

雪球访谈

家纺三巨头，哪家有前途？

2017年11月03日

雪球

聪明的投资者都在这里

免责声明

本报告由系统自动生成。所有信息和内容均来源于雪球用户的讨论，雪球不对信息和内容的准确性、完整性作保证，也不保证相关雪球用户拥有所发表内容的版权。报告采纳的雪球用户可能在本报告发出后对本报告所引用之内容做出变更。

雪球提倡但不强制用户披露其交易活动。报告中引用的相关雪球用户可能持有本报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，也可能与这些公司或相关利益方发生关系，雪球对此并不承担核实义务。

本报告的观点、结论和建议不构成投资者在投资、法律、会计或税务等方面的任何操作建议。投资者应自主作出投资决策并自行承担投资风险，根据本报告做出的任何决策与雪球和相关雪球用户无关。

股市有风险，入市需谨慎。

版权声明

除非另有声明，本报告采用知识共享“署名 3.0 未本地化版本”许可协议进行许可（访问 <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/deed.zh> 查看该许可协议）。



访谈嘉宾



投资人生



访谈小秘书

访谈简介

三季度报，\$罗莱生活(SZ002293)\$净利同比增长19%，\$梦洁股份(SZ002397)\$净利同比增长26%，\$富安娜(SZ002327)\$保持平稳，本期访谈我们请到了家纺股研究达人@投资人生来与大家聊聊家纺三巨头~

目前富安娜动态PE20.77倍，梦洁股份动态PE42倍，罗莱生活动态PE24倍。从营收来看，富安娜前三季度营收增速14%，罗莱47%，梦洁42%。

那么这三家哪家有可能业绩爆发？从估值来看谁最具投资价值？速来提问~

免责声明：本访谈基于嘉宾认为可靠的已公开信息，但嘉宾无法保证信息的准确性或完整性。在任何情况下，本访谈中的信息或所表述的意见不构成对任何人的投资建议，投资决策需建立在独立思考之上。

[\(进入雪球查看访谈\)](#)

本次访谈相关股票：富安娜(SZ002327),罗莱生活(SZ002293),梦洁股份(SZ002397)

以下内容来自[雪球访谈](#)，想实时关注嘉宾动态?立即[下载雪球客户端](#)关注TA吧!

[问] super可:

关于[\\$富安娜\(SZ002327\)\\$](#)[\\$罗莱生活\(SZ002293\)\\$](#)[\\$梦洁股份\(SZ002397\)\\$](#)，对@[投资人生](#)说：能否分析下罗莱，最近广告挺多

[答] 投资人生:

冬季的床上用品，客单价要比春夏季高很多，年终岁末也是传统的销售旺季。接着双11的时机，加大促销力度对于商家而言，应该是多年来的惯例。罗莱家纺的促销政策一向积极，关键还是要看广告的投入产出效益比，是否引起三项费用的大幅提升。富安娜在线下的促销宣传力度也不小。两家的方向有所不同。

[问] WQY金胖:

关于[\\$富安娜\(SZ002327\)\\$](#)[\\$罗莱生活\(SZ002293\)\\$](#)[\\$梦洁股份\(SZ002397\)\\$](#)，对@[投资人生](#)说: 家纺行业的集中度会持续提升吗，分析一下原因，谢谢!

[答] 投资人生:

在过去十年里，国内家纺走过了从家庭作坊——地区中小品牌——全国性大品牌——行业大型企业引导的发展路径。将来随着人民消费水平和审美要求的不断提高，家纺行业的集中度还将持续提升。原因在于

首先，家纺产品的外形美观大方以及保温保暖性能良好是人们购买的核心诉求。富安娜、罗莱等大型家纺企业在产品外观设计和印染、针织工艺、选材用料发明具有特殊优势，在经济条件允许情况下，将会成为消费者选购的首选。

其次，家纺行业销售布局倾向于集中。随着城市优质店面租金价格的逐年抬高。只有那些拥有较强新品研发能力，毛利率较高的大型家纺品牌才能够占据都市核心商圈进行大型店铺的布点。同时还将许多区域品牌和小作坊产品逐步排除在外。渠道优势进一步加快了品牌集中的速度。

最后，大型品牌家纺的客户群体渗透力不断增强。罗莱拥有10个子品牌，富安娜同样拥有圣之花等品牌，以覆盖不同档次的消费群体。过去很多人所认为的，大型家纺品牌无法与中小品牌正面竞争的想法可能有失偏颇。随着巨头企业的中低端品牌和产品

系列的全覆盖，借助公司完善的销售和售后服务网络，我们更有可能会在不同场合、渠道接触到以上家纺巨头企业的产品。

[问] Jackloveyu:

关于[\\$富安娜\(SZ002327\)\\$](#) [\\$罗莱生活\(SZ002293\)\\$](#) [\\$梦洁股份\(SZ002397\)\\$](#)，对[@投资人生](#)说：抛砖引玉，请问如何解决线上线下价格差问题

[答] 投资人生：

目前对于大型家纺企业而言，线上线下是分开2套不同的产品线，具体产品一般不会产生重叠。线上产品的设计年轻时尚，线下产品用料厚实，美观大气，价格略高。这一方面，富安娜做的比较好。罗莱家纺原来采用luolai和lovo两个品牌，luolai做实体店，lovo做线上。最近几年又把luolai并入线上，目前正在对两个品牌做进一步整合。最终都不至于产生明显的冲突。

[问] 老尼克：

关于[\\$富安娜\(SZ002327\)\\$](#) [\\$罗莱生活\(SZ002293\)\\$](#) [\\$梦洁股份\(SZ002397\)\\$](#)，对[@投资人生](#)说：家纺行业市场集中度如何？这几年是在加速集中吗？有没有什么新的有力竞争者出现？

[答] 投资人生：

随着ipo进程加速，多喜爱等家纺品牌也陆续登陆a股，这些公司在筹集资金之后，总体上还将继续在各自细分领域内精耕细作，短期可能对目前的三巨头的地位形成威胁的可能性还不大。但是这些年轻化的企业总体上更了解90后消费族群的需求，随着他们逐步组建家庭，也将成为未来的消费主力军，因此，罗莱、富安娜和梦洁不应该故步自封，而要重视研究行业未来的趋势，以吸引更多年轻人的青睐，从而在未来的竞争中保持领先。

[问] 提比略Abc：

关于[\\$罗莱生活\(SZ002293\)\\$](#)，对[@投资人生](#)说：请问您觉得罗莱生活馆模式能

否成功？未来能否大规模复制？

[答] 投资人生：

L Living是罗莱生活科技股份有限公司全新推出的一种全新门店概念，旨在彰显罗莱生活的魅力，吸引更年轻、更具全球视野的中国消费者。新品牌拓宽了产品范围，涵盖了家具、家居用品、生活小件、礼品以及家纺用品，真正打造一个“生活家居馆”，而不只是传统的室内家居店。

L Living是令人倍感骄傲的上海品牌，拥有一支紧跟全球潮流的国际化团队，除了提供精致独到的自有品牌产品外，更为顾客网罗全球知名品牌或小众设计师品牌中的优秀产品，将西方现代风格与东方传统韵味巧妙融合，带给顾客全新的购物体验。

我百度了一下相关的新闻稿，由于研究还不够深入，可能观点会有所偏颇，还希望大家谅解。个人对罗莱家居生活馆存在几大疑问。

- 1、罗莱生活馆对标的是宜家？宜家是以家居为主，家居用品为辅
 - 2、家居用品如何应对淘宝等小型创意工坊的竞争，之前我在的城市有很多类似的家居精品店，这几年即使是开在人流如织的地方的那几家都已经被迫关门了
 - 3、如果销售情况尚可，罗莱如何与入驻品牌进行分成，能有多少的利润空间？
- 总体来看，这种模式竞争激烈、成本压力大，盈利空间较小，似乎无法强烈看好？

[问] Asling梦：

关于[\\$富安娜\(SZ002327\)\\$](#)[\\$罗莱生活\(SZ002293\)\\$](#)[\\$梦洁股份\(SZ002397\)\\$](#)，对@投资人生说：请教，家纺行业开始反转了吗？苦日子结束了？

[答] 访谈小秘书：

回复@投资人生：//@投资人生:回复@Asling梦:从三季报公布的情况看，家纺三巨头的单季度营业收入增速都在20%以上，罗莱和梦洁由于去年基数低，同比增长速度更高。行业反转趋势初见端倪，还需要一个季度时间来观察并确认。

(完)

以上内容来自[雪球访谈](#)，想实时关注嘉宾动态?立即[下载雪球客户端](#)关注TA吧!

没别的 就是比人聪明



雪球

聪明的投资者都在这里