

（上续C2版）

市场竞争优势。项目迎合了珠宝首饰零售领域对现代物流建设的需求,有利于企业扩大经营优势,持续经营。

（2）智慧物流是企业信息化数字化转型的需要  
在进入信息化时代后,信息传递的速度和深度决定了企业管理的细度和效率。公司利用物流信息系统各应用模块建设过程较为独立、分散,难以满足公司未来发展战略对物流体系的高要求,同时,也较难有效支撑公司业务日益增长的业务量和日益复杂的业务运作需求,在一定程度上制约了公司未来业务的发展。

项目通过对RFID系统、WMS系统等系统的建设,将公司的仓储管理、分拣、贴套、包装及物流输送等重要经营环节的信息化进行统一规划,使得企业内外部沟通更为顺畅,进一步提升企业供应链信息传递的有效性,同时,通过大数据的收集与整理,提升物流智能化水平,提高管理决策能力和经营管理效率。

（3）智慧物流是公司实现集团化发展的需要  
菜百股份多年来以强大的产业链资源整合能力为依托,聚集国内国际优质供应商,研发团队、检测机构、推广机构等合作伙伴,自身综合实力不断增强。公司致力于为消费者持续提供优质的珠宝首饰产品及服务,满足其对美好生活的追求,公司自成立以来,以北京为起点,通过自身经营主要以直营店为主的模式逐步增加零售网点数量,其线下品牌影响力主要集中于华北地区。未来公司计划不断进行市场拓展,以既有市场优势为基础,通过跨区域多门店的扩张在全国范围内进行品牌及服务的输出,进一步提高公司的市场占有率。

基于公司现有的物流管理体系,将难以支撑公司规模快速扩张的经营需求。通过本项目的实施,将优化公司的物流管理体系,支撑菜百门店的快速扩张和异地经营,全面提升品类管理,提升公司基础服务能力,满足公司规模扩张的战略需求。

3.项目的可行性

（1）良好的产业政策支撑项目可行  
近年来,随着我国经济发展,人们在珠宝领域的消费需求不断上涨。在物流建设领域,国家发改委一直高度重视智慧物流的发展,2016年出台了《“互联网+”高效物流实施意见》等重要政策文件,这些都围绕促进智慧物流的发展,推广应用物流新技术、新技术、新设备等方面提出了一系列鼓励和支持政策。

相关政策的推出大力促进了本行业的发展,为本项目的实施提供了良好的外部政策环境。

（2）信息技术水平的日趋成熟支撑项目可行  
现代物流经历了粗放型物流、系统化物流、电子化物流、智能物流和现代智慧物流的发展过程。智慧物流是以互联网+为核心,综合运用大数据、云计算、物联网、移动互联网和人工智能技术,通过全面感知、识别、跟踪物流各环节,实现实时应对、智能化决策、高效、绿色的物流服务体系。其目的是要让物流具有智能化,让物流具有思维、感知、学习和自行解决问题的能力,从而为企业提供更大的利润,为客户提供最佳的服务,使资源利用最大化。

随着物联网、云计算、移动互联网等新一代信息技术的高速发展,使得基于互联网的信息技术服务业,包括应用软件服务、平台提供服务、提供网络应用后台资源服务等领域日趋成熟,为我国智慧物流体系的不断完善创造了有利条件,逐步构建起适合珠宝产业物流体系的智慧化体系。

（3）行业需求的增长支撑项目可行

中国是世界上重要的珠宝首饰生产国和消费国。经济高速增长带来黄金珠宝行业市场总体需求迅速扩大。行业需求的增长使得智慧物流项目有着广阔的市场空间。项目建设内容符合市场发展趋势,将满足公司零售网络快速扩张和异地门店经营的物流需求,对于提高公司核心竞争力和盈利能力具有重要的促进作用,有利于公司把握市场机遇,获得主要市场份额。

（4）公司完善的基础条件支撑项目可行  
在物流体系建设方面,经过多年的发展,公司现有的北京总部物流中心已经形成了体系较为完备的管理机制,能够积极响应北京总店及各分店的仓储管理及物流需求等各个方面的需求;在团队建设方面,公司拥有大批具备丰富黄金珠宝从业经验和物流管理经验的管理团队,在珠宝企业管理、市场营销、渠道建设、产品研发等方面积累丰富经验。公司在经营管理、渠道建设、市场推广、品牌建设、人才团队建设等方面积累的丰富经验及优势作为本项目的开展提供有力支撑,有利于项目成功实施,有效减少项目实施风险。

4.投资概算

本项目总投资11,784.22万元,具体投资明细如下:

序号	费用类别	合计
1	场地投入	4,794.81
1.1	场地购置费用	3,900.00
1.2	场地租赁费用	264.81
1.3	场地装修费用	630.00
2	设备购置费用	5,283.10
3	软件开发费用	1,000.00
4	软件实施费用	220.00
5	预备费	486.31
6	项目总投资	11,784.22

5.项目所需主要设备  
根据项目规划,公司拟新增设备购置约5,283.10万元,明细如下:

序号	设备名称	计划支出(万元)
1	智能陈列柜	441.00
2	手持扫描枪	180.00
3	RFID物流中心货架	699.00
4	自动称设备	1,050.00
5	RFID价签打印机	235.00
6	RFID读取设备	148.00
7	保险柜	70.00
8	更衣柜	28.60
9	电子天平	75.00
10	安防监控系统	90.00
11	光谱测量仪	60.00
12	超高压电子显微镜	100.00
13	空调设备	30.00
14	金属镀液测试仪	60.00
15	X荧光光谱仪	20,000.00
16	研究型钻石比例仪	10,000.00
17	激光光谱仪	50,000.00
18	激光分光光谱仪	30,000.00
19	专业钻石分选仪	7.50
20	钻石检测仪	30,000.00
21	傅里叶变换红外光谱仪	200.00
22	比色计	90.00
23	物流中心服务器	10,020.00
24	检测工作台	51.00
25	WMS系统	500.25
26	RFID系统	300.00
27	图像识别软件	76.00
28	检测专用软件	10.00
合计		5,283.10

6.项目选址

本项目拟在北京购置场地建设物流中心,并在深圳租赁场地建设智慧物流中心,同时对北京和深圳两个场地进行装修改造,具体如下:

编号	城市	构筑物名称	面积(平方米)	场地取得方式
1	北京	物流中心	750	购买
2	深圳	物流中心	3,100	租赁
合计				

7.项目组织方式及资金使用计划  
本项目组织方式及资金由菜百总部直接组织实施,项目建设期36个月。资金使用计划情况如下表:

序号	费用类别	第1年	第2年	第3年	合计
1	场地投入	4,794.81	-	-	4,794.81
1.1	场地购置费用	3,900.00	-	-	3,900.00
1.2	场地租赁费用	94.00	88.20	-	264.81
1.3	场地装修费用	630.00	-	-	630.00
2	设备购置费用	3,207.90	1,587.10	483.10	5,283.10
3	软件开发费用	200.00	300.00	500.00	1,000.00
4	软件实施费用	-	110.00	110.00	220.00
5	预备费	377.45	80.84	28.02	486.31
6	项目总投资	8,399.35	2,166.14	1,218.73	11,784.22

本项目建设期为3年。根据计划,公司第一年拟购置并装修改造北京物流中心,租赁并装修改造深圳智慧物流中心,并完善北京总部物流中心设备,投资金额为8,399.35万元;第二年完善北京总部物流中心、北京物流中心设备,投资金额为2,166.14万元;第三年拟加强设备投入,投资金额为1,218.73万元。在建设期内,建成北京物流中心及深圳智慧物流中心。

8.环境保护情况

本项目是在进行物流中心的装修改造,不涉及房屋建设等,公司采取相应防治措施后,对周围环境影响基本无影响。根据北京市西城区生态环境局出具的《关于北京菜百百货股份有限公司“定制及设计中心”项目的情况说明》,本项目不属于环评审批范围,无需办理建设项目环境影响评价手续。

三、募集资金运用对公司经营和财务状况的影响  
(一)对经营状况的影响  
1.提高公司核心竞争力  
本次募集资金投资项目围绕公司现有主营业务,着重于公司的营销网络建设和拓展、信息化系统升级、智慧物流系统建设及定制和设计研发能力提升等方面。本次募集资金投资项目完成后,公司与珠宝生产和销售相关的定制、采购、门店标准化管理和客户服务体系将得到进一步提升,有利于巩固公司的核心竞争力,为公司的长期可持续发展提供有力条件。

同时,本次发行后公司的所有者权益将明显增加,资金实力将得到明显提升。

2.巩固和提升公司行业地位  
公司通过实施营销网络建设项目,将进一步加强公司在华北地区的门店覆盖率,巩固公司在区域内的领先地位;同时,公司将将在华北地区以外的重点城市进行网点布局,将“菜百首饰”品牌向全国市场推广。同时,公司将通过实施定制及设计中心项目,将整合公司内部设计资源,提升定制及设计中心水平,进一步整合供货方设计团队和行业内珠宝设计大师资源,提升自主设计系列产品销售占比中的比重,有利于公司的新产品设计及品牌影响力的提升。

(二)对财务状况的影响  
1.对净资产收益率的影响  
募集资金到位后,公司货币资金和净资产将大幅提高,资金实力明显增强,抗风险能力和融资能力提升。公司资产负债率将比发行前有较大降低,偿债能力和抗风险能力都将大幅提高。由于发行后公司净资产将大幅增加,而投资项目建设期内不能立即产生收益,因此公司净资产收益率在短期内会有所下降。

本次募集资金投资项目具有良好的盈利前景,营销网络建设项目能有效支持公司业务扩张,提升公司产品知名度和营销力;信息平台升级建设项目、智慧物流建设项目及定制及设计中心项目将提升公司未来可持续发展能力,为公司长期发展和长久动力,有助于改善公司盈利能力。因此随着募集资金投资项目的建成,公司长期盈利能力将不断增强。

2.对盈利能力和偿债能力的影响  
募投资项目建设投产后期,长期来看有利于提升公司的运营效率,同时有助于提升公司的盈利能力,并优化公司的资本结构。资本金充实有利于实现规模经济释放效益,有利于提升公司经营业绩。营销网络项目投入完成后,预计公司营业收入和净利润得到提升。本次募集资金到位后,将使公司的资产负债率下降,偿债能力增强,财务风险下降,有利于提升公司的持续经营能力和综合融资能力。中长期内,公司规模会随着募集资金投资项目效益的逐步释放而增长。

综上所述,本次募集资金投资项目的实施,符合公司主营业务发展规划,有利于提升公司核心竞争力,公司盈利能力得到增强,上述项目有利于全体股东创造更大价值。

(三)未利用自有资金开展募投资项目的理由  
截至2020年12月31日,发行人货币资金余额为78,735.99万元,归属于母公司所有者权益为213,633.9899万元,本次募集资金中的125,007.32万元用于投入营销网络建设项目、信息化平台升级建设项目、智慧物流建设项目和定制及设计中心项目。

报告期内,发行人已在加开直营店所拓展,报告期内公司开设门店已累计投入自有资金2.75亿元。同时,本次募集资金投资项目如募集资金不足的,公司将自有资金补足。募投资金投资金额相较于发行人2020年12月31日的货币资金余额较大,故考虑通过募集资金开展投资项目。

发行人在利用募集资金用于项目扩张的同时实施现金分红,是基于发行人现金流状况下综合考虑发展阶段、扩张计划、盈利情况和资金储备等因素作出的决策;证监会公布《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》等文件亦鼓励公司通过现金分红回报股东。

此外,公司本次实施首次公开发行股票上市,除了将募集资金运用于四个投资项目外,更期待通过实现上市目标,在更广泛的区域范围提升公司的品牌知名度和品牌社会关注度;借助上市公司的透明度和公信力提升企业形象,吸引人才,提高经营效率;充分利用资本市场进一步巩固和提升竞争优势,促进公司实现规范、更趋全面、更持久的高质量发展。

综上所述,发行人未利用自有资金开展募投资项目具有合理性和必要性。

第五节 风险因素及其他重要事项

一、市场风险

时,进一步提升产品定制服务能力,为消费者提供便捷的个性化服务体验。

(2)增强公司产品品牌溢价,提高产品附加值的能力  
目前国内黄金珠宝首饰行业已充分认识到产品设计的重要性,并积极提升自身的原创设计能力,目前公司仍处于业务高速发展时期,公司需要整合行业内优势资源,持续不断推出具有自身品牌基因的新产品,在产品研发设计过程中赋予产品更多的内涵及典型特征,利用贺岁文化、祈福文化、国潮文化、婚庆文化等系列产品,完善品牌经典款式,持续提升品牌价值。目前公司仍处于业务高速发展时期,公司需要整合行业内优势资源,持续不断推出具有自身品牌基因的新产品,在产品研发设计过程中赋予产品更多的内涵及典型特征,利用贺岁文化、祈福文化、国潮文化、婚庆文化等系列产品,完善品牌经典款式,持续提升品牌价值。

(3)完善多元化品牌布局,实现公司战略协同的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(4)构建建筑设计开发平台,扩大品牌影响力的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(5)完善的多元化品牌布局,实现公司战略协同的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(6)构建建筑设计开发平台,扩大品牌影响力的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(7)完善的多元化品牌布局,实现公司战略协同的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(8)构建建筑设计开发平台,扩大品牌影响力的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(9)完善的多元化品牌布局,实现公司战略协同的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(10)构建建筑设计开发平台,扩大品牌影响力的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(11)完善的多元化品牌布局,实现公司战略协同的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(12)构建建筑设计开发平台,扩大品牌影响力的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(13)完善的多元化品牌布局,实现公司战略协同的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(14)构建建筑设计开发平台,扩大品牌影响力的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(15)完善的多元化品牌布局,实现公司战略协同的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(16)构建建筑设计开发平台,扩大品牌影响力的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(17)完善的多元化品牌布局,实现公司战略协同的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(18)构建建筑设计开发平台,扩大品牌影响力的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(19)完善的多元化品牌布局,实现公司战略协同的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(20)构建建筑设计开发平台,扩大品牌影响力的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(21)完善的多元化品牌布局,实现公司战略协同的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(22)构建建筑设计开发平台,扩大品牌影响力的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(23)完善的多元化品牌布局,实现公司战略协同的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(24)构建建筑设计开发平台,扩大品牌影响力的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(25)完善的多元化品牌布局,实现公司战略协同的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(26)构建建筑设计开发平台,扩大品牌影响力的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(27)完善的多元化品牌布局,实现公司战略协同的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(28)构建建筑设计开发平台,扩大品牌影响力的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(29)完善的多元化品牌布局,实现公司战略协同的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(30)构建建筑设计开发平台,扩大品牌影响力的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(31)完善的多元化品牌布局,实现公司战略协同的需要  
菜百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌形象,打造立体化品牌格局,是公司实现战略发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品布局方面,公司将以菜百股份为面向广大消费者群体的基础品牌,并通过引入中高端品牌及博物馆式体验门店,将“菜百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片相结合,在保持菜百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将菜百股份的产品为顾客带来沉浸式消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统元素为主题的定制产品合作,如故宫合作“百富金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生所爱”的系列文创产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承勇于不断创新的的设计理念,在珠宝首饰设计中文艺思潮、新工艺、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(32)构建建筑设计开发平台,扩大品牌影响力的需要  
菜百