

上海爱婴室商务服务股份有限公司

2021 年度社会责任报告



二〇二二年四月十五日

关于本报告

- **声明**

本公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，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。

- **报告对象**

本报告所涵盖的有关公司的数据及信息均来自于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”、“本公司”）及其子公司。

- **报告内容**

本报告是第三份对外披露的社会责任报告，本着客观、规范、透明、全面的原则，比较详尽的阐述了本公司从 2021 年 1 月 1 日至 12 月 31 日履行社会责任的各种表现，总结 2021 年全年成果以及展望未来社会责任的发展目标。

- **报告时间**

本报告内容覆盖时间为 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，部分数据、表述及引用有所向前或向后延伸涉及。

- **发布时间**

本报告披露日期为 2022 年 4 月 15 日。

- **报告周期**

公司可持续发展报告每年披露一次，每次披露的涵盖期间为过去最近一完整自然年。

一、关于我们

（一）企业简介

公司是一家国内领先的母婴专业连锁零售商，基于“会员+商品+渠道+服务”的商业模式，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，经营产品涵盖了婴幼儿乳制品、纸制品、喂哺用品、洗护用品、棉纺品、玩具、车床等品类，产品品种逾万种。公司与多家国内外知名集团公司建立了紧密战略合作关系。全渠道零售平台吸引了惠氏、雅培、爱他美、诺优能、美素佳儿、海普诺凯 1897、佳贝艾特、合生元、飞鹤、伊利、嘉宝、伊威、方广、LittleFreddie、禾泱泱、尤妮佳、好奇、大王、安拉贝尔、新安怡、贝亲、小白熊、美德乐、膳魔师、Richell、妙思乐、启初、艾惟诺、怡思丁、伊斯卡尔、Joie、英氏、贝彤、伟易达、奥迪、澳贝等知名品牌的入驻，为客户提供了优质的母婴商品及服务。

公司构建了数据互联互通的全域会员营销平台，积极开展涵盖亲子家庭成员的泛母婴业务，不仅能够满足孕婴童家庭吃、穿、玩、乐的消费需求，同时能够提供婴儿抚触、育儿咨询、亲子互动与早教托育等增值服务。线下渠道主要聚焦华东、华中市场，并扎实推进西南、华南等地区的直营门店拓展。线上渠道不断升级优化自营 APP 和微信小程序，在天猫、京东、拼多多等第三方主流平台均设有官方旗舰店，积极探索抖音、小红书等各类新兴渠道开展营销宣传，并依托线下门店的资源优势，与美团、饿了么、京东到家等线上平台开展合作，充分利用 O2O 模式，为消费者提供多种一站式购物体验。

（二）经营成果

2021 年，在出生率下降，疫情反复的双重压力背景下，爱婴室董事会带领全体员工凝心聚力，勇于创新，仍旧取得了较为稳健的经营业绩成果。2021 年第 4 季度，爱婴室成功收购了华中区域第一母婴连锁品牌贝贝熊，线下门店总数从 2020 年的近 300 家跃升至 500 多家，实现了华东、华南、西南、华中区域的营销网络覆盖。在线上业务领域积极探索尝试，取得了超预期的增长，成为了集团业务新的增长引擎。另外，爱婴室依托旗下高端创意早教品牌，开设了早教及托育中心，形成了母婴服务产业的多元化布局。2021 年公司实现营业收入 265,234.88 万元，较上年同期增长 17.55%；归属于上市公司股东的净利润

7,347.80 万元,较上年同期下降 36.97%。2021 年公司线上平台销售额 33,775.07 万元,占全年营业收入的 12.73%,较上年同期增长 189.88%。

(三) 发展战略

以一站式母婴商品及服务的门店经营为核心,坚持“渠道+品牌+多产业”三大发展战略,通过“会员营销+全渠道”布局,聚焦母婴市场,建成全国领先、国际先进的母婴品牌。

渠道战略:持续布局线下门店,建立适应新市场环境下的门店运营模式,利用线下门店经营优势,完善线上渠道,快速完成线上与线下的一体化融合,实现覆盖公域及私域的全渠道、全服务、全品类、全支付的多维度全域销售。结合爱婴室与贝贝熊双品牌运营,提升华东、华中区域市场占有率,并继续向华南区域延伸。

品牌战略:通过战略合作、自研、收购等方式保证更多具备竞争力的差异化产品,建立拥有特色商品和自有商品的平台,提高公司竞争力,扩大爱婴室品牌市场。

多产业战略:聚焦母婴市场,探索市场需求,由点及面不断进入更多母婴产业领域,优化公司收入结构,在有限的客户生命周期中获得更多的机会。

未来,公司将继续借助多年品牌供应链资源优势,打造母婴专业人才培养,致力为中国千万母婴家庭带来幸福感。用爱守护,用心经营,共创未来!

(四) 企业文化

文化是企业持续发展、基业长青的源动力。多年来爱婴室不仅取得了长足的发展和骄人的业绩,也培育了内涵丰富、独具特色的企业文化,为公司各项战略目标的实现提供了强大的动力和保障。爱婴室文化正在并一直激励和引领公司全体员工昂首阔步、奋勇前行。

公司始终秉持“勤奋致远、创新不断、乐于分享、有容乃大”的核心价值,积极探索母婴零售市场。并打造了以“成为客户喜爱、员工热爱、合作伙伴信赖的优秀企业”为愿景、以“关爱家庭、关注未来”为使命,以“专注于中国市场成为消费者心目中无所不能的可信赖的专家”为经营理念,凝聚起促进公司发展和经营的正能量。

(五) 2021 年度所获公益荣誉

(1) 爱婴室母婴关爱基金活动

2021 年，公司一方面积极应对疫情反复和出生率下降的影响，努力经营发展；另一方面，积极履行社会责任，进行抗洪捐赠、贫困救助等公益活动。2021 年，公司通过爱婴室母婴关爱基金向处于洪灾之中的河南捐赠价值 10 万元的口罩；爱婴室母婴关爱基金与上海市四家儿童类医院签订了合作协议，每家医院 50 万元/年的救助额度，总计 200 万元定向用于贫困母婴患者的救助；2021 年，爱婴室母婴关爱基金全年共救助 143 名贫困重症母婴患者，合计发放救助款 239.78 万元。

公司积极履行社会责任，传播公益理念，取得一定成绩，例如，公司收到了浦东新区辅读学校的“感谢函”，感谢公司对特殊学生的关爱，感谢对学校发展的支持。公司收到上海交通大学附属上海儿童医学中心发来的“捐赠感谢证书”，感谢公司对儿童健康事业的关心和支持；公司收到中国红十字基金会发来的“2021 中国红十字基金会致谢状”，感谢公司为公益慈善事业助力；公司荣获第十届中国公益节“上市公司社会责任”、证券时报第十五届中国上市公司价值评选“中国上市公司社会责任”。

二、社会责任体系

(一) 社会责任理念

公司在快速发展中，坚持“成长于斯，回报于斯”，始终关注母婴群体的健康发展，积极履行社会责任。于 2017 年 5 月 18 日创业 20 周年之际，携手中国红十字基金会共同设立了“中国红十字基金会爱婴室母婴关爱基金”，在该项目五年有效期内，除第一年爱婴室集团捐赠 200 万元以外，后续将会每年捐赠集团公司上一财务年度主营业务收入的 1%为慈善续力，长远持续地发挥该基金的主旨和作用。积极履行社会责任，不仅是爱婴室秉持的经营理念，也是公司在企业经营过程中想要传递给社会的一种价值观。自 2017 年 5 月成立以来，爱婴室母婴关爱基金累计捐赠总额 1117.43 万元。

(二) 社会责任管理

公司积极实践推行社会责任管理，制定年度社会责任目标，明确各职能部门在社会责任报告管理流程中的职责和权限，组织员工积极参加培训，将社会责任落实到公司生产经营过程中，推动公司可持续发展。

公司将在依法合规，诚信经营的前提下，不断完善公司法人治理结构，健全公司内部控制体系，加强安全生产和环境保护，防范风险，提高公司规范运作水平。加强与利益相关方的沟通参与，切实保护职工权益，积极投身于社会公益事业，实现公司社会价值。

（三）利益相关方沟通与参与

公司充分尊重和维护相关利益方的合法权益，公司利益相关方包括客户、员工、供应商及合作伙伴、股东、政府及第三方组织、社区等，公司建立完善利益相关方沟通和参与机制，与利益相关方保持着规范、积极、顺畅的沟通，确保利益相关方的知情权、参与权和监督权，共同推动公司持续、健康的发展。

三、社会责任履行情况

（一）股东和债权人权益保护

1、不断完善公司治理结构

报告期内，公司严格按照《公司法》、《上市公司治理准则》、《上海证券交易所股票上市规则》等有关法律法规及《公司章程》等相关要求，进一步完善法人治理结构，制定完善企业内部控制制度，确保公司各项管理有法可依、有章可循，防范经营风险。

2021年，公司共召开3次股东大会，7次董事会，6次监事会。公司股东大会、董事会、监事会和经营管理层制度及独立董事制度规范运作，形成权力机构、决策机构、监督机构和经营管理层之间权责明确、相互协调、有效制衡的机制，确保充分履行各自职责，保证公司治理的合法和有效运行。公司严格履行“三会”议事规则及信息披露管理制度，及时向社会公众予以披露，切实保护了投资者利益。

2、信息披露管理

根据《公司法》、《证券法》、《上海证券交易所股票上市规则》以及《上市公司信息披露管理办法》等法律、法规和规范性文件的有关规定，结合《公司章程》，建立了《信息披露管理制度》等相关规定，对涉及公司重大经营决策、经营范围、资本运作、重大合同、重大投资等重大影响事项以及公司定期报告，及时履行审议程序，并按照要求认真履行信息披露义务，保证每个投资者以平等的机会获取

公司信息，充分的维护了公司及投资者的合法权益。按照上市公司信息披露相关规则的要求，保证信息披露内容的真实性、准确性、完整性和及时性，从而提升了公司信息披露的水平，切实维护公司中小股东的利益。

2021 年公司发布带有编号公告共计 97 份，及时向广大投资者尤其是中小投资者传递公司关于经营情况等重要信息，未出现重大差错。

3、完善内幕信息知情人管理

公司高度重视内幕信息规范管理工作，严格遵守《股票上市规则》及公司《内幕信息知情人登记管理制度》中关于内幕信息知情人管理的要求，抓好信息源头控制，监控信息扩散途径，确保信息披露工作的规范性。公司严格审核对外报送数据、信息，严格控制内幕信息知情人范围，派专人负责内幕信息管理的填报、登记备案工作，有效的防范了内幕交易的发生，切实维护了投资者的合法权益。

4、投资者关系管理

公司严格按照相关规定积极开展各种形式的投资者关系管理工作，不断完善与投资者的沟通机制。增强公司透明度，提升公司治理水平，建立和加强公司与投资者之间的沟通和长期稳定的合作关系。

2021 年度，公司保持与资本市场的互动和交流，通过与投资者互动，传递公司价值，增强投资者对公司的了解和认同。公司始终坚持以投资者需求为导向，通过现场接待、电话接待、线上业绩说明会和线上线下券商策略会等灵活多样的形式，不断完善公司价值传导机制，广泛与投资者保持沟通和交流，积极向市场传递公司投资价值，持续为股东创造长期价值。

5、投资者回报

公司在保护投资者权益的同时，重视对投资者的回报。《公司章程》、《招股说明书》中已明确规定了实施持续、稳定的利润分配政策，并积极采取现金分红方式回报投资者。

近三年利润分配情况如下：

分红年度	营业收入（万元）	归属上市公司 股东的净利润 （万元）	年度现金分红 预案/其他方 式（万元）	占分红年度归属于 上市公司股东净利 润的比例（%）
2021 年度	265,234.88	7,347.80	2,830.12	38.52

2020 年度	225,644.31	11,657.17	4,279.15	36.71
2019 年度	246,036.51	15,424.76	5,102.95	33.08

公司目前盈利状况良好，为保持长期积极稳定回报股东的分红策略，根据中国证监会鼓励分红的有关规定，在保证公司稳健持续发展的情况下，考虑到公司未来业务发展，公司董事会拟定 2021 年度利润分配方案，拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 2.00 元（含税），截至 2022 年 4 月 14 日，公司总股本 141,505,896 股，以此计算合计拟派发现金红利 28,301,179.2 元（含税）。本年度公司现金分红金额占合并报表中归属于上市公司普通股股东的净利润的比例为 38.52%，近三年分红比例逐年提高。

6、债权人权益保护

公司一贯奉行稳健的经营策略，降低自身经营风险从而降低财务风险，降低债权人权益风险。在追求股东利益最大化的同时，公司在保证财务状况稳定与公司资产、资金安全的基础上，兼顾债权人的利益。公司在各项重大经营决策过程，均充分考虑了债权人的合法权益，及时进行信息披露保证了股东和债权人的知情权，降低了股东和债权人的投资风险，有效地保护了股东及债权人权益。

（二）职工权益保护

1、人文关怀的制度政策

公司按照年度计划开展一系列的员工福利工作，在保障员工的合法权益之外，还提供了更多专属的福利。

（1）按时缴纳社保、公积金；实施带薪年假和节假日假期。

（2）按照年度福利规划实施带薪培训、体检、节假日慰问、生日礼物、结婚贺礼、奠礼等公司特有的福利补贴。

（3）对孕期员工给予特殊劳动保护，提供带薪孕产假、在婴儿不满一周岁时，女员工每天享有哺乳时间，让女员工更好地应对工作和生活的平衡。

（4）公司设立忠诚员工“金脚丫”奖项，奖励入职满 5 年、10 年、15 年等年限的员工足金饰品。

（5）对门店员工，公司设有学历补助金及岗位技能补助金等。

通过公司一系列的福利关怀举措，解决了员工的后顾之忧，鼓励了员工专注

交付，提升价值创造，进而将更多利润回馈员工，提升员工生活质量，减轻员工经济压力；同时也尽一份企业应有的社会责任。

2、定期团队建设

公司不仅为员工提供舒适、温暖的办公环境，还高度重视团队建设工作，通过每月举办员工集体生日会、组织主题下午茶活动等方式组织员工业余活动，向员工传达鼓励与关怀，丰富员工业余生活，增强公司的凝聚力，努力打造阳光、积极、向上的团队，让员工与公司共同成长。

3、人才建设

(1) 培训体系

公司高度重视员工职业发展与培训，建立网络学习平台，以线上线下相结合的方式围绕公司整体战略组织培训，并鼓励和帮助员工自我学习。公司因材施教，为各类人才提供广阔的职业机会和发展平台，通过积极拓展和完善与之匹配的培训体系和培训资源，让不同岗位、不同层级的员工能够公平享受到符合岗位和个人发展需求的职业培训和引导，帮助员工实现职业发展目标、成就自我价值。

2021年公司继续开展新员工培训、店长培训，定期开展相关产品知识培训，并加强育婴师梯队的建设，通过对不同岗位员工的各类针对性培训，提升了员工的职业技能和综合素养，为公司持续发展进步提供了人才保障。



图 储备店长知识培训



图 棉纺知识培训



图 育婴师门店培训

(2) 薪酬绩效

公司雇佣职员的过程中，均严格遵守《中华人民共和国劳动法》等国家相关法律法规，执行各地社会保险和住房公积金管理条例，按时支付薪资，缴纳社保与公积金，切实保障员工合法权益。本公司提倡公平竞争，为所有职员提供平等机会，不因性别、年龄、婚姻状况、宗教信仰、种族、国籍、身体状况而歧视任何员工，这在员工选聘、任用和晋升中均得到很好的贯彻。

公司按以岗定薪、按劳取酬为原则，实行岗位工资和绩效奖励相结合的薪酬分配办法，建立了考核与工资、奖金、调薪、晋升及培训等机制。在绩效方案设计、绩效指标设定、绩效评估、绩效反馈、绩效结果应用等流程中都做到科学合理，公平公正。针对各部门职责、各岗位职责及相应的年度重点工作，公司设置并实施“KPI”指标，对员工实施季度考核、年度考核和360度评价，运用“考核结果正态分布”的概念确定考核结果，客观、公正地评价员工的工作能力、态度和绩效等，并与公司奖惩制度相结合，有效激活员工的工作积极性和责任感。

(三) 维护供应商和消费者权益

1、坚持“共赢”原则，与供应商共同成长

公司始终秉承合作共赢的精神处理与供应商之间的关系，坚持公平、公正、公开的原则，谨遵社会公德、商业道德，建立健全采购机制，确保实现公司与供应商共同发展、互利共赢。采购过程公正、透明。在保护合格供应商权益的基础上，积极拓宽采购渠道，优化供应商结构，积极与各级供应商建立和发展友好合作关系。

2、坚持“以客户需求为导向”的服务理念

公司奉行“把分内的服务做精；把额外的服务做足；把超乎想象的服务做好”为服务准则，强调从消费者的角度审视我们的服务，努力把这种理论贯穿于整个服务过程中。服务前，从消费者的角度出发考虑消费者的需求；服务过程中，留心观察、认真倾听消费者的诉求；服务后，积极追踪消费者的反馈。爱婴室致力于做好“您身边的母婴专家”。

在售后服务方面，公司设立了客户服务热线，专门处理各类消费者反馈及投诉建议；并设有专门的售后服务机构，对出现的商品或服务等问题及时跟踪处理。一方面保证消费者的利益，另一方面了解公司商品状况，持续提高消费者体验及服务管理水平。

公司还制定了《爱婴室退换货服务条款》，对符合公司制度规定的商品问题必须及时处理、记录，对商品在使用过程中出现的问题进行汇总、分析，及时给予跟踪处理，同时为公司今后服务管理改进提供依据。

(四) 公共关系和社会公益事业

公司在快速发展中，坚持“成长于斯，回报于斯”，始终关注母婴群体的健

康发展,积极履行社会责任。积极履行社会责任,不仅是爱婴室秉持的经营理念,也是公司在企业经营过程中想要传递给社会的一种价值观。

1、公共关系

公司重视与政府部门和监管机构等的联系、汇报,主动配合政府部门和监管部门的监督和检查,涉及公司规范运作相关事项特别是重大事项会及时向监管部门汇报和咨询,积极争取政府部门和监管部门的支持。同时,作为社会公众上市公司,公司在生产经营活动中遵循自愿、公平、诚实信用的原则,遵守社会公德、商业道德,主动接受政府部门和监管部门的监督和检查,高度重视社会公众及新闻媒体对公司的评论,赢得了社会各界的普遍认同,实现公司与政府部门、监管机构和社会的良性互动。

2、社会公益事业

(1) 爱婴室母婴关爱基金活动

2021年,公司向中国红十字基金会“爱婴室母婴关爱基金”捐赠203.06万元,自2017年以来累计捐赠1117.43万元,截至2021年底,累计救助贫困重症母婴人数324人,发放重疾资助款636.32万元,重疾人均资助金额1.96万元。

2021年,公司积极开展了公益捐赠活动,通过爱婴室母婴关爱基金向处于洪灾之中的河南捐赠价值10万元的口罩;通过“爱婴室母婴关爱基金”分别与上海市儿童医院、新华医院儿科、复旦大学附属儿科医院、上海儿童医学中心签订了每年50万元的贫困重症母婴专项救助资金,费用合计200万元。

继2020年在上海新华医院儿科综合新大楼建设了一间儿童活动室和五间哺乳室之后,2021年,爱婴室母婴关爱基金携手上海市儿童医院共创母爱小天地,由爱婴室设计重装的哺乳室也和大家见面。爱婴室母婴关爱基金联合上海市儿童医院母乳库爱心站点项目已完成施工,母乳库建设走入新阶段。



图 哺乳室

图 母乳库爱心站点

2021年5月，爱婴室协办的“音爱绽放，礼赞百年”2021中国（上海）青年公益音乐会在上海东方艺术中心举行，用音乐庆祝建党百年，传递公益的能量。公益音乐会携手中国红十字基金会爱婴室母婴关爱基金共同聚焦困难大病母婴家庭，希望社会上更多人士能够为这些家庭、这个群体送去关爱。2021年逢六一前夕，“建党百年，宝宝看滨江”亲子公益行在杨浦滨江成功举办，活动分四场赛事分批进行，吸引了近300组亲子家庭的踊跃参与。爱婴室还号召24家合作供应商参与到此次活动，爱婴室母婴关爱基金也通过现场义卖筹得了善款，用来帮助更多的困难群众。



图 “音爱绽放，礼赞百年”活动

图 “建党百年，宝宝看滨江”活动

(2) 爱婴室义工队活动

2019年5月18日，爱婴室联合了社会各界的爱心人士共同成立了“婴为爱义工队伍”，致力于帮助那些需要帮助的孕妇和儿童。2021年，义工队志愿者积极开展活动，定期走进辅读学校陪伴小朋友完成社区活动课内容，在万圣节陪伴

麦当劳叔叔之家生病的小朋友及家属过一个愉快的节日。2021 年共完成 25 场志愿服务活 动，服务时长 144 小时。



图 义工队活动现场

(3) 精准扶贫工作

为全面贯彻《国务院关于印发“十三五”脱贫攻坚规划的通知》精神，认真落实《中国证监会关于发挥资本市场作用服务国家脱贫攻坚战略的意见》，结合公司经营等实际情况，积极参与扶贫行动。公司通过就业帮扶、公益帮扶等几方面实施精准扶贫规划，建立结对帮扶关系，争取使贫困对象实现早日脱贫，促进共同富裕，为打赢脱贫攻坚战做出积极贡献。

2021 年，爱婴室母婴关爱基金开展大病救助支出 239.78 万元，同时，与上海儿童医院、上海交通大学医学院附属新华医院、上海儿童医学中心和复旦大学附属儿科医院等开展大病救助项目。截至 2021 年底，爱婴室母婴关爱基金累计捐赠总额 1117.43 万元，其中，2021 年度捐赠总额 203.06 万元。

四、未来展望

2021 年公司承担了相应的社会责任，促进了公司与社会以及相关利益者的协调发展。2022 年公司将继续坚持“成长于斯，回报于斯”，始终关注母婴群体的健康发展，在公司董事会的坚强领导下，为母婴家庭提供优质的商品和服务，不断提升公司经营业绩和治理水平，全力维护好投资者的利益；继续人才梯队建设，完善激励机制，进一步提升员工的幸福感和归属感。公司将不断完善企业社会责任监督管理体系，进一步深化企业社会责任理念，将履行社会责任的工作融入到公司经营、管理等各项活动中，提高公司社会责任的透明度，促进公司健康稳定发展！