

金发拉比妇婴童用品股份有限公司

2022 年度董事会工作报告

各位董事：

2022 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。现将有关董事会工作报告如下：

一、2021 年度董事会会议召开情况

报告期内，公司董事会共召开了 11 次会议，议案审议情况如下：

1、第四届董事会第十四次会议于 2022 年 4 月 14 日在公司会议室以现场方式召开，会议审议通过了如下事项：《2021 年年度报告及摘要》、《2021 年度董事会工作报告》、《2021 年度总经理工作报告》、《2021 年度财务决算报告》、《2021 年度利润分配预案》、《2021 年度内部控制自我评价报告》、《关于〈募集资金 2021 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 2021 年度关联交易确认及 2022 年度日常关联交易预计的议案》、《关于会计政策变更的议案》、《关于召开 2021 年年度股东大会的议案》、《关于聘任证券事务代表的议案》。

2、第四届董事会第十五次会议于 2022 年 4 月 27 日在公司会议室以现场的方式召开，会议审议通过了《2022 年第一季度报告》。

3、第四届董事会第十六次会议于 2022 年 5 月 5 日在公司会议室以现场的方式召开，会议审议通过了《关于 J3 基金退出有关投资项目的议案》。

4、第四届董事会第十七次会议于 2022 年 6 月 2 日在公司会议室以现场的方式召开，会议审议通过了《关于变更公司经营范围及修订公司章程的议案》、《关于召开公司 2022 年第一次临时股东大会的议案》。

5、第四届董事会第十八次会议于 2022 年 6 月 28 日在公司会议室以现场的方式召开，审议通过了《关于调整标的公司业绩承诺期限、提高业绩承诺目标并签署补充协议

的议案》、《关于召开 2022 年第二次临时股东大会的议案》。

6、第四届董事会第十九次会议于 2022 年 8 月 29 日在公司会议室以现场的方式召开，审议通过了《关于公司 2022 年半年度报告全文及摘要的议案》、《关于新增日常关联交易的议案》。

7、第四届董事会第二十次会议于 2022 年 10 月 25 日在公司会议室以现场的方式召开，审议通过了《关于公司 2022 年三季度报告的议案》。

8、第四届董事会第二十一次会议于 2022 年 11 月 11 日在公司会议室以现场的方式召开，审议通过了《关于同意 J3 基金签署《股权回购协议之补充协议》的议案》。

9、第四届董事会第二十二次会议于 2022 年 11 月 29 日在公司会议室以现场的方式召开，审议通过了《关于公司董事会换届选举的议案》、《关于调整独立董事津贴的议案》、《关于召开公司 2022 年第三次临时股东大会的议案》。

10、第四届董事会第二十三次会议于 2022 年 12 月 7 日在公司会议室以现场的方式召开，审议通过了《关于对全资子公司拉比母婴（香港）有限公司减少投资备案总额的议案》。

11、第五届董事会第一次会议于 2022 年 12 月 16 日在公司会议室以现场的方式召开，审议通过了如下议案：《关于选举公司董事长的议案》、《关于选举公司副董事长的议案》、《关于选举董事会专门委员会委员的议案》、《关于聘任公司总经理的议案》、《关于聘任公司副总经理的议案》、《关于聘任公司财务总监的议案》、《关于聘任公司董事会秘书的议案》、《关于聘任证券事务代表的议案》、《关于聘任公司审计部负责人的议案》、《关于向关联方林燕菁女士续租君悦华庭房产的议案》。

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、2023 年度公司主要工作规划

（一）公司战略

以“树民族品牌，成百年金发”为公司愿景，以“让母爱更科学”为企业使命，聚焦“母婴产品+医疗、医美服务”领域，抓住母婴消费者需求变化的趋势和养育痛点，围绕产品需求及延伸的服务需求，运用互联网、数字化等工具，引进融合国际、国内优质的产品和服务，打造有核心竞争力、有影响力的“母婴产品+服务”协同生态圈！

（二）2023 年经营计划

2023 年，公司将紧紧围绕“母婴用品+医疗、医美服务”领域，深化业务调整和布局。一方面，继续夯实主业，推动管理模式的提升、品牌理念的传播、良好口碑的打造、消费者信任度的沉淀；同时用好直播推广等工具，持续发力线上渠道，赋能实体终端；另一方面，持续推进服务端业务的布局，逐步落实完善在医疗、医美服务领域的规划和建设，提升“产品+服务”模式的竞争力，增强公司综合实力。

1、推动管理模式提升

公司将因应市场变化积极推动管理模式改革，以自主品牌、产品为“强中台”，各营销事业部独立核算，自负盈亏。为此，公司将调整组织架构，优化内部管理，以品牌中心（含产品研发设计、销售支持等部门）为强中台，以拉比加盟中心、贝比拉比中心、直营中心、电商中心为中台支持部门，以信息中心为中台服务部门，通过品牌理念输出、产品研发设计、营销策划宣传、销售支持服务、私域流量构建等方面的努力，更好地适应市场需求，推进产品下单主动可控、准确率不断提升，优化完善商品生命周期管理工作机制，并通过大数据分析和综合运用，提升销售引流及复购率，不断提升顾客价值、赢得顾客信任。

2、加强品牌价值输出，与消费者心智共鸣

2023 年，公司将继续加大新媒体渠道的品牌推广投入，维护好公司拉比、下一代、贝比拉比品牌的形象，持续向目标顾客群传递“自然、安全、舒适、方便、适合体质”的品牌理念，提高公司品牌的曝光度和认同度，使消费者心智与品牌形成共鸣，提升品牌影响力。

3、产品研发更贴近年轻一代的生育、哺乳、养育及带娃需求

作为一家践行“绿色、安全、环保”理念的母婴品牌企业，公司将继续保持对 90 后、95 后、00 后年轻一代对产品和服务需求的高度关注，继续保持在母婴消费品新材料、新技术、新工艺方面的探索，并与科研机构、高校、行业专家保持密切接触，进行广泛

合作，加强工业设计研发，升级产品功能、优化产品颜值、提升产品品质。积极参与国家级、省级科研项目，继续保持较高的研发投入，针对母婴消费者需求不断升级，持续研发出能满足消费者需求、新颖别致、安全健康、好看又好用的富有竞争力的产品，让养育下一代变成轻松愉悦的享受。

4、优化渠道布局，发挥门店的展示、体验和终端仓作用

2023 年，公司将继续通过深化精细化运营提升单店坪效，改善单店盈利水平。直营业务板块，公司将继续对直营门店布局进行优化调整，把直营门店持续向形象店、示范店、品牌展示中心等多种功能方向转变，提高公司拉比、下一代、贝比拉比品牌和专卖店形象的曝光度，维护公司品牌形象。加盟业务板块，公司将以一二线城市的品牌形象店为支撑，拓展新的加盟商，持续向四五六线城市市场渗透，同时，为更好的服务加盟商，公司将充分利用自营直播业务的团队和模式，对加盟商开展直播业务进行培训与帮扶，助力加盟商开展线上直播业务，更好的触达区域市场消费者。

公司将充分利用云仓系统，盘活门店资源，发挥实体门店终端仓的作用，实现货品配送的效率提升和更高效的库存管理。线上业务板块，公司将继续运营好天猫、京东、抖音等线上店，充分利用好直播基地的人才和设备，继续提升线上渠道销售额在收入结构中的占比。除了现有的线下门店和在线商城外，公司将逐渐拓展多种渠道，如社交电商、云店等，以满足不同消费者的购物需求。

5、完善人才培育机制，构建培训考核驱动力

公司重视团队阶梯培育，引入年轻、优秀人才，在核心重要岗位上，继续建立阶梯培育机制，除了稳定现任核心骨干人员之外，同时开展接班人培育计划，确保人才不断层，以老带新，后有储备。不断完善公司培训运营机制，定期开展人才培训。公司将进一步完善培训机制，由内部讲师进行职业培训，同时外聘专业团队进入公司开展各项有针对性的技能和管理水平培训，并积极组织员工参加行业交流、设计采风、政策法规学习等各类活动。在员工综合素质普遍提高的基础上，对不同岗位的员工开展有重点的专项培训，如：培训导购人员如何掌握单店货品情况，优化店铺商品结构，通过商品培训、数据管理、促销指导、陈列培训等提升店长、店员的商品管理能力和店铺运营效率；全面进行质量安全教育培训，严格执行国家、行业和企业标准。积极贯彻以人为本的理念，全面提升公司人才团队的实力。

6、围绕“母婴用品+医疗、医美服务”领域，深化服务端业务布局

公司将基于“产品+服务”战略，紧紧围绕“母婴用品+医疗、医美服务”领域，深化服务端业务布局。韩妃集团拥有在医美行业沉淀十多年的技术、人才团队、设备、标准、品牌等资源，公司将借助这些资源，与韩妃医美强强联合，深化协同布局。

一方面，公司将继续挖掘与韩妃医美的协同价值，公司品牌推广的目标消费群主要是 25-35 岁的年轻女性，这与韩妃医美拥有的大量的高粘性年轻会员消费群体相重合，资源打通、会员共享则有利于双方实现精准营销，以降低获客成本。同时，韩妃医美也将针对公司的会员进行精准的产品开发和营销，开发出更多的针对孕妈的产前护理、产后修复、心里辅导等产品和服务，公司旗下的洗护产品和研发中心，也可以更大程度的向韩妃开放，让韩妃获得部分美容护肤类产品的自研能力，从而在医美市场上实现差异化竞争和成本优势。

另一方面，韩妃医美旗下“广东韩妃医疗美容医院有限公司”已获得广东省三级整形专科医院资质，可开展整形四级手术；旗下另一家广州韩后医疗美容医院有限公司也取得二级专科医院资质，根据医疗美容外科项目分级分类管理办法，韩妃具备了当前业内最高级别的医疗资质。

公司将利用好韩妃医美行业内领先的技术、资质和人才团队，为公司建设中的母婴妇产医院、月子中心、医美门诊部等医疗服务中心提供技术、人才上的支持。

金发拉比妇婴童用品股份有限公司董事会

2023 年 4 月 18 日