

代码：002867

证券简称：周大生

编号：2025-033

周大生珠宝股份有限公司
投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐媒体采访 ☐新闻发布会 ☐现场参观 ☒其他(电话会议) ☐分析师会议 ☐业绩说明会 ☐路演活动
参与单位名称 及人员姓名	共计 73 位投资者（排名不分先后）： 长江证券：李锦、张彦淳 上海开思私募基金：倪飞 中信建投：刘乐文、叶乐、黄杨璐 富国基金：康达 深圳前海珞珈方圆资管：费春生 招商证券：郭伟航、王雪玉 华夏基金：黄皓 泰康资产：王倩 东兴基金：高坤 嘉实基金：吴悠、马晓煜 信诚基金：衣桢永 Jefferies：AnneLing、裴晶珏 广发证券：嵇文欣、包晗 国联民生证券：邓文慧 利檀投资：焦明远 中信证券：李宇挺、林镇潘 万联证券：李滢 浙商证券：詹陆雨 高盛证券：陈凯琦、Mia Gu 华商基金：陈凯 野村东方国际：张影秋、曾万霖 国联基金：裴慧宇 摩根士丹利：凌珈瑜、郑泽宇 上海复胜资管：周菁 华福证券：李天阳 申万宏源：赵令伊、李秀琳 比邻投资：赖昕 东方财富：张诗宇 工银安盛资管：唐苓 银华基金：秦锋 中金公司：杨润渤、庄铭楷、万艺澎 财通证券：杨澜 国泰海通：刘越男、张冰清、赵国振 兴业证券：张彬鸿 信达证券：骆峥、李晨 山西证券：孙萌

	东方证券：殷梦雯 东吴证券：郗越 华西证券：褚菁菁 国信证券：柳旭 BOCIResearchLtd.：李嘉豪 方正证券：康雅欣 国盛证券：王佳伟 国元证券：李典 诚通证券：陈文倩 华泰证券：惠普 开源证券：黄泽鹏、姚慕宇 中金基金：刘潇 国海证券：张啸、刘思敏 华创证券：方逸涵 天风证券：李璇、何富丽、孙海洋、龚理
时 间	2025 年 8 月 28 日
地 点	周大生总部会议室
上市公司接待人员姓名	董事长及总经理：周宗文 董事及副总经理：郭晋 董事会秘书及副总经理：何小林 财务总监：许金卓
投资者关系活动 主要内容介绍	董事长及总经理 周宗文 总结与展望： 当前公司处于重要的战略转型阶段，新零售模式、品牌战略、盈利模式都在发生重构。战略转型的核心是游戏规则的变化，大家应该在半年报中应该有所感受，虽然收入和销量下滑，但是利润高增（第二季度净利润增长 31%），正是结构优化的体现：品牌矩阵结构改善、产品品类的结构优化、爆品与 IP 产品毛利提升。未来，市场对公司的评价指标需要淡化门店数量，而更关注销量背后的结构与价值。 过去两年国家宝藏小试牛刀，探索成功，下半年会跑出年销 1 个亿的样板门店，这意味着我们不再追求店数，而是追求品牌溢价、产品溢价、创新品类溢价及新模式新营销的重大突破和变化，通过品牌矩阵协同（周大生、周大生 x 国家宝藏、周大生经典、转珠阁）、配货模型优化、数智化营销发力、品牌基础能力的升级完善，建立战略控制点与竞争制高点。 1、加盟业务出货模式变化是收入降幅较大的主要原因，二季度单店毛利已现积极调整效果，能否从结构拆分一下并分享一下对应业务情况？ 答：公司的收入结构正在发生重塑。公司三大业务体系为自营、电

商和加盟，自营与电商收入占比持续提升，目前达到 44.78%，毛利占比达到 47.76%。其中，公司已确立自营新战略，赋予其“品牌体验样板业务”、“零售转型先锋部队”、“数字化升级先行示范区”的定位，未来计划开设更多高质量自营店；电商业务将朝品牌矩阵方向横向发展，成长空间广阔。从加盟业务来看，除了受到金价高企背景下加盟商进货保守或降库存影响、收缩门店影响等导致收入承压外，加盟收入模式也正在进行结构性调整：公司加盟批发重点聚焦高毛利率产品（强 IP 产品、强溢价产品），同时针对指定供应商模式的出货，公司也将进行系统梳理并提高管理，加盟业务整体毛利率会显著提升。

2、公司 2023 年下半年起对自营门店、国家宝藏 IP 及店型进行打磨，当前直营门店及国家宝藏的发展阶段如何？年底及未来两三年目标是什么？

答：公司明确了当前五大战略方向：品牌矩阵打造、新零售转型、组织变革、深度数智化、品牌出海，未来两三年将在这五个方向重兵投入。

国家宝藏是品牌矩阵中的重要子品牌，自首个主题店开设至今接近两年，2025 年二季度已明确其最新定位。公司已启动定位梳理、形象升级、产品升级、营运 SOP 标准升级、组织机构升级等工作。当前重点推进“国宝亿元店计划”，从存量 80 多家国宝店中筛选门店，打造年销过亿门店（含自营与加盟）；第四季度将对存量国宝店进行治理，不符合最新定位的门店将进行撤转，计划今年第四季度至明年上半年完成。同时，公司梳理了全国 Top100 商业清单，重点突破 Top30 商业渠道入驻。目前，国宝店的店效及盈利水平已显著高于综合店与经典店。

3、国家宝藏产品策略、价格策略、体系相对独立，且运营参与选品，目前其产品端发展程度及未来提升空间如何？

答：公司已对存量国家宝藏产品全面梳理，淘汰不符合新定位的产品，保留符合定位的产品；同时对产品进行模型化处理，并加强研发投入。2025 年 9 月及后续将陆续发布国家宝藏 IP 新品，未来公司在国家宝藏 IP 产品的设计研发上不吝投入，确保产品在工艺、设计、文化题材

上不亚于目前行业当中代表高端黄金的友商。此外，公司将发挥互联网营销优势，后续计划与国内知名内容机构深度合作。

4、二季度门店仍有净减少，下半年及全年终端门店净增/净减预期如何？7-8月终端表现（尤其七夕与去年错位）如何评价？剔除批发结构调整影响，加盟毛利率提升的货盘产品结构变化及未来持续性如何？

答：门店拓展方面，公司的新零售转型核心是提升渠道质量与经营质量，而非单纯追求渠道规模。上半年门店数量精简符合行业趋势，这也加速淘汰了认知能力或经营能力跟不上的加盟商。下半年将重点推进“保店”工作，对经营有挑战的门店采取“一店一策”，门店数量精简情况将有改善。加盟毛利率方面，上半年加盟毛利率从去年13%左右提升至25%左右，增幅12.28个百分点，核心源于货盘结构性调整，终端门店维度，IP产品、高毛利产品、黄金镶嵌产品、手串等占比持续提升。当前公司正通过数字化营销（公域/私域运营、全民种草、会员沙龙、本地生活）改善加盟店经营，目前这些措施已现苗头，但需时间实现量变到质变；下半年将重点推进这些工作，从根本上改善加盟店销售与盈利状态。此外，当前行业经营边际好转，最困难时期已过，7月及节假日销售数据均有积极变化，整体处于明显好转通道。

5、上半年公司毛利和盈利能力表现亮眼，下半年及未来稳定状态下，毛利和净利预期如何？加盟店销售结构中，高工艺、品牌特色产品占比目标及补货影响比例如何？

答：根据公司2025年4月29日披露的《2025年度财务预算报告》，2025年度公司净利润预计同比增长5~15%，目前保持不变。产品占比方面，全国门店中高毛利产品占比存在区域差异，部分区域系列产品铺货占比已超20%；未来重点工作是推动品牌IP系列、高毛利产品在终端的铺货占比和销售占比陆续达到30%以上，届时将显著提升盈利能力。

6、国家宝藏发展，从产品、渠道、运营、门店体验营销维度，重要性排序如何？二季度黄金租赁落地执行情况如何，金价上涨环境下投资收益为正的原因？

答：国家宝藏发展优先级方面，当前首要任务是“国宝亿元店”打造，其次是产品提升，然后是产品推广、营运标准体系建设，重点渠道（Top50/Top100 商业）公关与产品提升重要性相当。设计团队搭建方面，除现有原创开发团队及与工厂设计工作室对接的研发团队外，公司将全面导入外部研发设计机构，如清华美院、中央美院等院校的顾问及欧美艺术大师，快速补齐研发能力，提升产品市场竞争力。

黄金租赁方面，黄金租赁涉及公允价值变动损益与投资收益两个科目：一季度金价快速上涨，黄金租赁负债按公允价值计量导致公允价值变动损益对利润产生负向影响；二季度金价趋于稳定，且公司用成本较低的库存黄金归还部分到期黄金租赁，形成投资收益。下半年公司将采取“多买少借”策略，降低相关损益影响。

7、直营渠道上半年黄金品类毛利率同比提升，金价上涨与品类结构优化的贡献拆分如何？当前货盘终端一口价、特种黄金、其他品类的最新比例结构及未来趋势如何？

答：直营黄金毛利率提升方面，核心驱动因素包括：一是渠道质量提升，上半年新开直营店进驻优质商业渠道，选址标准提高，门店质量优化；二是品类结构调整，受益于上半年 20% 多的金价上涨，同时黄金中一口价产品毛利贡献占比提升明显，结构性调整进一步推动盈利水平提升。

货盘结构方面，直营终端一口价黄金与非黄金产品占比已超 30%；加盟门店因覆盖区域广，占比存在区域差异，未来计划将加盟门店中一口价黄金、品牌系列、高毛利品类的交易占比普遍提升至 30% 以上，若实现该目标，大部分加盟店盈利情况将显著改善。

8、未来 5 年直营店布局规划如何？直营作为高端门店打造及品牌露出的具体策略（人货场维度）如何？

答：未来 5 年直营店将实施“千店战略”，目标开设 1000 家店。为实现该目标，公司将通过数字化、中央仓及分布式库存模式，提高资金周转效率，降低资金占用，需通过效率优化控制成本。

具体策略方面：一是选址优化，导入大数据评估模型，科学判定店铺位

	置，提升选址效率。二是“人货场”运营，“场”端聚焦优质渠道；“人”端关注区域团队、店长、导购等经营者能力，同时赋予门店获取同场、同城及公域流量的能力；“货”端为4个品牌打造4套标准化配货模型，涵盖品类、价格带、毛利率、风格等结构，提升顾客从到柜到转化的全链路效率。 9、上半年行业天猫黄金大盘承压，公司二季度电商收入逆势增长的驱动因素是什么？后续电商板块业务布局重要性及打法措施如何？ 答：上半年电商净利润增长20%左右，但仍有提升空间，核心原因包括：一是电商领导团队完成接棒，经过去年及上半年淬炼已基本胜任；二是电商业务聚焦经营质量提升即盈利性与可持续性，而非单一追求收入规模；三是电商正从单一主品牌向品牌矩阵结构调整，为后续增长奠定基础。展望下半年电商表现，预计将优于上半年。 10、国家宝藏“亿元店计划”提及“已启动”，能否明确具体启动时间及当前进展节奏？ 答：国家宝藏“亿元店计划”于2025年7月正式启动，该计划从存量80余家国宝店中筛选目标门店，按“年销过亿”标准打造样板店，后续将逐步推进门店形象、产品、营运标准升级，预计12个月内完成首批样板店打造。 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	2025年8月28日