

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：2026-003

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☒业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☐其他（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	38 家机构 52 名人员参与，机构清单见附件
时间	2026 年 8 月 31 日
地点	北京市朝阳区朗姿大厦
形式	电话会议
上市公司接待人员姓名	投资者关系总监：杨岚
交流内容及具体问答记录	一、介绍公司 2026 上半年经营情况 1、营业收入、毛利率及归母净利润 2026 年上半年，公司实现营业收入 32.08 亿元，同比增长 12.1%；实现归属于上市公司股东的净利润约 1.1 亿元，同比下降 60%，主要受若羽臣相关公允价值变动负贡献 8700 余万元等因素影响；实现扣非后归属于上市公司股东的净利润 1.84 亿元，同比增长 35%。 2、经营活动产生的现金流量净额 经营活动产生的现金流量净额约 3.3 亿元，同比增长 12.1% 。 3、各业务板块经营情况 2026 年上半年，女装业务实现营业收入 11.27 亿元，同比增长 13.1%；实现净利润 1.18 亿元，同比增长 41%。

	医疗美容业务实现营业收入 16.2 亿元，同比增长 15%；实现净利润 1.17 亿元，同比增长 95%。 婴童业务实现营业收入 4.56 亿元，同比增长 1%，若按韩元计价同比增长 11%；实现净利润 1651 万元，同比增长 178%。。 二、投资者交流问答情况 1、请介绍一下公司各医美品牌 2026 上半年的业绩情况 回复：米兰柏羽事业部实现收入 8.3 亿元，同比增长 13%；净利润 7782 万元，同比增长 94%；净利率 9.4%，同比提升 3.9 个百分点。 晶肤事业部实现收入 2.96 亿元，同比增长 17%；净利润 1195 万元，同比增长 91%；净利率 4%，同比提升 1.56 个百分点。 韩辰事业部实现收入 2.33 亿元，同比增长 16.8%；净利润 1726 万元，同比增长 16.9%；净利率 7.4%，同比基本持平。 高一生实现收入 0.8 亿元，同比增长 13%；净利润 877 万元，同比增长 104%；净利率 10.9%，同比提升 4.84 个百分点。 武汉五洲实现收入 0.92 亿元，同比增长 4.6%；净利润 988 万元，同比实现翻倍；净利率 10.7%，同比提升 5.1 个百分点。 长沙雅美实现收入 1.0 亿元，同比增长 31%；净利润 1475 万元，同比增长 252%；净利率 14.6%，同比提升 9.17 个百分点。 2026 年上半年，上述各品牌业绩未考虑内部交易抵消的情况 2、请介绍一下公司医美前五大机构 2026 上半年的业绩情况 答复：前五大机构合计实现收入 7.68 亿元，占医疗美容业
--	---

务总收入的 47%，同比增长 14%；合计实现净利润 9146 万元，占医疗美容业务总体净利润的 65%，同比增长 79%。

其中，四川米兰柏羽总院实现收入 2.8 亿元，同比增长 7.8%，净利润 4258 万元，同比增长 65%，净利率 15.14%；

昆明韩辰实现收入 1.63 亿元，同比增长 18%，净利润 1287 万元，同比增长 47%，净利率 7.79%；

高新米兰柏羽实现收入 1.2 亿元，同比增长 22.5%，净利润 820 万元，同比增长 207%，净利率 6.85%；

北京米兰柏羽实现收入 1.04 亿元，同比增长 4.4%，净利润 1325 万元，同比增长 35%，净利率 12.78%。。

2026 年上半年，上述各机构业绩未考虑内部交易抵消的情况

3、请介绍公司女装存货情况

回复：截止 2026 年上半年，女装存货 7.59 亿元，较 2025 年末下降 3500 余万元；其中库存商品 6.87 亿元，较 2025 年末下降 2000 余万元，其中一年以内新品约 4.59 亿，占库存商品总额的 79%

4、请介绍医美板块后续经营规划

回复：医疗美容业务将通过存量机构增长、自建及并购共同推进员工持股计划设定的收入目标。晶肤新门店模型已于 2026 年 7 月在重庆 3 家样板店试运行，预计 9 月底可观察过程指标变化。下半年获客运营重点将由拉新逐步转向老客复购。

5、请介绍当前医疗美容终端竞争格局及产业链上下游话语权变化

回复：行业向龙头集中的趋势较为明确，尾部机构持续出清。随着医疗质量监管趋严及 2026 年起征收增值税的情况看，合规连锁机构凭借较高的增值税专票覆盖率，可通过进项税抵扣降低增值税征收的负面影响；小型机构抵扣能力相对较弱，盈利空间进一步承压。消费者亦更倾向选择经营稳定的连锁机构。当前龙头机构之间的竞争趋于良性，逐步由低价竞争转向差异化优势项目竞争。

二季度毛利率提升主要来自与上游供应商重新议价。随着上游产品获批速度加快、同类材料供应商增多，中游机构可选择材料更加丰富，议价能力有所增强。

6、公司医疗美容业务自建和并购是否已有明确落地规划

回复：公司通过自建和收购方式加快医美业务的区域布局和规模扩张仍是公司未来的重要战略举措，目前没有明确的自建和收购标的。

7、上半年医疗美容业务营销投产比提升的原因是什么，下半年有哪些运营改善措施

回复：上半年营销投产比提升主要得益于拉新策略调整。公司取消低价引流产品，提升获客精准度及新客占比。下半年运营重点将转向老客复购。

拉新端获客成本未明显变化，营销投产比改善将主要依靠后端转化效率提升。

关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	无
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）	无

附件：机构清单

中邮证券有限责任公司	开源证券股份有限公司
中信建投证券股份有限公司（自营）	华源证券股份有限公司
中信建投证券股份有限公司	华西证券股份有限公司
中泰证券股份有限公司	华富基金
中欧私募基金管理(上海)有限公司	华福证券股份有限公司
中欧基金管理有限公司	国泰海通证券股份有限公司
中国国际金融股份有限公司	国盛证券股份有限公司
长江证券股份有限公司	国联民生证券股份有限公司
源峰基金	国金证券股份有限公司
甬兴证券有限公司	国海证券股份有限公司
武汉盛帆电子股份有限公司	歌斐资产
苏州沁游网络科技有限公司	富安达基金
申万菱信基金管理有限公司	沅京资本管理(北京)有限公司
上海申银万国证券研究所有限公司	方正证券股份有限公司
上海睿亿投资发展中心（有限合伙）	东吴证券股份有限公司资管部
上海名禹资产管理有限公司	东吴证券股份有限公司
上海厚坡私募基金管理有限公司	东方证券股份有限公司
南方基金管理股份有限公司	财通证券股份有限公司
路博迈基金管理（中国）有限公司	北京富智阳光投资管理有限公司