

证券代码：002867

证券简称：周大生

公告编号：2021-009

# 周大生珠宝股份有限公司 2020 年年度报告摘要

## 一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

非标准审计意见提示

适用  不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用  不适用

是否以公积金转增股本

是  否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 730815601 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 6 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本，以资本公积向全体股东每 10 股转增 5 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用  不适用

## 二、公司基本情况

### 1、公司简介

股票简称	周大生	股票代码	002867
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	何小林	周晓达	
办公地址	深圳市罗湖区翠竹街道布心路 3033 号水贝壹号 A 座 23 层	深圳市罗湖区翠竹街道布心路 3033 号水贝壹号 A 座 23 层	
电话	0755-61866669-8818	0755-61866669-8818	
电子信箱	szchowtaiseng@126.com	szchowtaiseng@126.com	

### 2、报告期主要业务或产品简介

#### (1) 公司主要业务

公司从事“周大生”品牌珠宝首饰的设计、推广和连锁经营，是国内最具规模的珠宝品牌运营商之一。“周大生”是全国中高端主流市场钻石珠宝领先品牌，主要产品包括钻石镶嵌首饰、素金首饰。

报告期，公司所在的珠宝首饰行业受新冠疫情影响明显，疫情防控使得公司门店销售、市场发展、供应链等主要经营活动相应停滞或延后，公司管理层积极应对、快速响应，带领全体员工协力做好疫情防控及复工复产工作，更加重视直播电商等数字化营销新业态，线上业务快速增长，截止报告期末，终端门店数量达到4189家。

#### (2) 公司主要产品

周大生基于自己的商业模式和品牌定位，将继续坚持以钻石为主力产品，比利时“LOVE100”星座极光百面切工钻石为核心产品，黄金为人气产品，铂金、K金、翡翠、珍珠、彩宝为配套产品，不断丰富和完善产品线。

周大生洞察市场需求，探寻时尚潮流，融合风格美学，业界独家研创“情景风格珠宝”，更精准定位消费人群，更深度解析情感共鸣与场景需求。专业呈现优雅、浪漫、迷人、摩登、自然五大产品风格，精准定位活力女孩、怡然佳人、知性丽人、魅力精英、星光女神五大消费人群。有效聚焦表达情感、表现自我两大需求方向，倾心研发多个系列组合，使风格美学下的产品更具有打动人心的生命力，向追求美丽人生的消费者奉献独特的珠宝首饰精品。

报告期内，公司继续加大钻石产品研发力量，产品系列迭代出新，向系列化、年轻化方向发展。针对不同客群，推出“Shining girl”与“甜蜜星人”、“幸福时刻”与“幸福花嫁”、“都市独白”与“挚”、“缪斯女神”、“梵高”艺术珠宝系列，分别匹配年轻女孩、婚嫁人群、都市白领、精英女性等目标人群，满足年轻消费群体崛起带来的多样化需求。





### 3、公司主要经营模式

#### 3.1、采购模式

公司采购的原材料主要为成品钻石、黄金和铂金金料等。公司设立供应链管理中心，负责钻石成品和金料的采购事宜，具体采购模式因采购品种而异。

#### 3.2、生产模式

公司将产品的生产外包予专业的珠宝首饰生产厂商，充分发挥其专业性和规模效应。针对国内珠宝首饰加工企业的现状和特点，建立了一套有效的供应商管理机制，实现了委外生产厂商的生产体系与公司业务发展的良性互动。

#### 3.3、指定供应商模式

公司加盟渠道的素金首饰产品供货一般通过指定供应商完成，产品仅限于公司指定品类和指定标准。指定供应商和加盟商自行结算货款，所选购产品均需经过公司内检和国家/地方检测机构检测合格后使用“周大生”品牌销售，公司根据黄金/铂金、黄金摆件、绒沙金摆件、K金、钯金、黄金镶嵌、银饰、翡翠、和田玉、珍珠等产品种类的重量、成本或标签价的一定比例收取产品品牌使用费。

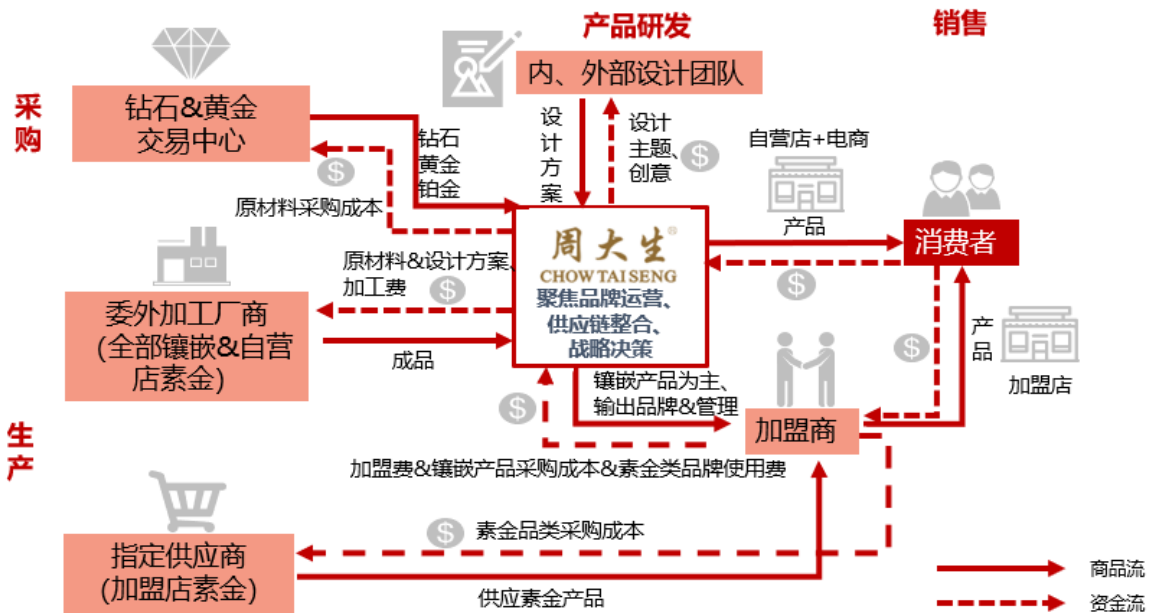
#### 3.4、销售模式

报告期内，公司采取加盟、自营和电商相结合的销售模式。自营店的经营区域主要为直辖市、部分省会城市等中大型城市的主城区，其他区域主要由加盟商经营。

自营主要是指公司商场联营/专卖店/电商平台向顾客销售产品。公司对产品和经营拥有控制权和所有权，享有店面产生的利润，同时承担店面发生的所有费用和开支。

加盟是指公司与加盟商签订《品牌特许经营合同》，授权加盟商在规定的区域，按照统一的业务和管理制度开设加盟店，加盟商拥有对加盟店的所有权和收益权，实行独立核算、自负盈亏。





数据来源：广发证券发展研究中心

#### 4、公司所处行业

公司所处行业为珠宝首饰零售业，自九十年代以来，在中国经济持续快速增长和人均收入水平不断提高的背景下，珠宝首饰消费在满足保值需求外，亦是人们追求时尚、彰显个性和身份地位的需要。目前，中国已经成为世界第二大钻石加工基地、世界上最大的珠宝首饰消费市场和世界第一大黄金消费国，是重要的珠宝首饰生产和消费国家。

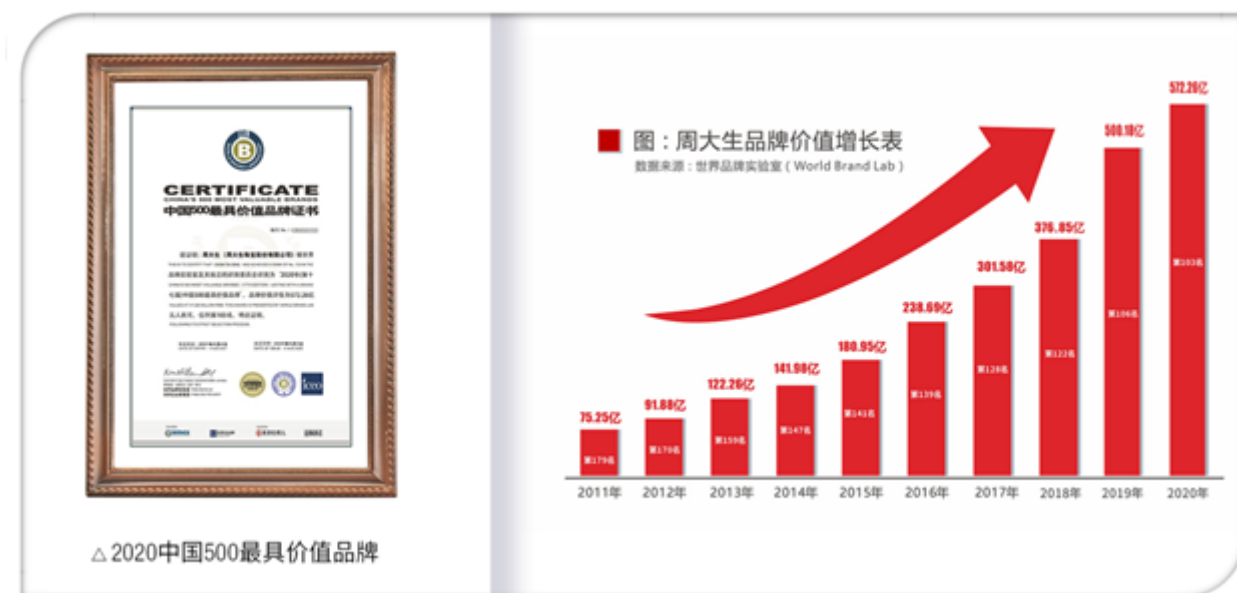
近年来，随着我国中产阶级的壮大和居民收入的持续上升，国内居民消费升级不断推进，可选消费品需求崛起，以珠宝首饰等为代表的中高端消费品市场已进入高速发展阶段。国际艺术市场发展规律显示，当人均GDP达到5000美元时，珠宝首饰消费需求会大幅上升，而2020年中国人均GDP已突破10000美元，中国中高端珠宝市场或将迎来新的发展阶段。与此同时，随着中国城镇化进程加快，城镇居民向三四线城市靠拢，三、四线城市中产阶级消费群体日益壮大，其消费增长需求已成为我国消费市场的巨大增长潜力。目前，中国的人均黄金珠宝消费水平与美国等发达国家还有较大差距，近年来受益于中国经济增长与居民人均可支配收入的提高，中国的人均黄金珠宝消费相较于发达国家有较快速度的增长，未来随着销售总额的稳步提升，我国人均黄金珠宝消费仍有上行空间。

除了宏观经济增长因素外，消费群体年龄结构、消费偏好、消费习惯也在发生转变，千禧一代和Z时代对镶嵌品类的影响更为积极。根据戴比尔斯发布的钻石行业分析报告，年轻女性已成为我国女性钻石消费的主力，创造了我国超过80%以上的钻石需求。他们更加注重产品品质、个性化设计及服务体验，并以完善自身内在素质和外在形象为目标，包括设计风格、款式、工艺也日益被消费者看重，消费升级以及消费主力人群的切换，使自我佩戴与装饰、自我取悦的消费需求快速增加，消费行为更趋于日常化，为周大生等具有“品牌、渠道、产品”等核心竞争优势和持续创新能力的珠宝首饰企业提供了更广阔的市场空间。

#### 5、行业基本竞争格局

国内市场现有的珠宝首饰企业大致可以分为三类：一是品牌知名度较高和地域覆盖率较为广阔，如品牌市场占有率较高的周大福、老凤祥、周大生等珠宝首饰市场领先企业；二是知名度高，但地域覆盖度低，价格昂贵，如Cartier、Tiffany等品牌；第三类：知名度较低或渠道覆盖面较为局限的品牌。当前珠宝首饰行业竞争激励，市场竞争者数量众多，在资本助力下，将有更多优质珠宝企业登陆A股，珠宝产业将呈现“百花齐放”的局面。

当前，我国黄金珠宝首饰行业集中度还比较低，根据欧睿数据，2019年CR5不足30%。日益竞争激励的市场环境和2020年新冠疫情的考验，加速行业集中度提升。“周大生”品牌经过多年的深耕营运，积极拥抱变革与创新，锐意进取，市场竞争力突出，已成为中国境内珠宝首饰市场最具竞争力的品牌之一，根据中宝协出具的证明，“周大生”品牌市场占有率在境内珠宝首饰市场均排名前三。同时，自2011年起，公司连续九年获得世界品牌实验室（World Brand Lab）“中国500最具价值品牌”，品牌价值从2018年的376.85亿元上升到2020年的572.26亿元，位居中国轻工业第二。



### 3、主要会计数据和财务指标

#### (1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是  否

单位：元

	2020年	2019年	本年比上年增减	2018年
营业收入	5,084,128,474.22	5,439,289,153.42	-6.53%	4,869,944,473.54
归属于上市公司股东的净利润	1,013,312,721.93	991,420,924.96	2.21%	806,116,447.13
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	945,801,093.95	913,785,000.79	3.50%	751,511,650.47
经营活动产生的现金流量净额	1,361,431,320.16	797,785,171.93	70.65%	366,578,710.63
基本每股收益 (元/股)	1.40	1.37	2.19%	1.12
稀释每股收益 (元/股)	1.40	1.37	2.19%	1.12
加权平均净资产收益率	20.15%	22.91%	减少 2.76 个百分点	22.18%
	2020年末	2019年末	本年末比上年末增减	2018年末
资产总额	6,655,743,538.85	5,922,031,695.89	12.39%	5,887,338,070.90
归属于上市公司股东的净资产	5,385,676,479.86	4,710,267,379.60	14.34%	3,941,358,933.32

#### (2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	677,640,238.92	995,749,731.16	1,675,425,526.95	1,735,312,977.19
归属于上市公司股东的净利润	100,560,022.20	229,987,942.73	381,751,641.41	301,013,115.59
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	88,851,117.98	215,396,639.95	358,360,063.55	283,193,272.47
经营活动产生的现金流量净额	-67,151,310.03	393,847,486.43	880,414,351.94	154,320,791.82

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

#### 4、股本及股东情况

##### (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

报告期末普通股股东总数	20,796	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	18,025	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
深圳市周氏投资有限公司	境内非国有法人	55.56%	406,012,500	0	质押	75,315,000	
深圳市金大元投资有限公司	境内非国有法人	7.19%	52,555,428	0			
香港中央结算有限公司	境外法人	4.41%	32,222,625	0			
北极光投资有限公司	境外法人	2.64%	19,263,073	0			
全国社保基金一零一组合	其他	1.54%	11,248,894	0			
平潭综合实验区泰有股权投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	1.40%	10,203,238	0			
广发基金管理有限公司-社保基金四二零组合	其他	1.26%	9,187,166	0			
招商银行股份有限公司-安信价值回报三年持有期混合型证券投资基金	其他	1.03%	7,543,995	0			
中国建设银行股份有限公司-安信价值精选股票型证券投资基金	其他	0.97%	7,088,252	0			
招商银行股份有限公司-东方阿尔法精选灵活配置混合型发起式证券投资基金	其他	0.72%	5,253,969	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司实际控制人周宗文先生和周华珍女士持有公司控股股东周氏投资 100% 的股权，同时周宗文先生持有公司股东金大元 80% 的股权，周华珍女士为泰有投资的执行事务合伙人。公司控						

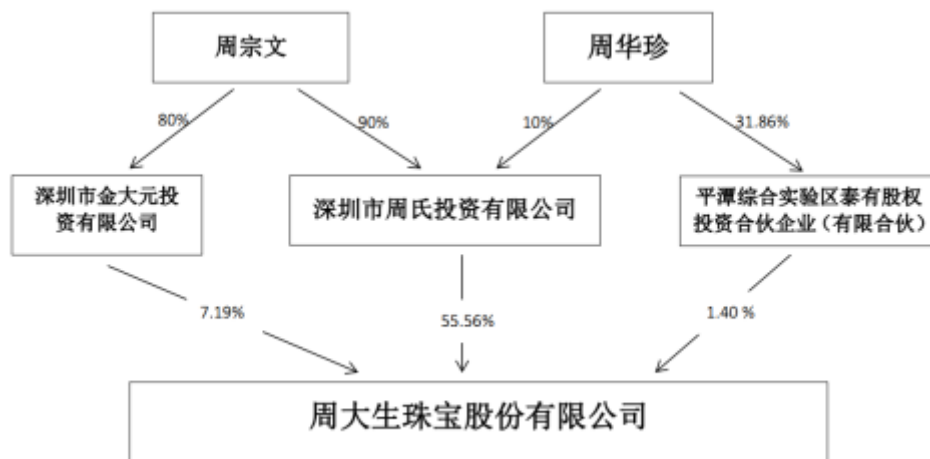
	股股东周氏投资、股东金大元和泰有投资均受同一实际控制人控制。周飞鸣先生持有本公司股东金大元 20% 的股权，周飞鸣是实际控制人周宗文先生及周华珍女士之子。除此之外，公司未知其他股东之间，是否存在关联关系或为一致行动人。
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	公司控股股东周氏投资于 2020 年 7 月 24 日其持有的公司股份 60,000,000 股转入广发证券客户信用交易担保证券账户中，该部分股份的所有权未发生转移。

## （2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

## （3）以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



## 5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券  
否

## 三、经营情况讨论与分析

### 1、报告期经营情况简介

2020年度，面对新冠疫情和外部经济环境的严峻挑战，本公司坚持既定品牌发展战略，凝心聚力，勇毅笃行，努力化解外部环境不利因素，统筹推进公司经营和发展的各项任务，积极做好疫情防控及复工复产工作，快速恢复受新冠疫情影响的经营业务。在稳固既有市场的同时，不断创新营销手段，积极推进新零售渠道发展，更加重视新型数字化营销模式业务，线上业务快速发展；持续优化产品结构，推动产品迭代升级，“情景风格珠宝”、“shining girl”、“幸福花嫁”等系列产品受到市场广泛认可。在充满挑战的外部经营环境中，“渠道、产品、供应链管理”等核心竞争能力持续提升，各项经营管理工作扎实推进，2020年度营业收入及经营业绩稳定，表现出较强的发展韧性及抗风险能力，也展现出公司优秀的经营活力及战略执行力。

#### （一）财务状况

报告期末公司资产总额66.56亿元，较报告期初增长12.39%，主要由于经营业绩增长使得货币资金等流动性资产增加所致；负债总额12.66亿元，较报告期初下降7.37%，归属于母公司的股东权益总额53.86亿元，较报告期初增长14.34%，报告期末资产负债率为19.01%，流动比率为3.84，加权平均净资产收益率为20.15%，公司资产结构持续优化，盈利能力持续稳定，经营资金充足，流动性较强，财务状况整体良好。

报告期末流动资产47.59亿元，占资产总额的71.5%，主要为货币资金、应收账款、存货以及委托理财形成的其他流动资产等，其中货币资金16.8亿元，占报告期末流动资产的35.3%，存货23.91亿元，占报告期末流动资产

的50.25%。

报告期末非流动资产18.97亿元，占资产总额的28.50%，主要为发放贷款及垫款、其他权益工具投资、其他非流动金融资产、固定资产及在建工程、无形资产及长期待摊费用等，其中发放贷款及垫款3.09亿元，其他权益工具投资3.93亿元，其他非流动金融资产3.15亿元，固定资产及在建工程3.28亿元，无形资产4.27亿元，长期待摊费用及递延所得税资产1.24亿元。

报告期末公司负债总额为12.66亿元，主要为黄金租赁形成的交易性金融负债、应付账款及应付票据、预收账款及合同负债、应交税费及其他应付款项等，其中黄金租赁业务报告期末按公允价值计量额度交易性金融负债余额1.73亿元，应付账款及应付票据期末余额4.23亿元，较期初增长17.78%，主要由于报告期四季度采购钻石规模回升使得应付钻石供应商采购款项增加所致；其他应付款期末余额3.41亿元，主要为客户履约保证金以及第一期员工股权激励计划的限制性股票回购义务等；报告期末预收账款及合同负债余额5,800.01万元，主要为收到的加盟客户预付及订单订金款项。

报告期末归属母公司所有者权益为53.86亿元，其中股本总额7.31亿元、资本公积16.86亿元、法定盈余公积余额3.7亿元，报告期末未分配利润27.23亿元，其中母公司未分配利润22.49亿元。

## （二）经营情况

报告期，公司实现营业收入50.84亿元，同比下降6.53%，在一季度受新冠疫情影响大幅下降的情况下，公司经营业务自疫情趋缓后逐步恢复常态，其中：2020年下半年实现营业收入34.11亿元，较上年同期增长11.84%。报告期公司营业利润13.09亿元，较上年同期增长4.09%，实现归属上市公司的净利润10.13亿元，较上年同期增长2.21%，主要由于公司收入结构变化、盈利水平提升等因素影响所致。

报告期，新冠疫情对珠宝首饰行业影响明显，公司自营及加盟渠道的线下门店销售业务同比均有所下降，对以一二线城市百货商场门店为主的自营门店销售影响尤为明显，同时，消费者行为习惯的变化也使得电商业务的得以快速发展，疫情因素在一定程度上促进了收入结构的改变。报告期，加盟业务营业收入32.02亿元，较上年同期下降11.56%；自营线下业务营业收入7.2亿元，较上年同期下降34.26%；自营线上（电商）业务营业收入9.71亿元，继续保持较快增长，较上年同期增长93.9%。以产品类别划分，受益于金价上涨及电商销售增长因素，报告期素金类产品营业收入16.75亿元，较上年同期增长5.7%，疫情因素对镶嵌产品门店销售冲击较为明显，报告期镶嵌类产品营业收入22.09亿元，较上年同期下降26.35%。

2020年度累计实现营业毛利20.86亿元，较上年同期增加1.29亿元，同比增幅6.59%，其中：自营线下业务销售毛利3.01亿元，较上年同期下降18.29%，自营线上（电商）业务销售毛利3.50亿元，较上年同期增长153.75%，加盟业务毛利12.56亿元，较上年同期毛利额增长0.71%，宝通供应链服务、小贷金融及其他业务毛利合计1.79亿元。随着收入结构变化及部分品类毛利率提高，整体毛利水平较上年同期有所提升，报告期整体毛利率为41.03%，较上年同期提高5.05个百分点。

报告期期间费用总额7.56亿元，较上年同期增长3.72%，其中管理、研发及销售费用总额7.79亿元，较上年同期增加5,818.96万元，同比增长8.07%，主要由于销售费用中电商业务线上渠道费用增长所致。

报告期其他收益4,987.20万元，较上年同期下降35.43%，主要由于报告期公司采购规模减少，自境外钻石采购形成的增值税返还同比下降所致。

报告期营业外收支净额1,505.71万元，较上年同期减少56.62%，主要由于报告期收到的政府补助较同期减少使得营业外收入同比下降，以及报告期为应对新冠疫情，履行社会责任，公司捐助发起成立周大生天使公益基金等营业外支出同比增加所致。

## 2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是  否

## 3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用  不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
素金首饰	1,675,259,047.61	379,582,168.09	22.66%	5.70%	17.98%	2.36%
镶嵌首饰	2,208,947,830.09	598,295,383.11	27.09%	-26.35%	-25.70%	0.24%



品牌使用费	553,234,169.65	553,234,169.65	100.00%	37.74%	37.74%	0.00%
-------	----------------	----------------	---------	--------	--------	-------

#### 4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是  否

#### 5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用  不适用

#### 6、面临退市情况

适用  不适用

#### 7、涉及财务报告的相关事项

##### (1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用  不适用

(1) 2017 年 7 月 5 日，财政部发布了《关于修订印发<企业会计准则第 14 号—收入>的通知》（财会[2017]22 号）（以下简称“新收入准则”），并要求境内上市公司自 2020 年 1 月 1 日起施行。根据上述文件的要求，公司对原采用的相关会计政策进行相应调整。

新收入准则将现行收入和建造合同两项准则纳入统一的收入确认模型；以控制权转移替代风险报酬转移作为收入确认时点的判断标准；识别合同所包含的各单项履约义务并在履行时分别确认收入；对于包含多重交易安排的合同的会计处理提供更明确的指引；对于某些特定交易（或事项）的收入确认和计量给出了明确规定。

(2) 公司自 2020 年 1 月 1 日起施行新收入准则，根据新旧准则衔接规定，公司自 2020 年第一季度起按新准则要求进行会计报表披露，根据首次执行新收入准则的累积影响数，调整当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。将 2019 年 12 月 31 日“预收账款”中的已收商品订单款项，反映为已收取对价而应向客户转让商品的义务，在 2020 年 1 月 1 日将预收的商品订单款项调整至“合同负债”，对应的“待转销项税”重分类为“其他流动负债”。

(3) 执行新收入准则对公司 2020 年 1 月 1 日财务报表的主要影响如下：

项目	资产负债表 (合并)			资产负债表 (母公司)		
	2019年12月31日	新收入准则调整影响	2020年1月1日	2019年12月31日	新收入准则调整影响	2020年1月1日
预收款项	114,529,616.14	-17,400,323.24	97,129,292.90	327,593,558.79	-13,455,224.71	314,138,334.08
合同负债		15,398,516.14	15,398,516.14		11,907,278.50	11,907,278.50
其他流动负债		2,001,807.10	2,001,807.10		1,547,946.21	1,547,946.21

(4) 与原收入准则相比，执行新收入准则对 2020 年度财务报表相关项目的影响如下：

受影响的资产负债表项目	影响金额（2020 年 12 月 31 日）	
	合并	母公司
预收款项	-8,656,532.52	-6,180,487.36
递延收益	-2,167,743.85	-2,167,743.85
合同负债	9,828,392.03	7,637,201.64
其他流动负债	995,884.34	711,029.57

**(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明**

适用  不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

**(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明**

适用  不适用

本报告期，公司新设3家子公司，自设立之日起将其纳入合并范围，具体如下：

子公司名称	设立日期	本报告期是否纳入合并范围
周大生珠宝（太原）有限公司	2020年6月8日	是
周大生珠宝（南京）有限公司	2020年7月8日	是
深圳市数捷通科技有限公司	2020年8月19日	是