资金投资项目的具体情况”。

### **三、本次发行的基本情况**

#### **（一）本次发行的证券类型**

本次发行证券的种类为可转换为公司 A 股股票的可转换公司债券。该可转债及未来转换的 A 股股票将在深圳证券交易所上市。

#### **（二）发行数量、证券面值、发行价格**

本次可转债的发行总额不超过人民币 103,900.00 万元（含 103,900.00 万元），具体发行数额由公司股东大会授权公司董事会在上述额度范围内确定。本次发行的可转债每张面值为人民币 100 元，按面值发行。

#### **（三）预计募集资金量（含发行费用）及募集资金净额、募集资金专项存储的账户**

本次可转债发行预计募集资金总额不超过人民币 103,900.00 万元（含 103,900.00 万元），募集资金净额将扣除发行费用后确定。公司已建立募集资金专项存储制度，本次发行可转债的募集资金将存放于公司董事会决定的专项账户中，具体开户事宜将在发行前由公司董事会确定。

#### （四）募集资金投向

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		<b>112,683.42</b>	<b>103,900.00</b>

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。

#### （五）发行方式与发行对象

本次可转债的具体发行方式由公司股东大会授权公司董事会与保荐机构（主承销商）协商确定。本次可转债的发行对象为持有中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司证券账户的自然人、法人、证券投资基金、符合法律规定的其他投资者等（国家法律、法规禁止者除外）。

#### （六）承销方式及承销期

本次发行由保荐机构（主承销商）以余额包销方式承销。承销期为【】年【】月【】日至【】年【】月【】日。

#### （七）发行费用

项目	金额（万元）
保荐及承销费用	【】
律师费用	【】
审计及验资费用	【】
资信评级费用	【】
发行手续费用、信息披露及其他费用	【】
合计	【】

## (八) 承销期间的停牌、复牌及证券上市的时间安排、申请上市的证券交易所

项目	事项	停牌安排
T-2 日	刊登《募集说明书》《募集说明书提示性公告》《发行公告》《网上路演公告》	正常交易
T-1 日	1、原股东优先配售股权登记日；2、网上路演；3、网下申购日，网下机构投资者在 17:00 前提交《网下申购表》等相关文件，并于 17:00 前缴纳申购保证金	正常交易
T 日	1、刊登《可转债发行提示性公告》；2、原 A 股普通股股东优先配售认购日（缴付足额资金）；3、网上申购（无需缴付申购资金）；4、确定网上申购中签率	正常交易
T+1 日	1、刊登《网上中签率及网下配售结果公告》；2、网上申购摇号抽签	正常交易
T+2 日	1、刊登《网上中签结果公告》；2、网上投资者根据中签号码确认认购数量并缴纳认购款（投资者确保资金账户在 T+2 日日终有足额的可转债认购资金）；3、网下投资者根据配售金额缴款（如申购保证金低于配售金额）	正常交易
T+3 日	主承销商根据网上网下资金到账情况确定最终配售结果和包销金额	正常交易
T+4 日	刊登《发行结果公告》	正常交易

上述日期均为交易日，如相关监管部门要求对上述日程安排进行调整或遇重大突发事件影响本次可转债发行，公司将与保荐机构（主承销商）协商后修改发行日程并及时公告。

本次发行结束后，公司将尽快申请本次发行的可转换公司债券在深圳证券交易所上市，具体上市时间将另行公告。

## (九) 本次发行证券的上市流通，包括各类投资者持有期的限制或承诺

本次发行可转换公司债券不设持有期的限制。本次发行结束后，公司将尽快向深圳证券交易所申请上市交易，具体上市时间将另行公告。

## (十) 本次发行可转债的基本条款

### 1、可转债存续期限

本次发行的可转债的期限为自发行之日起 6 年。

### 2、票面金额和发行价格

本次发行的可转债每张面值为人民币 100 元，按面值发行。

### 3、票面利率

本次发行的可转债票面利率的确定方式及每一计息年度的最终利率水平，提请公司股东大会授权公司董事会在发行前根据国家政策、市场状况和公司具体情况与保荐机构（主承销商）协商确定。

### 4、还本付息的期限和方式

本次发行的可转债每年付息一次，到期归还所有未转股的可转债本金和最后一年利息。

#### （1）年利息计算

年利息指可转债持有人按持有的可转债票面总金额自可转债发行首日起每满一年可享受的当期利息。年利息的计算公式为：

$$I=B\times i$$

**I**：指年利息额；**B**：指本次发行的可转债持有人在计息年度（以下简称“当年”或“每年”）付息债权登记日持有的可转债票面总金额；**i**：指可转债当年票面利率。

#### （2）付息方式

①本次可转债采用每年付息一次的付息方式，计息起始日为可转债发行首日。

②付息日：每年的付息日为本次可转债发行首日起每满一年的当日。如该日为法定节假日或休息日，则顺延至下一个工作日，顺延期间不另付息。每相邻的两个付息日之间为一个计息年度。

③付息债权登记日：每年的付息债权登记日为每年付息日的前一个交易日，公司将在每年付息日之后的五个交易日内支付当年利息。在付息债权登记日前（包括付息债权登记日）转换成股票的可转债不享受本计息年度及以后计息年度的利息。

④可转债持有人所获得利息收入的应付税项由可转债持有人负担。

## 5、转股期限

本次发行的可转债转股期自可转债发行结束之日起满六个月后的第一个交易日起至可转债到期日止。债券持有人对转股或者不转股有选择权，并于转股的次日成为公司股东。

## 6、转股价格的确定

本次发行的可转债的初始转股价格不低于募集说明书公告日前二十个交易日公司 A 股股票交易均价（若在该二十个交易日内发生过因除权、除息引起股价调整的情形，则对调整前交易日的交易均价按经过相应除权、除息调整后的价格计算）和前一个交易日公司 A 股股票交易均价，具体初始转股价格提请公司股东大会授权公司董事会在发行前根据市场状况与保荐机构（主承销商）协商确定。同时，初始转股价格不得低于最近一期经审计的每股净资产和股票面值。

其中：前二十个交易日公司股票交易均价=前二十个交易日公司股票交易总额/该二十个交易日公司股票交易总量；

前一个交易日公司股票交易均价=前一个交易日公司股票交易总额/该日公司股票交易总量。

## 7、转股价格的调整及计算方式

在本次发行之后，当公司发生派送股票股利、转增股本、增发新股（不包括因本次发行的可转债转股而增加的股本）、配股以及派发现金股利等情况时，将按下述公式对转股价格进行调整（保留小数点后两位，最后一位四舍五入）：

派送股票股利或转增股本： $P1=P0/(1+n)$ ；

增发新股或配股： $P1=(P0+A\times k)/(1+k)$ ；

上述两项同时进行： $P1=(P0+A\times k)/(1+n+k)$ ；

派发现金股利： $P1=P0-D$ ；

上述三项同时进行： $P1=(P0-D+A\times k)/(1+n+k)$ 。

其中： $P0$  为调整前转股价， $n$  为该次送股率或转增股本率， $k$  为该次增发新股率或配股率， $A$  为该次增发新股价或配股价， $D$  为该次每股派送现金股利， $P1$

为调整后转股价。

当公司出现上述股份和/或股东权益变化时，将依次进行转股价格调整，并在深圳证券交易所网站和符合中国证监会规定条件的信息披露媒体上刊登转股价格调整的公告，并于公告中载明转股价格调整日、调整办法及暂停转股期间（如需）。当转股价格调整日为本次发行的可转债持有人转股申请日或之后，转换股份登记日之前，则该持有人的转股申请按公司调整后的转股价格执行。

当公司可能发生股份回购、合并、分立或任何其他情形使公司股份类别、数量和/或股东权益发生变化从而可能影响本次发行的可转债持有人的债权利益或转股衍生权益时，公司将视具体情况按照公平、公正、公允的原则以及充分保护本次发行的可转债持有人权益的原则调整转股价格。有关转股价格调整内容及操作办法将依据届时国家有关法律法规、证券监管部门和深圳证券交易所的相关规定来制订。

## **8、转股价格向下修正条款**

### **（1）修正条件与修正幅度**

在本可转债存续期间，当公司股票在任意连续三十个交易日中至少有十五个交易日的收盘价格低于当期转股价格的 85%时，公司董事会会有权提出转股价格向下修正方案并提交公司股东大会表决，该方案须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过方可实施。股东大会进行表决时，持有公司本次发行可转债的股东应当回避。修正后的转股价格应不低于该次股东大会召开日前二十个交易日公司股票交易均价和前一个交易日的公司股票交易均价之间的较高者，且不低于最近一期经审计的每股净资产和股票面值。

若在前述三十个交易日内发生过转股价格调整的情形，则在调整前的交易日按调整前的转股价格和收盘价格计算，调整后的交易日按调整后的转股价格和收盘价格计算。

### **（2）修正程序**

公司向下修正转股价格时，须在深圳证券交易所网站和符合中国证监会规定条件的信息披露媒体上刊登股东大会决议公告，公告修正幅度、股权登记日及暂停转股期间（如需）。从股权登记日后的第一个交易日（即转股价格修正日），开

始恢复转股申请并执行修正后的转股价格。

若转股价格修正日为转股申请日或之后，且为转换股份登记日之前，该类转股申请应按修正后的转股价格执行。

## 9、转股股数的确定方式

本次发行的可转债持有人在转股期内申请转股时，转股数量的计算方式为： $Q=V/P$ ，并以去尾法取一股的整数倍。

其中： $V$ 为可转债持有人申请转股的可转债票面总金额； $P$ 为申请转股当日有效的转股价。

可转债持有人申请转换成的股份须为整数股。转股时不足转换为一股的可转债余额，公司将按照深圳证券交易所、证券登记机构等部门的有关规定，在可转债持有人转股当日后的五个交易日内以现金兑付该可转债余额及该余额所对应的当期应计利息。

## 10、赎回条款

### （1）到期赎回条款

本次发行的可转债到期后五个交易日内，公司将赎回未转股的可转债，具体赎回价格由公司股东大会授权公司董事会根据发行时市场情况与保荐机构（主承销商）协商确定。

### （2）有条件赎回条款

在本次发行的可转债转股期内，当下述情形的任意一种出现时，公司有权决定按照债券面值加当期应计利息的价格赎回全部或部分未转股的可转债：

①在转股期内，如果公司 A 股股票在任意连续三十个交易日中至少十五个交易日的收盘价格不低于当期转股价格的 130%（含 130%）；

②当本次发行的可转债未转股余额不足 3,000 万元时。

当期应计利息的计算公式为： $IA=B \times i \times t / 365$

$IA$ ：指当期应计利息； $B$ ：指本次发行的可转债持有人持有的将被赎回的可转债票面总金额； $i$ ：指可转债当年票面利率； $t$ ：指计息天数，即从上一个付息



日起至本计息年度赎回日止的实际日历天数（算头不算尾）。

若在前述三十个交易日内发生过转股价格调整的情形，则在调整前的交易日按调整前的转股价格和收盘价格计算，调整后的交易日按调整后的转股价格和收盘价格计算。

## **11、回售条款**

### **（1）有条件回售条款**

本次发行的可转债最后两个计息年度内，如果公司股票在任意连续三十个交易日的收盘价格低于当期转股价格的 70%，可转债持有人有权将其持有的可转债全部或部分按债券面值加上当期应计利息的价格回售给公司。

若在上述交易日内发生过转股价格因发生派送股票股利、转增股本、增发新股（不包括因本次发行的可转债转股而增加的股本）、配股以及派发现金股利等情况而调整的情形，则在调整前的交易日按调整前的转股价格和收盘价格计算，在调整后的交易日按调整后的转股价格和收盘价格计算。如果出现转股价格向下修正的情况，则上述连续三十个交易日须从转股价格调整之后的第一个交易日起重新计算。

本次发行的可转债最后两个计息年度内，可转债持有人在每年回售条件首次满足后可按上述约定条件行使回售权一次，若在首次满足回售条件而可转债持有人未在公司届时公告的回售申报期内申报并实施回售的，该计息年度不能再行使回售权，可转债持有人不能多次行使部分回售权。

### **（2）附加回售条款**

在本次发行的可转债存续期内，若公司本次发行的可转债募集资金投资项目的实施情况与公司在募集说明书中的承诺情况相比出现重大变化，且该变化根据中国证监会或深圳证券交易所的相关规定构成改变募集资金用途、被中国证监会或深圳证券交易所认定为改变募集资金用途的，可转债持有人享有一次回售的权利。可转债持有人有权将其持有的可转债全部或部分按债券面值加上当期应计利息的价格回售给公司。持有人在附加回售条件满足后，可以在公司公告后的附加回售申报期内进行回售，该次附加回售申报期内不实施回售的，不能再行使附加回售权。

上述当期应计利息的计算公式为： $IA=B \times i \times t / 365$

**IA**：指当期应计利息；**B**：指本次发行的可转债持有人持有的将回售的可转债票面总金额；**i**：指可转债当年票面利率；**t**：指计息天数，即从上一个付息日起至本计息年度回售日止的实际日历天数（算头不算尾）。

## 12、转股后的股利分配

因本次发行的可转债转股而增加的公司股票享有与原股票同等的权益，在股利发放的股权登记日当日登记在册的所有普通股股东（含因可转债转股形成的股东）均参与当期股利分配，享有同等权益。

## 13、向原股东配售的安排

本次发行的可转债向公司原股东实行优先配售，原股东有权放弃配售权。向原股东优先配售的具体比例提请公司股东大会授权公司董事会根据发行时的具体情况确定，并在本次可转债的发行公告中予以披露。原股东优先配售之外的余额和原股东放弃优先配售后部分采用网下对机构投资者发售和/或通过深圳证券交易所交易系统网上定价发行相结合的方式进行，余额由承销商包销。具体发行方式由股东大会授权董事会与保荐机构（主承销商）在发行前协商确定。

## 14、债券持有人会议相关事项

（1）本次可转债债券持有人的权利

- ①依照其所持有的本期可转债数额享有约定利息；
- ②根据《可转债募集说明书》约定条件将所持有的本期可转债转为公司股份；
- ③根据《可转债募集说明书》约定的条件行使回售权；
- ④依照法律、行政法规及公司章程的规定转让、赠与或质押其所持有的本期可转债；
- ⑤依照法律、行政法规、公司章程及债券持有会议规则的规定获得有关信息；
- ⑥按《可转债募集说明书》约定的期限和方式要求公司偿付本期可转债本息；
- ⑦依照法律、行政法规等相关规定参与或委托代理人参与债券持有人会议并行使表决权；

⑧法律、行政法规及公司章程所赋予的其作为公司债权人的其他权利。

(2) 本次可转债债券持有人的义务

①遵守公司发行可转债条款的相关规定；

②依其所认购的可转债数额缴纳认购资金；

③遵守债券持有人会议形成的有效决议；

④除法律、法规规定、公司章程及《可转债募集说明书》约定之外，不得要求公司提前偿付本次可转债的本金和利息；

⑤法律、行政法规及公司章程规定应当由可转债持有人承担的其他义务。

(3) 债券持有人会议的召集

在本次可转债存续期间内，发生下列情形之一的，应当召集债券持有人会议：

①公司拟变更《可转债募集说明书》的约定；

②拟修改可转债持有人会议规则；

③拟变更债券受托管理人或受托管理协议的主要内容；

④公司已经或者预期不能按期支付本次可转债本息；

⑤公司发生减资（因股权激励回购股份、用于转换公司发行的可转换公司债券的股份回购、为维护公司价值及股东权益所必须的回购导致的减资除外）、合并等可能导致偿债能力发生重大不利变化，需要决定或者授权采取相应措施；

⑥公司分立、被托管、解散、重整、申请破产或者依法进入破产程序；

⑦保证人（如有）、担保物（如有）或者其他偿债保障措施发生重大变化且对债券持有人利益有重大不利影响的；

⑧公司、单独或合计持有本次可转债 10%以上未偿还债券面值的债券持有人书面提议召开；

⑨公司管理层不能正常履行职责，导致公司债务清偿能力面临严重不确定性，需要依法采取行动；

⑩公司提出债务重组方案；

⑪发生其他对债券持有人权益有重大实质影响的事项；

⑫根据法律、行政法规、中国证监会、深圳证券交易所及本规则的规定，应当由债券持有人会议审议并决定的其他事项。

(4) 下列机构或人士可以书面提议召开债券持有人会议：

①公司董事会提议；

②单独或合计持有本次可转债 10% 以上未偿还债券面值的债券持有人；

③债券受托管理人；

④法律、法规、中国证监会、深圳证券交易所规定的其他机构或人士。

公司制定了《孩子王儿童用品股份有限公司可转换公司债券持有人会议规则》，明确了可转换公司债券持有人的权利与义务，以及债券持有人会议的权限范围、召集召开的程序及表决办法、决议生效条件等。

## **15、担保事项**

本次发行的可转债不提供担保。

## **16、评级事项**

本次可转换公司债券经新世纪评级公司评定，根据新世纪评级公司出具的信用评级报告（新世纪债评（2022）010529），孩子王主体信用等级为 AA，评级展望稳定，本次可转换公司债券信用等级为 AA。

在本次可转债信用等级有效期内或者本次可转债存续期内，新世纪评级公司将每年至少进行一次跟踪评级。

### **（十一）本次发行可转债规模合理性分析**

发行人本次发行前，公司债券余额为 0，发行人本次发行募集资金不超过 103,900.00 万元（含 103,900.00 万元）。截至 2022 年 9 月末，发行人净资产额为 297,872.25 万元，本次发行完成后累计公司债券余额不超过最近一期末净资产额的百分之五十。

2019 年度、2020 年度及 2021 年度，公司归属于母公司所有者的净利润分别为 37,740.88 万元、39,101.59 万元及 20,162.15 万元，平均可分配利润为 32,334.87

万元。本次向不特定对象发行可转债按募集资金 103,900.00 万元计算，参考近期可转债市场的发行利率水平并经合理估计，公司最近三年平均可分配利润足以支付可转债一年的利息。

综上，本次发行可转债具有合理的资产负债结构和正常的现金流量，符合《上市公司证券发行注册管理办法》等相关规定，其发行规模具有合理性。

## **(十二) 本次发行符合理性融资，合理确定融资规模**

公司于 2021 年 10 月首次公开发行并募集资金 62,839.15 万元，扣减应承担的上市发行费用（不含增值税）人民币 7,226.89 万元后的募集资金净额计人民币 55,612.26 万元。截至 2021 年 12 月，公司前次募集资金已全部使用完毕。本次发行募集资金不超过 103,900.00 万元（含 103,900.00 万元），扣除发行费用后将全部投资于“零售终端建设项目”和“智能化物流中心建设项目”。公司本次发行聚焦主业、理性融资、融资规模合理。

## **(十三) 本次可转债的受托管理人**

公司聘任华泰联合证券作为本次债券的受托管理人，并同意接受华泰联合证券的监督。在本次债券存续期内，华泰联合证券应当勤勉尽责，根据相关法律法规、规范性文件及自律规则、《募集说明书》《受托管理协议》及《可转换公司债券持有人会议规则》的规定，行使权利和履行义务。投资者认购或持有本次债券视作同意华泰联合证券作为本次债券的受托管理人，并视作同意《受托管理协议》项下的相关约定及可转换公司债券持有人会议规则。

## **(十四) 违约责任及争议解决机制**

### **1、违约的情形**

以下事件构成本次债券项下的违约事件：

- (1) 公司已经或预计不能按期支付本次债券的本金或者利息；
- (2) 公司已经或预计不能按期支付除本次债券以外的其他有息负债，到期未偿金额超过 5,000.00 万元且达到母公司最近一期经审计净资产 10% 以上，且可能导致本次债券发生违约的；
- (3) 公司合并报表范围内的重要子公司（指最近一期经审计的总资产、净

资产或营业收入占公司合并报表相应科目 30% 以上的子公司)已经或预计不能按期支付有息负债,到期未偿金额超过 5,000.00 万元且达到母公司最近一期经审计净资产 10%以上,且可能导致本次债券发生违约的;

(4) 公司发生减资、合并、分立、被责令停产停业、被暂扣或者吊销许可证且导致公司偿债能力面临严重不确定性的,或其被托管/接管、解散、申请破产或者依法进入破产程序的;

(5) 公司管理层不能正常履行职责,导致公司偿债能力面临严重不确定性的;

(6) 公司或其控股股东、实际控制人因无偿或以明显不合理对价转让资产或放弃债权、对外提供大额担保等行为导致公司偿债能力面临严重不确定性的;

(7) 增信主体、增信措施或者其他偿债保障措施发生重大不利变化的;

(8) 本次债券存续期内,公司违反《受托管理协议》项下的陈述与保证、未能按照规定或约定履行信息披露义务、通知义务、信用风险管理职责等义务与职责以致对公司对本次债券的还本付息能力产生重大不利影响,且一直持续二十(20)个连续工作日仍未得到纠正;

(9) 公司发生其他对债券持有人权益有重大不利影响的事项。

## **2、违约责任的承担方式**

(1) 如果《受托管理协议》所列公司违约事件发生,根据债券持有人会议规则的约定,有表决权的债券持有人可以通过债券持有人会议形成有效决议,以书面方式通知公司,宣布本次债券本金和相应利息,立即到期应付;

(2) 在宣布加速清偿后,如果公司在不违反适用法律规定的前提下采取了以下救济措施,债券受托管理人经债券持有人会议决议后可以书面方式通知公司,宣布取消加速清偿的决定:

1) 向债券受托管理人提供保证金,且保证金数额足以支付以下各项金额的总和:

①债券受托管理人的合理赔偿、费用和开支;

②所有迟付的利息;

③所有到期应付的本金；

④适用法律允许范围内就延迟支付的债券本金计算的复利；

2) 本协议项下公司违约事件已得到救济或被债券持有人通过会议决议的形式豁免；

3) 债券持有人会议同意的其他救济措施。

### 3、争议解决机制

本次发行债券适用于中国法律并依其解释。《受托管理协议》项下所产生的或与《受托管理协议》有关的任何争议，首先应在争议各方之间协商解决。如果协商解决不成，任何一方均有权向发行人住所地人民法院提起诉讼。

当产生任何争议及任何争议正按前条约定进行解决时，除争议事项外，各方有权继续行使《受托管理协议》项下的其他权利，并应履行《受托管理协议》项下的其他义务。

#### (十五) 本次发行方案的有效期限

本次向不特定对象发行可转债方案的有效期限为公司股东大会审议通过本次发行方案之日起十二个月。

## 四、本次发行的有关机构

### (一) 发行人

名称	孩子王儿童用品股份有限公司
法定代表人	徐卫红
住所	南京市麒麟科技创新园智汇路 300 号
董事会秘书	侍光磊
联系电话	025-83163703
传真号码	025-83163703

### (二) 保荐人（主承销商）、受托管理人

名称	华泰联合证券有限责任公司
法定代表人	江禹
住所	深圳市前海深港合作区南山街道桂湾五路 128 号前海深港基金小镇 B7 栋 401
保荐代表人	李丹、赵岩

项目协办人	汪浩
项目组成员	鹿美遥、傅羽晗、李之阳、姜磊
联系电话	025-83387746
传真号码	025-83387711

### (三) 律师事务所

名称	北京市汉坤律师事务所
机构负责人	李卓蔚
住所	北京市东城区东长安街1号东方广场C1座9层
经办律师	李时佳、陈程
联系电话	010-85255500
传真号码	010-85255511/22

### (四) 会计师事务所

名称	安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）
机构负责人	毛鞍宁
住所	北京市东城区东长安街1号东方广场安永大楼17层01-12室
经办注册会计师	郭福艳、钟巧、吴慧珺
联系电话	025-57688666
传真号码	025-52687716

### (五) 申请上市证券交易所

名称	深圳证券交易所
住所	深圳市福田区深南大道2012号
联系电话	0755-82083333
传真号码	0755-82083164

### (六) 保荐人（主承销商）收款银行

名称	中国工商银行股份有限公司深圳振华支行
开户名称	华泰联合证券有限责任公司
账户号码	4000010209200006013

### (七) 资信评级机构

名称	上海新世纪资信评估投资服务有限公司
法定代表人	朱荣恩
住所	上海市黄浦区汉口路398号华盛大厦14楼
经办人员	黄蔚飞、凌辉
联系电话	021-63501349
传真号码	021-63500872



## 五、发行人与本次发行有关的中介机构的关系

截至 2022 年 9 月末，发行人与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间存在直接或间接的股权关系或其他利益关系的情况如下：

序号	股东名称	与中介机构关系	持股数 (万股)	比例 (%)	持股方式
1	华泰证券股份有限公司	保荐机构控股股东	31.77	0.03%	直接持股
2	江苏华泰互联网产业投资基金（有限合伙）及其跟投机构南京道丰投资管理中心（普通合伙）	江苏华泰互联网产业投资基金（有限合伙）的执行事务合伙人为华泰证券股份有限公司下设的直投子公司华泰紫金投资有限责任公司，其与本次保荐机构华泰联合证券均为华泰证券股份有限公司控制的公司	951.41	0.87%	直接持股
3	华泰金融控股（香港）有限公司-自有资金和华泰金融控股（香港）有限公司-中国共富基金	华泰金融控股（香港）有限公司与本次保荐机构华泰联合证券均为华泰证券股份有限公司控制的公司	17.04	0.02%	直接持股
合计			<b>1,000.22</b>	<b>0.92%</b>	-

此外，保荐机构控股股东之全资子公司华泰证券（上海）资产管理有限公司担任“华泰孩子王家园 1 号创业板员工持股集合资产管理计划”的管理人，该资管计划系发行人的高级管理人员与核心员工参与首次公开发行战略配售设立的专项资管计划。

除上述情形外，发行人与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、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权益关系。

### 第三节 风险因素

#### 一、与发行人相关的风险

##### （一）新建门店扩张带来的风险

近年来，公司线下直营门店数量及经营面积持续增加，截至 2022 年 9 月末，公司已有直营门店 504 家，同时，公司计划未来 3 年利用本次募集资金在江苏、安徽、浙江、四川、湖南、山东等 22 个省（市）新建门店 169 家，从而进一步完善公司的零售终端网络布局。

2019 年至 2021 年，公司门店的店均收入分别为 2,152.03 万元、1,732.81 万元和 1,636.06 万元，呈整体下滑趋势，一方面系公司报告期内部分门店到店业务出现了暂停营业及到店人数减少的情况，另一方面系报告期内公司新开门店数量较多且主要集中在各期四季度。新开门店需要进行店面装修、宣传等前期投入，同时消费者对新开门店的认可需要一个过程，因此新开门店从开业到实现盈利需要一定的市场培育期。

同时，近年来公司新开门店平均盈利周期有所延长。截至 2022 年 9 月末，公司首次公开发行“全渠道零售终端建设项目”净新开门店 155 家，具体情况如下：

单位：家、万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年	2020 年	2019 年
收入	100,905.58	101,681.69	20,200.43	-
净利润	-5,827.05	-9,958.74	-1,948.73	-
门店数量	155	149	80	-
单位面积收入	4,171.44	4,355.74	1,613.78	-

注 1：本次募投项目自 2020 年 5 月 18 日发行人召开了第二届董事会第五次会议，审议通过了《关于孩子王儿童用品股份有限公司首次公开发行股票募集资金投资项目及其可行性的议案》等议案后开始启动，因此 2019 年不产生效益。

注 2：2022 年 6 月 30 日，为避免重复建设，提高资金使用效率，公司召开 2022 年第一次临时股东大会审议通过《关于终止部分首次公开发行募集资金投资项目的议案》，对“全渠道零售终端建设项目”和“全渠道物流中心建设项目”终止。自 2020 年 5 月至 2022 年 6 月末，公司净新开门店 155 家，上述测算基于当年净新开门店经营情况测算。

根据上表所示，2020 年 5 月以来，公司 2020 年净新开门店 80 家，合计实现收入 20,200.43 万元，净利润-1,948.73 万元，上述门店运营期基本未满足 6 个月，其中运营未满足 3 个月的门店达到 55 家，占比超过 70%；2021 年公司净新增 69

家门店，连同 2020 年净新增门店数量共计 149 家门店，上述门店在 2021 年合计实现收入 101,681.69 万元，净利润-9,958.74 万元。由于门店收入和盈利水平提升需要一定的时间，新开 149 家门店平均运营时间不超过 10 个月，因此短期内无法实现盈利。

本次“零售终端建设项目”拟未来 3 年在江苏、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，进入稳定运营期后的净利率为 3.30%，但未来若人口出生率维持下滑趋势、门店租金大幅上升导致新开门店成本上升等情况发生，将直接影响本次募投项目无法实现预期效益，从而影响公司未来的经营业绩。

综上，公司门店的扩张会因为市场培育期的长短差异、前期资金投入、未来市场的不确定性等因素而面临一定风险，从而导致门店店均收入出现下滑，门店扩张的规模效应出现递减。同时，由于我国各地区经济发展程度、消费者的消费能力和消费习惯、当地母婴行业区域竞争情况和仓储物流等配套设施的健全程度等存在一定的差异，公司的跨区域发展对经营管理的要求较高，如果公司在门店扩张过程中无法及时确保资源匹配，也将对公司的经营带来不利影响。

## **（二）内控风险**

### **1、资产规模和业务规模拓展导致的管理风险**

报告期内，公司资产规模和业务规模持续扩大，线下销售区域从初期的江苏地区已扩展至全国 20 个省（市），门店数量在 2022 年 9 月末达到 504 家，线上销售也已经逐步覆盖了 APP、微信公众号、小程序、微商城等主要渠道，在行业内位居前列。未来，公司将继续保持快速发展进程，加强服务化、数字化、生态化建设，这对公司如何更深入的发挥场景、用户、互动、门店等方面的优势提出了更高的要求。

此外，本次发行完成后，随着募集资金的到位和投资项目的实施，公司资产规模将会大幅增加，公司需要进一步加强采购、营销、存货、物流、财务、IT 系统等方面的支持与管理，也需要建立与业务规模相适应的、高效的管理体系和经营团队，确保公司稳定、健康、快速的发展。如果公司不能及时应对市场竞争、行业发展、经营规模快速扩张等内外部环境的变化，信息化管理水平不能适应公

司快速发展及规模不断扩大的需要,或公司对第三方物流企业的管理出现疏忽失误,导致商品的采购、配送、供应出现延迟差错,将会给公司带来较大的管理风险,进而可能会对公司业绩产生不利影响。

## **2、人才短缺风险**

近年来,随着我国生育政策的持续放开以及消费结构的不断升级,母婴零售行业的市场规模持续扩大,运营模式也不断创新,消费者不仅仅局限于产品品质的保障,更追求专业化服务和互动性需求,再加上互联网、大数据、人工智能等技术对行业的赋能,企业对经营管理人才、专业育婴人才和信息技术人才等高端人才的需求逐渐增多。

公司已培养了一批经验丰富的管理和业务人才,打造了高效的“同心组织”管理架构,但随着行业竞争的不断加剧以及公司经营规模的持续发展壮大,公司对门店经营、供应链管理、市场营销、数字化运营等方面员工的业务能力、服务水平提出了更高的要求,如果公司不能保持员工队伍的稳定或人才储备步伐跟不上公司快速发展的需求,甚至发生人才流失的情况,将对公司的经营管理和持续发展产生不利影响。

## **3、仓储物流管理风险**

随着公司业务规模的不断扩大,公司对于仓库到实体门店的调拨、门店之间的货品调拨以及商品配送至终端消费者的物流需求持续提升。目前,公司已在全国范围建立了包括中央仓、区域仓和城市中心仓在内的三级仓储体系,并与EMS、顺丰、京东、百世、圆通等主流快递公司建立了长期稳定的合作关系。同时,公司还计划利用本次募集资金进一步扩建仓储物流体系,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。但未来,随着公司业务规模的进一步扩大,如公司不能持续提高物流运营效率,由此给公司带来发货速度慢、物流送达时间长等一系列问题,将在一定程度上影响消费者体验,给公司带来不必要的客户和订单流失。

### **(三) 财务风险**

#### **1、行业竞争加剧风险导致毛利率及净利润下滑**

我国母婴零售行业进入门槛较低,行业内企业数量众多且规模较小,市场

集中度不高；再加上近年来母婴零售行业发展迅速，新零售生态体系不断建立，专业连锁零售店、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；同时，母婴品牌商亦持续通过开设直营门店或电商平台扩大直营销销售渠道，行业竞争不断加剧。与此同时，母婴商品的主要消费群体是 0-14 岁的婴童和孕妇，随着人口出生率下降，对母婴零售行业亦产生一定冲击；再加上随着公司门店规模的持续增加，折旧摊销等固定成本将同步增加，新租赁准则的执行形成的折旧费用和财务费用在租赁合同签署初期相对较高，进一步增加公司开店成本。

在毛利率方面，公司主要从事母婴商品零售及增值服务业务，2019 年、2020 年、2021 年和 2022 年 1-9 月，公司主营业务毛利率分别为 29.98%、30.22%、30.25% 和 29.92%，2019 年至 2021 年主营业务毛利率整体较为稳定，2022 年 1-9 月主营业务毛利率下降，主要系毛利率较高的母婴服务及供应商服务收入占比下降导致。

在净利润方面，公司 2019 年、2020 年、2021 年和 2022 年 1-9 月扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 31,747.67 万元、31,031.44 万元、12,152.47 万元和 11,305.15 万元，其中 2021 年较上年同期相比下降 60.84%，主要系因为：（1）公司自 2021 年 1 月 1 日开始执行新租赁准则，新增确认使用权资产和租赁负债，进而形成新增折旧费用和财务费用等，整体减少公司净利润 5,957.80 万元；（2）公司门店整体客流量有所减少，在一定程度上影响门店盈利情况；（3）公司 2020 年和 2021 年分别净增加 82 家和 61 家门店，且主要集中在各期下半年开始营业。上述新增门店营业时间短，运营成本增加，提升会员数量、收入及盈利水平需要一定的时间，再加上 2021 年大物业不再对房租进行减免，影响了 2021 年的净利润水平。2022 年 1-9 月公司扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润较上年同期下降 35.13%，主要原因：（1）2022 年 1-9 月，部分地区门店出现暂停营业的情况，在短期内对公司的经营造成一定影响；（2）最近两年，公司门店数量陆续增加，运营成本随之增加，但由于上述新增门店运营时间较短，门店收入和盈利水平提升需要一定的时间，从而影响公司净利润水平。

因此，未来如公司不能持续壮大自身综合实力，扩大业务规模，巩固和提升核心竞争力，或母婴消费群体粘性下降、消费降级、食品安全问题等其他情况，将导致其逐步被市场淘汰。此外，日益激烈的市场竞争或将导致公司销售毛利率和净利润进一步下降的风险。

## **2、直营门店租金及人力成本持续上升的风险**

近年来，随着公司业务规模的持续增长，人力成本和租金成本成为运营成本的重要组成部分。一方面，由于门店数量的快速增加，公司对于母婴专业人才的需求也持续提升，再加上物价水平的不断上涨，人工工资相应提高，综合导致人力成本上升；另一方面，为快速提高市场份额，提升品牌效应，公司需要通过扩建门店方式拓展营销网络，但由于优秀物业的稀缺性，门店的租金水平也逐渐上升。未来如上述成本增速超过公司收入增速，将对公司经营业绩造成不利影响。

## **3、公司执行新租赁准则引起的财务风险**

公司自 2021 年 1 月 1 日起开始执行新租赁准则，按准则规定新增确认使用权资产和租赁负债，并分别确认折旧费用和财务费用。与 2020 年相比，公司执行新租赁准则后，对 2021 年主要财务影响体现为新增确认使用权资产和租赁负债，从而使资产负债规模扩大，对资产负债率等指标造成影响；同时，对利润表的影响体现为新增折旧费用和利息费用，从而对 2021 年经营业绩造成一定的压力。2021 年，公司归属于母公司所有者的净利润为 20,162.15 万元，同比下降 48.44%；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 12,152.47 万元，同比下降 60.84%。其中，因执行新租赁准则使公司整体减少 2021 年净利润 5,957.80 万元。公司面临因执行新租赁准则引起的资产负债率上升、经营业绩增速放缓甚至下降的财务风险。

# **（四）法律风险**

## **1、商品质量安全风险**

母婴消费的突出特征在于消费者对产品质量安全高度重视。近年来，公司通过制定《商品准入经营资质管理规范》《配送中心商品入库验收标准》《商品质量问题分类分级评价及处理办法》等一系列的内部规章制度以及控制手段，形成了完善的质量管理体系。但是，随着公司业务规模的不断扩大以及募投项目的建成

达产，如果公司不能持续有效地执行相关质量控制制度和措施，造成公司销售的产品出现严重质量问题或由此引发客户投诉，将给公司带来不必要的客户和订单流失，影响公司在客户中的声誉和地位，进而可能会对公司经营业绩造成不利影响。

## **2、经营场所租赁瑕疵产生的风险**

截至 2022 年 9 月末，除发行人南京江宁物流仓库为自建外，其余线下直营门店、物流中心、办公场所均为通过租赁方式取得。由于各地实际情况不同，发行人及其分子公司存在少量租赁的房产未取得出租方的合法房屋产权证明、部分未办理租赁备案登记手续的情形，存在一定的合规性风险。上述因租赁经营产生的风险，可能将影响公司在该区域的经营活动，并在短期内可能导致公司部分搬迁及装修费用的损失。

## **3、经营资质瑕疵产生的风险**

截至 2022 年 9 月末，公司少量已开业门店尚未取得《公共聚集场所投入使用、营业前消防安全检查合格证》，存在一定的合规性风险。公司上述门店经营目前未受到任何限制，并且公司控股股东、实际控制人已就此出具承诺，但上述经营资质瑕疵的存在，仍会导致公司面临一定的处罚风险。

# **（五）募集资金投资项目所面临的风险**

## **1、募集资金投资项目实施的风险**

公司本次募集资金计划投资于“零售终端建设项目”、“智能化物流中心建设项目”，项目投资总额为 112,683.42 万元，拟利用募集资金投入 103,900.00 万元。上述项目是根据公司现有业务及发展战略制定，并经过充分的可行性论证，有利于提高公司主营业务盈利能力，增强公司持续发展能力和核心竞争力。然而，公司募集资金投资项目的可行性分析是基于当前宏观市场环境、母婴行业发展趋势等因素作出的，项目的实施与国家产业政策、市场供求、行业竞争等情况密切相关，任何一个因素的变动都会直接影响募集资金投资项目的实施及运营效益。

截至 2022 年 9 月末，公司已完成部分新增门店的租赁合同签署。由于优秀物业存在一定稀缺性，未来如公司无法及时签署门店租赁合同、门店租金水平高

于同类物业租赁价格，或者公司获取的门店租赁物业存在瑕疵，将直接影响本次“零售终端建设项目”的顺利实施及运营效益。

截至 2022 年 9 月末，公司尚未签署仓储租赁合同。如果公司无法根据需要及时寻求到适合的场地或租金价格高于行业水平，将直接影响本次“智能化物流中心建设项目”的实施计划。

## **2、本次“零售终端建设项目”无法实现预期效益的风险**

随着本次“零售终端建设项目”的逐步投产，公司的营业收入和利润水平都将进一步提升。但由于公司处于母婴零售行业，近年来受到新生儿出生率下降等因素影响，市场竞争日趋激烈，公司门店的店均收入和门店坪效均呈现整体下滑趋势。未来若人口出生率维持下滑趋势、门店租金大幅上升导致新开门店成本上升等情况发生，将直接影响本次募投项目无法实现预期效益，从而影响公司未来的经营业绩。

## **3、本次“智能化物流中心建设项目”出现仓储闲置风险**

随着本次“智能化物流中心建设项目”的逐步投产，公司在全国范围内的仓网布局将进一步完善，可有效增强公司对产品配送的快速响应能力和服务水平，提升发货、配送时效，加强消费者购物体验。本次募投项目是基于公司现有门店布局及业务发展规划制定，符合公司整体战略和行业发展趋势，但未来如公司调整门店布局或零售业务运营模式发生变化，或将出现仓储闲置的风险。

## **4、前次、本次募投项目和现有资本性支出项目形成的效益无法覆盖资产折旧摊销的风险**

公司前次募投建设项目包括“全渠道零售终端建设项目”“全渠道数字化平台建设项目”，本次募投项目包括“零售终端建设项目”“智能化物流中心建设项目”，现有资本性支出项目主要为新设门店的装修支出、门店游乐设施购买支出、西南智慧物流仓建设项目支出等固定资产支出，其中，与新设门店相关的折旧摊销费用已在前次募投项目“全渠道零售终端建设项目”折旧摊销中体现，剩余资本性支出主要为西南智慧物流仓建设项目。

结合公司现有会计政策和未来效益规划，上述新增折旧摊销及对公司经营业绩的影响情况如下：



单位：万元

项目	Y+1	Y+2	Y+3	Y+4	Y+5	Y+6	Y+7	Y+8
1、新增折旧摊销 (a=a1+a2+a3)	15,082.56	31,398.16	43,697.31	53,833.71	51,436.25	48,082.56	45,015.83	42,642.86
前次募投项目新增折旧摊销 (a1)	12,645.61	16,583.26	15,425.16	14,847.64	12,450.18	11,454.09	11,437.56	11,803.94
本次募投项目新增折旧摊销 (a2)	2,357.60	13,862.74	27,319.99	38,033.91	38,033.91	35,676.31	32,626.11	29,886.76
现有资本性支出新增折旧摊销 (a3)	79.35	952.16	952.16	952.16	952.16	952.16	952.16	952.16
2、对营业收入的影响								
现有营业收入(不含本次募投项目)(b)	1,010,941.18	1,064,860.09	1,112,518.65	1,146,575.39	1,146,575.39	1,146,575.39	1,146,575.39	1,146,575.39
新增营业收入(本次募投项目)(c)	50,752.34	147,668.27	260,971.63	318,575.88	335,423.25	345,487.38	352,688.91	356,374.06
预计营业收入(含本次募投项目)(d=b+c)	1,061,693.52	1,212,528.35	1,373,490.28	1,465,151.27	1,481,998.64	1,492,062.76	1,499,264.30	1,502,949.45
折旧摊销占预计营业收入比重(a/d)	1.42%	2.59%	3.18%	3.67%	3.47%	3.22%	3.00%	2.84%
3、对净利润的影响								
现有净利润(不含本次募投项目)(e)	40,032.80	42,688.28	44,105.70	45,373.73	45,373.73	45,373.73	45,373.73	45,373.73
新增净利润(本次募投项目)(f)	-620.48	774.36	3,032.71	6,108.83	7,764.77	9,298.60	10,837.11	11,764.52
预计净利润(含本次募投项目)(g=e+f)	39,412.32	43,462.64	47,138.41	51,482.56	53,138.50	54,672.33	56,210.84	57,138.25
折旧摊销(考虑抵税影响)占合计扣减折旧摊销前净利润的比例(a*(1-25%)/(a*(1-25%)+g))	22.30%	35.14%	41.01%	43.95%	42.06%	39.74%	37.52%	35.89%

注：1、现有营业收入和净利润均以公司 2019 年至 2021 年平均数据为基准，并假设未来保持不变，同时在此基础上增加前次募投项目预期效益；前次募投项目预期效益已考虑实际建设情况进行了折算；

2、前次募投项目“全渠道数字化平台建设项目”投入以费用化为主，因此不单独测算折旧摊销部分；前次募投项目“全渠道零售终端建设项目”按照实际预期折旧摊销情况测算；本次“零售终端建设项目”和“智能化物流中心建设项目”形成固定资产折旧、装修费用摊销以及租赁形成的使用权资产摊销，其中考虑到拟新设门店具体租赁期限租赁条款尚无法确定，因此按照年租金代替使用权资产摊销测算；

3、本次募投项目 Y+8 年进入收入稳定运营期，因此测算至第 8 年；

4、上述假设仅为测算本次募投项目相关折旧或摊销对公司未来经营业绩的影响，不代表公司对盈利情况的承诺，也不代表公司经营情况及趋势的判断。投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

根据上表所示，测算期公司前次募投项目、本次募投项目和现有资本性支出项目产生的折旧摊销费用（考虑抵税后影响）占公司当年预计营业收入的比例最高为 3.67%，占当年预计净利润（扣减折旧摊销前）的比例最高为 43.95%。考虑到募投项目的建设完成和收益实现需要一定的时间，因此，在本次募投项目建设完成后的一段时间，公司可能面临因折旧摊销大量增加而影响公司盈利水平的风险。

## **二、与行业相关的风险**

### **（一）人口出生率下降的风险**

母婴商品的主要消费群体是0-14岁的婴童和孕妇，因此，母婴零售行业的发展与我国婴幼儿人口数量存在一定的相关性。2010年至2016年，我国新生人口数量呈整体上升趋势，尤其是 2016年在“全面二孩”政策正式实施后，当年出生人数达到1,786万人，创2000年以来最高峰。但随着政策红利的全面释放，我国新生儿出生率从2017年开始连续下滑，到2021年降至7.52%，人口红利逐渐减退。未来，如我国人口出生率仍维持下滑趋势，将对母婴零售行业产生一定的影响。

### **（二）经济增速和消费水平下降的风险**

在人口红利逐步减退的大背景下，消费升级成为拉动母婴商品市场需求的重要驱动因素。近年来，经济的中低速增长已成为中国乃至全球经济发展的新常态，社会消费品零售总额增速也在回落，对母婴零售行业的发展产生了一定的影响。母婴商品及相关服务的消费需求具有一定的刚性特点，受宏观经济波动影响较小，但未来如果经济增速进一步趋缓，居民人均可支配收入增幅持续下降，将直接影响到消费者的消费能力，从而对公司业务的发展和经营业绩产生不利影响。

## **三、其他风险**

### **（一）与本次可转债相关的风险**

#### **1、违约风险**

本次发行的可转债存续期为 6 年，每年付息一次，到期后一次性偿还本金和最后一年利息，如果在可转债存续期出现对公司经营管理和偿债能力有重大负面影响的事件，将有可能影响到债券利息和本金的兑付。

## 2、转股风险

进入可转债转股期后，可转债投资者将主要面临以下与转股相关的风险：

(1) 公司股价走势取决于公司业绩、宏观经济形势、股票市场总体状况等多种因素影响。转股期内，如果因各方面因素导致公司股票价格不能达到或超过本次可转债的当期转股价格，本次可转债的转换价值可能降低，并因此影响投资者的投资收益。

(2) 本次可转债设有有条件赎回条款，在转股期内，如果达到赎回条件，公司有权按照面值加当期应计利息的价格赎回全部或部分未转股的可转债。如果公司行使有条件赎回的条款，可能促使可转债投资者提前转股，从而导致投资者面临可转债存续期缩短、未来利息收入减少的风险。

(3) 本次可转债转股情况受转股价格、转股期内公司股票价格、投资者偏好及预期等诸多因素影响。如因公司股票价格低迷或未达到债券持有人预期等原因导致可转换公司债券未能在转股期内转股，公司需对未转股的可转换公司债券偿付本金和利息，公司存在一定的定期偿付财务压力，从而增加公司的财务费用负担和资金压力。

## 3、可转债价格波动的风险

可转债是一种具有债券特性且附有股票期权的混合型证券，为复合型衍生金融产品，具有股票和债券的双重特性。其在二级市场价格受市场利率、债券剩余期限、转股价格、公司股票价格、赎回条款、回售条款和转股价格向下修正条款、投资者预期等诸多因素的影响，需要可转债的投资者具备一定的专业知识。可转债在上市交易、转股等过程中，价格可能会出现异常波动或与其投资价值严重偏离的现象，从而可能使投资者不能获得预期的投资收益。

## 4、未设立担保的风险

公司本次发行可转债未设立担保。如在本次可转债存续期间出现对公司经营能力和偿债能力有重大负面影响的事件，本次发行可转债可能因未设担保而增加兑付风险。

## 5、存续期内不实施向下修正条款以及修正幅度存在不确定性的风险

在本次可转债存续期间，当公司股票在任意连续三十个交易日中至少有十五个交易日的收盘价格低于当期转股价格的 85%时，公司董事会会有权提出转股价格向下修正方案并提交公司股东大会表决，该方案须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过方可实施。股东大会进行表决时，持有公司本次发行可转债的股东应当回避。修正后的转股价格应不低于该次股东大会召开日前二十个交易日公司股票交易均价和前一个交易日的公司股票交易均价之间的较高者。

可转债存续期内，本次可转债转股价格向下修正条件可能无法达成。同时，在满足可转债转股价格向下修正条件的情况下，发行人董事会仍可能基于公司的实际情况、股价走势、市场因素等多重考虑，不提出转股价格向下调整方案。因此，存续期内可转债持有人可能面临转股价格向下修正条款不能实施的风险。此外，转股价格的修正幅度存在不确定的风险。

## 6、信用评级变化的风险

本次可转换公司债券经新世纪评级公司评定，根据新世纪评级公司出具的信用评级报告（新世纪债评（2022）010529），孩子王主体信用等级为 AA，评级展望稳定，本次可转换公司债券信用等级为 AA。在本次债券的存续期内，资信评级机构每年将对公司主体和本次可转债进行一次跟踪信用评级，公司无法保证其主体信用评级和本次可转债的信用评级在债券存续期内不会发生负面变化。若资信评级机构调低公司的主体信用评级或本次可转债的信用评级，则可能对债券持有人的利益造成一定影响。

## 7、净资产收益率及每股收益被摊薄的风险

公司 2019 年、2020 年、2021 年和 2022 年 1-9 月加权平均净资产收益率分别为 25.00%、20.64%、8.83%和 5.21%，归属于公司股东每股收益分别为 0.3855 元、0.3994 元、0.2022 元和 0.1395 元。本次可转换债券发行完成并转股后，公司总股本和净资产会有一定幅度的增加，而募集资金产生效益尚需一段时间，因此短期内可能导致公司每股收益和加权平均净资产收益率等指标出现一定幅度的下降。另外，本次可转债设有转股价格向下修正条款，在该条款被触发时，公司可能申请向下修正转股价格，导致因本次可转债转股而新增的股本总额增加，

从而扩大本次可转债转股对公司原普通股股东的潜在摊薄作用。因此，公司面临短期内净资产收益率和每股收益摊薄的风险。

## 第四节 发行人基本情况

### 一、本次发行前的股本总额及前十名股东持股情况

#### (一) 本次发行前公司的股本结构

截至 2022 年 9 月末，公司股本结构如下：

股份类别	持股数量（股）	持股比例
<b>一、有限售条件股份</b>	<b>998,325,171.00</b>	<b>91.76%</b>
1、国有法人持股	248,000.00	0.02%
2、其他内资持股	527,066,788.00	48.44%
其中：境内非国有法人持股	519,183,825.00	47.72%
境内自然人持股	7,882,963.00	0.72%
3、外资持股	346,659,116.00	31.86%
其中：境外法人持股	343,939,360.00	31.61%
境外自然人持股	2,719,756.00	0.25%
4、其他	124,351,267.00	11.43%
<b>二、无限售条件流通股</b>	<b>89,674,829.00</b>	<b>8.24%</b>
1、国有法人持股	1,279,121.00	0.12%
2、其他内资持股	73,419,792.00	6.75%
其中：境内非国有法人持股	2,224,480.00	0.20%
境内自然人持股	71,195,312.00	6.54%
3、外资持股	1,953,712.00	0.18%
其中：境外法人持股	1,877,912.00	0.17%
境外自然人持股	75,800.00	0.01%
4、其他	13,022,204.00	1.20%
<b>三、股份总数</b>	<b>1,088,000,000.00</b>	<b>100.00%</b>

#### (二) 本次发行前公司前十大股东持股情况

截至 2022 年 9 月末，公司前十大股东持股情况如下：

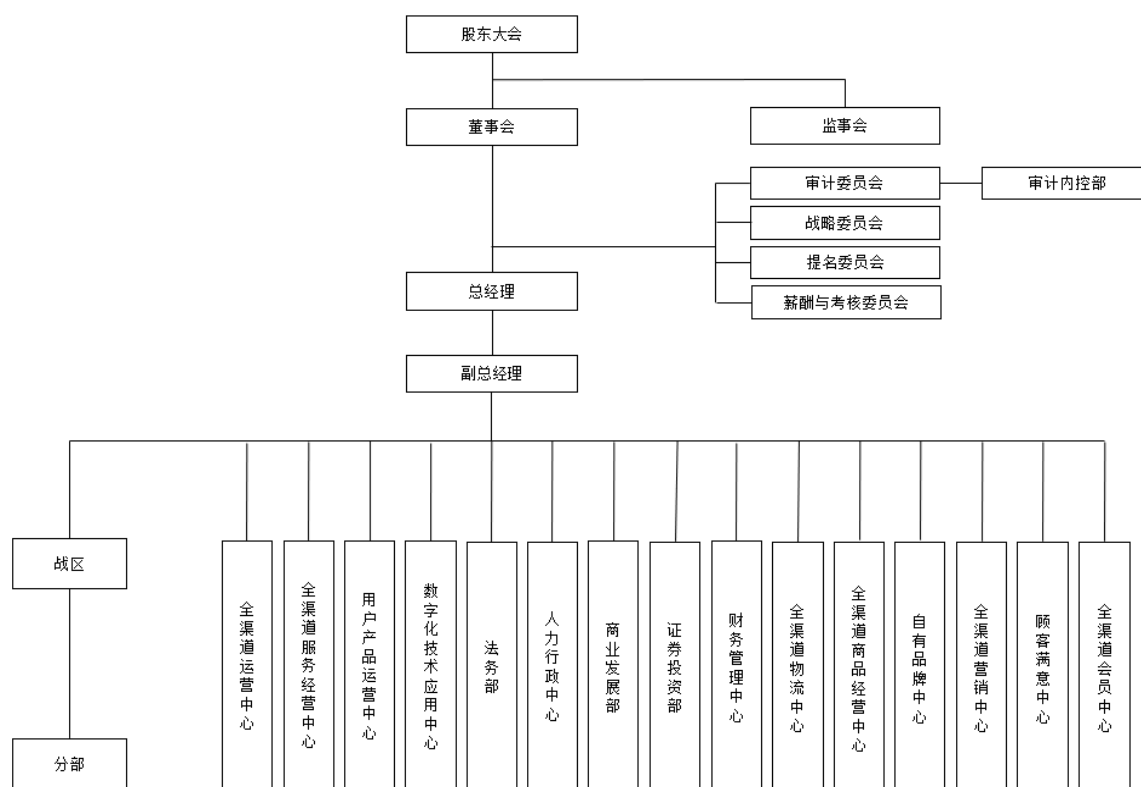
单位：股

股东名称	股东性质	持股数量	持股比例（%）	持有有限售条件的股份数量
江苏博思达企业信息咨询有限公司	境内非国有法人	277,563,504	25.51	277,563,504
南京千秒诺创业投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	127,819,468	11.75	127,819,468
HCM KW (HK) Holdings Limited	境外法人	122,310,256	11.24	122,310,256
Fully Merit Limited	境外法人	76,232,313	7.01	76,232,313
Coral Root Investment Ltd.	境外法人	67,438,847	6.20	67,438,847
南京维盈创业投资合伙企业	境内非国有法人	60,471,654	5.56	60,471,654

股东名称	股东性质	持股数量	持股比例 (%)	持有有限售条件的股份数量
(有限合伙)				
南京子泉投资合伙企业(有限合伙)	基金理财产品等主体持股	47,424,564	4.36	47,424,564
Amplewood Capital Partners (HK) Limited	境外法人	32,670,990	3.00	32,670,990
Tencent Mobility Limited	境外法人	29,372,800	2.70	29,372,800
福建大钲一期投资合伙企业(有限合伙)	基金理财产品等主体持股	23,492,997	2.16	23,492,997
合计		864,797,393	79.49	864,797,393

## 二、公司的组织结构及对其他企业的重要权益投资情况

### (一) 公司的内部组织结构图



### (二) 控股子公司、参股公司及分支机构的情况

截至 2022 年 9 月末，公司直接或间接控制 39 家子公司，其中 16 家子公司直接作为门店运营；公司参股 1 家公司；公司及其子公司下设 520 家分公司。除此之外，公司不存在其他对外投资。发行人主要子公司情况如下：

#### 1、重庆童联孩子王儿童用品有限公司

##### (1) 基本情况



公司名称	重庆童联孩子王儿童用品有限公司
成立日期	2012年8月1日
注册地址	重庆市南岸区江南大道28号星光时代广场3层、4层
注册资本	500万元
实收资本	500万元
法定代表人	蒋迎春
企业类型	有限责任公司（法人独资）
经营范围	许可项目：食品销售（仅限分支机构经营）；书刊、音像制品零售；（仅限分支机构经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：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；保健食品（预包装）销售；食品互联网销售（仅销售预包装食品）；图书销售（仅限分支机构经营）；美发服务（仅限分支经营）；为老人、病人、母婴提供护理服务（不含诊疗活动）；健康管理咨询（不含诊疗活动）；美容服务（仅限分支经营）；美容仪器销售（不含III类医疗器械）；化妆品、I类医疗器械、II类医疗器械、母婴用品、儿童用品、玩具的研发与销售；服装设计与销售；日用百货、电子产品（不含电子出版物）销售；电子设备的零售与批发；通讯设备（不含卫星地面接收和发射设备）及智能卡的销售；开放式货架的销售；儿童娱乐设备（玩具）零售与批发及佣金代理（拍卖除外）；自营和代理纺织、玩具、用品等商品及技术的进出口；非学历职业技能益智开发，儿童娱乐设备领域的技术开发、技术转让、技术服务、技术咨询；儿童玩具、儿童用品租赁；商务信息咨询；乐器信息的咨询服务；会议与展览服务、礼仪服务、摄影服务；组织经批准的文化艺术交流活动；企业形象的策划、商务服务；儿童室内游乐服务；房屋租赁；物业管理；仓储服务（不含危险品）；商业信息服务；票务代理；健康信息咨询；保健按摩服务（不含医疗）；销售：工艺品（不含文物、象牙及其制品）、箱包、钟表。
统一社会信用代码	91500108050399478D
股权结构	孩子王控股100%

截至2022年9月末，重庆孩子王以分公司形式设立并管理33家直营门店，31家开业在营，2家已闭店尚未注销。

## （2）最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	30,801.20
净资产	4,795.35
营业收入	59,935.51
净利润	-155.24

注：以上数据已按照企业会计准则和发行人会计政策的规定编制并包含在发行人的合并财务报表中，发行人2021年度合并财务报表已经过会计师审计，下同。

### (3) 主营业务与发行人主营业务的关系

重庆孩子王为发行人下属子公司，通过经营管理重庆地区的下属门店开展母婴童商品零售与服务业务。

## 2、安徽童联孩子王儿童用品有限公司

### (1) 基本情况

公司名称	安徽童联孩子王儿童用品有限公司
成立日期	2012年8月3日
注册地址	安徽省合肥市包河区马鞍山路万达广场室内步行街三层3-39B号
注册资本	500万元
实收资本	500万元
法定代表人	江军
企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
经营范围	许可项目：小食杂；生活美容服务；出版物零售；游艺娱乐活动（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：母婴用品销售；服装服饰零售；鞋帽零售；食品经营（仅销售预包装食品）；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；家用电器销售；玩具销售；化妆品零售；日用百货销售；电子产品销售；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；箱包销售；钟表销售；通讯设备销售；集成电路销售；金属结构销售；组织文化艺术交流活动；母婴生活护理（不含医疗服务）；养生保健服务（非医疗）；房地产经纪；物业管理；票务代理服务；健康咨询服务（不含诊疗服务）；珠宝首饰零售；信息系统集成服务；软件开发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；信息技术咨询服务；软件销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；食品互联网销售（销售预包装食品）；休闲娱乐用品设备出租；特殊医学用途配方食品销售；婴幼儿配方乳粉及其他婴幼儿配方食品销售；报纸出租；音像制品出租；期刊出租；图书出租；保健食品（预包装）销售（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）
统一社会信用代码	913401000514716031
股权结构	孩子王控股100%

截至2022年9月末，安徽孩子王通过直接设立或以分公司形式设立并经营管理50家直营门店，均开业在营。

### (2) 最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	54,298.74
净资产	2,399.87
营业收入	96,128.50
净利润	273.16

### (3) 主营业务与发行人主营业务的关系

安徽孩子王为发行人下属子公司，通过经营管理安徽地区的下属门店开展母婴童商品零售与服务业务。

### 3、上海爱乐孩子王实业有限公司

#### (1) 基本情况

公司名称	上海爱乐孩子王实业有限公司
成立日期	2012年8月9日
注册地址	上海市杨浦区国伟路135号5幢407-1室
注册资本	8,000万元
实收资本	8,000万元
法定代表人	倪汇丽
企业类型	有限责任公司（外商投资企业法人独资）
经营范围	许可项目:出版物批发;出版物互联网销售;道路货物运输（不含危险货物）;生活美容服务;食品互联网销售【分支机构经营】;洗浴服务【分支机构经营】;理发服务【分支机构经营】;游艺娱乐活动【分支机构经营】;出版物零售【分支机构经营】。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动,具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目:第一类医疗器械销售;第二类医疗器械销售;母婴用品销售;玩具销售;玩具、动漫及游艺用品销售;日用百货销售;服装服饰零售;化妆品零售;休闲娱乐用品设备出租;游艺用品及室内游艺器材销售;办公设备销售;货物进出口;技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广;租赁服务（不含许可类租赁服务）;信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）;会议及展览服务;礼仪服务;摄影扩印服务;组织文化艺术交流活动;乐器零售;乐器维修、调试;企业形象策划;商务代理代办服务;通讯设备销售;金属结构销售;非居住房地产租赁;物业管理;普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）;装卸搬运;票务代理服务;供应链管理服务;电子产品销售;珠宝首饰零售;美发饰品销售;工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）;箱包销售;钟表销售;家政服务;养生保健服务（非医疗）;互联网销售（除销售需要许可的商品）;家用电器销售;宠物食品及用品零售;宠物服务（不含动物诊疗）;日用化学产品销售;日用口罩（非医用）销售;体育用品设备出租;体育用品及器材零售;日用品出租;文化用品设备出租;特种设备出租;系统集成服务;信息技术咨询服务等。（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）
统一社会信用代码	91310110051256065X
股权结构	孩子王控股100%

截至2022年9月末，上海孩子王以分公司形式设立并经营管理14家直营门店，均开业在营。

#### (2) 最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	26,942.49
净资产	10,817.62
营业收入	24,494.18
净利润	668.60

### (3) 主营业务与发行人主营业务的关系

上海孩子王为发行人下属子公司，通过经营管理上海地区的下属门店开展母婴童商品零售与服务业务。

## 4、四川孩子王儿童用品有限公司

### (1) 基本情况

公司名称	四川孩子王儿童用品有限公司
成立日期	2012年9月28日
注册地址	中国（四川）自由贸易试验区成都高新区锦城大道666号3楼309-317号
注册资本	500万元
实收资本	500万元
法定代表人	蒋迎春
企业类型	有限责任公司（外商投资企业法人独资）
经营范围	一般项目：日用品销售；母婴用品销售；服装服饰零售；箱包销售；钟表销售；化妆品零售；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；眼镜销售（不含隐形眼镜）；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；互联网销售（除销售需要许可的商品）；装卸搬运；物业管理；国内贸易代理；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；组织文化艺术交流活动；礼仪服务；企业形象策划；会议及展览服务；摄影扩印服务；家政服务；票务代理服务；养生保健服务（非医疗）；游乐园服务；健康咨询服务（不含诊疗服务）；食品经营（销售预包装食品）；社会经济咨询服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；报纸出租；图书出租；音像制品出租；期刊出租；文化用品设备出租；信息系统集成服务；软件开发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；信息技术咨询服务；软件销售；珠宝首饰零售；美发饰品销售；日用百货销售（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）。许可项目：食品经营（销售散装食品）；保健食品销售；特殊医学用途配方食品销售；婴幼儿配方乳粉销售；食品互联网销售（销售预包装食品）；出版物零售；出版物互联网销售；理发服务；生活美容服务；食品经营。
统一社会信用代码	91510100054130679G
股权结构	孩子王控股100%

截至2022年9月末，四川孩子王通过直接设立或以分公司形式设立并经营管

理38家直营门店，37家开业在营，1家尚未开业。

## (2) 最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	60,761.99
净资产	4,812.61
营业收入	70,821.39
净利润	-178.66

## (3) 主营业务与发行人主营业务的关系

四川孩子王为发行人下属子公司，通过经营管理四川地区的下属门店开展母婴童商品零售与服务业务。

## 5、湖南童联儿童用品有限公司

### (1) 基本情况

公司名称	湖南童联儿童用品有限公司
成立日期	2013年3月13日
注册地址	湖南省长沙市天心区书院南路189号广厦新村D13栋201房屋
注册资本	500万元
实收资本	500万元
法定代表人	郝辉军
企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
经营范围	许可项目：食品销售；理发服务；生活美容服务；母婴保健技术服务；出版物零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：食品销售（仅销售预包装食品）；食品互联网销售（仅销售预包装食品）；日用品销售；婴幼儿配方乳粉及其他婴幼儿配方食品销售；化妆品零售；服装服饰零售；日用百货销售；钟表销售；箱包销售；特殊医学用途配方食品销售；玩具、动漫及游艺用品销售；母婴用品销售；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；互联网销售（除销售需要许可的商品）；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；装卸搬运；物业管理；礼仪服务；企业形象策划；会议及展览服务；摄影扩印服务；家政服务；票务代理服务；养生保健服务（非医疗）；游乐园服务【分支机构经营】；健康咨询服务（不含诊疗服务）；社会经济咨询服务；市场营销策划；图书出租；音像制品出租；期刊出租；文化用品设备出租；信息技术咨询服务；软件开发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；软件销售；珠宝首饰零售；美发饰品销售；外卖递送服务；非居住房地产租赁；文具用品零售；通讯设备销售；日用品批发；保健食品（预包装）销售；家用电器销售。（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）

统一社会信用代码	91430103064205769K
股权结构	孩子王控股100%

截至2022年9月末，湖南童联以分公司形式设立并经营管理31家直营门店，30家开业在营，1家已闭店尚未注销。

## (2) 最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	29,052.43
净资产	930.58
营业收入	40,061.41
净利润	-314.71

## (3) 主营业务与发行人主营业务的关系

湖南童联为发行人下属子公司，通过经营管理湖南地区的下属门店开展母婴童商品零售与服务业务。

## 6、湖北孩子王儿童用品有限公司

### (1) 基本情况

公司名称	湖北孩子王儿童用品有限公司
成立日期	2013年6月17日
注册地址	武汉经济技术开发区12C2地块经开万达广场A区购物中心综合楼三楼
注册资本	500万元
实收资本	500万元
法定代表人	方红霞
企业类型	有限责任公司（外商投资企业法人独资）
经营范围	许可项目：食品经营（销售预包装食品）；食品经营；食品经营（销售散装食品）；食品互联网销售；食品互联网销售（销售预包装食品）；出版物零售；理发服务；生活美容服务；保健食品销售；特殊医学用途配方食品销售；婴幼儿配方乳粉销售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：日用品销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；母婴生活护理（不含医疗服务）；母婴用品销售；服装服饰零售；化妆品零售；第二类医疗器械销售；装卸搬运；物业管理；组织文化艺术交流活动；礼仪服务；企业形象策划；会议及展览服务；摄影扩印服务；票务代理服务；养生保健服务（非医疗）；游乐园服务；健康咨询服务（不含诊疗服务）；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；报纸出租；图书出租；音像制品出租；期刊出租；文化用品设备出租；面向家长实施的家庭教育咨询服务；日用杂品销售；办公用品销售；日用百货销售；家用电器销售；日用家电零

	售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；电子产品销售；个人卫生用品销售；珠宝首饰零售；美发饰品销售；第一类医疗器械销售；游艺及娱乐用品销售；日用口罩（非医用）销售；钟表销售；箱包销售；玩具、动漫及游艺用品销售；非居住房地产租赁；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；广告设计、代理；体育用品设备出租；单用途商业预付卡代理销售；宠物服务（不含动物诊疗）；宠物食品及用品零售；日用化学产品销售；体育用品及器材零售；日用品出租；休闲娱乐用品设备出租；特种设备出租；信息系统集成服务；软件开发；信息技术咨询服务；软件销售（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）
统一社会信用代码	91420100070518825P
股权结构	孩子王控股100%

截至2022年9月末，湖北孩子王以分公司形式设立并经营管理28家直营门店，26家开业在营，2家尚未开业。

## （2）最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	28,927.45
净资产	575.12
营业收入	41,219.72
净利润	-691.52

## （3）主营业务与发行人主营业务的关系

湖北孩子王为发行人下属子公司，通过经营管理湖北地区的下属门店开展母婴商品零售与服务业务。

## 7、山东孩子王儿童用品有限公司

### （1）基本情况

公司名称	山东孩子王儿童用品有限公司
成立日期	2013年6月19日
注册地址	山东省济南市市中区经四路5号万达广场娱乐楼2楼
注册资本	4,000万元
实收资本	4,000万元
法定代表人	方红霞
企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
经营范围	许可项目：食品销售；出版物互联网销售；出版物零售；出版物批发；理发服务；生活美容服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：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；母婴用品销售；母婴生活护理（不含医疗服务）；日用品销售；日用品批发；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；日用百货销售；会议及展览服务；礼仪服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；乐器批发；玩具、动漫及游艺用品销售；箱包销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；钟表销售；化妆品零售；化妆品批发；计算机及通讯设备租赁；通讯设备销售；信息安全设备销售；养生保健服务（非医疗）；非居住房地产租赁；柜台、摊位出租；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；针纺织品销售；摄像及视频制作服务；游艺及娱乐用品销售；游乐园服务；企业形象策划；票务代理服务；健康咨询服务（不含诊疗服务）；物业管理；组织文化艺术交流活动；文化用品设备出租；装卸搬运；食品销售（仅销售预包装食品）；食品互联网销售（仅销售预包装食品）；信息技术咨询服务；信息系统集成服务；软件开发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；软件销售；美发饰品销售；报纸出租；音像制品出租；期刊出租；图书出租。
统一社会信用代码	91370103069020982A
股权结构	孩子王控股100%

截至2022年9月末，山东孩子王通过直接设立或以分公司形式设立并经营管理26家直营门店，25家开业在营，1家尚未开业。

## （2）最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	29,753.49
净资产	3,465.86
营业收入	32,888.72
净利润	-825.13

## （3）主营业务与发行人主营业务的关系

山东孩子王为发行人下属子公司，通过经营管理山东地区（除青岛以外）的下属门店开展母婴童商品零售与服务业务。

## 8、杭州孩子王儿童用品有限公司

### （1）基本情况

公司名称	杭州孩子王儿童用品有限公司
成立日期	2013年8月13日
注册地址	浙江省杭州市上城区四季青街道凤起东路203号中豪五福天地商业中心2幢1902室
注册资本	5,000万元
实收资本	5,000万元



法定代表人	刘斌
企业类型	有限责任公司（外商投资企业法人独资）
经营范围	一般项目：信息系统集成服务；软件开发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；信息技术咨询服务；软件销售；珠宝首饰零售；美发饰品销售；日用百货销售；玩具销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；母婴用品销售；办公用品销售；个人卫生用品销售；化妆品零售；游艺用品及室内游艺器材销售；体育用品及器材零售；休闲娱乐用品设备出租；服装服饰零售；针纺织品销售；游乐园服务；会议及展览服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；摄像及视频制作服务；礼仪服务；家政服务；中医养生保健服务（非医疗）；健康咨询服务（不含诊疗服务）；社会经济咨询服务；组织文化艺术交流活动；非居住房地产租赁；报纸出租；音像制品出租；期刊出租；图书出租（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）。许可项目：食品销售；出版物零售；理发服务；食品互联网销售
统一社会信用代码	91330105074335786E
股权结构	孩子王控股100%

截至2022年9月末，杭州孩子王以分公司形式设立并经营管理32家直营门店，30家开业在营，1家已闭店尚未注销，1家尚未开业。

## （2）最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	43,306.36
净资产	7,481.31
营业收入	46,367.07
净利润	118.58

## （3）主营业务与发行人主营业务的关系

杭州孩子王为发行人下属子公司，通过经营管理杭州地区的下属门店开展母婴童商品零售与服务业务。

## 9、青岛孩子王儿童用品有限公司

### （1）基本情况

公司名称	青岛孩子王儿童用品有限公司
成立日期	2013年9月29日
注册地址	青岛市市北区延吉路116号CBD万达广场综合楼一层部分
注册资本	2,500万元
实收资本	2,500万元
法定代表人	方红霞
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）

<b>经营范围</b>	一般项目：母婴用品销售；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；日用品销售；日用品批发；母婴生活护理（不含医疗服务）；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；日用百货销售；会议及展览服务；礼仪服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；乐器批发；玩具、动漫及游艺用品销售；箱包销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；钟表销售；化妆品零售；化妆品批发；计算机及通讯设备租赁；通讯设备销售；信息安全设备销售；养生保健服务（非医疗）；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）；针纺织品销售；摄像及视频制作服务；游艺及娱乐用品销售；游乐园服务；企业形象策划；票务代理服务；健康咨询服务（不含诊疗服务）；物业管理；组织文化艺术交流活动；文化用品设备出租；装卸搬运；食品互联网销售（仅销售预包装食品）；食品销售（仅销售预包装食品）；信息技术咨询服务；信息系统集成服务；软件开发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；软件销售；美发饰品销售；报纸出租；音像制品出租；期刊出租；图书出租。（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）许可项目：食品经营（销售散装食品）；出版物互联网销售；出版物零售；出版物批发；理发服务；生活美容服务；食品销售。
<b>统一社会信用代码</b>	91370203077380742U
<b>股权结构</b>	孩子王控股100%

截至2022年9月末，青岛孩子王通过直接设立或以分公司形式设立并经营管理12家直营门店，8家开业在营，3家尚未开业，1家已闭店尚未注销。

## (2) 最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	6,865.59
净资产	2,766.43
营业收入	9,089.80
净利润	-40.35

## (3) 主营业务与发行人主营业务的关系

青岛孩子王为发行人下属子公司，通过经营管理青岛地区的下属门店开展母婴童商品零售与服务业务。

## 10、宁波孩子王儿童用品有限公司

### (1) 基本情况

<b>公司名称</b>	宁波孩子王儿童用品有限公司
<b>成立日期</b>	2014年10月9日

注册地址	浙江省宁波市鄞州区兴宁路43号109室
注册资本	1,500万元
实收资本	1,500万元
法定代表人	汪美君
企业类型	有限责任公司（外商投资企业法人独资）
经营范围	许可项目：食品销售；出版物零售；理发服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。一般项目：信息系统集成服务；软件开发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；信息技术咨询服务；软件销售；珠宝首饰零售；美发饰品销售；日用百货销售；报纸出租；音像制品出租；期刊出租；图书出租；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；针纺织品销售；母婴用品销售；玩具销售；乐器零售；乐器零配件销售；音响设备销售；通讯设备销售；化妆品零售；电子产品销售；箱包销售；钟表销售；会议及展览服务；礼仪服务；摄像及视频制作服务；组织文化艺术交流活动；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）；社会经济咨询服务；健康咨询服务（不含诊疗服务）；企业形象策划；游艺及娱乐用品销售；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；服装服饰零售；家政服务；养生保健服务（非医疗）；日用品出租
统一社会信用代码	913302043168356457
股权结构	孩子王控股100%

截至2022年9月末，宁波孩子王以分公司形式设立并经营管理5家直营门店，均开业在营。

## （2）最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	7,928.84
净资产	1,713.70
营业收入	9,029.96
净利润	-99.55

## （3）主营业务与发行人主营业务的关系

宁波孩子王为发行人下属子公司，通过经营管理宁波地区的下属门店开展母婴商品零售与服务业务。

## 11、河北孩子王儿童用品有限公司

### （1）基本情况

公司名称	河北孩子王儿童用品有限公司
成立日期	2014年11月10日
注册地址	河北省石家庄市裕华区建华南大街136号万达广场超市楼3F-B

注册资本	500万元
实收资本	500万元
法定代表人	方红霞
企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
经营范围	玩具、电子产品研发、租赁、销售；图书报刊、音像制品、日用品、批发、零售；乐器、音响设备的安装、维修、租赁；医疗器械、化妆品、展台、展柜、通信设备、工艺美术品、箱包、钟表、养生美体美容仪销售；服装设计、销售；会议服务，礼仪庆典服务，摄影服务，儿童室内游戏娱乐服务；文化艺术交流活动策划；企业形象策划；房屋租赁；物业服务，仓储服务（危险品除外）；自营或代理各类商品和技术的进出口业务（国家限制或禁止的商品和技术除外）；健康管理咨询（医疗、诊疗除外）；搬倒装卸服务；票务代理；经济贸易信息咨询（金融、教育、证券、期货、投资咨询除外）；美容美发服务；家政服务；保健按摩服务；预包装食品、散装食品、特殊食品（其他婴幼儿配方食品、保健食品、婴幼儿配方乳粉、特殊医学用途配方食品）销售。
统一社会信用代码	91130100319894608R
股权结构	孩子王控股100%

截至2022年9月末，河北孩子王通过直接设立或以分公司形式设立并经营管理14家直营门店，均开业在营。

## （2）最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	18,797.19
净资产	2,241.00
营业收入	26,043.85
净利润	2.10

## （3）主营业务与发行人主营业务的关系

河北孩子王为发行人下属子公司，通过经营管理河北地区的下属门店开展母婴商品零售与服务业务。

## 12、广东孩子王儿童用品有限公司

### （1）基本情况

公司名称	广东孩子王儿童用品有限公司
成立日期	2015年4月24日
注册地址	广州市荔湾区黄沙大道8号309房之一、308房之一
注册资本	3,000万元
实收资本	3,000万元
法定代表人	倪汇丽

<b>企业类型</b>	有限责任公司（外商投资企业法人独资）
<b>经营范围</b>	互联网销售（除销售需要许可的商品）；体育用品及器材零售；体育用品及器材批发；游艺及娱乐用品销售；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；母婴用品销售；办公用品销售；文具用品零售；个人卫生用品销售；玩具、动漫及游艺用品销售；玩具销售；服装服饰零售；服装辅料销售；服装服饰批发；鞋帽零售；鞋帽批发；家具销售；家具零配件销售；电子产品销售；乐器零售；乐器批发；柜台、摊位出租；图书出租；音像制品出租；日用品出租；服装服饰出租；办公设备租赁服务；咨询策划服务；针纺织品及原料销售；针纺织品销售；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；信息技术咨询服务；健康咨询服务（不含诊疗服务）；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；信息系统集成服务；软件销售；日用品销售；日用品批发；美发饰品销售；珠宝首饰零售；珠宝首饰批发；报纸出租；期刊出租；化妆品零售；化妆品批发；家居用品销售；钟表销售；票务代理服务；物业管理；家用电器零配件销售；家用电器销售；家政服务；食品经营（仅销售预包装食品）；养生保健服务（非医疗）；婴幼儿配方乳粉销售；特殊医学用途配方食品销售；保健食品销售；理发服务；出版物零售；出版物批发；食品互联网销售（销售预包装食品）。
<b>统一社会信用代码</b>	91440101340152780L
<b>股权结构</b>	孩子王控股100%

截至2022年9月末，广东孩子王通过直接设立或以分公司形式设立并经营管理23家直营门店，均开业在营。

## （2）最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	29,535.38
净资产	3,098.78
营业收入	34,291.27
净利润	-332.51

## （3）主营业务与发行人主营业务的关系

广东孩子王为发行人下属子公司，通过经营管理广东地区（除深圳以外）的下属门店开展母婴童商品零售与服务业务。

## 13、河南童联孩子王儿童用品有限公司

### （1）基本情况

<b>公司名称</b>	河南童联孩子王儿童用品有限公司
<b>成立日期</b>	2015年5月29日
<b>注册地址</b>	郑州市二七区大学南路8号万达广场娱乐城Z-3F-A-B
<b>注册资本</b>	20,500万元

实收资本	20,500万元
法定代表人	方红霞
企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
经营范围	一般项目：母婴用品销售；玩具销售；服装服饰零售；日用品销售；化妆品零售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；办公设备销售；办公用品销售；电子产品销售；游乐园服务；家政服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；会议及展览服务；礼仪服务；摄影扩印服务；组织文化艺术交流活动；乐器维修、调试；企业形象策划；国内贸易代理；非居住房地产租赁；物业管理；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；装卸搬运；票务代理服务；健康咨询服务（不含诊疗服务）；养生保健服务（非医疗）；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；箱包销售；钟表销售；摄像及视频制作服务；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；信息系统集成服务；软件开发；信息技术咨询服务；软件销售；珠宝首饰零售；美发饰品销售；日用百货销售；食品销售（仅销售预包装食品）；食品互联网销售（仅销售预包装食品）；婴幼儿配方乳粉及其他婴幼儿配方食品销售；保健食品（预包装）销售；特殊医学用途配方食品销售；货物进出口（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）许可项目：食品销售；食品互联网销售；理发服务；生活美容服务；出版物零售
统一社会信用代码	9141010334504632XK
股权结构	孩子王控股100%

截至2022年9月末，河南孩子王通过直接设立或以分公司形式设立并经营管理17家直营门店，16家开业在营，1家尚未开业。

## （2）最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	39,952.83
净资产	20,803.29
营业收入	24,161.31
净利润	-105.39

## （3）主营业务与发行人主营业务的关系

河南孩子王为发行人下属子公司，通过经营管理河南地区的下属门店开展母婴童商品零售与服务业务。

## 14、陕西孩子王儿童用品有限公司

### （1）基本情况

公司名称	陕西孩子王儿童用品有限公司
------	---------------

成立日期	2015年6月8日
注册地址	西安市碑林区雁塔路北段8号万达广场娱乐楼2F-B室
注册资本	500万元
实收资本	500万元
法定代表人	蒋迎春
企业类型	有限责任公司（外商投资企业法人独资）
经营范围	一般项目：第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；办公设备销售；食用农产品零售；服装服饰零售；化妆品零售；个人卫生用品销售；日用品销售；母婴用品销售；钟表销售；箱包销售；文具用品零售；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；乐器零售；玩具、动漫及游艺用品销售；家用视听设备销售；通信设备销售；装卸搬运；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；物业管理；非居住房地产租赁；办公设备租赁服务；休闲娱乐用品设备出租；文化用品设备出租；图书出租；音像制品出租；报纸出租；期刊出租；日用品出租；商业综合体管理服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；企业形象策划；健康咨询服务（不含诊疗服务）；会议及展览服务；商务代理代办服务；票务代理服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；科普宣传服务；家政服务；养生保健服务（非医疗）；摄影扩印服务；礼仪服务；母婴生活护理（不含医疗服务）；游乐园服务；组织文化艺术交流活动；租借道具活动；信息系统集成服务；软件开发；信息技术咨询服务；软件销售；珠宝首饰零售；美发饰品销售。（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）许可项目：食品经营；出版物批发；出版物零售；理发服务；生活美容服务。
统一社会信用代码	91610100333756228A
股权结构	孩子王控股100%

截至2022年9月末，陕西孩子王以分公司形式设立并经营管理15家直营门店，均开业在营。

## （2）最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	16,581.75
净资产	196.58
营业收入	21,784.86
净利润	-566.72

## （3）主营业务与发行人主营业务的关系

陕西孩子王为发行人下属子公司，通过经营管理陕西地区的下属门店开展母婴童商品零售与服务业务。

## 15、天津童联孩子王儿童用品有限公司

### (1) 基本情况

公司名称	天津童联孩子王儿童用品有限公司
成立日期	2015年6月23日
注册地址	天津市河东区琳科东路68号红星国际广场333号商铺
注册资本	5,000万元
实收资本	5,000万元
法定代表人	方红霞
企业类型	有限责任公司（法人独资）
经营范围	许可项目：食品经营；出版物零售；技术进出口；货物进出口；保健食品销售；婴幼儿配方乳粉销售；特殊医学用途配方食品销售；理发服务；美容服务；食品互联网销售；食品互联网销售（销售预包装食品）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）。一般项目：厨具卫具及日用杂品零售；厨具卫具及日用杂品批发；化妆品批发；母婴用品销售；日用品销售；针纺织品销售；日用百货销售；针纺织品及原料销售；棉、麻销售；体育用品及器材批发；个人卫生用品销售；化妆品零售；服装服饰零售；服装服饰批发；体育用品及器材零售；办公设备销售；鞋帽批发；卫生洁具销售；户外用品销售；日用家电零售；文具用品零售；家具销售；家用电器销售；鞋帽零售；箱包销售；文具用品批发；自行车及零配件零售；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；新材料技术推广服务；游乐园服务；休闲娱乐用品设备出租；会议及展览服务；礼仪服务；婚庆礼仪服务；摄像及视频制作服务；组织文化艺术交流活动；企业形象策划；非居住房地产租赁；物业管理；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；装卸搬运；票务代理服务；玩具销售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；信息技术咨询服务；乐器零售；健康咨询服务（不含诊疗服务）；养生保健服务（非医疗）；家政服务；互联网销售（除销售需要许可的商品）；文化用品设备出租；信息系统集成服务；软件开发；软件销售；珠宝首饰零售；美发饰品销售；报纸出租；音像制品出租；期刊出租；图书出租。
统一社会信用代码	91120102340995374L
股权结构	孩子王控股100%

截至2022年9月末，天津孩子王通过直接设立或以分公司形式设立并经营管理8家直营门店，均开业在营。

### (2) 最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	18,652.67
净资产	11,348.97



项目	2021年12月31日/2021年度
营业收入	10,933.64
净利润	-156.02

### (3) 主营业务与发行人主营业务的关系

天津孩子王为发行人下属子公司，通过经营管理天津地区的下属门店开展母婴商品零售与服务业务。

## 16、辽宁孩子王儿童用品有限公司

### (1) 基本情况

公司名称	辽宁孩子王儿童用品有限公司
成立日期	2015年10月22日
注册地址	沈阳市铁西区兴华南街58-20号F3层3001
注册资本	1,500万元
实收资本	1,500万元
法定代表人	方红霞
企业类型	有限责任公司（外商投资企业法人独资）
经营范围	许可项目：食品经营，食品经营（销售散装食品），保健食品销售，特殊医学用途配方食品销售，出版物零售，出版物互联网销售，理发服务，生活美容服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：食品经营（仅销售预包装食品），日用品销售，母婴用品销售，服装服饰零售，箱包销售，钟表销售，化妆品零售，第一类医疗器械销售，第二类医疗器械销售，眼镜销售（不含隐形眼镜），工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外），互联网销售（除销售需要许可的商品），物业管理，国内贸易代理，普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目），组织文化艺术交流活动，礼仪服务，企业形象策划，会议及展览服务，摄影扩印服务，摄像及视频制作服务，家政服务，票务代理服务，养生保健服务（非医疗），中医养生保健服务（非医疗），游乐园服务，健康咨询服务（不含诊疗服务），社会经济咨询服务，信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务），报纸出租，图书出租，音像制品出租，期刊出租，文化用品设备出租，珠宝首饰零售，美发饰品销售，日用百货销售，玩具销售，技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广，日用品出租，休闲娱乐用品设备出租，非居住房地产租赁，鞋帽零售，电子、机械设备维护（不含特种设备），金属结构销售，日用口罩（非医用）销售，通讯设备销售，母婴生活护理（不含医疗服务），玩具、动漫及游艺用品销售。
统一社会信用代码	91210106MA0P41Y27P
股权结构	孩子王控股100%

截至2022年9月末，辽宁孩子王通过直接设立或以分公司形式设立并经营管理3家直营门店，均开业在营。

## (2) 最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	3,855.28
净资产	1,498.86
营业收入	4,221.69
净利润	-109.97

## (3) 主营业务与发行人主营业务的关系

辽宁孩子王为发行人下属子公司，通过经营管理辽宁地区的下属门店开展母婴童商品零售与服务业务。

## 17、福建孩子王儿童用品有限公司

### (1) 基本情况

公司名称	福建孩子王儿童用品有限公司
成立日期	2015年10月23日
注册地址	福建省福州市晋安区象园街道晋连路19号福州世欧广场南区B1层A4-B1-13号铺-1
注册资本	2,000万元
实收资本	2,000万元
法定代表人	倪汇丽
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
经营范围	一般项目：日用百货销售；电子产品销售；化妆品零售；化妆品批发；个人卫生用品销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；通讯设备销售；玩具销售；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；母婴用品销售；日用品销售；母婴用品制造；日用杂品销售；玩具制造；服装服饰批发；服装服饰零售；会议及展览服务；礼仪服务；组织文化艺术交流活动；非居住房地产租赁；物业管理；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；办公设备租赁服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；健康咨询服务（不含诊疗服务）；票务代理服务；母婴生活护理（不含医疗服务）；摄影扩印服务；摄像及视频制作服务；个人商务服务；社会经济咨询服务；游乐园服务；企业形象策划；珠宝首饰批发；珠宝首饰零售；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；箱包销售；眼镜销售（不含隐形眼镜）；钟表销售；供应链管理服务；养生保健服务（非医疗）；单用途商业预付卡代理销售；家政服务；休闲娱乐用品设备出租；日用品出租；文化用品设备出租；租借道具活动；信息系统集成服务；软件开发；软件销售；美发饰品销售；报纸出租；音像制品出租；期刊出租；图书出租（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）许可项目：出版物批发；出版物零售；食品经营；食品经营（销售预包装食品）；食品互联网销售（销售预包装食品）；保健食品销售；食品互联网销售；婴幼儿配方乳粉销售；特殊医学用途配方食品销售；技术进出口；进

	出口代理；货物进出口；道路货物运输（不含危险货物）；理发服务；美容服务。
统一社会信用代码	91350100MA2XN8FY17
股权结构	孩子王控股100%

截至2022年9月末，福建孩子王以分公司形式设立并经营管理10家直营门店，其中，8家开业在营，1家已闭店尚未注销，1家尚未开业。

## （2）最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	20,313.48
净资产	2,297.01
营业收入	12,491.21
净利润	-169.64

## （3）主营业务与发行人主营业务的关系

福建孩子王为发行人下属子公司，通过经营管理福建地区（除厦门地区外）的下属门店开展母婴童商品零售与服务业务。

## 18、厦门童联孩子王儿童用品有限公司

### （1）基本情况

公司名称	厦门童联孩子王儿童用品有限公司
成立日期	2016年4月15日
注册地址	厦门市思明区厦禾路888号禹洲·世贸商城一期A区124号4F
注册资本	500万元
实收资本	500万元
法定代表人	倪汇丽
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
经营范围	一般项目：服装服饰零售；图书出租；单用途商业预付卡代理销售；养生保健服务（非医疗）；美发饰品销售；化妆品零售；个人卫生用品销售；日用百货销售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；第一类医疗器械销售；软件开发；日用家电零售；面向家长实施的家庭教育咨询服务；休闲娱乐用品设备出租；体育用品设备出租；信息技术咨询服务；会议及展览服务；组织文化艺术交流活动；通信设备销售；物业管理；装卸搬运；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；旅客票务代理；健康咨询服务（不含诊疗服务）；母婴用品销售；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；信息系统集成服务；软件销售；音像制品出租；报纸出租；期刊出租；摄像及视频制作服务；企业形象策划；礼仪服务；个人商务服务；珠宝首饰零售；家政服务；供应链管理服务；租赁服务（不含出版物出租）；柜台、摊位出租；电子产品销售；箱包销售；日用品

	销售；眼镜销售（不含隐形眼镜）；钟表销售；玩具、动漫及游艺用品销售；玩具制造；玩具销售；母婴用品制造；日用杂品销售；第二类医疗器械销售。（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）许可项目：食品经营（仅销售预包装食品）；特殊医学用途配方食品销售；食品互联网销售（销售预包装食品）；出版物批发；出版物零售；保健食品销售；婴幼儿配方乳粉销售；理发服务；生活美容服务；出版物互联网销售。
统一社会信用代码	91350203MA347GJ25K
股权结构	孩子王控股100%

截至2022年9月末，厦门孩子王通过直接设立或以分公司形式设立并经营管理2家直营门店，均开业在营。

## (2) 最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	2,415.85
净资产	747.06
营业收入	2,263.14
净利润	-61.18

## (3) 主营业务与发行人主营业务的关系

厦门孩子王为发行人下属子公司，通过经营管理厦门地区的下属门店开展母婴商品零售与服务业务。

## 19、江西孩子王儿童用品有限公司

### (1) 基本情况

公司名称	江西孩子王儿童用品有限公司
成立日期	2017年4月6日
注册地址	江西省南昌市西湖区云锦路368号西湖万达广场3F-C
注册资本	500万元
实收资本	500万元
法定代表人	倪汇丽
企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
经营范围	许可项目：食品经营，食品经营（销售散装食品），保健食品销售，婴幼儿配方乳粉销售，特殊医学用途配方食品销售，出版物互联网销售，出版物零售，理发服务，生活美容服务；一般项目：食品经营（销售预包装食品），食品互联网销售（销售预包装食品），日用品销售，母婴用品销售，服装服饰零售，化妆品零售，第一类医疗器械销售，第二类医疗器械销售，眼镜销售（不含隐形眼镜），互联网销售（除销售需要许可的商品），装卸搬运，物业管理，国内贸易代理，普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目），组织文化艺术交流活动，礼仪服务，企

	业形象策划，会议及展览服务，摄影扩印服务，家政服务，票务代理服务，养生保健服务（非医疗），游乐园服务，健康咨询服务（不含诊疗服务），社会经济咨询服务，信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务），报纸出租，图书出租，音像制品出租，期刊出租，文化用品设备出租，信息系统集成服务，软件开发，技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广，信息技术咨询服务，软件销售，珠宝首饰零售，美发饰品销售
统一社会信用代码	91360103MA35UCGW7Q
股权结构	孩子王控股100%

截至2022年9月末，江西孩子王通过直接设立或以分公司形式设立并经营管理13家直营门店，均开业在营。

## （2）最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	9,422.02
净资产	1,043.18
营业收入	15,342.46
净利润	0.51

## （3）主营业务与发行人主营业务的关系

江西孩子王为发行人下属子公司，通过经营管理江西地区的下属门店开展母婴商品零售与服务业务。

## 20、广西爱乐儿童用品有限公司

### （1）基本情况

公司名称	广西爱乐儿童用品有限公司
成立日期	2017年4月12日
注册地址	南宁市江南区亭洪路48-1号江南万达广场3楼3F-A铺
注册资本	500万元
实收资本	500万元
法定代表人	倪汇丽
企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
经营范围	许可项目：出版物零售；出版物批发；食品销售；食品互联网销售；道路货物运输（不含危险货物）；理发服务；生活美容服务；出版物互联网销售；第一类增值电信业务；第二类增值电信业务；互联网信息服务；医疗器械互联网信息服务；药品互联网信息服务；信息网络传播视听节目；网络文化经营；婴幼儿洗浴服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：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；互联网销售（除销售需要许可的商品）；食品互联网销售（仅销售预包装食品）；特殊医学用途配方食品销售；技术进出口；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；货物进出口；进出口代理；玩具销售；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；母婴用品销售；玩具制造；服装服饰零售；化妆品零售；日用百货销售；办公设备销售；文具用品零售；文具用品批发；玩具、动漫及游艺用品销售；箱包销售；钟表销售；日用品销售；会议及展览服务；休闲娱乐用品设备出租；游乐园服务；通讯设备销售；母婴生活护理（不含医疗服务）；礼仪服务；社会经济咨询服务；健康咨询服务（不含诊疗服务）；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；非居住房地产租赁；物业管理；商业综合体管理服务；办公设备租赁服务；组织文化艺术交流活动；装卸搬运；摄影扩印服务；家用视听设备销售；文化用品设备出租；企业形象策划；商务代理代办服务；票务代理服务；科普宣传服务；租借道具活动；日用品出租；通信设备销售；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；乐器零售；个人卫生用品销售；报纸出租；音像制品出租；期刊出租；图书出租；美甲服务；信息系统集成服务；软件开发；软件销售；珠宝首饰零售；美发饰品销售；特种设备出租；体育用品设备出租；体育用品及器材零售；家用电器销售；单用途商业预付卡代理销售；宠物服务（不含动物诊疗）；宠物食品及用品零售；租赁服务（不含许可类租赁服务）；日用化学产品销售；日用口罩（非医用）销售
统一社会信用代码	91450105MA5L2UY47W
股权结构	孩子王控股100%

截至2022年9月末，广西爱乐通过直接设立或以分公司形式设立并经营管理12家直营门店，均开业在营。

## （2）最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	12,918.21
净资产	960.75
营业收入	12,723.94
净利润	-139.13

## （3）主营业务与发行人主营业务的关系

广西爱乐为发行人下属子公司，通过经营管理广西地区的下属门店开展母婴童商品零售与服务业务。

## 21、贵州孩子王儿童用品有限公司

### （1）基本情况

公司名称	贵州孩子王儿童用品有限公司
------	---------------

成立日期	2018年3月8日
注册地址	贵阳市观山湖区云潭南路与观山西路交叉口西南侧万达广场综合楼2F
注册资本	500万元
实收资本	500万元
法定代表人	蒋迎春
企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
经营范围	法律、法规、国务院决定规定禁止的不得经营;法律、法规、国务院决定规定应当许可（审批）的,经审批机关批准后凭许可（审批）文件经营;法律、法规、国务院决定规定无需许可（审批）的,市场主体自主选择经营。（儿童用品、母婴用品、玩具的研发与销售;服装设计与销售;儿童游乐设备的技术开发、技术转让、技术服务、技术咨询;儿童玩具、儿童用品租赁;商业信息咨询、经济信息咨询（以上不含投资理财、投融资理财咨询业务）;乐器信息咨询服务;会议与展览服务;礼仪服务;摄影服务;组织文化艺术交流活动;乐器及配套器材、音响设备的安装、维护、租赁;企业形象策划;母婴护理;儿童游乐园;房屋租赁;物业管理;装卸搬运服务;票务代理;健康信息咨询（治疗除外）;销售:食品、货架、图书、报刊、化妆品、日用百货、电子产品、办公设备、儿童游乐设备、通讯设备及智能卡、工艺品（象牙及其制品除外）、箱包、钟表、I、II类医疗器械;货物及技术进出口业务（国家禁止或限制的除外）;商务信息咨询（不含投资理财、投融资理财咨询业务）、按摩服务;供应链管理;道路普通货物运输。理发服务;母婴护理服务;健康信息咨询;美容服务;养生保健服务;美容仪器、食品的销售。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）
统一社会信用代码	91520115MA6GW20Q5B
股权结构	孩子王控股100%

截至2022年9月末，贵州孩子王通过直接设立或以分公司形式设立并经营管理7家直营门店，均开业在营。

## （2）最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	6,028.03
净资产	56.73
营业收入	4,767.66
净利润	-480.16

## （3）主营业务与发行人主营业务的关系

贵州孩子王为发行人下属子公司，通过经营管理贵州地区的下属门店开展母婴商品零售与服务业务。

## 22、深圳市童联儿童用品有限公司

### (1) 基本情况

公司名称	深圳市童联儿童用品有限公司
成立日期	2018年6月15日
注册地址	深圳市龙华区龙华街道景龙社区人民路4022号壹方天地2栋L1-013
注册资本	500万元
实收资本	500万元
法定代表人	倪汇丽
企业类型	有限责任公司（法人独资）
经营范围	一般经营项目是：经营电子商务；母婴用品、儿童用品、玩具的研发与销售；服装设计与销售；化妆品销售；日用百货销售；办公类电子设备的零售与批发；儿童娱乐设备（玩具）销售，儿童娱乐设备领域的技术开发、技术咨询；儿童玩具、儿童用品的租赁，经济信息咨询，乐器信息咨询。会务策划，展览展示策划、礼仪策划，摄影服务，文化活动策划，乐器及配套器材、音响设备的上门安装、上门维护、租赁；企业形象策划、商务服务，母婴服务；提供儿童室内游戏场所服务；通讯设备及智能卡的销售；开放式货架销售；自有房屋租赁；物业管理，仓储服务，装卸搬运；票务代理；育儿知识培训。健康养生管理咨询；供应链管理；电子产品销售。珠宝首饰、金银饰品、工艺品（象牙及其制品除外）、箱包、钟表的销售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）；互联网销售（除销售需要许可的商品）；信息系统集成服务；软件开发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；信息技术咨询服务；软件销售；珠宝首饰零售；美发饰品销售。（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），许可经营项目是：普通货运、预包装食品、乳制品、保健食品的销售；图书音像经营；仓储服务。图书、报刊的销售；预包装食品（含冷藏冷冻食品）、散装食品（含冷藏冷冻食品）销售；其他婴幼儿配方食品销售；保健食品销售；婴幼儿配方乳粉销售；一类医疗器械、二类医疗器械的销售；母婴服务；提供儿童室内游戏场所服务；报纸出租；音像制品出租；期刊出租；图书出租。
统一社会信用代码	91440300MA5F6EJU7J
股权结构	孩子王控股100%

截至2022年9月末，深圳童联直接设立或以分公司形式设立并经营管理5家直营门店，均开业在营。

### (2) 最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	6,125.93
净资产	897.28
营业收入	5,464.22



净利润	-57.14
-----	--------

### (3) 主营业务与发行人主营业务的关系

深圳童联为发行人下属子公司，通过经营管理深圳地区的下属门店开展母婴童商品零售与服务业务。

## 23、香港孩子王商贸有限公司

### (1) 基本情况

公司名称	香港孩子王商贸有限公司
成立日期	2015年8月24日
注册地址	9/F MW TOWER NO.111 BONHAM STRAND SHEUNG WAN, HK
注册资本	HKD 1.00
企业性质	私人股份有限公司
公司编号	2278043
股权结构	孩子王控股100%

### (2) 最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	49,259.60
净资产	46,238.64
营业收入	1,722.58
净利润	943.19

### (3) 主营业务与发行人主营业务的关系

香港商贸为发行人下属子公司，为孩子王在香港设立的专门从事跨境购配套业务的公司。

## 24、童联供应链有限公司

### (1) 基本情况

公司名称	童联供应链有限公司
成立日期	2015年10月21日
注册地址	南京市江宁区空港枢纽经济区苍穹路2号（江宁开发区）
注册资本	31,948.8818万元
实收资本	15,475.40万元
法定代表人	郭延灯
企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
经营范围	供应链管理及相关咨询；仓储服务；服装、食品、百货、玩具产品的进出口业务；佣金代理（拍卖除外）；促销服务、信息服务；

	儿童用品的研发与批发；儿童娱乐设备（玩具）的批发；预包装食品销售；散装食品销售；保健食品销售；婴幼儿配方乳粉销售；图书、报刊、医疗器械、电子设备的批发、零售；企业形象的策划；商务服务；货架销售；自有房屋租赁；物业管理；商务信息咨询；许可项目：道路货物运输（不含危险货物）；一般项目：集装箱租赁服务；仓储设备租赁服务；包装服务；装卸搬运；运输设备租赁服务
统一社会信用代码	91320115MA1MA1WBX5
股权结构	孩子王控股100%

## (2) 最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	36,134.64
净资产	14,186.99
营业收入	3,505.76
净利润	1,046.94

## (3) 主营业务与发行人主营业务的关系

童联供应链为发行人下属子公司，主要为孩子王母婴童商品销售提供仓储物流等配套服务。

## 25、上海童渠信息技术有限公司

### (1) 基本情况

公司名称	上海童渠信息技术有限公司
成立日期	2015年10月26日
注册地址	中国（上海）自由贸易试验区基隆路6号10层1002室
注册资本	5,000万元
实收资本	3,800万元
法定代表人	王海龙
企业类型	有限责任公司（外商投资企业法人独资）
经营范围	许可项目：出版物零售；出版物批发；第二类增值电信业务；住宅室内装饰装修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；食品销售（仅销售预包装食品）；信息系统集成服务；机械设备销售；服装服饰零售；家居用品销售；日用百货销售；玩具销售；计算机软硬件及辅助设备零售；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；货物进出口；技术进出口；物业管理；广告设计、代理；广告制作；广告发布；健康咨询服务（不含诊疗服务）；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；票务代理服务；礼仪服务；会议及展览服务；摄影扩印服务；组织文化艺术交流活动；企业形象策划。（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）

统一社会信用代码	91310000MA1K311X2E
股权结构	孩子王控股100%

## (2) 最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	29,410.21
净资产	21,470.56
营业收入	26,233.75
净利润	10,056.93

## (3) 主营业务与发行人主营业务的关系

上海童渠为发行人下属子公司，主要从事软件开发、销售及为孩子王线上业务平台提供运营服务。

## 26、南京亿略卓电子商贸有限公司

### (1) 基本情况

公司名称	南京亿略卓电子商贸有限公司
成立日期	2016年11月17日
注册地址	南京市江宁区空港经济开发区苍穹路2号
注册资本	20,000万元
实收资本	20,000万元
法定代表人	徐卫红
企业类型	有限责任公司（台港澳法人独资）
经营范围	许可项目：食品销售；出版物批发；道路货物运输（不含危险货物）；出版物零售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：电子产品销售；玩具销售；针纺织品销售；日用百货销售；保健食品（预包装）销售；第二类医疗器械销售；第一类医疗器械销售；金属结构销售；软件开发；企业形象策划；仓储设备租赁服务；装卸搬运；会议及展览服务；住房租赁；非居住房地产租赁；物业管理；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；信息技术咨询服务；进出口代理；货物进出口；技术进出口；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；服装服饰批发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；网络与信息安全软件开发；云计算装备技术服务
统一社会信用代码	91320115MA1N09223N
股权结构	香港商贸控股100%

## (2) 最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	67,606.56
净资产	27,038.98
营业收入	135,755.08
净利润	1,322.16

## (3) 主营业务与发行人主营业务的关系

南京亿略卓为香港商贸的全资子公司，主要从事母婴童商品销售业务。

## 27、江苏思想传媒有限公司

### (1) 基本情况

公司名称	江苏思想传媒有限公司
成立日期	2017年11月21日
注册地址	南京市江宁区麒麟科技创新园智汇路300号B单元二楼
注册资本	1,500万元
实收资本	1,500万元
法定代表人	刘浩
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
经营范围	设计、制作、发布、代理国内各类广告；图文设计、制作；计算机软硬件的技术研发、设计、技术转让、技术咨询、技术服务；企业营销策划；企业形象策划；展览展示服务；票务代理；礼仪服务；会展会务服务；摄影服务；文化艺术交流组织策划；企业形象策划；食品、纺织品、服装及日用品、保健食品销售及网上销售。互联网信息服务；网络文化经营；（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）许可项目：第一类增值电信业务；第二类增值电信业务；演出经纪（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：个人互联网直播服务；其他文化艺术经纪代理；文化娱乐经纪人服务；网络技术服务；食品进出口；五金产品零售；五金产品批发；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；计算机软硬件及辅助设备零售；办公设备耗材销售；办公用品销售；通讯设备销售；移动通信设备销售；移动终端设备销售；家用电器销售；电子产品销售；厨具卫具及日用杂品批发；厨具卫具及日用杂品零售；金属工具销售；电线、电缆经营；体育用品及器材批发；体育用品及器材零售；音响设备销售；卫生洁具销售；卫生陶瓷制品销售；消防器材销售；电子元器件与机电组件设备销售；制冷、空调设备销售；照相机及器材销售；润滑油销售；汽车装饰用品销售；化妆品批发；化妆品零售；互联网设备销售；可穿戴智能设备销售；智能家庭消费设备销售；智能车载设备销售；物联网设备销售；网络设备销售；日用电器修理；供应链管理服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；企业管理咨询

统一社会信用代码	91320115MA1TB42E3E
股权结构	上海童渠控股100%

### (2) 最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	3,596.69
净资产	2,257.52
营业收入	8,943.51
净利润	761.14

### (3) 主营业务与发行人主营业务的关系

思想传媒为上海童渠的下属子公司，为孩子王开展母婴童商品零售业务提供广告展销等配套服务。

## 28、四川亿略卓电子商务有限公司

### (1) 基本情况

公司名称	四川亿略卓电子商务有限公司
成立日期	2020年4月7日
注册地址	中国（四川）自由贸易试验区成都市青白江区香岛大道1509号成都国际铁路港现代物流大厦A区9楼11号房
注册资本	24,544.18万元
实收资本	24,544.18万元
法定代表人	郭延灯
企业类型	有限责任公司（港澳台法人独资）
经营范围	一般项目：食品互联网销售（仅销售预包装食品）；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；互联网销售（除销售需要许可的商品）；供应链管理服务；国内贸易代理；货物进出口；技术进出口；互联网数据服务；电子产品销售；玩具销售；针纺织品及原料销售；日用百货销售；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；金属结构销售；机械设备销售；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；社会经济咨询服务；非居住房地产租赁；物业管理；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；装卸搬运；会议及展览服务；特殊医学用途配方食品销售。（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）许可项目：出版物批发；出版物互联网销售；道路货物运输（不含危险货物）。
统一社会信用代码	91510113MA68LXJ94E
股权结构	香港商贸持股100%

### (2) 最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	66,221.11
净资产	32,726.73
营业收入	178,658.38
净利润	4,623.51

### (3) 主营业务与发行人主营业务的关系

四川亿略卓为香港商贸的下属子公司，截至本募集说明书签署日，四川亿略卓主要从事母婴童商品销售业务。

## 29、江苏孩享乐儿童用品有限公司

### (1) 基本情况

公司名称	江苏孩享乐儿童用品有限公司
成立日期	2020年5月12日
注册地址	南京市建邺区江东中路98号（南京建邺万达广场内综合楼）1F-A,1F-B-A,1F-B-B
注册资本	20,000万元
实收资本	20,000万元
法定代表人	刘斌
企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
经营范围	许可项目：出版物零售；出版物批发；食品经营（销售预包装食品）；食品经营（销售散装食品）；保健食品销售；婴幼儿配方乳粉销售；食品互联网销售（销售预包装食品）；特殊医学用途配方食品销售；技术进出口；货物进出口；进出口代理；道路货物运输（不含危险货物）；理发服务；生活美容服务；出版物互联网销售；食品互联网销售；第一类增值电信业务；第二类增值电信业务；互联网信息服务；医疗器械互联网信息服务；药品互联网信息服务；信息网络传播视听节目；网络文化经营；婴幼儿洗浴服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：玩具销售；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；母婴用品销售；玩具制造；服装服饰零售；化妆品零售；日用百货销售；办公设备销售；文具用品零售；文具用品批发；玩具、动漫及游艺用品销售；箱包销售；钟表销售；日用品销售；会议及展览服务；休闲娱乐用品设备出租；游乐园服务；通讯设备销售；母婴生活护理（不含医疗服务）；礼仪服务；社会经济咨询服务；健康咨询服务（不含诊疗服务）；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；非居住房地产租赁；物业管理；商业综合体管理服务；办公设备租赁服务；组织文化艺术交流活动；装卸搬运；摄影扩印服务；家用视听设备销售；文化用品设备出租；企业形象策划；商务代理代办服务；票务代理服务；科普宣传服务；租借道具活动；日用品出租；通信设备销售；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；乐器零售；个人卫生用品销售；报纸出租；音像制品出租；期刊

	出租；图书出租；美甲服务；信息系统集成服务；软件开发；软件销售；珠宝首饰零售；美发饰品销售；特种设备出租；体育用品设备出租；体育用品及器材零售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；家用电器销售；单用途商业预付卡代理销售；宠物服务（不含动物诊疗）；宠物食品及用品零售；租赁服务（不含出版物出租）；日用化学产品销售；日用口罩（非医用）销售（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）
统一社会信用代码	91320105MA21FP3513
股权结构	河南孩子王控股100%

截至2022年9月末，江苏孩享乐通过直接设立或以分公司形式设立并经营管理5家直营门店，4家开业在营，1家尚未开业。

## （2）最近一年简要财务数据

单位：万元

项目	2021年12月31日/2021年度
总资产	27,997.85
净资产	19,775.08
营业收入	18,343.69
净利润	-123.13

## （3）主营业务与发行人主营业务的关系

江苏孩享乐为河南孩子王的下属子公司，通过经营管理下属门店开展母婴童商品零售与服务业务。

截至2022年9月末，公司共1家参股公司，具体情况如下：

公司名称	JUMPJOY (Cayman) Limited
成立日期	2022年8月18日
注册地址	英属开曼群岛
授权股本	50,000美元
股权结构	R&L Co.,Ltd持股60%;香港商贸持股30%; ACFN INC.持股10%

JUMPJOY (Cayman) Limited 为香港商贸的参股公司，截至本募集说明书签署日，JUMPJOY (Cayman) Limited 主要从事童装销售业务。

## 三、控股股东和实际控制人的基本情况及上市以来变化情况

### （一）控股股东及其一致行动人

截至2022年9月末，公司的总股本为108,800万股。其中，江苏博思达持有公司277,563,504股股份，持股比例为25.51%；同时，江苏博思达的一致行动人南京千秒诺、南京子泉分别持有公司11.75%和4.36%的股份；江苏博思达为

公司的控股股东。

## 1、控股股东情况

截至本募集说明书签署日，公司控股股东基本情况如下：

公司名称	江苏博思达企业信息咨询有限公司
企业类型	有限责任公司（自然人独资）
法定代表人	汪建国
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
成立日期	2016 年 2 月 23 日
住所	南京市麒麟科技创新园智汇路 300 号
经营范围	企业信息咨询，商务咨询，财务管理咨询，房产、旅游、餐饮信息咨询，策划文体活动，企业形象策划，服装、文化用品、五金、交电销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股权结构	汪建国持股 100%

江苏博思达主要从事投资管理业务，江苏博思达最近一年主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日/2021 年度
总资产	32,709.82
净资产	32,676.82
营业收入	-
净利润	-10.52

注：2021 年数据未经审计。

## 2、一致行动人情况

2018 年 6 月 15 日，江苏博思达与南京千秒诺签署《一致行动协议》，约定南京千秒诺在公司生产经营、公司治理及其他重大决策事项上与江苏博思达保持一致行动；2020 年 3 月 18 日，为进一步巩固汪建国及江苏博思达对公司的控制地位，汪建国、江苏博思达、南京千秒诺与南京子泉签署了《一致行动协议》，约定南京千秒诺、南京子泉在公司生产经营、公司治理及其他重大决策事项上与江苏博思达保持一致行动。

截至本募集说明书签署日，南京千秒诺和南京子泉的基本情况如下：

### （1）南京千秒诺

截至 2022 年 9 月末，南京千秒诺持有发行人 12,781.95 万股股份，占比



11.75%。其基本情况如下表所示：

企业名称	南京千秒诺创业投资合伙企业（有限合伙）
出资额	68,800.00 万元人民币
成立日期	2016 年 3 月 7 日
住所	南京市高淳区东坝镇欧兰特大道 01 号
执行事务合伙人	徐卫红
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91320100MA1MFUAA8P
经营范围	一般项目：创业投资（限投资未上市企业）

截至本募集说明书签署日，南京千秒诺的股权结构如下：

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例	出资方式	合伙人类型
1	徐卫红	37,379.04	54.33%	货币	普通合伙
2	沈晖	9,748.96	14.17%	货币	有限合伙
3	何辉	8,283.52	12.04%	货币	有限合伙
4	吴涛	13,388.48	19.46%	货币	有限合伙
合计		<b>68,800.00</b>	<b>100.00%</b>	-	-

南京千秒诺主要从事投资管理业务，除持有发行人股权外，无其他对外投资。

## （2）南京子泉

截至 2022 年 9 月末，南京子泉持有发行人 4,742.46 万股股份，占比 4.36%。

其基本情况如下表所示：

企业名称	南京子泉投资合伙企业（有限合伙）
出资额	52,167.011 万元人民币
成立日期	2018 年 1 月 3 日
住所	南京麒麟高新技术产业开发区运粮河东路 701 号
执行事务合伙人	海南景辉私募基金管理有限公司（委派代表：尹剑）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91320594MA1UUAR84R
经营范围	实业投资、创业投资

截至 2022 年 9 月末，南京子泉的出资结构如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	江苏惠泉新兴产业发展基金（有限合伙）	有限合伙人	50,000.000	95.85
2	中国银泰投资有限公司	有限合伙人	866.800	1.66
3	江苏鱼跃科技发展有限公司	有限合伙人	650.100	1.25
4	上海瑞苏信息技术服务中心（有限合伙）	有限合伙人	650.100	1.25
5	海南景辉私募基金管理有限公司	普通合伙人	0.011	0.00002
合计			<b>52,167.011</b>	<b>100.00</b>

南京子泉主要从事投资管理业务，除持有发行人股权外，无其他对外投资。

## （二）实际控制人

截至 2022 年 9 月末，汪建国先生通过其全资持有的江苏博思达以及其一致行动人南京千秒诺、南京子泉间接控制公司 41.62% 的股份，为公司的实际控制人，其基本情况如下：

汪建国先生，1960 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，工商管理博士（DBA）。曾于 1998 年至 2009 年任江苏五星电器有限公司董事长兼总裁；于 2006 年至 2009 年任美国百思买集团亚太区副总裁；2009 年至今任五星控股集团有限公司董事长；2012 年 6 月创立公司，现任公司董事长，江苏博思达执行董事。

公司 2021 年 10 月 14 日于深交所创业板上市。自上市以来，公司控股股东及实际控制人未发生变化。

## （三）控股股东和实际控制人控制的企业情况

### 1、控股股东控制的企业情况

截至 2022 年 9 月末，控股股东江苏博思达除发行人外，未控制其他企业。

### 2、实际控制人控制的企业情况

截至 2022 年 9 月末，除控股股东江苏博思达外，公司实际控制人直接控制的其他企业情况如下：

序号	公司/企业名称	成立日期	注册资本/出资额	法定代表人/执行事务合伙人	注册地址	经营范围	股权结构
1	南京米同旺企业管理中心	2017/6/15	30,000 万元	汪建国	南京市麒麟科技创新园智汇路 300 号	企业管理及咨询	汪建国持股 100.00%
2	南京米全福企业管理合伙企业(有限合伙)	2017/7/25	22,000 万元	汪建国	南京市江宁区麒麟科技创新园智汇路 300 号	企业管理及咨询	汪建国出资 90.00%，江苏星纳赫投资管理有限公司出资 10.00%
3	上海道昱投资管理中心(有限合伙)	2015/7/15	1,010 万元	上海道迹投资管理有限公司	上海市浦东新区川沙路 6999 号 29 幢 2105 室	投资管理，资产管理，企业管理服务，投资咨询，商务咨询	汪建国出资 79.21%，上海道迹投资管理有限公司出资 0.99%，蔡景钟出资 9.90%，仇非出资 9.90%
4	南京仁众福企业管理合伙企业	2017/5/12	750 万元	汪建国	南京市玄武区中山东路 311-2 号第四	企业管理及咨询	汪建国出资 60.00%，生育新出资 40.00%

序号	公司/企业名称	成立日期	注册资本/出资额	法定代表人/执行事务合伙人	注册地址	经营范围	股权结构
	业(有限合伙)				层 411 号		
5	珠海创越丰投资有限公司	2016/12/7	500 万元	汪建国	珠海市横琴镇洋环村 96 号第四层	一般项目：以自有资金从事投资活动；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）。	汪建国持股 60.00%，汪浩持股 40.00%
6	江苏星纳赫投资管理有限公司	2017/7/28	1,000 万元	尹剑	南京市建邺区河西大街 198 号 3 单元 7 楼 703 室	投资管理；股权投资；资产管理。	汪建国持股 60.00%，王健持股 40.00%
7	南京米纳福企业管理合伙企业(有限合伙)	2017/7/25	500 万元	汪建国	南京市江宁区麒麟科技创新园智汇路 300 号	企业管理及咨询。	汪建国出资 50.00%，王超出资 50.00%
8	上海道迹投资管理有限公司	2015/5/5	50 万元	欧阳春波	中国（上海）自由贸易试验区乳山路 227 号 3 楼 D-952 室	投资管理，实业投资，企业管理咨询，商务信息咨询，投资咨询，财务咨询，法律咨询，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验）。	汪建国持股 40.00%，蔡景钟持股 30.00%，仇非持股 30.00%
9	江苏星合投资管理有限公司	2017/6/27	10,000 万元	李明明	南京市建邺区梦都大街 136 号 201 室	股权投资管理；创业投资管理；股权投资；创业投资。	汪建国持股 37.50%，苏酒集团江苏财富管理有限公司持股 37.00%，南京星纳源企业管理中心（有限合伙）持股 20.00%，王健持股 5.50%
10	五星控股集团有限公司	2004/10/21	35,302.39 万元	汪建国	南京市麒麟科技创新园智汇路 300 号	实业投资，国内贸易，物业管理，企业管理咨询，商务咨询。	汪建国持股 36.67%，珠海创越丰投资有限公司持股 20.29%，南京米同旺企业管理中心持股 11.47%，其他股东持股 31.57%
11	汇通达网络股份有限公司	2010/12/6	56,256.98 万元	徐秀贤	南京市玄武区钟灵街 50 号汇通达大厦	计算机网络技术开发、服务，商品和服务的网上销售，电子产品、家用电器、农资、饲料、农机、农具、预包装食品、机动车辆及配件、汽车及配件、家装建材的批发、零售，太阳能发电设备及配件的销售及服务、供应链领域内的技术开发、转让、咨询及服务，企业管理咨询，电信增值业务，房屋租赁、物业管理。	汪建国持股 27.37%，阿里巴巴（中国）网络技术有限公司持股 17.26%，徐秀贤持股 12.67%，其他股东持股 42.70%
12	海南博君荣企业管理中心	2021/4/7	100 万元	汪建国	海南省澄迈县老城镇高新技术产业示范区海南生态软件园孵化楼四楼 4001	一般项目：社会经济咨询服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；财务咨询；项目策划与公关服务	汪建国持股 100%
13	海南博君莱企业管理咨询有限公司	2021/4/7	1,000 万元	陈凯	海南省澄迈县老城镇高新技术产业示范区海南生态软件园孵化楼四楼	一般项目：社会经济咨询服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；财务咨询	汪建国持股 90%，汪浩持股 10%

序号	公司/企业名称	成立日期	注册资本/出资额	法定代表人/执行事务合伙人	注册地址	经营范围	股权结构
					4001		
14	南京市轻赢科技有限公司	2019/6/13	5,000 万元	王霄汉	南京市玄武区板仓街9号	一般项目：网络技术服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；计算机软硬件及辅助设备零售；劳动保护用品销售；图文设计制作；专业设计服务；国内贸易代理；广告设计、代理；广告制作	汪建国持股 56.14%，徐秀贤持股 26.00%，王健持股 10.60%，其他股东持股 7.26%
15	Wang Jian Guo Holdings Limited	2012/3/13	1 美元	汪建国	英属维尔京群岛	-	汪建国持股 100.00%
16	Brent&Lily Holdings Limited	2012/3/13	1 美元	汪建国	英属维尔京群岛	-	汪建国持股 100.00%

#### （四）控股股东和实际控制人所持股份的质押、冻结或其他有争议情况

截至 2022 年 9 月末，发行人控股股东、实际控制人所持公司股份不存在质押、冻结或其他有争议的情况。

### 四、承诺事项及履行情况

#### （一）报告期内发行人及相关人员作出的重要承诺及履行情况

承诺事由	承诺方	承诺类型	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
首次公开发行时所作承诺	发行人实际控制人、董事长汪建国	股份锁定及限售承诺	<p>① 自发行人股票在深圳证券交易所创业板上市之日起 36 个月（以下简称“锁定期”）内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。</p> <p>② 公司上市后 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（若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），或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有公司首次公开发行股票前已发行股份的锁定期自动延长 6 个月。</p> <p>③ 本人在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（如公司股票自首次公开发行之日起至上述减持公告之日发生过除权除息等事项的，发行价应相应调整）。</p> <p>④ 锁定期满后，在本人担任公司董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的公司股份数量不超过本人持有的公司股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份。</p> <p>⑤ 若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，本人将继续遵守下列限制性规定：①每年转让的股份不得超过本人所持公司股份总数的 25%；②离职后半年内不得转让本人所持公司股份；③法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及证券交易所业务规则对董监高股份转让的其他规定。</p> <p>⑥ 本人将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关法律法规的规定。如法律法规或中国证监会对股份锁定、持股、减持有其他规定或要求的，本人将配合按照法律法规的规定或中国证监会的要求执行。</p>	2020 年 7 月 3 日	自公司股票上市之日起 36 个月	履行中
	发行人控股股东江苏博思达，一致行动人南京千秒诺、南京子泉	股份锁定及限售承诺	<p>① 自发行人股票在深圳证券交易所创业板上市之日起 36 个月（以下简称“锁定期”）内，本公司/本企业不转让或者委托他人管理本公司/本企业直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。</p> <p>② 公司上市后 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（若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，下同），或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本公司/本企业持有公司首次公开发行股票前已发行股份的锁定期自动延长 6 个月。</p> <p>③ 本公司/本企业在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（如公司股票自首次公开发行之日起至上述减持公告之日发生过除权除息等事项的，发行价应相应调整）。</p> <p>④ 本公司/本企业将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关法律法规的规定。如法律法规或中国证监会对股份锁定、持股、减持有其他规定或要求的，本公司/本企业将配合按照法律法规的规定或中国证监会的要求执行。</p> <p>⑤ 如本公司/本企业未能履行上述承诺内容，本公司/本企业将承担由此产生的一切法律责任。</p>	2020 年 7 月 3 日	自公司股票上市之日起 36 个月	履行中
	发行人持股 5% 以上的其他股东 HCM KW、Fully Merit、Coral Root、南京维盈	股份锁定及限售承诺	<p>① 自发行人股票在深圳证券交易所创业板上市之日起 12 个月（以下简称“锁定期”）内，本公司/本企业不转让或者委托他人管理本公司/本企业直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。</p> <p>② 锁定期满后，在遵守相关法律法规及证券交易所监管规则且不违背已做出的其他承诺的情况下，本公司/本企业将根据资金需求、投资安排等各方面因素确定是否减持所持发行人股份。</p> <p>③ 锁定期满后，本公司/本企业减持发行人股份应符合相关法律法规及证券交易所监管规则的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。</p> <p>④ 本公司/本企业将遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳</p>	2020 年 7 月 3 日	自公司股票上市之日起 12 个月	履行中

承诺事由	承诺方	承诺类型	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
			证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关法律法规的规定。如法律法规或证监会对股份锁定、持股、减持有其他规定或要求的，本公司/本企业将严格按照法律法规的规定或证监会的要求执行。 ⑤ 如本公司/本企业未能履行上述承诺内容，本公司/本企业将承担由此产生的一切法律责任。			
	持有发行人股份的董事、高级管理人员徐卫红、吴涛、沈晖、何辉	股份锁定及限售承诺	① 自发行人股票在深圳证券交易所创业板上市之日起 36 个月（以下简称“锁定期”）内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。 ② 公司上市后 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（若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，下同），或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有公司首次公开发行股票前已发行股份的锁定期自动延长 6 个月。 ③ 本人在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（如公司股票自首次公开发行之日至上述减持公告之日发生过除权除息等事项的，发行价应相应调整）。 ④ 锁定期限届满后，在本人担任公司董事、监事、高级管理人员期间，本人每年转让的股份不超过本人所持公司股份总数的 25%；任期届满不再担任公司董事、监事或高级管理人员的，本人离任后起半年内不转让本人所持公司的股份。 ⑤ 本人如在任期届满前离职的，在本人就任公司董事、监事、高级管理人员时确定的任期内和任期届满后六个月内，本人将继续遵守下列限制性规定：①每年转让的股份不得超过本人所持公司股份总数的 25%；②离职后半年内不得转让本人所持公司股份；③法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及深圳证券交易所业务规则对董监高股份转让的其他规定。 ⑥ 本人将遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》的相关规定。如法律法规或证监会对股份锁定、持股、减持有其他规定或要求的，本人将严格按照法律法规的规定或证监会的要求执行。 ⑦ 本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。 ⑧ 本人如未能履行有关股份锁定期限及减持意向的承诺，相应减持股份所得收益归发行人所有。	2020 年 7 月 3 日	自公司股票上市之日起 36 个月	履行中
	持有发行人股份的监事靳文雯、刘立柱	股份锁定及限售承诺	① 自发行人股票在深圳证券交易所创业板上市之日起 12 个月（以下简称“锁定期”）内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。 ② 公司上市后 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（若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，下同），或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有公司首次公开发行股票前已发行股份的锁定期自动延长 6 个月。 ③ 本人在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（如公司股票自首次公开发行之日至上述减持公告之日发生过除权除息等事项的，发行价应相应调整）。 ④ 锁定期限届满后，在本人担任公司董事、监事、高级管理人员期间，本人每年转让的股份不超过本人所持公司股份总数的 25%；任期届满不再担任公司董事、监事或高级管理人员的，本人离任后起半年内不转让本人所持公司的股份。 ⑤ 本人如在任期届满前离职的，在本人就任公司董事、监事、高级管理人员时确定的任期内和任期届满后六个月内，本人将继续遵守下列限制性规定：1) 每年转让的股份不得超过本人所持公司股份总数的 25%；2) 离职后半年内不得转让本人所持公司股份；3) 法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及深圳证券交易所业务规则对董监高股份转让的其他规定。 ⑥ 本人将遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所	2020 年 7 月 3 日	自公司股票上市之日起 12 个月	履行中

承诺事由	承诺方	承诺类型	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
			所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》的相关规定。如法律法规或证监会对股份锁定、持股、减持有其他规定或要求的，本人将严格按照法律法规的规定或证监会的要求执行。 ⑦ 本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。 ⑧ 本人如未能履行有关股份锁定期限及减持意向的承诺，相应减持股份所得收益归发行人所有。			
	宁波泓硕	股份锁定及限售承诺	① 自发行人股票在深圳证券交易所创业板上市之日起 12 个月（以下简称“锁定期”）内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。 ② 本企业将严格遵守法律、法规、规范性文件关于股东持股及股份变动（包括减持）的有关规定，规范诚信履行股东的义务。	2020 年 7 月 3 日	自公司股票上市之日起 12 个月	履行中
	发行人持股 5% 以下的其他股东	股份锁定及限售承诺	① 自发行人股票在深圳证券交易所创业板上市之日起 12 个月（以下简称“锁定期”）内，本人/本公司/本企业不转让或者委托他人管理本人/本公司/本企业直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。 ② 本人/本公司/本企业将严格遵守法律、法规、规范性文件关于股东持股及股份变动（包括减持）的有关规定，规范诚信履行股东的义务。在持股期间，若股份锁定和减持的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则愿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要求。	2020 年 7 月 3 日	自公司股票上市之日起 12 个月	履行中
	发行人实际控制人汪建国、控股股东江苏博思达、一致行动人南京千秒诺、南京子泉	持股意向和减持意向的承诺	① 对于本人/本公司/本企业在本次发行前持有的发行人股份，本人/本公司/本企业将严格遵守已做出的关于所持发行人股份流通限制及自愿锁定的承诺，在限售期内，不出售本次发行前持有的发行人股份。 ② 本人/本公司/本企业保证将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》或届时有效的有关上市公司股东减持的相关法律、法规、部门规章和规范性文件，在发行人首次公开发行前所持有的公司股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于本次发行时的发行价格（如在此期间除权、除息的，将相应调整减持底价）。 ③ 在减持本人/本公司/本企业所持有的公司首次公开发行股票前已发行的公司股份时，本人/本公司/本企业将根据《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》或届时有效的有关上市公司股东减持相关规定履行通知、备案、公告等程序。 ④ 如果本人/本公司/本企业因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归发行人所有，本人/本公司/本企业将在获得收入的 5 日内将前述收入支付给发行人指定账户；如果因本人/本公司/本企业未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本人/本公司/本企业将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。	2020 年 7 月 3 日	长期	履行中
	发行人持股 5% 以上的其他股东 HCM KW、Fully Merit、Coral Root、南京维盈	持股意向和减持意向的承诺	① 作为发行人持股 5% 以上股东，对于本公司/本企业在本次发行前持有的发行人股份，本公司/本企业将严格遵守已做出的关于所持发行人股份流通限制及自愿锁定的承诺，在限售期内，不出售本次发行前持有的发行人股份； ② 本公司/本企业将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》或届时有效的有关上市公司股东减持的相关法律、法规、部门规章和规范性文件中对股份转让、减持的规定； ③ 在减持本公司/本企业所持有的公司首次公开发行股票前已发行的公司股份时，本公司/本企业将根据《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》或届时有效的有关上市公司股东减持相关规定，履行通知、备案、公告等程序，本公司/本企业持有的公司股份低于 5% 时除外； ④ 如果本公司/本企业未履行上述承诺事项，本公司/本企业将依法承担相应的法律责任。	2020 年 7 月 3 日	长期	履行中
	公司与控股股东及其一	公司首次公开发行	为维护广大股东利益，增强投资者信心，维护公司股价稳定，根据《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》（证监公告[2013]42 号）及相关配套文件的规定，公司与控股股东及其一致行动人、实际控制人、董事（不含独立董事）、高级管理人员	2020 年 7 月 3 日	自公司股票上市之	履行中

承诺事由	承诺方	承诺类型	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
	致行动人、实际控制人、董事（不含独立董事）、高级管理人员	股票并在创业板上市后三年内稳定股价的承诺	<p>员特承诺在特定情况下将采取如下预案以稳定公司股价：</p> <p>1、启动和停止股份稳定措施的条件</p> <p>启动条件：公司首次公开发行人民币普通股（A股）并在创业板上市（下称“本次发行”）后三年内，当公司股票连续20个交易日的收盘价均低于公司上一个会计年度未经审计的每股净资产（若因公司上市后派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权除息的，则收盘价将作相应调整，下同），则公司应当按照下述规则启动稳定股价措施（第20个交易日构成“触发稳定股价措施日”）。</p> <p>停止条件：在以下稳定股价具体方案的实施期间内，如公司股票连续20个交易日收盘价均高于公司上一个会计年度未经审计的每股净资产时，或者相关增持或者回购资金使用完毕，将停止实施股价稳定措施。</p> <p>2、公司关于稳定股价的具体措施</p> <p>当触发股价稳定措施的启动条件时，在确保公司股权分布符合上市条件以及不影响公司正常生产经营的前提下，公司应依照法律、法规、规范性文件、公司章程及公司内部治理制度的规定，及时履行相关法定程序后，向社会公众股东回购股份。</p> <p>公司应在触发稳定股价措施日起10个交易日内召开董事会审议公司回购股份的议案，并在董事会做出决议后的2个交易日内公告董事会决议、有关议案及召开股东大会的通知。回购股份的议案应包括回购股份的价格或价格区间、定价原则，拟回购股份的种类、数量及占总股本的比例，回购股份的期限以及届时有效的法律、法规、规范性文件规定应包含的其他信息。公司股东大会对回购股份的议案做出决议，须经出席股东大会的股东所持表决权三分之二以上通过，公司控股股东承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。公司应在股东大会审议通过该等方案后的5个交易日内启动稳定股价具体方案的实施。</p> <p>公司为稳定股价之目的通过回购股份议案的，回购公司股份的数量或金额应当符合以下条件：</p> <p>（1）单次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10%，但不高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%；</p> <p>（2）同一会计年度内用于稳定股价的回购资金合计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30%，回购的股份将予以注销。</p> <p>（3）回购股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式。</p> <p>超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，公司将继续按照上述原则执行稳定股价预案。</p> <p>3、控股股东及其一致行动人、实际控制人关于稳定股价的具体措施</p> <p>当触发股价稳定措施的启动条件时，在确保公司股权分布符合上市条件的前提下，公司控股股东及一致行动人、实际控制人应依照法律、法规、规范性文件 and 公司章程的规定，积极配合并按照要求制定、实施稳定股价措施。</p> <p>控股股东及一致行动人、实际控制人应在触发稳定股价措施日起10个交易日内，就其是否有增持公司股份的具体计划书面通知公司并由公司公告。如有具体计划，应包括增持股份的价格或价格区间、定价原则，拟增持股份的种类、数量及占总股本的比例，增持股份的期限以及届时有效的法律、法规、规范性文件规定应包含的其他信息。控股股东及一致行动人、实际控制人应在稳定股价方案公告后的5个交易日内启动稳定股价具体方案的实施。</p> <p>公司控股股东及一致行动人、实际控制人为稳定股价之目的增持公司股份的，增持公司股份的数量或金额应当符合以下条件：</p> <p>自上述股价稳定措施启动条件成就之日起一个会计年度内，控股股东及一致行动人、实际控制人增持公司股票金额不低于其上一</p>		日起三年内	



承诺事由	承诺方	承诺类型	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
			<p>年度自发行人处取得的现金分红金额的 50%，但不高于其最近 3 个会计年度从公司获得的税后现金分红总额。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，其将继续按照上述原则执行稳定股价预案。</p> <p>4、董事（独立董事除外，下同）、高级管理人员关于稳定股价的具体措施</p> <p>当触发股价稳定措施的启动条件时，在确保公司股权分布符合上市条件的前提下，在公司领取薪酬的董事（独立董事除外，下同）、高级管理人员应依照法律、法规、规范性文件和公司章程的规定，积极配合并按照要求制定、实施稳定股价措施。</p> <p>上述负有增持义务的董事、高级管理人员应在触发稳定股价措施日起 10 个交易日内，就其是否有增持公司股份的具体计划书面通知公司并由公司公告。如有具体计划，应包括增持股份的价格或价格区间、定价原则，拟增持股份的种类、数量及占总股本的比例，增持股份的期限以及届时有效的法律、法规、规范性文件规定应包含的其他信息。该等董事、高级管理人员应在稳定股价方案公告后的 5 个交易日内启动稳定股价具体方案的实施。</p> <p>上述负有增持义务的董事、高级管理人员为稳定股价之目的增持公司股份的，增持公司股份的数量或金额应当符合以下条件： 自上述股价稳定措施启动条件成就之日起一个会计年度内，在公司任职并领取薪酬的董事（不包括独立董事）、高级管理人员增持公司股票的金额不低于其上年度从发行人处领取的现金分红（如有）、薪酬和津贴合计金额的 30%，但增持股份数量不超过发行人股份总数的 0.5%。</p> <p>超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，其将继续按照上述原则执行稳定股价预案。</p> <p>在本预案有效期内，新聘任的符合上述条件的董事和高级管理人员应当遵守本预案关于公司董事、高级管理人员的义务及责任的规定。公司及公司控股股东及一致行动人、现有董事、高级管理人员应当促成新聘任的该等董事、高级管理人员遵守本预案，并在其获得书面提名前签署相关承诺。</p> <p>5、其他稳定股价的措施</p> <p>根据届时有效的法律、法规、规范性文件和公司章程的规定，在履行相关法定程序后，公司及有关方可以采用法律、行政法规、规范性文件规定以及中国证监会认可的其他稳定股价的措施。</p> <p>6、稳定股价措施的其他相关事项</p> <p>（1）除因继承、被强制执行或公司重组等情形必须转股或触发上述股价稳定措施的启动条件外，在股东大会审议稳定股价具体方案及方案实施期间，上述有增持义务的人员不转让其持有的公司股份；除经股东大会非关联股东同意外，不由公司回购其持有的股份。</p> <p>（2）触发股价稳定措施的启动条件时公司的控股股东及一致行动人、上述负有增持义务的董事（独立董事除外）、高级管理人员，不因在稳定股价具体方案实施期间内不再作为控股股东和/或职务变更、离职等情形（因任期届满未连选连任或被调职等非主观原因除外）而拒绝实施上述稳定股价的措施。</p> <p>7、相关约束措施</p> <p>（1）公司未履行稳定股价承诺的约束措施</p> <p>如公司未能履行或未按期履行稳定股价承诺，需在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明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</p>			

承诺事由	承诺方	承诺类型	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
			<p>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，并提交股东大会审议，尽可能地保护公司投资者利益。</p> <p>(2) 控股股东及一致行动人、实际控制人未履行稳定股价承诺的约束措施 如控股股东及一致行动人、实际控制人未能履行或未按期履行稳定股价承诺，需在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明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，应同意在履行完毕相关承诺前暂不领取公司分配利润中归属于控股股东及一致行动人、实际控制人的部分，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失；如因不可抗力导致，尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护投资者利益。</p> <p>(3) 董事、高级管理人员未履行稳定股价承诺的约束措施 如上述负有增持义务的董事、高级管理人员未能履行或未按期履行稳定股价承诺，需在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明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，应调减或停发薪酬或津贴，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失；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，尽可能地保护投资者利益。</p>			
	公司、控股股东、实际控制人	对欺诈发行上市的股份回购承诺	<p>(1) 发行人本次发行上市不存在任何欺诈发行的情形。</p> <p>(2) 如发行人不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本公司/本人将在证券监督管理部门或其他有权部门认定发行人存在上述情形后，启动股份回购程序，回购发行人首次公开发行的全部新股。</p>			
	公司	关于摊薄即期回报采取填补措施的承诺	<p>为降低本次公开发行股票摊薄即期回报的影响，公司承诺将采取有效措施进一步提高募集资金的使用效率，增强公司的业务实力、盈利能力和回报能力，具体如下：</p> <p>(1) 加快全渠道布局，持续进行销售网络拓展与升级 公司将充分发挥多年积累的营销经验、管理制度以及独特的全渠道会员服务体系，在巩固原有优势区域的基础上进一步拓展市场，在全国范围内增设数字化直营门店，进一步完善线下零售终端的网络布局。同时，公司还将利用人工智能、大数据、物联网等技术对线上平台做进一步升级，并投入智慧客服、小慧机器人等技术，加快客户需求响应速度，实现全场景服务和线上线下无界融合，从而增强公司的核心竞争力和市场领先地位。</p> <p>(2) 保证本次募集资金有效使用，加快项目建设进度 公司本次募集资金投资项目均围绕主营业务开展。本次募集资金到位后，公司将加快推进募投项目建设，提高募集资金使用效率，加强项目相关的人才与技术储备，争取募投项目早日达成并实现预期效益，从而提高公司的盈利水平，增强未来几年的股东回报，降低发行导致的即期回报被摊薄的风险。</p> <p>同时，为规范公司募集资金的管理和运用，切实保护投资者利益，公司已根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《上市公司监管指引第2号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》，并结合公司实际情况，制定了《募集资金管理办法》，对募集资金专户存储、使用、变更、监督和责任追究等方面进行明确规定。本次公开发行募集资金到位后，公司董事会将持续监督公司对募集资金进行专项存储、定期对募集资金进行内部审计、配合监管银行和保荐机构对募集资金使用的检查和监督，以保证募集资金合理规范使用，防范募集资金使用风险。</p> <p>(3) 提高日常运营效率，降低公司运营成本，提升经营业绩 公司一方面将持续推进数字化、智能化建设，提高日常运营管理效率；另一方面将进一步完善公司各项治理制度，创新业务发展模</p>	2020年7月3日	长期	履行中

承诺事由	承诺方	承诺类型	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
			式，提升公司市场地位和竞争能力，增强公司盈利能力。此外，公司还将通过推进全面预算管理等方式，降低公司运营成本，提升经营业绩。 (4) 强化投资者回报机制 为充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利，不断完善董事会、股东大会对公司利润分配事项的决策程序和机制，进一步细化《公司章程》关于股利分配原则的条款，增加股利分配决策的透明度和可操作性，公司董事会对股东分红回报事宜进行了专项研究论证，并制定了《孩子王儿童用品股份有限公司上市后未来三年股东分红回报规划》。本次公开发行完成后，公司将严格执行现行分红政策，在符合利润分配条件的情况下，积极推动对股东的回报能力，有效降低原股东即期回报被摊薄的风险。公司还将根据中国证监会、深圳证券交易所后续出台的实施细则，持续完善填补被摊薄即期回报的各项措施。			
	实际控制人	关于摊薄即期回报采取填补措施的承诺	① 本人承诺不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。 ② 本人承诺不会无偿或以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；承诺对本人日常的职务消费行为进行约束；承诺不动用公司资产从事与自身履行职责无关的投资、消费活动；承诺在自身职责和权限范围内，全力促使公司董事会、薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；若公司未来实施股权激励，承诺在自身职责和权限范围内，全力促使公司拟公布的股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。 ③ 承诺函出具日后至公司本次发行实施完毕前，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且本人上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。	2020年7月3日	长期	履行中
	公司控股股东、一致行动人	关于摊薄即期回报采取填补措施的承诺	① 本公司/本企业承诺不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。 ② 本公司/本企业承诺不会无偿或以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；承诺积极促使公司董事会、薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；若公司未来实施股权激励，承诺在自身职责和权限范围内，积极促使公司拟公布的股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。 ③ 承诺函出具日后至公司本次发行实施完毕前，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且本公司/本企业上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本公司/本企业承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。	2020年7月3日	长期	履行中
	董事、高级管理人员	关于摊薄即期回报采取填补措施的承诺	(1) 本人承诺不会无偿或以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；承诺对本人日常的职务消费行为进行约束；承诺不动用公司资产从事与自身履行职责无关的投资、消费活动；承诺在自身职责和权限范围内，积极促使公司董事会、薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；若公司未来实施股权激励，承诺在自身职责和权限范围内，积极促使公司拟公布的股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。 (2) 承诺函出具日后至公司本次发行实施完毕前，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且本人上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。	2020年7月3日	长期	履行中
	公司	关于招股说明书内容无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏	(1) 本公司承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。 (2) 若证券监督管理部门或其他有权部门认定招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且该情形对判断本公司是否符合法律、法规、规范性文件规定的首次公开发行股票并上市的发行条件构成重大、实质影响的，则本公司承诺将按如下方式依法回购本公司首次公开发行的全部新股，具体措施为： ① 在法律允许的情形下，若上述情形发生于本公司首次公开发行的新股已完成发行但未上市交易之阶段内，自证券监督管理部门	2020年7月3日	长期	履行中

承诺事由	承诺方	承诺类型	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
		漏的承诺	<p>或其他有权部门认定本公司存在上述情形之日起 30 个工作日内，本公司将按照发行价并加算银行同期存款利息向网上中签投资者及网下配售投资者回购本公司首次公开发行的全部新股；</p> <p>②在法律允许的情形下，若上述情形发生于本公司首次公开发行的新股已完成上市交易之后，自证券监督管理部门或其他有权部门认定本公司存在上述情形之日起 10 个工作日内制订股份回购方案并提交股东大会审议批准，通过深圳证券交易所交易系统回购本公司首次公开发行的全部新股，回购价格将以发行价为基础并参考相关市场因素确定。本公司上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价格做相应调整。</p> <p>（3）如招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在买卖本公司股票的证券交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者的损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照《中华人民共和国证券法》《最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的若干规定》等相关法律法规的规定执行，如相关法律法规相应修订，则按届时有效的法律法规执行。</p>			
	公司控股股东、实际控制人	关于招股说明书内容无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺	<p>（1）本人/本公司承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。</p> <p>（2）若中国证监会或其他有权部门认定招股说明书所载内容存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质影响的，本人/本公司承诺将促使发行人依法回购其首次公开发行的全部新股。</p> <p>（3）若招股说明书所载内容存在虚假记载、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/本公司将依法赔偿投资者损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照《中华人民共和国证券法》《最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的若干规定》等相关法律法规的规定执行，如相关法律法规相应修订，则按届时有效的法律法规执行。</p>	2020 年 7 月 3 日	长期	履行中
	公司董事、监事、高级管理人员	关于招股说明书内容无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺	<p>（1）本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。</p> <p>（2）若证券监督管理部门或其他有权部门认定招股说明书所载内容存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质影响的，本人承诺将促使发行人依法回购其首次公开发行的全部新股。</p> <p>（3）若招股说明书所载内容存在虚假记载、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，本人将依法赔偿投资者损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照《中华人民共和国证券法》《最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的若干规定》等相关法律法规的规定执行，如相关法律法规相应修订，则按届时有效的法律法规执行。</p>	2020 年 7 月 3 日	长期	履行中
	公司	未履行公开承诺事项约束措施的承诺	<p>（1）本公司将严格履行本次发行上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。</p> <p>（2）如本公司非因不可抗力等原因导致未能履行公开承诺事项的，本公司将在股东大会及中国证监会指定的信息披露媒体公开说明未履行承诺的具体原因，并向全体股东及其他公众投资者道歉。</p> <p>（3）如本公司因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，本公司将依法向投资者赔偿相关损失。</p> <p>（4）本公司将对出现该等未履行承诺行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员采取调减或停发薪酬或津贴等措施。</p>	2020 年 7 月 3 日	长期	履行中

承诺事由	承诺方	承诺类型	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
			(5) 如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致本公司承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的, 本公司将采取以下措施: 1) 及时、充分披露本公司承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的具体原因; 2) 向本公司的投资者提出补充承诺或替代承诺 (相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序), 以尽可能保护投资者的权益。			
	实际控制人、控股股东及一致行动人	未履行公开承诺事项约束措施的承诺	(1) 本人/本公司/本企业将严格履行本次发行上市所作出的所有公开承诺事项, 积极接受社会监督。 (2) 如本人/本公司/本企业非因不可抗力等原因导致未能履行公开承诺事项的, 本人/本公司/本企业将在股东大会及中国证监会指定的信息披露媒体公开说明未履行承诺的具体原因, 并向全体股东及其他公众投资者道歉。 (3) 如本人/本公司/本企业因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的, 本人/本公司/本企业将依法向投资者赔偿相关损失。 (4) 本人/本公司/本企业因未履行相关公开承诺事项给发行人或发行人的股东或其他投资者造成损失的, 本人/本公司/本企业将依法向发行人或发行人的股东或其他投资者赔偿相关损失。同时, 在承担前述赔偿责任期间, 本人/本公司/本企业不得转让本人/本公司/本企业直接或间接持有的发行人股份。 (5) 如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人/本公司/本企业无法控制的客观原因导致本人/本公司/本企业承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的, 本人/本公司/本企业将采取以下措施: 1) 及时、充分披露本人/本公司/本企业承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的具体原因; 2) 向发行人的投资者提出补充承诺或替代承诺 (相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序), 以尽可能保护投资者的权益。	2020年7月3日	长期	履行中
	董事、监事、高级管理人员	未履行公开承诺事项约束措施的承诺	(1) 本人将严格履行就发行人首次公开发行人民币普通股股票并上市所作出的所有公开承诺事项, 积极接受社会监督。 (2) 本人非因不可抗力等原因导致未能履行公开承诺事项的, 本人将在股东大会及中国证监会指定的信息披露媒体公开说明未履行承诺的具体原因, 并向全体股东及其他公众投资者道歉。 (3) 如果本人因未履行相关承诺事项而获得收益的, 所获收益归发行人所有。 (4) 如果本人因未履行相关公开承诺事项给发行人或发行人的股东或其他投资者造成损失的, 本人将依法向发行人或发行人的股东或其他投资者赔偿相关损失。同时, 在承担前述赔偿责任期间, 本人不得转让本人直接或间接持有的发行人股份。 (5) 如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的, 本人将采取以下措施: 1) 通过发行人及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因; 2) 向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺, 以尽可能保护发行人及其投资者的权益。	2020年7月3日	长期	履行中
	控股股东、实际控制人及其一致行动人	避免同业竞争的承诺	1、截至本承诺函出具之日, 本人/本公司/本企业及本人/本公司/本企业控制的企业不存在从事与发行人相同或相似且对发行人构成重大不利影响的业务。 2、自本承诺函出具之日起, 未来本人/本公司/本企业及本人/本公司/本企业控制的企业不会从事与发行人相同或相似且对发行人构成重大不利影响的业务。 3、自本承诺函出具之日起, 如发行人拟进一步拓展业务范围, 本人/本公司/本企业及本人/本公司/本企业控制的企业将不与发行人拓展后的业务相竞争; 若与发行人拓展后的业务产生竞争, 则本人/本公司/本企业及本人/本公司/本企业控制的企业将以停止经营相竞争的业务、或将相竞争的业务纳入到发行人经营或者将相竞争的业务转让给无关联关系的第三方等合法方式避免同业竞争。 4、本承诺函自出具之日起具有法律效力, 在公司于交易所上市且本人/本公司/本企业作为公司实际控制人/控股股东/控股股东的一致行动人期间持续有效, 一经作出即为不可撤销。如有违反并给公司以及公司股东造成损失的, 本人/本公司/本企业将承担相应的	2020年7月3日	长期	履行中

承诺事由	承诺方	承诺类型	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
			法律责任。			
	公司实际控制人、控股股东及其一致行动人，公开发行前持股超过 5% 的其他股东 HCM KW、Coral Root、Fully Merit、南京维盈	减少和规范关联交易的承诺	<p>(1) 本人/本公司/本企业及本人/本公司/本企业控制的企业将尽量减少与发行人之间的关联交易。在进行无法避免的关联交易时，关联交易定价将按照有关法律、法规及规范性文件的规定，依据公平、公允和市场化的原则执行，并按相关法律法规以及规范性文件的规定履行交易程序及信息披露义务。</p> <p>(2) 在进行无法避免的关联交易时，在发行人董事会、股东大会审议该等交易时，本人/本公司/本企业及本人/本公司/本企业控制的其他企业有关的董事、股东代表将按公司章程规定回避，不参与表决。</p> <p>(3) 按照发行人《公司章程》行使相应权利，承担相应义务，不利用实际控制人/控股股东/控股股东一致行动人/持股 5% 以上股东的地位谋求不当利益，不损害公司或其子公司及公司股东的合法权益。</p> <p>(4) 本承诺函自出具之日起具有法律效力，如有违反并给公司以及公司股东造成损失的，本人/本公司/本企业将承担相应的法律责任。</p>	2020 年 7 月 3 日	长期	履行中
	公司	关于股东信息披露承诺	<p>(1) 本公司股东具备持有本公司股份的主体资格，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；</p> <p>(2) 本次发行上市的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有本公司股份或其他权益的情形；</p> <p>(3) 本公司股东不存在以本公司股权进行不当利益输送的情形；</p> <p>(4) 本公司已依法在本次发行上市的申报文件中真实、准确、完整地披露了股东信息，履行了信息披露义务。</p>	2020 年 7 月 3 日	长期	履行中

截至本募集说明书签署日，发行人及相关人员严格履行了上述承诺。

## **(二) 本次发行相关的承诺事项**

### **1、实际控制人、控股股东及一致行动人对公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺**

#### **(1) 实际控制人承诺**

①本人承诺不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

②自本承诺出具日至本次向不特定对象发行可转换公司债券实施完毕前，若中国证监会、深圳证券交易所就填补回报措施及其承诺作出另行规定或提出其他要求的，本人承诺届时将按照中国证监会、深圳证券交易所的最新规定出具补充承诺；

③本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺。如本人违反或未能履行上述承诺，本人同意中国证监会、深圳证券交易所等监管部门按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关监管措施。若本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

#### **(2) 公司控股股东、一致行动人承诺**

①本公司/本企业承诺不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益；

②自本承诺出具日至本次向不特定对象发行可转换公司债券实施完毕前，若中国证监会、深圳证券交易所就填补回报措施及其承诺作出另行规定或提出其他要求的，本公司/本企业承诺届时将按照中国证监会、深圳证券交易所的最新规定出具补充承诺；

③本公司/本企业承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本公司/本企业对此作出的任何有关填补回报措施的承诺。如本公司/本企业违反或未能履行上述承诺，本公司/本企业同意中国证监会、深圳证券交易所等监管部门按照其制定或发布的有关规定、规则，对本公司/本企业作出相关处罚或采取相关监管措施。若本公司/本企业违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本公司/本企业愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

## 2、董事、高级管理人员对填补被摊薄即期回报措施得到切实履行作出的承诺

(1) 本人承诺不无偿或以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) 本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；

(3) 本人承诺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) 本人承诺由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

(5) 未来公司如实施股权激励，本人承诺股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

(6) 自本承诺出具日至本次向不特定对象发行可转换公司债券实施完毕前，若中国证监会、深圳证券交易所就填补回报措施及其承诺作出另行规定或提出其他要求的，本人承诺届时将按照中国证监会、深圳证券交易所的最新规定出具补充承诺；

(7) 本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺。如本人违反或未能履行上述承诺，本人同意中国证监会、深圳证券交易所等监管部门按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关监管措施。若本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

## 五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员

### (一) 基本情况

#### 1、公司董事

截至本募集说明书签署日，公司共有董事 7 名，其中独立董事 3 名，具体情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	任职期限
1	汪建国	董事长	江苏博思达	2022 年 5 月 20 日至 2025 年 5 月 19 日
2	徐卫红	董事	江苏博思达	2022 年 5 月 20 日至 2025 年 5 月 19 日



序号	姓名	职务	提名人	任职期限
3	蔡博	董事	江苏博思达	2022年5月20日至2025年5月19日
4	侍光磊	董事	江苏博思达	2023年1月13日至2025年5月19日
5	饶钢	独立董事	-	2022年5月20日至2025年5月19日
6	钱智	独立董事	-	2022年5月20日至2025年5月19日
7	蒋春燕	独立董事	-	2022年5月20日至2025年5月19日

**汪建国先生：**1960年出生，中国国籍，无境外永久居留权，工商管理博士（DBA）。曾于1998年至2009年任江苏五星电器有限公司董事长兼总裁；于2006年至2009年任美国百思买集团亚太区副总裁；2009年至今任五星控股集团有限公司董事长；2012年6月创立公司，现任公司董事长，江苏博思达执行董事。

**徐卫红先生：**1975年出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。曾于2001年至2009年历任江苏五星电器有限公司店长、分公司总经理、市场总监、总裁助理；2009年至2012年任江苏孩子王实业有限公司董事及总经理；2012年6月参与创立公司，现任公司董事及总经理。

**蔡博先生：**1982年出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。曾于2005年至2010年任卡特彼勒中国投资有限公司财务主管、财务经理；2010年至2017年任宁波均胜电子股份有限公司财务经理、财务副总监；2017年至2019年任西陇科学股份有限公司财务总监；2019年至2021年任杭州贝咖实业有限公司财务总监；现任公司董事、副总经理及财务总监。

**侍光磊先生：**1981年出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。曾于2003年至2022年，历任安徽海螺水泥股份有限公司子公司财务负责人、子公司副总会计师、财务部部长助理、浙江区域管理委员区域委员、董事会秘书室主任，并于2021年7月至2022年4月，担任中国西部水泥有限公司非执行董事；2022年4月进入本公司工作，现任公司董事、副总经理及董事会秘书。

**饶钢先生：**1967年出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历、高级工程师、注册会计师。曾于1989年至2001年任机械工业部第四设计院助理工程师、工程师、高级工程师；2001年至2003年任美维创新技术（上海）有限公司投资经理；2003年至2008年任上海美维电子有限公司财务经理；2008年至2009年任上海鼎衡投资控股集团有限公司副总裁、财务总监、董事会秘书；2009

年至 2011 年任上海兴安得力软件有限公司主管财务副总经理、董事会秘书；2011 年至 2013 年任深圳市璇瑰精密技术股份有限公司财务总监、董事会秘书；2013 年至 2021 年任苏州工业园区凌志软件股份有限公司财务总监、董事会秘书、投资总监；2020 年 3 月至今任上海创远仪器技术股份有限公司（现更名为创远信科（上海）技术股份有限公司）独立董事。现任本公司独立董事。

**钱智先生：**1968 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。曾于 1989 年至 1995 年任江苏省司法学校教师；1995 年至 1999 年任南京谢满林律师事务所合伙人律师；1999 年任南京南斗律师事务所律师；2000 年至 2006 年任江苏维世德律师事务所副主任兼律师；2006 年至今任江苏冠文律师事务所（现更名为江苏联盛律师事务所）主任兼律师；2017 年 9 月至今任南京仲裁委员会仲裁员；2017 年 12 月至今任南京市人民政府法律顾问；2018 年 6 月至今任上海君实生物医药科技股份有限公司独立董事。现任本公司独立董事。

**蒋春燕女士：**1976 年，中国国籍，无境外永久居留权，博士研究生学历。2006 年至今任南京大学商学院人力资源管理系副系主任，教授，博士生导师；2022 年 1 月至今任江苏吉福新材料股份有限公司独立董事。现任本公司独立董事。

## 2、公司监事

截至本募集说明书签署日，公司共有监事 3 名，其中职工代表监事 1 名，具体情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	任职期限
1	刘立柱	监事会主席	江苏博思达	2022 年 5 月 20 日至 2025 年 5 月 19 日
2	刘雯	监事	江苏博思达	2022 年 9 月 9 日至 2025 年 5 月 19 日
3	劳晶雪	职工代表监事	-	2022 年 5 月 20 日至 2025 年 5 月 19 日

注：公司原监事会主席靳文雯于 2022 年 9 月卸任，公司监事会选举刘立柱担任监事会主席

**刘立柱先生：**1979 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾于 2003 年至 2010 年任江苏五星电器有限公司卖场总经理、分公司副总；2010 年至 2012 年任江苏齐越再生资源有限公司总经理；2012 年 7 月至 2012 年 11 月任江苏孩子王实业有限公司营运总监；2012 年 11 月进入本公司工作，现任公司监事会主席、助理总裁。

刘雯女士：1981 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。曾于 2003 年至 2005 年任徐州人民广播电台播音员；2005 年至 2009 年任南京新华海科技产业集团行政主管；2011 年 6 月进入本公司工作，现任公司监事、人力行政中心行政经理。

劳晶雪女士：1982 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾于 2000 年至 2009 年任江苏五星电器有限公司综合管理部部长；2009 年至 2012 年任江苏孩子王实业有限公司人力资源高级经理；2012 年 6 月进入本公司工作，现任公司职工代表监事、人力行政中心助理总监。

### 3、公司高级管理人员

截至本募集说明书签署日，公司高级管理人员共 3 人，具体情况如下：

序号	姓名	职务	任职期限
1	徐卫红	总经理	2022 年 5 月 21 日至 2025 年 5 月 20 日
2	蔡博	副总经理、财务总监	2022 年 5 月 21 日至 2025 年 5 月 20 日
3	侍光磊	副总经理、董事会秘书	2022 年 5 月 21 日至 2025 年 5 月 20 日

注：侍光磊自 2022 年 5 月起担任公司副总经理，公司原董事会秘书李昌华于 2022 年 10 月卸任，公司董事会同意聘任侍光磊担任董事会秘书

徐卫红先生：详见本节之“五/（一）/1、公司董事”相关内容。

蔡博先生：详见本节之“五/（一）/1、公司董事”相关内容。

侍光磊先生：详见本节之“五/（一）/1、公司董事”相关内容。

### 4、其他核心人员

本公司其他核心人员共有 1 名，具体情况如下：

王海龙先生：1984 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。曾于 2010 年至 2012 年任上海盛大网络发展有限公司安全工程师；2012 年至 2014 年任上海智奥一号店信息技术有限公司研发经理；2014 年至 2015 年任北京京东世纪贸易有限公司高级研发经理；2015 年 8 月进入本公司工作，现任公司研发技术总监。

#### （二）兼职情况

截至本募集说明书签署日，公司现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在除公司及其控股子公司以外的其他单位的兼职情况如下：

姓名	本公司职务	任职的其他单位	职务	与本公司的 关联关系
汪建国	董事长	江苏博思达企业信息咨询有限公司	执行董事	控股股东
		江苏孩享盈企业管理有限公司	执行董事	关联方
		五星控股集团有限公司	董事长	关联方
		汇通达网络股份有限公司	董事长、非执行董事	关联方
		好享家舒适智能家居股份有限公司	董事长	关联方
		江苏恒信企业管理有限公司	董事长	关联方
		江苏惠扈通商务咨询有限公司	董事长	关联方
		五星金服控股有限公司	董事	关联方
		上海商海通网络科技有限公司	董事	关联方
		华鼎文化艺术产权交易中心有限公司	董事	关联方
		江苏苏美国际时尚管理有限公司	董事	关联方
		南京农拍档网络科技有限公司	董事	关联方
		无锡市五星金服互联网科技小额贷款有限公司	董事	关联方
		五星电金商业保理（天津）有限公司	董事	关联方
		Wang Jian Guo Holdings Limited	董事	关联方
		Brent&Lily Holdings Limited	董事	关联方
		珠海创越丰投资有限公司	经理、执行董事	关联方
		海南博君莱企业管理咨询有限公司	总经理	关联方
		南京仁众福企业管理合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	关联方
		南京米全福企业管理合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	关联方
本间高尔夫有限公司	独立董事	-		
先声药业集团有限公司	独立董事	-		
徐卫红	董事、总经理	珠海创纪元投资有限公司	执行董事	关联方
		南京千秒诺	执行事务合伙人	股东
		Love&fun Holdings Limited	董事	关联方
饶钢	独立董事	上海创远仪器技术股份有限公司（现更名为创远信科（上海）技术股份有限公司）	独立董事	-
钱智	独立董事	江苏联盛律师事务所	主任兼律师	-
		上海君实生物医药科技股份有限公司	独立董事	-
蒋春燕	独立董事	南京大学	教授	-
		江苏吉福新材料股份有限公司	独立董事	-

截至本募集说明书签署日，除上述情形外，发行人其他董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均未在其他单位兼职。

### （三）薪酬情况

2021 年度，本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员从公司及下

属企业领取薪酬的情况如下：

姓名	本公司职务	2021年薪酬/津贴（万元）	是否在公司专职领薪	备注
汪建国	董事长	-	否	在五星控股集团领取薪酬
徐卫红	董事、总经理	136.44	是	-
沈晖	董事、副总经理、财务总监（已卸任）	86.04	是	2022年5月换届选举后不再担任董事、副总经理、财务总监
吴涛	董事、副总经理（已卸任）	67.74	是	于2022年1月离职
何辉	董事、副总经理（已卸任）	90.70	是	于2022年12月离职
蔡博	董事、副总经理、财务总监	22.46	是	于2021年10月入职，2022年5月起担任董事、副总经理、财务总监
曹伟	董事（已卸任）	-	否	2022年5月换届选举后不再担任董事
王勇	独立董事（已卸任）	22.00	否	于2021年12月卸任
饶钢	独立董事	2.00	否	于2021年12月聘任
朱寒松	独立董事（已卸任）	24.00	否	2022年5月换届选举后不再担任独立董事
付军华	独立董事（已卸任）	24.00	否	2022年5月换届选举后不再担任独立董事
钱智	独立董事	-	否	2022年5月选举担任公司独立董事
蒋春燕	独立董事	-	否	2022年5月选举担任公司独立董事
靳文雯	监事会主席（已卸任）	41.29	是	于2022年9月卸任
刘立柱	监事会主席	43.15	是	-
刘雯	监事	26.80	是	2022年9月选举担任公司监事
劳晶雪	职工代表监事	36.60	是	-
侍光磊	董事、副总经理、董事会秘书	-	是	于2022年5月起担任副总经理，于2022年10月起担任董事会秘书，于2023年1月起担任董事
李昌华	董事会秘书（已卸任）	36.21	是	于2022年10月离职
王海龙	核心人员	61.35	是	-
宋佃明	核心人员（已离职）	70.64	是	于2022年12月离职

#### （四）报告期内董事、监事、高级管理人员变动情况

##### 1、董事变动情况

报告期初，发行人董事包括汪建国、徐卫红、沈晖、吴涛、何辉、曹伟、王

勇、朱寒松和付军华。报告期初至今，发行人的董事变动情况如下：

变动时间	变动情况	变动后的董事名单	变动原因
2021年12月	独立董事王勇辞任；补选饶钢担任独立董事	非独立董事：汪建国、徐卫红、沈晖、吴涛、何辉、曹伟； 独立董事：饶钢、朱寒松、付军华	王勇因个人原因辞任后补选
2022年5月	选举汪建国、徐卫红、何辉、蔡博、饶钢、钱智、蒋春燕为董事	非独立董事：汪建国、徐卫红、何辉、蔡博； 独立董事：饶钢、钱智、蒋春燕	董事会换届
2022年12月-2023年1月	非独立董事何辉辞任；补选侍光磊担任非独立董事	非独立董事：汪建国、徐卫红、蔡博、侍光磊； 独立董事：饶钢、钱智、蒋春燕	何辉因个人原因辞任后补选

## 2、监事变动情况

报告期初，发行人监事包括靳文雯、刘立柱和劳晶雪。报告期初至今，发行人的监事变动情况如下：

变动时间	变动情况	变动后的监事名单	变动原因
2022年5月	选举靳文雯、刘立柱、劳晶雪为监事	非职工代表监事：靳文雯、刘立柱； 职工代表监事：劳晶雪	监事会换届
2022年9月	非职工代表监事靳文雯卸任；补选刘雯担任非职工代表监事	非职工代表监事：刘立柱、刘雯 职工代表监事：劳晶雪	靳文雯因个人原因卸任后补选

## 3、高级管理人员变动情况

报告期初，发行人高级管理人员包括徐卫红、沈晖、吴涛、何辉和李昌华。报告期初至今，发行人高级管理人员的变动情况如下：

变动时间	变动情况	变动后的高级管理人员名单	变动原因
2022年1月	副总经理吴涛辞任	总经理：徐卫红 副总经理：何辉 副总经理、财务总监：沈晖 董事会秘书：李昌华	因个人原因辞任
2022年5月	聘任徐卫红为公司总经理，何辉、蔡博及侍光磊为公司副总经理，蔡博为公司财务总监，李昌华为公司董事会秘书	总经理：徐卫红 副总经理：何辉 副总经理、财务总监：蔡博 副总经理：侍光磊 董事会秘书：李昌华	高管换届
2022年10月	董事会秘书李昌华卸任，聘任侍光磊为公司董事会秘书	总经理：徐卫红 副总经理：何辉 副总经理、财务总监：蔡博 副总经理、董事会秘书：侍光磊	因个人原因辞任
2022年12月	副总经理何辉辞任	总经理：徐卫红 副总经理、财务总监：蔡博 副总经理、董事会秘书：侍光磊	因个人原因辞任

## （五）持有公司股票情况

截至2022年9月末，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在直接持有公司股份的情况。

截至2022年9月末，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员间接持有公司股份的情况如下：

序号	姓名	职务或关系	间接持股主体	在间接持股主体所持份额	间接主体持股比例	合计间接持股比例
1	汪建国	董事长	江苏博思达	100.00%	25.51%	26.45%
			南京子泉	15.56%	4.36%	
			家园1号	26.00%	1.00%	
2	徐卫红	董事、总经理	南京千秒诺	54.33%	11.75%	6.59%
			家园1号	20.84%	1.00%	
3	沈晖	董事、副总经理、财务总监（已卸任）	南京千秒诺	14.17%	11.75%	2.96%
			南京维盈	20.94%	5.56%	
			家园1号	13.16%	1.00%	
4	吴涛	董事（已卸任）	南京千秒诺	19.46%	11.75%	3.55%
			南京维盈	20.94%	5.56%	
			家园1号	10.00%	1.00%	
5	何辉	董事、副总经理（已卸任）	南京千秒诺	12.04%	11.75%	1.51%
			家园1号	10.00%	1.00%	
6	蔡博	董事、副总经理、财务总监	-	-	-	-
7	曹伟	董事（已卸任）	-	-	-	-
8	王勇	独立董事（已卸任）	-	-	-	-
9	饶钢	独立董事	-	-	-	-
10	朱寒松	独立董事（已卸任）	-	-	-	-
11	付军华	独立董事（已卸任）	-	-	-	-
12	靳文雯	监事会主席（已卸任）	南京维盈	20.01%	5.56%	1.11%
13	刘立柱	监事会主席	南京维盈	7.21%	5.56%	0.40%
14	刘雯	监事	-	-	-	-
15	劳晶雪	职工代表监事	-	-	-	-
16	侍光磊	副总经理、董事会秘书	-	-	-	-
17	李昌华	董事会秘书（已卸任）	家园1号	4.00%	1.00%	0.04%
18	王海龙	核心人员	南京维盈	1.51%	5.56%	0.08%
19	宋佃明	核心人员（已离职）	南京维盈	1.50%	5.56%	0.08%

除上述情况外，无其他董事、监事、高级管理人员、其他核心人员以任何方式直接或间接持有本公司股份的情况。

#### **（六）董事、高级管理人员及其他员工的激励情况**

为了进一步建立、健全公司长效激励机制，吸引和留住优秀人才，充分调动公司董事、高级管理人员、骨干人员的积极性，促进公司长期发展，公司于 2022 年制定了限制性股票激励计划，具体情况如下：

2022 年 10 月 25 日，公司召开第三届董事会第四次会议、第三届监事会第四次会议，审议通过了《关于公司<2022 年限制性股票激励计划（草案）>及其摘要的议案》《关于公司<2022 年限制性股票激励计划实施考核管理办法>的议案》等与本次激励计划相关的议案，同时，公司独立董事就相关议案发表了独立意见。2022 年 11 月 16 日，公司召开 2022 年第三次临时股东大会审议通过上述议案。

根据《2022 年限制性股票激励计划（草案）》，本激励计划拟向激励对象授予权益为 3,695.43 万股，占公司股本总额的 3.40%。其中，第一类限制性股票授予总量为 2,460.35 万股，占公司股本总额的 2.26%，占本次授予权益总额的 66.58%；第二类限制性股票授予总量为 1,235.08 万股，占公司股本总额的 1.14%，占本次授予权益总额的 33.42%。本激励计划一次性授予，无预留权益。本激励计划的激励对象不超过 406 人，包括公司董事、高级管理人员及骨干人员，授予价格为 5.42 元/股。

2022 年 11 月 16 日，公司第三届董事会第五次会议和第三届监事会第五次会议审议通过了《关于调整公司 2022 年限制性股票激励计划激励对象名单及授予数量的议案》，原定激励对象中 3 名激励对象因个人原因自愿放弃认购其获授的第一类限制性股票。本次激励计划最终以 2022 年 11 月 16 日为授予日，向 374 名激励对象授予 2,404.45 万股第一类限制性股票，授予价格为 5.42 元/股；向 29 名激励对象授予 1,235.08 万股第二类限制性股票，授予价格为 5.42 元/股。具体情况如下：

姓名	职务	激励工具	获授的限制性股票数量（万股）	占本激励计划授予权益的比例	占公司股本总额的比例
蔡博	董事、副总经理、财务总监	第一类限制性股票	50.00	1.37%	0.05%



姓名	职务	激励工具	获授的限制性股票数量（万股）	占本激励计划授予权益的比例	占公司股本总额的比例
侍光磊	董事、副总经理、董事会秘书	第一类限制性股票	50.00	1.37%	0.05%
骨干人员（372人）		第一类限制性股票	2,304.45	63.32%	2.12%
骨干人员（29人）		第二类限制性股票	1,235.08	33.94%	1.14%
合计			<b>3,639.53</b>	<b>100.00%</b>	<b>3.35%</b>

2022年11月29日，公司第一类限制性股票授予完成。

除上述限制性股票激励计划外，截至本募集说明书签署日，2019年至今，公司不存在其他对董事、高级管理人员及其他员工的股权激励情况。

## 六、发行人所处行业的基本情况

### （一）所属行业及确定所属行业的依据

公司主营业务系通过线下直营门店和线上电子商务平台为客户提供母婴商品及服务。根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）标准，公司所属行业为“F52 零售业”中的“F5239 其他日用品零售”。

### （二）行业管理及行业政策

#### 1、行业主管部门及监管体制

报告期内，公司主要从事母婴童商品零售业务，因此公司所属行业的主管部门包括国家发改委、国家商务部、国家市场监督管理总局及相应主管部门的各级地方机关单位。其中，国家发改委主要负责组织拟订产业政策、发展规划、项目立项备案及审批，规范引导行业健康发展、实现产业升级，对商品价格进行监督管理等工作；国家商务部主要负责推进流通产业结构调整，指导商贸服务业发展，组织实施消费品市场调控，监测分析市场运行、商品供求状况，调查分析商品价格信息等工作；国家市场监督管理总局主要负责起草市场监督管理有关法律法规，制定有关规章、政策、标准，依法监督管理市场交易、网络商品交易及有关服务，负责产品质量安全监督管理等工作。

公司所属行业的自律组织主要包括中国商业联合会和中国连锁经营协会。其中，中国商业联合会是全国性行业组织，由从事商品生产、商品流通、饮食、服

务业的企事业单位、有关社会组织及从事商品流通活动的个人自愿组成；中国连锁经营协会系由千余家连锁经营相关企业、机构和个人自愿结成的全国性、行业性社会团体。上述行业自律组织主要职能包括参与政策制定与协调，为企业与政府间搭建交流与合作平台，推进行业发展。

## 2、行业主要法律法规及监管政策

为推进零售行业健康有序发展，国家相继出台了一系列法律法规、产业政策，从产品质量、消费者权益保护、零售交易等方面进行规范。同时，考虑到近年来零售行业与电子商务行业紧密结合，国家相关部门对网络零售、商贸物流等方面提出了相应的要求，具体内容如下：

### (1) 法律法规

序号	时间	法律法规	颁布部门	相关内容
1	2021年3月	《网络交易监督管理办法》	国家市场监督管理总局	规范网络交易活动，维护网络交易秩序，保障网络交易各方主体合法权益，促进数字经济持续健康发展
2	2018年12月	《中华人民共和国产品质量法》(2018年修订)	全国人大常委会	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。
3	2018年8月	《中华人民共和国电子商务法》	全国人大常委会	对电子商务经营者的定义和行为规范、电子商务合同的订立与履行、电子商务的争议解决做出明确规定。
4	2014年12月	《网络零售第三方平台交易规则制定程序》(试行)	商务部	为促进网络零售的健康发展、保护交易各方的合法利益，对网络零售第三方平台经营者制定、修改、实施交易规则等行为进行规范。
5	2013年10月	《中华人民共和国消费者权益保护法》(2013年修订)	全国人大常委会	明确了市场交易中的消费者权利和经营者义务，以及国家对消费者权益的保护措施。
6	2011年4月	《第三方电子商务交易平台服务规范》	商务部	从第三方交易平台的设立与基本行为规范、平台经营者对站内经营者的管理与引导、平台经营者对消费者的合理保护、平台经营者与相关服务提供者的协调等方面对第三方电子商务交易平台服务进行规范。
7	2006年11月	《零售商供应商公平交易管理办法》	商务部、发改委、公安部、税务总局、工商总局	规范了零售商与供应商之间的交易行为，维护公平、公正的市场交易秩序。
8	2006年10月	《零售商促销行为管理办法》	商务部、发改委、公安部、税务总局、工商总局	规范了零售商的促销行为，保障消费者的合法权益，维护公平竞争秩序和社会公共利益。

### (2) 产业政策

序号	时间	法律法规	颁布部门	相关内容
1	2021年10月	《“十四五”电子商	国家发改委、商	到2025年，我国电子商务交易额达到46万亿

序号	时间	法律法规	颁布部门	相关内容
		务发展规划》	务部、网信办	元，全国网上零售额达到 17 万亿元，工业电子商务普及率达到 73%，跨境电子商务额达到 2.5 万亿元
2	2021 年 3 月	《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》	第十三届全国人民代表大会	要推动现代服务业与先进制造业深度融合，深化业务关联、链条延伸、技术渗透，支持智能制造系统解决方案、流程再造等新型专业化服务机构发展；要充分发挥海量数据和丰富应用场景优势，促进数字技术与实体经济深度融合，赋能传统产业转型升级，催生新产业新业态新模式，壮大经济发展新引擎。
3	2020 年 7 月	《关于支持新业态新模式健康发展、激活消费市场带动扩大就业的意见》	国家发改委	提出要着力发挥互联网平台对传统产业的赋能和效益倍增作用，打造形成数字经济新实体；助力降低数字化转型难度，发展线上线下融合的业务发展模式，提升企业发展活力。
4	2018 年 9 月	《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》	中共中央、国务院	加快完善促进消费体制机制，增强消费对经济发展的基础性作用。坚持消费引领，倡导消费者优先。持续提升传统消费，大力培育新兴消费，不断激发潜在消费。围绕居民吃穿用住行和服务消费升级方向，突破深层次体制机制障碍，适应居民多层次多样性消费需求，保证基本消费经济、实惠、安全，培育中高端消费市场。
5	2018 年 1 月	《关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》	国务院	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。
6	2017 年 1 月	《商贸物流发展“十三五”规划》	商务部、发改委、国土资源部、交通运输部、国家邮政局	要求“十三五”期间，构建多层次商贸物流网络、加强商贸物流基础设施建设、加强商贸物流标准化建设、加强商贸物流信息化建设等。
7	2017 年 1 月	《关于进一步推进国家电子商务示范基地建设工作的指导意见》	商务部	按照国家电子商务“十三五”发展规划，结合地方电子商务和经济发展情况，发挥政府的引导作用，争取到 2020 年，示范基地内电子商务企业数量达到 10 万家，孵化电子商务企业数量超过 3 万家，带动就业人数超过 500 万，形成园企互动、要素汇聚、服务完备、跨域合作、融合发展的电子商务集聚区。
8	2016 年 12 月	《电子商务“十三五”发展规划》	商务部	要求加快电子商务提质升级、推进电子商务与传统产业深度融合、发展电子商务要素市场、完善电子商务民生服务体系、优化电子商务治理环境。
9	2016 年 12 月	《关于做好“十三五”时期消费促进工作的指导意见》	商务部	要求培育和壮大消费热点，优化消费供给结构；推进内贸流通创新，拓宽消费供给渠道；加强流通基础设施建设，提升消费供给条件；整顿和规范市场秩序，改善消费供给环境。到 2020 年，社会消费品零售总额达到 48 万亿元左右，年均增长 10% 左右，最终消费率达到 55% 左右。
10	2016 年 11 月	《关于推动实体零	国务院	提出实体零售是商品流通的重要基础，是繁荣

序号	时间	法律法规	颁布部门	相关内容
		《零售创新转型的意见》		市场、保障就业的重要渠道；要在坚持市场主导、需求引领、创新驱动的基本原则下，调整商业结构、创新发展方式、促进跨界融合、推动实体零售创新转型。
11	2016年11月	《国内贸易流通“十三五”发展规划》	商务部、发改委、工信部、财政部、国土资源部、农业部、国家税务总局、国家工商总局、国家质检局	在“十三五”期间，将实施消费促进、流通现代化和智慧供应链三大行动，全面打通消费、流通和生产各环节，促进流通升级，提升流通在国民经济中的基础性支撑和先导性引领作用。
12	2016年5月	《关于推动电子商务发展有关工作的通知》	发改委、商务部、中国人民银行	提出完善电子商务法规政策环境，健全电子商务支撑体系，加强电子商务基础设施和交易保障设施建设，积极培育电子商务服务，深化电子商务应用。
13	2016年4月	《关于深入实施“互联网+流通”行动计划的意见》	国务院	明确加快推动流通转型升级，以满足消费者需求为中心，积极开展全渠道经营，支持企业突出商品和服务特色，充分应用移动互联网、物联网、大数据等信息技术，在营销、支付、售后服务等方面线上线下互动，全方位、全天候满足消费需求，降低消费成本。
14	2015年9月	《关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》	国务院	鼓励零售企业利用互联网技术推进实体店铺数字化改造，增强店面场景化、立体化、智能化展示功能，开展全渠道营销。鼓励大型实体店不断丰富消费体验，向智能化、多样化商业服务综合体转型，增加餐饮、休闲、娱乐、文化等设施，由商品销售为主转向“商品+服务”并重，加大金融支持力度。
15	2015年7月	《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》	国务院	提出要大力发展行业电子商务，推动电子商务应用创新，加强电子商务国际合作。
16	2015年5月	《“互联网+流通”行动计划》	商务部	提出鼓励电子商务进社区，拓展服务性网络消费范围；支持电子商务进中小城市，提升网络消费便利性；推动线上线下互动，激发消费潜力；促进跨境电子商务发展，拓展海外市场；加快电子商务海外营销渠道建设，助力电商企业“走出去”的任务。
17	2015年5月	《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》	国务院	明确加快建立开放、规范、诚信、安全的电子商务发展环境，进一步激发电子商务创新动力、创造潜力、创业活力，加速推动经济结构战略性调整，实现经济提质增效升级，全面涵盖降低准入、税收优惠、便利投融资、物流建设、线上/线下 O2O、农村电商、互联网金融、跨境电商、供应链 C2B、信用体系、质量监督等领域。
18	2014年10月	《关于促进内贸流通健康发展的若干意见》	国务院	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，支持流通企业做大做强。推动优势流通企业利用参股、

序号	时间	法律法规	颁布部门	相关内容
				控股、联合、兼并、合资、合作等方式，做大做强，形成若干具有国际竞争力的大型零售商、批发商、物流服务商。
19	2013年4月	《关于进一步促进电子商务健康快速发展有关工作的通知》	发改委、财政部、农业部	要求强调统筹推进电子商务发展环境建设，推进商贸流通领域电子商务创新发展；建立完善电子商务产品质量安全监督机制，推进电子商务标准化工作。

此外，针对母婴行业情况，国家也制定了相应的法律法规，并先后出台了一系列产业政策，以鼓励人口发展，保障母婴商品的质量标准和消费者的安全与健康。具体如下：

序号	时间	法律法规	颁布部门	相关内容
1	2021年11月	《关于进一步规范婴幼儿配方乳粉产品标签标识的公告》	国家市场监督管理总局	婴幼儿配方乳粉标签应当符合食品安全法律、法规、标准和产品配方注册相关规定，标识内容应当真实准确、清晰易辨，不得含有虚假、夸大、使消费者误解的文字、图形或者绝对化的内容。产品标签配料表中的复合配料应当严格按照食品安全国家标准的要求标注。
2	2021年11月	《母乳喂养促进行动计划(2021-2025年)》	国家卫健委等	严格监管母乳代用品市场，医疗机构及其人员不得向孕产妇和婴儿家庭宣传、推荐母乳代用品；保障女职工哺乳时间视同提供正常劳动，以哺乳期妇女和幼儿需求为导向，推进医疗卫生机构、商场、车站、机场、景区等公共场所加强母婴设施建设，提高母婴设施配置率。
3	2021年10月	《母婴安全行动提升计划(2021-2025年)》	国家卫健委	进一步加强母婴安全保障工作，切实保障孕产妇和新生儿生命安全和健康。
4	2021年8月	《关于修改<中华人民共和国人口与计划生育法>的决定》	全国人大常委会	明确实施三孩生育政策，取消社会抚养费等制约措施，支持优生优育，支持设立父母育儿假，减轻生育、养育、教育负担，加强婴幼儿照护服务，新增保障妇女就业合法权益规定等。
5	2021年5月	《中共中央、国务院关于优化生育政策促进人口长期均衡发展的决定》	国家卫健委	实施三孩生育政策及配套支持措施具有十分重要的意义，有利于改善人口结构，落实积极应对人口老龄化国家战略；有利于保持人力资源禀赋优势，应对世界百年未有之大变局；有利于平缓总和生育率下降趋势，推动实现适度生育水平；有利于巩固全面建成小康社会成果，促进人与自然和谐共生。
6	2017年1月	《国家人口发展规划(2016-2030年)》	国务院	到2020年，全面两孩政策效应充分发挥，生育水平适度提高，人口素质不断改善，结构逐步优化，分布更加合理；到2030年，人口自身均衡发展的态势基本形成，人口与经济社会、资源环境的协调程度进一步提高。2020年全国总人口达到14.2亿人左右，2030年达到14.5亿人左右。
7	2015年12月	《中华人民共和国人口与计划生育法》	全国人大常委会	明确提倡一对夫妻生育两个子女，放开“二孩”政策，促进婴童产业快速发展。

### （三）所属行业在新技术、新产业、新业态、新模式方面的发展情况和未来发展趋势

母婴产业是指面向孕产妇及0-14岁的婴童群体，满足其衣、食、住、行、用、玩、教等多元化需求。母婴产业涉及商品生产、零售、生活服务、教育、娱乐、医疗卫生等多个行业，属于综合性消费行业。依据商品形态的不同，母婴产业可分为“商品”和“服务”两大板块，其中，商品主要包括食品（奶粉、婴儿辅食等）、易耗品（纸尿裤、洗护用品等）、耐用品（玩具、婴儿车床）、服装和孕产妇商品等，服务则涵盖教育、医疗、娱乐出行等多个方面。

产品					服务		
食品	易耗品	耐用品	服装	孕产妇商品	教育	医疗	娱乐出行
							
							
							

#### 1、母婴零售行业的发展历程

从国际市场来看，大多数发达国家对婴幼儿产品的研发和服务兴起于 20 世纪 60 年代，发展至今母婴零售行业已相对成熟，行业整合度较高。其中，以玩具反斗城、MotherCare 为代表的欧美企业和以阿卡佳、西松屋为代表的日资企业在国际市场上拥有较高的知名度。

从国内市场来看，我国母婴零售行业起步于 20 世纪 90 年代。在行业的初始阶段，人们对母婴用品只有奶粉、纸尿裤等模糊的概念，且主要通过街边个体经营门店、批发市场购买，母婴商品较少进入大型百货公司或超市柜台。而母婴用品专业零售商店数量更是稀少，且主要集中在经济水平和开放程度较高的发达地区。

2000 年至 2009 年，母婴商品和母婴经济概念逐渐普及，80 后父母消费行为与习惯成为了母婴市场的催化剂。一方面，线下零售渠道不断丰富，并逐渐扩展

到大卖场、便利店和区域性专营连锁店；另一方面，移动端母婴零售市场兴起，线上母婴类社区、线下品牌的网上商城以及垂直母婴电商平台相继上线，我国母婴零售行业进入快速发展阶段。

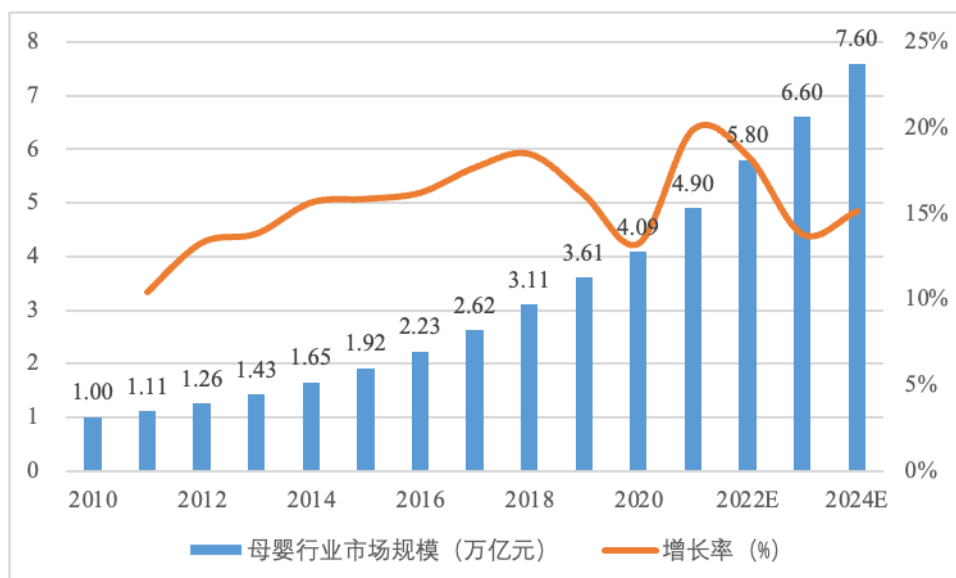
2010年以来，我国母婴零售行业进入到成熟发展阶段。一方面，国家对母婴产品质量的监管力度持续加强，倒逼国内母婴零售企业开始关注供应链管理和产品质量管理，一批具有较强竞争力的母婴全国连锁企业和区域龙头企业脱颖而出，行业内兼并整合开始，行业集中度提高；另一方面，以淘宝、京东、亚马逊为代表的大型综合电商平台先后上线了母婴类频道，垂直母婴电商、社区平台发展也逐步成熟，电商网购成为母婴消费的重要场景之一。

未来，随着新生代孕育观念的改变以及消费行为的全面升级，以孩子王为代表的“线下实体体验店+线上平台”的全渠道经营模式将逐步成为母婴零售行业的主流。通过大数据、人工智能等科技赋能，深度挖掘客户多元化需求，开展精细化运作和差异化经营，发挥品牌效应和规模优势将成为母婴零售企业保持竞争力的关键因素。

## **2、我国母婴零售行业在新技术、新产业、新业态、新模式方面的发展概况**

从母婴市场整体规模来看，近年来，虽然我国人口出生率持续下降，人口红利逐步消退，但随着鼓励生育相关政策陆续出台、居民可支配收入提升、母婴消费理念变化以及下沉市场消费需求增长等因素影响，我国母婴市场规模仍呈现整体上升趋势。根据艾媒咨询数据，截至2021年，我国母婴市场规模已达到4.90万亿元，较2020年相比增长19.50%，预计到2024年我国母婴市场规模将达到7.60万亿元，未来三年年均复合增长率超过15%，维持在较高增长水平。

## 2010至2024年我国母婴行业市场规模

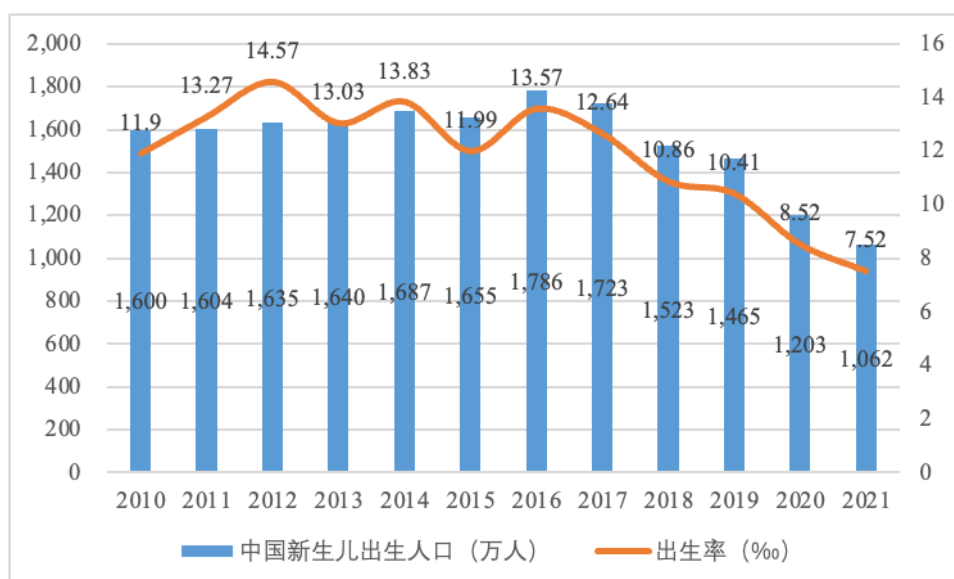


数据来源：艾媒咨询

### (1) 国家颁布多项鼓励生育政策，促进人口长期均衡发展

由于母婴商品的主要消费群体是0-14岁的婴童和孕妇，母婴零售行业的发展与我国婴幼儿人口数量存在一定的相关性。2010年至2014年，我国新生人口数量持续上升，为母婴零售行业打造了黄金发展期；2017年，我国新生儿出生率出现下滑，人口红利逐渐减退，为此，我国政府先后推出了多项鼓励生育政策，以提高新生儿人口率，促进人口长期均衡发展。

## 我国新生儿出生人口及增长率



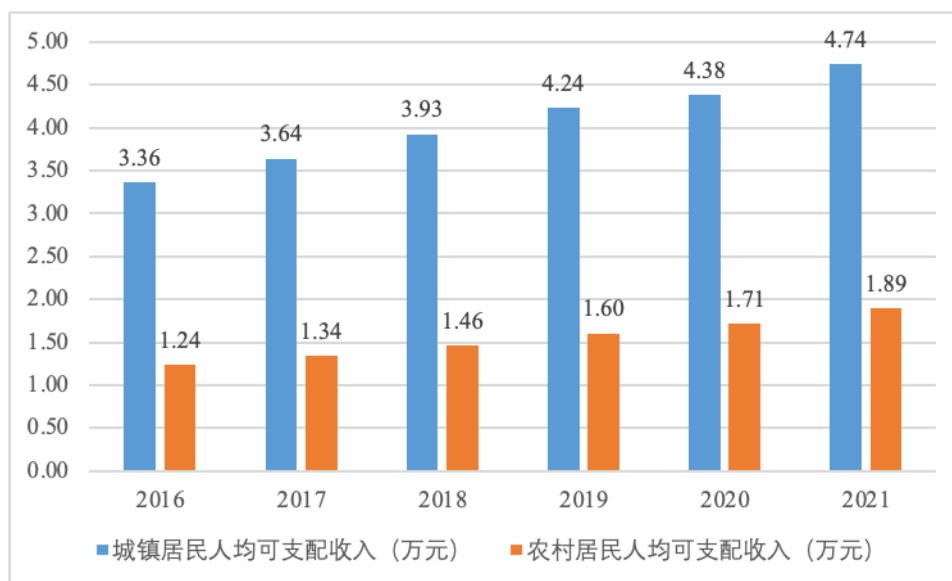
数据来源：国家统计局



## (2) 人均收入水平提高为母婴消费提供经济基础

近年来我国居民人均可支配收入持续上升，带动居民消费能力的不断升级。根据国家统计局数据，2021年我国城镇居民人均可支配收入达4.74万元，较2016年的3.36万元增长了41.04%，年均复合增长率为7.12%；农村居民人均可支配收入达到1.89万元，较2016年的1.24万元增长了53.13%，年均复合增长率为8.90%。居民收入水平的提高为母婴消费提供了经济基础。

2016~2021年我国城镇农村居民人均可支配收入情况

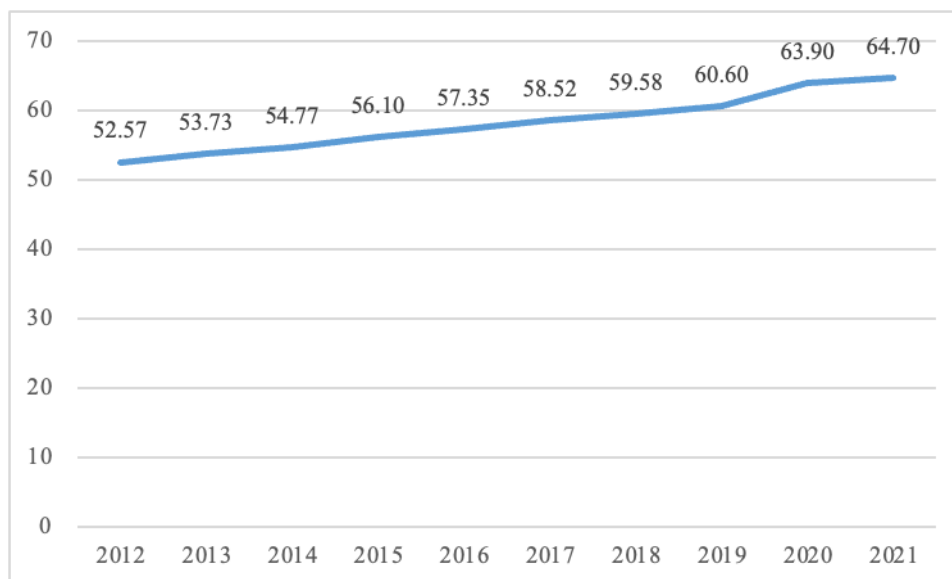


数据来源：国家统计局

同时，高端婴童消费的主要群体为城镇居民。近年来，我国城镇化进程不断加快，根据历年国民经济和社会发展统计公报数据，常住人口城镇化率已由2012年的52.57%提高到2021年的64.70%，并呈现逐年上升趋势。未来，我国经济发展进入新阶段，城镇人口规模将不断扩大，同时伴随着城镇居民人均可支配收入的提高，我国母婴消费需求有望进一步释放。

## 2012~2021 年我国常住人口城镇化率情况

单位：%

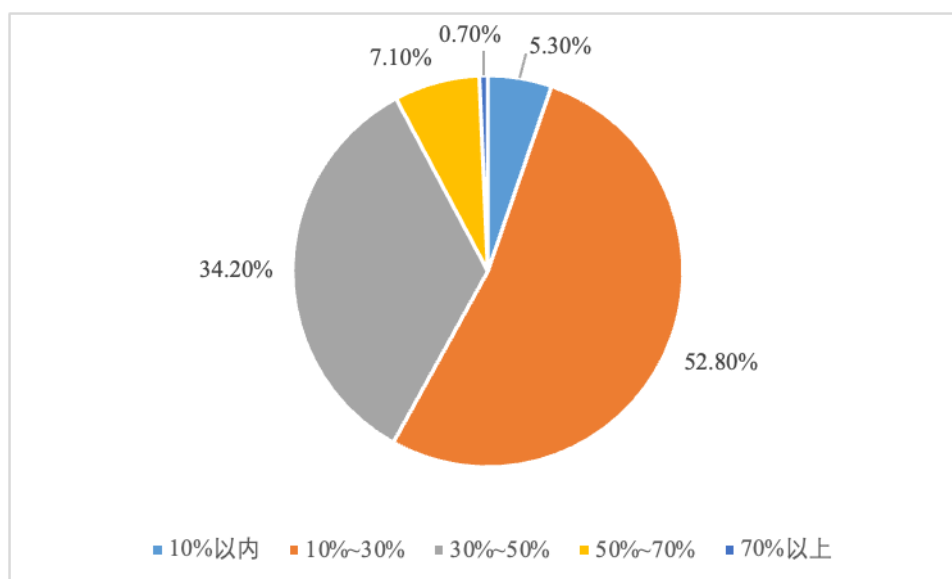


数据来源：国民经济和社会发展统计公报

### (3) 新生代父母育儿理念的转变促进母婴消费观念升级

随着二胎/三胎政策的颁布，80后、90后作为新生代家长群体成为主流的母婴消费者。相较于传统育儿理念，新生代父母更加崇尚科学育娃，根据艾瑞咨询数据，66.70%的妈妈认同“积极学习育儿知识、努力做到科学育儿”的育儿理念，愿意购买各类高质量产品，支撑孩子天赋发展。同时，新生代父母有着更高的消费力和消费意愿，愿意在母婴用品和服务上花费更多的支出，根据艾瑞咨询数据，中国妈妈给孩子的消费支出占月支出的比例较高，其中，三成以上占比达到30%-50%，另有7.10%的妈妈该项支出占比高达50%-70%。新生代父母育儿理念的转变促进母婴消费观念升级。

## 2022 年中国母婴人群给孩子的消费支出占个人月支出的比例

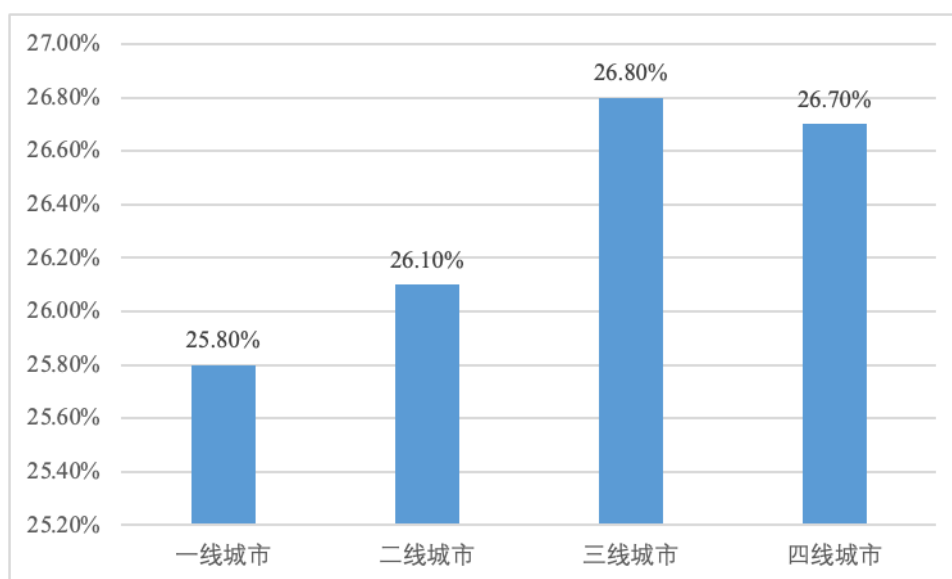


数据来源：艾瑞咨询 2022 年 1 月线上调研

### (4) 低线城市的消费升级助力母婴消费市场的增长

近年来，低线城市母婴消费群体虽然总体收入较一、二线城市有一定差距，但同样追求品质消费，愿意在育儿中投入更多的时间和金钱。根据艾瑞咨询数据，三、四线城市母婴产品消费占家庭总支出的比例分别为 26.80% 和 26.70%，高于一、二线城市的 25.80% 和 26.10%，低线城市的消费升级也逐步成为母婴消费市场的新增助力。

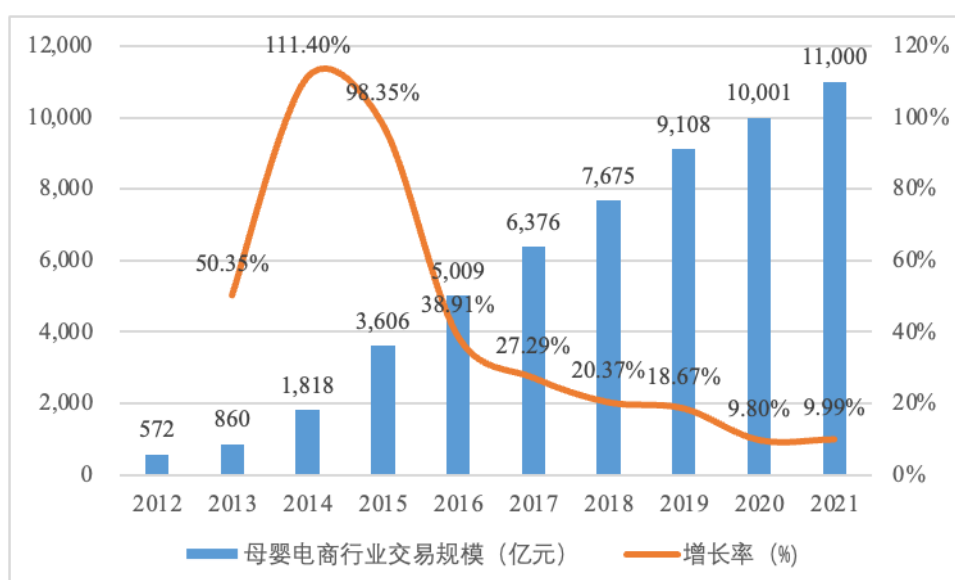
### 2021 年各线城市母婴产品消费占比



数据来源：艾瑞咨询

在母婴零售行业自身发展的同时，互联网技术加速零售行业转型升级。近年来，我国互联网产业蓬勃发展，根据 CNNIC 数据显示，截至 2021 年末，我国互联网用户数量达到 10.32 亿人，较 2016 年末增长 41.12%，互联网普及率（互联网用户数除以总人口数）达到 73.00%。同时，移动互联网用户数量也持续上升，从 2016 年末的 6.95 亿人增长至 2021 年末的 10.29 亿人，年均复合增长率达到 8.16%，庞大的网络用户数量为电子商务的高速增长奠定了基础，加速了零售行业转型升级，也直接带动了母婴电商市场的发展。根据网经社电子商务研究中心发布的《2021 年度中国母婴电商市场数据报告》，2021 年我国母婴童电商交易规模已突破万亿规模，达到 11,000 亿元，同比增长 9.99%，较 2012 年的 572 亿元增长了约 20 倍，年均复合增长率达到了 38.89%。

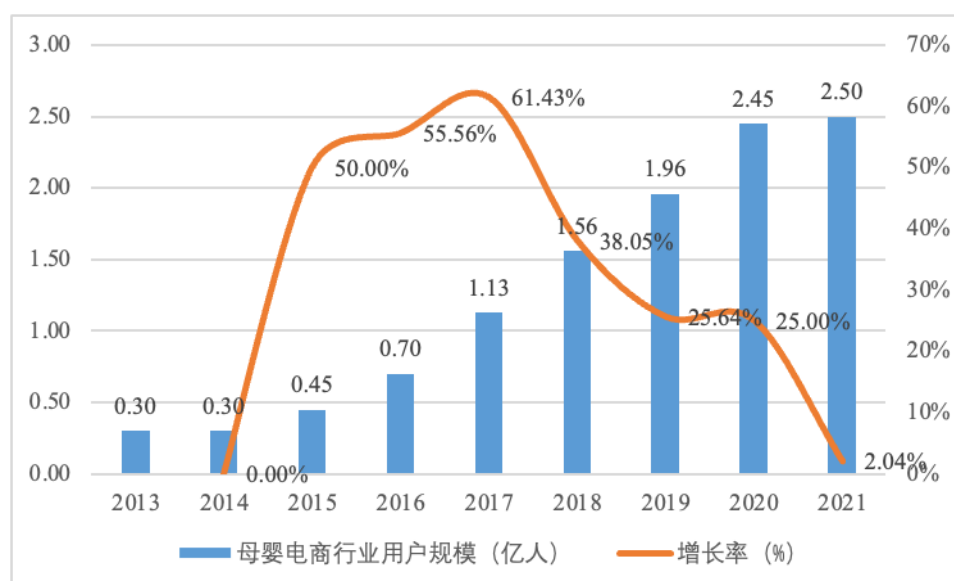
中国母婴电商行业交易规模及增长率



数据来源：网经社电子商务研究中心

此外，2014 年以来，我国通过线上渠道购买母婴商品的用户呈现快速增长趋势，2021 年，我国母婴电商用户规模达到 2.50 亿人，较 2013 年的 0.30 亿人增长了 733.33%，年均复合增长率达到了 30.35%。互联网产业的发展为用户提供了更加便捷高效的消费方式，以及更加精准的信息传递服务，满足用户的个性化和场景化消费需求，对母婴零售行业持续升级产生了巨大的推动作用。

### 2013~2021年母婴电商行业用户规模及增长率



数据来源：网经社电子商务研究中心

### 3、我国母婴零售行业在新技术、新产业、新业态、新模式方面的主要发展趋势

#### (1) 从单一商品零售向“商品+服务+产业生态经济”多元化领域拓展

我国母婴零售行业起步时间较晚，早期以奶粉、纸尿裤等简单母婴商品销售为主。伴随着母婴行业的发展和消费升级，母婴商品的种类也逐步丰富，食品（例如奶粉、零辅食）、易耗品（例如纸尿裤、洗护用品）、服装、孕妇产品等品类一应俱全，各类品牌商也通过全产业链发展，为不同年龄段婴童提供不同层次的产品。

在母婴商品发展的同时，随着育儿观念的升级，家长越来越重视育儿过程中的科学性和教育功能，隔代养育的现实也促进了新生代家庭对于亲子互动、育儿指导和教育服务的需求，再加上国内母婴商品同质化竞争日渐激烈，促使包括医疗保健（例如孕产妇护理）、亲子娱乐及出行（例如儿童室内游戏、亲子活动）、儿童教育服务（例如儿童早教）、丽人服务（例如儿童摄影）等个性化母婴服务的出现，母婴零售行业从以商品为主逐步发展到“商品+服务”模式，客户的消费体验不断提升。

“商品+服务”的经营模式为母婴零售行业提供了更多的互动场景，再加上智能手机的广泛普及以及新生代父母喜欢分享、交流的社交特性和社交需求，母

婴零售企业进一步围绕会员和母婴社区发展，打造“产业生态经济”：一方面，众多母婴零售商以线下活动为社交载体，通过为顾客提供帮助和解决育儿难题，与顾客快速建立良好的信任关系，打造会员体系，增加会员用户的粘性；另一方面，以母婴社交平台 and 孕婴工具类平台为代表的母婴线上社区平台逐渐建立，通过提供母婴知识问答、专家在线咨询等与孕育、医疗知识相关的母婴信息内容服务，实现有效引流，最终通过会员、流量变现实现盈利。因此，“商品+服务+产业生态经济”的多元化运营模式逐渐成为母婴行业发展的新趋势。

孩子王自成立以来始终坚持“商品+服务+产业生态经济”的发展战略，一方面创新性的深耕大店模式，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，可同时满足消费者购物、服务、社交等多重需求；另一方面，公司开创了育儿顾问模式，通过独特的服务模式——“提供套餐+解决方案+虚拟产品(专业的知识+情感的交互)”，创造性的满足会员家庭孕养及育儿方面的各项服务需求；此外，公司每年每个门店举办百余场孕妈妈、儿童互动活动，为亲子家庭构建了多样化的互动社区，进一步拉近了与会员的关系，增强会员用户的粘性。

## (2) “渠道升级+渠道融合”同步发展

目前，我国母婴零售行业分为线上和线下两种渠道。其中，线下渠道主要包括专营连锁零售店、百货商场的母婴专柜以及超市母婴专区等；线上渠道则主要包括综合电商母婴频道、垂直孕婴童电商、垂直母婴社区以及品牌商/零售商自建渠道等。近年来，受到消费升级和互联网经济的影响，我国母婴零售行业呈现出“渠道升级+渠道融合”同步发展的趋势。

渠道升级主要体现为专业化升级。以线下渠道为例，随着新生代父母消费习惯和消费模式的转变，消费者对母婴商品的种类、品质和安全性要求持续提高。母婴专营连锁店无论在产品品类的丰富度、服务的专业度还是在中高端品牌的推广上都更具优势，从而逐渐取代传统的个体经营店、超市和百货。

渠道融合主要系通过线上线下全渠道经营，实现优势互补。其中，对于线下渠道而言，由于母婴商品种类繁多，同时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，线上平台无法满足上述需求。

对于线上渠道而言，其优势主要在于：1) 线上平台商品品类更多、更齐全，可以满足母婴长尾市场中众多个性化需求；2) 由于线上平台具有去中间化特点，往往在价格上具有一定的优势；3) 线上渠道购物不受时间空间限制，可满足客户方便快捷的需求。

近年来，随着母婴行业消费渠道的不断丰富，客户倾向于通过多渠道切换获得性价比更高的商品和更好的消费体验，线下渠道和线上渠道双向融合的趋势愈发明显：一方面消费者需求向全渠道发展，希望随时随地购买到所需产品和服务；另一方面品牌商也有渠道拓展、市场增量的需求，线上平台作为线下门店的补充，能够扩大覆盖人群，解决单一渠道增量空间有限等问题。

报告期内，公司全力发展全渠道融合战略，建立了“无界+精准+数字化+服务化”的运营模式，消费者可通过线上平台、APP、微信小程序、微商城，或线下触屏终端、“门店到家”等多种渠道，获得更加流畅、便捷的消费体验。通过线上线下一体化构建，公司建立了与客户交互的多重触点，为消费者提供多元化、全方位的服务，实现了线上线下业务的全面发展。未来，公司可以将“人、货、物”更好的进行匹配，形成以大数据为核心，引领线上线下深度融合的母婴新零售业态。

### (3) 科技赋能推动母婴零售从传统行业向“数字化”发展

我国母婴零售行业在发展初期主要通过抢占优势的商铺位置、供应链和物流体系等资源来取得竞争优势，随着人口红利的逐渐退却和互联网技术的快速革新，母婴零售行业的获客成本持续上升，以追求流量经济、规模经济的资源驱动型商业模式受到了强烈冲击，传统零售行业逐渐向“数字化”发展。

“数字化”是指利用移动互联网、云计算、大数据、人工智能等创新技术，围绕客户的消费需求和行为特征变化，重塑客户营销、渠道销售、商品供应链等业务流程，提升零售效率和体验。报告期内，公司沿着“信息化——在线化——智能化”的发展路径，实现了“用户、员工、商品、服务、管理”等生产要素的

数字化在线，以及线上线下全渠道一体化布局，真正实现了消费者精准洞察和运营效率的提升，为公司业务发展和高效管理赋能。

#### （四）行业竞争情况及发行人在行业中的市场地位

##### 1、行业竞争格局

近年来，我国母婴零售行业在国家经济发展及市场需求的拉动下保持了较快增长，但由于我国母婴零售行业进入门槛较低，行业内企业数量众多且规模较小，市场集中度不高。

##### （1）线下渠道竞争格局

目前，线下渠道主要以母婴专营连锁零售店为主。该市场相对分散，除少数龙头企业外，主要为中小型连锁店和个体店。

按照门店数量和规模来看，母婴专营连锁零售店大致可以分为两类：（1）单店面积超过 2,000 平米，门店数量超过 300 家，除销售产品外还提供儿童游乐场及配套母婴服务的大型母婴连锁店，如孩子王；（2）单店面积小于 1,000 平米，在局部区域有影响力，主要以销售产品为主的母婴连锁店，如爱婴室、乐友、爱婴岛等。

按照区域布局来看，母婴专营连锁零售店大致可以分为二类：（1）全国布局，在国内门店的覆盖省市超过 10 个，以孩子王、乐友和爱婴岛为代表，其中孩子王主要覆盖全国一、二、三线城市的母婴市场，乐友则主要集中在华北地区；（2）区域相对集中，以爱婴室、丽家宝贝为代表，其中爱婴室主要集中在华东地区。

按照经营模式来看，母婴专营连锁零售店主要分为直营店和加盟店两类，其中直营模式对产品和服务的管控力较强，定位于中高端市场，门店一般布局在城市的购物中心，以孩子王为代表；加盟店模式是大多数母婴连锁店采取的经营方式，管理上较为松散，单店面积较小，以街边店为主，以爱婴岛为代表。上述母婴零售企业具体情况如下：

公司	门店数量	门店面积	区域布局
孩子王	全国 504 家直营门店 (截至 2022 年 9 月末)	平均约 2,300 平米 (最大超过 7,000 平米)	总部位于南京，已在江苏、安徽、四川、湖南、浙江、山东等全国 20 个省市、188 个城市（含县级市）开设直营数字化门店
爱婴室	全国近 480 家直营门店 (截至 2022 年 9 月末)	平均约为 600 平米	总部位于上海，已在上海、江苏、浙江、福建、重庆、深圳等地区开设直营门店



公司	门店数量	门店面积	区域布局
乐友	全国 700 余家直营+加盟店	200 至 600 平米	总部位于北京，已在北京、上海、湖北、辽宁、河南等全国 25 个省市自治区开设直营和加盟店
爱婴岛	1,600 多家各类型门店	60 至 300 平米	总部位于珠海，已在华南、华中、华东、西北、西南等 157 个城市开设
丽家宝贝	全国 78 家门店	-	总部位于北京，已在北京、天津、武汉、成都、河北、重庆等地区开设直营和加盟店

数据来源：公开资料整理

## （2）线上渠道竞争格局

目前，线上渠道主要以综合性电商为主。综合电商依靠流量优势，品类协同性和规模采购能力涉足母婴市场，主要代表包括天猫、京东、苏宁等。其他垂直孕婴童电商、垂直母婴社区则主要基于母婴市场的小众需求，通过提供个性化、专业化服务吸引流量，再通过电商、广告、知识付费等方式实现流量变现。

## 2、公司在行业中的地位

公司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亲子家庭全渠道服务提供商。报告期内，为抢抓母婴市场发展机遇，公司一方面加快门店布局，在江苏、安徽、四川、湖南、浙江、山东等全国 20 个省（市）开设了 504 家直营数字化门店；另一方面，公司构建了包括移动端 APP、微信公众号、小程序、微商城等在内的线上平台，向目标用户群体提供多样化的母婴童商品及服务。

报告期内，公司营业收入分别为 824,250.92 万元、835,543.52 万元、904,887.66 万元和 638,428.15 万元，业务规模在国内母婴零售行业中位居前列。

## 3、行业内主要企业情况

### （1）爱婴室

上海爱婴室商务服务股份有限公司（以下简称“爱婴室”）成立于2005年，2018年3月在上交所主板上市（爱婴室，603214.SH），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<sup>1</sup>。

### （2）乐友

<sup>1</sup> 爱婴室公开披露资料

乐友国际商业集团有限公司（以下简称“乐友”）成立于 2000 年，是一家主营安全健康母婴用品的零售商。目前，乐友销售的商品包括童装、孕装、玩具、车床椅、奶粉、纸尿裤等几大类<sup>2</sup>。

### （3）爱婴岛

广东爱婴岛儿童百货股份有限公司（以下简称“爱婴岛”）成立于 2005 年，是一家主营孕婴童用品的连锁零售商。目前，爱婴岛主要供应食品、用品、玩具、服装、纸品等五大类产品<sup>3</sup>。

### （4）丽家宝贝

北京丽家丽婴婴童用品股份有限公司（以下简称“丽家宝贝”）成立于 2007 年，是一家母婴用品连锁零售企业，主要产品覆盖奶粉辅食、保健品、纸尿裤、车床椅、宝宝日常用品等几大类<sup>4</sup>。

## （五）公司所处行业与上、下游行业之间的关联性

母婴零售行业处于整个母婴产业链的中游，其上游主要为母婴产品品牌商或服务提供商，下游则为终端消费客户。随着我国市场经济和互联网经济的快速发展，母婴零售行业呈现出多种业态并存的局面。



<sup>2</sup> <http://www.leyou.com.cn/udp/?a=about>

<sup>3</sup> <http://lm.baby.com.cn/aiyingdaojianjie/>

<sup>4</sup> <https://www.lijiababy.com.cn/#/shop>

## **（六）行业技术水平及技术特点**

随着互联网、物联网和人工智能等技术的快速发展，信息化管理技术和大数据技术已经成为母婴零售行业成功经营的关键因素。一方面，母婴零售企业逐步推进实施 IT 信息管理系统，构建供应商、商家、用户等在内的全产业价值链，实现集计划、采购、库存、下单、配送和财务为一体的信息管理系统，改变以往各个模块相对独立的状态，使整个业务发展具有集成性、快速复制性和灵活性，实现资金流、物流和信息流的高效管理，提升市场反应速度和企业运营效率。另一方面，大数据分析技术可用于识别客户行为背后的动机、偏好、习惯、需求，结合相关的数据模型进行自动分析，从而协助营销人员对客户进行针对性营销，为客户提供精准化、定制化服务，提升营销效率和客户消费体验。此外，大数据技术能够帮助零售企业分析母婴商品的需求情况，向上游供应商反馈消费行为偏好与趋势，优化供应链管理，从而便于供应商对产品进行升级开发、优化产能规划，为客户提供更好的服务和产品。

## **（七）发行人竞争优势**

公司作为主要从事母婴童商品零售及增值服务，运用互联网、大数据等技术驱动，基于顾客关系经营的创新型亲子家庭全渠道服务提供商，经过多年的创新性、差异化探索及发展，在母婴零售行业具有较为显著的竞争优势。

### **1、品牌优势**

随着我国居民生活水平的提高以及传统育儿观念的更迭，消费者更加注重母婴商品的安全和品质，品牌溢价逐步显现。公司自成立以来，始终坚持以客户为中心的经营理念，凭借对消费者需求的精准把握以及优质的商品和服务，迅速成为母婴零售领域的代表性品牌之一。经过多年的努力，公司通过不断完善其商品品类和全渠道建设，打造了“商品+服务+产业生态经济”的多元化经营体系，在中高端母婴市场建立了良好的品牌形象，先后获得国家级或省级“电子商务示范企业”、“全国供应链创新与应用试点企业”、“新型信息消费示范项目”、“首批线上线下融合发展数字商务示范企业”等，并多次入选中国连锁百强榜，进一步巩固了公司在母婴零售行业的领先优势。

公司品牌知名度的提升也促进了不同业务环节的发展。随着公司品牌价值的

输出，报告期内公司营业规模和会员营销实现了快速发展，公司的营业收入从2019年的824,250.92万元增长到2021年的904,887.66万元，年均复合增长率达到4.78%，同时公司的渠道拓展能力也在不断加强，线下销售区域从初期的江苏地区已扩展至全国20个省（市），线上销售也已经逐步覆盖了APP、微信公众号、小程序、微商城等主要渠道。此外，随着公司品牌影响力的加强和业务规模的扩大，公司与众多母婴品牌生产厂商、经销商建立了长期稳定的战略合作关系，在产品采购方面的规模优势和议价能力不断增强。公司业务的发展进一步促进了品牌影响力的巩固和提升，为公司业务进入良性循环奠定基础。

随着品牌运营与业务发展的相互促进配合，品牌优势已成为公司的核心竞争力之一。

## **2、全渠道融合优势**

随着消费结构的不断升级以及互联网经济的快速发展，消费者的消费需求逐渐呈现出碎片化、社交化和即时化特点，消费者倾向于为不同的商品选择不同的渠道，通过多渠道切换获得性价比更高的商品和更好的消费体验。为此，公司通过构建门店终端、移动端APP、微信公众号、小程序、微商城等打造全渠道营销网络，建立了品牌和用户互相感知和交互的多个触点，及时准确地满足消费者全方位的消费需求。

在线下渠道方面，公司重点在全国二、三线城市布局，截至2022年9月末，公司已在20个省（市）开设了504家实体门店，实现了多区域覆盖，为消费者提供了便利的购买途径。同时，公司深耕大店模式，并主要集中在大型综合购物中心内，平均单店面积约2,300平米（最大单店面积超过7,000平米），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，可同时满足消费者购物、服务、社交等多重需求。此外，随着大数据、人工智能等技术在零售行业的广泛应用，公司持续推进门店功能和定位的迭代升级，打造以场景化、服务化、数字化为基础的大型用户门店。目前，公司已从第一代普通线下门店升级为第九代数字化门店，以消费者的生活场景为中心，创新性推出商品解决方案场景化陈列、专属儿童成长服务中心和全数字化智慧服务中心，满足新零售模式下的消费升级需求。

在线上渠道方面，公司通过多线布局，形成了线上渠道全面覆盖的运营网络。目前，公司主要通过“孩子王”APP和微信小程序开展线上业务，同时，公司还在微信等社交平台上广泛布局，拓展销售途径，打造全新的品牌运营体系，并通过平台互动与消费者建立有效连接，拉近与消费者的距离，强化公司的品牌形象。

随着线上线下的全渠道融合，公司建立了“无界+精准+数字化+服务化”的运营模式，消费者可通过线上平台、APP、微信小程序，或线下触屏终端、“门店到家”等多种渠道，获得更加流畅、便捷的消费体验。通过线上线下一体化构建，公司建立了与客户交互的多重触点，为消费者提供多元化、全方位的服务，实现了线上线下业务的全面发展。

### 3、会员经济优势

随着互联网经济的快速发展，零售行业已经从原来的单纯追求流量经济、规模经济向深度挖掘“单客产值”模式转变。公司自成立以来，始终将自身定位为一家重度的会员经济公司，打造了从“互动产生情感—情感产生黏性—黏性带来高产值会员—高产值会员口碑影响潜在消费会员”的整套“单客经济”模型，并在全业务体系推广。公司以用户为中心，将员工、服务、商品重新定义，可为用户提供近千种解决方案。

在线下渠道方面，公司以实体门店为载体，以育儿顾问为纽带，通过为顾客提供帮助和解决育儿难题，与顾客快速建立良好的信任关系和情感基础；同时，公司每年每个门店举办百余场孕妈妈、儿童互动活动，为亲子家庭构建了多样化的互动社区，进一步拉近了与会员的关系，增强会员用户的粘性。在线上渠道方面，公司采用“用户数字化+员工顾问化”模式，基于大数据的精准营销和解决方案，深挖客户需求，拓展消费品类，提升消费频次，以良好的消费体验赢得会员信赖；同时，公司通过“社交+内容”模式，在线上平台提供更多的互动场景，抓住新生代父母喜欢分享、交流的社交特性和社交需求，进一步围绕会员和母婴社区发展打造“产业生态”。经过多年的积累，公司会员人数持续上升，截至2022年9月末，公司会员人数超过5,500万人，较2019年初的2,452万人增长一倍，其中最近一年的活跃用户近1,000万人，会员贡献收入占公司全部母婴商品销售收入的96%以上。

此外，为进一步提高单客产值，公司对会员进行了更加精细化的运营。一方面，公司根据不同的客户等级，提供个性化服务；另一方面，公司于 2018 年正式推出付费会员—黑金 PLUS 会员，通过将会员与品牌商深度绑定，全面渗透用户日常生活场景，让 VIP 服务更贴切需求。截至 2022 年 9 月末，公司累计黑金会员规模超过 85 万人，单客年产值达到普通会员的 13 倍左右。

未来，公司将继续坚持以会员服务为核心，进一步构建以服务化、数字化、生态化为基础的“会员经济”，成为中国亲子家庭的首选平台。

#### **4、育儿顾问服务优势**

不同于其他的母婴零售企业，公司始终坚持重度会员模式，而育儿顾问在这其中扮演了举足轻重的作用，创造性满足会员的商品购买及服务需求。育儿顾问作为公司与顾客之间的纽带，是向顾客推荐产品和服务的有效触点之一，育儿顾问通过为千万中国亲子家庭提供优质服务体验，创造顾客价值，在行业内具有独特优势。

经过多年的发展，公司建立了强大的育儿顾问团队。育儿顾问拥有营养师、母婴护理师、儿童成长培训师、全方位专业咨询等多重角色，既懂得顾客的需求又拥有丰富的育儿经验和育儿知识，为顾客提供孕婴童商品推荐、孕期咨询、新生儿产后护理、育儿经验专业指导、催乳、小儿推拿等一站式育儿服务。截至2022年3月末，公司已拥有近4,700名持有国家育婴员职业资格的育儿顾问，在行业内具有明显优势。同时，为保证育儿顾问更好的服务顾客，公司还建立了完善的培训体系，能让各个层级的育儿顾问得到针对性的培养，从而更好的服务于客户。

#### **5、数字化技术优势**

随着移动互联网、云计算、大数据等技术的创新，数字化浪潮正在深刻地改变消费者的需求和行为特征，给母婴零售行业带来了机遇和挑战。面对科技变革，公司沿着“信息化——在线化——智能化”的发展路径，实现了“用户、员工、商品、服务、管理”等生产要素的数字化在线，以及线上线下全渠道一体化布局，真正实现了消费者精准洞察和运营效率的提升，为公司业务发展和高效管理赋能。

在用户数字化方面，公司搭建了 APP、小程序、云 POS 等用户前端系统，

实现了从线下数字化门店到手机 APP、微信小程序等全渠道互通，使得客户可以在任何时间、任何地点、任何场景下都能享受到优质的服务。同时，公司在服务过程中已建立了 400+个基础用户标签和 1,000+个智能模型，形成“千人千面”的服务方式，最终完成精准营销，赋能公司业务发展。

在员工数字化方面，公司开发了育儿顾问客户管理工具“人客合一”、“云客合一”、“阿基米德”店总经营管理工具等，赋能基层员工进行高效而精准的客户服务和管理工作。其中，“人客合一”是集经营分析、社群工具、门店工具、扫码购工具、育儿服务、互动活动、日常办公、巡店等 11 大模块，150 余个经营工具构成的资源共享平台，可基于前端用户的身份信息、行为信息、交易信息的采集和分析，帮助育儿顾问充分了解到用户的行为特征与购物服务需求，进行高度精准的、个性化的服务和营销。一方面，该平台通过大数据的分析，将人工点对点的服务需求自动推送到每一个对应员工的 APP 上，员工据此执行有效的会员深耕任务，更好地进行销售导购；另一方面，该平台基于会员和孩子王平台、员工之间的交互关系建立渠道推荐算法，实现和会员间的有效沟通。员工通过该平台可以共享到公司的会员、授信、品牌等资源，可针对顾客需求定制服务方案，从而激活了员工个人价值，推动公司以会员为中心的经营理念。

在管理数字化方面，公司搭建了以业务和数据双中台系统为主，以 AI 中台为辅的技术架构，提升了整体业务运转效率。其中，业务中台采用微服务架构，设置了包括会员、商品、团购、统一支付、库存、交易、预售、售后、促销、OMS、扫码购在内的 11 个模块，高效支撑了公司快速灵活的商业模式；数据中台则基于数据资产，结合机器学习等智能算法和业务模型，为业务中台输出智能营销、销量预测和智能补配货等应用，实现数据驱动业务智能。以仓储物流作业为例，公司将商家、门店、仓库、物流承运商数据全面打通、分层建设规范，并结合销售预计、供货周期等几十项参数形成补货需求供门店使用，有效提高了公司的仓储管理效率。此外，AI 中台还通过运用人工智能技术，从用户、数据和应用层面全面提升了作业效率和质量。

## **6、供应链管理优势**

为保障产品质量安全，增强客户消费体验，提升供应链管理效率，公司对母婴商品的采购、仓储、物流、配送等环节进行全流程管控和数字化管理。

在供应商合作方面，公司不断加强与各类母婴商品品牌供应商的合作，并逐渐形成了长期稳定的合作关系，在保证产品质量的同时进一步优化采购成本。在产品供应方面，公司根据门店及线上平台 SKU 的销售情况，结合库存分布和采购策略等因素，制定采购计划，提升采购效率。在仓储物流环节，公司将 KWMS 仓储管理系统与 OMS 电子商务系统全面联通，实现了在接受订单后，以最优方式进行订单物流交付的功能。在产品质量保障方面，公司制定了完善的产品质量控制体系，在新供应商开发时，对供应商的产品质量、经营资质、品牌等进行严格的筛选；在合作过程中，公司会定期和不定期的对供应商产品质量进行抽检，确保生产过程中质量的稳定；在产品入库时，公司质检人员会根据产品品类按照不同的抽检比例进行严格的质量检测，抽检合格后方可入库。此外，公司还会根据供应商的生产能力、供应质量等数据定期对合作的供应商进行评估和淘汰。

通过对供应链多个环节的不断优化管理，公司在保证产品质量的同时，提升了产品采购效率和订单管理能力，供应链管理优势不断增强。

## **7、人力资源优势**

优秀的团队一直是企业竞争力的核心。通过长期积累和摸索，公司培养了一批经验丰富的管理和业务人才，打造了高效的“同心组织”管理架构，并建立了以员工为核心的人才培养制度，为公司可持续发展提供了竞争优势。

一方面，公司自主培养了一支结构合理、稳定、高效的管理团队，在新零售和传统门店销售领域都有着丰富的经验，对于零售新风向具有深刻的市场见解，能够基于公司实际运营情况和母婴零售行业发展现状制定科学、合理的长期发展战略，并能为公司经营管理进行合理决策和有效实施，其丰富的管理和运营经验将继续为公司未来发展提供重要驱动力。另一方面，公司打造了高效的“同心组织”人力架构，以用户为中心，构建产品体系、专家体系和目标体系，提升经营管理效率。此外，公司还成立了零售学院和智能学院，以员工为核心，针对不同类型的员工，定制差异化的学习产品，提高员工专业能力，打造不同梯队的人才培养通道，使人才发展全面支持公司经营的快速升级。

## **8、仓网布局优势**

为保障对全国范围内产品配送的快速响应能力和服务水平，提升发货、配送



时效，加强消费者购物体验，公司建立了与门店布局和线上销售相匹配的，包括中央仓（CDC）、区域仓（RDC）和城市中心仓（FDC）在内的三级仓储体系，形成了“供应链+本地生活服务”的经营定位，通过将更高效的供应链管理系统和更先进的物流仓储系统相结合，打破线上线下的物流配送界限，将门店服务及本地化生活场景相互交融，满足家庭及社会日益多元化、个性化需求。

## **七、发行人主要业务的有关情况**

### **（一）发行人的主营业务情况**

#### **1、主营业务情况**

孩子王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亲子家庭全渠道服务提供商。自设立以来，公司立足于为准妈妈及 0-14 岁婴童提供一站式购物及全方位成长服务，通过“科技力量+人性化服务”，深度挖掘客户需求，通过大量场景互动，建立高粘度客户基础，开创了以会员关系为核心资产的单客经营模式。

报告期内，公司大力发展全渠道战略。在线下门店布局方面，公司持续推进门店功能和定位的迭代升级，通过与包括万达、华润等大型购物中心深度战略合作，打造以场景化、服务化、数字化为基础的大型用户门店；同时，公司抢抓母婴市场发展机遇，加快门店开立速度，扩大市场覆盖，截至 2022 年 9 月末，公司在全国 20 个省（市）拥有 504 家大型数字化实体门店。在线上平台布局方面，公司构建了包括移动端 APP、微信公众号、小程序、微商城等在内的 C 端产品矩阵，向目标用户群体提供多样化的母婴童商品及服务。此外，公司已完成线上线下融合的数字化搭建，真正实现了会员服务、商品管理、物流配送及运营一体化的全渠道购物体验。

2019 年至 2021 年，公司营业收入分别为 824,250.92 万元、835,543.52 万元、904,887.66 万元，呈持续增长趋势。截至 2022 年 9 月末，公司会员数量超过 5,500 万人，为公司未来业务持续稳步发展奠定了基础。

#### **2、主要产品及服务情况**

报告期内，公司主营业务收入主要包括母婴商品销售收入、母婴服务收入、供应商服务收入、广告收入和平台服务收入。

单位：万元

业务类型	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
<b>主营业务收入：</b>								
母婴商品	557,627.06	87.34%	783,511.49	86.59%	738,642.00	88.40%	741,079.90	89.91%
母婴服务	17,756.14	2.78%	25,821.70	2.85%	22,187.05	2.66%	26,368.39	3.20%
供应商服务	43,833.39	6.87%	67,685.88	7.48%	51,879.28	6.21%	42,121.74	5.11%
广告	6,213.52	0.97%	8,566.15	0.95%	7,077.85	0.85%	5,590.40	0.68%
平台服务	7,725.20	1.21%	10,222.28	1.13%	8,238.67	0.99%	-	-
<b>其他业务收入：</b>								
招商收入	5,086.65	0.80%	8,207.84	0.91%	7,253.91	0.87%	6,484.52	0.79%
其他收入	186.19	0.03%	872.32	0.10%	264.77	0.03%	2,605.97	0.32%
<b>合计</b>	<b>638,428.15</b>	<b>100.00%</b>	<b>904,887.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>835,543.52</b>	<b>100.00%</b>	<b>824,250.92</b>	<b>100.00%</b>

(1) 母婴商品销售

报告期内，公司主要通过线下直营门店和线上渠道向目标用户群体销售食品（奶粉、零食辅食、营养保健）、衣物品（内衣家纺、外服童鞋）、易耗品（纸尿裤、洗护用品）、耐用品（玩具、文教智能、车床椅）等多个品类，产品品种逾万种。报告期内，公司销售的母婴商品以中高端品牌为主，各类商品的情况如下：

产品大类	产品门类	产品描述	部分产品图示
食品	奶粉	各类适用于孕产妇、0-6岁儿童的奶粉，主要合作品牌包括惠氏、雅培、爱他美、飞鹤、诺优能、美素佳儿、美赞臣、A2、合生元、雀巢、海普诺凯、佳贝艾特、君乐宝、贝因美、伊利、喜宝、纽康特、圣元、卡洛塔妮、澳优等	

产品大类	产品门类	产品描述	部分产品图示
	零食辅食	<p>各类米粉、面条、肉松、果泥、饼干、鱼肠、乳品饮料等分类商品，主要合作品牌包括嘉宝、伊威、宝力臣、亨氏、爱思贝、小皮、伊利等</p>	
	营养保健	<p>各类适用于孕产妇、婴幼儿的维生素、益生菌等营养保健产品，主要合作品牌包括合生元、swisse、乐佳善优、养生堂、美维仕、艾兰得、小葵花等</p>	
衣物品	内衣家纺	<p>各类婴童用内衣、家纺、小棉品等，主要合作品牌包括良良、旋转叮当、拉比、英氏、米乐熊、显丹木、孕之彩等，以及自主品牌初衣萌、植物王国</p>	
	外服童鞋	<p>各类童装童鞋，主要合作品牌包括巴拉巴拉、马卡乐、戴维贝拉、贝贝王国、安米莉、可拉比特、基诺浦、百丽、巴布豆、乐客友联、佳亲等</p>	

产品大类	产品门类	产品描述	部分产品图示
易耗品	纸尿裤	各类婴儿纸尿裤、拉拉裤、纸尿裤，主要合作品牌包括花王、大王、moony、好奇、露安适、泰迪熊、beaba、dodie、爱乐爱、适宝康、安儿乐、帮宝适、妮飘、米菲等	
	洗护用品	各类家居洗护用品，主要合作品牌包括贝亲、露安适、启初、babycare、Tommee Tippee、美德乐等，以及自主品牌贝特倍护	
耐用品	玩具	各类儿童玩具，主要合作品牌包括乐高、费雪、澳贝、蓓臣、澳乐、贝恩施、HAPE等，以及自主品牌慧殿堂	
	文教智能	各类图书、学习桌椅、绘画用品、电子产品等，主要合作品牌包括三晖、乐乐趣、麦斯卡、孩之宝、壹百分、火火兔、小天才、步步高、护童、绘儿乐等	



产品大类	产品门类	产品描述	部分产品图示
	车床椅	各类婴幼儿推车、婴儿床、安全座椅、滑车等，主要合作品牌包括好孩子、帕琦、宝得适、昆塔斯、yuyu、宝贝第一、pouch、智乐堡、优贝等	

### (2) 母婴服务

为进一步满足母婴家庭不同阶段的多元化消费需求，提升购物体验，公司还为孕产妇及婴童提供童乐园、互动活动、育儿服务等各类母婴童服务及黑金会员服务，具体如下：

服务门类	服务描述	部分服务图示												
童乐园	面向0-8岁宝宝提供专属设计的“童乐园”儿童游乐服务，并开发了与儿童游乐服务相结合的“成长缤纷营”特色活动													
互动活动	在线下实体店举办包括新妈妈学院、爬爬赛在内的各类互动活动													
育儿服务	为消费者提供催乳、婴儿抚触、宝宝理发、小儿推拿等增值服务	<table border="0"> <tr> <td>抚触</td> <td>催乳</td> <td>理发</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>母婴喂养指导</td> <td>小儿推拿</td> <td>产后康复</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	抚触	催乳	理发				母婴喂养指导	小儿推拿	产后康复			
抚触	催乳	理发												
母婴喂养指导	小儿推拿	产后康复												

### (3) 供应商服务

为进一步加强与供应商的长期战略合作关系，公司充分利用自身的品牌影响

力及会员资源，为供应商提供了一系列会员开发、互动活动冠名、商品线上线下推广宣传及数字化工具等服务。

#### （4）广告业务

报告期内，公司的广告业务主要系由下属子公司思想传媒为企业客户提供线上和线下广告服务。其中，线下广告服务主要包括在门店提供广告展位及相关推广活动的组织、策划；而线上广告服务则是基于思想传媒与各类媒体的合作关系，为用户宣传、推广产品，或是在孩子王 APP、微信公众号、小程序投放数字/视频广告。

#### （5）平台服务业务

2020 年，为进一步打造母婴产业生态体系，公司通过下属子公司上海童渠自主运营各类线上平台，并为入驻平台的母婴品牌商、经销商、周边服务机构等提供网店开展、商品展示等服务。

#### （6）其他业务

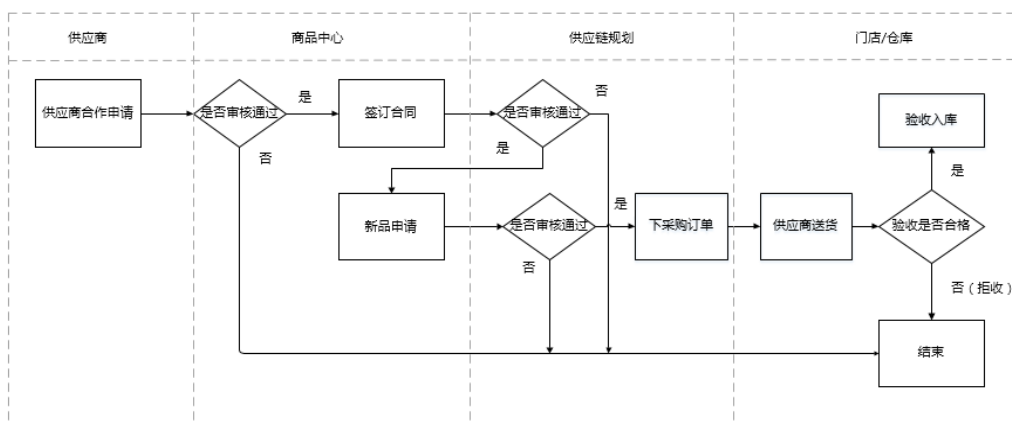
报告期内，公司的其他业务包括招商业务和其他。其中，招商业务系公司为满足消费者一站式服务需求，将线下门店部分场地转租给母婴行业周边服务商户使用；其他业务主要系由下属子公司上海童渠向企业客户零星销售部分供应链管理类软件。

## （二）主要经营模式、关键影响因素及未来变化趋势

### 1、采购模式

报告期内，公司主要通过孩子王采购中心进行集中采购，再根据运营需要统一销售、配送至各地子公司管理的直营门店。根据采购渠道的不同，可分为向品牌生产商直接采购和向品牌商的区域经销商、代理商等中间商间接采购两种模式。同时，为进一步提升品牌影响力，公司根据市场调研反馈，结合消费者趋势性需求，自主或合作设计开发了包括洗护用品、车床、内衣家纺、玩具在内的多个产品，打造孩子王自有品牌，创造性地满足消费者需求。

报告期内，公司建立了较为完善的采购管理体系，并采用电子化供应商管理系统和自动补货系统，提高整体采购效率。



## 2、销售模式

报告期内，公司的商品销售主要面向终端消费者。自成立以来，公司始终坚持以会员关系为核心资产，深度挖掘顾客需求，通过全方位、定制化的增值服务及大量的场景互动，建立与顾客的情感交流，增强客户粘度，打造重度会员体系，提升会员的“单客价值”。

报告期内，公司打造了全渠道销售战略，根据销售渠道的不同，分为线上销售和线下销售两类。其中，线下销售指公司通过在全国开设的门店在店内向客户销售商品；线上销售系指客户通过移动端 APP、微信公众号、小程序、微商城等在门店或第三方电商平台下单，再由门店或仓库配送到家，最大程度实现同城当日达，满足消费者及时性购物需求。

报告期内，随着互联网消费模式的快速革新以及公司全渠道战略融合，公司通过数字化、物流仓储体系建设，充分发挥供应链、重度会员、门店场景等多方面优势，大力推进同城即时零售，不断提升线上收入占比，母婴商品线上销售收入占比从 2019 年的 16.47% 上升至 2022 年 1-9 月的 48.84%。

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线下销售	285,288.91	51.16%	433,897.54	55.38%	511,182.92	69.21%	619,021.79	83.53%
线上销售	272,338.15	48.84%	349,613.96	44.62%	227,459.07	30.79%	122,058.11	16.47%
合计	<b>557,627.06</b>	<b>100.00%</b>	<b>783,511.49</b>	<b>100.00%</b>	<b>738,642.00</b>	<b>100.00%</b>	<b>741,079.90</b>	<b>100.00%</b>

### (1) 直营门店

直营门店是公司在实体场景中接触客户的重要渠道之一，是集商品销售、儿童游乐、互动活动、育儿服务和异业合作为一体的互动社交载体，也是公司开展业务、打造核心竞争力的重要基础。报告期内，为抢抓母婴行业市场发展机遇，公司加快门店布局，截至2022年9月末，公司已在江苏、安徽、四川、湖南、浙江、山东等全国20个省（市）、188个城市（含县级市）开设了504家直营门店，具体拓展情况如下：

单位：家

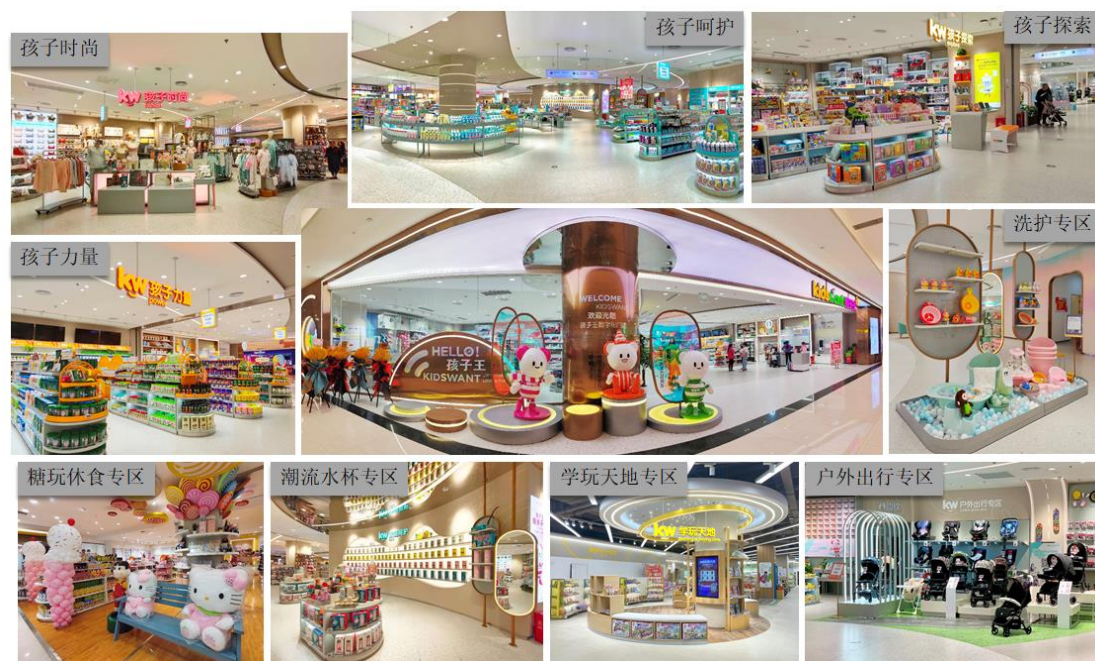
序号	省/市	2022年9月末	2021年末	2020年末	2019年末
1	江苏	120	117	104	82
2	安徽	50	50	44	35
3	四川	37	37	30	26
4	湖南	30	30	27	26
5	浙江	35	34	30	25
6	山东	33	32	26	23
7	重庆	31	32	28	23
8	湖北	26	26	24	19
9	广东	28	28	22	13
10	上海	14	14	15	12
11	陕西	15	15	15	12
12	江西	13	10	10	10
13	广西	12	11	10	10
14	河南	16	15	13	9
15	河北	14	14	11	8
16	福建	10	11	9	8
17	天津	8	7	7	6
18	贵州	7	7	6	3
19	辽宁	3	3	2	2
20	云南	2	2	1	-
合计		504	495	434	352

报告期内，为提升客户体验，满足一站式消费需求，公司持续推进门店功能和定位的迭代升级，打造以场景化、服务化、数字化为基础的大型用户门店。

目前，公司已从第一代普通线下门店升级为第九代数字化门店，满足新零售模式下的消费升级需求。在商品陈列方面，门店以情景解决方案为基础，打造了孩子时尚区、孩子探索区、孩子呵护区、孩子力量区等。同时，为提供专业的客户服务，门店打造了四大服务区块孕产服务、家庭亲子、教育服务和健康服务，



围绕用户“玩、陪、学、晒”的需求，针对孕产妇和不同年龄阶段的孩子提供多种线下互动活动，例如新妈妈学院、孕婴童展、爬爬赛、冬夏令营等，增强客户互动感和体验感。



在数字化方面，公司推出了智慧化门店，让顾客在进店时就能体会各种智能化服务。会员通过进店大屏签到后可获取当日各类门店活动信息，同时公司将结合顾客消费习惯通过数据后台将商品信息同步推送，专属育儿顾问也会及时收到顾客到店通知，为其提供更为精准、定制化的服务。门店还配备了电子价签系统，员工在服务顾客过程中可使用自己的手机读取商品的电子价签获得商品的促销、库存、价格等相关信息，使会员更好的了解商品详情，并在大促期间，减少员工频繁替换价签的工作，实现无纸化办公，提高运营效率；部分门店还安装了智能云货架互动大屏，顾客在进店时可通过智能屏扫码签到获取积分、选择心仪的顾问、浏览全球购商品、查看门店热销商品排行、参加大屏红包雨活动等，打破了门店物理空间的限制。此外，试点门店还引入了人脸识别技术，实现进店人脸签到，并将门店用户行为分析与线上系统相结合，为线上线下多渠道精细化运营提供数据基础，为会员提供更加精准、个性化的服务。



## (2) 线上平台

公司通过多线布局，形成了线上渠道全面覆盖的运营网络。目前，公司主要通过移动端购物平台（孩子王 APP）、微信平台（孩子王公众号、小程序、微商城）等网络平台开展线上业务，同时，公司还通过“天猫”、“拼多多”、“美团”、“饿了么”“京东到家”等实现销售。

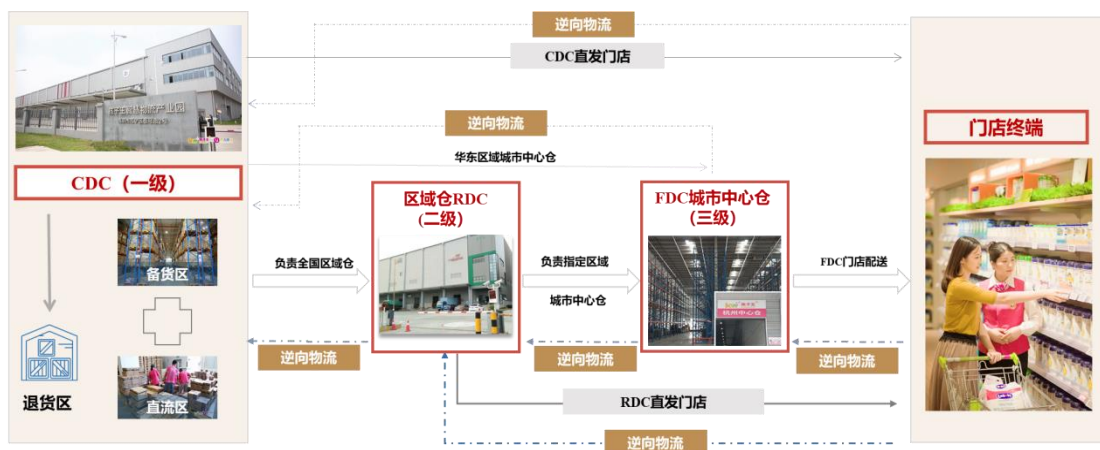


截至 2022 年 9 月末，孩子王 APP 已拥有超过 4,590 万用户，月活跃用户数超 139 万人；孩子王小程序累计用户约为 4,566 万户，单日使用人数最高可达 50 万人。

### 3、仓储物流模式

报告期内，在完成采购、质检及订单确认等环节后，公司通过自有仓储体系和第三方承运商提供的物流服务，将商品配送至消费者手中。

在仓储布局方面，为保障对全国范围内产品配送的快速响应能力和服务水平，提升发货、配送时效，加强消费者购物体验，公司建立了与门店布局和线上销售相匹配的，包括中央仓（CDC）、区域仓（RDC）和城市中心仓（FDC）在内的三级仓储体系。其中，中央仓为最高级别仓储中心，主要负责全国区域仓、华东区域的城市中心仓、以及华东区域无城市中心仓覆盖的门店的配送和线上订单配送；区域仓是二级仓储中心，具备较强的辐射能力和库存储备能力，主要负责向指定区域范围的城市仓以及部分无区域仓覆盖的门店进行配送，一般保证一周配送3次；城市中心仓属于三级仓储中心，城市中心仓以城市和区域为中心，负责就近完成该区域的支线仓配业务，更加聚焦配送的时效和频次，可以根据门店需求保证日配等形式。



在物流方面，公司在采购环节的物流主要由供应商承担，品牌商或代理商会根据公司要求将商品配送至各区域仓库，或直接配送至实体门店。公司在库存管理和销售环节的物流主要由独立第三方物流承运商负责。

### 4、主要经营模式未来变化趋势

公司主要经营模式系根据母婴零售行业市场特点发展演变形成的，符合行业的特性。公司预计未来的主要经营模式不会发生重大变化。

## 5、发行人业务及其模式的创新性、独特性、创新内容及持续创新机制

### (1) 创新性采用全渠道策略，打造“无界”的运营模式

公司创新性的打造了全渠道营销网络，建立了品牌 and 用户互相感知和交互的多个触点，及时准确地满足消费者全方位的需求。在线下渠道方面，截至 2022 年 9 月末，公司已在 20 个省（市）开设了 504 家实体门店，实现了多区域覆盖；在线上渠道方面，公司构建了移动端 APP、微信公众号、小程序、微商城等多线布局，形成了线上渠道全面覆盖的运营网络。随着线上线下的融合，公司打造了全渠道“无界”的运营模式。

### (2) 创新性采用大店模式，打造一站式购物场景

随着经济的快速发展和社会的不断进步，人们的消费理念和生活方式实现了更新与升级，城市购物中心体量规模持续增长，大型综合购物中心成为消费者业余休闲生活的重要场所，具有一定的稀缺性。公司紧跟市场发展趋势，自成立以来创新性的深耕大店模式，平均单店面积约 2,300 平米（最大单店面积超过 7,000 平米），主要集中在大型综合购物中心内，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，为消费者打造一站式购物场景，成为中国亲子家庭社交汇聚场所及品质生活场景的重要组成部分。

### (3) 创新性采用“商品+服务+社交”的运营模式，满足消费者多元化需求

公司自成立以来，围绕孩子成长过程中衣、食、住、行、用、玩、教等各种体验场景，创新性采用“商品+服务+社交”的运营模式，在提供母婴商品及服务的基础上，以情感为纽带，以线下活动为社交载体，充分发挥大店优势，构建了丰富的消费场景，并通过单店每年举办百余场孕妈妈、儿童互动活动，为亲子家庭构建多样化的互动社区，可同时满足消费者购物、服务、社交等多重需求。

### (4) 创新性采用“育儿顾问”模式，提升消费者体验

公司自成立以来高度重视消费者体验，创新性采用“育儿顾问”模式，作为公司与顾客之间的纽带，成为向顾客推荐产品和服务的有效触点之一。公司的育儿顾问拥有营养师、母婴护理师、儿童成长培训师等多重角色，既懂得顾客的需求又拥有丰富的育儿经验和育儿知识，可以为顾客提供孕婴童商品推荐、新生儿产后护理咨询、育儿经验指导等一站式育儿服务。截至 2022 年 3 月末，公司已拥



有近 4,700 名持有国家育婴员职业资格的育儿顾问，在行业内具有明显优势。

### (5) 创新性采用“重度会员下的单客经济模式”，提升会员产值

随着零售行业从单纯追求流量经济、规模经济向深度挖掘客户价值转变，公司打造了从“互动产生情感—情感产生黏性—黏性带来高产值会员—高产值会员口碑影响潜在消费会员”的整套“单客经济”模型，并在全业务体系推广。截至 2022 年 9 月末，公司会员人数超过 5,500 万人，较 2019 年初的 2,452 万人增长一倍，其中最近一年活跃用户近 1,000 万人，会员贡献收入占公司全部母婴商品销售收入的 96% 以上。同时，公司推出了付费会员——黑金 PLUS 会员，截至 2022 年 9 月末，公司累计黑金会员规模超过 85 万人，单客年产值达到普通会员的 13 倍左右。

公司作为主要从事母婴童商品零售及增值服务，运用互联网、大数据等技术驱动，基于顾客关系经营的创新型亲子家庭全渠道服务提供商，经过多年的创新性、差异化探索及发展，在母婴零售行业具有较为显著的竞争优势和持续创新机制。

### (三) 销售情况和主要客户

#### 1、公司业务构成情况

报告期内，公司主营业务收入主要包括母婴商品销售收入、母婴服务收入、供应商服务收入、广告收入和平台服务收入。其中，母婴商品销售收入占营业收入的比例均在 90% 左右，是公司的主要收入来源。

单位：万元

业务类型	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
<b>主营业务收入：</b>								
母婴商品	557,627.06	87.34%	783,511.49	86.59%	738,642.00	88.40%	741,079.90	89.91%
母婴服务	17,756.14	2.78%	25,821.70	2.85%	22,187.05	2.66%	26,368.39	3.20%
供应商服务	43,833.39	6.87%	67,685.88	7.48%	51,879.28	6.21%	42,121.74	5.11%
广告	6,213.52	0.97%	8,566.15	0.95%	7,077.85	0.85%	5,590.40	0.68%
平台服务	7,725.20	1.21%	10,222.28	1.13%	8,238.67	0.99%	-	-
<b>其他业务收入：</b>								
招商收入	5,086.65	0.80%	8,207.84	0.91%	7,253.91	0.87%	6,484.52	0.79%
其他收入	186.19	0.03%	872.32	0.10%	264.77	0.03%	2,605.97	0.32%

业务类型	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	638,428.15	100.00%	904,887.66	100.00%	835,543.52	100.00%	824,250.92	100.00%

## 2、报告期内前五大客户销售情况

报告期内，公司主要通过直营门店、电子商务平台向广大个人消费者提供母婴商品和服务，但由于个人消费者消费金额较低，报告期内，公司前五大客户的销售收入主要为向供应商提供服务而取得的收入，具体情况如下：

单位：万元

年份	序号	客户名称	销售额	占营业收入的比例	销售内容
2022年 1-9月	1	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	3,213.05	0.50%	供应商服务、广告、平台服务收入等
	2	美赞臣营养品（中国）有限公司	2,960.79	0.46%	供应商服务、广告收入
	3	上海优壹电子商务有限公司	2,310.73	0.36%	供应商服务收入
	4	成都东万丰贸易发展有限公司	1,634.38	0.26%	供应商服务、广告、平台服务收入
	5	健合（中国）有限公司	1,522.62	0.24%	供应商服务、广告收入
	合计			<b>11,641.58</b>	<b>1.82%</b>
2021年	1	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	4,607.37	0.51%	供应商服务、广告、平台服务收入
	2	上海优壹电子商务有限公司	3,421.77	0.38%	供应商服务、广告收入
	3	惠氏（上海）贸易有限公司	3,241.81	0.36%	供应商服务、广告、招商收入
	4	江苏汇鸿宝贝婴童用品有限公司	2,700.68	0.30%	供应商服务、广告、平台服务收入
	5	苏州广汇营销有限公司	2,660.28	0.29%	供应商服务、广告
	合计			<b>16,631.90</b>	<b>1.84%</b>
2020年	1	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	3,289.22	0.39%	供应商服务、广告、平台服务收入
	2	上海优壹电子商务有限公司	2,691.63	0.32%	供应商服务
	3	健合（中国）有限公司	2,490.15	0.30%	供应商服务、广告收入
	4	雅培贸易（上海）有限公司	2,105.59	0.25%	供应商服务、广告收入
	5	苏州广汇营销有限公司	1,979.49	0.24%	供应商服务
	合计			<b>12,556.07</b>	<b>1.50%</b>
2019年	1	成都亿诺达企业管理有限公司	3,669.08	0.45%	母婴商品
	2	上海优壹电子商务有限公司	3,061.60	0.37%	供应商服务、广告

年份	序号	客户名称	销售额	占营业收入的比例	销售内容
					收入
	3	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	2,391.08	0.29%	供应商服务、广告收入
	4	健合（中国）有限公司	1,759.57	0.21%	供应商服务、广告收入
	5	群邑（上海）广告有限公司	1,537.02	0.19%	广告收入
		合计	<b>12,418.35</b>	<b>1.51%</b>	-

报告期内，公司不存在向单个客户的销售比例超过当期销售总金额 20% 或严重依赖于少数客户的情形。

报告期内，成都亿诺达企业管理有限公司系公司关联方，具体交易情况参见“第六节/四/（二）关联交易情况”。除上述情况外，报告期内，发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员及关联方或持有发行人 5% 以上股份的股东与公司上述主要客户没有关联关系，也未在其中占有权益。

#### （四）采购情况和主要供应商

##### 1、主要产品采购和供应情况

报告期内，公司主要商品品类的采购金额及占比情况如下：

单位：万元

商品类别	2022 年 1-9 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
奶粉	333,109.89	56.95%	453,838.80	55.14%	423,173.79	53.71%	433,425.58	49.77%
纸尿裤	65,732.37	11.24%	94,752.55	11.51%	103,987.47	13.20%	125,364.68	14.39%
洗护用品	33,159.90	5.67%	50,590.73	6.15%	58,219.97	7.39%	67,921.78	7.80%
零食辅食	42,416.91	7.25%	54,743.36	6.65%	49,886.01	6.33%	45,002.30	5.17%
其他母婴商品	110,447.51	18.88%	169,136.44	20.55%	152,661.36	19.37%	199,222.67	22.87%
合计	<b>584,866.58</b>	<b>100.00%</b>	<b>823,061.88</b>	<b>100.00%</b>	<b>787,928.60</b>	<b>100.00%</b>	<b>870,937.01</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司采购的产品种类上万种，产品包装规格较为复杂，度量单位（包括克、包、瓶、个、盒等）繁多，不同品类、规格的产品的采购单价之间存在一定差异。

报告期内，公司的业务规模保持较高水平，采购金额分别为 870,937.01 万元、787,928.60 万元、823,061.88 万元和 584,866.58 万元，主要为奶粉和纸尿裤。

## 2、报告期内向前五名供应商采购情况

报告期内，公司前五大供应商采购情况如下：

单位：万元

年份	序号	供应商名称	采购额	占总采购额的比例	主要采购内容
2022年 1-9月	1	上海优壹电子商务有限公司	51,163.05	8.75%	奶粉、零食辅食
	2	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	36,352.03	6.22%	奶粉、纸尿裤、营养保健等
	3	惠氏（上海）贸易有限公司	26,092.61	4.46%	奶粉
	4	成都东万丰贸易发展有限公司	18,130.69	3.10%	奶粉、营养保健等
	5	美赞臣营养品（中国）有限公司	16,435.79	2.81%	奶粉
	合计			<b>148,174.18</b>	<b>25.33%</b>
2021年	1	上海优壹电子商务有限公司	65,054.63	7.90%	奶粉、零食辅食
	2	惠氏（上海）贸易有限公司	51,587.16	6.27%	奶粉
	3	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	47,293.62	5.75%	奶粉、营养保健等
	4	江苏汇鸿宝贝婴童用品有限公司	28,492.12	3.46%	奶粉、婴儿用品等
	5	成都东万丰贸易发展有限公司及相关企业	26,692.51	3.24%	奶粉、营养保健等
	合计			<b>219,120.05</b>	<b>26.62%</b>
2020年	1	上海优壹电子商务有限公司	65,657.16	8.33%	奶粉、营养保健
	2	惠氏（上海）贸易有限公司	47,045.48	5.97%	奶粉
	3	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	44,747.33	5.68%	奶粉、零食辅食等
	4	南京欣荣保健食品有限公司	30,294.51	3.84%	纸尿裤、零食辅食等
	5	健合（中国）有限公司	26,117.51	3.31%	奶粉、营养保健
	合计			<b>213,861.99</b>	<b>27.14%</b>
2019年	1	上海优壹电子商务有限公司	68,765.00	7.90%	奶粉、营养保健品等
	2	惠氏（上海）贸易有限公司	64,442.69	7.40%	奶粉
	3	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	42,768.17	4.91%	奶粉、零食辅食、营养保健品等
	4	健合（中国）有限公司	32,329.93	3.71%	奶粉、零食辅食
	5	成都东万丰贸易发展有限公司及相关企业	19,303.85	2.22%	奶粉
	合计			<b>227,609.65</b>	<b>26.13%</b>



报告期内，公司以奶粉、纸尿裤为代表的标准化产品采购相对集中，主要是因为国内消费者更偏好于购买知名品牌的婴幼儿产品，公司的采购亦以国际、国内知名品牌供应商为主。公司不存在向单个供应商的采购比例超过当期采购总额50%或严重依赖于少数供应商的情形。

报告期内，公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关联方或持有发行人5%以上股份的股东与公司上述供应商没有关联关系，也未在其中占有权益。

## **（五）安全生产和污染治理情况**

### **1、安全生产情况**

报告期内，公司未发生重大安全生产事故。

### **2、环境保护情况**

公司不属于污染企业，在物流、仓储的过程中不产生污染物。

### **3、安全生产及环境保护行政处罚事项**

报告期内，发行人及合并报表范围内的子公司不存在安全生产及环境保护行政处罚事项。

## **（六）现有业务发展安排及未来发展战略**

公司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家庭全渠道服务提供商。自设立以来，公司以“让每个童年更美好”为使命，以“构建产业智慧新生态，成为亲子家庭的首选服务商，做中国孩子王”为愿景，致力于我国母婴童行业零售模式的创新，打造行业连锁销售和服务的标杆，成为消费者和供应商首选的商业伙伴之一。

在未来的经营过程中，公司将持续通过“科技力量+人性化服务”，加强营销渠道建设，拓展商品服务维度，完善会员服务体系，加大品牌宣传和推广力度，加强全产业链数字化建设，提升公司的供应链整合能力，深耕单客经济，进一步巩固公司在母婴零售行业的核心竞争力和市场领先地位。

## 八、与产品或服务有关的技术情况

### （一）研发投入及成果情况

公司自成立以来一直高度重视自主研发能力，研发投入较高。报告期内公司研发费用金额分别为 10,447.23 万元、8,705.72 万元、10,094.52 万元和 6,320.68 万元，占同期营业收入的比重分别为 1.27%、1.04%、1.12%和 0.99%。公司研发费用变动与公司整体经营情况相符，具有一贯性，变动具有合理性。

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
研发费用	6,320.68	10,094.52	8,705.72	10,447.23
营业收入	638,428.15	904,887.66	835,543.52	824,250.92
研发费用/营业收入	0.99%	1.12%	1.04%	1.27%

### （二）研发团队

公司具有体系完善、职能明确且专业能力强的数字化研发和 IT 技术团队。截至 2022 年 9 月末，公司专职从事上述工作的 IT 技术研发人员数量为 259 人，占公司期末全部人数的 2.51%，涵盖中后台研发、平台运维、前端产品研发等多个方面。研发团队成员以扎实的专业技能和丰富的从业经验为公司提供了强大的技术助力，也为公司实现把科技技术和母婴零售业务相结合、提升用户体验的目标打下了坚实的基础。

报告期内，公司研发人员人数及占比情况如下：

单位：人

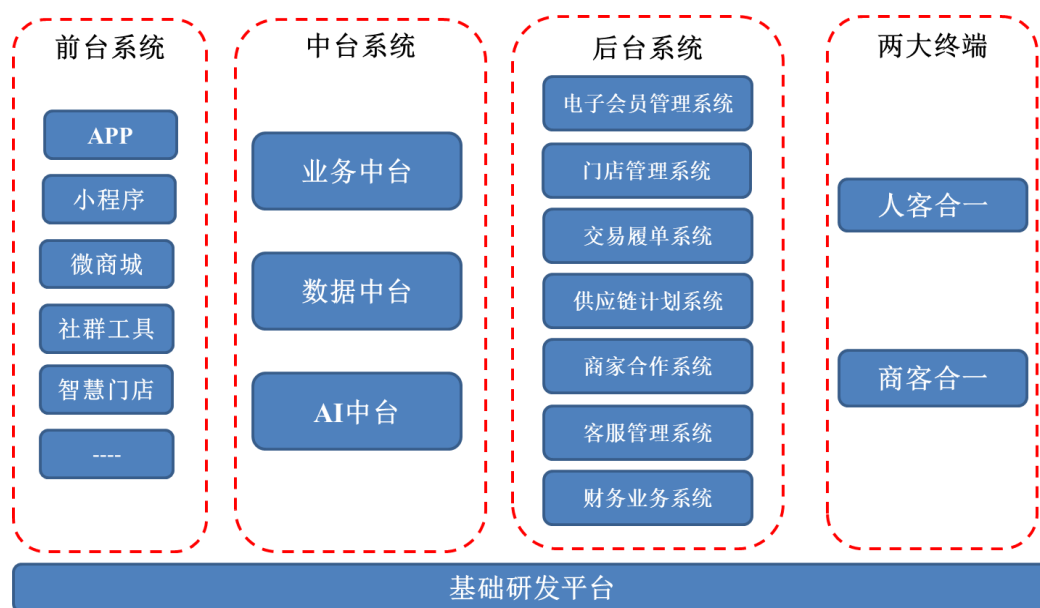
项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
研发人员	259	325	380	385
员工总数	10,319	13,996	13,272	11,357
占比	2.51%	2.32%	2.86%	3.39%

### （三）发行人技术先进性表现及拥有的核心技术介绍

公司高度重视数字化及互联网技术研发体系的搭建，多年来持续不断加大研发技术投入，截至 2022 年 9 月末，公司拥有软件著作权 123 个。截至 2022 年 9 月末，公司拥有互联网及大数据技术研发人员 259 名，是国家商务部认定的“首批线上线下融合发展数字商务示范企业”、江苏省商务厅评选的“江苏省电子商务示范企业”。

## 1、发行人的数字化系统研发情况

报告期内，公司初步搭建了支持全渠道业务高速有效运转的数字化系统，包括五大前台系统，三大中台系统，七大后台系统以及面向员工的人客合一终端和面向商家的商客合一终端，大约 7,000 多个子系统模块，数字化生产工具达到 1,300 多个，实现了全运营流程的数字化工具覆盖。



### (1) 前台系统：紧跟用户需求，持续提升智能化水平

前台系统是公司会员接触的数字化触点系统，运用于公司的日常经营。随着数字化水平的不断提高，公司自主开发了包括 APP、小程序、微商城、社群工具、智慧门店等在内的五大系统。其中，孩子王 APP、小程序、微商城均为公司的平台化产品；智慧门店则系为提升用户在线下门店的购物体验，将门店“全面上云”，自主开发了云 POS、智慧大屏、门店扫码购、门店到家等系统。上述系统符合当前数字化空间中用户习惯变化的大趋势，可以帮助用户随时随地的接触到公司提供的商品和服务。此外，随着大数据和 AI 中台的建设，公司近年来在前端系统中不断注入人工智能技术，将“千人千面”、“智能客服”等与前台系统融合，提升前台系统的智能化水平，增强用户体验。

### (2) 中台系统：搭建海量数据架构，保障高效的数字化运营

中台系统是公司自主研发的核心业务能力复用平台。与一流的互联网企业相同，公司搭建了以业务和数据双中台为主，以 AI 中台为辅的技术架构，共同构

成了从业务数据化、数字资产化、数据业务化到业务智能化的闭环。业务中台连接前端渠道，不断向数据中台沉淀业务数据，数据中台实现数据资产化和数据智能分析后，再把最终分析结果以数据服务的方式输出到业务中台，实现业务场景的智能化。AI 中台则实现了生产要素的全面数字化和可视化，帮助员工、公司更迅速更准确的基于用户关系维护全渠道会员。

目前，中台系统已经成为公司数字化建设的核心要素，可以很好的支持海量并行场景，系统稳定性高，有效保障了公司的高效数字化运营，更好的为会员提供稳定、流畅的全域数字化用户体验。

### **(3) 后台系统：贴切业务运营，快速迭代按需应变**

后台系统是指公司内部员工和组织对生产要素进行管理的相关系统，主要包含电子会员管理系统、门店管理系统、交易履单系统、供应链计划系统、商家合作系统、客服管理系统和财务业务系统等。上述系统均通过自主研发采用互联网 SAAS 化云架构搭建，其中交易履单系统包含自研的 WMS 系统，门店到家配送系统“灯塔”系统；财务业务系统主要包含商家往来结算系统，基于海量数据的应收应付，统一库存成本，统一收入系统等。

### **(4) 基础研发平台：抽象封装、降低耦合，提供稳定、高效的研发基础**

基础研发平台是服务于各领域研发人员的一组公共的组件和系统工具集。由于互联网及数字化研发涉及的技术领域繁多，为提高研发效率，公司将研发中经常应用的技术领域进行抽象封装，形成基础研发平台。目前，公司的基础研发平台主要包括基础应用框架、综合监控和治理工具、缓存体系 Hedis、消息队列 TMQ、统一消息触达平台、大数据统一采集平台、统一业务权限平台、大数据综合调度平台等模块。上述模块在各业务领域系统研发和运行方面统一了系统的架构，降低了技术人员的培训周期和技术要求，提高了应用开发效率和运行质量。

## **2、发行人的研发技术特点**

截至目前，公司已拥有覆盖全业务流程的互联网系统，实现“用户、员工、商品、服务、管理”等生产要素的数字化在线，并能够随着业务需求，不断快速迭代，具体技术特点如下：

### **(1) 构建了支持海量用户请求的高可靠高可用的互联网分布式技术架构**

公司采用自主研发的互联网分布式系统架构，可以很好的应对面向 C 端的海量请求与高并发场景。经过多次迭代，公司目前已经建了解决海量并发、高可用的技术产品，形成了全链路一体化的解决方案，用更加精准和自动化的方式去评估、优化和保护整个技术链条，最大化地为用户提供稳定可靠的服务。在稳定性方面，公司建立了标准化的开发流程，确保版本开发的有序性与规范性；在每个版本的架构设计中，公司增加了核心流程的监控、异常流量的限流措施，针对系统中可能存在的风险点，提前做好预案，并定期进行线上灾难演练以验证预案的实际效果；同时，为提高系统的可靠性，所有核心业务系统均采用两地双活的部署结构，确保当任何一个机房、网络、硬件出现故障时不影响系统的可用性，目前，公司系统的稳定性可以达到 99.99%。

在高性能方面，公司采用自主研发的高性能开发框架、监控系统、基础组件等，将核心系统模块按照业务领域划分成多个子模块，每个子模块均采用微服务技术架构，具有独立的系统结构和数据结构，可以根据当前的性能指标灵活的进行水平扩展部署。目前，公司的核心交易流程每秒可以支撑 5,000TPS 的并发请求，整个系统架构扩展性较强，可以较好地支撑海量请求与高并发的业务场景，独立结构的互联网分布式系统可确保 99.99% 的高可用性。

### **(2) 建立了与会员经营、商品经营等业务应用深度结合的大数据分析能力**

公司基于 Hadoop 开放式技术生态，引入协同过滤、时间序列、近邻模型等基础算法和机器学习模式，通过对门店、会员、商品、商家等经营要素的组合，形成会员、商品、交易、供应链、业务财务等全领域的海量数据分析，支持公司的全渠道母婴行业生态新实践。

公司构建了完善的会员洞察体系，运用机器学习、深度学习技术对各种用户行为的关联关系进行分析，并建立了用户需求偏好相关的智能模型 1,000+ 个，在千人千面、智能选品、深耕单客等 C 端零售体系运营中取得了良好的效果，实现了生态资源的高效精准应用。同时，公司还构建了以智能补货、智能上下架为核心的供应链、仓储运营体系，以品牌精准私域客群、数据指针、商家成长力为核心的 B 端服务体系等，全面赋能公司各项业务开展。

### **(3) 运用人工智能技术为母婴童亲子家庭提供智慧服务**

近年来，公司在人工智能方面进行了积极的探索和实践。其中，在智能语义理解和分析方面，由于新零售服务中有大量的非结构化数据，例如评论数据、客服互动、文章分享等，公司自主研发了智能语义识别系统和母婴知识库两大系统来支持对文本语义的理解和沉淀。其中，智能语义识别系统通过对现有文本的打标即可高效准确识别用户的语义和意图，识别准确率可以达到 95% 以上；母婴知识库则通过自然语言处理、数据挖掘、大数据处理等技术建立起了母婴童行业的商品知识库以及全渠道会员知识库，可以更好的解决不同知识之间的共享、推理等问题，在公司智能客服和推荐领域被广泛应用。

在智能交互技术方面，考虑到语音与文字是比表单界面更直接、更友好的交互方式，为了使用户在语音和文本服务过程中更加便捷、获取的服务内容更加丰富，公司自主研发了会话工厂和语音机器人两项技术产品。其中，会话工厂管理从发起会话、主题沟通到结束会话的全生命周期，并和后端各种业务系统进行交互，把业务系统中与用户相关的众多数据和知识与用户端语音文本的交互渠道对接；语音机器人则实现了语音交互过程中的语音识别，并和电话线路系统进行了协议对接，可以支持用户通过 APP 和电话系统方便的进行语音交互。

### **(4) 高度重视系统安全保护，加强安全风控能力**

公司根据“一个中心，三重防护”的设计理念，建立了 WAF（网站应用级入侵防御系统）、入侵检测、蜜罐技术、沙箱系统、漏洞扫描、VPN、堡垒机等安全产品和技术，形成大纵深、立体化、可追溯的网络安全防御体系，每年能够成功拦截上亿次网络入侵和恶意流量攻击威胁。在终端安全方面，公司引入统一身份管理和终端统一管控架构，建立内外无界的网络和零信任的安全技术体系。同时，公司基于数据完整生命周期和实际业务场景需求，实现数据的异地备份，定期实行信息系统的灾备演练，构建用户隐私保护策略和数据安全防护体系。在安全风控方面，公司不断优化风控平台的安全防御策略，保障线上业务的安全运营。2019 年，公司获得公安部网络安全保卫局颁发的“网络安全管理优秀团队”称号。

## 九、主要固定资产及无形资产

### （一）主要固定资产

公司固定资产包括房屋建筑物、机器设备及货架、运输工具和其他设备。截至 2022 年 9 月末，公司主要固定资产情况如下：

单位：万元

项目	固定资产原值	净值	成新率
房屋建筑物	23,228.67	21,426.51	92.24%
机器设备及货架	20,886.91	7,081.18	33.90%
运输工具	448.32	208.61	46.53%
其他设备	36,154.11	11,278.74	31.20%
合计	<b>80,718.01</b>	<b>39,995.04</b>	<b>49.55%</b>

其中，发行人子公司童联供应链作为公司的仓储基地，拥有一处房屋建筑物，相关不动产权证书情况如下：

所有权人	权属证书编号	座落地址	建筑面积	取得方式	用途	他项权利
童联供应链	苏（2019）宁江不动产权第 0053725 号	江宁区禄口街道苍穹路 2 号	80,377.48 平米	自建	普通仓库、其他辅助设施、传达室	抵押

### （二）无形资产情况

#### 1、土地使用权

截至本募集说明书签署日，发行人子公司童联供应链在江宁区禄口街道苍穹路 2 号通过出让方式取得一宗土地使用权，并已连同相关土地上的房屋建筑物合并登记取得编号为“苏（2019）宁江不动产权第 0053725 号”的《不动产权证书》，宗地面积为 97,605.42 平方米，用途为仓储，使用期限为 2016 年 5 月 20 日至 2066 年 5 月 19 日。上述土地使用权已设置抵押，并办理了抵押登记。

四川童联供应链在羊叉河以南、青白江大道以西通过出让方式取得一宗土地使用权，并登记取得编号为“川（2021）青白江区不动产权第 0008687 号”的《不动产权证书》，宗地面积为 91,771.17 平方米，用途为仓储，使用期限为 2021 年 3 月 23 日至 2071 年 3 月 22 日。上述土地使用权已设置抵押，并办理了抵押登记。

#### 2、专利权

截至 2022 年 9 月末，公司及其子公司共拥有专利权 1 项，具体情况如下：

序号	专利名称	专利类型	专利号	申请日	公告日	取得方式	专利权人
1	一种基于 Kafka 的同步消息服务系统及实现方法	发明专利	2020102275470	2020/3/26	2022/8/19	原始取得	孩子王

### 3、商标

截至 2022 年 9 月末，公司及其子公司在中国境内共拥有商标 550 项，在中国境外拥有商标共 8 项，具体参见“附件一、商标清单”。

### 4、著作权

截至 2022 年 9 月末，公司及其子公司共拥有软件著作权 123 个，作品著作权 49 个，具体参见“附件二、著作权清单”。

### 5、域名

截至 2022 年 9 月末，公司拥有的主要域名如下：

序号	域名	ICP 备案	持有者	到期日期
1	haiziwang.com	苏 ICP 备 16057134 号-4	孩子王	2023/08/18
2	binfencloud.com	苏 ICP 备 16057134 号-5	孩子王	2030/12/16
3	binfenhezi.com	苏 ICP 备 16057134 号-7	孩子王	2030/12/12
4	cekid.com	沪 ICP 备 19046361 号-5	上海童渠	2024/05/26
5	cekid.net	沪 ICP 备 19046361 号-2	上海童渠	2024/09/08
6	hzw.link	沪 ICP 备 19046361 号-7	上海童渠	2024/03/26

### 6、经营资质

截至 2022 年 9 月末，公司及其子公司取得的主要业务许可资质情况具体如下：

#### (1) 食品经营许可证

##### ①公司及子公司相关资质

序号	主体	发证机关	证书/备案编号	许可范围	发证日期/备案日期	有效期
1	安徽孩子王	合肥市包河区市场监督管理局	JY13401110001157	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售，散装食品（含冷藏冷冻食品、不含散装熟食）销售，保健食品销售，特殊医学用途配方食品销售，婴幼儿配方乳粉销售，其他婴幼儿配方食品销售	2021 年 1 月 11 日	2026 年 1 月 10 日



序号	主体	发证机关	证书/备案编号	许可范围	发证日期/备案日期	有效期
2	广东孩子王	广州市荔湾区市场监督管理局	JY14401030149402	预包装食品销售（含冷藏冷冻食品），特殊食品销售（保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方乳粉、其他婴幼儿配方食品）	2020年5月20日	2023年6月19日
3	广西爱乐	南宁市江南区市场监督管理局	YB24501050003550	预包装食品（不含冷藏冷冻食品），保健食品、婴幼儿配方乳粉、特殊医学用途配方食品（特定全营养配方食品除外）、其他婴幼儿配方食品	2022年6月6日	长期有效（备案表）
4	贵州孩子王	观山湖区市场监督管理局	JY15201150067588	冷藏冷冻食品销售、保健食品销售、婴幼儿配方乳粉销售特殊医学用途配方食品，其他婴幼儿配方食品销售	2020年12月23日	2025年6月21日
5	河北孩子王	石家庄市裕华区行政审批局	JY11301080089230	预包装食品销售（含冷藏冷冻食品）；散装食品销售（含冷藏冷冻食品）（不含散装熟食销售）；特殊食品销售【保健食品、婴幼儿配方乳粉、其他婴幼儿配方食品、特殊医学用途配方食品（全营养配方食品、特殊医学用途婴儿配方食品）】	2021年6月30日	2026年6月29日
6	河南孩子王	郑州市二七区市场监督管理局	JY14101030195844	预包装食品销售（含冷藏冷冻食品），散装食品销售（含冷藏冷冻食品，不含散装熟食销售），特殊食品销售（保健食品，特殊医学用途配方食品，婴幼儿配方乳粉，其他婴幼儿配方食品）	2021年1月18日	2026年1月17日
7	江苏孩享乐	南京市建邺区市场监督管理局	JY13201050132820	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售，散装食品（含冷藏冷冻食品）销售，其他婴幼儿配方食品销售，保健食品销售，特殊医学用途配方食品销售，婴幼儿配方乳粉销售	2020年10月19日	2025年10月18日
8	江西孩子王	南昌市西湖区行政审批局	JY13601030029390	散装食品（含冷藏冷冻食品、不含熟食）销售	2022年6月7日	2027年6月6日
9	辽宁孩子王	沈阳市铁西区市场监督管理局	JY12101060003674	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售，保健食品销售，特殊医学用途配方食品销售，婴幼儿配方乳粉销售	2021年5月11日	2026年5月10日
10	青岛孩子王	青岛市市北区行政审批服务局	JY13702030041731	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售，散装食品（含冷藏冷冻食品不含熟食）销售，婴幼儿配方乳粉，保健食品销售，特殊医学用途配方食品	2021年9月23日	2026年9月22日
11	厦门孩子王	厦门市思明区市场监督管理局	JY13502030509084	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售，散装食品（不含冷藏冷冻食品）销售，保健食品销售，特殊医学用途配方食品销售，婴幼儿配方乳粉销售，其他婴幼儿配方食品销售	2021年9月17日	2026年9月16日

序号	主体	发证机关	证书/备案编号	许可范围	发证日期/备案日期	有效期
12	山东孩子王	济南市市中区行政审批服务局	JY13701030020498	预包装食品（含冷藏冷冻食品），散装食品销售（含冷藏冷冻食品不含熟食），婴幼儿配方乳粉，其他婴幼儿配方食品，保健食品销售，特殊医学用途配方食品	2022年9月21日	2026年8月11日
13	深圳童联	深圳市市场监督管理局	JY14403110392621	预包装食品销售（含冷藏冷冻食品），特殊食品销售（保健食品销售，特殊医学用途配方食品销售，婴幼儿配方乳粉销售，其他婴幼儿配方食品销售）	2020年6月23日	2023年8月15日
14	四川孩子王	成都高新技术产业开发区市场监督管理局	JY15101090224555	特殊食品销售（保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方乳粉、其他婴幼儿配方食品），预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售	2020年9月15日	2025年3月25日
15	天津孩子王	天津市河东区市场监督管理局	JY11200020001283	预包装食品销售（含冷藏冷冻食品）；散装食品销售（含冷藏冷冻食品）（不含散装熟食销售）；特殊食品销售（保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方乳粉、其他婴幼儿配方食品）；热食类食品销售	2021年5月18日	2026年2月6日
16	云南孩子王	呈贡区市场监督管理局	JY15301140018217	预包装食品销售（含冷藏冷冻食品销售），特殊食品销售（保健食品销售、婴幼儿配方乳粉销售、其他婴幼儿配方食品销售）	2022年1月25日	2025年9月20日
17	发行人	南京市江宁区市场监督管理局	JY13201150181235	散装食品（含冷藏冷冻食品）销售	2023年2月9日	2028年2月8日
18	孩子王采购中心	南京市江宁区市场监督管理局	JY13201150179197	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售，散装食品（含冷藏冷冻食品）销售，其他婴幼儿配方食品销售，保健食品销售，特殊医学用途配方食品销售，婴幼儿配方乳粉销售	2019年9月18日	2023年4月18日
19	南京亿略卓	南京市江宁区市场监督管理局	320115070315	保健食品、婴幼儿配方乳粉、特殊医学用途配方食品（特定全营养配方食品除外）、其他婴幼儿配方食品	2022年3月29日	长期有效（备案表）
20	思想传媒	南京市江宁区市场监督管理局	JY13201150347523	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售，其他婴幼儿配方食品销售，保健食品销售，特殊医学用途配方食品销售，婴幼儿配方乳粉销售，其他类食品销售	2020年4月22日	2025年4月21日
21	四川亿略卓	成都市青白江区行政审批和营商环境建设局	JY15101130069186	特殊食品销售（婴幼儿配方乳粉）、预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售	2020年6月30日	2025年6月29日
22	童联供应链	南京市江宁区市场监督管理局	JY13201150346661	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售，散装食品（不含冷藏冷冻食品）销售，保健食品销售，婴幼儿配方乳粉销售	2020年4月7日	2025年4月6日

## ②其他门店相关资质

截至 2022 年 9 月末，除上述 16 家子公司对应的门店、发行人、孩子王采购中心及子公司南京亿略卓、思想传媒、四川亿略卓、童联供应链外，发行人已完成工商注册登记的门店数量共计 512 家，其中，截至 2022 年 9 月末，492 家已取得所在地主管部门核发的《食品经营许可证》或完成食品销售备案；剩余 20 家门店中，9 家门店已关闭，11 家门店未实际营业，因此尚未办理或正在办理相关资质。

## (2) 出版物经营许可证

### ①公司及子公司相关资质

序号	主体	发证机关	证书编号	许可范围	发证日期	有效期
1	安徽孩子王	安徽省合肥市包河区文化旅游局	新出发合包字第 No.353 号	图书零售	2020 年 7 月 20 日	2024 年 7 月 19 日
2	广东孩子王	广州市荔湾区新闻出版局	新出发粤穗零字第荔 300 号	图书、报纸、音像制品及电子出版物零售	2020 年 6 月 1 日	2026 年 5 月 31 日
3	广西爱乐	南宁市江南区新闻出版局	新出发江南字第 136 号	出版物零售	2021 年 3 月 23 日	2025 年 12 月 31 日
4	贵州孩子王	贵阳市观山湖区新闻出版局	新出发观零字第 G055 号	图书、报刊	2020 年 1 月 1 日	2025 年 12 月 31 日
5	河北孩子王	石家庄市裕华区行政审批局	新出发石裕华字第 0091 号	国内版图书报刊零售、音像制品零售	2021 年 4 月 30 日	2025 年 8 月 31 日
6	河南孩子王	郑州市二七区新闻出版局	新出发豫郑零字第 EQ454 号	国内版出版物零售	2022 年 4 月 1 日	2026 年 3 月 31 日
7	江苏孩享乐	南京市建邺区新闻出版局	新出发苏零字第 320105077 号	图书、报纸、期刊、电子出版物零售	2020 年 10 月 28 日	2024 年 3 月 31 日
8	江西孩子王	南昌市西湖区文化广电新闻出版旅游局	赣新出发西批字第 0121227 号	出版物零售	2022 年 11 月 3 日	2028 年 11 月 2 日
9	辽宁孩子王	沈阳市铁西区新闻出版局	新出发沈字第 T05084 号	出版物零售	2021 年 4 月 21 日	2027 年 4 月 20 日
10	青岛孩子王	青岛市市北区行政审批服务局	新出发北字第 37B02106 号	图书和音像制品零售	2022 年 3 月 7 日	2027 年 3 月 15 日
11	厦门孩子王	厦门市思明区文化和旅游局	新出发厦零字第 SM1191 号	出版物零售	2021 年 1 月 27 日	2026 年 3 月 31 日
12	山东孩子王	济南市市中区行政审批局	新出发市中字第 37A01198 号	国内版图书、期刊零售、音像制品零售	2022 年 10 月 26 日	2023 年 3 月 31 日
13	深圳童联	深圳市龙华区新闻出版局	新出发深零字第 LGWSN0165 号	出版物零售	2021 年 6 月 1 日	2026 年 5 月 31 日
14	四川孩子王	成都高新技术产业	成新出发高新字	出版物零售、	2019 年 11	2025 年 3

序号	主体	发证机关	证书编号	许可范围	发证日期	有效期
		开发区党群工作部	第 036 号	音像制品零售	月 22 日	月 31 日
15	天津孩子王	天津市河东区行政审批局	新出发津字第 D00036 号	图书、报纸、期刊、音像制品零售	2021 年 7 月 21 日	2026 年 8 月 17 日
16	云南孩子王	昆明市呈贡区新闻出版（版权）局	新出发呈字第 06872 号	出版物零售；出版物互联网销售	2022 年 1 月 13 日	2026 年 1 月 13 日
17	发行人	江苏省新闻出版局	新出发苏批字第 W-005 号	出版物批发、零售	2020 年 3 月 15 日	2024 年 3 月 31 日
18	湖北孩子王	武汉经济技术开发区（汉南区）行政审批局	新出发武经文字第 007 号	零售公开发行的国内版出版物	2022 年 5 月 13 日	2028 年 5 月 27 日
19	南京亿略卓	江苏省新闻出版局	新出发苏批字第 A-483 号	出版物批发、零售	2020 年 6 月 23 日	2024 年 3 月 31 日
20	四川亿略卓	成都市青白江区行政审批和营商环境建设局	新出发青批字第 001 号	图书批发	2020 年 6 月 30 日	2026 年 7 月 1 日
21	海南童韵	海南省新闻出版局	新出发琼字第 2021060 号	图书、期刊、音像、电子出版物批发、零售	2021 年 9 月 7 日	2026 年 9 月 7 日

## ②其他门店相关资质

截至 2022 年 9 月末，除上述 16 家子公司对应的门店、发行人和子公司湖北孩子王、南京亿略卓、四川亿略卓、海南童韵外，发行人已完成工商注册登记的门店数量共计 512 家，其中，截至 2022 年 9 月末，437 家已取得出版物经营许可证文件，2 家门店的出版物经营许可证已与门店的营业执照经营范围合并；剩余 73 家中，9 家门店已关闭；13 家门店未实际营业，因此尚未办理或正在办理相关资质；51 家因无出版物销售无需办理。

## (3) 卫生许可证

### ①公司及子公司相关资质

序号	主体	发证机关	证书编号	许可范围	发证日期	有效期
1	安徽孩子王	合肥市包河区卫生健康委员会	皖卫公证字 [2021]第 340111-154 号	商场	2021 年 8 月 19 日	2025 年 8 月 18 日
2	广东孩子王	广州市荔湾区卫生健康局	粤卫公证字 [2016]第 0103G00001 号	商场	2020 年 5 月 19 日	2023 年 12 月 17 日
3	广西爱乐	南宁市江南区卫生健康局	南江卫环证字 [2023]第 31 号	商场 (1100 平方)	2023 年 3 月 7 日	2027 年 3 月 6 日

序号	主体	发证机关	证书编号	许可范围	发证日期	有效期
4	河北孩子王	石家庄市裕华区行政审批局	冀卫公证字 2019 第 130100-000001 号	商场	2022 年 12 月 29 日	2027 年 1 月 13 日
5	河南孩子王	郑州市二七区卫生健康委员会	郑二卫公字 [2020]第 0523 号	商场	2020 年 9 月 23 日	2023 年 12 月 03 日
6	江苏孩享乐	南京市建邺区卫生健康委员会	苏卫公证字 [2020]第 320105-000172 号	商场(店)	2020 年 10 月 9 日	2024 年 10 月 8 日
7	江西孩子王	南昌市西湖区行政审批局	西卫公许字 2021 第 0184 号	商场	2021 年 9 月 8 日	2025 年 9 月 7 日
8	辽宁孩子王	沈阳市铁西区卫生健康局	沈卫环字 2019 第 0101178 号	商场	2019 年 12 月 6 日	2023 年 12 月 5 日
9	青岛孩子王	青岛市市北区行政审批服务局	北审社卫许字 [2021]第 0477 号	商场	2021 年 12 月 8 日	2025 年 12 月 7 日
10	厦门孩子王	厦门市思明区卫生健康局	厦思卫公字 [2021]第 0047 号	商场(店)	2021 年 2 月 9 日	2025 年 2 月 8 日
11	山东孩子王	济南市市中区行政审批服务局	鲁卫公证字 (2013) 第 370103-000147 号	商场、公共场所	2022 年 10 月 19 日	2025 年 8 月 1 日
12	深圳童联	深圳市龙华区卫生健康局	粤卫公证字 [2018]第 0311000073 号	商场	2022 年 8 月 3 日	2026 年 8 月 2 日
13	四川孩子王	成都高新技术产业开发区卫生健康局	川卫公证字 [2014]第 510109000251 号	商场	2023 年 3 月 8 日	2027 年 3 月 7 日
14	天津孩子王	天津市河东区行政审批局	津河东卫公证字 2020 第 00005 号	商场(店)	2020 年 7 月 17 日	2024 年 7 月 27 日

其中，贵州孩子王、云南孩子王经上级主管部门同意，由商场物业整体办理卫生许可证。

## ②其他门店相关资质

截至 2022 年 9 月末，除上述 16 家子公司对应的门店外，发行人已完成工商注册登记的门店数量共计 512 家，其中，截至 2022 年 9 月末，436 家已取得所在地主管部门核发的《卫生许可证》，剩余 76 家中，9 家门店已关闭；11 家门店未实际营业，因此尚未办理或正在办理相关资质；22 家门店根据所在地监管要求无需办理《卫生许可证》；34 家门店与商场物业共同使用。

## (4) 消防安全检查合格证

### ①公司及子公司相关资质

序号	主体	发证机关	证书编号	许可范围	发证日期
1	安徽孩子王	合肥市公安消防支队	合公消安检字	商场	2016 年 9

序号	主体	发证机关	证书编号	许可范围	发证日期
			[2016]第 0044 号		月 29 日
2	广东孩子王	广州市公安消防局	穗公消安检字 [2015]第 0318 号	商场	2015 年 9 月 21 日
3	广西爱乐	南宁市公安消防支队	南公消安检字 [2019]第 0025 号	商铺	2019 年 5 月 26 日
4	河北孩子王	石家庄市公安消防支队	石公消安检字 2015 第 0018 号	商场	2015 年 4 月 29 日
5	河南孩子王	郑州市公安消防支队	郑公消安检字 [2016]第 0032 号	商场	2016 年 12 月 23 日
6	江苏孩享乐	南京市消防救援支队	宁消安检字[2020] 第 0102 号	商场	2020 年 10 月 30 日
7	江西孩子王	南昌市公安消防支队	洪公消安检字 [2017]第 29 号	商业	2017 年 6 月 19 日
8	辽宁孩子王	辽宁省沈阳市铁西区公安消防大队	公消安检字 2015 第 0082 号	商场	2015 年 12 月 10 日
9	青岛孩子王	青岛市公安消防支队	青公消安检字 [2014]第 40 号	商场	2014 年 3 月 21 日
10	厦门孩子王	厦门市公安消防支队	厦公消安检字 [2016]第 0066 号	商场	2016 年 10 月 24 日
11	山东孩子王	济南市公安消防支队	济公消安检字 (2016)第 0057 号	商场、儿童 活动场所	2016 年 9 月 12 日
12	深圳童联	深圳市公安局龙华分局	深公消安检字 [2018]第 0393J 号	儿童用品 店	2018 年 8 月 22 日
13	四川孩子王	成都市公安消防局	成公消安检字 [2014]第 85 号	商铺	2014 年 9 月 5 日
14	天津孩子王	天津市河东区公安消防支队	东公消安检字 [2015]第 0062 号	其他	2015 年 11 月 11 日

其中，贵州孩子王、云南孩子王为大物业消防安全检查合格证，无需单独办理。

## ②其他门店相关资质

截至 2022 年 9 月末，除上述 16 家子公司对应的门店外，发行人已完成工商注册登记的门店数量共计 512 家，其中，截至 2022 年 9 月末，484 家门店或其租赁物业所在商场已取得所在地主管部门核发的消防安全检查合格证，剩余 28 家中，8 家门店已关闭；12 家门店未实际营业，因此尚未办理或正在办理相关资质；8 家门店目前正在办理中。

针对上述资质瑕疵，公司控股股东江苏博思达、实际控制人汪建国先生已于 2020 年 7 月出具《承诺函》：如果出现发行人和/或其控股子公司以及该等公司的各分支机构因未取得相关经营资质或相关经营资质到期未及时续期而给发行人和/或其控股子公司以及该等公司的各分支机构造成经济损失的，包括但不限

于被有权部门所处的罚款等，本公司/本人将全额赔偿发行人和/或其控股子公司以及该等公司的各分支机构由前述情形实际遭受的经济损失，以使发行人和/或其控股子公司以及该等公司的各分支机构不受损失，且不会向发行人进行追偿。

### （5）增值电信业务资质

2022年10月21日，上海市通信管理局出具了《中国（上海）自由贸易试验区外商投资经营增值电信业务试点批复》（沪通信管自贸[2022]20号），同意上海童渠在中国（上海）自由贸易试验区开展增值电信业务，业务种类为在线数据处理与交易处理业务（经营类电子商务），域名为 kidswant.cn、cekid.com、czj100.com，服务范围可以面向全国，批复有效期为3年，自2023年2月24日起计算。

2022年2月21日，海南童韵信息技术有限公司取得《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》（经营许可证编号：合字B2-20220070），准许海南童韵经营增值电信业务，业务种类为在线数据处理与交易处理业务（仅限经营类电子商务）、信息服务业务（仅限互联网信息服务），有效期至2027年2月21日。

### （6）道路运输经营许可证

序号	主体	发证机关	证书编号	经营范围	有效期
1	童联供应链有限公司	南京市江宁区运输管理所	苏交运管许可宁字320115341250号	道路普通货物运输	2020年3月27日至2024年3月26日

### （7）单用途商业预付卡

2016年9月，公司取得江苏省商务厅核发的《江苏省单用途商业预付卡备案确认书》，备案号为320000BAA0029。

## （三）直营门店房屋租赁情况

截至2022年9月末，发行人及其境内子公司、分公司合计承租516处物业用于已设立的直营门店经营，相关房产产权证取得情况如下：

（1）上述直营门店运营用房中的326处租赁物业的出租方已向发行人或其境内子公司、分公司提供房屋产权证书，面积占直营门店运营用房租赁总面积的71.33%。

就该等已提供房屋产权证书的物业，76 处的出租方与产权方不一致。其中 63 处物业的出租方已提供相关文件，证明其有权出租该等物业；13 处物业的出租方未提供该等文件，面积占直营门店运营用房租赁总面积的 3.88%，就该等物业，发行人或其境内子公司、分公司与出租方签署的租赁协议及/或其补充协议中包含了出租方关于其有权出租该等物业的陈述与保证，并约定了相应的违约责任。

(2) 另有 188 处租赁物业的出租方虽未提供房屋产权证书，但已提供国有土地使用权权属证书及《建设工程规划许可证》，面积占直营门店运营用房租赁总面积的 28.05%。根据《最高人民法院关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》（法释[2009]11 号），上述未提供房产证的情形不会导致相关租赁合同无效。

上述第（1）项及第（2）项所述已提供房屋产权证、虽未提供房屋产权证但提供了国有土地使用权权属证书及《建设工程规划许可证》的房产面积合计占直营门店运营用房租赁总面积的 99.38%。

除前述第（1）、（2）项所述物业外，出租方未能就直营门店运营用房中 2 处物业提供房屋产权证书及《建设工程规划许可证》，面积占直营门店运营用房租赁总面积的 0.62%。

此外，部分直营门店营业用房存在未办理租赁备案的情形。根据《最高人民法院关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》（法释[2009]11 号）的规定，未办理租赁备案的情况不会影响租赁合同的效力。

针对上述情况，发行人控股股东江苏博思达、实际控制人汪建国已于 2020 年 7 月出具承诺：若发行人及其分子公司因租赁土地、房屋建筑物存在瑕疵导致发行人及其分子公司在租赁期内不能正常使用该等房产，或因该等瑕疵导致公司及其分子公司被有关主管机关处罚或其他第三方索赔的，本公司/本人将依法承担全部经济责任，补偿发行人及其分子公司因此而遭受的经济损失，且不会向发行人及其分子公司进行追偿。

## **十、上市以来的重大资产重组情况**

上市以来，公司不存在《上市公司重大资产重组管理办法》规定的重大资产



重组行为。

## **十一、境外经营情况**

报告期内，公司在境外进行的经营主要通过香港商贸开展。香港商贸的具体情况参见“第四节/二/（二）/23、香港孩子王商贸有限公司”。

## **十二、报告期内的分红情况**

公司系于 2021 年 10 月完成首次公开发行股票并上市。公司上市前，对 2019 年、2020 年未进行利润分配；公司上市后至本募集说明书签署日，共实施了一次分红。公司滚存未分配利润主要用于公司的日常生产经营，以支持公司发展战略的实施和可持续性发展。公司上市以来按照《公司章程》的规定实施了现金分红。

公司股利分配政策及最近三年现金分红情况参见本募集说明书“重大事项提示”之“四、公司的利润分配政策及执行情况”相关内容。

## **十三、最近三年公开发行的债务是否存在违约或延迟支付本息的情形**

最近三年，公司未公开发行公司债券，不存在其他债务有违约或者延迟支付本息的情形。

## **十四、最近三年平均可分配利润是否足以支付各类债券一年的利息的情况**

2019 年度、2020 年度及 2021 年度，发行人归属于母公司所有者的净利润（以扣除非经常性损益前后孰低者计）分别为 31,747.67 万元、31,031.44 万元和 12,152.47 万元。本次向不特定对象发行可转债按募集资金 103,900.00 万元计算，参考近期可转债市场的发行利率水平并经合理估计，公司最近三年平均可分配利润足以支付可转债一年的利息。

## 第五节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计数据反映了本公司最近三年及一期的财务状况、经营业绩与现金流量；如无特别说明，本节引用的财务数据均引自公司 2019 年度、2020 年度、2021 年度经审计的财务报告及公司定期报告公告的 2022 年 1-9 月未经审计财务数据。

公司在本节披露的与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平标准为相关会计期间营业利润的 5%，或金额虽未达到营业利润的 5%但公司认为较为重要的相关事项。

公司提醒投资者关注公司披露的财务报告和审计报告全文，以获取详细的财务资料。

### 一、 审计意见

公司 2019 年度、2020 年度及 2021 年度财务报告均经安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并出具了报告号为“安永华明（2021）审字第 60972026\_N01 号”、“安永华明（2022）审字第 60972026\_N01 号”标准无保留意见《审计报告》。2022 年 1-9 月财务数据未经审计。

### 二、 财务报表

#### （一）最近三年及一期合并财务报表

##### 1、合并资产负债表

单位：元

项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
<b>流动资产：</b>				
货币资金	1,544,251,578.66	1,644,720,279.61	2,031,438,101.88	1,283,003,494.11
交易性金融资产	1,183,396,750.14	1,277,750,057.66	879,853,298.22	893,950,452.98
应收账款	73,094,279.60	75,785,730.54	60,728,850.74	46,114,483.30
预付款项	83,263,188.40	90,898,986.70	51,453,660.37	65,269,815.31
其他应收款	89,659,433.56	71,721,801.18	83,318,735.59	62,205,533.57
存货	940,052,849.28	910,117,760.44	941,095,535.07	994,341,475.64
一年内到期的非流动资产	7,426,274.10	6,931,267.20	4,377,087.27	2,579,154.10
其他流动资产	68,379,471.95	77,147,058.10	79,802,400.83	102,151,450.53

项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
<b>流动资产合计</b>	<b>3,989,523,825.69</b>	<b>4,155,072,941.43</b>	<b>4,132,067,669.97</b>	<b>3,449,615,859.54</b>
<b>非流动资产:</b>				
长期应收款	50,919,696.00	48,504,156.72	42,097,998.90	36,297,375.55
固定资产	399,950,416.20	447,151,920.91	449,722,514.91	467,210,076.37
在建工程	261,155,203.18	186,491,730.01	-	-
使用权资产	2,260,967,894.75	2,562,625,043.57	-	-
无形资产	176,508,400.44	180,232,450.09	104,014,661.19	108,842,185.56
长期待摊费用	214,102,284.82	262,682,973.54	263,556,314.41	243,838,884.74
其他非流动资产	408,252,923.37	238,097,470.71	1,410,314.90	2,545,255.90
递延所得税资产	52,533,633.92	45,397,553.92	29,885,905.42	34,437,429.59
<b>非流动资产合计</b>	<b>3,824,390,452.68</b>	<b>3,971,183,299.47</b>	<b>890,687,709.73</b>	<b>893,171,207.71</b>
<b>资产总计</b>	<b>7,813,914,278.37</b>	<b>8,126,256,240.90</b>	<b>5,022,755,379.70</b>	<b>4,342,787,067.25</b>
<b>流动负债:</b>				
短期借款	-	1,000,000.00	88,276,389.80	76,659,824.90
应付票据	332,795,907.98	453,610,791.18	545,368,221.02	279,283,243.74
应付账款	839,958,457.03	877,415,889.13	1,081,164,147.88	1,226,402,010.55
预收账款	914,767.82	768,692.76	1,482,865.31	177,447,660.46
合同负债	324,768,897.73	314,053,014.46	282,619,075.69	-
应付职工薪酬	65,424,687.70	134,128,101.01	139,413,600.46	111,683,279.21
应交税费	71,072,345.11	35,532,116.83	49,098,940.90	112,820,010.64
其他应付款	260,896,728.68	312,721,961.13	471,427,156.26	370,992,305.78
一年内到期的非流动负债	556,627,133.16	550,833,149.45	8,399,037.02	6,649,873.97
其他流动负债	26,720,221.06	24,403,200.68	20,504,850.82	39,560,758.70
<b>流动负债合计</b>	<b>2,479,179,146.27</b>	<b>2,704,466,916.63</b>	<b>2,687,754,285.16</b>	<b>2,401,498,967.95</b>
<b>非流动负债:</b>				
长期借款	354,241,239.84	305,947,759.36	215,501,188.45	218,456,029.71
租赁负债	1,985,212,002.05	2,248,199,431.04	-	-
长期应付款	4,260,211.57	4,653,810.64	6,441,075.57	8,566,085.92
递延收益	7,380,863.37	8,806,185.27	14,671,277.50	4,343,432.14
递延所得税负债	4,918,293.92	5,949,184.40	8,096,961.45	10,647,827.63
<b>非流动负债合计</b>	<b>2,356,012,610.75</b>	<b>2,573,556,370.71</b>	<b>244,710,502.97</b>	<b>242,013,375.40</b>
<b>负债合计</b>	<b>4,835,191,757.02</b>	<b>5,278,023,287.34</b>	<b>2,932,464,788.13</b>	<b>2,643,512,343.35</b>
<b>股东权益:</b>				
股本	1,088,000,000.00	1,088,000,000.00	979,093,333.00	979,093,333.00
资本公积	992,607,761.05	992,607,761.05	545,391,862.17	545,391,862.17
盈余公积	26,288,277.68	26,288,277.68	19,952,326.97	19,804,223.15
未分配利润（弥补亏损）	871,190,736.50	741,138,630.86	545,853,069.43	154,985,305.58
归属于母公司股东权益合计	2,978,086,775.23	2,848,034,669.59	2,090,290,591.57	1,699,274,723.90
少数股东权益	635,746.12	198,283.97	-	-

项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
股东权益合计	2,978,722,521.35	2,848,232,953.56	2,090,290,591.57	1,699,274,723.90
负债和股东权益总计	7,813,914,278.37	8,126,256,240.90	5,022,755,379.70	4,342,787,067.25

## 2、合并利润表

单位：元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
营业收入	6,384,281,465.88	9,048,876,572.42	8,355,435,242.12	8,242,509,242.56
减：营业成本	4,457,155,137.94	6,280,337,273.90	5,804,921,279.96	5,742,123,487.32
税金及附加	16,729,357.72	20,569,286.85	23,326,712.40	19,141,311.53
销售费用	1,338,530,456.97	1,938,250,862.30	1,617,954,981.62	1,623,054,079.15
管理费用	313,063,227.37	437,417,014.74	386,226,528.00	359,035,325.46
研发费用	63,206,816.39	100,945,150.64	87,057,244.17	104,472,332.05
财务费用	65,623,595.23	144,750,244.42	48,976,582.01	2,939,184.41
其中：利息费用	79,886,747.39	117,919,792.74	14,108,148.56	4,911,909.83
利息收入	35,317,689.00	19,917,387.01	12,008,742.97	11,783,852.64
加：其他收益	28,925,427.92	48,431,213.64	39,216,000.34	28,760,059.94
投资收益	22,668,105.57	55,789,924.92	52,638,275.18	49,654,089.11
公允价值变动收益	7,411,543.11	7,400,057.66	13,576,820.21	473,796.89
信用减值损失（损失以负数填列）	233,138.98	-1,956,961.31	-4,611,230.55	3,778,721.53
资产减值损失（损失以负数填列）	-866,946.93	773,867.50	-6,625,229.61	824,770.44
资产处置收益（损失以负数填列）	855,646.79	3,962,953.49	-486,632.74	-3,878,036.20
<b>营业利润</b>	<b>189,199,789.70</b>	<b>241,007,795.47</b>	<b>480,679,916.79</b>	<b>471,356,924.35</b>
加：营业外收入	1,381,320.85	5,267,911.66	4,270,784.26	7,086,920.39
减：营业外支出	13,189,823.89	17,281,617.68	3,659,634.48	2,850,099.77
<b>利润总额</b>	<b>177,391,286.66</b>	<b>228,994,089.45</b>	<b>481,291,066.57</b>	<b>475,593,744.97</b>
减：所得税费用	27,101,718.88	27,774,293.34	90,275,198.90	98,184,910.16
<b>净利润</b>	<b>150,289,567.78</b>	<b>201,219,796.11</b>	<b>391,015,867.67</b>	<b>377,408,834.81</b>
<b>按经营持续性分类</b>				
持续经营净利润	150,289,567.78	201,219,796.11	391,015,867.67	377,408,834.81
<b>按所有权归属分类</b>				
归属于母公司股东的净利润	151,812,105.63	201,621,512.14	391,015,867.67	377,408,834.81
少数股东损益	-1,522,537.85	-401,716.03	-	-
其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
<b>综合收益总额</b>	<b>150,289,567.78</b>	<b>201,219,796.11</b>	<b>391,015,867.67</b>	<b>377,408,834.81</b>
其中：归属于母公司股东的综合收益总额	151,812,105.63	201,621,512.14	391,015,867.67	377,408,834.81

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
少数股东损益	-1,522,537.85	-401,716.03	-	-
<b>每股收益</b>				
基本每股收益	0.1395	0.2022	0.3994	0.3855
稀释每股收益	0.1395	0.2022	0.3994	0.3855

### 3、合并现金流量表

单位：元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>				
销售商品、提供劳务收到的现金	7,243,484,354.52	10,275,470,245.03	9,615,347,656.53	10,551,414,646.11
收到的税费返还/政府补助	59,908,391.29	42,785,711.51	50,158,875.19	28,760,059.94
收到其他与经营活动有关的现金	26,769,006.53	15,790,566.92	47,399,901.16	23,209,266.74
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>7,330,161,752.34</b>	<b>10,334,046,523.46</b>	<b>9,712,906,432.88</b>	<b>10,603,383,972.79</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	5,585,819,458.05	8,221,237,682.42	7,535,164,593.92	8,514,493,509.45
支付给职工及为职工支付的现金	935,732,002.00	1,226,553,535.96	953,305,504.18	963,352,742.99
支付的各项税费	144,522,068.10	215,404,209.38	293,547,486.55	205,397,221.50
支付其他与经营活动有关的现金	32,417,106.31	72,246,913.51	62,778,664.05	34,539,627.22
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>6,698,490,634.46</b>	<b>9,735,442,341.27</b>	<b>8,844,796,248.70</b>	<b>9,717,783,101.16</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>631,671,117.88</b>	<b>598,604,182.19</b>	<b>868,110,184.18</b>	<b>885,600,871.63</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>				
收回投资收到的现金	4,728,874,469.44	21,891,293,448.68	13,426,856,866.40	15,903,379,000.00
取得投资收益收到的现金	29,736,355.04	75,551,854.81	60,814,218.50	49,654,089.11
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	2,642,193.87	704,174.15	3,325,163.59	622,385.99
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>4,761,253,018.35</b>	<b>21,967,549,477.64</b>	<b>13,490,996,248.49</b>	<b>15,953,655,475.10</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	179,078,744.01	518,951,038.10	211,065,605.32	386,893,268.13
投资支付的现金	4,590,767,125.71	22,656,093,590.73	13,477,223,355.40	16,147,217,850.27
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>4,769,845,869.72</b>	<b>23,175,044,628.83</b>	<b>13,688,288,960.72</b>	<b>16,534,111,118.40</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-8,592,851.37</b>	<b>-1,207,495,151.19</b>	<b>-197,292,712.23</b>	<b>-580,455,643.30</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>				

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
吸收投资所收到的现金	1,960,000.00	586,991,468.59	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	1,960,000.00	600,000.00	-	-
取得借款收到的现金	165,947,957.00	135,998,890.22	217,265,925.00	139,821,891.57
收到的其他与筹资活动有关的现金	976,441.55	3,281,306.37	-	-
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>168,884,398.55</b>	<b>726,271,665.18</b>	<b>217,265,925.00</b>	<b>139,821,891.57</b>
偿还债务支付的现金	117,320,000.00	105,224,500.00	209,710,749.90	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	31,347,400.14	15,954,377.62	14,218,629.42	9,088,389.48
支付其他与筹资活动有关的现金	423,613,124.58	563,644,628.35	11,391,918.65	196,582.90
<b>筹资活动现金流出小计</b>	<b>572,280,524.72</b>	<b>684,823,505.97</b>	<b>235,321,297.97</b>	<b>9,284,972.38</b>
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-403,396,126.17</b>	<b>41,448,159.21</b>	<b>-18,055,372.97</b>	<b>130,536,919.19</b>
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>	<b>1,809,215.33</b>	<b>-1,028,283.01</b>	<b>-2,476,890.80</b>	<b>849,002.52</b>
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	<b>221,491,355.67</b>	<b>-568,471,092.80</b>	<b>650,285,208.18</b>	<b>436,531,150.04</b>
加：期初现金及现金等价物余额	1,201,488,841.28	1,769,959,934.08	1,119,674,725.90	683,143,575.86
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	<b>1,422,980,196.95</b>	<b>1,201,488,841.28</b>	<b>1,769,959,934.08</b>	<b>1,119,674,725.90</b>

## (二) 最近三年及一期母公司财务报表

### 1、母公司资产负债表

单位：元

项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
<b>流动资产：</b>				
货币资金	1,140,873,309.63	1,301,965,411.89	1,387,804,972.70	1,185,938,074.06
交易性金融资产	1,083,432,012.78	1,175,383,718.70	879,853,298.22	876,706,206.79
应收账款	558,855,296.68	722,853,972.96	389,574,938.31	229,748,860.00
预付款项	69,580,700.73	72,835,985.22	30,369,354.08	54,889,516.99
其他应收款	100,522,422.99	96,336,160.06	240,652,575.28	91,978,174.44
存货	470,529,218.31	540,141,721.31	937,826,760.57	993,757,157.21
一年内到期的非流动资产	3,106,030.02	3,337,065.80	1,736,407.28	1,321,189.91
其他流动资产	10,283,794.37	17,509,328.62	46,855,340.04	76,454,423.13
<b>流动资产合计</b>	<b>3,437,182,785.51</b>	<b>3,930,363,364.56</b>	<b>3,914,673,646.48</b>	<b>3,510,793,602.53</b>
<b>非流动资产：</b>				
长期应收款	10,594,978.51	10,047,322.87	9,634,709.29	9,276,213.20
长期股权投资	1,306,974,000.00	1,295,254,000.00	1,288,754,000.00	843,254,000.00
固定资产	46,548,180.32	56,662,822.78	57,074,589.59	61,878,915.89

项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
使用权资产	520,064,811.30	573,561,196.58	-	-
无形资产	27,449,428.19	28,579,872.85	33,021,284.49	35,955,396.31
长期待摊费用	54,943,771.67	70,127,700.88	75,167,825.23	69,484,767.94
递延所得税资产	21,678,667.77	20,300,922.57	19,754,156.60	18,939,707.98
其他非流动资产	407,561,283.36	235,643,506.25	208,103.80	268,350.00
<b>非流动资产合计</b>	<b>2,395,815,121.12</b>	<b>2,290,177,344.78</b>	<b>1,483,614,669.00</b>	<b>1,039,057,351.32</b>
<b>资产总计</b>	<b>5,832,997,906.63</b>	<b>6,220,540,709.34</b>	<b>5,398,288,315.48</b>	<b>4,549,850,953.85</b>
<b>流动负债：</b>				
短期借款	-	-	88,276,389.80	76,659,824.90
应付票据	332,795,907.98	453,610,791.18	545,368,221.02	279,283,243.74
应付账款	839,208,599.43	871,326,691.73	1,078,835,210.57	1,217,953,943.94
预收款项	197,621.24	279,086.99	258,277.48	223,387,315.90
合同负债	304,164,388.49	288,179,531.59	414,569,298.92	-
应付职工薪酬	17,856,033.28	35,301,597.38	40,622,789.67	32,532,235.67
应交税费	51,814,619.12	9,616,432.28	21,072,034.05	11,724,915.24
其他应付款	1,353,343,469.28	1,582,651,642.13	1,443,484,998.57	1,132,139,666.38
一年内到期的非流动负债	117,534,747.13	126,994,582.69	2,013,200.64	1,875,441.00
其他流动负债	24,211,887.81	20,995,055.20	40,007,253.53	23,206,988.81
<b>流动负债合计</b>	<b>3,041,127,273.76</b>	<b>3,388,955,411.17</b>	<b>3,674,507,674.25</b>	<b>2,998,763,575.58</b>
<b>非流动负债：</b>				
预计负债	2,135,766.86	2,135,766.86	2,014,434.62	2,305,990.24
递延收益	5,817,545.72	6,676,037.85	11,775,540.15	362,252.41
租赁负债	457,563,485.48	494,027,207.13	-	-
长期应付款	1,103,212.05	977,870.06	1,704,323.17	2,159,489.17
<b>非流动负债合计</b>	<b>466,620,010.11</b>	<b>503,816,881.90</b>	<b>15,494,297.94</b>	<b>4,827,731.82</b>
<b>负债合计</b>	<b>3,507,747,283.87</b>	<b>3,892,772,293.07</b>	<b>3,690,001,972.19</b>	<b>3,003,591,307.40</b>
<b>股东权益：</b>				
股本	1,088,000,000.00	1,088,000,000.00	979,093,333.00	979,093,333.00
资本公积	976,885,639.46	976,885,639.46	529,669,740.58	529,669,740.58
盈余公积	26,288,277.68	26,288,277.68	19,952,326.97	3,749,657.29
未分配利润	234,076,705.62	236,594,499.13	179,570,942.74	33,746,915.58
<b>股东权益合计</b>	<b>2,325,250,622.76</b>	<b>2,327,768,416.27</b>	<b>1,708,286,343.29</b>	<b>1,546,259,646.45</b>
<b>负债和股东权益总计</b>	<b>5,832,997,906.63</b>	<b>6,220,540,709.34</b>	<b>5,398,288,315.48</b>	<b>4,549,850,953.85</b>

## 2、母公司利润表

单位：元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
营业收入	6,101,002,144.64	8,333,425,954.15	7,350,838,687.79	7,766,038,499.28
减：营业成本	4,963,344,725.63	6,638,186,127.11	5,773,183,995.22	6,267,901,835.74

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
税金及附加	2,946,730.93	1,982,602.50	7,071,805.32	1,130,962.15
销售费用	996,957,454.52	1,436,793,975.19	1,273,562,137.44	1,217,204,955.19
管理费用	130,580,987.12	182,987,019.44	171,518,899.19	180,721,524.73
研发费用	13,477,268.97	23,406,176.50	25,733,829.34	35,288,828.45
财务费用	-4,860,437.13	22,182,274.65	7,200,494.66	-2,401,571.09
其中：利息费用	17,899,090.25	26,010,256.24	4,956,727.49	3,546,533.80
利息收入	-28,275,799.59	17,052,075.77	11,469,818.16	8,785,131.71
加：其他收益	4,140,988.04	11,928,306.87	7,679,900.93	15,693,770.14
投资收益	20,841,099.26	49,515,215.48	97,517,821.43	51,560,833.68
公允价值变动收益	7,446,805.75	7,383,718.70	13,576,820.21	1,968,207.12
信用减值损失（损失以负数填列）	297,843.76	-3,149,890.09	-2,673,131.74	4,637,494.97
资产减值损失（损失以负数填列）	6,810,880.32	3,722,396.72	-6,625,229.61	824,770.44
资产处置收益（损失以负数填列）	-116,462.36	672,369.42	261,977.61	-1,182,677.57
<b>营业利润</b>	<b>37,976,569.37</b>	<b>97,959,895.86</b>	<b>202,305,685.45</b>	<b>139,694,362.89</b>
加：营业外收入	717,205.08	2,365,478.56	1,674,879.14	3,988,689.78
减：营业外支出	10,610,149.22	14,738,346.00	3,677,645.64	924,346.79
<b>利润总额</b>	<b>28,083,625.23</b>	<b>85,587,028.42</b>	<b>200,302,918.95</b>	<b>142,758,705.88</b>
减：所得税费用	8,841,418.74	22,227,521.32	38,276,222.11	33,444,606.40
<b>净利润</b>	<b>19,242,206.49</b>	<b>63,359,507.10</b>	<b>162,026,696.84</b>	<b>109,314,099.48</b>
其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
<b>综合收益总额</b>	<b>19,242,206.49</b>	<b>63,359,507.10</b>	<b>162,026,696.84</b>	<b>109,314,099.48</b>

### 3、母公司现金流量表

单位：元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>				
销售商品、提供劳务收到的现金	6,892,333,015.80	9,270,838,493.20	8,806,520,089.51	10,271,358,723.98
收到的税费返还/政府补助	18,480,591.34	6,894,304.70	19,262,775.74	15,693,770.14
收到其他与经营活动有关的现金	17,462,393.32	11,999,273.78	12,078,693.62	768,062,093.09
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>6,928,276,000.46</b>	<b>9,289,732,071.68</b>	<b>8,837,861,558.87</b>	<b>11,055,114,587.21</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	6,483,315,985.01	8,854,676,815.34	7,716,439,076.27	9,881,855,901.91
支付给职工及为职工支付的现金	255,741,024.96	325,378,737.97	270,541,292.42	300,293,398.98
支付的各项税费	22,093,952.28	42,662,133.91	82,938,460.49	39,110,586.24



项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
支付其他与经营活动有关的现金	51,835,581.06	35,651,114.16	152,064,951.06	16,635,626.27
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>6,812,986,543.31</b>	<b>9,258,368,801.38</b>	<b>8,221,983,780.24</b>	<b>10,237,895,513.40</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>115,289,457.15</b>	<b>31,363,270.30</b>	<b>615,877,778.63</b>	<b>817,219,073.81</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>				
收回投资收到的现金	4,276,524,469.44	17,471,113,448.68	11,808,506,866.40	15,622,629,000.00
取得投资收益收到的现金	30,104,487.29	95,660,834.91	57,449,518.56	45,012,470.11
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	573,742.04	418,616.78	2,901,762.04	481,314.76
收到的其他与投资活动有关的现金	-	130,500.00	-	-
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>4,307,202,698.77</b>	<b>17,567,323,400.37</b>	<b>11,868,858,147.00</b>	<b>15,668,122,784.87</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	46,179,098.32	50,367,218.44	54,066,302.10	97,358,932.40
投资支付的现金	4,153,467,125.71	18,130,563,590.73	11,873,173,355.40	15,925,103,882.60
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	20,000.00	6,500,000.00	445,500,000.00	-
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>4,199,666,224.03</b>	<b>18,187,430,809.17</b>	<b>12,372,739,657.50</b>	<b>16,022,462,815.00</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>107,536,474.74</b>	<b>-620,107,408.80</b>	<b>-503,881,510.50</b>	<b>-354,340,030.13</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>				
吸收投资所收到的现金	-	586,391,468.59	-	-
取得借款收到的现金	100,000,000.00	35,000,000.00	267,665,925.00	76,659,824.90
收到的其他与筹资活动有关的现金	96,698.29	1,257,280.55	-	-
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>100,096,698.29</b>	<b>622,648,749.14</b>	<b>267,665,925.00</b>	<b>76,659,824.90</b>
偿还债务支付的现金	100,000,000.00	150,304,500.00	256,850,749.90	47,300,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	21,760,000.00	383,761.02	5,169,995.98	202,975.72
支付其他与筹资活动有关的现金	69,683,623.53	143,474,687.96	11,391,918.65	196,582.90
<b>筹资活动现金流出小计</b>	<b>191,443,623.53</b>	<b>294,162,948.98</b>	<b>273,412,664.53</b>	<b>47,699,558.62</b>
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-91,346,925.24</b>	<b>328,485,800.16</b>	<b>-5,746,739.53</b>	<b>28,960,266.28</b>
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>	<b>-3,782,303.54</b>	<b>-1,384.72</b>	<b>-91,542.58</b>	<b>2,173,170.69</b>
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	<b>127,696,703.11</b>	<b>-260,259,723.06</b>	<b>106,157,986.02</b>	<b>494,012,480.65</b>
加：期初现金及现金等价物余额	893,602,246.44	1,131,161,639.87	1,025,003,653.85	530,991,173.20

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
六、期末现金及现金等价物余额	1,021,298,949.55	870,901,916.81	1,131,161,639.87	1,025,003,653.85

### 三、发行人合并财务报表范围及变化情况

公司最近三年一期合并报表范围符合财政部规定及企业会计准则的相关规定。公司最近三年一期合并报表范围及变动情况如下：

#### (一) 报告期内纳入合并范围的子公司

序号	子公司名称	持股比例(%)		是否纳入合并范围			
		直接	间接	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
1	安徽童联孩子王儿童用品有限公司	100	-	是	是	是	是
2	重庆童联孩子王儿童用品有限公司	100	-	是	是	是	是
3	上海爱乐孩子王实业有限公司	100	-	是	是	是	是
4	四川孩子王儿童用品有限公司	100	-	是	是	是	是
5	湖南童联儿童用品有限公司	100	-	是	是	是	是
6	湖北孩子王儿童用品有限公司	100	-	是	是	是	是
7	杭州孩子王儿童用品有限公司	100	-	是	是	是	是
8	山东孩子王儿童用品有限公司	100	-	是	是	是	是
9	青岛孩子王儿童用品有限公司	100	-	是	是	是	是
10	宁波孩子王儿童用品有限公司	100	-	是	是	是	是
11	河北孩子王儿童用品有限公司	100	-	是	是	是	是
12	广东孩子王儿童用品有限公司	100	-	是	是	是	是
13	陕西孩子王儿童用品有限公司	100	-	是	是	是	是
14	天津童联孩子王儿童用品有限公司	100	-	是	是	是	是
15	河南童联孩子王儿童用品有限公司	100	-	是	是	是	是
16	辽宁孩子王儿童用品有限公司	100	-	是	是	是	是
17	福建孩子王儿童用品有限公司	100	-	是	是	是	是
18	童联供应链有限公司	100	-	是	是	是	是
19	上海童渠信息技术有限公司	100	-	是	是	是	是
20	香港孩子王商贸有限公司	100	-	是	是	是	是
21	厦门童联孩子王儿童用品有限公司	100	-	是	是	是	是
22	南京亿略卓电子商贸有限公司	-	100	是	是	是	是
23	江西孩子王儿童用品有限公司	100	-	是	是	是	是
24	广西爱乐儿童用品有限公司	100	-	是	是	是	是
25	南京哲也教育信息咨询有限公司	-	100	是	是	是	是
26	江苏思想传媒有限公司	-	100	是	是	是	是
27	贵州孩子王儿童用品有限公司	100	-	是	是	是	是
28	深圳市童联儿童用品有限公司	100	-	是	是	是	是
29	云南孩子王儿童用品有限公司	100	-	是	是	是	否

序号	子公司名称	持股比例（%）		是否纳入合并范围			
		直接	间接	2022年 1-9月	2021年	2020年	2019年
30	江苏孩享乐儿童用品有限公司	-	100	是	是	是	否
31	四川亿略卓电子商务有限公司	-	100	是	是	是	否
32	四川童联供应链有限公司	-	100	是	是	是	否
33	海南童韵信息技术有限公司	-	100	是	是	否	否
34	浙江童乐供应链管理有限责任公司	-	100	是	是	否	否
35	天津亿略卓电子商务有限公司	100	-	是	是	否	否
36	天津童联供应链管理有限公司	-	100	是	是	否	否
37	南京孩趣皮尼文化科技有限公司	-	51	是	是	否	否
38	南京品之冠贸易有限公司	-	70	是	是	否	否
39	孩子王供应链管理有限公司	100	-	否	否	否	是
40	孩子王保险经纪有限公司	-	100	否	是	是	是
41	南京贝加网络科技有限公司	-	100	是	否	否	否

## （二）报告期内的合并范围变动情况

2019年度，公司吸收合并下属全资子公司孩子王供应链，以提高管理效率，优化资源配置。孩子王供应链在2019年3月完成税务注销，2019年7月完成工商注销，注销后不再纳入合并报表范围。

2020年度，公司新增4家合并单位，为云南孩子王、江苏孩享乐、四川亿略卓和四川童联供应链，上述公司于2020年新设成立，于当期纳入合并报表范围。

2021年度，公司新增6家合并单位，为海南童韵、浙江童乐、天津亿略卓、天津童联供应链、南京孩趣和南京品之冠，其中南京品之冠系通过非同一控制下企业合并取得，其他公司于2021年新设成立，于当期纳入合并报表范围。同时，为提高管理效率，孩子王保险在2021年8月完成工商注销，注销后不再纳入合并报表范围。

2022年1-9月，公司新增1家合并单位，为南京贝加，该公司于2022年上半年新设成立，于当期纳入合并报表范围。

## 四、主要财务指标

### (一) 主要财务指标

主要财务指标	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
流动比率（倍）	1.61	1.54	1.54	1.44
速动比率（倍）	1.23	1.20	1.19	1.02
资产负债率（合并口径）（%）	61.88	64.95	58.38	60.87
资产负债率（母公司）（%）	60.14	62.58	68.36	66.02
项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
应收账款周转率（次）	105.17（年化）	122.67	145.84	198.23
存货周转率（次）	6.33（年化）	6.67	5.91	6.39
每股经营活动现金流量（元/股）	0.58	0.55	0.89	0.90
每股净现金流量（元）	0.20	-0.52	0.66	0.45

注：指标计算公式如下：

流动比率=流动资产/流动负债；

速动比率=(流动资产-存货)/流动负债；

资产负债率=总负债/总资产；

应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额；

存货周转率=营业成本/存货平均余额；

每股经营活动现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末普通股股份总数；

每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末普通股股份总数。

### (二) 净资产收益率及每股收益

公司按照《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）》（中国证券监督管理委员会公告[2010]2号）、《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益》（中国证券监督管理委员会公告[2008]43号）要求计算的净资产收益率和每股收益如下：

报告期利润	报告期间	加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	2022年1-9月	5.21	0.1395	0.1395
	2021年度	8.83	0.2022	0.2022
	2020年度	20.64	0.3994	0.3994
	2019年度	25.00	0.3855	0.3855
扣除非经常损益后归属于普通股股东的净利润	2022年1-9月	3.88	0.1039	0.1039
	2021年度	5.32	0.1219	0.1219
	2020年度	16.38	0.3169	0.3169
	2019年度	21.03	0.3243	0.3243

注1：（1）加权平均净资产收益率的计算公式如下：

$$\text{加权平均净资产收益率} = P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$$

其中：P<sub>0</sub> 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公

司普通股股东的净利润；NP为归属于公司普通股股东的净利润；E0为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0为报告期月份数；Mi为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；Mk为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

(2) 基本每股收益的计算公式如下：

$$\text{基本每股收益} = P0 \div S$$

$$S = S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk$$

其中：P0为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S为发行在外的普通股加权平均数；S0为期初股份总数；S1为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj为报告期因回购等减少股份数；Sk为报告期缩股数；M0为报告期月份数；Mi为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

(3) 稀释每股收益的计算公式如下：

稀释每股收益 =  $P1 / (S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中，P1为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对P1和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。由于公司不存在稀释性潜在普通股，故稀释性每股收益的计算与基本每股收益的计算结果相同。

注2：2019年至2021年度财务数据已经审计，2022年1-9月财务数据未经审计。

### (三) 非经常性损益明细表

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
非流动资产处置损益	85.56	396.30	-48.66	-387.80
计入当期损益的政府补助	2,892.54	4,843.12	3,921.60	2,876.01
计入当期损益的对非金融企业的利息收入	-	-	24.34	250.45
持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	3,007.96	6,319.00	6,597.17	4,762.34
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-1,180.97	-1,201.37	61.11	423.68
<b>小计</b>	<b>4,805.09</b>	<b>10,357.04</b>	<b>10,555.56</b>	<b>7,924.67</b>
减：所得税影响额	929.04	2,347.36	2,485.41	1,931.46
<b>归属于母公司股东的非经常性损益影响净额</b>	<b>3,876.06</b>	<b>8,009.69</b>	<b>8,070.15</b>	<b>5,993.21</b>

报告期内，公司非经常性损益主要由政府补助、投资收益等项目构成，公司对非经常性损益不存在重大依赖。

## 五、会计政策变更、会计估计变更及会计差错更正情况

### (一) 重要会计政策变更

#### 1、新收入准则

财政部于 2017 年颁布了《企业会计准则第 14 号——收入（修订）》（以下简称“新收入准则”），境内上市企业自 2020 年 1 月 1 日起施行。

##### (1) 收入确认会计政策的主要差异

《企业会计准则第 14 号——收入》（财会[2017]22 号）第四条及第五条规定：

第四条 企业应当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。

第五条 当企业与客户之间的合同同时满足下列条件时，企业应当在客户取得相关商品控制权时确认收入：①合同各方已批准该合同并承诺将履行各自义务；②该合同明确了合同各方与所转让商品或提供劳务（以下简称“转让商品”）相关的权利和义务；③该合同有明确的与所转让商品相关的支付条款；④该合同具有商业实质，即履行该合同将改变企业未来现金流量的风险、时间分布或金额；⑤企业因向客户转让商品而有权取得的对价很可能收回。

收入准则的规定为：公司在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售商品实施有效控制，收入的金额能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入企业，相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入的实现。

根据上述规定，公司在新收入准则下收入确认的会计政策与现有会计政策的主要差异在于商品控制权的转移。

##### (2) 对业务模式、合同条款、收入确认和相关指标等方面产生的影响

结合公司目前的收入类型、业务模式及合同条款的具体情况，在业务模式及合同条款方面，实施新收入准则的前提下公司仍将按照目前的模式及条款开展业务，对公司不产生重大影响，在收入确认方面，根据新收入准则确认原则，新收入准则对公司报表相关数据不产生重大影响。同时，假定自申报财务报表期初开

始全面执行新收入准则，对首次执行日前各年（末）营业收入、归属于公司普通股股东的净利润、资产总额、归属公司普通股股东的净资产等指标不产生重大影响。

### （3）执行新收入准则产生的具体影响

公司自 2020 年 1 月 1 日开始按照新修订的上述准则进行会计处理，根据衔接规定，对可比期间信息不予调整，首日执行新准则与现行准则的差异追溯调整本报告期期初留存收益。

新收入准则为规范与客户之间的合同产生的收入建立了新的收入确认模型。根据新收入准则，确认收入的方式应当反映主体向客户转让商品或提供服务的模式，收入的金额应当反映主体因向客户转让这些商品或服务而预计有权获得的对价金额。同时，新收入准则对于收入确认的每一个环节所需要进行的判断和估计也做出了规范。公司仅对在 2020 年 1 月 1 日尚未完成的合同的累积影响数进行调整，对 2020 年 1 月 1 日之前或发生的合同变更，公司采用简化处理方法，对所有合同根据合同变更的最终安排，识别已履行的和尚未履行的履约义务、确定交易价格以及在已履行的和尚未履行的履约义务之间分摊交易价格。

执行新收入准则对截至 2020 年财务报表的影响如下：

#### ①合并资产负债表

单位：万元

计量类别	报表数	假设按原准则	影响
其他流动资产	7,980.24	7,862.28	117.96
预收款项	148.29	25,903.09	-25,754.81
合同负债	28,261.91	-	28,261.91
其他流动负债	2,050.49	4,439.62	-2,389.14

#### ②合并利润表

单位：万元

计量类别	报表数	假设按原准则	影响
主营业务成本	580,492.13	574,959.06	5,533.07
销售费用	161,795.50	167,328.57	-5,533.07

#### ③母公司资产负债表

单位：万元

计量类别	报表数	假设按原准则	影响
其他流动资产	4,685.53	4,650.56	34.97

计量类别	报表数	假设按原准则	影响
预收款项	25.83	42,779.05	-42,753.22
合同负债	41,456.93	-	41,456.93
其他流动负债	4,000.73	2,669.46	1,331.27

#### ④母公司利润表

单位：万元

计量类别	报表数	假设按原准则	影响
主营业务成本	577,318.40	571,866.98	5,451.42
销售费用	127,945.46	133,396.88	-5,451.42

## 2、新租赁准则

2018年，财政部颁布了修订的《企业会计准则第21号——租赁》（简称“新租赁准则”），新租赁准则采用与现行融资租赁会计处理类似的单一模型，要求承租人对除短期租赁和低价值资产租赁以外的所有租赁确认使用权资产和租赁负债，并分别确认折旧和利息费用。公司自2021年1月1日开始按照新修订的租赁准则进行会计处理，并根据衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日新租赁准则与现行租赁准则的差异追溯调整本报告期期初留存收益：

（1）对于首次执行日之前的经营租赁，公司根据剩余租赁付款额按首次执行日的增量借款利率折现的现值计量租赁负债，并根据每项租赁按照与租赁负债相等的金额，并根据预付租金进行必要调整计量使用权资产；

（2）公司按照《企业会计准则第8号——资产减值》的规定对使用权资产进行减值测试并进行相应的会计处理。

公司对首次执行日之前租赁资产属于低价值资产的经营租赁或将于12个月内完成的经营租赁，采用简化处理，未确认使用权资产和租赁负债。此外，公司对于首次执行日之前的经营租赁，采用了下列简化处理：

（1）计量租赁负债时，具有相似特征的租赁可采用同一折现率；使用权资产的计量可不包含初始直接费用；

（2）存在续租选择权或终止租赁选择权的，公司根据首次执行日前选择权的实际行使及其他最新情况确定租赁期；

（3）作为使用权资产减值测试的替代，公司根据《企业会计准则第13号——或有事项》评估包含租赁的合同在首次执行日前是否为亏损合同，并根据首次执



行日前计入资产负债表的亏损准备金额调整使用权资产；

(4) 首次执行日前的租赁变更，公司根据租赁变更的最终安排进行会计处理。

首次执行日前划分为经营租赁且在首次执行日后仍存续的转租赁，公司作为转租出租人在首次执行日基于原租赁和转租赁的剩余合同期限和条款进行重新评估并做出分类。依据重新评估结果，公司未对作为转租出租人的租赁进行调整。

对于首次执行日前的经营租赁，依其剩余合同期限不同，对应增量借款利率折现率区间为 2.89%-4.13%。

对于 2020 年财务报表中披露的重大经营租赁尚未支付的最低租赁付款额，公司按 2021 年 1 月 1 日公司作为承租人的增量借款利率折现的现值，与 2021 年 1 月 1 日计入资产负债表的租赁负债的差异调整过程如下：

单位：万元

2020年12月31日重大经营租赁最低租赁付款额	354,436.00
减：采用简化处理的租赁付款额	586.11
其中：剩余租赁期少于12个月的租赁	582.60
剩余租赁期超过12个月的低价值资产租赁	3.51
2021年1月1日增量借款利率折现计算的经营租赁付款额现值	302,889.02
2021年1月1日租赁负债	302,889.02

执行新租赁准则对 2021 年 1 月 1 日资产负债表项目的影响如下：

①合并资产负债表

单位：万元

项目	报表数	假设按原准则	影响
使用权资产	290,804.58	-	290,804.58
预付款项	2,036.71	5,145.37	-3,108.66
一年内到期的非流动负债	51,283.76	839.90	50,443.85
其他应付款	31,949.62	47,142.72	-15,193.10
租赁负债	252,445.16	-	252,445.16

②母公司资产负债表

单位：万元

项目	报表数	假设按原准则	影响
使用权资产	61,929.05	-	61,929.05
预付款项	2,503.65	3,036.94	-533.28
一年内到期的非流动负债	11,850.06	201.32	11,648.74
其他应付款	141,034.68	144,348.50	-3,313.82

项目	报表数	假设按原准则	影响
租赁负债	53,060.85	-	53,060.85

执行新租赁准则对截至 2021 年财务报表的影响如下：

①合并资产负债表

单位：万元

项目	报表数	假设按原准则	影响
使用权资产	256,262.50	-	256,262.50
预付款项	9,089.90	12,443.04	-3,353.14
递延所得税资产	4,539.76	2,431.68	2,108.08
一年内到期的非流动负债	55,083.31	2,863.32	52,220.00
其他应付款	31,272.20	47,336.89	-16,064.69
租赁负债	224,819.94	-	224,819.94
未分配利润	74,113.86	80,071.67	-5,957.80

②母公司资产负债表

单位：万元

项目	报表数	假设按原准则	影响
使用权资产	57,356.12	-	57,356.12
预付款项	7,283.60	8,065.38	-781.78
递延所得税资产	2,030.09	1,615.56	414.53
一年内到期的非流动负债	12,699.46	176.63	12,522.83
其他应付款	158,265.16	161,958.24	-3,693.08
租赁负债	49,402.72	-	49,402.72
未分配利润	23,659.45	24,903.04	-1,243.59

③合并利润表

单位：万元

项目	报表数	假设按原准则	影响
主营业务成本	628,033.73	627,652.45	381.28
销售费用	193,825.09	196,566.76	-2,741.68
管理费用	43,741.70	43,764.29	-22.59
财务费用	14,475.02	3,723.84	10,751.18
资产处置收益	-396.30	200.87	-597.16
资产减值损失	-77.39	-372.24	294.85
所得税费用	2,777.43	4,885.51	-2,108.08

④母公司利润表

单位：万元

项目	报表数	假设按原准则	影响
主营业务成本	663,818.61	663,674.42	144.19
销售费用	143,679.40	144,442.10	-762.70

项目	报表数	假设按原准则	影响
管理费用	18,298.70	18,323.57	-24.86
财务费用	2,218.23	-172.05	2,390.28
资产处置收益	-67.24	21.55	-88.78
所得税费用	2,222.75	2,637.28	-414.53

此外，首次执行日开始公司将偿还租赁负债本金和利息所支付的现金在现金流量表中计入筹资活动现金流出，支付的采用简化处理的短期租赁付款额和低价值资产租赁付款额以及未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额仍然计入经营活动现金流出。

### 3、租金减让会计处理

根据相关规定，可以对租金减让根据该规定选择采用简化方法。

作为承租人，公司不评估是否发生租赁变更，继续按照与减让前一致的折现率计算租赁负债的利息费用并计入当期损益，继续按照与减让前一致的方法对使用权资产进行计提折旧，对于发生的租金减免，公司将减免的租金作为可变租赁付款额，在达成减让协议等解除原租金支付义务时，按未折现金额冲减相关资产成本或费用，同时相应调整租赁负债；对于发生的租金延期支付，公司在实际支付时冲减前期确认的租赁负债。

作为出租人，对于经营租赁，公司继续按照与减让前一致的方法将原合同租金确认为租赁收入；发生租金减免的，公司将减免的租金作为可变租赁付款额，在减免期间冲减租赁收入；延期收取租金的，公司在原收取期间将应收取的租金确认为应收款项，并在实际收到时冲减前期确认的应收款项。

#### （二）重要会计估计变更

报告期内，发行人不存在重要会计估计变更。

#### （三）会计差错更正

报告期内，发行人不存在会计差错更正情况。

## 六、财务状况分析

### (一) 资产结构分析

#### 1、资产构成及其变化情况

报告期各期末，公司各类资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2022-9-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	398,952.38	51.06%	415,507.29	51.13%	413,206.77	82.27%	344,961.59	79.43%
非流动资产	382,439.05	48.94%	397,118.33	48.87%	89,068.77	17.73%	89,317.12	20.57%
合计	<b>781,391.43</b>	<b>100.00%</b>	<b>812,625.62</b>	<b>100.00%</b>	<b>502,275.54</b>	<b>100.00%</b>	<b>434,278.71</b>	<b>100.00%</b>

2019年末、2020年末、2021年末和2022年9月末，公司资产总额分别为434,278.71万元、502,275.54万元、812,625.62万元和781,391.43万元。2020年末及2021年末，公司资产总额分别较上年增长了15.66%、61.79%，主要系随着公司业务规模的不断发展、首发募集资金的到位及因执行新租赁准则新增确认使用权资产，公司资产规模总体呈上升趋势。2022年9月末，公司资产总额与上年末相比不存在重大变化。

2019年末、2020年末、2021年末和2022年9月末，公司流动资产占总资产的比重分别为79.43%、82.27%、51.13%和51.06%。2021年末，公司流动资产占总资产的比重下降较快，主要原因系：（1）2021年，西南智慧物流仓库开始建设，期末在建工程余额增加；（2）公司自2021年1月1日起适用新租赁准则，并按规定新增确认使用权资产。总体来看，报告期各期末公司资产构成及变动情况与公司行业经营特点及自身经营情况相适应，资产结构合理。

#### 2、流动资产构成及变化趋势

报告期各期末，公司流动资产的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022-9-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	154,425.16	38.71%	164,472.03	39.58%	203,143.81	49.16%	128,300.35	37.19%
交易性金融资产	118,339.68	29.66%	127,775.01	30.75%	87,985.33	21.29%	89,395.05	25.91%
应收账款	7,309.43	1.83%	7,578.57	1.82%	6,072.89	1.47%	4,611.45	1.34%

项目	2022-9-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
预付款项	8,326.32	2.09%	9,089.90	2.19%	5,145.37	1.25%	6,526.98	1.89%
其他应收款	8,965.94	2.25%	7,172.18	1.73%	8,331.87	2.02%	6,220.55	1.80%
存货	94,005.28	23.56%	91,011.78	21.90%	94,109.55	22.78%	99,434.15	28.82%
一年内到期的非流动资产	742.63	0.19%	693.13	0.17%	437.71	0.11%	257.92	0.07%
其他流动资产	6,837.95	1.71%	7,714.71	1.86%	7,980.24	1.93%	10,215.15	2.96%
<b>流动资产合计</b>	<b>398,952.38</b>	<b>100.00%</b>	<b>415,507.29</b>	<b>100.00%</b>	<b>413,206.77</b>	<b>100.00%</b>	<b>344,961.59</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司流动资产主要由货币资金、交易性金融资产和存货构成。其中，2020 年末，公司流动资产较 2019 年末增长了 68,245.18 万元，增幅为 19.78%，主要系公司处于母婴零售行业，销售活动大多采用即时结算方式，营运资金较为充裕；同时公司加大票据方式结算力度，相应的保证金金额增加，使得 2020 年末货币资金余额有所上升。2022 年 9 月末，公司流动资产较 2021 年末减少 16,554.91 万元，下降 3.98%，主要系公司货币资金及交易性金融资产减少所致。

### (1) 货币资金

报告期各期末，公司货币资金结构如下表所示：

单位：万元

项目	2022-9-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
库存现金	437.06	0.28%	485.29	0.30%	483.28	0.24%	502.76	0.39%
银行存款	136,968.96	88.68%	116,428.29	70.79%	172,323.12	84.83%	110,906.30	86.44%
其他货币资金	17,019.14	11.04%	47,558.44	28.92%	30,337.41	14.93%	16,891.30	13.17%
<b>合计</b>	<b>154,425.16</b>	<b>100.00%</b>	<b>164,472.03</b>	<b>100.00%</b>	<b>203,143.81</b>	<b>100.00%</b>	<b>128,300.35</b>	<b>100.00%</b>

公司货币资金主要为银行存款和其他货币资金。其中，2020 年末，公司银行存款余额较上年同期增长 61,416.83 万元，增幅为 55.38%，主要是由于随着公司销售规模的持续扩大，经营活动产生的现金持续净流入所致。2021 年末，公司银行存款余额较上年末下降 55,894.83 万元，降幅为 32.44%，主要系公司为提高资金使用效率，运用部分资金购买理财产品所致。

报告期各期末，其他货币资金主要为银行承兑汇票保证金及部分受限外汇资本金。其中，2020 年末和 2021 年末，公司其他货币资金较上年同期分别增加

13,446.12 万元和 17,221.03 万元,主要是由于公司应付票据保证金金额增加导致。2022 年 9 月末,公司其他货币资金较上年末减少 30,539.30 万元,主要系公司应付票据保证金金额有所减少以及部分存单到期所致。

## (2) 交易性金融资产

报告期各期末,公司交易性金融资产构成情况如下表所示:

单位:万元

项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
结构性存款	35,031.80	16,023.36	16,607.94	20,075.42
非保本浮动收益银行理财产品	7,500.00	41,040.05	-	32,320.22
金融机构理财产品	75,807.88	70,711.60	71,377.39	36,999.41
合计	<b>118,339.68</b>	<b>127,775.01</b>	<b>87,985.33</b>	<b>89,395.05</b>

报告期内,为提高资金使用效率,公司结合日常营运资金安排,利用自有资金购买部分理财产品,产品期限较短,且一般可提前赎回或具有固定到期日,风险较小,流动性较高,未发生到期无法回收的情形,亦未计提减值准备,对未来发行人资金安排和流动性影响较小。

2021 年末,随着公司首发募集资金到位及置换完成,公司购买了短期银行理财产品以提高资金使用效率,导致交易性金融资产期末余额上升。2022 年 9 月末,随着部分理财产品的到期,公司交易性金融资产期末余额略有下降。

## (3) 应收账款

### ①应收账款变动情况分析

报告期各期末,公司应收账款情况如下表所示:

单位:万元

项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
应收账款余额	7,987.39	8,199.72	6,553.85	4,904.51
应收账款余额增幅	-2.59%	25.11%	33.63%	43.76%
坏账准备	677.96	621.15	480.97	293.06
应收账款账面价值	7,309.43	7,578.57	6,072.89	4,611.45
坏账准备计提比例	8.49%	7.58%	7.34%	5.98%

报告期内,公司主要从事母婴商品零售及相关服务,主要客户为终端个人消费者,因此基本采用即时结算方式通过现金、银行系统、第三方支付平台进行支付,与公司的经营模式相符。公司的应收账款主要包括应收供应商服务款项、广

告服务款项等。

应收账款余额 2020 年末和 2021 年末分别较上年同期增加 1,649.35 万元和 1,645.87 万元，主要是随着公司销售规模及门店数量的增加，公司向供应商提供的服务增多。此外，公司下属子公司思想传媒业务发展较快，应收广告服务款项增加。

②应收账款账龄结构及坏账计提情况

报告期各期末，公司应收账款的余额及坏账计提情况如下：

单位：万元

类别	2022-9-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
单项计提坏账准备	-	-	229.84	114.92	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备	7,987.39	677.96	7,969.88	506.23	6,553.85	480.97	4,904.51	293.06
<b>合计</b>	<b>7,987.39</b>	<b>677.96</b>	<b>8,199.72</b>	<b>621.15</b>	<b>6,553.85</b>	<b>480.97</b>	<b>4,904.51</b>	<b>293.06</b>

其中，2021 年末，公司因与单个客户停止合作，出于谨慎性原则，对其应收账款单项计提了坏账准备。

报告期各期末，公司按信用风险特征组合计提的应收账款账龄结构及坏账计提情况如下：

单位：万元

时间	账龄	账面余额	比例	坏账准备/预期信用损失	计提比例/预期损失率	账面价值	期后收款	期后回款比例
2022-9-30	180 天以内	7,000.55	87.65%	376.50	5.38%	6,624.05	-	-
	181 天至 360 天	908.89	11.38%	223.51	24.59%	685.38	-	-
	361 天以上	77.95	0.98%	77.95	100.00%	-	-	-
	<b>合计</b>	<b>7,987.39</b>	<b>100.00%</b>	<b>677.96</b>	<b>8.49%</b>	<b>7,309.43</b>	-	-
2021-12-31	180 天以内	7,799.91	97.87%	417.48	5.35%	7,382.42	7,706.57	98.80%
	181 天至 360 天	107.56	1.35%	26.33	24.48%	81.23	93.25	86.70%
	361 天以上	62.41	0.78%	62.41	100.00%	-	15.29	24.50%
	<b>合计</b>	<b>7,969.88</b>	<b>100.00%</b>	<b>506.23</b>	<b>6.35%</b>	<b>7,463.65</b>	7,815.11	98.06%
2020-12-31	180 天以内	6,449.89	98.41%	409.57	6.35%	6,040.33	6,443.34	99.90%
	181 天至 360 天	43.33	0.66%	10.77	24.85%	32.56	36.61	84.49%
	361 天以上	60.63	0.93%	60.63	100.00%	-	55.79	92.02%
	<b>合计</b>	<b>6,553.85</b>	<b>100.00%</b>	<b>480.97</b>	<b>7.34%</b>	<b>6,072.89</b>	6,535.74	99.72%

时间	账龄	账面余额	比例	坏账准备/预期信用损失	计提比例/预期损失率	账面价值	期后收款	期后回款比例
2019-12-31	180天以内	4,775.88	97.38%	248.74	5.21%	4,527.14	4,775.88	100.00%
	181天至360天	75.26	1.53%	4.61	6.13%	70.65	75.26	100.00%
	361天以上	53.36	1.09%	39.70	74.40%	13.66	53.06	99.44%
	合计	<b>4,904.51</b>	<b>100.00%</b>	<b>293.06</b>	<b>5.98%</b>	<b>4,611.45</b>	4,904.20	99.99%

注：期后回款截止日为2022年9月30日

报告期各期末，公司应收账款账龄主要集中在180天以内，应收账款账龄分布符合公司的业务特点。

### ③应收账款前五名情况

报告期各期末，公司应收账款前五名客户情况如下：

单位：万元，%

期间	序号	单位名称	与公司关系	账面余额	账龄	比例
2022-9-30	1	美赞臣营养品(中国)有限公司	第三方	2,161.06	180天以内	27.06
	2	惠氏(上海)贸易有限公司	第三方	1,400.23	360天以内	17.53
	3	上海优壹电子商务有限公司	第三方	1,038.08	180天以内	13.00
	4	菲仕兰食品贸易(上海)有限公司	第三方	426.15	180天以内	5.34
	5	健合(中国)有限公司	第三方	359.39	180天以内	4.50
合计				<b>5,384.91</b>		<b>67.43</b>
2021-12-31	1	惠氏(上海)贸易有限公司	第三方	1,747.60	180天以内	21.31
	2	上海优壹电子商务有限公司	第三方	1,299.08	180天以内	15.84
	3	电通(上海)投资有限公司	第三方	974.36	180天以内	11.88
	4	阳狮广告有限公司	第三方	270.30	180天以内	3.30
	5	菲仕兰食品贸易(上海)有限公司	第三方	266.15	360天以内	3.25
合计				<b>4,557.49</b>		<b>55.58</b>
2020-12-31	1	上海优壹电子商务有限公司	第三方	921.62	180天以内	14.06
	2	阳狮广告有限公司	第三方	622.66	180天以内	9.50
	3	群邑(上海)广告有限公司	第三方	560.00	180天以内	8.54
	4	惠氏(上海)贸易有限公司	第三方	541.82	180天以内	8.27
	5	上海李奥贝纳广告有限公司	第三方	300.00	180天以内	4.58
合计				<b>2,946.11</b>		<b>44.95</b>
2019-12-31	1	上海优壹电子商务有限公司	第三方	885.00	180天以内	18.04
	2	群邑(上海)广告有限公司	第三方	850.24	180天以内	17.34
	3	惠氏(上海)贸易有限公司	第三方	551.63	180天以内	11.25
	4	上海李奥贝纳广告有限公司	第三方	275.00	180天以内	5.61
	5	华润置地有限公司	第三方	223.81	180天以内	4.56
合计				<b>2,785.68</b>		<b>56.80</b>



2019 年末、2020 年末、2021 年末及 2022 年 9 月末，公司应收账款前五名客户余额占应收账款总额的比例分别为 56.80%、44.95%、55.58%和 67.43%，主要为经营实力较强、资信状况良好的母婴商品供应商客户、大型广告公司等，与公司存在长期合作关系，且账龄主要在 180 天以内，对应收账款回收有较好的保障。

报告期各期末，应收账款余额中无持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位的款项。

#### ④应收账款坏账准备计提比例对比分析

公司主营业务系通过线下直营门店和线上电子商务平台为客户提供母婴商品及服务。报告期内，由于主要从事母婴商品/服务零售业务的上市公司较少，因此选取部分面向大众消费者从事日用百货类、食品类商品销售的零售行业上市公司进行对比。

2019 年、2020 年和 2021 年末，根据新金融工具准则，公司采用预期损失率法对应收账款计提坏账准备。具体比较如下：

公司	预期损失率						
	180 天以内	181-360 天	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
爱婴室（2019）	5%	5%	5%	-	-	-	-
爱婴室（2020）	组合计提整体预期信用损失率 4.97%						
爱婴室（2021）	组合计提整体预期信用损失率 5.29%						
永辉超市（2019）	10%	10%	36%	54%	100%	100%	100%
永辉超市（2020）	4.86%	4.86%	32.54%	57.66%	91.65%	91.65%	91.65%
永辉超市（2021）	4.87%	4.87%	31.00%	58.00%	100%	100%	100%
步步高（2019-2021）	5%	5%	10%	30%	50%	100%	100%
红旗连锁（2019-2021）	0%	5%	10%	20%	50%	100%	100%
中百集团（2019）	5.01%	5.01%	5.82%	15.79%	26.74%	37.63%	100%
中百集团（2020）	5.01%	5.01%	6.04%	7.30%	15.95%	-	100%
中百集团（2021）	5.03%	5.03%	9.21%	29.72%	69.82%	100%	100%
新华都（2019-2021）	5%	5%	10%	20%	30%	60%	100%
华联综超（2019）	1.85%	1.85%	29.35%	94.56%	100%	100%	100%
华联综超（2020）	1.45%	1.45%	7.22%	100%	100%	100%	100%
华联综超（2021）	1.55%	1.55%	11.00%	100%	-	-	-
发行人（2019 年）	5.21%	6.13%	74.40%	-	-	-	-
发行人（2020 年）	6.35%	24.85%	100.00%	-	-	-	-
发行人（2021 年）	5.35%	24.48%	100.00%	-	-	-	-

注：根据上市公司年报数据整理。

根据上表所示，报告期内，公司应收账款坏账准备计提政策较同行业其他可比上市公司谨慎、合理。

#### （4）预付款项

报告期各期末，公司预付款项情况具体如下：

单位：万元

账龄	2022-9-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
1 年以内	8,306.45	99.76%	9,009.50	99.12%	5,145.37	100.00%	6,490.60	99.45%
1 至 2 年	19.87	0.24%	80.40	0.88%	-	-	19.22	0.29%
2 至 3 年	-	-	-	-	-	-	17.16	0.26%
<b>合计</b>	<b>8,326.32</b>	<b>100.00%</b>	<b>9,089.90</b>	<b>100.00%</b>	<b>5,145.37</b>	<b>100.00%</b>	<b>6,526.98</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司预付款项主要为公司向供应商采购商品预付的货款及预付租赁款等。报告期各期末，公司不存在账龄在 1 年以上的大额预付账款，且预付款项的支付对象主要是实力较强且经营状况良好的母婴商品供应商，风险较小。

2020 年末，公司预付款项较上年期末减少 1,381.62 万元，主要是随着公司采购量的增加，议价权较以往有所提升，部分供应商愿意接受先供货后付款的结算模式。2021 年末，公司预付款项较上年期末增加 3,944.53 万元，主要是受国内奶粉货源紧缺，公司为争取货源增加了向供应商预付的采购款项。

截至 2022 年 9 月末，公司预付款项前 5 名情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	与公司关系	款项性质	账面余额	账龄	比例
1	上海优壹电子商务有限公司	第三方	商品款	3,857.26	一年内	46.33%
2	美赞臣营养品（中国）有限公司	第三方	商品款	1,131.93	一年内	13.59%
3	健合（中国）有限公司	第三方	商品款	1,015.59	一年内	12.20%
4	乐高玩具（上海）有限公司	第三方	商品款	88.62	一年内	1.06%
5	惠氏（上海）贸易有限公司	第三方	商品款	82.34	一年内	0.99%
	<b>合计</b>			<b>6,175.74</b>		<b>74.17%</b>

报告期各期末，预付款项余额中无持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位的款项。

#### （5）其他应收款

①其他应收款构成及变动情况分析

报告期各期末，公司其他应收款情况具体如下：

单位：万元

项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
其他应收款余额	9,570.17	7,856.83	8,961.91	6,578.14
其他应收款余额增幅	21.81%	-12.33%	36.24%	-56.76%
坏账准备	604.23	684.65	630.03	357.58
其他应收款账面价值	8,965.94	7,172.18	8,331.87	6,220.55
坏账准备计提比例	6.31%	8.71%	7.03%	5.44%

报告期各期末，公司其他应收款账面价值占各期末流动资产的比重较小，主要由应收供应商款项、应收租赁费及租赁保证金构成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022-9-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应收供应商款项	8,439.62	88.19%	7,025.85	89.42%	8,423.75	94.00%	3,815.33	58.00%
应收租赁费	928.30	9.70%	530.98	6.76%	339.68	3.79%	385.39	5.86%
备用金	202.17	2.11%	178.26	2.27%	145.66	1.63%	67.74	1.03%
其他	0.08	0.00%	121.75	1.55%	52.82	0.59%	2,309.68	35.11%
合计	<b>9,570.17</b>	<b>100.00%</b>	<b>7,856.83</b>	<b>100.00%</b>	<b>8,961.91</b>	<b>100.00%</b>	<b>6,578.14</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司应收供应商款项主要为根据公司与供应商签署的采购合同，供应商依照月度及年度商品采购总额向公司提供进货折扣及返佣，形成应收供应商款项。

2019年，公司其他应收款-其他较高主要系公司利用江苏孩子王运营包括孩子王APP、微信公众号、小程序、微商城等在内的网上平台，江苏孩子王定期与孩子王结算相关销售款项，形成代收款项，2020年3月末，公司与江苏孩子王终止合作，与其代收款项清理完毕。2020年末，公司其他应收款账面余额较2019年末增加2,383.77万元，主要系随着公司线上线下业务的持续拓展，公司的采购规模和销售规模保持在较高水平，与供应商的合作力度持续加强，应收供应商返利金额相应提升。2021年末，公司其他应收款账面余额较2020年末减少1,105.08万元，主要是公司加大对应收供应商款项的回款力度，主要供应商款项余额有所下降；2022年9月末，公司其他应收款账面余额较2021年末增加1,713.34万元，主要是应收供应商款项增加导致。

## ②其他应收款账龄情况

单位：万元

项目	2022-9-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
180 天以内	8,348.92	87.24%	7,139.27	90.87%	8,815.18	98.36%	6,385.30	97.07%
181 天至 360 天	393.44	4.11%	358.73	4.57%	75.87	0.85%	168.93	2.57%
361 天以上	827.81	8.65%	358.83	4.57%	70.86	0.79%	23.91	0.36%
合计	<b>9,570.17</b>	<b>100.00%</b>	<b>7,856.83</b>	<b>100.00%</b>	<b>8,961.91</b>	<b>100.00%</b>	<b>6,578.14</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司其他应收款账龄主要集中在 180 天以内。整体上看，公司报告期各期末其他应收款账龄较短，可回收性较好。报告期内，公司不存在大额其他应收款不能回收的情形。

## ③其他应收款前五名情况

截至 2022 年 9 月末，公司其他应收款前 5 名情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	账面余额	占比 (%)	款项性质	账龄
1	上海优壹电子商务有限公司	3,804.52	39.75	供应商款项	180 天以内
2	美赞臣营养品（中国）有限公司	1,121.03	11.71	供应商款项	180 天以内
3	菲仕兰食品贸易（上海）有限公司	787.79	8.23	供应商款项	180 天以内
4	健合（中国）有限公司	489.32	5.11	供应商款项	180 天以内
5	好孩子（中国）商贸有限公司	460.61	4.81	供应商款项	一年以上
	合计	<b>6,663.27</b>	<b>69.61</b>	-	-

## (6) 存货

### ①存货构成及变动情况

公司主要从事母婴商品的销售，并不直接从事生产制造，故公司存货均为库存商品。报告期各期末，公司存货变动情况如下：

单位：万元

项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
存货账面余额	95,464.34	92,384.13	95,854.14	100,516.21
存货账面余额增幅	3.33%	-3.62%	-4.64%	27.09%
存货跌价准备	1,459.06	1,372.35	1,744.59	1,082.07
存货账面价值	94,005.28	91,011.78	94,109.55	99,434.15
存货跌价准备计提比例	1.53%	1.49%	1.82%	1.08%

2020 年末和 2021 年末，公司存货余额分别较上年末下降 4,662.07 万元和 3,470.02 万元，主要是由于消费者线下到店消费意愿降低，公司采取数字化库存

管理、内部库存共享和商品生命周期管理等方式，优化商品流转和库存管理，公司存货期末余额略有下降。2022年9月末，公司存货账面余额较2021年末上升3,080.21万元，主要系随着公司门店数量的增加，公司根据市场情况进行备货导致。

## ②库存商品结构分析

报告期各期末，公司库存商品类别明细结构如下：

单位：万元

项目	2022-9-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
奶粉	47,126.07	49.37%	46,944.45	50.81%	51,265.23	53.48%	56,835.05	56.54%
纸尿裤	14,529.14	15.22%	13,041.57	14.12%	12,259.32	12.79%	10,291.77	10.24%
洗护用品	8,853.12	9.27%	9,307.71	10.08%	8,646.57	9.02%	6,099.48	6.07%
零食辅食	833.63	0.87%	774.08	0.84%	903.92	0.94%	945.47	0.94%
其他母婴商品	24,122.37	25.27%	22,316.32	24.15%	22,779.10	23.77%	26,344.44	26.21%
<b>合计</b>	<b>95,464.34</b>	<b>100.00%</b>	<b>92,384.13</b>	<b>100.00%</b>	<b>95,854.14</b>	<b>100.00%</b>	<b>100,516.21</b>	<b>100.00%</b>
跌价准备	1,459.06	1.53%	1,372.35	1.49%	1,744.59	1.82%	1,082.07	1.08%
存货账面价值	94,005.28	98.47%	91,011.78	98.51%	94,109.55	98.18%	99,434.15	98.92%

报告期内，公司库存商品主要为奶粉、纸尿裤、洗护用品等，上述三类商品合计占公司存货余额的比例分别为72.85%、75.29%、75.01%和73.86%。

报告期内，公司持续加强进销存管理，适当控制采购规模，通过线上线下全渠道运营方式增强营销能力，优化商品流转。报告期各期末，公司存货余额基本持平，存货结构相对稳定。

## ③存货库龄情况分析

报告期各期末，公司库存商品按库龄情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022-9-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
180天以内	80,647.36	84.48%	80,140.63	86.75%	84,264.49	87.91%	91,825.89	91.35%
181天-270天	6,615.49	6.93%	5,362.44	5.80%	4,896.18	5.11%	3,866.20	3.85%
271天-360天	3,844.95	4.03%	2,812.14	3.04%	2,002.05	2.09%	2,355.72	2.34%
361天-720天	3,666.00	3.84%	3,364.51	3.64%	4,048.30	4.22%	2,250.50	2.24%
721天以上	690.54	0.72%	704.41	0.77%	643.11	0.67%	217.91	0.22%
<b>合计</b>	<b>95,464.34</b>	<b>100.00%</b>	<b>92,384.13</b>	<b>100.00%</b>	<b>95,854.14</b>	<b>100.00%</b>	<b>100,516.21</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司库龄在180天以内的库存商品比例分别为91.35%、

87.91%、86.75%和 84.48%，整体库龄较短，周转速度较快。库龄超过 1 年的库存商品主要为内衣家纺、外服童鞋、玩具及洗护用品类产品，占库存商品比例较小，上述品类商品一般无有效期，公司对上述长库龄产品，通常会在换季或“双十一”等节日通过打折促销等方式进行清理。

#### ④存货跌价准备计提情况

报告期内，公司存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
存货账面余额	95,464.34	92,384.13	95,854.14	100,516.21
存货跌价准备	1,459.06	1,372.35	1,744.59	1,082.07
存货跌价准备计提比例	1.53%	1.49%	1.82%	1.08%

报告期各期末，公司对于存货的预计可变现净值进行测试，并计提相应的跌价准备。报告期各期末，公司计提的存货跌价准备分别为 1,082.07 万元、1,744.59 万元、1,372.35 万元及 1,459.06 万元，计提比例分别为 1.08%、1.82%、1.49% 及 1.53%，总体保持稳定。其中 2020 年末，公司计提存货跌价准备 1,744.59 万元，计提比例为 1.82%，主要系公司部分存货库龄有所延长，计提规模上升。

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	股票代码	2022 年 9 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
爱婴室	603214.SH	未披露	2.30%	2.53%	1.52%
红旗连锁	002697.SZ	未披露	-	-	-
步步高	002251.SZ	未披露	0.05%	0.05%	0.13%
中百集团	000759.SZ	未披露	-	-	-
新华都	002264.SZ	未披露	1.64%	1.38%	0.44%
华联综超	600361.SH	未披露	-	-	-
永辉超市	601933.SH	未披露	-	-	0.02%
均值		未披露	1.33%	1.32%	0.53%
发行人		1.53%	1.49%	1.82%	1.08%

报告期内，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，公司存货跌价准备计提政策符合行业惯例，存货跌价准备的计提比例高于行业平均水平，存货跌价准备计提充分。

### (7) 一年内到期的非流动资产

单位：万元

项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
应收租赁保证金	743.37	693.82	438.15	258.17
减：坏账准备	0.74	0.69	0.44	0.26
期末余额	<b>742.63</b>	<b>693.13</b>	<b>437.71</b>	<b>257.92</b>

报告期各期末，公司一年内到期的非流动资产余额较小，均为应收租赁保证金。

### (8) 其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产主要为待抵扣进项税额，具体金额如下：

单位：万元

项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
待抵扣和待认证进项税	6,405.36	7,210.15	6,703.43	10,195.49
预缴企业所得税	-	336.40	-	-
应收退货成本	163.72	168.16	117.96	-
其他	268.87	-	1,158.85	19.66
合计	<b>6,837.95</b>	<b>7,714.71</b>	<b>7,980.24</b>	<b>10,215.15</b>

2020年末，公司其他流动资产规模较2019年末下降2,234.90万元，主要系公司适当控制当期四季度的商品采购规模，与2019年末相比门店未进行大规模备货，期末待抵扣进项税额减少导致。2020年末，公司因申请首次公开发行并上市，相关中介费用按规定计入其他流动资产。

### 3、非流动资产构成及变化趋势

报告期各期末，公司非流动资产的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022-9-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
长期应收款	5,091.97	1.33%	4,850.42	1.22%	4,209.80	4.73%	3,629.74	4.06%
固定资产	39,995.04	10.46%	44,715.19	11.26%	44,972.25	50.49%	46,721.01	52.31%
在建工程	26,115.52	6.83%	18,649.17	4.70%	-	-	-	-
使用权资产	226,096.79	59.12%	256,262.50	64.53%	-	-	-	-
无形资产	17,650.84	4.62%	18,023.25	4.54%	10,401.47	11.68%	10,884.22	12.19%
长期待摊费用	21,410.23	5.60%	26,268.30	6.61%	26,355.63	29.59%	24,383.89	27.30%
其他非流动资产	40,825.29	10.67%	23,809.75	6.00%	141.03	0.16%	254.53	0.28%

项目	2022-9-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
递延所得税资产	5,253.36	1.37%	4,539.76	1.14%	2,988.59	3.36%	3,443.74	3.86%
非流动资产合计	382,439.05	100.00%	397,118.33	100.00%	89,068.77	100.00%	89,317.12	100.00%

报告期各期末，公司非流动资产主要由使用权资产、固定资产、在建工程、无形资产和长期待摊费用构成。

2021年末，公司非流动资产规模大幅上升主要系由于自2021年初开始公司执行新租赁准则，将在租赁期内使用租赁资产的权利新增确认为使用权资产，导致非流动资产期末余额上升。

2022年9月末，公司非流动资产金额与2021年末相比不存在重大变化。

### (1) 长期应收款

单位：万元

项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
租赁保证金账面余额	5,097.07	4,855.27	4,214.01	3,633.37
坏账准备	5.10	4.86	4.21	3.63
租赁保证金账面价值	5,091.97	4,850.42	4,209.80	3,629.74

报告期各期末，公司长期应收款均为租赁保证金。报告期内，由于公司门店经营场地均通过租赁方式取得，根据合同约定，公司需向出租方缴纳履约保证金，在合同到期后返还公司。公司将一年内到期的租赁保证金计入“一年内到期的非流动资产”科目，一年以上的租赁保证金按照市场利率折现后计入长期应收款。报告期各期末，长期应收款余额逐年增加，主要是由于随着公司新增门店的不断开设，租赁保证金也随之增加。

### (2) 固定资产

#### ① 固定资产构成

报告期各期末，公司固定资产主要包括机器设备及货架、运输工具、房屋建筑物和其他设备等。

单位：万元

项目	2022-9-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	原值	净值	原值	净值	原值	净值	原值	净值
机器设备	20,886.91	7,081.18	21,150.97	8,982.97	19,387.32	9,533.91	16,686.06	8,918.71



项目	2022-9-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	原值	净值	原值	净值	原值	净值	原值	净值
及货架								
运输工具	448.32	208.61	586.08	259.84	410.19	118.71	592.21	168.65
房屋建筑物	23,228.67	21,426.51	23,228.67	21,853.34	23,228.67	22,422.44	23,228.67	22,991.55
其他设备	36,154.11	11,278.74	36,045.43	13,619.04	30,820.03	12,897.19	28,075.89	14,642.10
<b>合计</b>	<b>80,718.01</b>	<b>39,995.04</b>	<b>81,011.15</b>	<b>44,715.19</b>	<b>73,846.21</b>	<b>44,972.25</b>	<b>68,582.83</b>	<b>46,721.01</b>

2020年末及2021年末，公司固定资产账面原值分别较上年末增加5,263.38万元及7,164.94万元，主要是由于随着公司新开门店的增加，相关机器设备及货架、其他设备等固定资产投入相应增加。

## ②固定资产折旧年限分析

发行人				
类别	折旧方法	折旧年限(年)	残值率(%)	年折旧率(%)
机器设备及货架	年限平均法	5-10	2	10-20
运输工具	年限平均法	5	2	20
房屋建筑物	年限平均法	40	2	2.5
其他设备	年限平均法	3-5	2	20-33
爱婴室				
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	3.17
货架	年限平均法	3-10	0-4	9.60-33.33
办公设备	年限平均法	3-5	0-5	19.00-33.33
运输设备	年限平均法	3-5	4-5	19.00-32.00
其他设备	年限平均法	3-10	0-5	9.50-33.33
红旗连锁				
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	20-40	5	2.375-4.75
专用设备	年限平均法	5	5	19
运输工具	年限平均法	5-10	5	9.5-19
电子设备	年限平均法	4-5	5	19-23.75
办公及其他设备	年限平均法	4-5	5	19-23.75
固定资产装修	年限平均法	5	-	20
步步高				
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	3.17
机器设备	年限平均法	6-10	5	9.5-15.83
运输设备	年限平均法	5-8	5	11.88-19
信息设备	年限平均法	3-5	5	19-31.67
其他办公设备	年限平均法	6	5	15.83

中百集团				
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	45	3	2.16
通用设备	年限平均法	10	3	9.70
专用设备	年限平均法	15	3	6.46
运输设备	年限平均法	14	3	6.93
电脑设备	年限平均法	5	3	19.40
固定资产装修	年限平均法	10	0	10.00
新华都				
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	40	3-5	2.375-2.425
专用设备	年限平均法	5-10	3-5	9.5-19.4
运输工具	年限平均法	5-10	3-5	9.5-19.4
通用设备	年限平均法	5	3-5	19-19.4
华联综超				
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	30-50	5	1.9-3.17
机器设备	年限平均法	5-10	5	9.5-19
运输设备	年限平均法	5	5	19
其他设备	年限平均法	5	5	19
固定资产装修	年限平均法	5-20	0	5-20
永辉超市				
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	20-35	5	2.72-4.75
机器设备	年限平均法	5-10	5	9.5-19
运输设备	年限平均法	5-10	5	9.5-19
电子设备	年限平均法	5	5	19
工具器具	年限平均法	5	5	19

注：数据来源于同行业公司公开披露的数据

报告期内，公司的固定资产折旧年限与同行业公司相比不存在显著差异。

### ③固定资产减值准备计提情况

报告期内，公司对固定资产进行日常维护和定期保养，固定资产运行状况良好，未出现需要计提资产减值准备的情形。

### (3) 在建工程

报告期各期末，公司在建工程具体情况如下：

单位：万元

项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
西南智慧物流仓	26,115.52	18,649.17	-	-

项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
合计	26,115.52	18,649.17	-	-

报告期内，公司在建工程系公司于 2021 年开工建设的西南智慧物流仓项目。  
报告期内，公司在建工程无减值迹象，无需计提减值准备。

#### (4) 使用权资产

报告期各期末，公司使用权资产情况如下：

单位：万元

项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
账面余额	309,394.79	305,149.79	-	-
累计折旧	83,003.15	48,592.43	-	-
减值准备	294.85	294.85	-	-
账面价值	226,096.79	256,262.50	-	-

公司自 2021 年 1 月 1 日起开始执行新租赁准则，使用权资产类别主要包括房屋建筑物。在租赁期开始日，公司将其可在租赁期内使用租赁资产的权利确认为使用权资产，包括：租赁负债的初始计量金额，在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，承租人发生的初始直接费用，承租人为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本等。公司采用年限平均法对使用权资产计提折旧。

2021 年末，公司对使用权资产计提了减值准备，主要系公司根据当期门店运营情况对门店资产进行减值测试，对账面价值高于可收回金额的部分计提了资产减值准备。

#### (5) 无形资产

报告期各期末，公司无形资产情况如下：

单位：万元

项目	2022-9-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	原值	净值	原值	净值	原值	净值	原值	净值
软件	8,037.55	4,149.25	7,600.76	4,302.50	6,726.43	4,099.85	6,403.88	4,449.91
土地 使用 权	14,599.88	13,501.59	14,599.88	13,720.75	6,939.70	6,301.61	6,939.70	6,434.31
合计	22,637.43	17,650.84	22,200.64	18,023.25	13,666.13	10,401.47	13,343.58	10,884.22

报告期内，公司无形资产主要包括土地使用权以及为企业运营需要而购置的相关软件系统。2021 年末，公司无形资产账面原值较上年末增加 8,534.51 万元，

主要系公司下属企业于 2021 年通过出让方式取得一宗土地使用权用于西南智慧物流仓建设项目。

报告期内，公司无形资产中不存在超出预计使用期限或不能给公司未来带来经济利益等需计提减值准备的情形，故未计提减值准备。

#### (6) 长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用情况如下：

单位：万元

期间	项目	期初余额	本期增加	本期摊销额	期末余额
2022 年 1-9 月	未确认融资费用	2,929.49	21.16	232.69	2,717.96
	装修	23,338.80	1,366.85	6,013.38	18,692.27
	<b>合计</b>	<b>26,268.29</b>	<b>1,388.01</b>	<b>6,246.07</b>	<b>21,410.23</b>
2021 年	未确认融资费用	3,177.25	87.32	335.07	2,929.49
	装修	23,178.38	9,539.14	9,378.72	23,338.80
	<b>合计</b>	<b>26,355.63</b>	<b>9,626.45</b>	<b>9,713.79</b>	<b>26,268.30</b>
2020 年	未确认融资费用	2,598.98	883.19	304.92	3,177.25
	装修	21,784.91	9,930.91	8,537.43	23,178.38
	<b>合计</b>	<b>24,383.89</b>	<b>10,814.10</b>	<b>8,842.36</b>	<b>26,355.63</b>
2019 年	未确认融资费用	1,690.67	1,058.07	149.75	2,598.98
	装修	18,039.26	11,456.67	7,711.02	21,784.91
	<b>合计</b>	<b>19,729.92</b>	<b>12,514.74</b>	<b>7,860.77</b>	<b>24,383.89</b>

报告期内，公司长期待摊费用主要为门店装修费用以及因支付租赁保证金形成的未确认融资费用。装修费用主要系由于公司新开门店装修支出以及公司为改善购物环境、提升顾客购物体验，对部分已有门店进行数字化升级改造形成的，公司根据租赁期限和预计使用年限情况摊销。

#### (7) 其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产具体情况如下：

单位：万元

项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
持有至到期的定期存单	40,431.40	23,554.94	-	-
预付设备工程款	393.89	254.81	141.03	254.53
<b>合计</b>	<b>40,825.29</b>	<b>23,809.75</b>	<b>141.03</b>	<b>254.53</b>

2019 年末和 2020 年末，公司其他非流动资产主要系提前支付的装潢款或固定资产采购款项；2021 年末和 2022 年 9 月末，公司其他非流动资产分别较上年末增加 23,668.72 万元和 17,015.55 万元，主要系公司购买持有至到期的定期存单，

导致其他非流动资产期末余额上升。

## (8) 递延所得税资产/负债

### ① 递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产具体情况如下：

单位：万元

项目	2022-9-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	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	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
使用权资产及租赁负债	24,453.92	5,628.15	20,237.25	4,672.87	-	-	-	-
租金费用直线法差异调整	3,486.09	798.56	3,130.60	730.96	17,961.85	4,170.14	16,187.06	3,845.50
供应商返利	3,606.10	901.53	3,530.56	882.64	4,475.98	1,119.00	5,334.50	1,333.62
会员销售积分	1,660.52	381.78	1,804.00	415.08	2,662.46	615.23	2,456.34	577.41
可抵扣亏损	2,527.60	593.90	4,549.64	1,093.29	1,610.48	260.1	2,403.20	415.72
黑金卡权益	2,100.55	525.14	1,526.47	381.62	1,732.33	433.08	1,422.29	355.57
资产减值准备	2,999.16	727.39	2,967.79	737.74	2,811.48	692.11	1,370.71	336.94
预计退货	55.91	13.02	45.40	10.47	43.41	10.52	77.45	18.07
递延收益	574.36	143.59	657.74	164.43	1,158.29	289.57	-	-
内部未实现损益	1,163.74	263.26	903.15	202.38	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>42,627.95</b>	<b>9,976.32</b>	<b>39,352.60</b>	<b>9,291.48</b>	<b>32,456.28</b>	<b>7,589.75</b>	<b>29,251.54</b>	<b>6,882.83</b>

报告期各期末，公司递延所得税资产主要系由于使用权资产及租赁负债、租金费用直线法差异调整、供应商返利、会员销售积分、可抵扣亏损等形成的可抵扣暂时性差异导致的。

使用权资产及租赁负债因会计处理中折旧费用及利息费用与税法规定可以税前扣除的金额存在差异，产生可抵扣暂时性差异；租金费用直线法差异调整为公司新开门店时，因存在免租期情况，公司于每期末对租金费用按直线法摊销，但免租期内公司实际未支付租金，从而产生可抵扣暂时性差异；供应商返利金额财务上需在存货价值及销售成本中进行分摊，但因返利实际已全额支付给公司，税法上需一次计税，故产生可抵扣暂时性差异；会员销售积分为销售商品取得货款需在销售商品产生的收入与积分的公允价值之间进行分配，根据税法规定，全部货款应确认为当期收入计税，但按照会员积分公允价值确认的其他流动负债计税基础为0万元，形成可抵扣暂时性差异；可抵扣亏损为产生税务亏损的子公司预期未来期间能有足够的应纳税所得额可用于抵销以前年度亏损，形成可抵扣暂

时性差异；黑金卡权益系黑金会员购买商品向公司支付的货款需在销售商品产生的收入与黑金返现产生的权益公允价值之间进行分配，根据税法规定，全部货款应确认为当期收入计税，但按照黑金返现权益公允价值确认的合同负债计税基础为0万元，形成可抵扣暂时性差异；递延收益系与资产相关的政府补助已全额支付给公司，税法上需一次计税，因此产生可抵扣暂时性差异；内部未实现损益是指母公司向各门店内部销售商品产生的未实现毛利，导致存货的账面价值和计税基础存在差异，因此产生可抵扣暂时性差异。

报告期各期末，公司递延所得税资产持续增加，主要系因为随着公司门店数量的增加，租金规模相应增加，使用权资产及租赁负债、租赁费用直线法调整等形成的可抵扣暂时性差异合计呈上升趋势。此外，2021年末，随着部分子公司产生税务亏损，公司确认递延所得税资产相应增加。

## ②递延所得税负债

报告期各期末，公司递延所得税负债具体情况如下：

单位：万元

项目	2022-9-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	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	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
固定资产折旧税会差异	17,871.06	4,170.94	18,335.90	4,292.93	17,662.43	4,133.59	14,189.41	3,408.97
装修期房租分摊	2,842.32	668.38	2,949.44	692.74	3,116.24	730.27	3,245.21	776.30
交易性金融资产公允价值变动	839.68	210.36	740.01	184.86	1,385.33	346.33	531.60	132.90
长期保证金摊销	537.69	119.79	549.19	122.35	565.27	126.08	387.39	90.66
租赁收入直线法差异	190.52	45.32	223.25	53.78	308.78	74.58	375.70	95.05
<b>合计</b>	<b>22,281.27</b>	<b>5,214.79</b>	<b>22,797.78</b>	<b>5,346.65</b>	<b>23,038.04</b>	<b>5,410.85</b>	<b>18,729.32</b>	<b>4,503.87</b>

报告期各期末，公司递延所得税负债主要由于固定资产折旧税会差异、装修期房租分摊等形成的应纳税暂时性差异导致的。

## ③递延所得税资产和递延所得税负债抵消后的净额列示

单位：万元

项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
递延所得税资产	5,253.36	4,539.76	2,988.59	3,443.74
递延所得税负债	491.83	594.92	809.70	1,064.78

## (二) 负债结构分析

### 1、负债构成及其变化情况

报告期各期末，公司各类负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2022-9-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	247,917.91	51.27%	270,446.69	51.24%	268,775.43	91.66%	240,149.90	90.85%
非流动负债	235,601.26	48.73%	257,355.64	48.76%	24,471.05	8.34%	24,201.34	9.15%
合计	<b>483,519.18</b>	<b>100.00%</b>	<b>527,802.33</b>	<b>100.00%</b>	<b>293,246.48</b>	<b>100.00%</b>	<b>264,351.23</b>	<b>100.00%</b>

2019年末、2020年末、2021年末和2022年9月末，公司负债总额分别为264,351.23万元、293,246.48万元、527,802.33万元和483,519.18万元。其中，2020年末，公司负债总额较2019年末增长28,895.24万元，主要是因为随着公司经营规模的持续扩张，公司采购规模保持较高水平，各期末的应付账款和应付票据余额合计有所增加。2021年末，公司负债总额较上年末增长234,555.85万元，主要系公司自2021年1月1日起开始执行新租赁准则，按准则规定新增确认租赁负债，导致负债总额大幅上升，非流动负债比例上升。

### 2、流动负债构成及其变化情况

报告期各期末，公司流动负债的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022-9-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	-	-	100.00	0.04%	8,827.64	3.28%	7,665.98	3.19%
应付票据	33,279.59	13.42%	45,361.08	16.77%	54,536.82	20.29%	27,928.32	11.63%
应付账款	83,995.85	33.88%	87,741.59	32.44%	108,116.41	40.23%	122,640.20	51.07%
预收账款	91.48	0.04%	76.87	0.03%	148.29	0.06%	17,744.77	7.39%
合同负债	32,476.89	13.10%	31,405.30	11.61%	28,261.91	10.52%	-	-
应付职工薪酬	6,542.47	2.64%	13,412.81	4.96%	13,941.36	5.19%	11,168.33	4.65%
应交税费	7,107.23	2.87%	3,553.21	1.31%	4,909.89	1.83%	11,282.00	4.70%
其他应付款	26,089.67	10.52%	31,272.20	11.56%	47,142.72	17.54%	37,099.23	15.45%
一年内到期的非流动负债	55,662.71	22.45%	55,083.31	20.37%	839.90	0.31%	664.99	0.28%
其他流动负债	2,672.02	1.08%	2,440.32	0.90%	2,050.49	0.76%	3,956.08	1.65%
流动负债合计	<b>247,917.91</b>	<b>100.00%</b>	<b>270,446.69</b>	<b>100.00%</b>	<b>268,775.43</b>	<b>100.00%</b>	<b>240,149.90</b>	<b>100.00%</b>

公司流动负债主要由应付票据、应付账款、合同负债、其他应付款及一年内

到期的非流动负债构成。其中，2020年末，公司流动负债较2019年末增加28,625.53万元，增幅为11.92%，主要系应付票据、合同负债及其他应付款变动所致。2022年9月末，公司流动负债较2021年末减少22,528.78万元，下降幅度为8.33%，主要系应付票据等减少所致。

### (1) 短期借款

报告期各期末，公司短期借款余额的变动情况如下：

单位：万元

借款类别	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
保证借款	-	-	8,827.64	7,665.98
质押借款	-	100.00	-	-
合计	-	100.00	8,827.64	7,665.98

报告期内，公司不断优化债务结构，通过长期借款和短期借款相结合方式，满足运营资金需求。报告期各期末，公司不存在已逾期未偿还的短期借款，未来12个月内到期的银行借款亦不存在偿付风险。

### (2) 应付票据

报告期各期末，公司应付票据情况如下：

单位：万元

票据种类	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
银行承兑汇票	33,279.59	45,361.08	54,536.82	27,928.32
合计	33,279.59	45,361.08	54,536.82	27,928.32

2020年末，公司应付票据余额上升，主要是由于公司加大对供应商采购款项的票据结算方式，期末尚未到期的应付票据增加。2021年末及2022年9月末，随着部分票据期末到期，公司应付票据余额相应减少。

报告期各期末，发行人应付票据前五名情况如下：

单位：万元

年份	序号	供应商名称	账面余额	比例
2022-9-30	1	上海优壹电子商务有限公司	17,473.34	52.50%
	2	上海雀巢产品服务有限公司	6,137.02	18.44%
	3	金佰利（中国）有限公司	2,559.31	7.69%
	4	健合（中国）有限公司	2,525.94	7.59%
	5	苏州广汇营销有限公司	726.81	2.18%
			合计	29,422.42
2021-12-31	1	上海优壹电子商务有限公司	21,357.39	47.08%



年份	序号	供应商名称	账面余额	比例
	2	上海雀巢产品服务有限公司	5,082.89	11.21%
	3	苏州广汇营销有限公司	4,520.60	9.97%
	4	南京欣荣保健食品有限公司	2,797.13	6.17%
	5	贝亲管理（上海）有限公司	2,329.14	5.13%
	合计		<b>36,087.15</b>	<b>79.56%</b>
2020-12-31	1	上海优壹电子商务有限公司	25,217.57	46.24%
	2	上海雀巢产品服务有限公司	5,263.97	9.65%
	3	苏州广汇营销有限公司	4,397.76	8.06%
	4	南京欣荣保健食品有限公司	2,459.78	4.51%
	5	贝亲管理（上海）有限公司	2,417.97	4.43%
合计		<b>39,757.04</b>	<b>72.90%</b>	
2019-12-31	1	上海优壹电子商务有限公司	22,257.00	79.69%
	2	贝亲管理（上海）有限公司	3,293.03	11.79%
	3	美太芭比（上海）贸易有限公司	691.86	2.48%
	4	南昌良良实业有限公司	482.21	1.73%
	5	宁波英孚婴童用品有限公司	441.85	1.58%
合计		<b>27,165.95</b>	<b>97.27%</b>	

报告期各期末，公司应付票据前五名占期末余额的比例分别为 97.27%、72.90%、79.56%及 88.40%，主要系应付供应商的采购货款。

### (3) 应付账款

报告期各期末，公司应付账款具体情况如下：

单位：万元

项目	2022-9-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	82,424.22	98.13%	86,973.45	99.12%	105,936.01	97.98%	120,185.75	98.00%
1 年以上	1,571.63	1.87%	768.14	0.88%	2,180.40	2.02%	2,454.45	2.00%
合计	<b>83,995.85</b>	<b>100.00%</b>	<b>87,741.59</b>	<b>100.00%</b>	<b>108,116.41</b>	<b>100.00%</b>	<b>122,640.20</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司应付账款主要为经营过程中应付供应商的母婴商品采购款。报告期各期末，公司应付账款余额持续减少，主要系公司采用较多票据方式结算。报告期内，公司信用水平良好，与供应商之间不存在纠纷。

报告期各期末，公司应付账款前 5 名的情况如下：

单位：万元

期间	序号	单位名称	款项内容	账面余额	账龄	比例
2022-9-30	1	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	货款	4,950.12	一年以内	5.89%
	2	南京欣荣保健食品有限公司	货款	4,311.50	一年以内	5.13%

期间	序号	单位名称	款项内容	账面余额	账龄	比例
	3	成都东万丰贸易发展有限公司	货款	2,849.57	一年以内	3.39%
	4	南昌良良实业有限公司	货款	2,846.97	一年以内	3.39%
	5	贝亲管理（上海）有限公司	货款	2,795.88	一年以内	3.33%
合计				<b>17,754.04</b>		<b>21.14%</b>
2021-1 2-31	1	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	货款	5,517.74	一年以内	6.29%
	2	南京欣荣保健食品有限公司	货款	4,571.64	一年以内	5.21%
	3	成都东万丰贸易发展有限公司	货款	2,705.68	一年以内	3.08%
	4	宁波市家家乐食品有限责任公司	货款	2,552.76	一年以内	2.91%
	5	贝亲管理（上海）有限公司	货款	2,436.36	一年以内	2.78%
合计				<b>17,784.18</b>		<b>20.27%</b>
2020-1 2-31	1	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	货款	8,648.07	一年以内	8.00%
	2	南京欣荣保健食品有限公司	货款	5,844.06	一年以内	5.41%
	3	江苏汇鸿宝贝婴童用品有限公司	货款	5,568.23	一年以内	5.15%
	4	健合（中国）有限公司	货款	4,030.84	一年以内	3.73%
	5	苏州广汇营销有限公司	货款	3,687.66	一年以内	3.41%
合计				<b>27,778.86</b>		<b>25.69%</b>
2019-1 2-31	1	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	货款	8,621.46	一年以内	7.03%
	2	健合（中国）有限公司	货款	5,443.76	一年以内	4.44%
	3	得顺护理用品（上海）有限公司	货款	4,944.11	一年以内	4.03%
	4	苏州广汇营销有限公司	货款	4,027.81	一年以内	3.28%
	5	浙江东鑫贸易有限公司	货款	3,919.33	一年以内	3.20%
合计				<b>26,956.47</b>		<b>21.98%</b>

上述应付账款供应商中不存在持股 5% 以上（含 5%）股东或与公司存在其他关联关系的情形。

#### （4）预收账款

报告期各期末，公司预收账款具体情况如下：

单位：万元

项目	2022-9-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
黑金卡会员	-	-	-	-	-	-	7,865.90	44.33%
游乐卡	-	-	-	-	-	-	5,114.71	28.82%
其他	91.48	100.00%	76.87	100.00%	148.29	100.00%	4,764.16	26.85%
合计	<b>91.48</b>	<b>100.00%</b>	<b>76.87</b>	<b>100.00%</b>	<b>148.29</b>	<b>100.00%</b>	<b>17,744.77</b>	<b>100.00%</b>

2019 年末，公司预收账款主要为黑金卡会员预收款项、游乐设施对应的储值卡预收款项及预收供应商服务业务款项。自 2020 年 1 月 1 日起，公司执行新收入准则，黑金卡会员预收款、游乐卡等储值卡余额在合同负债中列示。

### (5) 合同负债

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，确认合同负债。报告期各期末，公司合同负债余额明细如下：

单位：万元

项目	2022-9-30		2021-12-31		2020-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
储值卡	12,178.70	37.50%	12,527.95	39.89%	10,322.55	36.52%
会员积分	1,705.18	5.25%	1,844.91	5.87%	2,663.66	9.42%
黑金卡会员费	14,030.76	43.20%	12,805.90	40.78%	10,240.75	36.24%
黑金卡权益	1,981.65	6.10%	1,526.47	4.86%	1,732.34	6.13%
其他	2,580.60	7.95%	2,700.07	8.60%	3,302.61	11.69%
合计	<b>32,476.89</b>	<b>100.00%</b>	<b>31,405.30</b>	<b>100.00%</b>	<b>28,261.91</b>	<b>100.00%</b>

根据新收入准则，自 2020 年 1 月 1 日开始，公司将在“预收账款”中列示的包括游乐卡在内的储值卡、黑金卡会员费，以及在“其他流动负债”中列示的会员积分、黑金卡权益在合同负债中列示。其中，2021 年末公司合同负债余额较 2020 年末增加 3,143.39 万元，一方面系游乐储值卡和购物储值卡余额增加；另一方面系随着公司会员人数的逐年增加，以及黑金卡宣传推广力度的加大，公司未消费黑金卡会员费余额增加。公司其他合同负债主要为预收入驻线上平台商家的平台服务费。

### (6) 应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为 11,168.33 万元、13,941.36 万元、13,412.81 万元和 6,542.47 万元，主要由工资、奖金、津贴和补贴等短期薪酬构成。2019 年至 2021 年，随着公司业务规模的扩大、员工人数的增加，各年末应付职工薪酬保持较高水平。

### (7) 应交税费

报告期各期末，公司应交税费情况如下：

单位：万元

项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
增值税	4,498.44	952.44	339.57	6,642.87
企业所得税	2,087.72	2,180.89	4,386.97	4,290.65
城市维护建设税	88.16	93.84	34.59	101.70
教育费附加	65.51	68.89	30.69	75.24
代扣缴个人所得税	164.36	75.15	61.73	58.65

项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
印花税	155.47	96.89	42.71	28.66
土地使用税	27.53	12.35	-	12.35
其他	20.04	72.78	13.64	71.88
<b>合计</b>	<b>7,107.23</b>	<b>3,553.21</b>	<b>4,909.89</b>	<b>11,282.00</b>

报告期各期末，公司应交税费主要为应交增值税和企业所得税。2020 年末公司应交税金余额较 2019 年末减少 6,372.11 万元，主要系由于公司 2019 年四季度销售额增加较多，导致 2019 年末需缴纳的增值税增加较多。2021 年末应交税金余额较 2020 年末减少 1,356.68 万元，主要系由于 2021 年公司业绩有所下滑，期末应交所得税下降。2022 年 9 月末，公司应交税费金额有所上升，主要系公司待抵扣进项税减少导致应交增值税增加。

### (8) 其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款按款项性质分类情况如下：

单位：万元

项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
租赁及物业费用	7,693.35	7,221.94	19,745.13	16,808.20
资产采买及预提费用	4,833.65	10,852.15	13,138.07	8,964.96
保证金	8,670.10	9,041.89	8,453.15	4,922.73
工程款	1,838.64	1,792.22	2,235.95	3,321.80
代收款项	2,188.42	1,515.60	2,030.87	1,454.82
其他	865.51	848.39	1,539.54	1,626.71
<b>合计</b>	<b>26,089.67</b>	<b>31,272.20</b>	<b>47,142.72</b>	<b>37,099.23</b>

2020 年末，公司其他应付款余额较上期末增加 10,043.49 万元，主要原因是：  
①随着公司线下门店数量的持续增加，期末按照直线法摊销而产生的应付租赁款增加；②公司业务活动开展过程中，期末预提的宣传费用、物流费用等尚未结算款项增加；③应付保证金系商品供应商为公司提供母婴商品的质保金、平台商户入驻孩子王 APP 等线上平台支付的保证金等款项，随着公司业务规模的持续扩大，保证金也相应增加。

2021 年末，公司其他应付款余额较上期末减少 15,870.52 万元，主要原因是：自 2021 年 1 月 1 日起，公司开始执行新租赁准则，将应付固定租金在租赁负债中核算，因此应付租赁费用下降较快。

2022 年 9 月末，公司其他应付款余额较上期末减少 5,182.52 万元，主要系资产采买费用减少导致。

截至 2022 年 9 月末，公司其他应付款前 5 名情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	账面余额	比例	账龄
1	南京市麒麟科技城建设发展有限公司	1,374.36	5.27%	一年以内
2	南京嘉珞华装饰工程有限公司	697.28	2.67%	一年以内
3	南京美域装饰工程有限公司	504.34	1.93%	一年以内
4	行云物流商贸（香港）有限公司	440.44	1.69%	一年以内
5	淮安先硕商贸有限公司	255.94	0.98%	一年以内
合计		<b>3,272.36</b>	<b>12.54%</b>	

### （9）一年内到期的非流动负债

单位：万元

项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
一年内到期的应付租赁保证金	454.72	548.32	839.90	664.99
一年内到期的长期借款	2,732.00	2,315.00	-	-
一年内到期的租赁负债	52,475.99	52,220.00	-	-
合计	<b>55,662.71</b>	<b>55,083.31</b>	<b>839.90</b>	<b>664.99</b>

2019 年-2020 年，公司一年内到期的非流动负债主要系由于招商业务而产生的租赁保证金款项。自 2021 年 1 月 1 日起，由于公司执行新租赁准则，公司新增确认租赁负债，其中一年内到期的租赁负债在此科目核算，因此一年内到期的非流动负债余额大幅上升。

### （10）其他流动负债

报告期各期末，公司其他流动负债的具体情况如下：

单位：万元

项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
会员积分	-	-	-	2,456.34
黑金卡权益	-	-	-	1,422.29
预计退货	253.43	222.29	161.59	77.45
待转销项税	2,418.59	2,218.03	1,888.89	-
合计	<b>2,672.02</b>	<b>2,440.32</b>	<b>2,050.49</b>	<b>3,956.08</b>

2019 年，公司其他流动负债主要系由期末未消费的会员积分以及黑金会员返现形成的流动负债。根据公司制定的营销政策，消费者申请成为公司会员后，公司为增加消费者忠诚度对会员实施积分奖励。消费者可以按照实际消费的金额获取一定比例的积分，积分在特定活动期间可以用于换取服务或商品。公司在各期期末根据积分公允价值确认期末余额，并计入其他流动负债科目。自 2020 年 1 月 1 日起，因执行新收入准则，公司将会员积分和黑金卡权益余额在“合同负

债”中列示。此外，因执行新收入准则，公司将预收账款中的增值税部分因不符合合同负债的定义而确认为待转销项税，列报于其他流动负债，将剩余的商品价款部分列报为合同负债。

### 3、非流动负债构成及其变化情况

报告期各期末，公司非流动负债的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022-9-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
长期借款	35,424.12	15.04%	30,594.78	11.89%	21,550.12	88.06%	21,845.60	90.27%
租赁负债	198,521.20	84.26%	224,819.94	87.36%	-	-	-	-
长期应付款	426.02	0.18%	465.38	0.18%	644.11	2.63%	856.61	3.54%
递延收益	738.09	0.31%	880.62	0.34%	1,467.13	6.00%	434.34	1.79%
递延所得税负债	491.83	0.21%	594.92	0.23%	809.70	3.31%	1,064.78	4.40%
<b>合计</b>	<b>235,601.26</b>	<b>100.00%</b>	<b>257,355.64</b>	<b>100.00%</b>	<b>24,471.05</b>	<b>100.00%</b>	<b>24,201.34</b>	<b>100.00%</b>

公司 2019 年末及 2020 年末非流动负债规模总体保持稳定。2021 年末，公司非流动负债规模较 2020 年末有所上升，主要系公司自 2021 年 1 月 1 日起，执行新租赁准则，新增确认租赁负债导致。

#### (1) 长期借款

报告期各期末，公司长期借款的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
抵押担保借款	38,156.12	32,909.78	21,550.12	21,845.60
减：一年内到期的长期借款	2,732.00	2,315.00	-	-
<b>合计</b>	<b>35,424.12</b>	<b>30,594.78</b>	<b>21,550.12</b>	<b>21,845.60</b>

报告期内，为建设位于江宁区的物流仓储基地，同时优化债务结构，公司于 2017 年 7 月与中国工商银行签订了 4.10 亿元的专项长期借款授信合同。该借款由实际控制人汪建国、五星控股集团有限公司提供担保，以位于江宁区禄口街道苍穹路 2 号的土地使用权及房屋建筑物为抵押，借款期限为 2017 年 7 月 20 日至 2027 年 7 月 20 日。

2021 年 8 月，公司与招商银行签订了固定资产借款合同，贷款金额 3 亿元，用于孩子王西南智慧物流基地和区域总部项目建设，借款期限为 2021 年 9 月 2

日至 2028 年 9 月 1 日，其中提款期限自 2021 年 9 月 2 日至 2023 年 9 月 1 日，在此期限内可分期提款，导致公司长期借款余额增加。

## (2) 租赁负债

报告期各期末，公司租赁负债的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022-9-30	2021-12-31
应付租赁款	250,997.19	277,039.94
其中：一年内到期的租赁负债	52,475.99	52,220.00
<b>合计</b>	<b>198,521.20</b>	<b>224,819.94</b>

自 2021 年 1 月 1 日起，公司开始执行新租赁准则，将除短期租赁、低价值资产租赁及部分未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额外，尚未支付的租赁付款额的现值确认为租赁负债。其中，一年内到期的租赁负债则在一年内到期的非流动负债科目核算。

## (3) 长期应付款

报告期各期末，公司长期应付款余额分别为 856.61 万元、644.11 万元、465.38 万元和 426.02 万元，主要系公司将部分经营场所转租给早教、婴儿游泳中心、产后恢复中心等母婴周边产业机构，并按照租赁合同向其收取租赁保证金。

## (4) 递延收益

报告期各期末，公司递延收益具体情况如下：

单位：万元

项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
未确认的融资收益	46.39	57.55	79.51	141.01
政府补助	691.70	823.07	1,387.62	293.33
<b>合计</b>	<b>738.09</b>	<b>880.62</b>	<b>1,467.13</b>	<b>434.34</b>

公司递延收益主要包括政府补助及未确认融资收益。2020 年，政府补助较上年增加 1,094.29 万元，系南京市财政局拨付的母婴童快消品现代供应链项目资金共计 1,200 万元，其中 41.71 万元计入当期损益，1,158.29 万元计入递延收益。

未确认融资收益系转租部分门店场地收取的长期保证金摊销。

## (5) 递延所得税负债

报告期各期末，公司递延所得税负债分别为 1,064.78 万元、809.70 万元、

594.92 万元和 491.83 万元，占各期末非流动负债的比例为 4.40%、3.31%、0.23% 和 0.21%。具体分析参见本节“六/（一）/3/（8）递延所得税资产/负债”。

### （三）偿债能力分析

#### 1、主要偿债能力指标

报告期内，公司主要偿债能力指标如下：

项目	2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
流动比率（倍）	1.61	1.54	1.54	1.44
速动比率（倍）	1.23	1.20	1.19	1.02
资产负债率（合并）（%）	61.88	64.95	58.38	60.87
资产负债率（母公司）（%）	60.14	62.58	68.36	66.02
项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
息税折旧摊销前利润（万元）	76,929.18	104,965.63	68,504.15	64,232.22
利息保障倍数（倍）	3.22	2.94	35.11	97.82

注：息税折旧摊销前利润=利润总额+利息费用+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

利息保障倍数=（利润总额+利息费用）/利息费用

2019 年末、2020 年末、2021 年末和 2022 年 9 月末，公司流动比率分别为 1.44、1.54、1.54 和 1.61，速动比率分别为 1.02、1.19、1.20 和 1.23，总体较为稳定，且处于合理区间内，短期偿债压力较小。

2019 年末、2020 年末、2021 年末和 2022 年 9 月末，公司资产负债率（合并）分别为 60.87%、58.38%、64.95%和 61.88%。其中，2020 年末，公司资产负债率（合并）有所下降，主要是因为在国内市场消费升级的大背景下，公司的盈利能力增强，净资产规模相应扩大所致；2021 年末，公司资产负债率（合并）上升，主要是因为新增确认租赁负债引起。

报告期内，公司利息保障倍数有所下降，其中，2021 年公司因执行新租赁准则新增确认的利息费用较高，而归属于上市公司股东的净利润相较同期有所下降，导致公司 2021 年利息保障倍数较低。

#### 2、与同行业可比公司相关指标比较

报告期各期末，公司和同行业可比上市公司的偿债能力指标对比情况如下：

证券简称	证券代码	资产负债率			
		2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
爱婴室	603214.SH	63.06%	62.67%	38.59%	34.96%



红旗连锁	002697.SZ	48.49%	51.05%	43.72%	40.12%
步步高	002251.SZ	74.65%	76.44%	69.05%	67.86%
中百集团	000759.SZ	75.80%	74.79%	63.75%	61.20%
新华都	002264.SZ	40.58%	76.86%	71.87%	72.01%
华联综超	600361.SH	83.71%	82.89%	65.83%	71.11%
永辉超市	601933.SH	84.22%	84.47%	63.69%	60.93%
均值		<b>67.22%</b>	<b>72.74%</b>	<b>59.50%</b>	<b>58.31%</b>
发行人		<b>61.88%</b>	<b>64.95%</b>	<b>58.38%</b>	<b>60.87%</b>
证券简称	证券代码	流动比率			
		2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
爱婴室	603214.SH	1.23	1.21	2.12	2.39
红旗连锁	002697.SZ	1.33	1.21	1.46	1.46
步步高	002251.SZ	0.19	0.27	0.38	0.47
中百集团	000759.SZ	0.54	0.50	0.59	0.58
新华都	002264.SZ	2.24	1.13	1.16	1.09
华联综超	600361.SH	0.81	0.78	0.90	0.88
永辉超市	601933.SH	0.86	0.84	0.95	0.99
均值		<b>1.03</b>	<b>0.85</b>	<b>1.08</b>	<b>1.12</b>
发行人		<b>1.61</b>	<b>1.54</b>	<b>1.54</b>	<b>1.44</b>
证券简称	证券代码	速动比率			
		2022-9-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
爱婴室	603214.SH	0.62	0.56	1.30	1.41
红旗连锁	002697.SZ	0.72	0.64	0.97	0.88
步步高	002251.SZ	0.15	0.19	0.25	0.29
中百集团	000759.SZ	0.33	0.24	0.30	0.27
新华都	002264.SZ	1.79	0.83	0.86	0.80
华联综超	600361.SH	0.65	0.57	0.69	0.69
永辉超市	601933.SH	0.55	0.53	0.64	0.59
均值		<b>0.69</b>	<b>0.51</b>	<b>0.72</b>	<b>0.70</b>
发行人		<b>1.23</b>	<b>1.20</b>	<b>1.19</b>	<b>1.02</b>

报告期各期末，公司资产负债率处于行业平均水平范围内，整体较为稳健。2021年开始，因施行新租赁准则，新增确认租赁资产和租赁负债，公司及可比上市公司资产负债率均上升。同时，由于各公司租赁负债增加额与使用权资产的增加额存在差异，因此资产负债率提高程度也存在差异。

报告期各期末，公司流动比率和速动比率均略高于行业平均水平，主要原因系公司处于零售行业，基本采用即时结算方式，资金回笼较快，且销售渠道主要为直营门店，场地多采用租赁方式，公司资金主要用于扩大经营规模所需的存货。

#### （四）资产周转能力分析

报告期内，公司产品销售情况良好，回款情况正常，应收账款周转率和存货周转率均处于正常水平，资产周转状况良好，具体情况如下：

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
应收账款周转率（次）	105.17（年化）	122.67	145.84	198.23
存货周转率（次）	6.33（年化）	6.67	5.91	6.39

注：应收账款周转率=当期营业收入/（应收账款期初余额+应收账款期末余额）×2；存货周转率=当期营业成本/（存货期初余额+存货期末余额）×2

##### 1、应收账款周转率

报告期内，公司应收账款周转率分别为 198.23 次、145.84 次、122.67 次和 105.17 次（年化），保持在较高水平，主要是因为公司从事母婴商品零售及相关服务，主要客户为终端个人消费者，因此基本采用即时结算方式通过现金、银行系统、第三方支付平台进行支付，应收账款余额较低，资金回笼情况良好，发生坏账的风险较低。报告期内，随着供应商服务业务、广告业务收入占比的持续上升，应收账款周转率有所下降。

报告期内，公司和同行业可比上市公司应收账款周转率的对比情况如下：

项目	公司名称	股票代码	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
应收账款 周转率 (次)	爱婴室	603214.SH	未披露	60.56	122.54	137.81
	红旗连锁	002697.SZ	未披露	132.65	157.68	222.29
	步步高	002251.SZ	未披露	56.38	107.05	191.72
	中百集团	000759.SZ	未披露	82.71	97.74	138.34
	新华都	002264.SZ	未披露	8.05	8.10	11.88
	华联综超	600361.SH	未披露	146.95	162.20	169.71
	永辉超市	601933.SH	未披露	177.85	120.76	53.03
	均值		未披露	95.02	110.87	132.11
	发行人			105.17（年化）	122.67	145.84

注：以上数据来源于同行业可比公司年报、招股说明书。

报告期内，公司与上述企业应收账款周转率之间的差异主要与其经营模式、客户结构相关，公司以母婴商品销售业务为主，客户群体主要为 C 端消费者，基本采用即时结算方式，公司应收账款主要系由供应商服务业务、广告业务产生，账龄较短，可回收性较强，因此周转速度较快。具体而言，通过直营零售、连锁超市方式销售的企业一般回款及时，应收账款周转速度相对较快，如红旗连锁、步步高、中百集团等，而通过线上 B2B 平台销售的企业，因结算通常存在账期，

应收账款周转速度相对较慢，如新华都等。

## 2、存货周转率

报告期内，公司存货周转率分别为 6.39 次、5.91 次、6.67 次和 6.33 次（年化）。其中，2020 年存货周转率较 2019 年有所下降，主要是由于公司存货在库时间有所延长，存货周转率下降。2021 年以来，随着公司存货管理的日趋成熟，加之信息系统提供大数据支持，公司备货量也趋近合理，公司存货周转会更加高效。

报告期内，公司和同行业上市公司存货周转率的对比情况如下：

项目	公司名称	股票代码	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
存货周 转率 (次)	爱婴室	603214.SH	未披露	2.61	2.82	3.24
	红旗连锁	002697.SZ	未披露	4.45	5.18	5.00
	步步高	002251.SZ	未披露	5.09	4.93	6.20
	中百集团	000759.SZ	未披露	5.26	5.65	7.75
	新华都	002264.SZ	未披露	4.72	5.57	6.37
	华联综超	600361.SH	未披露	5.49	5.88	7.64
	永辉超市	601933.SH	未披露	6.83	6.31	6.51
	均值		未披露	<b>4.92</b>	<b>5.19</b>	<b>6.10</b>
	发行人		<b>6.33 (年化)</b>	<b>6.67</b>	<b>5.91</b>	<b>6.39</b>

注：以上数据来源于同行业可比公司年报、招股说明书

2020 年，公司与同行业可比公司存货周转率均出现不同程度的下降。2021 年，公司重点加强存货管理，存货周转率略高于行业平均水平。

### (五) 财务性投资情况

截至 2022 年 9 月末，发行人与投资相关的科目情况如下：

单位：万元

项目	账面价值	财务性投资金额
交易性金融资产	118,339.68	-
其他应收款	8,965.94	-
其他流动资产	6,837.95	-
一年内到期的非流动资产	742.63	-
长期应收款	5,091.97	-
其他非流动资产	40,825.29	-
合计	<b>180,803.45</b>	-

#### (1) 交易性金融资产科目

截至 2022 年 9 月末，发行人交易性金融资产金额为 118,339.68 万元，主要

系为提高资金使用效率，公司结合日常营运资金安排，利用自有资金购买部分短期理财产品，产品期限较短，且一般可提前赎回或具有固定到期日，风险较小，流动性较高，不属于财务性投资。

## （2）其他应收款科目

截至 2022 年 9 月末，发行人其他应收款金额为 8,965.94 万元，主要为应收供应商款项、应收租赁费等构成，均不属于财务性投资。

## （3）其他流动资产科目

截至 2022 年 9 月末，发行人其他流动资产金额为 6,837.95 万元，主要为待抵扣进项税、预缴企业所得税等款项，均不属于财务性投资。

## （4）一年内到期的非流动资产及长期应收款科目

截至 2022 年 9 月末，公司一年内到期的非流动资产及长期应收款账面价值分别为 742.63 万元和 5,091.97 万元，由于公司门店经营场地均通过租赁方式取得，公司长期应收款均为租赁保证金，其中，1 年内到期的租赁保证金计入一年内到期的非流动资产，上述款项均不属于财务性投资。

## （5）其他非流动资产科目

截至 2022 年 9 月末，发行人其他非流动资产金额为 40,825.29 万元，为持有至到期的定期存单、预付设备工程款。截至 2022 年 9 月末，公司利用部分资金购买持有至到期的定期存单余额 40,431.40 万元，风险较小，不属于财务性投资。

综上所述，截至 2022 年 9 月末，公司不存在持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务）情形。

## 七、经营成果分析

报告期内，公司营业收入规模持续增长，经营管理水平不断提高，资产规模持续扩大。报告期内，公司利润表重要项目情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入	638,428.15	904,887.66	835,543.52	824,250.92
营业成本	445,715.51	628,033.73	580,492.13	574,212.35
营业利润	18,919.98	24,100.78	48,067.99	47,135.69

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
利润总额	17,739.13	22,899.41	48,129.11	47,559.37
净利润	15,028.96	20,121.98	39,101.59	37,740.88
归属于母公司所有者净利润	15,181.21	20,162.15	39,101.59	37,740.88
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	11,305.15	12,152.47	31,031.44	31,747.67

## （一）营业收入分析

### 1、营业收入的构成及变动情况分析

报告期内，公司营业收入的构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	633,155.31	99.17%	895,807.50	99.00%	828,024.85	99.10%	815,160.43	98.90%
其他业务收入	5,272.84	0.83%	9,080.16	1.00%	7,518.68	0.90%	9,090.49	1.10%
合计	<b>638,428.15</b>	<b>100.00%</b>	<b>904,887.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>835,543.52</b>	<b>100.00%</b>	<b>824,250.92</b>	<b>100.00%</b>

公司营业收入由主营业务收入和其他业务收入构成，其中，主营业务收入包括母婴商品销售收入，母婴服务收入（包括童乐园、收费会员、互动活动、育儿服务等），供应商服务收入、广告收入以及平台服务收入；其他业务收入主要为场地租赁招商收入等。报告期内，公司主营业务收入占营业收入的比重在 98% 以上，主营业务突出。

2019 年至 2021 年，公司营业收入持续增长，但增速相较前期有所放缓，主要系因为公司持续推进线下门店布局和线上业务开展，大力发展全渠道策略，实现营业收入小幅增长。

2022 年 1-9 月，公司实现营业收入 638,428.15 万元，较 2021 年同期下降 3.23%，主要系因为 2022 年以来，接触型消费恢复较慢，在一定程度上影响公司经营情况。

## 2、主营业务收入构成分析

### (1) 主营业务收入按业务类型划分

单位：万元

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
母婴商品	557,627.06	88.07%	783,511.49	87.46%	738,642.00	89.21%	741,079.90	90.91%
母婴服务	17,756.14	2.80%	25,821.70	2.88%	22,187.05	2.68%	26,368.39	3.23%
供应商服务	43,833.39	6.92%	67,685.88	7.56%	51,879.28	6.27%	42,121.74	5.17%
广告业务	6,213.52	0.98%	8,566.15	0.96%	7,077.85	0.85%	5,590.40	0.69%
平台服务	7,725.20	1.22%	10,222.28	1.14%	8,238.67	0.99%	-	-
合计	<b>633,155.31</b>	<b>100.00%</b>	<b>895,807.50</b>	<b>100.00%</b>	<b>828,024.85</b>	<b>100.00%</b>	<b>815,160.43</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司主营业务收入按业务类型可划分为母婴商品销售收入、母婴服务收入、供应商服务收入、广告业务收入和平台服务收入。

#### ① 母婴商品销售收入

母婴商品销售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，再通过直营门店和线上渠道向终端消费者销售，赚取进销差价实现盈利。此外，公司也会通过与供应商联营的方式进行合作取得分成收入。2019年度、2020年度、2021年度和2022年1-9月，母婴商品销售收入占主营业务收入的比重分别为90.91%、89.21%、87.46%和88.07%，占比较高，系公司的主要收入来源。

根据商品类别的不同，母婴商品销售收入构成如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
奶粉	337,104.91	60.45%	460,989.62	58.84%	427,395.23	57.86%	400,121.66	53.99%
纸尿裤	66,248.32	11.88%	99,074.39	12.64%	96,911.08	13.12%	107,655.45	14.53%
洗护用品	40,593.47	7.28%	61,653.76	7.87%	67,557.45	9.15%	64,509.75	8.70%
零食辅食	43,114.51	7.73%	56,746.66	7.24%	51,795.50	7.01%	46,890.08	6.33%
其他母婴商品	70,565.85	12.65%	105,047.06	13.41%	94,982.74	12.86%	121,902.96	16.45%
合计	<b>557,627.06</b>	<b>100.00%</b>	<b>783,511.49</b>	<b>100.00%</b>	<b>738,642.00</b>	<b>100.00%</b>	<b>741,079.90</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司母婴商品销售收入主要来自于奶粉、纸尿裤、洗护用品及零食辅食类商品的销售，占比超过八成，收入构成整体相对稳定。其中，奶粉销售收入占比呈整体上升趋势主要是由于奶粉类商品因消费频率高且具有刚性需求特点，是一般母婴零售企业的重点品类，同时该类商品关系到婴幼儿健康成长，

消费者更加看重购货渠道，“孩子王”良好的品牌声誉赢得了广大消费者的认可，逐步成为更多消费者奶粉采购的优先选择。纸尿裤是公司母婴商品第二大销售品类，由于该类产品品牌替代性强，市场竞争激烈，同时公司在报告期内进行了部分品牌调整，使得其销售收入规模及占比整体呈下降趋势。

### ②母婴服务收入

报告期内，公司母婴服务收入按照服务类别具体构成情况如下：

单位：万元

商品类别	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
童乐园	6,223.37	35.05%	8,084.73	31.31%	6,391.73	28.81%	11,643.44	44.16%
收费会员	8,215.62	46.27%	13,333.62	51.64%	11,684.58	52.66%	9,715.95	36.85%
互动活动	2,814.00	15.85%	3,752.49	14.53%	3,433.73	15.48%	3,293.90	12.49%
育儿服务	503.15	2.83%	650.86	2.52%	677.00	3.05%	1,715.11	6.50%
<b>合计</b>	<b>17,756.14</b>	<b>100.00%</b>	<b>25,821.70</b>	<b>100.00%</b>	<b>22,187.05</b>	<b>100.00%</b>	<b>26,368.39</b>	<b>100.00%</b>

母婴服务收入包括童乐园、收费会员、互动活动和提供育儿服务等母婴童增值服务获取的收入。报告期内，公司母婴服务收入占主营业务收入的比例较小，但对于满足客户全方位的需求、提升消费者用户体验、增强客户黏性起到了重要的作用。

2020年公司母婴服务收入较2019年减少4,181.34万元，主要是由于童乐园和育儿服务等到店业务出现不同程度的下降。2021年公司母婴服务收入较2020年增加3,634.65万元，主要是由于随着公司线下门店布局推进和服务会员数量增加，童乐园、收费会员及互动活动收入均有不同程度上升。2022年1-9月，公司母婴服务收入为17,756.14万元，各项业务占比基本保持稳定。

### ③供应商服务收入

报告期内，公司供应商服务收入具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
会员开发服务	19,384.57	44.22%	24,273.95	35.86%	17,849.94	34.41%	13,191.11	31.32%
互动活动冠名	3,688.98	8.42%	8,891.24	13.14%	6,436.39	12.41%	7,010.71	16.64%
推广宣传	17,475.31	39.87%	29,578.15	43.70%	22,837.34	44.02%	17,618.95	41.83%

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
数字化服务	3,284.53	7.49%	4,942.54	7.30%	4,755.61	9.17%	4,300.97	10.21%
合计	<b>43,833.39</b>	<b>100.00%</b>	<b>67,685.88</b>	<b>100.00%</b>	<b>51,879.28</b>	<b>100.00%</b>	<b>42,121.74</b>	<b>100.00%</b>

2019年、2020年和2021年，供应商服务收入占主营业务收入的比重分别为5.17%、6.27%和7.56%，呈逐年上升趋势，主要是由于公司在母婴行业深耕多年，经过长期的积累和沉淀，树立了“孩子王”良好的品牌形象，同时随着公司规模不断加大，销售渠道的更加广泛，品牌影响力不断增强。此外，公司采用大店模式，且门店多开立于万达广场、万象城等大型购物中心，不仅具备规范化的管理和相对舒适的购物环境，还可以满足客户的多元化需求和“一站式”的购物体验，在品牌推广、引领及活动开展方面具有天然的优势。因此，越来越多的供应商希望借助公司的服务拓展市场。

2022年1-9月，供应商服务收入为43,833.39万元，其中互动活动冠名收入占比下降是由于2022年上半年互动活动举办受到限制，供应商对线下互动活动中营销投入减少。

#### ④广告收入

广告收入主要系由下属子公司思想传媒借助孩子王广泛的平台优势、品牌知名度优势、会员体系优势，与腾讯、分众以及其他广告发布商合作，为品牌供应商及其他第三方母婴相关异业机构提供广告服务。报告期内，该业务实现收入占主营业务收入的比例较小。

#### ⑤平台服务收入

平台服务系公司为进一步打造母婴产业生态体系，通过下属子公司上海童渠自主运营各类线上平台，并为入驻平台的母婴品牌商、经销商、周边服务机构提供平台服务业务。报告期内，此类业务实现收入占主营业务收入的比例较小。

### (2) 主营业务收入按业务区域划分

单位：万元

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华东	391,598.60	61.85%	556,554.26	62.13%	515,764.16	62.29%	496,977.02	60.96%
西南	94,770.04	14.97%	133,513.42	14.90%	127,539.06	15.40%	125,284.62	15.37%



项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华中	70,017.47	11.06%	100,337.90	11.20%	92,367.97	11.16%	101,070.24	12.40%
华北	23,331.80	3.69%	33,666.27	3.76%	32,513.86	3.93%	36,368.14	4.46%
华南	35,377.26	5.59%	47,550.46	5.31%	37,775.88	4.56%	35,427.12	4.35%
西北	15,272.50	2.41%	20,538.67	2.29%	18,379.43	2.22%	15,916.68	1.95%
东北	2,787.64	0.44%	3,646.52	0.41%	3,684.49	0.44%	4,116.61	0.51%
合计	<b>633,155.31</b>	<b>100.00%</b>	<b>895,807.50</b>	<b>100.00%</b>	<b>828,024.85</b>	<b>100.00%</b>	<b>815,160.43</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司主营业务收入主要集中在华东、西南和华中地区，合计占公司各期主营业务收入的比重均在80%以上，与公司门店布局相匹配。其中，华东地区收入占比较高主要是因为公司以江苏南京为总部开设直营门店，并逐步向外辐射，江苏地区门店开设时间早、销售规模大，对公司业绩贡献较高。

### (3) 主营业务收入季节性波动分析

报告期内，公司各季度的主营业务收入情况如下：

单位：万元

季节	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	208,941.01	33.00%	215,093.71	24.01%	176,298.82	21.29%	185,315.66	22.73%
二季度	224,811.07	35.51%	223,821.80	24.99%	205,098.27	24.77%	194,639.54	23.88%
三季度	199,403.23	31.49%	213,829.07	23.87%	195,634.42	23.63%	189,845.21	23.29%
四季度	-	-	243,062.91	27.13%	250,993.34	30.31%	245,360.02	30.10%
合计	<b>633,155.31</b>	<b>100.00%</b>	<b>895,807.50</b>	<b>100.00%</b>	<b>828,024.85</b>	<b>100.00%</b>	<b>815,160.43</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司主营业务收入没有明显的季节性变动，前三季度销售情况基本稳定，第四季度销售占比略有上升，主要系由于四季度节假日较多，包括十一黄金周、圣诞节等，且叠加“双十一”等全国性购物节，以及公司每年12月18日孩子王童粉狂欢节期间推出一系列促销活动，提升了四季度的销售收入。其中，2021年四季度受市场消费需求偏弱等外部因素影响，销售收入较上年同期略有下降。

### 3、其他业务收入构成及变化分析

报告期内，公司其他业务收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
招商	5,086.65	96.47%	8,207.84	90.39%	7,253.91	96.48%	6,484.52	71.33%

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
业务								
其他	186.19	3.53%	872.32	9.61%	264.77	3.52%	2,605.97	28.67%
合计	<b>5,272.84</b>	<b>100.00%</b>	<b>9,080.16</b>	<b>100.00%</b>	<b>7,518.68</b>	<b>100.00%</b>	<b>9,090.49</b>	<b>100.00%</b>

公司其他业务收入主要包括招商业务收入等。招商业务收入主要是公司在经营过程中，通过深度挖掘顾客服务需求，充分发挥大店资源优势，创造更多盈利增长点，与第三方专业机构合作，将门店部分区域租赁开放给早教、摄影等母婴行业周边服务商户，形成招商租金收入。2019年至2021年公司招商业务收入持续增加，主要是由于公司致力于打造全场景的业务生态体系，随着公司门店数量的不断增加，对外租赁面积也相应增多。2019年其他业务收入-其他金额较高主要为公司下属子公司上海童渠将自主研发的软件对外零星销售产生的收入。

## （二）营业成本分析

### 1、营业成本的构成分析

报告期内，公司营业成本的总体构成如下：

单位：万元

业务类型	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	443,704.23	99.55%	624,782.41	99.48%	577,817.61	99.54%	570,758.67	99.40%
其他业务成本	2,011.28	0.45%	3,251.31	0.52%	2,674.52	0.46%	3,453.68	0.60%
合计	<b>445,715.51</b>	<b>100.00%</b>	<b>628,033.73</b>	<b>100.00%</b>	<b>580,492.13</b>	<b>100.00%</b>	<b>574,212.35</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，随着营业收入的逐年增长，公司各年营业成本金额也相应上升，与营业收入结构一致。其他业务成本占营业成本的比重较低，主要为场地租赁费用等。

### 2、主营业务成本构成及变化分析

#### （1）主营业务成本按业务类型划分

单位：万元

业务类型	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
母婴商品	436,644.24	98.41%	614,255.11	98.32%	570,087.10	98.66%	564,838.25	98.96%
母婴服务	1,541.01	0.35%	1,853.85	0.30%	1,317.84	0.23%	1,498.52	0.26%
供应商服务	342.82	0.08%	1,122.20	0.18%	1,052.23	0.18%	1,123.30	0.20%

业务类型	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
广告业务	3,226.34	0.73%	4,996.90	0.80%	4,768.73	0.83%	3,298.59	0.58%
平台服务	1,949.82	0.44%	2,554.35	0.41%	591.71	0.10%	-	-
合计	<b>443,704.23</b>	<b>100.00%</b>	<b>624,782.41</b>	<b>100.00%</b>	<b>577,817.61</b>	<b>100.00%</b>	<b>570,758.67</b>	<b>100.00%</b>

2019年、2020年、2021年和2022年1-9月，公司母婴商品销售成本占主营业务成本的比重分别为98.96%、98.66%、98.32%和98.41%，主要为商品采购成本。母婴服务成本主要为相关设施折旧费用以及部分人员薪酬；供应商服务成本主要为部分活动所需宣传材料的费用支出；广告业务成本主要系支付外部媒体平台的相关款项；平台服务业务成本主要为平台运营人员薪酬及相关交易费用支出。

报告期内，公司母婴商品销售成本按商品类别的划分情况如下：

单位：万元

商品类别	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
奶粉	275,801.45	63.16%	383,235.23	62.39%	347,803.91	61.01%	317,725.97	56.25%
纸尿裤	51,747.02	11.85%	78,334.05	12.75%	76,368.92	13.40%	86,509.83	15.32%
洗护用品	29,199.18	6.69%	43,117.35	7.02%	47,800.46	8.38%	49,980.11	8.85%
零食辅食	33,372.45	7.64%	43,078.95	7.01%	38,733.71	6.79%	33,498.68	5.93%
其他母婴产品	46,524.14	10.65%	66,489.54	10.83%	59,380.10	10.42%	77,123.66	13.65%
合计	<b>436,644.24</b>	<b>100.00%</b>	<b>614,255.11</b>	<b>100.00%</b>	<b>570,087.10</b>	<b>100.00%</b>	<b>564,838.25</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司各类产品的成本结构相对稳定，且与母婴商品销售收入结构相匹配，其中奶粉和纸尿裤销售成本占比在70%以上。

## (2) 其他业务成本按业务类型划分

单位：万元

业务类型	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
招商业务	2,011.28	100.00%	3,251.31	100.00%	2,674.52	100.00%	3,453.68	100.00%
合计	<b>2,011.28</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,251.31</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,674.52</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,453.68</b>	<b>100.00%</b>

公司其他业务成本为招商业务成本，即场地租赁费用。

## (三) 利润主要来源分析

### 1、公司利润来源情况

报告期内，公司各项业务快速发展，营业利润系公司利润的主要来源，具体

情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
营业利润	18,919.98	24,100.78	48,067.99	47,135.69
加：营业外收入	138.13	526.79	427.08	708.69
减：营业外支出	1,318.98	1,728.16	365.96	285.01
<b>利润总额</b>	<b>17,739.13</b>	<b>22,899.41</b>	<b>48,129.11</b>	<b>47,559.37</b>
减：所得税费用	2,710.17	2,777.43	9,027.52	9,818.49
<b>净利润</b>	<b>15,028.96</b>	<b>20,121.98</b>	<b>39,101.59</b>	<b>37,740.88</b>

报告期内，公司净利润主要来源于营业利润。其中，2021年公司营业利润较2020年有所下降，主要原因：（1）公司自2021年1月1日开始执行新租赁准则，新增确认使用权资产和租赁负债，进而形成新增折旧费用和财务费用等；（2）公司门店整体客流量有所减少，在一定程度上影响门店盈利情况；（3）公司2020年和2021年分别净增加82家和61家门店，且主要集中在各期下半年开始营业。上述新增门店营业时间短，运营成本增加，提升会员数量、收入及盈利水平需要一定的时间，再加上2021年大物业不再对房租进行减免，影响了2021年的利润水平。

2022年1-9月，公司营业利润有所下滑，主要原因：（1）2022年上半年，部分地区门店出现暂停营业的情况，在短期内对公司的经营造成一定影响；（2）最近两年，公司门店数量陆续增加，运营成本随之增加，但由于上述新增门店运营时间较短，门店收入和盈利水平提升需要一定的时间，导致营业利润下降。

## 2、同行业公司净利润对比分析

报告期各期末，公司净利润与同行业可比公司的对比情况如下：

单位：万元

公司名称	股票代码	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
爱婴室	603214.SH	5,414.57	7,975.96	12,782.99	16,995.27
红旗连锁	002697.SZ	35,717.63	48,069.62	50,471.80	51,600.83
步步高	002251.SZ	3,360.33	-16,586.66	11,953.00	18,161.39
中百集团	000759.SZ	-11,216.10	-1,314.16	6,548.07	1,297.43
新华都	002264.SZ	25,601.14	1,579.80	18,192.63	-73,224.29
华联综超	600361.SH	-16,883.86	-28,111.93	10,404.34	8,436.70
永辉超市	601933.SH	-102,515.25	-449,457.87	165,318.86	145,284.13
<b>均值</b>		<b>-8,645.93</b>	<b>-62,549.32</b>	<b>39,381.67</b>	<b>24,078.78</b>
<b>发行人</b>		<b>15,028.96</b>	<b>20,121.98</b>	<b>39,101.59</b>	<b>37,740.88</b>

2020 年以来，我国零售行业整体受到较大冲击，一方面零售行业线下门店会出现暂停营业情况；另一方面，消费者外出采购意向降低，门店客流量也相应减少，直接导致门店运营效率下降。根据上表所示，2021 年零售行业可比上市公司净利润均出现不同程度下滑，部分公司甚至出现亏损的情况。发行人作为母婴零售行业的龙头企业之一，虽然充分发挥了品牌、会员经济、育儿顾问服务、数字化技术、供应链管理等多方优势，并大力推广全渠道布局，以降低对公司的经营影响，但仍无法避免业绩下滑的情况出现。

此外，零售行业线下门店主要以租赁形式为主，自 2021 年 1 月 1 日执行新租赁准则以来，零售行业公司均按照准则规定新增确认使用权资产和租赁负债，并分别确认折旧费用和财务费用，进而影响了零售行业净利润水平。

#### （四）毛利分析

##### 1、毛利贡献构成分析

##### （1）公司毛利构成分析

报告期内，公司毛利的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务毛利	189,451.08	98.31%	271,025.08	97.89%	250,207.24	98.10%	244,401.77	97.75%
其他业务毛利	3,261.55	1.69%	5,828.85	2.11%	4,844.15	1.90%	5,636.81	2.25%
合计	<b>192,712.63</b>	<b>100.00%</b>	<b>276,853.93</b>	<b>100.00%</b>	<b>255,051.40</b>	<b>100.00%</b>	<b>250,038.58</b>	<b>100.00%</b>

2019 年、2020 年、2021 年和 2022 年 1-9 月，公司主营业务毛利占营业毛利的比重分别为 97.75%、98.10%、97.89% 和 98.31%，主营业务突出。

##### （2）主营业务毛利构成及变化分析

报告期内，公司主营业务毛利按业务类型划分情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
母婴商品	120,982.82	63.86%	169,256.38	62.45%	168,554.90	67.37%	176,241.65	72.11%
母婴服务	16,215.13	8.56%	23,967.84	8.84%	20,869.21	8.34%	24,869.87	10.18%
供应商服务	43,490.57	22.96%	66,563.68	24.56%	50,827.05	20.31%	40,998.44	16.78%
广告业务	2,987.18	1.58%	3,569.25	1.32%	2,309.12	0.92%	2,291.81	0.94%
平台服务	5,775.38	3.05%	7,667.93	2.83%	7,646.96	3.06%	-	-

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
合计	189,451.08	100.00%	271,025.08	100.00%	250,207.24	100.00%	244,401.77	100.00%

报告期内，公司母婴商品销售形成的毛利占主营业务毛利的比例分别为72.11%、67.37%、62.45%和63.86%，占比较高；供应商服务贡献的毛利逐年增加；母婴商品销售及供应商服务贡献的毛利额合计占比超过85%，且基本保持稳定，系公司主要毛利来源。

### （3）其他业务毛利构成及变化分析

报告期内，公司其他业务毛利构成情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
招商业务	3,075.37	94.29%	4,956.53	85.03%	4,579.38	94.53%	3,030.83	53.77%
其他	186.18	5.71%	872.32	14.97%	264.77	5.47%	2,605.97	46.23%
合计	3,261.55	100.00%	5,828.85	100.00%	4,844.15	100.00%	5,636.81	100.00%

随着公司线下门店渠道的推广，公司将门店部分场地转租给母婴早教培训、摄影等机构，获取租金收入，招商业务毛利有所增加。2019年及2021年，公司下属子公司上海童渠零星销售部分软件产品形成了软件销售毛利。

### （五）毛利率分析

#### 1、毛利率构成分析

报告期内，公司毛利率按业务性质划分的情况如下：

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
主营业务毛利率	29.92%	30.25%	30.22%	29.98%
其他业务毛利率	61.86%	64.19%	64.43%	62.01%
综合毛利率	30.19%	30.60%	30.53%	30.34%

2019年、2020年、2021年和2022年1-9月，公司综合毛利率分别为30.34%、30.53%、30.60%和30.19%，整体较为稳定。

#### 2、主营业务毛利率构成及变化分析

报告期内，公司主营业务毛利率按业务类型划分情况如下：

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
母婴商品	21.70%	21.60%	22.82%	23.78%

母婴服务	91.32%	92.82%	94.06%	94.32%
供应商服务	99.22%	98.34%	97.97%	97.33%
广告业务	48.08%	41.67%	32.62%	41.00%
平台服务	74.76%	75.01%	92.82%	-
<b>主营业务毛利率</b>	<b>29.92%</b>	<b>30.25%</b>	<b>30.22%</b>	<b>29.98%</b>

2019年、2020年、2021年和2022年1-9月，公司母婴商品销售业务占主营业务收入的比例分别为90.91%、89.21%、87.46%和88.07%，形成的毛利占主营业务毛利的比例分别为72.11%、67.37%、62.45%和63.86%，占比均较高，因此母婴商品销售业务毛利率的波动是影响公司主营业务毛利率的主要因素。

#### (1) 母婴商品毛利率变动分析

报告期内，公司母婴商品各品类毛利率变动情况如下：

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度
	毛利率	增减额	毛利率	增减额	毛利率	增减额	毛利率
奶粉	18.19%	1.32%	16.87%	-1.76%	18.62%	-1.97%	20.59%
纸尿裤	21.89%	0.96%	20.93%	-0.26%	21.20%	1.55%	19.64%
洗护用品	28.07%	-2.00%	30.07%	0.82%	29.24%	6.72%	22.52%
零食辅食	22.60%	-1.49%	24.09%	-1.13%	25.22%	-3.34%	28.56%
其他母婴商品	34.07%	-2.63%	36.70%	-0.78%	37.48%	0.75%	36.73%
<b>母婴商品毛利率</b>	<b>21.70%</b>	<b>0.10%</b>	<b>21.60%</b>	<b>-1.22%</b>	<b>22.82%</b>	<b>-0.96%</b>	<b>23.78%</b>

2020年和2021年，公司母婴商品毛利率分别较上年下降0.96个百分点、1.22个百分点，主要原因包括：1)近年来，国内奶粉、纸尿裤市场竞争较为激烈，产品价格呈下降趋势，导致奶粉、纸尿裤两类公司主要销售产品毛利率呈整体下降趋势，从而拉低了母婴商品整体毛利率水平；2)公司自2020年1月1日起执行新收入准则，将作为合同履行成本的运输费用由销售费用调整至营业成本列报，导致母婴商品毛利率下降；3)随着国内市场环境变化及需求端减弱，母婴商品的整体毛利率有所下滑。2022年1-9月，公司母婴商品毛利率与2021年相比基本持平。

#### (2) 母婴服务毛利率变动分析

报告期内，公司母婴服务业务毛利率整体较高，但呈下降趋势。母婴服务业务成本主要为童乐园设施折旧摊销。近年来，童乐园等接触式消费收入下降较快，而相应的童乐设施固定折旧费用正常发生，因此毛利率有所下降。公司母婴服务业务毛利率较高与母婴服务业务的特点一致，符合行业惯例。

### （3）供应商服务毛利率变动分析

报告期内，公司供应商服务毛利率较高，主要原因系供应商服务成本主要为线下的宣传耗材等宣传相关费用及场地租赁费，金额较小；而其收入则依据服务内容的不同，向供应商收取会员开发、互动活动冠名、商品线上线下推广宣传及数字化工具等服务费；此外，公司凭借其自身品牌及会员优势，具有一定的主导权，因此毛利率保持较高水平。

### （4）广告业务毛利率变动分析

2019年、2020年、2021年和2022年1-9月，公司广告业务毛利率分别为41.00%、32.62%、41.67%和48.08%。2020年，公司广告业务毛利率有所下降，主要是因为公司与腾讯等毛利率较低的第三方机构的合作比例上升，而通过自身门店进行点位投放的业务比例有所下降，导致整体成本上升，毛利率降低。2022年1-9月，公司调整广告业务经营策略，减少与低毛利率平台的合作，提升了该类业务毛利率。

### （5）平台服务毛利率分析

上海童渠自2020年二季度开始运营孩子王APP等线上平台，为入驻商户提供平台服务。2021年以来，公司平台服务业务毛利率呈下降趋势，主要原因为公司平台服务运营成本上升。

## 3、公司其他业务毛利率变动分析

报告期内，公司其他业务毛利率具体情况如下：

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
招商业务	60.46%	60.39%	63.13%	46.74%
其他	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
<b>其他业务毛利率</b>	<b>61.86%</b>	<b>64.19%</b>	<b>64.43%</b>	<b>62.01%</b>

报告期内，公司招商业务毛利率相对较高。其中，2020年以来，公司招商业务毛利率上升，一方面系因为随着公司品牌效应的增强，公司与商场物业的议价能力也不断提升，使得租赁成本增幅低于租赁收入增幅；另一方面系公司将自有仓库中闲置部分对外租赁，形成的招商收入毛利率也较高。



#### 4、同行业公司毛利率对比分析

报告期内，由于主要从事母婴商品/服务零售业务的上市公司较少，因此选取部分面向大众消费者从事日用百货类、食品类商品销售的零售行业上市公司进行对比。报告期内，可比公司的综合毛利率情况如下：

公司名称	主营业务	2022年 1-9月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
爱婴室 (603214.SH)	主要从事母婴商品的销售及相关服务业务，是一家结合直营门店、电子商务等多种渠道，为孕前至6岁婴幼儿家庭提供母婴商品和相关服务的专业连锁零售商。	28.08%	30.26%	31.53%	31.23%
红旗连锁 (002697.SZ)	主营业务为便利超市的连锁经营，有日用百货，烟酒，食品等业务。	29.30%	29.67%	29.45%	30.89%
步步高 (002251.SZ)	主营业务为商品零售，以超市、百货等零售业态为广大消费者提供商品零售服务。	36.80%	33.50%	30.14%	24.11%
中百集团 (000759.SZ)	以商业零售为主的大型连锁企业，涉足的商业零售业态主要包括超市和百货。	24.71%	25.09%	23.90%	22.33%
新华都 (002264.SZ)	主要从事大卖场、综合超市及百货的连锁经营，主要业务范围涵盖百姓日常生活所需服装、日化、果蔬、熟食、电器等商品，以及为客户提供餐饮、娱乐、数字营销等服务。	26.07%	25.87%	23.97%	21.77%
华联综超 (600361.SH)	一家全国性超市连锁企业，主营大型综合连锁超市和生鲜超市。	28.18%	28.77%	27.91%	22.33%
永辉超市 (601933.SH)	以超市业务为核心，打造食品供应链的平台型企业。	19.94%	18.71%	21.37%	21.56%
<b>平均数</b>		<b>27.58%</b>	<b>27.41%</b>	<b>26.90%</b>	<b>24.89%</b>
<b>发行人</b>		<b>30.19%</b>	<b>30.60%</b>	<b>30.53%</b>	<b>30.34%</b>

报告期内，公司综合毛利率整体上较为稳定，但与同行业上市公司相比存在一定的差异，主要原因系其他同行业上市公司在产品结构及市场定位等方面与公司存在较大差异。上述可比公司中，主要从事母婴行业相关业务的公司仅有爱婴室，其毛利率与公司不存在显著差异。

#### (六) 期间费用分析

报告期内，公司各期期间费用构成及占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	占比
销售费用	133,853.05	20.97%	193,825.09	21.42%	161,795.50	19.36%	162,305.41	19.69%
管理费用	31,306.32	4.90%	43,741.70	4.83%	38,622.65	4.62%	35,903.53	4.36%

研发费用	6,320.68	0.99%	10,094.52	1.12%	8,705.72	1.04%	10,447.23	1.27%
财务费用	6,562.36	1.03%	14,475.02	1.60%	4,897.66	0.59%	293.92	0.04%
<b>合计</b>	<b>178,042.41</b>	<b>27.89%</b>	<b>262,136.33</b>	<b>28.97%</b>	<b>214,021.53</b>	<b>25.61%</b>	<b>208,950.09</b>	<b>25.35%</b>

随着公司线下门店布局范围的扩大、管理成本的提升、数字化研发等成本支出的提高，以及 2021 年开始执行新租赁准则影响，公司期间费用保持增长趋势。

## 1、销售费用

报告期内，公司各期销售费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
工资性支出	57,996.59	43.33%	83,120.75	42.88%	65,467.61	40.46%	66,936.44	41.24%
租赁及物业费	15,681.04	11.72%	23,923.50	12.34%	59,219.31	36.60%	54,580.41	33.63%
宣传费	6,574.35	4.91%	11,478.89	5.92%	9,889.53	6.11%	10,533.47	6.49%
办公费	4,630.77	3.46%	8,027.43	4.14%	7,878.74	4.87%	7,698.44	4.74%
装修费摊销	5,143.38	3.84%	6,974.69	3.60%	6,554.96	4.05%	5,804.09	3.58%
折旧及摊销	38,639.50	28.87%	51,436.14	26.54%	5,282.97	3.27%	4,581.00	2.82%
水电费	3,693.48	2.76%	5,045.98	2.60%	3,705.66	2.29%	4,515.93	2.78%
运输费	-	-	-	-	-	-	3,578.17	2.20%
安保卫生费	794.29	0.59%	1,934.29	1.00%	1,857.38	1.15%	2,034.38	1.25%
其他	699.65	0.52%	1,883.43	0.97%	1,939.34	1.20%	2,043.08	1.26%
<b>合计</b>	<b>133,853.05</b>	<b>100.00%</b>	<b>193,825.09</b>	<b>100.00%</b>	<b>161,795.50</b>	<b>100.00%</b>	<b>162,305.41</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司销售费用主要包括工资性支出、租赁及物业费、宣传费、折旧及摊销等。随着公司母婴商品销售业务及其他相关业务规模的不断扩大，公司各期销售费用金额逐年增加。其中，2021 年销售费用较 2020 年增加 32,029.59 万元，主要是由于：（1）随着公司线下门店的持续布局，相应增加门店人员编制，公司门店销售人员的工资性支出增加；（2）公司自 2021 年 1 月 1 日起开始执行新租赁准则，按准则规定新增确认租赁资产，并新增确认相应的折旧费用，由于 2021 年公司净增加门店 61 家，使得当年折旧费用与租赁及物业费合计净增加 10,857.36 万元。

## 2、管理费用

报告期内，公司各期管理费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
工资性支出	20,741.51	66.25%	27,485.06	62.83%	23,341.61	60.44%	22,480.45	62.61%
服务费	2,141.01	6.84%	4,085.17	9.34%	2,574.09	6.66%	3,037.28	8.46%
办公费	2,058.22	6.57%	2,885.04	6.60%	2,547.28	6.60%	2,850.33	7.94%
物流仓储费	1,932.24	6.17%	2,544.97	5.82%	2,541.90	6.58%	2,356.37	6.56%
折旧费	3,437.54	10.98%	3,485.25	7.97%	3,350.81	8.68%	2,049.72	5.71%
租赁费	414.33	1.32%	972.50	2.22%	2,263.40	5.86%	1,435.36	4.00%
其他费用	581.47	1.86%	2,283.71	5.22%	2,003.56	5.19%	1,694.02	4.72%
<b>合计</b>	<b>31,306.32</b>	<b>100.00%</b>	<b>43,741.70</b>	<b>100.00%</b>	<b>38,622.65</b>	<b>100.00%</b>	<b>35,903.53</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司管理费用主要包括工资性支出、服务费、办公费、折旧费等。其中，2020年公司管理费用较2019年增加2,719.12万元，主要是由于下述原因导致：①公司2019年新增门店及游乐设施等较多，导致2020年全年固定资产折旧相应增加；②随着公司业务规模的扩大，公司管理人员数量保持增长趋势，管理人员工资性支出小幅上升。

2021年公司管理费用较2020年增加5,119.05万元，主要系公司行政管理人员工资性支出增加以及服务费增加引起。随着公司业务规模的持续拓展，公司对行政管理人员综合要求相应提高，平均人力成本也随之增加；同时，2021年为提高公司数据存储、处理和业务场景的数字化能力，公司增加了云服务的采购；此外，因公司2021年在A股上市，部分上市相关费用增加，导致服务费增加。

### 3、研发费用

报告期内，公司各期研发费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
工资奖金	6,231.42	9,867.42	8,705.72	10,447.23
其他费用	89.26	227.10	-	-
<b>合计</b>	<b>6,320.68</b>	<b>10,094.52</b>	<b>8,705.72</b>	<b>10,447.23</b>

报告期内，公司各期研发费用分别为10,447.23万元、8,705.72万元、10,094.52万元和6,320.68万元，主要为研发人员工资。公司高度重视研发投入和数字化系统平台的搭建。报告期内，为迎合消费习惯的转变以及移动互联网技术的演进，公司不断加强数字化系统平台的研发升级，并持续引入了涵盖中后台研发、平台运维、前端产品研发等多个方面的IT研发人才，研发费用保持较高水平。2020

年，公司研发投入有所控制，同时，公司适当优化了研发人员的岗位结构，使得总体研发费用有所下降。

#### 4、财务费用

报告期内，公司各期财务费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
利息支出	8,511.35	11,888.62	1,410.81	1,012.17
其中：租赁负债利息支出	7,327.52	10,751.18	-	-
减：利息收入	3,531.77	1,991.74	1,200.87	1,178.39
减：利息资本化金额	522.67	96.64	-	520.98
折现损失的摊销	2.42	78.02	105.25	51.30
折现收益的摊销	-179.07	-312.10	-590.61	-529.03
汇兑损益	-733.04	216.71	721.87	-84.90
手续费	3,015.14	4,692.15	4,451.21	1,543.75
<b>合计</b>	<b>6,562.36</b>	<b>14,475.02</b>	<b>4,897.66</b>	<b>293.92</b>

报告期内，公司财务费用主要包括利息收入、利息支出、汇兑损益和手续费等。其中，公司利息支出 2021 年上升较快，主要系公司自 2021 年 1 月 1 日起开始执行新租赁准则，新增确认租赁负债，进而将租赁付款总额与其现值的差额确认为未确认融资费用，并在租赁期内进行摊销形成财务费用。利息收入主要系随着公司销售规模的不断扩大，流动性货币资金也持续增加，利息收入相应保持较高水平。2020 年公司汇兑损益较高，主要是因为汇率波动，导致欧元借款及美元存款形成汇兑损失。

2019 年至 2022 年 1-9 月，公司利息资本化金额分别为 520.98 万元、0 万元、96.64 万元和 522.67 万元。2019 年主要系公司通过贷款方式筹集资金建设江宁大仓项目形成的利息支出，该工程已于 2019 年 7 月竣工验收转为固定资产核算。2021 年主要系公司通过贷款方式筹集资金建设西南智慧物流仓项目形成的利息支出，该项目尚未建设完成。

报告期内，公司折现损失/收益的摊销系公司长期应收或应付的租赁保证金按照时间价值进行摊销产生的财务费用。

手续费主要系由于消费者购物时通过刷卡或支付宝等第三方支付平台消费产生的费用。2020 年开始，公司手续费大幅上升，主要系新增平台服务业务及

线上订单量增加导致手续费上升引起。

## （七）其他重要损益类科目

### 1、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失情况如下：

单位：万元

类别	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
使用权资产减值损失	-	-294.85	-	-
存货跌价损失	-86.69	372.24	-662.52	82.48
合计	<b>-86.69</b>	<b>77.39</b>	<b>-662.52</b>	<b>82.48</b>

2020年，公司存货跌价损失金额较大，主要因为公司存货库龄有所延长，公司相应计提了存货跌价准备。2021年末，公司对使用权资产计提了减值准备，主要系公司根据当期门店运营情况对门店资产进行减值测试，对账面价值高于可收回金额的部分计提了资产减值准备。2022年9月末，公司针对部分存货计提跌价损失，使得2022年1-9月的资产减值损失金额为86.69万元。

### 2、信用减值损失

报告期内，公司信用减值损失情况如下：

单位：万元

类别	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
应收账款坏账损失	-56.81	-140.18	-187.91	-83.84
其他应收款坏账损失	80.41	-54.62	-272.45	462.63
一年内到期非流动资产坏账损失	-0.05	-0.26	-0.18	-0.14
长期应收款坏账损失	-0.24	-0.64	-0.58	-0.78
合计	<b>23.31</b>	<b>-195.70</b>	<b>-461.12</b>	<b>377.87</b>

报告期内，公司信用减值损失主要为应收账款和其他应收账款的坏账损失，整体金额较小。

### 3、其他收益

单位：万元

类别	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
产业发展补助金	1,580.68	3,716.58	2,616.71	985.77
税收返还	239.48	371.63	849.08	925.24
财政奖励	834.38	486.91	435.43	446.85
服务业发展专项补助	238.00	78.00	8.77	315.95
主导产业奖励	-	190.00	-	-

类别	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
招商引资补贴	-	-	-	202.20
其他	-	-	11.62	-
合计	<b>2,892.54</b>	<b>4,843.12</b>	<b>3,921.60</b>	<b>2,876.01</b>

报告期内，公司其他收益主要系与日常经营相关的产业发展补助金。

#### 4、投资收益

报告期内，公司投资收益情况如下：

单位：万元

类别	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
对非金融机构的利息收入	-	-	24.34	250.45
交易性金融资产持有期间取得的投资收益	2,266.81	5,578.99	5,239.49	4,714.96
合计	<b>2,266.81</b>	<b>5,578.99</b>	<b>5,263.83</b>	<b>4,965.41</b>

2019年、2020年、2021年和2022年1-9月，公司投资收益金额分别为4,965.41万元、5,263.83万元、5,578.99万元和2,266.81万元，占营业收入的比例分别为0.60%、0.63%、0.62%和0.36%，主要为理财产品取得的收益。

#### 5、公允价值变动收益

单位：万元

类别	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	741.15	740.01	1,357.68	47.38
合计	<b>741.15</b>	<b>740.01</b>	<b>1,357.68</b>	<b>47.38</b>

报告期内，公允价值变动收益主要系公司购买的期末未到期的金融机构理财产品形成的收益。

#### 6、资产处置损失

单位：万元

类别	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
非流动资产处置损失	-99.75	-200.87	-48.66	-387.80
使用权资产处置收益	185.31	597.16	-	-
合计	<b>85.56</b>	<b>396.30</b>	<b>-48.66</b>	<b>-387.80</b>

报告期内，公司资产处置损失主要系公司将包括货架、电子产品等在内的固定资产报废或提足折旧后的固定资产进行售卖处理形成的损失。公司自2021年1月1日起开始执行新租赁准则，因部分门店关闭或租约变更，按使用权资产处

置进行财务处理，使用权资产与租赁负债账面价值的差额确认为处置收益。

## 7、营业外收支

### (1) 营业外收入分析

单位：万元

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
罚没收入	58.59	42.42%	242.46	46.03%	193.82	45.38%	528.03	74.51%
其他	79.54	57.58%	284.33	53.97%	233.25	54.62%	180.66	25.49%
<b>合计</b>	<b>138.13</b>	<b>100.00%</b>	<b>526.79</b>	<b>100.00%</b>	<b>427.08</b>	<b>100.00%</b>	<b>708.69</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司营业外收入主要为罚没供应商款项和其他收入。由于近年来公司市场地位不断提升，对供应商供货要求也逐步提高，罚没收入主要是由于供应商未及时供货等原因，公司根据协议规定对供应商的罚没收入。其他营业外收入主要为物资损害赔偿款。

### (2) 营业外支出分析

单位：万元

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
捐赠支出	964.33	73.11%	1,276.70	73.88%	181.95	49.72%	-	-
其他	354.65	26.89%	451.47	26.12%	184.01	50.28%	285.01	100.00%
<b>合计</b>	<b>1,318.98</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,728.16</b>	<b>100.00%</b>	<b>365.96</b>	<b>100.00%</b>	<b>285.01</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司营业外支出主要为因闭店产生的损失、其他罚没支出及公益捐赠款等。

## 8、所得税费用

单位：万元

类别	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
当期所得税费用	3,516.13	4,543.37	8,827.45	9,842.14
递延所得税费用	-805.96	-1,765.94	200.07	-23.64
<b>合计</b>	<b>2,710.17</b>	<b>2,777.43</b>	<b>9,027.52</b>	<b>9,818.49</b>

2021年，公司所得税费用较2020年减少6,250.09万元，主要是由于：①公司2021年利润总额较上年下降，导致当期所得税费用相应减少；②公司自2021年1月1日起开始执行新租赁准则，按准则规定新增确认使用权资产及租赁负债，因会计处理中折旧费用及利息费用与税法规定可以税前扣除的金额存在差异，产生递延所得税资产大幅增加。

2022年1-9月，公司所得税费用为3,516.13万元，主要是由于公司2022年一季度利润总额为负，仅部分达到盈利状态的子公司缴纳企业所得税，导致当期所得税费用减少，递延所得税资产增加。

### （八）非经常性损益分析

报告期内，公司非经常性损益情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
非流动资产处置损益	85.56	396.30	-48.66	-387.80
计入当期损益的政府补助	2,892.54	4,843.12	3,921.60	2,876.01
计入当期损益的对非金融企业的利息收入	-	-	24.34	250.45
持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	3,007.96	6,319.00	6,597.17	4,762.34
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-1,180.97	-1,201.37	61.11	423.68
<b>小计</b>	<b>4,805.09</b>	<b>10,357.04</b>	<b>10,555.56</b>	<b>7,924.67</b>
减：所得税影响额	929.04	2,347.36	2,485.41	1,931.46
<b>归属于母公司股东的非经常性损益影响净额</b>	<b>3,876.06</b>	<b>8,009.69</b>	<b>8,070.15</b>	<b>5,993.21</b>
<b>扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润</b>	<b>11,305.15</b>	<b>12,152.47</b>	<b>31,031.44</b>	<b>31,747.67</b>

2019年度、2020年度、2021年度和2022年1-9月，公司扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为31,747.67万元、31,031.44万元、12,152.47万元和11,305.15万元；公司扣除所得税影响后的非经常性损益净额占当期归属于母公司所有者净利润的比重分别为15.88%、20.64%、39.73%和25.53%。

报告期内，公司非经常性损益主要由政府补助、投资收益等项目构成，公司对非经常性损益不存在重大依赖。

## 八、发行人现金流量分析

报告期内，公司整体现金流量状况良好，现金流量基本情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
经营活动产生的现金流量净额	63,167.11	59,860.42	86,811.02	88,560.09
投资活动产生的现金流量净额	-859.29	-120,749.52	-19,729.27	-58,045.56
筹资活动产生的现金流量净额	-40,339.61	4,144.82	-1,805.54	13,053.69
汇率变动对现金及现金等价物的影响	180.92	-102.83	-247.69	84.90
现金及现金等价物净增加额	22,149.14	-56,847.11	65,028.52	43,653.12



## （一）经营活动产生的现金流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量主要项目情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
销售商品、提供劳务收到的现金	724,348.44	1,027,547.02	961,534.77	1,055,141.46
收到的税费返还/政府补助	5,990.84	4,278.57	5,015.89	2,876.01
收到其他与经营活动有关的现金	2,676.90	1,579.06	4,739.99	2,320.93
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>733,016.18</b>	<b>1,033,404.65</b>	<b>971,290.64</b>	<b>1,060,338.40</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	558,581.95	822,123.77	753,516.46	851,449.35
支付给职工以及为职工支付的现金	93,573.20	122,655.35	95,330.55	96,335.27
支付的各项税费	14,452.21	21,540.42	29,354.75	20,539.72
支付其他与经营活动有关的现金	3,241.71	7,224.69	6,277.87	3,453.96
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>669,849.06</b>	<b>973,544.23</b>	<b>884,479.62</b>	<b>971,778.31</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>63,167.11</b>	<b>59,860.42</b>	<b>86,811.02</b>	<b>88,560.09</b>

2019年、2020年、2021年和2022年1-9月，公司经营活动产生的现金流量净额分别为88,560.09万元、86,811.02万元、59,860.42万元和63,167.11万元。公司处于零售行业，主要采取即时结算方式，回款能力较强，使得公司经营性现金流较为充裕。

报告期内，公司净利润与经营活动现金流量净额差异具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
净利润	15,028.96	20,121.98	39,101.59	37,740.88
加：资产减值损失	86.69	-77.39	662.52	-82.48
信用减值损失	-23.31	195.70	461.12	-377.87
固定资产折旧	7,299.33	9,893.98	9,316.57	7,639.68
使用权资产折旧	36,817.74	49,753.74	-	-
无形资产摊销	838.23	912.73	805.30	681.20
长期待摊费用摊销	6,246.08	9,713.79	8,842.36	7,860.77
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失	-85.56	-396.30	48.66	387.80
财务费用	6,839.27	11,038.66	2,155.19	406.29
投资收益	-2,266.81	-5,578.99	-5,263.83	-4,965.41
公允价值变动收益	-741.15	-740.01	-1,357.68	-47.38
折现收益的摊销	-176.65	-234.08	-485.36	-477.73
递延收益摊销	-175.91	-637.81	-272.47	-32.62
递延所得税资产减少/（增加）	-713.61	-1,551.16	455.15	-710.77
递延所得税负债（减少）/增加	-103.09	-214.78	-255.09	687.13
员工激励	-	-	-	199.40

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
存货的减少/（增加）	-3,080.20	3,470.02	4,662.07	-21,426.32
经营性应收项目的（增加）/减少	11,995.19	-14,162.51	-3,761.03	6,412.70
经营性应付项目的增加	-14,618.09	-21,647.16	31,695.93	54,664.82
经营活动产生的现金流量净额	63,167.11	59,860.42	86,811.02	88,560.09

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额高于净利润的主要原因系固定资产折旧、长期待摊费用摊销、投资收益、存货及经营性应收应付项目的变动导致。受零售行业经营特点影响，公司经营回款较快，且可利用对供应商议价能力，获取有利的付款条件，因此现金流较为充裕，且高于净利润，与同行业可比公司较为一致。其中，2020年公司经营活动产生的现金流量净额较2019年下降1,749.07万元，主要系公司存货减少、经营性应收项目和经营性应付项目增加导致；2021年公司经营活动产生的现金流量净额较2020年减少26,950.60万元，主要是由于经营性应付项目减少。

## （二）投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量主要项目情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
收回投资收到的现金	472,887.45	2,189,129.34	1,342,685.69	1,590,337.90
取得投资收益收到的现金	2,973.64	7,555.19	6,081.42	4,965.41
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	264.22	70.42	332.52	62.24
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>476,125.30</b>	<b>2,196,754.95</b>	<b>1,349,099.62</b>	<b>1,595,365.55</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	17,907.87	51,895.10	21,106.56	38,689.33
投资支付的现金	459,076.71	2,265,609.36	1,347,722.34	1,614,721.79
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>476,984.59</b>	<b>2,317,504.46</b>	<b>1,368,828.90</b>	<b>1,653,411.11</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-859.29</b>	<b>-120,749.52</b>	<b>-19,729.27</b>	<b>-58,045.56</b>

2019年、2020年、2021年和2022年1-9月，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-58,045.56万元、-19,729.27万元、-120,749.52万元和-859.29万元。其中，投资支付及收回投资收到的现金主要系公司购买及赎回低风险理财产品所支付或收回的现金；取得投资收益收到的现金主要系购买理财产品所产生的收益；购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金主要系建设西南智慧物流仓以及为新设门店购置的固定资产所支付的现金。

### （三）筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量主要项目情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
吸收投资所收到的现金	196.00	58,699.15	-	-
取得借款收到的现金	16,594.80	13,599.89	21,726.59	13,982.19
收到的其他与筹资活动有关的现金	97.64	328.13	-	-
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>16,888.44</b>	<b>72,627.17</b>	<b>21,726.59</b>	<b>13,982.19</b>
偿还债务支付的现金	11,732.00	10,522.45	20,971.07	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	3,134.74	1,595.44	1,421.86	908.84
支付其他与筹资活动有关的现金	42,361.31	56,364.46	1,139.19	19.66
<b>筹资活动现金流出小计</b>	<b>57,228.05</b>	<b>68,482.35</b>	<b>23,532.13</b>	<b>928.50</b>
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-40,339.61</b>	<b>4,144.82</b>	<b>-1,805.54</b>	<b>13,053.69</b>

2019年、2020年、2021年和2022年1-9月，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为13,053.69万元、-1,805.54万元、4,144.82万元和-40,339.61万元。其中，2020年筹资活动产生的现金流量为净流出1,805.54万元，主要是由于公司当期偿还了银行借款20,971.07万元。2021年筹资活动产生的现金流量为净流入4,144.82万元，一方面是由于公司当期完成首次公开发行，取得募集资金总额58,699.15万元；另一方面系公司执行新租赁准则后，将偿还租赁负债本金和利息所支付的现金计入筹资活动现金流出导致。2022年1-9月，公司筹资活动产生的现金流量净额为-40,339.61万元，主要系公司执行新租赁准则后，将偿还租赁负债本金和利息所支付的现金计入筹资活动现金流出导致。

## 九、重大资本性支出情况调查

### （一）报告期内重大资本性支出情况

报告期内，公司重大资本性支出主要为新设门店的装修支出、门店游乐设施购买支出、西南智慧物流仓建设项目支出等固定资产支出，2019年、2020年、2021年和2022年1-9月，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38,689.33万元、21,106.56万元、51,895.10万元和17,907.87万元，主要来源于银行贷款或自有资金。

其中，新设门店的装修支出以及门店游乐设施的购买支出为公司在报告期内持续进行线下门店建设，促进线上线下全渠道融合，满足顾客全方位服务需求的

必要投资，具有合理性。西南智慧物流仓建设项目支出系公司为满足商品物流仓储需求，建设的物流仓储基地，该项目将以更高效的供应链管理系统，和更先进的物流仓配系统，打破线上线下的物流配送界限，满足西南地区市场需求。

## **（二）未来重大资本性支出计划**

在未来两到三年，公司可预见的重大资本性支出主要为本次发行募集资金拟投资的项目，详见本募集说明书之“第七节 本次募集资金运用”。

# **十、技术创新分析**

## **（一）科技创新**

### **1、构建全渠道数字化平台战略，为公司业务发展和高效管理赋能**

近年来，公司沿着“信息化——在线化——智能化”的发展路径，持续加强数字化技术的投入，2019年、2020年、2021年和2022年1-9月，公司研发费用分别达到10,447.23万元、8,705.72万元、10,094.52万元和6,320.68万元，研发费率分别为1.27%、1.04%、1.12%和0.99%，高于行业可比上市公司平均水平。报告期内，公司构建了以孩子王APP、微信小程序、扫码购自助下单、线下触屏、云POS为代表的前端系统，以WMS、OMS、TMS、BMS为代表的业务系统，和以业务中台、数据中台、AI中台为代表的数字化中台系统，实现前台、中台、后台数据的实时连接和数据智能化需求，打造了“用户、员工、商品、服务、管理”等生产要素的数字化在线，为公司业务发展和高效管理赋能。

截至2022年9月末，公司已完成线下504家大型实体门店的全面数字化升级，服务会员数量超过5,500万人。随着互联网消费模式的快速革新以及公司全渠道战略融合，线上销售收入占比持续提升，由2019年的16.47%上升至2022年1-9月的48.84%。

### **2、充分运用数字化技术和工具，实现消费者精准洞察和运营管理效率的提升**

公司充分运用数字化技术，在服务过程中完成了用户数据的采集，建立了400+个基础用户标签和1,000+个智能模型，形成了“千人千面”的服务方式。同时，公司开发了1,300多个数字化工具，实现了全运营流程的数字化覆盖。其中，

公司自主开发了管理工具“人客合一”APP，公司的育儿顾问可基于前端用户的身份信息、行为信息、交易信息的采集和分析，充分了解到用户的行为特征与购物服务需求，真正实现消费者精准洞察和运营效率的提升。

## **（二）模式创新**

### **1、创新性采用全渠道策略，打造“无界”的运营模式**

公司创新性的打造了全渠道营销网络，建立了品牌和用户互相感知和交互的多个触点，及时准确地满足消费者全方位的需求。在线下渠道方面，截至 2022 年 9 月末，公司已在 20 个省（市）开设了 504 家实体门店，实现了多区域覆盖；在线上渠道方面，公司构建了移动端 APP、微信公众号、小程序、微商城等多线布局，形成了线上渠道全面覆盖的运营网络。随着线上线下的融合，公司打造了全渠道“无界”的运营模式。

### **2、创新性采用大店模式，打造一站式购物场景**

随着经济的快速发展和社会的不断进步，人们的消费理念和生活方式实现了更新与升级，城市购物中心体量规模持续增长，大型综合购物中心成为消费者业余休闲生活的重要场所，具有一定的稀缺性。公司紧跟市场发展趋势，自成立以来创新性的深耕大店模式，平均单店面积约 2,300 平米（最大单店面积超过 7,000 平米），主要集中在大型综合购物中心内，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，为消费者打造一站式购物场景，成为中国亲子家庭社交汇聚场所及品质生活场景的重要组成部分。

### **3、创新性采用“商品+服务+社交”的运营模式，满足消费者多元化需求**

公司自成立以来，围绕孩子成长过程中衣、食、住、行、用、玩、教等各种体验场景，创新性采用“商品+服务+社交”的运营模式，在提供母婴商品及服务的基础上，以情感为纽带，以线下活动为社交载体，充分发挥大店优势，构建了丰富的消费场景，并通过单店每年举办百余场孕妈妈、儿童互动活动，为亲子家庭构建多样化的互动社区，可同时满足消费者购物、服务、社交等多重需求。

### **4、创新性采用“育儿顾问”模式，提升消费者体验**

公司自成立以来高度重视消费者体验，创新性采用“育儿顾问”模式，作为

公司与顾客之间的纽带，成为向顾客推荐产品和服务的有效触点之一。公司的育儿顾问拥有营养师、母婴护理师、儿童成长培训师等多重角色，既懂得顾客的需求又拥有丰富的育儿经验和育儿知识，可以为顾客提供孕婴童商品推荐、新生儿产后护理咨询、育儿经验指导等一站式育儿服务。截至2022年3月末，公司已拥有近4,700名持有国家育婴员职业资格的育儿顾问，在行业内具有明显优势。

### **5、创新性采用“重度会员下的单客经济模式”，提升会员产值**

随着零售行业从单纯追求流量经济、规模经济向深度挖掘客户价值转变，公司打造了从“互动产生情感—情感产生黏性—黏性带来高产值会员—高产值会员口碑影响潜在消费会员”的整套“单客经济”模型，并在全业务体系推广。截至2022年9月末，公司会员人数超过5,500万人，较2019年初的2,452万人增长一倍，其中最近一年活跃用户近1,000万人，会员贡献收入占公司全部母婴商品销售收入的96%以上。同时，公司推出了付费会员——黑金PLUS会员，截至2022年9月末，公司累计黑金会员规模超过85万人，单客年产值达到普通会员的13倍左右。

### **（三）业态创新**

公司依托平台优势，打造了面向亲子家庭的大母婴产业生态，并结合自身的会员体系、门店布局和数字化技术优势，与大型母婴品牌商、经销商、母婴周边服务机构深度合作，除提供丰富的商品外，还构建了面向家长的育儿服务平台和面向儿童的成长服务平台。其中，育儿服务平台系为孕妇及新生儿家庭提供包括月嫂、育儿嫂、产康等在内的一站式服务资源，而成长服务平台则致力于为儿童提供优质的包括才艺、运动、摄影等在内的一体化的成长服务资源，从而打造了多产业融合发展的育儿和成长生态圈。2019年-2021年，公司服务业务收入总体呈上升趋势，盈利能力不断增强。

## **十一、重大担保、仲裁、诉讼、其他或有事项和重大期后事项**

### **（一）重大担保事项**

截至本募集说明书签署日，公司不存在对外担保事项。

## （二）重大仲裁、诉讼事项

截至本募集说明书签署日，发行人及其下属企业涉及的标的金额500万元以上的未决诉讼共2笔，具体情况如下：

### 1、与浙江天元等各方的未决诉讼

#### ① 以浙江天元及南京平盛为被告

2021年9月14日，童联供应链就其与浙江天元建设（集团）股份有限公司（以下简称“浙江天元”）在《建设工程施工合同》下的建设工程缺陷维修损失及赔偿纠纷，以浙江天元、上海环创机电工程有限公司（以下简称“上海环创”）、南京市平盛市政工程有限公司（以下简称“南京平盛”）作为被告，向江宁经济技术开发区人民法院提起诉讼（案号为：（2021）苏0191民初6233号），诉请判令：（1）浙江天元向童联供应链赔偿工程修复费用暂计4,216,497.56元，其他修复费用数额待鉴定后明确（对于搬仓、拆装货架等相关损失，童联供应链保留另案向浙江天元主张的权利）；（2）浙江天元向童联供应链支付违约金3,274,000元；（3）上海环创对其分包工程范围内的工程修复费用与浙江天元共同向童联供应链承担连带责任；（4）南京平盛对其分包工程范围内的工程修复费用与浙江天元共同向童联供应链承担连带责任；（5）浙江天元、上海环创以及南京平盛承担本案的鉴定及诉讼费用。

2021年11月11日，童联供应链增加江苏鲁邦建设有限公司为被告四（以下简称“江苏鲁邦”），并变更诉讼请求：（1）浙江天元向童联供应链赔偿工程修复费用暂计1,320万元，其他修复费用数额待鉴定后明确（对于搬仓、拆装货架等相关损失，童联供应链保留另案向浙江天元主张的权利）；（2）浙江天元、上海环创、南京平盛及江苏鲁邦承担本案的鉴定及诉讼费用；（3）江苏鲁邦对其违法分包或转包工程范围内的工程修复费用与浙江天元、上海环创共同向原告承担连带责任。

2022年6月，经童联供应链申请，江宁经济技术开发区人民法院作出裁定准许童联供应链撤回（2021）苏0191民初6233号案件中对上海环创及江苏鲁邦的起诉。

2022年9月5日，童联供应链申请变更（2021）苏0191民初6233号案件的诉讼

请求为：（1）判令浙江天元向童联供应链赔偿委托第三方代为对工程维修及检测的费用计757,654.23元（对于搬仓、拆装货架等相关损失，童联供应链保留另案向浙江天元主张的权利），以及应向童联供应链赔偿案涉工程室外道路及室内地坪修复费用计26,876,253.07元；以上合计27,633,907.3元；（2）原第（2）项诉讼请求不变更，即判令浙江天元向童联供应链支付违约金3,274,000元（以审定总金额为163,700,000元为基数并按2%的标准计算）；（3）判令南京平盛对第（1）项诉请赔偿的工程室外道路及室内地坪修复费用共计26,876,253.07元与浙江天元共同向童联供应链承担连带责任；（4）判令由浙江天元和南京平盛承担本案的全部鉴定费用804,812元及保全费用、诉讼费用；

2022年9月15日，江宁经济技术开发区人民法院作出（2021）苏0191民初6233号判决书，判决：（1）浙江天元支付童联供应链14,659,815元；（2）南京平盛对前述款项中的1,733,443.21元部分承担连带责任；（3）浙江天元支付童联供应链维修费、检测费合计283,882.60元；（4）南京平盛支付童联供应链检测费20,000元；（5）驳回童联供应链的其他诉讼请求。

截至本募集说明书签署日，童联供应链、浙江天元、南京平盛均已向南京市中级人民法院提起上诉，该案二审将于2023年4月28日组织听证。

## ② 以浙江天元、上海环创及江苏鲁邦为被告

2022年6月，童联供应链就其与浙江天元建设（集团）股份有限公司（以下简称“浙江天元”）在《建设工程施工合同》下的建设工程缺陷维修损失及赔偿纠纷，以浙江天元、上海环创机电工程有限公司（以下简称“上海环创”）及江苏鲁邦建设有限公司（以下简称“江苏鲁邦”）为被告，向江宁经济技术开发区人民法院提起诉讼，诉请判令：（1）浙江天元向童联供应链赔偿消防工程修复费用暂计270万元，其他修复费用数额待鉴定后明确；（2）上海环创、江苏鲁邦与浙江天元共同向童联供应链承担连带责任；（3）浙江天元、上海环创及江苏鲁邦承担本案的鉴定及诉讼费用。

该案于2022年7月21日开庭审理，截至本募集说明书签署日，法院尚未作出判决。

## 2、与正荣财富的租赁纠纷



2022年8月，福建孩子王儿童用品有限公司莆田荔城镇海店（以下简称“荔城镇海店”）就其与正荣财富（福建）置业有限公司（以下简称“正荣财富”）的租赁纠纷一案，以正荣财富作为被告，向莆田市荔城区人民法院提起诉讼，诉讼请求判令：（1）判令正荣财富向荔城镇海店返还合同履行保证金40万元；（2）判令正荣财富向福荔城镇海店支付违约金313,144.17元；（3）判令正荣财富赔偿荔城镇海店损失16,404,281.30元（包括租金差价损8,808,711.25元、经营损失2,215,956.72元、固定资产损失2,378,020.96元、装饰装修费1,526,585.44元、会员退费损失119,455.90元、员工工资及遣散损失1,355,551.03元），以上暂共计17,117,425.47元；（4）本案诉讼费、保全费由正荣财富承担。

截至本募集说明书签署日，该案尚未开庭。

上述未决诉讼金额占发行人最近一期经审计净资产比例较低，不会对发行人的持续经营造成重大不利影响。截至本募集说明书签署日，发行人不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

### **（三）其他或有事项**

截至本募集说明书签署日，公司不存在其他或有事项。

### **（四）重大期后事项**

截至本募集说明书签署日，公司不存在重大期后事项。

## **十二、本次发行的影响**

本次募集资金投资项目均立足于公司现有主营业务，符合公司整体的发展战略。其中，“零售终端建设项目”系公司计划未来3年在江苏、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；“智能化物流中心建设项目”系为配合现有门店布局及未来门店拓展规划，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，同时增加公司自建西南物流仓的智能化设备投入，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。

本次募集资金投资项目实施后,将有效提升公司的全渠道获客能力和仓储物流的运行效率,充分发挥公司在品牌、渠道、会员管理、供应链管理等多方面优势,增强公司的整体竞争力,提高公司的盈利能力和市场地位,促进公司持续、健康发展。

本次发行不会导致上市公司控制权发生变化。

## 第六节 合规经营与独立性

### 一、报告期内发行人及其董事、监事、高级管理人员、控股股东、实际控制人的合法合规情况

#### (一) 发行人涉及的违法违规行及受到处罚的情况

##### 1、日常运营相关主管部门处罚的情形

公司作为母婴童商品零售企业，主要采用直营门店和线上销售相结合的模式开展业务。截至 2022 年 9 月末，公司已在江苏、安徽、四川、湖南、浙江、山东等全国 20 个省（市）、188 个城市（含县级市）开设了 504 家直营门店，遍布范围较广。报告期内，公司的直营门店能够做到规范管理、合法经营，但仍有少数门店在日常经营过程中，存在因管理疏漏被消防、卫生、市场监督等政府监管部门罚款的情形，相关行政处罚均属于主管部门对相关门店的日常监管处罚，罚款金额较小，相关处罚事项未对发行人正常运营产生重大不利影响，不属于重大违法违规情形。

报告期内，根据行政处罚决定书，发行人及其分子公司受到罚款以上行政处罚共计 72 项，其中 2019 年 11 项，2020 年 15 项，2021 年 24 项，2022 年 1-9 月 22 项，具体情况如下：

序号	被处罚主体	处罚部门	文号	处罚时间	处罚原因	处罚内容
1	上海爱乐孩子王实业有限公司松江店	上海市松江区市场监督管理局	沪监管松处字[2019]第 272018004854 号	2019.1.25	销售不合格商品	罚款 5,000 元
2	孩子王儿童用品股份有限公司无锡惠山万达店	无锡市惠山区市场监督管理局	惠山市监案字[2019]0082 号	2019.2.28	销售不合格商品	没收违法所得 650 元，罚款 650 元
3	江西孩子王儿童用品有限公司萍乡润达店	国家税务总局萍乡市安源区税务局	安源税一简罚[2019]50063 号	2019.3	专用发票遗失一份两张	罚款 100 元
4	山东孩子王儿童用品有限公司济南世茂店	济南市历下区市场监督管理局	济历下市场监检处字[2018]第 211 号	2019.3.21	销售不合格商品	责令停止销售，没收违法所得 16.32 元，罚款 163.2 元
5	上海爱乐	上海市杨浦区市场监督管理局	沪监管杨处字（2019）第 102018000492 号	2019.3.21	销售不合格商品	没收违法所得 5,617.52 元，罚款 105,840.18 元
6	孩子王儿童用品股份有限公司常州吾悦国际店	常州市钟楼区市场监督管理局	常钟市监案[2019]00038 号	2019.4.17	销售不合格商品	没收不合格商品、违法所得 759.45 元，罚款 5,000 元

序号	被处罚主体	处罚部门	文号	处罚时间	处罚原因	处罚内容
7	重庆童联孩子王儿童用品有限公司星光时代店	重庆市南岸区市场监督管理局	渝南岸市监经处字[2019]6号	2019.5.15	销售不合格商品	没收不合格商品, 罚款 20,000 元
8	广东孩子王儿童用品有限公司东莞东城分店	国家税务总局东莞市税务局东城区税务分局	东税东城简罚[2019]151097	2019.5.24	未按照规定期限办理纳税申报和报送纳税资料	罚款 200 元
9	天津童联孩子王儿童用品有限公司熙悦汇店	天津市南开区市场监督管理局	津市南开稽罚[2019]183-62号	2019.7.5	销售不合格商品	责令停止销售不合格产品, 罚款 6,107.85 元
10	宁波孩子王儿童用品有限公司世纪东方店	宁波市鄞州区市场监督管理局	甬鄞市监处[2019]794号	2019.10.9	销售不合格商品	没收违法所得 725.4 元, 罚款 2,775 元
11	宁波孩子王儿童用品有限公司余姚万达店	余姚市市场监督管理局	余市监处[2019]531号	2019.10.21	销售不合格商品	责令停止销售不合格产品; 没收不合格产品; 没收违法所得 262.20 元, 并罚款 1,095 元
12	孩子王儿童用品股份有限公司邳州新苏广场店	邳州市城市管理局	(2020)邳城管罚 039 号	2020.1.7	户外广告不符合市容管理规定	罚款 5,000 元
13	杭州孩子王儿童用品有限公司台州万达广场店	台州市公安消防支队开发区大队	开(消)行罚决字[2020]第 0009 号	2020.2.12	占用、堵塞疏散通道、安全出口	罚款 5,000 元
14	四川孩子王儿童用品有限公司绵阳涪城万达店	绵阳市涪城区市场监督管理局	川市监绵涪罚字[2020]0030号	2020.2.12	销售不合格商品	责令改正, 没收不合格商品、违法所得 599.25 元, 罚款 9,400.75 元
15	安徽孩子王儿童用品有限公司蚌埠万达店	蚌埠市市场监督管理局	蚌市监食罚[2019]107号	2020.3.2	经营无中文标签的进口预包装食品	没收违法经营的食物, 罚款 5,000 元
16	重庆童联孩子王儿童用品有限公司万象城店	重庆市九龙坡区消防救援支队	九(消)行罚决字(2020)0044号	2020.4.15	占用疏散通道	罚款 5,000 元
17	孩子王儿童用品股份有限公司无锡滨湖万达店	无锡市滨湖区市场监督管理局	锡滨市监案字[2020]00076号	2020.4.16	销售不合格商品	没收不合格产品, 罚款 790 元
18	厦门童联孩子王儿童用品有限公司集美万达店	厦门市集美区消防救援大队	集消行罚决字[2020]0021号	2020.5.20	占用疏散通道	罚款 9,900 元
19	湖北孩子王儿童用品有限公司宜昌万达店	宜昌市伍家岗区市场监督管理局	宜伍市监处字(2020)58号	2020.6.24	销售不合格商品	没收不合格商品, 罚款 5,000 元
20	杭州孩子王儿童用品有限公司义乌新科路店	义乌市卫生健康局	义卫公罚[2020]328号	2020.9.10	安排未获得有效健康合格证明的人员直接为顾客服务	警告, 罚款 500 元
21	杭州孩子王儿童用品有限公司城西银泰店	杭州市拱墅区市场监督管理局	(杭拱)市监祥罚处字[2020]048号	2020.10.14	销售不合格商品	没收不合格商品, 没收违法所得 99 元, 罚款 500 元
22	孩子王儿童用品	无锡市惠山区市	惠山市监案字	2020.11.16	销售不合格	罚款 1,674 元,

序号	被处罚主体	处罚部门	文号	处罚时间	处罚原因	处罚内容
	股份有限公司无锡惠山万达店	市场监督管理局	(2020)1-038号		商品	没收违法所得234元
23	孩子王儿童用品股份有限公司盐城宝龙广场店	盐城市市场监督管理局	盐市监案[2020]12007号	2020.11.25	销售不合格商品	责令停止销售, 罚款438元
24	孩子王儿童用品股份有限公司扬州邗江京华城店	扬州市邗江区市场监督管理局	扬邗市监处字[2020]109号	2020.11.30	销售不合格商品	没收不合格商品, 没收违法所得98.88元, 罚款476元
25	广东孩子王	国家税务总局广州市荔湾区税务局	穗荔税一所简罚[2020]705号	2020.12.23	丢失已填开的非定额发票	罚款40元
26	湖南童联儿童用品有限公司邵阳友阿广场店	邵阳市双清区市场监督管理局	邵双市监案字[2020]144号	2020.12.30	发布虚假广告	责令停止违法行为, 消除影响, 并处罚款30,000元
27	山东孩子王儿童用品有限公司滕州万达店	滕州市市场监督管理局	滕市监处[2021]54号	2021.1.5	销售不合格商品	没收不合格商品, 没收违法所得43元, 罚款878.15元
28	孩子王儿童用品股份有限公司宜兴万达店	无锡市宜兴市消防大队	锡宜(消)行罚决字[2021]0008号	2021.1.8	堵塞安全出口	罚款5,000元
29	孩子王儿童用品股份有限公司盐城中南城店	盐城市消防救援支队	盐(消)行罚决字[2021]0005号	2021.1.26	消防设施设置不符合标准	罚款5,000元
30	孩子王儿童用品股份有限公司盐城中南城店	盐城市消防救援支队	盐(消)行罚决字[2021]0006号	2021.1.26	擅自拆除消防设施器材	罚款5,000元
31	杭州孩子王儿童用品有限公司衢州时代广场店	柯城区市场监督管理局	柯市监案字[2020]15号	2021.2.22	销售不合格商品	责令停止销售不合格产品, 没收违法所得189元, 罚款2,786元
32	广东孩子王儿童用品有限公司东莞厚街康乐北路店	东莞市市场监督管理局	东市监罚(2021)060303A31号	2021.3.3	销售不合格商品	责令停止销售不合格产品, 没收违法所得227.2元, 罚款1,656元
33	杭州孩子王儿童用品有限公司拱墅万达广场店	杭州市拱墅区市场监督管理局	(杭拱)市监智罚处字[2020]50号	2021.3.10	销售不合格商品	没收违法所得11.36元, 罚款2,000元
34	杭州孩子王儿童用品有限公司滨江天街店	杭州市高新技术产业开发区(滨江)市场监督管理局	杭(滨)市监处字[2021]322302号	2021.3.25	销售不合格商品	责令停止销售不合格产品, 没收违法所得233.28元, 罚款594元
35	重庆童联孩子王儿童用品有限公司英利广场店	重庆市渝中区卫生健康委员会	渝中卫公罚[2021]14号	2021.3.29	安排未获得健康合格证的人员直接为顾客服务	警告, 罚款500元
36	宁波孩子王儿童用品有限公司鄞州万达店	宁波市鄞州区市场监督管理局	甬鄞市监处[2021]130号	2021.4.1	销售不合格商品	罚款15,000元
37	湖南童联儿童用品有限公司长沙步步高店	长沙市高新区消防救援大队	高(消)行罚决字[2021]0096号	2021.5.14	消防设施未保持完好有效、占用安	罚款20,000元

序号	被处罚主体	处罚部门	文号	处罚时间	处罚原因	处罚内容
					全出口	
38	山东孩子王儿童用品有限公司枣庄薛城万达店	枣庄市薛城区市场监督管理局	薛市监处[2021]63号	2021.5.31	销售不合格商品	责令停止销售不合格童装,没收不合格童装2件,罚款596元
39	杭州孩子王儿童用品有限公司新塘路店	杭州市江干区市场监督管理局	杭上市监委四罚处[2021]080号	2021.6.21	销售不合格商品	责令停止销售不合格产品,没收违法所得141.92元,罚款958.5元。
40	上海孩子王	国家税务总局上海市杨浦区税务局第一税务所	沪税杨简罚[2021]415号	2021.7.19	遗失增值税发票税控设备	罚款500元
41	湖南童联儿童用品有限公司长沙西子一间店	长沙市雨花区消防救援大队	雨消行罚决字[2021]0189号	2021.8.18	消防设施未保持完好有效	罚款6,000元
42	天津孩子王	天津市河东区消防救援支队	东(消)行罚决字[2021]0061号	2021.8.27	消防设施未保持完好有效	罚款9,000元
43	杭州孩子王儿童用品有限公司萧山恒隆广场店	杭州市萧山区市场监督管理局	萧市监二处字[2021]101号	2021.9.1	销售不合格商品	没收1个不合格电玩具,没收违法所得147元,罚款213.5元
44	杭州孩子王儿童用品有限公司绍兴柯桥万达店	柯桥区市场监督管理局	绍柯市监处罚[2021]1180号	2021.9.9	销售不合格商品	没收不合格童装4件,没收违法所得20.46元,罚款979.54元
45	天津童联孩子王儿童用品有限公司熙悦汇店	天津市南开区市场监督管理局	津开市监处罚[2021]1549-1495号	2021.10.19	销售不合格商品	没收违法所得11.31元,罚款1,201.50元
46	杭州孩子王儿童用品有限公司乐堤港店	杭州市拱墅区市场监督管理局	(杭拱)市监小处罚[2021]025号	2021.11.5	销售不合格商品	没收违法所得296.36元;罚款人民币6,214元
47	青岛孩子王儿童用品有限公司即墨宝龙广场店	即墨区市场监督管理局	青即市监行处[2021]973号	2021.12.1	销售不合格商品	没收违法所得人民币256.32元,罚款人民币534元
48	河南童联孩子王儿童用品有限公司三门峡万达店	三门峡市市场监督管理局湖滨分局	三市监湖处[2021]208号	2021.12.8	不正当有奖销售	罚款20万元
49	杭州孩子王儿童用品有限公司新塘路店	杭州市上城区市场监督管理局	杭上市监委四罚处[2021]133号	2021.12.9	销售不合格商品	停止销售不合格产品,没收违法所得22元,罚款225元
50	湖南童联儿童用品有限公司邵阳友阿广场店	邵阳市双清区市场监督管理局	邵双市监案字[2021]118号	2021.12.10	发布虚假广告	责令停止违法行为,消除影响,并处罚款9,000元
51	青岛孩子王儿童用品有限公司城阳万达店	青岛市城阳区市场监督管理局	青城市监处字[2022]7号	2022.1.5	销售不合格商品	责令停止销售不合格玩具,没收违法所得120元,罚款

序号	被处罚主体	处罚部门	文号	处罚时间	处罚原因	处罚内容
						1,038.7 元
52	杭州孩子王儿童用品有限公司金华永盛购物广场店	金华市婺城区消防救援支队	金婺消行罚决字[2022]第 0022 号	2022.1.25	占用疏散通道、安全出口	罚款 15,000 元
53	上海爱乐孩子王实业有限公司大华路店	上海市宝山区市场监督管理局	沪市监宝处[2022]132021007273 号	2022.2.8	销售不合格商品	没收违法所得 120 元; 2、罚款 800 元
54	深圳市童联儿童用品有限公司深圳龙华星河店	深圳市市场监督管理局龙华监管局	深市监华处罚[2022]民治 9 号	2022.2.9	销售不合格商品	没收不合格婴童舒睡裤 4 件, 没收违法所得 392 元, 罚款 1,764 元
55	上海爱乐孩子王实业有限公司松江店	上海市松江区市场监督管理局	沪市监松处[2022]272022000106 号	2022.2.17	销售不合格商品	没收违法所得 262.38 元, 罚款 436 元
56	杭州孩子王儿童用品有限公司金沙天街店	杭州市钱塘区市场监督管理局	杭钱塘市监罚处[2021]2143 号	2022.3.24	销售不合格商品	没收违法所得 63.4 元, 罚款 5,970 元
57	重庆童联孩子王儿童用品有限公司华融城店	渝北区消防救援支队	渝北消行罚决字[2022]0093 号	2022.3.29	堵塞疏散通道	罚款 6,000 元
58	深圳市童联儿童用品有限公司	深圳市市场监督管理局龙华监管局	深市监华处罚[2022]龙华 47 号	2022.04.18	销售不合格商品	没收违法所得 103.23 元, 罚款 1908 元
59	安徽童联孩子王儿童用品有限公司滁州乐彩城店	滁州市市场监督管理局	滁市监综执罚[2022]43 号	2022.4.27	未经授权为广告宣传使用奥林匹克运动会吉祥物	罚款 5,000 元
60	山东孩子王儿童用品有限公司泰安万达店	泰安市泰山区市场监督管理局	泰安市监罚字[2022]0271 号	2022.4.27	销售不合格商品	没收违法所得 350 元, 罚款 1,190 元
61	贵州孩子王	贵阳市市场监督管理局	筑市监处罚[2022]7082 号	2022.5.6	违反明码标价规定	罚款 500 元
62	重庆童联孩子王儿童用品有限公司大竹林店	重庆两江新区市场监督管理局	渝两江市监处字(2022)96 号	2022.5.24	销售不合格商品	罚款 518 元
63	安徽童联孩子王儿童用品有限公司	合肥市市场监督管理局	合市监处罚[2022]135 号	2022.6.13	销售不合格商品	没收违法所得 38.26 元, 罚款 279.30 元
64	河南童联孩子王儿童用品有限公司	郑州市二七区市场监督管理局	二七市监罚字[2022]108 号	2022.6.14	销售不合格商品	没收违法所得 212.6 元, 罚款 8,287.4 元
65	孩子王儿童用品股份有限公司徐州铜山区万达店	徐州市铜山区消防救援大队	徐铜消行罚决字[2022]第 0038 号	2022.6.20	不合格消防产品逾期未改	罚款 5,000 元
66	河南童联孩子王儿童用品有限公司荥阳吾悦广场店	荥阳市消防救援大队	荥消行罚决字[2022]第 0042 号	2022.6.22	堵塞、封闭安全出口	罚款 5,000 元
67	湖北孩子王儿童用品有限公司随州吾悦店	随州市曾都区市场监督管理局	曾都市监处[2022]203 号	2022.6.30	销售不合格商品	没收违法所得 396 元, 罚款 4,604 元
68	上海爱乐孩子王实业有限公司年家浜路店	上海市浦东新区市场监督管理局	沪市监浦处[2022]152021006372 号	2022.8.7	销售不合格产品	没收不合格玩具 2 个。没收违法所得

序号	被处罚主体	处罚部门	文号	处罚时间	处罚原因	处罚内容
						107.42 元，罚款 1,500 元
69	杭州孩子王儿童用品有限公司东新路店	杭州市拱墅区市场监督管理局	杭拱市监和处罚[2022]07 号	2022.9.7	销售不合格产品	停止销售不合格玩具，罚款 212 元
70	孩子王儿童用品股份有限公司淮安清河万达店	淮安市消防救援支队	淮消行罚决字（2022）第 0008 号	2022.9.20	消防设施未保持完好有效	罚款 13,000 元
71	安徽童联孩子王儿童用品有限公司淮南朝阳中路店	淮南市市场监督管理局	淮市监处罚[2022]336 号	2022.9.26	发布虚假广告	罚款 450 元
72	重庆童联孩子王儿童用品有限公司龙湖西城店	重庆市九龙坡区市场监督管理局	渝九龙坡市监处罚[2022]486 号	2022.9.30	销售不合格产品	没收不合格童鞋 2 双；没收违法所得 7.5 元，罚款 903 元

针对上述 3、8、10、25、32、40、47、49、51、56、59-62、64、68-69、71-72 项行政处罚，根据处罚决定书，主管机关对发行人分、子公司处以的处罚措施不属于该等处罚依据的法律法规中规定的“情节严重”的情形对应的处罚措施，因此上述处罚行为不属于重大违法违规行为。除上述 19 项行政处罚外，针对其他处罚行为，发行人分、子公司已取得相关政府机关出具的该等行为不属于情节严重/不属于严重违法/不属于严重违法的确认文件。

针对上述销售不合格产品的处罚，公司下属子公司已按时足额缴纳了相关罚款，并主动进行全面自查整改，停止销售不合格商品，进一步加强商品质量管理和人员培训，重新评估供应商资质，并制定了《商品准入经营资质管理规范》《配送中心商品入库验收标准》《商品质量问题分类分级评价及处理办法》等一系列的内部规章制度以及控制手段。

综上，报告期内，公司下属子公司、分公司已进行整改；上述行政处罚均不属于重大行政处罚，且未要求门店闭店，不会对门店经营产生重大不利影响。

## 2、证券监管部门和交易所采取监管措施或处罚的情形

2021 年 8 月 16 日，中国证监会向发行人下发了《关于对孩子王儿童用品股份有限公司采取出具警示函监管措施的决定》（中国证监会行政监管措施决定书（2021）48 号），对公司申请首次公开发行时，首次申报审计截止日后仍然存在通过关联方代收货款且金额较大的情形采取出具警示函的监督管理措施。

由于历史遗留原因，公司在申请首次公开发行时，首次申报审计截止日（2019



年 12 月 31 日)后存在部分业务通过关联方代收货款的情况。2020 年 3 月,公司在向深圳证券交易所首次申报前,已对上述情况进行了规范,与相关关联方终止了全部合作关系,关联方代收货款事宜也得到彻底清理,整改完成。此后,公司严格按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 2 号——创业板上市公司规范运作》等法律法规及《公司章程》的相关规定和要求,不断完善公司治理结构和建立健全内部控制制度,规范公司运作,确保公司稳定、健康、可持续发展。

除上述情形外,公司最近五年不存在其他被证券监管部门和交易所采取监管措施的情形。

## **(二) 发行人董事、监事、高级管理人员、控股股东、实际控制人的合法合规情况**

报告期内,发行人董事、监事、高级管理人员、控股股东、实际控制人不存在被证监会行政处罚或采取监管措施及整改情况、不存在被证券交易所公开谴责的情况,亦不存在因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被证监会立案调查的情况。

## **二、报告期内资金占用及为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况**

报告期内,发行人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,亦不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

## **三、同业竞争情况**

### **(一) 公司与控股股东、实际控制人及其近亲属之间不存在同业竞争情况**

截至本募集说明书签署日,江苏博思达直接持有公司 25.51%的股份,并通过一致行动人南京千秒诺、南京子泉间接控制公司 16.11%的股份,为公司的控股股东。汪建国先生持有江苏博思达 100%的股权,为公司的实际控制人。

公司控股股东江苏博思达系实际控制人全资持有的投资平台，自设立以来，除发行人外未控制其他企业。公司实际控制人汪建国先生直接控制的其他企业情况详见“第四节/三/（三）控股股东和实际控制人控制的企业情况”。

报告期内，发行人主要从事母婴童商品零售及增值服务业务，主要客户群体为终端消费者，主要供应商为母婴商品生产商或经销商，销售渠道为公司下属门店及孩子王 APP 等线上平台。截至本募集说明书签署日，公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业未从事与发行人构成同业竞争的业务，与发行人不存在同业竞争情况。

## **（二）控股股东、实际控制人所出具的关于避免同业竞争的承诺**

为了更好地维护公司及其他股东的利益，公司实际控制人汪建国、控股股东江苏博思达及其一致行动人南京千秒诺、南京子泉分别签署了《避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

1、截至本承诺函出具之日，本人/本公司/本企业及本人/本公司/本企业控制的企业不存在从事与发行人相同或相似且对发行人构成重大不利影响的业务。

2、自本承诺函出具之日起，未来本人/本公司/本企业及本人/本公司/本企业控制的企业不会从事与发行人相同或相似且对发行人构成重大不利影响的业务。

3、自本承诺函出具之日起，如发行人拟进一步拓展业务范围，本人/本公司/本企业及本人/本公司/本企业控制的企业将不与发行人拓展后的业务相竞争；若与发行人拓展后的业务产生竞争，则本人/本公司/本企业及本人/本公司/本企业控制的企业将以停止经营相竞争的业务、或将相竞争的业务纳入到发行人经营或者将相竞争的业务转让给无关联关系的第三方等合法方式避免同业竞争。

4、本承诺函自出具之日起具有法律效力，在公司于交易所上市且本人/本公司/本企业作为公司实际控制人/控股股东/控股股东的一致行动人期间持续有效，一经作出即为不可撤销。如有违反并给公司以及公司股东造成损失的，本人/本公司/本企业将承担相应的法律责任。

## **（三）本次发行对公司同业竞争的影响**

本次发行后，发行人控股股东、实际控制人汪建国先生不会因本次发行与公

司产生同业竞争。

## **四、关联方和关联交易**

根据《公司法》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》《上市规则》等法律、法规和规范性文件规定，截至 2022 年 9 月末，公司的主要关联方及关联关系如下：

### **（一）关联方与关联关系**

#### **1、关联自然人**

##### **（1）实际控制人**

截至 2022 年 9 月末，公司实际控制人为汪建国先生，通过江苏博思达间接持有公司 25.51%的股份，同时通过一致行动人南京千秒诺、南京子泉间接控制公司 16.11%的股份。汪建国先生的具体情况详见本募集说明书“第四节/三、控股股东和实际控制人的基本情况及上市以来变化情况”。

##### **（2）公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员**

公司现任董事、监事及高级管理人员参见本募集说明书“第四节/五/（一）基本情况”，其关系密切的家庭成员为公司的关联自然人。

##### **（3）其他关联自然人**

公司直接或间接持股 5%以上的自然人股东、过去十二个月内曾担任公司董事、监事、高级管理人员，及上述人员关系密切的家庭成员，公司控股股东的董事、监事和高级管理人员均为公司的关联自然人。

#### **2、关联法人**

##### **（1）控股股东及其一致行动人**

截至 2022 年 9 月末，公司的控股股东为江苏博思达，直接持有公司 25.51%的股份，并通过一致行动人南京千秒诺、南京子泉间接控制公司 16.11%的股份。江苏博思达及其一致行动人的具体情况详见本募集说明书“第四节/三/（一）控股股东及其一致行动人”。

## (2) 其他持有公司 5%（含 5%）以上股份的法人股东

截至 2022 年 9 月末，除控股股东江苏博思达及其一致行动人外，直接持有公司 5%（含 5%）以上股份的其他股东为 HCM KW、Coral Root、Fully Merit 和南京维盈。具体情况如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	HCM KW	持有公司 11.24%的股份
2	Fully Merit	持有公司 7.01%的股份
3	Coral Root	持有公司 6.20%的股份
4	南京维盈	持有公司 5.56%的股份，系发行人的员工持股平台

## (3) 控股子公司、参股公司

截至 2022 年 9 月末，公司直接或间接控制的子公司共 39 家，1 家参股公司。公司控股子公司的具体情况参见本募集说明书“第四节/二/（二）控股子公司、参股公司及分支机构的情况”。

## (4) 控股股东、实际控制人控制或施加重大影响的其他企业

截至 2022 年 9 月末，控股股东江苏博思达除发行人外，未控制其他企业；除控股股东江苏博思达外，实际控制人直接控制的企业参见“第四节/三/（三）控股股东和实际控制人控制的企业情况”。公司实际控制人控制或施加重大影响的其他企业中，在报告期内与公司发生关联交易的公司如下：

序号	企业名称	持股比例
1	五星控股集团有限公司	实际控制人控制的企业
2	好享家舒适智能家居股份有限公司	实际控制人间接控制的企业
3	南京好享家智能家居有限公司	实际控制人间接控制的企业
4	南京万镇连环境科技有限公司	实际控制人间接控制的企业
5	上海丹雅环境科技有限公司	实际控制人间接控制的企业
6	江苏阿格拉金融数据服务有限公司（现更名为江苏阿格拉网络科技有限公司）	实际控制人间接控制的企业
7	妍丽化妆品（中国）有限公司	实际控制人控制的企业施加重大影响的企业
8	江苏星合投资管理有限公司	实际控制人控制的企业
9	黄山千鸟谷生态科技有限公司	实际控制人间接控制的企业
10	江苏居家运通商贸有限公司	实际控制人间接控制的企业

## (5) 其他关联法人

除上述关联方外，公司关联自然人直接或者间接控制的或该等人员关系密切

的家庭成员控制、共同控制、施加重大影响或担任董事、高级管理人员的其他企业亦为公司的关联方。其中，除前述已列举的企业外，在报告期内与公司存在关联交易的公司如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	江苏创纪云网络科技有限公司	实际控制人之子实际控制的企业
2	山东星贝保险经纪有限公司	公司董事、总经理控制的企业
3	上海辰谊企业服务有限公司	公司董事、总经理控制的企业
4	深圳市远翔商业保理有限公司	公司董事、总经理控制的企业
5	南京象皮尼科技有限公司	公司子公司的少数股东

此外，公司控股股东控制、共同控制、施加重大影响的企业和实际控制人、董事、监事、高级管理人员控制、共同控制、施加重大影响或担任董事、高级管理人员的法人或其他组织于报告期内注销、转让的，以及曾经持有公司 5% 以上的股东，均为曾经的关联方。其中，在报告期内与公司存在关联交易的单位如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	江苏孩子王实业有限公司	实际控制人曾经控制的企业，已于 2021 年 7 月注销
2	成都亿诺达企业管理有限公司	实际控制人曾经控制的企业，2018 年 11 月转让给第三方，已于 2020 年 7 月注销
3	上海安能聚创供应链管理有限 公司	曾经的董事担任董事的公司
4	江苏星瑞堂置业管理有限公司	实际控制人曾经控制的企业
5	北京极智嘉科技有限公司	曾经的董事担任董事的公司
6	南京极智嘉机器人有限公司	北京极智嘉科技有限公司控股子公司
7	金可儿（上海）床具有限公司	曾经的董事担任董事的企业
8	北京猿力教育科技有限公司	曾经的董事担任董事的企业
9	南京圣和文化交流有限公司	曾经的董事间接控制并担任执行董事的企业
10	南京圣和投资集团有限公司	曾经的董事控制并担任执行董事的企业
11	深圳慧星远商业保理有限公司	重要合作方，已于 2021 年 3 月注销

## （二）关联交易情况

发行人依据《深圳证券交易所股票上市规则》确定构成重大关联交易的标准如下：“（一）与关联自然人发生的成交金额超过 30 万元的交易；（二）与关联法人（或者其他组织）发生的成交金额超过 300 万元，且占公司最近一期经审计净资产绝对值超过 0.5% 的交易。”参考上述标准，报告期内发行人重大关联交易情况如下：

## 1、重大经常性关联交易

### (1) 采购商品、接受劳务

报告期内，公司发生的重大经常性关联采购情况如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
江苏孩子王实业有限公司	平台服务费	-	-	396.48	1,202.07
合计	-	-	-	<b>396.48</b>	<b>1,202.07</b>
占营业成本的比例	-	-	-	<b>0.07%</b>	<b>0.21%</b>

2020年4月以前，由于历史原因，江苏孩子王曾负责孩子王APP、微信公众号及小程序等线上平台的运营并提供平台服务，公司及其下属企业香港商贸根据与江苏孩子王签署的《合作协议》约定，参考市场价格按照销售额的一定百分比向江苏孩子王支付平台服务费。2020年2月，公司下属子公司上海童渠获得上海市通信管理局批复，同意其开展在线数据处理与交易处理业务（经营类电子商务）增值电信业务。2020年3月31日，公司与江苏孩子王签署了《合作协议的终止协议》，终止与江苏孩子王的全部业务合作关系。自2020年4月1日起，孩子王APP、微信公众号、小程序等线上平台均由上海童渠自主运营，公司与江苏孩子王未再产生关联交易。2021年7月，江苏孩子王注销完成。

### (2) 销售商品、提供劳务

报告期内，公司发生的重大经常性关联销售情况如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
成都亿诺达企业管理有限公司	母婴商品	-	-	-	3,669.08
北京极智嘉科技有限公司	软件销售	-	-	-	1,232.39
合计	-	-	-	-	<b>4,901.47</b>
占营业收入的比例	-	-	-	-	<b>0.59%</b>

#### ①与成都亿诺达的交易情况

2019年，公司向成都亿诺达销售母婴商品，主要系公司于2018年和成都亿诺达签署《特许经营协议》，在委托经营期内成都亿诺达向孩子王采购各类母婴商品用于下属门店经营。2019年12月，为加强对下属门店的统一管控，公司决定停止采用特许经营方式运营，公司下属子公司四川孩子王与成都亿诺达签署《资产转让协议》，受让成都海滨城店的部分资产。截至2019年末，上述资产全

部交割完成，成都亿诺达未再从事其他业务，与孩子王也未产生任何交易。2020年7月，成都亿诺达办理完成注销手续，此类关联交易不再发生。

## ②与北京极智嘉及其下属企业发生的关联交易

北京极智嘉自2018年开始与公司合作，主要为公司提供机器人仓储物流服务。在合作过程中，北京极智嘉及其下属企业基于孩子王在零售行业的技术实力，于2019年向公司购买了订单管理系统、物流管理系统、配送管理系统、仓储管理系统等软件产品，通过进行二次开发，为其下游客户提供物流系统集成产品。

## 2、重大偶发性关联交易

### (1) 关联担保

报告期内，公司的关联担保情况如下：

序号	担保方	主债权人	被担保方	担保金额 (万元)	授信期限/借款期限	是否履行完毕
1	汪建国、五星控股	中国工商银行股份有限公司南京山西路支行	孩子王	41,000	2017.07.20-2027.07.20	否
2	汪建国、五星控股	中国民生银行股份有限公司	孩子王	5,000	2018.01.16-2019.01.16	是
3	汪建国、五星控股	北京银行股份有限公司南京分行	孩子王	20,000	2018.07.01-2019.06.30	是
4	汪建国、五星控股	江苏银行股份有限公司南京新街口支行	孩子王	15,000	2018.04.02-2019.04.01	是
5	汪建国、五星控股	华夏银行股份有限公司南京城东支行	孩子王	20,000	2018.07.13-2019.07.13	是
6	汪建国、五星控股	招商银行股份有限公司南京分行	孩子王	12,000	2019.01.25-2020.01.24	是
7	汪建国、五星控股	交通银行股份有限公司江苏省分行	孩子王	10,080	2019.06.21-2020.02.01	是
8	汪建国、五星控股	中国银行股份有限公司南京鼓楼支行	孩子王	10,000	2019.12.11-2020.03.25	是
9	汪建国、五星控股	中国民生银行股份有限公司南京分行	孩子王	50,000	2019.04.09-2020.04.09	是
10	五星控股	宁波银行股份有限公司南京分行	孩子王	5,000	2019.02.20-2021.4.13	是
11	五星控股	花旗银行（中国）有限责任公司南京分行	孩子王、孩子王采购中心	1,500 (美元)	2020.09.03-2022.05.31	是
12	汪建国、五星控股	渣打银行（中国）有限公司	孩子王	2,800 (美元)	-	是
13	汪建国、五星控股	北京银行股份有限公司南京分行	孩子王	20,000	2019.09.09-2020.09.08	是
14	汪建国、五星控股	中信银行股份有限公司南京分行	孩子王采购中心	10,000	2020.03.06-2021.03.06	是
15	汪建国、五星控股	中国民生银行股份有限公司南京分行	孩子王	30,000	2020.04.03-2021.04.03	是
16	汪建国、五星控股	招商银行股份有限公司南京分行	孩子王	15,000	2020.04.13-2021.04.12	是

序号	担保方	主债权人	被担保方	担保金额 (万元)	授信期限/借款期限	是否履行完毕
17	汪建国、五星控股	南京银行股份有限公司南京金融城支行	孩子王采购中心	10,000	2020.03.31-2021.03.26	是
18	汪建国、五星控股	中国建设银行股份有限公司江苏省分行	孩子王采购中心	5,000	2020.01.06-2020.12.30	是
19	汪建国、五星控股	中国工商银行山西路支行	孩子王	25,500	2020.12.06-2021.12.06	是
20	汪建国、五星控股	中国银行南京鼓楼支行	孩子王	10,000	2020.08.31-2021.07.30	是
21	汪建国、五星控股	中信银行南京分行	孩子王采购中心	15,000	2020.12.25-2021.12.25	是
22	汪建国、五星控股	上海银行南京分行	孩子王、孩子王采购中心	20,000	2020.08.20-2021.06.14	是
23	五星控股	渤海银行南京分行	孩子王采购中心	10,000	2020.12.14-2021.12.13	是
24	汪建国、五星控股	中国工商银行山西路支行	孩子王、孩子王采购中心	120,600	2021.05.19-2022.05.19	是
25	汪建国、五星控股	华夏银行南京城东支行	孩子王采购中心	16,000	2021.01.04-2021.12.29	是
26	汪建国、五星控股	光大银行南京分行	孩子王采购中心	25,000	2021.05.25-2021.09.14	是
27	汪建国、五星控股	南京银行南京金融城支行	孩子王采购中心	12,000	2021.05.24-2022.05.17	是
28	汪建国、五星控股	招商银行南京分行	孩子王	40,000	2021.12.23-2022.12.22	否
29	汪建国、五星控股	民生银行南京分行	孩子王	70,000	2021.12.29-2022.12.28	否
30	汪建国	中信银行南京分行	孩子王采购中心	35,000	2021.12.24-2022.12.24	否
31	汪建国、五星控股	北京银行南京分行	孩子王	20,000	2021.11.17-2022.11.16	否
32	汪建国、五星控股	光大银行南京分行	孩子王采购中心	25,000	2021.09.14-2022.05.24	是
33	汪建国、五星控股	平安银行南京分行	孩子王采购中心	26,000	2021.10.22-2022.10.21	否
34	汪建国、五星控股	浦发银行南京分行	孩子王、孩子王采购中心	30,000	2021.10.20-2022.09.17	是
35	汪建国、五星控股	渣打银行(香港)有限公司	孩子王	1,000 (美元)	-	是
36	汪建国	招商银行南京分行	四川童联供应链有限公司	30,000	2021.09.02-2028.09.01	否
37	汪建国、五星控股	渣打银行(中国)有限公司	孩子王	70 (美元)	-	是
38	汪建国、五星控股	中国建设银行股份有限公司南京鼓楼支行	孩子王	20,000	2022.02.25-2023.02.25	否

注：上述第 12、35、37 笔担保合同已履行完毕，原担保合同对应的主合同继续有效。

报告期内，公司实际控制人及其控制的企业为发行人提供担保，用于银行对发行人的综合授信，缓解公司流动资金压力。

## (2) 保理业务



单位：万元

关联方名称	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
深圳慧星远商业保理有限公司	-	-	4,027.18	12,262.86
<b>合计</b>	-	-	<b>4,027.18</b>	<b>12,262.86</b>

2019年-2020年，为提升与供应商的合作关系，公司介绍部分有资金需求的供应商与深圳慧星远进行保理业务合作。公司与深圳慧星远形成的上述保理业务代付款情况，主要系在保理合同期满后，供应商根据保理合同的要求，要求孩子王将根据孩子王与供应商签署的采购合同约定的应付部分供应商货款直接支付给深圳慧星远，公司将代供应商支付的前述款项从其应付给供应商的商品货款中扣减。为进一步避免、减少和规范关联交易，公司自2021年起停止向深圳慧星远介绍供应商申请保理融资，并停止向深圳慧星远直接代付供应商款项。深圳慧星远已于2021年3月注销完成。

### (3) 代收代付交易

单位：万元

关联方名称	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
<b>代发行人收取的款项</b>				
江苏孩子王实业有限公司	-	-	156,491.83	668,191.76
深圳市远翔商业保理有限公司	-	-	-	3,567.39
<b>合计</b>	-	-	<b>156,491.83</b>	<b>671,759.15</b>
<b>发行人代其收取的款项</b>				
成都亿诺达企业管理有限公司	-	-	-	2,971.70
<b>合计</b>	-	-	-	<b>2,971.70</b>

#### ①与江苏孩子王的交易情况

2019年-2020年，公司与江苏孩子王的代收金额较高，主要系因为江苏孩子王负责公司各类线上平台的运营，因此交易中通过线上平台等方式的消费均由江苏孩子王代收交易款项后与孩子王结算。2020年3月31日，公司与江苏孩子王签署了《合作协议的终止协议》，停止了与江苏孩子王的全部合作关系。自2020年4月1日起，公司与江苏孩子王未再发生关联交易，江苏孩子王亦于2021年7月注销完毕。

#### ②与深圳远翔的交易情况

2019年，为提升消费者体验，公司与深圳远翔合作分期付款业务。当消费者在门店或孩子王线上平台进行消费时，可向深圳远翔申请分期付款，深圳远翔取

得货款后定期与公司进行结算。上述消费者通过深圳远翔开展的分期付款业务整体规模较小，公司已自2019年末停止与其他的业务合作关系且相关往来款项已全部结清。

### ③与成都亿诺达的交易情况

2019年，由于成都亿诺达委托孩子王独家经营其门店，为保证销售资金的安全性及收款系统兼容性，所有门店（包括特许经营门店）均采用统一的微信/支付宝账户进行收款。截至2019年末，成都亿诺达下属门店资产转让给公司，成都亿诺达未再从事其他业务。2020年7月，成都亿诺达办理完成注销手续，上述关联交易不再发生。

### （4）关联方资金拆借

单位：万元

关联方名称	交易内容	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
深圳慧星远商业保理有限公司	资金拆借	-	-	5,100.00	11,000.00
深圳慧星远商业保理有限公司	拆借利息	-	-	25.80	250.45

2019年-2020年，为进一步增强与供应商的合作关系，且公司自身经营范围并不包括保理业务，公司与深圳慧星远合作，由深圳慧星远为公司供应商提供保理服务。由于深圳慧星远在与公司合作开展保理业务前无任何其他业务，不具备向银行融资的能力，同时深圳慧星远保理业务的客户均来自于公司的供应商，因此，为保证保理业务的正常开展，满足供应商的融资需求，公司向其提供资金但参考市场利率水平收取利息。2021年以来，公司与深圳慧星远不再存在资金拆借的情况。

### （5）关键管理人员薪酬及员工激励

单位：万元

关联方名称	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
关键管理人员薪酬	390.42	610.17	662.24	887.31
实际控制人汪建国向员工激励	-	-	-	199.40

2017年公司完成全国中小企业股份转让系统挂牌，为稳定公司核心员工，汪建国向各业务部门经理以上（中层）人员进行激励，合计金额2,900万元，系根据年度考核指标、员工工作年限、特殊项目贡献等事项进行综合评定后，以奖

金形式分三年发放。其中，2019年最后一期发放199.40万元。

### 3、一般关联交易简要汇总表

#### (1) 采购商品、接受劳务

报告期内，公司发生的关联采购情况如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
好享家舒适智能家居股份有限公司	新风机	-	-	-	2.54
南京好享家智能家居有限公司	空调工程安装	-	-	-	0.64
南京万镇连环境科技有限公司		-	-	-	27.89
上海丹雅环境科技有限公司		-	-	-	11.06
江苏创纪云网络科技有限公司	购买软件	265.49	137.96	-	601.77
北京极智嘉科技有限公司	仓储物流	-	15.33	-	33.02
山东星贝保险经纪有限公司	购买保险	59.15	119.69	139.32	-
南京圣和文化交流有限公司	住宿服务	-	0.71	-	-
金可儿（上海）床具有限公司	床具用品	26.47	31.61	-	-
南京象皮尼科技有限公司	购买软件、固定资产	106.73	79.69	-	-
江苏居家运通商贸有限公司	支付促销费用	-	1.37	-	-
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>457.84</b>	<b>386.36</b>	<b>139.32</b>	<b>676.92</b>
<b>占营业成本的比例</b>	<b>-</b>	<b>0.10%</b>	<b>0.06%</b>	<b>0.02%</b>	<b>0.12%</b>

#### (2) 销售商品、提供劳务

报告期内，公司发生的关联销售情况如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
江苏孩子王实业有限公司	软件授权	-	-	18.87	75.47
深圳慧星远商业保理有限公司	服务费、软件销售收入	-	-	99.48	263.58
南京极智嘉机器人有限公司	软件销售	-	-	-	95.04
好享家舒适智能家居股份有限公司	广告宣传	-	-	-	0.38
江苏星合投资管理有限公司	礼品卡销售	-	-	0.72	-
山东星贝保险经纪有限公司	平台服务收入、资源服务、通用券销售	0.08	58.96	65.68	-
妍丽化妆品（中国）有限公司	平台服务收入、销售佣金	8.69	28.83	13.52	-
江苏阿格拉金融数据服务有限公司	平台服务收入	-	0.01	0.81	-

关联方名称	交易内容	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
金可儿（上海）床具有限公司	平台服务收入、销售佣金	8.54	8.23	-	-
南京圣和投资集团有限公司	平台服务收入	0.25	0.75	-	-
北京猿力教育科技有限公司	平台服务收入、广告投放	5.70	15.22	-	-
江苏居家运通商贸有限公司	平台服务收入	-	3.40	-	-
黄山千鸟谷生态科技有限公司	平台服务收入	-	0.65	-	-
<b>合计</b>		<b>23.26</b>	<b>116.05</b>	<b>199.08</b>	<b>434.47</b>
<b>占营业收入的比例</b>		<b>0.004%</b>	<b>0.01%</b>	<b>0.02%</b>	<b>0.05%</b>

### (3) 关联方资产转让

单位：万元

关联方名称	交易内容	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
成都亿诺达企业管理有限公司	受让资产	-	-	-	94.79
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>94.79</b>

2019年12月，为加强对下属门店的统一管控，公司决定停止对成都亿诺达下属门店采用特许经营方式运营，因此公司下属子公司四川孩子王与成都亿诺达签署了《资产转让协议》，受让成都亿诺达的部分资产，转让价格以天源资产评估有限公司出具的《资产评估报告》为基础，经双方协商确认为94.79万元（不含税），上述资产交割已于2019年末完成。上述资产的收购价格均以评估值为基础确定，交易价格公允。

### (4) 关联方租赁及物业

单位：万元

关联方名称	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
<b>发行人作为承租人</b>				
江苏星瑞堂置业管理有限公司	-	68.67	42.15	16.46
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>68.67</b>	<b>42.15</b>	<b>16.46</b>
<b>发行人作为出租人</b>				
上海辰谊企业服务有限公司	-	24.12	100.71	64.25
上海安能聚创供应链管理有限公司	-	222.36	705.57	287.64
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>246.47</b>	<b>806.28</b>	<b>351.89</b>

2019年-2021年，公司下属门店瓯江广场店所租赁的物业由江苏星瑞堂负责管理，公司向其支付租赁及物业管理费。

2019年-2021年，公司下属子公司童联供应链将其位于江宁空港开发区的仓储基地部分面积租赁给上海安能聚创供应链管理有限公司用于仓储物流业务，并

收取相应的租金及水电费用；公司下属子公司将部分办公场所参照市场价格转租给上海辰谊企业服务有限公司使用，并收取相应的租金及水电费用。

上述关联租赁业务均系参照市场价格进行协商定价，交易价格公允。

#### (5) 特许经营费

单位：万元

关联方名称	交易内容	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
成都亿诺达企业管理有限公司	特许经营费	-	-	-	156.63
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>156.63</b>

根据公司与成都亿诺达在 2018 年 11 月签署的《特许经营协议》，公司作为门店受托经营方，需向其及相关企业按照一定比例收取特许权使用费（含商标许可费）。2019 年 12 月，成都亿诺达相关门店资产转回后，公司停止向成都亿诺达收取特许经营费。

#### (6) 其他关联交易

单位：万元

关联方名称	交易内容	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
江苏创纪云网络科技有限公司	返佣分成	129.53	248.81	185.78	240.90
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>129.53</b>	<b>248.81</b>	<b>185.78</b>	<b>240.90</b>

2019 年-2020 年，随着公司业务规模的不断扩大，门店数量的持续增加，江苏创纪云作为微信、支付宝等第三方支付平台的渠道商，为鼓励公司在门店推广采用其开发的云 POS 系统对接第三方支付平台，将其从第三方支付平台取得的返佣按照一定比例支付给发行人。江苏创纪云向发行人返佣分成的确定依据与其他客户不存在显著差异，定价公允。

### 4、关联方往来余额

单位：万元

项目名称	关联方	2022年9月末	2021年末	2020年末	2019年末
长期应收款	江苏星瑞堂置业管理有限公司	-	13.00	13.00	-
应收账款	江苏孩子王实业有限公司	-	-	-	0.10
其他应收款	江苏星瑞堂置业管理有限公司	-	-	0.14	0.09
其他应收款	上海辰谊企业服务有限公司	-	-	-	2.76
其他应收款	成都亿诺达企业管理有限公司	-	-	-	16.13
其他应收款	深圳远翔商业保理有限公司	-	-	-	4.74
其他应收款	江苏孩子王实业有限公司	-	-	-	2,256.06
预付账款	江苏星瑞堂置业管理有限公司	-	4.44	-	16.72

项目名称	关联方	2022年9月末	2021年末	2020年末	2019年末
应付账款	好享家舒适智能家居股份有限公司	-	-	-	2.51
应付账款	深圳慧星远商业保理有限公司	-	-	-	276.69
应付账款	江苏星瑞堂置业管理有限公司	-	-	-	0.95
应付账款	妍丽化妆品（中国）有限公司	15.52	13.46	13.03	-
应付账款	金可儿（上海）床具有限公司	7.39	5.91	-	-
其他应付款	南京万镇连环境科技有限公司	-	-	-	1.74
其他应付款	上海丹雅环境科技有限公司	-	-	-	0.55
其他应付款	江苏阿格拉金融数据服务有限公司	-	-	1.00	-
其他应付款	上海安能聚创供应链管理有限 公司	-	-	82.69	14.79
其他应付款	上海辰谊企业服务有限公司	-	-	5.63	-
其他应付款	江苏星瑞堂置业管理有限公司	-	-	11.05	-
其他应付款	南京圣和投资集团有限公司	0.50	0.50	-	-
其他应付款	金可儿（上海）床具有限公司	1.00	1.00	-	-
其他应付款	黄山千鸟谷生态科技有限公司	0.50	0.50	-	-
其他应付款	北京猿力教育科技有限公司	0.50	0.50	-	-
其他应付款	江苏创纪云网络科技有限公司	15.00	15.00	-	-
其他应付款	江苏居家运通商贸有限公司	-	1.00	-	-
其他应付款	妍丽化妆品（中国）有限公司	-	3.00	-	-
其他应付款	山东星贝保险经纪有限公司	9.35	-	-	-
预收账款	上海辰谊企业服务有限公司	-	-	-	6.98
合同负债	山东星贝保险经纪有限公司	-	3.20	-	-
合同负债	北京猿力教育科技有限公司	-	0.15	-	-
合同负债	南京圣和投资集团有限公司	0.01	-	-	-

## 5、报告期内关联交易公允性、必要性及对公司财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司各期发生的关联采购与关联销售交易金额分别占当期成本和销售总额的比例较低，对公司财务状况和经营成果影响较小。公司向各个关联方销售、采购的单价，与向独立第三方销售、采购的同类型产品/服务价格差异较小，关联销售、采购价格公允，且关联交易具备必要性。公司偶发性关联交易的发生具有客观情况和偶发性因素，不存在损害公司及股东利益的情形，不存在通过关联交易操纵利润的情形。

## 6、独立董事对关联交易发表的独立意见

报告期内，公司发生的关联交易履行了相关程序，符合《公司章程》《关联交易管理制度》的相关规定。公司独立董事对公司自2019年以来的关联交易进

行了认真核查，基于独立判断就该等关联交易事项发表了独立意见，具体情况如下：

独立董事对公司 2019 年度及 2020 年度关联交易事宜发表了独立意见：公司 2019 年度及 2020 年度发生的关联交易具有合理商业目的，为日常业务过程中按正常商业条款进行的交易，关联交易定价按照市场化原则确定，符合公司整体利益，不存在损害公司及股东利益的情形。

独立董事对公司预计 2021 年年度将发生的关联交易事宜发表了独立意见：相关关联交易的发生有其必要性，关联交易遵循了公平、公正、合理的原则，关联交易作价公允，不存在损害公司及非关联股东利益的情况。

独立董事对《关于 2022 年度日常关联交易预计的议案》发表了独立意见：公司 2022 年度预计发生的日常关联交易为公司开展日常生产经营所需，相关交易遵循协商一致、公平交易的原则，根据市场价格确定交易价格，公司主营业务不会因上述交易而对关联方形成依赖，不会影响公司的独立性，且不存在损害公司及股东尤其是中小股东利益的情形。董事会审议上述议案时，表决程序符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则》和《公司章程》等有关规定。

### **（三）规范关联交易的制度安排**

公司资产、业务、机构、人员及财务均独立于各关联方，公司具备独立面向市场的能力。公司将尽量减少关联交易的发生，对于将来可能发生的关联交易，公司将严格按照法律、法规、其他规范性文件及《公司章程》《关联交易管理制度》及《独立董事工作制度》的规定，认真履行关联交易审批程序，并对关联交易予以充分披露。

为避免、减少和规范关联交易，公司实际控制人汪建国先生、控股股东江苏博思达及其一致行动人南京千秒诺、南京子泉，公开发行前持股超过 5% 的其他股东 HCM KW、Coral Root、Fully Merit、南京维盈分别出具了《关于减少并规范关联交易的承诺函》，具体内容如下：

1、本人/本公司/本企业及本人/本公司/本企业控制的企业将尽量减少与发行人之间的关联交易。在进行无法避免的关联交易时，关联交易定价将按照有关法律、法规及规范性文件的规定，依据公平、公允和市场化的原则执行，并按相关

法律法规以及规范性文件的规定履行交易程序及信息披露义务。

2、在进行无法避免的关联交易时，在发行人董事会、股东大会审议该等交易时，本人/本公司/本企业及本人/本公司/本企业控制的其他企业有关的董事、股东代表将按公司章程规定回避，不参与表决。

3、按照发行人《公司章程》行使相应权利，承担相应义务，不利用实际控制人/控股股东/控股股东一致行动人/持股 5%以上股东的地位谋求不当利益，不损害公司或其子公司及公司股东的合法权益。

4、本承诺函自出具之日起具有法律效力，如有违反并给公司以及公司股东造成损失的，本人/本公司/本企业将承担相应的法律责任。



## 第七节 本次募集资金运用

### 一、本次募集资金投资项目计划

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		<b>112,683.42</b>	<b>103,900.00</b>

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具体情况

#### （一）零售终端建设项目

##### 1、项目概述

本项目实施主体为公司及各地区全资子公司，本项目计划未来 3 年在江苏、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，项目建设完成后收入稳定年可实现新增营业收入 356,374.06 万元（不含税），净利润 11,764.52 万元。

##### 2、项目必要性分析

（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、项目可行性分析

### (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 9 月末，公司在全国共拥有 504 家线下门店，平均单店面积约 2,300 平米。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。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，有力地支持线下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，截至 2022 年 9 月末，公司会员人数超过 5,500 万人，其中黑金 PLUS 会员人数超过 85 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门店铺设提供营销支持，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、项目建设内容

本项目未来 3 年拟在江苏、安徽、浙江、四川、湖南、山东等全国 22 个省（市）新增 169 家线下门店，不仅在已布局城市实现继续扩张，还新拓展山西、北京等地区，进一步实现门店覆盖的广度与密度，完善线下零售终端的网络布局。本次项目拟采取租赁方式取得，各省市新增门店总租赁面积约为 28.61 万平方米，具体建设规划如下：

序号	省级 / 城市分类	店铺数量（个）	分年投资计划（个）		
			T+1	T+2	T+3
1	江苏	25	8	8	9
2	安徽	15	4	5	6
3	浙江	11	4	4	3
4	四川	15	3	5	7
5	湖南	9	3	3	3
6	山东	8	2	3	3

序号	省级 / 城市分类	店铺数量 (个)	分年投资计划 (个)		
			T+1	T+2	T+3
7	重庆	11	4	3	4
8	湖北	9	3	3	3
9	广东	10	3	3	4
10	江西	6	3	2	1
11	陕西	5	2	2	1
12	河北	5	1	2	2
13	上海	8	2	3	3
14	河南	10	4	3	3
15	广西	3	1	1	1
16	福建	3	1	1	1
17	天津	3	1	1	1
18	辽宁	2	-	1	1
19	贵州	4	1	2	1
20	云南	2	-	1	1
21	山西	2	-	1	1
22	北京	3	-	2	1
合计		169	50	59	60

同时，公司拟购置智慧门店数字化设备以及相关软件系统，升级现有数字化模块，赋能各门店，为全渠道零售终端融合进程奠定基础，实现“无界+精准+数字化+服务化”的运营模式。

## 5、项目投资估算

本次项目投资总额为 83,270.24 万元，其中公司拟使用募集资金投入金额为 76,400.00 万元。项目具体投资情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	总投资额	占投资总额比例	拟投入募集资金
1	建设投资	79,874.62	95.92%	76,400.00
1.1	工程建设费用	37,523.62	45.06%	37,523.62
1.1.1	建筑工程	13,782.54	16.55%	13,782.54
1.1.2	设备购置及安装	23,741.08	28.51%	23,741.08
1.2	工程建设其他费用	40,408.44	48.53%	38,876.38
1.3	基本预备费	1,942.56	2.33%	-
2	铺底流动资金	3,395.62	4.08%	-
合计		83,270.24	100.00%	76,400.00

## 6、项目经济效益评价

本项目稳定运行后，预计可实现年销售收入 356,374.06 万元，净利润

11,764.52 万元。具体经济效益指标如下：

序号	指标名称	单位	指标	备注
1	年营业收入	万元	356,374.06	收入稳定运营年度
2	利润总额	万元	15,686.03	收入稳定运营年度
3	净利润	万元	11,764.52	收入稳定运营年度
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

## 7、项目建设周期

本项目建设期拟定为 3 年，整体进度计划内容包括项目前期准备、初步设计、场地租赁、门店装修、设备安装调试、货源采购、人员招聘及培训项目试运行等，具体进度如下表所示：

序号	建设内容	月 份											
		3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36
1	项目前期准备	*											
2	初步设计	*	*										
3	场地租赁	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		
4	门店装修	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
5	设备采购安装与调试	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
6	货源采购		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
7	人员招聘与培训		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
8	试运行			*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

## 8、项目审批、备案情况

本项目已于 2022 年 6 月取得了《江苏省投资项目备案证》（宁麒委备[2022]23 号）。

根据《中华人民共和国环境影响评价法》《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021 年版）》，本项目不属于环评审批或备案范围，无需办理环评报批手续。

### （二）智能化物流中心建设项目

#### 1、项目概述

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，同时增加公司自建西南物流仓的智能化设备投入，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 29,413.18 万元，其中拟使用募集资金 27,500.00 万元，分 36 个月投入。

## 2、项目必要性分析

### （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 9 月末，公司已在全国范围内铺设门店 504 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、项目可行性分析

#### (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、项目建设内容

本项目拟在济南、上海、广州 3 地新租赁前置仓（SDC），在武汉、西安、天津、成都等 21 个城市新租赁城市中心仓（FDC）；同时增大成都、武汉、天津、佛山、南京等 5 个区域仓（RDC）及盐城、无锡、淮安、扬州、郑州等 14 个城市的城市中心仓（FDC）的租赁面积。此外，公司于 2021 年 3 月在成都地区通过出让方式取得一宗土地使用权，并已使用自有资金开展西南地区中心仓建设项目，目前该仓库仍在建设过程中，本项目拟使用部分募集资金为该仓库购置智能化设备。

本次项目建成后，公司将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，以满足市场及客户快速增长的需求，提升公司的盈利能力，达成公司的战略规划。具体建设规划如下：

序号	名称	数量（个）	分年投资计划（个）		
			T+1	T+2	T+3
一	新租仓				
（一）	前置仓				
1	济南（济南前置仓）	1	1	0	0
2	上海（上海前置仓）	1	0	1	0
3	广州（广州前置仓）	1	0	1	0

序号	名称	数量 (个)	分年投资计划 (个)		
			T+1	T+2	T+3
小计		3	1	2	0
(二)	城市中心仓				
4	襄宜	1	1	0	0
5	武汉	1	1	0	0
6	长沙	1	1	0	0
7	西安	1	1	0	0
8	天津	1	1	0	0
9	成都	1	1	0	0
10	广州	1	1	0	0
11	阜阳	1	1	0	0
12	宁波	1	1	0	0
13	温州	1	1	0	0
14	济南	1	0	1	0
15	唐山	1	0	1	0
16	石家庄	1	0	1	0
17	南宁	1	0	1	0
18	南昌	1	0	1	0
19	福州	1	0	1	0
20	漳州	1	0	1	0
21	沈阳	1	0	1	0
22	徐州	1	0	1	0
23	贵阳	1	0	1	0
24	昆明	1	0	1	0
小计		21	10	11	0
合计		24	11	13	0
二	扩租仓				
(一)	区域仓				
1	成都 (成都仓)	1	0	0	1
2	武汉 (武汉仓)	1	0	0	1
3	天津 (华北 DC)	1	0	0	1
4	佛山 (华南 DC)	1	0	0	1
5	南京 (南京仓)	1	0	0	1
小计		5	0	0	5
(二)	城市中心仓				
6	盐城 (盐城中心仓)	1	0	1	0
7	无锡 (锡常中心仓)	1	0	1	0
8	淮安 (淮安中心仓)	1	0	1	0
9	扬州 (扬州中心仓)	1	0	1	0
10	郑州 (河南中心仓)	1	0	1	0
11	昆山 (苏沪中心仓)	1	0	1	0

序号	名称	数量 (个)	分年投资计划 (个)		
			T+1	T+2	T+3
12	合肥 (合肥中心仓)	1	0	1	0
13	重庆 (重庆中心仓)	1	0	1	0
14	杭州 (杭州中心仓)	1	0	1	0
15	芜湖 (芜湖中心仓)	1	0	1	0
16	青岛 (青岛中心仓)	1	0	1	0
17	长沙 (长沙中心仓)	1	0	1	0
18	西安 (西安中心仓)	1	0	1	0
19	阜阳 (皖北中心仓)	1	0	1	0
小计		14	0	14	0
合计		19	0	14	5

### 5、项目投资估算

本次项目投资总额为 29,413.18 万元，其中公司拟使用募集资金投入金额为 27,500.00 万元。项目具体投资情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	总投资额	占投资总额比例	拟投入募集资金
1	建设投资	29,413.18	100.00%	27,500.00
1.1	工程建设费用	12,342.09	41.96%	12,342.09
1.1.1	建筑工程	2,767.28	9.41%	2,767.28
1.1.2	设备购置及安装	9,574.81	32.55%	9,574.81
1.2	工程建设其他费用	16,448.01	55.92%	15,157.91
1.3	基本预备费	623.08	2.12%	-
2	铺底流动资金	-	-	-
合计		29,413.18	100.00%	27,500.00

### 6、项目经济效益评价

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。

### 7、项目建设周期

本项目建设期拟定为 3 年，整体进度计划内容包括项目前期准备、初步设计、仓库租赁、装修、设备安装调试、人员招聘及培训项目试运行等，具体进度如下表所示：

序号	建设内容	月 份											
		3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36
1	项目前期准备	*											
2	初步设计	*	*										
3	仓库租赁	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		
4	仓库装修	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
5	设备采购安装与调试	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
6	人员招聘与培训		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
7	试运行			*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

## 8、项目审批、备案情况

本项目已于 2022 年 6 月取得了《江苏省投资项目备案证》(宁麒委备[2022]24 号)。

根据《中华人民共和国环境影响评价法》《建设项目环境影响评价分类管理名录(2021 年版)》，本项目不属于环评审批或备案范围，无需办理环评报批手续。

### (三) 本次募投项目与公司既有业务、前次募投项目的区别和联系

公司自成立以来一直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亲子家庭全渠道服务提供商。报告期内，公司积极抢抓母婴市场发展机遇，加快门店开立速度，扩大市场覆盖，持续推进门店功能和定位的迭代升级，并通过与包括万达、华润等大型购物中心深度战略合作，打造以场景化、服务化、数字化为基础的大型用户门店。截至 2022 年 9 月末，公司在全国 20 个省(市)拥有 504 家大型数字化实体门店，2019 年至 2021 年期间公司每年净增加开店 94 家、82 家和 61 家。

本次募集资金投资项目均立足于公司现有主营业务，符合公司整体的发展战略。其中，“零售终端建设项目”系公司计划未来 3 年在江苏、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。由于首次公开发行实际募集资金低于招股说明书中披露的拟投入的募集资金金额，公司于 2021 年 10 月 28 日召开第二届董事会第十二次会议及第二届监事会第十次会议，审议通过了《关于公司募集资金投资项目金额调整的议案》，将“全渠道零售终端建设项目”拟投入募集资金金额从 153,245.00 万元调减为 36,612.26 万元；2021 年 12 月 6 日，公司第二届董事会第十三次会议审议

通过《关于使用募集资金置换先期投入募集资金项目及已支付发行费用自筹资金的议案》，完成全部募集资金置换；2022年6月14日，为避免重复建设，提高资金使用效率，公司第三届董事会第二次会议审议通过《关于终止部分首次公开发行募集资金投资项目的议案》，对“全渠道零售终端建设项目”终止。本次项目参考了前次募投项目“全渠道零售终端建设项目”的投资规划，并结合近年来市场经济发展情况、现有门店运营情况及公司未来整体战略发展规划，制定了门店铺设计划，从而进一步巩固公司全国性战略布局，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，提升公司的核心竞争力，确保本次募投项目的实施条件更加谨慎、合理。

“智能化物流中心建设项目”系公司计划未来3年在济南、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，同时增加公司自建西南物流仓的智能化设备投入，以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。由于首次公开发行实际募集资金低于招股说明书中披露的拟投入的募集资金金额，公司于2021年10月28日召开第二届董事会第十二次会议及第二届监事会第十次会议，审议通过了《关于公司募集资金投资项目金额调整的议案》，“全渠道物流中心建设项目”未再列入募集资金投资范围；2022年6月14日，为避免重复建设，提高资金使用效率，公司第三届董事会第二次会议审议通过《关于终止部分首次公开发行募集资金投资项目的议案》，对“全渠道物流中心建设项目”终止。本次项目参考了前次募投项目的投资规划，并根据公司实际需要进行了适当调整，符合公司的整体战略规划。

综上，本次募投项目的建设及实施，是公司综合考虑宏观经济环境、市场行情变化等因素影响，对前次募投项目进行的延续和升级，符合公司主营业务的发展方向。

### **三、本次募集资金运用对发行人经营成果和财务状况的影响**

#### **（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。

## **四、本次募集资金管理**

公司已建立了募集资金专项管理制度，本次发行募集资金将按规定存放于公司董事会指定的专项账户。

## 第八节 历次募集资金运用

### 一、最近五年募集资金情况

#### (一) 前次实际募集资金金额、资金到账时间

经中国证券监督管理委员会于2021年8月24日《关于同意孩子王儿童用品股份有限公司首次公开发行股票注册的批复》（证监许可[2021]2758号）核准，公司公开发行了人民币普通股（A股）股票108,906,667股，面值为每股人民币1元，发行价格为每股人民币5.77元，募集资金总额为人民币628,391,468.59元，扣减应承担的上市发行费用（不含增值税）人民币72,268,902.71元后的募集资金净额计人民币556,122,565.88元。

截至2021年10月11日止，华泰联合证券有限责任公司已将扣减承销费（含税）人民币42,000,000.00元后的资金净额合计人民币586,391,468.59元汇入公司开立的以下募集资金专户：汇入公司在中国工商银行股份有限公司南京山西路支行开立的4301024329100298275募集资金专户人民币197,105,648.59元；汇入公司在中国建设银行股份有限公司南京鼓楼支行开立的32050159553600002209募集资金专户人民币139,030,650.00元；汇入公司在中国民生银行股份有限公司南京金融城支行开立的633390807募集资金专户人民币111,224,520.00元；汇入公司在招商银行股份有限公司南京分行珠江路支行开立的125904890910203募集资金专户人民币83,418,390.00元；汇入公司在上海浦东发展银行股份有限公司南京分行城北支行开立的93100078801500001120募集资金专户人民币55,612,260.00元。上述募集资金到位情况业经安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）审验并于2021年10月11日出具了《验资报告》（安永华明（2021）验字第60972026\_N01号）。

#### (二) 前次募集资金专户存储及使用情况

截至2021年12月31日，公司募集资金专户的余额为人民币0.00元，募集资金专户存储情况如下：

单位：万元

开户行	银行账号	账户类别	初始存放金额	2021年12月31日存放金额
中国工商银行股份有限	4301024329100298275	募集资金专户	19,710.56	-

开户行	银行账号	账户类别	初始存放金额	2021年12月31日存放金额
公司南京山西路支行				
中国建设银行股份有限公司南京鼓楼支行	32050159553600002209	募集资金专户	13,903.07	-
中国民生银行股份有限公司南京金融城支行	633390807	募集资金专户	11,122.45	-
招商银行股份有限公司南京分行珠江路支行	125904890910203	募集资金专户	8,341.84	-
上海浦东发展银行股份有限公司南京分行城北支行	93100078801500001120	募集资金专户	5,561.23	-
合计			<b>58,639.15</b>	-

截至 2021 年 12 月 31 日，公司前次募集资金已使用完毕，前次募集资金专用账户余额为人民币 0.00 元并均已销户。

## 二、前次募集资金运用情况

### （一）前次募集资金使用情况对照情况

截至 2021 年 12 月 31 日，公司前次募集资金使用情况对照表如下：



单位：万元

募集资金总额：		62,839.15（注1）			已累计使用募集资金总额：		55,678.60			
					各年度使用募集资金总额：		55,678.60			
变更用途的募集资金总额：		不适用			先期投入及置换金额：		55,612.26			
变更用途的募集资金总额比例：		不适用			2021年使用金额：		66.34（注2）			
投资项目		募集资金投资总额			截止日募集资金累计投资额					项目达到预定可使用 状态日期（或截止日 项目完工程度）
序号	承诺投资项目	实际投资项目	募集前承诺投资 金额	募集后承诺投资金 额（注3）	实际投资金额	募集前承诺投资 金额	募集后承诺投资 金额	实际投资 金额	实际投资金额与募 集后承诺投资金额 的差额（注4）	
1	全渠道零售终端 建设项目	全渠道零售终端 建设项目	153,245.00	36,612.26	36,659.68	153,245.00	36,612.26	36,659.68	(47.42)	2023年
2	全渠道数字化 平台建设项目	全渠道数字化 平台建设项目	20,620.55	19,000.00	19,018.92	20,620.55	19,000.00	19,018.92	(18.92)	2022年
3	全渠道物流中 心建设项目	-	21,059.54	-	-	21,059.54	-	-	-	-
4	补充流动资金	-	50,000.00	-	-	50,000.00	-	-	-	-
合计		—	<b>244,925.09</b>	<b>55,612.26</b>	<b>55,678.60</b>	<b>244,925.09</b>	<b>55,612.26</b>	<b>55,678.60</b>	<b>(66.34)</b>	—

注 1：募集资金总额系根据股票发行价格和发行数量计算得出，未扣除保荐及承销费用及其他发行费用。

注 2：2021 年度使用金额为前次募集资金实际到位后投入使用金额，不包括先期投入及置换金额。

注 3：本公司首次公开发行股票实际募集资金净额为人民币 55,612.26 万元。

注 4：截止日累计实际投入金额与募集后承诺投入金额的差额为人民币 66.34 万元，系前次募集资金本年度产生的理财收益和利息收入。

## （二）前次募集资金实际投资项目及其投资金额的变更情况

由于前次公开发行实际募集资金净额人民币 55,612.26 万元低于 A 股招股说明书中披露的拟投入的募集资金金额人民币 244,925.09 万元，为保障募集资金投资项目的顺利实施，提高募集资金的使用效率，结合公司实际情况，公司于 2021 年 10 月 28 日召开第二届董事会第十二次会议及第二届监事会第十次会议，审议通过了《关于公司募集资金投资项目金额调整的议案》，对各募投项目使用募集资金金额进行调整，调整后的方案如下：

单位：万元

序号	项目名称	调整前拟投入募集资金金额	调整后拟投入募集资金金额
1	全渠道零售终端建设项目	153,245.00	36,612.26
2	全渠道数字化平台建设项目	20,620.55	19,000.00
3	全渠道物流中心建设项目	21,059.54	-
4	补充流动资金	50,000.00	-
合计		<b>244,925.09</b>	<b>55,612.26</b>

截至 2021 年 12 月 31 日，公司上述调整后募集资金实际投资项目不存在变更情况。

## （三）前次募集资金投资项目对外转让或置换情况

截至 2021 年 12 月 31 日，公司不存在前次募集资金投资项目对外转让的情况。

截至 2021 年 12 月 31 日，公司前次募集资金投资项目先期投入及置换情况如下：

根据安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《孩子王儿童用品股份有限公司以自筹资金预先投入募集资金投资项目情况的专项鉴证报告》（安永华明（2021）专字第 60972026\_N07 号），截至 2021 年 11 月 30 日，公司以自筹资金预先投入上述募集资金投资项目款项合计人民币 55,850.68 万元。

于 2021 年 12 月 6 日，公司第二届董事会第十三次会议审议通过《关于使用募集资金置换先期投入募集资金项目及已支付发行费用自筹资金的议案》，公司以前次募集资金置换预先投入前次募集资金投资项目的自筹资金总额为人民币 55,612.26 万元，使用前次募集资金置换以自筹资金预先支付的发行服务用的金

额（不含增值税）合计为人民币 3,264.63 万元。公司独立董事对上述事项发表了明确的同意意见。

本次以募集资金置换预先投入募集资金投资项目之自筹资金事项，不影响募集资金投资项目的正常实施，也不存在变相改变募集资金投向和损害股东利益的情形。本次募集资金置换的时间距募集资金到账时间不超过 6 个月，符合法律法规的相关规定。

#### **（四）用闲置前次募集资金暂时补充流动资金情况**

截至 2021 年 12 月 31 日，公司不存在以闲置前次募集资金暂时补充流动资金的情况。

#### **（五）对暂时闲置前次募集资金进行现金管理，投资相关产品情况**

为提高闲置前次募集资金使用效率，实现资金的保值增值，在不影响募集资金投资项目建设和不改变募集资金用途的前提下，公司暂时使用部分闲置前次募集资金进行现金管理，以增加股东和公司的投资收益。公司于 2021 年 10 月 28 日召开了第二届董事会第十二次会议、第二届监事会第十次会议，分别审议通过了《关于使用部分闲置募集资金进行现金管理的议案》，同意公司使用最高不超过人民币 55,612.26 万元的暂时闲置前次募集资金进行现金管理，购买满足安全性高、流动性好、期限不超过十二个月要求的投资产品，不得影响前次募集资金投资计划正常进行，在前述额度范围内，资金可以滚动使用；决议自公司董事会审议通过之日起 12 个月内有效。

截至 2021 年 12 月 31 日，公司使用暂时闲置前次募集资金购买安全性高、流动性好、满足保本要求的理财产品均已赎回，无余额。

#### **（六）节余募集资金使用情况**

截至 2021 年 12 月 31 日，公司不存在节余募集资金。

#### **（七）前次募集资金投资项目实现效益情况说明**

截至 2021 年 12 月 31 日，公司前次募集资金投资项目实现效益情况对照表如下：

单位：万元

实际投资项目		截止日投资项目累计产能利用率	承诺效益	最近三年实际效益			截止日累计实现效益	是否达到预计效益
序号	项目名称			2019年	2020年	2021年		
1	全渠道零售终端建设项目	不适用	不适用 (注1)	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用
2	全渠道数字化平台建设项目	不适用	不适用 (未承诺)	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用

注 1：全渠道零售终端建设项目处于持续投入建设中，并未达到稳定运营期，无法以公司招股说明书披露的项目建设完成后预计的年销售收入、利润总额、净利润或内部收益率等指标评价其实际效益与承诺效益情况。

#### **(八) 前次募集资金使用的其他情况**

截至 2021 年 12 月 31 日，公司不存在前次募集资金使用的其他情况。

### **三、前次募集资金投资项目终止事项**

2022 年 6 月 14 日，为避免重复建设，提高资金使用效率，公司召开第三届董事会第二次会议审议通过《关于终止部分首次公开发行募集资金投资项目的议案》，对“全渠道零售终端建设项目”和“全渠道物流中心建设项目”终止。

### **四、会计师事务所对前次募集资金运用所出具的专项报告结论**


安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）对公司截至 2021 年 12 月 31 日止的《前次募集资金使用情况报告》进行了鉴证，并出具了《前次募集资金使用情况鉴证报告》（安永华明（2022）专字第 60972026\_N03 号），结论为：我们认为，孩子王儿童用品股份有限公司的上述前次募集资金使用情况报告在所有重大方面按照中国证券监督管理委员会《关于前次募集资金使用情况报告的规定》（证监发行字[2007] 500 号）编制，如实反映了截至 2021 年 12 月 31 日止孩子王儿童用品股份有限公司前次募集资金使用情况。

## 第九节 声明

### 一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。


全体董事及高级管理人员签字：



汪建国



徐卫红



蔡博



侍光磊

孩子王儿童用品股份有限公司  
2023年3月8日



## 一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签字：



饶钢



钱智



蒋春燕

孩子王儿童用品股份有限公司

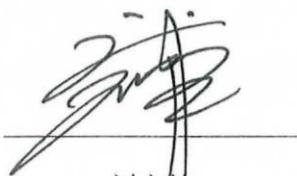
2023年5月8日



## 一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体监事签字：



刘立柱



刘雯



劳晶雪



## 二、发行人控股股东、实际控制人声明

本公司/本人承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东：

江苏博思达企业信息咨询有限公司



法定代表人：

  
汪建国

实际控制人：

  
汪建国

2023年3月8日



### 三、保荐机构声明

本公司已对募集说明书进行了核查，确认本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人：

汪浩

汪浩

保荐代表人：

李丹

李丹

赵岩

赵岩

法定代表人（或授权代表）：

江禹

江禹

华泰联合证券有限责任公司



本人已认真阅读孩子王儿童用品股份有限公司募集说明书的全部内容，确认募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对募集说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：

  
马 晓

保荐机构董事长（或授权代表）：

  
江 禹



#### 四、发行人律师声明

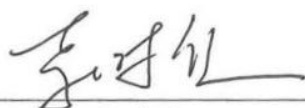
本所及经办律师已阅读本募集说明书，确认本募集说明书与本所出具的法律意见书不存在矛盾。本所及经办律师对发行人在本募集说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认本募集说明书不因引用上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

负责人：



李卓蔚

经办律师：



李时佳



陈程

北京市汉坤律师事务所



2023年3月8日



Ernst & Young Hua Ming LLP  
Level 16, Ernst & Young Tower  
Oriental Plaza  
1 East Chang An Avenue  
Dongcheng District  
Beijing, China 100738

安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）  
中国北京市东城区东长安街1号  
东方广场安永大楼16层  
邮政编码: 100738

Tel 电话: +86 10 5815 3000  
Fax 传真: +86 10 8518 8298  
ey.com

### 关于募集说明书 引用审计报告及其他报告和专项说明的会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读《孩子王儿童用品股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券并在创业板上市募集说明书》（“募集说明书”），确认募集说明书中引用的经审计的财务报表、经审核的内部控制评估报告、非经常性损益明细表、前次募集资金使用情况的内容，与本所出具的审计报告（报告编号：安永华明（2021）审字第60972026\_N01号、安永华明（2022）审字第60972026\_N01号）、内部控制审核报告（报告编号：安永华明（2022）专字第60972026\_N05号）、非经常性损益的专项说明（报告编号：安永华明（2021）专字第60972026\_N02号、安永华明（2022）专字第60972026\_N04号）及前次募集资金使用情况鉴证报告（报告编号：安永华明（2022）专字第60972026\_N03号）的内容无矛盾之处。

本所及签字注册会计师对孩子王儿童用品股份有限公司在募集说明书中引用的本所出具的上述报告和专项说明的内容无异议，确认募集说明书不致因完整准确地引用本所出具的上述报告和专项说明而在相应部分出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对本所出具的上述报告和专项说明的真实性、准确性和完整性根据有关法律法规的规定承担相应的法律责任。

本声明仅供孩子王儿童用品股份有限公司本次向深圳证券交易所及中国证券监督管理委员会申请向不特定对象发行可转换公司债券使用；未经本所书面同意，不得作其他用途使用。

会计师事务所负责人 毛鞍宁



安永华明（2021）审字第60972026\_N01号  
安永华明（2022）审字第60972026\_N01号  
签字注册会计师

郭福艳



安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）



安永华明（2021）审字第60972026\_N01号  
签字注册会计师

吴慧娟



安永华明（2022）审字第60972026\_N01号  
签字注册会计师

钟巧

2023年 3月 9日

## 六、资信评级机构声明

本机构及签字资信评级人员已阅读《孩子王儿童用品股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券并在创业板上市募集说明书》，确认募集说明书与本机构出具的《孩子王儿童用品股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券信用评级报告》（以下简称“《信用评级报告》”）不存在矛盾。本机构及签字资信评级人员对发行人在募集说明书中引用的《信用评级报告》的内容无异议，确认募集说明书不因引用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、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字评级人员：



黄蔚飞



凌辉

评级机构负责人：



朱荣恩

上海新世纪资信评估投资服务有限公司

2023年3月8日





## 七、董事会声明

本次发行摊薄即期回报的，董事会按照国务院和证监会有关规定作出的承诺并兑现填补回报的具体措施：

### 1、填补回报的具体措施

为降低本次发行可能导致的对公司即期回报摊薄的风险，保护投资者利益，公司将采取多种措施保证此次募集资金有效使用、有效防范即期回报被摊薄的风险、提高未来的回报能力。公司填补本次发行摊薄即期回报的具体措施如下：

#### (1) 加强募集资金管理和募集资金投资项目实施速度

为规范公司募集资金的使用与管理，确保募集资金的使用规范、安全、高效，公司已根据相关法律法规制定了《募集资金管理办法》，公司将严格按照国家相关法律法规及中国证监会、深圳证券交易所的要求，对募集资金进行专项存储，保证募集资金合理规范使用，合理防范募集资金使用风险。

本次发行募集资金到位后，公司将加快推进募投项目建设，提高募集资金使用效率，进一步加强项目相关的人才与技术储备，争取募投项目早日达成并实现预期效益，从而提高公司的盈利水平，增强未来几年的股东回报，降低发行导致的即期回报被摊薄的风险。

#### (2) 提高经营管理水平，完善员工激励机制，持续提升经营效率

本次向不特定对象发行可转换公司债券募集资金到位后，公司将继续着力推进数字化、智能化建设，提高日常运营管理效率；公司将积极优化资金使用效率，完善投资决策程序，设计更合理的资金使用方案，控制资金成本，提升资金使用效率，加强费用控制，全面有效地控制公司的经营风险；同时，公司将持续推动人才发展体系建设，优化激励机制，最大限度地激发和调动员工积极性，提升公司的运营效率、降低成本，提升公司的经营业绩。

#### (3) 严格执行分红政策，强化投资者回报机制

为进一步完善公司利润分配政策，增加利润分配决策透明度、更好的回报投资者，维护股东利益，公司已经按照中国证监会、深圳证券交易所的相关要求，在《孩子王儿童用品股份有限公司章程》及《孩子王儿童用品股份有限公司未来

三年股东分红回报规划（2022年-2024年）》中明确了公司利润分配尤其是现金分红的具体条件及比例等，完善了公司利润分配的决策程序和机制以及利润分配政策的调整原则，强化了中小投资者权益保障机制。

#### （4）不断完善公司治理，为公司发展提供制度保障

公司将严格遵循《公司法》《证券法》等法律、法规和规范性文件的要求，不断完善公司治理结构，确保股东能够充分行使权利，确保董事会能够按照法律、法规和公司章程的规定行使职权，作出科学、迅速和谨慎的决策，确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权益，确保监事会能够独立有效地行使对董事、经理和其他高级管理人员及公司财务的监督权和检查权，为公司发展提供制度保障。

公司所制定的填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证，投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任，敬请广大投资者注意投资风险。

## **2、公司实际控制人、控股股东、董事、高级管理人员关于公司填补回报措施能够得到切实履行的承诺**

### （1）实际控制人出具的承诺

为维护公司和全体股东的合法权益，保证公司填补回报措施能够得到切实履行，公司实际控制人汪建国承诺如下：

①本人承诺不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益；

②自本承诺出具日至本次向不特定对象发行可转换公司债券实施完毕前，若中国证监会、深圳证券交易所就填补回报措施及其承诺作出另行规定或提出其他要求的，本人承诺届时将按照中国证监会、深圳证券交易所的最新规定出具补充承诺；

③本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺。如本人违反或未能履行上述承诺，本人同意中国证监会、深圳证券交易所等监管部门按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关监管措施。若本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

## (2) 控股股东、一致行动人出具的承诺

为维护公司和全体股东的合法权益，保证公司填补回报措施能够得到切实履行，公司控股股东江苏博思达、一致行动人南京千秒诺、南京子泉承诺如下：

①本公司/本企业承诺不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益；

②自本承诺出具日至本次向不特定对象发行可转换公司债券实施完毕前，若中国证监会、深圳证券交易所就填补回报措施及其承诺作出另行规定或提出其他要求的，本公司/本企业承诺届时将按照中国证监会、深圳证券交易所的最新规定出具补充承诺；

③本公司/本企业承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本公司/本企业对此作出的任何有关填补回报措施的承诺。如本公司/本企业违反或未能履行上述承诺，本公司/本企业同意中国证监会、深圳证券交易所等监管部门按照其制定或发布的有关规定、规则，对本公司/本企业作出相关处罚或采取相关监管措施。若本公司/本企业违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本公司/本企业愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

## (3) 公司董事、高级管理人员出具的承诺

为维护公司和全体股东的合法权益，保证公司填补回报措施能够得到切实履行，公司全体董事、高级管理人员承诺如下：

①本人承诺不无偿或以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 本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；

③ 本人承诺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本人承诺由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

⑤未来公司如实施股权激励，本人承诺股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；



⑥自本承诺出具日至本次向不特定对象发行可转换公司债券实施完毕前，若中国证监会、深圳证券交易所就填补回报措施及其承诺作出另行规定或提出其他要求的，本人承诺届时将按照中国证监会、深圳证券交易所的最新规定出具补充承诺；

⑦本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺。如本人违反或未能履行上述承诺，本人同意中国证监会、深圳证券交易所等监管部门按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关监管措施。若本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

孩子王儿童用品股份有限公司董事会



## 第十节 备查文件

- (一) 发行人最近三年的财务报告及审计报告，以及最近一期的财务报告；
- (二) 保荐人出具的发行保荐书、发行保荐工作报告和尽职调查报告；
- (三) 法律意见书和律师工作报告；
- (四) 董事会编制、股东大会批准的关于前次募集资金使用情况的报告以及会计师事务所关于前次募集资金使用情况的报告；
- (五) 资信评级报告；
- (六) 中国证监会对本次发行予以注册的文件；
- (七) 其他与本次发行有关的重要文件。


## 附件

### 附件一、商标清单

截至 2022 年 9 月末，公司及其子公司在中国境内共拥有商标 550 项，在中国境外拥有商标共 8 项，具体情况如下：

#### 1、境内商标

序号	权利人	图案	申请号	类别	取得方式	注册有效期
1	发行人		7535807	35	转让	2010 年 12 月 07 日至 2030 年 12 月 06 日
2	发行人		7535801	35	转让	2010 年 12 月 07 日至 2030 年 12 月 06 日
3	发行人		7535775	35	转让	2010 年 12 月 07 日至 2030 年 12 月 06 日
4	发行人	童联 Tong Lian	7237691	35	转让	2010 年 12 月 21 日至 2030 年 12 月 20 日
5	发行人	<b>呼啦精灵</b>	8168937	25	转让	2011 年 04 月 07 日至 2031 年 04 月 06 日
6	发行人	<b>哇啦精灵</b>	8168919	25	转让	2011 年 04 月 07 日至 2031 年 04 月 06 日
7	发行人	<b>哈啦精灵</b>	8168908	25	转让	2011 年 04 月 07 日至 2031 年 04 月 06 日
8	发行人	<b>呼啦精灵</b>	8169015	28	转让	2011 年 04 月 21 日至 2031 年 04 月 20 日
9	发行人	<b>哇啦精灵</b>	8168999	28	转让	2011 年 04 月 21 日至 2031 年 04 月 20 日
10	发行人	<b>哈啦精灵</b>	8168981	28	转让	2011 年 04 月 21 日至 2031 年 04 月 20 日
11	发行人		8170990	25	转让	2011 年 12 月 14 日至 2031 年 12 月 13 日
12	发行人	<b>孩子王</b> KID'S WANT HAI ZI WANG	7118770	35	转让	2012 年 02 月 28 日至 2032 年 02 月 27 日
13	发行人	<b>孩子王俱乐部</b> KID'S WANT CLUB HAI ZI WANG JU LE BU	7118769	35	转让	2012 年 02 月 28 日至 2032 年 02 月 27 日
14	发行人	五星孩子王	9464822	16	转让	2012 年 06 月 07 日至 2032 年 06 月 06 日
15	发行人	KIDSWANT	9469160	39	转让	2012 年 06 月 07 日至 2032 年 06 月 06 日
16	发行人	KIDSWANT	9464830	16	转让	2012 年 06 月 07 日至 2032 年 06 月 06 日

序号	权利人	图案	申请号	类别	取得方式	注册有效期
17	发行人	孩子王	9464813	16	转让	2012年06月07日至 2032年06月06日
18	发行人		7535748	35	转让	2013年10月07日至 2023年10月06日
19	发行人	五星孩子王	9469276	41	转让	2014年01月14日至 2024年01月13日
20	发行人		7535767	35	转让	2014年04月21日至 2024年04月20日
21	发行人		11253087	35	转让	2014年05月07日至 2024年05月06日
22	发行人	妈宝百事帮	12533531	45	转让	2014年10月07日至 2024年10月06日
23	发行人	妈宝百事帮	12533506	44	转让	2014年10月07日至 2024年10月06日
24	发行人	妈宝百事帮	12533444	42	转让	2014年10月07日至 2024年10月06日
25	发行人	妈宝百事帮	12533418	41	转让	2014年10月07日至 2024年10月06日
26	发行人	妈宝百事帮	12533336	35	转让	2014年10月07日至 2024年10月06日
27	发行人		12532983	28	转让	2014年10月07日至 2024年10月06日
28	发行人		12532916	25	转让	2014年10月07日至 2024年10月06日
29	发行人		12532870	12	转让	2014年10月07日至 2024年10月06日
30	发行人		12519094	28	转让	2014年10月07日至 2024年10月06日
31	发行人		12519043	25	转让	2014年10月07日至 2024年10月06日
32	发行人		12518966	12	转让	2014年10月07日至 2024年10月06日
33	发行人	CHUZH <small>初织</small>	12599248	25	转让	2014年10月14日至 2024年10月13日
34	发行人	贝特倍护	13076617	3	转让	2014年12月28日至 2024年12月27日
35	发行人	慧殿堂	13076584	28	转让	2015年01月07日至 2025年01月06日
36	发行人	贝特倍护	13076460	12	转让	2015年01月07日至 2025年01月06日

序号	权利人	图案	申请号	类别	取得方式	注册有效期
37	发行人	安婴泉	13076370	10	转让	2015年01月07日至 2025年01月06日
38	发行人	安婴泉	13076339	3	转让	2015年01月07日至 2025年01月06日
39	发行人	贝特倍护	13076549	21	转让	2015年01月14日至 2025年01月13日
40	发行人	贝特倍护	13076488	20	转让	2015年01月14日至 2025年01月13日
41	发行人	贝特倍护	13076427	11	转让	2015年01月14日至 2025年01月13日
42	发行人	安婴泉	13076519	21	转让	2015年01月14日至 2025年01月13日
43	发行人		13055250	35	转让	2015年01月28日至 2025年01月27日
44	发行人	妈咪妈咪 home	12533555	45	转让	2015年03月21日至 2025年03月20日
45	发行人	妈咪妈咪 home	12533496	44	转让	2015年03月21日至 2025年03月20日
46	发行人	妈咪妈咪 home	12533396	41	转让	2015年03月21日至 2025年03月20日
47	发行人	宝乐适	14812367	11	转让	2015年07月14日至 2025年07月13日
48	发行人	宝乐适	14812229	21	转让	2015年07月14日至 2025年07月13日
49	发行人	宝乐适	14812646	8	转让	2015年08月07日至 2025年08月06日
50	发行人	孩子王	11595323	35	转让	2015年08月14日至 2025年08月13日
51	发行人	贝特倍护	14812844	5	转让	2015年10月21日至 2025年10月20日
52	发行人	宝乐适	14812531	10	转让	2015年10月21日至 2025年10月20日
53	发行人	孩子王	15399821	15	转让	2015年11月07日至 2025年11月06日
54	发行人	孩子王	15399773	9	转让	2015年11月07日至 2025年11月06日
55	发行人	孩子王	15400101	21	转让	2015年11月14日至 2025年11月13日
56	发行人	孩子王	15399708	6	转让	2015年11月14日至 2025年11月13日
57	发行人	妈咪妈咪 home	12533471	42	转让	2015年12月14日至 2025年12月13日
58	发行人	凌动	15619973	28	转让	2015年12月21日至 2025年12月20日
59	发行人	贝乐安	15619774	21	转让	2015年12月21日至 2025年12月20日

序号	权利人	图案	申请号	类别	取得方式	注册有效期
60	发行人	贝乐安	15619188	8	转让	2015年12月21日至 2025年12月20日
61	发行人	贝乐安	15618942	3	转让	2015年12月21日至 2025年12月20日
62	发行人	孩子王童乐会	15656048	41	转让	2015年12月28日至 2025年12月27日
63	发行人	<b>孩子王</b>	15400370	12	转让	2016年01月07日至 2026年01月06日
64	发行人	<b>孩子王</b>	15400040	18	转让	2016年01月07日至 2026年01月06日
65	发行人	<b>孩子王</b>	15399748	7	转让	2016年01月07日至 2026年01月06日
66	发行人	孩子王新妈妈学院	15656279	41	转让	2016年01月14日至 2026年01月13日
67	发行人	贝乐安	15619336	11	转让	2016年02月14日至 2026年02月13日
68	发行人	KIDSWANT	15975538	43	转让	2016年02月21日至 2026年02月20日
69	发行人	KIDSWANT	15975194	15	转让	2016年02月21日至 2026年02月20日
70	发行人	KIDSWANT	15975109	14	转让	2016年02月21日至 2026年02月20日
71	发行人	<b>宝妈帮</b>	15953077	41	转让	2016年02月21日至 2026年02月20日
72	发行人	KIDSWANT	15975409	42	转让	2016年02月28日至 2026年02月27日
73	发行人	KIDSWANT	15975357	41	转让	2016年02月28日至 2026年02月27日
74	发行人	KIDSWANT	15975294	26	转让	2016年03月28日至 2026年03月27日
75	发行人		16245872	28	转让	2016年03月28日至 2026年03月27日
76	发行人	<b>凌动</b>	15619522	12	转让	2016年04月07日至 2026年04月06日
77	发行人	<b>凌动</b>	15619702	20	转让	2016年04月28日至 2026年04月27日
78	发行人	贝乐安	15619689	20	转让	2016年04月28日至 2026年04月27日
79	发行人	<b>孩子王</b>	17346479	36	原始取得	2016年09月07日至 2026年09月06日
80	发行人	RITON	15619820	28	转让	2016年09月21日至 2026年09月20日
81	发行人	宝乐适	14812734	5	转让	2016年11月21日至 2026年11月20日
82	发行人	<b>孩子王</b>	15399993	16	转让	2016年12月14日至 2026年12月13日

序号	权利人	图案	申请号	类别	取得方式	注册有效期
83	发行人	KIDSWANT	18358506	45	转让	2016年12月21日至 2026年12月20日
84	发行人	KIDSWANT	18358458	44	转让	2016年12月21日至 2026年12月20日
85	发行人	KIDSWANT	18358365	36	转让	2016年12月21日至 2026年12月20日
86	发行人	KIDSWANT	18358300	31	转让	2016年12月21日至 2026年12月20日
87	发行人	KIDSWANT	18358292	32	转让	2016年12月21日至 2026年12月20日
88	发行人	KIDSWANT	18358193	29	转让	2016年12月21日至 2026年12月20日
89	发行人	KIDSWANT	18358127	27	转让	2016年12月21日至 2026年12月20日
90	发行人	KIDSWANT	18358111	23	转让	2016年12月21日至 2026年12月20日
91	发行人	KIDSWANT	18357986	22	转让	2016年12月21日至 2026年12月20日
92	发行人	KIDSWANT	18357985	21	转让	2016年12月21日至 2026年12月20日
93	发行人	KIDSWANT	18357954	18	转让	2016年12月21日至 2026年12月20日
94	发行人	KIDSWANT	18357881	8	转让	2016年12月21日至 2026年12月20日
95	发行人	KIDSWANT	18357854	9	转让	2016年12月21日至 2026年12月20日
96	发行人	KIDSWANT	18357784	7	转让	2016年12月21日至 2026年12月20日
97	发行人	KIDSWANT	18357779	6	转让	2016年12月21日至 2026年12月20日
98	发行人	KIDSWANT	18357614	4	转让	2016年12月21日至 2026年12月20日
99	发行人	KIDSWANT	18356119	2	转让	2016年12月21日至 2026年12月20日
100	发行人	KIDSWANT	18356096	1	转让	2016年12月21日至 2026年12月20日
101	发行人	成长缤纷营	18358821	42	转让	2016年12月21日至 2026年12月20日
102	发行人	成长缤纷营	18358671	41	转让	2016年12月21日至 2026年12月20日
103	发行人	KIDSWANT	18358453	40	转让	2016年12月28日至 2026年12月27日
104	发行人	KIDSWANT	18358294	30	转让	2016年12月28日至 2026年12月27日
105	发行人	成长缤纷营	18358616	35	转让	2016年12月28日至 2026年12月27日



序号	权利人	图案	申请号	类别	取得方式	注册有效期
106	发行人	柚咪	18905477	28	转让	2017年02月21日至 2027年02月20日
107	发行人	柚咪	18905417	27	转让	2017年02月21日至 2027年02月20日
108	发行人	柚咪	18905395	25	转让	2017年02月21日至 2027年02月20日
109	发行人	柚咪	18905310	24	转让	2017年02月21日至 2027年02月20日
110	发行人	柚咪	18905252	22	转让	2017年02月21日至 2027年02月20日
111	发行人	柚咪	18905195	21	转让	2017年02月21日至 2027年02月20日
112	发行人	柚咪	18905155	20	转让	2017年02月21日至 2027年02月20日
113	发行人	柚咪	18905075	18	转让	2017年02月21日至 2027年02月20日
114	发行人	柚咪	18905071	16	转让	2017年02月21日至 2027年02月20日
115	发行人	柚咪	18905003	15	转让	2017年02月21日至 2027年02月20日
116	发行人	柚咪	18904925	12	转让	2017年02月21日至 2027年02月20日
117	发行人	柚咪	18904871	8	转让	2017年02月21日至 2027年02月20日
118	发行人	初萌	18904784	27	转让	2017年02月21日至 2027年02月20日
119	发行人	初萌	18904640	24	转让	2017年02月21日至 2027年02月20日
120	发行人	初萌	18904581	22	转让	2017年02月21日至 2027年02月20日
121	发行人	初萌	18904548	21	转让	2017年02月21日至 2027年02月20日
122	发行人	初萌	18904250	18	转让	2017年02月21日至 2027年02月20日
123	发行人	妈咪 home	15952860	41	转让	2017年03月07日至 2027年03月06日
124	发行人		19198174	45	原始取得	2017年04月07日至 2027年04月06日
125	发行人	贝贝姐姐	19482380	35	原始取得	2017年05月07日至 2027年05月06日
126	发行人	贝贝姐姐	19482334	42	原始取得	2017年05月07日至 2027年05月06日
127	发行人	小圆哥哥	19482233	42	原始取得	2017年05月07日至 2027年05月06日



序号	权利人	图案	申请号	类别	取得方式	注册有效期
128	发行人	小圆哥哥	19482126	41	原始取得	2017年05月07日至 2027年05月06日
129	发行人	小圆哥哥	19482116	35	原始取得	2017年05月07日至 2027年05月06日
130	发行人	贝贝姐姐	19482444	41	原始取得	2017年05月14日至 2027年05月13日
131	发行人	初萌	18904496	20	转让	2017年05月14日至 2027年05月13日
132	发行人	初萌	18904827	29	转让	2017年05月21日至 2027年05月20日
133	发行人	初萌	18904207	16	转让	2017年05月21日至 2027年05月20日
134	发行人		19198190	42	原始取得	2017年06月14日至 2027年06月13日
135	发行人	贝婴沐	20342121	3	原始取得	2017年08月07日至 2027年08月06日
136	发行人	趣乐剪	20341991	44	原始取得	2017年08月07日至 2027年08月06日
137	发行人	家慧保	20845112	36	原始取得	2017年09月28日至 2027年09月27日
138	发行人	孩慧保	20845014	36	原始取得	2017年09月28日至 2027年09月27日
139	发行人	贝特倍护	21043827	16	原始取得	2017年10月14日至 2027年10月13日
140	发行人	植物王国	21043770	24	原始取得	2017年10月14日至 2027年10月13日
141	发行人	贝特倍护	21082921	18	原始取得	2017年10月21日至 2027年10月20日
142	发行人	孩子王	21435825	42	原始取得	2017年11月21日至 2027年11月20日
143	发行人	成长十	20890830	42	原始取得	2017年11月28日至 2027年11月27日
144	发行人	孩子王	21706089	39	原始取得	2017年12月14日至 2027年12月13日
145	发行人	孩子王	21706036	45	原始取得	2017年12月14日至 2027年12月13日
146	发行人	孩子王	21705917	38	原始取得	2017年12月14日至 2027年12月13日
147	发行人	孩子王	21705670	37	原始取得	2017年12月14日至 2027年12月13日
148	发行人	孩子王	21705613	17	原始取得	2017年12月14日至 2027年12月13日
149	发行人	孩子王	21705598	34	原始取得	2017年12月14日至 2027年12月13日
150	发行人	孩子王	21705477	14	原始取得	2017年12月14日至 2027年12月13日

序号	权利人	图案	申请号	类别	取得方式	注册有效期
151	发行人	孩子王	21705318	8	原始取得	2017年12月14日至 2027年12月13日
152	发行人	孩子王	21705042	4	原始取得	2017年12月14日至 2027年12月13日
153	发行人	孩子王	21704783	1	原始取得	2017年12月14日至 2027年12月13日
154	发行人		21000111	16	原始取得	2017年12月14日至 2027年12月13日
155	发行人	成长十	20890671	39	原始取得	2017年12月14日至 2027年12月13日
156	发行人	慧殿堂	21765536	16	原始取得	2017年12月21日至 2027年12月20日
157	发行人	孩子王	15400238	29	转让	2017年12月21日至 2027年12月20日
158	发行人	孩子王	21435778	44	原始取得	2018年01月21日至 2028年01月20日
159	发行人	慧殿堂	22216441	27	原始取得	2018年01月28日至 2028年01月27日
160	发行人	慧殿堂	22216430	20	原始取得	2018年01月28日至 2028年01月27日
161	发行人	KIDSWANT	22646293	38	原始取得	2018年02月14日至 2028年02月13日
162	发行人	KIDSWANT	22646140	37	原始取得	2018年02月14日至 2028年02月13日
163	发行人	KIDSWANT	22645905	34	原始取得	2018年02月14日至 2028年02月13日
164	发行人	KIDSWANT	22645581	33	原始取得	2018年02月14日至 2028年02月13日
165	发行人	KIDSWANT	22644893	20	原始取得	2018年02月14日至 2028年02月13日
166	发行人	KIDSWANT	22644832	24	原始取得	2018年02月14日至 2028年02月13日
167	发行人	KIDSWANT	22644720	19	原始取得	2018年02月14日至 2028年02月13日
168	发行人	KIDSWANT	22644599	17	原始取得	2018年02月14日至 2028年02月13日
169	发行人	KIDSWANT	22644168	13	原始取得	2018年02月14日至 2028年02月13日
170	发行人	KIDSWANT	22643800	10	原始取得	2018年02月14日至 2028年02月13日
171	发行人	KIDSWANT	22643377	3	原始取得	2018年02月14日至 2028年02月13日
172	发行人	孩子王	21435502	40	原始取得	2018年02月14日至 2028年02月13日
173	发行人	孩子王	21435196	27	原始取得	2018年02月14日至 2028年02月13日
174	发行人	孩子王	21434742	24	原始取得	2018年02月14日至

序号	权利人	图案	申请号	类别	取得方式	注册有效期
						2028年02月13日
175	发行人		16156178	41	转让	2018年02月21日至 2028年02月20日
176	发行人	孩子王	15400162	28	转让	2018年03月14日至 2028年03月13日
177	发行人	孩子王	21435090	26	原始取得	2018年03月21日至 2028年03月20日
178	发行人	孩子王	21434565	20	原始取得	2018年03月28日至 2028年03月27日
179	发行人	新高 <sup>+</sup>	22523406	41	原始取得	2018年04月21日至 2028年04月20日
180	发行人	趣摇	24279237	41	原始取得	2018年05月21日至 2028年05月20日
181	发行人	乐适酷	24896382	5	原始取得	2018年06月21日至 2028年06月20日
182	发行人	孩子王	21435384	31	原始取得	2018年06月28日至 2028年06月27日
183	发行人	初衣萌	25475644	25	原始取得	2018年07月28日至 2028年07月27日
184	发行人	孩享租 <sup>®</sup>	25918806	20	原始取得	2018年08月14日至 2028年08月13日
185	发行人		24425267	35	原始取得	2018年08月14日至 2028年08月13日
186	发行人	KIDSWANT	22645484	25	原始取得	2018年08月14日至 2028年08月13日
187	发行人	KIDSWANT	22643992	11	原始取得	2018年08月14日至 2028年08月13日
188	发行人	孩享租 <sup>®</sup>	25925678	39	原始取得	2018年08月21日至 2028年08月20日
189	发行人	孩享租 <sup>®</sup>	25922724	12	原始取得	2018年08月21日至 2028年08月20日
190	发行人	孩享租 <sup>®</sup>	25919623	37	原始取得	2018年08月21日至 2028年08月20日
191	发行人	孩享租 <sup>®</sup>	25914363	45	原始取得	2018年08月21日至 2028年08月20日
192	发行人	孩享租 <sup>®</sup>	25914341	16	原始取得	2018年08月21日至 2028年08月20日
193	发行人	孩享租 <sup>®</sup>	25911687	25	原始取得	2018年08月21日至 2028年08月20日
194	发行人	孩享租 <sup>®</sup>	25910389	9	原始取得	2018年08月21日至 2028年08月20日
195	发行人		20999982	5	原始取得	2018年08月21日至 2028年08月20日
196	发行人	KIDSWANT	19989116	5	原始取得	2018年08月21日至 2028年08月20日

序号	权利人	图案	申请号	类别	取得方式	注册有效期
197	发行人		27107963	35	原始取得	2018年10月21日至 2028年10月20日
198	发行人		25918537	39	原始取得	2018年10月28日至 2028年10月27日
199	发行人	孩享租 <sup>®</sup>	25911690	28	原始取得	2018年10月28日至 2028年10月27日
200	发行人	孩子王	21434455	11	原始取得	2018年10月28日至 2028年10月27日
201	发行人		27113499	41	原始取得	2018年11月07日至 2028年11月06日
202	发行人	孩子王	21705779	19	原始取得	2018年11月07日至 2028年11月06日
203	发行人	孩子王	15560886	41	转让	2018年11月07日至 2028年11月06日
204	发行人		25927736	12	原始取得	2018年11月21日至 2028年11月20日
205	发行人		25920440	45	原始取得	2018年11月21日至 2028年11月20日
206	发行人		25910526	37	原始取得	2018年11月21日至 2028年11月20日
207	发行人	孩享租 <sup>®</sup>	25925672	35	原始取得	2018年11月21日至 2028年11月20日
208	发行人	孩享租 <sup>®</sup>	25925230	41	原始取得	2018年11月21日至 2028年11月20日
209	发行人	孩子王 超级孕动家	24432153	41	原始取得	2018年11月21日至 2028年11月20日
210	发行人		24429783	35	原始取得	2018年11月21日至 2028年11月20日
211	发行人		24429769	41	原始取得	2018年11月21日至 2028年11月20日
212	发行人		19198094	41	原始取得	2019年01月21日至 2029年01月20日
213	发行人	成长雨林	31217504	35	原始取得	2019年02月28日至 2029年02月27日
214	发行人	成长雨林	31230122	42	原始取得	2019年03月07日至 2029年03月06日
215	发行人	成长雨林	31228414	9	原始取得	2019年03月07日至 2029年03月06日
216	发行人	孩子王成长加	31074905	35	原始取得	2019年03月07日至 2029年03月06日
217	发行人	小加学堂	31066704	35	原始取得	2019年04月28日至 2029年04月27日
218	发行人	孩慧营	32883360	36	原始取得	2019年05月07日至 2029年05月06日

序号	权利人	图案	申请号	类别	取得方式	注册有效期
219	发行人	孩慧营	32882818	42	原始取得	2019年05月07日至 2029年05月06日
220	发行人	孩慧营	32882663	9	原始取得	2019年05月07日至 2029年05月06日
221	发行人	孩慧营	32876112	35	原始取得	2019年05月07日至 2029年05月06日
222	发行人	小加学堂	31078002	41	原始取得	2019年05月07日至 2029年05月06日
223	发行人	棉上臻选	33729877	35	原始取得	2019年05月28日至 2029年05月27日
224	发行人	孩享棉	33721570	25	原始取得	2019年05月28日至 2029年05月27日
225	发行人	孩享棉	33725820	35	原始取得	2019年05月28日至 2029年05月27日
226	发行人	孩子王妈妈赚	33898755	36	原始取得	2019年06月07日至 2029年06月06日
227	发行人		33895741	12	原始取得	2019年06月07日至 2029年06月06日
228	发行人	孩子王妈妈赚	33890016	42	原始取得	2019年06月28日至 2029年06月27日
229	发行人	孩子王妈妈赚	33891682	41	原始取得	2019年06月28日至 2029年06月27日
230	发行人	孩慧营	32878571	41	原始取得	2019年07月07日至 2029年07月06日
231	发行人	初衣萌	35160218	35	原始取得	2019年07月28日至 2029年07月27日
232	发行人	Face Kids	35457731	9	原始取得	2019年08月14日至 2029年08月13日
233	发行人	Face Kids	35447051	42	原始取得	2019年08月21日至 2029年08月20日
234	发行人	Face Kids	35443826	35	原始取得	2019年08月21日至 2029年08月20日
235	发行人		35433869	42	原始取得	2019年08月21日至 2029年08月20日
236	发行人		35437038	9	原始取得	2019年08月28日至 2029年08月27日
237	发行人		35433820	35	原始取得	2019年09月07日至 2029年09月06日
238	发行人	孩尚臻选	35409177	35	原始取得	2019年09月07日至 2029年09月06日
239	发行人	孩上臻选	35409684	25	原始取得	2019年09月14日至 2029年09月13日
240	发行人	孩上臻选	35422809	35	原始取得	2019年11月28日至 2029年11月27日
241	发行人	KwFace	36667606	42	原始取得	2019年12月07日至 2029年12月06日
242	发行人	初衣萌	37962821	28	原始取得	2020年01月07日至

序号	权利人	图案	申请号	类别	取得方式	注册有效期
						2030年01月06日
243	发行人	<b>KwFace</b>	36658145	35	原始取得	2020年01月14日至 2030年01月13日
244	发行人		19198079	35	原始取得	2020年01月28日至 2030年01月27日
245	发行人	孩子王	15399683	3	转让	2020年02月07日至 2030年02月06日
246	发行人	成长小玩家	38992915	9	原始取得	2020年02月14日至 2030年02月13日
247	发行人	成长小玩家	39010436	35	原始取得	2020年02月14日至 2030年02月13日
248	发行人	成长小玩家	39016593	41	原始取得	2020年02月14日至 2030年02月13日
249	发行人	成长小玩家	39010465	42	原始取得	2020年02月14日至 2030年02月13日
250	发行人	成长小耳朵	39010414	9	原始取得	2020年02月14日至 2030年02月13日
251	发行人	成长小耳朵	39016574	35	原始取得	2020年02月14日至 2030年02月13日
252	发行人	成长小耳朵	39013432	41	原始取得	2020年02月14日至 2030年02月13日
253	发行人	成长小耳朵	38995323	42	原始取得	2020年02月14日至 2030年02月13日
254	发行人	CHUYTMENG	39453407	20	原始取得	2020年02月21日至 2030年02月20日
255	发行人	CHUYTMENG	39471874	28	原始取得	2020年02月21日至 2030年02月20日
256	发行人	CHUYTMENG	39468443	35	原始取得	2020年02月21日至 2030年02月20日
257	发行人	初衣萌	39453401	20	原始取得	2020年02月21日至 2030年02月20日
258	发行人	孩享花	39508169	41	原始取得	2020年02月21日至 2030年02月20日
259	发行人	孩子王	39989920	28	原始取得	2020年03月21日至 2030年03月20日
260	发行人	孩子王	32426232	41	原始取得	2020年04月28日至 2030年04月27日
261	发行人	孩子王成长加	31094825	41	原始取得	2020年04月28日至 2030年04月27日
262	发行人	孩子王	35422462	16	原始取得	2020年05月14日至 2030年05月13日
263	发行人	<b>KwFace</b>	36660581	9	原始取得	2020年05月14日至 2030年05月13日
264	发行人	孩享花	39494949	36	原始取得	2020年05月21日至 2030年05月20日



序号	权利人	图案	申请号	类别	取得方式	注册有效期
265	发行人	孩享花	39498056	35	原始取得	2020年05月21日至 2030年05月20日
266	发行人	孩享花	39496438	9	原始取得	2020年05月21日至 2030年05月20日
267	发行人	孩子王妈妈赚	37604227	35	原始取得	2020年06月28日至 2030年06月27日
268	发行人	孩子王妈妈赚	37622620	9	原始取得	2020年07月07日至 2030年07月06日
269	发行人	孩子王	37625267	41	原始取得	2020年07月07日至 2030年07月06日
270	发行人	孩子王	35726404	28	原始取得	2020年07月14日至 2030年07月13日
271	发行人	孩大王	38195562	28	原始取得	2020年08月14日至 2030年08月13日
272	发行人	孩子王童书城	38201750	16	原始取得	2020年08月28日至 2030年08月27日
273	发行人	孩享租	42417634	35	原始取得	2020年10月07日至 2030年10月06日
274	发行人	宝贝孩享租	42396580	35	原始取得	2020年10月14日至 2030年10月13日
275	发行人	宝贝孩享租	42423669	41	原始取得	2020年10月28日至 2030年10月27日
276	发行人	宝贝孩享租	42411148	28	原始取得	2020年10月28日至 2030年10月27日
277	发行人	孩享租	42412649	41	原始取得	2020年10月28日至 2030年10月27日
278	发行人	孩享租	42411158	28	原始取得	2020年10月28日至 2030年10月27日
279	发行人	孩子王新家庭智慧服务	45001493	42	原始取得	2020年11月14日至 2030年11月13日
280	发行人	孩子王新家庭	45010693	41	原始取得	2020年11月14日至 2030年11月13日
281	发行人	孩子王新家庭	45005560	42	原始取得	2020年11月14日至 2030年11月13日
282	发行人	孩子王新家庭	45003466	36	原始取得	2020年11月14日至 2030年11月13日
283	发行人	孩子王智慧服务	45003486	36	原始取得	2020年11月14日至 2030年11月13日
284	发行人	孩子王新家庭智慧服务	44998912	36	原始取得	2020年11月21日至 2030年11月20日
285	发行人	孩子王智慧服务	45005581	42	原始取得	2020年11月28日至 2030年11月27日
286	发行人		44446734	25	原始取得	2020年11月28日至 2030年11月27日
287	发行人	孩趣玩	45645383	45	原始取得	2020年12月14日至 2030年12月13日

序号	权利人	图案	申请号	类别	取得方式	注册有效期
288	发行人	<b>孩趣玩</b>	45621149	42	原始取得	2020年12月14日至 2030年12月13日
289	发行人	<b>孩享赚</b>	44840344	9	原始取得	2020年12月14日至 2030年12月13日
290	发行人	孩子王云客	44835570	45	原始取得	2020年12月14日至 2030年12月13日
291	发行人	孩子王云客	44833853	36	原始取得	2020年12月14日至 2030年12月13日
292	发行人	<b>孩成长</b>	45656343	9	原始取得	2020年12月21日至 2030年12月20日
293	发行人	<b>孩成长</b>	45636709	38	原始取得	2020年12月21日至 2030年12月20日
294	发行人	<b>孩成长</b>	45647673	45	原始取得	2020年12月21日至 2030年12月20日
295	发行人	<b>孩成长</b>	45635994	42	原始取得	2020年12月21日至 2030年12月20日
296	发行人	<b>孩成长</b>	45635314	35	原始取得	2020年12月21日至 2030年12月20日
297	发行人	<b>孩成长</b>	45622288	36	原始取得	2020年12月21日至 2030年12月20日
298	发行人	<b>孩趣玩</b>	45656104	36	原始取得	2020年12月21日至 2030年12月20日
299	发行人	<b>孩趣玩</b>	45648387	9	原始取得	2020年12月21日至 2030年12月20日
300	发行人	<b>孩趣玩</b>	45627399	38	原始取得	2020年12月21日至 2030年12月20日
301	发行人	<b>孩趣玩</b>	45626253	44	原始取得	2020年12月21日至 2030年12月20日
302	发行人	孩子王新家庭智慧服务	45026862	41	原始取得	2020年12月21日至 2030年12月20日
303	发行人	<b>孩享赚</b>	44869483	45	原始取得	2020年12月28日至 2030年12月27日
304	发行人	<b>孩享赚</b>	44863838	41	原始取得	2020年12月28日至 2030年12月27日
305	发行人	<b>孩享赚</b>	44860821	36	原始取得	2020年12月28日至 2030年12月27日
306	发行人	<b>孩享赚</b>	44859614	38	原始取得	2020年12月28日至 2030年12月27日
307	发行人	孩子王赚呗	44862939	42	原始取得	2020年12月28日至 2030年12月27日
308	发行人	孩子王赚呗	44859679	45	原始取得	2020年12月28日至 2030年12月27日
309	发行人	孩子王赚呗	44833911	41	原始取得	2020年12月28日至 2030年12月27日



序号	权利人	图案	申请号	类别	取得方式	注册有效期
310	发行人	孩子王商客合一	44867854	44	原始取得	2020年12月28日至 2030年12月27日
311	发行人	孩子王商客合一	44845868	36	原始取得	2020年12月28日至 2030年12月27日
312	发行人	孩子王云客	44867825	42	原始取得	2020年12月28日至 2030年12月27日
313	发行人	孩子王云客	44857944	41	原始取得	2020年12月28日至 2030年12月27日
314	发行人	孩子王云客	44854390	38	原始取得	2020年12月28日至 2030年12月27日
315	发行人	孩子王商客	44858058	45	原始取得	2020年12月28日至 2030年12月27日
316	发行人	孩子王商客	44857380	38	原始取得	2020年12月28日至 2030年12月27日
317	发行人	孩子王赚贝	44855542	42	原始取得	2020年12月28日至 2030年12月27日
318	发行人	孩子王赚贝	44855527	41	原始取得	2020年12月28日至 2030年12月27日
319	发行人	孩子王赚贝	44849091	45	原始取得	2020年12月28日至 2030年12月27日
320	发行人	孩子王赚贝	44845970	36	原始取得	2020年12月28日至 2030年12月27日
321	发行人	孩子王赚贝	44837232	38	原始取得	2020年12月28日至 2030年12月27日
322	发行人	孩子王	37300257	9	原始取得	2020年12月28日至 2030年12月27日
323	发行人	孩享赚	44867861	44	原始取得	2021年01月07日至 2031年01月06日
324	发行人	孩享赚	44854972	35	原始取得	2021年01月07日至 2031年01月06日
325	发行人	孩子王赚呗	44869209	38	原始取得	2021年01月07日至 2031年01月06日
326	发行人	孩子王商客合一	44853220	41	原始取得	2021年01月07日至 2031年01月06日
327	发行人	孩子王商客	44849923	41	原始取得	2021年01月07日至 2031年01月06日
328	发行人		44442460	35	原始取得	2021年01月07日至 2031年01月06日
329	发行人	孩子王商客合一	44849974	42	原始取得	2021年01月14日至 2031年01月13日
330	发行人	孩子王商客合一	44847494	38	原始取得	2021年01月14日至 2031年01月13日
331	发行人	孩子王商客合一	44845498	35	原始取得	2021年01月14日至 2031年01月13日

序号	权利人	图案	申请号	类别	取得方式	注册有效期
332	发行人	孩子王商客合一	44843659	45	原始取得	2021年01月14日至 2031年01月13日
333	发行人	孩子王云客	44866575	35	原始取得	2021年01月14日至 2031年01月13日
334	发行人	孩子王商客	44844364	36	原始取得	2021年01月14日至 2031年01月13日
335	发行人	孩子王商客	44835841	42	原始取得	2021年01月14日至 2031年01月13日
336	发行人	初衣萌	46773003	24	原始取得	2021年01月21日至 2031年01月20日
337	发行人	孩子王智慧服务	44998578	35	原始取得	2021年1月28日至 2031年1月27日
338	发行人	孩子王新家庭	45010100	35	原始取得	2021年01月28日至 2031年01月27日
339	发行人	孩子王新家庭智慧服务	45012353	35	原始取得	2021年01月28日至 2031年01月27日
340	发行人	初衣萌	47044036	27	原始取得	2021年01月28日至 2031年01月27日
341	发行人	初衣萌	47048782	18	原始取得	2021年01月28日至 2031年01月27日
342	发行人	初衣萌	47061697	26	原始取得	2021年01月28日至 2031年01月27日
343	发行人	孩大王	47066983	25	原始取得	2021年01月28日至 2031年01月27日
344	发行人	孩大王	47053649	28	原始取得	2021年02月07日至 2031年02月06日
345	发行人	植物王国	47080232	27	原始取得	2021年02月07日至 2031年02月06日
346	发行人	植物王国	47085023	26	原始取得	2021年02月07日至 2031年02月06日
347	发行人	CHUZH <sub>初织</sub>	47088057	26	原始取得	2021年02月07日至 2031年02月06日
348	发行人	初织	47090553	28	原始取得	2021年02月07日至 2031年02月06日
349	发行人	植物王国	47094470	18	原始取得	2021年02月07日至 2031年02月06日
350	发行人	CHUZH <sub>初织</sub>	47097634	28	原始取得	2021年02月07日至 2031年02月06日
351	发行人	CHUZH <sub>初织</sub>	47097692	27	原始取得	2021年02月07日至 2031年02月06日
352	发行人	CHUZH <sub>初织</sub>	47097772	18	原始取得	2021年02月07日至 2031年02月06日
353	发行人	初织	47103152	18	原始取得	2021年02月07日至 2031年02月06日

序号	权利人	图案	申请号	类别	取得方式	注册有效期
354	发行人	初织	47103192	27	原始取得	2021年02月07日至 2031年02月06日
355	发行人	初织	47075261	26	原始取得	2021年02月07日至 2031年02月06日
356	发行人	孩大王	47037559	5	原始取得	2021年02月07日至 2031年02月06日
357	发行人	孩享赚	44835854	42	原始取得	2021年02月14日至 2031年02月13日
358	发行人	孩子王赚贝	44842209	44	原始取得	2021年02月14日至 2031年02月13日
359	发行人	孩子王赚贝	44835694	9	原始取得	2021年02月21日至 2031年02月20日
360	发行人	孩子王赚贝	44855390	35	原始取得	2021年02月21日至 2031年02月20日
361	发行人	孩成长	45629098	41	原始取得	2021年02月21日至 2031年02月20日
362	发行人	孩子王赚呗	44844356	36	原始取得	2021年02月21日至 2031年02月20日
363	发行人		47073513	26	原始取得	2021年02月21日至 2031年02月20日
364	发行人	澳妈孩子王	44744794	45	原始取得	2021年02月28日至 2031年02月27日
365	发行人	孩子王赚呗	44840368	35	原始取得	2021年02月28日至 2031年02月27日
366	发行人	孩子王赚呗	44853430	9	原始取得	2021年02月28日至 2031年02月27日
367	发行人	妈妈孩子王	37620282	35	原始取得	2021年03月07日至 2031年03月06日
368	发行人	孩子王商客合一	44843980	9	原始取得	2021年03月07日至 2031年03月06日
369	发行人	孩子王赚呗	44867842	44	原始取得	2021年03月14日至 2031年03月13日
370	发行人	孩子王云客	44867868	44	原始取得	2021年03月14日至 2031年03月13日
371	发行人	孩子王商客	44844017	35	原始取得	2021年03月28日至 2031年03月27日
372	发行人	孩子王商客	44845912	44	原始取得	2021年04月07日至 2031年04月06日
373	发行人	孩趣玩	45647484	41	原始取得	2021年04月14日至 2031年04月13日
374	发行人		47051714	27	原始取得	2021年04月14日至 2031年04月13日
375	发行人	孩子王商客	44859236	9	原始取得	2021年04月21日至 2031年04月20日

序号	权利人	图案	申请号	类别	取得方式	注册有效期
376	发行人	孩有爱	49858391	9; 35-36; 38; 41-42; 44-45	原始取得	2021年04月28日至 2031年04月27日
377	发行人	孩子王新家庭智慧服务	44998525	9	原始取得	2021年05月14日至 2031年05月13日
378	发行人	孩子王新家庭	45031228	9	原始取得	2021年05月14日至 2031年05月13日
379	发行人	孩子王	47979421	21	原始取得	2021年05月21日至 2031年05月20日
380	发行人	商客合一	49727601	9; 35-36; 41	原始取得	2021年06月28日至 2031年06月27日
381	发行人	农村孩子王	49788909	40	原始取得	2021年07月07日至 2031年07月06日
382	发行人	孩子王	47973231	9	原始取得	2021年08月21日至 2031年08月20日
383	发行人	孩子王转贝	52211029	35	原始取得	2021年08月21日至 2031年08月20日
384	发行人	农村孩子王	49784105	16	原始取得	2021年08月21日至 2031年08月20日
385	发行人	农村孩子王	49816709	30	原始取得	2021年08月28日至 2031年08月27日
386	发行人	酷糖孩子王	49797680	41	原始取得	2021年08月28日至 2031年08月27日
387	发行人	孩子王专呗	52235366	35	原始取得	2021年09月07日至 2031年09月06日
388	发行人	澳妈孩子王	50250244	45	原始取得	2021年09月07日至 2031年09月06日
389	发行人	孩子王童书城	50131602	16	原始取得	2021年09月14日至 2031年09月13日
390	发行人	无邪书库	50883213	9; 16; 41	原始取得	2021年09月14日至 2031年09月13日
391	发行人	初织	54069670	3; 5; 11-12; 16; 21	原始取得	2021年09月21日至 2031年09月20日
392	发行人	初衣萌	54069551	21	原始取得	2021年09月28日至 2031年09月27日
393	发行人	农村孩子王	49792223	35	原始取得	2021年10月07日至 2031年10月06日
394	发行人	农村孩子王	49785612	29	原始取得	2021年10月07日至 2031年10月06日
395	发行人	孩子王传呗	52197208	35	原始取得	2021年10月14日至 2031年10月13日

序号	权利人	图案	申请号	类别	取得方式	注册有效期
396	发行人	初之用	54713508	3; 5; 8; 10-12; 14-16; 18; 20-22; 24-30; 32-33; 35	原始取得	2021年10月14日至 2031年10月13日
397	发行人	孩子王转呗	52223442	9; 35-36; 38; 41-42; 44-45	原始取得	2021年10月21日至 2031年10月20日
398	发行人	贝特倍护	54388413	15; 26-27	原始取得	2021年10月21日至 2031年10月20日
399	发行人	柚咪柚	54284627	14	原始取得	2021年10月21日至 2031年10月20日
400	发行人	孩子王商客合一	51862316	9	原始取得	2021年10月28日至 2031年10月27日
401	发行人	柚咪柚	55632503	25-26; 35	原始取得	2021年11月07日至 2031年11月06日
402	发行人	澳妈孩子王	44744687	25	原始取得	2021年11月07日至 2031年11月06日
403	发行人	馨园孩子王	44722532	35	原始取得	2021年11月07日至 2031年11月06日
404	发行人	澳妈孩子王	44721231	35	原始取得	2021年11月07日至 2031年11月06日
405	发行人	书间茶	52141402	9; 16; 35; 41; 44	原始取得	2021年11月28日至 2031年11月27日
406	发行人	孩子王智慧服务	45031253	9	原始取得	2021年11月28日至 2031年11月27日
407	发行人	孩子王智慧服务	45026869	41	原始取得	2021年11月28日至 2031年11月27日
408	发行人	农村孩子王	53691057	40	原始取得	2021年12月14日至 2031年12月13日
409	发行人	嘻哈机车孩子王	53578669	18	原始取得	2021年12月14日至 2031年12月13日
410	发行人	嘻哈机车孩子王	53567235	25	原始取得	2021年12月14日至 2031年12月13日
411	发行人	柚咪	54289442	5; 8; 12; 15-16; 18; 20-22; 24-25; 27-30; 35	原始取得	2021年12月21日至 2031年12月20日



序号	权利人	图案	申请号	类别	取得方式	注册有效期
412	发行人	龙江孩子王	44720351	41	原始取得	2021年12月21日至 2031年12月20日
413	发行人	孩之王	44722828	25	原始取得	2021年12月21日至 2031年12月20日
414	发行人	孩子王云客	44859254	9	原始取得	2021年12月21日至 2031年12月20日
415	发行人		55635266	25	原始取得	2022年01月07日至 2032年01月06日
416	发行人		57095243	18	原始取得	2022年01月14日至 2032年01月13日
417	发行人	可蒂家	57590471	24-25; 28; 35	原始取得	2022年01月14日至 2032年01月13日
418	发行人	可逗熊	57589182	24-25; 28; 35	原始取得	2022年01月14日至 2032年01月13日
419	发行人	Flora Kiddom	57511349	25; 28	原始取得	2022年01月21日至 2032年01月20日
420	发行人		58317785	5	原始取得	2022年01月28日至 2032年01月27日
421	发行人	农村孩子王	58010588	40	原始取得	2022年01月28日至 2032年01月27日
422	发行人	孩趣玩	45657076	35	原始取得	2022年01月28日至 2032年01月27日
423	发行人	植物王国	47087827	20	原始取得	2022年01月28日至 2032年01月27日
424	发行人	农村孩子王	58029664	16	原始取得	2022年02月07日至 2032年02月06日
425	发行人	农村孩子王	57999795	43	原始取得	2022年02月07日至 2032年02月06日
426	发行人	孩子王	39974868	3	原始取得	2022年02月07日至 2032年02月06日
427	发行人	U MEET U	56233234	3; 9; 14; 25-26; 35; 41	原始取得	2022年02月28日至 2032年02月27日
428	发行人	better care	52754939	11; 15; 28	原始取得	2022年03月21日至 2032年03月20日
429	发行人	<b>kidswant</b>	58312447	5	原始取得	2022年03月28日至 2032年03月27日
430	发行人	Cuddle Bear	57579368	24; 25; 28; 35	原始取得	2022年03月28日至 2032年03月27日
431	南京品 之冠	品之冠	58355288	35	原始取得	2022年02月07日至 2032年02月06日
432	发行人	皇家孩子王	50152155	35	原始取得	2022年04月14日至 2032年04月13日
433	发行人		58553580	25	原始取得	2022年04月14日至 2032年04月13日
434	发行人	Meta Kids World	60310789	5	原始取得	2022年04月28日至

序号	权利人	图案	申请号	类别	取得方式	注册有效期
						2032年04月27日
435	发行人	Meta Kids World	60314310	25	原始取得	2022年04月28日至 2032年04月27日
436	发行人	Meta Kids World	60323889	41	原始取得	2022年04月28日至 2032年04月27日
437	发行人	Meta Kids World	60310835	35	原始取得	2022年04月28日至 2032年04月27日
438	发行人	Meta Kids World	60327534	3	原始取得	2022年04月28日至 2032年04月27日
439	发行人	Meta Kids World	60323860	9	原始取得	2022年04月28日至 2032年04月27日
440	发行人	Meta Kids World	60314303	14	原始取得	2022年04月28日至 2032年04月27日
441	发行人	慧殿堂	60296974	18	原始取得	2022年04月28日至 2032年04月27日
442	发行人	慧殿堂	60287420	9	原始取得	2022年04月28日至 2032年04月27日
443	发行人	柚咪柚	60294723	11	原始取得	2022年04月28日至 2032年04月27日
444	发行人	柚咪柚	60284789	18	原始取得	2022年04月28日至 2032年04月27日
445	发行人	柚咪柚	60296013	16	原始取得	2022年04月28日至 2032年04月27日
446	发行人	柚咪柚	60284812	28	原始取得	2022年04月28日至 2032年04月27日
447	发行人	YOU MEET YOU	60288363	14	原始取得	2022年04月28日至 2032年04月27日
448	发行人	YOU MEET YOU	60272410	26	原始取得	2022年04月28日至 2032年04月27日
449	发行人	YOU MEET YOU	60283579	18	原始取得	2022年04月28日至 2032年04月27日
450	发行人	孩子王	57855614	29	原始取得	2022年04月28日至 2032年04月27日
451	发行人	kw <sup>3</sup>	60680366	30	原始取得	2022年05月07日至 2032年05月06日
452	发行人	kw <sup>3</sup>	60703144	29	原始取得	2022年05月07日至 2032年05月06日
453	发行人	Cutie Moon	57518874	28; 24; 25	原始取得	2022年05月07日至 2032年05月06日
454	发行人	kidswant	60692502	30	原始取得	2022年05月14日至 2032年05月13日
455	发行人	kidswant	60674734	29	原始取得	2022年05月14日至 2032年05月13日
456	发行人	贝特倍护	60945668	24	原始取得	2022年05月14日至 2032年05月13日
457	发行人	贝特倍护	60943191	31	原始取得	2022年05月14日至 2032年05月13日

序号	权利人	图案	申请号	类别	取得方式	注册有效期
458	发行人	贝特倍护	60933229	28	原始取得	2022年05月14日至 2032年05月13日
459	发行人	贝特倍护	60923666	8	原始取得	2022年05月14日至 2032年05月13日
460	发行人	贝特倍护	60937945	16	原始取得	2022年05月21日至 2032年05月20日
461	发行人	贝特倍护	60936852	11	原始取得	2022年05月21日至 2032年05月20日
462	发行人	贝特倍护	60911607	36	原始取得	2022年05月21日至 2032年05月20日
463	发行人	梦游兔子	60916551	35; 41	原始取得	2022年05月21日至 2032年05月20日
464	发行人	孩子王	60956637	15	原始取得	2022年05月21日至 2032年05月20日
465	发行人	孩子王	60956276	17	原始取得	2022年05月21日至 2032年05月20日
466	发行人	孩子王	60953668	7	原始取得	2022年05月21日至 2032年05月20日
467	发行人	孩子王	60955653	6	原始取得	2022年05月21日至 2032年05月20日
468	发行人	孩子王	60953218	4	原始取得	2022年05月21日至 2032年05月20日
469	发行人	孩子王	60952791	1	原始取得	2022年05月21日至 2032年05月20日
470	发行人	孩子王	60951109	16	原始取得	2022年05月21日至 2032年05月20日
471	发行人	kidswant	60877470	3	原始取得	2022年05月28日至 2032年05月27日
472	发行人	kw <sup>3</sup>	60875403	21	原始取得	2022年05月28日至 2032年05月27日
473	发行人	kw <sup>3</sup>	60898165	3	原始取得	2022年05月28日至 2032年05月27日
474	发行人	孩子王	60953268	14	原始取得	2022年05月28日至 2032年05月27日
475	发行人	孩子王	61018707	27	原始取得	2022年05月28日至 2032年05月27日
476	发行人	孩子王	61013952	31	原始取得	2022年05月28日至 2032年05月27日
477	发行人	孩子王	60999885	26	原始取得	2022年05月28日至 2032年05月27日
478	发行人	孩子王	61034346	36	原始取得	2022年05月28日至 2032年05月27日
479	发行人	孩子王	61011050	37	原始取得	2022年05月28日至 2032年05月27日
480	发行人	孩子王	61050879	39	原始取得	2022年05月28日至 2032年05月27日
481	发行人	贝特倍护	60822053	12	原始取得	2022年06月07日至 2032年06月06日



序号	权利人	图案	申请号	类别	取得方式	注册有效期
482	发行人	贝特倍护	60804955	20	原始取得	2022年06月07日至 2032年06月06日
483	发行人	贝特倍护	60832660	18	原始取得	2022年06月07日至 2032年06月06日
484	发行人	孩子王	61062562	38	原始取得	2022年06月07日至 2032年06月06日
485	发行人	孩子王	61067768	42	原始取得	2022年06月07日至 2032年06月06日
486	发行人	孩子王	61044546	40	原始取得	2022年06月07日至 2032年06月06日
487	发行人		60916568	35; 41	原始取得	2022年06月07日至 2032年06月06日
488	发行人	Vivid Bear	57591701	24; 25; 28; 35	原始取得	2022年06月14日至 2032年06月13日
489	发行人	孩子王	61043773	45	原始取得	2022年06月14日至 2032年06月13日
490	发行人	小熊贝特	62152262	38	原始取得	2022年07月14日至 2032年07月13日
491	发行人	贝特倍护	62016518	15; 26	原始取得	2022年07月21日至 2032年07月20日
492	发行人	孩子王	60951075	12	原始取得	2022年07月28日至 2032年07月27日
493	发行人	孩子王	60952845	18	原始取得	2022年07月28日至 2032年07月27日
494	发行人	孩子王	60950284	20	原始取得	2022年07月28日至 2032年07月27日
495	发行人	孩子王	58006730	32	原始取得	2022年07月28日至 2032年07月27日
496	发行人	孩子王	54856054	32	原始取得	2022年07月28日至 2032年07月27日
497	发行人	Cutie Moon	62020989	35	原始取得	2022年07月28日至 2032年07月27日
498	发行人		62469563	35	原始取得	2022年07月28日至 2032年07月27日
499	发行人		62465977	41	原始取得	2022年07月28日至 2032年07月27日
500	发行人	贝特倍护	60936577	38	原始取得	2022年07月28日至 2032年07月27日
501	发行人	贝特倍护	60928863	43	原始取得	2022年07月28日至 2032年07月27日
502	发行人	孩之王	60103883	5	原始取得	2022年09月07日至 2032年09月06日
503	发行人	孩子王	60954988	8	原始取得	2022年08月07日至 2032年08月06日
504	发行人	孩子王	60952069	9	原始取得	2022年08月07日至

序号	权利人	图案	申请号	类别	取得方式	注册有效期
						2032年08月06日
505	发行人	孩子王	60948700	16	原始取得	2022年08月07日至 2032年08月06日
506	发行人	孩子王	60951349	21	原始取得	2022年08月07日至 2032年08月06日
507	发行人	贝特倍护	60932849	35	原始取得	2022年08月07日至 2032年08月06日
508	发行人	嘻哈机车孩子王	57999809	18	原始取得	2022年08月14日至 2032年08月13日
509	发行人	嘻哈机车孩子王	58017463	25	原始取得	2022年08月14日至 2032年08月13日
510	发行人	孩子王	60954979	24	原始取得	2022年08月14日至 2032年08月13日
511	发行人	孩之王	54381484	35	原始取得	2022年08月14日至 2032年08月13日
512	发行人	孩之王	54388752	41	原始取得	2022年08月14日至 2032年08月13日
513	发行人	智慧孩子王	50539411	35	原始取得	2022年08月14日至 2032年08月13日
514	发行人	孩子王国	61377789	35	原始取得	2022年08月14日至 2032年08月13日
515	发行人	孩子王	60999917	28	原始取得	2022年08月21日至 2032年08月20日
516	发行人	孩子王	61058067	44	原始取得	2022年08月21日至 2032年08月20日
517	发行人	慧殿堂	63096157	5	原始取得	2022年09月07日至 2032年09月06日
518	发行人	慧殿堂	63104118	8	原始取得	2022年09月07日至 2032年09月06日
519	发行人	慧殿堂	63104138	9	原始取得	2022年09月07日至 2032年09月06日
520	发行人	慧殿堂	63107061	10	原始取得	2022年09月07日至 2032年09月06日
521	发行人	慧殿堂	63100233	18	原始取得	2022年09月07日至 2032年09月06日
522	发行人	慧殿堂	63103505	20	原始取得	2022年09月07日至 2032年09月06日
523	发行人	慧殿堂	63090402	21	原始取得	2022年09月07日至 2032年09月06日
524	发行人	慧殿堂	63090434	24	原始取得	2022年09月07日至 2032年09月06日
525	发行人	慧殿堂	63111631	26	原始取得	2022年09月07日至 2032年09月06日
526	发行人	慧殿堂	63089256	28	原始取得	2022年09月07日至 2032年09月06日
527	发行人	慧殿堂	63099923	29	原始取得	2022年09月07日至 2032年09月06日

序号	权利人	图案	申请号	类别	取得方式	注册有效期
528	发行人	慧殿堂	63109012	30	原始取得	2022年09月21日至 2032年09月20日
529	发行人	慧殿堂	63114985	31	原始取得	2022年09月07日至 2032年09月06日
530	发行人	慧殿堂	63089285	35	原始取得	2022年09月07日至 2032年09月06日
531	发行人	慧殿堂	63107135	36	原始取得	2022年09月07日至 2032年09月06日
532	发行人	慧殿堂	63107144	38	原始取得	2022年09月07日至 2032年09月06日
533	发行人	慧殿堂	63090786	41	原始取得	2022年09月07日至 2032年09月06日
534	发行人	慧殿堂	63114641	3	原始取得	2022年09月14日至 2032年09月13日
535	发行人	慧殿堂	63095519	15	原始取得	2022年09月14日至 2032年09月13日
536	发行人	慧殿堂	63118783	12	原始取得	2022年09月14日至 2032年09月13日
537	发行人	慧殿堂	63095607	16	原始取得	2022年09月14日至 2032年09月13日
538	发行人	<b>慧殿堂</b>	63302147	15	原始取得	2022年09月14日至 2032年09月13日
539	发行人	<b>慧殿堂</b>	63310302	28	原始取得	2022年09月14日至 2032年09月13日
540	发行人	<b>慧殿堂</b>	63300443	35	原始取得	2022年09月14日至 2032年09月13日
541	发行人	<b>贝特倍护</b>	63534259	20	原始取得	2022年09月14日至 2032年09月13日
542	发行人	<b>贝特倍护</b>	63533874	18	原始取得	2022年09月14日至 2032年09月13日
543	发行人	小熊贝特	62167384	36	原始取得	2022年09月21日至 2032年09月20日
544	发行人	小熊贝特	62148626	42	原始取得	2022年09月21日至 2032年09月20日
545	发行人	慧殿堂	63092846	40	原始取得	2022年09月21日至 2032年09月20日
546	发行人	慧殿堂	63108283	43	原始取得	2022年09月21日至 2032年09月20日
547	发行人	孩之王	54877538	3	原始取得	2022年09月28日至 2032年09月27日
548	发行人	孩之王	54400906	5	原始取得	2022年09月28日至 2032年09月27日
549	发行人	小熊贝特	62169035	26	原始取得	2022年09月28日至 2032年09月27日
550	发行人	贝特倍护	63105248	40	原始取得	2022年09月28日至 2032年09月27日

## 2、境外商标

序号	权利人	图案	注册号	类别	注册地	取得方式	注册有效期
1	发行人		303079026	35	中国香港	转让	2014年07月24日至 2024年07月23日
2	发行人		1002019	35	新西兰	转让	2014年07月24日至 2024年07月24日
3	发行人		T1411722H	35	新加坡	转让	2014年07月24日至 2024年07月24日
4	发行人		013115803	35	欧盟	转让	2014年07月25日至 2024年07月25日
5	发行人		5733984	35	日本	转让	2015年01月16日至 2025年01月16日
6	发行人		1636815	35	澳大利亚	转让	2014年07月24日至 2024年07月24日
7	发行人		01715553	35	中国台湾	转让	2015年07月01日至 2025年6月30日
8	发行人		4796607	35	美国	转让	2015年08月18日至 2025年08月18日

## 附件二、著作权清单

截至 2022 年 9 月末，公司及其子公司共拥有软件著作权 123 个，作品著作权 49 个，具体情况如下：

### 1、软件著作权

序号	名称	登记号	著作权人	开发完成日	首次发表日	登记批准日	取得方式
1	孩子王电商微商城平台软件[简称：孩子王微商城]V1.0	2016SR149300	孩子王有限	2015/9/20	2015/9/20	2016/6/21	原始取得
2	孩子王电商中台交易与运营系统软件[简称：孩子王中台]V1.0	2016SR149116	孩子王有限	2015/10/20	2015/10/20	2016/6/21	原始取得
3	孩子王 IOS 版电商手机商城软件[简称：孩子王 APP]V1.0	2016SR150542	孩子王有限	2015/9/24	2015/9/24	2016/6/22	原始取得
4	孩子王电商保险平台软件[简称：孩子王保险]V1.0	2016SR150529	孩子王有限	2015/12/1	2015/12/12	2016/6/22	原始取得
5	孩子王电商网上商城平台软件[简称：孩子王 PC 商城]V1.0	2016SR150535	孩子王有限	2015/12/10	2015/12/10	2016/6/22	原始取得
6	孩子王安卓版电商手机商城软件[简称：孩子王 APP]V1.0	2016SR155231	孩子王有限	2015/9/24	2015/9/24	2016/6/24	原始取得
7	孩子王客服工单系统软件[简称：客服工单]V1.0	2018SR062465	孩子王	2015/10/25	2015/10/25	2018/1/25	原始取得
8	孩子王团购系统 V1.0	2018SR064227	孩子王	2016/2/24	2016/2/24	2018/1/25	原始取得
9	孩子王积分商城系统软件 V1.0	2018SR062515	孩子王	2016/7/11	2016/7/11	2018/1/25	原始取得
10	孩子王电商营销活动系统软件[简称：营销活动软件]V1.0	2018SR064223	孩子王	2016/9/20	2016/9/22	2018/1/25	原始取得

序号	名称	登记号	著作权人	开发完成日	首次发表日	登记批准日	取得方式
11	孩子王 KWMS 仓库管理系统软件[简称: KWMS]V1.1	2018SR062510	孩子王	2016/12/1	2016/12/1	2018/1/25	原始取得
12	孩子王合作伙伴运营系统软件 V1.0	2018SR070802	孩子王	2016/1/1	2016/1/1	2018/1/29	原始取得
13	孩子王游乐系统软件 V1.0	2018SR070800	孩子王	2016/9/27	2016/9/27	2018/1/29	原始取得
14	互动活动系统软件[简称: IAS]V1.0	2018SR199765	上海童渠	2016/9/1	2016/9/1	2018/3/23	原始取得
15	孩子王育儿服务平台 V1.0	2018SR199773	上海童渠	2017/3/25	2017/3/25	2018/3/23	原始取得
16	商品租赁系统[简称: 孩享租]V2.0	2018SR199201	上海童渠	2017/8/1	2017/8/1	2018/3/23	原始取得
17	孩子王全渠道促销系统软件 V1.0	2018SR255292	孩子王	2017/5/1	2017/5/10	2018/4/16	原始取得
18	全渠道门店运营 APP 软件[简称: 店APP]V1.0	2018SR359426	上海童渠	2017/3/10	2017/3/20	2018/5/21	原始取得
19	孩子王成长加 安卓 APP 软件 V4.0	2018SR699536	孩子王	2018/6/28	2018/6/28	2018/8/31	原始取得
20	童渠通用礼品卡软件[简称: 通用卡]V1.0	2018SR804729	上海童渠	2016/8/25	2016/8/25	2018/10/9	原始取得
21	孩子王鲲鹏大数据快速报表平台软件[简称: 快速报表]V1.0	2018SR804711	孩子王	2016/10/10	2016/10/10	2018/10/9	原始取得
22	童渠优鲜购软件 V1.0	2018SR803999	上海童渠	2017/8/20	2017/8/20	2018/10/9	原始取得
23	童渠育儿讲堂小程序软件[简称: 育儿讲堂]V1.0	2018SR804774	上海童渠	2018/3/3	2018/3/10	2018/10/9	原始取得
24	孩子王 CRM-T 精准营销系统软件[简称: CRM-T]	2018SR804770	孩子王	2018/3/20	2018/3/20	2018/10/9	原始取得
25	童渠微信群空间管理后台软件 V1.0	2018SR804730	上海童渠	2018/4/12	2018/4/12	2018/10/9	原始取得
26	童渠微信群空间小程序软件	2018SR804731	上海童渠	2018/4/12	2018/4/12	2018/10/9	原始取得

序号	名称	登记号	著作权人	开发完成日	首次发表日	登记批准日	取得方式
	[简称：孩子王小助手]V1.0						
27	童渠抱抱团软件 V1.0	2018SR805379	上海童渠	2016/3/15	2016/3/15	2018/10/10	原始取得
28	孩子王门店扫码购软件 V1.0	2018SR807968	孩子王	2016/9/27	2016/9/27	2018/10/10	原始取得
29	孩子王数字化大屏安卓 APP 软件 V1.0	2018SR807970	孩子王	2016/9/27	2016/9/27	2018/10/10	原始取得
30	孩子王鲲鹏统一监控系统软件[简称：统一监控]V2.0	2018SR807875	孩子王	2017/1/1	2017/1/1	2018/10/10	原始取得
31	孩子王鲲鹏数据采集系统软件[简称：大数据采集]V2.0	2018SR805038	孩子王	2017/2/6	2017/2/6	2018/10/10	原始取得
32	孩子王鲲鹏调度系统软件[简称：任务调度系统]V1.0	2018SR807872	孩子王	2017/12/1	2017/12/1	2018/10/10	原始取得
33	童渠贝享花贷后管理软件[简称：催收系统]V1.0	2018SR807737	上海童渠	2017/12/1	2018/1/4	2018/10/10	原始取得
34	童渠星盾软件 V1.0	2018SR805986	上海童渠	2017/12/1	2018/1/4	2018/10/10	原始取得
35	童渠能不能吃小程序软件[简称：能不能吃]V1.0	2018SR807745	上海童渠	2018/1/12	2018/1/15	2018/10/10	原始取得
36	孩子王孩选卡系统软件[简称：孩选卡系统]V1.0	2018SR806844	孩子王	2018/2/10	2018/2/10	2018/10/10	原始取得
37	孩子王库存成本流水管理系统软件[简称：库存成本系统软件]V1.0	2018SR806244	孩子王	2018/2/21	2018/4/1	2018/10/10	原始取得
38	孩子王流量点位资源管理系统软件[简称：孩慧赢]V1.0	2018SR807900	孩子王	2018/4/3	2018/4/3	2018/10/10	原始取得
39	孩子王灯塔系统软件 V1.0	2018SR805679	孩子王	2018/4/26	2018/5/14	2018/10/10	原始取得
40	孩子王智能补货系统软件	2018SR808015	孩子王	2018/5/15	2018/5/15	2018/10/10	原始取得

序号	名称	登记号	著作权人	开发完成日	首次发表日	登记批准日	取得方式
	V1.0						
41	童渠人客合一软件（安卓版）V2.0	2018SR807648	上海童渠	2018/5/24	2018/5/24	2018/10/10	原始取得
42	童渠人客合一软件（苹果版）V2.0	2018SR807656	上海童渠	2018/5/24	2018/5/24	2018/10/10	原始取得
43	孩子王供应商协同平台软件V2.0	2018SR809941	孩子王	2017/12/21	2017/12/21	2018/10/11	原始取得
44	孩子王成长加iOS APP 软件V4.0	2018SR808541	孩子王	2018/6/28	2018/6/28	2018/10/11	原始取得
45	孩子王商品生命周期管理系统软件[简称：自动淘汰系统PLM]V1.0	2018SR816435	孩子王	2018/4/20	2018/4/20	2018/10/12	原始取得
46	妈妈赚软件（Andriod 版）[简称：妈妈赚]V1.1.0	2018SR849749	孩子王	2018/8/15	2018/8/15	2018/10/24	原始取得
47	妈妈赚软件（iOS 版）[简称：妈妈赚]V4.0.0	2018SR849345	孩子王	2018/8/15	2018/8/15	2018/10/24	原始取得
48	童渠星保理平台软件[简称：星保理]V1.0	2018SR1023717	上海童渠	2018/10/23	2018/10/23	2018/12/17	原始取得
49	童渠云货架软件 V1.0	2019SR0630527	上海童渠	2019/4/1	2019/4/3	2019/6/19	原始取得
50	童渠积分商城管理软件 V1.0	2019SR0630539	上海童渠	2019/5/9	2019/5/9	2019/6/19	原始取得
51	童渠分享赚软件[简称：分享赚]V1.0	2019SR0656382	上海童渠	2019/5/6	2019/5/6	2019/6/26	原始取得
52	童渠红包雨软件 V1.0	2019SR0662428	上海童渠	2019/5/5	2019/5/5	2019/6/27	原始取得
53	童渠单据追踪管理软件 V1.0.0	2019SR0776578	上海童渠	2019/7/1	2019/7/3	2019/7/26	原始取得
54	童渠承运商管理软件 V1.0	2019SR0794604	上海童渠	2019/7/4	2019/7/4	2019/7/31	原始取得
55	童渠物业租赁信息软件	2019SR0879102	上海童渠	2019/8/2	2019/8/2	2019/8/23	原始取得
56	童渠福利站小程序软件	2019SR0960166	上海童渠	2019/6/30	2019/6/30	2019/9/17	原始取得
57	童渠工单管理	2019SR0959535	上海童渠	2019/6/30	2019/7/3	2019/9/17	原始



序号	名称	登记号	著作权人	开发完成日	首次发表日	登记批准日	取得方式
	软件						取得
58	童渠互动屏管理平台软件	2019SR0960173	上海童渠	2019/7/1	2019/7/1	2019/9/17	原始取得
59	童渠销售顾问软件	2019SR0962350	上海童渠	2019/7/1	2019/7/1	2019/9/17	原始取得
60	童渠全渠道商务配送管理软件[简称: KWMS]	2019SR0970557	上海童渠	2019/9/3	2019/9/3	2019/9/19	原始取得
61	童渠数字化运营软件	2019SR0974372	上海童渠	2019/8/20	2019/8/31	2019/9/20	原始取得
62	童渠订单管理软件[简称: OMS]	2019SR0974252	上海童渠	2019/8/26	2019/8/26	2019/9/20	原始取得
63	童渠收费会员管理软件[简称: 收费会员]	2019SR1002719	上海童渠	2019/8/1	2019/8/9	2019/9/27	原始取得
64	童渠人脸应用软件	2019SR1002829	上海童渠	2019/8/12	2019/8/27	2019/9/27	原始取得
65	孩子王新零售智能电商平台 V1.0	2019SR1011298	四川孩子王	-	2017/12/2	2019/9/30	原始取得
66	童渠仓储配送管理软件[简称: WMS]	2019SR1052798	上海童渠	2019/8/12	2019/8/12	2019/10/17	原始取得
67	童渠物流计费软件[简称: BMS]	2019SR1061342	上海童渠	2019/9/2	2019/9/3	2019/10/18	原始取得
68	孩子王电商平台营销管理软件	2019SR1241787	上海孩子王	2019/9/18	2019/10/16	2019/11/30	原始取得
69	童渠孩子王 Android 版 App 软件[简称: 童渠孩子王 APP (Android 版)]	2020SR0248166	上海童渠	2020/2/25	2020/2/25	2020/3/12	原始取得
70	童渠孩子王 iOS 版 App 软件[简称: 童渠孩子王 APP (IOS 版)]	2020SR0248238	上海童渠	2020/2/25	2020/2/25	2020/3/12	原始取得
71	童渠孩子王微商城应用软件[简称: 童渠孩子王微商城软件]	2020SR0248234	上海童渠	2020/2/26	2020/2/26	2020/3/12	原始取得
72	童渠成长加 Android 版 App 软件[简称: 成	2020SR0247969	上海童渠	2020/2/29	2020/2/29	2020/3/12	原始取得

序号	名称	登记号	著作权人	开发完成日	首次发表日	登记批准日	取得方式
	长加 APP (Android 版)]						
73	童渠成长加 IOS 版 APP 软件[简 称: 成长加 APP (IOS 版)]	2020SR0248230	上海童渠	2020/2/29	2020/2/29	2020/3/12	原始取得
74	童渠成长加微 商城应用软件 [简称: 成长加 微商城软件]	2020SR0248102	上海童渠	2020/2/29	2020/2/29	2020/3/12	原始取得
75	童渠商客合一 安卓版商家经 营管理软件[简 称: 商客合一 APP]	2020SR0289387	上海童渠	2020/3/6	2020/3/6	2020/3/25	原始取得
76	童渠零售数据 平台软件[简 称: 零售数据平 台]	2020SR0312278	上海童渠	2019/1/10	未发表	2020/4/7	原始取得
77	童渠独立经营 人软件[简称: 独立经营人]	2020SR0312583	上海童渠	2019/4/2	2019/4/2	2020/4/7	原始取得
78	童渠营销活动 及资源管理软 件[简称: 营销 活动及资源管 理软件]	2020SR0312755	上海童渠	2019/12/15	未发表	2020/4/7	原始取得
79	童渠智能客服 机器人软件[简 称: 客服机器 人]	2020SR0312314	上海童渠	2019/12/17	未发表	2020/4/7	原始取得
80	童渠小慧机器 人软件[简称: 小慧机器人]	2020SR0312579	上海童渠	2019/12/4	未发表	2020/4/7	原始取得
81	童渠合作伙伴 商家管理平台 软件[简称: 商 家管理平台]	2020SR0321491	上海童渠	2020/3/10	2020/3/10	2020/4/10	原始取得
82	童渠社群机器 人应用软件[简 称: 社群机器 人]	2020SR0507213	上海童渠	2020/4/8	2020/4/9	2020/5/25	原始取得
83	童渠客服知识 库管理软件[简 称: 客服知识 库]V1.0	2020SR0900848	上海童渠	2020/1/20	2020/1/20	2020/8/10	原始取得
84	童渠客服服务 应用软件[简	2020SR0915214	上海童渠	2020/1/17	2020/1/17	2020/8/12	原始取得

序号	名称	登记号	著作权人	开发完成日	首次发表日	登记批准日	取得方式
	称：客服服务应用JV1.0						
85	童渠服务商家门店管理系统	2021SR0962711	上海	2018/3/20	2018/3/20	2021/6/29	原始取得
86	童渠门店到家应用软件	2021SR1223732	上海童渠	2020/1/28	2020/1/28	2021/8/18	原始取得
87	童渠业务分账软件	2021SR1224000	上海童渠	2020/3/20	2020/3/20	2021/08/18	原始取得
88	童渠供应链管理软件	2021SR1223731	上海童渠	2020/12/30	2020/12/30	2021/08/18	原始取得
89	童渠 TMQ 消息服务系统软件	2021SR1881978	上海童渠	2018/5/12	2018/6/12	2021/11/24	原始取得
90	童渠北斗系统	2021SR1881987	上海童渠	2021/4/30	2021/5/1	2021/11/24	原始取得
91	童渠智能问答系统	2021SR1877013	上海童渠	2021/5/12	2021/5/12	2021/11/24	原始取得
92	童渠宙斯盾风控系统软件	2021SR1871397	上海童渠	2021/6/1	2021/6/10	2021-11-24	原始取得
93	童渠大数据采集系统	2021SR1877203	上海童渠	2021/6/30	2021/6/30	2021/11/24	原始取得
94	童渠导购助手系统	2021SR1887647	上海童渠	2021/2/2	2021/2/2	2021/11/25	原始取得
95	童渠第三方电商平台适配与对接系统	2021SR1887605	上海童渠	2021/9/29	-	2021/11/25	原始取得
96	童渠统一对账平台	2021SR1946884	上海童渠	2019/7/12	2019/7/12	2021/11/30	原始取得
97	童渠赚贝店主等级系统	2021SR1941847	上海童渠	2021/3/1	2021/3/1	2021/11/30	原始取得
98	童渠内容管理系统	2021SR1937423	上海童渠	2020/11/19	2020/11/19	2021/11/30	原始取得
99	童渠鹰眼系统	2021SR1946886	上海童渠	2021/1/14	2021/8/4	2021/11/30	原始取得
100	童渠用户管理系统	2021SR1937442	上海童渠	2021/4/17	2021/5/17	2021/11/30	原始取得
101	童渠潘多拉数据管理系统	2021SR1937424	上海童渠	2021/6/8	2021/6/10	2021/11/30	原始取得
102	童渠互动活动系统	2021SR1937443	上海童渠	2021/7/29	2021/7/29	2021/11/30	原始取得
103	童渠漏洞管理系统	2021SR1937422	上海童渠	2021/9/1	2021/9/1	2021/11/30	原始取得
104	童渠物业租赁平台	2021SR1955790	上海童渠	2021/10/20	-	2021/12/1	原始取得
105	童渠触达系统	2021SR2024217	上海童渠	2018/1/1	2018/1/1	2021/12/8	原始取得
106	童渠运维管理系统	2021SR2024199	上海童渠	2018/1/1	2018/1/1	2021/12/8	原始取得

序号	名称	登记号	著作权人	开发完成日	首次发表日	登记批准日	取得方式
107	童渠虚拟商品管理系统	2021SR2024220	上海童渠	2018/3/20	2018/3/20	2021/12/8	原始取得
108	童渠小程序应用软件	2021SR2024200	上海童渠	2018/4/20	2021/1/28	2021/12/8	原始取得
109	童渠智能推荐系统 V1.0	2021SR2024201	上海童渠	2021/6/30	2021/7/10	2021/12/8	原始取得
110	童渠直播主播端系统	2021SR2024081	上海童渠	2019/12/20	2020/8/15	2021/12/8	原始取得
111	童渠团购赋能工具系统	2021SR2024034	上海童渠	2020/10/1	2020/10/1	2021/12/8	原始取得
112	童渠门店物流作业指挥系统	2021SR2024221	上海童渠	2021/1/6	2021/1/6	2021/12/8	原始取得
113	童渠导入导出系统	2021SR2028756	上海童渠	2018/12/14	2019/3/26	2021/12/9	原始取得
114	童渠云 POS 系统	2021SR2046647	上海童渠	2021/1/6	2021/1/6	2021/12/13	原始取得
115	童渠访客系统	2021SR2046648	上海童渠	2021/5/12	2021/5/12	2021/12/13	原始取得
116	童渠 FOS 转账平台	2021SR2077583	上海童渠	2021/11/11	-	2021/12/17	原始取得
117	童渠直播福利站小程序系统	2021SR2200913	上海童渠	2019/12/20	2020/9/20	2021/12/28	原始取得
118	童渠品牌会员经营分析系统	2022SR0184538	上海童渠	2021/1/31	2021/1/31	2022/1/28	原始取得
119	童渠绩效管理 系统	2022SR0218369	上海童渠	2020/9/29	2021/3/09	2022/2/11	原始取得
120	童渠商品搜索系统	2022SR0235466	上海童渠	2021/6/30	2021/7/10	2022/2/16	原始取得
121	商家评分模型系统	2022SR0535503	上海童渠	2021/5/6	-	2022/4/27	原始取得
122	童渠社群工作台平台	2022SR0534846	上海童渠	2021/5/19	2021/5/19	2022/4/27	原始取得
123	商客合一销售顾问版安卓 APP 软件	2022SR1096088	上海童渠	2022/4/5	2022/4/5	2022/8/11	原始取得

## 2、作品著作权

序号	名称	登记号	著作权人	登记批准日
1	孩子王小精灵	苏作登字-2014-F-00011076	发行人	2014/04/14
2	孩子王 2012 新开门店终端美陈手册	苏作登字-2014-F-00033349	发行人	2014/08/18
3	育儿顾问系列图片	苏作登字-2016-F-00008429	发行人	2016/01/25
4	孩享租	国作登字-2017-F-00496284	发行人	2017/10/10
5	孩子王六代店视觉应用	苏作登字-2019-F-00115332	发行人	2019/7/19
6	孩子王同心组织	苏作登字-2019-A-00210096	发行人	2019/11/27
7	孩子王童乐园宠物家族	苏作登字-2019-F-00209742	发行人	2019/11/27

序号	名称	登记号	著作权人	登记批准日
8	慧殿堂 logo 组合 01	苏作登字-2020-F-00253236	发行人	2020/12/7
9	慧殿堂 logo 组合 04	苏作登字-2020-F-00253390	发行人	2020/12/7
10	慧殿堂 logo 组合 08	苏作登字-2020-F-00253456	发行人	2020/12/7
11	慧殿堂 logo 组合 03	苏作登字-2020-F-00253388	发行人	2020/12/7
12	慧殿堂 logo 组合 05	苏作登字-2020-F-00253685	发行人	2020/12/7
13	慧殿堂 logo 组合 13	苏作登字-2020-F-00253879	发行人	2020/12/8
14	慧殿堂 logo 组合 15	苏作登字-2020-F-00254163	发行人	2020/12/8
15	云彩小绵羊	苏作登字-2021-F-00306970	发行人	2021/11/12
16	云端音乐熊	苏作登字-2021-F-00306962	发行人	2021/11/12
17	贝特妈妈	苏作登字-2021-F-00326094	发行人	2021/12/6
18	贝特倍护	苏作登字-2021-F-00365826	发行人	2021/12/31
19	智慧殿堂 伴你成长	苏作登字-2022-F-00005368	发行人	2022/1/7
20	太空宇航员	苏作登字-2022-F-00014599	发行人	2022/1/19
21	童趣欢乐动物园	苏作登字-2022-F-00014607	发行人	2022/1/19
22	童趣动物园	苏作登字-2022-F-00014605	发行人	2022/1/19
23	贝特一家	苏作登字-2022-F-00014529	发行人	2022/1/19
24	慧殿堂 IP-智哆哆	苏作登字-2022-F-00054761	发行人	2022/3/31
25	慧殿堂 IP-可可	苏作登字-2022-F-00054757	发行人	2022/3/31
26	慧殿堂 IP-玉米彩	苏作登字-2022-F-00054760	发行人	2022/3/31
27	慧殿堂 IP-哆哆糖	苏作登字-2022-F-00054744	发行人	2022/3/31
28	慧殿堂 IP-慧哆哆	苏作登字-2022-F-00054756	发行人	2022/3/31
29	花苞贵族贝特熊头	苏作登字-2022-F-00073041	孩子王	2022/5/6
30	超级童趣会	苏作登字-2022-F-00073030	孩子王	2022/5/6
31	绒毛笑脸贝特熊头	苏作登字-2022-F-00093292	孩子王	2022/6/2
32	beitebeihu	苏作登字-2022-F-00114162	孩子王	2022/6/30
33	潮酷涂鸦熊	苏作登字-2022-F-00114163	孩子王	2022/6/30
34	卡通音乐熊	苏作登字-2022-F-00114166	孩子王	2022/6/30
35	色块涂鸦熊	苏作登字-2022-F-00114436	发行人	2022/7/1
36	笑脸熊头	苏作登字-2022-F-00114462	发行人	2022/7/1
37	小熊头	苏作登字-2022-F-00114441	发行人	2022/7/1
38	线条涂鸦熊	苏作登字-2022-F-00114439	发行人	2022/7/1
39	90 小白鸭	苏作登字-2022-F-00125895	发行人	2022/7/12
40	欢乐熊	苏作登字-2022-F-00189621	发行人	2022/8/25
41	丛林探索	苏作登字-2022-F-00203934	发行人	2022/9/2
42	小熊贝特主题插画库	苏作登字-2022-F-00203938	发行人	2022/9/2
43	幸孕爱	苏作登字-2022-F-00218886	发行人	2022/9/15
44	喜庆连年	苏作登字-2022-F-00218916	发行人	2022/9/15
45	怀抱里的中国	苏作登字-2022-F-00218880	发行人	2022/9/15
46	竹林居士	苏作登字-2022-F-00218859	发行人	2022/9/15
47	竹林居士 2	苏作登字-2022-F-00218862	发行人	2022/9/15
48	年年有余	苏作登字-2022-F-00218883	发行人	2022/9/15

序号	名称	登记号	著作权人	登记批准日
49	兔吉	苏作登字-2022-F-00218920	发行人	2022/9/15