

富安娜电话会议纪要

时间：2021年10月29日

高管：董事会秘书龚总，财务总监王总

参会机构：

创金合信基金管理有限公司、上海恬昱投资有限公司、知未私募、安信证券股份有限公司、平安基金管理有限公司、长城基金管理有限公司、珠海盈米基金销售有限公司、上海晨燕资产管理中心（有限合伙）、南京璟恒投资管理有限公司、上海明河投资管理有限公司、Goldman Sachs Assets Management (HK) Ltd、Goldman Sachs Assets Management (HK) Ltd、国华人寿保险股份有限公司、太平基金管理有限公司、Xingtai 星泰投资管理有限公司、广发证券股份有限公司、农银汇理基金管理有限公司、招商基金管理有限公司、财通证券资产管理有限公司、工银瑞信基金管理有限公司、昆仑健康保险股份有限公司、万家基金管理有限公司、中国国际金融股份有限公司资产管理部、北大方正人寿保险有限公司、中信保诚基金管理有限公司、上海浩嘏投资管理有限公司、华泰柏瑞基金管理有限公司、风和基金、PINPOINT ASSET MANAGEMENT LIMITED。

营业收入：1-9月份营业收入是同比增长17.10%，归属上市公司股东净利润是15.49%，扣非净利润的话同比增长20.09%，符合经营预期，表现非常稳健。单三季度营业收入增长是13.77%，归属于上市公司股东的净利润增长是0.08%，归属于上市公司股东的扣非的净利润是下滑1.07%。相比较单一，二季度来说的话，单三季度利润的增速不及收入，总的来说是1) 一个公司常有的波段营销的经营行为所带来的影响和2) 公司完成库存一体化，递延所得税资产转为费用的暂时的报表现象，。

单三季度直营的销售收入同比增长14.97%，加盟的同比销售收入增长是8.12%，电商的销售收入同比增长是16.12%，团购的同比增长是2.54%，家居的销售收入同比增长是51.37%（因为家居去年的基数比较低）。

总结：1) 电商/加盟/团购/家居事业部的收入增长都非常稳健不错。尤其是电商，在这种非常激烈的市场竞争环境下，毛利还不断提升，电商单三季度收入增长还有16%，净利润还增长了21.32%，未来电商是我们一个重要的支柱，当然未来电商面临的市场竞争很激烈，未来电商稳健发展的趋势核心还是在于产品力。2) 直营单三季度收入增长非常不俗，同时三季度做了波段促销，直营线下商品提前大卖也导致单三季度直营毛利因营销行为而有所下滑，但直营商品客单价高、个性化强，此种商品的出售趋势意味着客户的黏性边际加强。

第三季度所得税费用增加原因：如果所得税率和去年一样，即使面对直营做波动促销，我们单三季度的营业利润增长还有将近18%。解读一下单三季度所得税率为什么会增加那么多。整个公司完成库存一体化，主要还是为了长远的服务效率提升，未来线下门店的竞争非常激烈，主要是靠服务。

Q&A：

问：（1）今年的四季度所得税率环比三季度是否会有下降？（2）今年公司的双11预售情况如何？（3）截止到三季度，公司开店情况如何，全年开店展望是怎样的？

答：（1）四季度我们的所得税的税率跟去年同期是持平波动的预期。（2）双11的目标还是稳健增长，目前此类大节拼杀太厉害，我们这几年对于双十一这种大活动还是根据公司整体盈利目标而有的放矢去做活动，不争流量第一，保持净利润的稳健增长。（3）三季度开店的情况：1~9月份我们是增加了200家左右，加盟和直营各占50%，但是不是净开店，是单纯增加的，我们今年的目标就是新增300家。

问：（1）明年春夏订货会的订货金额增长情况怎样？（2）产品有继续涨价吗？

答：（1）我们春夏订货同期增长是接近双位数（2）且国绣和维莎的增量在整个的订货会里面都是高增长趋势。

问：毛利率预计四季度是否环比三季度会有改善？

答：第四季度的毛利率预期较去年同期是持平水平波动不会大。

问：前三季度公司的收入增长是 17%，销量和价格各贡献多少的增长？

答：公司毛利率持续稳健增长 1~9 月份毛利上涨了 1.03 个点，主要还是价格贡献的比重应该比较大。

总结：富安娜的在产品力、管理能力的安全垫高，今年全年的预期我觉得还是乐观的稳健增长的，不管是扣非净利润还是净利润率，那明年预期净利润率保持平稳且乐观波动向上。

第二个就是公司在未来市场竞争格局下，基于产品力个性化的规模优势会带来销售收入增长的红利。未来电商仍然是我们的主要渠道，我们电商还是要持续走高质量发展之路。我们十分关注电商上粘性比较高的人群的关注力。第二方面，富安娜在行业线下渠道来说的话，从我们的直营的收入增长和净利润率来看，竞争力很明显的，这个行业做直营能够做到规模化净利润率接近双位数是竞争力的表现。而未来线下营销的新发展趋势下，且当有公司想发展直营的时候，这个市场已经没有给你练兵的机会了，因为直营真的是要熬过来。所以我们直营现在到了较为稳健发展阶段了，未来直营我们更多是提升品牌力，明年我们在加盟市场会更加关注和积极。