
周大生珠宝股份有限公司

2021 年度财务决算报告

报告期，公司持续聚焦经营战略发展目标，面对世纪疫情以及激烈的市场竞争环境，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 星座极光钻石大师款”、“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，通过持续的迭代优化，使得“情境风格”产品体系不断完善，产品竞争力进一步提升，在黄金产品上逐步发力，品牌特色、经典畅销、时尚文创等黄金产品体系初步形成，报告期黄金品类增长明显；在营运方面，报告期加速线上线下融合，创新营销手段，积极推进新零售渠道发展，通过网络社交、直播平台等渠道多维度提升品牌影响力，精准赋能门店，提升终端门店精细化运营管理水平，挖掘内生增长动力，公司各项经营业务在报告期继续保持较好的发展态势，迈出坚实稳健的发展步伐。

一、会计报表审计意见

安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）为公司出具了安永华明（2022）审字第 61763326_H01 号标准无保留意见的审计报告，报告认为公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了公司 2021 年 12 月 31 日的合并及公司财务状况，以及 2021 年度的合并及公司经营成果和现金流

量。

二、主要财务数据和指标

报告期，公司实现营业收入 91.55 亿元，同比增长 80.07%，公司营业利润 15.79 亿元，较上年同期增长 20.61%，实现归属上市公司股东的净利润 12.25 亿元，较上年同期增长 20.85%，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 26.16%。报告期加权平均净资产收益率为 21.33%，较上年同期提高 1.18 个百分点，基本每股收益 1.12 元，同比增长 20.43%。

截至报告期末，公司资产总额 70.16 亿元，较报告期初增长 5.41%，负债总额 12.19 亿元，较报告期初下降 3.69%，归属于母公司的股东权益总额 57.87 亿元，较报告期初增长 7.45%，报告期末资产负债率为 17.37%，流动比率为 4.75，报告期经营活动产生的现金流量净额为 1.96 亿元，较上年同期下降 85.57%，主要由于公司三季度启动省级服务中心黄金展销业务后，黄金类销售业务快速增长，报告期采购支付款项增长较快，受备货周期以及应收账款账期因素影响，采购活动所形成的库存商品及应收账款尚未完全转化为销售活动现金流入所致。报告期公司资产结构持续优化，盈利能力稳定，经营资金充足，资金使用效率有所提升，保持较强的流动性，财务状况整体良好。

主要会计数据及财务指标

项目	报告期（2021 年度）	上年同期	本报告期比上年同期增减（%）
营业收入（元）	9,155,200,043.25	5,084,128,474.22	80.07%
营业利润（元）	1,578,525,365.92	1,308,822,677.59	20.61%
利润总额（元）	1,590,541,959.62	1,323,879,772.29	20.14%
归属于上市公司股东的净利润（元）	1,224,611,693.59	1,013,312,721.93	20.85%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	1,193,250,092.76	945,801,093.95	26.16%
经营活动产生的现金流量净额（元）	196,519,698.68	1,361,431,320.16	-85.57%

基本每股收益（元/股）	1.12	1.40	20.43%
稀释每股收益（元/股）	1.12	1.40	20.43%
加权平均净资产收益率	21.33%	20.15%	提高1.18个百分点
扣除非经常性损益后的加权净资产收益率	20.78%	18.81%	提高1.97个百分点
项目	本报告期末	上年度期末	本报告期末比年初数增减（%）
总资产（元）	7,016,112,160.77	6,655,743,538.85	5.41%
归属于上市公司股东的净资产（元）	5,787,152,783.53	5,385,676,479.86	7.45%
归属于上市公司股东的每股净资产（元/股）	5.28	7.37	-28.36%

三、报告期的主要经营情况

1、终端门店情况

公司在优化市场布局、稳定既有市场份额的同时更加强调拓店质量，持续着力构建“优胜劣汰”的良性管理生态，报告期末周大生品牌终端门店数量4502家，其中加盟门店4264家，自营门店238家，2021年度累计新增门店734家，累计撤减门店421家，净增加门店313家，下半年拓店力度有所加快，报告期净增店数较上年同期增长75.84%，期末终端门店数量较上年度末增长7.47%，其中，报告期末专卖店数量1993家，占门店总数的44.27%，商场店数量2509家，占门店总数的55.73%。按门店所在城市线级划分，分布在一二线的终端门店1351家，占比30%；分布在三四线及以下城市的终端门店3151家，占比70%；其中90.75%的自营终端门店集中在一二线城市，73.38%的加盟终端门店分布在三四线及以下线级城市。

单位：家

城市线级	类型	2021年				2020年			
		增加	减少	净增减	期末数量	增加	减少	净增减	期末数量
一二线	加盟	235	92	143	1135	180	121	59	992
	自营	18	26	-8	216	8	33	-25	224
	小计	253	118	135	1351	188	154	34	1216
三四线及以下	加盟	477	296	181	3129	444	296	148	2948
	自营	4	7	-3	22	1	5	-4	25

	小计	481	303	178	3151	445	301	144	2973
合计	加盟	712	388	324	4264	624	417	207	3940
	自营	22	33	-11	238	9	38	-29	249
	小计	734	421	313	4502	633	455	178	4189

报告期公司新开自营门店 22 家，新开自营终端门店营业面积 1,506.22 m²，新开加盟门店 712 家，新开加盟门店营业面积 7.76 万 m²，2021 年度公司关闭门店 421 家，占报告期末门店总数的 9.35%，其中自营门店撤减 33 家、加盟门店撤减 388 家，加盟撤店中因加盟客户选择重开或变更经营主体的撤店为 171 家，剔除该因素影响报告期加盟撤店数量为 217 家，加盟门店撤店率为 5.09%，保持在合理良性范围。

2、收入及利润情况

利润简表

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	增减%
一、营业收入	915,520.00	508,412.85	80.07%
减：营业成本	665,475.19	299,796.12	121.98%
二、税金及附加	8,927.42	6,922.84	28.96%
三、期间费用	78,602.87	75,609.62	3.96%
四、资产减值损失	-11,158.52	-1,585.94	603.59%
五、公允价值变动损益	-142.72	1,135.13	-112.57%
六、投资净收益	1,672.68	96.27	1637.44%
七、其他收益	4,877.84	4,987.20	-2.19%
八、营业利润	157,852.54	130,882.27	20.61%
九、营业外收支净额	1,201.66	1,505.71	-20.19%
十、利润总额	159,054.20	132,387.98	20.14%
十一、归属母公司净利润	122,461.17	101,331.27	20.85%

报告期,公司积极探索融合发展新模式,激发渠道发展活力,自下半年开始,通过引入省级服务中心合作的方式开展黄金展销业务,黄金产品体系初步形成,在黄金产品上逐步发力,黄金产品类收入增长明显。报告期公司实现营业收入91.55亿元,同比增长80.07%,公司经营业绩在充满挑战的的困难外部环境下实现了较好增长。

报告期,加盟业务营业收入65.22亿元,较上年同期增长103.66%;自营线下业务营业收入12.6亿元,较上年同期增长74.97%;自营线上(电商)业务营业收入11.48亿元,较上年同期增长18.17%。

以产品类别划分,报告期素金类产品营业收入55.65亿元,较上年同期增长232.22%,镶嵌类产品营业收入22.29亿元,较上年同期增长0.9%,品牌使用费收入6.94亿元,较上年同期增长25.43%。整体上黄金类产品增长较为明显,疫情因素以及经济环境变化因素使得镶嵌产品销售受到了明显抑制。

单位:万元

按业务渠道划分	2021年		2020年		同比增减
	金额	占比	金额	占比	
自营(线下)	125,971.33	13.76%	71,994.93	14.16%	74.97%
互联网(线上)	114,805.55	12.54%	97,149.94	19.11%	18.17%
加盟	652,206.98	71.24%	320,239.95	62.99%	103.66%
供应链服务	6,130.51	0.67%	4,676.20	0.92%	31.10%
小贷金融	3,517.16	0.38%	3,065.77	0.60%	14.72%
工程项目管理	191.45	0.02%	184.01	0.04%	4.04%
其他业务收入	12,697.03	1.39%	11,102.05	2.18%	14.37%
营业收入合计	915,520.00	100.00%	508,412.85	100%	80.07%

以产品类别划分,报告期素金类产品营业收入55.65亿元,镶嵌类产品营业收入22.29亿元,加盟品牌使用费收入6.94亿元,分别占整体营业收入的60.79%、24.34%、7.58%,由于黄金销售大幅增长,收入结构发生了较明显的变化,黄金类产品销售收入占比较上年同期大幅增加,镶嵌类产品收入受新冠疫情及经济环

境因素影响同比增长 0.9%，其整体收入占比较上年同期下降较大，收益于黄金市场持续向好，品牌使用费收入较上年同期增长 25.43%。

单位：万元

按产品类别划分	2021 年		2020 年		同比增减
	金额	占比	金额	占比	
素金首饰	556,549.70	60.79%	167,525.90	32.95%	232.22%
镶嵌首饰	222,872.55	24.34%	220,894.78	43.45%	0.90%
其他首饰	21,391.04	2.34%	24,838.98	4.89%	-13.88%
加盟管理服务	22,777.37	2.49%	20,801.74	4.09%	9.50%
加盟品牌使用费	69,393.19	7.58%	55,323.42	10.88%	25.43%
供应链服务	6,130.51	0.67%	4,676.20	0.92%	31.10%
小贷金融	3,517.16	0.38%	3,065.77	0.60%	14.72%
工程项目管理	191.45	0.02%	184.01	0.04%	4.04%
其他业务收入	12,697.03	1.39%	11,102.05	2.18%	14.37%
营业收入合计	915,520.00	100%	508,412.85	100%	80.07%

2021 年度累计实现营业毛利额为 25 亿元，较上年同期增加 4.14 亿元，同比增幅 19.86%，其中：自营线下业务实现销售毛利额 3.81 亿元，较上年同期增长 26.45%，自营线上（电商）业务实现销售毛利额 3.26 亿元，较上年同期略有下降，加盟业务实现毛利额 15.82 亿元，较上年同期毛利额增长 25.94%，宝通供应链服务、小贷金融及其他业务毛利合计 2.11 亿元，较上年同期增长 18.01%。报告期整体毛利率为 27.31%，较上年同期下降 13.72 个百分点，主要由于黄金类销售收入快速增长使得收入结构发生了较大变化所致。

报告期期间费用总额为 7.86 亿元，较上年同期增长 3.96%，其中管理、研发及销售费用总额 8.07 亿元，较上年同期增加 2,791.86 万元，同比增长 3.58%，主要由于销售费用随经营业务发展增长所致。

四、报告期末资产、负债及股东权益状况

报告期末公司资产总额 70.16 亿元，较 2020 年度末增长 5.41%，负债总额

12.19 亿元，较 2020 年度末下降 3.69%，归属于母公司的股东权益总额 57.87 亿元，较报告期初增长 7.45%。

报告期末流动资产 52.57 亿元，占资产总额的 74.93%，主要为货币资金、应收账款以及存货等，其中货币资金 12.89 亿元，占报告期末流动资产的 24.52%，应收账款 6.82 亿，较上年度末增长 402.74%，主要由于报告期通过省级服务中心开展黄金展销业务给予加盟客户短账期服务所形成的应收账款尚未到期回笼所致，报告期末存货余额 27.48 亿元，占报告期末流动资产的 52.26%，报告期末存货较期初增加 14.9%，主要由于本期业务量增长备货量增加所致。

报告期末非流动资产 17.59 亿元，占资产总额的 25.07%，主要为其他权益工具投资、其他非流动金融资产、固定资产及在建工程、使用权资产、无形资产及长期待摊费用等，其中其他权益工具投资 3.86 亿元，其他非流动金融资产 3.01 亿元，固定资产及在建工程 3.98 亿元，无形资产 4.27 亿元，使用权资产 1.08 亿元，递延所得税资产 7,027.84 万元，长期待摊费用 4,837.18 万元。

报告期末公司负债总额为 12.19 亿元，主要为黄金租赁业务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，其中交易性金融负债期末余额 3,310.97 万元，应付账款及应付票据期末余额 3.45 亿元，其他应付款期末余额 3.81 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 5,323.33 万元，主要为收到的加盟客户预付款项及订单订金款项。

报告期末归属母公司所有者权益为 57.87 亿元，其中股本总额 10.96 亿元、资本公积 13.33 亿元、法定盈余公积余额 4.81 亿元，报告期末合并报表未分配利润 30.71 亿元，母公司未分配利润为 24.82 亿元，归属于上市公司股东的每股净资产为 5.28 元，较上年度末下降 28.36%，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。

五、报告期公司现金流量情况

报告期末公司账面货币资金余额 12.89 亿元，本年度现金净流出金额为 3.91 亿元，主要由于本年度利润分配支付现金股利以及业务模式变化采购活动支付的现金同比增加所致。其中，报告期经营活动净流入金额 1.97 亿元，投资活动净流出 2.90 亿元，筹资活动净流出 8.78 亿元。

单位：万元

项目	2021 年度	上年同期	同比增减%
经营活动现金流入小计	966,880.43	561,344.50	72.24%
经营活动现金流出小计	947,228.46	425,201.37	122.77%
经营活动产生的现金流量净额	19,651.97	136,143.13	-85.57%
投资活动现金流入小计	186,251.69	107,362.33	73.48%
投资活动现金流出小计	157,250.85	171,184.82	-8.14%
投资活动产生的现金流量净额	29,000.84	-63,822.49	145.29%
筹资活动现金流入小计	2,620.00		
筹资活动现金流出小计	90,383.44	33,616.90	168.86%
筹资活动产生的现金流量净额	-87,763.44	-33,616.90	-160.79%
现金及现金等价物净增加额	-39,113.28	38,693.49	-201.08%

(1) 报告期经营活动现金流入 96.69 亿元，较上年同期增长 72.24%，主要由于报告期公司积极探索创新业务模式，营运效率提升明显，通过省级服务中心开展黄金展销业务，同时推出“周大生非凡古法黄金“系列特色产品，黄金品类销售同比增长显著，营业收入实现较大幅度的增长所致。

(2) 报告期经营活动现金流出 94.72 亿元，较上年同期增长 122.77%，主要由于报告期黄金采购量随黄金类产品销售增长而同比大幅增加所致。

(3) 报告期经营活动产生的现金流量净额 1.97 亿元，较上年同期减少 85.57%，主要由于报告期末为加盟客户提供应收账款尚未到期收回以及备货库

存量增加所致。

(4) 报告期投资活动现金流入 18.63 亿元，同比增长 73.48%，主要由于报告期委托理财产品到期赎回同比增加所致。

(5) 报告期投资活动现金流出 15.73 亿元，同比减少 8.14%，主要由于报告期委托理财产品同比减少以及支付在建工程、厦门海峡黄金产业园投资款项所致。

(6) 报告期投资活动有关的现金流量净额 2.9 亿元，同比增加 145.29%，主要由于报告期委托理财产品到期赎回同比增加所致。

(7) 报告期筹资活动产生的现金流量净额-8.78 亿元，同比下降 160.79%，主要由于报告期分配现金股利较上年同期增加以及报告期执行新租赁准则偿还租赁负债本金和利息所支付的现金计入筹资活动现金流出所致。

(8) 报告期现金及现金等价物净增加额-3.91 亿元，主要由于报告期支付现金股利等筹资活动现金以及采购活动支付的经营活动现金流出增加所致。

周大生珠宝股份有限公司

2022 年 4 月 30 日