证券代码： 603214 证券简称：爱婴室

**上海爱婴室商务服务股份有限公司**

**投资者关系活动记录表**

|  |  |
| --- | --- |
| 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 |
| 参与单位名称及人员姓名 | 5月10日通过上海证券交易所上证路演中心参与“2024年上海辖区上市公司年报集体业绩说明会”的投资者；  5月27日通过上海证券交易所上证路演中心、全景网“投资者关系互动平台”参与“2023年度暨2024年第一季度业绩说明会”的投资者；  兴业证券、光大证券、方正证券、中银国际证券、鹏华基金、UBS A&Z research head、New Zealand Superannuation Fund、Milford Asset Management Ltd、Broad Peak Investment Advisers Pte Ltd、Accident Compensation Corporation Limited、J.P. MORGAN、D E SHAW AND COMPANY INCORPORATED、TIGER PACIFIC CAPITAL、FIRST EAGLE INVESTMENT MANAGEMENT, LLC、FIDELITY MANAGEMENT AND RESEARCH（排名不分先后） |
| 时间 | 2024年5月10日-5月27日 |
| 地点 | 上海证券交易所上证路演中心（<https://roadshow.sseinfo.com>）、全景网“投资者关系互动平台”（<https://ir.p5w.net>）、爱婴室总部会议室 |
| 上市公司接待人员姓名 | 1、董事长兼总裁施琼  2、董事会秘书兼高级副总裁高岷  3、财务副总裁龚叶婷  4、独立董事盛颖 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | **1、请问公司如何鼓励科研人员创新？在激励制度方面做了哪些工作？能否简单介绍一下？谢谢？**  尊敬的投资者，您好！首先，公司设有明确的预算管理制度，确保研发技术人员有充足的资金支持；其次，公司具备匹配各岗位明确的薪资体系，并为相应人员提供季度及年度绩效奖金；最后，公司通过项目制方式设置激励机制，鼓励各岗位员工共同参与研发及创新，并根据个人实际贡献获得相应的激励。有部分项目也会被公司列为一把手工程，通过公司的战略定位提升项目的重要性，促进员工对科研创新的重视程度。感谢您的关注！  **2、公司在2024年还有没有并购计划？如有，想做哪方面的并购？相关并购计划如获成功，对公司业绩来说有什么帮助？**  尊敬的投资者，您好！公司正积极寻找合适的并购标的，计划通过并购实现快速扩张，进入更多新的区域，渗透更广的市场，通过渠道扩张增强规模效应，提升供应链优势，实现快速发展，保持在母婴市场的领先地位。如有相关并购计划，公司将按照相关规定及时披露。感谢您的关注！  **3、公司近几年在进行门店优化，新开门店数量还没有关闭门店数量多。门店数量会在接下来回升吗？你们关闭门店的标准是什么（即什么样的门店会被关闭）？新开门店需要满足什么标准？公司的渠道重心会从线下转移至线上吗？**  尊敬的投资者，您好！公司目前在华东、华中、华南、西南区域的30余个城市，拥有近500家门店，客群覆盖广泛，品牌影响力强。公司2023年开店和关店已持平，重点需要关闭和调整的门店已基本完成。对于后续的门店业务开展、新店的开设，我们做好了更充足的准备工作。  2024年，公司会结合战略目标，充分考虑市场趋势、消费者行为变化、区域经济状况以及竞争对手的分布，在华东华南华中区域开设更多门店，实现24年净开店双位数的增长；公司全面发展线上及线下的全渠道销售策略，积极拓展线上旗舰店业务，实现明确的增长目标；借助线下的规模优势，积极采用更聚焦客户感兴趣的营销方式，如抖音的本地生活、直播、团购等拓宽获客渠道，增强客户黏性，加大O2O渠道持续投入资源，丰富品类，强化爆款，提升履约效率，利用好更多的平台资源，推动线上线下的资源整合和业务发展。感谢您的关注！  **4、公司近几年不断丰富自有品牌的产品矩阵，2023年底期间、2024年第一季度，自有品牌实现的营业收入分别有多少？自有品牌整体的毛利率是多少？**  尊敬的投资者，您好！公司在自有品牌产品研发上不断推陈出新并丰富产品矩阵，给与消费者更多元的选择，公司2023年度与2024年一季度旗下自有品牌销售收入分别同比增长6%以上，品牌销售收入占自有渠道销售收入的比例已提升至13%；随着自有品牌数量和销售占比的不断增长，自有品牌的定位也在不断提升，自有品牌产品毛利率较公司整体毛利率高出10-20个百分点，推动公司销售结构优化，加速公司的利润增长。感谢您的关注！  **5、公司股东合众投资近年来不断减持公司股票，5月6日再次公布了减持计划。公司有评估过相关减持对公司股价带来的影响吗，会有什么样的影响？鉴于公司目前股价跌至上市以来的最低水平，公司有没有市值管理计划，会回购股票吗？合众投资减持公司股票是否与公司近几年业绩表现不佳有关？**  尊敬的投资者，您好！公司外资股东合众投资减持主要出于美元私募基金内部管理需要，与公司基本面无关，公司净利润近3年逐步提升，2023年实现归母净利润1.05亿元，同比增长21.84%，2024年一季度继续延续增长态势，实现营收净利双增的开门红，净利润同比增长135.29%。在其减持过程中，公司对于其减持的方式和进度，公司会保持充分跟踪和沟通，积极协助外资股东寻找协议减持的交易方，降低对二级市场的影响。感谢您的关注！  **6、公司几年前做了几单并购，最大的一单是收购了贝贝熊，然而近几年，公司营业收入虽较收购前有明显的增长，但净利润却低于收购之前。是什么原因导致增收不增利？公司对提高净利率有什么计划？**  尊敬的投资者，您好！2021年受人口出生率持续下滑、特殊原因影响，公司线下门店零售渠道销售承压，而租金、人力成本费用较为刚性，导致21年归母净利润较同期下滑较明显，公司随即在22至23年度迅速有效地做出了一系列战略调整，积极调整低效门店、优化商品结构、开拓线上市场、丰富旗下品牌产品。通过全渠道多场景触达更多消费人群，品牌价值与经营质量显著提升，行业领先优势依旧稳固。  2023年度全年取得规模营收33.32亿元，净利润近3年逐步提升，2023年实现归母净利润1.05亿元，同比2022年增长21.84%，同比2021年增长42.52%，2024年一季度继续延续增长态势，实现营收净利双增的开门红，净利润同比增长135.29%。感谢您的关注！  **7、针对贵公司年报亮点中的第3点，请问贵公司： 在描述可能存在的相关风险时，贵公司是否制定了相应的风险应对策略或缓解措施？这些策略或措施在降低风险方面取得了哪些实际效果？**  尊敬的投资者，您好！公司针对可能面对的风险采取的应对措施如下：  （1）针对市场风险的措施：公司时刻关注宏观行业动态，积极调整业务和组织架构，积极拓展市场，分散局部市场风险，深耕渠道，降本增效，进一步提升公司竞争壁垒和运营效率，从容应对外部环境带来的新机遇和新挑战。  （2）针对消费习惯变化的措施：公司不断进行消费者洞察和数据分析，了解母婴消费群体的需求和偏好，开发多样化的产品系列和SKU，覆盖不同的消费场景。根据销售数据灵活调整产品策略和营销策略，以满足消费者需求的变化；公司积极拥抱市场的变革和创新，如加速扩充电商营销团队，优化升级全渠道零售平台，针对不同区域的消费者结构、偏好及消费模式，提供差异化的产品和服务，加强与即时零售平台的合作，尝试社区团购、跨境购、店播等新模式，上述布局和投入有利于公司应对消费习惯变化带来的风险。  （3）针对经营风险的措施：一是定期审查租赁合同，确保合同条款符合公司的利益，及时发现可能的问题或风险；二是提前制定租赁计划，根据租赁计划提前寻找租赁场地，制定备选方案，减少租赁变动造成的影响。三是针对存在经营场所变更的合同，与合同方积极沟通协调，寻求双赢的解决办法。四是针对重要的租赁合同公司有专人跟进，定期与物业方交流，提升续约与价格的稳定性，以上措施可以降低经营风险的产生。  （4）针对人才能力损失风险的措施：为了应对这一挑战，公司已经为管理层和基层员工分别制定了专门的人才培养和储备计划，并持续投资于多元化的教育和培训项目，引入AI工具使用课程，以提升员工的专业知识和业务实践能力。公司不断加强信息化建设以及标准化流程建设，提高经营效率的同时提升员工工作适应性和公司培养人才的效率。以上策略的实施不仅为公司的持续发展提供了坚实的人力资源支撑，也体现了公司对员工职业成长和个人发展的承诺。感谢您的关注！  **8、针对贵公司年报亮点中的第5点，请问贵公司： 通过明确的分红政策和前瞻性陈述的风险提示，贵公司如何确保这些政策和提示能够持续增强投资者对公司未来发展的信心？在保护投资者利益方面，贵公司还有哪些其他措施和计划？**  尊敬的投资者，您好！公司持续聚焦主业提升业绩，公司的年度分红率逐年上升，2023年度分红率接近50%，充分体现了公司稳健经营和持续盈利的能力以及重视股东回报的管理思路；2024年公司已回购注销了1,976,900股，提升了每股收益，使股东获得更高的投资回报。稳健的业绩和增长及重视股东回报的管理思路增强了投资者对公司未来发展的信心。  公司通过以下措施保护投资者利益：  （1）及时、准确地进行信息披露：公司会及时、准确地向投资者披露公司经营相关的信息，确保内容真实、客观和完整，语言精简、通俗易懂，保护投资者信息知情权，提高投资者对公司了解和信任。  （2）不断丰富交流形式：爱婴室是一家与消费者直接接触的公司，为了让投资者更切实直观的感受门店的销售场景，身临其境地体会上市公司的商品和服务，公司创新性的采用云参观、线上直播、录播、门店实地探访等形式，方便投资者了解爱婴室的门店，在门店实地探访活动中投资者可以了解一线的经营数据和消费者偏好，未来公司会不断丰富投关工作的形式。  （3）积极履行社会责任：自上市以来公司每年主动披露社会责任报告，让投资者更清晰的了解公司的社会责任履行情况，2024年度公司首次发布了ESG报告，Wind ESG评级提升至A级，全面展示了公司在可持续发展方面的努力和成果，进一步彰显了公司对未来发展的坚定信心。  （4）公司不断加强品牌建设，提升品牌影响力，提升公司形象：基于优质完善的供应链以及多维、高效、专业的服务体系，爱婴室荣获母婴行业首个上海品牌认证，通过进一步提升公司的精细化、制度化、规范化管理水平，公司的质量管理工作获得ISO9001质量管理体系认证的权威认可，彰显了公司在区域内的品牌标杆引领和示范效应，在行业处于领先地位。  在市场发生波动时，公司积极了解市场情况，及时应对市场变化，必要时公司会持续通过回购等方式来稳定股价，维护广大投资者利益。未来公司会不断丰富投关工作形式，让投资者更直观便捷的了解爱婴室，保护投资者利益的同时帮助投资者对公司的投资价值作出更加准确的判断。感谢您的关注！  **9、报告中提到公司对报告内容的真实性、准确性及法律责任的承诺，反映出公司对治理的重视。请问公司未来在提升董事会独立性、监事会效能、内部审计职能强化等方面有哪些具体计划？如何确保公司治理结构持续符合最新的监管要求和最佳实践？**  尊敬的投资者，您好！公司董事会引入专业化、多元化的独立董事，客观评估和监督公司的重大决策和治理实践，确保其公正性和独立性；监事会审查公司的财务报告和内部控制流程，并对重大投资和经营决策进行独立评估；内部审计团队强化建设，吸引具有丰富审计经验和专业资质的人才加入，实施风险导向审计方法，重点关注高风险领域，确保公司风险管理措施的有效性。通过上述措施，公司致力于持续提升公司的治理水平，确保公司治理结构符合最新的监管要求和最佳实践，为投资者和利益相关者创造长期稳定的价值。感谢您的关注！  **10、安永华明会计师事务所出具的标准无保留意见审计报告，展示了公司财务透明度和合规性。未来，公司如何进一步提升财务报告的透明度，如增加ESGRI（环境、社会与治理）信息的披露？是否有计划引入更先进的财务报告框架，如IFRSB（综合报告标准）？**  尊敬的投资者，您好！我们一直致力于保持高水平的财务透明度以及合规性方面的高标准，安永华明会计师事务所连续多年出具标准无保留意见审计报告，和有效的内部控制审计报告；同时我们今年增加了ESG信息披露，详见我司披露的《2023年环境、社会及管治（ESG）报告》，获得ESG评级A。公司将坚持提升财务报告质量，为投资者提供详尽、准确的信息。感谢您对公司的关注！  **11、请问公司23年盈利情况如何？是否存在重大风险？**  尊敬的投资者，您好！公司2023年度全年取得规模营收33.32亿元，净利润近3年逐步提升，2023年实现归母净利润1.05亿元，同比增长21.84%；公司在2023年取得了一定的增长，并且通过不断优化运营、拓展销售渠道以及关注环境责任等方面，为未来的发展创造了良好的基础；2024年一季度继续延续增长态势，实现营收净利双增的开门红，净利润同比增长135.29%。具体风险详见公司23年度报告中“六、公司关于公司未来发展的讨论与分析”-“未来可能面对的风险”。感谢您对公司的关注！  **12、爱婴室有考虑大力推广中小学生的需求，进军学习用品行业？现在出生率一直下降，公司是否能找寻到其他的商机？**  尊敬的投资者，您好！公司已在部分品类的商品上延伸适用年龄段，满足部分二胎家庭的需要。公司新的商机来自于自有品牌的全面发展，通过积极发展线上业务带动自有品牌的全国性销售；公司积极拓宽商品品类，针对家庭研发泛母婴类商品，目前已开发了适合更大儿童和成人的营养食品、家庭用纸等，通过品类的不断升级寻找新的业务增长点。感谢您对公司的关注！  **13、现在出生率不断的下降，公司会考虑往三四线城市进一步的布局吗？**  尊敬的投资者您好！ 目前我们在三、四线城市的市场份额较少，我们不会单独强调在这些地区加大市场份额，而是会根据选址标准、商业环境和人口等多方面因素综合评估，确定适合开店的地点。因此，我们在一、二线和三、四线城市都会有开店计划。 在选择新地区时，我们不仅考虑生育率，还会综合评估经济环境、运营管理难度、商业环境及购物中心的数量和质量等因素。生育率只能作为参考，而不是唯一的决定因素。  目前，爱婴室在华南、华东和华中地区已经有了广泛覆盖。在生育率较高的地方，我们会根据当地市场情况开设更多门店。未来，我们还将进入更多经济发展迅速、家庭消费力强的区域，同时重点关注具有高出生率的区域。通过详尽的市场调研、与当地商业伙伴合作以及品牌推广等政策，我们将继续拓展市场覆盖范围。通过科学合理的扩展计划，以更好地服务广大消费者，实现可持续发展和增长。  **14、公司股价持续低迷，今年实施的股票回购计划是否达到预期效果？后续是否有其他稳定股价的措施？**  尊敬的投资者您好，公司股价受宏观环境、所处行业、国家政策和经营业绩等多种因素影响。2024年公司已回购注销了1,976,900股，提升了每股收益，使股东获得更高的投资回报。 公司高度重视以企业价值为核心的市值管理，持续聚焦主业提升业绩，公司的年度分红率逐年上升，2023年度分红率接近50%，充分体现了公司稳健经营和持续盈利的能力以及重视股东回报的管理思路。在市场发生波动时，公司积极了解市场情况，及时应对市场变化，必要时公司会持续通过回购等方式来稳定股价，维护广大投资者利益。若有相关计划，公司也将严格按照规定履行信息披露的义务和程序。感谢您的关注！  **15、收购贝贝熊后的调整措施？**  尊敬的投资者，您好！首先公司将贝贝熊的供应链管理纳入爱婴室集团供应链管理进行了协同整合，优势互补，同时为贝贝熊引进了自有品牌产品提升了贝贝熊的毛利率；其次通过门店位置调整，在前景良好的商场开设更多新店，提升贝贝熊的运营效率；第三通过人员梳理和培训，提高导购综合的销售能力，提高贝贝熊的人效。第四通过组织架构调整，优化管理效率，提升经营水平。  2024年，公司将在贝贝熊所在区域进一步拓展门店，并在线下和新零售模式方面全面复制和参考爱婴室现有的模式，实现更好的成长。一方面，公司将对贝贝熊的管理区域进行进一步调整，深入融合和精细化统筹、优化供应链，细化到SKU层面的精细化运作；另一方面，公司将加强营运端人员的培训与共享以及人才的储备。公司通过管理层的调动，将集团总部优秀的管理方法和管理思想引入当地。今年公司将在更多级别的管理层面进行人员共享，利用更多的管理实操经验和执行经验强化当地水平，进一步提升贝贝熊的运营能力。感谢您的关注！  **16、公司如何加强线上线下融合，提升客户体验？是否有特定的O2O战略，比如即时配送、个性化推荐系统，以满足即时性和便利性需求？**  尊敬的投资者，您好！公司依托线下门店的规模优势，O2O即时零售业务已覆盖38个经济发达城市，23年全年实现同比23%的增长。公司不断拓展线上渠道覆盖，新增抖音本地生活渠道的开发，并针对即时零售业务的特点，制定爆款商品和专门的营销方案，推动业务发展，部分品类O2O收入已占到整体品类的30%。 针对O2O即时零售业务发展，公司着力投入技术资源，独立开发为O2O服务的技术平台，提高门店O2O拣货、配送的服务效率，优化门店服务流程。通过上述一系列具体措施，将提升门店在平台上的综合服务竞争力，进一步夯实O2O渠道发展。感谢您的关注！ |
| 日期 | 2024年5月29日 |