

罗莱生活科技股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2023-9-4

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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(请文字说明其他活动内容)
活动参与人员	参加公司 2023 年半年度业绩说明会的投资者
公司接待人员	公司总裁兼财务负责人薛嘉琛先生、董事会秘书薛霞女士、独立董事唐善永先生、保荐代表人崔传杨先生、证券事务代表毛伟先生。
时间	2023 年 9 月 4 日 15: 30-16: 30
地点	网络互动平台：价值在线（www.ir-online.cn）
形式	网络互动方式
交流内容及具体问答记录	<p>Q1: 23 年上半年公司销售渠道有哪些？营收占比分别为多少？</p> <p>A1: 尊敬的投资者您好，公司 2023 上半年主要销售渠道包括线上销售、线下直营、线下加盟、其他渠道（主要为大客户团购）和美国业务（主要为海外线下），收入占比分别为 27%、8%、35%、8%和 22%。详细数据您可以参考公司已发布的 2023 年半年度报告，感谢您的关注。</p> <p>Q2: 请问，罗莱智慧产业园项目是在上市公司里吗？为什么在建工程科目只有物流子项目的金额？是只有物流子项目在上市公司里，其他不在上市公司里吗？智慧产业园一期明年初就投产了，为什么半年报在建工程只有 1.74 亿元？上半年在建工程增加额不到 0.5 亿元？</p> <p>A2: 投资者您好，目前罗莱智慧产业园项目均在公司体内，智</p>

慧产业园项目包括办公、仓储、工厂、物流等工程，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。

Q3: 目前门店数量？分布情况？

A3:截至 2023 年 6 月 30 日，公司国内直营门店数量为 318 家，加盟门店数量为 2374 家，合计门店数量为 2692 家；本报告期净增加的门店数量合计为 30 家。相关数据您可参考公司已经披露的 2023 年半年度报告。

Q4: 请领导介绍下公司品牌矩阵。

A4:公司采用多品牌运作策略，以满足消费者多元化个性需求和对高品质生活方式的追求，具有良好的品牌知名度和美誉度。目前公司品牌覆盖超高端市场（廊湾、莱克星顿、内野），高端市场（罗莱、罗莱儿童）和大众消费市场（LOVO 乐蜗、恐龙）。上述品牌的具体情况可以查看公司 2023 年半年度报告披露的内容。

Q5: 跟同行业公司相比，公司的核心竞争力是？

A5:公司的核心竞争力主要集中在以下几个方面：1、公司优秀的文化、机制和人才；2、良好的品牌知名度和美誉度；3、强大的销售网络；4、一流的设计研发能力；5、持续提升的供应链综合管理能力。上述公司核心竞争力的具体内容，可以参照公司 2023 年半年度报告中的“核心竞争力分析”章节内容。

Q6: 目前存货情况如何？

A6:尊敬的投资者您好。截至 2023 年 6 月 30 日，公司期末存货同比期初下降 4.12%，从存货结构来看，国内家纺业务存货余额同比去年同期有所下降，美国家具业务由于定制周期、海运时间较长等原因存货余额同比有所上升。感谢您的关注。

Q7: 下半年公司的发展还能保持增速吗？

A7:尊敬的投资者，您好。公司 2023 上半年实现营业收入 24.56 亿元，同比增长 3.12%；归属于上市公司股东的净利润 2.85 亿元，同比增长 27.69%，保持了较好的增长。近年来外部环境和市场竞争复杂多变，造成二级市场的显著波动，但无论外部环境如何，公司终坚持积极应对市场考验，并以长期的优秀

	<p>分红来回报广大投资者。下半年，公司管理层仍将在稳步推进主营业务、提升设计研发能力、加强产品营销推广的同时，继续拓张线下渠道、提升线上效率、加强供应链管理能力和反应速度，以数据化系统提升管理效率，为公司和股东持续创造价值。感谢您的关注。</p> <p>Q8:请领导介绍一下公司未来的开店计划，直营还是经销以及分布城市。</p> <p>A8:尊敬的投资者您好。公司近年来积极推进线下渠道拓张，连续三年保持了行业领先的开店速度，取得了较好的成果。线下渠道一直是公司最重视的渠道之一，公司线下直营以全国核心省会和超一线城市经营为主，加盟商开店以一线以下城市为主，公司和加盟商之间形成了互利、共赢的良好局面，也保持了行业内较好的线下渠道布局。23年6月末公司门店合计2692家、较年初净增加30家。</p> <p>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，尽快消灭空白市场；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。感谢您的关注！</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>