

证券代码：002293

证券简称：罗莱生活

公告编号：2019-017

罗莱生活科技股份有限公司 2018 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因
----	----	-------

声明

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以未来实施分配方案时股权登记日的总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 4.00 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 1 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	罗莱生活	股票代码	002293
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	田霖	魏楠楠	
办公地址	上海市七莘路 3588 号	上海市七莘路 3588 号	
电话	021-23137924	021-23137924	
电子信箱	ir@luolai.com.cn	ir@luolai.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）业务概述

报告期内，公司聚焦以床上用品为主的家用纺织品业务（集研发、设计、生产、销售于一体），通过百货、品牌旗舰店、社区专卖店、购物中心、平台电商、直营电商、B2B、礼品团购等线上、线下各销售渠道，以覆盖高端市场（廊湾、莱克星顿、内野）、中高端市场（罗莱、罗莱儿童）和大众消费市场（LOVO）的多品牌产品，满足不同类型的消费需求，同时继续探索全品类家居生活馆模式。

除公司2017年收购的家居品牌莱克星顿销售市场主要在美国以外，公司其他品牌产品的销售均以国内市场为主。

（二）业务模式

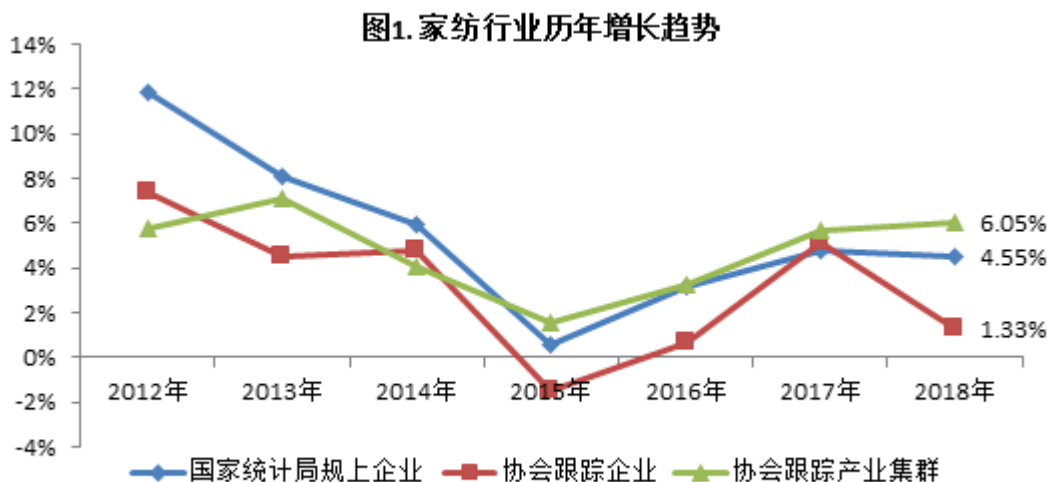
公司采取自主品牌经营模式与品牌代理销售模式，以自有品牌经营为主。公司拥有多个自主品牌，具备品牌运作、产品设计开发、供应链管理和营销网络管理的综合能力，通过自主生产、委外生产、定制生产三者相结合的模式进行产品的设计和生产，以直营、加盟或两者相结合及线上、线下全渠道覆盖的模式进行产品的销售。公司同时也代理多个国际知名品牌，进一步丰富产品系列，以满足消费者更加多元化的需求。

（三）业绩驱动主要因素

报告期内，公司进一步聚焦家纺，以床上用品为主的家纺产品是公司营业收入的主要来源。伴随消费升级和人们对品质生活的追求，高端消费市场价格因素的影响在弱化，面料、款式和产品风格关注度不断加强，品牌家纺以其高品质的家纺产品和服务越来越受到中高端消费者的青睐。同时随着城镇化的推进，城镇人口不断增加，以及电商渠道的快速发展，为床上用品市场的消费提供了更加广阔的空间，家纺产品日常更替需求也持续增加。

（四）报告期内行业情况

据中国家纺协会发布的中国家纺行业发展报告，2018年，家纺行业总体保持平稳态势。行业增长速度由2015年触底回升，近几年一直保持平稳运行，近两年增速保持在4%-5%的区间。据国家统计局数据显示，2018年1857家规模以上家纺企业共实现主营业务收入2041.58亿元，同比增长4.55%，增速保持平稳。协会跟踪统计的210家样本企业实现主营业务收入871.29亿元，同比增长1.33%。跟踪统计的15个产业集群实现主营业务收入2421.39亿元，同比增长6.05%。



数据来源：国家统计局、中国家纺协会

3、主要会计数据和财务指标

（1）近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：人民币元

	2018 年	2017 年	本年比上年增减	2016 年
营业收入	4,812,808,573.97	4,661,850,865.51	3.24%	3,152,216,442.15
归属于上市公司股东的净利润	534,524,240.53	427,876,997.14	24.92%	317,296,870.91

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	432,285,602.71	383,618,719.08	12.69%	265,982,512.41
经营活动产生的现金流量净额	106,316,039.89	398,329,906.71	-73.31%	505,346,104.89
基本每股收益（元/股）	0.7237	0.6083	18.97%	0.4521
稀释每股收益（元/股）	0.7236	0.6083	18.95%	0.4521
加权平均净资产收益率	14.98%	14.79%	0.19%	12.05%
	2018 年末	2017 年末	本年末比上年末增减	2016 年末
资产总额	5,007,299,328.00	4,588,164,301.50	9.14%	4,208,287,243.79
归属于上市公司股东的净资产	3,784,838,448.53	3,005,011,146.47	25.95%	2,739,037,065.78

（2）分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,171,508,749.60	1,025,397,819.67	1,254,774,915.17	1,361,127,089.53
归属于上市公司股东的净利润	156,488,769.09	61,939,320.59	158,666,766.85	157,429,384.00
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	132,702,323.24	58,755,124.43	93,052,200.00	147,775,955.04
经营活动产生的现金流量净额	-21,880,228.30	-12,176,168.75	-170,809,405.24	311,181,842.18

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

4、股本及股东情况

（1）普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	31,625	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	30,219	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
伟佳国际企业有限公司	境外法人	16.57%	125,000,000	0			
余江县罗莱投资控股有限公司	境内非国有法人	11.36%	85,720,361	0			
薛骏腾	境内自然人	11.16%	84,217,860	0	质押	33,151,346	
石河子众邦股权投资管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	6.63%	50,000,000	0			
王辰	境内自然人	4.64%	35,020,593	0	质押	21,250,000	
薛晋琛	境内自然人	4.64%	35,020,593	0	质押	24,927,323	
上海伟发投资控股有限公司	境内非国有法人	4.09%	30,827,702	30,827,702	质押	30,827,702	

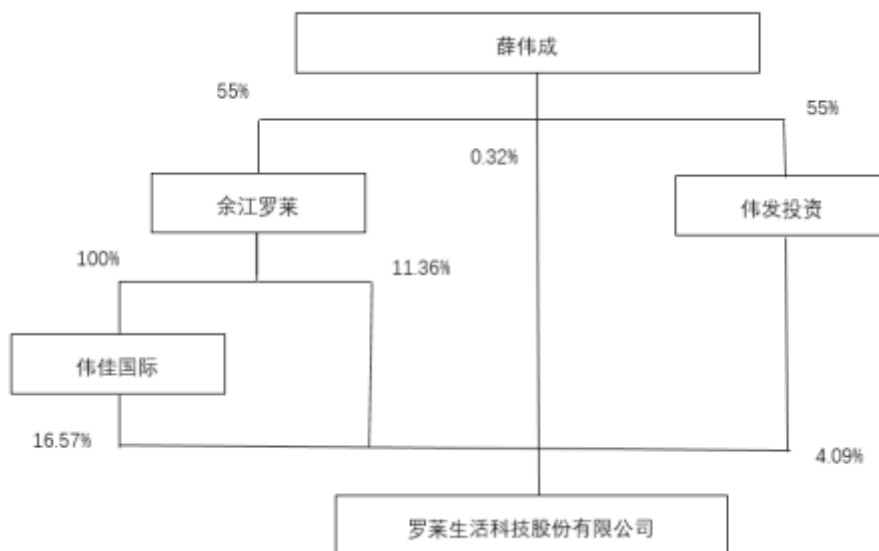
北京本杰明投资顾问有限公司	境内非国有法人	2.29%	17,255,261	0	
薛剑峰	境内自然人	2.07%	15,635,046	0	
太平洋证券-兴业银行-太平洋证券红珊瑚 8 号集合资产管理计划	其他	1.36%	10,252,570	0	
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司的实际控制人为薛伟成先生，持有余江县罗莱投资控股有限公司 55% 的股权，并持有上海伟发投资控股有限公司 55% 的股权。公司的控股股东为余江县罗莱投资控股有限公司，截至报告期末，余江县罗莱投资控股持有本公司 11.36% 的股份，伟佳国际企业有限公司持有本公司 16.57% 的股份。余江县罗莱投资控股有限公司为伟佳国际企业有限公司唯一股东，上海伟发投资控股有限公司持有本公司 4.09% 的股份。薛骏腾先生，系薛伟成的弟弟薛伟斌之子；王辰女士，系薛伟成长子之配偶；薛晋琛先生系薛伟成之次子；薛剑峰先生，系薛伟成之侄。除以上情况外；公司未知其他前十名股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。				
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无				

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求
否

2018年受金融去杠杆及下半年开始的中美贸易摩擦的影响，中国经济增长速度出现回落，根据国家统计局发布的数据，我国2018年度GDP同比增长6.6%，较上一年增速回落0.3%。宏观经济增速下滑、特别是中美贸易摩擦对消费者信心和零售总额带来较大影响，也给家纺行业发展带来一定的压力。在宏观环境承压及消费升级大趋势下，家纺消费呈现如下差异化特征：

一方面，伴随消费升级和人们对品质生活的追求，高品质的家纺产品和服务越来越受到中高端消费者的青睐。中高端消费者在购买家纺产品时对价格因素的影响在弱化，对面料、款式和产品风格的关注度不断加强，品牌家纺凭借其鲜明的设计风格、优质的面料以及高舒适度更加受到中高端消费者的青睐。

另一方面，随着经济增速下滑、房地产支出占家庭收入比重不断上涨的趋势等因素影响，一部分理性的消费者人群数量在不断增长。追求性价比，选择更理性、更适合的品牌成为这部份消费者的行为特征，高性价比的大众消费市场的规模也在不断加大。

报告期内，公司聚焦主业、聚焦主要品牌，对品牌定位重新梳理，针对不同的消费人群，制定更精准的品牌形象和定价体系，不断提升客户满意度。同时公司积极推动精细化管理，提升管理效益，加强成本管理及费用管控，在下半年市场压力加大的情况下，公司全年利润仍实现超过20%的增长2018年度，公司实现营业收入48.13亿元，较去年同期增长3.24%，归属上市公司股东的净利润5.35亿元，较去年同期增长24.92%。

报告期内，公司业务主要围绕以下几个方面展开：

1. 聚焦主业，聚焦主要品牌，积极探索全品类家居模式

报告期内，公司先后聘请国际知名咨询公司协助参谋，通过严谨分析、反复论证，本着“以客户为中心”、不断提升消费者满意度的企业宗旨，管理层对集团业务进行了梳理与决策，针对公司不同的业务制定了发展计划与策略，并重点针对罗莱品牌和LOVO品牌天猫旗舰店业务进行了平稳切换，电商品牌LOVO实现独立运作。公司持续加强品牌建设，罗莱品牌和LOVO品牌分别聘请品牌代言人并根据品牌定位完成一系列的品牌推广与营销活动，取得良好的市场口碑。



(图1：罗莱代言人高圆圆)

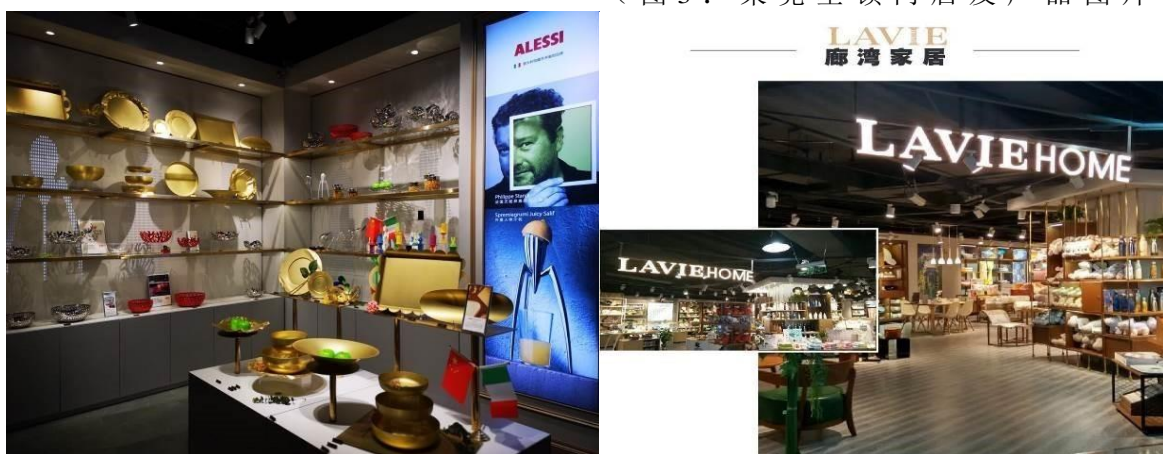


(图2：lovo代言人周冬雨)

与此同时，公司明确廊湾品牌和莱克星顿品牌作为集团探索全品类家居业务的载体，稳步推进“大家纺小家居”业务，由以床品为主的家纺产品逐步向卫浴、餐厨、生活家居等多个品类延伸，向消费者呈现丰富的家居生活场景，满足一站式、体验式购物的需求。



(图3：莱克星顿门店及产品图片)



(图4：廊湾家居门店及产品图片)

2. 产品研发创新突破，不断引领市场趋势

报告期内，公司罗莱品牌策略围绕“超柔床品”的品牌定位，从物理触感和精神内涵两个角度进行延展，从“底层科技-产品-生活价值观”三个层面丰富品牌故事。在不同的消费者触点中，进行多层次的立体式沟通。罗莱柔软的产品质地，是所有沟通的核心，以“粹”系列为代表，去掉繁复的设计元素，通过更加纯粹的视觉来传达卓越材质所带来的柔软体验，同时选用140支匹马棉（Supima）的碧海蓝，代表品牌视觉锤。并通过柔软星级，帮助消费者体会和了解罗莱材质的卓越。

公司持续投入研发“柔软新科技”，在2018年确定了罗莱“超柔床品”品牌定位的基础上，公司制定了家纺面料的柔软标准等级，以及可以触摸检测柔软系数的智能化仿手，率先在行业里将家纺面料的一项重要指标“柔软”实现数据化、可检测化。



(图5：罗莱超柔床品图片)

3. 电商渠道持续发力

报告期内，根据公司品牌战略规划，在充分预计LOVO品牌独立运作可能承受的业绩压力的前提下，为了品牌的长远发展公司完成了LOVO品牌和罗莱品牌天猫店铺的平稳切换。

罗莱品牌依托强大的实体渠道以“超柔床品”为锚点，推进全渠道新零售建设；LOVO品牌针对年轻的消费人群，定位“欧洲新锐设计师设计”，并聘请了新的代言人，完成品牌LOGO升级，启动“”欧洲100项目，计划在欧洲合作100位设计师进行设计创新。各品牌着力加强售后服务质量，不断提升品牌在电商渠道消费者的满意度和忠诚度。

报告期内，公司各电商渠道业绩稳中有升，天猫渠道稳步增长，京东和唯品会销售收入呈较快增长态势，电视购物与团购渠道快速增长。2018年“双十一”集团电商业务销售规模持续领先同行，建立起了电商渠道的竞争壁垒。

4. 加强员工激励，优化绩效考核和奖励方案

文化、机制、人才是公司的核心竞争力之一，报告期内，公司加强员工激励，优化绩效考核和奖励方案，并分两期向94位骨干员工授予1042万股限制性股票，建立公司与员工的事业共同体，让员工分享企业价值成长所带来的收益。公司持续加强内部人才梯队建设，开展人才梯队项目，组织各层级人才盘点，识别人才梯队并实施针对性的培养方案；罗莱大学推出多期培训项目，对经销商及核心管理人员、导购队伍进行能力提升和经验分享。公司人均效率得到进一步提升，人员稳定性达到行业优秀水平。

5. 推进零售转型，推动全渠道发展

报告期内公司以罗莱品牌为主持续推进零售转型战略，公司以消费者为中心，加强消费者洞察体系的建设，以提升消费者满意度为运营目标，指导商品企划、产品研发、VMD、营销创新和门店运营。公司以消费者需求为抓手，推动渠道和门店及时调整运营节奏，以期提升商品售罄率。公司持续推动全渠道融合，通过打通实体门店、官方商城、品牌旗舰店、微信公众号等实现会员和商品信息的共享。2018年双11期间，公司和天猫试点新零售业务模式，通过消费者画像梳理与识别、联合广告投放、线上推广线下销售等多种形式，并就线上线下相互引流做了尝试性探索。

6. 深层优化供应链管理体系

进一步推动供应链大数据可视化管理，自主开发供应链需求计划GPM系统，有效监控不同事业部不同模式下需求和供应匹配进度，并重点追踪及衡量供应链可靠性、反应及时性以及柔性等重要绩效指标；以零售、终端需求为导向，与核心战略供应商通力合作，全面保障公司超柔“粹”系列新品上市后不断增加的需求数量；同时保证公司电商品牌LOVO独立运作后各项供应链能力不受影响，顺利过渡；强化与核心供应商的合作共赢意识，优中选优签署战略合作协议，并对部分原辅料采取JIT试点以减少库存，持续循环推进采购成本优化；基本完成部署公司中长期的产能规划以满足业务日益增长的需求；

报告期内公司还完成2015版ISO9001质量体系换版认证，新制订成品质标准14项、修订17项，并在国家标准平台发布。

7. 加强整合，并购业务初见成效

报告期内，公司并购的业务实现了平稳较快增长，其中莱克星顿超额完成年初制定的指标，同时因为受汇率影响，对上市公司合并报表层面的利润也产生了额外的增厚作用。



(图6: 并购品牌莱克星顿、内野产品图片)

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

□ 是 √ 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

□ 适用 √ 不适用

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

□ 是 √ 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

□ 适用 √ 不适用

6、面临暂停上市和终止上市情况

□ 适用 √ 不适用

7、涉及财务报告的相关事项**(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明**

√ 适用 □ 不适用

(1) 重要会计政策变更

2017年6月财政部发布了《企业会计准则解释第9号—关于权益法下投资净损失的会计处理》、《企业会计准则解释第10号—关于以使用固定资产产生的收入为基础的折旧方法》、《企业会计准则解释第11号—关于以使用无形资产产生的收入为基础的摊销方法》及《企业会计准则解释第12号—关于关键管理人员服务的提供方与接受方是否为关联方》等四项解释，本公司于2018年1月1日起执行上述解释。

根据财政部2018年6月15日发布的《关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15号）要求，对尚未执行新金融准则和新收入准则的企业应按如下规定编制财务报表：

资产负债表中将“应收票据”和“应收账款”归并至新增的“应收票据及应收账款”项目；将“应收股利”和“应收利息”归并至“其他应收款”项目；将“固定资产清理”归并至“固定资产”项目；将“工程物资”归并至“在建工程”项目；将“应付票据”和“应付账款”归并至新增的“应付票据及应付账款”项目；将“应付股利”和“应付利息”归并至“其他应付款”项目；将“专项应付款”归并至“长期应付款”项目。

利润表中从“管理费用”项目中分拆出“研发费用”项目，在财务费用项目下分拆“利息费用”和“利息收入”明细项目。

本公司根据财会【2018】15号规定的财务报表格式编制2018年度财务报表，并采用追溯调整法变更了相关财务报表列报。相关列报调整影响如下：

2017年12月31日受影响的合并资产负债表和母公司资产负债表：

项 目	合并资产负债表		母公司资产负债表	
	调整前	调整后	调整前	调整后
应收票据	3,849,740.00	-	-	-

应收账款	480,808,686.58	-	1,508,615,140.31	-
应收票据及应收账款	-	484,658,426.58	-	1,508,615,140.31
应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
其他应收款	54,915,603.76	54,915,603.76	220,576.40	220,576.40
固定资产	381,088,077.97	381,088,077.97	349,980,836.89	349,980,836.89
固定资产清理	-	-	-	-
在建工程	8,989,773.80	8,989,773.80	7,942,517.24	7,942,517.24
工程物资	-	-	-	-
应付票据	78,023,266.10	-	77,903,803.94	-
应付账款	416,408,376.41	-	305,172,568.24	-
应付票据及应付账款	-	494,431,642.51	-	383,076,372.18
应付利息	378,668.30	-	301,700.00	-
应付股利	-	-	-	-
其他应付款	155,387,998.98	155,766,667.28	50,462,522.85	50,764,222.85
长期应付款	-	-	-	-
专项应付款	-	-	-	-

2017年度受影响的合并利润表和母公司利润表

项目	合并利润表		母公司利润表	
	调整前	调整后	调整前	调整后
营业成本	2,635,590,846.21	2,554,029,678.97	1,958,028,734.44	1,876,467,567.20
管理费用	412,185,796.77	386,922,620.66	106,810,994.55	82,442,901.71
研发费用	-	106,824,343.35	-	105,929,260.08

(2) 重要会计估计变更

本报告期内，本公司无重大会计估计变更。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

本期无新增子公司。

本期减少子公司

序号	子公司全称	子公司简称	本期未纳入合并范围原因
1	广州洋莱贸易有限公司	广州洋莱	注销
2	南通罗江家居用品有限公司	南通罗江	处置
3	江阴罗江贸易有限公司	江阴罗江	处置
4	南通莱泓家居用品有限公司	南通莱泓	处置
5	南通苏莱家居用品有限公司	南通苏莱	处置
6	苏州苏莱家居用品有限公司	苏州苏莱	处置
7	南通岭莱家居用品有限公司	南通岭莱	处置

8	南通硕罗家居用品有限公司	南通硕罗	处置
9	无锡罗莱家居用品有限公司	无锡罗莱	处置
10	南通申宝莱家居用品有限公司	南通申宝莱	处置
11	YIXING HOME FURNISHINGS, INC.注1	YIXING HOME	2018年12月被Lexington Holding, Inc.吸收合并

注1.2018年12月，Lexington Holding, Inc.反向吸收合并YIXING HOME FURNISHINGS, INC.。

(4) 对 2019 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用