

金发拉比妇婴童用品股份有限公司

2021 年度董事会工作报告

各位董事：

2021 年，公司董事会依照《公司法》、《证券法》及《公司章程》等有关法律法规及公司相关制度的规定，严格依法履行董事会职责。公司董事以保障全体股东权益为目标，认真履职、积极有效地行使职权，贯彻落实股东大会的各项决议，勤勉尽责地做好董事会各项工作。现在有关董事会工作报告如下：

一、2021 年度董事会会议情况

报告期内，公司董事会共召开了 6 次会议，主要审议了定期报告、投资设立全资子公司等事项，具体情况如下：

1、第四届董事会第八次会议于 2021 年 1 月 29 日在公司会议室以现场方式召开，会议审议通过了《关于与关联方蜜儿乐儿（上海）食品销售有限公司签订总代理协议与经销商合作协议的议案》、《关于增加拟投资全资子公司注册资本的议案》。

2、第四届董事会第九次会议于 2021 年 4 月 1 日在公司会议室以现场的方式召开，会议审议通过了《关于投资韩妃医美的议案》、《关于参与投资设立医美产业基金的议案》。

3、第四届董事会第十次会议于 2021 年 4 月 28 日在公司会议室以现场的方式召开，会议审议通过了《2020 年年度报告及摘要》、《2020 年度董事会工作报告》、《2020 年度总经理工作报告》、《2020 年度财务决算报告》、《2020 年度利润分配预案》、《2020 年度内部控制自我评价报告》、《关于〈募集资金 2020 年度存放与使用情况的专项报告〉的议案》、《关于续聘会计师事务所的议案》、《关于 2020 年度关联交易确认及 2021 年度日常关联交易预计的议案》、《关于信息化建设项目结项及结余项目募集资金永久补充流动资金的议案》、《2021 年第一季度报告全文及正文》、《关于 2020 年度确认其他非流动金融资产公允价值变动损失的议案》、《关于召开 2020 年年度股东大会的议案》、《2020 年度内部控制规则落实自查表》。

4、第四届董事会第十一次会议于 2021 年 8 月 12 日在公司会议室以现场的方式召

开，会议审议通过了《关于公司 2021 年半年度报告全文及摘要的议案》、《关于全资子公司投资设立四个孙公司的议案》、《关于计提长期股权投资减值准备的议案》、《关于募集资金 2021 年半年度存放与使用情况的专项报告的议案》。

5、第四届董事会第十二次会议于 2021 年 10 月 28 日在公司会议室以现场的方式召开，审议通过了《关于公司 2021 年三季度报告的议案》。

6、第四届董事会第十三次会议于 2021 年 12 月 22 日在公司会议室以现场的方式召开，审议通过了《关于广东金发拉比转让其持有的蜜儿乐儿乳业（上海）有限公司股权的议案》。

二、公司治理情况

报告期内，公司董事会严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和规范性文件的要求，规范公司运作，严格按照法律、法规、规范性文件和各项内控制度的规定进行经营决策、行使权力和承担义务等，确保了公司运作的规范性。公司及时地履行了信息披露义务，确保信息披露内容的真实、准确和完整，没有出现虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形，确保了公司全体股东均有平等的机会获得公司信息，公司治理状况符合规范性文件要求。

三、2022 年度公司主要工作规划

面对后疫情时代复杂多变的社会环境、经济环境和市场环境，公司将紧紧围绕“以消费者对产品和服务的需求为核心”，直面改变，坚持创新，优化供给，通过创新和服务去唤醒消费者内心的需求。持续推动品牌运营、加快数字化转型、提升服务体验、优化供应链管理等核心能力的建设；同时，提高我们的产品竞争力、品牌运营能力、核心技术能力。加快线上业务的拓展，深化线上线下相互融合，持续改善终端零售业绩，实现旗下自主品牌“更有质量地增长”，成为一家令人尊敬的母婴消费品企业。

1、快速提升公司现有销售规模，保持业绩稳步增长

加速全方位加盟业务新市场开发，加强现有店铺运营维护，推动实现店铺运营数字化转型，帮助加盟商开辟线上新渠道。优化公司直营店铺形象，通过精细化运营提升坪效，改善门店盈利水平，提高现行直营区域市场占有率，使直营店铺业绩持续改善。批销业务尝试在个别区域直接操作市场，公司以组合产品直供市场；提高母婴店渠道覆盖率，打造爆款单品。电商业务继续实现稳定增长，提升线上品牌形象，提升天猫、京东

等平台销售，扩大抖音、社群销售占比。强化产品生产线建设，确保产品质量，推出更多能引领市场、能渗入消费者心智的优质精品。

2、加快提升高净值客户的比例

组建用户增长专职团队，搭建会员管理系统及运营体系，建立客户模型、会员标签、进行会员分层。制定高净值客户标准及服务流程，通过“品类+情感”来获得品牌高净值用户的认知和认同。加强孕妇类、新生儿类产品的推广和服务，将产品服务向母婴产业上下游延伸，为母婴人群提供更多高附加值服务。

3、推动精细化和商品数字化管理

建立数字化商品流管理体系，实现数字化管理、数字化运营；建立“两评两测”商品选款下单模式，提升新品下单科学化及准确率；建立、完善商品生命周期管理工作机制，更好地适应市场需求；建立、完善公司层面的商品库龄管理机制，提高往年库存降解率。通过大数据的综合运用，形成客户档案和需求的数字化、标签化管理，提高流量运营效率、成功转化率，为线下引流和复购率的提升奠定基础。

4、精准实施品牌推广

加大新媒体渠道的品牌宣传投入，扩大品牌在目标人群的影响力，提升品牌知名度，打造公司品牌IP；跨平台进行外部合作，持续向场外平台拓展品牌宣传，并进行引流；公司的自媒体继续加强事件营销、话题营销，充分利用拉比微信公众号、订阅号、微博、抖音、小红书等新媒体，增加粉丝数量，提高转化率，增强忠诚度；维护好VIP会员，做好增值服务，提高复购率。

5、着力发展电商业务，继续保持快速增长

2022年，公司电商业务将保持健康快速的发展目标。利用新媒体渠道，研发爆款品类，针对特定目标人群，进行精准营销；同时提升线上业务运营能力、大数据运用能力。首先，做好直播间独立运营核算模式，复制自有直播团队；鼓励、培育和扶持公司员工成为抖音达人，搭建公司自有的达人团队；最后，运用会员管理系统，对接线上线下，科学管理会员，有效触达会员，保持互动链接；盘活会员资产和数字资产，提升线上运营管理的科学化、规范化水平，保持线上业绩持续快速增长。

6、完善公司人才培育机制，释放人才活力

完善公司内部培训体系，用好内外部资源，根据公司需求为关键管理、技术、研发岗位人员提供培训支持。优化岗位职责，加强招聘投入，制定、完善各个业务板块工作

流程。推广各团队平衡记分卡考核体系，建立完善晋升淘汰机制。建立管理培训生制度，重视团队梯队培育，引入年轻、优秀人才，完善公司人才体系，培养年轻干部，创造更多交流学习、培训提升机会，充分释放人才活力。

7、布局服务端新业务，落实“产品+服务+互联网”战略

在公司战略的指引下，根据在母婴消费市场服务端的布局，加大在服务端的投入，推进服务端建设。针对母婴客户群不断升级的服务需求，建设服务粤东并辐射潮汕地区的高端妇产医院、月子会所、幼托机构等，开辟母婴服务端新业务。加深与韩妃医美的密切联动，推动双方管理和技术团队的业务合作，相互促进，实现相互引流，在会员管理、营销、品牌建设等方面实现资源共享，让服务端与产品端协同发展。

金发拉比妇婴童用品股份有限公司董事会

2022 年 4 月 14 日