

证券简称：中国黄金

证券代码：600916

## 中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2023-010

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（网络会议） <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	摩根士丹利华鑫基金管理有限公司：苏香 明河投资：姚咏絮 正谊资产：吴树熙 睿亿投资：孙世钰 汇利资产管理：钱希撼 乾惕投资：陈恩婷 咏明资产管理：崔承天 天风证券股份有限公司：郑澄怀、朱琳 北京金百镭投资管理有限公司：刘新 淡水泉（北京）投资管理有限公司：彭皓 上海崇山投资有限公司：陈柯羽 上海斯诺波投资管理有限公司：杨明微 嘉实基金管理有限公司：李大炎 恒泰证券股份有限公司：于云江 上海东方证券资产管理有限公司：徐泽南 海南悦溪私募基金管理合伙企业（有限合伙）：任云鹤 上海理成资产管理有限公司：詹璐琳 茂典资产管理有限公司：王晓璇

	<p>方正证券股份有限公司：刘斐</p> <p>上海重阳投资有限公司：胡敏</p> <p>星泰投资管理有限公司：贾雨朦</p> <p>深圳市新思哲投资管理有限公司：李泳佳</p> <p>上海盘京投资管理中心（有限合伙）：陈真洋</p> <p>淳厚基金管理有限公司：廖辰轩</p> <p>深圳市恒邦兆丰私募证券投资基金管理有限公司：邵武华</p> <p>深圳前海行健资本管理有限公司：蒋永清</p> <p>兴业基金管理有限公司：朱宇轩</p> <p>易方达基金管理有限公司：刘沛显</p> <p>天治基金管理有限公司：张歌</p> <p>长江养老保险股份有限公司：俞仁智</p> <p>华夏财富创新投资管理有限公司：程海泳</p> <p>信达澳亚基金管理有限公司：魏冠达</p> <p>上海环翰投资有限公司：周波</p> <p>恒泰证券零售客户：薛家</p> <p>平安基金管理有限公司：刘杰</p> <p>招商银行理财子公司：杨展</p> <p>太平洋保险资产管理公司：魏巍</p> <p>中电科投资控股有限公司：朱天辉</p> <p>Suparna Capital：Endy</p> <p>银华基金管理股份有限公司：王翔</p> <p>华安基金管理有限公司：饶晓鹏</p>
时间	2023年8月22、23日
地点	北计大楼
上市公司接待 人员姓名	<p>副总经理、董事会秘书：陈军</p> <p>董事会办公室常务副主任：陈艺涵</p>
投资者关系活 动主要内容介	<p><b>一、问答环节</b></p> <p><b>1、目前市场的黄金需求如何？</b></p> <p>答：根据公司上半年经营销售情况，在经济不断复苏的大背景下黄金产品</p>

绍

消费需求不断提升，消费者消费意愿不断提升，投资者对于黄金制品的投资热情也不断攀升。

**2、继国宝金之后公司后续对于产品布局有何规划？会不会有新的产品序列推出？**

答：公司高度重视产品研发，不断加强与各界合作推陈出新，国宝金一经推出受到了广大消费者的青睐。公司将进一步加大产品研发力度，通过跨界合作等方式推出更多 IP 产品，满足消费者需求。

**3、电商渠道与线下渠道是否会伴随着产品整体升级而变化？**

答：公司将针对电商渠道的特殊性进行产品差异化布局，丰富电商渠道产品类型，推出“此刻高光”、“迪士尼”、“花木兰”、“华彩”、“手创金”、“烟花”“铭心”、“绮梦”、“异趣”等产品针对不同客户群体。线下渠道公司将提升高附加值产品销售比例，布局相应产品提高消费者满意度。

**4、公司之后销售费用的展望？**

答：公司在进一步加强产品宣传力度的同时加强产品销售费用的控制，坚持三免两减政策引导，加强对加盟商的扶持力度。

**5、投资金条需求如何？**

答：不同消费者对于投资金条态度不同，金价波动以及其他投资方式的风险较大导致投资者对于投资金条的热度不断上升，随着人民币汇率波动及投资环境变化，预计投资金条需求会进一步上升。

**6、公司门店拓展方向？**

答：公司将不断加大门店拓展力度，在增加店面数量的同时提升店面质量。在一二线城市核心区域加大旗舰店开设力度，提升区域品牌影响力。

**7、公司对加盟商的政策？**

答：公司将坚持三免两减政策对加盟商的支持，加大在品牌宣传等方面的支持力度。后续公司将根据市场变化及时调整适合于市场同时有利于加盟商的政策。同时加大产品上新速度，帮助加盟商提升盈利能力。

**8、公司上半年直营及加盟渠道经销增速如何？**

答：公司直营店面占比较低，但通过加强各渠道建设公司直营销量增速明显。加盟渠道增速较直营渠道增速更高。

**9、公司回购体系建设如何？**

答：公司除直营体系外，加盟体系的回购店面也已开始布局并已取得初步成果。公司通过自身回购体系完善产业链，提升服务品质，将进一步加大回购体系建设。

**10、公司培育钻石发展情况如何？目前销量？线下规划是什么？**

答：公司自 618 上市培育钻石产品以来，不断加强培育钻石渠道建设力度、产品研发力度及品牌推广力度，公司将与同行业品牌合作共同提高培育钻石的渗透率。公司目前只有线上布局培育钻产品，后续公司将根据公司规划线下布局培育钻石产品，有望进一步提升销量。

**11、公司线上渠道占比如何？**

答：公司线上渠道在公司整体渠道发展中占比偏低，成立中金珠宝电子商务（长沙）有限公司以来，公司进一步加强线上渠道建设，在各电商平台黄金珠宝类品牌销量排名中均处于头部地位。未来公司将进一步加强线上渠道建设力度及产品差异化布局，提升线上渠道销售占比。

	<p><b>12、公司展销活动是否会继续？</b>  答：公司于今年四月份举办春季展销活动取得成功，预计秋季再次举办大型展销活动，便于加盟商选购产品，调整产品布局。同时各区域定期举办展销活动便于区域内产品更新。</p> <p><b>13、产品结构调整对于利润有什么影响？</b>  答：产品结构的调整及优化有利于公司利润的提升，高附加值产品销售比例增加，投资金条类产品销售占比降低将有助于提升公司毛利率。</p> <p><b>14、拓店过程中同行竞争是否加剧？</b>  答：拓店过程中随着中小品牌闭店数增加，头部品牌抢占市场的速度不断加快，竞争压力不断增大，公司将努力提升自身实力，在竞争日益加剧的市场环境下进一步提高市场占有率。</p> <p><b>15、公司七夕期间销量有没有增长？</b>  答：七八月份为黄金珠宝销售淡季，但七夕节的带动效果较为明显，七夕期间销量有明显增长。</p> <p>各方还就产品布局、回购业务等内容进行了交流，可参阅前次活动记录表之问答和已披露公告。</p> <p>接待过程中,公司严格按照《信息披露管理制度》等规定,保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平,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	2023年8月22、23日