

证券代码：300945

证券简称：曼卡龙

曼卡龙珠宝股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-003

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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（电话会议）
参与单位名称及 人员姓名	投资者
时间	2026年5月13日
地点	全景网“投资者关系互动平台”
上市公司接待 人员姓名	董事长兼总经理孙松鹤、董事兼副总经理吴长峰、董事兼财务总监付杰、副总经理兼董事会秘书许恬、独立董事叶春辉
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复：</p> <p>1、管理层您好。面对当前宏观经济环境，公司在下半年（或未来一年）面临的毛利率压力主要来自哪些环节？公司目前是否有具体的措施（如产品结构调整或成本转移）来维持或提升盈利水平？</p> <p>答：尊敬的投资者您好。关于毛利率压力主要来自金价高位波动以及低毛利经典黄金品类销售占比仍较高。对此公司已制定并落地多项应对举措：一是持续推进产品结构优化，主动从走量型传统黄金向高毛利创意黄金产品升级迭代，不断提升高毛利品类销售占比，带动综合毛利率稳步提升；二是依托丰富 IP 联名矩阵，重点加码高毛利产品等品类布局，强化差异化产品竞争力，同时通过精细化运营合理传导成本压力，稳固并持续提升整体盈利水平。感谢您的关注。</p> <p>2、公司业务单一，对于二级市场而言估值提升困难重重，请问公司是否考虑并购转型提升公司盈利能力。</p> <p>答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司发展战略的建议。公司始终高度关注长期市值成长与估值修复。公司当前核心战略深耕珠宝主业，</p>

稳步推进品牌升级、渠道深耕、产品创新及数字化运营赋能。未来公司将持续夯实经营基本面，以稳健经营和长期价值成长回馈广大投资者。感谢您的关注。

3、请问公司是否考虑新增第二增长业务？例如矿业，培育钻石等，与主业形成业务协同，不仅增加公司盈利同时也能增加抗风险能力。另外培育钻石在半导体领域应用也取得了一定的突破。

答：尊敬的投资者您好！感谢您的建议。截至目前，公司暂无培育钻石原石或直接投资或产能布局计划。目前公司已孵化培育钻石珠宝子品牌 ownshine 慕璨，持续深耕培育钻石品牌运营与市场拓展。感谢您对公司的关注。

4、公司今年的分红政策是怎么样的？

答：尊敬的投资者您好！公司一直秉持着稳健经营、持续发展的理念，重视对股东的回报。为此，我们制定了股东回报规划，明确了分红政策。近年来，公司每年保持较稳定的现金分红比例，未来也将一如既往回馈股东，同时也将不断提升公司的经营效益和市场竞争力，注重与股东的沟通，保持分红政策的稳定性和连续性，努力为股东持续创造更多价值。公司 2025 年度利润分配方案是以公司总股本 262,071,629 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.10 元（含税），该方案将在 2025 年年度股东会审议通过后正式实施。感谢您对公司的关注。

5、公司是否考虑向科技型企业逐步转型？从而提升公司估值！

答：尊敬的投资者您好！感谢您对公司发展战略和市值估值的宝贵建议。公司始终高度关注长期市值成长。公司当前的核心战略聚焦珠宝主业，重点推进品牌升级、渠道深耕、产品创新及数字化运营赋能。未来公司将立足主业扎实经营、持续夯实基本面，以稳健业绩和价值成长回馈广大投资者。感谢您的关注与建言。

6、股价今年都腰斩了！公司管理层不出来说两句吗？

答：尊敬的投资者，您好！关于您提到的股价表现，股价波动受宏观经济、行业周期、市场情绪等多重因素影响，公司始终以深耕主业为核心，致力于为投资者创造长期回报，感谢您对公司的关注。

7、请问一季度毛利率提升的主要原因是什么？

答：尊敬的投资者您好。公司一季度毛利率提升，一是得益于产品结构的持续优化。公司经营战略从规模导向转向盈利导向，不断优化调整产品结构，高毛利创意黄金饰品占比稳步提升。二是得益于渠道策略的优化调整。线上渠道转向聚焦高质量发展，逐步缩减低毛利引流款的占比，从而带动线上业务整体盈利质量的提升。感谢您的关注。

8、金价波动对消费情绪的影响怎么样？

答：尊敬的投资者您好，高金价下消费者短期会产生一定观望情绪，但长期来看，黄金的保值属性与悦己消费趋势不改，对行业整体影响有限。公司主动优化产品结构，提升高毛利创意黄金品类占比驱动盈利改善，差异化定位有效对冲了金价扰动。感谢您的关注。

9、公司在产品方面比较有特色，请介绍一下公司的产品研发，谢谢。

答：尊敬的投资者您好，在产品研发方面，公司坚持“每一天的珠宝”定位，持续强化产品力建设。2025 年全年开发新款千余款，获 78 项外观设计专利、802 项作品登记证书。产品线分为三条：一是质感轻奢线，如绸光系列和东方庇佑系列；二是时尚新锐线，为日常社交场景提供穿搭灵感；三是非遗花丝线，融合传统工艺持续创新。公司还推出了风华 2.0 系列、娇玉系列、蔚蓝系列等产品，并深度融合 IP 联名，以“创新工艺+文化传承”为核心竞争力，打造差异化产品矩阵。未来，公司将继续围绕年轻消费群体，强化产品创新，提升差异化竞争优势。感谢您的关注。

10、为什么股票一直不涨？到底什么事？

答：尊敬的投资者，您好！我们高度关注公司近期二级市场股价走势，深知股价表现与广大投资者切身利益密切相关。股价短期波动受宏观环境、行业行情、市场情绪等多重外部因素综合影响。公司管理层始终高度重视市值管理与股东回报，坚持深耕主营业务、夯实经营基本面，持续以稳健经营、提质增效回馈广大投资者，也会积极做好投资者沟通与价值传递工作。感谢您对公司的关注。

11、公司目前打造的 ip 联名有哪些？

答：尊敬的投资者您好，公司已构建多元 IP 联名矩阵：与《盗墓笔记》合作打入二次元圈层，联合徐悲鸿美术馆推出艺术典藏系列，携手杭

州北高峰财神庙打造祈福文化款等，有效提升了产品附加值与年轻客群粘性。未来公司将继续精选优质 IP，深化联名合作，持续推出兼具文化内涵与时尚设计的珠宝作品。感谢您的关注。

12、传统节日 520 即将临近，请问公司目前做了哪些准备？

答：尊敬的投资者您好！520 是上半年重要的情感消费节点，黄金珠宝作为表达情感的载体，节日效应显著。公司对此做了系统性的常规部署：产品方面，围绕告白、悦己、送礼等核心场景，进行了产品上新。营销方面，重点围绕小红书等新媒体平台进行节日话题传播，配合私域社群精准触达，营造节日氛围。目前各项准备工作已基本就绪，欢迎消费者关注公司官方渠道了解详情。

13、请问公司创意黄金产品主要是哪些系列产品。

答：尊敬的投资者您好！公司主要产品为创意黄金饰品和经典黄金饰品，以及镶嵌饰品。创意黄金饰品主要包括承载品牌设计理念与文化调性的特色黄金产品，涵盖公司核心主力产品系列，包含风华系列、繁花系列、娇玉系列等计克及件类黄金饰品，产品侧重工艺设计、品牌文化表达与款式创新。感谢您对公司的关注。

14、贵公司有在贵金属、培育钻石原材料投资布局吗

答：尊敬的投资者，您好。截至目前，公司暂无贵金属矿产与培育钻石原石的直接投资或产能布局。

15、开年以来大盘指数不断攀高，创业板更是不断刷新历史新高，曼卡龙作为创业板一员，股价跌跌不休，请问孙董，公司在市值管理方面有什么具体的措施？任何保护中小投资者的利益？谢谢！

答：尊敬的投资者，您好！我们高度关注公司近期二级市场股价走势，深知股价表现与广大投资者切身利益密切相关。股价短期波动受宏观环境、行业行情、市场情绪等多重外部因素综合影响。公司管理层始终高度重视市值管理与股东回报，坚持深耕主营业务、夯实经营基本面，持续以稳健经营、提质增效回馈广大投资者，也会积极做好投资者沟通与价值传递工作。感谢您对公司的关注。

16、管理层您好。Q1 毛利率同比提升 11.07 个百分点至 26.85%，核心驱动力是什么？Q2 能否维持？

	<p>答：尊敬的投资者您好。公司一季度毛利率提升，一是得益于产品结构的持续优化。公司经营战略从规模导向转向盈利导向，不断优化调整产品结构，高毛利创意黄金饰品占比稳步提升。二是得益于渠道策略的优化调整。线上渠道转向聚焦高质量发展，逐步缩减低毛利产品的占比，从而带动线上业务整体盈利质量的提升。感谢您的关注。</p> <p>17、管理层您好。公司 Q1 营收同比下降 15.26%但利润增长 32.81%，背后原因和全年可持续性如何？全年营收和利润目标如何确保完成？</p> <p>答：尊敬的投资者您好！公司一季度营收同比有所下滑、净利润实现稳定增长，主要核心原因在于持续优化产品结构，同时通过精细化管理、运营效率提升，带动盈利端改善。从全年可持续性来看，公司产品结构升级、创意黄金饰品品类占比提升的趋势具备持续性，叠加 IP 赋能、渠道结构优化及内部降本增效常态化，将为公司全年盈利水平提供坚实支撑。后续公司将通过多方面举措保障全年经营目标落地：一是持续深化产品结构调整，稳固高毛利品类销售占比；二是优化线下门店渠道布局、发力线上板块；三是强化供应链精细化管理与费用管控，提质增效夯实利润空间。感谢您的关注！</p> <p style="text-align: center;">接待过程中严格按照公司《信息披露管理制度》《投资者关系管理制度》规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2026 年 5 月 13 日