

周大生珠宝股份有限公司

2021 年度业绩快报

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

特别提示：本公告所载2021年度的财务数据仅为初步核算数据，已经公司内部审计部门审计，未经会计师事务所审计，与年度报告中披露的最终数据可能存在差异，请投资者注意投资风险。

一、2021年度主要财务数据和指标

单位：人民币元

项目	本报告期	上年同期	增减变动幅度 (%)
营业总收入	9,155,200,043.27	5,084,128,474.22	80.07%
营业利润	1,585,575,994.90	1,308,822,677.59	21.15%
利润总额	1,597,592,588.60	1,323,879,772.29	20.68%
归属于上市公司股东的净利润	1,228,253,814.11	1,013,312,721.93	21.21%
归属于上市公司股东的扣除非经常损益的净利润	1,193,352,443.37	945,801,093.95	26.17%
基本每股收益 (元)	1.13	0.93	21.51%
加权平均净资产收益率	21.39%	20.15%	提高 1.24 个百分点
	本报告期末	本报告期初	增减变动幅度 (%)
总资产	6,993,515,739.70	6,655,743,538.85	5.07%
归属于上市公司股东的所有者权益	5,772,244,508.95	5,385,676,479.86	7.18%
股本	1,096,223,401.00	730,815,601.00	50.00%

归属于上市公司股东的每股净资产（元）	5.27	7.37	-28.49%
--------------------	------	------	---------

注：以上数据以合并报表数据填列（未经审计）。

二、经营业绩和财务状况情况说明

报告期，面对世纪疫情和激烈的市场竞争环境，公司聚焦经营战略发展目标，在逆境中凝心聚力，迎难而上，变革创新，积极探索融合发展新模式，适时启动省级服务中心业务，有效提升供应链运营及资金周转效率，着力整合市场优质客户资源，激发渠道发展活力，强化周大生珠宝在目标市场的品牌拓展及渗透力，强化品牌势能。截止2021年末，公司门店数量达到4502家，报告期净增门店数量313家；在产品研发方面，报告期年度内陆续推出了“LOVE100星座极光钻石大师系列”、“周大生非凡古法黄金系列”特色产品，组织推动“大钻赋能”项目，情景风格珠宝产品体系不断完善，在产品研发上不断迭代优化，产品竞争力持续提升，围绕黄金产品的目标人群、应用场景等元素构建了“欢乐童年、浪漫花期、幸福花嫁、吉祥人生、美丽人生、璀璨人生”六大产品线，加强时尚类、文创类黄金的研发推广，在黄金产品上逐步发力，报告期黄金品类增长明显；在营运方面，报告期不断创新营销手段，加速线上线下融合，提升终端门店精细化运营管理水平，挖掘内生增长动力，公司经营业务继续保持较好的发展态势，迈出坚实有力的发展步伐。

报告期，公司实现营业收入91.55亿元，同比增长80.07%，由于报告期公司通过省级服务中心开展黄金展销业务，在黄金产品上逐步发力，下半年度黄金产品销售增长明显，同时黄金产品收入结构有所变化所致；报告期公司营业利润15.86亿元，较上年同期增长21.15%，实现归属上市公司股东的净利润12.28亿元，较上年同期增长21.21%，实现归属上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润11.93亿元，较上年同期增长26.17%（该增速超过营业利润增速5.02个百分点），表明公司经营业务发展保持向好态势、经营效率和盈利水平提升。自公司2017年上市以来，公司净利润平均增长率为23.51%；且自2011年以来，公司连续11年ROE超过20%。

截至报告期末，公司资产总额为69.94亿元，较报告期初增长5.07%，归属于上市公司股东的所有者权益为57.72亿元，较报告期初增长7.18%，报告期末资产负债率为17.32%；报告期末公司总股本为10.96亿元，较报告期期初增长50%，归属于上市公司股东的每股净资产为5.27元，较报告期初下降28.49%，主要由于报告期实施以资本公积转增股本权益分派方案，资本公积转增后股本增加所致。

三、与前次业绩预计的差异说明

公司在本次业绩快报披露前，根据相关规定未对2021年度业绩进行预计披露。

四、备查文件

- 1、经公司现任法定代表人、主管会计工作的负责人、会计机构负责人签字并盖章的比较式资产负债表和利润表。
- 2、内部审计部门负责人签字的内部审计报告。

周大生珠宝股份有限公司

董事会

2022年3月12日