

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：2021-10-26

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	孙未未 光大证券、朱浩宇 光大证券、雷玉 长江证券、徐企扬 中欧基金、 马影疏 长安基金、王立平 申万宏源、求佳峰 申万宏源、徐企扬 中欧基金、 蒋京杰 星石投资、胡筱 大家资产、张禹 光大保德信、姜昊晨 英大基金、 汤晨晨 沅京投资、陈泉 天虫投资、李元玮 恒安标准人寿、林健敏 湘财基 金、姚咏絮 明河投资、糜韩杰 广发证券、唐曼炜 深圳红筹投资、周稳 雪 石资产、彭澎 珠池资产、蒋馨仪 中和资本、陈莲蓉 上海中域投资、姜怡 东 吴基金、赵越峰 东方证券、朱炎 东方证券、孙妤 招商资管、周翔 恩宝资 管、杨莹 国盛证券、侯子夜 国盛证券、邹立 海通资管、詹陆雨 浙商证券、 施红梅 东方证券、柴必成 天风证券、褚洪亮 中金公司、刘家薇 东北证券、 刘田田 东兴证券、邓明军 申万宏源、刘佩 申万宏源、秦聪 工银瑞信、戴 雨横 相聚资本、纪宇泽 兴业证券、王冯 华金证券、孙萌 华金证券、唐爽 爽 华西证券、朱宇昊 华西证券、曾令仪 中金公司、吴鸿霖 天风资管、郝 帅 中银国际、丁凡 中银国际、肖心怡 长城证券、刘家薇 东北证券、丁诗 洁 国信证券、陈瑶蓉 国信证券、张爱宁 国泰君安。
时间	2021-10-25（星期一）15：00——16:00
地点	电话调研

<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>董事会秘书薛霞、财务总监袁田</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>公司经营业绩:</p> <p>罗莱生活 2021 年前三季度实现营收 39.99 亿元，同比增长 22.77%；第三季度实现营收 14.72 亿元，同比增长 8.97%；前三季度净利润 4.93 亿元，同比增长 33.97%；第三季度净利润 2.10 亿元，同比增长 7.39%。</p> <p>三季度收入从国内国外拆分，国内家纺主业稳健增长，收入在去年三季度高基数基础上保持 10% 以上的增长；收入占比 20% 的海外业务美国莱克星顿，由于去年疫情二季度无法发货导致去年三季度大量集中发货造成高基数，今年三季度收入基本和去年持平，拉低了三季度公司整体收入增速。</p> <p>从品牌端来看，罗莱主品牌保持稳健增长，日本高端品牌内野、海外高端品牌集合店廊湾，都实现了历史最好业绩和同比的高增速，体现了消费升级和高端品牌不断发力的趋势。</p> <p>从毛利率来看，同比去年三季度略有下降，原因：1) 会计政策调整，2) 结构上美国海运费大幅增长导致毛利率下滑。如剔除会计政策影响，国内家纺业务毛利率同比去年有明显提升。美国莱克星顿毛利率同比下滑 3.66 百分点，导致公司整体三季度毛利率下滑 0.73 百分点。</p> <p>公司于三季报同期发布了中期分红预案，拟以每 10 股现金分红 6 元，是公司上市以来首次中期分红。本次分红预案基于目前公司稳健的经营状况、充裕的现金流和对全年的良好预期。在市场对消费行业关注度较低的情况下，希望以现金分红回馈广大股东和投资者。</p> <p>Q&A:</p> <p>Q1: 三季度主营业务线上、线下渠道毛利率走势？对公司今年双十一预售的目标？</p> <p>A: 随着原材料价格不断上涨，公司在充分测算的基础上进行了调价，在保证线下零售提价的同时，公司和加盟商都能有合理的毛利空间，目前加盟商和公司自身毛利率都保持稳健。线上方面，主品牌罗莱和乐蜗 LOVO 品牌的客单价和毛利率同比、环比都有明显提升，分别维持高端和年轻时尚定位。从公开数据来看，双十一预售特别是前期主推爆品预售较为成功，个别品类出现断货断码的情况，公司有相应预案来紧急调整供应链，并有原材料的备货以满足快速反应。公司双十一目标是在去年的基础上实现进一步的增长，并做好线上线下双十一联动，提升品牌知名度，夯实行业第一的龙头地位。</p> <p>Q2: 管理费用率增加原因？今年二、三季度政府补贴的原因？</p> <p>A: 管理费用增长主要是美国有一笔股权激励的发放，四季度不会再发生，国内管理费用在预期之中，同期费率没有较大变化。</p> <p>除了疫情影响外，今年整体政府补贴和去年没有较大变化，主要是时间性差异。</p>

	<p>Q3: 店铺店效是否提升?</p> <p>A: 直营店效同比有显著正增长, 公司直营主要位于一线城市, 消费升级明显, 消费力稳健, 直营经营管理能力也有明显提升, 在去年三季度线下零售报复性增长的基础上, 今年仍然有较好增长, 也体现出公司零售能力的提升; 加盟店铺主要位于二、三、四线城市, 疫情和天气对三季度零售有部分影响, 但全年整体店效同比仍有提升。</p> <p>Q4: 下半年至今流水结构是否提升?</p> <p>A: 今年夏令较长, 8、9月份各地均有疫情爆发, 不同地区天气差异极大。公司通过线上、线下新零售体系的不断完善, 包括罗莱好享购线上小程序、店铺微信会员、微信群、线下店铺直播等克服疫情影响, 积极拓展新的销售渠道, 整体零售稳健向上。</p> <p>Q5: 对四季度电商渠道的预判?</p> <p>A: 基于目前双十一的预售情况, 对四季度电商增速保持乐观。今年冬季产品继续在提升线上产品毛利率的同时优化产品结构, 提升高价位、高品质产品占比, 促进消费者对高价位产品接受程度的不断提升。</p> <p>Q6: 三季度开店的渠道的布局?</p> <p>A: 新开店以加盟店为主, 便于占领空白市场和白牌侵占的发达低线市场, 直营以在核心一线城市开店为主。直营新开以购物中心为主, 成为中产、高净值用户购买渠道; 三四线城市以核心商圈的核心店铺, 以及当地大型商场、购物中心的中心位置。</p> <p>Q7: 2022 年对渠道拓展的规划?</p> <p>A: 2021 年线下开店的推进力度和扶持政策都获得了较好效果, 加盟商思想转换和接受度也在明显提升。今年大幅度推进开店可以提升品牌知名度和市场占有率, 树立了成功标杆后, 明年整体开店计划将在今年基础上进一步提升。</p> <p>Q8: 头部家纺公司无论线上还是线下都迎来了不错的发展期, 剔除房产竣工影响外, 消费升级从我们公司角度有什么观察?</p> <p>A: 从去年和今年的业绩表现和内部数据分析可以看出房地产对家纺的相关性、影响性较低。首先, 线上消费占比持续提升, 而线上消费人群以日常换新为主, 看重产品颜值、品质和品牌, 公司线上销售占比约 30%。线下消费对标欧美、日韩等发达国家, 中国居民对家纺消费的占比和消费频次、档次会逐步提升, 睡眠和家居消费必然会越来越受重视。</p>
附件清单	无
日期	2021-10-25