

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：2023-009

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（网络会议）
参与单位名称及人员姓名	方正富邦基金：刘畅 东吴基金：姜怡 国金基金：陈恬 交银施罗德基金：杨帅 北京信托：陈凯南 中意资产：胡冬青 高毅资产：李南泠
时间	2023年5月27日
地点	四川成都盛美利亚酒店、广东茂名温德姆酒店
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书：陈军 董事会办公室常务副主任：陈艺涵
投资者关系活动主要内容介绍	一、问答环节 1、公司未来发展的潜在动力来源是什么？ 答：公司未来发展的动力主要来源于以下四个方面： 1) 现有公司线下店铺的扩张：公司高度重视线下渠道建设。线下渠道分为加盟、直营两种，公司给予加盟商相应的配套政策，鼓励加盟商持续经营。 2) 电商渠道持续发力扩张：公司成立中金珠宝电子商务（长沙）有限公司，业绩增长迅速。 3) 回购业务拓展：公司拥有上海黄金交易所标准金锭回收资质，可以形

成黄金消费的闭环，有效提升消费者满意度。

4) 培育钻业务的拓展：未来打造中国钻石中国造的概念。

2、金价波动对于公司销售有何影响？

答：消费者分为追涨及杀跌两部分，因此金价波动对于终端销售影响不大。

3、培育钻石业务进展如何？

答：公司按照自身规划逐步推进培育钻石业务发展，积极关注上下游市场。将初步通过线上渠道试水培育钻石销售，逐步布局线下渠道产品销售。

4、公司的经营情况如何？

答：公司作为中国黄金集团的产业链延伸端，肩负打造中国黄金品牌重要使命，经过十余年的经营目前已有店面三千六百余家，今年力争店面数达到四千家。各渠道建设不断加强，产品研发力度不断加强。21 年营收突破 500 亿，利润总额 10 亿；22 年由于宏观因素的影响终端门店的经营，门店关闭加上消费者需求疲软，营收利润都有个位数的下滑。公司整体经营良好。

5、公司培育钻石的加工方式？

答：公司以委托加工的方式生产培育钻石产品。

6、公司和其他几家头部珠宝品牌的差异？

答：公司在渠道端与其他品牌有所差异，除线下店面外，银邮事业部、大客户部等渠道均不断加强建设力度。

7、公司和晶拓的战略合作优势？

答：目前培育钻石原材料价格较低，与晶拓合作有利于保证稳定的货源，且晶拓原材料经过初步打磨后便于加工销售。

8、公司与其他品牌储备黄金的差异？

答：同行业其他品牌存货规避金价波动风险，本公司主要采取以销定采的模式，通过与银行借金还金规避金价波动可能带来的影响。

9、公司黄金珠宝设计的规划？

答：公司 22 年黄金首饰销售占比首次超越金条销售占比，今年预计首饰类产品销售占比还会逐步提升。公司将进一步通过新技术、新工艺提升产品质量。同时加大设计研发，通过跨界合作设计更多满足消费者需求的黄金珠宝产品。

10、培育钻石渗透率？

答：中国培育钻石渗透率偏低，公司将努力发展自身培育钻石品牌，同时与同行业品牌合作共同提高培育钻石的渗透率。

11、公司黄金原材料的采购渠道？

答：公司通过上海黄金交易所采购原材料。

12、钻石市场发展预期如何？

答：随着年轻消费群体的占比逐步提升以及培育钻石的不断普及，钻石市场前景较好。公司将努力打造自身培育钻石品牌，提高市场占有率。

13、黄金产品消费趋势：

答：黄金产品消费群体已由传统婚庆类消费产品居多转向悦己类产品消费者占比居多。

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。

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5月27日