

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：2024-04-29

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	申万宏源 王立平、求佳峰；万家基金 苏秦婉；华泰资管 朱南钰；华西证券 王鹤锴、张津源；国金证券 杨欣；陈梦 首创证券；山西证券 王冯；浙商证券 詹陆雨；合煦智远 张夺；李元玮；东北证券 苏浩洋；明河投资 姚咏絮、张桥石；兴证基金 周翔；仁桥资产 夏俊杰；长江证券 雷玉；光大证券 孙未未、朱洁宇；中金公司 陈婕、林骥川、曾令仪；平安证券 王源；天弘基金 谢雨阳；中银证券 杨雨钦；招商证券 唐圣炆、刘丽；银河证券 郝帅；永赢基金 陆凯琳；开源证券 吴晨汐；浙商资管 唐靓；国盛证券王佳伟、杨莹，兴业证券韩欣、赵宇、赵树理；广发证券 董建芳、糜韩杰；进门财经 丁昕；交银施罗德 高逸云；中信证券 王瑞迪；东方证券 朱炎；东吴证券 赵艺原；西部证券 张璟；君和投资 莎如拉；浙商证券 邹国强；国泰君安 赵博 等
公司接待人员	董事会秘书薛霞
时间	2024年04月29日
地点	电话会议
形式	电话会议
交流内容及具体问答记录	Q1. 公司 2023 年度整体经营情况？ A1: 2023年度，公司实现营业收入53.15亿元，同比增长0.03%，与上年基本持平略增，实现归母净利润5.72亿元，同比上年度下降1.44%；分拆国内外业务，其中国内家纺业务实现营业收入42.67亿元，同比上年度增长3.37%，实现归母净利润5.33亿元，同比上年度增长10.25%；海外业务收入10.48亿元，同比下降11.61%

，海外业务净利润3,939万元，同比下降59%，对公司整体合并报表造成了一定的影响。

2023年公司整体毛利率47.27%，较上年增长1.31pts，其中国内毛利率50.57%，同比增长2.1pts；线上业务毛利率52.21%，同比提升1.68pts；直营毛利率67.25%，同比提升0.7pts；加盟毛利率47.42%，同比提升0.72pts；海外毛利率33.83%，同比降低3.4pts。

销售费用较上年增长1.73亿元，同比增长15.13%；管理费用下降4,150万元，同比下降11.61%；财务费用、研发费用同比基本持平。整体来看公司依然保持了销售端、品牌端的持续投放，同时通过系统化、数字化软件的普及，降低了管理费用，提升管理效率。

2023年末公司存货13.44亿元，较期初下降2.93亿元，同比下降17.87%，由于公司大力推进零售管理升级，加大存货管理和出清力度，各主要品类的存货余额、周转天数均有明显改善。

2023年度，经营活动产生的现金流量净额9.36亿元，较2022年增长117%，公司整体现金流不断优化，经营质量得到进一步的提升。

Q2：公司分红政策如何解读？

A2：本次公司披露的分红预案，主要是响应监管和国九条对高分红、多分红政策的号召，董事会在分红策略上做了多期分红预案——2023年度分红每股0.4元（含税），并在2024年半年度计划分红不低于每股0.2元（含税），总体上保持了每股0.6元以上的整体分红。从公司一贯的分红政策来看，公司重视长期投资者回报，以长期的优秀分红回报广大投资者，保持了优秀的分红率，回馈投资者对公司的关注和支持。

Q3：2024年第一季度业绩的情况？

A3：公司2024年一季度整体营业收入10.88亿元，同比下降12%，归母净利润8,949万元，同比下降49%。主要是受海外持续通货膨胀、美元利率高企、地产周期变化等不利因素影响，海外家具业务收入、毛利率不及预期，对一季度整体业绩影响较大。同时叠加年度税收返还未能在一季度到账，以及国内零售业务下滑带来的利润下降。其中，美国业务的下滑对一季度业务影响比较显著。

Q4. 公司 2023 年度整体开关店情况，2024 年开店策略？

A4：2023 年度整体开店进度基本达到公司年初制定的计划。截至 2023 年末，公司直营店 335 家，加盟店 2,395 家；净开店分别为 28 家、40 家；直营店的单店

	<p>店效和平均营收（开业 12 个月以上）均有较好的提升。得益于公司在过去几年已经积累了较为充分的开店经验和体系化管理经验,通过罗莱私享家提升对消费者的全面服务,提高复购率和连带率,进而提升店铺的零售能力和经营效率。从开店策略上,公司将继续保持积极的开店政策和支持力度,不断引导加盟商重视零售数据和存货周转,提升盈利能力和周转效率,对加盟商持续进行各项零售支持,保证新开业店铺的盈利能力。</p> <p>Q5:去年和今年一季度以来公司终端零售的情况?</p> <p>A5:2023年全年,公司整体零售额保持增长趋势,线下直营店零售有较大幅度提升,加盟店零售额也保持稳健增长。从2024一季度来看,整体零售端呈现前高后低的状态,一二月整体零售回暖,线上线下零售额均有一定幅度同比提升。进入三月后线下零售端有一定下滑,主要由于公司调整了新品上市和存货清仓的时间节奏,造成加盟端零售额较去年同期有所下降。公司也在不断优化更合理的零售节奏,帮助加盟商提高当季货品的毛利率和售罄率,从而提升经营效率,加快存货周转。</p> <p>Q6:公司存货出现明显下降,未来是否保持降库存的策略?</p> <p>A6:截至2023年年末,公司存货13.44亿元,比年初下降2.93亿元,同比下降17.87%,2024年一季度末存货12.96亿元,继续保持下降趋势。近年来公司大力推进零售管理升级,加大存货出清力度,各主要品类的存货余额、周转天数均有明显改善。公司希望以长期的零售为导向,一方面通过供应链升级,降低公司存货金额加快存货周转;另一方面逐步改善家纺行业门店周转较慢的传统问题,减轻加盟终端存货压力,帮助加盟商保持良好的现金流,实现双方共赢的合作模式,从而打造更有竞争力的渠道结构。</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>