
周大生珠宝股份有限公司

2022 年度财务决算报告

2022 年度，公司面对超预期外部经营环境因素给经营业务带来的严峻挑战，在逆境中拼搏进取，在挑战中寻找机遇，品牌发展战略更加坚定，渠道融合发展稳步加速，产品体系持续完善，线上渠道继续保持良好的发展态势，公司各项经营业务在报告期继续保持坚实稳健的发展步伐，在充满挑战的外部环境下表现出了较强的抗风险能力与发展韧性。

一、会计报表审计意见

安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）为公司出具了安永华明（2023）审字第 61763326_H01 号标准无保留意见的审计报告，报告认为公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了公司 2022 年 12 月 31 日的合并及公司财务状况，以及 2022 年度的合并及公司经营成果和现金流量。

二、主要财务数据和指标

报告期，公司克服外部经营环境不利因素影响，在黄金产品上持续发力，黄金产品类收入增幅明显，线上业务继续保持稳定增长，2022 年度公司实现营业收入 111.18 亿元，同比增长 21.44%；报告期公司营业利润 14.09 亿元，较上年同期下降 10.77%，实现归属上市公司股东的净利润 10.91 亿元，较上年同期下降 10.94%，实现归属上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 10.25 亿元，较上年同期下降 14.07%，报告期加权平均净资产收益率为 18.28%，较上年同期降低 3.05 个百分点，基本每股收益 1.01 元，同比下降 9.82%。

报告期末公司资产总额 76.07 亿元，较 2021 年度末增长 8.43%，负债总额 15.58 亿元，较 2021 年度末增长 27.85%，归属于母公司的股东权益总额 60.42

亿元,较报告期初增长 4.41%,报告期末资产负债率为 20.49%,流动比率为 4.22,报告期经营活动产生的现金流量净额为 10.18 亿元,报告期公司资产结构相对合理,盈利能力稳定,经营资金充足,资产周转效率进一步提升,保持较强的流动性,财务状况整体良好。

主要会计数据及财务指标

项目	报告期 (2022 年度)	上年同期	本报告期比上年同期增减 (%)
营业收入 (元)	11,118,080,951.36	9,155,200,043.25	21.44%
营业利润 (元)	1,408,557,158.03	1,578,525,365.92	-10.77%
利润总额 (元)	1,420,235,814.78	1,590,541,959.62	-10.71%
归属于上市公司股东的净利润 (元)	1,090,598,158.56	1,224,611,693.59	-10.94%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 (元)	1,025,465,873.05	1,193,250,092.76	-14.06%
经营活动产生的现金流量净额 (元)	1,017,715,786.85	196,519,698.68	417.87%
基本每股收益 (元/股)	1.01	1.12	-9.82%
稀释每股收益 (元/股)	1.01	1.12	-9.82%
加权平均净资产收益率	18.28%	21.33%	下降 3.05 个百分点
扣除非经常性损益后的加权净资产收益率	17.19%	20.78%	下降 3.59 个百分点
项目	本报告期末	上年度期末	本报告期末比年初数增减 (%)
总资产 (元)	7,607,252,513.26	7,016,112,160.77	8.43%
归属于上市公司股东的净资产 (元)	6,042,240,601.85	5,787,152,783.53	4.41%
归属于上市公司股东的每股净资产 (元/股)	5.51	5.28	4.36%

三、报告期的主要经营情况

1、终端门店情况

面对激烈的市场竞争环境，报告期公司持续优化调整市场布局，提升拓店质量，推动渠道融合发展，报告期末周大生品牌终端门店数量 4616 家，其中加盟门店 4367 家，自营门店 249 家，2022 年度累计新增门店 620 家，累计撤减门店 506 家，净增加门店 114 家。

报告期末，终端门店中专卖店数量 2012 家，占门店总数的 43.59%，商场专柜店数量 2604 家，占门店总数的 56.41%。按门店所在城市线级划分，分布在一二线的终端门店 1406 家，占比 30.46%；分布在三四线及以下城市的终端门店 3210 家，占比 69.54%；其中 83.94% 的自营终端门店集中在一二线城市，72.59% 的加盟终端门店分布在三四线及以下线级城市。

截至报告期末，公司终端门店按经营面积统计为 47.51 万 m²，平均单店平均面积 102.92 m²，其中加盟门店单店平均面积为 105.27 m²，自营门店单店平均面积为 61.74 m²。

单位：家

项目	报告期（2022年度）				2021年度			
	增加	减少	净增减	期末数量	增加	减少	净增减	期末数量
加盟店	574	471	103	4367	712	388	324	4264
自营店	46	35	11	249	22	33	-11	238
门店合计	620	506	114	4616	734	421	313	4502

报告期公司新开自营门店 46 家，新开自营终端门店营业面积 4,034.20 m²，新开加盟门店 574 家，新开加盟门店营业面积 5.7 万 m²，2022 年度公司关闭门店 506 家，占报告期末门店总数的 10.96%，其中自营门店撤减 35 家、加盟门店撤减 471 家，加盟撤店中因加盟客户选择重开或变更经营主体的撤店为 155 家，剔除该因素影响报告期加盟撤店数量为 316 家，加盟门店撤店率为 7.24%，保持在良性范围。

2、收入及利润情况

利润简表

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	增减%
一、营业收入	1,111,808.10	915,520.00	21.44%
减：营业成本	880,775.06	665,475.19	32.35%
二、税金及附加	10,579.84	8,927.42	18.51%
三、期间费用	84,073.35	78,602.87	6.96%
四、资产减值损失	20.33	-11,158.52	-100.18%
五、公允价值变动损益	-2,784.69	-142.72	-1851.16%
六、投资净收益	1,754.90	1,672.68	4.92%
七、其他收益	5,385.85	4,877.84	10.41%
八、营业利润	140,855.72	157,852.54	-10.77%
九、营业外收支净额	1,167.87	1,201.66	-2.81%
十、利润总额	142,023.58	159,054.20	-10.71%
十一、归属母公司净利润	109,059.82	122,461.17	-10.94%

本报告期，公司实现营业收入 111.18 亿元，同比增长 21.44%，随着公司黄金产品体系日益完善，在展销业务模式助力下，黄金产品销售保持快速增长，报告期黄金产品销售收入同比增幅显著，同时，报告期线上业务继续保持稳定增长。受外部经营环境变化等因素影响，部分区域的线下门店经营业务在二季度、四季度一度停滞，经营环境的不确定性也一定程度上抑制了加盟商的补货需求，镶嵌类产品同比下降较为明显，报告期整体收入结构在渠道、品类分布上有所变化，黄金类产品收入占比进一步上升。

以渠道划分，2022 年度自营线下业务收入 10.69 亿元，同比下降 15.13%，主要由于部分自营线下门店二季度受外部经营环境影响部分期间经营停滞所致，其中镶嵌类产品销售收入 1.08 亿元，黄金类产品销售收入 9.25 亿元，分别较上年同期下降 40.45%、9.14%。自营线上（电商）业务收入 15.46 亿元，同比增长

34.65%，其中镶嵌产品销售收入 1.08 亿元，黄金类产品销售收入 10.27 亿元，分别较去年同期增长 16.61%、42.25%。加盟业务收入 82.96 亿元，同比增长 27.2%，主要由于黄金类产品收入增幅较大所致，报告期加盟业务中镶嵌产品销售收入为 10.83 亿，较去年同期分别下降 44.57%，黄金类产品销售收入为 63.57 亿，销售较同期增长 74.4%，品牌使用费收入为 6.24 亿元，同比下降 10.13%。

从单店平均情况看，由于报告期外部经营环境对自营门店经营业务影响较为明显，使得自营门店单店收入同比有所下降，报告期，自营业务着力调整优化市场布局，积极开拓华南市场，淘汰关闭业绩不及预期的门店，加强精细运营管理，努力化解市场不利因素，2022 年度公司自营平均单店营业收入 451.1 万元，较上年同期下降 13.7%，平均单店毛利为 120.45 万元，较上年同期下降 23.84%，其中自营单店平均镶嵌销售收入 45.89 万元，同比下降 39.40%，平均单店镶嵌销售毛利 27.72 万元，同比下降 43.46%，单店平均黄金产品销售收入 391.64 万元，同比下降 7.81%，单店平均黄金产品销售毛利 85.76 万元，同比下降 12.9%。

报告期公司加盟业务单店平均公司对其形成的主营业务收入 194.24 万元，平均单店毛利 34.06 万元，单店平均收入较上年同期增长 20.32%，单店平均毛利较上年同期下降 12.99%，其中单店平均镶嵌首饰批发收入 25.36 万元，较上年同期下降 47.57%，主要由于终端门店镶嵌销售下降使得加盟客户补货需求下降所致，单店镶嵌产品批发毛利 6.95 万元，较上年同期下降 43.85%，报告期加盟单店平均黄金产品批发销售收入 148.83 万元，同比增长 64.97%，主要由于报告期珠宝首饰市场消费结构变化以及通过展销方式直接向加盟商批发供货使得黄金销售收入大幅增加所致，报告期平均加盟单店品牌使用费收入 14.6 万元，较上年同期下降 14.99%，主要由于指定供应渠道供货产品品类结构变化等因素所致。

按渠道划分收入构成及同比情况

单位：万元

按业务渠道划分	2022 年	2021 年	同比增减
---------	--------	--------	------

	金额	占比	金额	占比	
自营（线下）	106,910.96	9.62%	125,971.33	13.76%	-15.13%
互联网（线上）	154,585.38	13.90%	114,805.55	12.54%	34.65%
加盟	829,614.61	74.62%	652,206.98	71.24%	27.20%
供应链服务	6,052.32	0.54%	6,130.51	0.67%	-1.28%
小贷金融	2,879.67	0.26%	3,517.16	0.38%	-18.13%
工程项目管理	200.38	0.02%	191.45	0.02%	4.66%
其他业务收入	11,564.79	1.04%	12,697.03	1.39%	-8.92%
营业收入合计	1,111,808.10	100.00%	915,520.00	100.00%	21.44%

以产品类别划分,报告期素金类首饰营业收入 84.68 亿元,同比增长 56.16%,镶嵌类首饰营业收入为 13 亿元,同比下降 41.69%,受报告期经营环境不确定性及消费者信心因素影响,镶嵌产品销售同比下滑较为明显,黄金类产品消费市场延续较高的景气度。

按产品类别划分的收入构成及同比情况

单位: 万元

按产品类别划分	2022 年		2021 年		同比增减
	金额	占比	金额	占比	
素金首饰	846,840.86	76.17%	556,549.70	60.79%	52.16%
镶嵌首饰	129,955.52	11.69%	222,872.55	24.34%	-41.69%
其他首饰	28,803.59	2.59%	21,391.04	2.34%	34.65%
加盟管理服务	23,147.66	2.08%	22,777.37	2.49%	1.63%
加盟品牌使用费	62,363.32	5.61%	69,393.19	7.58%	-10.13%
供应链服务	6,052.32	0.54%	6,130.51	0.67%	-1.28%
小贷金融	2,879.67	0.26%	3,517.16	0.38%	-18.13%
工程项目管理	200.38	0.02%	191.45	0.02%	4.66%
其他业务收入	11,564.79	1.04%	12,697.03	1.39%	-8.92%
营业收入合计	1,111,808.10	100%	915,520.00	100%	21.44%

2022 年度累计实现营业毛利额为 23.1 亿元,较上年同期下降 1.9 亿元,同

比降幅 7.6%，其中：自营线下业务实现销售毛利额 2.85 亿元，较上年同期下降 25.11%，自营线上(电商)业务实现销售毛利额 3.76 亿元，较上年同期增长 15.05%，加盟业务实现毛利额 14.55 亿元，较上年同期毛利额下降 8.02%，宝通供应链服务、小贷金融及其他业务毛利合计 1.94 亿元，较上年同期下降 7.92%。报告期整体毛利率为 20.78%，较上年同期下降 6.53 个百分点，主要由于黄金类、镶嵌类产品销售收入增减变动使得收入结构发生了较大变化所致。

报告期期间费用总额为 8.41 亿元，较上年同期增长 6.96%，其中管理、研发及销售费用总额 8.54 亿元，较上年同期增加 4,648.31 万元，同比增长 5.76%，主要由于广告宣传、线上渠道等销售费用随经营业务发展增长所致；财务费用 -1,315.72 万元，主要为利息费用 1,308.82 万元、存款利息收入 2,798.81 万元，财务费用总额较同期增长 38.45%，主要由于报告期短期借款利息以及黄金租赁费用同比增加所致。

四、报告期末资产、负债及股东权益状况

报告期末公司资产总额 76.07 亿元，较 2021 年度末增长 8.43%，负债总额 15.58 亿元，较 2021 年度末增长 27.85%，归属于母公司的股东权益总额 60.42 亿元，较报告期初增长 4.41%。

报告期末流动资产 62.35 亿元，占资产总额的 81.96%，主要为货币资金、应收账款以及存货等，其中货币资金 17.35 亿元，占报告期末流动资产的 27.83%，应收账款 8.17 亿，较上年度末增长 19.78%，主要由于业务规模增长所致，报告期末存货余额 33.42 亿元，占报告期末流动资产的 53.61%，报告期末存货较期初增加 21.65%，主要由于本期黄金类产品业务量增长备货量增加所致。

报告期末非流动资产 13.72 亿元，占资产总额的 18.04%，主要为固定资产及在建工程、使用权资产、无形资产及长期待摊费用等，其中固定资产及在建工程 5.21 亿元，无形资产 4.03 亿元，使用权资产 9,381.20 万元，递延所得税资产 1.39

亿元，长期待摊费用 4,609.86 万元。

报告期末公司负债总额为 15.58 亿元，主要为黄金租赁业务形成的交易性金融负债、应付账款及应付票据、预收账款及合同负债、应交税费及其他应付款项等，其中交易性金融负债期末余额 5.1 亿元，主要系报告期黄金业务规模增长黄金租赁规模扩大所致，应付账款及应付票据期末余额 2.71 亿元，其他应付款期末余额 3.66 亿元，主要为客户履约保证金等，报告期末预收账款及合同负债余额 6,454.71 万元，主要为收到的加盟客户预付款项及订单订金款项。

报告期末归属母公司所有者权益为 60.42 亿元，其中股本总额 10.96 亿元、资本公积 13.27 亿元、法定盈余公积余额 5.48 亿元，报告期末合并报表未分配利润 35.57 亿元，母公司未分配利润为 27 亿元，归属于上市公司股东的每股净资产为 5.51 元。

五、报告期公司现金流量情况

报告期末公司账面货币资金余额 17.35 亿元，本年度现金净流入金额为 4.46 亿元，其中，经营活动净流入金额 10.18 亿元，投资活动净流入 1.01 亿元，筹资活动净流出 6.73 亿元。

单位：万元

项目	2022 年度	上年同期	同比增减%
经营活动现金流入小计	1,225,374.20	966,880.43	26.73%
经营活动现金流出小计	1,123,602.62	947,228.46	18.62%
经营活动产生的现金流量净额	101,771.58	19,651.97	417.87%
投资活动现金流入小计	236,105.22	186,251.69	26.77%
投资活动现金流出小计	225,981.55	157,250.85	43.71%
投资活动产生的现金流量净额	10,123.67	29,000.84	-65.09%
筹资活动现金流入小计	60,000.00	2,620.00	2190.08%
筹资活动现金流出小计	127,296.67	90,383.44	40.84%

筹资活动产生的现金流量净额	-67,296.67	-87,763.44	23.32%
现金及现金等价物净增加额	44,610.48	-39,113.28	214.05%

(1) 报告期经营活动现金流入 122.54 亿元，较上年同期增长 26.73%，主要由于报告期公司经营业务克服超预期外部经营环境不利因素影响，营业收入收到的款项增长所致。

(2) 报告期经营活动现金流出 112.36 亿元，较上年同期增长 18.62%，主要由于报告期黄金采购量随黄金类产品销售增长而同比大幅增加所致。

(3) 报告期经营活动产生的现金流量净额 10.18 亿元，较上年同期增长 417.87%，主要由于去年同期末为加盟客户提供应收账款尚未到期收回所致。

(4) 报告期投资活动现金流入 23.61 亿元，同比增长 26.77%，主要由于报告期收到所持有的远致富海三号合伙企业份额转让款项以及委托理财产品到期赎回同比增加所致。

(5) 报告期投资活动现金流出 22.6 亿元，同比增加 43.71%，主要由于报告期委托理财产品同比增加以及支付在建工程、厦门海峡黄金产业园以及国润黄金投资款项所致。

(6) 报告期投资活动有关的现金流量净额 1.01 亿元，同比下降 65.09%，主要由于报告期支付在建工程、股权投资款项以及其他投资事项同比增加所致。

(7) 报告期筹资活动现金流入 6 亿元，同比增长 2190.08%，系报告期为解决短期流动资金需求发生短期借款所致。

(8) 报告期筹资活动现金流出 12.73 亿元，同比增长 40.84%，主要由于报告期归还短期借款以及分配股利所致。

(9) 报告期筹资活动产生的现金流量净额-6.72 亿元，同比增加 23.32%，主要由于报告期分配现金股利较上年同期下降所致。

(10) 报告期现金及现金等价物净增加额 4.46 亿元，同比增长 214.05%，主要由于报告期经营活动现金净额同比增长所致。

周大生珠宝股份有限公司董事会

2023年4月29日