

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：2024-05-15

投资者关系活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
活动参与人员	线上参与公司 2023 年度业绩网上说明会的投资者	
公司接待人员	董事、总裁 薛嘉琛；独立董事 唐善永；董事会秘书 薛霞；保荐代表人 崔传杨	
时间	2024 年 05 月 15 日 15:00-17:00	
地点	价值在线 (https://www.ir-online.cn/)	
形式	网络互动	
交流内容及具体问答记录	<p>Q1：我想问一下公司如何评估自己的 ESG 整体表现？我关注到贵公司的华证的 ESG 评级为 BB。针对这一情况，我想了解公司如何看待 ESG 的影响？有无总体提升 ESG 评级的具体计划，例如发布更详尽的 ESG 报告？</p> <p>A1：尊敬的投资者您好。罗莱生活高度重视环境保护、可持续经营，践行绿色发展理念，积极履行社会责任，不断提升企业治理水平。罗莱生活是国内家纺行业第一家也是唯一连续三年披露 ESG 报告的企业。公司也将持续优化和完善 ESG 相关工作，积极践行 ESG 理念，实现上市公司高质量可持续发展。感谢您对公司的关注。</p> <p>Q2：今年一季度利润大幅下跌，是因为美国的家具业务已经亏损，还是国内的业务经营不善？</p> <p>A2：2024 一季度公司净利润下降，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如往年在一季度到账，以及国内家纺零售下滑带来的利润下降。其中，美国业务的下滑对一季度</p>	

业务影响比较显著。

Q3: 贵公司年报和一季报这么差有多少是受海外莱克星顿影响? 有多少是国内因素?

A3: 投资者您好, 2023 年度公司营业收入分拆国内外业务, 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%, 保持了稳健增长; 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。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: 公司的线上销售渠道增长显著, 未来是否会继续侧重线上渠道的发展?

A4: 尊敬的投资者, 您好。2023 年度公司线上渠道收入比上年度增长 8.65%, 线上占整体收入比例超过 30%。线上渠道是公司主要的渠道之一, 公司在保持与天猫、京东、唯品会等大型电商平台紧密合作的基础上, 持续布局抖音等短视频平台, 通过自播、网红达人直播、社群营销、品牌小程序、小红书等多元化营销方式, 提升精细化运营能力, 不断提高品牌知名度和整体盈利水平。

Q5: 国际市场上的表现如何, 特别是在美国市场的家具销售情况如何? 未来是否有进一步的国际化战略?

A5: 尊敬的投资者您好。罗莱生活的愿景是“成为全球家居行业领先者”, 公司目前聚焦国内家纺家居业务, 坚持“大家纺、小家居”方向, 不断提升罗莱品牌的市场占有率和品牌影响力, 同时持续关注海外和全球行业的发展动向。海外家具业务在过去几年中, 受海外地产周期影响而波动较大。感谢您的关注。

Q6: 罗莱生活在提升品牌知名度和市场占有率方面有哪些具体措施呢?

A6: 尊敬的投资者您好。公司通过行业地位树立品牌的差异化, 使“行业第一”的地位逐步深入消费者心智。罗莱床上用品连续 19 年(2005-2023)荣列同类产品市场综合占有率第一位, 罗莱儿童床上用品连续 4 年(2020-2023)

荣列同类产品市场综合占有率第一位。同时，罗莱以“超柔床品”作为产品基调，打破同质化壁垒，打造具有超柔属性的特殊产品印记。公司根据线上、线下不同消费者的痛点及需求，聚焦消费者的探索链路，精准品牌营销投放，同时聘请第三方专业机构进行定期的消费者调研，建立了从创意，到规划，到投放再到评测的闭环，致力于不断提升品牌的知名度、美誉度和忠诚度。感谢您的关注。

Q7：过去一年公司的主要销售客户和供应商有显著变化吗？

A7：尊敬的投资者，您好。公司年报中披露的主要销售客户为主流电商平台和头部加盟商，整体较为稳定。公司主要供应商为核心原材料战略供应商，根据当年采购的产品结构有小幅变化，整体也较为稳定。感谢您的关注。

Q8：面对原材料价格波动和宏观经济波动的风险，公司有哪些具体的应对措施？

A8：尊敬的投资者，您好。公司应对不确定性风险的主要对策在于持续加强核心竞争力，凭借竞争优势不断巩固行业地位，提高抵御宏观、行业风险的能力。公司采取成本定价结合品牌、市场等综合因素进行定价的策略，公司核心原材料多与战略供应商长期合作，拥有批量采购优势，同时基于对行业的理解，会在判断原材料价格较低时进行期货囤货，因此能在一定程度上平缓原材料价格波动的影响。同时公司也会结合客户反馈、行业竞争格局、品牌营销等多方面做综合的考量，确保公司作为行业龙头的盈利能力和市场竞争力。面对宏观经济波动，公司将持续关注 and 把握国际局势动态、行业发展趋势，加强宏观战略意识和危机意识，同时保持战略定力，持续推进产品力、渠道力、品牌力、运营力的提升，促进公司实现高质量、稳定性、可持续发展，保持领先优势。感谢您的关注。

Q9：去年公司在履行环保和社会方面采取了什么措施和成效？

A9：尊敬的投资者，您好。公司严格遵守国家法律法规的要求，搭建了完善的环境体系，严格控制和减少污染物排放，推进组织的清洁生产；公司始终把社会责任作为企业责任来践行，坚持关注公众的福祉与利益，做有担当、有温度的企业，连续十余年荣获中国乡村发展基金会爱心企业。具体内容详见公司披露的《2023 年度环境、社会及治理（ESG）报告》。

Q10：请问公司在智能化、数字化转型方面有哪些进展？

A10：尊敬的投资者，您好。数字化转型一直是公司近年来的工作重点。

	<p>在供应链端，公司不断推行精益生产与TOC（Theory of Constraints）约束理论相结合的运营管理模式，围绕标准化、流水线化、自动化、数字化、网络化的智能制造实施路径进行持续改善。同时公司对供应链数智化进行了全面规划并分步实施，建设横纵结合的分析体系，横向拉通从销售预测到最终交付的端到端全盘视角，纵向深挖各业务子域的运营能力，依托于横纵结合的分析体系，实现精准的供应链数智化改造，打造“分析→升级改造→分析”的循环数智化升级，从而建设成快速响应、准时交付、具有成本优势的数智化供应链。在销售端，公司领先于行业布局了全面的数字化终端零售分析管理系统，并不断提升终端零售数据的准确性和颗粒度，及时了解消费市场变化和消费趋势，为业务决策提供充分的数据支持。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>