

甘肃刚泰控股（集团）股份有限公司

2015 年年度报告摘要

一 重要提示

- 1.1 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网站上仔细阅读年度报告全文。
- 1.2 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。
- 1.3 公司全体董事出席董事会会议。
- 1.4 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。
- 1.5 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	刚泰控股	600687	华盛达

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	张秦	马杰
电话	021-68865161	021-68865161
传真	021-68866081	021-68866081
电子信箱	gangtaikonggu@163.com	majie687@126.com

根据2016年3月14日公司第八届董事会第四十八次会议审议通过的2015年度利润分配预案，公司拟以公司总股本1,488,715,304股为基数，向公司全体股东每10股派发现金红利0.30元（含税），共计派发现金红利44,661,459.12元（含税）。2015年度不实施以资本公积金转增股本。该利润分配预案尚须提交公司2015年度股东大会审议通过后方可实施。

二 报告期主要业务或产品简介

2013 年公司完成重大资产重组,剥离房地产,注入大冶矿业,主营业务具有很强的周期属性。结合中国经济周期所处阶段和为股东创造稳定价值的目的,公司制定了向下游扩展增强消费属性,降低周期属性的发展战略。虽然黄金珠宝消费是万亿级的市场,传统的销售模式却面临严重发展瓶颈。一方面面临同业广铺网点,同质竞争的压力,另一方面面临租金运营成本快速上涨的压力。通过研究未来黄金珠宝消费群体演变方向,公司在 2014 年确立了互联网黄金珠宝垂直电商的发展目标。黄金珠宝不同于一般的快速消费品,互联网销售模式依然处于发展的初期。虽然存在光明的前景,但业务的开展需要脚踏实地的完整规划和推进。公司深耕行业多年,认为黄金珠宝存在三重属性,即商品属性,品牌属性和金融属性。一般的黄金珠宝饰品可以通过批量生产销售,购买者看中的是性价比;高端黄金珠宝饰品具有极高的附加值,购买者更看中品牌价值;同时由于其供给的稀缺性,黄金珠宝还具有抵抗通胀,保值增值的金融属性。公司根据这三个行业属性制定战略发展规划,依托于商品属性实现客户数和销售量的快速扩张;依托于品牌属性提升盈利能力,提高净利润率;依托于金融属性提供附加金融服务,提升客户粘性和资金使用效率。报告期内,为提升利润率,公司将产业链进一步向下游零售端延伸,为此在上半年收购了国鼎黄金公司 100%股权,获得上海黄金交易所综合类会员、中国金币特许零售商、上海造币有限公司特许经销商等业务资质和特许经营权。该项并购不仅进一步拓展了零售、银行等销售渠道,还帮助公司涉足文化金、纪念金等高利润产品。为紧随互联网消费时代日益增长的在线购买趋势,规避传统行业和传统经营模式的局限,公司积极创新,勇于开拓,率先布局“互联网+珠宝”平台,希望通过传统行业与新兴产业相结合,实现“弯道超车”。报告期内,公司通过并购珂兰钻石、优娜彩宝等珠宝一线平台,迅速拥有了成熟的 O2O 平台与完整体系,已经形成线上引流、线下体验成交的商业模式。为塑造有市场号召力的珠宝品牌,提升产品附加值,公司开始布局娱乐营销行业,收购了业内领先的瑞格传播公司,通过品牌植入、明星代言等各类娱乐营销方式促进黄金珠宝产品的销售。同时,公司还提前做了产业+金融布局,希望将来把 O2O 平台的资金与存量黄金吸引沉淀,对接到上下游企业,提供供应链金融服务。至此,公司从上游黄金开采进一步向下游黄金珠宝饰品销售延伸,从传统型销售模式进一步向“互联网+”的新型销售模式升级,从以生产型为主进一步向“生产+互联网珠宝+娱乐营销+金融服务”生态圈拓展,从而形成了互联网珠宝+娱乐营销+供应链金融的生态圈基本雏形。报告期内,公司十分重视社会责任、回馈广大股民和社会,在报告期内,公司进行了分红和转增股本,公司大股东、高管、员工基于对国内经济形势看好和对公司前景看好,纷纷增持股份。2015 年,上市公司实现营业收入 88.45 亿元。其中,黄金饰品、黄金艺术品、镶嵌饰品、K 金饰品、珠宝翡翠等主打产品的销售实现营业收入 75.80 亿元,贵金属收藏品销售 12.62 亿元,实现归属于上市公司股东净利润 3.48 亿元,扣除非经常性损益后的净利润为 3.15 亿元。

三 会计数据和财务指标摘要

单位:元 币种:人民币

	2015年	2014年	本年比上年 增减(%)	2013年
总资产	9,290,584,748.36	3,634,101,581.63	155.65	2,032,725,642.00
营业收入	8,845,208,939.40	4,741,797,373.56	86.54	1,407,996,173.17
归属于上市公司 股东的净利	347,551,480.16	251,174,570.43	38.37	89,409,487.12

润				
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	314,558,342.41	211,888,887.38	48.45	136,169,258.00
归属于上市公司股东的净资产	5,181,101,767.16	1,606,926,142.17	222.42	1,383,555,775.13
经营活动产生的现金流量净额	-510,039,641.72	-1,468,153,514.18		-761,006,818.98
期末总股本	1,488,715,304.00	490,245,195.00	203.67	377,111,688.00
基本每股收益(元/股)	0.322	0.512	-37.11	0.223
稀释每股收益(元/股)	0.322	0.512	-37.11	0.223
加权平均净资产收益率(%)	19.61	16.80	增加2.81个百分点	16.28

四 2015年分季度的主要财务指标

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	2,295,288,911.66	2,475,582,318.21	1,454,727,755.00	2,619,609,954.53
归属于上市公司股东的净利润	95,772,711.18	43,048,329.02	48,615,172.30	160,115,267.66
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	91,678,668.11	37,429,229.78	39,957,496.81	145,492,947.71
经营活动产生的现金流量净额	-221,566,968.11	-466,902,059.65	-165,781,694.56	344,211,080.60

五 股本及股东情况

5.1 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

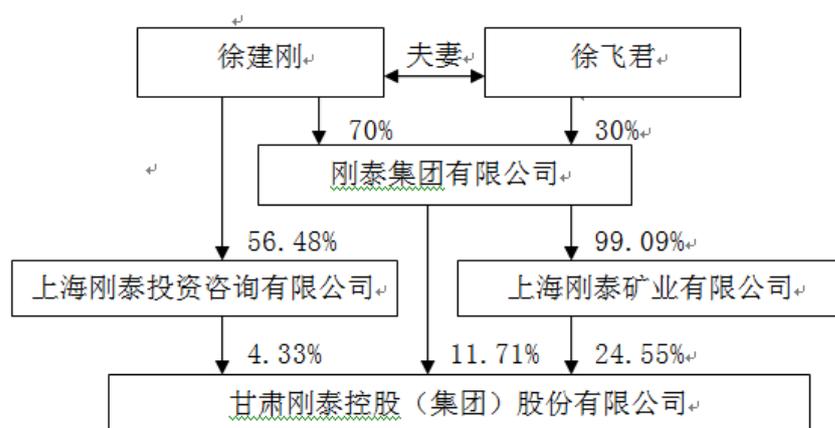
单位：股

截止报告期末普通股股东总数(户)	24,054
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	24,186
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	
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)	

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	
上海刚泰矿 业有限公司	0	365,440,057	24.55	365,013,059	质押	365,012,709	境内 非国 有法 人
刚泰集团有 限公司	100,502,512	174,299,695	11.71	100,502,512	质押	73,700,000	境内 非国 有法 人
兰州大地矿 业有限责任 公司	0	107,356,781	7.21	107,356,781	无	0	国有 法人
上海六禾嘉 睿投资中心 (有限合伙)	74,497,487	74,497,487	5.00	74,497,487	无	0	境内 非国 有法 人
上海刚泰投 资咨询有限 公司	64,414,071	64,414,071	4.33	64,414,071	质押	64,414,068	境内 非国 有法 人
上海淮茂股 权投资基金 管理合伙企 业(有限合 伙)	62,814,070	62,814,070	4.22	62,814,070	无	0	境内 非国 有法 人
上海见乙实 业有限公司	37,688,442	37,688,442	2.53	37,688,442	无	0	境内 非国 有法 人
南通元鼎投 资有限公司	37,688,442	37,688,442	2.53	37,688,442	无	0	境内 非国 有法 人
赫连剑茹	30,150,753	30,150,753	2.03	30,150,753	无	0	境内 自然 人
上海珂澜投 资管理中心 (有限合伙)	22,864,321	22,864,321	1.54	22,864,321	无	0	境内 非国 有法 人

上述股东关联关系或一致行动的说明	公司股东刚泰集团、刚泰矿业及刚泰投资咨询均为实际控制人徐建刚先生同一控制下的企业，本公司和刚泰集团、刚泰矿业、刚泰投资咨询均为徐建刚先生同一控制下的关联方。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	

公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



六 管理层讨论与分析

2013年公司完成重大资产重组，剥离房地产，注入大冶矿业，主营业务具有很强的周期属性。结合中国经济周期所处阶段和为股东创造稳定价值的目的，公司制定了向下游扩展增强消费属性，降低周期属性的发展战略。虽然黄金珠宝消费是万亿级的市场，传统的销售模式却面临严重发展瓶颈。一方面面临同业广铺网点，同质竞争的压力，另一方面面临租金运营成本快速上涨的压力。通过研究未来黄金珠宝消费群体演变方向，公司在2014年确立了互联网黄金珠宝垂直电商的发展目标。黄金珠宝不同于一般的快速消费品，互联网销售模式依然处于发展的初期。行百里者半九十，虽然存在光明的前景，但业务的开展需要脚踏实地的完整规划和推进。公司深耕行业多年，认为黄金珠宝存在三重属性，即商品属性，品牌属性和金融属性。一般的黄金珠宝饰品可以通过批量生产销售，购买者看中的是性价比；高端黄金珠宝饰品具有极高的附加值，购买者更看中品牌价值；同时由于其供给的稀缺性，黄金珠宝还具有抵抗通胀，保值增值的金融属性。公司根据这三个行业属性制定战略发展规划，依托于商品属性实现客户数和销售量的快速扩张；依托于品牌属性提升盈利能力，提高净利润率；依托于金融属性提供附加金融服务，提升客户粘性和资金使用效率。

报告期内，为提升利润率，公司将产业链进一步向下游零售端延伸，为此在上半年收购了国鼎黄金公司100%股权，获得上海黄金交易所综合类会员、中国金币特许零售商、上海造币有限公司特许经销商等业务资质和特许经营权。该项并购不仅进一步拓展了零售、银行等销售渠道，还帮助公司涉足文化金、纪念金等高利润产品。

为紧随互联网消费时代日益增长的在线购买趋势，规避传统行业 and 传统经营模式的局限，公司积极创新，勇于开拓，率先布局“互联网+珠宝”平台，希望通过传统行业与新兴产业相结合，实现“弯道超车”。报告期内，公司通过并购珂兰钻石、米莱彩宝等珠宝一线平台，迅速拥有了成

熟的 O2O 平台与完整体系，已经形成线上引流、线下体验成交的商业模式。

为塑造有市场号召力的珠宝品牌，提升产品附加值，公司开始布局娱乐营销行业，收购了业内领先的瑞格传播公司，通过品牌植入、明星代言等各类娱乐营销方式促进黄金珠宝产品的销售。

同时，公司还提前做了产业+金融布局，希望将来把 O2O 平台的资金与存量黄金吸引沉淀，对接到上下游企业，提供供应链金融服务。

至此，公司从上游黄金开采进一步向下游黄金珠宝首饰销售延伸，从传统型销售模式进一步向“互联网+”的新型销售模式升级，从以生产型为主进一步向“生产+互联网珠宝+娱乐营销+金融服务”生态圈拓展，从而形成了互联网珠宝+娱乐营销+供应链金融的生态圈基本雏形。

报告期内，公司十分重视社会责任、回馈广大股民和社会，在报告期内，公司进行了分红和转增股本，公司大股东、高管、员工基于对国内经济形势看好和对公司前景看好，纷纷增持股份。

2015 年，上市公司实现营业收入 88.45 亿元。其中，黄金饰品、黄金艺术品、镶嵌饰品、K 金饰品、珠宝翡翠等主打产品的销售实现营业收入 75.80 亿元，贵金属收藏品销售 12.62 亿元，实现归属于上市公司股东净利润 3.48 亿元，扣除非经常性损益后的净利润为 3.15 亿元。

七 涉及财务报告的相关事项

7.1 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。

公司合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，所有子公司均纳入合并财务报表。本期纳入合并范围的公司为本公司和 21 家子公司，比上年合并范围新增 12 家子公司。