

证券代码：300945

证券简称：曼卡龙

曼卡龙珠宝股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-003

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及 人员姓名	民生证券 刘文正、褚菁菁 中信建投 孙英杰 淳厚 张传值 华创自营 魏瑶涵 山证自营 沈一心 财通证券 苏钢涵 中信证券 李宇挺 华创证券 姚婧 浙商证券 汤秀洁 德邦证券 丁依 长江证券 张彦淳 国泰君安 苏颖 中信建投 张舒怡 景顺 陈文宇 国海证券 余洁 开源证券 骆峥
时间	2024年4月29日
地点	电话会议
上市公司接待 人员姓名	董事长兼总经理孙松鹤、董事兼副总经理吴长峰、董事兼财务总监付杰、副总经理兼董事会秘书许恬

<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>一、介绍环节</p> <p>公司董事长兼总经理孙松鹤致辞，副总经理兼董事会秘书许恬就公司2023年度及2024年第一季度经营情况做了介绍。</p> <p>二、问答环节</p> <p>1、公司对产品系列、子品牌的规划</p> <p>答：我们在更新迭代不同的系列的同时，也在沉淀长期性的系列，例如风华系列、蝴蝶系列，但是否做成店铺、独立品牌，我们还在研究论证当中。</p> <p>2、对珠宝品牌出海的看法？</p> <p>答：我们持续关注品牌出海这条业务线，就目前跨境业务来说，公司还在调研论证中，如果开展，会以线上线下结合的方式进行。</p> <p>3、今年新系列的推出计划情况</p> <p>答：我们上新的频率与节奏较快，上新的周期可以到月度，同时会沉淀一些系列，支柱性产品系列，今年规划的系列比较多。</p> <p>4、去年电商营业收入增加但销售费用减少，请问电商销售费用是如何控制的？</p> <p>答：传统公司的电商业务开展时付费流量占比较高。公司的付费流量投放占比较少，所以营收增加销售费用没有增加，可以理解为公司电商销量增加但与付费流量关系不大。</p> <p>5、2024年线下新增门店的计划？</p> <p>答：今年一季度的净开店数量已经赶上去年全年的数量。公司全年会在核心城市的核心商圈开直营店，其他城市开发加盟，积极在省外核心城市拓宽渠道，目前公司门店已布局9省2市。</p> <p>6、金价急剧上涨的背景下，加盟商开店的局势如何？</p> <p>答：黄金价格急剧上升的过程中，会短期抑制消费者的消费行为，我们的主导产品并不依赖于高克重的产品，主要为2000-5000元单价的产品，所以金价上涨对我们产品价格的影响并不是非常大，总体来看金价上涨对加盟商的开店情绪也没有明显的抑制。</p> <p>7、线上销售高增长的持续性论证？</p> <p>答：电商销售大比例来自于公司的天猫旗舰店，天猫旗舰店已经发展</p>
----------------------	---

成为成熟稳定的店铺，天猫平台有较多的内容流量。目前公司线上的其它渠道还没有发力，在线上渠道拓展上以及深耕单个渠道方面仍有非常大的空间。

8、新品推广计划、投放计划？

答：今年已经安排了很多系列，例如德寿宫联名系列、风华系列，会持续推广。

9、不同子品牌贡献的销售占比？

答：电商的销售贡献约占总营收的三成到四成左右，其中天猫的销售占比超九成，目前宝若岚和慕璨仍然处于孵化阶段，销售占比较低。

10、品牌差异化以及公司对应子品牌发展计划

答：曼卡龙 MCLON 定位为每一天的珠宝，宝若岚的定位为面向三线城市以下客群的珠宝品牌。我们在做的是细分每个子品牌的赛道，做垂类，针对性瞄准客户群去做子品牌。

11、新品研发周期以及节奏？营销投放的策略？

答：目前我们的研发周期缩短至按月甚至按周，高频次上新，主打快时尚。产品类的营销投放主要是在内容电商平台。

12、未来 5 年后线上线下销售结构的计划？

答：公司已经确定了未来三年的战略发展目标，公司从 2019 年开始转型做数字化公司，目前我们已经跑出了这条赛道上的模式，显现了数字化转化的成果，线上业务快速提升是对经营团队的要求。

13、未来是产品设计导向还是爆品设计导向？

答：产品设计导向，沉淀曼卡龙的设计元素。

14、2024 年一季度毛利率较高，环比都有提升，原因是什么？

答：毛利率改善是因为公司自己研发的产品销售占比提升，得益于产品结构调整。另外，三月的金价提高较快，公司也有一些产品库存致使毛利率提高。但主要是因为自研高毛利产品的比例提高。

15、线下渠道布局规划？

答：在核心城市的核心商圈开直营店是我们一直坚持的开店原则。子品牌会在一定体量之后规划线下店，孵化阶段以线上销售为主。

16、浙江省内与省外的单店销售模型差异

	<p>答：目前省内省外的单点销售模型差距已经拉平，甚至有些省外门店超越了省内的门店数据。</p> <p>接待过程中严格按照公司《信息披露管理制度》《投资者关系管理制度》规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024年4月29日