

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 2025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、 本公司董事会及董事、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7.80元（含税）。截至2025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606,666,684.00元（含税），占2025年度合并报表中归属于母公司股东净利润的53.54%。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2025年年度股东会审议。

截至报告期末，母公司存在未弥补亏损的相关情况及其对公司分红等事项的影响

适用 不适用

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，2025年全国居民人均可支配收入43,377元，比上年名义增长5.0%，扣除价格因素，实际增长5.0%，与GDP增速基本持平。2025年我国金银珠宝商品零售总额为3,736亿元，较上年同期增长12.8%，年内国际国内金价涨幅显著，黄金保值增值属性凸显，带动黄金珠宝行业消费需求。从价格来看，上海黄金交易所Au9999黄金2025年全年涨幅超50%，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，2025年全国黄金消费量950.10吨，与2024年同期相比下降3.57%。其中，黄金首饰消费量363.84吨，同比下降31.61%。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504.24吨，同比增长35.14%，主要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2026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。精心打造菜百黄金珠宝博物馆，涵盖矿物学、宝石学、生物学等各学科的矿物标本，为广大消费者提供更加沉浸式的内容盛宴。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。同时，公司积极构建线上线下一体化的全渠道销售网络，持续提升服务体验、品牌影响力和市场占有率。

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、直营门店及线上销售渠道的精细化管理、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。对于黄金珠宝行业中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、线上电商渠道和银行渠道等。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、武汉等地的 106 家直营连锁线下门店；以及包括菜百首饰自营官方商城及在京东、天猫、抖音、快手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；并与北京农商银行、民生银行、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 386.5 万名，较 2024 年末增长约 21.3 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，公司荣获“2025 年度北京十大商业品牌”、“CCTV-1《大国品牌》国牌盛典年度品牌”等荣誉。

（四）竞争优势

公司始终专注于黄金珠宝零售主业，充分发挥全直营模式优势，通过统一的质量标准与服务规范，为消费者提供高品质、一致性消费体验，并依托全品类经营策略，快速响应市场偏好与消费需求，将销售端数据高效传导至供应链、设计及运营环节，形成各环节协同联动，推动整体业绩提升。公司创新打造“馆店结合”模式，将总店打造为集文化展示、非遗体验、购物服务于一体的北京菜百黄金珠宝博物馆，成为北京市文化旅游体验基地，增强顾客沉浸式购物体验。在团队建设方面，公司注重专业人才培养与内部培训，构建了一支具备丰富行业经验和高专业素养的管理与运营团队。基于“以情经商，以质取胜”的理念，菜百推出“金质服务”承诺与多项特色增值活动，持续提升客户满意度与忠诚度。同时，公司积极推进数字化转型，借助数字孪生系统、RFID 技术及智能终端设备优化运营流程，强化数据支撑，为精准服务与业务高效运转奠定坚实基础。

（五）业绩驱动因素

1.主动应对市场变化，结构优化成效显著

面对消费需求结构性分化的市场环境，公司依托全直营模式快速响应，积极施策。在黄金饰品方面，公司紧抓消费趋势，重点推动镶嵌、鎏彩、点钻、缙丝等古法金产品成为销售热点，积极布局与培育轻量化、高工艺的硬足金一口价产品，持续优化产品结构，实现顾客满意度与经营业绩的双向共赢。贵金属投资类产品则因价格上涨，保值属性凸显，需求热度攀升，销售增幅显著。面对金价波动，依托公司对交易策略的科学规划，并坚持“以销定采”等动态采购策略，实现了经营风险的稳健管控。

2.持续加强品牌影响力，文化 IP 驱动增长

公司在文化 IP 领域积极发力，通过跨界合作、产品创新和体验升级，成功将传统文化与现代消费需求相结合，文化 IP 运营成为品牌增长的又一引擎。公司深化与北海公园、景山公园等顶级文化地标的合作，创新推出与北京动物园、景山公园联名的“萌动京彩”、“万春纳福”系列产品，构建起“皇家园林+城市地标”的文旅文创产品矩阵，将京味文化转化为市场吸引力。同时，公司持续挖掘传统节庆文化 IP，打造系列贺岁产品，深化“贺岁经济”，公司全国首发、北京地区独家销售 2026 丙午（马）年贺岁金条，上线“圆圆满满 平安吉祥”吉祥金银钱、“抱抱马”“小马多多”等多款式各品类的贺岁佳品，进一步提升品牌影响力。

3.稳健开拓营销网络，线上线下协同共进

报告期内，公司新开设连锁直营门店 17 家，不断优化资源配置、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，成功运营祥云小镇大型旗舰店，品牌全国知名度与终端形象同步提升。公司线上渠道保持高速增长态势，成为业绩重要驱动力。公司通过官方商城及主流电商平台的二十余家店铺构建全域销售网络，尤其是直播业务取得突破性进展，成功实现了线上线下流量的双向赋能与品销合一。

4.行业消费回暖，紧抓增长机遇

2025 年，全国限额以上单位金银珠宝零售额达到 3,736 亿元，同比增长 12.8%，行业消费呈现复苏与回暖。在此背景下，居民收入水平提升与消费观念演进持续驱动需求升级，消费者对黄金珠宝的需求从基础保值佩戴，日益趋向追求其文化内涵、艺术审美与收藏价值。公司持续优化全渠道销售网络与专业服务体系，有效承接了市场整体回暖与投资需求激增带来的客流与销售机遇，为公司终端销售的增长提供了强劲动力。

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

	2025年	2024年	本年比上年 增减(%)	2023年
总资产	9,515,106,444.75	7,156,452,786.00	32.96	6,356,462,210.21
归属于上市公司 股东的净资产	4,673,069,896.94	3,982,638,116.54	17.34	3,784,280,360.73
营业收入	28,819,547,398.60	20,232,657,708.52	42.44	16,552,222,313.14
利润总额	1,541,329,485.21	969,081,999.98	59.05	951,883,077.22
归属于上市公司 股东的净利润	1,133,066,364.04	719,008,640.29	57.59	706,787,503.05
归属于上市公司 股东的扣除非经 常性损益的净利	1,025,654,512.04	683,758,197.06	50.00	657,582,552.87

润				
经营活动产生的现金流量净额	1,985,148,479.91	381,243,785.44	420.70	690,951,588.14
加权平均净资产收益率 (%)	26.47	18.73	增加7.74个百分点	19.82
基本每股收益 (元/股)	1.46	0.92	58.70	0.91
稀释每股收益 (元/股)	1.46	0.92	58.70	0.91

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	8,222,330,154.04	7,025,519,436.18	5,224,060,549.55	8,347,637,258.83
归属于上市公司股东的净利润	319,667,226.06	139,020,353.07	188,068,047.12	486,310,737.79
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	276,888,546.47	118,614,008.47	189,624,790.29	440,527,166.81
经营活动产生的现金流量净额	1,538,755,243.66	-236,385,979.81	455,387,888.88	227,391,327.18

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

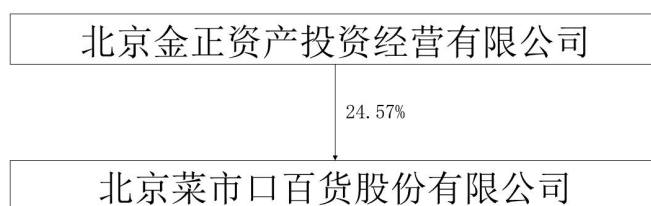
单位：股

截至报告期末普通股股东总数 (户)					14,406		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数 (户)					14,553		
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	67,500,000	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	0	22,050,000	2.83	0	无	0	国有法人
北京金座投资管理	0	18,900,000	2.43	0	无	0	境内非国有法人
香港中央结算有限公司	10,136,818	18,687,788	2.40	0	无	0	其他
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	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						

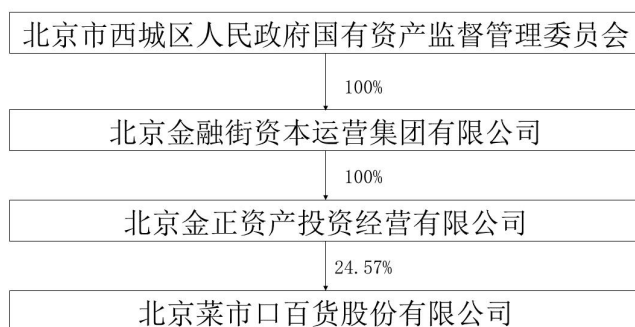
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

2025年，公司实现营业收入 2,881,954.74 万元，同比增长 42.44%，实现归属于母公司股东的净利润 113,306.64 万元，同比增长 57.59%，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