

证券代码：605599

证券简称：菜百股份

编号：2024-003

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	嘉实基金：卓佳亮 广发基金：顾益辉 泰康养老：白羽 西部利得：温震宇、靳晓婷、林静 诺安基金：吕磊 银河基金：杨琪 光大永明：王鹏 光大保德信：林晓凤 中金基金：高大亮 九泰基金：黄皓 复星保德信人寿：李心宇 循远资产：田超平 途灵资产：赵梓峰 钦沐资产：张金金 理成资产：詹璐琳 久富投资：米永峰 中海基金：谢华 国任财产保险：王琼 工银瑞信：秦聪、李敏 天治基金：张歌 上海人寿：方军平 博道基金：刘俊、王晓莹 中信资产：陈灿 太平资产：赵洋 民生加银：柳世庆 朴信投资：朱冰兵 东方衍生：翟淑星 中邮人寿：曾苧蓓 正圆基金：熊小铭 混沌投资：黎晓楠 峰岚资产：蔡荣转 腾讯投资：房甜妞 景泰利丰：吕伟志 榜样投资：沈昊怡 海通证券：李宏科、张冰清 合鑫资产：方晓睿	

	<p>国华人寿：王箫 泽泉投资：范舰阳 天风证券：朱琳、何富丽 恒盈富达：吴超 善思投资：李莹 明世伙伴基金：许庆华 富安达基金：黄沁仪 双安资产：张添宝 中信建投：刘岚 睿郡资产：刘逸秋 招银理财：杨钹毅 磐耀资产：万任澄 上海证券：林璟 招商基金：曾子潇 同犇投资：董智薇、童小薇 承珞投资：白召然 金百镭投资：刘晓爽 广发资产：张冰灵 华泰柏瑞：张又天 幂加和基金：李发伦 招商资管：孙好 申万菱信：范张翔 鼎萨投资：彭晓芳 广发资管：董旭 健顺投资：韩骋 盘京投资：陈静 光大证券：苏晓珺 中银国际：何瑾、林博程</p>	<p>长江养老：李慧勇 红土创新：杨一 观富资产：唐天 米仓资产：管晶鑫 西部利得基金：靳晓婷 思瑞基金：李泳佳 安信证券：王紫嫣 歌斐资产：于青青 中银基金：丁雅纯 华夏基金：温鑫宇 野村东方国际：童玥琳 金鹰基金：孙倩倩、潘李剑 人寿资产：赵花荣 华泰证券：刘璐丹 海富通基金：刘洋、赵冰沙 长江资管：刘舒畅 银华基金：周晶 源峰基金：欧阳婧 融汇资产：刘一霖 汇泉基金：曾万平 太平洋证券：史海昇 红土创新基金：陈若劲 长安基金：马影疏 光大资管：严可人 景顺长城基金：王勇 京管泰富基金：王欣伟 国华兴益保险：王雅惟</p>
时间	2024年2月26日、2月27日	

地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	副总经理、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>一、李运沚介绍菜百股份基本情况</p> <p>二、问答环节</p> <p>1. 公司一季度销售在全年当中占比一般会是多少？</p> <p>答：在公司过去几年已披露数据期间，根据过往销售节奏来看，一季度销售在全年中的占比较其他季度的占比相对会大一些。通常每年四季度末至一季度受元旦春节“两节”因素影响，黄金珠宝消费需求较为旺盛，为行业传统销售旺季，是全年销售中相对集中、热销的时段。</p> <p>2. 请介绍一下今年线下渠道在数量和区域布局方面的扩张计划？</p> <p>答：目前计划全年新开设门店 10-20 家左右，实际开店数量还需视市场具体情况而定。在开设门店区域方面，将继续加密北京市内门店布局，深耕北京以外已开设门店区域市场。除上述区域外，公司积极寻求拓展其他重点城市区域市场的机会。公司将秉承稳健发展的策略，做好市场分析调研，谨慎决策，稳扎稳打，推进营销网络建设工作。</p> <p>3. 对于新开门店的店型面积有要求吗？</p> <p>答：目前公司直营连锁分店大体分为街边独立门店和开设于商场内的店中店。在门店选址开拓过程中，面积不是唯一考虑因素，还要综合选址城市、商圈、客流量、具体点位，以及租金水平、运营费用、盈利空间等多方面进行考量。</p>

	<p>4. 公司新开店的爬坡周期大概多久？</p> <p>答：大体上基本与行业情况趋同，新店的初始投资主要为铺货资金和店面装修，受区域、商圈、铺位、客流、市场需求等各类综合因素影响，具体到各家门店时长不同。</p> <p>5. 对于菜百传世子品牌的未来规划？</p> <p>答：目前公司已开设了3家以“菜百传世”子品牌为主题的形象店，尚处于起步阶段。此类门店产品更加突出古法金饰品，在店装形象上与其他门店亦有所不同，通过向市场渗透子品牌形象，提升其知名度。未来，公司将根据市场反馈情况，持续优化子品牌培育运营策略，推动子品牌高效高质发展，现阶段处于持续优化的过程中。</p> <p>6. 今年是否有规划推出新的产品或者 IP 合作产品？</p> <p>答：公司一直致力于推出更多符合市场需求的产品，并持续加强 IP 合作，会根据经营计划陆续推出。</p> <p>7. 未来的分红计划是如何的？</p> <p>答：公司一贯高度重视投资者回报，具体利润分配方案需经股东大会审议确认。</p> <p>8. 对于 2024 年全年的预期？</p> <p>答：今年是商务部确定的“消费促进年”，公司会坚持专注主业经营，发挥全直营模式优势，持续优化产品、服务、营销等方面工作，提升经营管理效率，抓住机遇，全力以赴开展销售工作。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 2 月 26 日、2 月 27 日