

公司代码：601086

公司简称：国芳集团

甘肃国芳工贸（集团）股份有限公司

2023 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 A 股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 中喜会计师事务所（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

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以 2023 年 12 月 31 日的公司总股本 666,000,000 股为基数，截至本报告出具日公司回购专户上已回购股份数 3,843,500 股，以此计算拟派发现金红利的总股本为 662,156,500 股，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.80 元（含税），拟分红金额为 119,188,170.00 元（含税）。

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	国芳集团	601086	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	马琳	李忠强
办公地址	兰州市城关区广场南路4-6号	兰州市城关区广场南路4-6号
电话	0931-8803618	0931-8803618
电子信箱	ir@guofanggroup.com	gfzhengquan@guofanggroup.com

2 报告期公司主要业务简介

1、社会消费品零售总额情况

2023 年消费市场恢复向好。全国社会消费品零售总额实现 471,495 亿元，比上年增长 7.2%。按消费类型分，商品零售 418,605 亿元，增长 5.8%；餐饮收入 52,890 亿元，增长 20.4%。基本生活类商品销售稳定增长，限额以上单位服装、鞋帽、针纺织品类，粮油、食品类商品零售额分别增长 12.9%、5.2%。升级类商品销售较快增长，限额以上单位金银珠宝类，体育、娱乐用品类，通讯器材类商品零售额分别增长 13.3%、11.2%、7.0%。全国网上零售额 154,264 亿元，比上年增长 11.0%。其中，实物商品网上零售额 130,174 亿元，增长 8.4%，占社会消费品零售总额的比重为 27.6%。甘肃省社会消费品零售总额 4,329.7 亿元，比上年增长 10.4%。按消费类型分，商品零售 3831.1 亿元，增长 9.0%；餐饮收入 498.6 亿元，增长 22.7%。宁夏回族自治区社会消费品零售总额 1,354.95 亿元，比上年增长 1.2%，同比加快 1.0 个百分点。青海省实现社会消费品零售额 987.7 亿元，比上年增长 17.3%。按消费类型分，商品零售 908.9 亿元，增长 17.2%；餐饮收入 78.8 亿元，增长 19.0%。

2、零售行业情况分析

2023 年是全面贯彻党的二十大精神开局之年，是公共卫生事件后经济恢复发展的一年。面对变乱交织的国际环境和国内经济恢复进程中的诸多困难挑战，各地区坚持稳中求进工作总基调，着力扩大内需、优化结构、提振信心、防范化解风险，国民经济及消费零售市场呈现回升向好趋势，供给需求稳步改善，转型升级积极推进，民生保障有力有效，高质量发展扎实推进。国家及地方出台的政策支持极大地推动了零售行业的快速回暖，加快了行业的投资建设和向高低两端市场延伸拓展。技术革新带来全新消费方式，也为零售行业带来更广阔的发展空间，带动线下消费满意度的提升，进一步增加行业市场规模。

（1）回暖是 2023 年消费市场的主旋律

2023 开年伊始就被定档为“消费提振年”，国家及各地方均把经济恢复和扩大消费摆在优先位置部署全年工作。围绕提振消费主题，全国各地政府及商务主管部门接连出台促消费政策，创新消费场景、发放消费券、举办购物节、打造夜经济、消费补贴、允许商业外摆等，大力支持首店经济、总部经济、楼宇经济，提升消费体验，繁荣消费市场。在一系列促行业、促项目、促消费“组合拳”的刺激下，全国消费市场持续恢复向好，复苏回暖成为 2023 年的主基调，春节、五一、国庆等重要节假日消费数据上涨显著。

（2）顺应消费需求变化，零售企业经营管理转向“供给侧”调整

不同零售业态间经营策略与发展态势的分化更趋明显，结构性变化特征更加突出。在消费市场回归价值理性的过程中，聚焦商品力、服务力、营销力的业态创新进一步迭代。不断丰富并提升顾客体验，成为商家获得短期竞争优势与长期发展机会的关键。不同零售业态的分化发展呈现消费市场新需求、新特点，其变化最终反映在零售企业供给终端的调整优化。一方面，消费信心与市场需求仍处于恢复当中，居民购物活动大多趋于理性，提升商品服务品质的同时合理控制甚至压缩成本成为所有业态零售企业在发展过程中必须考虑的因素。另一方面，在购物渠道选择日益丰富的情况下，顾客对消费场景、层次、体验、定价等维度的诉求组合也更加复杂。零售企业需要着力凸显其能够满足消费者特定需求的差异化竞争优势来吸引更多客流，由此体现在商品优选、氛围营造、体验项目设计、供应链整合等多方面的能力要求。

（3）存量市场特征更加显著，降本增效成为发展着力点

2023年，零售市场门店增长缓慢、市场高度竞争，同时市场份额又相对固定。与此同时，由于缺少资金支持，无论是企业内部的渐近式业态创新，还是新市场区域的网点拓展，都呈现出低效迟缓态势，企业很难从外延的扩张中获得增长，更多是要在内部挖潜增效，即千方百计提升管理效率，降低经营成本。基于新开店、建立全渠道体系、拉新引流、满减折扣等原有基础之上，企业的管理重心后移至人力资源效率、供应链管理、业财一体化、与品牌深度联营等方面，使用更多的科技工具，紧密连接管理体系与业务体系，将管理体系的管理逻辑向业务前端扩展，更为高效执行，有利于帮助管理分析与改进，进而持续优化企业成本结构，提升管理效率。

（数据来源：国家统计局网站，甘肃省统计局网站，宁夏回族自治区统计局网站，青海省统计局网站，中国商业联合会，中华全国商业信息中心，中国百货商业协会）

（一）公司主要业务

公司从事以百货业为主，超市、电器为辅的连锁零售业务，目前为甘肃省内最大的连锁零售企业。

公司营业收入主要来自于公司旗下各门店的商品销售收入以及功能商户的租金收入。截至本报告期末，公司已运营门店 11 家，面积合计 33.49 万 m^2 ，其中：百货业态为主的门店 6 家，超市 5 家。不同业态组合，强化了业态间的协同效应，有利于满足顾客的购物需求。

（二）公司经营模式

报告期内，公司主要经营模式未发生变化，经营模式主要包括联营、经销、代销和租赁。其中，联营模式是公司最主要的经营模式。公司主营业务收入占总营业收入的 91.13%，其中主营业务收入业态占比为：百货占比 82.83%、超市占比 16.28%、电器占比 0.35%、租赁占比 0.54%。

公司报告期各经营模式数据与去年同期比较：

单位：元

业态	经营模式	2023年			2022年		
		营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率
百货	经销	421,576,647.68	354,490,380.38	15.91%	310,460,166.20	283,519,913.43	8.68%
	联营	215,633,692.62		100.00%	153,787,310.47		100.00%
	租赁	94,684,297.36	34,852,283.76	63.19%	71,369,823.77	35,203,798.98	50.67%
	小计	731,894,637.66	389,342,664.14	46.80%	535,617,300.44	318,723,712.41	40.49%
超市	经销	86,144,763.00	77,999,075.30	9.46%	84,225,754.46	73,776,275.03	12.41%
	代销	54,049,062.07	29,237,551.76	45.91%	50,666,008.30	31,012,233.83	38.79%
	联营	3,624,555.76		100.00%	3,760,581.48		100.00%
	租赁	4,767,437.06		100.00%	3,379,572.28		100.00%
	小计	148,585,817.89	107,236,627.06	27.83%	142,031,916.52	104,788,508.86	26.22%
电器	联营	3,125,510.46		100.00%	2,074,381.25		100.00%
	小计	3,125,510.46		100.00%	2,074,381.25		100.00%
	合计	883,605,966.01	496,579,291.20	43.80%	679,723,598.21	423,512,221.27	37.69%

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

	2023年	2022年	本年比上年 增减(%)	2021年
总资产	2,744,581,845.49	2,522,580,664.31	8.80	2,484,333,621.82
归属于上市公司股东的净资产	1,644,471,730.73	1,546,889,034.68	6.31	1,542,433,101.37
营业收入	969,627,432.49	754,115,089.61	28.58	968,036,391.36
归属于上市公司股东的净利润	157,758,700.19	118,719,451.86	32.88	86,505,955.24
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	115,491,181.94	36,613,616.86	215.43	78,714,085.86
经营活动产生的现金流量净额	451,401,899.67	131,554,322.06	243.13	194,424,804.01
加权平均净资产收益率(%)	10.10	7.42	增加2.68个百分点	4.53
基本每股收益(元/股)	0.24	0.18	33.33	0.13
稀释每股收益(元/股)	0.24	0.18	33.33	0.13

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	288,282,997.42	218,932,578.00	231,956,483.88	230,455,373.19

归属于上市公司股东的净利润	73,218,627.21	44,883,434.66	10,451,773.30	29,204,865.02
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	54,124,259.32	21,056,256.77	27,095,508.01	13,215,157.84
经营活动产生的现金流量净额	257,407,922.74	45,650,351.67	69,784,142.60	78,559,482.66

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

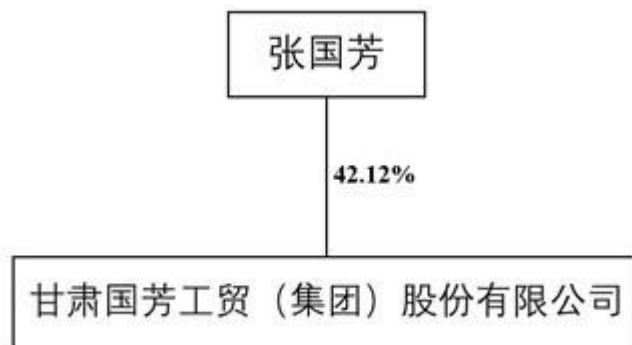
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）		28,438					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）		34,670					
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）		0					
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）		0					
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	
张国芳	0	280,500,000	42.12	0	无	0	境内自然人
张春芳	0	139,400,000	20.93	0	质押	30,120,000	境内自然人
张辉阳	0	43,037,000	6.46	0	质押	30,000,000	境内自然人
张辉	0	40,050,000	6.01	0	质押	24,000,000	境内自然人
中信证券股份有限公司	1,775,741	2,221,455	0.33	0	无	0	国有法人
申万宏源证券有限公司	1,411,000	2,079,900	0.31	0	无	0	国有法人
蒋勇	0	2,000,000	0.30	0	无	0	境内自然人
广发证券股份有限公司	1,692,600	1,694,000	0.25	0	无	0	国有法人
中信里昂资产管理 有限公司-客户资金 -人民币资金汇入	1,145,900	1,415,900	0.21	0	无	0	其他
华泰证券股份有限公司	77,600	1,386,222	0.21	0	无	0	国有法人
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、公司前十名股东中，张国芳先生与张春芳女士为夫妻关系，张辉女士系张国芳先生、张春芳女士之女，张辉阳先生系张国芳先生、张春芳女士之子。张国芳、张春芳、张辉、张辉阳为						

	一致行动人。 2、除上述说明外，公司未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知其他股东之间是否属于规定的一致行动人。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不涉及

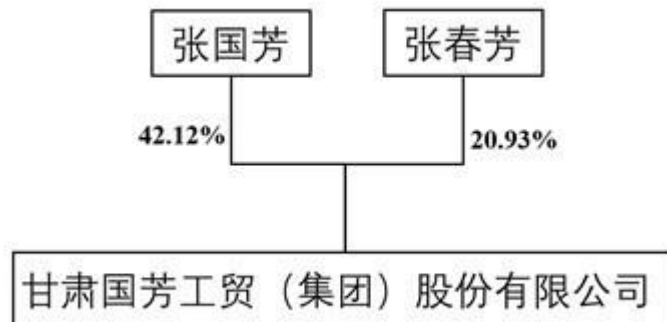
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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。

2023 年公司整体经营情况符合预期，公司经营管理层围绕扎实推进董事会战略部署，坚持稳中求进工作总基调，全面贯彻公司董事会与经营管理班子年初预定的各项任务目标，聚焦主责主业，加强统筹创新，深化发展各业务板块进入新阶段、站上新台阶，推动战略主旨目标落地，持续拓展“线下为主+线上为翼”业务模式，稳固并扩大区域市场份额，有效防范化解重大风险，打造公司发展新优势新动能，提升集团公司核心竞争能力和价值创造能力。

一、强化创新突破，不断增强公司发展活力动力

公司以“顾客第一、独立互赖、韧性成长”为文化导向，坚持以改革创新为根本动力，通过组织变革、技术变革、效率变革推动公司竞争力提升，稳固市场持续领导地位，努力实现质量更好、效益更高、竞争力更强、影响力更大的多维并进发展。各子公司逐步推进改造升级工作，重构公司营运、营销、客服管理体系，加快推进传统产业数字化转型升级，促进业态间、公司间及各业务条线协同对齐发展，通过与供应商深度合作培育壮大一批特色业态品牌集群，努力打造西北地区百货购物中心转型升级的标杆项目。2023 年，公司各门店零售业态新进品牌 157 个，其中区域首店品牌 42 家；餐饮体验类业态引进品牌 192 家，其中区域首进品牌 20 余家。年度销售实现 500 万元以上重点品牌店铺达 179 家，其中兰州国芳百货 2023 年品牌店铺销售排名进入全国 TOP20 品牌数 52 家，进入西北区域 TOP30 品牌 135 家。

二、数字驱动精准营销策略，推动数字化会员与运营战略融合增长

公司持续通过数字渠道与用户进行全方位的链接，依托“数值化驱动商品力”的思想架构由外至内重塑用户体验，进一步推行精准营销和需求挖掘，塑造品牌价值。百货各门店全面展开品牌数智化赋能报告解读工作，就品牌开门红、千百万店计划、品牌生意迈进、品牌会员日等各项经营管理活动进行数据复盘与赋能，实现零供合作双方的高度统一、协同共生。数智化分析平台已建成商品力分析、化妆品营销、超市组货等主力模块运用。数据中心建成大促复盘、品牌日主题报告等近百个业务场景建模与复盘机制，在精准触达会员、持续改善生意挖潜方面取得了良好的应用效果；超市组货管理在改善商品引进、价格带优化、库存优化等多个领域获得改善成效。

三、全力推进新文化营销，树立企业品牌形象

持续提升营销企划创新力，广泛传递公司品牌价值。公司通过文化营销不断赋能企业、品牌、商品和服务以丰富的个性化文化 IP，抓住传承和创新的关系，不断给消费者以新的惊喜。品类营销方面，利用门店联动发挥市场集群效应，线上线下同步营销活动便于商圈范围扩大及更广泛客人触达。2023 年，公司组织实施原创醒狮文化展、民俗文化新春庙会，创办“我爱兰州”、“兰州芳巷”等主题市集、“你好，可力乐熊”艺术展，尝试新文化营销吸睛年轻客群，联动品牌明星

效应搭台时装秀场、融合主题大型美陈，各门店不断突破线下客流、自媒体流量、销售新高，努力为市民打造城市消费文娱新地标。在流量营销时代背景下，公司短视频与抖音本地生活孵化项目设立矩阵账号 42 个，培育职人账号 92 个，垂直分布 11 个领域，累计发布视频近 6000 条，直播推广 916 场，综合曝光量近 2000 万次。2023 年公司新零售板块实现线上交易金额（GMV）19,574.51 万元，占线上线下交易总额的 6.17%，线上交易订单 22.65 万笔，线上会员招新同比提升 150%。

四、全面重构质量管理体系，打造放心购物环境

坚持“安全第一”理念，大力推动实施“全员安全责任制”专项任务，建立健全提升安全管理长效机制，定期召开对标提升安全管理工作例会，制订专项管理改善措施，加强过程跟踪落实。结合安监部门安全达标评定建设、公司安全目标责任书承载的指标体系及年度重点工作考核项目，层层纳入各公司各部门经济责任绩效考核体系，落实考核安全否决项目。聚焦管理短板和薄弱环节，逐步组织构建安全经营预警分级管理体系，持续提升专业管理水平，实现安全管理工作全覆盖。2023 年，公司及其子（分）公司未发生重、特大安全生产事故，集团各公司接受上级部门检查 160 余次，检查隐患问题整改率达 98%，组织安全生产大检查 259 次，排查消防设施、电气线路安全等隐患 2000 余项，整改率达 99%。三级安全教育培训 8922 人次，组织消防疏散演练 77 次，参演人数 11289 人次。2023 年内兰州国芳获市消防安全先进生产单位，西宁国芳获区“平安商超”荣誉称号。

五、健全内部控制管理体系，防范化解各类风险，确保企业可持续发展

为进一步提高公司治理与经营管理水平，增强核心竞争力，促进健康稳步发展，公司结合实际情况，持续健全完善风险管理、内部控制和合规管理三位一体管控体系建设和运行管理，以风险管理为核心，及时准确识别、评估和应对市场、技术、法律、财务等各类风险；以内部控制为支撑，制定、执行和完善内部控制制度，确保各项业务运行的合规性和有效性；重点强化合规管理，确保各类业务活动遵守相关法律、规章和行业准则，以防止违反法律法规而引发的潜在风险和损失。内控审计监察部门定期开展内控风险专项稽查活动，评估现有风险控制措施的有效性，及时或定期向管理层报告风险管理状况并提出整改意见，协助并督促各公司制定改善计划并落实整改结果。公司以实际业务开展、组织架构调整及技术升级为基础，协同各公司开展经营管理流程优化梳理，并通过飞书协同平台实现线上化、制式化、标准化，有效助力公司实现全面风险防控和线上无纸化管理，为公司经营管理标准化战略稳定推进保驾护航。

六、着力打造学习型组织，精准育人，科学选人

学习型组织是打造高素质队伍的有效途径。公司坚持以学习型组织建设与管理为导向，树立终身学习的理念与要求，积极引导全体员工加强学习，不断提升综合素质，满足公司持续发展动力支撑。2023 年，公司组织营销、企划、新媒体团队授训新媒体运营系列在线课程，开展百货业

态门店升级改造、超市业态品类管理优化等行业培训，带领核心中高层干部赴武汉、上海等地参加行业峰会，与标杆商业项目进行考察交流。通过启动管理培训生千帆人才计划训练营、百购零售营运干部领导力先修班、中高层干部人才盘点等多种方式，在逻辑能力、批判性思维、生意洞察能力、领导力等方面开展赋能训练，为企业关键岗位能力素质模型建设打好基础，有力支撑公司人才梯队建设与组织管理决策。

七、加强党的全面领导，切实增强高质量党建的引领保障作用

2023年，公司深入学习贯彻党的二十大精神，打造出一支高素质专业化党员干部队伍，集团党委、各公司党支部及全体党员的共同努力下，在增强党组织政治引领和组织能力建设、加强和改进守正创新党建宣传等方面取得了良好的工作成果。公司持续加强基层党支部建设，强化落实三会一课，组织党员开展主题教育、党史学习、“缅怀先烈、继承遗志”主题党日活动、“为人民服务”七一党建等系列活动，推行党员示范岗、党员责任区服务试点工作，增强党员守初心、担使命意识。根据上级非公党委的指导意见推动公司党建入章工作，2023年12月分别在公司党代会、董事会、股东大会上获得通过，确立党委组织在企业经营发展管理中的核心带动地位。

八、大力弘扬公益精神，矢志践行社会责任，彰显企业时代担当

在积极落实公司发展战略、业务效益不断攀高升级的同时，全力反哺地方经济、履行社会责任也是公司持之以恒的目标。公司始终将社会责任融于日常经营和发展过程中，全员上下秉承有益于公众、有益于环境、有益于社会的责任理念，这份慈心善举也得到社会各界的尊重与支持，使公司在发展中进一步获得品牌、信誉和创造力等无形资产，为公司可持续发展创造广泛社会价值。2023年，白银世贸中心坚持十年如一日，赴白银福利院举办陪伴特殊儿童群体健康成长慈善公益活动；西宁公司举办“助力贫困小学”、“致敬温暖城市的人”公益慰问活动，捐赠各类生活救助物资；12月18日甘肃临夏积石山县发生6.2级地震，公司第一时间赶赴灾区捐赠价值230万元救助物资，爱慕、百丽等各大品牌积极响应，共同帮助受灾群众度过难关。

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