

代码：002867

证券简称：周大生

编号：2025-025

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	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☒现场参观 ☐其他(电话会议)
参与单位名称 及人员姓名	共计 33 位投资者（排名不分先后）： 羊角基金：解睿 招商证券：王雪玉 珞珈方圆：赖欣、费春生 玄甲基金：李大志 中泰证券：苏畅 华西证券：褚菁菁 海通国际：寇媛媛 中信证券：林镇潘 信达证券：骆峥 禧悦投资：张源 国泰海通：张冰清 浙商证券：方逸涵 平安基金：杨博茜 方正证券：廖捷 众盛投资：李素楠 摩根士丹利：Cindy Gao 华泰证券：惠普 国信证券：柳旭 中信证券：李宇挺 天风证券：何富丽 东吴证券：郗越 申万宏源：赵令伊、李秀琳 中信建投：黄杨璐 广发证券：包晗 长江证券：李锦 榕树投资：丁煜 瑞银证券：伊崇巍 国任保险：王琼 安和投资：王珏 华夏基金：黄皓 前海鑫鼎基金：刘磊
时 间	2025 年 5 月 27 日
地 点	深圳市水贝壹号 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：夏洪川 董事：陈寿平 独立董事：毛健 证券事务代表：周晓达 副董事长及副总经理：周飞鸣 董事会秘书及副总经理：何小林 董事：管佩伟 独立董事：徐莉萍 财务总监：许金卓
投资者关系活动 主要内容介绍	一、 问答环节： 1： 公司的品牌矩阵如何打造？ 答：在周大生主品牌基础上，加强“周大生 X 国家宝藏”“周大生经典”“转珠阁”品牌矩阵建设，实现人货场匹配闭环。具体而言： 周大生：主品牌今年要实现转型和维稳。转型包括品牌升级，生意模式从批发向零售方式转变。“一盘货”是主品牌转型的重中之重，用以深度调整周大生综合店的产品结构，最终目的要实现单店的毛利率提升以及经营效率的提升。 “周大生 X 国家宝藏”：全面升级和发力，将品牌升级为“国宝文化典藏金品引领者”，制定品牌策划与视觉识别系统；产品升级为“国宝一盘货”模型，加快工艺、设计与题材创新；营运升级为严格执行开店标准与 POS100%入库，推进货品准入规范与样板店打造，强管控配套计划绩效、诊断提升、培训和 SOP 支撑。 “周大生经典”：重新定位，再图发展。将品牌定位为“聚焦非遗·民族文化赛道，传承‘非遗造办’理念”；营销规划上全面加强互联网营销和产品营销，兼顾品牌故事与产品诠释；产品规划上升级“经典一盘货”模型，推进工艺与题材研发升级；渠道营运上基于品牌和渠道新定位，动态调整渠道布局拓展，并加强运营支撑与培育。 “转珠阁”：走平替，占领年轻时尚重复消费、跨界消费的多品类模式，快速突破，强力破局。品牌营销上搭建多平台品牌营销自媒体阵地，加速品牌声量；产品规划上优化配货模型，整合补充薄弱品类，提升产品力；样板示范上重点投入自营样板店，实现“投资模型→样板打造→复制推广”。 2： 科技给我们的行业带来哪些变化？ 答：公司已经成立 AI 项目组，基于国内开源大模型，已经在做私有化的部署，目的要提高行业认知、企业认知，提升反应能力。在产品研发领域、营销领域、客服领域等，我们均已有所应用，提升效能。同

	时，公司今年重点也要推进数智化升级，全面提升组织效率，以及产品配货效率。 3：国家宝藏的空间和门店数量落到多少？ 答：国家宝藏门店我们会认真设计和规划，国家宝藏的生命力是非常可观的。目前最重要的是先把两家标杆“亿元”店打造出来。 4：公司做高端化是否遇到一些挑战？ 答：最大的挑战还是团队方面，团队背后是核心领导层的决心。做高端是需要底蕴的，在珠宝行业，我们自己的文化底蕴还是有的，但想做高端品牌，做高端效果，做领军人才，要有团队，以及价值观和目标要非常坚定。 5：货品结构调整需要多久？ 答：希望能够体现到今年的业绩里，目前已经初步看到效果。 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	2025 年 5 月 27 日