

代码：002867

证券简称：周大生

编号：2021-018

周大生珠宝股份有限公司 投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议） <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称 及人员姓名	共计 147 位投资者（排名不分先后）： 天风证券：刘章明、王泽华 海通证券：高瑜 国信证券：张峻豪、柳旭、王畅 JP Morgan：何琳 He Lin 信达澳银基金：马绮雯、刘维华 红杉资本：Stephanie Song、贺武正 中信建投：罗乾生、史昆 中国天使基金：包高娃 中国黄金协会：胡振眉 正心谷资本：毛玉凡 浙商证券：刘雪瑞 招商证券：宋盈盈、王子旭、邓毅成 招商基金：黄莹婕 长坡投资：张海林 长江证券：陈亮、秦阳 弈慧投资：李天益 寻常投资：周静 玄元投资：陈钊 鑫沅资产：徐英 西部证券：邱奕锋、刘菲、杨旭超 同创伟业投资：卢兆林 天风证券：曾宇岑 深圳宏业资产：胡磊 山西证券：谷茜 厦门京衡宇投资：谢斌 趣时资产：宋佳敏 诺安基金：陈衍鹏 京明禾投资：季云彤 华西证券：杨维维、苏瑞 华泰证券：王文聪 华创证券：李一哲 互能商业管理：谢婉婷、李伟 恒泰投资：周易 荷永投资：马健 海通证券资产：邹立 国信证券：杜扬

复胜资产：周楚雄	东吴基金：阮妍婷
东方证券：沈浩、张文斌	德邦基金：王倩
辰辰投资：白晗	炳升投资：黄力文
北京永瑞财富投资：吴旭伟	宝盈：肖肖
中信证券：汪达	中信建投证券：朱福建
中融人寿：董凤亮	中融基金：俞曼君
中科沃土基金：李晓宇	中海基金：王泉涌
中庚基金：季国峰	浙江巽升资产：邹冰洁
长盛基金：郝征	招商基金：裴晓辉、贾仁栋、滕越
长江养老保险：朱勇胜	长安基金：马影疏
英大证券：孙超	银河基金：刘风华
星泰投资：贾雨滕	湘财基金：赵晨凯
万联证券：黄超、匡荣彪	天治基金：张震宇、王漪昆
泰达宏利基金：周少博	天风证券：董懿夫、卢雨婷、尉鹏洁
泰达鼎盛资产：彭迅	凯丰投资：王东升、王晗
深圳宏鼎财富：刘璐璐	深圳旦恩先锋投资：李福磊
申万菱信基金：满臻	绍兴精富资产：刘玉龙
上银基金：黄璜	上海人寿保险：刘俊
上海聚劲投资：段紫薇	上海金历投资：袁方
上海恒复投资：陈墨涵	上海混沌投资：吴张爽、朱祺凡
上海禾其投资咨询：王祥麒	上海富善投资：陈奕霖
上海辰翔资产：周胤杰	瑞民投资管理：张磊
平安基金：张荫先	融通基金管理：苏林洁、赵逸翔
青骊投资管理：于利强	诺安基金：曾广坤、陈衍鹏
民生加银基金：芮定坤	茂典资产：梅东亚、黄培
宽远资产：刘佳奇	九泰基金：黄皓
金恒宇投资：欧阳奇志	交银施罗德基金：陈均峰
交银理财：童昱	汇丰晋信基金：费馨涵
华安基金：王斌	红华资本：王方略

	合众资产管理：韩雨珊 杭州米仓资本：刘畅 海通证券：及晶晶 国华兴益资产：王志琦 光大（自营）：苏晓珺 富国基金：陈胜 东海证券自营：江若迎 东方阿尔法基金：王惠武 乘是资产：翟会会 博鸿投资：张其羽 北京市星石投资：梁张诚 嘉实基金：谭丽、常蓁、刘美玲、刘岚、王明明、王力 禾永投资：焦云 杭州红骅投资：陈佳 国信证券：肖彬 广发证券资产：高峰 工银瑞信基金：林梦 方正资产：董博 东方基金：陈诚 创金合信基金：李晗 博远基金：李慧杰 北京永瑞财富：赵旭杨
时 间	2021 年 7 月 2 日
地 点	/
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：何小林 国检副主任：张天阳 证券事务代表：周晓达 钻石宝石供应管理中心总监：周兴和
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、 问答环节：</p> <p>1：目前培育钻石现在处在一个什么样的阶段？它的工艺的难度是一个什么样的情况？</p> <p>答：合成钻石技术诞生了不到 70 年，目前技术处于比较稳定的时期，由于原材料比较稳定，所以可实现稳定产出。</p> <p>2：成品培育钻石和天然钻石的物理特性有什么样的差异？目前主要应用在哪些方面？</p> <p>答：天然钻石三个重要的特性为“稀有、耐久和美观”，而培育钻石不具备稀有性，成本比天然钻石低。培育钻石除了珠宝特性外，还可用于军工、光学等行业。</p> <p>3：如果培育钻石开始进入饰品或者是珠宝市场，是不是也会有一些对应的标准（类似于天然钻石的评价标准和评价体系），目前这套体系建立得如何？</p> <p>答：天然钻石有国家标准，但培育钻石现在只有企业标准，行业标准</p>

正在研制。培育钻石的数据标准不会和天然钻石一致，目前仅是对品质的描述性评价。

4: 整个钻石的市场端发现，目前天然钻石和培育钻石是一个什么样的情况？

答：目前培育钻石在珠宝行业的应用刚刚起步，主要应用于饰品。

5: 未来如果一些企业采取副品牌或者独立品牌，通过人造钻石的产品和工艺去做一些新品，来拓展市场。会不会有比较大的检测的需求？

答：目前培育钻石的检测量非常小，不形成一种市场规模，所以是否有市场需求还在观察中。

6: 如果这个品类开始形成一个快速增长，然后在产业当中进行渗透，对我们大生来讲，未来是不是也可以在一些饰品或者其他的品类里面，给消费者标明这个是人造钻石，消费属性各方面都不错，可以做这样的一个业务拓展？

答：目前培育钻石对实际的效果还不具备影响力。对长远的推测，可能纯粹往饰品方向发展，仅是我的一种判断。

7: 如果培育钻量起来之后，天然钻的成本是否是一种下降趋势？是否影响天然钻的采购成本？如果成本下降，我们在天然钻终端消费的价格还能稳住的话，是不是说我们的利润空间会提高？

答：物以稀为贵。

8: 培育钻石目前在机构（例如 IGI, GIA）的认可程度？或者是有没有专门的机构对培育钻石出具等级性的证书？

答：天然钻石分级标准里面，只有中国有国家标准，监督的形式会更强，具备法律效力。目前培育钻石的影响力还不够，市场还在试探阶段，因此没有国家标准。

9: 目前培育钻石用在珠宝首饰领域可能刚刚开始，但是这一部分可能因为工艺很早就有了，所以培育钻石原先的例如工业化或者是军事化的这种用途，大概以前量级可能会有多少？这部分的需求是一个稳定的需求，还是增量的需求？

答：合成钻石的产能 1 年大概是 600 万到 700 万克拉，随着工艺优化改

善，产能还会增加。我们认为合成钻石一定会有它的市场，至于在珠宝行业的接受度如何，还要通过实践接受市场考验。

10：人造的进来会有价格差，而且肉眼难以分辨天然和人工。消费高档品时，人们会有虚荣心理，但是宝石看不出真假。我们本来是做终端消费品，面向的都是c端的个体，万一未来消费者接受了人工的，会不会对我们原来天然那一块产生巨大的冲击？

答：我们一直在推“一物一证”政策，目的是为了给消费者一个明白的消费。老百姓不具备专业的鉴定能力，必须要专业机构来做。所以从技术上讲，做不到以次充好，以假乱真。另外，不要把合成钻石看成“狼来了”，它是一个新事物，会有自己的市场。

11：培育钻石和天然钻石是物理性上的区别，但品牌也很重要？如果一个新品牌主打精致培育钻石饰品，美观度和天然的一模一样，从消费者经济降维打击，这块市场会不会非常大？

答：现在有些从业者在做这方面的尝试，我们不排除它会有一个非常好的市场前景，但是目前规模很小，反应时间较短，对这个市场我们现在很难预期。如果一个品牌受消费者高度认可，加持高品牌附加值，也是有可能的。

12：周大生在未来，会不会有重新搞一个人造钻石品牌的思路？

答：如果合成钻石在饰品行业有细分市场，那这就是我们电商的强项了。

接待过程中,公司严格按照《信息披露管理制度》等规定,保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平,没有出现未公开重大信息泄露等情况。

附件清单（如有）	无
日期	2021年7月2日