

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**  
**2021 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](http://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股派发现金股利3.60元（含税）。截至2021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280,000,008.00元（含税），占2021年度合并报表中归属于母公司股东净利润的76.93%。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2021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
办公地址	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
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

根据最新《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”。按照中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所处的行业为“F52 零售业”，所处的细分行业为黄金珠宝首饰零售业。

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，为消费者提供一站式的珠宝购物体验。经过几十年的培育和发展，公司凭借着产品质量、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，市场影响力和品牌竞争力不断提升，公司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。

根据国家统计局统计数据，2021 年全国居民人均可支配收入 35,128 元，比上年增长 9.1%，扣除价格因素，实际增长 8.1%。快于人均 GDP 增速，与 GDP 增速同步。全国居民人均可支配收入中位数 29,975 元，增长 8.8%。2021 年我国金银珠宝商品零售总额为 3,041 亿元，较 2020 年同期上涨约 29.8%，首次突破 3,000 亿元大关，增幅位列所有商品类别首位，体现出金银珠宝零售行业具备较强的持续增长能力。

在我国统筹经济发展和疫情防控工作的显著成效下，2021 年国内黄金消费总体保持恢复态势，并实现同比较快增长。根据中国黄金协会统计数据，2021 年全国黄金实际消费量 1,120.90 吨，与 2020 年同期相比增长 36.53%，较疫情前 2019 年同期增长 11.78%。其中：黄金首饰 711.29 吨，较 2020 年同期增长 44.99%，较 2019 年同期增长 5.18%；金条及金币 312.86 吨，较 2020 年同期增长 26.87%，较 2019 年同期增长 38.56%。同时，根据中国珠宝玉石首饰行业协会统计数据，从总的市场规模来看，按销售额计算，2021 年，我国珠宝玉石首饰产业市场规模约为 7,200 亿元，同比增长 18%。其中，黄金产品市场规模约为 4,200 亿元，同比增长 23.5%；钻石产品市场规模约为 1,000 亿元，同比增长 25%；翡翠产品市场规模约为 1,000 亿元，同比增长 11.1%；和田玉产品市场规模约为 280 亿元，同比下降 6.7%；彩色宝石产品市场规模约为 315 亿元，同比增长 5%；珍珠产品市场规模约为 160 亿元，铂金及白银产品市场规模约为 100 亿元，其他品类产品市场规模共计约为 150 亿元。这一数据体现出黄金珠宝首饰行业发展具备广阔空间。

从行业整体发展趋势来看，在“双循环”战略及“十四五”规划提出的“全面促进消费”方针指引下，黄金珠宝零售行业发展态势良好。基于黄金珠宝属于非必需消费品，行业发展与国民经济的发展情况息息相关的点，目前随着全国居民人均可支配收入的提升和疫情防控形势不断好转，消费需求逐步释放，消费者对于黄金珠宝的购买需求和购买能力随之提升，消费复苏势头强劲，进而拉动整个行业的发展，表现出高景气增长态势。

### （一）公司主营业务情况

公司主营业务为黄金珠宝商品的原料采购、款式设计、连锁销售和品牌运营。公司以“菜百首饰”为主品牌，新设“菜百传世”“菜百悦时光”子品牌，设计、销售包括黄金饰品、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、多款式黄金珠宝商品，服务于广大、多样化的消费者群体。另外，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。目前，公司已成为以北京市为核心、华北地区领先的黄金珠宝专业经营公司。

截至报告期末，公司销售网络包括公司北京总店、覆盖华北等地区的 58 家直营连锁门店、银行渠道等线下销售网络，以及覆盖全国市场的线上电商销售网络。

通过不断的业务创新和机制创新，公司形成了涵盖黄金珠宝业务链条各个环节的核心竞争力，包括原料采购、产品设计、商品质量控制、服务承诺体系、门店标准化管理、信息系统支持、产品设计等，形成了一套有菜百特色的、标准化、可复制的直营连锁经营模式。作为上金所第一批综合类会员单位，公司通过直接采购上金所标准金保证原料质量，并持续多年坚持严控产品质量标准，以诚信经营赢得了广大消费者信任。公司秉承经营效率和单店效益领先的原则，通过直营模式稳健发展，以保证每家门店给予顾客高品质和一致性的消费体验。截至报告期末，公司注册

会员人数约为 280 万名。

报告期内，公司主营业务及产品未发生重大变化。

## （二）产品市场地位

公司在黄金珠宝商品的原料采购、款式设计、连锁销售和品牌运营等方面积累了丰富的经验。经过几十年的培育和发展，公司凭借着产品质量、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，市场影响力和品牌竞争力不断提升，在以首都北京为核心的华北地区取得领先的市场份额，并通过线上渠道面向全国市场消费者，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。

## （三）竞争优势

公司在产品质量控制、服务体系、经营管理团队、品牌运营、信息化系统建设等方面具备较强的竞争优势。其中，产品质量控制方面得益于公司作为上金所的第一批综合类会员单位，具备直接从上金所采购黄金原料的资格，可从源头把控黄金原料质量。同时，公司多年来实行的“菜百首饰”质量订单标准和产品第三方检测制度，实现了产品质量的全流程把控。服务体系方面，作为国家级服务标准化试点单位，公司构建的 33 项服务承诺体系，每年为超百万人次的消费者提供了“金质服务”，获得市场的广泛认可。经营管理团队方面，公司主管业务的高级管理人员均有 20 年以上的珠宝行业从业经验，公司黄金珠宝销售顾问持专业证书上岗率达 91.34%，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，公司员工每年参加内部培训累计近 25 万学时，持续提升团队专业力。品牌运营方面，作为“中华老字号”企业，依托于深耕黄金珠宝行业几十年的努力，和多年来始终坚持的“标实价、卖真货、卖好货”的经营理念 and 原则，“菜百首饰”品牌得到了社会、行业和消费者的广泛认可，近年来公司连锁门店的不断拓展和线上渠道的崛起，进一步提升了品牌知名度。在信息化系统建设方面，历经数次系统升级，形成了行业内较为先进的信息化系统，服务于公司主营业务。公司首次公开发行并上市的募集资金投资项目实施以来，进一步优化整体信息系统，基于业务链条一体化，全面支撑公司未来业务发展和经营管控，为公司未来扩大收入规模、保持市场竞争优势提供充分支撑。

## （四）业绩驱动因素

### 1. 消费力释放加大购买需求

自 2020 年初新冠肺炎疫情暴发以来，消费需求在一定程度上有所抑制，随着疫情得到有效控制，抑制的消费需求得到释放。同时，根据国家统计局数据，2021 年全国居民人均可支配收入扣除价格因素后，实际较上年增长 8.1%。经济稳定发展与人均可支配收入的持续增高，有效带动了消费结构升级和黄金珠宝消费增长。

### 2. 金价走势激发黄金产品消费热情

报告期内，黄金价格先抑后扬随后宽幅震荡，其走势和对金价的上行预期进一步推动黄金产品的销售，国际形势的动荡凸显黄金避险属性，投资需求高企。综合因素下，有效带动了黄金珠宝行业全年增速提升。

### 3. 消费者偏好引领高毛利商品热销

报告期内，消费者对于国潮饰品、IP 类等产品的热捧，带动古法黄金类、高工类等高附加值产品销售提速。此类商品因其工艺精美、设计感强、文化内涵丰富，消费者对其价格敏感度较低，毛利率高于普通黄金类产品。同时，“悦己”需求的提升，使得高毛利的钻石类产品的消费场景由婚庆需求进一步延伸至日常佩戴需求，消费者年龄层进一步扩大，且具有年轻化趋势。钻石类产品毛利率高于贵金属类产品。

### 4. 拓店提速驱动收入增长

报告期内公司新开直营连锁门店 17 家，其中苏州首店的开设，成为拓展华东地区市场的“排头兵”。2022 年，报告期内储备的西安四店连开，为公司深耕西北地区市场奠定坚实基础。营销网络的进一步扩大，有效提升了“菜百首饰”品牌的曝光度，有利于提升消费者对品牌的认知，

从而进一步提升品牌影响力，吸引消费者，形成正向循环。

#### 5. 渠道多元化触达线上消费潜力

报告期内，直播营销的兴起，为线上销售带来了更加多元化的营销渠道和方式，相较于传统电商，可更加直接快速的触达更多的消费者，直播方式带来的快节奏消费，有效激发消费潜力，公司可用更低的流量成本，直达终端消费群体，扩大品牌影响力，积累私域流量客户，提升线上销售，反哺线下销售，形成良性循环。

### 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

	2021年	2020年	本年比上年 增减(%)	2019年
总资产	5,221,540,655.85	3,916,117,600.75	33.33	4,069,941,798.32
归属于上市公司股东 的净资产	3,208,851,675.20	2,136,339,388.85	50.20	2,138,295,555.59
营业收入	10,405,751,109.56	7,067,852,990.36	47.23	8,399,161,618.66
归属于上市公司股东 的净利润	363,952,771.08	361,751,516.46	0.61	402,154,841.17
归属于上市公司股东 的扣除非经常性 损益的净利润	353,823,950.33	340,017,641.59	4.06	404,388,429.25
经营活动产生的现 金流量净额	-404,065,277.33	936,734,003.92	-143.14	20,662,334.34
加权平均净资产收 益率(%)	14.26	16.93	减少2.67个百分点	19.02
基本每股收益(元 /股)	0.50	0.52	-3.85	0.57
稀释每股收益(元 /股)	0.50	0.52	-3.85	0.57

#### 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	2,951,667,217.87	2,194,409,325.36	2,113,781,392.68	3,145,893,173.65
归属于上市公司股东 的净利润	104,731,364.83	91,534,263.48	69,696,457.16	97,990,685.61
归属于上市公司股东 的扣除非经常性 损益后的净利润	119,479,825.41	80,338,896.82	66,061,794.84	87,943,433.26
经营活动产生的现 金流量净额	150,337,996.19	45,144,972.82	-81,736,656.24	-517,811,590.10

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）		32,009					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）		27,555					
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 10 名股东持股情况							
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	191,100,000	无	0	国有法人
浙江明牌实业股份有限公司	0	126,000,000	16.20	126,000,000	无	0	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	103,320,000	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	67,581,818	无	0	境内非国有法人
赵志良	0	24,995,944	3.21	24,995,944	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	22,050,000	无	0	国有法人
北京金座投资管理有限公司	0	18,900,000	2.43	18,900,000	无	0	境内非国有法人
北京锦鸿投资管理中心（有限合伙）	0	18,900,000	2.43	18,900,000	质押	18,900,000	境内非国

							有法人
王春利	0	16,004,546	2.06	16,004,546	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	9,450,000	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	1. 北京金正资产投资经营有限公司为本公司控股股东; 2. 本公司前 10 名股东之间不存在关联关系或一致行动情况; 3. 本公司未知前 10 名无限售条件股东之间及其与前 10 名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						

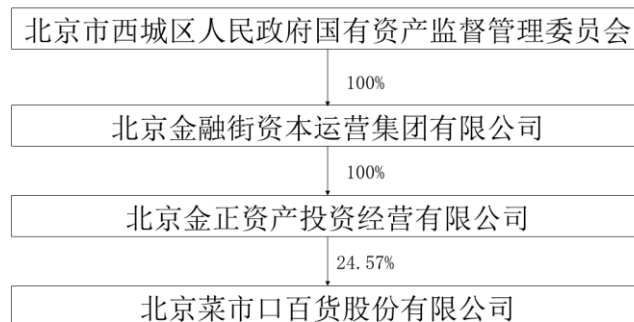
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

2021 年，公司实现营业收入 1,040,575.11 万元，实现百亿突破，同比增长 47.23%，实现归母净利润 36,395.28 万元，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，如新冠肺炎疫情发生大规模暴发或黄金、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