证券代码：603214　　证券简称：爱婴室　　公告编号：2026-052

上海爱婴室商务服务股份有限公司

关于 2027 年“提质增效重回报”2.0 行动方案的公告

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个别及连带责任。

上海爱婴室商务服务股份有限公司（以下简称“爱婴室”或“公司”）积极响应上海证券交易所“提质增效重回报”2.0 专项行动倡议，结合发展战略和实际经营情况，制定本行动方案，围绕经营发展、公司治理、投资者回报等方面量化目标、细化举措、强化执行，旨在以持续改善的经营业绩和稳定可预期的投资者回报，稳步提升公司质量和投资价值，增强投资者获得感。

公司于 2026 年 11 月 9 日召开第六届董事会第二次会议，审议通过了《关于 2027 年“提质增效重回报”2.0 行动方案的议案》，具体方案内容如下：

一、公司经营情况概述

（一）整体经营情况

爱婴室是一家经营母婴商品与母婴健康服务的专业连锁企业，为孕前至 6 岁婴幼儿家庭提供优质的全品类母婴用品和相关服务。作为母婴零售行业首家主板上市企业，公司始终坚持品牌化、全渠道发展，年度服务母婴家庭超 100 万户。截至 2026 年 9 月 30 日，已在全国布局 580 余家线下直营门店，另一方面，自营旗舰店在淘宝、京东、拼多多等平台均实现了高速发展，并依托线下门店的资源优势，与淘宝闪购、美团、京东到家、抖音本地生活等线上平台开展合作，充分利用 O2O 模式，为消费者提供了更为便捷的购物体验。

公司自主研发合兰仕、宝贝易餐、多优、怡比、Cucutas、Kidsroyal 等自有品牌。公司经营产品涵盖了婴幼儿乳制品、营养食品、纸制品、喂哺用品、棉纺品、玩具等品类，并提供育儿咨询、亲子游乐、线上线下母婴展会等增值服务。

公司近三年财务指标具体如下：

财务指标（万元）	2023 年（经审计）	2024 年（经审计）	2025 年（经审计）	2026 年 9 月 30 日/2026 年 1-9

				月（未经审计）
营业收入	333,153.59	346,681.56	378,209.54	269,846.71
毛利率	28.38%	26.86%	26.21%	26.61%
归属于上市公司股东的净利润	10,472.03	10,640.57	8,145.68	5,399.00
经营活动产生的现金流量净额	39,830.21	33,341.40	37,286.47	33,214.19
总资产	255,105.19	242,638.79	237,700.32	280,949.00

营业收入方面，2023 年至 2026 年第三季度，公司营业收入稳步增长，主要得益于公司线下门店的扩充及自有品牌的发力。分业务看，门店销售业务是公司的核心增长引擎，优质新店持续加密，截至 2026 年 9 月末门店总数 590 家，较 2022 年末净增 119 家，平均每年净增 40 家门店；电商业务 2026 年前三季度营收有所收缩，主要系代运营业务受到冲击，该业务主要为奶粉品牌提供线上运营服务，受品牌渠道策略调整影响，原有合作模式面临重构。

毛利率方面，门店销售业务毛利率持续改善，主要系公司自有品牌及定制化商品占比提升，同时精简 SKU、优化陈列带动品类结构持续改善。电子商务业务毛利率波动较大，主要系低毛利代运营业务占比较高；2026 年 1-9 月毛利率回升至 8.32%，同比提升 1.34 个百分点。随着门店业务与自营电商业务收入的占比提升，毛利率结构相应改善。

净利润方面，2025 年受长期股权投资减值损失影响，当期盈利有所波动，该影响不具持续性。2026 年，公司将更多精力放在线下直营门店的扩张与加盟新业务的拓展上，前期需要投入较多资金，对短期利润造成一定压力，为下一步增长做准备。与此同时，公司持续严控费用支出，推进精细化管理，新开门店逐步进入稳定盈利期，利润贡献持续释放，有效弥补前期投入带来的阶段性影响。2026 年前三季度，公司实现归属于上市公司股东的净利润 5,399 万元，同比增长 3.16%。

现金流量方面，经营活动产生的现金流量净额持续高于当期归属于上市公司股东的净利润，主营业务回款稳健。2026 年前三季度，公司经营活动产生的现金流量净额达 33,214.19 万元，同比增加 11,862.08 万元，主要系采购货款按合同约定信用期及结算周期支付，受采购付款节奏影响，部分采购款尚在信用期内尚未支付，购买商品、接受劳务支付的现金同比减少。

总资产方面，近三年公司总资产规模有所收缩，主要系公司主动调整门店结构、优化资产质量。一方面主动关停低效门店，持续优化门店面积，使用权资产相应下降；另一方面，通过库存梳理、精简低效 SKU、加快存量库存消化，存货规模有所下降。2026 三季度末，公司总资产规模有所上升，主要系公司加快优质新店布局，拓展加盟新业务。

（二）近三年经营变动简要分析

1.门店扩张及调改优化

近三年公司在已有优势区域持续加密优质门店，进一步提升市场渗透率，并同步拓展新的区域市场，完善全国化布局。同时针对现有门店推行调改，进一步优化门店面积、产品结构、陈列布局等，以适配当下的市场需求。通过精细化运营与数字化升级，门店坪效显著提升。2023-2025 三年复合增长率 23%，新店盈利周期明显缩短至 6 个月，运营效率迈上新台阶，存货周转天数逐年减少，平均每年减少超 15 天。

2.自有品牌增速领跑，打造第二增长曲线

公司自有品牌坚持高性价比发展路径，严格围绕“母婴家庭从孕期到宝宝 0-6 岁成长的全生命周期动线”，系统化布局七大核心品类：包括婴幼儿零辅食、母婴营养品、婴童服装、纸尿裤、母婴纸品、益智玩具以及母婴用品，上线多款定制化产品，各品类持续推新，推动整体业务结构持续优化，提高公司整体毛利率水平。公司自有品牌销售额 2023-2025 三年复合增长率 14%，销售占比也稳步提高，2026 年前三季度，自有棉纺销售额占公司棉纺销售总额超 80%，食品类占比近 50%。

3.IP 潮玩版图持续扩大

2024 年，公司凭借在门店拓展、运营、供应链等方面的强大实力，携手知名

企业万代南梦宫，先后在长沙 IFS、合肥之心城开设快闪店，取得了超预期的市场反响。近年来，公司进一步深化与万代南梦宫的战略合作，以“高达基地”为抓手，打造集 IP 展示、互动体验、产品售卖于一体的文化消费空间。截至 2026 年三季度末，公司已在苏州、合肥、长沙、沈阳、昆明、青岛等城市运营 6 家高达基地，开业以来，各门店运营表现良好，展现出稳健的单店盈利能力，成为驱动集团可持续发展的新生力量。

4.开放加盟提速全国门店布局

2026 年 5 月，公司正式启动全国母婴加盟。公司为加盟商提供统一的供应链体系、统一的管理系统、统一的数字化运营平台，以及统一的品牌形象，通过“一盘货”的标准化输出，加盟商可直接共享公司强大的供应链资源与全品类供货优势，确保货源稳定、价格统一。同时，这一模式也为公司自有品牌的发展提供了更广阔的渠道通路，助力自有品牌随加盟网络一同走向全国，实现共赢发展。得益于加盟新业务的开展，2026 前三季度，公司分销业务较同期增长 2,762%。

二、管理层对提质增效重回报现状讨论与分析

（一）经营类指标分析

指标名称（万元）	2025 年情况	2026 年 1-9 月	2027 年度目标
营业收入	378,209.54	269,846.71	较上年度同比增长不低于 10%
自有品牌及定制品销售额	40,711.45	38,540.66	较上年度同比增长不低于 20%

1. 营业收入

营业收入直观反映公司整体规模及渠道经营状况，公司近三年营业收入复合增长率为 6.55%，受宏观消费环境及行业周期影响，当期经营面临一定压力。

围绕 2027 年度营业收入增长 10%的目标，公司主要从两方面推进：一是持续优化直营门店布局，在优质商圈加密网点，提升单店产出；二是推进加盟业务落地，依托现有供应链及运营管理体系拓展下沉市场覆盖。

2. 自有品牌及定制品销售额

自有品牌不仅是公司的核心战略，也是行业升级的方向。通过对产品源头供应链的把控，以更高效的方式将优质、高性价比的商品送到消费者手中，爱婴室

处在离消费者最近的位置，能够更直接地洞察消费者的需求，通过将终端反馈传导至研发和生产环节，不断推动产品迭代升级，从而更好地激发销售活力，获得更高毛利空间。

公司将借助渠道规模优势，深耕自有品牌，加快开辟新的产品线与新品类，以更高品质和更具竞争力的价格丰富供给，实现在核心品类上更高的自主性与差异化优势。

（二）回报类指标分析

指标名称	2025 年情况	2026 年 1-9 月	2027 年度目标
现金分红	2025 年度现金分红总额占归母净利润的比例为 65.14%	已实施中期分红，2026 年度中期分红数额占半年度归母净利润的比例为 35.40%	年度现金分红总额占当期归母净利润的比例不低于 45%
投资者关系	全年交流≧30 场	全年交流≧25 场	持续保持全年交流不少于 30 场，常态化开展投资者交流活动
可持续发展报告（ESG）	已连续 7 年披露可持续发展报告（ESG）；最新 Wind 评级 AA，位列 A 股专业零售第一	/	1. 深化议题管理，聚焦可持续供应链、产品质量与安全、客户关系、乡村振兴、社会公益等重点议题，全面提升 ESG 治理实效 2. 强化沟通与价值创造，积极参加相关培训或交流活动，主动展示 ESG 实践成效，推动 ESG 优势转化为资本市场优势

1. 现金分红

公司高度重视投资者回报，建立了持续、稳定、合理的股东回报机制。已连续 9 年实施分红，连续 3 年实施中期分红。2026 年继续实施中期分红，占半年度归母净利润的比例为 35.40%。同时公司已于 2026 年 8 月 1 日披露《关于以集中竞价交易方式回购股份的回购报告书》，预计回购金额 1,500~3,000 万元，并于 10 月 19 日完成首次回购 76 万股。

2027 年，公司将严格遵循《公司章程》的相关要求，在符合现金分红条件

下，综合考虑公司实际经营情况、发展阶段、现金流状况、未来投资需求等因素，持续优化利润分配方案，积极回馈广大股东。

2. 投资者关系

公司已建立较为完善的投资者关系管理机制。2025 年，公司累计举办业绩说明会 3 次，累计观看人数超 30 万人次；通过上证 E 互动平台及业绩说明会积极、真诚且高质量地回复投资者 70 余次。

2026 年至今，举办业绩说明会 2 次，回复上证 E 互动平台及业绩说明会投资者 60 个提问。2026 年 5 月 27 日，公司与上海上市公司协会、上海证券交易所、中证中小投资者服务中心及湘财证券股份有限公司共同举办了“我是股东—走进沪市上市公司”活动，与 40 余位投资者代表齐聚爱婴室上海花木时光里店，参观过程中，公司高级管理人员亲自讲解门店升级理念及运营亮点，使投资者直观感受到爱婴室品牌形象的焕新与标准化复制的前景。

2027 年，公司将保持全年业绩说明会召开不少于 3 场，积极参与各类投资者交流活动。持续优化沟通渠道与服务质量，通过业绩说明会、投资者热线、股东会、上证 E 互动平台、现场调研等多渠道搭建高效沟通桥梁，全面传递公司经营状况、发展战略与治理成效。

3. 可持续发展报告（ESG）

公司积极践行可持续发展理念，将 ESG 管理纳入公司战略和整体规划，已连续 7 年披露可持续发展报告（ESG），连续两年获得 WindESG 的 AA 评级。

公司持续将社会责任融入供应链管理与公益体系。2025 年，公司与战略伙伴在西藏日喀则开展母婴健康支持行动，捐赠妈妈奶粉 1,200 罐；“爱与美好温暖童行”系列活动覆盖新疆、上海、安徽等地，累计捐赠儿童内衣三万余件；人乳库爱心站点捐乳 357,190 毫升;全年对外捐赠超 178 万元,员工志愿服务 1,830 小时。2026 年以来，公司继续开展“产业助农+公益惠农”助农项目，以及“行万里路，共赴美好”“守护罕见与爱同行”等公益行动。

2027 年公司将深化议题管理，聚焦可持续供应链、产品质量与安全、客户关系、乡村振兴、社会公益等重点议题，全面提升 ESG 治理实效。同时通过参加 ESG 专题培训与同业交流、提升报告披露质量，增进投资者对公司长期价值的认同。

（三）规范类指标分析

指标名称	2025 年情况	2026 年 1-9 月	2027 年度目标
“关键少数”责任	“关键少数”参与培训 10 人次；独立董事履职 15 天	“关键少数”参与培训 5 人次；独立董事履职 13 天	1. “关键少数”参与培训≥10 人次 2. 独立董事现场工作≥15 天
信息披露	根据《上市公司信息披露管理办法》制定《信息披露暂缓与豁免管理制度》并修订《信息披露管理制度》	连续 5 年信息披露评价结果为 A，已建立内部信息披露管理制度并有效执行	1. 组织修订信息披露差错内部责任追究管理办法，明确各环节责任事项 2. 充分发挥人工智能在披露信息方面的审校作用
合规体系建设	2025 年内部控制体系运行良好，无内控重大缺陷；治理体系权责清晰、运行顺畅	公司围绕公司治理、规范运作等核心维度开展全面自查，公司治理运作规范、内部控制持续有效，整体公司治理质效保持优良水平	1. 持续跟进监管规则变化，系统梳理公司治理制度体系 2. 强化董高履职管理，健全履职跟踪与持股变动报备机制 3. 重点完善关联交易、对外投资等管控制度

1. “关键少数”责任

2027 年，公司将进一步强化合规管理：一是组织“关键少数”参与合规培训不少于 10 人次，不断强化相关方的合规意识与履职能力，实现董事及高级管理人员等核心岗位培训覆盖率 100%。二是持续完善内控体系，对照监管要求查漏补缺，强化关联交易、对外担保、内幕信息管理等重点领域管控。三是加强独立董事监督职能，确保独立董事全年履职时间不少于 15 日。

2. 信息披露

公司已连续 5 年获得上交所年度信息披露工作评价“A”评级。2025 年，公司根据《上市公司信息披露管理办法》制定了《信息披露暂缓与豁免管理制度》并修订《信息披露管理制度》，按时发布各类定期报告，并发布临时公告 58 份。

2027 年，公司将严格遵照《信息披露管理办法》，确保披露信息真实、准确、完整，组织修订信息披露差错内部责任追究管理办法，明确各环节责任事项，并充分发挥人工智能在披露信息方面的审校作用。

3. 合规体系建设

2025 年，公司积极落实最新的监管政策和要求，累计制定及修订各类制度

16 份。合规治理运作规范、无重大合规缺陷。

2027 年，公司将持续跟进监管规则变化，优化公司治理，健全内部控制与风险防控体系，修订完善相关制度。强化关联交易、内幕信息管理等重点领域管控。

三、提质增效重回报行动方案目标汇总

（一）经营类指标及行动计划

指标名称（万元）	2025 年情况	2026 年 1-9 月	2027 年度目标	计划	风险
营业收入（万元）	378,209.54	269,846.71	较上年度同比增长不低于 10%	稳步推进加盟业务布局，拓展渠道网络与下沉市场覆盖，多措并举推动营业收入实现稳健增长	受宏观经济波动、行业周期变化等因素影响，可能存在营业收入不及预期的情况
自有品牌及定制品销售额（万元）	40,711.45	38,540.66	较上年度同比增长不低于 20%	深化与品牌方联合开发定制品，持续丰富自有品牌产品矩阵，优化产品结构，提升自有品牌销售规模与盈利贡献	

（二）回报、规范类指标及行动计划

指标名称	2025 年情况	2026 年 1-9 月	2027 年度目标
现金分红	2025 年度现金分红总额占归母净利润的比例为 65.14%	已实施中期分红，2026 年度中期分红数额占半年度归母净利润的比例为 35.40%	年度现金分红总额占当期归母净利润的比例不低于 45%
投资者关系	全年交流≧30 场	全年交流≧25 场	持续保持全年交流不少于 30 场，常态化开展投资者交流活动
可持续发展报告（ESG）	已连续 7 年披露 ESG/社会责任报告；最新	/	1. 深化议题管理，聚焦可持续供应链、产品质量与安全、客户

	Wind 评级 AA，位列 A 股专业零售第一		关系、乡村振兴、社会公益等重点议题，全面提升 ESG 治理实效 2. 强化沟通与价值创造，积极参加相关培训或交流活动，主动展示 ESG 实践成效，推动 ESG 优势转化为资本市场优势
“关键少数”责任	“关键少数”参与培训 10 人次；独立董事履职 15 天	“关键少数”参与培训 5 人次；独立董事履职 13 天	1. “关键少数”参与培训≥10 人次 2. 独立董事现场工作≥15 天
信息披露	根据《上市公司信息披露管理办法》制定《信息披露暂缓与豁免管理制度》并修订《信息披露管理制度》	连续 5 年信息披露评价结果为 A，已建立内部信息披露管理制度并有效执行	1. 组织修订信息披露差错内部责任追究管理办法，明确各环节责任事项 2. 充分发挥人工智能在披露信息方面的审校作用
合规体系建设	2025 年内部控制体系运行良好，无内控重大缺陷；治理体系权责清晰、运行顺畅	公司围绕公司治理、规范运作等核心维度开展全面自查，公司治理运作规范、内部控制持续有效，整体公司治理质效保持优良水平	1. 持续跟进监管规则变化，系统梳理公司治理制度体系 2. 强化董高履职管理，健全履职跟踪与持股变动报备机制 3. 重点完善关联交易、对外投资等管控制度

四、投资者交流渠道

投资者热线：021-68470177

投资者邮箱：investor.list@aiyingshi.com

公司将通过投资者热线及邮箱沟通交流，以及股东会、业绩说明会、上证 E 互动平台等多种形式，听取投资者关于公司经营发展及“提质增效重回报”行动方案的意见建议，与投资者同题共答，持续提升上市公司发展质量。

公司将持续评估“提质增效重回报”行动方案的执行情况，及时履行信息披露义务。公司将继续深耕主业，持续提高核心竞争力，切实履行上市公司责任和

义务，在实现高质量发展的同时切实保护投资者利益，促进资本市场平稳健康发展。

本报告所涉及的公司规划、发展战略、业绩指引、现金分红等系前瞻性陈述，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。

特此公告。

上海爱婴室商务服务股份有限公司

董　事　会

2026 年 11 月 10 日