

<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p>本次交流会采用现场会议方式举行，与投资者就公司业绩、发展情况以及其他投资者关心的问题进行了充分的沟通。</p> <p>公司副总经理、董事会秘书侍光磊先生对行业发展概况、2022年及2023年一季度经营亮点等内容进行介绍；公司联合创始人、CEO徐卫红先生分享了公司发展历程及未来战略规划；公司助理总裁、CTO王海龙先生和全渠道服务经营中心总监陈凤娟女士分别就同城数字化和本地生活服务做专题分享。</p> <p>二、问答环节：</p> <p>问题 1、公司关于自有品牌方面的新策略</p> <p>回答：公司以用户需求为中心，和全球优质产能共创解决方案。目前公司已有七大自有品牌，分别是贝特倍护、初衣萌、慧殿堂、柚咪柚、植物王国、可蒂家和 Vivid Bear，覆盖了用品、玩具、内衣家纺、饰品等多个品类，可为用户提供全面、丰富的一站式商品解决方案。2022年公司自有品牌交易额同比增长33%。</p> <p>2022年，公司在儿童纸尿裤领域推出了新品牌“贝特倍护”，并迅速获得了市场认可，用户反馈非常好。未来，公司将加大自有品牌发展力度，充分发挥公司的全渠道全场景、数字化优势、育儿顾问和育儿专家等优势，不断提升自有品牌的知名度和份额。</p> <p>问题 2、公司如何充分发挥服务的专业优势提升影响力，以及在母婴本地生活方面有什么长远的打算</p> <p>回答：公司创新性地采用“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，充分发挥大店场景化优势，构建了丰富的消费场景，并通过单店每年举办数百场孕妈妈、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</p>
----------------------------------	--

者购物、服务、社交等多重需求。2022 年，公司举办互动活动场次超 20 万场，互动人数超 300 万，海姆立克超 15000 场。

公司充分发挥全国 200 个城市、超 500 家门店布局优势，以及数字化、育儿顾问等专业优势，基于“孕产加”“成长加”“亲子加”三大服务平台，打造城市化服务生态圈，优选产品和服务，全方位全场景满足会员本地生活需求。同时，公司启动了百城万店盟军计划，打造服务供应链运营体系。

问题 3、请介绍公司会员情况

回答：截至 2022 年 12 月末，公司会员人数超 6000 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。2022 年，公司黑金付费会员同比提升 25%，黑金单客产值为普通会员的 13 倍。

围绕着“重度会员下的单客经济模式”，孩子王以实体门店为载体，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，目前公司拥有 6000 名左右持有国家育婴员职业资格的育儿顾问，能为会员提供专属深度服务。

问题 4、请介绍公司同城零售数字化

回答：当前同城即时零售是个大市场，而且保持快速增长，孩子王在全国同步启动自主研发的同城即时零售全链路数字化系统，高效率实现全部到家业务即时履约，目前近 200 个城市实现 5 公里 2 小时达，订单及时履约率达 99%。2022 年，公司在线订单占比超 50%，母婴商品线上销售收入占母婴商品销售收入比重达 50%。

公司作为母婴行业龙头，在全国 200 个城市布局了超 500 家大型数字化直营门店，市场网格化程度较高，又搭建了母婴行业首个仓网布局。同时，公司多年来持续加码数字

化投入，形成较强的数字化技术优势。在同城即时零售快速发展的大背景下，公司的隐形资产有望得到充分发挥，可以给客户带来更高维度用户交互体验和深度服务，助力公司在同城即时零售获取发展先机。

问题 5、请介绍公司数字化发展及 KidsGPT 项目

回答：现在数字化已经变成了最高维度的用户体验，而不单纯是一个技术工具，今天数字化真正意义上让消费者掌握了知情权与主导权，更好地提高用户体验。

孩子王的同城数字化以及数据驱动和智能客服，能够进一步提高用户体验的同时并解决效率问题。孩子王本身具备较强数字化技术优势，更重要的是具备内容的优势，经过多年的运营，已积累了丰富的育儿专业知识和内容。目前公司自主研发了 **KidsGPT**，目前正在内测，我们的育儿顾问每天都在训练 **KidsGPT**。

公司在行业里有独特的场景、数字化能力和育儿顾问的专业服务，后续我们有机会将这些全部自动化，将育儿顾问的服务进行更深入的产品化转化。针对 **KidsGPT**，我们更多的还是运用在社群场景，在育儿顾问服务方面，公司更加注重“到家”的服务以及用户交互功能。

问题 6、公司未来投资发展计划

回答：未来，公司将围绕“构筑产业智慧新生态，成为中国亲子家庭的首选服务商，做中国孩子王”的愿景，深耕母婴行业，加快发展步伐，实现可持续、高质量发展，具体策略是：一是持续完善市场布局，进一步织密市场网络，不断提升公司的市场份额，并抓住同城即时零售快速发展的契机，充分发挥公司的场景、供应链、专业服务、数字化、仓网布局等优势，提升在线服务能力和整合同城服务资源，打造更宽的护城河；二是大力发展本地亲子成长服务，基于“孕产加”“成长加”“亲子加”三大服务平台，全方位

	全场景深度满足会员本地生活需求；三是加快发展差异化供应链，和全球优质产能共创解决方案，创造性地满足用户需求；四是充分发挥资本市场兼并重组的作用，积极寻找投资发展标的，推动公司做强做大；五是充分发挥行业龙头作用，引领行业发展，推动行业进步，实现“让每个童年更美好”的使命。
附件清单	无
日期	2023年5月11日