证券代码：002612 证券简称：朗姿股份

**朗姿股份有限公司投资者关系活动记录表**

编号：2020-001

|  |  |
| --- | --- |
| **投资者关系活动类别** | ■**特定对象调研** □分析师会议  □媒体采访 □业绩说明会  □新闻发布会 □路演活动  □现场参观  □其他 （请文字说明其他活动内容） |
| **参与单位名称及人员姓名** | 国泰君安：刘越男、赵政  民生加银：蔡晓  亚太财产：陈光 |
| **时间** | 2020年11月3日上午10:00； |
| **地点** | 朗姿大厦16层会议室 |
| **上市公司接待人员姓名** | 董事会秘书：王建优  证券事务相关人员 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | 公司于2020年10月30日披露了2020年第三季度报告，报告显示：2020年第三季度，公司营业收入同比增长5.02%，归属于上市公司股东的净利润同比降低22.24%。医美业务继续保持较快增长，女装业务和童装业务第三季度较第二季度取得较大改善。公司董事会秘书王建优先生通过现场会议的方式，针对投资者关注的公司2020年经营情况及医美板块未来发展规划等问题进行详细解答。  1、公司2020年度业绩增长的原因是什么？  回复：2020年以来，公司各业务板块积极采取有效措施，努力降低疫情带来的不利影响。其中，医美业务恢复较快，借助医美市场良好的增长机遇，稳步推进医美机构的新设和区域性的战略布局，板块收入和业绩持续增长。另外，本年度医美并表范围的扩大也增厚了公司的整体业绩；女装业务线下门店已全面恢复，产品品类持续调整和创新，品质和性价比不断提升，数字化、大数据、智能化技术在日常经营管理中的应用在日益增强，并在努力打好今年的收官战。线上业务较上一年同期同比增长，并不断创新发展，预计今年的“双11”有望取得较好的收获；童装业务也在同步推进线上线下销售和产品品类的调整，各季度业绩改善明显。  2、2020年度，朗姿医美业绩增长的驱动因素有哪些？  回复：首先，医美机构持续快速扩张的同时规模化效应逐步体现。截止三季末，公司现有三大医美品牌终端机构总数达18家，其中医美医院5家，成都3家和西安2家，诊所和门诊部13家，主要分布于成都、西安、深圳等6个一线和二线城市，新设成都高新米兰柏羽医学美容医院有限公司计划年内正式运行。公司医美机构稳步推进外延式增长，随着新设机构的不断增加，医美板块的规模化效应逐步凸显。  其次，医美服务的不断创新和品质保证带动业务增长。公司引进了先进的医美设备，对医美项目升级创新，不断丰富产品以满足客户需求。同时公司重视客户体验，持续提高顾客满意度，带动老客持续返院消费。公司医美业务运营注重医美品质和品牌形象，坚持规范化、标准化、品质化运营，满足顾客追求医美品质的首选目标。  再次，朗姿旗下医美品牌连锁管理能力不断提高，并且能够将其运营能力对下设医美机构进行有效赋能，提升朗姿医美整体营销、运营能力，带动业绩上升。  随着我国经济的快速增长，人民生活水平的逐步提高，对美的追求越来越强烈，对医美的需求也越来越多，跨行业加入医美领域的平台越来越多，医美日益受到人们的关注，规范化的运营会让医美行业取得更好的发展。  3、朗姿医美旗下三大品牌“米兰柏羽”、“高一生”、“晶肤医美”客户群体是否有明显区分？  回复：“米兰柏羽”国内高端综合性医美品牌，创立于2005年，米兰柏羽参照JCI标准（全球公认的最高医疗服务标准）对医疗机构进行管理和运营，已获中国整形美容行业5A级美容医院权威认证，其经营规模和品牌知名度及技术实力居国内领先。米兰柏羽未来将逐步成为：中国医美行业健康发展标杆、施行医教研一体的国际医美机构。“晶肤医美”中国“医学年轻化”连锁品牌，创立于2011年，主打激光与微整形类医疗美容服务，致力于运用医疗美容技术与产品，满足客户年轻化塑形需求，实现“晶肤医美，让爱年轻”的品牌理念，在“医学年轻化”这个前沿细分市场中具有强有力的竞争优势。“高一生医美”专业技术行业领先的高端医美品牌，创立于1991年，高一生医疗美容医院，是一家集美容外科、美容皮肤科、美容中医科、美容牙科、微整形五大医美中心为一体的专业医疗美容机构，其拥有全球高端医疗仪器，并与美国、韩国等建立医生定向交流机制，致力于推进中国与世界医学美容技术的发展。  针对不同客户群的需求，公司在成都、西安两大西部核心城市初步形成了“1+N”的产业布局，即在特定区域构建一家或多家大型整形医院加若干家小型连锁门诊/诊所的医疗美容机构体系，其中米兰柏羽和高一生分别是成都和西安当地知名的全科综合性医疗美容医院，晶肤医美在中西部地区轻医美领域也有较高的知名度。不同的医美品牌满足不同客户的不同需求，形成医美领域全覆盖，为医美业务的发展奠定基础。  4、朗姿医美的未来发展规划如何？  回复：朗姿医美在“强调合规经营、重视基础建设、践行一城多店”的经营理念引领下，实现经营、品牌、科研等多方面的目标。在区域发展方面，首先立足于西南乃至中西部核心城市，采用“1+N”的产业布局，快速扩大中西部区域的经营规模和行业竞争力，并在条件成熟和获得良好机遇的情况下，拓展全国；在发展模式方面，医美板块本着内涵式积累+外延式增长的方式实现规模化的发展和盈利能力的快速提升，与此同时为了夯实业务发展基础，加大科研投入，主动对接专业机构进行全面合作，打造过硬的技术团队；在经营管理方式方面，通过已形成高端（米兰柏羽）、技术（高一生）、轻医美多店连锁（晶肤）的立体格局，逐步实现已有品牌的业务操作流程标准化、规模化、区域复制和推向全国的经营管理方式。  5、朗姿股份作为母公司能为朗姿医美提供哪些支持？  回复：朗姿股份作为朗姿医美的母公司，主要从建立和完善集团管控模式，为其战略发展制定决策，为其集团化管理和业务发展提供人财物支持，对其规范化运营制定约束机制等方面给予帮助和赋能。近年来，公司从投资、财务、法务、审计、信息化平台系统搭建、人力资源管理、药品、材料和医疗器械的集团采购等方面建立和逐步完善了各业务领域和环节的集团化管控模式。今年以来，朗姿医疗以上市公司为后盾，建立了数字化信息平台，并通过女装和医美客户的打通，初步实现了各板块业务协同和资源及信息共享，最为重要的是，实现了以资本市场为基石，拓宽融资渠道，加速医美布局。  6、朗姿医美对新设机构的管理模式是怎样的？  回复：总体上，朗姿医美管理上由集团提供支持、对其进行风险管控，医美业务管理层面由朗姿医疗管理公司及各医美机构实施并已搭建了“医管公司（后台）- 事业部（中台）- 医疗机构（前台）”三级组织架构，后台负责规划和支持、中台负责营销和运营、前台提供医疗和服务，基本形成朗姿医美的管理集约化，业务上具有独立自主性的经营管理模式。较为完善的三级组织管理体系保障了管理效率的提升和管理成本的有效控制。  对于新设的医美机构，全面推行合伙人制的经营模式，建立和完善医美管理骨干和专业技术人员与朗姿医美共谋发展、共同经营、共同成长、共同担职的激励和约束机制，实现利益共享的激励模式，这既有利于激发员工活力、留住现有优秀人才、经营稳定的目的，又有利于吸引更多优秀人才加盟朗姿，聚力朗姿医美发展，进而实现新设机构的快速盈利。 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **日期** | 2020年11月3日 |