

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：2024-007

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	招商证券    王雪玉 信达证券    蔡昕妤 德邦证券    易丁依 浙商证券    汤秀洁 海通证券    张冰清 麦格理证券 宜欣 广发证券    包晗 德邦证券    易丁依 中信证券    李宇挺 长江证券    张彦淳 西部证券    李雯 民生证券    褚菁菁 开源证券    黄泽鹏 山西证券    孙萌 国金证券    周舒怡 华西证券    王璐 华创证券    杨澜 兴业证券    张彬鸿 中信建投    叶乐、黄杨璐、张舒怡 重湖基金    张立烽
时间	2024年10月30日

地点	电话会议
上市公司接待 人员姓名	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
投资者关系活动 主要内容介绍	<p><b>一、介绍环节</b></p> <p>公司副总经理兼董事会秘书许恬就公司 2024 年第三季度经营情况做了介绍。</p> <p><b>二、问答环节</b></p> <p><b>1、在外部环境承压、金价持续上涨的情况下公司是如何应对的？</b></p> <p>答：曼卡龙是日常佩戴的珠宝，围绕 2000-5000 元左右的价格带，主打悦己消费的品牌，黄金价格急剧上升的过程中，短期内会抑制消费者的消费行为，我们的主打产品并不依赖于高克重的产品，所以金价上涨对我们的影响并不是非常大。</p> <p><b>2、第三季度电商渠道不同平台对销售贡献的排名如何？</b></p> <p>答：占比较大的是天猫渠道，其次是京东、抖音和快手等。</p> <p><b>3、在外部环境变化下，我们线上消费呈现哪些变化？</b></p> <p>答：和之前相比平均消费价格持平，金价上行后，消费克重有所下降。</p> <p><b>4、三季度线上渠道快速增长的原因是？</b></p> <p>答：第三季度线上快速增长的原因在于日常销售的提升，并不是电商平台大型销售活动等原因，因此较量的是品牌和产品力，线下渠道在第三季度承接了压力。</p> <p><b>5、请介绍一下线上线下销售的毛利率差别？客单价的差异？</b></p> <p>答：线上线下销售的客单价差异不大，线上毛利率低于线下毛利率。</p> <p><b>6、公司未来 3-5 年的开店策略是？</b></p> <p>答：我们的开店策略一直是在核心城市的核心商圈开设直营门店，在其它区域开放加盟，目前仍保持不变。</p> <p><b>7、在行业销售表现不济的情况下我们线下渠道新开门店的情况？</b></p> <p>答：我们门店相对其它品牌而言数量基数小，且门店主要集中在华东地区，空白市场区域比较多，对我们来说都是蓝海市场，目前我们新开门店基本都能存活且销售情况良好。</p>

	<p><b>8、我们在抖音平台的打法如何？</b></p> <p><b>答：</b>我们线上销售目前仍是以天猫平台为主，在天猫做到一定成熟度后，未来会以提升毛利率为目标。抖音平台的策略不会复制天猫渠道，因为抖音和天猫的平台消费群体不同，不同的平台当然适用不同的打法，不同平台的消费者消费习惯不同，比如抖音的综合客单价会比天猫低。</p> <p><b>9、线上平台的费用或投流情况？</b></p> <p><b>答：</b>黄金产品的毛利率相对较低所以我们投流一直都有控制。目前我们提高了自研产品的销售占比，自研品的毛利稍高，可以承受一定程度的投流，我们也在打造适配的投流模型。</p> <p><b>10、8月北京首家门店的运营情况？是否和南方门店销售有差异？</b></p> <p><b>答：</b>北京门店的整体销售情况在预期内，与浙江省内门店的销售情况差异不大。公司未来在门店选址时更重视商圈、商场的自身，而不是关注开设的城市。</p> <p><b>11、海外业务是否有进展？</b></p> <p><b>答：</b>出海业务是公司的战略性布局，海外业务目前仍在探索和持续跟进中。</p> <p><b>12、省内省外门店单店模型是否有差异？</b></p> <p><b>答：</b>省外的门店会更偏向轻资产一些。</p> <p><b>13、公司前三季度经营活动产生的现金流量净额大幅增加的原因是什么？</b></p> <p><b>答：</b>公司前三季度通过优化内部管理、提高存货周转率等方式，使得前三季度经营活动产生的现金流量净额大幅增加。</p> <p style="text-align: center;">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10月30日

