

证券代码：002867

证券简称：周大生

公告编号：2025-017

周大生珠宝股份有限公司 2024 年年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以截至本披露日的公司总股本 1,095,926,265 股扣除公司回购专用账户上已回购股份 10,452,372 股后可参与分配的股本总额 1,085,473,893 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 6.5 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	周大生	股票代码	002867
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	何小林	周晓达、荣欢	
办公地址	深圳市罗湖区翠竹街道布心路 3033 号水贝壹号 A 座 23 层	深圳市罗湖区翠竹街道布心路 3033 号水贝壹号 A 座 23 层	
传真	0755-61866830	0755-61866830	
电话	0755-82288871	0755-82288871	
电子信箱	szchowtaiseng@126.com	szchowtaiseng@126.com	

2、报告期主要业务或产品简介

1、公司主要业务

公司从事“周大生”品牌珠宝首饰的设计、推广和连锁经营，是国内最具规模的珠宝品牌运营商之一。“周大生”是全国中高端主流市场黄金珠宝领先品牌，主要产品包括黄金首饰、钻石镶嵌首饰。

2、公司主要产品

报告期内，公司以市场消费习惯和趋势为导向，继续秉持“黄金为主力产品，钻石为核心产品”的产品定位，并配套销售银饰、翡翠、珍珠、彩宝等特色产品。

(1) 黄金产品

周大生洞察市场需求，探寻时尚潮流，融合风格美学，业界独家研创“情景风格珠宝”，更精准定位消费人群，更深度解析情感共鸣与场景需求。根据公司情景风格珠宝体系，从黄金产品消费客群特有的购买动机及应用场景构建了完整的黄金产品矩阵，精准匹配差异化消费市场，高效匹配消费者多样化需求，探索黄金工艺升级，打造周大生黄金产品的核心竞争力。

随着消费观念转变，消费者对产品价值和文化属性的关注度不断提升，具有独特文化内涵、鲜明美学风格、工艺精湛的文化产品让消费者充满期待。2024 年，周大生通过消费者洞察，深挖中西方文化以及中国非遗技艺，加大该类黄金产品的研发力度，分别从中国文化 IP、国际艺术 IP、非遗文化传承、二次元 IP 等不同方向进行创意研发并积极推动产品上市营销。

在中国文化 IP 方面，周大生自 2022 年携手中央广播电视总台大型文博探索节目《国家宝藏》，重磅推出“中国国宝艺术典藏金品”，顺应了国家倡导讲好中国故事，让文物“活”起来、“潮”起来的文化发展战略，也让大众穿透时光，窥见中华五千年的文化精粹和东方艺术之美。随着国风国潮的持续升温及广泛普及，2024 年，公司结合客群画像及不同场景需求洞察，继续深化国家宝藏产品矩阵打造，涵盖装扮、婚恋、收藏、祝福礼赠等不同细分场景，满足喜爱中国传统文化客群的多元化需求。

在产品研发中，公司更加深入挖掘国宝文物背后的历史文化内涵、传承故事、东方美学、传世技艺，与当代审美与工艺进行创新融合，推出具有周大生国家宝藏品牌特色的产品：以国宝文物“各种釉彩大瓶”、“莫高窟 220 窟”等为灵感开发的“国瓷色”、“敦煌色”主题产品，继“千里江山”青绿珐琅产品后，进一步强化品牌国色珐琅黄金优势；报告期内，公司签约中国工艺美术大师、南京云锦国家级非遗代表传承人金文，携手研创独家“云锦织金”工艺，将云锦美学与古法黄金工艺进行融合，实现金上“织”花、流光溢彩的效果，并以国宝文物“百花图卷”为灵感、以“云锦织金”工艺为特色发布“锦上添花”云锦系列产品，成为品牌又一极具差异化优势的独家产品。同时公司结合年轻客群对国宝文化喜爱和黄金消费需求，全新推出了以国宝文物为题材的转运珠、金箔画等产品，以更轻巧、年轻化的国风国潮设计，让国宝文化金品走进更多年轻人的生活。

周大生在国际艺术 IP 方面持续深耕艺术珠宝赛道，在国际设计总监、知名的意大利设计师 Loretta Baiocchi 引领下，推出融合经典艺术与现代工艺的高品质珠宝作品。2024 年，“莫奈花园”系列凭借卓越的艺术美感与高颜值设计，在市场上广受消费者追捧，成为年度现象级珠宝系列，进一步巩固了品牌在国际艺术珠宝领域的影响力。报告期内，该系列黄金产品持续热销，特别是油画珐琅工艺款，以其独特的色彩层次和创新 DIY 玩法，成功吸引了广泛的年轻消费群体，助力品牌在社交平台上实现高热度出圈。该产品系列凭借印象派大师莫奈的经典艺术作品作为灵感，结合现代珠宝工艺，将浪漫主义艺术风格与佩戴需求完美融合，成为市场上备受瞩目的艺术珠宝代表。与此同时，周大生在 2024 年重点升级“炽热梵高”系列，并推出全新《盛开的杏花》黄金系列，该系列以梵高的经典画作《盛开的杏花》为灵感，采用黄金材质，结合浮雕、珐琅等精湛工艺，生动演绎杏花绽放的灵动与生机，展现梵高画作中的生命力与温暖治愈感。一经推出，便凭借高颜值设计和独特艺术表达，受到消费者的高度认可。2024 年下半年，周大生成功签约文艺复兴巨匠达·芬奇 IP，并与拥有现存达·芬奇真迹作品最多的 Ambrosiana 博物馆达成战略合作，为品牌未来的产品创新与国际化发展奠定坚实基础。展望 2025 年，周大生将基于达·芬奇的经典手稿、科学理念及艺术作品，推出全新的达·芬奇艺

术珠宝系列，该系列将以“敢于非同凡想”为核心理念，探索艺术、科学与珠宝工艺的融合，打造兼具美学价值与创新精神的艺术珠宝作品。同时，品牌将继续深化莫奈与梵高 IP 的创新应用，持续推出具有市场影响力的新品，以国际化视野构建更丰富的艺术珠宝矩阵，引领行业发展潮流。

在非遗文化与技艺传承方面，以千年东方文化为脉，非遗技艺为魂的「周大生经典」，凝萃青花雅韵、花丝绝技、紫禁风华、戏曲瑰宝与婚俗吉礼，打造跨越时空的当代美学对话。报告期内周大生经典诚邀国家级非遗“青花瓷烧制技艺”传承人孙立新跨界共创【东方·青花】系列，从元明清官窑经典瓷器中提炼缠枝纹、莲纹等多种纹饰及器型，将千年制瓷智慧注入珠宝设计。“青花釉珐琅彩渐变工艺”，以黄金为胎，通过多层釉料叠加与精准控温烧制，再现青花钴蓝从浓至淡的墨韵流动，似水墨渲染，致敬青花瓷中国顶流风采，匠艺哲学。从孙立新大师窑火淬炼的青花魂，到紫禁城春秋轮回，【东方·青花】、【哇！故宫的二十四节气】、【东方·丝意】、【国韵芳华】、【金妆囍事】五大系列以金玉为纸、技艺为笔，让非遗不再是典籍中的符号，而是可触摸、可佩戴的文化史诗，在当代佩戴者身上续写东方文明的体温与呼吸。

在动漫文化的影响下，年轻人对于品牌的偏好越来越倾向于有故事、有情感、有文化的产品。迎合该趋势，周大生于 2024 年携手二次元 IP 周同学联名推出【你好周同学】系列，该系列产品将青春的心动、勇敢与音乐记忆凝聚在了一起。从产品设计到市场推广，都体现了对年轻消费者心理的深刻洞察。这不仅是珠宝行业的一次创新尝试，更是二次元文化在商业上的一次成功运用。



国家宝藏
NATION'S GREATEST TREASURES

周大生®
CHOW TAI SENG

【福禄生花】
挂坠|G0N1000182G

织金如锦，绣美东方

国韵锦绣·云锦系列

国宝家藏
国宝文化典藏金品





(2) 钻石镶嵌产品

钻石镶嵌产品是公司的核心优势产品。公司聚焦“幸福婚恋+时尚魅力”两大产品研发方向，专业呈现优雅、浪漫、迷人、摩登、自然五大产品风格，精准定位活力女孩、怡然佳人、知性丽人、魅力精英、星光女神五大消费人群。有效聚焦表达情感、表现自我两大需求方向，倾心研发多个系列组合，使风格美学下的产品更具有打动人心的生命力，向追求美丽人生的消费者奉献独特的珠宝首饰精品。

公司于 2013 年独家引入比利时 Tolkowsky 家族发明的“LOVE100”星座极光百面切工钻石（通常所见的钻石为 57 个或者 58 个切面）作为中高端产品系列，在紧贴潮流趋势的同时，在产品系列设计上烙印公司品牌理念，加强了公司产

品的市场辨识度和品牌竞争力。“LOVE100”星座极光百面切工钻石火彩更加璀璨，该产品获得了比利时高阶层钻石议会（HRD Antwerp）、安特卫普市政府颁发的“安特卫普钻石荣誉奖章”和“钻石文化推广奖”以及戴比尔斯钻石研究机构授予的“钻石行业创新奖”，获得较高的市场美誉和消费者认可。

2024 年 4 月，全球领先的国际性行业协会天然钻石协会（Natural Diamond Council）正式宣布与周大生（Chow Tai Seng）达成 2024 至 2025 年度战略合作，携手整合多元行业资源，共同推动钻石行业的健康发展，并以丰富多元的营销传播形式向广大消费者展示天然钻石的独特魅力，延续缤纷多彩的“天然钻石梦”。同时，周大生也将为消费者提供更高品质、更新款式、更加具有附加值的天然钻石珠宝。

报告期内，公司深化钻石产品研发，向情景化、年轻化发展。通过消费者情景需求洞察和概念挖掘，不断丰富和深化产品的内涵，使产品更具有打动人心的生命力，同时通过系列周边的开发、多样化的系列营销推广，强化与消费者的情感链接与互动，让系列产品概念与价值更深入人心。针对不同客群，公司打造了 Shining girl、百魅、悦美·金致、都市独白、幸福时刻、幸福花嫁、纯粹·爱、环绕·爱、星座极光钻石时光系列、星座极光钻石大师系列、梵高博物馆联名系列、莫奈花园联名系列等丰富的系列组合，满足不同消费群体的多样化需求。

（3）特色品类产品

周大生从珠宝消费趋势中挖掘消费需求，加强时尚银、珍珠、玉石、彩宝等特色品类产品研发及推动上市营销，进一步丰富商品结构，为消费者提供更为丰富的珠宝首饰选择。

在时尚银饰方面，2024 年升级推出多面玩家系列，打造国风国潮、时尚艺术两大风格产品，并在七夕节推出校园爱情主题产品，以红绳为设计灵感，演绎中国月老牵线的浪漫故事情节，旨在通过精致的设计和浪漫的元素，传达年轻人对爱情的美好向往和纪念。继而，周大生联名寻千集，借助江寻千（九月）强有力的文化背书以及流量曝光赋能，打造有爆发力的新中式银饰产品线。【野趣·点灯儿】蜻蜓系列产品，开创银饰产品新品类一发簪，联名产品上线三天销量即破 10000 件，销售额超 260 万。用心传承的产品使得 4000 多万的用户被华流硬控，项目话题全平台总曝光超 7500 万。



在玉石产品方面，公司以“传承东方精神、传递中国格调”为核心价值观，创造出独具国风韵味的玉石首饰。报告期内通过新媒体营销、本地生活等多维营销模式，强势打造白月光、朱砂痣爆款 CP，为终端门店提供促销引流爆款，也为消费者带来了温润文雅的国风穿搭体验。



3、公司主要经营模式（1）采购

模式

公司采购的原材料主要为黄金、成品钻石和铂金金料等。公司设立供应链管理中心，负责钻石成品和金料的采购事宜，具体采购模式因采购品种而异。

（2）生产模式

公司将产品的生产外包予专业的珠宝首饰生产厂商，充分发挥其专业性和规模效应。针对国内珠宝首饰加工企业的现状和特点，建立了一套有效的供应商管理机制，实现了委外生产厂商的生产体系与公司业务发展的良性互动。

（3）指定供应商模式

公司加盟渠道的素金首饰产品供货一般通过指定供应商完成，产品仅限于公司指定品类和指定标准。指定供应商和加盟商自行结算货款，所选购产品均需经过公司内检和国家/地方检测机构检测合格后使用“周大生”品牌销售，公司根据黄金/铂金、黄金摆件、绒沙金摆件、K金、钯金、黄金镶嵌、银饰、翡翠、和田玉、珍珠等产品种类的重量、成本或标签价的一定比例收取产品品牌使用费。

（4）销售模式

报告期内，公司采取加盟、自营和电商相结合的销售模式。自营店的经营区域主要为直辖市、部分省会城市等大中型城市的主城区，其他区域主要由加盟商经营。

自营主要是指公司商场联营/专卖店/电商平台向顾客销售产品。公司对产品和经营拥有控制权和所有权，享有店面产生的利润，同时承担店面发生的所有费用和开支。

加盟是指公司与加盟商签订《品牌特许经营合同》，授权加盟商在规定的区域，按照统一的业务和管理制度开设加盟店，加盟商拥有对加盟店的所有权和收益权，实行独立核算、自负盈亏。

在公司加盟业务模式下，公司钻石镶嵌产品主要通过总部展厅向加盟商供货，随着公司黄金产品体系日益完善，自2021年下半年开始逐步对指定供应商供货的品类进行了适度调整布局，原则上公司品牌标志款、品牌特色款等由公司总部统一研发设计、调研需求、安排委外生产并直接向加盟客户供货，对于经市场沉淀已形成明显具备周大生品牌特色的经典畅销产品系列不再通过指定供应商供货模式供货，调整为由公司直接供货，为保证供货效率，快速响应市场需求，充分利用本地供货优势，采用公司在各省区组织展销的方式向加盟客户供货，对于其他类别的常规类、地域特色类等市

场集成优化产品仍保存原有的指定供应商供货模式。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	2024 年末	2023 年末	本年末比上年末增减	2022 年末
总资产	7,835,734,477.46	8,012,438,337.87	-2.21%	7,607,252,513.26
归属于上市公司股东的净资产	6,355,976,644.58	6,381,299,956.49	-0.40%	6,042,240,601.85
	2024 年	2023 年	本年比上年增减	2022 年
营业收入	13,891,301,596.92	16,290,062,420.45	-14.73%	11,118,080,951.36
归属于上市公司股东的净利润	1,010,106,025.42	1,316,049,079.06	-23.25%	1,090,598,158.56
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	987,581,790.20	1,267,903,973.35	-22.11%	1,025,465,873.05
经营活动产生的现金流量净额	1,855,895,647.75	138,613,715.40	1,238.90%	1,017,715,786.85
基本每股收益（元/股）	0.93	1.21	-23.14%	1.01
稀释每股收益（元/股）	0.93	1.21	-23.14%	1.01
加权平均净资产收益率	15.72%	21.09%	-5.37%	18.28%

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	5,070,358,885.54	3,126,499,176.23	2,611,791,040.87	3,082,652,494.28
归属于上市公司股东的净利润	341,259,179.37	260,195,049.88	253,354,854.48	155,296,941.69
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	335,805,315.21	249,264,389.95	252,162,144.94	150,349,940.10
经营活动产生的现金流量净额	401,696,550.41	891,913,218.67	21,387,353.60	540,898,525.07

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	28,095	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	29,455	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
深圳市周氏投资有限公司	境内非国有法人	55.57%	609,018,750	0	质押	54,200,000	
深圳市金大元投资有限公司	境内非国有法人	7.19%	78,833,142	0	不适用	0	
中国建设银行股份有限公司—华泰柏瑞中证红利低波动交易型开放式指数证券投资基金	其他	1.75%	19,202,450	0	不适用	0	
瑞众人寿保险有限责任公司—自有资金	其他	1.24%	13,576,481	0	不适用	0	
全国社保基金一零一组合	其他	1.12%	12,296,191	0	不适用	0	
香港中央结算有限公司	境外法人	0.92%	10,030,679	0	不适用	0	
中国建设银行股份有限公司—嘉实新消费股票型证券投资基金	其他	0.84%	9,180,107	0	不适用	0	
中国农业银行股份有限公司—中证 500 交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.58%	6,382,050	0	不适用	0	

中国平安人寿保险股份有限公司—自有资金	其他	0.52%	5,722,777	0	不适用	0
中国银行股份有限公司—易方达中证红利交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.51%	5,585,550	0	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	报告期内，公司实际控制人周宗文先生和周华珍女士持有公司控股股东周氏投资 100% 的股权，同时周宗文先生持有公司股东金大元 80% 的股权。公司控股股东周氏投资、股东金大元均受同一实际控制人控制。周飞鸣先生持有本公司股东金大元 20% 的股权，周飞鸣是实际控制人周宗文先生及周华珍女士之子。除此之外，公司未知前 10 名无限售流通股股东之间，以及前 10 名无限售流通股股东和前 10 名股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	报告期初，公司控股股东周氏投资除通过普通证券账户持有公司股份 571,018,750 股外，还通过广发证券客户信用交易担保证券账户持有 38,000,000 股，实际合计持有 609,018,750 股；报告期末，公司控股股东周氏投资通过普通证券账户持有公司股份 609,018,750 股，通过广发证券客户信用交易担保证券账户持有 0 股，实际合计持有 609,018,750 股。其过程如下： 公司控股股东周氏投资于 2020 年 7 月 24 日将其持有的公司股份 60,000,000 股转入广发证券客户信用交易担保证券账户中，该部分股份的所有权未发生转移。2021 年 6 月 18 日，公司实施资本公积转增股本，该部分由 60,000,000 股调整为 90,000,000 股。2022 年 6 月 7 日，公司控股股东周氏投资将其持有的公司股份 12,000,000 股转入广发证券客户信用交易担保证券账户中，该部分股份的所有权未发生转移。2023 年 3 月 2 日，公司控股股东周氏投资从广发证券客户信用交易担保证券账户中转出公司股份 38,000,000 股。2023 年 7 月 5 日，公司控股股东周氏投资从广发证券客户信用交易担保证券账户中转出公司股份 26,000,000 股。2024 年 1 月 17 日，公司控股股东周氏投资从广发证券客户信用交易担保证券账户中转出公司股份 38,000,000 股。截至报告期末，周氏投资于广发证券客户信用交易担保证券账户的担保品数量为 0 股。					

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

单位：股

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况								
股东名称 (全称)	期初普通账户、信用账户持股		期初转融通出借股份且尚未归还		期末普通账户、信用账户持股		期末转融通出借股份且尚未归还	
	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
全国社保基金一零一组合	19,354,966	1.77%	344,900	0.03%	12,296,191	1.12%	0	0.00%
中国农业银行股份有限公司—中证 500 交易型开放式指数证券投资基金	2,539,500	0.23%	713,600	0.07%	6,382,050	0.58%	0	0.00%

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

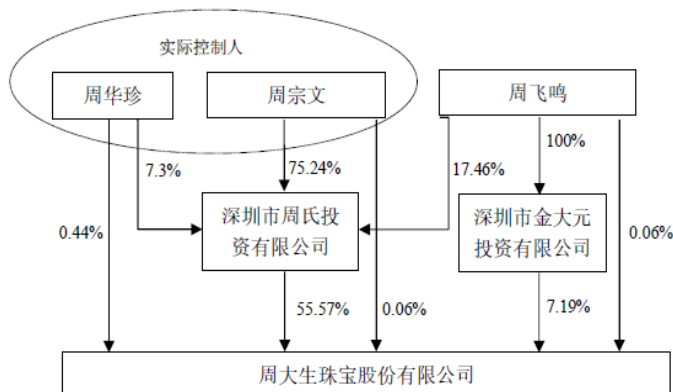
适用 不适用

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

公司经第五届董事会第六次会议审议通过的利润分配预案为：以截至本披露日的公司总股本 1,095,926,265 股扣除公司回购专用账户上已回购股份 10,452,372 股后可参与分配的股本总额 1,085,473,893 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 6.5 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。该利润分配预案尚需提交 2024 年度股东大会审议。