

证券代码：605599

证券简称：菜百股份

编号：2024-004

## 北京菜市口百货股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

|             |   |  |
|-------------|---|--|
| 投资者关系活动类别   | <input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研<br><input type="checkbox"/> 媒体采访<br><input type="checkbox"/> 新闻发布会<br><input type="checkbox"/> 现场参观<br><input type="checkbox"/> 其他 _____ | <input type="checkbox"/> 分析师会议<br><input type="checkbox"/> 业绩说明会<br><input type="checkbox"/> 路演活动  |
| 参与单位名称及人员姓名 | 国海证券：芦冠宇、周钰筠、余洁<br>东方基金：邵子馨、房建威<br>创金合信：魏凤春<br>鹏扬基金：孙碧莹<br>新华基金：刘慧<br>和谐汇一：张鸿羽<br>野村东方资管：童玥琳<br>民生证券：刘文正、郑紫舟、褚菁菁<br>洲和投资：方颖蓓<br>浦银安盛：王爽<br>南方基金：尤丹倩<br>杭州秉怀资产管理：刘争争<br>D. E Shaw：杭程 | 源峰基金：欧阳婧<br>中邮人寿：高远<br>泉果基金：姜荷泽<br>双安资产：张添宝<br>睿扬投资：张一帆<br>中信建投：刘岚<br>华泰资管：罗丹<br>蜂巢基金：王映雪<br>东吴基金：姜怡<br>建信养老：曹静怡<br>国联基金：陈方园<br>信达澳亚：马绮雯 |
| 时间          | 2024年2月27日、2月29日  |  |
| 地点          | 线上会议  |  |
| 上市公司接待人员姓名  | 副总经理、董事会秘书：李运泓<br>证券事务代表：梁一雯<br>证券事务专员：吴越   |  |

投资者关系活动  
主要内容介绍

一、李运沚介绍菜百股份基本情况

二、问答环节

1. 未来两三年内公司毛利率变化情况？

答：根据每年市场情况不同、销售结构不同等方面因素影响，毛利率情况会有所变化。

2. 未来两三年内公司费用率变化情况？

答：费用端方面，公司坚持以“提质增效”为中心开展各项经营管理工作，通过更加精细化的管理、更加高效的信息化技术应用、更加精准的营销推广等措施，提升公司费用控制水平和使用效率。

3. 线上占比持续提升，如何看待线上渠道销售市场发展？

答：在线上渠道方面，近些年发展变化很快，从传统货架电商平台到直播带货，视频号、社交媒体平台多点开花等等，为消费者提供了愈发多元化的选择。在这一过程中，公司也在积极拥抱变化，例如在直播业务方面，持续深化与外部主播合作，并不断加强公司自播团队建设，积极培养具有专业黄金珠宝知识和销售服务技能的自播团队，并尝试应用新技术，探索数字人直播。目前数字人直播已产生了实际销售，虽然现阶段在公司整体销售规模中占比极低，但这一新兴技术的应用表明市场和技术正在快速发展，公司会持续优化数字人的形象、语音、语料、黄金珠宝知识交互等方面水平，使其更加能够适用于线上直播销售需求。未来，公司将持续观察和跟进市场变化，以灵活适应未来可能的发展趋势。

4. 请介绍一下公司产品生产加工情况？

答：公司产品货源主要来自于自采原料进行委外加工、联营和成品采购。在产品加工方面，公司没有开设自有的加工工厂，是将

|          |  |
|----------|--|
|          | <p>黄金珠宝行业高度标准化的生产环节以委外加工方式完成，重点把控供应质量。公司通过制定严苛的供应链甄选程序及严于国家标准的“菜百首饰”质量订单标准，实现了对供应商的多维度管控，同时通过地域分散等策略分散了加工中断等风险。公司按照“菜百首饰”质量订单标准向供应商下达订单，并安排驻厂采购人员在生产、出库环节进行多轮监督检查和有损检测，商品到货后委托第三方检测机构进行检测，检测合格后才能入库，随后在出库、销售等环节还有多道检验手续，以确保产品质量。</p> <p><b>5. 北京或者华北以外市场的分店如何提高品牌认知度？</b></p> <p><b>答：</b>公司在拓展新区域市场时采取稳扎稳打、稳健发展的策略深耕市场，基于全直营模式下可迅速获取第一手市场反馈的优势，根据市场情况进行快速反应和调整，在保持菜百特色的同时，积极探索“在地化”运营，因地制宜，结合不同区域消费者偏好，合理调整经营策略，持续优化整体门店运营质量和市场布局。通过充分发挥直营模式和全品类经营的优势，以产品和服务打造差异化优势，配合有针对性的宣传营销等措施，在当地市场树立口碑，同时通过线上销售渠道积累消费者基础，为线下市场拓展起到引流作用，提升品牌知名度和认知度。</p> |
| 附件清单（如有） | 无  |
| 日期       | 2024年2月27日、2月29日   |