

证券代码：002293

证券简称：罗莱生活

罗莱生活科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-04-25

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	王梅 中欧基金、邓巧 相聚资本、糜韩杰 广发证券、张涛 平安资本香港、雷玉 长江证券、张添宝 泽泉投资、顾军蕾 平安资产管理有限责任公司、林健敏 湘财基金、杨楠森 泰达宏利基金、胡纪元 长城财富、王军 华商基金、陈方园 红土创新基金管理有限公司、张桥石 明河投资、段紫薇 上海顶天投资有限公司、张王品 北京鼎萨投资有限公司、梁希 海通证券、梁悦芹 北京黑水磐石资产管理有限责任公司、王蒙 上海明河投资管理有限公司、赖庆鑫 泰达宏利基金管理有限公司、刘家薇 东北证券、俞海海 红塔证券资管、张政 中信证券、徐企扬 中欧基金、杨文滔 广发证券、刘文天 智明投资、张昕奕 源乘投资、朱洁宇 光大证券、王冯 华金证券、郑梅 上海宇实投资管理有限公司、姜怡 东吴基金、贾雨滕 星泰投资、陈莲蓉 上海中域投资、孙萌 华金证券、刘含 汉和资本、张子姣 生命保险资产管理公司、柴必成 天风证券、刘田田 辰泰投资、姚咏絮 明河投资、杨平 横琴淳臻投资管理中心、杨中楷 中航基金、赵随 兴全基金、江昕 重庆德睿恒丰资产管理有限公司、詹陆雨 浙商证券、马榕 长江证券、毛晓光 华融证券（资管）、周宇 农银汇理、尹维国 天治基金、周文怡 长城证券、杨欣 开源证券、李晓真 巨杉资产、万力 信诚人

	<p>寿、付伟 新华基金、王春立 点钢投资、常宁 华商基金、侯子夜 国盛证券、于旭辉 长江证券、谭晓丹 华夏基金管理有限公司、王克玉 泓德基金、张峦 华安基金、高恺阳 海宸投资、靳晓婷 华安基金、官忠涛 北信瑞丰基金、魏刚 农银汇理基金管理有限公司、张怡 上海勤远投资、吴西燕 鹏扬基金、王寒 中银基金、何明 国投瑞银、杨涛 新同方资管、徐成城 国泰、王凯 光大保德信、常琼琼 中天国富证券有限公司、臧怡 中意资产、杨莹 国盛证券、潘宇 西部利得、袁鹏涛 上海中域投资、程伟庆 中信资管、余喜洋 兴全基金、伍智勇 鹏扬基金、张紫凤 中天国富证券、姜涵予 兴业基金、李勇钢 天安人寿、温震宇 西部利得基金管理有限公司、邹立 海通资管、张蕾 中泰证券资管、姜涵予 兴业基金、赵树理 兴业证券、刘泽龙 玄卜投资。</p>
时间	2021-04-23（星期五）17：00——18:00
地点	电话调研
上市公司 接待人员 姓名	薛霞、袁田
投资者关 系 活动主要 内容介绍	<p>公司情况简介</p> <p>罗莱生活 2020 年实现营业收入 49.11 亿元，较 2019 年同比增加 1.04%，归属于上市公司股东的净利润 5.85 亿元，较去年同比增加 7.13%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 5.56 亿元，较 2019 年同比增加 18.85%，存货同比下降 6.8%。</p> <p>分季度来看，去年一季度收入明显下滑后，从第二季度开始，各季度收入持续增长。2020 年公司向全体股东每 10 股派发现金红利 6 元（含税），分红率 83%。</p> <p>2021 年一季度收入、利润同比 2019 年增长 15%、26%，罗莱、乐蜗 LOVO、内野、恐龙、美国莱克星顿等各品牌都表现了较好的增长，终端零售也呈现较好的恢复和同比增长。</p> <p>2021 年一季度公司收入、归母净利润分别为 13.19 亿元、1.83 亿元，同比 2020</p>

年增长分别为 48%、156%，同比 2019 年增长分别为 15%、26%，取得了历史最好的成绩。

Q&A

1、线上渠道：公司线上渠道中，平台电商和直营电商（官网、小程序）的销售情况如何？

2020 年一季度线上渠道收入有下滑，从二季度起保持了线上同比增长超过 30% 的趋势，目前 2021 年一季度各线上平台同比保持良好增长。其中 2020 年乐蜗 LOVO 借助品牌革新和直播带货取得收入增长，公司将保持线上品牌不同定位的策略，今年会加大各平台自播的投入力度，公司也会不断培养自己的优秀主播。

2、今年一季度各渠道收入变化的情况？

今年一季度，线上、线下各品牌都表现出良好的增长。其中线下品牌增速更好，因 2020 年一季度线下下滑明显基数较低，因此今年一季度线下同比增长也更高，同时同比 2019 年线下零售也保持了增长。其他品牌如恐龙、内野、美国莱克星顿等也都表现了良好的增速。

3、2020 年直营、加盟渠道数量有减少，目前开店计划如何？

2020 年报渠道数量减少的原因包括：

- 1) 过去的品牌事业部构架下统计店铺时，会出现同一店铺经营多个品牌，计算为多个店铺的情况。2020 年组织架构调整后，通过统一前台经营，店铺数量与实体门店面积挂钩，统计口径发生变化。今年新的信披准则下，公司会沿用这套更为合理的统计口径；
- 2) 2020 年疫情期影响线下经营，自然淘汰了一批经营不善的店铺；
- 3) 因合同到期、商场整改等原因的自然关店。

公司今年会把线下开店作为关键任务，直营、加盟都制定了完备的开店规划，以把握行业发展机遇。同时加大对加盟商开店的扶持力度，进一步提升终端零售的规模和效率。

4、不考虑会计政策变更的影响，毛利率是什么样的幅度？今年毛利率是否有上调？

2020 年报的毛利率、费用率受会计准则变更影响大约 2 个百分点，除去此因素，同口径计算下 2020 年公司毛利率同比大约上升 2 个百分点。对 2021 年一季度的毛利率影响约 1.7 个百分点，同口径计算下 2021 年一季度毛利率同比增长约 1.7 个百分点。

公司 2020 年整体毛利率 43%，剔除会计政策变更影响后整体较去年同期有所提升，主要因为以下几个方面：一是线上毛利率的提升，对整个公司贡献较大；二是美国莱克星顿业务毛利率较国内家纺毛利率低，会拉低整体毛利率，实际国内的毛利率较平均毛利率更高；三是线上线下消费升级趋势，高毛利产品的销售占比提升。

公司今年会延续对原材料、产品端、销售端的把控，保持线上线下稳定、合理的毛利率空间。

	<p>5、电商的毛利率，净利率情况如何？ 2020 年度公司线上（不含微信小程序）的毛利率为 46.43%，比上年同期提高 2 个百分点，电商平台通过提升产品力、品牌力保持了毛利率的增长。</p> <p>6、公司跨品牌合作情况：公司与高端床垫品牌慕思合作开发床垫品类并渠道共享；高端热水器品牌史密斯合作水暖床垫。能否介绍下这些品牌合作的情况如何？ 2021 年是否会与其他新的品牌做合作？ 这些项目是 2020 年公司在品牌合作方面的创新，借由优秀品牌间的合作，使新品类产品在推向市场时有专业背书，更能获取消费者的信任，同时品牌强强联合取得 1+1>2 的效果，获取了更多的消费者关注和购买。目前合作产品推出销售效果和消费者反馈都较为满意，也为公司未来发展提供了新的思路。2021 年公司还推出了与航天基金会合作、中棉所的合作项目，希望能进一步提升品牌力和产品力，提供给消费者更满意的产品。</p> <p>7、年报显示公司产能使用率超 100%，未来产能建设情况如何？ 2020 年因为全球疫情影响，海外订单向国内转移，出现了产能紧张的情况。同时伴随中高端产品的销售提升，中高端产品的产能也较为稀缺，2021 年公司考虑增加产能以满足销售的增长。 未来产能建设以数字化、智能化为主要方向，以高端产能代替低端产能，以机器替代人工，努力发展智能制造。</p> <p>8、分享公司未来的数字化建设计划？ 数字化建设是公司今年的关键任务之一。一方面，公司将不断加强自身的数字化建设，2021 年公司将开启更大规模的数字化建设步伐，“数据中台”、“会员平台”、“采购数字化”、“质保数字化一期”等项目都将在布局落地。另一方面，也更加关注加盟商和终端的数字化能力。在 2021 年公司将持续对“DRP 系统”、“星云新零售平台”、“联盟平台”、“金蛋平台”、“移动 POS”等进行优化升级，旨在使这些系统真正助力加盟商和的经营过程，以公司的经营分析思路赋能每个加盟商，实现加盟商伙伴全面的数字化运营。</p>
附件清单	无
日期	2020-4-23