

证券代码：002867

证券简称：周大生

编号：2026-012

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	<input 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(电话会议)	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" 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	线上参加公司 2025 年度业绩说明会的全体投资者	
时间	2026 年 5 月 18 日	
地点	价值在线 (https://www.ir-online.cn/) 网络互动	
上市公司接待人员姓名	董事长及总经理：周宗文 财务总监：许金卓	董事会秘书及副总经理：何小林 独立董事：徐莉萍
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、贵公司业绩偏优，本人很高兴，乐意购买贵股票。金饰品仅买过一次，以后有需要时可以到贵店购买。从仅有信息可知，贵公司注意节约开源，内部管理科学人性化。拟召开业绩说明会，定有内涵，定力，以扩大社会影响面，做法可佳可贺。祝公司越办越红火，若能抽一部分资金参与金矿开采的投资，让投资者有更多的想像空间。</p> <p>答：感谢您作为投资者和消费者对公司的关心和支持！也感谢您的建议！</p> <p>2、问题 1、加盟店数量较 2024 年底最高峰下降了 1000 家左右，请问贵公司在加盟店方面的发展方向以及在“稳加盟”方面采取有哪些方面的措施？ 问题 2、请问贵公司在发展海外业务方面有哪些进展？ 问题 3、企业规划 2030 年实现年销售 200 亿元目标，在加盟店大幅下降的情况下，企业将采取哪些具体提升销售规模的措施？谢谢</p> <p>答：尊敬的投资者朋友，您好！加盟店数量下降主要受金价高位运行及公司主动“拓优汰劣”双重影响。在“稳加盟”方面，公司已从规</p>	

模扩张转向质量优先，推行“一带三”模式，以头部门店带动腰部门店提升店效，加强产品创新与运营赋能，提升加盟商终端动销能力。公司积极探索品牌出海与海外市场布局，海外业务的具体进展请关注后续披露。

3、问题 1、加盟店数量较 2024 年底最高峰下降了 1000 家左右，请问贵公司在加盟店方面的发展方向以及在“稳加盟”方面采取哪些具体措施？谢谢。

答：感谢您的提问！在渠道方面，公司主动从“渠道规模扩张驱动增长”到“渠道质量与效能提升驱动增长”进行战略转变。“稳加盟”的核心目的为提升店效和盈利能力。一是持续推进门店数智化，加强会员体系建设与精细化运营，提升客户粘性与复购率。二是强化新零售营销能力，深化内容营销，赋能终端，实现“引流-转化-留存”的全链路提效。三是打造与复制成功模型：在全国范围内打造一批标杆门店与样板市场，系统总结其成功经验，形成标准化、可复制的运营手册，快速在全国优质渠道中推广，实现整体终端经营能力的跃升。

4、2025 年珠宝行业消费呈现分化态势，公司全年营收利润实现平稳发展，核心增长动力主要来自哪里？

答：感谢您的提问，2025 年公司营收虽受加盟渠道拖累有所下滑，但归母净利润同比增长 9.22%，核心增长动力主要来自三方面：1、毛利率大幅提升，受益于产品结构优化及金价上行，整体毛利率提高 10.55 个百分点至 31.35%，成为利润增长的首要驱动力。2、渠道结构转型，自营线下及电商收入合计占比首次超过加盟渠道，达到 53.82%，高毛利渠道贡献显著增强。3、多品牌矩阵发力：“国家宝藏”等子品牌带动，产品创新能力持续释放。综上，公司盈利增长主要源于内生质量提升，而非规模扩张。 谢谢！

5、去年公司关店五百多家，主要受哪些因素影响，预计今年关店情况是否会好转？

答：第一是销售偏弱，第二是加盟商店面合并，小店合并，因为我们的加盟商数量并没有减少。黄金首饰消费好转，关店情况也会好转。

6、古法金、时尚黄金等爆款产品市场反响良好，公司在新品研发与潮流款式打造上有哪些思路？

答：感谢您的提问！公司高度关注市场趋势及变化，在新品研发与

潮流款式打造方面，以品牌矩阵为纲，各层级差异化研发。以“IP 联名+ 工艺创新”双轮驱动，从国宝文化、东方非遗、大师艺术 IP 等不同方向进行创意研发并加速产品上市。周大生×国家宝藏品牌以“国宝活化”为核心，深入挖掘国宝文物文化内涵，结合当代审美与工艺推出差异化主题系列产品。周大生经典品牌聚焦“东方非遗·经典新生”的文化 IP 定位，以非遗工艺传承与东方文化符号创新为主线，打造兼具传统底蕴与轻奢调性的产品系列。周大生主品牌则侧重市场主流消费需求与规模化覆盖，围绕“文化 IP+国际艺术 IP+潮流文创 IP”以时尚设计迭代和基础款型优化为研发重心。

7、线上直播、电商渠道销售表现亮眼，线上线下渠道如何协同发展，未来渠道占比有无调整目标？

答：感谢您的提问！公司线上、线下渠道业务均是促进公司整体增长的重要引擎，各有其不可替代的价值，线上、线下渠道双向赋能、协同增长，全渠道共同做大增量。

8、面对行业同质化竞争加剧，公司在品牌力提升、差异化运营方面有哪些核心打法？

答：感谢您的提问！公司将依托深耕品牌矩阵建设，通过差异化品牌定位与运营提升整体竞争优势。周大生×国家宝藏以“国宝文脉臻藏金品”为品牌定位，致力于高端文化黄金领域，打造“可佩戴的国宝、可传世的家藏”。周大生经典定位“时尚非遗”，围绕非遗工艺与时尚设计方向，持续丰富“非遗艺术、非遗技艺、非遗民俗”三大差异化产品线。周大生主品牌定位国民大众消费市场，迅速调整及优化产品结构，依托“中国文化 IP+国际艺术 IP+潮流文创 IP”，提高轻量化、个性设计化的黄金产品占比。转珠阁定位国风文创珠串品牌，大胆突破黄金产品边界。品牌矩阵建设使公司在行业分化中具备了覆盖差异化市场的能力，同时有助于优化公司整体产品结构与盈利质量。

9、后续有无产业投资或品牌升级计划？

答：感谢您的关注，品牌升级是公司当前战略的核心抓手，公司坚持“稳加盟、强自营、扩电商、育创新”的战略方向，以多品牌矩阵推动品牌升级与渠道转型公司将全面推进“周大生×国家宝藏”“周大生经典”“转珠阁”等多品牌矩阵，强化自营门店质量，提升电商多品牌运营能力，加盟业务战略转向“质量优先、店效提升”，推动品牌价

值持续提升。 谢谢！

10、金价持续波动环境下，公司如何灵活调整备货节奏，对冲价格波动带来的经营压力？

答：感谢您的提问，面对金价持续波动，公司通过黄金租赁对部分存货进行成本锁定，实现风险对冲，同时积极优化轻量化产品结构、加快库存周转，动态控制备货节奏，缩短采购周期，并审慎计提存货跌价准备，多措并举缓释金价波动带来的经营压力。谢谢！

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

2026年5月18日