

证券代码: 002293

证券简称: 罗莱生活

公告编号: 2020-059

# 罗莱生活科技股份有限公司 2020 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。

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	薛霞	魏楠楠	
办公地址	上海市普陀区同普路 339 弄 3 号楼罗莱生活大厦 12F	上海市普陀区同普路 339 弄 3 号楼罗莱生活大厦 12F	
电话	021-23138999	021-23138999	
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)	1,905,879,952.83	2,187,369,460.85	-12.87%
归属于上市公司股东的净利润(元)	167,281,525.20	207,394,573.54	-19.34%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	159,393,270.06	167,983,761.35	-5.11%
经营活动产生的现金流量净额(元)	175,127,894.00	267,988,430.41	-34.65%
基本每股收益(元/股)	0.2000	0.2492	-19.74%

稀释每股收益（元/股）	0.2000	0.2494	-19.81%
加权平均净资产收益率	4.00%	5.40%	-1.40%
	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）	5,166,220,754.20	5,370,501,600.68	-3.80%
归属于上市公司股东的净资产（元）	3,876,003,243.59	4,103,864,744.00	-5.55%

### 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	27,382	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	16.60%	137,500,000	0		
余江县罗莱投资控股有限公司	境内非国有法人	11.39%	94,292,397	0	质押	17,350,000
CA Fabric Investments	境外法人	10.02%	82,985,006	0		
薛骏腾	境内自然人	7.81%	64,654,639	0	质押	23,500,000
王辰	境内自然人	4.65%	38,522,652	0		
薛晋琛	境内自然人	4.65%	38,522,652	0		
上海伟发投资控股有限公司	境内非国有法人	4.09%	33,910,472	33,910,472	质押	33,910,472
北京本杰明投资顾问有限公司	境内非国有法人	2.08%	17,250,167	0		
上海明河投资管理有限公司—明河成长 2 号私募证券投资基金	境内非国有法人	1.51%	12,500,000	0		
薛剑峰	境内自然人	1.46%	12,125,361	0		
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 11.39% 的股份，伟佳国际企业有限公司持有本公司 16.60% 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 4.09% 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。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用					

### 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

今年上半年以来，疫情冲击和世界经济衰退对我国经济带来前所未有的影响，全国上下共同努力，有效控制疫情，不失时机推动复工复产，近来经济呈现恢复性增长势头，表现出逐步回稳态势，充分展现出中国经济强大韧性和巨大回旋余地。根据国家统计局发布的相关数据，上半年全国居民人均可支配收入为 15,666 元，比上年同期名义增长 2.4%，扣除价格因素实际下降 1.3%；国内生产总值（GDP）同比下降 1.6%，其中二季度同比增长 3.2%。同时，国际环境的不确定性仍在增加，形势仍然严峻，国内经济面临的困难挑战仍十分突出，经济运行面临较大压力。

面对困难与挑战，公司持续聚焦主业，强化品牌建设、加强研发创新及零售转型。深耕渠道，不断探索创新业务模式、推动精细化管理，加强成本及费用管控，提升管理效益。2020 年上半年，公司实现营业收入 19.06 亿元，较去年同期下降 12.87%，归属于上市公司股东的净利润 1.67 亿元，较去年同期下降 19.34%。

### 1、聚焦主业，深化品牌建设

报告期内公司持续加强品牌建设。罗莱品牌坚持“超柔床品”的品牌定位，围绕“超柔床品”定位优化产品规划，通过新媒体与传统媒体的结合，打造系列品牌和市场推广活动。今年上半年，面对疫情带来的艰难形势，公司敢于突破，积极利用新零售工具，全方位触达消费者。在“女神节”活动中，通过品牌代言人高圆圆与全平台媒体 KOL 达人矩阵，将女神节“雅致、自信、懂生活”的理念深入消费者印象，强化“超柔床品”所带来的柔软心灵的体验，当日完成 1,000 万直播销售，达到“品效合一”的营销效果。同时在商品设计上重点打造具有标签化的品牌系列，沉淀品牌风格和视觉元素，统一视觉锤。品牌系列项目将携手国际顾问团队，基于对市场消费和审美变化的研究，诊断并重塑代表罗莱核心价值的品牌经典系列。

LOVO（乐蜗）品牌在 2020 年上半年更加聚焦年轻消费者，持续推进品牌力建设。在李斯定位策略基础上，根据充分的消费者定量与定性调研，邀请全球顶尖广告策划公司——奥美，对品牌资产进行了全面的焕新升级，不仅启用全新的品牌中文名（乐蜗家纺）、品牌 LOGO、品牌超级图标及广告语，更进一步明确了品牌的愿景、使命、个性及设计风格。

廊湾家居（LAVIE HOME）自成立以来，不断创新突破，坚持引进国外优质家居生活品牌，主打高端精致的生活方式。在 2020 年成功邀请到首位在 Teatro Armani 举办个人系列发布的华人-苗冉大师为 LAVIE HOME 品牌作全新的定位与梳理。明确品牌价值主张“国际精品生活方式搭配师，全球家居设计文化直通车”。旨在为更多的消费者提供更多最新最全的全球家居资讯。同时基于 LAVIE HOME 多品牌矩阵中各类国际品牌在中国市场的销售数据，重新定义了品牌的产品策略，不断提升多品牌相互搭配、相互融合的发展理念，继续为消费者提供高标准的生活方式体验。

### 2、打造超柔科技体系，不断强化研发创新

2020 年上半年，罗莱不断推进超柔科技体系的打造，基于消费者“健康、安全”的使用需求，聚焦“抗菌”

面料科技，开发了主打“抗菌科技”主题的系列产品，覆盖全年龄段的消费群体，包括面对学生市场的抗菌三件套系列产品；罗莱儿童品牌设计标签化，聚焦“健康、安全、守护、成长”，打造“texsoft kids”儿童超柔呵护科技，全线产品“拒绝荧光剂”“拒绝致敏成分”；同时开发创新系列——“净”系列，全线产品符合婴幼儿全A质检标准，面料选材优质长绒棉、全棉纱布和超柔针织面料，全心全意打造安全柔软的儿童睡眠产品。

报告期内，罗莱开启优势产业地计划，在全球范围内采集最优质的材料和印染工艺，为了达到更加软糯挺阔的全棉手感，罗莱高价位全棉面料将部分在西班牙和意大利进行织造和印染。

LOVO乐蜗在“时尚床品 唤醒新美好”的指引下，在“注重时尚颜值、创新小惊喜、极致性价比”三大方面持续进行产品力的提升。2020年初，疫情之下，LOVO第一时间率先推出了“抑菌棉”系列产品，启动“净睡眠计划”，保障消费者的睡眠健康；紧跟时尚步伐，LOVO不断与当下潮流IP形象跨界合作，IP各系列产品增速迅猛。在人货匹配层面，应用更多运营数据及消费者调研数据到产品研发及上市运营的流程中，精准化的产品输出策略被固化到日常流程中，将在中长期发挥巨大优势。

廊湾家居（LAVIE HOME）囊括全球极具设计感的家居品牌，将全球最有代表性的家居设计作品带入中国。在产品的研发过程强调产品品质的同时，更注重产品的使用感受及消费者体验，在2020春夏新品研发中，引入国际新材质韩国进口珠光浆面料，打造促进肌肤细胞再生的新概念，给产品注入更多的身份标签的同时给消费者带来高品质的舒适体验。

### 3、渠道深耕，探索创新业务模式

公司继续强化各品牌在优势地区的竞争力，打造更多具有绝对竞争力的地区。通过打造区域样板效应，加速原有门店形象改造，在大店内融入罗莱KIDS及廊湾品牌产品，丰富产品层次、优化陈列布局。在新渠道建设上，研究拓展购物中心商业模式。

线上实施持续差异化的电商策略，拥抱更多的战略用户，与竞争对手形成品牌区隔。在保持天猫、京东、唯品会等传统电商渠道的领先优势基础上，积极布局新零售，在电商平台直播、社交渠道、品牌裂变小程序、品牌直播等新业务端已初显成效。

### 4、加强零售能力建设

公司持续推进罗莱品牌、廊湾品牌和罗莱儿童品牌的零售转型战略，报告期内公司致力于打造流程化、标准化的零售营运体系。以商品为核心，围绕消费者需求，链接前、中、后台，建立零售导向的职能协同机制，提升零售同店增长；同时建设样板客户的零售精细化运营模型，打造加盟商精益零售的模式，完善终端服务；升级终端培训体系，提升零售成交率、连带率。

### 5、进一步完善供应链运营体系

报告期内，公司启动了供应链管理优化项目二期，在第一期项目输出方案的基础上，以一体化计划能力打造为核心，以降低库存为主要目标，通过制定标准、流程、规则等方法推动方案落地，进一步提升供应链运营能力。持续推行精益生产模式，推进智能化工厂和仓库物流建设，提升生产作业效率，降低成本。积极推动与战略供应商的合作共赢，在研发创新、质量管理、精益生产、效率提升等方面与战略供应商进行协同紧密合作。持续优化质量管理体系，有效改善工厂和供应商质量管理水平，提升客户和消费者质量满意度。同时公司大力推动供应链数字化变革，上半年实现PLM产品管理系统上线，并不断投入DRP分销系统、ERP运营系统和SRM供应商管理系统等系统的开发与应用，大幅提升公司在新品研发、渠道运营、采购降本、智能制造、敏捷物流等方面的数字化管理能力，为打造可视化、数字化的智慧供应链奠定坚实基础。

### 6. 加强组织结构优化，打造人才梯队，优化全面薪酬激励方式

报告期内公司根据战略发展目标进行了组织架构优化，以提升组织敏捷性、高效精简等原则对组织进行前、中、后台调整，提升了资源的有效共享及各品牌之间的协同性。

致力于持续打造关键岗位人才梯队，组织关键岗位各层级人才盘点、评估，识别人才梯队，并进行针对性发展。加大品牌营销、商品企划与开发的高素质专业人才的引进力度。罗莱大学进行关键岗位课程体系建设，组织加盟商EMBA/MBA培训，公司内部开展电商、研发、商品企划等专项培训。

通过对职位、职级与薪酬管理体系的优化，销售、研发等岗位设置差异化的薪酬激励方案，让高产出者有更高的回报。报告期内公司的组织能力、人均效率得到进一步提升。

通过内部文化使者队伍的打造、标杆案例的萃取与宣传进一步落地公司文化、价值观。

## 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

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。