

孩子王儿童用品股份有限公司

Kidswant Children Products Co.,Ltd.

（南京市麒麟科技创新园智汇路300号）



关于孩子王儿童用品股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市的 发行注册环节反馈意见落实函的回复

保荐机构（主承销商）



（深圳市前海深港合作区南山街道桂湾五路 128 号前海深港基金小镇 B7 栋 401）

二〇二一年六月

孩子王儿童用品股份有限公司和华泰联合证券有限责任公司
关于《发行注册环节反馈意见落实函》的回复

中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所：

孩子王儿童用品股份有限公司（以下简称“公司”、“孩子王”或“发行人”）收到贵所于 2021 年 6 月 22 日转发的《发行注册环节反馈意见落实函》（审核函[2021]010710 号），公司已会同华泰联合证券有限责任公司（以下简称“华泰联合证券”或“保荐机构”）及安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”或“安永华明”）、北京市汉坤律师事务所（以下简称“发行人律师”或“汉坤律师”）进行了认真研究和落实，并按照《发行注册环节反馈意见落实函》的要求对所涉及的事项进行了资料补充和问题回复，请予审核。

如无特别说明，本意见落实函回复中的简称或名词的释义与《孩子王儿童用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（注册稿）》（以下简称“招股说明书”）中的释义具有相同含义。

本问询函回复的字体说明如下：

意见落实函所列问题	黑体
对问题的回答	宋体
对招股说明书补充披露情况	楷体（加粗）

目录

问题一、关于现金流量表	3
问题二、关于发行人业务扩张	7
问题三、关于江苏孩子王的注销情况	13

问题一、关于现金流量表

根据招股书：(1)报告期内，净利润调整到经营活动产生的现金流量净额时，经营性应收项目的减少分别为-3280.04 万元、6412.7 万元和-3761.03 万元；经营性应付项目的增加分别为 33176.27 万元、54664.82 万元、31695.93 万元；与资产负债表项目中相关应收应付项目存在一定差异。(2)报告期内，发行人“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”金额分别为 31102.09 万元、38689.33 万元、21106.56 万元；与资产负债表项目中“固定资产”等长期资产项目增加额存在一定差异。

请发行人详细说明：报告期内，上述现金流量表数据与资产负债表相关项目变动额之间的勾稽关系。

请保荐人和会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充说明

(一)报告期内，净利润调整到经营活动产生的现金流量净额时，经营性应收项目的减少分别为-3,280.04 万元、6,412.7 万元和-3,761.03 万元；经营性应付项目的增加分别为 33,176.27 万元、54,664.82 万元、31,695.93 万元；与资产负债表项目中相关应收应付项目存在一定差异。

1、将净利润调整到经营活动产生的现金流量净额的过程

报告期内，公司将净利润调整到经营活动产生的现金流量净额的过程如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
净利润	39,101.59	37,740.88	27,596.63
加：资产减值损失	1,123.65	-460.35	117.80
固定资产折旧	9,316.57	7,639.68	6,127.44
无形资产摊销	805.30	681.20	660.59
长期待摊费用摊销	8,842.36	7,860.77	7,058.76
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失	48.66	387.80	318.22
财务费用	2,155.19	406.29	-391.93
投资收益	-5,263.83	-4,965.41	-3,456.33
公允价值变动收益	-1,357.68	-47.38	-
折现收益的摊销	-485.36	-477.73	-126.24

递延收益摊销	-272.47	-32.62	-24.78
递延所得税资产减少/(增加)	455.15	-710.77	-1,880.54
递延所得税负债(减少)/增加	-255.09	687.13	377.65
员工激励	-	199.40	800.73
存货的减少/(增加)	4,662.07	-21,426.32	-14,659.86
经营性应收项目的(增加)/减少	-3,761.03	6,412.70	-3,280.04
经营性应付项目的增加	31,695.93	54,664.82	33,176.27
经营活动产生的现金流量净额	86,811.02	88,560.09	52,414.37

2、经营性应收项目的变动与资产负债表项目中相关项目的勾稽关系

报告期内，公司经营活动现金净流量间接法调节表中经营性应收项目与资产负债表相关项目变动额之间的勾稽关系如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应收账款账面余额变动	-1,649.34	-1,492.87	-798.85
加：预付款项余额变动	1,381.62	1,873.61	3,671.29
加：其他应收款账面余额变动	-2,383.77	8,634.70	-4,910.90
加：一年内到期的非流动资产账面余额变动	-179.98	-142.92	-74.11
加：其他流动资产余额变动	2,234.90	-5,243.57	-4,358.50
加：长期应收款账面余额变动	-580.64	-776.33	-260.72
加：长期待摊费用原值增加额中与经营活动相关的金额	-883.19	-1,058.07	-290.47
加：货币资金中受限资金余额变动	-2,839.82	4,756.58	3,974.64
减：其他流动资产中不涉及经营活动的余额变动	-1,139.19	-19.66	-
减：其他应收款余额中不涉及经营活动的余额变动	-	158.09	232.42
合计	-3,761.03	6,412.70	-3,280.04
经营性应收项目的(增加)/减少	-3,761.03	6,412.70	-3,280.04
差异	-	-	-

3、经营性应付项目的变动与资产负债表项目中相关项目的勾稽关系

报告期内，公司经营活动现金净流量间接法调节表中经营性应付项目与资产负债表相关项目变动额之间的勾稽关系如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应付票据余额变动	26,608.50	-5,275.23	-12,771.65
加：应付账款余额变动	-14,523.79	25,149.15	29,402.62
加：预收账款余额变动	-17,596.48	8,593.48	6,944.89
加：合同负债余额变动	28,261.91	-	-
加：应付职工薪酬余额变动	2,773.03	3,329.45	1,559.49
加：应交税费余额变动	-6,372.11	7,453.82	-41.63
加：其他应付款余额变动	10,043.49	6,174.92	2,113.75
加：一年内到期的非流动负债余额变动	174.92	180.23	139.74
加：其他流动负债余额变动	-1,905.59	1,301.25	460.59

加：递延收益增加额	1,305.25	51.30	19.00
加：长期应付款余额变动	-212.50	280.21	6.40
减：长期资产增值税进项税额	-1,931.75	-5,336.46	-4,289.94
减：其他应付款余额中与购建固定资产、无形资产和其他长期资产相关的变动	-1,085.85	-1,578.36	-694.46
减：其他应付款余额中其他不涉及经营活动的变动	-121.70	-511.42	-358.67
合计	31,695.93	54,664.82	33,176.27
经营性应付项目的增加	31,695.93	54,664.82	33,176.27
差异	-	-	-

（二）报告期内，发行人“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”金额分别为 31,102.09 万元、38,689.33 万元、21,106.56 万元；与资产负债表项目中“固定资产”等长期资产项目增加额存在一定差异。

报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金与资产负债表相关科目变动额之间的勾稽情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
固定资产原值增加额	7,948.99	13,413.17	9,154.43
加：无形资产原值增加额	322.55	1,007.71	308.02
加：在建工程原值增加额	-	7,512.41	9,576.41
加：长期待摊费用原值增加额	10,814.10	12,514.74	6,763.18
加：长期资产增值税进项税额	1,931.75	5,336.46	4,289.94
减：固定资产原值中与筹资活动相关的变动	-	520.98	657.23
减：长期待摊费用原值增加额中与经营活动相关的金额	883.19	1,058.07	290.47
减：其他非流动资产变动	113.49	1,094.47	-1,263.35
减：其他应付款余额中与购建固定资产、无形资产和其他长期资产相关的变动	-1,085.85	-1,578.36	-694.46
合计	21,106.56	38,689.33	31,102.09
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	21,106.56	38,689.33	31,102.09
差异	-	-	-

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

- 1、了解公司关账流程，并执行穿行测试及控制测试；
- 2、复核管理层编制的合并现金流量表，将各现金流量项目与利润表项目的当期发生额及相关资产负债表项目的期初期末变动金额进行勾稽核对；
- 3、复核管理层编制的将净利润调整到经营性现金流量净额的过程，对净利

润与经营性现金流量净额之间的调节项目进行勾稽核对。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期内，发行人净利润调整到经营活动产生的现金流量净额过程中，经营性应收项目及经营性应付项目的变动与资产负债表相关项目变动勾稽一致；

2、报告期内，发行人购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金与资产负债表相关项目变动勾稽一致。

问题二、关于发行人业务扩张

报告期内，发行人业务扩张较快，各期末门店数量分别为 258 家、352 家和 434 家。其中营业收入在 2500 万以下的门店数量分别为 151 家、232 家、338 家，占比分别为 31.21%、34.64%、49.82%，呈上升趋势；门店的店均收入分别为 2414.92 万元、2152.03 万元、1732.81 万元，呈下降趋势。另从坪效收入看，报告期内坪效收入分别为 7855.05 元/平方米、7838.82 元/平方米、6878.73 元/平方米，呈下降趋势。

请发行人说明：短期内公司的业务拓展是否仍主要依赖新增门店的扩张模式，该模式下业务扩张效率是否存在下降趋势；如是，请发行人在风险提示部分进一步补充完善当前业务扩展模式下，扩张的规模效应递减等相关风险。

请保荐机构核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充说明

1、短期内公司的业务拓展是否仍主要依赖新增门店的扩张模式

从营业收入角度来看，报告期内，公司主要面向终端消费者提供母婴童商品和服务业务。2018 年至 2020 年，公司营业收入分别为 667,065.16 万元、824,250.92 万元和 835,543.52 万元，其构成情况如下：

单位：万元

业务类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入：						
母婴商品	738,642.00	88.40%	741,079.90	89.91%	615,202.47	92.23%
母婴服务	22,187.05	2.66%	26,368.39	3.20%	18,048.99	2.71%
供应商服务	51,879.28	6.21%	42,121.74	5.11%	24,368.90	3.65%
广告	7,077.85	0.85%	5,590.40	0.68%	3,379.58	0.51%
平台服务	8,238.67	0.99%	-	-	-	-
其他业务收入：						
招商收入	7,253.91	0.87%	6,484.52	0.79%	5,682.99	0.85%
软件	-	-	2,274.20	0.28%	-	-
其他收入	264.77	0.03%	331.77	0.04%	382.22	0.06%
合 计	835,543.52	100.00%	824,250.92	100.00%	667,065.16	100.00%

根据上表所示，报告期内，公司营业收入呈持续增长趋势，一方面是因为公司为抢抓母婴市场发展机遇，加快门店开立速度，扩大市场覆盖，通过与包括万

达、华润等大型购物中心深度战略合作，打造以场景化、服务化、数字化为基础的大型用户门店，实现母婴商品销售；另一方面是因为随着公司全渠道战略布局的不断完善，公司构建了包括移动端 APP、微信公众号、小程序、微商城等在内的线上平台，母婴商品线上订单收入（包括电商平台和线上下单门店发货的 O2O 订单）占比持续上升，从 2018 年的 10.65% 上升至 2020 年的 30.79%。同时，为加强供应商合作，公司还提供包括会员开发、互动活动冠名、商品线上线下宣传推广等供应商增值服务及广告服务，该类业务的收入占比也从 2018 年的 4.16% 上升至 2020 年的 7.06%。此外，2020 年，为进一步打造母婴产业生态体系，公司通过下属子公司上海童渠自主运营各类线上平台，并为入驻平台的母婴品牌商、经销商、周边服务机构提供平台服务业务，形成了公司新的业绩增长点。

从利润贡献角度来看，2018 年至 2020 年，公司毛利分别为 200,840.65 万元、250,038.58 万元和 255,051.40 万元，其构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务毛利：						
母婴商品	168,554.90	66.09%	176,241.65	70.49%	156,893.63	78.12%
母婴服务	20,869.21	8.18%	24,869.87	9.95%	16,938.23	8.43%
供应商服务	50,827.05	19.93%	40,998.44	16.40%	23,405.43	11.65%
广告业务	2,309.12	0.91%	2,291.81	0.92%	723.10	0.36%
平台服务	7,646.96	3.00%	-	-	-	-
其他业务毛利：						
招商业务	4,579.38	1.80%	3,030.83	1.21%	2,498.03	1.24%
软件销售	-	-	2,274.20	0.91%	-	-
其他	264.77	0.10%	331.77	0.13%	382.22	0.19%
合计	255,051.40	100.00%	250,038.58	100.00%	200,840.65	100.00%

根据上表所示，报告期内，公司虽然仍以母婴商品销售贡献的毛利为主，但随着公司线上线下全渠道布局的日趋完善，公司品牌效应不断增强，包括供应商服务、广告业务及平台服务业务贡献的毛利逐年增加，从 2018 年的 12.01% 大幅上升至 2020 年的 23.84%，多元化业务优势逐步显现。

综上，报告期内，公司营业收入及毛利持续增长主要系在门店拓展的基础上，不断加强线上业务及其他供应商增值服务业务的开发；未来，短期内公司的业务增长仍将依赖于新增门店的扩张，与此同时，公司将通过打造母婴生态体系实现多元化业务布局及拓展。

2、该模式下业务扩张效率是否存在下降趋势；如是，请发行人在风险提示部分进一步补充完善当前业务扩展模式下，扩张的规模效应递减等相关风险

报告期内，按照门店“营业收入金额大小”分层统计对应的门店数量、营业收入金额及占比，店均营业收入金额情况如下：

单位：万元、个

项目	2020 年			
	门店数量	收入	占比	店均收入
7,500 万元以上	6	60,978.16	8.11%	10,163.03
5,000-7,500 万元	7	40,122.90	5.34%	5,731.84
2,500-5,000 万元	83	276,261.14	36.73%	3,328.45
2,500 万元以下	338	374,676.84	49.82%	1,108.51
合计	434	752,039.04	100.00%	1,732.81
项目	2019 年			
	门店数量	收入	占比	店均收入
7,500 万元以上	7	79,114.38	10.44%	11,302.05
5,000-7,500 万元	17	97,907.34	12.92%	5,759.26
2,500-5,000 万元	96	318,296.37	42.02%	3,315.59
2,500 万元以下	232	262,194.95	34.61%	1,130.15
合计	352	757,513.04	100.00%	2,152.03
项目	2018 年			
	门店数量	收入	占比	店均收入
7,500 万元以上	7	75,137.87	12.06%	10,733.98
5,000-7,500 万元	9	51,753.87	8.31%	5,750.43
2,500-5,000 万元	91	301,721.33	48.43%	3,315.62
2,500 万元以下	151	194,437.04	31.21%	1,287.66
合计	258	623,050.11	100.00%	2,414.92

2018 年至 2019 年，随着门店规模的持续扩大，公司的营业收入规模相应上升，各层级门店店均收入相对稳定。同时，单店盈利能力较强的门店数量及收入占比持续增加：1）收入规模超过 7,500 万元的门店，平均单店收入规模持续增长，增幅超过 5%；2）单店收入规模在 5,000-7,500 万元的门店数量从 2018 年的 9 个增加至 2019 年的 17 个，收入规模占比也从 2018 年的 8.31% 上升至 2019 年的 12.92%，收入增幅接近 90%；3）单店收入规模在 2,500-5,000 万元的门店数量维持在 90 个以上，收入规模维持在 40% 以上；4）单店收入规模在 2,500 万元以下的门店店均收入有所下降，主要系因为新增门店数量持续上升导致。

2020 年，各地区门店平均收入均有所下滑，一方面系受疫情影响，一季度公司门店到店业务出现了暂停营业的情况，另一方面系由于公司四季度新增门店 55 家，占全年新增门店数量的 60% 以上，由于新增门店运营时间较短，导致当期门店平均收入下降。

报告期内，公司门店的坪效情况如下：

单位：万元、平方米、元/平方米

项目	2020 年	2019 年	2018 年
经营门店数量	434	352	258
经营门店面积	1,093,281.74	966,361.36	793,184.08
门店收入	752,039.04	757,513.04	623,050.11
坪效	6,878.73	7,838.82	7,855.05
项目	2020 年	2019 年	2018 年
经营 24 个月以上门店数量	258	207	168
经营 24 个月以上门店面积	778,994.04	671,955.45	572,302.46
经营 24 个月以上门店收入	637,248.14	657,132.64	540,471.52
经营 24 个月以上门店坪效	8,180.40	9,779.41	9,443.81

2018 年至 2019 年，公司门店坪效整体相对稳定，2019 年门店坪效较 2018 年略微下降主要系因为 2019 年公司门店净增加 94 个，且主要集中在四季度开业，在一定程度上影响了当期坪效。如仅考虑开业经营 24 个月以上的门店经营情况，2018 年至 2019 年，经营 24 个月以上门店的坪效呈上升趋势。2020 年，受疫情及当年新增门店的开业数量及运营期影响，门店坪效有所下滑。

综上，报告期内，公司门店店均收入及门店坪效有所下滑，一方面系 2020 年受疫情影响，公司一季度门店到店业务出现了暂停营业的情况；另一方面系报告期内公司新开门店数量较多且主要集中在四季度，由于新开门店从开业到实现盈利需要市场培育期，在一定程度上影响了公司门店的店均收入及坪效。

根据上述情况，发行人对“新建门店扩张带来的风险”进行补充如下：

“近年来，公司线下直营门店数量及经营面积持续增加，截至 2020 年末，公司已有直营门店 434 家，同时，公司计划未来 3 年利用本次募集资金在江苏、安徽、四川、广东、重庆等 22 个省（市）新建门店 300 家，从而进一步完善公司的零售终端网络布局。

报告期内，公司门店的店均收入分别为 2,414.92 万元、2,152.03 万元和 1,732.81 万元，坪效收入分别为 7,855.05 元/平方米、7,838.82 元/平方米和 6,878.73 元/平方米，门店店均收入和坪效均有所下滑，一方面系 2020 年受疫情影响，公司一季度门店到店业务出现了暂停营业的情况，另一方面系报告期内公司新开门店数量较多且主要集中在四季度。新开门店需要进行店面装修、宣传等前期投入，同时消费者对新开门店的认可需要一个过程，因此新开门店从开业到实现盈利需要一定的市场培育期。虽然公司在新店开设前会综合评估所属地

区的预估市场规模、周边人口情况、物业业态、交通条件等因素，以降低新开门店而产生的市场不确定性风险，但是公司门店的扩张会因为市场培育期的长短差异、前期资金投入、未来市场的不确定性等因素而面临一定风险，**从而导致门店店均收入及坪效出现下滑，门店扩张的规模效应出现递减。**

此外，由于我国各地区经济发展程度、消费者的消费能力和消费习惯、当地母婴行业区域竞争情况和仓储物流等配套设施的健全程度等存在一定的差异，公司的跨区域发展对经营管理的要求较高。如果公司在门店扩张过程中无法及时确保资源匹配，将对公司的经营带来不利影响。”

二、保荐机构的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构履行了如下核查程序：

1、执行分析性复核程序，了解发行人营业收入及利润贡献按业务种类划分情况；

2、取得发行人报告期内的门店清单，了解其开业时间、运营情况及不同维度门店的营业收入及占比情况、店均收入情况、坪效情况与发行人业绩变动是否一致；

3、对发行人管理层进行访谈，对报告期内发行人主要门店进行走访，了解公司整体门店经营情况及未来业务发展规划。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、报告期内，公司营业收入及毛利持续增长主要系在门店拓展的基础上，不断加强线上业务及其他供应商增值服务业务的开发；未来，短期内公司的业务增长仍将依赖于新增门店的扩张，与此同时，公司将通过打造母婴生态体系实现多元化业务布局及拓展；

2、报告期内，公司门店店均收入及门店坪效有所下滑，一方面系 2020 年受疫情影响，公司一季度门店到店业务出现了暂停营业的情况；另一方面系报告期内公司新开门店数量较多且主要集中在四季度，由于新开门店从开业到实现盈利

需要市场培育期，在一定程度上影响了公司门店的店均收入及坪效。公司已针对上述情况对“新建门店扩张带来的风险”进行补充。

问题三、关于江苏孩子王的注销情况

招股说明书披露，目前江苏孩子王未再从事任何业务，江苏孩子王股东会已通过决议，启动江苏孩子王的清算注销程序。

请发行人补充提供注销江苏孩子王的进展情况、是否存在实质障碍，预计完成注销的时间；江苏孩子王目前的人员、资产情况，未并入发行人体内的原因。

请保荐机构核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充说明

截至本回复出具日，江苏孩子王已完成税务注销，预计将于 2021 年 7-8 月完成全部工商注销，江苏孩子王注销不存在实质性障碍。

2020 年 3 月 31 日，发行人与江苏孩子王签署了《合作协议的终止协议》，约定停止与江苏孩子王的全部合作关系，自 2020 年 4 月 1 日起，除业务终止涉及的相关清算事项外，江苏孩子王未再经营任何业务。截至本回复出具日，江苏孩子王已无任何人员，其清算后的剩余资产均为货币资金，上述资金将在注销完成后向股东分配，无需并入发行人体内。

二、保荐机构的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构履行了如下核查程序：

1、查阅发行人与江苏孩子王签署的《合作协议的终止协议》及发行人的银行流水，核实是否终止合作；

2、查阅江苏孩子王关于启动清算注销的相关董事会、股东会决议文件，报刊公告文件、增值税发票税控系统专用设备注销发行登记表、税务注销预检文件等。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、截至本回复出具日，江苏孩子王已完成税务注销，预计将于 2021 年 7-8 月完成全部工商注销，江苏孩子王注销不存在实质性障碍。

2、2020 年 3 月 31 日，发行人与江苏孩子王签署了《合作协议的终止协议》，约定停止与江苏孩子王的全部合作关系，自 2020 年 4 月 1 日起，除业务终止涉及的相关清算事项外，江苏孩子王未再经营任何业务。截至本回复出具日，江苏孩子王已无任何人员，其清算后的剩余资产均为货币资金，上述资金将在注销完成后向股东分配，无需并入发行人体内。

保荐机构在充分核查基础上的总体核查意见

对本回复材料中的发行人回复（包括补充披露事项和说明的事项），本保荐机构均已进行核查，确认并保证其真实、准确、完整。

（本页无正文，为孩子王儿童用品股份有限公司《关于孩子王儿童用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市发行注册环节反馈意见落实函的回复》之签章页）

孩子王儿童用品股份有限公司



发行人董事长声明

本人已认真阅读孩子王儿童用品股份有限公司本次发行注册环节反馈意见落实函回复的全部内容,确认本回复中不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确定、完整性、及时性承担相应法律责任。

发行人董事长（签名）：


汪建国

孩子王儿童用品股份有限公司

2021年6月29日



（本页无正文，为华泰联合证券有限责任公司《关于孩子王儿童用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市发行注册环节反馈意见落实函的回复》之签章页）

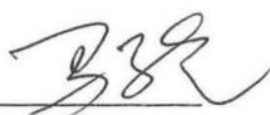
保荐代表人： 鹿美遥 李丹
鹿美遥 李丹



保荐机构总经理声明

本人已认真阅读孩子王儿童用品股份有限公司本次发行注册环节反馈意见落实函回复的全部内容，了解本回复涉及问题的核查过程，本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本回复中不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理（签名）：_____



马 骁

