

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：2023-011

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	point 72：洪瑞洋 源乐晟：宋墨含 杭州白犀资产管理有限公司：周宝杨 平安证券股份有限公司：李峰 方正证券股份有限公司：韩雨珊 平安基金管理有限公司：刘杰 施罗德交银理财有限公司：陆逸 富荣基金：张芷潇 东方证券自营：杨春燕 源峰基金：欧阳婧 宏道投资：丁开盛 摩根士丹利华鑫基金：方旭赞 金鹰基金：陈颖 淡水泉（北京）投资管理公司：杨馨怡 兴业基金：朱宇轩 华夏久盈：邵明亭 申万资管：陈旻 中海基金：谢华

	<p>理成资产：詹璐琳</p> <p>上海人寿：方军平</p> <p>西部利得：温震宇</p> <p>进门财经：钟嘉敏</p> <p>汇添富：李泽昱</p> <p>长江证券：陈亮</p> <p>东方基金：邵子馨</p> <p>上海理成资产管理有限公司：詹璐琳</p> <p>玄卜投资（上海）有限公司：夏一</p> <p>兴业证券股份有限公司：刘淇铭</p> <p>浦银安盛：王爽</p> <p>江信基金：俞海洋</p> <p>方正富邦基金管理有限公司：李昕悦</p> <p>银叶投资：朱一丰</p> <p>涌贝资产：马涌超</p> <p>北京东方睿石：谢晓琴</p>
时间	2023年8月25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 绍	<p>一、问答环节</p> <p>1、k金产品在公司销售占比中有多少？ 答：k金产品在公司销量占比中相对偏低，公司投资类产品销售占比偏高，饰品中古法类产品销量不断提升。公司将根据市场需求调整产品布局满足消费者需求。</p> <p>2、公司后续产品布局有什么规划？ 答：公司后续将进一步加强新品研发力度，同时开展跨界合作开发更多IP产品满足消费者需求。同时公司将进一步调整产品布局，提高附加值产品销售比例提升公司毛利率。</p> <p>3、公司后续店面布局重心在哪里？一线城市渗透率如何？ 答：公司高度重视渠道建设，未来公司将加强店面布局薄弱区域以及加强重点城市重点商圈大店建设力度。公司店面布局覆盖一线城市，未来将继续加强拓店力度，在增加店面数量的同时提升店面质量。</p>

4、公司回收业务做简要介绍？

答：公司成立中金精炼以来，回收业务进一步完善，回购量进一步提升。回购店面数量不断增多便于满足消费者需求，提升消费者满意度。未来公司将不断加强回购店面建设力度，同时加强线上回购渠道建设力度，进一步满足市场需求。

5、中秋国庆假期婚礼聚集，下半年婚庆市场预期如何？

答：下半年黄金珠宝销售旺季到来，并且婚礼举办时间较为集中在假期内，黄金制品作为婚礼中必不可少的一部分，深受消费者青睐。预计下半年黄金珠宝消费会有所增长。

6、上半年首饰产品与投资类产品销售占比是多少？

答：公司于上半年投资金销量占比偏高，首饰类产品销量增长明显，其中古法金产品较为受消费者青睐，此外，回购金量增多明显。公司将根据市场需求不断研发新产品，调整产品布局满足消费者需求。

7、金价走高对于黄金消费有何影响？

答：消费者对于金价走势有不同预期，金价波动走高对于黄金消费有所刺激。对于部分追涨者，在金价走高的过程中消费力得到释放。

8、公司门店目标是什么？头部品牌竞争加剧公司如何应对？

答：公司高度重视渠道建设，今年门店目标 4000 家，目前正在按照公司规划稳步拓店。在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。

9、公司对省代的激励机制是什么？

答：公司在混改初期引入加盟商持股平台，使其成为公司股东进一步加强公司与各加盟商的粘性，同时对加盟商产生极强的激励作用。

10、公司服务型收入下降原因？

答：为鼓励加盟商更好经营，公司实施三免两减政策，进一步加强对其经营的支持，同时在产品宣发方面不断加强对各区域加盟商的支持力度。

11、公司毛利率、净利率变化趋势？

答：随着公司高附加值产品销售占比增多，预计公司毛利率、净利率均有所增长。

12、公司消费客群类型有哪些？

答：公司投资类消费者占比一半以上，首饰、国宝金等产品的收费群体以年轻人居多，随着培育钻的上线，悦己类产品的消费群体逐渐增多。

13、预计三四季度店面净增趋势如何？

答：公司全年店面建设目标不变，将继续加大对店面的扶持力度，减少因经营不善导致的闭店数。预计三四季度店面增长较快，努力完成全年店面开设任务。

14、公司品牌推广计划是什么？

答：公司通过冠名合作等方式增加品牌曝光度，未来将继续加大品牌宣传力度，通过跨界合作等方式提升品牌知名度。同时在资本市场积极与投资者沟通提高公司品牌在资本市场的知名度。

各方还就培育钻布局产品布局、产品规划、市场变化、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。

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。
附件清单(如有)	无
日期	2023年8月25日