

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：2023-12-08

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	太平资产管理 徐建花, 信达证券 汲肖飞, 北信瑞丰基金, 中金证券 林骥川, 中金证券 曾令怡, 华创证券 刘一怡, 工银瑞信 柯政, 德弘资本 王冠男, 广发证券 左琴琴, 东吴证券 李婕, 光大证券 孙未未, 光大证券 朱洁宇, 国信证券 刘佳琪, 兴业证券 韩欣, 申万宏源 王立平, 申万宏源 求佳峰, 浙商证券 邹国强, 广发证券 李咏红, 国泰君安 曹冬青, 国金资管 陈珠, 首创证券 郭琦, 中银证券 杨雨钦, 山西证券 王冯, 开源证券 吴晨汐, 海通证券 盛开, 招商证券 唐圣炀, 东方证券 杨妍, 长江证券 雷玉, 西部证券 王源, 西部证券 张璟, 东兴证券 刘田田, 中信证券 王瑞迪, 国盛证券 王佳伟, 首创证券 陈梦, 国联证券 高旭和, 国联证券 符艺琼, 摩根大通 姚倩, 摩根大通 樊荣, 国金证券 杨欣, 明河投资 姚咏絮
公司接待人员	董事会秘书薛霞女士
时间	2023年12月8日
地点	公司会议室
形式	电话会议、现场交流
交流内容及具体问答记录	A1.今年上半年公司还是有200多家的新开店,今年截至目前开店的情况怎么样,是否符合预期? Q1:公司半年报中体现的开店是新开并进入销售期的线下店铺。目前

仍有一些已经预付保证金或装修中待开业状态的店铺。从截至目前的开店情况来看，与前两年略有差异。在结构上，今年没有了外部环境的影响，直营开店的数量较过去有所提升。但过去几年各品牌对线下开店态度相对保守，因此有较多较好的店铺资源，而进入今年各品牌纷纷加大线下开店力度，也使开店的竞争更为激烈。公司在过去几年已经积累了较为充分的开店经验和管理体系，也能进一步提升开店的效率。

Q2: 今年双十一情况如何，电商业务整体有什么变化？

A2: 今年双十一各电商平台都弱化了GMV数据的披露，整体来看消费者在大型购物节对头部品牌还是较为认可，各品牌的表现也可以参考平台电商发布的公开数据作为参考。今年直播和短视频平台在线上销售的占比逐步提升，线上流量和投放成本也明显增加，对品牌公司线上运营提出了更高的挑战。整体来看，购物节对消费者的吸引力较过去有所变化，消费者的消费决策更为多元化，种草平台和引流方式的快速转变，也要求品牌公司更加重视日常的品牌投放、流量积累、口碑建设。

Q3: 请介绍一下今年整体的经营情况？

A3: 2023年上半年，在上年同期低基数和消费复苏的背景下，整体表现较为稳健；下半年受外部环境和消费力影响，增速有所放缓。前三季度，公司整体实现营业收入37.55亿元，同比去年持平略增1%；归属于上市公司股东的净利润4.16亿元，同比增长6.17%。前三季度毛利率44.68%，同比增长2.09个百分点，主要是国内家纺业务特别是线上业务贡献的毛利率保持提升。在今年国内消费环境复苏趋弱的大环境下，公司还是保持了较为稳健的毛利率策略。上半年整体消费复苏态势较好，叠加去年基数较低，增速更为明显；进入三季度后整体消费增长不及预期，国内家纺业务收入同比增速放缓，同时年末销售旺季的费用投放特别是线下活动也较去年有所增加。另外，公司海外家具业务受海外地产周期、美元存款利率走高等因素的影响，也对公司的利润产生一定影响。今年公司加大了去库存力度，三季度末存货较期初下降1.85亿元，同比下降11.32%，整体库存得到了优化。同时在当前环境下，公司更加重视现金流，前三季度经营活动产生的现金流量净额5.92

亿元，较期初增长312%，以充分的现金流保障企业长期健康的发展。

Q4: 请介绍下公司今年费用为何同比有所提升？

A4: 今年公司整体费用较往年有所增长，费用拆分来看，公司前三季度管理费用同比去年下降2.94%，近年来公司不断通过建设和升级数字化、信息化的管理系统来提升整体管理水平和管理效率，近两年都保持了管理费用的下降。研发费用同比增长12.17%，公司一贯重视产品研发，在面料、科技和工艺等方面始终保持领先的研发投入，以确保产品在市场上的优秀竞争力。销售费用同比去年增加9.49%，对应的销售费用率同比提升1.8个百分点，公司今年加大了对销售端的支持力度，包括线下支持加盟商零售提升，直营增加新开店，增加线下品牌活动，线上为购物节和冬季销售旺季加大流量和品牌投放，也是持续保持品牌曝光度和打造更强的品牌力。财务费用变动主要是今年存款利率持续走低，公司也增加了部分低息贷款产生的变化。

Q5: 海外家具业务目前的发展和情况如何？

A5: 公司海外家具业务主要是公司全资子公司莱克星顿，其大部分生产、销售都在北美地区。其主要产品是高端定制化家具，业务周期较长，从下单到确认收入一般需要 6-9 个月的时间。今年受海外地产周期波动、美元存贷款利率升高、通货膨胀和费用增加等因素影响，海外家具业务在下半年有较为明显的业绩波动。从历史来看，海外家具业务占公司总收入比重约在 20%左右较为稳定，占公司利润比重在 10%-17%区间、波动较大，同时由于家具业务特殊性，毛利率波动较国内家纺业务更为明显，也对公司下半年整体业绩产生了一定的影响。从近期订单情况来看，莱克星顿订单较为稳定，后续可以关注公司定期报告中的具体披露数据。

Q6: 公司今年整体线下零售情况如何，存货情况怎么样？

A6: 公司线下零售分渠道来看，直营在去年低基数和今年新开店增加的情况下增长较为明显，加盟店铺线下零售小幅增长但增速弱于直营。在当前消费环境下，公司更加重视终端零售的增长和零售效率的提升。截至三季度末，公司整体存货同比减少了1.85亿元，较年初显著下降了11.32%。无论是国内的家纺业务还是海外家具业务都有显著下降。在目前内外部环境下，公司通过提升零售和加快库存周转来支持加盟商

	和直营终端店铺，保证进一步优化存货，提升管理经营效率。同时考虑未来即将要建成的南通新供应链和大型智能工厂，公司也会保持行业领先的供应链周转效率，不断提升管理的精细度和效率，也是公司一直以来努力的方向。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	不涉及
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