

证券代码：605599

证券简称：菜百股份

编号：2022-015

北京菜市口百货股份有限公司
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 _____
参与单位名称及人员姓名	圆融投资：付泽正 鸿凯投资：林军 太平洋证券：史海昇 国联证券：袁梦珂 开源证券：郑小凡 保德信资产：黄海博 森林湖资本：马毓昕 西部证券：黄羽沁 易方达：高山 中国人寿：崔恒旭
时间	2022年5月10日
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 李运沚 证券事务代表 梁一雯 证券事务专员 吴越
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">一、李运沚介绍菜百股份情况</p> <p style="text-align: center;">二、问答环节</p> <p>1.2021年年报中提到公司积极延伸京外辐射圈,可否谈谈今年的具体规划?</p> <p>答：连锁发展是公司坚持的战略发展方向,2021年公司开设了17家直营连锁门店,较往年速度有所加快,在今后发展过</p>

	<p>程中，营销网络建设依然是公司的工作重点之一。一方面在华北地区会加大布局密度，进一步稳固以北京为核心的华北市场，另一方面会在华北以外地区，选择具有适合的市场环境和消费环境的区域，适时进行拓展和深耕。今年一季度公司开设了 5 家门店，后续公司将抓住市场和政策机遇，更加快速、高效、有质量地开设连锁门店。</p> <p>2.公司会考虑开放加盟模式吗？</p> <p>答：公司坚持稳健的发展思路，目前坚持采取直营模式运营，基于直营模式的特点，公司可以直接面对消费者，快速了解市场第一手信息，为消费者提供更好的产品和更优质的服务。同时，公司会持续关注外部环境变化，根据市场情况，及时调整公司开拓计划和方式。</p> <p>3.在京外着重哪些地区？</p> <p>答：基于公司直营模式的经营特点，在北京以外地区会以国内重点城市为主开拓市场。今年一季度在西安已经开设了 4 家门店，去年也在苏州开设了华东首店。总体策略上是通过发挥直营模式的特点和优势，深耕重点城市并带动周边区域市场发展。</p> <p>4.线上和线下渠道的销售占比？</p> <p>答：公司线上销售渠道处在高速增长过程中，2021 年线上渠道销售占比在 10%左右，我们认为后续线上渠道增速会有所增长，占比也会逐步增加。随着疫情的好转，线下体验式消费的需求会逐步复苏，希望能够实现线上线下同步增长、齐头并进。</p> <p>5.公司是否会持续强化人员培训？</p> <p>答：菜百是全品类经营的品牌，人力资源部下设专门的培训中心，对员工进行专业化培训。特别是针对一线人员持续开展服务、销售、售后等技能的综合培训，不断提升专业力，希望为顾客提供更好的服务，带来更好的消费体验。</p> <p>6.公司子品牌的建设情况？</p> <p>答：公司在 2021 年推出了两个子品牌，一个是聚焦古法黄金的“菜百传世”；另一个是聚焦钻石品类，强调“悦己”消费理念的“菜百悦时光”。目前两个子品牌处于建设期中，子品牌的培育模式是依托菜百首饰主品牌的，销售增长情况不错，但是绝对值较低，尚在培育期。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 5 月 10 日

证券代码：605599

证券简称：菜百股份

编号：2022-016

北京菜市口百货股份有限公司

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 checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 _____
参与单位名称及人员姓名	国信证券：张峻豪、柳旭、柳雨心 中银证券：李嘉豪 方正证券：唐金
时间	2022年5月25日
地点	“路演中”平台（www.roadshowchina.cn）
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 李运祉 证券事务代表 梁一雯 证券事务专员 吴越
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、李运祉介绍菜百股份情况</p> <p>二、问答环节</p> <p>1. 受疫情影响下，公司二季度的经营情况如何？采取了哪些应对措施？</p> <p>答：近期北京地区受到新冠肺炎疫情影响，客观上讲，二季度经营情况会受到疫情的一些影响。当前，北京地区虽然还保持在严格管控的状态下，但未达到完全封闭的状态，非封控区和管控区的顾客，在持有48小时内核酸检测阴性检测报告下，可以正常的进店消费。公司的部分分店，严格执行属地防疫政策，进行了闭店，但是公司总店目前正常经营中。在应对措施方面，在线下消费渠道受阻的情况下，公司积极开展线上渠道销售，通过多种方式与消费者建立联系。例如开展直播业务，公司不仅和KOL有</p>

合作，还建立了公司自有的直播团队，目前各类商品的线上直播销售的场次和时长已经大大增加了，通过线上的方式更好的触达消费者。同时，公司在私域营销上也与客户加强了沟通和联系。在过往的疫情情况来看，短期内积压的消费需求，会在疫情好转之后得到释放。我们对未来还是比较有信心的。

2. 在产品设计上，公司的设计团队是如何做的？

答：公司有专业经验丰富的设计研发部门，负责产品的开发和与知名 IP 合作等工作，从已有的故宫、颐和园、天坛等 IP 合作产品方面来看，实现了不错的效果。采用古法金和硬足金等工艺的产品，基于其精美的工艺、更加具有设计感的造型、更加丰富的文化寓意，也在逐渐对普货产生一定的替代效应。在具体实施过程中，公司具备多维度的设计渠道，除了自主设计师外，还与行业大师、专业院校开展合作，并且和供应商也有合作设计。同时，依托公司直营模式的优势，可以及时获取广大消费者的第一手需求反馈，进行产品款式的开发、设计、更新和调整，以满足消费者需求。

3. 电商渠道的定位是怎么样？请介绍电商业务未来规划。

答：电商渠道在 2021 年的销售占比达到了 10%，对于电商渠道未来的占比公司不会设置上限，目前线上线下渠道发展呈现齐头并进的态势。在受到疫情影响的时候，线上发展增速较为明显，但是基于黄金珠宝商品的特点，在疫情好转的情况下，很多消费者也是有较强的线下体验消费的需求。目前，电商渠道不仅与几大线上平台开展合作，也在积极开展直播销售业务，积极拓展市场，未来公司会加强与更多的线上平台进行合作，寻求新的增长点。

4. 华北区以外的开店情况怎么样？消费者的品牌认可度如何？在新地区快速拓展市场的措施都有什么？

答：华东地区苏州首店和西安的四家门店，是菜百拓展华北以外地区市场的一项举措，在此过程中，公司采取深耕市场的措施，客观来看，公司在当地的市场基础确实弱于华北地区，公司的应对措施一方面是通过面向全国消费者的电商渠道，在线上培育了华北地区以外的客群，通过线上向线下引流等方式，增强客户对品牌的黏性，稳固当地市场；另一方面，公司坚持直营模式，通过商品、服务、全品类的经营模式，形成差异化优势，逐步培育消费客群。此外，公司连续多年开展的进企业、进社区等“五进”活动在华北地区积累了丰富的成功实践经验，相信未来疫情好转以后，在华北以外地区也会得到比较好的反馈。

5. 黄金珠宝行业从去年以来形成了集中度提升的趋势，公司对此将如何把握机会？

答：从行业数据上看，销售逐步在向头部企业聚拢，在此过程中，菜百会抓住时机，一是持续性的开设门店，扩大消费面，提升销售规模；二是发力线上销售，在平台合作的基础上，通过直播等方式让更多的消费者了解菜百首饰品牌；三是持续优化产品结构，包括针对细分品类推出子品牌等，多措并举抓住发展机会。

6. 不同品类产品的客群占比如何？

答：总体上分为两类客群，一类是购买首饰类产品的客群，细分来看，婚庆类需求客群的市场总量近年来有走低趋势；悦己类需求客群占比在增长，包括具有文化寓意类的产品销量走高；消费场景延伸带来的儿童饰品、纪念日主题饰品销售向好。另一类是购买贵金属投资类产品的客群，主要以保值为目的进行购买，在金价回落的时候，购买需求较多，在金价较高的时候，会有回购的需求。

7. 未来公司是否会考虑放开加盟？

	<p>答：公司目前采取直营连锁门店的经营模式。</p> <p>8. 目前行业内很多公司在抢占下沉市场,公司如何看待下沉市场的空间?</p> <p>答：公司目前在营销网络布局方面,不仅会在一线城市开店,也会在重点城市开设门店,整体上看市场潜力还是不错的,随着公司门店数量增长,相信会有比较好的收获。</p> <p>9. 从消费者角度如何感知黄金珠宝产品品牌力的差别?</p> <p>答：随着工艺的提升和各类 IP 产品的推出,各品牌的差异化会更加明显,消费者在选择的时候会有不同的倾向,这也是目前黄金珠宝行业逐步向头部聚拢的一个影响因素,各品牌的风格和特点愈发明显。</p> <p>10. 公司未来三年发展展望如何? 如何在未来抢占行业红利, 取得更好的发展?</p> <p>答：未来几年,公司首先要落实上市时规划的四个募投项目。在具体工作方面,一类是较为显性的,包括开展直播、私域流量触达、强化产品设计等;另一方面是侧重修炼内功的,例如加强员工培训、信息系统升级、智能化品类管理等,不断提高服务专业度和管理水平,希望以此来进一步强化直营模式的优势。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2022年5月25日