

证券代码：605599

证券简称：菜百股份

编号：2025-001

## 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"/> 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 type="checkbox"/> 其他 _____
参与单位名称及人员姓名	昊青资产：李湧                                      农银理财：邢涛 华能贵诚：戴小西                                      亚太财产：董丽蒙 天治基金：王策源                                      恒安标准：李元玮 仙人掌基金：卢崇春                                      汇丰晋信：费馨涵 源乘基金：曾尚    建信基金：邱宇航 上银基金：杨东朔                                      仁桥资产：谢雨阳 鸿盛基金：杨洁    路博迈基金：王寒 中国国际金融：张敏琦                                      PINPOINT ASSET MANAGEMENT LIMITED:Lei Xie Dymon Asia Capital (HK) Limited:Liu Mingxi
时间	2025年2月6日 16:00-17:00
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事、常务副总经理、董事会秘书：李运祉
投资者关系活动主要内容介绍	一、李运祉介绍菜百股份基本情况 二、问答环节 1. 公司春节期间消费情况及市场表现？ 答：通常每年四季度末至一季度受元旦春节“两节”因素影响，

黄金珠宝消费需求较为旺盛，为行业传统销售旺季，综合春节前后情况公司整体表现符合预期。随着今年节后金价走高，贵金属投资类产品的市场需求较为旺盛。

## 2. 金价波动对于公司有何影响？公司采取什么策略？

答：尽管金价高涨对部分首饰消费需求有所抑制，但对于投资需求来说却是积极因素，另外正逢春节，节庆消费、文化消费、悦己消费、场景消费等对公司销售起到支撑作用。公司自 2002 年上海黄金交易所成立以来，即是第一批综合类会员，拥有上金所黄金现货交易席位。同时，公司与多家银行合作开展黄金租赁业务，并通过黄金 T+D 合约对冲金价波动风险。公司以全直营模式经营，存货周转较快，同时采用“以销定采”的多批次、小批量的采购原则，降低了金价波动带来的风险。

## 3. 公司产品结构、黄金产品定价方式及一口价黄金产品占比情况如何？

答：公司产品包括黄金饰品、贵金属投资产品、贵金属文化产品和钻翠珠宝饰品等在内的全品类、多款式黄金珠宝商品，服务于广大、多样化的消费者群体。公司主品牌为“菜百首饰”品牌，同时基于消费者对于古法黄金的喜爱和对于“悦己”需求的提升，公司构建多品牌战略布局，加大对专注古法金品类的“菜百传世”和专注时尚轻奢珠宝的“菜百悦时光”两个子品牌的培育力度，目前子品牌培育状况良好。公司一直坚持“标实价、卖真货、卖好货”的原则，贵金属投资类产品定价按实时基础金价加手续费的模式定价，其他黄金类产品总体来说，大多数是以按克计价方式来销售，部分商品在按克计价的基础上加上加工费定价，IP 类贵金属文化产品以一口价定价为主，整体在黄金类产品中的占比较小。

**4. 公司关于未来渠道扩张有何计划？**

答：公司根据自身市场拓展计划、实际经营情况、区域营销策略等方面，结合黄金珠宝首饰行业当前的市场发展趋势、消费者需求集中度和区域市场特点制定和调整当年的开店计划，2025 年公司将按计划开设门店，单店面积方面相对侧重于大几十平米至百平米以上的门店，同时公司也在积极筹备开设较大面积的门店，实际开店情况还需视市场具体情况而定。后续公司将进一步深耕现有门店市场，在谨慎选址的基础上，加密布局，并根据市场情况、消费者需求等制定适宜的营销策略和服务措施，努力提升公司品牌知名度及产品市场占有率，争取以更好的业绩回报投资者。线上渠道方面，公司已通过菜百首饰自营官方商城及在京东、天猫、抖音、快手等电商平台开设的十余家线上店铺、直播销售构建了覆盖全国市场的线上销售网络。公司积极开展直播销售，通过与外部主播合作、成立直播团队进行自播两种方式，拓展直播渠道销售。

**5. 公司如何调整费用以实现降本增效？**

答：公司长期严控费用，费用率较为稳定，且公司一贯注重提质增效，借助信息化优势与管理机制优化等方式提升效率。

**6. 公司镶嵌品类发展如何？**

答：镶嵌品类受整体珠宝市场影响，公司会根据市场需求变化持续优化品类结构布局。

**7. 公司未来分红计划如何？**

答：公司一贯高度重视投资者回报，具体利润分配方案需经股东大会审议确认。

	<p><b>8. 公司产品设计研发情况？</b></p> <p>答：在产品设计研发方面，公司通过统筹自有设计团队及行业大师、专业院校、供应商等多维度设计资源，构建平台化研发体系，持续加大自主设计研发投入力度，优化产品线，并根据市场需求动态、消费者偏好等，推出特色产品，持续提高产品款式的丰富性、产品外观的设计感、产品寓意的文化内涵，满足市场需求。</p> <p>此次活动中，各方还就产品策略、渠道规划、消费场景等内容进行了交流，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	2025年2月6日