

股票代码：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：2023-8-23

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他(请文字说明其他活动内容) <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
活动参与人员	长江证券 雷玉、大成基金 黄博涵、德邦证券 李施璇、东北证券 苏浩洋、东北证券 朱炎、东北证券 杨妍、东吴基金 朱冰兵、东吴基金 赵艺原、东吴基金 李婕、东兴证券 沈逸伦、东兴证券 刘田田、东证资管 唐亮、沅京资本 汤晨晨、光大保德信基金 张禹、光大证券 孙未未、光大证券 朱洁宇、广发证券 董建芳、国金证券 张陆、国盛证券 王佳伟、国盛证券 杨莹、国泰君安 曹冬青、国泰君安 赵博、国信证券 刘佳琪、海富通 曲奕合、海富通 赵冰沙、海通证券 成然、海通证券 王天璐、合煦智远基金 张夺、合煦智远基金 朱伟东、华安证券 黄玺、华宝信托 顾宝成、华西证券 郑国澄、嘉实基金 张鑫荔、建信人寿保险 严迪超、金斧子资本 张波、进门财经 赵嫚妮、开源证券 吴晨汐、明河投资 姚咏絮、摩根大通 樊荣、宁银理财 刘野、农银汇理基金 许悦、山西证券 孙萌、山西证券 王冯、上银基金 黄煜霄、申万宏源 求佳峰、申万宏源 王立平、申万宏源 李璇、首创证券 陈梦、首创证券 郭琦、太平洋证券 龚书慧、天弘基金 谢雨阳、万家基金 苏秦婉、西部证券 徐乙苒、兴业证券 韩欣、兴业证券 赵宇、远策投资 刘英杰、招商证券 唐圣炀、浙商证券 邹国强、中金公司 陈婕、中金公司 曾令仪、中金资管 张敏琦、中科沃土 姚慕宇、中信建投 刘岚、中信证券 冯重光、中信证券 魏一、中信证券 王瑞迪、中银证券 杨雨钦、中银证券 王恺玥、

	中银证券 郝帅、中银证券 赵泰、中域投资 韩雪、紫阁投资 叶鸿池、紫金矿业投资 李世春
公司接待人员	董事会秘书 薛霞 证券事务代表 毛伟
时间	2023年8月22日 15:00-16:00
地点	电话会议
形式	电话会议
交流内容及具体问答记录	<p>公司2023半年度实现营业收入24.56亿元，同比增长3.12%；归母净利润2.85亿元，同比增长27.69%；扣非归母净利润2.58亿元，同比增长23.76%。盈利能力方面，2023上半年，公司毛利率同比提升2.17pct至45.49%；费用率方面，2023上半年，公司期间费用率合计提升0.43pct至30.59%，其中销售、管理、研发、财务费用率分别为22.46%（同比+0.87PCT）、5.86%（-0.75PCT）、2.58%（+0.17PCT）、-0.31%（+0.14PCT），其中销售费用率提升主要为促销费、广告及业务宣传费增加所致，管理费用率下降主要是公司实行降本增效，提升管理效率所致。存货方面，截至2023年6月末，公司存货15.69亿元，国内家纺业务存货状况持续改善，美国家具业务库存增加。经营活动现金流方面，2023上半年，公司经营活动现金流净额为3.01亿元，同比增长1040.12%。门店方面，23年6月末公司门店合计2692家、较年初净增加30家，其中直营、加盟门店各为318家、2374家，较年初分别净增加11家、19家。</p> <p>Q1：公司的电商渠道发展情况如何？</p> <p>A1：公司主要的线上电商渠道是京东、天猫、唯品会和抖音这几个电商平台；从上半年的表现来看，几个电商平台表现略有差异；</p> <p>京东是公司上半年增长较快的电商平台，主要是由于之前京东平台的基数较弱，同时公司调整了运营团队效果较好，双重因素使得公司在京东平台取得了较好的成绩；其次，公司深耕多年的天猫平台表现依旧向好，是公司目前销售规模最大、行业内毛利率最高的电商销售平台；唯品会的平台流量和平台政策在上半年有变化，也导致了公司在唯品会的销售略有下滑，后续公司会根据不同的平台政策采取对应的措施。抖音平台近年的流量趋势发生了较大变化，客单价和毛利率相对较低，公</p>

司仍在进行优化产品结构并调整运营策略。

Q2：公司在美国的莱克星顿发展情况如何？

A2：今年上半年，莱克星顿的家具业务出现了个位数的下滑，属于正常的季度性波动；2022年上半年，莱克星顿增速较高，基数较大，同时受国际海运的紧张形势造成的海运成本显著上升影响，毛利率较低。今年上半年，国际海运形势稳定，叠加美元汇率增长，形成了莱克星顿毛利率和净利率同比提升的局面。过去三年，莱克星顿充分加强了自身的核心竞争力，搭建了新的 ERP 系统、实施新一轮股权激励、实现美国本土的产能扩张、挖掘海外新供应商，延续了稳健经营的风格，同时莱克星顿当前的订单情况也较为稳定。

Q3：公司线下渠道数量的变化情况及未来开店计划？

A3：加盟渠道一直是公司最重视的渠道之一，长期以来，公司和加盟商之间形成了互利、共赢的良好局面，公司近年来一直保持着行业内较好的开店速度。23年6月末公司门店合计2692家、较年初净增加30家。

目前，公司的开店计划主要是巩固华东地区的绝对优势地位，华东地区作为中国人均收入和消费力最强的地区，伴随经济恢复仍然有较大的发展空间，同时公司在华东地区的影响力、品牌知名度也使开店推进更为顺利；其次，公司聚焦全国空白市场，逐步取代由白牌、杂牌占据的部分地区，消灭空白市场；最后，考虑市场竞争激烈、公司当地加盟商水平和竞争力不足的地区，争取补足和加强公司在该地区的竞争力。

正常情况下，行业内下半年的开店速度会优于上半年，公司将坚定长期战略，保持稳健经营，继续推进渠道扩张和各项战略落地。

Q4：公司未来的分红政策是否会有变更？

公司的分红率和分红政策都比较稳定，未来公司也会根据资本市场和公司自身的实际情况，采取合适的分红政策。

Q5：公司罗莱智慧产业园的建设进度如何？

A5：公司目前在南通建的产业智慧园区，其中包括办公、仓储、工厂、物流等；公司争取到双十一整体仓储部分可投入使用，后续智能工厂等其他部分还在积极投建过程中。公司为该项目制定了中长期的3-5年的整体规划。后续，公司会综合考量自

	<p>身供应链升级需求和市场发展情况,制定稳健合理的建设规划并及时公告。</p> <p>Q6: 公式的系列产品类别较多, 这些产品的变化如何?</p> <p>A6: 公司的套件产品以粹、雅、尚、囍系列为主, 以婚庆喜系列的红色套件系列为例, 婚庆系列占产品在不同年份的比例约为 5-7%, 2022 年上半年婚庆系列产品受到大环境的抑制基数较低, 同时今年作为婚庆大年, 婚庆系列产品相关销售有所提升。</p> <p>公司十分注重婚庆产品的消费人群, 希望借助婚庆系列产品让这些年轻的消费人群认识公司品牌、设计、配套服务和洗护服务从而成为忠实会员, 对公司来说, 婚庆系列的意义在于获取新客并取得连带销售, 并对新客的消费习惯进行培育。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>不涉及</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件(如有, 可作为附件)</p>	<p>无</p>