

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：2021-009

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 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（电话会议）
参与单位名称及 人员姓名	广发证券 嵇文欣、包晗 工银瑞信 万力时、林梦、秦聪、张姝丽 中信建投 叶乐、黄杨璐 平安资管 童飞、陶阳、王晶
时间	2021年11月30日
地点	电话会议
上市公司接待 人员姓名	副总经理兼董事会秘书许恬
投资者关系活动 主要内容介绍	<p><b>一、介绍环节</b></p> <p>公司副总经理兼董事会秘书许恬就近期公司的情况做简单介绍。</p> <p><b>二、问答环节</b></p> <p><b>问题 1、公司现在的品牌定位是怎么样的？</b></p> <p><b>回复：</b>我们一直将“曼卡龙”的受众定位为 25-35 岁年轻职场女性，让珠宝成为一种日常服饰穿搭。</p> <p><b>问题 2、公司的一些核心亮点是什么？</b></p> <p><b>回复：</b>我们一直朝着做一家数据化驱动经营和管理的公司目标在努力。杭州的互联网氛围为我们提供了数字化的土壤，公司从 2017 年开始布局数字化，2019 年公司上线了阿里云中台系统，完善业务与数据标准，支撑业务快速创新，消除原有传统 IT 系统所造成的数据孤岛和资源孤岛，打通各环节的业务数据，通过 BI 系统，数据实时多维度精准分析，做到数据驱动业务发展。同时我们在供应链业务上，通过建立线上的</p>

云展厅，实现畅销款通过 IPAD 线上下单，隔日到店，实现供应链的快速周转。

**问题 3：近几年开店的速度较慢，今年开店速度提升，背后的原因？**

**回复：**公司的开店策略是在核心城市的核心商圈开设直营店，其他地方拓展加盟的发展规划。目前公司外省拓店在快速并有序的推进，企业在发展的不同阶段都会不同的重点，曼卡龙一直秉承并坚持我们独有的品牌调性、定位，为全国珠宝市场带来青春活力的新气象。

**问题 4：今年新增的门店中直营和加盟的占比大约是多少？**

**回复：**今年新增加的门店中六成以上加盟店，三成以上直营店。

**问题 5：公司的存货较高，公司对原材料价格波动风险是如何？**

**回复：**公司主要原材料为黄金、铂金、钻石等。近年来，受国际、国内经济形势变动影响，金交所黄金挂牌价格波动较大，铂金市场价格与黄金市场价格总体正相关。钻石市场价格从长期来看处于温和上涨趋势，对公司业绩影响较小。

针对黄金、钻石等主要原材料价格的波动风险，公司采取的风险防范措施主要包括：①加快存货周转。公司依托阿里云业务中台系统建立起较为完善的供应链体系，加快存货周转，缩短采购到出售的周期，降低材料价格波动对库存的影响；②小批量高频采购。在综合考虑各供应商供应周期情况下，掌握最新行情信息，并根据多年经营经验，在保证安全库存量，小批量高频采购，以降低风险；③以销定采。针对黄金价格波动幅度较大的情形，公司采取了消费者预购黄金等多样化销售方式，以销定产、以销定采，以锁定销售价格，降低材料价格波动带来的风险；④拓展渠道，降低采购风险。根据公司制度，不断开发新的供应商，保证供应渠道的多样性，缩短材料供应周期，降低渠道单一的供应及采购成本风险。另外，建立中央备货仓以缩短供货周期。

**问题 6：公司“三爱一钻”产品的销售额占总额的比例？**

**回复：**今年以来，公司“三爱一钻”产品的销售额占比 40% 以上。

**问题 7：培育钻对公司业务的影响？**

**回复：**目前我们在试销的培育钻石产品只是在测试消费者对这个新兴

	<p>产品的接受度和消费场景，并无针对培育钻石产品做营销推广活动。目前产品也并未上市。</p> <p>其他交流内容可参阅近期《投资者关系活动记录表》（编号：2021-002、2021-003、2021-004、2021-005、2021-006、2021-007、2021-008）之问答。</p> <p>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	2021年11月30日