

证券代码：002293

证券简称：罗莱生活

公告编号：2018-047

罗莱生活科技股份有限公司 2018 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因
----	----	-------

声明

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次半年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	罗莱生活	股票代码	002293
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	田霖	魏楠楠	
办公地址	上海市七莘路 3588 号	上海市七莘路 3588 号	
电话	021-23137924	021-23137924	
电子信箱	ir@luolai.com.cn	ir@luolai.com.cn	

2、主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	2,196,906,569.27	1,981,435,890.62	10.87%
归属于上市公司股东的净利润（元）	218,428,089.68	161,634,176.15	35.14%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	191,457,447.67	157,350,455.49	21.68%

经营活动产生的现金流量净额（元）	-34,056,397.05	-108,047,538.38	68.48%
基本每股收益（元/股）	0.2960	0.2303	28.53%
稀释每股收益（元/股）	0.2960	0.2303	28.53%
加权平均净资产收益率	6.33%	5.78%	0.55%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	5,029,115,176.24	4,588,164,301.50	9.61%
归属于上市公司股东的净资产（元）	3,431,203,943.51	3,005,011,146.47	14.18%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	28,848		报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	0		
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
伟佳国际企业有限公司	境外法人	16.78%	125,000,000			
余江县罗莱投资控股有限公司	境内非国有法人	11.51%	85,720,361			
薛骏腾	境内自然人	11.31%	84,217,860		质押	48,680,000
石河子众邦股权投资管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	6.71%	50,000,000			
王辰	境内自然人	4.70%	35,020,593		质押	24,420,000
#薛晋琛	境内自然人	4.70%	35,020,593			
上海伟发投资控股有限公司	境内非国有法人	4.14%	30,827,702	30,827,702	质押	
北京本杰明投资顾问有限公司	境内非国有法人	2.35%	17,479,661			
薛剑峰	境内自然人	2.11%	15,693,046			
太平洋证券—兴业银行—太平洋证券红珊瑚 8 号集合资产管理计划	其他	1.66%	12,356,925			
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司的实际控制人为薛伟成先生，持有余江县罗莱投资控股有限公司 55% 的股权，并持有上海伟发投资控股有限公司 55% 的股权。公司的控股股东为余江县罗莱投资控股有限公司，截至报告期末，余江县罗莱投资控股持有本公司 11.51% 的股份，伟佳国际企业有限公司持有本公司 16.78% 的股份。余江县罗莱投资控股有限公司为伟佳国际企业有限公司唯一股东，上海伟发投资控股有限公司持有本公司 4.14% 的股份。薛骏腾先生，系薛伟成的弟弟薛伟斌之子；王辰女士，系薛伟成长子之配偶；薛晋琛先生系薛伟成之次子；薛剑峰先生，系薛伟成之侄。除以上情况外，公司未知其他前十名股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人；公司未知其他前十名无限售股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明	薛晋琛先生通过普通账户持有公司 24020593 股股票，通过信用账户持有公司 11000000 股					

明（如有）	股票。
-------	-----

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

6、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在半年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

否

根据国家统计局发布的上半年宏观经济数据，上半年国内生产总值同比增长6.8%，说明今年以来我国经济运行总体平稳。2017年以来，受宏观经济复苏带来的消费升级影响，行业需求呈现回暖趋势，随着消费升级的不断推进，家纺行业目前处于品牌、产品需求升级和行业集中度稳步提升的阶段，消费升级背景下，消费者购买力和品牌意识不断增强，消费习惯从杂牌向品牌产品过渡，消费偏好由中低端产品向具备更高附加值的中高端产品转变。

报告期内，公司高度聚焦主业，加强产品研发创新及品牌形象塑造，加快市场拓展，加强费用管控力度。2018年上半年，公司实现营业收入2,196,906,569.27元，较去年同期增长10.87%，归属于上市公司股东的净利润218,428,089.68元，较去年同期增长35.14%。报告期内，公司业务主要围绕以下几个方面展开：

1、深耕家纺主业，提高市场占有率

报告期内公司继续秉承“立足家纺，积极探索全品类家居模式”的战略，着力加强品牌及渠道建设，提高品牌影响力和市场占有率。

2018年初，罗莱通过业界领先的大数据方法，甄选出与公司品牌高度契合的代言人：高圆圆，在目标消费群中引起轰动性好评。同时，通过全方位媒体策略全面落位“超柔床品”的品牌定位，将“超柔”这一属性植入消费者心智；并推出明星联名款套件产品，形成“线上广宣引爆-线下店内承接”的引流模式；婚庆子品类推出“故宫红-中国红”的概念，通过与故宫出版社合作的《皇帝大婚》书，将传统中国婚俗再次推向90后一代的视野。

此外，罗莱品牌积极探索“线上-线下新零售”，尝试“线上引流-线下体验”和“线下活动-线上直播”的两种销售闭环。更计划在网购比较发达的城市与第三方平台进行结合，更广泛的触达年轻客群。

在渠道建设方面采取大店策略，报告期内罗莱品牌全国新增65个300m²以上旗舰店，同时加大渠道深耕下沉力度，1-6月开店净增面积超过3万平方米；在区域发展策略上，聚焦优势区域，打造标杆市场；实施大客户策略，支持大客户做大做强，跨区域兼并拓展；另外终端门店形象全面升级，对渠道现有店铺进行重装、扩店，全面提升店铺形象，提升消费者购物体验。

2、聚焦产品品质，产品研发不断探索创新

公司抓住消费者在消费升级过程中对家纺品质要求提升的机会，适时推出“粹”等新系列产品，通过纯粹的设计、简约却精致的工艺细节，获得消费者的认可。

报告期内公司深入落实“超柔床品”品牌定位，罗莱高新研究院率先在家纺行业确立面料织物的柔软等级标准，通过高新设备模拟人手触摸的技术来判别面料的手感等级，有助于消费者购买决策更加便捷。

在芯类产品开发中首次提出“睡眠微环境”概念，整合多种健康、环保原料，提升睡眠环境的温度、湿度和透气性，经过19道加工工艺处理的水洗桑蚕丝，丝质更柔顺亲肤；犹如“人体第二层肌肤”的凉感凝胶，有效降低人体头部睡眠温度；在设计理念上结合人体工学，根据“后脑勺、脖颈部、肩部”三点支撑理论设计的枕芯，满足更多不同睡眠需求；乳胶床垫的设计采用人体分区支撑，贴合度高，改善因睡眠所造成的腰酸和失眠，让夏日睡眠更健康、科学。

3、LOVO战略定位落地，夯实品牌力，

家纺线上消费多来自于日常更新需求和随机性消费，随着消费升级的推进，家纺日常更替和随机性消费增加，线上销售持续较高增长。公司电商主力品牌LOVO定位大众时尚，结合产品的时尚元素与实用性，沿袭创新的美式风格，诠释个性化现代生活方式，以合理的价格为消费者提供高品质的产品，受到日常更替的大众消费者所青睐。

2018年上半年，LOVO启动了全新战略定位并发布全新品牌Slogan——“互联网直卖床品，没有中间环节。”进一步夯实品牌力。互联网直卖旨在没有中间环节，减少加价率，将自身集研发、设计、生产、销售于一体的生产优势最大限度地发挥，让高品优价的商品直达消费者手中，而消费者对品牌的反馈也可以第一时间得到最有效的传递，以更实惠的价格呈现给消费者更高性价比的产品及服务。同时线上加强内容营销，积极配合各大平台的营销推广活动，争取更多的资源，并通过跟进热门影视剧中同款等方式，全方位增加曝光率的同时有效带来消费者随机性消费的增加。

4、加强人才引入、培养与人才激励，持续提升组织效率。

报告期内，公司致力于组织能力的打造，以支持公司经营目标的实现。

首先，公司关注人才梯队建设，通过人才盘点与一系列培养举措提升人才胜任力水平，识别并提拔优秀的奋斗者。带动经销商群体提升经营管理能力，实现优秀实践的分享。通过核心价值观的深入落地提升员工凝聚力和积极性。

其次，公司推出限制性股票激励方案，在2017年向48名骨干员工授予309万股限制性股票的基础上，2018年继续向11名骨干员工授予74万股限制性股票；将晋升、薪酬奖金与工作绩效更紧密结合，进一步激发员工工作激情。公司离职率持续下降，人员更稳定，并对公司发展充满信心。

第三，公司持续优化组织架构和简化工作流程、提升员工的意愿与能力，实现运营效率提升，2018年上半年公司人均效率提升超过10%。

5、打造协作扁平化的快速响应赋能系统

公司持续试点以消费者为核心、基于门店全触点的智慧门店体系建设。通过多种智能化设备的部署，以及一线员工与消费者的直接接触点相结合，进行无感知的用户标签画像，并结合机器学习等人工智能算法的应用，为消费者提供更好消费体验。公司内部不断整合优化供应链的环节，通过启动GPM与PLM系统，将销售需求和供应链体系做场景式结合，为加盟合作伙伴提供更加灵活的货品供给方式。同时，公司通过建立CMS店铺全生命周期管理系统辅助并不断优化公司整体的店铺拓展。

6、供应链管理持续优化

公司继续致力于提升供应链各个环节柔性管理能力，通过自主开发商品管理系统GPM整合公司多品牌需求计划，逐步提升从销售预测到需求计划，采购计划，排产计划的各个环节的计划准确率，进一步打造集成计划能力以支持公司多品牌多渠道战略，确保公司在供应链管理上的竞争优势。

7、加强资本运作及投后管理，完善家居生态圈

公司非公开发行的3927.36万股新股于2018年2月7日在深圳证券交易所上市，募集资金总额4.65亿元，本次募集资金扣除发行费用后将用于全渠道家居生活O2O运营体系建设项目、供应链体系优化建设项目，有利于巩固并提升公司的市场竞争力，增强公司的盈利能力，切实降低公司的财务风险，为公司后续业务的开拓提供良好的保障。

整合全球家居产业链优质资源是公司向家居生活一站式品牌零售商转型的必由之路。公司分别于2015年、2017年收购了日本高端毛巾品牌内野中国销售公司60%的股权和美国家具品牌莱克星顿100%股权。

报告期内公司不断扩展内野中国购物中心门店，优化其传统零售渠道，由公司经验丰富的电商团队接管其在京东、唯品会等电商平台店铺的运营，有效提高运营效率；对莱克星顿制定了中国市场计划书和业务拓展规划，向莱克星顿开放经销商体系，利用公司资源在全国范围内家装渠道帮助莱克星顿寻找新的经

销商，并以家居生活馆形式进行拓展。莱克星顿国内第一家全品类家居生活馆于2018年7月26日在上海开业，集合了多品类家具与家居用品，带给消费者全新的购物体验。

2、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上一会计期间财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上一会计期间财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

序号	子公司全称	子公司简称	本期未纳入合并范围原因
1	南通岭莱家居用品有限公司	南通岭莱	转让