

证券代码：002867

证券简称：周大生

编号：2026-023

周大生珠宝股份有限公司
投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☒其他(电话会议)
参与单位名称 及人员姓名	共计 83 位投资者（排名不分先后）： 中信建投证券：叶乐、黄扬璐 长江证券：李锦、张彦淳 摩根士丹利：刘家琪 高盛证券：何梦庭、阮昕宇 利檀投资：焦明远 中信证券：徐晓芳、韩梓毅 万联证券：李滢、夏博文 金控资管：周昕 国盛商社：张冰清、王佳伟 方正证券：廖捷、周昕 人保资产：周维 诚通证券：陈文倩 信达证券：骆峥 华泰证券：惠普 长城基金：余欢 天治基金：王娟 南方基金：张其思 嘉实基金：沈玉梁 华夏理财：王莎 光大证券：刘勇 融通基金：苏林洁 长安基金：肖洁 开源证券：刘毅、姚响 华夏基金：黄皓 金鹰基金：蒲启迪 东方证券：杨春燕、苏子衿 华宝基金：毛文博 富国基金：胡靓 招银理财：巩伟 安信基金：张明 银河基金：于嘉馨 交银施罗德基金：陈均峰 创金合信基金：张小郭 兴证全球基金：翟秀华 上海勤辰私募基金：生名扬 海富通基金：陈林海

	申万菱信基金：黄书瀚 北京人寿保险：祁朝瑞 麦格里证券：黄晓龄、宜欣 野村东方国际：张影秋、康璇 广发证券：陈又铭 华源证券：李俏 太平基金：林开盛 国泰海通：蔡昕好 国联民生：张倩 中邮证券：郑浩亮、李鑫鑫 申万宏源证券：赵令伊、张蕴达、杨心如 中金公司：华思怡、庄铭楷、张俊奎、王凯 天风证券：何富丽、孙海洋、李璇、于梦鸽 中信建投经管委财富管理部客户：赖昕、骆华森 Ontario Teachers' Pension Plan (Asia) Limited：温翰林 Cephei Capital Management (Hong Kong) Limited：Ms. LIU Na SCHRODER INVESTMENT MANAGEMENT (HONG KONG) LIMITED：Felix An 珞珈方圆：费春生 圆信永丰基金：田玉铎 浙商证券：周敏 招商理财：巩伟 西部证券：张诗宇 GIC：刘濯宇 永安国富：徐小明 国元证券：李典 长城证券：吕科佳
时 间	2026 年 8 月 26 日
地 点	周大生总部会议室
上市公司接待人员 姓名	董事及副总经理：郭晋 财务总监：许金卓 董事会秘书及副总经理：何小林 证券事务代表：褚鹏、荣欢
投资者关系活动 主要内容介绍	一、问答环节： 1、2026 上半年金价大幅波动，尤其二季度金价回调。面对金价大幅波动，公司有哪些经营上的调整？自营线下和电商渠道实际经营表现如何？ 答：面对市场波动，公司稳步落地中长期发展战略。 （1）品牌端持续完善品牌矩阵建设：推进主品牌产品与定位升级，周大生经典深耕一二线市场，国家宝藏高奢文化品牌按计划推进。

(2) 业务层面，公司逐步推动加盟、自营、电商三大渠道均衡发展；加盟业务不再追求规模扩张，核心转向提质增效。

上半年整体收入下滑主要受加盟业务出货模式变化影响，自营与电商渠道依旧保持较好增长。受金价二季度快速下行影响，行业整体承压；随着 7、8 月金价逐步修复，金价波动带来的负面影响也在逐步消退。

2、根据 7- 8 月终端表现情况，公司对下半年业绩展望怎么看，全年业绩指引是否发生变动？

答：7-8 月终端销售情况已出现回升，公司对下半年业绩整体保持信心。

展望下半年，金价回升与前期库存去化将叠加推动加盟商补库意愿的提升，提价政策的正向效果预计在下半年体现。同时，下半年各产品线调整基本到位，有望进一步修复利润水平。若后续金价持续回升，前期计提的部分存货跌价准备将按会计准则予以冲回。

综上所述，年初制定的净利润同比增长 5%-15% 的全年指引公司将努力达成。

3、出清的加盟店有什么共性特征或画像？

答：当前行业正处在市场出清阶段，行业逻辑已经从追求门店数量扩张，转变为质量提升。选择退出的加盟门店，普遍存在点位偏弱、加盟商资金实力有限、经营思路难以适配周期变化等问题，也是行业共性现象。

4、国家宝藏业务目前经营成效如何，开店节奏和后续战略是怎样规划的？

答：当前高端黄金赛道竞争者增多，公司认为品牌需要长期沉淀，不能只追逐短期热度。公司正在对现有的百余家国家宝藏红标店做优化，着力提升单店效益，同时推出标准更高的黑金店。长远目标是即便热度褪去，国家宝藏依旧可以站稳国内高端文化黄金赛道。

5、展望下半年，9 月订货有什么样的差异化策略，目前有什么举措带动加盟体系恢复订货积极性？

答：二季度叠加金价波动、品牌使用费上调、门店出清、行业淡季等多重因素影响，加盟商观望情绪明显。进入 7、8 月，终端同店销售已实现同比增长，七夕过后，加盟商的补货意愿有所回升。本次 9 月订货

会一方面会给到加盟商相应让利，提升订货吸引力；另一方面公司联合上游多家头部工厂，围绕黄金时尚化、镶嵌化、轻量化的消费趋势，筛选周转快、毛利合理的优质货盘快速武装终端门店。

6、公司对于存货跌价准备冲回的时间、幅度如何判断？

答：公司基于会计准则的审慎会计处理，半年度计提 2.03 亿元存货跌价准备。减值大部分来自于库存商品的减值，库存商品是按单个存货项目计提，可变现净值以该存货的估计售价减去估计在销售过程中可能发生的销售费用和相关税费确定。估计售价的确定依据存货持有目的不同而有所区分：提供给加盟渠道的库存商品按照批发定价为基础计算；自营门店及电商渠道库存商品按照终端零售价格为基础计算。因此并非按照简单的整体库存均价来测算减值。截至 6 月末公司黄金类相关减值约 1.4 亿元，其余减值来自钻石板块，钻石减值还会受到国际报价、汇率波动影响。现阶段金价有所上行，相当部分的黄金减值存在冲回机会。但由于库存商品采用单一存货核算方式，商品又不断在周转，无法准确预判冲回比例。

7、国家宝藏在产品研发理念上怎么考虑的？

答：国家宝藏的核心竞争力在于文化内核，不会简单复刻竞品路径。产品取材于中华五千年历史文化，同时挖掘非遗、古代黄金加工工艺构建工艺壁垒，目前已经迭代第二代“云锦”工艺，采用 0.05mm 极细金丝织造，复合运用篆刻、花丝、宝石镶嵌多重精工，在方寸金饰间还原“寸锦寸金”的千年织锦美学。

8、公司未来的分红政策和预期如何？

答：公司在章程有规定，原则上一年分红 2 次，且任意连续三年以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的累计可分配利润的 50%。近几年公司实际分红已远超这个标准。本次中期分红每 10 股 1.6 元，受半年度利润下滑影响，分红规模较去年中期略有下降。但公司整体将保持“多利多分”的分红导向，同时兼顾直营、国家宝藏门店扩张等业务的资金投入。

9、除国家宝藏外，周大生经典与转珠阁品牌的后续规划是什么？

答：周大生经典定位介于主品牌和国家宝藏之间，主打东方非遗时尚，重点布局一二线城市，下半年将发布全新品牌形象；主品牌继续夯实三四线下沉市场基本盘。转珠阁面向年轻消费群体，聚焦珠串、文化

	情绪饰品，现阶段优先发力线上打开品牌影响力，线下保留少量门店并聚焦单店效益提升。 10、黄金租赁/套期保值策略是否会有所调整？ 答：公司主要使用黄金租赁做风险对冲，秉持有效对冲原则，不做投机；公司会在项目制备货场景下（例如订货会这种备货高峰期）采用黄金租赁对冲短周期的金价波动风险。面向终端销售的黄金成品不做租赁对冲。公司租赁规模有所下降主因是加盟业务整体备货需求减少。 11、行业出清正处于什么阶段，加盟商盈利情况如何？ 答：公司闭店速度已经放缓。不少加盟商是关停体系内低效门店，把资金、人力集中到留存的优质门店，因此加盟商总数量变化不大。经过行业出清，公司门店数量将逐步趋于稳定，经营重心聚焦于改善单店店效、提升门店盈利质量。各区域市场修复节奏存在差异，传统优势省份有望率先实现企稳。 12、电商渠道毛利率下行，下半年业务策略以及毛利率展望如何？ 答：电商毛利率下行，主要是二季度加大了投资金条业务布局，发挥公司上海黄金交易所会员优势。投资金条营收规模大但毛利水平偏低，从而拉低整体综合毛利率；如果剔除投资金，原有首饰业务的毛利率波动并不大。布局投资金，一方面可以补充营收规模，另一方面也配套云店业务向线下门店做推广。对于电商板块，公司会更侧重关注毛利额表现，而不是单一追求毛利率指标。
附件清单（如有）	无
日期	2026 年 8 月 26 日