

**上海爱婴室商务服务股份有限公司**  
**关于举办“拥抱注册制，共享高质量**  
**——走进上市公司爱婴室”活动情况的公告**

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

2023年12月15日，上海爱婴室商务服务股份有限公司（以下简称“公司”）组织了“拥抱注册制，共享高质量——走进上市公司爱婴室”主题投资者交流活动。本次活动旨在增进投资者对公司业务和发展规划的了解，深化与投资者的沟通交流，增进公司市场认同和价值实现，助力公司实现高质量发展。活动相关情况公告如下：

**一、沟通交流活动基本情况**

1. 时间：2023年12月15日
2. 地点：公司浦建路门店培训教室
3. 调研机构（排名不分先后）：湘财证券、光大证券、国泰君安证券、国盛证券、开源证券、财通证券、兴业证券、首创证券、西部证券、方正证券等机构代表、投资者代表。
4. 公司出席人员：爱婴室高级副总裁兼董事会秘书高岷女士、财务副总裁龚叶婷女士

**二、交流的主要问题及公司回复概要**

**问题一：在今年生育整体情况比较低的态势下，公司面对这样的环境做出了哪些准备？公司拓店规划如何？**

**回复：** 去年至今市场存在很多区域原有竞争对手退出的情况，基于此公司认为市场依然存在空缺，会有新的机会出现，公司明年无论在业务拓展还是预期方面都持比较乐观的态度。基于对整个行业的信心，公司明年拓店方面预计门店总数量净增加双位数。

## **问题二： 公司明年的核心战略重心在哪些方面？**

**回复：**一是渠道方面：公司一直遵循线上线下共同发展的战略，明年线下门店是比较高的门店数量净增长目标，同时线上业务拓展也是比较高的目标，公司对线上业务的定位是：抓住一切可能抓住的公域流量。除了传统渠道外，公司也在做一些新的渠道，例如：抖音的本地生活，本地生活的尝试产生了超出预期的效果，明年公司会加大本地生活领域的投入。公司O2O业务近两年的成长也比较好，该渠道产品的销售结构较好，也是比较值得投入的方向。线下门店不仅能够提供商品还可以提供服务，公司发现现在客户还是愿意到线下门店的。未来公司会借助各式各样的形式，抓住一切可能的公域流量，实现线上线下的共同发展。

二是爱婴室旗下品牌产品方面：公司希望做专做精爱婴室旗下品牌产品，一方面公司希望通过线上渠道拓展爱婴室旗下品牌产品的销售，另一方面希望能把爱婴室旗下品牌产品的竞争力重新赋能到门店，使门店能够与其他渠道品牌实现差异化竞争。未来公司在旗下品牌产品的发展会遵循以下原则：一方面既要保证门店整体的产品矩阵完整且具有竞争力，另一方面要不断的强化爱婴室旗下品牌产品在整个渠道的覆盖面，不断提升旗下品牌产品竞争力。公司发展旗下品牌产品的底气源于对母婴产品20余年的深入研究以及公司对供应链的优化建设。未来公司的架构也会随之变化，会鼓励成立一个事业部去推广爱婴室旗下品牌产品，让爱婴室旗下品牌产品真正从一个零售渠道的品牌变成一个众所周知的品牌。

三是服务方面：服务是渠道和产品发展必不可少的一环，仅仅依靠商品吸引客户是不够的，服务也是线下门店和线上渠道竞争的重要手段，服务也是公司需要重点关注的方面。

未来公司会坚持“会员+商品+渠道+服务”的商业模式，聚焦渠道和品牌两个方面，发挥公司线下服务的优势，助力渠道和爱婴室旗下品牌产品的发展。

## **问题三： 公司与其他渠道相比有什么优势？**

**回复：**1、区域优势：我们在一些高消费水平的城市拥有显著的市场份额，这使得我们能够更好地满足消费者对高品质母婴产品的需求。我们已在上海、宁波、厦门、无锡、武汉等这些地区取得了市场领先地位，具备较高的品牌认知度和市场渗透率。

2、供应链优势：我们通过建立强大的供应链体系，实现了品牌直供，这有

助于确保我们能够提供高质量、原产地可追溯的产品。通过优化供应链，我们能够更迅速地响应市场需求和趋势，保持产品的新鲜度和时尚性。

3、门店位置优势：公司门店选择在商场内，相较于街边店，商场店不仅提供了更大的顾客流量，也创造了更具舒适性的购物环境。商场内的位置也为我们带来更多的可见度和品牌曝光机会，有助于巩固我们在消费者心目中的品牌形象。

4、上市公司的品牌优势：公司在产品设计和服务方面注重创新，与时俱进，以满足不断变化的市场需求。这些优势的结合使得我们在竞争激烈的母婴市场中始终保持领先地位，公司将继续努力巩固这些优势，并不断寻求提升以确保公司在未来的可持续发展。

**问题四： 母婴行业增长的来源主要体现在哪些品类？公司客单价如何变化？爱婴室旗下品牌产品毛利率比公司整体毛利率高出多少？**

**回复：**行业整体的增长主要在两个品类，一是用品品类，公司认为该品类存在细分领域增长的机会，产品专业化水平还可以提升，随着消费者精细化喂哺需求的变化，会产生更多场景下的使用需求。二是棉纺品品类，越来越多的服装品牌进行了细分产品的推出，棉纺品这个品类呈现越来越专业的趋势。三是食品品类的营养食品，随着消费者对健康生活的重视，与健康相关的营养食品存在一定的增长空间。总体我们认为能够进行细分的产品品类以及和健康相关的产品品类存在更多的增长空间。

客单价情况与去年相比总体有一点下降，但是扣除奶粉后客单价是没有下降的，奶粉今年新国标出来前产品价格下调，新国标的出台对消费者的购买产生了一定的影响。扣除奶粉品类，客单价有部分品类是增长的。明年新国标顺利过渡后，客单价会有所回升。

爱婴室旗下品牌产品约占整体销售收入10%，旗下品牌产品毛利率情况参差不齐，有些品类爱婴室旗下品牌产品的毛利率比公司整体毛利率要高如棉纺品品类，也有一些品类如食品这类消耗品品类爱婴室旗下品牌产品的毛利率接近市场平均水平。

**问题五： 公司未来门店的区域布局？**

**回复：**公司未来会在江苏、浙江、广东这些消费水平比较高的城市以及这些

省份的二三线城市继续开拓新店，贝贝熊华中区域商场店占比没有华东区域高，未来会开更多的商场店替代部分老旧的街边店。开店的布局整体比较平均，会继续在核心区域开店，华东区域会加深下沉市场深度。

**问题六：公司单店模型和之前相比有什么变化？**

**回复：**开店模型与之前相比更加精细化，店铺面积会控制在三百平左右，公司通过缩铺、租金谈判等手段将现有门店成本调整到更合理的水平。

**问题七：公司近三年员工人数变化的具体的原因是什么？**

**回复：**主要原因是公司2021年收购了贝贝熊，员工人数有所变化，主要体现在两个方面，一方面是近两年进行门店数量的调整，门店数量净减少，员工人数下降，另一方面是公司根据门店的实际情况，通过管理结构的优化、精简工作流程、员工奖励机制的变化，降低了门店对人员的配置需求。在整体业绩没有增长的情况下员工的收入是提升的，对员工产生了比较正向的激励，公司近两年一直在进行降本增效，通过人工成本的下降给公司整体也带来了一定的效益。

**问题八：爱婴室在可持续发展和企业社会责任方面做了哪些努力？**

**回复：**公司始终关注母婴群体的健康发展，一直在履行社会责任、可持续发展等方面保持积极努力。

社会责任方面：

1、爱婴室母婴关爱基金和上海市儿童医院共同成立了母乳库捐赠冻乳爱心站点，2022年9月至今帮助到早产宝宝和需要母乳的宝宝千余名；

2、公司重视母婴群体的人文关怀，在上海市儿童医院、新华医院儿科大楼均捐建了母婴室，不仅能为哺乳期女性提供相对独立的哺乳、休息场所，减少在公共环境中可能引起的不适，同时鼓励母乳喂养，营造社会支持氛围；

3、爱婴室和飞叶通过公益合作的形式，挖掘星星孩子的天赋，用星星孩子的画设计了公益系列款式童装，给孩子搭建了融入社会的平台。

可持续发展方面：爱婴室将绿色低碳理念融入日常经营管理中，打造绿色供应链

- 1、公司要求合作供应商采用环保印染工艺，减少环境污染；
- 2、公司积极响应限塑令有关规定，通过停止使用超薄塑料袋，可降解塑料袋的有偿提供，无纺布购物袋的推出，逐步引导顾客重复使用，减少使用塑料袋；
- 3、公司制定了门店用电使用规范，持续开展节水、节电等各项环保工作，降低能耗；
- 4、公司仓储物流中心通过采用太阳能储能、使用无废气排放、节能高效电动叉车、仓库纸箱回收利用等方式践行绿色环保理念。

2023年爱婴室荣获了“2022中国企业慈善公益500强”荣誉称号，未来公司将持续秉持绿色低碳可持续发展理念，积极履行社会责任，推进企业高质量可持续发展。

### 三、风险提示

公司郑重提醒广大投资者，有关公司信息以公司在上海证券交易所网站（[www.sse.com.cn](http://www.sse.com.cn)）和法定信息披露媒体刊登的相关公告为准，敬请广大投资者理性投资，注意投资风险。

公司对长期以来关注和支持公司发展的广大投资者表示衷心感谢！

特此公告。

上海爱婴室商务服务股份有限公司

董 事 会

2023年12月19日