

证券代码：301177

证券简称：迪阿股份

迪阿股份有限公司  
投资者关系活动记录表

编号：2024-004

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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>2024年度深圳辖区上市公司集体接待日活动</u>
参与单位名称及人员姓名	通过“全景路演”投资者关系互动平台 ( <a href="https://rs.p5w.net">https://rs.p5w.net</a> )，参加“2024年度深圳辖区上市公司集体接待日”活动的投资者
时间	2024年12月12日14:30-17:00
地点	全景路演网站 ( <a href="https://ir.p5w.net">https://ir.p5w.net</a> )
上市公司接待人员姓名	董事副总经理、财务负责人兼董事会秘书：黄水荣 证券事务代表：王彤 IR负责人：宾蓓
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>一、互动问答</b></p> <p><b>1、请问价格还能回到发行价格吗？</b></p> <p>答：尊敬的投资者，您好。二级市场股价走势除了与公司基本面相关以外，还受宏观经济、行业环境及投资者偏好等多方面因素影响。在当前复杂形势下，公司内部会持续努力做好主营业务经营，加强成本费用管控。还请投资者注意投资风险，理性看待股价波动。感谢您的关注！</p> <p><b>2、面对发行价，在看看现在的股价，你们就没有一点想说的？要有多么强大的心理才能这么淡定啊！</b></p> <p>答：尊敬的投资者，您好。二级市场股价走势除了与公司基本面相关以外，还受宏观经济、行业环境及投资者偏好等多方面因素影响，请广大</p>

投资者注意投资风险。近年国民经济虽呈恢复态势，但可选消费需求仍然偏弱，钻石镶嵌行业呈现周期性调整。不过，我们仍坚定看好公司长期价值。公司将继续坚持做好主营业务，提高经营效益，持续给股东带来长期稳定的投资回报。感谢您的关注！

**3、股价跌幅巨大，并且流动性很差，大股东有没有放弃一部分股份的想法，这样可以使股价上涨，并增加流动性。**

答：尊敬的投资者，您好。一方面公司大股东目前股份仍未解禁，另一方面公司是以品牌的长期主义来思考股权结构问题，未来公司会根据市场环境变化、企业长期战略等内外部因素的影响，不断优化股东结构。感谢您的关注。

**4、请问公司管理层如何评估当前的库存状况，以及如何优化库存管理以减少资金占用？**

答：尊敬的投资者，您好。公司主要采取轻定制的销售模式，在更好地控制库存的同时，还能维持较低的开店成本和良好的现金流。为保证产品定制需求的及时响应，公司在经营过程中保持着一定数量的原材料和库存商品，同时根据市场需求、原材料价格变化和库存情况等制定和实施采购计划，及时调整采购策略，对存货情况进行动态监控，加强安全性库存和策略性库存管理，加快库存周转，减少资金占用。感谢您的关注！

**5、迪阿股份在一二线城市的门店占比超过 60%，请问公司如何看待三四线城市的市场潜力？**

答：尊敬的投资者，您好！当前，全国人均可支配收入持续稳定增长，三四线城市消费者的消费能力和消费意愿也呈现出不断上升的态势，但仍存在大量潜力尚未被充分挖掘的空白区域，包括诸多重点空白城市以及新兴商圈，这些都为我们市场拓展提供了机遇。总的来说，公司基于“全球高级婚嫁珠宝品牌”的定位，在 2024 年积极推进门店优化相关工作时，对三四线城市的渠道布局也进行了系统性的考量，公司希望能够集中优势资源，与城市头部商业项目保持稳固合作机会，强化品牌势能，进一步挖掘三四线城市在婚嫁珠宝消费方面的潜力。感谢你的关注！

**6、请问最新的股东人数是多少？**

答：尊敬的投资者，您好。截至 2024 年 12 月 10 日，公司股东户数为 12,365 户，感谢您的关注。

**7、请问公司是否有市值管理规划？**

答：尊敬的投资者，您好！公司将根据证监会发布的市值管理新政制定《市值管理制度》，并依法进行合规的市值管理工作，进一步加强与投资者的沟通，增进投资者对公司的了解和认同，提升公司治理水平和企业整体价值，届时请您关注公司相关公告，感谢您的关注。

**8、鉴于一季度业绩不佳，公司是否有调整全年业绩预期的计划？**

答：尊敬的投资者，您好。近年国民经济虽呈恢复态势，但可选消费需求仍然偏弱，钻石镶嵌行业呈现周期性调整，公司业绩承压。今年以来，公司基于整体品牌战略方向，聚焦渠道减负与势能提升，积极应对市场变化和挑战，在坚守品牌核心理念的同时，以“长期价值”应对行业周期调整。未来公司会努力做好主营业务，提高经营效益，具体经营业绩情况请您关注公司定期报告，感谢您的关注！

**9、迪阿股份在法国巴黎开设了门店，请问这是否标志着公司国际化战略的一部分，未来是否有计划进一步拓展国际市场？**

答：尊敬的投资者，您好！公司除在法国设立巴黎设计中心及门店外，从去年开始又做了一些新的尝试。目前已在美国建立独立站，并在国际版抖音(TikTok)上取得显著成效，截至2024年9月末，DR在TikTok等海外社交平台粉丝达74万+，在海外各大社交媒体平台累计曝光达近4亿次。从财务数据来看，目前公司海外业务收入规模及占比基数较低，但上升趋势明显。战略打法方面，我们会借鉴国内的优秀经验，同时规避由于发展过快导致品牌下沉的行为。我们希望在欧美市场把DR“全球高级婚嫁珠宝”这个定位打透，并且在初期就倡导“一生送一人”、“一人送一生”的品牌理念。鉴于国外市场在礼物表达上的深厚底蕴，公司将充分借鉴DR品牌在国内运营中的宝贵经验，在欧美市场尽可能提前做好布局。感谢您的关注！

**10、公司在报告期内是否有新的产品线或者营销策略推出，这些策略的效果如何？**

答：尊敬的投资者，您好。产品方面，2024年公司聚焦中国婚嫁文化，携手全球知名华裔设计师 Vivienne Tam 登陆巴黎时装周，发布了全新中国高级婚嫁珠宝系列，包括龙系列、金镶钻系列及钻石系列，产品涵盖婚戒、耳饰、项链、手镯、手链等；公司以品牌大理想为核心出发点，基于

“一生一人”概念，研发了黄金产品线下的定情信物 DR ETERNAL RING 系列，该系列展现了中西文化爱情的完美融合，形成了具有当代设计感的品牌识别符号，有力突出了 DR 独有的情感价值观。营销策略方面，在当前的市场环境中，单一渠道的推广红利已逐渐消退，对零售整体综合管理能力有了更高的要求，公司正在以“全域运营”的策略应对这一挑战，并积极通过整合线上、门店、自然客流及线上客流等多维度资源，实现全方位的品牌推广覆盖。公司会始终坚持匠心制作，坚持在传播中国传统婚嫁文化和中国高端珠宝设计的道路上践行理想。感谢您的关注！

**11、钻石镶嵌饰品消费持续低迷，请问这一现象的主要原因是什么，公司有何策略应对市场需求的变化？**

答：尊敬的投资者，您好！钻石镶嵌饰品消费的波动本质取决于供给与需求。2024 年前三季度我国 GDP 同比增长 4.8%，经济增长放缓，收入预期的下滑导致消费者消费意愿不足，钻石镶嵌饰品作为可选消费，受到的冲击较大。今年 7 月，公司上线了会员小程序，标志着我们的会员服务体系迈出了重要一步。未来，公司将致力于将钻戒和对戒都做到行业领先，从“增效”层面做复制和推广；其次，通过婚嫁的延展品类积极拓展会员服务，从而提升销售的连带性。未来，公司会围绕整体发展战略，巩固“全球高级婚嫁珠宝品牌”的定位，持续发力探索更多创新方式，努力实现在求婚和结婚场景下让 DR 成为消费者心目中“婚戒”首选的目标。感谢您的关注！

**12、迪阿股份在报告期内关闭了大量门店，请问这一战略调整的目的是什么，预计会对公司未来业绩产生何种影响？**

答：尊敬的投资者，您好！报告期内，公司基于整体品牌战略方向，聚焦渠道减负与势能提升，重点着眼于以城市为维度的效益提升。2024 年前三季度，公司对现有门店进行了盘点，结合商圈变化、客群客质的匹配度、品牌的定位等进行了渠道调整和优化，在确保城市覆盖数量维持在近 200 个城市的前提下，累计净减少门店 127 家。此外“黑金”、“红金高奢”、“红金标杆”、“红金标准”的店铺终端形象系统落地，通过形象升级、商品模型迭代和服务体验优化，为零售体系的全面升级奠定了坚实基础，从零售端的数据来看，“红金”店整体表现不错且测试效果符合预期，如深圳壹方城店、成都 IFS 店和上海大丸百货店的月均同比增长超 70%。感谢您的关注！

**13、迪阿股份面临市场竞争加剧，请问公司如何看待新生品牌的竞争压力，以及如何保持自身的市场地位？**

答：尊敬的投资者，您好！公司始终以理性且积极的态度去看待新生品牌带来的竞争压力。新生品牌的不断涌现使得市场竞争愈发激烈，但这也从侧面反映出珠宝行业的增长空间与发展潜力。对此，公司将坚守“一生·唯一·真爱”的品牌理念，进一步打开品牌想像力，持续满足和超越消费者预期；在产品研发和设计方面持续创新，不断推出具有高辨识度和独特工艺的产品；基于企业长远发展规划，公司将以 DR 品牌为核心，通过会员体系及婚生态延展品类和服务。总之，面对市场竞争的加剧，公司将继续坚守品牌理念，不断创新产品、优化渠道、提升服务，以保持我们在市场中的领先地位，为股东和消费者创造更大的价值。感谢您的关注！

**14、公司年报盈利仅两、三千万，而公司分红却 2 个亿。众所周知，大股东占 90%股份，分红绝大部分都被大股东拿走。小股东却要承受公司净资产减少、股价下跌厄运，请问公司对远超盈利的高额分红是怎么考虑的？**

答：尊敬的投资者，您好！公司自上市以来，受“不低于 10%公开发行比例”因素影响，无法通过回购方式回馈股东，所以希望能够通过稳定的现金分红进行弥补。虽然 2023 年归母净利润不高，但公司现金储备依然充沛，并积累了大量的未分配利润，截至 2023 年 12 月末，公司合并报表和母公司的未分配利润分别达 14 亿元和 11 亿元。同时，公司也是积极响应国家包括“国九条”在内的分红新政策，希望通过分红的方式回报投资者。感谢您的关注！

**15、迪阿发行价发行这么高 118，严重破发，造成中小股东严重损失，请给予赔偿损失和责任**

答：尊敬的投资者，您好！二级市场股价走势除了与公司基本面相关以外，还受宏观经济、行业环境及投资者偏好等多方面因素影响。在当前复杂形势下，公司内部会持续努力做好主营业务经营，加强成本费用管控。还请投资者注意投资风险，理性看待股价波动。感谢您的关注！

**16、谈谈公司的未来发展规划和战略，不要长时间的空话可以吗？**

答：尊敬的投资者，您好！公司管理层对企业未来发展战略一直有比较明确的方向。1)DR 主品牌做扎实，围绕用户“爱的表达”的需求去强化和扩大相关品类，同时基于我们对新媒体的运营能力，逐步复用到国际市场，并充分发挥自身在品牌传播、新媒体运营、定制化柔性供应链模式等

	<p>方面的优势，持续提升品牌影响力、渠道运营能力，以进一步扩大市场份额。2) 围绕用户需求，不断丰富会员服务内容，进一步满足会员的多元化需求，深化品牌与会员之间的紧密联系。通过整合求婚、婚宴、婚礼等行业头部资源打造“婚生态”，最终服务客户“爱的表达”全生命周期。3) 基于对国内珠宝行业发展的洞察和理解，公司会围绕泛珠宝行业以及公司未来发展的战略地图积极拓展新品牌和新业务机会。未来公司会在各个环节做好布局，致力于打造成为全球化、多品牌的新奢消费品集团。感谢您的关注！</p> <p><b>17、公司有没有考虑回购注销股份，长期股价严重超跌，有没有实际的积极措施呢？</b></p> <p>答：尊敬的投资者，您好！二级市场股价走势除了与公司基本面相关以外，还受宏观经济、行业环境及投资者偏好等多方面因素影响，请广大投资者注意投资风险，理性看待股价波动。关于股份回购问题，由于公司首次公开发行人民币普通股股票 4,001.00 万股，占发行后总股本 40,001.00 万股的比例约 10.002%，根据《深圳证券交易所创业板股票上市规则》规定“公司股本总额超过 4 亿元的，公开发行股份的比例为 10% 以上”，如公司进行回购注销，可能面临不满足上市条件的情形。感谢您的建议和关注！</p> <p><b>18、你好，请问公司近期有没有收购方面的意向？</b></p> <p>答：尊敬的投资者，您好！公司如有收购计划，会严格按照相关法律法规的规定及时履行信息披露义务。感谢您的关注！</p> <p><b>19、请问公司有没有利用品牌打造奢侈品包包、高跟鞋这样的主流热门奢侈品产品，多元化经营，打造中国的奢侈品牌。</b></p> <p>答：尊敬的投资者，您好！非常感谢您的建议，公司会不定期上线“爱的礼物”相关产品，包括套链、耳饰、香氛、花艺、礼盒等，目前暂未涉及手提包、高跟鞋。未来公司会围绕用户爱情生活方式，持续为用户提供满足真爱生活方式需求的产品和服务。感谢您的关注！</p>
附件清单(如有)	
日期	2024 年 12 月 12 日