

证券代码：605599

证券简称：菜百股份

编号：2024-013

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 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 _____ <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	麦高证券：卢世伟 咸和资产：刘建刚 德邦证券：易丁依 Dymon Asia: Jianing Lin 尚诚资产：黄向前 山西证券：孙萌 国联证券：李英 华泰证券：王焘、张诗宇 首创证券：郭琦 海南果实：吴浩 广发证券：包晗 长江证券：张彦淳 国泰君安：宋小寒、苏颖 开源证券：骆峥 彼立弗投资：李文 农银理财：邢涛 浙商证券：方逸涵 信达证券：蔡昕好 光大保德：张禹 玄卜投资：夏一 国海证券：李宇宸 国信证券：柳旭 兴业证券：张彬鸿 华创证券：杨澜 中信建投：刘乐文 双木投资：王石頭 江西楠桦：严俊 长城财富：胡纪元 国投证券：都春竹 睿融私募：许高飞 西部证券：郁曦雅 金百镨投资：刘晓爽 沅沛投资：李爽 招商信诺：钱旖昕 华福证券：杜采玲 华鑫证券：孙山山 粤佛私募：曹志平 润晖投资：刘娜

	<p>鸿运私募：张丽青          汇丰晋信：费馨涵          泰康资产：周雨桐          邦政资产：熊政          高盛(亚洲)：陳凱琦、Mia Gu          招商证券：李星馨、王雪玉          东吴证券：谭志千、阳靖          海通证券：张冰清、李宏科          天风证券：何富丽、孙海洋、          来舒楠          中信证券：杜一帆、李宇挺、          林镇潘          民生证券：刘文正、郑紫舟、          褚菁菁</p>	<p>鹏华基金：林伟强          上海证券：张洪乐          人寿保险：方军平          西部利得：靳晓婷          光大证券：田然、梁丹辉          华西证券：王璐、许光辉          国金证券：周舒怡、罗晓婷          方正证券：廖捷、周昕          中泰证券：郑澄怀、苏畅          申银万国：李秀琳、王盼、          于悦          财通证券：王瑾瑜、简曲、          于健</p>
时间	2024年8月29日 20:00-21:00	
地点	线上会议	
上市公司接待人员姓名	<p>副总经理、董事会秘书：李运祉          证券事务专员：吴越、刘明月</p>	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、李运祉介绍菜百股份基本情况          二、问答环节          1.请详细说明一下新开店的情况及其培育进展，全年开店计划是否有调整？          答：今年上半年，公司新开设了11家门店，包括位于京津冀地区和包头、西安的门店及位于武汉的华中地区首店。全年拓店计划预计在10-20家左右，目前已有部分门店正在进行开业准备工作，考虑到各地经营环境成熟程度的不同，下半年仍有可能继续在成熟市场扩张，实际开店数量、位置还需视市场具体情况而定。新开门店的培育期在门店实际运营过程中受市场需求、消费结构</p>	

等多方面综合因素影响，存在一定的不确定性，需根据具体门店的实际经营情况而定。

**2. 请介绍一下公司 2024 年上半年的业绩情况以及主要渠道和产品结构变化？**

**答：**2024 年上半年公司保持收入规模持续增长，实现营业收入 1,098,940.37 万元，同比增长 31.44%；归母净利润基本稳定，为 39,972.95 万元，同比下降 3.00%。渠道方面，总店规模增长且营收占比维持稳定，线上业务增速较快，连锁门店规模也保持一定增量。产品结构方面，在金价震荡上行背景下，黄金饰品销售基本保持稳定，贵金属投资类产品关注度高、销售增幅明显，受市场整体环境影响，钻翠珠宝类产品销售有所下降，公司积极调整产品结构和采购策略，以提升经营质量。

**3. 在当前消费淡季中，公司将如何利用信息化手段提升内功？**

**答：**公司持续加强信息化建设，例如基于 RFID 技术应用实现软硬件系统在物流、销售等环节的联动，为公司更好的实现精准化运营与服务提供数据支撑，为公司获取更准确、全面的市场端反馈，促进采购端的决策，更好的满足市场和消费者需求，从而为提升销售业绩和客户黏性提供助力。

**4. 下半年是否会针对黄金首饰采取特定的促销策略以应对市场现状，并设定全年黄金首饰销售目标？**

**答：**公司会根据不同阶段的市场情况灵活制定促销方案，公司内部制定了相应的经营计划和任务目标，后续将紧跟市场需求，聚焦黄金珠宝零售主业，全力以赴做好销售工作。

**5. 公司将如何应对即将到来的生肖贺岁产品周期？**

**答：**按照往年贺岁季的销售节奏，公司会陆续推出蛇年相关生肖

贺岁产品，具体时间以公司产品发售日期为准。同时，公司将做好相应的营销宣传推广活动，扎实做好贺岁季销售工作。

**6. 公司在面对金价波动时，对于定价策略是否发生了变化？**

**答：**公司一直坚持“标实价、卖真货、卖好货”的原则，黄金类产品价格遵循“上调谨慎，下调紧跟”的原则，根据金价变动来调整零售价格。

**7. 对于即将到来的国庆节消费预期是怎样的？**

**答：**国庆假期是公司的重要销售节点之一，从过往来看，通常节日期间消费需求有所增加，公司将通过开展促销活动、加强宣传推广等，营造消费氛围，为迎接可能到来的国庆假期销售高峰做好准备。但也应关注到，市场消费需求受多种因素影响，目前尚无法准确判断国庆期间的具体消费情况，需以实际销售情况为准。

**8. 公司在门店拓展和运营策略方面是否有所调整？**

**答：**公司始终坚持聚焦黄金珠宝零售主业和直营连锁模式经营，并实时关注行业市场动态和消费需求情况，致力于为消费者提供更好的产品和更优质的服务。在门店拓展和运营方面，保持以稳健发展的策略深耕市场，持续优化整体门店运营质量和市场布局，在不断加密京津冀门店布局的同时，积极开拓其他区域市场并深耕培育，提升门店拓展质量。

**9. 公司今年的线上销售表现如何？**

**答：**从上半年的情况来看，公司线上传统平台店铺销售规模稳步增长，入驻期较短的平台助力业绩增量，直播渠道销售增幅较为明显，上半年电商子公司实现营业收入 229,914.45 万元，同比增长 49.99%。

	<p><b>10. 公司在全自营模式下的采购频率如何？</b></p> <p><b>答：</b>根据产品品类不同，周转率不同，相应的采购频率亦存在差异，公司会持续优化采购节奏，以适应快速变化的市场需求。</p> <p>此次活动中，各方还就利润分配政策、毛利率情况、用户画像、销售费用、套期保值等内容进行了交流，具体内容可参阅公司此前披露的投资者关系活动记录表之问答和已披露公告。</p> <p>在投资者接待过程中，公司严格遵守法律法规及规范性文件的相关规定，客观、真实、准确、完整地介绍和反映公司的实际状况，未出现透露或泄露尚未公开披露的重大信息等情况。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 8 月 29 日