

证券简称：孩子王

证券代码：301078

孩子王儿童用品股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2023-006

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（线上电话会议）
参与单位名称及人员姓名	财通证券、嘉实基金、兴证全球基金、长盛基金、上海五地私募基金、恒安标准人寿、上海六禾资产管理有限公司、上海名禹资产管理有限公司、中信建投资管等 10 多家机构。
时间	2023 年 10 月 31 日 10:00~11:00
地点	线上电话会议
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书 侍光磊 投资者关系经理 司婷
投资者关系活动主要内容介绍	<p>活动主要内容如下：</p> <p>一、投资者关系经理司婷向参会人员介绍 2023 年三季度报告基本情况</p> <p>今年以来，公司坚持“全球优选的差异化供应链+本地亲子成长服务+同城即时零售”策略，聚焦增长，全面发展，持续变革，寻求新的增长和突破，总体经营保持稳健，财务状况不断优化。得益于自营收入复苏及收购乐友带来的贡献，公司第三季度实现营收 21.88 亿元，同比增长 8.81%，环比增长 6.0%，单季度收入环比增速由 Q2 的-1.6%转正为 6%，单季度营收降幅逐步收窄并实现转正。公司前三季度累计收入同比基本持平，跑赢母婴行业平均水平；剔除股份支付费用及可转债利息支出的影响后，归属于上市公司股</p>

东的净利润 1.86 亿元，同比增长 22.42%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 1.55 亿元，同比增长 36.68%。

二、与参会者互动交流，具体交流问题如下：

1、公司全龄段儿童生活馆进展情况？

孩子王全龄段儿童生活馆（南京弘阳店）已于今年 7 月 28 日正式开业，以动、礼、试、知、乐、感六大要素打造 6 大主题，配置 13 大场景，专业解决方案超 800+，为 0-14 岁的亲子家庭提供优质、丰富、健康、潮流的商品和专业服务加专业导购的舒适空间。自开业以来，市场反响热烈，得到消费者一致好评，纷纷到店体验。商品和服务交易额同比实现双增长，特别是中大童消费人数快速增长。截至 9 月 30 日，商品交易额同比增长超 20%，服务交易额同比增长近 10%。其中，4-14 岁中大童商品交易额同比增长超 30%，服务交易额同比增长超 90%。

目前，孩子王全国最大的儿童生活馆旗舰店建邺万达店正在加速整装升级，即将盛大开业。同时，公司计划 2023 年底在近 20 个城市布局儿童生活馆。未来 2~3 年，儿童生活馆还将在全国一、二线城市布局超 200 家，全力打造新的增长极。

2、公司市场布局及乐友并购整合相关情况？

今年以来，公司持续完善市场布局，不断提升市场份额及品牌影响力，2023 年前三季度孩子王新开大型数字化直营门店 14 家，收购的乐友前三季度新开直营门店及增加托管加盟店近 70 家。截至 9 月 30 日，孩子王及乐友门店总数近 1200 家，覆盖全国 21 个省、200 多个城市。

当前，乐友并购已经进入到深度整合阶段，双方的管理团队已实现了较好的融合，孩子王持续从供应链、数字化、财务及运营、组织人力等方面对乐友充分支持和赋能。后

续，公司坚持“多模式”“双品牌”协同发展，孩子王继续保持大店模式及发挥专业服务优势，乐友重点在下沉市场大力发展加盟模式，充分发挥公司数字化、供应链等方面的优势。近期，双方将在供应链、自有品牌方面加快整合，充分发挥整合效应，确保实现“1+1>2”，保障盈利预测目标的完成及并购目标的顺利实现。

3、公司会员经济发展情况？

公司会员规模持续扩大，截至9月30日，孩子王累计注册会员超6100万，APP会员数超5100万，小程序会员数超5300万，黑金会员数破百万，黑金会员单客产值约为普通会员的12倍。收购的乐友注册累计会员超2400万，APP会员数近500万，小程序会员数近400万。孩子王及乐友整体累计注册会员超8500万，APP会员数超5600万，小程序会员数超5600万。

公司是重度会员制企业，自设立以来，以大型直营数字化门店为载体，以专业育儿顾问为纽带，通过为顾客提供深度专业的服务并解决育儿难题，与顾客快速建立起良好的信任关系和情感基础。同时，公司每个门店举办千余场孕妈、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。此外，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”。

4、公司 KidsGPT 智能顾问及 AI 人工智能推进情况？

凭借强大的数字化研发能力及庞大的优质孕育知识库，孩子王自主研发了 KidsGPT 智能顾问，已经率先实现商业场景上的应用。KidsGPT 智能顾问于2023年6月1日正式上线，在孩子王 APP、小程序、社群等多个场景投入应用，广大会员用户踊跃体验并纷纷给予好评，目前已成为

孕妈、宝妈信任和依赖的 AI 工具，助力亲子家庭更好地养娃育娃。同时，公司也在数字人直播、AI 漫画照、AI 萌宝写真等方面积极探索，并取得新的突破，推动公司实现新的增长。

随着 AI 人工智能的快速发展，未来 KidsGPT 智能顾问将充分赋能 C 端和 B 端用户，持续提升公司服务水平及用户体验，并通过赋能合作伙伴从而提升产业效率。通过 KidsGPT 智能顾问，孩子王将实现服务线下体验、线上闭环，从而深度解锁全龄段儿童服务赛道，开启孩子王进军细分领域新里程。

5、公司本地生活及同城到家业务进展情况？

今年初，公司启动实施了百城万店计划，积极联合城市头部盟军，打造同城服务联盟，进一步做深做宽孩子王的护城河，目前，已入驻的盟军阵营商户近万家。同时，公司快速提升城市化经营能力，建立城市化运营组织团队，目前已基本实现了近 50 个城市能力全覆盖。此外，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，其中，今年同城亲子发展较为迅速，亲子加交易额增速明显。

同时，公司聚焦同城业务，自主研发了同城即时零售全链路数字化系统，先后推出一小时达、全城送、半日达等产品，订单及时履约率达 99%，可以很好地满足用户即时性购物的需求，这也将有助于孩子王在即时零售的赛道打下坚实基础，把握机会，抢占先机。

6、请问公司未来如何扩大公司的规模优势，提升公司的核心竞争力？

作为母婴行业龙头，公司将紧紧围绕“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，深耕母婴童行业，加快发展步伐，实现可持续、高质

	<p>量发展。一是持续完善市场布局，进一步织密市场网络，通过乐友大力发展加盟模式，并加快推进全龄段儿童生活馆建设；二是充分发挥公司的专业服务、数字化、线下场景及流量会员等方面的优势和隐性资产作用，聚焦单客经济，提升单客产值；三是大力发展本地亲子成长服务，构筑更深更宽的护城河，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；四是加快发展差异化供应链，全力推进自有品牌建设，和全球优质产能共创解决方案，创造性地满足用户需求，不断提升差异化供应链和自有品牌的收入占比；五是围绕上下游及关联产业链，充分发挥资本市场的并购重组作用，积极寻找优质的投资并购标的，促进公司扩大规模优势并提升核心竞争力。</p>
附件清单	无
日期	2023年10月31日