

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 2024 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 7.20 元（含税）。截至 2024 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 560,000,016 元（含税），占 2024 年度合并报表中归属于母公司股东净利润的 77.89%。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 2024 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
联系地址	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
传真	010-83520468	010-83520468
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，2024 年全国居民人均可支配收入 41,314 元，比上年名义增长 5.3%，扣除价格因素，实际增长 5.1%，与 GDP 增速基本持平。2024 年我国金银珠宝商品零售总额为 3,300 亿元，较上年同期下降 3.1%，受国际国内金价震荡上行影响，年内黄金珠宝行业增长动能减弱，整体呈放缓趋势。从价格来看，上海黄金交易所 Au9999 黄金 12 月底收盘价 614.80 元/克，比年初开盘价 480.80 元/克上涨 27.87%，全年加权平均价格为 548.49 元/克，比 2023 年同期上涨 22.14%。受全球经济形势不确定性及全球货币政策等因素影响，金价持续攀升，全球央行购金，投资者寻求黄金避险保值，推动价格走高。从消费端来看，根据中国黄金协会统计数据，2024 年全国黄金消费量 985.31 吨，与 2023 年同期相比下降 9.58%。其中，黄金首饰消费量 532.02 吨，同比下降 24.69%。金价上涨使消费者购买成本增加，抑制了部分对价格敏感的消费需求。金条及金币消费量 373.13 吨，同比增长 24.54%。得益于投资者对黄金投资价值的关注，金条、金币作为相对稳健的投资产品，成为投资者资产配置的重要选择。

从行业长期发展趋势来看，黄金价格上涨虽对首饰消费有所冲击，但同时刺激了投资需求增长。伴随消费者对资产保值增值需求与日益深化的悦己观念，预期 2025 年黄金珠宝市场将迎来多方面变革与新的发展机遇，公司将在挑战中不断探索新的业绩增长点，保持健康稳定发展。

(一) 公司主营业务情况

公司主营业务聚焦于黄金珠宝商品的原料采购、款式设计、连锁销售以及品牌运营。以“菜百首饰”主品牌为核心，协同专注古法黄金、文化典藏产品的子品牌“菜百传世”与主打时尚轻奢风格的子品牌“菜百悦时光”，构建立体化的品牌矩阵。公司精准定位消费市场的多元需求，销售涵盖黄金饰品、贵金属投资产品、贵金属文化产品以及钻翠珠宝饰品等全品类、多款式的黄金珠宝商品，为广大消费者提供便捷且全面的一站式珠宝购物体验。公司通过开展包括珠宝定制、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，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

公司采用抓两端、控中间的“微笑曲线”经营策略。业务核心聚焦于能体现黄金珠宝附加值的两端，上游着力于原材料采购的精准把控和产品设计的创新研发；下游着重首饰文化的深度推广、直营门店的精细化管理、会员资源的高效运营及增值服务的优质提供，全方位提升能为顾客带来更高附加值的环节。对于黄金珠宝行业标准化程度较高的生产环节，公司采用委外加工模式，严格把控供应质量。

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。在黄金现货交易方面，公司作为上海黄金交易所第一批综合类会员单位，具有直接从上金所采购黄金原材料的会员资格，可直接现货交易提取黄金实物，能够通过第一手采购保证原料质量，并通过“以销定采”的多批次、小批量的采购原则，降低原料价格风险。在黄金租赁方面，公司与银行签订黄金租赁合同，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。同时，公司通过黄金 T+D 合约对冲金价波动风险。在以旧换新业务方面，作为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、武汉的 100 家直营连锁门店；以及包括菜百首饰自营官方商城及在京东、天猫、抖音等电商平台开设的线上店铺、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、华夏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，公司凭借产品质量、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，实现市场影响力和品牌竞争力的持续攀升，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位居前列的黄金珠宝企业，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，拥有线上线下全渠道成熟经营模式的黄金珠宝专业经营公司。多年来，公司以诚信经营和“心比金纯”的服务，赢得了广大消费者的信赖。截至报告期末，公司共有注册会员约 365.2 万名，较 2023 年末增长约 22.2 万名，消费者覆盖面和市场影响力逐年提升，并通过线上渠道服务全国消费者，提升品牌知名度。报告期内，荣获北京知名商标品牌、2024 年度北京十大商业品牌等荣誉。

（四）竞争优势

公司始终专注于黄金珠宝零售主业和直营连锁模式经营，实时关注行业市场动态和消费需求情况，致力于为消费者提供更好的产品和更优质的服务，形成了具有菜百特色的竞争优势。

一是充分发挥全品类经营和直营模式的优势。公司以产品和服务打造差异化竞争力，给予顾客高品质和一致性的消费体验。提升消费规模，根据消费者及市场喜好，将第一手消费者需求反馈，并快速从销售端反馈至公司的供应链端、设计端、运营端，形成各环节联动及良性循环，从而促进整体销售业绩。

二是以馆店结合的形式为顾客提供沉浸式的购物体验。菜百总店作为北京市文物局正式备案的国有博物馆——北京菜百黄金珠宝博物馆，同时也是行业重点项目的首发基地，集“游”网红打卡地标、“赏”矿晶原石藏品、“学”非遗结绳技艺、“享”首饰保养服务、“购”精美翠钻彩宝，五大属性于一体，是北京市文化旅游体验基地，先后荣获北京网红打卡地、文化消费贡献力、示范力金榜等荣誉。

三是拥有一支由专业人员组建的经营管理团队。公司高度重视员工的专业培训工作，每年组织各层级干部员工开展多个维度、多样形式、多元主题的内部培训，持续提升团队专业能力。公司主管业务的高级管理人员是团队运转的中坚力量，具备丰富的黄金珠宝行业从业经验，并拥有

一批持有各类行业和职业专业证书的中层管理人员。

四是公司秉持“以情经商，以质取胜”“标实价、卖真货、卖好货”的经营理念，定位于广大且需求多样的消费者群体。一方面，制定并落实“菜百特色”33项服务承诺，借助直营店标准化店面管理与销售人员技能培训，使销售人员自发为顾客提供“金质服务”，依据顾客反馈考评服务质量，持续提升服务技能；另一方面，为顾客提供涵盖首饰保养、以旧换新、黄金回购等一系列增值服务，每年多次开展以旧换新工费优惠等特色活动，成功维系并沉淀了一批忠实客户。

五是依托公司数字化转型项目发展，推动创新应用的系统化、科学化改革。数字孪生系统成功上线，为运营提供了直观的可视化平台。基于RFID技术应用重构业务场景，智能售卖机的投入使用与智能奉客盘的功能升级实现了软硬件系统在物流、销售等环节的联动，为更好的实现精准化运营与服务提供数据支撑。会员管理系统项目与产品规划管理系统的搭建，实现过程可控、数据可用、未来可续，为公司业务领域的有效运转打下坚实基础。

（五）业绩驱动因素

1. 主动应对市场变化

面对市场变化，公司快速响应，积极施策。在黄金饰品方面，精准优化产品结构，满足消费者对于精品饰品的需求，持续提升精品饰品销售占比，实现顾客满意度与经营业绩的双向共赢。贵金属文化产品方面，紧扣消费者喜好，挖掘文化属性。面对镶嵌市场增长乏力，公司推出镶嵌类目特色巡展，以展促销。此外，公司引进小克重、鎏彩产品，丰富产品层次，为销售业绩注入新活力。面对金价波动，依托于公司对交易策略的科学规划，以销定采，年周转次数有所提升，有效降低经营风险。

2. 打造核心竞争力链条

在供应链端方面，公司以产品质量管控、关键信息、采购、配货为关键抓手。在质量管控方面，强化经营风险意识，加强质量把控，深入一线工厂，一以贯之的执行严于国家、行业标准的菜百首饰标准。在采购方面，主动调整采购模型，综合“生产、检测、周转、库存”等多种因素，构建了一套多指标体系的采购模型。在配货方面，加大了商品的沟通和监测机制，建立了快速反应机制，结合自有物流和第三方物流，全面提升配货效率与精准度。

3. 持续加强品牌影响力

公司坚持走“商文旅+科技”融合发展路线，持续深化“菜百黄金珠宝文化学苑”职能，将商品展示、知识科普、Citywalk、暑期研学有机融合，开展暑期夏令营，结合非遗体验活动，发挥国有博物馆的传承与教育引领作用。通过多元渠道拓客引流，以“京津冀”为原点辐射全国，引发传播裂变，赢得大量市场口碑，以多样化促销活动带动会员再消费，全域整合营销助力销售提升。

4. 稳健开拓营销网络

报告期内，公司新开设连锁直营门店20家，并在新开门店中选取4家设立以“菜百传世”子品牌为主题的店铺，打造差异化门店形象。为优化资源配置、提升整体运营效率，充分考量地理位置、流量规模、消费潜力等多维度因素，结合区域特点，对门店布局进行优化调整。聚焦核心客群，稳步推进市场拓展计划，品牌全国市场知名度不断提升。

5. 消费需求与金价共振

伴随居民生活水平的提高和消费观念的转变，消费者更加注重其文化内涵、艺术价值与收藏价值。金价上扬一定程度上凸显黄金品类产品的投资需求。公司紧扣市场需求变化，推出了一系列创新性和个性化兼具的贵金属产品。同时，公司通过优化销售渠道、提升服务质量，为消费者提供了更加便捷、舒适的购物体验，进一步激发了消费者的购买欲望，实现业绩增量。

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

	2024年	2023年	本年比上年 增减(%)	2022年
总资产	7,156,452,786.00	6,356,462,210.21	12.59	5,482,604,814.93
归属于上市公司 股东的净资产	3,982,638,116.54	3,784,280,360.73	5.24	3,407,364,702.79
营业收入	20,232,657,708.52	16,552,222,313.14	22.24	10,989,874,651.79
归属于上市公司 股东的净利润	719,008,640.29	706,787,503.05	1.73	460,126,934.09
归属于上市公司 股东的扣除非经 常性损益的净利 润	683,758,197.06	657,582,552.87	3.98	405,460,822.48
经营活动产生的 现金流量净额	381,243,785.44	690,951,588.14	-44.82	606,684,467.18
加权平均净资产 收益率(%)	18.73	19.82	减少1.09个百分点	14.11
基本每股收益(元 / 股)	0.92	0.91	1.10	0.59
稀释每股收益(元 / 股)	0.92	0.91	1.10	0.59

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	6,316,196,819.56	4,673,206,834.84	4,356,020,219.71	4,887,233,834.41
归属于上市公司股 东的净利润	272,464,185.66	127,265,283.65	154,299,345.09	164,979,825.89
归属于上市公司股 东的扣除非经常性 损益后的净利润	251,748,253.33	133,836,372.73	139,037,262.44	159,136,308.56
经营活动产生的现 金流量净额	664,325,351.17	276,397,838.80	-45,340,701.47	-514,138,703.06

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

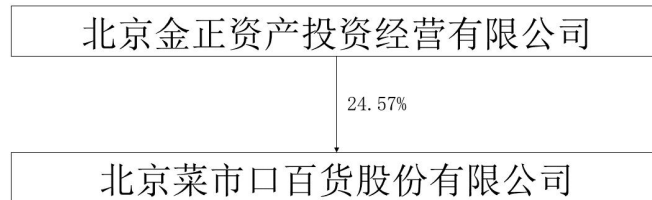
4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）						16,200	
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）						15,864	
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	
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
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	0	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	37,500,000	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
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
香港中央结算 有限公司	-22,725,540	8,550,970	1.10	0	无	0	其他
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					

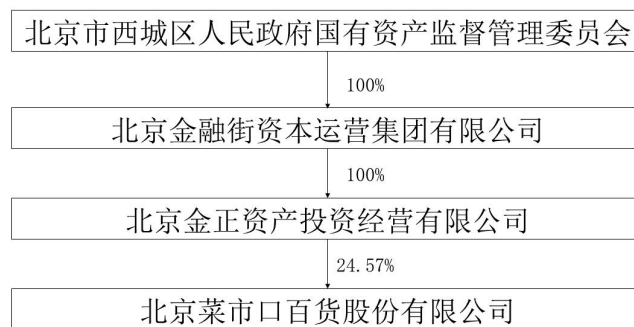
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

☒ 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。

2024 年，公司实现营业收入 2,023,265.77 万元，同比增长 22.24%，实现归母净利润 71,900.86

万元，同比增长 1.73%，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