

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：2025-017

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	2025年5月15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
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><b>1、行业以后的发展前景怎样？</b></p> <p>尊敬的投资者您好，我们坚信珠宝消费需求长期向好，公司将围绕年轻客群的悦己需求与个性化偏好，通过产品创新迭代、全渠道体验升级及数字化精准运营，持续提升需求匹配效率。感谢您对公司的关注！</p> <p><b>2、公司之后的盈利有什么增长点？</b></p> <p>尊敬的投资者您好，公司坚持“每一天的珠宝”的品牌定位，依托核心中台运营能力，创造生活化的珠宝，主攻年轻、时尚的轻奢珠宝市场，以“快速推出新品、快速迭代”的“快时尚”方式满足年轻消费者对于时尚珠宝的需求。公司一直践行互联网线上战略，打造互联网电商的综合运营能力，用数据驱动经营和管理，逐步形成互联网电商矩阵和多品牌的线上运营能力。公司通过核心中台能力的建设和打造，依托品牌影响力和产品竞争力，打造“精前台+强中台+快反后台”的组织架构，做大做强线上板块，孵化并赋能曼卡龙及子品牌的</p>

线上及线下的运营能力，打造出细分赛道的核心垂类品牌，同时积极探索全球市场。感谢您对公司的关注！

### **3、怎样才能看到直播**

尊敬的投资者您好，公司不定期在天猫、抖音等平台直播，您可搜索“曼卡龙”观看，感谢您对公司的关注！

### **4、你们行业本期整体业绩怎么样？你们跟其他公司比如何？**

尊敬的投资者您好，公司紧紧围绕整体战略部署，用数据驱动经营和管理，通过提升公司产品力、品牌力以及精准营销推广，线上线下一融合发展。从公司的发展来看，2024年度公司实现营业收入23.57亿元，比上年同期增长22.55%；实现归属于上市公司股东的净利润9,612.51万元，比上年同期增长20.02%。2025年第一季度，公司实现营业收入7.14亿元，比上年同期增长42.87%；实现归属于上市公司股东的净利润4,301.46万元，比上年同期增长33.52%。感谢您对公司的关注！

### **5、2025年规划中公司提到加速人工智能运用，能否透露AI技术在产品设计、客户服务等场景的具体落地计划？**

尊敬的投资者您好，在产品设计方面，公司将采取双轨并行策略：一方面对接外部珠宝行业AI大模型提升设计创新力，另一方面基于公司设计基因自建垂类模型强化品牌特色。

在客户服务领域，将构建AI知识库赋能全流程：通过专业产品知识模型提升客服质量，结合自动化工具优化服务体验。同时运用AI技术深度洞察消费者需求，为产品迭代提供精准方向。

整体将坚持技术创新与业务需求相结合，确保AI应用切实提升核心竞争力。感谢您的关注！

### **6、公司强调“数据驱动经营”，能否介绍业务中台和数据中台的具体应用场景？如何通过数字化提升供应链效率？**

尊敬的投资者您好，公司可以在市场分析、设计研发、供应链管理、全渠道销售、会员营销、门店管理等业务场景，形成统一的业务中台管控系统。数据中台根据系统流程，收集每一业务环节数据，制定统一指标进行分析从而驱动管理。感谢您对公司的关注！

**7、公司本期盈利水平如何？**

尊敬的投资者您好，2024 年度通过优质渠道扩张及精细化成本控制等方式，公司营收、归母净利润同比增速均超 20%，感谢您对公司的关注！

**8、2024 年公司营收情况如何，主要驱动因素有哪些？公司线上收入占比提升至 54.83%，能否介绍电商业务的增长策略和核心竞争力？**

尊敬的投资者您好，报告期营收增长得益于电商渠道持续增长及浙江省外市场扩张，2024 年电商渠道营收同比增长 40.76%，营收占比提升至 54.83%；浙江省外营收同比增幅高达 87.28%，营收占比提升至 10.63%。在电商业务方面，公司通过数字化中台建设实现了产品开发、内容生产和渠道运营的协同创新，依托数字化的用户洞察和个性化的场景营销，构建了基本的线上能力。同时，线上线下全渠道融合的战略布局，进一步强化了品牌影响力和运营效率，为业务持续增长提供了有力支撑。感谢您对公司的关注！

**9、公司在 2024 年推出多个联名 IP 产品，市场反响如何？未来在跨界合作和文化赋能方面有哪些规划？**

尊敬的投资者您好，公司在 2024 年主要推出甄嬛传及杭州文旅等相关联名合作：打造事件级的“甄学”趣味联动，潮玩盲盒创意跨界，黄金“剪纸小像”热卖并引领行业黄金金贴大热风潮，实现年轻文化的破圈触达；公司入驻杭州网红地标德寿宫，携手当地文旅共同打造杭州城市爆品，深化品牌杭州在地文化标识。

在公司未来合作规划方面，将会继续拥抱年轻潮流 IP 及品牌跨界，破圈拉新，强化品牌年轻时尚定位；合作中国传统文化类 IP 矩阵，以金为媒传承中华优秀传统文化、打造国潮审美佳作，提升品牌质感及声誉；深化与城市 IP 的深度合作，共创城市爆品，打造城市“金”名片。感谢您对公司的关注！

**10、曼卡龙 2024 年营收大幅增长的主要驱动因素是什么？**

尊敬的投资者您好，报告期营收增长得益于电商渠道持续增长及浙江省外市场扩张，2024 年电商渠道营收同比增长 40.76%，营收占

比提升至 54.83%；浙江省外营收同比增幅高达 87.28%，营收占比提升至 10.63%。感谢您对公司的关注！

**11、公司报告期浙江以外地区营收增长 87.28%，省外市场拓展的策略是什么？如何确保区域扩张中的品牌一致性和运营效率？**

尊敬的投资者您好，我司省外市场的占比提升，是基于从区域向全国发展的战略实施的结果，目前在全国拓展的基本策略是核心城市核心商圈开设直营店，其他地方开设加盟店。

在连锁珠宝企业的区域扩张中，确保品牌一致性需要建立完善的标准化体系。同时通过总部中台能力的赋能，可以实现品牌形象的统一输出和运营流程的高效复制。

在品牌管理方面，公司有统一的视觉识别系统和运营、服务标准，并通过数字化工具进行实时监控和督导检查。在效率保障上，公司的产品研发、供应链、内容推广等中台能力，能保证前台部门的运营效率的不断提升。感谢您对公司的关注！

**12、供应链数字化转型中，智能分仓和动态库存优化算法如何提升周转效率？是否降低了库存成本？**

尊敬的投资者您好，公司通过智能分仓，即将库存分为总仓、区域仓、门店三级，就近补货提升效率和动态库存算法，根据每家店的位置、销量等数据，自动调整备货量和品类，实现库存精准匹配需求，减少积压和缺货现象，整体降低库存成本。感谢您对公司的关注！

**13、领导，您好！我来自四川大决策，公司股价近期表现波动较大，请问公司在市值管理方面有哪些具体措施或计划？未来将如何提升公司的市场价值？**

尊敬的投资者您好，公司一直重视市值管理。首先市值是以公司基本面为基础的，公司强化核心竞争力，通过业绩增长夯实市值基础，持续做优公司基本面；二是公司积极开展投资者关系管理，加强信息披露与投资者交流，传递战略价值与成长潜力，推动公司业绩的提升和价值的实现，感谢您对公司的关注！

**14、公司打算怎么继续提升品牌影响力？**

	<p>尊敬的投资者您好，我司将持续深化"每一天的珠宝"品牌定位，着力打造原创设计与年轻审美的差异化优势。通过新媒体矩阵放大产品优势，并展现珠宝的日常穿搭场景；同时构建 IP 联名矩阵，结合年轻文化实现破圈传播，强化品牌年轻时尚属性。感谢您对公司的关注！</p> <p><b>15、请问，贵司如何看待线上和线下销售的平衡发展？</b></p> <p>尊敬的投资者您好，随着 Z 世代成为消费主力，我认为线上与线下渠道已进入深度融合阶段。我们观察到消费者既依赖线上平台上完成产品浏览、比价和初步筛选，又注重线下门店的实物体验与产品定制。因此，我们通过"线上精准引流+线下场景化体验"模式，实现全渠道协同：线上商城依托视频、直播带货等数字化工具提升转化，线下门店则强化沉浸式购物场景与 VIP 服务，最终通过会员系统打通消费数据闭环。这种全域零售策略既能满足新一代消费者"随时随地下单，按需到店体验"的混合需求，也会为我们带来了跨渠道复购率提升，感谢您对公司的关注！</p> <p><b>16、报告期内公司经营活动现金流净额同比增长 117.93%，主要得益于哪些业务环节的优化？未来如何维持现金流健康增长？</b></p> <p>尊敬的投资者您好，报告期内公司经营性现金流同比增长的原因主要得益于销售收入增长、成本费用控制以及存货管理优化等方面。以上因素使得公司的经营性现金流得到改善和提升，未来我们将持续优化上述方面，保持现金流健康增长，感谢您对公司的关注！</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	2025 年 5 月 15 日