

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：2022-10-27

<p><b>投资者 关系活 动类别</b></p>	<p><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</p>
<p><b>参与单 位名称 及人员 姓名</b></p>	<p>黄煜霄 上银基金管理有限公司、周熙霖 五地投资管理有限公司、王丁 万家基金管理有限公司、熊辉华 上海雪石资产管理有限公司、石磊 兴业全球基金、郑梅 宇实投资、孙未未 光大证券、关竣尹 国信证券、樊雨奇 知未基金、求佳峰 申万宏源研究、杨莹 国盛证券、郭琦 首创证券、李婕 东吴证券、郝帅 中银证券、郭彬 太平洋证券、韩欣 兴业证券、李汶静 民生证券、王冯 山西证券、倪耿皓 上海晨燕资产管理中心、王立平 申万宏源研究、刘家薇 东北证券、柴必成 中金公司、朱洁宇 光大证券、朱炎 东方证券、刘田田 东兴证券、王冠 知未基金、雷玉 长江证券、Carson Fan 摩根大通、张夺 合煦智远基金管理有限公司、赵博 国君、黄玺 华安证券、赵艺原 东吴证券、王梓旭 招商证券、范虎城 文多资产、李璇 申万宏源研究、李陈佳 浙商证券、陈婕 中金公司、曾令仪 中金公司、张爱宁 国君、糜韩杰 广发证券、杨妍 东方证券、孙萌 山西证券、龚书慧 太平洋证券、姚咏絮 明河投资、Qian Yao 摩根大通、马榕 长江证券、王佳伟 国盛证券、邹国强 浙商证券、侯兵 南京汇潮投资管理有限公司、严迪超 惠升、赵越峰 东方证券、李巍宇 大成基金管理有限公司、苏秦婉 万家基金、陈莲蓉 中域投资、张毅 中金弘信、辛泽熙 民生证券、姚咏絮 明河投资、陆迪 创金合信基金、唐甜依 首域盈信</p>

时间	2022-10-26（星期三）15：00——16:00
地点	罗莱生活大厦、电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书薛霞、证券事务代表曹轶俊
投资者关系活动内容介绍	<p><b>一、三季度报告情况介绍：</b></p> <p>公司 2022 年前三季度实现营业收入 37.18 亿元，较 2021 年同比下降 7.01%，归母净利润 3.92 亿元，同比下降 20.18%。其中第三季度收入 13.36 亿元，同比下降 9.27%，归母净利润 1.69 亿元，同比下降 18.94%。</p> <p>三季度的收入拆分来看，美国家具业务有小幅的收入、利润下滑，国内家纺业务相比第二季度其下降趋势有所恢复，但与去年同期相比仍然有一定差距。拆分渠道来看，线上电商整体小幅下滑，线下下滑较为明显的是团购业务和直营业务，主要是由于 8、9 月以来全国各地依然有陆续封控，以及多地夏季用电紧张造成的营业时间减少等因素。</p> <p>分时间来看，7 月公司整体各渠道的收入都由负转正增长、势头较好，但进入 8 月起，疫情频发和天气等综合原因造成线下客流降低。从公司收集到的加盟端零售数据来看，整体 1-9 月加盟零售端数据同比保持了正增长，但面对消费大环境的不确定性，加盟商提货积极性没有得到明显提升。</p> <p>三季度整体新开门店约 100 家，基本保持了公司既定的拓店节奏。</p> <p>毛利率来看，整体三季度毛利率 41.28%，比去年同期略低 0.67pts，主要是低毛利的美国家具业务占比提升，国内家纺业务占比下降造成。整体国内家纺业务的毛利率始终保持稳定，线上业务也并没有因为流量下降而大量打折，保持了稳定的毛利率水平和品牌定位。</p> <p>费用端来看，销售费用率较去年同期有所增长，主要是三季度公司举办了 30 周年庆典，作为公司品牌营销的重大事件，同时希望给予加盟商和消费者更多的信心，并做了大量的品牌曝光和新客引流，为四季度销售旺季打下基础。第二季度开始，公司加大管理费用管控力度，体现在第三季度效果较为明显。</p> <p>存货端来看，较去年同期和今年 6 月末都有所提升，一方面是美国家具业务的存货占比较高并叠加美元汇率因素，另一方面今年疫情、天气影响期货提货较往年滞后，同时也是公司为备战双十一，整体备货较去年更为充分。</p> <p>整体来看，二季度疫情的影响较 2020 年要更为深远和持续。在特殊的市场环境下，公司和管理层也在不断探索新的开源节流方案和回顾各项措施的效果及影响。对前三季度业绩的下滑，公司管理层也心怀忐忑。每年 9-10 月是公司做战略回顾和新一轮规划的时期，从公司战略来看，我们仍然保持对行业的热忱和坚定，放眼长远的市场和战略规划，持续在产品端、品牌端、研发端的投入，同时以自有资金投资扩产，增加自主产能，提升整体供应链效率和稳定性，以更好的产品质量、长期成本优势来巩固市场竞争力。坚定长期战略，保持合理的投入，加强现代化数字化管理。公司管理层也会保持高度的责任心，贯彻公司的战略，希望能在未来以更好的业绩以回报广大投</p>

资者。

## 二、问答环节：

### Q1:从开店口径看，前三季度和单第三季度的开店情况如何？

A:今年上半年公司新开136家，单独第三季度新开门店已超过100家。第三季度开店数较多，一方面因为二季度受疫情影响，很多计划开的门店都延迟到三季度。另外公司贯彻占领市场、提升市占率的战略，也在下半年销售旺季加快开店步伐。从关闭门店来看，公司仍保持5%左右的门店淘汰率，整体前三季度仍然保持线下净新增门店的趋势。

### Q2:美国的家具业务经营情况和全年预期如何？

A:莱克星顿Lexington的客群主要是美国中高收入人群，其收入资产规模及整体消费水平较为稳定。目前美国业务的职业管理团队成熟，同时在过去几年巩固了市场份额和品牌竞争力。从目前已有订单数量看，美国家具业务在今年全年能保持较为稳定的业绩。

### Q3:随着线下开店不断推进，公司产能未来可能会更紧张，公司是如何对产能做短期和长期的规划？

A:产能限制一直是公司近几年发展面对的一大问题。特别是进入秋冬季销售旺季和双十一等大型活动期间，现有产能和供应链速度较难满足快速变化的市场环境。公司近年来持续投入于生产线的更新换代，同时也在已有工厂增加新的产线以扩充产能。但过去几年产能仍高负荷运转，周转速度无法满足市场需求。今年在地方政府的支持下，公司已公告取得新的土地，未来几年将会分批投入建设罗莱智慧产业园。从产能规划看，未来5年整体产能会有很大提升，公司整体的产能产量，供应链反应速度、效率，及工艺水平都会有明显提升。新的产业园会在未来多年分批建设，公司也会根据未来业务的发展情况和对应的工厂建设情况去规划投产。

### Q4:为何需要自建产能，哪些产品或者工艺流程需要完全自建产能？

A:线上和线下对产能的要求各有不同。罗莱线下的产品以高端系列为主，对工艺、品质要求很高，也是罗莱品牌主要的市场竞争力。高端产能的资金投入、员工培训、工艺设计要求也决定了其稀缺性，需要公司不断投入以保持市场领先的产品力。

对于线上来看，产品基本上都是中高端定位，由于电商渠道和消费趋势变化，更要求快速反应和柔性生产能力。而从市场情况来看，OEM存在订量大、生产周期长、产品质量不稳定等问题，无法满足电商市场多变的需求，因此加大自产比例，无论从产品质量、成本优势、交期稳定性等方面来看，都是目前更合理的选择。

目前国内家纺生产端来看，产能主要集中于中低端产品，高端生产的优秀产能较为稀缺、整体提升水平较慢。从整个家纺行业的情况来看，公司拥有最好的生产技术、管理能力和资金优势，新的罗莱生活智慧产业园的建设，将以智能制造、绿色环保、数字化管理和效率提升为建设重点，也希望打造成为国内最优秀的家纺产业供应链。

	<p><b>Q5: 电商策略有什么更新吗?</b></p> <p>A: 公司的电商策略是收入与质量并重, 近年来罗莱品牌线上毛利率、客单价都保持了稳步的提升。由于线上消费者对于价格敏感度更高, 因此提价提毛利必须依赖于产品力和品牌力的提升。公司基于对线上消费升级的观察, 及时调整产品结构, 目前罗莱品牌的客单价始终保持行业领先水平, 维持了高端家纺的品牌定位, 使线上、线下的品牌认知保持统一。</p> <p>公司 2022 年也会保持线上罗莱、乐蜗 LOVO 双品牌不同的定位, 满足不同消费者的差异化需求。</p> <p>同时罗莱品牌线上整体收入、毛利率的提升, 带动了电商端毛利的稳步提升。今年乐蜗 LOVO 品牌出现下滑, 一方面是今年线上流量变化较大, 另一方面在消费环境变化之下, 公司更希望聚焦在高毛利的产品上, 在投流或直播上会更加谨慎。</p> <p>目前公司全力备战已经到来的双十一旺季, 也依规划推出了各项促销和激励方案, 希望能够保持线上、线下的市场地位和竞争优势。</p> <p><b>Q6: 目前存货的结构和国内家纺存货的情况如何?</b></p> <p>A: 从存货的拆分看, 存货同期增长主要是由于美国家具业务的存货增长造成。截至 9 月末, 美国家具业务的存货仍然较去年同比提升, 由于莱克星顿高端家具的定制属性和海运物流紧张, 导致其交货期较长, 同时叠加美元汇率因素, 报表端体现更为明显。</p> <p>对于国内家纺业务, 由于上半年疫情影响, 下半年线下期货比往年整体滞后。同时, 吸取了去年双十一备货不足的经验, 今年整体线上备货更为充分。</p>
附件清单	无
日期	2022-10-27