

公司代码：600916

公司简称：中国黄金

**中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司**  
**2022 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 [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 天健会计师事务所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

公司拟向全体股东每10股派发现金股利3.00元（含税）。截至本年度报告披露日，公司总股本1,680,000,000股。以此计算拟派发现金红利504,000,000.00元，占当年合并报表中归属于上市公司普通股股东净利润的65.85%。分红完成后母公司可供分配利润余额为481,067,317.23元。上述分红符合《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》和《公司章程》的相关规定。公司独立董事同意该利润分配方案并发表独立意见。

本议案尚需公司股东大会批准。

## 第二节 公司基本情况

### 1 公司简介

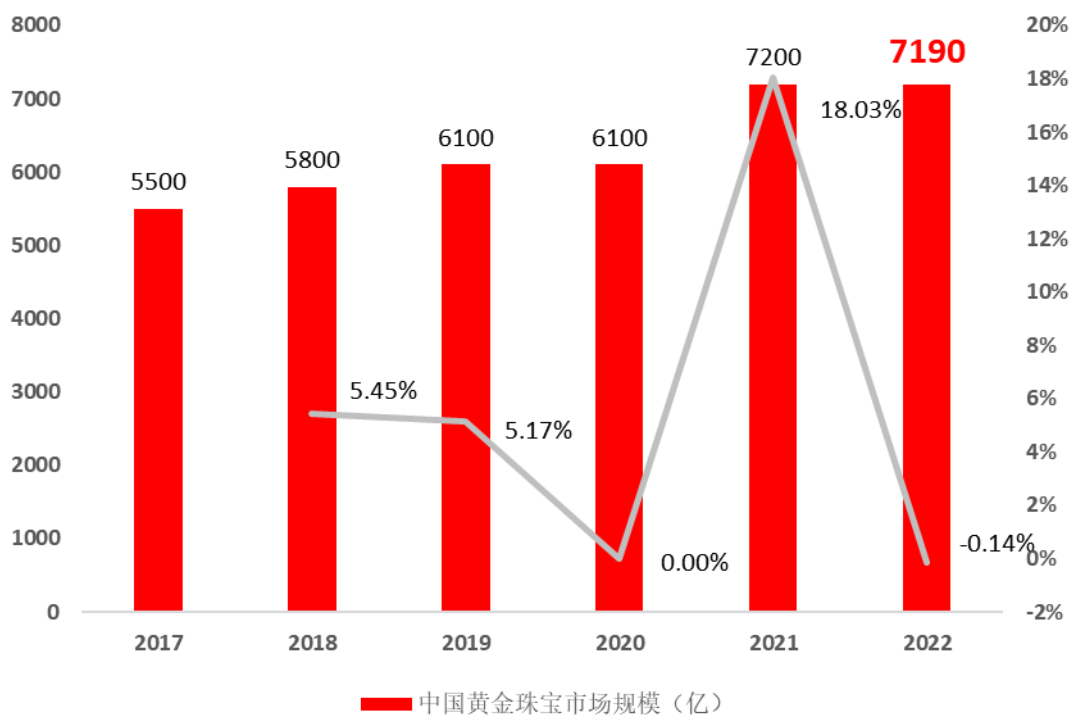
公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	中国黄金	600916	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	陈军	-
办公地址	北京市东城区东四南大街249号北计大楼（南楼）	-
电话	010-84115629	-
电子信箱	chenjun@chnau99999.com	-

## 2 报告期公司主要业务简介

报告期内，消费支出结构发生变化的背景下，消费者对于消费类黄金珠宝产品的需求从传统的婚嫁需求逐渐扩展至个性化与充满设计感的“悦己、自戴”型和礼品性需求。目前，技术进步叠加古法金、IP 联名等新颖产品设计理念，克服了黄金材质的固有缺陷、延展了金饰的设计空间和收藏价值，在复杂的外部环境下展现行业韧性。根据中国珠宝玉石首饰行业协会数据显示，中国 2022 年黄金珠宝市场规模达到 7190 亿，同比减少 0.14%。

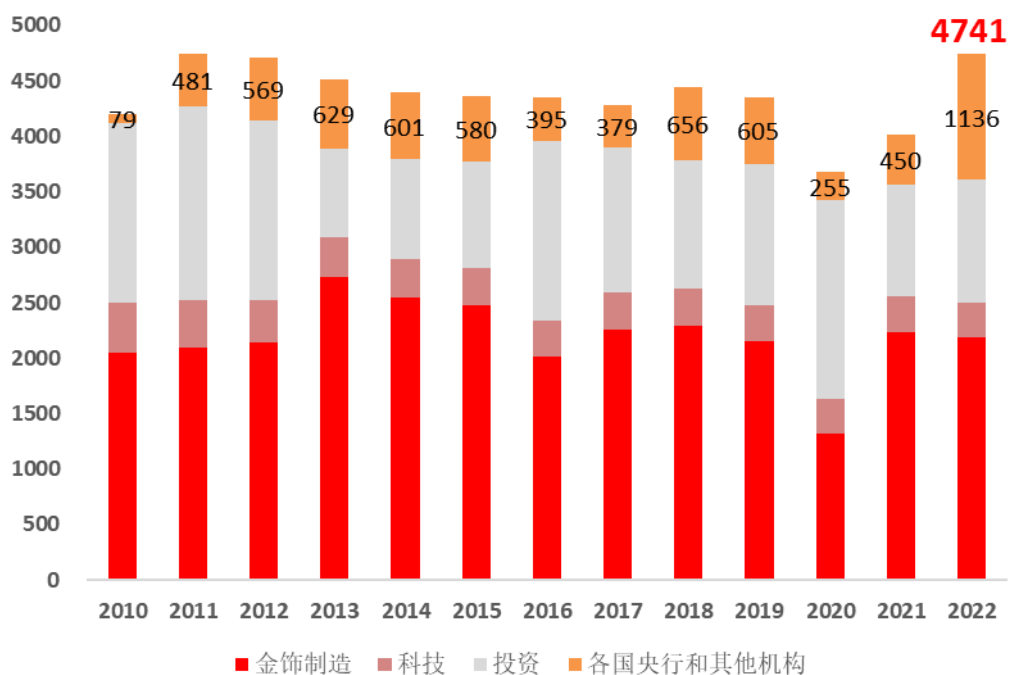
图表 1：中国黄金珠宝市场规模



数据来源：中国珠宝玉石首饰行业协会

2022 年，在复杂多变的市场环境对供应链和劳动力供给带来的负面影响及俄乌冲突带来的大宗商品价格上涨背景下，全球经济面临通货膨胀风险。全球主要经济体的央行采取加息紧缩型货币政策来抑制通货膨胀。在复杂的外部环境影响下，国际黄金价格在历史较高水平进行波动，黄金保值的货币属性突显，全球央行 2022 年购金数量达到创纪录的 1,136 吨，推动全球黄金需求总量达到 4,741 吨，同比增长 18%。

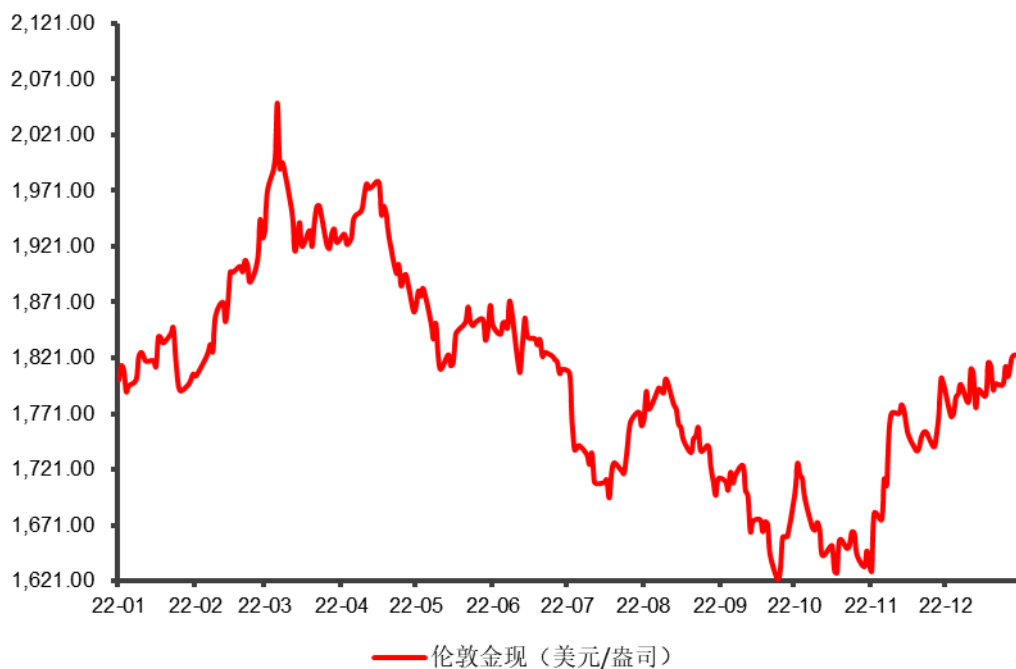
图表 2：全球黄金需求 (吨)



数据来源：世界黄金协会

2022 年第一季度，俄乌冲突爆发之后，在避险情绪推动下，金价在 3 月份升至 2,069 美元/盎司。第二季度，美联储鹰派货币政策推动美元指数和美债收益率上涨，金价回落至 1,810 美元/盎司。第三季度，国际金价持续下跌，并触达年内最低点 1,620 美元/盎司附近。在第四季度中，美联储加息周期放缓，国际金价再度反弹。

图表 3：2022 年伦敦金价表现

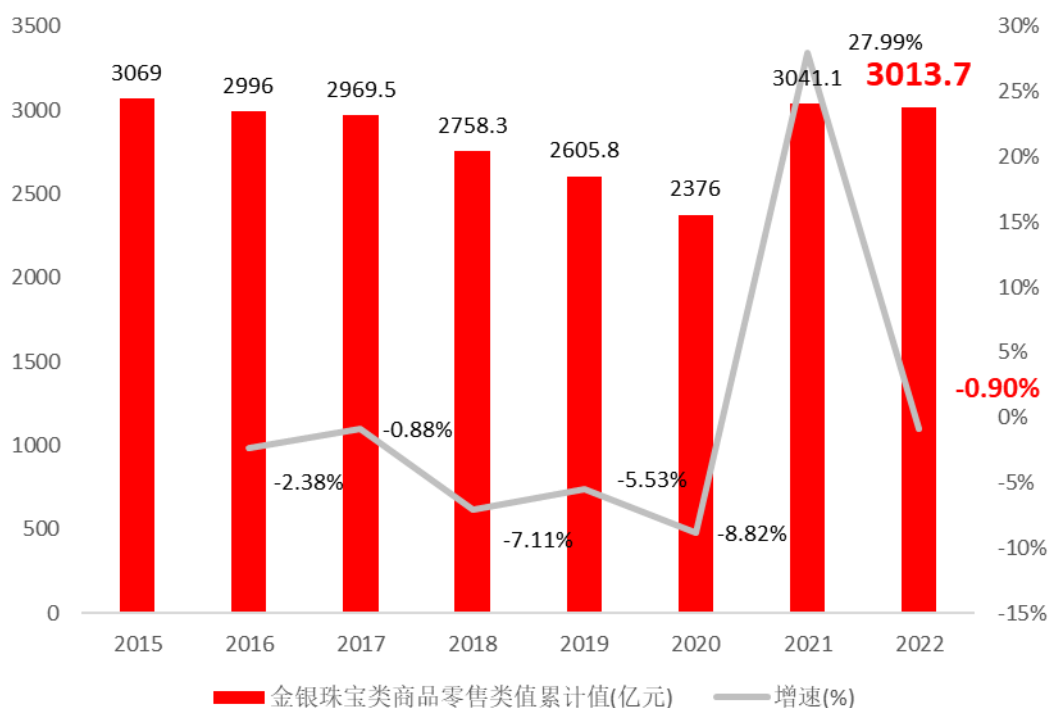


数据来源：wind

从需求端来看，黄金需求周期来自于消费需求周期与投资需求周期的叠加。其中，消费需求的可选属性较强，对金价的敏感度较低，主要受到宏观层面结婚人数、居民人均可支配收入等因素影响，整体表现比较平稳；投资需求以获取投资收益为目的，主要通过购买金条、金币以及黄金 ETF 等产品进行投资，对黄金价格的敏感度较高。

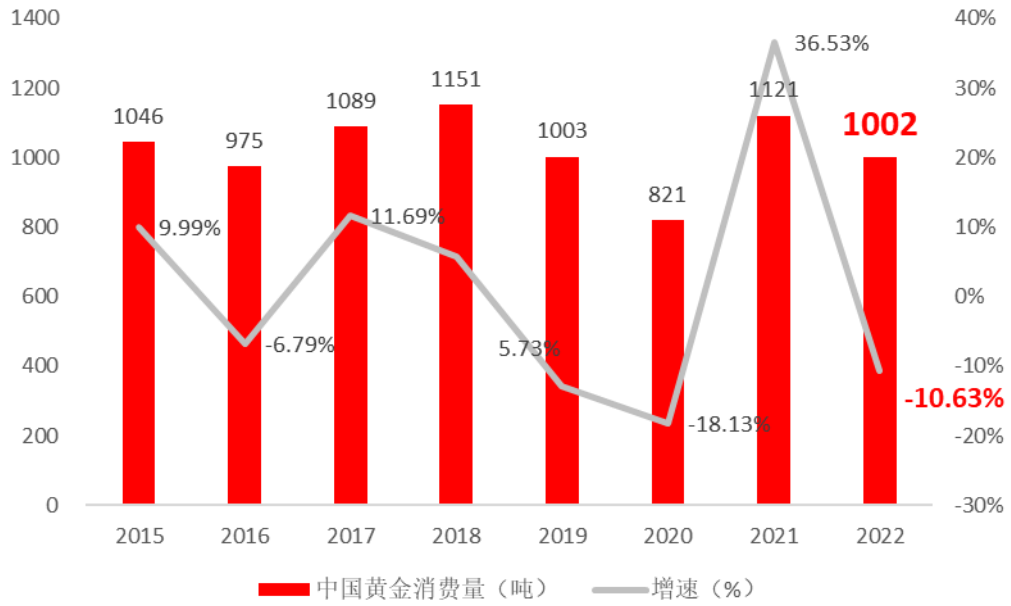
从国内数据来看，根据国家统计局公布的数据，2022 年全国金银珠宝类商品零售类值累计值为 3,013.7 亿元，相比较 2021 年 3,041.1 亿元下降 0.9%。同时，根据中国黄金协会公布的数据，2022 年全国黄金消费量 1,001.74 吨，与 2021 年同期相比下降 10.63%。其中：黄金首饰 654.32 吨，同比下降 8.01%；金条及金币 258.94 吨，同比下降 17.23%；工业及其他用金 88.48 吨，同比下降 8.55%。

图表 4：金银珠宝类商品零售类累计值（亿元）



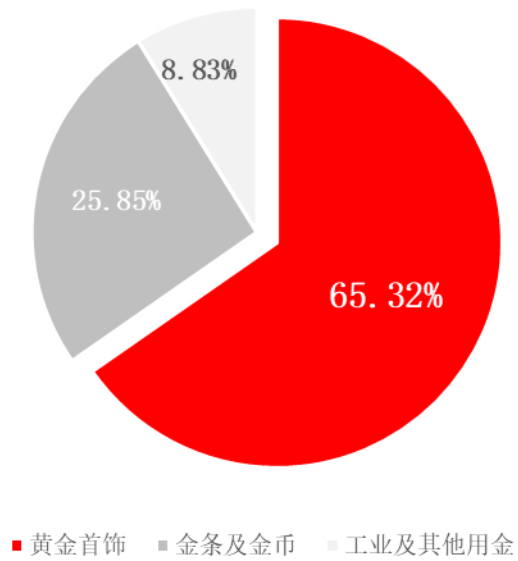
数据来源：国家统计局

图表 5：中国黄金消费总量（吨）



数据来源：中国黄金协会、wind

图表 6：国内黄金消费结构 (%)



数据来源：中国黄金协会



### **(一)公司主营业务及主要产品情况**

公司主要从事黄金、白银、珠宝、首饰、模具产品的创意研发、加工、批发及零售；各种金属纪念币、章的设计、生产、批发与销售；黄金手表、K金手表、铂金手表、贵金属镶嵌手表与贵金属智能电子穿戴设备的研发，设计与销售；外包装物的生产、加工、批发及零售，黄金白银旧料回收利用；办公用品、礼品、工艺品的批发和零售；普通货物道路运输，贵金属的仓储及物流,会展服务等。

### **(二)经营模式**

#### **(1) 采购模式**

按照采购类别区分，公司的采购主要分为原材料采购和成品采购。原材料采购主要为黄金等原材料的采购；成品采购主要为K金珠宝类产品成品以及部分黄金产品的采购。此外，公司还通过黄金租赁等形式获取部分黄金原材料。

整体而言，在保证必要生产、销售所需库存的前提下，公司采用“以销定采”的模式开展原材料采购和成品采购。制定了《原材料及库存风险控制管理规定》《黄金、白银原材料采购制度》《产品采购管理制度》《业务板块风险控制及财务核算暂行办法》《债务筹资管理办法》等制度，规范采购业务流程，合理规避库存风险。

#### **(2) 生产模式**

公司采用“以销定产”的原则组织产品生产。黄金产品中的金条产品主要有公司的子公司三门峡金银制品公司自行生产；黄金产品中的黄金首饰、部分黄金制品主要以委托外部工厂加工的方式完成生产；K金珠宝类产品和部分黄金制品以成品采购为主，不涉及公司生产环节。

#### **(3) 销售情况**

公司的销售模式主要包括直销模式和经销模式。直销模式主要包括直营店渠道、银行大客户渠道、电商渠道等，经销模式主要为加盟店渠道，并在报告期间拓展了线上经销渠道，大大提升线上市场渗透。

#### (4) 黄金回购情况

公司已入围上金所可提供标准金锭企业名单，在报告期内于线下开设贵金属回购中心、健全完善互联网回购体系，全面开展品牌黄金产品回购业务，拓展公司品牌在黄金回收、加工市场的占有率和影响力。

回购体系融合公司资源，已建立规范化、标准化的黄金回收流程体系，秉承“黄金为民 送福万家”理念透明化回收价格，打破当前黄金回购市场良莠不齐的局面；多平台开发线上回购小程序、优化回购业务平台，持续提升“中国黄金”在黄金回收、精炼领域的品牌优势与行业竞争力。还开辟“黄金回收直播”、“黄金讲堂”、“黄金实时监测”等内容环节，为消费者提供更加专业的黄金回收知识、开展用户培育，打造新型黄金生态圈，助力中国黄金品牌“销售+回收”稳健发展。

### 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

	2022年	2021年	本年比上年 增减(%)	2020年
总资产	11,630,272,806.24	11,020,147,914.10	5.54	9,027,204,717.31
归属于上市公司股东的净资产	6,917,885,753.45	6,555,977,083.36	5.52	5,199,331,943.50
营业收入	47,124,267,012.00	50,757,666,182.96	-7.16	33,787,625,207.12
归属于上市公司股东的净利润	765,332,976.62	794,432,297.73	-3.66	500,156,147.72
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	694,600,112.43	758,181,856.89	-8.39	444,142,603.58
经营活动产生的现金流量净额	1,193,199,145.18	814,945,004.81	46.41	555,500,091.13
加权平均净资产收益率(%)	11.36	12.91	减少1.55个百分点	10.11
基本每股收益(元/股)	0.46	0.48	-4.17	0.33
稀释每股收益(元/股)	0.46	0.48	-4.17	0.33



### 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	14,367,527,573.85	10,963,290,424.72	10,358,898,909.18	11,434,550,104.25
归属于上市公司股东的净利润	251,811,093.80	187,260,057.12	174,905,947.75	151,355,877.95
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	241,708,261.45	183,048,223.96	163,845,520.81	105,998,106.21
经营活动产生的现金流量净额	-513,328,976.47	-237,349,511.22	601,323,274.97	1,342,554,357.90

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

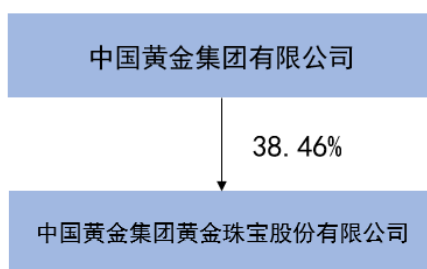
截至报告期末普通股股东总数（户）		68,595					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）		98,344					
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）		0					
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）		0					
前 10 名股东持股情况							
股东名称 (全称)	报告期内 增减	期末持股数 量	比例 (%)	持有有限售 条件的股份 数量	质押、标记或冻 结情况		股 东 性 质
					股 份 状	数 量	

					态		
中国黄金集团有限公司	0	646,050,000	38.46	646,050,000	无	0	国有法人
龙口彩凤聚鑫商贸中心(有限合伙)(曾用名:北京彩凤金鑫商贸中心(有限合伙))	0	147,150,000	8.76	0	质押	65,000,000	境内非国有法人
中金黄金股份有限公司	0	98,700,000	5.88	98,700,000	无	0	国有法人
中信证券投资有限公司	50,385,508	54,314,492	3.23	0	无	0	其他
宿迁涵邦投资管理有限公司	30,965,200	44,184,800	2.63	0	无	0	境内非国有法人
泉州君融信息咨询中心(有限合伙)(曾用名:北京黄金君融信息咨询中心(有限合伙))	0	33,150,000	1.97	33,150,000	无	0	境内非国有法人
泉州东创信息咨询中心(有限合伙)(曾用名:北京黄金东创信息咨询中心(有限合伙))	0	29,850,000	1.78	29,850,000	无	0	境内非国有法人
泉州玮业信息咨询中心(有限合伙)(曾用名:北京黄金玮业信息咨询中心(有限	0	27,000,000	1.61	27,000,000	无	0	境内非国

合伙))							有法人
北京市黄金科技工程咨询有限公司	0	23,100,000	1.38	23,100,000	无	0	国有法人
香港中央结算有限公司	0	22,446,774	1.34	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	中国黄金集团及其控股的中金黄金、北京市黄金科技工程咨询有限公司合计持有本公司股份 45.72%，中国黄金集团为本公司控股股东。泉州君融信息咨询中心（有限合伙）、泉州玮业信息咨询中心（有限合伙）和泉州东创信息咨询中心（有限合伙）为公司员工持股平台，合计持有本公司 5.36%的股份。除此之外，公司未知上述前十名股东及前十名无限售条件股东关联或一致行动关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

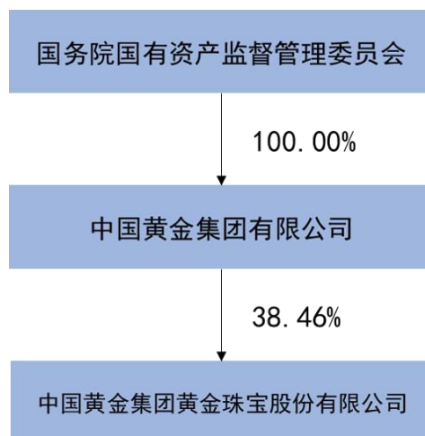
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

2022 年，公司营业总收入达到 471.24 亿元，利润总额达到 9.47 亿元，归属于上市公司股东净利润达到 7.65 亿元。

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