

富安娜 2023 中报交流_20230828

参会机构：汇丰晋信基金管理有限公司、嘉实基金管理有限公司、中邮人寿保险股份有限公司、华泰证券股份有限公司、上海高溱投资管理有限公司、国金证券股份有限公司（资管）、明河投资、上海晨燕资产管理中心、紫金矿业投资(上海)有限公司、合煦智远基金管理有限公司、恒生前海基金管理有限公司、海通证券资产管理有限公司、时间投资、国君纺服、浙商证券、紫金矿业投资（上海）有限公司、浙商证券资产管理有限公司、农银汇理、西部证券、中金公司、中信证券、知未私募基金、羊角基金、首创证券、尚正基金管理有限公司、深圳市金广资产管理有限公司、华泰资管权益部、上银基金、中信建投、中邮人寿保险股份有限公司、中国人保资产管理有限公司公募事业部（北京）、宁银理财、兴业证券股份有限公司、中金资管、中国人寿养老保险投资中心、同犇投资、东方自营、宁银理财有限责任公司、长江养老保险、西部利得基金、华夏久盈资产管理有限责任公司、西安瀑布资产管理有限公司、兴业证券

邀请机构：长江纺服

参会人：公司副总经理兼董事会秘书龚芸

【核心要点】

1、H1 业绩：2023H1 富安娜实现营收/归母净利/扣非净利 12.72/2.19/1.94 亿元，同比-4.7%/+3.8%/+1.0%，直营/加盟/电商渠道收入同比-5%/ -2%/ -5%。毛利率同比+1.38%至 54.19%，其中直营/加盟/电商毛利率同比分别+2.68/+0.6/+ -0.29pct。

2、公司策略：1) 渠道：通过线上、线下综合发展，保持品牌影响力，重视利润和现金流；积极应对电商平台变化，不再专注于抖音等平台市场，而是寻找更具差异化和利润空间的发展路径如京东；线下注重精细化管理、信息化投入和会员系统，计划更新门店并推出新系列产品，以增强品牌影响力和利润率，对不同水平的加盟商采取不同策略，与有客户资源的加盟商合作，并鼓励成功的加盟商扩大业务。2) 产品：计划将创新新品系列在电商平台上高比例提升，并进行精细化运营，投入更多资源。

【经营情况】

经营情况：2023H1 富安娜公司实现营收/归母净利/扣非净利 12.72/2.19/1.94 亿元，同比-4.7%/+3.8%/+1.0%。其中单 Q2 实现营收/归母净利 6.52/1.08/0.91 亿元，同比-1.9%/+2.3%/ -2.6%。毛利率为 54.19%，同比+1.38%，品牌力在高基数上持续提升。

渠道运营：1) 线下门店：注重精细化管理、信息化投入和会员系统，计划更新门店并推出新系列产品，以增强品牌影响力和利润率。对不同水平的加盟商采取不同策略，与有客户资源的加盟商合作，并鼓励成功的加盟商扩大业务。2) 电商平台：在天猫等平台行业流量整体下滑的情况下，计划通过创新和差异化产品，吸引高客单价客户，并保持合适的投入和精细化管理。强调合适的投资回报模式，计划通过精细化运营、适度投入和产品创新，在电商领域实现稳健增长。**总之，**通过在线上、线下综合发展，保持品牌影响力，重视利润和现金流，与有经验的加盟商合作，实现持续稳健增长。积极应对电商平台变化，在电商平台市场的不稳定性强且竞争激烈，公司已不再专注于这些平台上的规模竞争，而是寻找更具差异化和利润空间的发展路径。

【Q&A】

Q：直营毛利率有所提升？以后变化？

H1 毛利率情况：上半年直营毛利率同比+2.68pct 至 68.68%；加盟毛利率为 51%同比+0.6pct；电商毛利率为 44.48%同比-0.29pct；团购毛利率为 40.84%同比-1.89pct；家居事业部毛利率为 28.37%同比+3.83pct。另外，高端维莎系列毛利率为 70.27%同比+1.24pct。整体上半年毛利率为 54.19%同比+1.38pct，Q1 毛利率为 54.34%同比+1.22pct，Q2 毛利率为 54.05%同比+1.55pct。

H2 毛利率预计：公司预计下半年毛利率波动不大，有可能继续增长，特别是考虑到秋冬新品的表现。公司在家纺行业独具个性化设计和研发创新，在消费升级和时尚引导方面优势明显。女性消费者对富安娜产品的持续使用有助于符合消费升级趋势，尽管产品价格较高，但公司品牌的成长路径在行业中已经有深厚积淀，成为品牌的差异化竞争力，并能成为持续增长利润的高端品牌。

Q：线下渠道拓展有什么变化？

1) 直营：直营持续提升精细化管理，会员管理持续投入、行业直营新零售能力突出，未来在直营一二线城市持续扩张超品大店；**2) 加盟：**加盟渠道计划新增 200 家加盟店，加盟进度符合预期，预计三四季度逐渐会在终端释放。强调公司加盟商做高端品，延续公司直营赋能、品牌力溢价能吸引加盟商，从而全渠道注重商品个性化能力，提升全渠道品牌力；公司直营门店的精细化管理，用其经验赋能加盟商，提升竞争力；尽管对宏观经济预期谨慎，公司仍保持稳健增长，保持较好的利润率和毛利率，展现了对未来的信心。

Q：京东政策适合公司，在京东有没有资源和产品的倾斜？

截止 2023 年度上半年，京东在电商渠道中提较高，因其对消费者政策与公司相适应，将更好品质、差异化竞争力的商品叠加服务给到消费者，而不是倾斜于大数据推流给消费者从而鼓励商家在精力上更关注投流。

腾讯视频号：公司在差别与行业，早两年开始尝试自播能力，目前稳步发展，自播盈利模式优于大多数平台，公司将继续加强这一领域的发展。

Q：电商毛利率？

电商毛利率未来会有提升。公司计划通过不断上新品来提升毛利率，并强调电商生态已经发生变化，有些商家极度关注 GMV 的增长，追求进化版的南极人，但作为消费品牌，公司不会过于关注该赛道。公司计划持续将新品系列投放电商平台，持续精细化运营。这种策略有望稳健提升电商平台的毛利率。