

# 周大生珠宝股份有限公司

## 2023 年度财务决算报告

2023 年度，公司聚焦经营战略，各项工作围绕年度经营目标扎实有序开展，深化组织变革，强化激励机制，加强目标计划管理，专业赋能到店。继续稳步推进渠道扩张，高质量推进品牌建设，积极开拓数字化零售营销新局面，构建互联网、新媒体等各类媒介立体整合的品牌营销传播体系，坚持打造品牌核心竞争力，在产品研发方面，紧跟市场变化，持续迭代优化，做好产品研发创新，在传统文化和现代潮流的融合中，重塑风格鲜明的民族元素，先后推出金妆囍事/东方·丝意等周大生经典系列、莫奈花园/炽热梵高等艺术 IP 系列、国瑞/国钰等国家宝藏系列，打造更多“有底蕴、更光彩”的品牌特色产品，构建了丰富的多场景应用产品矩阵，黄金产品及线上业务继续保持良好的增长态势。

### 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（2024）审字第 70066847\_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 2023 年 12 月 31 日的合并及公司财务状况，以及 2023 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，黄金类首饰产品消费需求持续释放，公司紧跟市场变化，持续深化营运管理，扎实推进各项工作，圆满实现了年度预定经营计划目标，黄金产品继续保持良好的增长态势。

报告期公司累计实现营业收入 162.9 亿元，同比增长 46.52%，营业利润 16.95 亿元，较上年同期增长 20.35%，实现归属上市公司股东的净利润 13.16 亿元，较上年同期增长 20.67%，实现归属上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 12.68 亿元，较上年同期增长 23.64%，报告期加权平均净资产收益率为 21.09%，较上年同期提高了 2.81 个百分点，基本每股收益 1.21 元，同比增长 19.80%。

报告期末公司资产总额 80.12 亿元，较年初增长 5.33%，负债总额 16.28 亿元，较报告期初增长 4.45%，归属于母公司的股东权益总额 63.81 亿元，较报告

期初增长 5.61%，报告期末资产负债率为 20.32%，流动比率为 4.11，报告期经营活动产生的现金流量净额为 1.39 亿元，报告期公司资产结构相对合理，盈利能力稳定，资产周转效率持续提升，营运资金保持较好的流动性，财务状况整体良好。

#### 主要会计数据及财务指标

| 项目                        | 报告期（2023 年度）      | 上年同期              | 本报告期比上年同期增减（%） |
|---------------------------|-------------------|-------------------|----------------|
| 营业收入（元）                   | 16,290,062,420.45 | 11,118,080,951.36 | 46.52%         |
| 营业利润（元）                   | 1,695,153,132.76  | 1,408,557,158.03  | 20.35%         |
| 利润总额（元）                   | 1,708,343,130.03  | 1,420,235,814.78  | 20.29%         |
| 归属于上市公司股东的净利润（元）          | 1,316,049,079.06  | 1,090,598,158.56  | 20.67%         |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元） | 1,267,903,973.35  | 1,025,465,873.05  | 23.64%         |
| 经营活动产生的现金流量净额（元）          | 138,613,715.40    | 1,017,715,786.85  | -86.38%        |
| 基本每股收益（元/股）               | 1.21              | 1.01              | 19.80%         |
| 稀释每股收益（元/股）               | 1.21              | 1.01              | 19.80%         |
| 加权平均净资产收益率                | 21.09%            | 18.28%            | 提高 2.81 个百分点   |
| 扣除非经常性损益后的加权净资产收益率        | 20.32%            | 17.19%            | 提高 3.13 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）                    | 8,012,438,337.87  | 7,607,252,513.26  | 5.33%          |
| 归属于上市公司                   | 6,381,299,956.49  | 6,042,240,601.85  | 5.61%          |

|                      |      |      |       |
|----------------------|------|------|-------|
| 公司的净资产（元）            |      |      |       |
| 归属于上市公司股东的每股净资产（元/股） | 5.82 | 5.51 | 5.63% |

### 三、报告期的主要经营情况

#### 1、终端门店情况

报告期公司持续整合渠道资源，推动渠道融合发展，优化市场布局，提升拓店质量，报告期末周大生品牌终端门店数量 5106 家，其中加盟门店 4775 家，自营门店 331 家，2023 年度累计新增门店 988 家，累计撤减门店 498 家，净增加门店 490 家。

报告期末，终端门店中专卖店数量 2148 家，占门店总数的 42.07%，商场专柜店数量 2958 家，占门店总数的 57.93%。

店数单位：家

| 项目   | 2023 年度 |     |     |      | 2022 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  | 866     | 458 | 408 | 4775 | 574     | 471 | 103 | 4367 |
| 自营店  | 122     | 40  | 82  | 331  | 46      | 35  | 11  | 249  |
| 门店合计 | 988     | 498 | 490 | 5106 | 620     | 506 | 114 | 4616 |

截至报告期末，公司终端门店按经营面积统计为 52.22 万 m<sup>2</sup>，平均单店平均面积 102.27 m<sup>2</sup>，其中加盟门店单店平均面积为 104.83 m<sup>2</sup>，自营门店单店平均面积为 65.39 m<sup>2</sup>。

报告期公司新开自营门店 122 家，新开自营终端门店营业面积 8,667.05 m<sup>2</sup>，新开加盟门店 866 家，新开加盟门店营业面积 8.31 万 m<sup>2</sup>

2023 年度公司关闭门店 498 家，占报告期末门店总数的 9.75%，其中自营门店撤减 40 家、加盟门店撤减 458 家，加盟撤店中因加盟客户选址重开或变更经营主体的撤店为 143 家，剔除该因素影响报告期加盟撤店数量为 315 家，加盟门店撤店率为 6.17%，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          | 2023 年度      | 去年同期         | 增减%       |
|-------------|--------------|--------------|-----------|
| 一、营业收入      | 1,629,006.24 | 1,111,808.10 | 46.52%    |
| 减：营业成本      | 1,333,436.11 | 880,775.06   | 51.39%    |
| 二、营业毛利      | 295,570.13   | 231,033.03   | 27.93%    |
| 四、毛利率       | 18.14%       | 20.78%       | -2.64%    |
| 五、税金及附加     | 14,653.65    | 10,579.84    | 38.51%    |
| 六、期间费用      | 106,658.72   | 84,073.35    | 26.86%    |
| 七、资产减值损失    | -916.71      | 20.33        | -4608.78% |
| 八、公允价值变动损益  | 736.59       | -2,784.69    | 126.45%   |
| 九、投资净收益     | -8,613.72    | 1,754.90     | -590.84%  |
| 十、其他收益      | 3,947.98     | 5,385.85     | -26.70%   |
| 十一、营业利润     | 169,515.31   | 140,855.72   | 20.35%    |
| 十二、营业外收支净额  | 1,319.00     | 1,167.87     | 12.94%    |
| 十三、利润总额     | 170,834.31   | 142,023.58   | 20.29%    |
| 十四、归属母公司净利润 | 131,604.91   | 109,059.82   | 20.67%    |

本报告期，公司实现营业收入 162.9 亿元，同比增长 46.52%，黄金类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，镶嵌类产品同比下降较为明显，报告期整体收入结构在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，报告期加盟业务营业收入 119.72 亿元，较上年同期增长 44.31%，其中镶嵌类产品销售收入 6.72 亿元，同比下降 37.99%，黄金类产品销售收入 102 亿元，同比增长 60.46%；自营线下业务营业收入 16.17 亿元，较上年同期增长 51.29%，其中镶嵌类产品销售收入 1.06 亿元，同比下降 2.74%，黄金类收入 14.74 亿元，同比增长 58.83%；自营线上（电商）业务营业收入 25.08 亿元，较上年同期增长 62.25%，其中镶嵌类收入 1.4 亿元，同比增长 30.05%，黄金类产品销售收入 19.20 亿元，同比增长 86.95%。

### 按渠道划分收入构成及同比情况

单位：万元

| 业务模式分类  | 本报告期（2023 年度） |         | 上年同期         |         | 同比增减%   |
|---------|---------------|---------|--------------|---------|---------|
|         | 金额            | 收入比重    | 金额           | 收入比重    |         |
| 自营（线下）  | 161,749.23    | 9.93%   | 106,910.96   | 9.62%   | 51.29%  |
| 互联网（线上） | 250,815.67    | 15.40%  | 154,585.38   | 13.90%  | 62.25%  |
| 加盟      | 1,197,202.11  | 73.49%  | 829,614.61   | 74.62%  | 44.31%  |
| 供应链服务   | 6,936.42      | 0.43%   | 6,052.32     | 0.54%   | 14.61%  |
| 小贷金融    | 1,865.71      | 0.11%   | 2,879.67     | 0.26%   | -35.21% |
| 工程管理    | 240.16        | 0.01%   | 200.38       | 0.02%   | 19.85%  |
| 其他业务    | 10,196.95     | 0.63%   | 11,564.79    | 1.04%   | -11.83% |
| 营业收入合计  | 1,629,006.24  | 100.00% | 1,111,808.10 | 100.00% | 46.52%  |

从单店平均情况看，报告期公司自营平均单店营业收入 557.76 万元，较上年同期增长 23.64%，平均单店毛利为 145.65 万元，较上年同期增长 20.93%，其中自营单店平均镶嵌销售收入 36.47 万元，同比下降 20.51%，平均单店镶嵌销售毛利 21.69 万元，同比下降 21.74%，单店平均黄金产品销售收入 508.37 万元，同比增长 29.81%，单店平均黄金产品销售毛利 117.13 万元，同比增长 36.57%。

报告期公司加盟业务单店平均主营业务收入 268.01 万元，较上年同期增长 37.98%，平均单店毛利 39.98 万元，较上年同期增长 17.36%，受加盟客户镶嵌产品补货需求下降影响，镶嵌产品销售收入下降较为明显，报告期单店平均镶嵌首饰批发收入 15.03 万元，较上年同期下降 40.71%，单店镶嵌产品批发毛利 3.8 万元，较上年同期下降 45.29%，报告期黄金消费景气持续，黄金产品体系更加完善，通过区域展销模式提升供货效率，加盟单店平均黄金产品批发销售收入 228.34 万元，同比增长 53.42%，黄金产品批发销售单店毛利平均 11.59 万元，同比增长 63.59%，报告期平均加盟单店品牌使用费收入 19.24 万元，较上年同期增长 31.79%。

以产品类别划分，报告期素金类产品营业收入 137.2 亿元，较上年同期增长 62.01%，镶嵌类产品营业收入 9.18 亿元，较上年同期下降 29.4%，品牌使用费收入 8.62 亿元，较上年同期增长 38.24%。

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 | 2023年        |        | 上年同期         |        | 同比增减    |
|---------|--------------|--------|--------------|--------|---------|
|         | 金额           | 占比     | 金额           | 占比     |         |
| 素金首饰    | 1,371,953.38 | 84.22% | 846,840.86   | 76.17% | 62.01%  |
| 镶嵌首饰    | 91,751.73    | 5.63%  | 129,955.52   | 11.69% | -29.40% |
| 其他首饰    | 36,057.79    | 2.22%  | 28,803.59    | 2.59%  | 25.19%  |
| 加盟管理服务  | 23,791.53    | 1.46%  | 23,147.66    | 2.08%  | 2.78%   |
| 品牌使用费   | 86,212.59    | 5.29%  | 62,363.32    | 5.61%  | 38.24%  |
| 供应链服务   | 6,936.42     | 0.43%  | 6,052.32     | 0.54%  | 14.61%  |
| 小贷金融    | 1,865.71     | 0.11%  | 2,879.67     | 0.26%  | -35.21% |
| 工程项目管理  | 240.16       | 0.01%  | 200.38       | 0.02%  | 19.85%  |
| 其他业务收入  | 10,196.95    | 0.63%  | 11,564.79    | 1.04%  | -11.83% |
| 营业收入合计  | 1,629,006.24 | 100%   | 1,111,808.10 | 100%   | 46.52%  |

2023年度累计实现营业毛利额为29.56亿元，较上年同期增加6.45亿元，同比增长27.93%，其中：自营线下业务实现销售毛利额4.22亿元，较上年同期增长47.97%，自营线上（电商）业务实现销售毛利额5.69亿元，较上年同期增长51.55%，加盟业务实现毛利额17.86亿元，较上年同期毛利额增长22.75%，宝通供应链服务、小贷金融及其他业务毛利合计1.78亿元，较上年同期下降8.31%。报告期公司整体毛利率为18.14%，较上年同期下降2.64个百分点，主要由于黄金类、镶嵌类产品销售收入结构发生变化所致。

报告期期间费用总额为10.67亿元，较上年同期增长26.86%，主要由于薪酬费用、租赁费用、宣传费用、会务费用、电商渠道费用以及财务费用同比增加所致。

#### 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80.12亿元，较年初增长5.33%，负债总额16.28亿元，较报告期初增长4.45%，归属于母公司的股东权益总额63.81亿元，较报告期初增长5.61%。

报告期末流动资产64.48亿元，占资产总额的80.48%，主要为货币资金、应收账款以及存货等，其中货币资金8.52亿元，占报告期末流动资产的13.21%，

应收账款 14.97 亿，较报告期初增长 83.22%，主要由于业务规模增长以及报告期末加盟业务应收账款尚未到期回收所致，报告期末存货余额 36.43 亿元，占报告期末流动资产的 56.49%，较期初增加 8.99%，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 15.64 亿元，占资产总额的 19.52%，主要为固定资产及在建工程、使用权资产、无形资产及递延所得税资产等，其中固定资产及在建工程 7.35 亿元，无形资产 3.86 亿元，使用权资产 9,708.04 万元，递延所得税资产 1.34 亿元，长期待摊费用 3,465.5 万元。

报告期末公司负债总额为 16.28 亿元，主要为黄金租赁业务形成的交易性金融负债、短期借款、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 3.19 亿元，主要系报告期黄金租赁尚未到期归还所致；短期借款 2 亿元，系报告期内集中备货周期解决流动性资金需求增加银行短期借款所致；应付账款及应付票据期末余额 1.49 亿元，其他应付款期末余额 4.89 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 5,525.84 万元，主要为收到的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 63.81 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 38.96 亿元，母公司未分配利润为 29.26 亿元，归属于上市公司股东的每股净资产为 5.82 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 8.52 亿元，现金及现金等价物余额 7.68 亿元，本年度现金净增加额为-9.67 亿元，其中，经营活动净流入金额 1.39 亿元，投资活动净流出 2.3 亿元，筹资活动净流出 8.75 亿元。

单位：万  
元

| 项目            | 2023 年度      | 上年同期         | 同比增减%   |
|---------------|--------------|--------------|---------|
| 经营活动现金流入小计    | 1,701,700.98 | 1,225,374.20 | 38.87%  |
| 经营活动现金流出小计    | 1,687,839.61 | 1,123,602.62 | 50.22%  |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 13,861.37    | 101,771.58   | -86.38% |

|                      |            |            |          |
|----------------------|------------|------------|----------|
| 投资活动现金流入小计           | 188,034.66 | 236,105.22 | -20.36%  |
| 投资活动现金流出小计           | 211,019.03 | 225,981.55 | -6.62%   |
| <b>投资活动产生的现金流量净额</b> | -22,984.38 | 10,123.67  | -327.04% |
| 筹资活动现金流入小计           | 90,000.00  | 60,000.00  | 50.00%   |
| 筹资活动现金流出小计           | 177,542.12 | 127,296.67 | 39.47%   |
| <b>筹资活动产生的现金流量净额</b> | -87,542.12 | -67,296.67 | -30.08%  |
| <b>现金及现金等价物净增加额</b>  | -96,714.80 | 44,610.48  | -316.80% |

(1) 报告期经营活动现金流入 170.17 亿元，较上年同期增长 38.87%，主要由于报告期公司营业收入增长所致。

(2) 报告期经营活动现金流出 168.78 亿元，较上年同期增长 50.22%，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增幅较大所致。

(3) 报告期经营活动产生的现金流量净额 1.38 亿元，较上年同期下降 86.38%，主要由于报告期应收账款、存货增加使得经营活动现金流出相对较大，新增应收款项及存货所支付的经营活动现金在报告期末尚未回流所致。

(4) 报告期投资活动现金流量净额-2.3 亿元，同比变动-327.04%，主要由于报告期委托理财产品赎回同比减少以及支付在建工程等投资款项所致。

(5) 报告期筹资活动现金流入 9 亿元，同比增长 50%，系报告期为解决短期流动资金需求发生短期借款所致。

(6) 报告期筹资活动现金流出 17.75 亿元，同比增长 39.47%，主要由于报告期支付现金股利以及归还短期借款所致。

(7) 报告期筹资活动产生的现金流量净额-8.75 亿元，同比变动-30.08%，主要由于报告期分配现金股利较上年同期增加所致。

(8) 报告期现金及现金等价物净增加额-9.67 亿元，同比变动-316.8%，主要由于报告期经营活动现金净额同比下降、委托理财赎回同比变化以及支付现金股利同比增加所致。

报告期经营活动产生的现金流量净额 1.39 亿元，与本年度净利润的差异为 11.77 亿元，主要由于受备货周期以及对加盟客户应收账款赊销账期因素影响，采购活动所形成的库存商品及应收账款于报告期尚未完全转化为销售活动现金

流入，报告期末应收账款等经营性应收款项以及存货较期初增加所致。

周大生珠宝股份有限公司董事会

2024年4月26日