

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：2025-016

投资者关系 活动类别	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及 人员姓名	中信证券 杜一帆、何锦鹏、李宇挺 信达澳亚 杨岚 平安养老 高高、邹译萱 兴业证券 代凯燕、张彬泓 华夏基金 季新星 银河基金 陆帅坤 兴银理财 朱节、金阳 圆信永丰 许一欣 富安达 李雨桐 博道基金 王旭冉 华西证券 许光辉、王璐 国联安 楼枫焯 兴银基金 乔华国 恒越基金 宋佳龄 信达证券 蔡昕好 泓澄投资 丁力佳 巨子私募 沈若潼 嘉实基金 马晓煜 永赢基金 晏青、张海啸、庄子童 长江证券 张彦淳 招商证券 王雪玉

	<p>天风证券 李璇</p> <p>华安基金 孔涛</p> <p>申万菱信 黄书瀚</p>
时间	2025年5月9日
地点	公司会议室
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、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>一、介绍环节</p> <p>公司副总经理兼董事会秘书许恬就公司2024年度及2025年一季度经营情况做了介绍。</p> <p>二、问答环节</p> <p>1、曼卡龙的优势是什么？在未来可能出现的困难及挑战？</p> <p>答：我们核心优势在于线上化的能力，未来线下门店的运营想要突破半径，就得借助强大的线上运营能力，所以这里最大、最重要的挑战是对加盟商的筛选，我们需要能感知年轻消费者的需求，懂得如何线上线下相结合进行运营的加盟商。</p> <p>2、如何做符合年轻人喜好的产品？</p> <p>答：在产品研发时，我们注重对消费者的研究，且要关注国际时尚资讯，将前沿的流行趋势融入设计，所以公司产品一定是从中国文化出发，又带有西方时尚美。</p> <p>3、2024年毛利率下滑原因是什么？如何看待未来趋势？</p> <p>答：曼卡龙前身是偏镶嵌的品牌，随着镶嵌品类占比下降、黄金品类提升，毛利率自然会下滑；其次是由于电商渠道的布局，5年前开始起量，现在已经进入新的阶段：1) 产品结构方面，提升一口价产品占比；2) 业内新的工艺出现，黄金镶嵌会越来越多；3) 线上策略调整；我们认为目前流量增长已经相对趋于稳定，所以未来在关于规模提升的同时更注重质的提升。</p> <p>4、哪些按克计价产品具备转为一口价产品的潜质？</p> <p>答：重点是消费者是否认同一口价，通过我们的调研来看有2类产品消费者是接受的：1) 黄金镶嵌类，如镶彩宝/镶钻等；2) 5G工艺的</p>

	<p>低克重产品。整个行业也存在一定共性，公司把这些规律数据化，然后进行生产后看消费者的认可度。</p> <p>5、从货盘来看的话，线上、线下款式是否有差异？</p> <p>答：线下客单更高一些，线上各平台比较接近，但平台间产品款式存在差异。线下客单在 4000-6000 元左右，线下最大的区别在于有导购、有展示，所以给到消费者的附加值一定更高，线下通过场景化体验提升产品溢价。</p> <p>公司在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。各方还就公司品牌建设、产品研发等方面进行了交流，可参阅近期《投资者关系活动记录表》之问答及定期报告。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 5 月 9 日