

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：2024-03-22

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	东吴证券 李婕；申万宏源 王立平、求佳峰；光大证券 孙未未、朱洁宇；国信证券 刘佳琪；兴业证券 韩欣；浙商证券 詹陆雨、邹国强；明河投资 姚咏絮；长江证券 雷玉；西部证券 王源；泰信基金 王冰倩；恒越基金 宋佳龄、江谷雨；中银证券 何瑾；慈阳投资 汪洋；山西证券 胡德军；国海富兰克基金 安一夫；彤源投资 杨霞；华龙资管 蔡洁；中财招商 赵平平；复胜资产 周菁；华泰柏瑞 冯邦泰；君和资本 刘坚、莎茹拉；东方基金 陈诚；中信建投 顾辛迪、黎子键；阳光保险 王晓君；国联基金 项薇；银杏资本 张海军；红土创新基金 石昌达；民生加银 夏荣尧；生命保险 卢森堡、李燕玲；博时基金 邓云程、李重阳；招商证券 王雪玉；苓茏投资 李立志；嘉实基金 丁杰人、刘畅、张浩嵩；勤辰资产 钱玥；易同投资 赵迪、陈晓芬；中泰资管 郭祎姮；国寿养老 崔恒旭；广发基金 陈樱子；申万 符优、刘佩；岙夏投资 曾小平；华泰保兴 付梦阳；泉果基金 魏姝馨；建信养老金 官忠涛；华能信托 黄凯立；华泰资管 冯潇；南方基金 吕思奇；东证自营 邢恺；香港普信 冯大为；财通自营 毕晓静；青骊投资 杨爱琳；威宇投资 题龙；摩根基金 王奕放；景顺长城 张飞鹏；海富通 赵冰沙；银河基金 于嘉馨；永盈基金 陆凯琳；鑫元基金 姚启璠、袁震；招银理财 杨鉉毅；鹏扬基金 袁天娇；海通资管 田园；光大资管 应超；长信基金 胡梦承；标朴投资 周明巍；中信保诚 管嘉琪；银河基金 石磊；财通基金 王逸俊；太平资产 徐建花、陈祺麒、赵莹；中庚基金 张炜舜；上银基金 卢扬、黄煜霄；惠升基金 严迪超；趣时投资 刘志超；域秀投资 金明；交银施罗德 刘庆祥；农银汇理 徐文卉；东方自营 杨春燕；太平基金 雍晗；国际金融 刘刚；瑞银基金 杨枫；东财基金 徐成；恒立私募 田慧蓝；信达澳亚基金 马	

	绮雯；前海联合基金 魏甜
公司接待人员	董事会秘书薛霞女士
时间	2024年03月22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	<p>A1. 公司整体开店进度如何，今年是否还有新的开店计划？</p> <p>Q1：公司近几年采取较为稳健积极的线下渠道拓张战略，整体新开店数量仍然保持行业领先水平。从历史经验来看，考虑秋冬季产品在全年的收入占比高，下半年开店数量也会略高于上半年。在结构上，2023年起直营地区恢复了新开店进度，且店铺多集中于核心一线城市的购物中心和奥莱等新兴渠道。从竞争格局来看，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2023年起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。2024年公司也将结合市场情况，继续保持稳健的开店策略同时，不断提升店铺的零售管理和经营效率。</p> <p>Q2：公司家纺业务中的婚庆相关业务情况如何，近年来是否受地产周期的影响？</p> <p>A2：公司的套件产品以粹、雅、尚、囍系列为主，以婚庆囍系列的红色套件系列为例，婚庆系列占国内家纺业务收入的比例按不同年份约在5-7%区间波动。2022年婚庆系列产品受到大环境的抑制基数较低，2023年作为婚庆大年其系列产品及相关连带销售有所提升，但整体家纺消费还是以日常换新为主。公司注重婚庆产品的消费人群研究，希望借助婚庆系列产品让年轻的消费者深入了解公司的品牌理念、设计研发细节，感受高端家纺对睡眠质量的提升，体验配套洗护和售后服务，并从此成为忠实会员。对公司来说，婚庆系列的意义在于获取新客并取得连带销售，并对新客的消费习惯进行培育，通过后续的会员服务保持复购和良好的品牌口碑。</p> <p>Q3：近期大宗商品价格上涨，请问公司成本情况如何，面对原材料成本上涨的趋势，公司如何应对？</p> <p>A3：公司始终紧密关注原材料及家纺相关的大宗商品价格波动，作为行业龙头多年来与上游供应商建立了稳定的合作关系及规模采购优势，及时掌握核心原材料的价格趋势。通过大宗采购、战略采购等方式节约成本、提高生产</p>

	<p>效率。公司核心品牌定位于中高端消费人群，拥有优秀的品牌力和较好的定价能力，以保证合理的毛利率空间和品牌认知；而低端消费市场可能会对成本变化的导致的价格变化更为敏感。公司也会持续关注成本变化引起的市场变化，并及时在经营管理上调整应对。</p> <p>Q4：公司年度的分红政策如何？</p> <p>A4：公司一贯重视投资者回报，并以长期的优秀分红回报广大投资者，过去三年累计分红高达20亿元，保持了优秀的分红率。2023年度的分红政策将在年度董事会审议后进行公告，公司会结合实际经营情况，综合考虑现金流和未来战略进行审慎决策，请后续关注公司的年报及公告。</p> <p>Q5：海外家具业务目前的发展和情况如何？</p> <p>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，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。近年受海外地产周期下行、美元存贷款利率高企、通货膨胀和各项费用上涨等因素影响，海外家具业务从2023年下半年起出现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，但其经营模式造成毛利率波动较国内家纺业务更为明显，同时固定成本、费用较稳定，使其净利润波动也较大。公司管理层也将密切关注海外地产周期和同类型海外家具上市公司经营情况。</p> <p>Q6：公司智慧产业园的建设进度如何，对公司未来发展会有怎样的影响？</p> <p>A6：公司于2021年8月公告拟购买土地使用权，后于2022年8月公告以自有资金竞得相关土地使用权。罗莱智慧产业园项目于2022年9月起进入规划建设，但受外部环境影响，施工进度有所延迟。产业园项目规划包括办公、仓储、工厂、物流等工程，使用自有资金和部分前次募集资金进行建设。目前施工进度已恢复正常，预计2024年底至2025年逐步投入使用。公司为该项目制定了中长期的3-5年的整体规划。后续公司也会综合考量自身供应链升级需求和市场发展情况，制定稳健合理的建设规划并及时公告。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>不涉及</p>

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
----------------------------------	---