

证券简称：孩子王

证券代码：301078

孩子王数智科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2026-005

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☒其他（价值在线网络互动）	
参与单位名称及人员姓名	耕霖(上海)投资管理 博裕资本 名禹资产 财通证券 国信证券 东方证券 中信建投证券 国盛证券 国泰海通证券 天风证券 中国国际金融 上海申银万国证券 申万宏源证券 中信证券 信达证券 华福证券 东吴证券 广发证券 方正证券	
时间	2026年8月26日（周三）下午 15:30~16:30	
地点	价值在线（ https://www.ir-online.cn/ ）网络互动	
上市公司接待人员姓名	董事、副总经理兼董事会秘书 侍光磊先生 投资者关系经理 彭仪女士	
投资者关系活动主要内容介绍	活动主要内容如下： 一、副总经理、董事会秘书侍光磊分享2026年中报有关情况 二、与参会者互动交流，具体交流问题如下： 1、丝域生物上半年的经营情况如何？与孩子王协同及海	

	外发展情况？ 2026年上半年，江苏星丝域投资管理有限公司（持有丝域生物100%股权）实现营业收入3.56亿元，净利润1.07亿元，呈现出较好的发展态势。 海外市场端，丝域目前已在新加坡、马来西亚、中国香港、中国澳门等地布局，各门店运营状况趋势良好，为后续海外规模化扩张奠定坚实的基础。下半年丝域将在美国加利福尼亚新设门店，正式打通北美市场渠道，同步进一步深化东南亚、港澳区域布局，进一步完善全球门店网络。 国内市场端，丝域将重点布局华东、华中、华北等地区，持续加快拓店节奏，目前国内门店规模已接近2,700家。 产品研发端，丝域累计持有专利60项，完成36款产品迭代升级，与中科院旗下中科蓝智开展藻类原料联合研发。自研爆款双孢肽黑发产品，上半年出库数量同比增长44.7%，基于该产品打造的黑发馆新业态已在3城5店试点落地，为后续业务增长开辟全新路径。 与孩子王业务协同方面，公司持续推进丝域与孩子王深度融合，释放协同效应。上半年双方在会员体系、渠道网络等进行深度整合：落地会员权益联动与交叉营销，混合业态门店于2026年6月开业，依托孩子王物业资源实现租金协同降本，输出数字化能力，完成丝域CRM等多套统升级。后续将进一步推进会员双向导流与全渠道产品协同，深度挖掘宝妈产后头皮养护需求，实现母婴与养发客群双向转化，拓展男性及中老年客群，丰富亲子家庭消费服务生态，持续提升综合服务能力。
--	--

	2、请问公司上半年孩子王精选加盟店的拓店进展如何？ 母婴行业整合进程持续提速，行业正朝着标准化、服务化、一体化运营方向转型。据沙利文数据，2025年国内线下母婴童市场连锁化率为27.2%，预计2029年将提升至35.4%，市场份额持续向具备成熟数字化能力、专业运营水平、优质供应链整合实力的头部企业集聚。当前大量中小母婴门店面临供应链薄弱、消费场景体验不足、数字化建设滞后、专业服务能力欠缺等发展瓶颈，龙头企业开放加盟体系，已成为整合存量市场、扩大市场份额的重要抓手。与此同时，下沉市场消费潜力持续释放，成为母婴童商品与服务的全新增长极。国家统计局数据显示，2026年上半年乡村消费增速高于城镇，城乡消费结构持续优化。对比高线城市，下沉市场生育基本面更优，居民消费向品质化、服务化升级；叠加育儿补贴等生育支持政策落地见效，进一步拉动下沉市场母婴童消费需求扩容。 公司精准把握行业变革与下沉市场机遇，于2024年推出面向下沉市场的大店加盟业务。依托长期直营业务沉淀的运营经验，搭建标准化、可复制的加盟体系，通过供应链、品牌资源、数字化系统、成熟单店模型一体化整店输出为加盟商赋能，推动下沉市场母婴业态迭代升级，引领行业高质量发展。 2026年上半年，孩子王加盟业务已在河南、安徽、湖北、江西等六省完成规模化布局。截至6月30日，孩子王加盟精选店累计开业近300家，上半年新开门店123家，储备门店165家，基本上覆盖全国省级行政区。报告期内，加盟业务实现收入5.08亿元，同比增幅超200%，业务步入高速增长阶段。
--	---

	3、公司短链业务目前推进情况如何？ 公司持续推进供应链战略由“平台运营”向“短链自营”深度转型,以用户价值创造为核心,重塑供应价值链分配,致力成为行业供应链链主企业。公司的商品种类已覆盖亲子家庭衣、食、住、行、玩、学、用全场景需求,选品团队基于全渠道销售数据与消费者需求,结合库存分布和采购策略等因素,综合制定选品策略及采购计划,精准匹配用户多元化的消费需求,形成商品与服务相结合的综合解决方案。 在自有品牌建设方面,公司已形成覆盖儿童服饰、内衣家纺、用品、玩具、护肤美妆及AI伴身智能等品类的丰富矩阵,拥有丝域、歌瑞家、贝特倍护、慧殿堂、初衣萌等超过15个自有品牌,充分满足消费者个性化、差异化、精细化需求。公司通过自有品牌产品开发与有竞争力的价格策略相结合,不仅提升了产品市场竞争力,也进一步强化了产品与服务的差异化优势,为经营效益和长期发展注入持续动能。同时,公司与头部品牌联合推出独家定制产品,拥有奶粉、零辅食、用品等多个品类的第三方独家定制商品,报告期内落地36个百万级爆款单品。2026年上半年,孩子王自有品牌和第三方独家定制商品共实现销售收入约7.34亿元,占总商品销售收入的比重为16.52%。 后续,我们将加快推进大短链战略,致力于成为链主企业,不断完善产品矩阵,提升自有品牌规模,助力公司高质量发展。 4、请问乐芙妈妈经营发展情况如何？ 上半年公司战略投资乐芙妈妈,加快布局月嫂自营赛道。乐芙妈妈致力于构建国内高品质月嫂服务平台,为新
--	---

	生代家庭提供高品质、标准化服务，协同孩子王加速高线市场布局，现已落地上海、北京、杭州、南京等全国12城，GMV保持高速增长，7月单月GMV突破1,600万元。 乐芙妈妈于6月入驻孩子王杭州、长沙、上海等3城渠道，带动其客单价、订单量及交易同比提升。未来双方将在用户转化、渠道互通、品牌影响、供应链融合、数据赋能五大维度深度协同合作，依托孩子王门店网络加速城市覆盖，建设“乐芙妈妈学院”，拓展月子餐、产康、育婴师等多元服务场景，打造完整母婴服务生态。 未来，公司将充分发挥会员、数据、全渠道及数智化优势，加快构筑优质消费服务产业布局，充分满足亲子家庭高品质消费需求，从而形成“商品+服务+社交”深度融合的产业布局。 5、请问公司在AI业务方面取得了哪些进展？ 公司积极拥抱AI，加快推进智能化进程。依托服务沉淀的海量用户数据与领先的数字化体系，已构建1,500余个用户标签体系与700余个智能模型，实现资源精准匹配与高效连接。公司深度推进DTC自动化精准营销建设，形成以数据驱动的用户服务方案。 在AI模型和智能体方面，公司自主研发了母婴童垂直领域首个AI大模型“KidsGPT智能顾问”，已成功通过国家互联网信息办公室生成式人工智能服务备案。公司持续迭代AI工具，并孵化了包含AI育儿顾问、AI技术运维及AI选品等超过10个AI智能体，应用于会员服务、选品、订货、配送、品控、营销等全业务流程。 在管理提效方面，AI育儿顾问可为用户提供24小时实时在线的专业育儿问答服务；AI营销工具“漩涡”“哆啦”
--	--

	可支持短视频创作与分发，2026年上半年，“漩涡”累计生成超40万条短视频，社交平台播放量突破7,000万次，互动量破170万次，有效提升营销运营效率。依托智能化数据运营体系，公司DTC自动化精准营销成果显著，2026年上半年，其贡献GMV占孩子王品牌母婴童产品GMV的月度平均比重超23%，真正实现数据驱动业务高质量增长。 在AI产品化应用方面，公司自研智能陪伴玩偶“啊贝贝”二代已上市。后续公司将持续加强与头部大模型企业、AI硬件产品公司的合作及投资并购，基于行业及公司优质海量垂类数据，加快打造亲子家庭智能AI硬件产品矩阵。 风险提示：公司郑重提醒广大投资者，有关公司信息请以公司在巨潮资讯网和法定信息披露媒体刊登的相关公告为准。本次投资者关系活动中如涉及对外部环境判断、公司发展战略、未来计划等描述，不构成公司对投资者的实质承诺，敬请广大投资者理性投资，注意投资风险。
附件清单（如有）	无
日期	2026年8月26日