
周大生珠宝股份有限公司

2024 年度财务决算报告

2024 年度，面对充满挑战的外部市场环境，公司积极应对，通过多维度策略应对市场压力，聚焦终端市场，深入推进产品战略转型，持续加大产品研发力度，丰富产品矩阵，优化调整产品结构，重点强化黄金产品的创新，推出国家宝藏、莫奈花园、云锦等产品系列，满足不同消费者的需求。同时，公司聚焦品牌核心能力建设，通过提升品牌知名度和美誉度，增强品牌与消费者之间的情感连接，推出“周大生×国家宝藏”“转珠阁”等差异化门店矩阵，强化文化属性和高线市场渗透。在渠道发展上，公司高质量推进渠道建设，积极开拓数字化营销新局面，通过小程序商城、直播电商、社群运营等数字化手段推进线上线下渠道融合发展，提升消费者的购物体验，提升市场覆盖和消费者触达能力。在营运管理上，公司加速组织变革和强化营运管理，以更好地适应市场变化，通过优化组织架构，明确各部门职责，加强内部沟通与协作，提高决策效率和执行能力，在营运管理方面深耕细作，提升内部运营效率，着力打造“深度融合、高效协同”的营运生态体系。在充满挑战的外部市场环境中，公司通过一系列举措，积极应对市场变化，保持了较为稳定的经营态势，展现出较强的发展韧性和潜力。

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（2025）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 2024 年 12 月 31 日的合并及公司财务状况，以及 2024 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，外部经济环境的不确定性显著增强，黄金价格快速上涨，进一步抑制了消费者的购买热情，使得珠宝首饰消费市场面临较大的压力。

2024 年度公司累计实现营业收入 138.91 亿元，同比下降 14.73%，营业利润 12.83 亿元，较上年同期下降 24.29%，实现归属上市公司股东的净利润 10.1 亿元，较上年同期下降 23.25%，实现归属上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 9.88 亿元，较上年同期下降 22.11%，报告期加权平均净资产收益率为 15.72%，较上年同期下降了 5.37 个百分点，基本每股收益 0.93 元，同比下降 23.14%。

报告期末公司资产总额 78.36 亿元，较年初下降 2.21%，归属于母公司的股东权益总额 63.56 亿元，较报告期初下降 0.4%，报告期末资产负债率为 18.95%，流动比率为 4.4，报告期经营活动产生的现金流量净额为 18.56 亿元，整体而言，公司资产结构保持合理，资金流动性较为充足，盈利能力稳定，营运资金流动性良好，财务状况整体稳健。

主要会计数据及财务指标

项目	报告期（2024 年度）	上年同期	本报告期比上年同期增减（%）
营业收入（元）	13,891,301,596.92	16,290,062,420.45	-14.73%
营业利润（元）	1,283,482,483.56	1,695,153,132.76	-24.29%
利润总额（元）	1,291,436,874.90	1,708,343,130.03	-24.40%
归属于上市公司股东的净利润（元）	1,010,106,025.42	1,316,049,079.06	-23.25%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	987,581,790.20	1,267,903,973.35	-22.11%
经营活动产生的现金流量净额（元）	1,855,895,647.75	138,613,715.40	1238.90%
基本每股收益（元/股）	0.93	1.21	-23.14%

稀释每股收益（元/股）	0.93	1.21	-23.14%
加权平均净资产收益率	15.72%	21.09%	下降 5.37 个百分点
扣除非经常性损益后的加权净资产收益率	15.37%	20.32%	下降 4.95 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）	7,835,734,477.46	8,012,438,337.87	-2.21%
归属于上市公司股东的净资产（元）	6,355,976,644.58	6,381,299,956.49	-0.40%
归属于上市公司股东的每股净资产（元/股）	5.80	5.82	-0.34%

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 5008 家，其中加盟门店 4655 家，自营门店 353 家，2024 年度累计新增门店 663 家，累计撤减门店 761 家，净减少门店 98 家。

截至报告期末，公司终端门店按经营面积统计为 50.04 万 m²，平均单店面积 99.92 m²，其中加盟门店单店平均面积为 102.36 m²，自营门店单店平均面积为 67.66 m²。

报告期末，终端门店中专卖店数量 1989 家，占门店总数的 39.72%，商场专柜店数量 3019 家，占门店总数的 60.28%。

店数单位：家

项目	2024 年度				2023 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	597	717	-120	4655	866	458	408	4775
自营店	66	44	22	353	122	40	82	331

门店合计	663	761	-98	5008	988	498	490	5106
------	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----	------

报告期公司新开自营门店 66 家，新开自营终端门店营业面积 5,310.38 m²，
新开加盟门店 597 家，新开加盟门店营业面积 5.03 万m²。

2024 年度公司关闭门店 761 家，占报告期末门店总数的 15.2%，其中自营门店撤减 44 家、加盟门店撤减 717 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 123 家，剔除该因素影响报告期加盟撤店数量为 594 家，加盟门店撤店率为 12.76%。

2、收入及利润情况

利润简表

单位：万元

项目	2024 年度	去年同期	增减%
一、营业收入	1,389,130.16	1,629,006.24	-14.73%
二、减：营业成本	1,100,199.31	1,333,436.11	-17.49%
三、营业毛利	288,930.85	295,570.13	-2.25%
四、毛利率	20.80%	18.14%	2.66%
五、税金及附加	17,266.99	14,653.65	17.83%
六、期间费用	131,410.62	106,658.72	23.21%
七、资产减值损失	-3,360.33	-916.71	-266.56%
八、公允价值变动损益	404.89	736.59	-45.03%
九、投资净收益	-10,921.19	-8,613.72	-26.79%
十、其他收益	1,854.93	3,947.98	-53.02%
十一、营业利润	128,348.25	169,515.31	-24.29%
十二、营业外收支净额	795.44	1,319.00	-39.69%
十三、利润总额	129,143.69	170,834.31	-24.40%
十四、归属母公司净利润	101,010.60	131,604.91	-23.25%

本报告期，公司实现营业收入 138.91 亿元，同比下降 14.73%，以渠道划分，
报告期加盟业务营业收入 91.87 亿元，较上年同期下降 23.26%，其中镶嵌类产品

销售收入 5.25 亿元，同比下降 21.85%，黄金类产品销售收入 77.17 亿元，同比下降 24.34%；自营线下业务营业收入 17.44 亿元，较上年同期增长 7.8%，其中镶嵌类产品销售收入 8,499.65 万元，同比下降 19.64%，黄金类收入 16.23 亿元，同比增长 10.07%；电商(线上)业务营业收入 27.95 亿元，较上年同期增长 11.42%，其中镶嵌类收入 1.48 亿元，同比增长 5.88%，黄金类产品销售收入 19.93 亿元，同比增长 3.79%。

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（2024 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）	174,358.36	12.55%	161,749.23	9.93%	7.80%
电商（线上）	279,464.61	20.12%	250,815.67	15.40%	11.42%
加盟	918,690.30	66.13%	1,197,202.11	73.49%	-23.26%
供应链服务	4,872.83	0.35%	6,936.42	0.43%	-29.75%
小贷金融	1,821.12	0.13%	1,865.71	0.11%	-2.39%
工程管理	167.69	0.01%	240.16	0.01%	-30.18%
其他业务	9,755.25	0.70%	10,196.95	0.63%	-4.33%
营业收入合计	1,389,130.16	100.00%	1,629,006.24	100.00%	-14.73%

以产品类别划分，报告期素金类产品营业收入 114.39 亿元，较上年同期下降 16.62%，镶嵌类产品营业收入 7.58 亿元，较上年同期下降 17.36%，品牌使用费收入 7.06 亿元，较上年同期下降 18.13%。

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	2024 年		上年同期		同比增减
	金额	占比	金额	占比	
素金首饰	1,143,905.22	82.35%	1,371,953.38	84.22%	-16.62%
镶嵌首饰	75,827.40	5.46%	91,751.73	5.63%	-17.36%
其他首饰	60,109.64	4.33%	36,057.79	2.22%	66.70%

加盟管理服务	22,090.03	1.59%	23,791.53	1.46%	-7.15%
品牌使用费	70,581.00	5.08%	86,212.59	5.29%	-18.13%
供应链服务	4,872.83	0.35%	6,936.42	0.43%	-29.75%
小贷金融	1,821.12	0.13%	1,865.71	0.11%	-2.39%
工程项目管理	167.69	0.01%	240.16	0.01%	-30.18%
其他业务	9,755.25	0.70%	10,196.95	0.63%	-4.33%
营业收入合计	1,389,130.16	100%	1,629,006.24	100%	-14.73%

报告期黄金类产品受金价高企及消费不振等因素影响，终端消费市场销量下降明显，钻石镶嵌类首饰消费仍处在周期性调整阶段，公司整体营业收入结构在渠道、品类分布上呈现较大的变化，自营线下及电商渠道收入占比有所上升。

从单店平均情况看，报告期公司自营平均单店营业收入 508.33 万元，较上年同期下降 8.86%，平均单店毛利为 158.84 万元，较上年同期增长 9.06%，其中自营单店平均镶嵌销售收入 24.78 万元，同比下降 32.06%，平均单店镶嵌销售毛利 13.24 万元，同比下降 38.96%，单店平均黄金产品销售收入 473.08 万元，同比下降 6.94%，单店平均黄金产品销售毛利 138.45 万元，同比增长 18.21%。

报告期公司加盟业务单店平均主营业务收入 191.47 万元，较上年同期下降 28.56%，平均单店毛利 31.79 万元，较上年同期下降 20.47%，受加盟客户补货需求下降影响，加盟渠道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 10.94 万元，较上年同期下降 27.24%，单店镶嵌产品批发毛利 1.69 万元，较上年同期下降 55.49%，加盟单店平均黄金产品批发销售收入 160.85 万元，同比下降 29.56%，黄金产品批发销售单店毛利平均 10.85 万元，同比下降 6.39%，报告期平均加盟单店品牌使用费收入 14.35 万元，较上年同期下降 25.41%。

2024 年度累计实现营业毛利额为 28.89 亿元，同比下降 2.25%，其中：自营线下业务实现毛利额 5.45 亿元，较上年同期增长 28.99%，电商（线上）业务实现毛利额 6.76 亿元，较上年同期增长 18.67%，加盟业务实现毛利额 15.26 亿元，

较上年同期毛利额下降 14.58%，宝通供应链服务、小贷金融及其他业务毛利合计 1.43 亿元，较上年同期下降 19.51%。报告期公司整体毛利率为 20.8%，较上年同期提高 2.66 个百分点，主要由于金价波动及收入结构发生变化所致。

报告期期间费用总额为 13.14 亿元，较上年同期增长 23.21%，主要由于一线销售人员薪酬费用、门店租赁费用、广告宣传费用、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 78.36 亿元，较年初下降 2.21%，负债总额 14.85 亿元，较报告期初下降 8.79%，归属于母公司的股东权益总额 63.56 亿元，较报告期初下降 0.4%。

报告期末流动资产 61.61 亿元，占资产总额的 78.63%，主要为货币资金、应收账款以及存货等，其中货币资金 11.58 亿元，占报告期末流动资产的 18.79%，应收账款 2.91 亿，较报告期初下降 80.59%，主要系报告期采取低风险策略，加盟客户销售结算应收账款下降所致。报告期末存货余额 42.7 亿元，占报告期末流动资产的 69.31%，较期初增加 17.23%，主要由于本期黄金类产品库存备货量增加以及金价上涨所致。

报告期末非流动资产 16.75 亿元，占资产总额的 21.37%，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 8.37 亿元，无形资产 3.76 亿元，使用权资产 1.2 亿元，递延所得税资产 1.36 亿元，长期待摊费用 3,591.89 万元。

报告期末公司负债总额为 14.85 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、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 4.08 亿元，主要系报告期黄金租赁尚未到期归还所致；应付账款余额 1.74 亿元，其他应付款期末余额 4.42 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 5,888.56 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 63.56 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 38.75 亿元，母公司可供分配的未分配利润为 28.99 亿元，归属于上市公司股东的每股净资产为 5.8 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 11.58 亿元，现金及现金等价物余额 10.74 亿元，本年度现金净增加额为 3.05 亿元，其中，经营活动净流入金额 18.56 亿元，投资活动净流出 2.05 亿元，筹资活动净流出 13.46 亿元。

单位：万元

项目	2024 年度	上年同期	同比增减%
经营活动现金流入小计	1,366,003.97	1,701,700.98	-19.73%
经营活动现金流出小计	1,180,414.40	1,687,839.61	-30.06%
经营活动产生的现金流量净额	185,589.56	13,861.37	1238.90%
投资活动现金流入小计	1,406.83	188,034.66	-99.25%
投资活动现金流出小计	21,933.78	211,019.03	-89.61%
投资活动产生的现金流量净额	-20,526.95	-22,984.38	10.69%
筹资活动现金流入小计	165,000.00	90,000.00	83.33%
筹资活动现金流出小计	299,564.58	177,542.12	68.73%
筹资活动产生的现金流量净额	-134,564.58	-87,542.12	-53.71%
现金及现金等价物净增加额	30,547.35	-96,714.80	131.58%

（1）报告期经营活动现金流入 136.6 亿元，较上年同期下降 19.73%，主要由于报告期公司营业收入同比下降所致。

（2）报告期经营活动现金流出 118.04 亿元，较上年同期下降 30.06%，主要

由于报告期黄金采购量随黄金类产品销售下降而支付采购款项同比下降所致。

(3) 报告期经营活动产生的现金流量净额 18.56 亿元，较上年同期增长 1238.9%，主要由于报告期应收账款回收以及支付采购款项同比下降等因素变化所致。

(4) 报告期投资活动产生的现金流入 1,406.83 万元，较上年同期下降 99.25%，主要由于报告期收到委托理财到期赎回款项较上年同期减少所致。

(5) 报告期投资活动产生的现金流出 2.19 亿元，较上年同期变动-89.61%，主要由于报告期支付的委托理财款项较上年同期减少所致。

(6) 报告期筹资活动现金流入 16.5 亿元，同比增长 83.33%，系报告期为解决短期流动资金需求发生短期借款所致。

(7) 报告期筹资活动现金流出 29.96 亿元，同比变动 68.73%，主要由于报告期归还短期借款所致。

(8) 报告期筹资活动产生的现金流量净额-13.46 亿元，同比变动-53.71%，主要由于报告期归还短期借款以及分配现金股利较上年同期增加所致。

(9) 报告期现金及现金等价物净增加额 3.05 亿元，同比增加 131.58%，主要由于报告期经营活动现金净额同比增加以及投资活动、筹资活动现金流量同比变化所致。

报告期经营活动产生的现金流量净额 18.55 亿元，与本年度净利润的差异为 8.54 亿元，主要由于报告期公司采取低风险策略，降低加盟客户赊销结算额度，应收账款到期收回，期初应收账款于报告期内转化为销售活动现金流入等因素所致。

周大生珠宝股份有限公司

董事会

2025年4月29日