

证券代码：002612

证券简称：朗姿股份

朗姿股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025-004

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	31 家机构 40 名人员参与，机构清单见附件
时间	2025 年 5 月 19 日
地点	北京市朝阳区朗姿大厦
形式	线上会议
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书：王建优；证券事务代表：易文贞
交流内容及具体问答记录	一、介绍公司 2025 年第一季度经营情况 1、营业收入、毛利率及归母净利润 2025 年第一季度，公司实现整体营业收入约 13.99 亿元，较上年同期同比下降 7.77%；实现毛利率 59.72%，比上年同期增长 0.61 个百分点；实现归母净利润约 0.95 亿元，同比上升 5.12%；扣非后归母净利润约 0.73 亿元，同比下降 6.89%。 2、经营活动产生的现金流量净额 2025 年第一季度，经营活动产生的现金流量净额约 1.74 亿元，同比下降 23.43%。 3、基本每股收益、加权平均净资产收益率 基本每股收益 0.2153 元，同比上升 5.13%；加权平均净资产收益率为 3.36%。 4、总资产和净资产 截至 2025 年 3 月 31 日，公司总资产约 80.04 亿元，较上年末增长 0.41%；归属于上市公司股东的净资产约 28.83 亿元，较

	上年末增长 3.42%。 5、各业务板块经营情况 2025 年第一季度，医疗美容业务板块实现主营业务收入约 6.70 亿元，较上年同期减少 9.22%；实现毛利润约 3.69 亿元，同比减少 8.58%；毛利率 55.05%，同比上升 0.38 个百分点。实现归母净利润约 3,821 万元，同比减少 36.94%。 2025 年第一季度，女装业务板块实现营业收入约 5.04 亿元，较上年同期减少 5.74%。实现毛利润约 3.25 亿元，较上年减少 5.52%；毛利率 64.51%，较上年提升 0.15 个百分点。实现归母净利润约 3,663 万元，增长 21.21%。 2025 年第一季度，婴童业务板块实现营业收入约 2.21 亿元，较上年同期下降 8.52%，实现毛利润约 1.37 亿元，毛利率 62.28%，同比上升 1.78%。实现归母净利润 49.28 万元，同比下降 72.23%。 二、投资者交流问答情况 1、请介绍一下一季度公司各医美品牌业绩实现情况 回复：米兰柏羽 2025 年第一季度实现营业收入 30,261.88 万元，同比减少 8.74%；实现毛利率 54.62%，同比下降 0.40%；实现净利润 1,586.11 万元，同比下降 50.19%。 晶肤医美 2025 年第一季度实现营业收入 12,520.01 万元，同比增加 1.13%；实现毛利率 46.17%，同比增长 1.59%；实现净利润 457.05 万元，同比增长 633.07%。 韩辰医美 2025 年第一季度实现营业收入 9,792.52 万元，同比减少 1.43%；实现毛利率 54.47%，同比增长 1.17%；实现净利润 875.27 万元，同比减少 1.95%。
--	---

	武汉五洲 2025 年第一季度实现营业收入 4,755.26 万元，同比下降 15.11%；实现毛利率 50.69%，同比下降 1.29%；实现净利润 325.68 万元，同比下降 43.93%。 长沙雅美 2025 年第一季度实现营业收入 4,070.35 万元，同比下降 28.61%，实现毛利率 55.96%，同比增长 0.17%；实现净利润 208.69 万元，同比下降 51.31%。 高一生事业部 2025 年第一季度实现营业收入 3,607.63 万元，同比减少 23.12%；实现毛利率 55.02%，同比上升 1.32%；实现净利润 85.90 万元，同比下降 79.42%。 郑州集美 2025 年第一季度实现营业收入 2,567.64 万元，同比下降 16.26%；实现毛利率 59.00%，同比增长 0.72%；实现净利润 164.11 万元，同比下降 57.34%。 2、2025 年医美业务的主要经营策略。 回复：1）基于回归医疗的底层逻辑，坚持管理和技术上的变革，建立以适应症为基础的整体解决方案。紧紧围绕技术创新、前沿材料、美学趋势等重点领域，不断丰富创新成果和优势品牌项目，为求美者创造更多价值型的系列解决方案，为医美行业的健康发展注入强劲动力。2）坚持以客户需求为导向，以实现客户价值为标准，通过打造品牌医生 IP 团队，重塑客户、美学设计师和医师间的快速沟通机制和业务流程，不断提升方案和服务交付能力，持续提高客户满意度。在营销方式上，不断优化营销渠道效率，注重内容营销，加强优秀营销案例的内部分享和传播。3）在信息化基础上持续提升数据治理能力。通过数仓平台升级，提升数据准确性，支撑业务决策；通过提供多维度自动报表，提升机构效率；通过培养分析人员，挖掘业务痛点，助力业绩提升。
--	---

	3、请介绍一下公司体外产业基金医美机构收购计划 回复：公司将在满足收购条件的前提下加速推进体外医美机构纳入合并范围。体外机构收入体内的标准主要是规范性和成长性。近年内，医美行业的成长性被诸多企业看好，收购市场竞争较为激烈。为提前锁定有成长潜力的医美机构，公司通过医美产业基金前期先筛选和孵化，主要基于以下考虑：一方面，医美行业处于成长初期，市场上可供选择的成熟机构有限，与公司相符合的商业模式尚未建立，经营能力尚不稳定，利润较少或不确定，若用上市公司直接收购会导致公司营业利润的大幅波动；另一方面，医美产业基金收购的大部分医美机构尚处于早期的不规范阶段，不具备直接收入上市公司的条件，需要进行一段时间的合规梳理和规范运营后才能进行体内收购。同时，公司致力于医疗美容机构管理多年，已积累了一整套较为科学和完善的客户引流、医疗诊治、业务流程和售后服务体系，具备了可复制的医美机构管控模式。近年来，采用“体外培育+ 成熟后收购”模式也已得到相关行业的上市公司的普遍接受。截至目前，公司设立的七支医美并购基金共持有 7 家体外医美机构，其中：5 家综合性医院——重庆时光、南京韩辰、南京华美、杭州米兰、郑州韩辰和 2 家诊所——株洲雅美、衡阳雅美。 4、请介绍一下一季度医美消费频次和客单价的同比变化情况 回复：按公司医美客户每人消费的数据看，2025 年第一季度与同期相比：外科客（次）单价为 7608 元/人/次，提升约 22%；微创科消客（次）单价为 2766 元/人/次，提升约 10%；皮肤科客（次）单价为 662 元/人/次，提升约 0.3%。 5、请介绍一下一季度医美各类医美材料消费趋势的变化
--	--

	回复：2025 年第一季度，重要材料如胶原蛋白、再生材料占收入比与同期相比分别上升 2.15%和 1.96%；肉毒素和水光针占收入比同比分别上升 0.62%和 0.57%；玻尿酸材料占收入比同比下降 4.14%。 6、请介绍一下公司一季度女装存货情况 回复：截至 2025 年第一季度末，女装存货总额约 6.46 亿元，较上年末下降 4.75%，其中库存商品净额约 5.12 亿元，较上年末下降 7.45%。1 年以内库存商品净额约 3.99 亿元，较上年末下降 5.61%；1-2 年库存商品净额约 0.92 亿元，较年初下降 15.74%；2 年以上库存商品净额约 2198 万元，较年初下降 1.90%。2025 年第一季度，存货结构得到进一步改善。 7、请介绍一下女装一季度线上线下消费占比变化情况 回复：2025 年第一季度，公司女装线上销售额约 2.13 亿元，同比增长 14.31%；占比 42.62%，相比于同期占比 35.04%提升约 7.58 个百分点，较 2024 年占比上升约 2.7%。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	无
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）	无

附件：机构清单

中信证券	嘉实基金
北京沅沛	农银汇理
杭银理财	广东正圆

兴亿投资	浙江景裕
乾惕投资	上海聚鸣
东兴证券	北京禹田
同泰基金	广发基金
西藏源乘	安邦资产
厦门中略	天风证券（自营）
北京逸原达	深圳德远
农银人寿	青岛逻辑
誉辉资本	上海人寿
苏州龙远	广东恒阔
海富通基金	荷荷（北京）
金鹰基金	四川龙蟒
上海混沌	