

公司代码：605599

公司简称：菜百股份

# 北京菜市口百货股份有限公司 2023 年年度报告摘要

## 第一节 重要提示

- 1 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所（www.sse.com.cn）网站仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 致同会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

公司拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，向全体股东每10股派发现金红利7.00元（含税）。截至2023年12月31日，公司总股本为777,777,800股，以此计算合计拟派发现金红利544,444,460元（含税），占2023年度合并报表中归属于母公司股东净利润的77.03%。本年度不进行公积金转增股本、不送红股，剩余未分配利润结转至以后年度。本预案尚需提交公司2023年年度股东大会审议。

## 第二节 公司基本情况

### 1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	菜百股份	605599	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	李运沚	梁一雯
办公地址	北京市西城区广安门内大街306号	北京市西城区广安门内大街306号
电话	010-83520088-638	010-83520088-638
电子信箱	cb_investors@bjcaibai.com.cn	cb_investors@bjcaibai.com.cn

### 2 报告期公司主要业务简介

根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所处行业为“F52 零售业”项下的“F5245 珠宝首饰零售业”。

公司处于黄金珠宝行业的产业链中的终端零售环节，主要经营黄金饰品、贵金属投资产品、贵金属文化产品和钻翠珠宝饰品等在内的全品类黄金珠宝产品。

根据国家统计局数据，2023年全国居民人均可支配收入39,218元，比上年名义增长6.3%，扣除价格因素，实际增长6.1%，高于GDP增速。黄金珠宝行业发展与国民经济水平具有较强关联性，消费者购买力增长空间是影响行业市场需求规模的重要因素，2023年我国金银珠宝商品零售总额为3,310亿元，较2022年同期增长13.3%，超过7.2%的社零总额增速，是2023年累计增速最高的限额以上商品零售细分品类，呈现出了在经济全面复苏，消费市场上升回暖的大背景下，金银珠宝行业的强劲发展动力和消费需求韧性。

报告期内，我国经济回升向好，随着一系列稳增长、促消费措施落地实施，全国消费市场持续恢复回升。从金价方面看，报告期内金价处于震荡上行趋势，上海黄金交易所Au9999黄金年末收盘价为479.59元/克，较年初开盘价上涨16.69%；全年加权平均价格为449.05元/克，较2022年上涨14.97%。消费市场持续回升，叠加金价因素，消费者购买黄金珠宝产品意愿增强。根据中国黄金协会统计数据，2023年全国黄金消费量为1,089.69吨，与上年同期相比增长8.78%。其中，黄金首饰706.48吨，同比增长7.97%；金条及金币299.60吨，同比增长15.70%；工业及其他用金83.61吨，同比下降5.50%。

展望未来，商务部将2024年定为“消费促进年”，依托促消费政策的有力支撑、消费潜力的持续释放，在整体发展前景广阔的黄金珠宝零售行业中，公司将持续健康经营发展。

#### （一）公司主营业务情况

公司主营业务为黄金珠宝商品的原料采购、款式设计、连锁销售和品牌运营，通过主品牌“菜百首饰”和专注于古法黄金的子品牌“菜百传世”、专注于时尚轻奢珠宝的子品牌“菜百悦时光”，聚焦黄金珠宝消费市场需求，形成矩阵式品牌发展架构，设计、销售包括黄金饰品、贵金属投资产品、贵金属文化产品和钻翠珠宝饰品等在内的全品类、多款式黄金珠宝商品，服务于广大、多样化的消费者群体。同时，公司通过开展黄金珠宝钻石定制、个性化设计、首饰咨询、以旧换新等特色服务，为消费者提供高附加值的增值服务，并以此促进黄金珠宝销售收入的增长。报告期内，公司主营业务及产品未发生重大变化。

#### （二）公司经营模式

公司采用抓两头、控中间的“微笑曲线”经营模式，公司的业务重心在于能体现黄金珠宝产品附加价值的两端，上游包括原材料采购和产品设计等，下游则专注于首饰文化推广、直营门店管理、会员资源运营与增值服务等，聚焦于能为顾客带来更高附加值的环节；同时，将黄金珠宝行业高度标准化的生产环节以委外加工方式完成，重点把控供应质量。

##### 1. 原料采购模式

公司获取原材料的方式主要包括黄金现货交易、黄金租赁及部分以旧换新业务取得旧金。在现货交易方面，公司作为上海黄金交易所第一批综合类会员单位，具有直接从上交所采购黄金原材料的会员资格，可直接第一手现货交易提取原料，保证原料质量，并通过“以销定采”的多批次、小批量的采购原则，降低原料价格波动风险。公司与银行签订租赁合同，按照一定租赁利率从银行借入黄金原材料并对租入黄金原料拥有处置权，根据协议约定定期支付黄金租赁利息，租借到期后公司归还租赁黄金原材料。同时，公司通过黄金T+D合约对冲金价波动风险。以旧换新业务是公司取得生产用原材料的补充性渠道，公司为顾客提供黄铂金首饰的以旧换新服务，通过该业务取得的旧饰，在委托有专业资质的贵金属精炼厂精炼提纯后，加工成标准金锭，成为公司原材料的来源之一。

##### 2. 产品加工及采购模式

公司产品货源主要来自于自行采购原料进行委外加工、联营和成品采购。

在产品加工方面，公司将黄金珠宝行业高度标准化的生产环节以委外加工方式完成，重点把控供应质量。公司通过制定严苛的供应链甄选程序及严于国家标准的“菜百首饰”质量订单标准，

实现了对供应商的多维度管控，同时通过地域分散等策略分散了加工中断等风险。公司按照“菜百首饰”质量订单标准向供应商下达订单，并安排驻厂采购人员在生产、出库环节进行多轮监督检查和有损检测，商品到货后委托第三方检测机构进行检测，检测合格后才能入库，随后在出库、销售等环节还有多道检验手续，以确保产品质量。

在产品采购方面，联营采购模式下，公司与供应商签订联营合作协议，供应商向公司提供商品，公司按照统一经营理念、统一管理、统一收款、统一销售凭证、统一投诉处理对联营商品进行规范管理，双方按协议约定分成比例进行结算。成品采购模式下，公司直接向供应商采购商品，公司作为中国金币特许零售商，公司销售的贺岁金条、纪念币、熊猫金银币等商品采用成品采购模式。此外，为丰富产品款式，公司亦采用成品采购模式购入少量黄金饰品。

### 3. 销售模式

公司以直营模式为主开展经营，销售网络主要包括线下直营店渠道、银行渠道和线上电商渠道等。截至报告期末，公司拥有包括覆盖北京各行政区和天津、河北、包头、西安、苏州的 87 家直营连锁门店；以及包括菜百首饰官方商城及在京东、天猫、抖音、拼多多等电商平台开设的 17 家线上店铺、直播销售等在内的覆盖全国市场的线上销售网络；并与北京农村商业银行、北京银行等多家银行开展合作，利用银行渠道体系完善、网点众多的优点，在银行网点开展销售。

#### （三）市场地位

经过几十年的培育和发展，公司在黄金珠宝商品的原料采购、款式设计、连锁销售和品牌运营等方面积累了丰富的经验，公司凭借着产品质量、特色服务、品牌信誉、专业团队、精细化及标准化管理等在内的多方面优势，市场影响力和品牌竞争力不断提升，在以北京首都为核心的华北地区取得领先的市场份额，在黄金珠宝首饰行业具有较高的市场认可度和品牌知名度。目前，公司已成为北京市场收入规模领先的黄金珠宝企业，也是国内黄金珠宝行业中直营收入规模领先、单店收入规模领先，线上线下全渠道经营的黄金珠宝专业经营公司。

#### （四）竞争优势

公司坚持以直营连锁模式，通过线上线下全渠道开展黄金珠宝全品类经营，建立了标准化的直营管理体系，形成了具有“菜百特色”的竞争优势。

1. 全直营模式实现标准化服务和市场快速反馈。直营模式优势在于可在产品质量、服务质量等方面实现良好控制，使消费者在公司全销售渠道得到一致性的良好购物体验。同时，公司可以更为直接的获得消费者需求反馈，并快速传导至供应链端、设计端、运营端，更灵活的调整产品、适应市场，从而促进整体销售业绩。

2. 全品类经营提供一站式购齐服务。公司产品类别主要包括黄金饰品、贵金属投资产品、贵金属文化产品和钻翠珠宝饰品四大类，涵盖黄金、K 金、铂金、银饰、钻石、翡翠和以红宝石、蓝宝石为代表的彩色宝石、以珍珠为代表的有机宝石等，以多元化的产品线满足消费者多样化选购需求，提供一站式购齐的体验。

3. 全渠道销售提升市场覆盖面。在销售渠道方面，公司构建了以京津冀为核心，逐步拓展至西北地区、华东地区的线下直营连锁门店布局，与多家银行合作在银行网点开展销售，并通过入驻第三方电商平台开设线上店铺、开展直播渠道销售及官方自营商城等，触达覆盖全国范围的消费者，提升品牌知名度。

4. 单体大店增强消费体验感。位于北京的总店作为公司最大的单体门店，营业面积达 8,800 平方米，具备产品款式更加丰富、购物体验更加多元化等天然优势。总店也是在北京市文物局备案的国有博物馆——“北京菜百黄金珠宝博物馆”，通过馆店结合的运营模式，为黄金珠宝爱好者提供体验式服务，构筑沉浸式情景化购物场景。

5. 稳健经营深耕区域市场。在门店拓展方面，公司坚持全直营模式经营，秉承经营效率和单店效益领先的原则，保持以稳健发展的策略深耕市场，持续优化整体门店运营质量和市场布局。在不断加密京津冀门店布局的同时，积极开拓其他区域市场并深耕培育，提升门店拓展质量，现

已在西安、苏州、包头开设数家门店。

6. 践行金质服务承诺赢得消费者信赖。公司始终关注消费者需求，以“心比金纯”的服务理念，践行覆盖黄金珠宝消费全流程的33项服务承诺。同时，公司多年来坚持“标实价、卖真货、卖好货”，以诚信立本，赢得了广大消费者的信任。截至报告期末，公司注册会员人数约为343万名，较2022年末增长约26万名。

#### （五）业绩驱动因素

一是积极拓展营销网络。截至报告期末，公司直营门店数量同比净增17家，覆盖面进一步扩大，实现销售增量。同时，公司通过持续提升门店运营质量，优化品类结构、调整商品布局、创新消费场景、提升服务水平、增强购物体验等多种措施，巩固存量提升增量。

二是发力线上业务快速发展。准确把握线上消费节奏特点，在互联网节日、平台重要活动节点等时段重点开展营销策划，强化直播渠道建设。报告期内线上平台累计访客量约3,600万名，同比增约18%，品牌影响力进一步提升。

三是深入满足消费变化需求。结合消费者对于悦己、国潮以及高工艺、精致造型和带有文化、IP元素等产品的偏好，持续加强设计研发力度，推广各类文化主题产品，推动业绩增长。

四是精准营销提升品牌知名度。报告期内公司持续强化自媒体运营，并通过开展“五进”服务、黄金珠宝文化化学苑系列科普活动等，以服务触达终端消费群体，通过软性传播树立品牌口碑，提升品牌曝光度，培育潜在客户提升销售。

五是紧抓经济回升向好机遇期。报告期内，公司主动抓住消费需求快速释放机遇期和一系列稳增长、促消费措施落地实施带来的市场向好态势，各品类产品实现销售上涨，特别是黄金类产品增幅明显，进一步带动了公司实现整体销售规模增长。

### 3 公司主要会计数据和财务指标

#### 3.1 近3年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2023年	2022年	本年比上年 增减(%)	2021年
总资产	6,356,462,210.21	5,482,604,814.93	15.94	5,242,760,966.01
归属于上市公司 股东的净资产	3,784,280,360.73	3,407,364,702.79	11.06	3,208,428,900.79
营业收入	16,552,222,313.14	10,989,874,651.79	50.61	10,405,751,109.56
归属于上市公司 股东的净利润	706,787,503.05	460,126,934.09	53.61	363,529,996.67
归属于上市公司 股东的扣除非经 常性损益的净利 润	657,582,552.87	405,460,822.48	62.18	353,401,175.92
经营活动产生的 现金流量净额	690,951,588.14	606,684,467.18	13.89	-404,065,277.33
加权平均净资产 收益率(%)	19.82	14.11	增加5.71个百分点	14.25
基本每股收益(元 /股)	0.91	0.59	54.24	0.50
稀释每股收益(元 /股)	0.91	0.59	54.24	0.50

### 3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	5,052,477,354.07	3,308,154,866.06	4,008,919,729.45	4,182,670,363.56
归属于上市公司股东的净利润	234,575,368.69	177,511,523.01	179,327,909.83	115,372,701.52
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	213,371,501.06	172,383,547.67	155,901,802.94	115,925,701.20
经营活动产生的现金流量净额	851,656,546.39	474,045,904.62	-652,334,172.70	17,583,309.83

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

## 4 股东情况

### 4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）		12,580					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）		13,068					
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）		不适用					
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）		不适用					
前 10 名股东持股情况							
股东名称 (全称)	报告期内 增减	期末持股数量	比例 (%)	持有有限售 条件的股份 数量	质押、标记或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
北京金正资产 投资经营有限 公司	0	191,100,000	24.57	191,100,000	无	0	国有法人
浙江明牌实业 股份有限公司	0	126,000,000	16.20	0	质押	107,500,000	境内非国有 法人
北京恒安天润 投资顾问有限 公司	0	103,320,000	13.28	0	无	0	境内非国有 法人
北京云南经济 开发有限责任 公司	0	67,581,818	8.69	0	无	0	境内非国有 法人
香港中央结算 有限公司	31,276,510	31,276,510	4.02	0	无	0	其他

赵志良	0	24,995,944	3.21	0	无	0	境内自然人
民航空管投资管理 有限公司	0	22,050,000	2.83	0	无	0	国有法人
北京金座投资 管理有限公司	0	18,900,000	2.43	0	无	0	境内非国有 法人
王春利	0	16,004,546	2.06	0	无	0	境内自然人
京沙金业投资 管理（北京） 有限公司	0	9,450,000	1.21	0	无	0	境内非国有 法人
上述股东关联关系或一致 行动的说明	1. 北京金正资产投资经营有限公司为本公司控股股东； 2. 除上述关联关系外，本公司未知前 10 名股东及前 10 名无限售条件股东之间是否存在关联关系或一致行动情况。						
表决权恢复的优先股股东 及持股数量的说明	不适用						

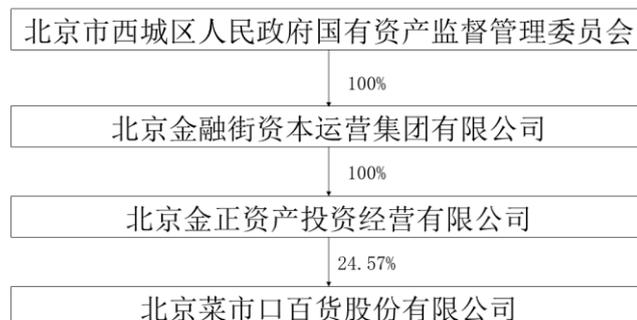
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



#### 4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



#### 4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

#### 5 公司债券情况

适用 不适用

### 第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

2023 年，公司实现营业收入 1,655,222.23 万元，同比增长 50.61%，实现归母净利润 70,678.75 万元，同比增长 53.61%，经营情况未发生重大变化，报告期内未发生对公司经营情况有重大影响的事项。未来，如黄金、钻石等原材料价格发生极端波动，将可能会对公司经营业务产生风险。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用