

证券代码：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：2022-03-18

投资者 关系活 动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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
参与单 位名称 及人员 姓名	王英泽 东吴自营、刘刚 中金资管、肖婵 太平基金、王海军 国君资管、许庆 华福证券自营、赵浩然 长城自营、吴烨琳 阳光保险、李永红 广发证券、张丽娟 翎展资本、邹立 海通资管、王逸欣 阿尔法基金、於采 鸿道投资、贾雨朦 星泰投资、韩骋 健顺投资、唐霄鹏 红筹投资、赵晚嘉 神农投资、肖建中 恬昱投资、张超 平安资本、张敏琦 中金资管、肖心怡 长城证券、姚咏絮 明河投资、彭双宇 国融基金、Michelle Wen Goldman Sachs 、张峦 华安基金、阮欣怡 农银理财、胡筱 大家资管 、黄煜霄 上银基金 、陆文驰 恒复投资、谢乐轩 西部证券、俞哲奇 优优财富、江都 长城证券、邵磊 关天量化、王蒙 明河投资、尹维国 太平资管、李睿娴 丰驰投资 、唐曼炜 红筹投资、朱晨曦 国君资管、赵俊 尚近投资、周瑛 睿银投资 、常宁 华商基金、张丰 源乘投资、郑捷 翊鹏投资、公伟 中信建投基金、杨平 淳臻投资、祝昱丰 长信基金 、钱怡 大家资管、刘凯娜弘唯基石基金、叶芷薇 广发银行、胡敏 重阳投资、吴烨琳 阳光资产、陆迪 创金合信基金、Huan Tian 天治基金、杨春燕 东方证券、吴承根 中信保诚基金、刘慧 新华基金、邓云程 博时基金、柴珊珊 澜亭资本 、褚洪亮 中金公司、曾令仪 中金公司、柴必成 中金公司、张敏琦 中金资管、马春玄 融通基金、黄淦 万方、郑慧

	<p>莲 汇添富基金、吕明 开源证券、贺宝华 博时基金、李婕 东吴证券、赵艺原 东吴证券等。</p>
时间	2022-03-18（星期五）13：30——14:30
地点	罗莱生活大厦、电话会议
上市公司接待人员姓名	<p>董事会秘书薛霞、证券事务代表曹轶俊</p>
投资者关系活动主要内容介绍	<p>Q&A:</p> <p>Q1: 疫情对一季度的影响，及公司的应对措施？</p> <p>A: 公司南通工厂目前保持正常生产，未受明显影响。目前线上电商业务照常经营，由于公司线下店铺以加盟为主，目前加盟端发物流基本正常；上海、深圳等城市的中高风险地区直营店铺依当地防疫政策要求部分暂停营业，全国来看停业店铺占比较低。</p> <p>应对措施方面，由于公司自 2020 年疫情起就建设了较为完善的线上小程序等工具赋能线下店铺零售，因此本轮疫情中能够提前布局、快速反应。包括组织线下店铺开展小程序、企业微信等渠道的销售，以降低疫情对终端零售的影响。</p> <p>同时公司快速推出了抗疫寝具应急包，包括床垫、睡袋、被毯、毛巾等，并加急生产、发货，以应对突发情况下的市场需求，获得了消费者的好评。</p> <p>Q2: 2021 年公司整个库存情况是怎么样的？</p> <p>A: 目前公司整体库存及终端零售实体店铺的库存都较为合理。因为疫情后消费需求增长、产能不足的影响，在 2020 年底终端零售的库存处于低点。到 2021 年，随着消费恢复、产能扩张，叠加原材料价格上涨等因素，2021 年终端的零售库存保持在一个合理健康的范围。</p> <p>Q3: 公司今年在费用方面有没有大致的规划？</p> <p>A: 过去几年公司不断推进系统化、数字化管理，提升了获取终端零售数据和费用精细化管理的能力。基于此，公司制定了较为完善的费用的管控制度，各业务部门以把控费用率为主线，细化预算并及时更新调整，依实际业务的增长情况和投入产出比来决定费用的投入。一方面为线下开店、线上增长提供有力支持，同时保证公司的盈利能力不受短期投入的影响。</p> <p>公司一贯重视品牌、渠道建设，精细化的费用管理能保证长期稳定地推进品牌知名度、市场占有率的提升，夯实行业第一的地位。</p> <p>Q4: 抖音电商渠道主要是乐蜗在做吗？占整体电商的比例为多少？</p> <p>A: 公司在 2020 年就开拓了抖音的电商渠道，目前罗莱与乐蜗 LOVO 等品牌都有抖音店铺，抖音销售占电商整体约 10%，同时增速较快。直播业务分为</p>

	<p>达人直播与公司自播，同时也签约了外部专业 TP 团队代播，通过不同品牌、自播和代播的对比竞争，进一步提升公司在抖音这样新平台的运营能力。</p> <p>Q5: 2022 年开店情况如何?</p> <p>A: 公司 2021 年加速开店策略取得了较为满意的成绩。计划 2022 年新开店数量持平或高于 2021 年。公司深入实地调研、聘请外部专业机构分析，制定了一套较为完整的开店计划，并将按计划稳健推进。</p> <p>Q6: 新开门店是以老加盟商为主，还是新拓展的加盟商?</p> <p>A: 目前公司线下店铺中，直营主要覆盖一线及以上城市，二三四线及以下城市地区都是以加盟商开店为主。新开店铺也基本沿用此布局——核心一线城市以直营推进，二线及以下城市以原有加盟商为主，同时推进拓展新加盟商。</p> <p>一方面，罗莱加盟商作为公司的发展的基石，在行业中经验丰富、经营能力出众，对当地的店铺资源、消费者喜好更为了解，同时能与原有店铺形成协同效应，提升品牌影响力，因此新开店铺的把握性和成功率都会更高。</p> <p>Q7: 2021 年 10 月份在南通经济开发区拿地，是出于什么考虑，在未来将如何规划?</p> <p>A: 公司在南通经济开发区的新地块，将主要用于未来 3-5 年的自有工厂和物流基地建设。公司已成立专项小组配合外部专家做整体建设规划，未来在这个地块分批次建设新的厂区、智能物流基地、员工宿舍等，以满足业务增长需求。整个厂区的建设，主要以智能生产、机器替代人工、数字化管理、快速反应为主方向。同时响应国家在双碳减排方面的政策指引，提升工作环境和生产效率的同时，推行绿色环保、节能减排。</p> <p>新的厂区建设，主要是基于过去两年公司自有产能明显不足，而外部成品采购又无法完全满足公司品控的要求。同时消费升级、线上收入提升、多种新渠道、新销售模式也对供应链快速反应有了更高要求。</p> <p>2020 年疫情之后，整个家纺行业供应链端发生了显著变化。疫情淘汰了一批低端产能，同时海内外需求增长、原材料涨价又造成自 2020 下半年起的产能紧张。从公司自身情况来看，已经连续两年产能利用率超 100%。过去电商收入持续增长，“618”、“双 11”等大型节庆由于无法准确预估并快速生产，而造成了错失销售机会，影响消费者购物体验的情况。公司作为家纺行业龙头，也希望能通过加大自身供应链端的投入，提升行业的精细化管理、快速反应能力变革。</p>
附件清单	无
日期	2022-03-18