

# 周大生珠宝股份有限公司

## 2025 年度财务决算报告

2025 年是公司深化战略转型、夯实内功的关键之年，面对外部环境的巨大压力，公司管理层围绕“应变求新，寻道图强，同赢春回百花开；文化育人，机制发力，共擎群星耀大千”的年度主题，坚定推进品牌矩阵战略，优化产品与渠道结构，强化精细化管理。报告期营业收入受行业景气度及加盟渠道去库存影响出现下滑，但公司盈利能力保持稳健，经营质量有所提升。

### 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（2026）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 2025 年 12 月 31 日的合并及公司财务状况，以及 2025 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

2025 年度公司累计实现营业收入 88.15 亿元，同比下降 36.54%，实现营业利润 13.47 亿元，较上年同期增长 4.96%，实现归属上市公司股东的净利润 11.03 亿元，较上年同期增长 9.22%，实现归属上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 10.62 亿元，较上年同期增长 7.52%，报告期加权平均净资产收益率为 17.16%，较上年同期提高了 1.44 个百分点，基本每股收益 1.02 元，同比增长 9.68%。

报告期末公司资产总额 83.12 亿元，较年初增长 6.07%，归属于母公司的股东权益总额 64.82 亿元，较报告期初增长 1.99%，报告期末资产负债率为 22.08%，流动比率为 3.71，财务结构稳健，短期流动性相对充裕。报告期经营活动产生

的现金流量净额为 4.64 亿元，同比下降 75%，报告期盈利现金转化能力有所减弱。

### 主要会计数据及财务指标

项目	报告期（2025 年度）	上年同期	本报告期比上年同期增减（%）
营业收入（元）	8,815,068,487.36	13,891,301,596.92	-36.54%
营业利润（元）	1,347,206,031.15	1,283,482,483.56	4.96%
利润总额（元）	1,342,738,364.56	1,291,436,874.90	3.97%
归属于上市公司股东的净利润（元）	1,103,224,980.77	1,010,106,025.42	9.22%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	1,061,858,305.83	987,581,790.20	7.52%
经营活动产生的现金流量净额（元）	464,011,855.04	1,855,895,647.75	-75.00%
基本每股收益（元/股）	1.02	0.93	9.68%
稀释每股收益（元/股）	1.02	0.93	9.68%
加权平均净资产收益率	17.16%	15.72%	提高 1.44 个百分点
扣除非经常性损益后的加权净资产收益率	16.52%	15.37%	提高 1.15 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）	8,311,518,922.15	7,835,734,477.46	6.07%
归属于上市公司股东的净资产（元）	6,482,304,533.00	6,355,976,644.58	1.99%
归属于上市公司股东的每股净资产（元/股）	5.97	5.80	2.93%

### 三、报告期的主要经营情况

#### 1、经营业绩概况

2025 年，公司在行业整体承压的背景下，延续“稳增长、提毛利、控风险”的策略基调，通过坚定的结构性调整，毛利水平显著提升，费用管控有效，努力对冲缓解外部不利因素，夯实提高经营发展韧性，实现了盈利能力的逆势提

升与经营质量的实质优化。

## 利润简表

单位：万元

项目	2025 年度	去年同期	增减%
一、营业收入	881,506.85	1,389,130.16	-36.54%
二、营业成本	605,123.18	1,100,199.31	-45.00%
三、营业毛利	276,383.67	288,930.85	-4.34%
四、毛利率	31.35%	20.80%	10.55%
五、税金及附加	11,626.12	17,266.99	-32.67%
六、期间费用	122,154.72	131,410.62	-7.04%
七、资产减值损失	-3,547.06	-3,360.33	-5.56%
八、公允价值变动损益	-4,712.72	404.89	-1263.96%
九、投资净收益	-2,802.20	-10,921.19	74.34%
十、其他收益	3,096.39	1,854.93	66.93%
十一、营业利润	134,720.60	128,348.25	4.96%
十二、营业外收支净额	-446.77	795.44	-156.17%
十三、利润总额	134,273.84	129,143.69	3.97%
十四、归属母公司净利润	110,322.50	101,010.60	9.22%

报告期内，公司实现营业收入 88.15 亿元，同比下降 36.54%。收入下滑主要系加盟渠道在高金价背景下补货需求疲软所致。

公司 2025 年度累计实现营业毛利额为 27.64 亿元，同比下降 4.34%，得益于产品结构优化、品牌矩阵效应显现以及金价上行带来的毛利率改善，报告期整体毛利率达到 31.35%，较上年同期提升 10.55 个百分点，其中：自营线下业务实现毛利额 6.98 亿元，较上年同期增长 28.09%，电商（线上）业务实现毛利额 6.49 亿元，较上年同期下降 3.91%，加盟业务实现毛利额 12.61 亿元，较上年同期毛利额下降 17.33%，宝通供应链服务、小贷金融及其他业务毛利合计 1.56 亿元，较上年同期增长 8.52%。报告期公司整体毛利率为 31.35%，较上年同期提高 10.55

个百分点，主要由于金价波动及收入结构发生变化所致。

报告期公司期间费用总额为 12.22 亿元，较上年同期下降 7.04%，其中销售费用 10.75 亿元，同比下降 7.85%，主要由于广告宣传费用、电商渠道费用同比下降所致。

报告期公司累计营业利润 13.47 亿元，较上年同期增长 4.96%，实现归属上市公司股东的净利润 11.03 亿元，较上年同期增长 9.22%，公司经营业绩基本实现了预期目标，展现出较强的盈利韧性。

## 2、分渠道情况

单位：万元

业务渠道分类	本报告期（2025 年度）		上年同期		同比增减%
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
自营（线下）	188,721.83	21.41%	174,358.36	12.55%	8.24%
电商（线上）	285,675.00	32.41%	279,464.61	20.12%	2.22%
加盟	389,383.01	44.17%	918,690.30	66.13%	-57.62%
供应链服务	4,490.60	0.51%	4,872.83	0.35%	-7.84%
小贷金融	1,133.43	0.13%	1,821.12	0.13%	-37.76%
工程管理	66.13	0.01%	167.69	0.01%	-60.56%
其他业务	12,036.85	1.36%	9,755.25	0.70%	23.39%
营业收入合计	881,506.85	100.00%	1,389,130.16	100.00%	-36.54%

以渠道划分，报告期加盟业务营业收入 38.94 亿元，较上年同期下降 57.62%，其中镶嵌类产品销售收入 4.56 亿元，同比下降 13.15%，黄金类产品销售收入 24.65 亿元，同比下降 68.06%；自营线下业务营业收入 18.87 亿元，较上年同期增长 8.24%，其中镶嵌类产品销售收入 1.56 亿元，同比增长 83.30%，黄金类产品收入 16.70 亿元，同比增长 2.95%；电商（线上）业务营业收入 28.57 亿元，较上年同期增长 2.22%，其中镶嵌类收入 1.50 亿元，同比增长 0.88%，黄金类产品销售收入 21.11 亿元，同比增长 5.94%。

报告期内加盟渠道收入同比降幅较大，是公司整体营业收入下滑的主要因

素，面对加盟商经营压力，公司主动调整供货策略，优化库存管理，并加大了对加盟商的终端赋能支持，受金价上涨以及产品结构优化等因素驱动，加盟渠道毛利率同比提升 15.78 个百分点至 32.39%。

在行业整体承压背景下，报告期公司在产品结构上加大轻量化、高性价比产品供给，“悦己”与“轻珠宝”系列销售占比提升，有效对冲了传统黄金品类因价格高企导致的需求疲软。公司强化自营与电商渠道建设，持续深耕天猫、京东、抖音等主流平台，并积极布局得物、小红书等新兴渠道，通过多品类、差异化的产品策略实现线上业务的稳健发展。在自营线下渠道，公司在一二线城市核心商圈持续优化门店网络，重点打造“周大生×国家宝藏”门店，自营渠道毛利率为 36.98%，同比提升 5.73 个百分点，单店效益稳步提升。报告期自营/电商渠道经营业务表现相对优于整体，成为增长亮点，保持了正向增长，成为稳定公司业绩的重要两极，

以产品类别划分，报告期素金类产品营业收入 63.42 亿元，较上年同期下降 44.56%；镶嵌类产品营业收入 7.61 亿元，较上年同期增长 0.41%，其中黄金镶嵌类产品营业收入 6.86 亿元，同比增长 19.81%，在镶嵌类产品营业收入中占比 90.09%；品牌使用费收入 7.88 亿元，较上年同期增长 11.64%。

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，下游加盟客户去库存倾向给批发环节带来显著影响，素金类收入同比大幅下降，收入占比与同期比较下降 10.4 个百分点；钻石镶嵌类首饰消费仍处在周期性底部，整体收入占比有所提高，镶嵌产品有初步企稳迹象，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分别提高 8.86 和 12.29 个百分点。

从店效情况看，报告期公司自营渠道平均单店营业收入 474.18 万元，较上年同期下降 6.72%，平均单店毛利为 175.34 万元，较上年同期增长 10.39%，其中自营单店平均镶嵌销售收入 39.14 万元，同比增长 57.97%，平均单店镶嵌销

售毛利 18.49 万元，同比增长 39.63%，单店平均黄金产品销售收入 419.72 万元，同比下降 11.28%，单店平均黄金产品销售毛利 147.68 万元，同比增长 6.66%。

报告期公司加盟业务单店平均主营业务收入 89.45 万元，较上年同期下降 53.28%，平均单店毛利 28.97 万元，较上年同期下降 8.88%，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 10.47 万元，较上年同期下降 4.27%，单店镶嵌产品批发毛利 1.96 万元，较上年同期增长 15.68%，加盟单店平均黄金产品批发销售收入 56.62 万元，同比下降 64.8%，黄金产品批发销售单店毛利平均 4.81 万元，同比下降 55.66%，报告期平均加盟单店品牌使用费收入 17.63 万元，较上年同期增长 22.85%。

### 3、终端门店情况

报告期内，公司坚持“拓优汰劣”的渠道发展策略，持续优化门店结构。截至报告期末，周大生品牌终端门店数量为 4,479 家，其中加盟门店 4081 家，自营门店 398 家，2025 年度累计新增门店 435 家，累计撤减门店 964 家，较年初净减少门店 529 家，净减少主要源于公司主动关闭部分低效加盟门店，以提升整体渠道质量。同时，公司大力推进“周大生×国家宝藏”、“周大生经典”等子品牌门店的开设，品牌矩阵布局初见成效，进一步强化了在不同消费层级和市场商圈的全覆盖能力。

截至报告期末，公司终端门店按经营面积统计为 44.28 万 m<sup>2</sup>，平均单店平均面积 98.85 m<sup>2</sup>，其中加盟门店单店平均面积为 101.8 m<sup>2</sup>，自营门店单店平均面积为 68.61 m<sup>2</sup>。

报告期末，终端门店中专卖店数量 1737 家，占门店总数的 38.78%，商场专柜店数量 2742 家，占门店总数的 61.22%。

店数单位：家

项目	2025 年度	2024 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	307	881	-574	4081	597	717	-120	4655
自营店	128	83	45	398	66	44	22	353
门店合计	435	964	-529	4479	663	761	-98	5008

#### 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 83.12 亿元，较年初增长 6.07%，负债总额 18.35 亿元，较报告期初增长 23.62%，归属于母公司的股东权益总额 64.82 亿元，较报告期初增长 1.99%。

报告期末流动资产 65.3 亿元，占资产总额的 78.56%，主要为货币资金、应收账款以及存货等，其中货币资金 8.08 亿元，占报告期末流动资产的 12.37%，应收账款 2.66 亿元，较报告期初下降 8.65%。报告期末存货余额 50 亿元，占报告期末流动资产的 76.58%，较期初增加 17.09%，主要由于本报告期自营门店增加以及金价上涨推动黄金类存货成本增加所致。

报告期末非流动资产 17.82 亿元，占资产总额的 21.44%，主要为固定资产及在建工程、长期股权投资、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 8.97 亿元，无形资产 3.71 亿元，使用权资产 1.33 亿元，递延所得税资产 1.49 亿元，长期股权投资 1.78 亿元。

报告期末公司负债总额为 18.35 亿元，主要为短期借款、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，其中短期借款期末余额 5.5 亿元，主要系报告期为补充流动资金需求新增银行流动资金借款所致；交易性金融负债期末余额 3.67 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 1.14 亿元，其他应付款期末余额 3.66 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 5,895.53 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 64.82 亿元，其中股本总额 10.85 亿元、资本公积 11.68 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 40 亿元，母公司可供分配的未分配利润为 25.94 亿元，归属于上市公司股东的每股净资产为 5.97 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 8.08 亿元，本年度现金净流出为 2.66 亿元，其中，经营活动净流入金额 4.64 亿元，投资活动净流出 1.83 亿元，筹资活动净流出 5.43 亿元。

单位：万元

项目	2025 年度	上年同期	同比增减%
经营活动现金流入小计	841,805.95	1,366,003.97	-38.37%
经营活动现金流出小计	795,404.77	1,180,414.40	-32.62%
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	46,401.19	185,589.56	-75.00%
投资活动现金流入小计	2,305.23	1,406.83	63.86%
投资活动现金流出小计	20,654.54	21,933.78	-5.83%
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	-18,349.30	-20,526.95	10.61%
筹资活动现金流入小计	105,010.00	165,000.00	-36.36%
筹资活动现金流出小计	159,333.62	299,564.58	-46.81%
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	-54,323.62	-134,564.58	59.63%
<b>现金及现金等价物净增加额</b>	-26,630.24	30,547.35	-187.18%

(1) 报告期经营活动现金流入 84.18 亿元，较上年同期下降 38.37%，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 79.54 亿元，较上年同期下降 32.62%，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 4.64 亿元，较上年同期下降 75%，主要由于报告期营业收入回款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 2,305.23 万元，较上年同期增加 63.86%，主要由于报告期收到退回的恒信玺利重整意向保证金款项所致。

(5) 报告期投资活动产生的现金流出 2.07 亿元，较上年同期下降 5.83%，主要由于报告期内支付德国子公司音响业务收购投资款以及报告期公司在建工程项目款支出同比减少所致。

(6) 报告期筹资活动现金流入 10.5 亿元，同比下降 36.36%，系报告期为解决短期流动资金需求发生短期借款同比变化所致。

(7) 报告期筹资活动现金流出 15.93 亿元，同比下降 46.81%，主要由于报告期归还短期借款金额同比变化所致。

(8) 报告期筹资活动产生的现金流量净额-5.43 亿元，同比变动 59.63%，主要由于报告期新增以及归还短期借款金额同比变化所致。

(9) 报告期现金及现金等价物净增加额-2.66 亿元，同比下降 187.18%，主要由于报告期经营活动现金净额同比下降以及投资活动、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 4.64 亿元，较上年同期的 18.56 亿元减少 75%，与本年度净利润的差异为 6.38 亿元，表明报告期经营盈利现金转化能力减弱，主要由于报告期公司“周大生×国家宝藏”等自营门店数量持续增加，自营门店铺货量增长以及报告期内黄金价格的持续走高使得存货规模增加，部分经营活动现金转化为存货资产所致。

报告期公司投资活动与筹资活动为净流出，期末货币资金较年初有所下降，总体而言，目前阶段公司财务风险仍处于相对较低水平，需关注收入波动趋势及经营现金流收紧带来的潜在流动性压力。

周大生珠宝股份有限公司

董事会

2026年4月29日