

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：2024-006

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 checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及 人员姓名	投资者
时间	2024年9月11日
地点	全景网“投资者关系互动平台”
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、浙商证券保荐代表人沈斌
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复：</p> <p>1、请问目前公司销售的区域及消费人群，以及未来的销售布局策略？公司8月份进入了北京市场，请问对北京市场未来是怎么定位的？</p> <p>答：尊敬的投资者您好，公司从浙江起步，现线下渠道已拓展到10省2市，核心消费人群为一二线城市年轻女性，北京市场拓展是公司向全国发展的战略性渠道布局，也是一线城市消费需求的洞察与产品方向验证过程。</p> <p>2、请问黄金价格上涨对公司财务的影响？</p> <p>答：尊敬的投资者您好，感谢您对公司的关注。黄金价格波动会引起公司营业收入、营业成本的波动，金价快速上涨会让消费需求在短期内被一定程度的抑制，但长期来看，公司可通过优化产品结构、加强成本控制、加强品牌建设和营销推广等措施来保持或提升盈利能力。</p> <p>3、公司的产品很好看，请问公司的产品研发是怎样的流程？</p>

答：尊敬的投资者您好，公司在新品开发过程中，按照年度大上新及月度滚动式上新为基准，通过消费者调研、行业分析及热点趋势洞察，快速切入研发，以差异化及特色化为核心聚焦点，研发满足消费者审美需求、佩戴需求、心理需求的时尚类产品系列。研发团队采取分小组制，整合前端消费洞察和内容推广，利用新媒体渠道的算法进行消费者意见汇总，形成数据模型，并通过消费者测款反馈改进产品。设计团队年轻且富有活力，这使我们能够不断推出爆款产品。

4、请问贵司今年主要的核心产品系列是哪些？凤华还有新的研发计划吗？

答：尊敬的投资者您好，公司的四大核心黄金品类为手工花丝、时尚黄金、DIY 和黄金点钻。公司高度重视产品的原创态度和时尚设计，明星主题系列有凤华系列、黄金戒指系列、洛神珠系列、慕璨系列、恋恋风情系列等产品，覆盖东方时尚和国际轻奢两大赛道。凤华系列以手工花丝为基础工艺，以当代审美视角诠释东方宫廷美学，会持续进行更新迭代。

5、当前的消费环境下，管理层怎样做到天猫渠道这么快的增速，下半年电商这边有什么样的规划？

答：尊敬的投资者您好，首先公司的战略重点在线上渠道，因此，各类资源的投入度比较大，天猫作为最核心的线上渠道，首当其冲。其次，产品力和内容传播是销售的根本，公司不断根据消费者需求的变化，对于产品进行有节奏的推陈出新，并结合各新媒体平台进行内容传播，形成了比较好的效果。电商后续仍将在做强天猫的前提下，进行全渠道的快速发展。

6、领导，您好！我来自四川大决策 请问曼卡龙在推动珠宝设计创新方面有哪些具体措施？随着消费者偏好的变化，公司如何调整产品线以满足不同消费者群体的需求，特别是年轻消费者的个性化需求？

答：尊敬的投资者您好，曼卡龙以国际视野对国潮珠宝进行创新演绎，以经典复古美学为核心风格，融入现代视角，重现和再塑中国文化的审美意趣。

在配色上，强调富有层次感与饱和度的中国色彩运用，通过珐琅、镶

	<p>嵌、点翠等色彩工艺的组合碰撞，打造符合当下审美趋势的用色体系，配色更大胆，风格更多元。</p> <p>在珠宝设计上，剔除了传统的繁琐与厚重感，在整体写意简约的造型基底之上，把重工精致的极繁主义落于细节与纹样填充，通过非遗技法与现代珠宝工艺的结合、多元材质的拼接，让传统图案置于现代结构感的轮廓中，复古优雅与经典简约并存，更受到年轻消费群体的喜爱。</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9月11日