

代码：002867

证券简称：周大生

编号：2019-008

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 checked="" type="checkbox"/> 其他（现场+电话会议）
参与单位名称 及人员姓名	现场交流共计 40 位投资者（排名不分先后）： 广发证券：贾雨朦 中广核：张泽京 东方阿尔法基金：刘明、竺艺 华金证券：杨维维 申万宏源：赵令伊 海通证券：高瑜 国信证券：王念春、刘馨竹、尹昇 海富通基金：高高 深圳海富凌资本：陈凌 合晟资产：房俊 招商证券：郭伟航 凯丰投资：刘幸 东北证券：张兆函、刘青松 长城证券：林彦宏 中泰证券：曾令怡、康璐 方正证券：吴从露 国泰君安：陈彦辛 长城证券：张潇 长江证券：陈亮 鼎萨投资：易沛洪 银华基金：张舰 联储证券：王鹏 银河证券：李昂 广发资管：张雨晨 东北证券：郭梦婕、肖渺 国投瑞银：王宠 大成基金：张珊珊、侯春燕、戴军 信达澳银：刘维华 招商证券：丁浙川 华创证券：葛文欣 天风证券：王泽华 电话会议接入共计 88 家机构（排名不分先后）： 上海光大证券资管、上海联创永泉资管、上海重阳投资、上银基金、东吴

	基金、东吴自营、东方证券、东海证券、中信建投证券、中信证券、中兴威投资、中恒星光投资、中欧基金、中泰证券、九泰基金、人寿养老、光大自营、兴业基金、兴业证券、兴证资管、凯石基金、凯读投资、前海人寿保险、华创证券、华泰宝信基金、华润元大基金、博信证券、台新投信、君合资本、嘉实基金、国信证券、国投瑞银基金、国泰君安、国联证券、国金证券、大成基金、天治基金、天风证券、太平基金、安信基金、安联投资、宏德基金、富丽达基金、富兰克林华美基金、商城资产管理、平安养老保险、平安基金、幸福人寿保险、广东汇谷投资有限公司、广发证券、建信基金、征金资本、德邦基金、惠理基金、招商证券、摩根士丹利华鑫基金、方正证券、易方达基金、榕树投资、永瑞财富、晋信基金、汉亚投资、泰康资产、海通证券、海通资管、渤海证券、湘财基金、源乘投资、瀚川资管、申万宏源证券、申银万国证券、筠业投资、红阳资本、融通基金、西南证券、西部利得、诺安基金、财富证券、财通资管、金石资本、银华基金、长城证券、长江证券、长盛基金、高盛资产、鸿德基金、鹏华基金、鹏扬投资
时 间	2019年8月26日
地 点	周大生总部会议室
上市公司接待人员姓名	董事兼副总经理：向钢 财务总监：许金卓 董事会秘书兼副总经理：何小林 证券事务代表：周晓达
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、问答环节：</p> <p>1：公司对甘肃质量事件有什么回应？</p> <p>答：公司已于8月15日在官网上发布了针对本次事项的相关声明。</p> <p>2：婚庆大趋势来说结婚率下降，年轻人向一二线城市集中，怎么看未来的消费增长空间？</p> <p>答：珠宝品牌几乎都会往婚恋这个方向，往回看10年，婚恋方向基本可以占到消费诉求的90%以上。我们在2015年提出了新定位，选择两个方向，一个是婚恋方向，二是与个人日常装扮有关的方向。两个方向的产品风格是有差异的，产品体系的搭建也有区别的。目前我们的顾客和加</p>

盟商都很认可这两个方向，门店的形象、道具等也是根据这两个方向做的。我们同时推出了年轻人群这个板块，现在这个板块的增长幅度最快。

3: 婚恋部分与日常装扮的占比?

答: 婚恋还是要大一些，日常的装扮在 30%-40%左右。

4: 能否介绍一下对终端消费者的画像功能?

答: 当前公司进一步把人群结构、系列结构再次细分，在体系搭建上更加完善。公司也很明确，所有的营销都以产品为核心，把有竞争力的产品与顾客匹配起来，很多门店已经在很系统地接受这样的产品思路。

5: 新开门店有多少是原有的加盟商开的? 有多少是新来的加盟商开的?

答: 新店大部分是老加盟商增开。

6: 自营门店的毛利率可观，除了结构上的调整，金价的问题，有多少是增值税的影响?

答: 上半年，因为税收新政增值税税率调整理论上有 2-3 个点的影响。实际上没那么大，由于增值税调整自二季度开始，加上自营业务结算期延后的关系，影响大概是在报告期的后两个月的份额。

7: 单店的服务管理费在提升，原因是什么? 毛利率一直往上走，能维持下去吗?

答: 公司门店管理服务按门店分类划分不同标准，目前门店结构逐步变化，专卖店等老店占比逐步提高，因此单店的服务管理费有所提升。毛利率增长最核心的影响因素还是品牌价值的提升，如果我们的品牌价值持续提升，假设业务模式没有变化，毛利率还是会稳步往上走的，但波动不会太大。

8: 扣除素金之后镶嵌，不论是自营还是加盟都是下降的，介绍一下具体的情况? 我们采取什么措施来应对?

答: 今年外部宏观环境逐步传递到消费环节上，对镶嵌的销售确实形成压力，这种外部环境不是我们公司个体所能决定的，这个行业的未来我们是看好的。经济走下坡路，行业肯定会受影响，经济不好的时候黄金会好一点，经济好的时候钻石状况好一些，这两部分有杠杆效应。我们要认

清两件事：（1）要把自己的内核做好，提供给消费者优质产品。我们的产品行业内处于领先的地位。（2）要争取市场份额。

9：西南和华北地区的增速有所下降，主要问题是什么？怎么解决？

答：增速下降是区域自己经营结构化的结果。总部也有和区域一起研究解决方案，也会有新的经营策略，应该在后面会有效果。

10：黄金表现比较好，对镶嵌有挤压的效应。近期来看黄金上涨趋势将会延续，公司如何把握黄金的发展机会？

答：现在来看，黄金的购买力比较旺盛，总部和门店也都很重视黄金上涨的趋势。在产品的模型结构、主题题材上进行创新，保障供应链的流转供给，满足消费者的需求。

11：今年上半年关店数较去年同期上涨比较多，出现的原因？

答：本期关店 89 家，上期 60 多家，算是正常合理范围内的，是一种良性的淘汰，主要是市场化选择的结果，其中也有关店是一些因为所在商场转型，店面位置调整等等，并没有出现关店持续增加的趋势性判断。

12：上半年是件数的影响更大一些还是单价的影响更大一些？

答：单价的影响不是决定性，有明显的变动主要是件数上的变化。

13：公司的主力战场是三四五线城市，消费者对单价较高的产品需求低，如何引导消费者消费单价更贵的产品？

答：销售这块，关键是门店如何更好地完善体系结构。（1）产品体系，人群、使用方向、系列、价位是一个体系化的结构，不断地去完善它。（2）门店对市场有怎样的认识，怎么分配自己的资金，培训好导购，把产品介绍出去。（3）连接产品模型与客户，产品模型传递到终端，终端与客户进行匹配。

14：今年开店的规划？

答：公司会根据经济环境情况实施开店。

15：第二期的梵高系列开发进程？

答：开发偏年轻化，价格更贴近市场的产品，预计近几个月开发完成。

16：现在品牌如何开发产品？与之前的区别？

答：我们根据定位去开发新的系列和产品：（1）进来公司的产品有

自己的体系和要求。在创意、主题、概念的要求下，开发新的系列，整合行业里的设计资源（2）选货模式发生巨大变化。现在是所有产品分系列陈列，有纵向系统化管理。钻石销售的 SKU 已经非常集中，合作工厂也珍惜合作机会。（3）门店来看，导购销售更熟悉：每个系列什么方向，主攻什么人群都更加明了。

17：目前行业状况下，对行业现阶段的判断？

答：（1）大的环境下，中美贸易战确实有影响。（2）行业十几年来一直在洗牌，也确实淘汰了一些公司，但是周大生的发展取决于自己。（3）渠道一定会有两个发展空间：经济发展以后，体量扩大，原来不能开店的地方可以开店；有些经营不善的品牌留下的市场份额。

18：公司的新媒体营销怎么样？

答：公司有宣传推广部，专门负责新媒体运营，抖音和小红书是目前两个主要的流量平台和核心推广媒体，此外还有微博、知乎等。刚刚过去的七夕，公司在抖音和小红书上都做了活动。

19：公司对一二线城市的思路和规划？以及产品如何升级？

答：公司在一二线城市的思路和规划如下：一是公司形象包括柜台形象要适应一二线城市的特点；二是产品要符合消费人群的特点，以前比较多是依赖区域管理者的经验，现在是要按照公司的整个产品体系运营；三是管理问题。

20：公司 2017 和 2018 年现金流出现下降，是什么因素导致的？

答：一方面，为改善供货效率，公司完善品类结构和扩大加盟店业务规模导致公司配货展厅库存的增加，从而使得经营性现金流低于同期的净利润，另一方面，公司权益类投资以及取得项目土地使用权支出非流动资产的增加对现金量形成影响。

21：三四线是一个很大的消费市场，其他品牌也在加快三四线扩张，公司如何看待这样的竞争格局，会做出怎样的调整？调整之后费用控制会出现怎样的变化？

答：从竞争格局上讲，优秀的品牌值得我们学习，另外每个区域也会有自己的强势品牌。从竞争整体特点来讲，门店经营者的能力很重要，公

	<p>司要有自己的体系，还要传递到门店和加盟商，提升他们的能力。未来公司一定是坚定不移地向上走，现在的大环境下有些品牌已经失去了信心，但公司是看好这个市场的。另外，从总体上说费用在上升，因为人力成本较高，费用率没有明显的变化。</p> <p>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,现场调研人员已按深交所要求签署承诺函。</p>
<p>附件清单（如有）</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2019年8月26日</p>