

证券简称：莱绅通灵

证券代码：603900

莱绅通灵珠宝股份有限公司
投资者关系活动记录表

活动类别	<div><input checked="" type="checkbox"/>特定对象调研</div> <div><input type="checkbox"/>分析师会议</div> <div><input type="checkbox"/>媒体采访</div> <div><input type="checkbox"/>业绩说明会</div> <div><input type="checkbox"/>新闻发布会</div> <div><input type="checkbox"/>一对一沟通</div> <div><input type="checkbox"/>现场参观（门店）</div> <div><input checked="" type="checkbox"/>线上交流</div>
投资者姓名	弘尚资产张骏、复胜资产周菁、东方基金邵子馨、上银基金杨东朔、合远基金刘颜、华夏久盈何南南、格林基金刘喆、彤源投资张伟欣、海富通基金陈涛、财通证券耿荣晨、杨澜、华源证券李禹蒙、兴业证券张彬鸿、中邮证券李鑫鑫、华福证券李天阳、长江证券资管徐婕、西部利得基金林静、冯皓琪、国金证券于健、中泰证券张骥、广发证券包晗、光大保德信基金林晓凤、华鑫证券孙山山、华西证券许光辉、王璐、中信建投证券叶乐、张舒怡、国海证券刘思敏、彭馨茹、中信证券杜一帆、李宇挺、国泰海通证券蔡昕好、开源证券黄泽鹏、华泰证券惠普、施迤涵、天风证券孙海洋、李璇、国联民生解慧新、紫阁投资唐润民、开源证券李昕恬、信达证券骆峥、长江证券张彦淳。
时间	2026 年 2 月 2 日、2 月 11 日
地点	南京
接待人员	财务负责人刘靳先生、董事会秘书曹颖女士 证券事务代表安松威先生、杨岚女士
主要内容	<div>主要问答：</div> <div>Q1：公司 2025 年四季度的整体运营情况、销售情况如何？金价波动和增值税改革对销售有何影响？</div> <div>答：2025 年第四季度经营情况与 2024 年同期基本持平。公司自 2023 年 8 月转型开展黄金业务以来，2024 年四季度实现销售爆发，2025 年四季度业绩延续了同期水平。受 11 月 1 日增值税改革影响，金价大幅上涨，对公司线上业务特别是双十一销售造成冲击，其中对投资金产品受影响尤为明</div>

显；线下销售则较 2024 年同期取得一定增长。为应对金价波动对终端销售的影响，公司通过推出新产品、联合短剧明星等热门营销方式，积极提升销售与品牌传播力。此外，四季度行业通常会计提减值准备，减值计提对当期利润产生一定影响。

Q2：11 月税改后对线上金条影响较大，公司有哪些应对举措？后续是否还有影响？

答：为应对市场变化，公司已采取以下举措：优化线上产品结构，推出面向年轻客群的小克重、精设计黄金饰品；将投资金销售重点转向 IP 镶嵌类产品；并在线上架构中专设 MCN 业务，借助明星代言拓宽销售渠道、丰富产品矩阵，以缓解投资金与牌价金销售所受冲击。

Q3：四季度金价同环比上涨对公司毛利率的影响幅度如何？若未来金价下跌，毛利率会怎样变化？

答：四季度金价上涨对公司毛利率影响有限。主要由于当期销售多来自前期库存，且毛利率较低的线上渠道占比显著下降，毛利率环比反而实现小幅提升。

面对未来金价走势，公司已制定相应策略：若金价持续上行，将通过产品调价传导成本压力，以保持毛利率稳定；若金价进入下降通道，会通过调整终端价格，以及运用黄金租赁等工具进行风险对冲。

Q4：2026 年公司线下直营门店和加盟门店的开店规划是怎样的？

答：直营：2026 年公司不追求直营门店数量快速增加，重点为优化渠道布局，以更契合品牌定位。将重点布局万象系等商业综合体，同时没落商圈进行渠道调整，通过置换和优化，同时也确保直营门店维持现有总量。

加盟：计划在直营退出的四五线县市及空白区域拓展加盟网络，目标门店数量增长 70%-80%。借助加盟商当地资源开拓市场，同时加盟店将同步销售 IP 产品及上游采购的克重类大众化产品，其中 IP 产品占比约 40%-50%，具体占比会根据门店所在区域、品牌当地影响力调整。

Q5：公司如何管理加盟商？会否出现加盟商因金价高位、动销不佳而肆意降价的情况？

答：公司对加盟商实行差异化管理策略：在折扣管控与 IP 产品陈列方面执行严格标准；而在人员管理、商场合作谈判及非 IP 产品铺货结构等方面，则给予加盟商较高的自主权。

	<p>2025 年来公司着力发展省级与区域代理平台，授权其对下属加盟商进行管理与协调，充分发挥加盟商的本地资源优势，推动区域协同发展。</p> <p>Q6：2026 年产品设计将遵循什么理念？</p> <p>答：2026 年莱绅通灵的产品设计将延续“中韵西骨”的核心理念，萃取东西方经典艺术元素，融合多元美学风格。同时，也进一步开发具有我们 IP 属性的特色产品，致力于打造兼具品牌辨识度与市场吸引力的产品矩阵。</p> <p>Q7：公司对 2026 年的发展有何规划与部署？</p> <p>答：2026 年公司目标是在 2025 年基础上实现进一步增长，重点方向包括提升直营单店效益、加盟门店数量全年大幅增长，并通过产品、营销、渠道、运营管理维度的匹配与改善达成全年业绩目标。</p>
其他	<p>在交流活动中，公司严格遵守相关规定，保证信息披露真实、准确、及时、公平，没有发生未公开重大信息泄露等情况。上述内容不代表公司对未来的盈利预测和业绩指引，请投资者注意投资风险并谨慎投资。</p>