

# 莱绅通灵珠宝股份有限公司

## 2025 年度总裁工作报告

2025 年，我国宏观经济运行总体平稳，消费市场在波动中延续恢复态势，社会消费品零售总额温和增长。国内可选消费市场分化加剧，消费者愈发注重产品的保值属性与情感价值。受地缘政治等因素影响，年内金价屡创新高，金价的高位运行一方面激发了市场的投资保值需求，另一方面也对黄金珠宝消费的短期决策产生一定影响。面对复杂多变的市场环境，黄金消费整体表现较强韧性，其中具备更高工艺价值和设计美感的镶嵌黄金品类日益受到消费者青睐。

2025 年是公司艺术珠宝战略突破的一年，即使面临诸多挑战，公司精准把握市场机遇，通过持续夯实品牌的差异化优势，依然实现了品牌与业绩的双向增长。报告期内，公司深入推进经营变革，聚焦“值得珍藏的艺术珠宝”差异化定位，持续深耕镶嵌珠宝细分赛道，通过融合东西方经典艺术，不断推出独具特色的“不撞款”珠宝作品。依托差异化的产品矩阵、不断精进的工艺创新以及精准的营销策略，2025 年公司经营成效显著，全年净利润成功实现扭亏为盈，各项核心指标增长明显。收入结构持续优化，黄金品类销售大幅增长，其中镶嵌黄金增幅达 125%；经营效率不断提升，客单价及件单价双增，新客消费与品牌自播销售同步向好，充分彰显公司市场竞争力持续增强，发展态势良好。

报告期内，公司筑牢差异化优势，重点开展的工作如下：

### 1、深化“值得珍藏的艺术珠宝”战略定位，筑牢品牌护城河

公司根植百年工艺与经典艺术，通过文化叙事、工艺革新、风格艺术与情感联结，秉持“经典为根、年轻为翼”的发展理念，探索并触达年轻消费审美，实现品牌在新消费时代的价值跃迁。

2025 年，公司笃定“值得珍藏的艺术珠宝”战略定位，以品牌变革为驱动，稳步推进品牌价值升级。围绕核心载体“传世金”，深度融合意大利织金工艺、东西方经典艺术元素与文化叙事，精准布局高价值、差异化的黄金赛道，持续打造兼具收藏价值与稀缺性设计的高辨识度作品和“不撞款”珠宝，深度诠释品牌“艺术珠宝”内核，并以“极具艺术的表达”在当前的黄金珠宝市场中构建差异化优势，持续夯实品牌护城河。

以“爆品”破局，创新营销实现品牌声量爆发。报告期内，品牌势能实现跃升，公司不断强化品牌传播，持续深耕小红书等核心社交阵地，借助抖音本地生活，聚焦线上曝光及引流品销售，带动线下新客增长。通过品牌大事件，话题量突破 2 亿，带动品牌影响力破圈。品牌在小红书黄金赛道曝光量与主动搜索量持续攀升，市场关注度显著提升。全年公司举办三场明星新品发布会，实现了显著的流量增长和销售转化，有效扩大了品牌影响力。年度新品销售额达 4 亿元，其中新客销售占比达 41%，品牌破圈能力与市场认可度不断增强。

## 2、以工艺创新为引擎，推动艺术珠宝产品力跃升

公司紧紧围绕品牌核心竞争力，持续构建多元化、全场景的艺术珠宝产品矩阵。基于“值得珍藏的艺术珠宝”战略定位，公司坚持自主原创设计，聚焦系列化产品开发，融合东西方经典艺术与现代珠宝设计语言，推出兼具高辨识度与差异化特色的系列作品，以契合新一代消费者对黄金珠宝的情感价值与审美需求。

报告期内，公司深入推进“艺术珠宝+工艺创新”双轮驱动战略，将意大利织金工艺与东西方艺术 IP 深度融合，持续引领艺术珠宝新方向。2025 年，品牌标志性工艺——意大利织金工艺全新发布，推动艺术珠宝产品力实现跃升。“金丝编织”与“织纹雕金”是佛罗伦萨金匠圣地阿雷佐极具代表性的意大利织金工艺，公司以当代视角重释经典，循斜织意象，雕丝为光，将织物的灵动肌理与绸缎的柔韧光泽注入黄金，延续了意大利手工艺对“极致质感”与“艺术表达”的追求。新工艺以立体编织肌理结合鎏光渐变光影，塑造出独特的纹路形态与光影效果，形成品牌专属视觉标签。通过将皮革编织技法转化为黄金结构语言，并辅以定向拉丝工艺呈现专属光影轨迹，构筑起难以复刻的工艺壁垒。意大利织金工艺自上市以来市场反响积极，累计销售额突破 1 亿元，相关话题全网阅读量逾 5000 万，充分印证消费者对公司高工艺黄金产品的认可和青睐。

公司旗下每款产品系列都蕴含独特的文化内涵与情感共鸣。传世金有两大核心系列，“艺术馆”系列汲取西方艺术风格，持续塑造经典 IP 元素；“新经典”系列融入经典文化元素，中西相绘艺术化表达。依托工艺创新的突破与设计能力的提升，公司年内加速丰富产品矩阵，上市新品 SKU 超 240 款，其中，鎏光织金、转运星轮、盛世繁花系列作为代表性新品，上市后迅速引发市场关注，成功实现产品出圈。新经典·鎏光织金系列由公司全球设计顾问 William RIGOLET 与公

司联合打造，以意大利织金艺术对话东方祈福文化，其创作灵感源于东方经典符号，完美诠释了东西方经典艺术与现代时尚美学的融合。艺术馆·转运星轮系列，运用时空叠彩珐琅工艺，将梵高《星月夜》的漩涡笔触及油画色彩凝于方寸之间，还原星空的深邃与静谧。360 自由旋转的星轮，轻轻转动，星辉流转，解锁好运能量。新经典·盛世繁花系列以意大利织金工艺雕琢繁花脉络，撷取东西方文明长河中绽放的生命意象，用当代的艺术语言诠释盛世意境，既是可佩戴的传世艺术，亦是可珍藏的盛世印记。

丰富的产品矩阵精准覆盖了多元化的消费场景，有效支撑了品牌艺术珠宝战略的市场落地。工艺的稀缺性、设计的独特性、寓意的情感性，共同铸就了“值得珍藏的艺术珠宝”的核心价值，让莱绅通灵珠宝作品成为跨越地域和文化的艺术符号。

### **3、聚焦终端精细化管理，驱动全渠道业务稳定增长**

公司坚持直营与加盟双轮驱动的渠道发展模式，深耕江浙沪皖鲁区域，深度覆盖全国优质渠道，积极推动加盟业务创新增长。报告期内，公司始终将运营管理能力作为稳健发展的核心基石，聚焦终端运营质效提升。深化门店精细化管理，建立标准化执行体系，制定单店提升策略；强化千万级门店日销常态化管控，提升标杆店产出稳定性；建立末位复盘机制，针对性优化业绩短板。以运营标准为抓手，构建大区/区域检核责任制，通过完善的检核体系推动终端员工行为转变。全年共组织 120 场培训，覆盖超 24322 人次，有效提升一线专业能力。在加盟业务方面，公司成功将直营标杆模型精准复制至加盟门店，从运营管理到营销策略实现标准化输出，持续提升加盟门店竞争力。通过加盟赋能体系的落地执行，定期举办加盟零售峰会，并配套季度订货会、巡展等加盟支持政策，推动加盟业务良性发展，实现与加盟商的互利共赢。

报告期内，公司直营与加盟双轮驱动的运营管理模式成效稳步提升。直营端持续提质，全年千万级店铺销售同比增长 61%，新形象门店占比提升至 75%，核心商圈的标杆效应与品牌影响力进一步强化；加盟端加速扩量，年内成功引入 3 家平台级大客户，有效驱动规模扩张与渠道效能释放，全年加盟渠道销售倍增，销售收入实现 1.84 亿元，同比增长 96%。公司始终秉持共赢思维，开放优质渠道，以更具吸引力的加盟政策，持续引入高质量加盟客户，与直营协同发力，为

公司渠道结构的持续优化与市场份额的稳步扩大奠定了坚实基础。

此外，公司整体运营效率明显提升。存货管理方面，2025年整体存货周转时间缩短近3个月，资金运营效率增强；供应链端，出货效率稳步提升，有效强化了市场需求的快速响应能力；终端管理层面，人均销售同比增长29%，高销人员占比提升至30%，实现店员收入与公司业绩双向增长，充分激发一线团队活力。各项运营指标持续向好，人才蓄水池战略亦不断夯实——启动菁灵班项目，领航、远航、护航计划与战时教练机制协同推进，为公司实现高质量发展奠定了坚实基础。

2026年，公司将持续深耕“值得珍藏的艺术珠宝”赛道，全面推进艺术珠宝战略升维，以黄金与珠宝双业务协同驱动，持续夯实品牌根基。全年以“创新破局、新品领跑”为战略指引，聚焦品牌心智、渠道布局、线上转型、数字赋能与组织升级五大维度，系统推动经营提质与价值跃升。

总裁：庄珺

2026年4月15日