

平安资产：范自彬	中银基金：杨庆运
九泰基金：黄浩翔	华泰证券资管：冯潇
世纪证券：罗鹏	海通证券：钱玲玲
金百镭投资：张甲	上海利檀投资：焦明远
东证融汇资产：刘一霖	苏州云阳宜品投资：周帆
浙江米仓资产：管晶鑫	工银瑞信基金：秦聪
中信资管：李大和	华夏未来资本：林彦竹
上海理成资产：詹璐琳	中信建投自营：刘岚
万家基金：高源	CloudAlpha Capital：Rhette GU
国元证券：李典	汇安基金：任望宇
交银施罗德基金：陈均峰	光大证券：田然
方正商社：李宇宸	德邦证券：徐宇博
汇添富基金：黄耀锋	开源证券：黄泽鹏
安信证券：夏心怡	高盛证券：郑洁云
财通证券资产：赵雯	中国人寿资产：何煦
国盛证券：王佳伟	申万菱信基金：范张翔
中信建投：刘乐文	高盛证券：陈凯琦
招商证券：丁浙川	华西证券：许光辉、王璐
上海复需投资：蒋罗昕	睿远基金：唐倩
中天国富证券：李宇宸	石锋资产：徐玉露
招商证券：刘丽	君牛基金：王兄
工银安盛资产：唐苓	天弘基金：林佳宁
红土创新基金：栾小明	上海勤辰私募基金：吴昊
国海证券资管：王宗凯	国融证券：王林
红土创新基金：杨一	富安达基金：李飞
建银国际(中国)：卢义	泰康资管：张钟文
大家资产：黄建平	申万菱信基金：章锦涛
华安基金：吴宇扬	华富基金：卞美莹

鑫元基金：龙凌波	杭州乾璐投资：陈少楠
Parantoux Capital：Gloria Lu	北京乐心资产：常宁
东方基金：房建威	东方证券：杨春燕
LMR Partners：杜劲松	德邦证券：安育廷
方正证券：陈佳妮	银河基金：施文琪
雪石资产：周稳	太平资产：王紫艳
上海盛宇股权投资基金：吴小川	永赢基金：朱怡丞
恒安标准人寿保险：李元玮	海保银私募基金：石伟燊
博时基金：付伟	它石投资：李策
嘉实基金管：谢泽林	朱雀基金：姚姗
民生商社：刘文正	招商信诺人寿：钱旖昕
东方证券：赵越峰	嘉实基金：谢泽林
瀚亚投资：黄海晨	金百镭投资：孟博
君和资本：穆瑶森	长城财富保险资产：孟晓林
中和资本：秦美婧	长城财富保险资产：胡纪元
上海利檀投资：孙源泽	中信建投基金：孙文
天时开元基金：王建伟	睿亿投资：王齐乐
中信建投：叶乐	长城基金：申忆杨
长江证券：陈亮	长城证券：黄淑妍
PAG Investment：邓恩奇	兴业自营：魏振禄
太平资产：赵洋	常春藤上海资产：陈雯雯
ALL View Management：Holly Huang	中国人寿养老保险：崔恒旭
深圳市鲲鹏恒隆投资：彭飞虹	广发证券：洪涛
firstbeijing：刘一飞	南方基金：孙鲁闽
中信建投基金：李源	平安基金：刘杰
富国基金：王帆	兴证全球基金：曹亨
Fullgoal Fund：Li Miao	大成基金：段一帆
嘉实基金：谢泽林	LMR Partners：Xingzi Ge

西部证券：陈腾曦

中科沃土基金：罗祎

中邮证券：曹文艺

泓德基金：马若锦

上海天猷投资：曹国军

磐厚动量：朱维桢

泰康资产：黄成扬

东方证券：朱炎、魏宇萌、黄黛安

摩根士丹利：凌珈瑜

蜂云睿华：FelixYim

中金公司：宋文慧

招商基金：李毅

泓德基金：季宇

上海同犇投资：刘慧萍

嘉实基金：王明明

信达证券：蔡昕好

民生证券：郑紫舟

东方证券：施红梅

中信证券：杜一帆

上海老友投资：陈凯

安信基金：郭陈杰

汇添富基金：潘玢耘

嘉实基金：谭丽

摩根士丹利：梁伟忠

兴业证券：张彬鸿

国信证券：柳旭

上海海宸投资：王鹏程

厦门坤易投资：郑婷

敦和资产：韩立强

前海禾丰正则资产：汪亚

JP Morgan：何琳

上海白溪私募：赵培

汇添富基金：陈潇扬

东方基金：邵子馨

银华基金：张萍

华夏久盈资产：胡朝凤

长江证券：秦意昂

银华基金：段书来

海通自营：及晶晶

广发证券：张雨露

华宝基金：李孟恒

西部利得基金：林静

汉享投资：叶涛金

诚通证券：陈文倩

中欧基金：尹为醇

上海方御投资：朱俊

深圳汇恒富资产：徐佳

财通证券：李天阳

台湾復華投信：Ken Yu

银河证券：甄唯萱

中信建投：黄杨璐

长江证券：周明昊

海通证券：高瑜

山西证券：孙萌

中邮证券：杨维维

兴业基金：张超

BOCI Research Ltd.: 李嘉豪

羊角基金: 解睿

中信证券: 林镇潘

金百镭投资: 刘晓爽

高盛证券: Luna Sun

融通基金: 苏林洁

泰康养老保险: 常雨昕

华金证券: 林挺

海通证券: 张冰清

山西证券: 王冯

明河投资: 姚咏絮

首创证券: 李田

建信基金: 王麟锴

Brilliance: Catherine

Eastspring Investments: Vivian Huang

上海白溪: 赵培

太平洋证券: 龚书慧

招商证券: 王梓旭

国海证券: 余洁

浙商证券: 刘雪瑞

思晔投资: 尹一

上海华坤建和股权投资基金: 毛志伟

招商证券: 李星馨

东北证券: 李森蔓

万家基金管: 王琴

广发证券: 嵇文欣

领睿资产: 徐智

华创证券: 杨澜

第一北京: 孙铭

国元证券: 陈徐升

华安证券: 马语晨

安信证券: 吕沁阳

首创证券: 邱晓星

野村东方国际证券: 姜人文

中信建投: 孙英杰

东吴证券: 谭志千

Mighty Divine: Allen Liu

长江证券: 朱伟明

德邦证券: 郑澄怀

中信建投资管: 黄鹏

上海趣时资产: 吴瑶

华宝基金: 刘娇

国美鹏润资本: 吕阳

民生证券: 刘彦菁

上海朴信投资: 邓永琳

国泰君安: 苏颖

歌汝资产: 应晓立

财通证券: 崔文祺

长城基金: 张坚

开源证券: 骆峥

广发资管: 张冰灵

野村东方国际证券: 张影秋

中国人保资产: 毛一凡

银河证券: 简宏舜

上海证券: 张洪乐

光大证券: 梁丹辉

	华泰证券：徐舒婷 中泰证券：皇甫晓晗 国金证券：罗晓婷 海通证券：华雨帆	万联证券：李滢 惠升基金：雷丽娜 摩根士丹利华鑫基金：苏香 国融基金：彭双宇
时 间	2023 年 5 月 4 日	
地 点	周大生总部会议室	
上市公司接待人员姓名	董事长及总经理：周宗文 宝通供应链总经理：陈寿平 互联天下总经理：郭晋 证券事务代表：周晓达、荣欢	董事会秘书及副总经理：何小林 董事及营运本部副总经理：夏洪川 财务总监：许金卓
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、 问答环节：</p> <p>1： 2023 年业绩指引如何？全年的开店目标是多少？ 答：2023 年营业收入及净利润增长指引是 15%~25%，全年预计净增店铺 400 家，包括综合店和经典店。2023 年整体店数规模会超 5000 家。</p> <p>2： 2023 年一季度关店中，有多少是由于换位置原因导致的？ 答：更换位置原因导致的关店大约占 25%。</p> <p>3： 五一期间终端销售表现如何？ 答：公司针对五一节推出了一系列营销活动，取得不错的效果，已经使用公司终端 pos 系统的加盟商，从其数据显示五一节 5 天时间店均销售增长 40.6%，由于 pos 系统还在推广中，并不是所有加盟商在使用，仅代表部分样本，具体以后续披露的 2023 年半年度报告相关财务数据为准。</p> <p>4： 2023 年一季度加盟业务中有多少黄金是通过批发模式销售的？ 答：2023 年一季度，加盟口径黄金销量有 22 吨多，同比增长近 40%，也是首次实现单季度突破 20 吨。其中有 30%的黄金（重量口径）是通过批发模式销售给加盟商的，70%的黄金（重量口径）是通过收取品牌使用费的方式销售给加盟商的。</p> <p>5： 黄金产品的业务规划如何？ 答：公司的产品战略和营销战略以黄金为中心，黄金从人气产品转为主力产品，转型的速度还会更快，黄金强调的重点和挖掘深度还</p>	

会加强，后续规划包括：①通过市场调研和大数据分析找出好卖的黄金品类和产品方向；②建立和完善黄金产品体系；③总部、区域、片长、专管、加盟商等深入配合，把黄金铺货规模落实到店；④建立黄金配货模型；⑤通过赋能省代，调动省代积极性，通过激发省代的力量下达黄金销售指标。

其中黄金产品研发方面的规划如下：

①建立和完善三个品牌产品体系，包括综合店“一童、二花、三人生”6条产品线产品体系；经典店的“中国心、时代情、时尚潮”3条产品线产品体系；以及即将推出的新品牌“7+1”产品线的产品体系。

②持续迭代创新，聚势合力打造品牌三大S级项目，包括幸福花嫁系列、国家宝藏系列和非凡国潮系列。

③持续深挖Y、Z世代人群黄金消费增量市场，聚焦发力年轻时尚板块。

④重点开发高毛利、高附加值黄金产品项目，主要包括三个方面：第一，今年将聚焦时尚穿搭、男女示爱和国风国潮三大消费场景，推出点钻潮金系列。第二是极光金系列（SHINING GOLD），目前上升势头很好，主要面向Y、Z世代人群，侧重5种风格打造，包括甜蜜风、简约风，INS风、复古风以及潮酷风等。第三是文化消费板块，重点推出国家宝藏国风系列和国玉系列，主力人群是年轻国潮消费人群，产品款式设计独特、工艺质感强，产品偏时尚穿搭。

⑤在大数据基础上围绕经典店和综合店建立黄金产品配货模型，模型搭建后集中力量进行推广营销。

6: 镶嵌产品的后续规划如何？

答：钻石镶嵌是公司的传统优势产品。虽然镶嵌的整体规模是下滑的，但是毛利点很高，公司对于镶嵌产品的研发及营销战略不会松懈，在行业里还是要保持领先。

7: 省代这两年的磨合情况如何？还是否会调整？

答：省代的动力在于超额完成任务，拿到超额奖励。这两年外部环境对省代的影响还是比较大，完成超额任务的可能性不高，所以动力欠缺。公司也对省代模式总结了几点经验：①在商言商，调换能力不足的省代；②销售指标不能定得太高，否则会降低省代积极性；③把动力和压力同时给到省代，今年的改革是把区域二级物流的流量归口都集中到

省代，激发其动力，同时也将开店任务、拿货任务给到省代。

8：电商强劲增长的驱动因素是什么？2023 年电商的增长指引是多少？

答：①人：2022 年开始更加注重消费者运营，电商为 2C 业务形态，消费者分为向上的高净值客户和下沉的大众消费者，现在已经累计了 2000 多万可运营的消费者资产，高净值客户的占比和复购率在提升。

②场：营销方面，去年加强了 2C 产品营销，去年 12 月和今年 4 月分别进行抖音超级品牌日和天猫超级品牌日，提升了品牌在互联网上的曝光和受众。销售渠道方面，目前已经覆盖了十几个平台，经营比较久的渠道通过引入经销商提升渗透率 and 市场份额，新兴渠道如抖音直播也有布局。

③货：疫情三年强化产品建设，与集团策略保持一致，把黄金作为主力和中心，并加强玉石和银饰建设工作，已有初步成效。

电商 2023 年增速目标会高于去年（2022 线上销售收入增速为 34.65%），2022 年线上 GMV 接近 40 亿，3-5 年规划电商线上 GMV 目标达到 100 亿。

电商需要加强品牌建设，线上线下需要贯通一体，加强销售和营销的协同。

9：分红率后续是否可能会超过 70%？

答：2022 年度的现金分红（含 2022 年度实施的回购股份）合计达到 7.22 亿元，分红率接近 70%。

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

2023 年 5 月 4 日