

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：2024-005

| | |
|-------------|---|
| 投资者关系活动类别 | <input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容） |
| 活动参与人员 | 32 家机构 32 名人员参与，机构清单见附件 |
| 时间 | 2024 年 6 月 14 日 |
| 地点 | 北京市朝阳区朗姿大厦 |
| 形式 | 线上会议+线下调研 |
| 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 | <p>一、介绍公司一季度经营情况</p> <p>1、营业收入、毛利率及归母净利润</p> <p>2024 年一季度，公司实现整体营业收入 14 亿元，较上年同期同比上升 11.42%；实现归母净利润 8217 万元，同比上升 15.83%；扣非后归母净利润 7870 万元，同比上升 25.02%。</p> <p>2、经营活动产生的现金流量净额</p> <p>2024 年一季度，经营活动产生的现金流量净额 2.14 亿元，同比下降 12.78%。</p> <p>3、基本每股收益、加权平均净资产收益率</p> <p>基本每股收益 0.1857 元，同比上升 15.85%；加权平均净资产收益率为 2.72%。</p> <p>4、总资产和净资产</p> <p>截止 2024 年 3 月 31 日，公司总资产 76.33 亿元，较上年末上升 1.49%；归属于上市公司股东的净资产 30.63 亿元，较上年末下降 1.09%。</p> |

二、投资者交流问答情况

1、请分别介绍一下公司一季度各业务板块业绩情况

回复：2024 年一季度，女装实现整体营业收入 5.35 亿元，较上年同期上升 23.33%；实现毛利润 3.44 亿元，毛利率 64.36%，较上年同期上升 7.28%，实现归母净利润 2853 万元，同比上升 134.26%。；医疗美容业务板块实现主营业务收入 6.2 亿元，较上年同期增长 8.26%；实现毛利润 3.4 亿元，毛利率 54.77%，较上年同期增长 0.65%，实现归母净利润 5049.73 万元，同比增长 12.9%。；婴童业务实现整体营业收入 2.41 亿元，较上年同期下降 2.18%；实现毛利润 1.46 亿元，毛利率 60.5%，较上年同期增长 0.17%，实现归母净利润 177 万元，同比上升 1,284.81%。

2、请介绍一下公司一季度医美各品牌收入变化趋势

回复：2024 年一季度，米兰柏羽品牌事业部实现主营业务收入 27406.61 万元，同比增长 4.76%；晶肤医美事业部实现主营业务收入 12076.01 万元，同比增长 9.11%；高一生事业部实现主营业务收入 4692.67 万元，同比增长 16%；韩辰事业部实现主营业务收入 9934.79 万元，同比增长 18.86%；五洲事业部实现主营业务收入 5601.89 万元，同比下降 5.19%；集美事业部实现主营业务收入 3066.37 万元，同比增长 1.61%。

3、请介绍一下公司一季度前五大医美机构情况

回复：2024 年一季度，收入排名前五的机构分别为四川米兰、昆明韩辰、武汉五洲、高新米兰、陕西高一生。其中四川米兰实现主营业务收入 15344.7 万元，同比下降 6.62%；昆明韩辰实现主营业务收入 6828.19 万元，同比上升 23.95%；武汉五洲实现主营业务收入 5601.89，同比下降 5.19%；高新米兰实现主营业务收入 5075.79 万元，同比上升 5.17%；陕西高

一生实现主营业务收入 4692.67 万元，同比上升 16%。

4、请介绍一下公司医美板块材料成本情况及其变化原因

回复：2022 年度，医疗美容业务板块主营业务成本—材料成本占医美业务收比为 29.92%；2023 年度，医美业务板块主营业务成本—材料成本占医美业务收入比 27.30%，同比下降 2.62%。2024 年一季度，公司主营业务成本—材料成本占医美业务收入比 24.86%，同比下降 2.93%。主要原因一方面来自于库存周转效率和管理能力的进一步提升，另一方面来自于合作自研产品需求的持续提升。

5、请介绍一下公司女装存货情况

回复：截止 2024 年 3 月 31 日，女装存货总额 6.32 亿元，较上年末下降 9.55%；库存商品净额 4.89 亿元，较上年末下降 13.77%；其中，1 年以内 3.46 亿元，较上年末下降 10.5%；1-2 年 1.09 亿元，较上年末下降 27.49%；2 年以上 0.34 亿元，较上年末上升 11.79%。

6、请介绍一下医美手术类和非手术类收入占比变化趋势

回复：2021 年以来，非手术类收入金额占比不断提升，近三年即 2021 年~2023 年，占比分别为 71.86%、78.51%和 83.69%。2024 年以来，非手术类收入占比仍有进一步提升的趋势。

7、请介绍公司 2024 年的经营计划

回复：未来，公司将继续推进构建“泛时尚产业互联生态圈”战略的纵深发展，抓住颜值经济发展的新机遇，集中优势资源，在内生+外延的双重驱动下加快推动朗姿医疗美容业务的全国布局；借助新零售业态的蓬勃发展，巩固时尚女装业务的行业龙头地位；依托婴童品牌的国际化优势，加快婴童业务的国内落地速度，促进时尚女装与医疗美容、绿色婴童的协同

| | |
|----------------------|--|
| | <p>发展。在医美业务方面：（1）严管医疗安全，提高医疗水平，创新医疗技术。一方面，提高治疗前风险管控能力和治疗后分析能力，加强医生能力评价系统建设。另一方面，不断完善医护人才培养体系。同时，加大对医疗技术创新研发的投入，包括智能面容评估系统专项开发等方面。（2）做好客户的精细化管理。在挖掘需求、真诚服务、高质量交付、有温度售后各个环节提升客户的满意度。（3）在信息化基础上持续提升数据治理能力。（4）基于回归医疗本质的底层逻辑，建立以适应症为基础的甄选产品体系。在女装业务方面：（1）在巩固现有优质供应商及供应渠道的基础上，积极拓展新的产品原材料供应链及供应渠道。（2）对各女装品牌的定位进一步明晰，增强品牌辨识度。打造以“甄选材质”“高奢重工”为特点的高端专属新品类。加深客户的品牌印象，强化客户的品牌认知。（3）聚焦核心市场与核心店铺影响力的打造。针对高潜力市场及高成交额门店开展预上新测款活动，通过“提前透出”的方式，在测试市场反应的同时，达到提升核心店铺影响力的目的。同时，聚焦核心客户的服务与互动。通过包括“CRM 关怀”、“CRM 生日会”等线上渠道的互动，增强导购与客户定期联系的主观能动性。以线下门店活动，聚合门店用户群体，形成门店社群效应。（4）设计上持续创新，通过明星代言、跨界、联名、内容营销等方法，打造 IP 与话题，掌握引领时尚的话语权。（5）依托社交平台，长期、持续做品牌展示、渗透和流量导入。在婴童业务方面：（1）加快实现童装的国内产业布局。（2）开展形式多样的品牌推广活动，并以多层次的母婴品牌矩阵满足国内母亲对时尚母婴产品与服务的个性化需求。</p> |
| 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 | 无 |

| | |
|----------------------------|--|
| 使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件） | |
|----------------------------|--|

附件：机构清单

| | |
|------------------|-----------------|
| 第一创业证券股份有限公司 | 循远资产管理(上海)有限公司 |
| 诺安基金管理有限公司 | 博泽资产管理有限公司 |
| 晋江市晨翰私募基金管理有限公司 | 北京城天九投资有限公司 |
| 博远基金管理有限公司 | 财通证券股份有限公司 |
| 南方天辰(北京)投资管理有限公司 | 万和证券股份有限公司 |
| 中邮证券有限责任公司 | 朱雀股权投资管理有限公司 |
| 广东正圆私募基金管理有限公司 | 中海基金管理有限公司 |
| 英大保险资产管理有限公司 | 友谊时光科技股份有限公司 |
| 嘉实基金管理有限公司 | 汇华理财有限公司 |
| 景顺长城基金管理有限公司 | 深圳民森投资有限公司 |
| 国金证券股分有限公司 | 华夏财富创新投资管理有限公司 |
| 农银汇理基金管理有限公司 | 贝莱德投资管理(上海)有限公司 |
| 浙江沃金投资管理有限公司 | 兴业证券 |
| 海南鸿盛私募基金管理有限公司 | 招商基金 |
| 国金证券研究所 | 永瑞基金 |
| 中信建投证券股份有限公司 | 英大资产 |