

证券代码：002867

证券简称：周大生

编号：2026-014

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 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(电话会议)
参与单位名称 及人员姓名	共计 28 位投资者（排名不分先后）： 中金公司：陈婕 长江证券：李锦 中信证券：徐晓芳、韩梓毅 国联民生：张倩 中泰证券：郑澄怀、袁锐 天风证券：李璇 方正证券：周昕 景林资产：高翔 信达证券：骆峥 华创证券：方逸涵 华泰证券：杨耀 国泰海通：蔡昕好 招商证券：王雪玉 申万宏源：赵令伊 野村东方国际：康璇 广发证券：包晗 国盛证券：张冰清 开源证券：黄泽鸣 光大证券：朱洁宇 天辰元信私募基金：许茂 瑞银证券：关俊 个人投资者：赵建军、晏仁华、吴少兰、吴海飞、郭子相
时间	2026 年 6 月 1 日
地点	深圳市罗湖区布心路3033号水贝壹号A座5层多功能会议室
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 证券事务代表：褚鹏、荣欢 财务总监：许金卓 独立董事：徐莉萍
投资者关系活动 主要内容介绍	1、公司关于长期分红的规划是什么？ 答：公司分红取决于经营利润，我们从上市以来一直积极与股东共

享经营成果，在利润稳定的前提下，将继续保持高分红策略。目前公司整体财务状况良好，贷款成本不高，资金上没有压力。

2、财务预算中提出 2026 年度公司营业收入预计同比增长 5~15%，净利润预计同比增长 5~15%，当前的完成情况如何？

答：整体来看有一定压力，但是公司有相应举措，对今年业绩增长目标完成有信心。

3、高金价环境下公司主营业务的有什么困难？

答：近年来受金价持续上涨的影响，行业整体承压。公司目前的基本策略是已经不再去赚金价上涨的利润，而是专注于经营利润。

应对该环境有如下调整：

1、主品牌的转型升级，从渠道覆盖为主转型为品牌引领、以产品为核心的新零售模式。周大生综合店的转型升级是公司目前主力，基本盘维稳基础上，做创新升级。

2、周大生的转型升级关注：①更重视消费者，尤其是年轻消费者，研究消费者需求，会员体系等；②理顺品牌定位，进行品牌建设；③产品：产品、品牌、消费者三个方向找到联合的商业底层逻辑。

3、新品牌布局，周大生×国家宝藏重新定位为高端文化黄金品牌，未来会形成周大生第二增长曲线，带动公司品牌形象，甚至创造新辉煌。周大生综合店、周大生×国家宝藏是相互促进和相互带动的。战略转型阶段，管理团队也需要以激情去应对以及迎接周大生的新阶段，关注更长线的增长。

4、公司在提高品牌使用费后加盟商有什么反馈？

答：整体上加盟商是支持和理解的。在金价由 300 余元涨至千元的背景下，公司对品牌使用费进行调整（仅上调克重类），调整后仍为行业较低水平。此次调价源于公司严控成本并通过体系化升级实现了服务跃迁，如公司当前在培训辅导、样板店建设及公私域流量运营等方面的赋能强度已今非昔比。相较于小品牌，周大生原本就具备极高的服务性价比，加之赋能力度显著加大，加盟商对此理解与支持，愿意配合以维持长期的品牌竞争力和盈利空间。

5、国家宝藏的单店表现、开店情况？

答：门店策略正由规模扩张转向单店店效提升。现有红标店维持百家规模，重点落实产品与 SOP 标准化升级，承载国宝系列并实现单店

3000万+的销售体量；同时卡位TOP级商圈打造约10至20家黑标（黑金）店，剑指亿元店效标杆。公司计划于2026年末推出首间全新高端形象的黑金店，以更具质感的升级体验，全力攻坚高端市场份额。

6、总部怎么给加盟商赋能？加盟商单店提升是否有目标？

答：公司一直非常注重对加盟商的管控和赋能，目前在这一方面也进行了非常系统性布局，构建了总部-区域-片区-门店的一个路径，总部专员、区域经理、片区长、培训辅导、货品专员、产品小组，每个环节工作落实颗粒度都很细致，如每个店都有工作计划、年度销售提升的目标、样板打造计划等。

7、国家宝藏店加盟比例是多少？

答：国家宝藏的拓展倾向于以直营的思路去做；存量还有部分加盟店，前提是要求加盟商的协同性和开店标准化程度很高。

8、公司目前数字化推进进度如何？

答：公司数字化建设已从后台基建迈向全链路赋能，去年完成核心商品95%数字化覆盖并上线ToB云展厅，构建了精准配货模型与自营分析能力，为零售转型打下坚实数据底座；今年重心将向加盟端深度渗透，重点突破加盟商自采环节的可视化管控（可洞察、可分析、可追溯），辅以政策支持引导渠道效益提升，并将在深化私域运营的基础上，积极探索AI在客服、培训及营销等场景的创新应用。

9、公司如何看待消费者偏好的变化？是否出现明显的转向古法金、小克重？

答：金价高企虽抑制了部分消费者的购买意愿并促使需求向小克重一口价产品转移，但消费端对品质、工艺及国潮文化IP的追求显著提升，呈现出明显的分层特征：高端消费者更看重情绪价值与品牌个性，对计价方式不敏感，而普通消费者则更关注总预算控制。在此背景下，具备悦己属性的精品、工费较低的投资型金条、金币均在市场上拥有各自的增长空间。

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。同时，现场调研的投资者已按深交所要求签署承诺函。

附件清单（如有）	无
日期	2026年6月1日