

公司代码：600612900905

公司简称：老凤祥老凤祥 B

老凤祥股份有限公司
2018 年年度报告摘要

一 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网站等中国证监会指定媒体上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、准确、完整，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 众华会计师事务所（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 经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

拟以 2018 年 12 月 31 日总股本 523,117,764 股为基数，向全体股东每 10 股派发红利 11.00 元(含税)，总金额为 575,429,540.40 元(B 股红利按 2018 年度股东大会决议日下一工作日中国人民银行公布的美元兑换人民币中间价折算)。派发后母公司未分配利润余额为 776,244,793.19 元，结转下一年度。本年度不进行资本公积金转增股本。该预案尚需股东大会审议批准。

二 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	上交所	老凤祥	600612	中国铅笔、第一铅笔
B股	上交所	老凤祥B	900905	中铅B股

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	周富良	蔡旭姣
办公地址	上海市漕溪路270号1号楼606室	上海市漕溪路270号1号楼615室
电话	(021)54480605	
电子信箱	cfp612@126.com	cxj0724@163.com

2 报告期公司主要业务简介

公司主要从事黄金珠宝首饰、工艺美术品、笔类文具制品的生产经营及销售，主营业务涵盖三大

产业，一是以“老凤祥”商标为代表的黄金珠宝首饰产业；二是以“工美”知名品牌为代表的工艺美术品产业；三是以“中华”商标为代表的笔类文具用品产业。其中公司核心板块老凤祥有限从源头采购到设计、生产、销售，都有着丰富的经验和成熟的体系，尤其在品牌知名度和渠道覆盖率方面极具优势。2018年老凤祥有限营业收入占到公司总额的99.02%，利润占到公司总额的91.45%，为公司经营业绩的重要保证。

2018年，全国珠宝首饰行业经历了过山车似的转折。上半年一度出现整体业绩恢复性增长态势，进入下半年却重现疲态，整体业绩归于平淡，经营困难已经成为业内许多珠宝企业的现状。但同时，一些在产品工艺设计、市场营销创新、品牌文化内涵方面有所作为的企业，仍然在困境中砥砺前行。

2018年，面对国际政治、经济、金融市场动荡，双边或多边贸易摩擦加剧；国际金价箱体震荡；国内经济运行稳中有变，稳中有忧，经济下行压力有所加大；国内珠宝首饰业仍未摆脱底部徘徊等外部严峻环境，公司紧紧围绕董事会提出的年度经营目标和重点工作，以“十三五”规划为指向，坚定发展理念，坚定突破信心，坚定责任担当，继续发扬敢想、敢做、敢突破的企业精神，以创新为基点，以管理为抓手，以增效为目标，保持战略定力，扎扎实实地把每项工作真正落到实处，确保了公司持续健康发展的良好势头。

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

	2018年	2017年	本年比上年 增减(%)	2016年
总资产	15,486,229,561.21	13,424,051,601.52	15.36	14,056,131,961.50
营业收入	43,784,473,455.70	39,809,976,805.34	9.98	34,963,775,085.10
归属于上市公司股东的净利润	1,204,539,030.12	1,136,195,994.58	6.02	1,057,486,582.70
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,082,626,654.71	1,023,485,026.91	5.78	983,884,907.41
归属于上市公司股东的净资产	6,191,360,024.30	5,607,412,765.10	10.41	5,061,431,452.89
经营活动产生的现金流量净额	-370,631,144.10	1,248,249,647.60	-129.69	-978,589,266.91
基本每股收益 (元/股)	2.3026	2.1720	6.01	2.0215
稀释每股收益	2.3026	2.1720	6.01	2.0215

(元/股)				
加权平均净资产收益率(%)	20.26	21.13	减少0.87个百分点	21.83

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	14,125,226,405.93	11,123,926,228.38	11,255,699,978.70	7,279,620,842.69
归属于上市公司股东的净利润	333,923,093.34	315,964,590.30	337,913,651.70	216,737,694.78
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	319,267,995.98	309,214,926.57	324,311,045.05	129,832,687.11
经营活动产生的现金流量净额	-612,930,434.65	1,777,308,504.24	-984,796,292.14	-550,212,921.55

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股本及股东情况

4.1 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

截止报告期末普通股股东总数(户)							36,204
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)							37,579
截止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	质押或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
上海市黄浦区国有资产监督管理委员会	0	220,171,793	42.09	0	无	0	国家
Golden China Master Fund	0	15,593,813	2.98	0	未知		未知
GREENWOODS CHINA	0	10,121,529	1.93	0	未知		未知

ALPHA MASTER FUND							
GUOTAI JUNAN SECURITIES (HONGKONG) LIMITED	-949,699	8,581,769	1.64	0	未知		未知
SHENWAN HONGYUAN NOMINEES (H. K.) LIMITED	-2,588,233	5,985,263	1.14	0	未知		未知
招商证券香港有限公司	-213,184	5,304,576	1.01	0	未知		未知
全国社保基金一一五组合	131,793	4,680,000	0.89	0	未知		未知
中国农业银行股份有限公司—安信消费医药主题股票型证券投资基金	1,334,692	4,410,101	0.84	0	未知		未知
中国平安人寿保险股份有限公司—东证资管—平安人寿委托投资1号定向资产管理计划	-4,950,000	4,004,483	0.77	0	未知		未知
NORGES BANK	0	3,669,541	0.70	0	未知		未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司前十名股东中，上海市黄浦区国有资产监督管理委员会与其他9名股东无关联关系，不属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人；除 Golden China Master Fund 与 GREENWOODS CHINA ALPHA MASTER FUND 为一致行动关系外，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《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》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

三 经营情况讨论与分析

1 报告期内主要经营情况

2018 年，营业总收入达到 437.84 亿元，完成董事会预算目标 423.8 亿元的 103.31%，比 2017 年的 398.10 亿元增长 9.98%；利润总额达到 21.50 亿元，完成董事会预算目标 20.81 亿元的 103.28%，比 2017 年的 19.65 亿元增长 9.40%；归属于上市公司净利润达到 12.05 亿元，完成董事会预算目标 11.87 亿元的 101.46%，比 2017 年的 11.36 亿元增长 6.02%。

2018 年，公司经营管理的的主要成效集中反映在以下五个方面：

（一）优化市场布局，加速营销网络建设，提高市场占有率

2018 年，公司进一步优化市场布局，加速营销网络建设，提高市场占有率。截至年末，老凤祥共计拥有营销网点达到 3521 家（含海外银楼 19 家），全年净增 347 家。其中自营银楼（网点）182 家（含海外 18 家），净增 5 家，连锁加盟店 3339 家，净增 342 家，年内新增加盟店数为近 5 年来最多。老凤祥营销网络布局的日益拓展，为公司的业绩的持续增长提供了最根本的保障。

2018 年内公司抓住融资机遇，积极推进和落实老凤祥香港公司银团贷款事项。同年 4 月，老凤祥香港公司获得了以澳新银行为牵头行的 2 亿美元的银团贷款。该笔银团贷款不仅弥补了老凤祥海外市场运营资金的不足、保证了海外拓展所需的流动性资金，而且对公司充分利用香港的免税政策，为上海老凤祥加大各类珠宝的海外采购起到了关键的作用。公司在此基础上进一步强化老凤祥香港公司的功能定位，加速海外市场发展，全年新开海外门店 6 家（美国 1 家、香港 5 家）。截至年末海外门店达到 19 家，实现年营业收入 3.96 亿元，同比增长 30.43%，海外发展的规模效应逐渐显现。

（二）以管理为抓手，规范营销网络运行，提升市场运行质量

2018 年内，公司在加速营销网络建设的同时，继续完善“五位一体”的营销模式，规范营销网络运行，提升运营质量。

总经销及专卖店管理方面：年内公司相继编辑出版了《总经销业务管理手册》、《连锁专卖店店铺运营管理手册》、《合资公司管理手册》、《总经销、零售商违约违规处理细则》，完善了原有制度和

规定，进一步规范了业务操作流程，细化统一了不同区域老凤祥品牌的管理操作办法。

自营银楼管理方面：公司制定了新版《银楼管理运营手册》、《连锁管理部门店配货制度》，加强了自营银楼统一规范管理，更好地促进了自营银楼对产品进行调配，有效地提升了门店的运行效率。全年公司直营零售业务（含专柜和海外零售）实现销售 35.25 亿元，同比增长 10.91%。

批发业务方面：以市场需求为导向，创新服务形式，扩大市场份额。公司通过内部协同、淡季营销非黄金类产品、适时开展多样化的营销活动、根据不同市场的需求和特点增加公司新品类的产品销售等一系列操作举措，全年老凤祥的批发业务实现销售 302.78 亿元，同比增长 14.59%，为公司整体目标的完成作出了重要贡献。

（三）以产品创新为重点，加快工艺升级，不断提升企业发展的核心竞争力

2018 年，公司主动贴近各层次不同群体消费者偏好，及时掌握市场动态，调整产品结构，深化自主创新，设计并推出一系列多款式、多规格的原创新产品和优质精品。全年累计有 2000 多款老凤祥新品投放市场。先后推出“灵羽”系列、“凤祥喜事”黄金首饰系列、迪士尼 2018 年新赛季系列产品、以及面向大众的多元市场的老凤祥“古法金”产品。全年产品更新率达到 27% 以上。

同时，公司持续调整优化产品结构，其中镶嵌首饰、彩宝、珍珠等非黄金类首饰继续保持良好的发展势头，全年累计实现销售 58.49 亿元，同比增长 4.54%；K 金类首饰实现销售 11.93 亿元，同比增长 28.29%；钟表、珐琅等新门类产品不断加大产品研发力度，保持了较快的发展速度，得到市场的充分肯定。

在高端定制领域，公司参与了“盛开的白玉兰”、“玉兰盛开宝瓶”等的设计与制作；与上海民族乐器一厂联合设计制作“海上凤韵”黄金镶宝高级红檀木古筝；设计制作了“翠玉听荷”、“鸿运当头”、“绽放”、“福”等高端翠钻珠宝作品。公司的高端定制全方位展现了老凤祥在人才、技术方面的深厚底蕴与综合实力。

（四）贯彻落实上海市打响“四大品牌”战略，以老凤祥 170 周年华诞为契机，强化品牌宣传，提升品牌认知度

2018 年，公司根据上海市打响“四大品牌”战略要求，结合自身实际，制定了《贯彻落实上海市“四大品牌”建设的实施意见》，明确了“四大品牌”建设的指导思想、总体目标和重点工作，并积极推进落实。同年 5 月，上海老凤祥有限公司和中国第一铅笔有限公司两家子公司双双获得首批“上海品牌”认证。

公司以老凤祥 170 周年华诞作为 2018 年品牌宣传的主线，深入挖掘百年民族品牌的历史文化内涵，拓展广告宣传载体，创新品牌宣传阵地，凸显老凤祥品牌价值。年内，公司首度冠名了京沪线、

京广线及西北地区高铁品牌列车，精心筹备参加了美国拉斯维加斯国际珠宝展览会、香港国际珠宝展、上海国际珠宝展览会、中国工艺美术大师作品暨手工艺术精品博览会。通过这一系列以老凤祥品牌 170 周年为主题的营销推广活动，让老凤祥百年老字号更紧跟时代消费潮流，体现年轻化与时尚化趋势。2018 年“老凤祥”品牌增值 13.24 亿元，达到 274.21 亿元。

公司在品牌宣传同时，以加强品牌管理为突破口，持续推进品牌维权工作，加大对近似商标的监控力度，使得一大批恶意傍附的近似商标被成功异议或无效；并且针对各地存在的假冒和近似商标侵权问题，积极进行工商投诉与法院诉讼。尤其是“百年凤祥”不正当竞争及商标侵权案件，公司已取得终审胜诉，“百年凤祥”商标被国家工商总局商评委宣告无效。上述品牌维权工作有力地打击了假冒侵权行为，净化了国内黄金珠宝首饰市场的环境，提升了老凤祥品牌的正能量。

（五）以“双百行动”为契机，聚焦未来发展，加强顶层设计，推进深化改革。

2018 年 8 月，公司被纳入中央国企改革“双百行动”企业名单。按照工作部署，公司制订了《“双百行动”综合改革实施方案》，明确了 2018-2020 年度在解决历史遗留问题、实现股权多元化、完善市场化经营机制和激励约束机制等方面的改革目标、任务和举措。

年内，公司引进了以央企国新为核心的战略投资者，由其受让了上海老凤祥有限公司职工持股会及自然人经营者的股权。同时，公司实施了上海西泠印社有限公司的股权结构调整。公司通过上述股权改革，不仅彻底有效解决了下属有关子公司股权僵化的问题，有利于今后建立更加科学、合理、规范的资产架构；也在战略合作层面实现了强强联合，为未来公司实现全球资源配置、扩大国际市场份额，推动老凤祥品牌逐步由民族品牌向国际品牌转型打下了坚实的基础。

2 导致暂停上市的原因

适用 不适用

3 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

6 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

√适用□不适用

1. 本公司报表期末即 2018 年 12 月 31 日纳入合并范围各级子公司共 58 户，具体披露内容详见附注。

2. 本公司本年度合并范围与上年度相比，注销关闭 2 户二级子公司、1 户四级子公司，具体披露内容详见附注。

老凤祥股份有限公司
2019 年 4 月 26 日