

老凤祥股份有限公司 2014 年年度报告摘要

一、重要提示

1.1 本年度报告摘要来自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于上海证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

1.2 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	老凤祥	600612	中国铅笔、第一铅笔
B 股	上海证券交易所	老凤祥 B	900905	中铅 B 股

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	周富良	夏敏
电话	(021)54480605	(021)64833388-608
传真	(021)54481529	(021)54481529
电子信箱	cfp612@126.com	lfxm@189.cn

二、主要财务数据和股东变化

2.1 主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	2014年末	2013年末	本期末比上年 同期末增减(%)	2012年末
总资产	11,571,776,031.54	9,337,458,956.22	23.93	8,885,008,472.89
归属于上市公司股东的净资产	3,946,044,041.82	3,333,020,799.74	18.39	2,761,486,945.94
	2014年	2013年	本期比上年 同期增减(%)	2012年
经营活动产生的现金流量净额	2,579,291,609.85	1,522,213,496.66	69.44	750,528,303.92
营业收入	32,835,018,058.80	32,984,655,674.48	-0.45	25,553,399,023.52
归属于上市公司股东的净利润	939,899,401.66	889,854,673.71	5.62	611,307,662.50
归属于上市公司股东的扣除非 经常性损益的净利润	850,113,127.90	732,045,165.59	16.13	567,913,910.41
加权平均净资产收益率(%)	25.56	28.71	减少3.15个百分点	24.58
基本每股收益(元/股)	1.7967	1.7011	5.62	1.1686
稀释每股收益(元/股)	1.7967	1.7011	5.62	1.1686

2.2 截止报告期末的股东总数、前十名股东、前十名流通股东(或无限售条件股东)持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)						27701
年度报告披露日前第五个交易日末的股东总数(户)						26864
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)						0
年度报告披露日前第五个交易日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 件股 份数 量	质押或冻结的股份 数量	
上海市黄浦区国有资产监督管理委员会	国家	42.09	220,171,793	0	无	

GUOTAI JUNAN SECURITIES(HONGKONG) LIMITED	未知	3.95	20,665,941	0	未知	
Golden China Master Fund	未知	2.88	15,048,135	0	未知	
GREENWOODS CHINA ALPHA MASTER FUND	未知	1.95	10,220,643	0	未知	
SHENYIN WANGUO NOMINEES (H.K.) LTD.	未知	1.87	9,786,596	0	未知	
招商证券香港有限公司	未知	1.79	9,387,940	0	未知	
交通银行—华夏蓝筹核心混合型证券投资基金(LOF)	未知	1.38	7,204,905	0	未知	
MORGAN STANLEY & CO. INTERNATIONAL PLC	未知	0.94	4,943,093	0	未知	
PURE HEART VALUE INVESTMENT FUND	未知	0.82	4,306,150	0	未知	
中国工商银行—南方绩优成长股票型证券投资基金	未知	0.65	3,400,050	0	未知	
上述股东关联关系或一致行动的说明	(1) 公司控股股东与流通股东之间不存在关联关系或属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。 (2) 公司未知上述前十名无限售条件股东之间存在关联关系或属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。					

2.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



三、 管理层讨论与分析

3.1、 董事会关于公司报告期内经营情况的讨论与分析

2014年，受美国退出宽松货币政策和地缘政治、军事、经济冲突等综合因素影响，国际金价区间震荡剧烈，以及2013年“抢金潮”带来的消费透支，一定程度上打压了国内终端零售市场的消费情绪(世界黄金协会统计资料显示：全年中国金饰品需求同比下降33%)，行业整体销售呈现相对疲软的态势，相较前几年良好的增长数据，滑坡十分明显，包括业内其他上市公司等重点企业销售降幅普遍在两位数以上。在如此严峻的局面下，公司依然坚持充分发挥老凤祥黄金珠宝首饰这一核心产业的引擎作用，努力在各个领域加快转方式，调结构、促升级，最大限度地释放“老凤祥”品牌价值的溢出效应，为老凤祥赢得更多的发展空间，全年经济效益基本实现“稳中有升”的总目标。其中：

——营业收入达到328.86亿元，与2013年基本持平；

——利润总额达到16.41亿元，比2013年增长11.11%，实现了自2009年以来的“六连增”；

——归属于上市公司股东净利润达到9.40亿元，比2013年高出5.62%，折算成每股收益同比增长5.62%，达到1.7967元。

2014年公司经营管理的主要成效集中反映在以下方面：

(一) 品牌影响进一步提升。

2014年，公司突出“品位”和“经典”两大元素，提升老凤祥品牌的内在价值，将时尚创意和文化创新融入品牌的市场推广，集聚百年品牌世代传承的市场氛围。全年为弘扬“中国黄金第

一品牌”的市场影响力，累计投入 6034 万元市场推广费用，通过多种媒介工具，将“老凤祥”品牌向更广泛的地域渗透，促使产品走入更多的“寻常百姓家”。一年来取得了卓越成效，据独立第三方权威机构世界品牌实验室基于财务分析、消费者行为分析和品牌强度分析，“老凤祥”的品牌价值以 136.9 亿元再次入围中国 500 最具价值品牌排行榜，并连续十年蝉联这一殊荣。同时立足于品牌，加快产品结构调整，扩大新七类产品的销售占比。全年包括新七类产品在内的非黄金产品销售额达到 32 亿元，同比上升 33.10%，其中翡翠销售 5.54 亿元，增幅达到 8.79%，有力地改善了盈利能力。在全年公司营业收入基本持平的情况下，由于主营业务毛利率提升 0.49 个百分点，新增利润 14094 万元。

（二）渠道拓展进一步扩大。

2014 年，公司继续把加盟店的扩张放到首要位置上。针对三、四线城市空间大、需求旺的特点，分区域推进老凤祥加盟店在全国各城市的均衡布局，扩大产品的市场覆盖面，做大销售规模。全年新增加盟店 188 家，累计达到 1104 家，以创记录的年增长数提前完成“十二五”规划设定的千家目标。加上已设立的 167 家自营银楼（专柜）和 1465 家经销网点，截止年末，老凤祥全国营销网络已达到 2736 家，同比净增 112 家。渠道的持续拓展，为老凤祥产品销售注入了正能量，尽管受金价不稳定的冲击，黄金饰品的销售单价平均下挫了 13%，但黄金饰品实物销量再创历史新高，全年高达 89.74 吨，同比再增 11.44%。

（三）海外市场布局进一步推进。

2014 年，公司为把老凤祥打造成真正意义上的国际化品牌，成为根植于广大消费者的世界品牌，让中国民族品牌走向世界，让中国的首饰名品跨出国门，继 2012 年在澳洲悉尼开设海外第一家老凤祥品牌特许专卖店，2013 年老凤祥珠宝（香港）有限公司正式运营之后，于 2014 年 12 月 5 日，在毗邻时代广场的美国纽约第五大道 585 号开出了首家老凤祥银楼旗舰店，营业面积 450 平方米，老凤祥银楼纽约旗舰店正以其民族风格的装饰在世界名品云集的“时尚地标”占据一席之地。

（四）对外投资力度进一步增强。

2014 年，是公司对外投资最为密集的一年。经董事会七届十三次（临时）会议和八届二次、四次、五次次会议审议批准，先后作出合资创建老凤祥珠宝首饰（东莞）有限公司、合资组建老凤祥银楼余姚旗舰店有限公司、合资组建老凤祥银楼北京前门（店）有限公司、增资老凤祥美国有限公司、合资组建老凤祥加拿大有限公司等多项投资决定，总投资规模近 11700 万元人民币。通过这些具有前瞻性的项目安排，旨在完善老凤祥全产业链的运营保障体系，打造老凤祥产业的“升级版”，加快“走出去”步伐，培育新的经济增长点，固化老凤祥核心竞争力，其中老凤祥美国公司和老凤祥余姚公司已经投入运营；东莞项目一期工程全面建成投产，下半年进入试生产后，黄金饰品加工量已达到 11.5 吨，盈利 560 万元。预期今后二期工程完成投产后，黄金饰品年生产加工能力将超过 50 吨。

（一）主营业务分析

1、利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位：元 币种：人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例（%）
营业收入	32,835,018,058.80	32,984,655,674.48	-0.45
营业成本	29,954,658,220.07	30,356,463,746.32	-1.32
销售费用	562,346,074.01	576,859,169.12	-2.52
管理费用	412,371,069.13	375,163,945.00	9.92
财务费用	179,111,778.74	200,534,613.46	-10.68
经营活动产生的现金流量净额	2,579,291,609.85	1,522,213,496.66	69.44
投资活动产生的现金流量净额	-101,449,837.56	-90,138,403.97	-12.55
筹资活动产生的现金流量净额	-631,010,829.75	-522,073,454.42	-20.87
研发支出	21,658,577.86	32,483,245.99	-33.32

相关说明：

(1) 营业收入本年发生数比上年发生数减少 149,637,615.68 元,减少比例为 0.45%;营业成本本年发生数比上年发生数减少 401,805,526.25 元,减少比例为 1.32%,减少原因为:主要系本公司下属子公司上海老凤祥有限公司珠宝首饰收入下降,成本随收入下降而同步下降所致。

(2) 销售费用本年发生数比上年发生数减少 14,513,095.11 元,减少比例为 2.52%,减少原因为:主要系本公司下属子公司老凤祥有限公司广告费、差旅费、递延资产摊销、办公费、促销费、交际应酬费下降所致。

(3) 管理费用本年发生数比上年发生数增加 37,207,124.13 元,增加比例为 9.92%,增加原因为:主要系本公司及其下属子公司工资及附加、装修费、租赁费上升所致。

(4) 财务费用本年发生数比上年发生数减少 21,422,834.72 元,减少比例为 10.68%,减少原因为:主要系本公司下属子公司本年利息支出减少,利息收入增加、银行手续费减少所致。

(5) 经营活动产生的现金流量净额本年发生数比上年发生数增加比例为 69.44%,增加原因为:主要系由于销售商品、提供劳务收到的现金增加所致。

(6) 投资活动产生的现金流量净额本年发生数比上年发生数减少比例为 12.55%,减少原因为:主要系公司及下属子公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金较上年有所下降。

(7) 筹资活动产生的现金流量净额本年发生数比上年发生数减少比例为 20.87%,减少原因为:主要系取得借款收到的现金增长幅度小于偿还债务所支付的现金的增长幅度,分配股利、利润或偿付利息支付的现金较上期有大幅增加。

(8) 研发支出本年发生数比上年发生数减少比例为 33.32%,减少原因为:主要系研发支出比去年同期减少所致。

2、收入

(1) 驱动业务收入变化的因素分析

公司 2014 年度主营业务收入同比增长 2.94%,主要是由于公司黄金交易业务增加所致。

(2) 以实物销售为主的公司产品收入影响因素分析

报告期公司黄金饰品销售数量比去年同期上升了 11.44%,尽管当期黄金饰品销售平均单价比去年同期下降 11.72%,但由于继续加大市场拓展力度,完善品牌管理,推进营销结构的转型,使得以实物销售为主的珠宝首饰收入仅比去年同期下降 2.02%。

(3) 新产品及新服务的影响分析

2014 年完成各类新产品开发 49 项,对应产品收入 80.32 亿元,占主营业务收入的 27.92%。

(4) 主要销售客户的情况

单位:元 币种:人民币

币

客户名称	营业收入总额	占公司全部营业收入的比例
上海黄金交易所	2,740,453,779.70	8.35%
东莞市金叶珠宝有限公司	1,309,136,454.50	3.99%
重庆金叶珠宝加工销售有限公司	957,531,132.89	2.29%
北京吉瑞阳光首饰有限公司	849,777,399.47	2.59%
山西凯瑞珠宝有限责任公司	670,950,907.36	2.04%
合计	6,527,849,673.91	19.88%

3、成本

(1) 成本分析表

单位:元 币种:人民币

分行业情况							
分行业	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例 (%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例 (%)	本期金额较上年同期变动比例 (%)	情况说明
(1)笔类	料、工、	268,080,170.30	1.03	280,825,039.09	1.11	-4.54	

	费						
(2) 铅笔机械	料、工、费	563,005.18	0.00	890,647.42	0.00	-36.79	
(3) 化工原料	料、工、费	18,709,010.87	0.07	17,692,200.37	0.07	5.75	
(4) 珠宝首饰	料、工、费	22,726,400,163.64	87.52	23,577,733,151.99	92.96	-3.61	
(5) 黄金交易	料、费	2,747,518,339.70	10.58	1,279,409,590.40	5.04	114.75	
(6) 工艺品销售	料、工、费	139,197,243.17	0.54	148,473,156.01	0.59	-6.25	
(7) 商贸	料、工、费	67,227,650.02	0.26	57,648,696.88	0.23	16.62	
合计		25,967,695,582.88	100.00	25,362,672,482.16	100.00	2.39	
分产品情况							
分产品	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例 (%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例 (%)	本期金额较上年同期变动比例 (%)	情况说明
(1) 笔类	料、工、费	268,080,170.30	1.03	280,825,039.09	1.11	-4.54	
(2) 珠宝首饰	料、工、费	22,726,400,163.64	87.52	23,577,733,151.99	92.96	-3.61	
(3) 黄金交易	料、费	2,747,518,339.70	10.58	1,279,409,590.40	5.04	114.75	
(4) 工艺品销售	料、工、费	139,197,243.17	0.54	148,473,156.01	0.59	-6.25	
(5) 商贸	料、工、费	67,227,650.02	0.26	57,648,696.88	0.23	16.62	
(6) 其他	料、工、费	19,272,016.05	0.07	18,582,847.79	0.07	3.71	
合计		25,967,695,582.88	100.00	25,362,672,482.16	100.00	2.39	

(2) 主要供应商情况

单位:元 币种:人

民币

供应商名称	本年采购金额
上海黄金交易所	23,650,087,773.25
重庆金叶珠宝加工销售有限公司	493,622,271.03
中国建设银行股份有限公司虹口支行	396,311,179.49
中国银行股份有限公司上海市徐汇支行	308,543,476.88
深圳市翠绿首饰股份有限公司	175,972,798.12
合计	25,024,537,498.76

4、费用

单位:元 币种:人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)	变动原因
销售费用	562,346,074.01	576,859,169.12	-2.52	销售费用本年发生数比上年发生数减少 14,513,095.11 元, 减少比例为 2.52%, 减少原因为: 主要系本公司下属子公司老凤祥有限公司广告费、差旅费、递延资产摊销、办公费、促销费、交际应酬费下降所致。
管理费用	412,371,069.13	375,163,945.00	9.92	管理费用本年发生数比上年发生数增加 37,207,124.13 元, 增加比例为 9.92%, 增加原因为: 主要系本公司及其下属子公司工资及附加、装修费、租赁费上升所致。
财务费用	179,111,778.74	200,534,613.46	-10.68	财务费用本年发生数比上年发生数减少 21,422,834.72 元, 减少比例为 10.68%, 减少原因为: 主要系本公司下属子公司本年利息支出减少, 利息收入增加、银行手续

				费减少所致。
--	--	--	--	--------

5、研发支出

(1)研发支出情况表

单位:元 币种:人民币

本期费用化研发支出	21,658,577.86
本期资本化研发支出	0
研发支出合计	21,658,577.86
研发支出总额占净资产比例 (%)	0.47
研发支出总额占营业收入比例 (%)	0.07

(2)情况说明:

2014 年完成各类新产品开发 49 项,公司专利申请数达 117 项;2014 年企业授权专利 108 项,目前企业拥有发明专利共计 9 项。

6、现金流

单位:元 币种:人民币

项目	本期数	上年同期数	增减比例 (%)	变动原因
经营活动产生的现金流量净额	2,579,291,609.85	1,522,213,496.66	69.44	经营活动产生的现金流量净额本年发生数比上年发生数增加比例为 69.44%,增加原因:主要系由于销售商品、提供劳务收到的现金增加所致。
投资活动产生的现金流量净额	-101,449,837.56	-90,138,403.97	-12.55	投资活动产生的现金流量净额本年发生数比上年发生数减少比例为 12.55%,减少原因:主要系公司及下属子公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金较上年有所下降。
筹资活动产生的现金流量净额	-631,010,829.75	-522,073,454.42	-20.87	筹资活动产生的现金流量净额本年发生数比上年发生数减少比例为 20.87%,减少原因:主要系取得借款收到的现金增长幅度小于偿还债务所支付的现金的增长幅度,分配股利、利润或偿付利息支付的现金较上期有大幅增加。

7、其它

(1)公司利润构成或利润来源发生重大变动的详细说明

公司利润来源主要为珠宝首饰产品的销售。

(2)公司前期各类融资、重大资产重组事项实施进度分析说明

不适用

(3)发展战略和经营计划进展说明

报告期内,公司按照经营计划,组织实施生产经营活动,全年经济效益基本实现“稳中有升”的总目标。

(二)行业、产品或地区经营情况分析

1、主营业务分行业、分产品情况

单位:元 币种:人民币

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利	营业收	营业成	毛利率比上年增减

			率 (%)	入比上年 增减 (%)	本比上年 增减 (%)	(%)
(1)笔类	398,290,940.05	268,080,170.30	32.69	1.73	-4.54	增加 4.42 个百分点
(2)物业管理	3,691,737.30	-	100.00	-4.70	-	-
(3)铅笔机械	23,726.50	563,005.18	-2,272.90	-79.70	-36.79	减少 1,610.72 个百分点
(4)化工原料	27,901,393.22	18,709,010.87	32.95	6.28	5.75	增加 0.34 个百分点
(5)珠宝首饰	25,321,591,134.31	22,726,400,163.64	10.25	-2.02	-3.61	增加 1.48 个百分点
(6)黄金交易	2,740,453,779.70	2,747,518,339.70	-0.26	93.55	114.75	减少 9.90 个百分点
(7)工艺品销售	185,561,239.03	139,197,243.17	24.99	2.14	-6.25	增加 6.72 个百分点
(8)拍卖佣金	10,002,084.00	-	100.00	-20.64	-	-
(9)商贸	76,088,304.22	67,227,650.02	11.65	13.87	16.62	减少 2.08 个百分点
合计	28,763,604,338.33	25,967,695,582.88	9.72	2.94	2.39	增加 0.49 个百分点

主营业务分产品情况

分产品	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年 增减 (%)	营业成本比上年 增减 (%)	毛利率比上年 增减 (%)
(1)笔类	398,290,940.05	268,080,170.30	32.69	1.73	-4.54	增加 4.42 个百分点
(2)珠宝首饰	25,321,591,134.31	22,726,400,163.64	10.25	-2.02	-3.61	增加 1.48 个百分点
(3)黄金交易	2,740,453,779.70	2,747,518,339.70	-0.26	93.55	114.75	减少 9.90 个百分点
(4)工艺品销售	185,561,239.03	139,197,243.17	24.99	2.14	-6.25	增加 6.72 个百分点
(5)商贸	76,088,304.22	67,227,650.02	11.65	13.87	16.62	减少 2.08 个百分点
(6)其他	41,618,941.02	19,272,016.05	53.69	-2.87	3.71	减少 2.94 个百分点
合计	28,763,604,338.33	25,967,695,582.88	9.72	2.94	2.39	增加 0.49 个百分点

2、主营业务分地区情况

单位:元 币种:人民币

地区	营业收入	营业收入比上年 增减 (%)
国内销售	28,500,116,259.22	2.87
国外销售	263,488,079.11	11.59
合计	28,763,604,338.33	2.94

(三) 资产、负债情况分析

1、资产负债情况分析表

单位:元 币种:人民币

项目名称	本期期末数	本期期末数占 总资产的 比例 (%)	上期期末数	上期期末数占 总资产的 比例 (%)	本期期末 金额较上 期期末变 动比例 (%)	情况说明
货币资金	4,632,247,308.97	40.03	2,787,571,025.93	29.85	66.18	货币资金年末数比年初数增加比例为 66.18%，增加原因为：主要系本公司下属子公司上海老凤祥有限公司银行存款增加所致。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	80,651,825.10	0.7	48,268,231.26	0.52	67.09	以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产年末数比年初数增加增加比例为 67.09%，增加原因为：主要系本公司以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产增加所致。
应收票据	122,182.00	0	1,000,000.00	0.01	-87.78	应收票据年末数比年初数减少比例为 87.78%，减少原因为：主要系本公司下属子公司上海中铅文具有限公司应收票据减少所致。
应收账款	266,608,959.77	2.3	170,468,801.38	1.83	56.4	应收账款年末数比年初数增加比例为 56.40%，增加原因为：主要系本公司下属三级子公司上海老凤祥银楼有限公司应收账款增加所致。
其他应收款	21,326,199.92	0.18	64,278,586.95	0.69	-66.82	其他应收款年末数比年初数减少比例为 66.82%，减少原因为：主要系本公司下属子公司上海申嘉文教用品有限公司本期收到上海市嘉定区土地储备开发中心搬迁补偿款项所致。
其他流动资产	480,826.30	0	3,263,011.69	0.03	-85.26	其他流动资产年末数比年初数减少比例为 85.26%，减少原因为：主要系本公司下属子公司中国第一铅笔有限公司期末应收出口退税下降所致。
可供出售金融资产	343,992,171.66	2.97	178,965,238.90	1.92	92.21	可供出售金融资产年末数比年初数增加比例为 92.21%，增加原因为：主要系本公司持有的可供出售金融资产期末市值上升所致。
在建工程	6,543,531.83	0.06	31,149,173.01	0.33	-78.99	在建工程年末数比年初数减少比例为 78.99%，减少原因为：主要系本公司下属三级子公司中国第一铅笔泗洪有限公司房屋建筑物竣工结转固定资产所致。
长期待摊费用	76,662,540.55	0.66	50,739,740.54	0.54	51.09	长期待摊费用年末数比年初数增加比例为 51.09%，增加原因为：本公司下属三级子公司老凤祥珠宝美国有限公司装修费用增加所致。
预收款项	1,311,111,965.05	11.33	608,713,985.54	6.52	115.39	预收账款年末数比年初数增加比例为 115.39%，增加原因为：本公司下属三级子公司上海老凤祥银楼有限公司、老凤祥河南首饰有限公司期末预收货款增加所致。
应付职工薪酬	2,676,815.68	0.02	479,384.61	0.01	458.39	应付职工薪酬年末数比年初数增加比例为 458.39%，增加原因为：主要系本公司下属三级子公司中国第一铅笔泗洪木业有限公司期末应付工资增加及本公司下属三级子公司上海老凤祥银楼有限公司期末应付工会经费增加所致。
应交税费	153,421,264.57	1.33	10,453,873.24	0.11	1,367.60	应交税费年末数比年初数比例为 1,367.60%，增加原因为：主要系本公司下属子公司上海老凤祥有限公司和下属三级子公司上海老凤祥银楼有限公司期末应交税费增值税上升，本期期末留抵税额减少所致。

应付股利	21,480.16	0	2,329,720.04	0.02	-99.08	应付股利年末数比年初数减少比例为99.08%，减少原因为：主要系本公司下属子公司上海老凤祥有限公司期末应付股利减少所致。
其他应付款	320,493,221.56	2.77	208,861,325.75	2.24	53.45	其他应付款年末数比年初数增加比例为53.45%，增加原因为：主要系下属子公司上海工艺美术有限公司期末履约保证金增加所致。
专项应付款	539,152.22	0	0	0	100	专项应付款年末数比年初数增加比例为100.00%，增加原因为：主要系下属子公司上海工艺美术有限公司本期增加专项应付款所致。
递延所得税负债	133,398,882.61	1.15	98,228,409.94	1.05	35.8	递延所得税负债年末数比年初数增加比例为35.80%，增加原因为：主要系本公司持有可供出售金融资产公允价值变动所致。
其他综合收益	225,516,326.13	1.95	101,852,910.17	1.09	121.41	其他综合收益年末数比年初数增加比例为121.41%，增加原因为：主要系本公司持有可供出售金融资产市值变动所致。

2、公允价值计量资产、主要资产计量属性变化相关情况说明

详见本报告“第三节-会计数据和财务指标摘要-三、采用公允价值计量的项目”。

报告期内，公司主要资产计量属性未发生变动。

（四）核心竞争力分析

1、品牌优势：创始于1848年的老凤祥品牌，从清朝道光年间延续至今已167年，悠久的历史，形成了独特的文化内涵、精湛的工艺技术及丰富的行业经验。在传承的基础上，老凤祥更为倡导创新和拓展精神。老凤祥品牌的知名度、美誉度、忠诚度逐年稳步上升，处于同行业的领先地位，是中华老字号中罕见的保持连续高速增长的著名品牌。

据世界品牌实验室数据显示，老凤祥的品牌价值已由2005年的16.05亿元上升到2014年的136.92亿元；位列财富中国500强第162名；并多次荣登“中国500强”排行榜。2014年，老凤祥名列上海百强企业排行榜第28名，在上海制造业企业50强中名列第11位；被全球知名调研机构BRANDZ评为“最具价值中国品牌100强”，排名第58位，在中国珠宝首饰业中位列第一；在中国文化企业竞争力排行榜中，老凤祥名列工艺美术业的榜首。

2、规模优势：老凤祥集“研发、设计、生产和销售”于一体，拥有多家专业厂、子公司、研究所、典当行、拍卖行、博物馆以及遍及全国的2700多个老凤祥银楼及销售网点等；此外，老凤祥还有效利用金交所、钻交所等首饰原料要素市场的重要交易平台，从源头采购到设计、生产、销售，企业都有着丰富的经验和成熟的体系，形成了较为齐全的首饰规模制造能力和产品系列，能够分享全产业链所有环节的利润。

公司注重产品品类的完善和扩张，产品品类丰富，产业链较为完整。拥有“黄金、铂金、钻石、白银、白玉、翡翠、珍珠、有色宝石”等八大类首饰产品较为完善的结构，并将牙雕艺术品、珐琅、高端K金镜架、工艺美术旅游纪念品等新门类纳入产品链系列，逐渐发展成为首饰行业产品门类齐全和具有规模优势的集团企业，以全面提高企业的抗风险能力和盈利能力。

3、人才优势：老凤祥在行业内拥有雄厚的人力资源优势：中国工艺美术大师、上海工艺美术大师、高级工艺美术师、高级技工等高技能人才拥有量在全国同行业领先；老凤祥采用各类有效激励机制，力求健全和完善人才梯队建设，保持企业在设计、生产、营销和管理方面关键人才的稳定，首饰产品的获奖数和专利数行业领先，并形成了“产品开发—申请专利保护—推广运用”的良性循环。

4、营销网络优势：本着“立足上海、覆盖全国、面向世界”的营销网络建设方向，老凤祥加快了上海市内自营银楼布局的完善、加速了全国营销网络建设，并逐渐向国外拓展，形成立体化的营销网络。截止2014年底，在全国老凤祥银楼网点数量达到了2736家，其中：老凤祥自营银楼、网点167家、老凤祥银楼连锁专卖店1104家，老凤祥经销网点达到1465家。老凤祥的营销网络已覆盖除港、澳、台以外国内31个省、市、自治区，销售覆盖率达全国的90%以上。市场占有率为11%。（据国家统计局发布的2014年金银珠宝类零售总额数据2973亿元计算）

自2012年初老凤祥珠宝香港有限公司的成立运营，为境外拓展奠定了坚实基础后；2012年8月，老凤祥走出国门，在澳大利亚悉尼开设了第一家海外特许专卖店；2013年10月，老凤祥珠宝美国有限公司成立，2014年12月，老凤祥在美国纽约第五大道的专卖店正式开业。公司将依托这些平台，加速对外拓展的步伐。

附：2014年度公司、品牌及产品所获荣誉：

公司/品牌/产品	奖项	期限/获奖日期	颁奖者
老凤祥	2013年度中国轻工业百强企业(第33位)	2014.6.6	中国轻工业联合会
	2014上海企业100强(第28名)	2014.9	上海市企业联合会、上海市企业家协会、上海市经济团体联合会
	2014上海制造业企业50强(第11名)	2014.9	上海市企业联合会、上海市企业家协会、上海市经济团体联合会
	2014年中国500强排行榜第162名	2014	财富中文网
老凤祥董事长石力华	2014“中国最佳商业领袖奖”——CEO评选的年度最佳CEO	2014.12	第一财经
老凤祥有限	民族特许产品定点生产企业	2014.3	国家民委
	最具价值品牌100强	2014	MILLWARDBROWN
	中国500强最具价值品牌证书	2014.6	世界品牌实验室
	全国实施拥护满意工程先进单位	2010-2013	中国质量协会
	卓越绩效先进企业特别奖	2014.3	中国轻工业联合会
	中国珠宝行业诚信经营服务十佳单位	2014.10.18	中国商业联合会
	中国黄金自有品牌金条直销量五大企业	2014.9	中国黄金协会
中华老字号传承创新先进单位	2012.8	中国商业联合会	
中铅有限	上海市企业技术中心	2014.10.20	上海市经济和信息化委员会
中铅有限中华牌铅笔	上海市名牌	2014.12.31	上海市名牌推荐委员会
中铅有限	质量信用等级证书	2014.6.24	上海市轻工业协会 上海天星企业信用征信有限公司
	2013年度中国轻工业制笔行业十强企业	2014.6.6	中国轻工业联合会 中国制笔协会
	2013年轻工竞争力优势品牌	2014.4	中国轻工业联合会
	上海市“四星级诚信创建企业”	2014.10	上海市轻工业协会
	2013年度上海轻工行业“服务品牌建设，推动转型发展”立功竞赛先进企业	2014.3	上海轻工业工会联合会
上海老凤祥珐琅艺术有限公司摆件——竹林七贤银珐琅壶	第十五届中国工艺美术大师暨国际艺术精品博览会“百花杯”金奖	2014	中国工艺美术协会
上海工艺美术研究所面塑——捣练图	第十五届中国工艺美术大师暨国际艺术精品博览会“百花杯”金奖	2014	中国工艺美术协会
上海老凤祥珐琅艺术有限公司银珐琅首饰	上海轻工系统优秀创新产品金奖	2014	上海轻工协会
上海老凤祥珐琅艺术有限公司	上海轻工系统优秀创新企业	2014	上海轻工协会
上海老凤祥珐琅艺术有限公司银珐琅花轮手镯	第六届中国轻工业商品博览会“万花杯”金奖	2014	中国轻工协会
上海老凤祥珐琅艺术有限公司海派银珐琅大茶叶罐	《金凤凰》创新产品设计大奖赛金奖	2014	中国工艺美术协会
上海玉石象牙雕刻有限公司象牙-红楼梦	中国优秀象牙作品金奖	2014	中国工艺美术学会

（五）投资状况分析

1、 对外股权投资总体分析

序号	被投资单位名称	年初余额	增减变动	期末余额	增减率 (%)	在被投资单位持股比例 (%)
1.	上海制笔零件一厂月浦分厂	289,943.45	18,522.35	308,465.80	6.39	50.00
	合计	289,943.45	18,522.35	308,465.80	6.39	

(1) 证券投资情况

序号	证券品种	证券代码	证券简称	最初投资金额 (元)	持有数量 (股)	期末账面价值 (元)	占期末证券总投资比例 (%)	报告期损益 (元)
1	股票	600824	益民集团	34,919,147.38	6,162,812	42,030,377.84	52.11%	7,625,616.83
2	股票	600655	豫园商城	14,708,611.63	1,650,000	19,503,000.00	24.18%	6,050,542.89
3	股票	000887	中鼎股份	2,810,562.28	501,660	6,922,908.00	8.58%	2,904,611.40
4	股票	601988	中国银行	3,835,160.31	998,000	4,141,700.00	5.14%	306,539.69
5	基金	162501	德盛稳健	1,000,000.00	2,574,300.13	3,390,353.27	4.20%	816,012.28
6	股票	600682	南京新百	1,232,621.40	100,402	1,586,351.60	1.97%	353,730.20
7	股票	01929	周大福	1,281,124.88	150,000	1,230,637.20	1.53%	-35,499.15
8	股票	C	花旗集团	908,930.10	3,000	1,005,832.91	1.25%	97,292.14
9	股票	00417	谢瑞麟	602,002.47	246,000	562,779.86	0.70%	-36,893.87
10	股票	00280	景福集团	254,773.46	350,000	209,839.42	0.26%	49,730.37
期末持有的其他证券投资				36,615.00	/	68,045.00	0.08%	31,430.00
报告期已出售证券投资损益				/	/	/	/	
合计				61,589,548.91	/	80,651,825.10	100%	18,163,112.78

(2) 持有其他上市公司股权情况

单位：元

证券代码	证券简称	最初投资成本	占该公司股权比例 (%)	期末账面值	报告期损益	报告期所有者权益变动	会计核算科目	股份来源
600837	海通证券	10,000,000.00	<5	221,246,328.48	1,103,472.96	88,967,507.40	可供出售金融资产	法人股
601328	交通银行	24,458,863.00	<5	109,326,510.40	4,180,131.28	39,872,021.44	可供出售金融资产	法人股
600830	香溢融通	419,991.00	<5	3,285,067.50		135,135.00	可供出售金融资产	法人股
600637	百视通	270,400.00	<5	4,392,413.28	10,436.04	89,576.01	可供出售金融资产	法人股

合计	35,149,254.00	/	338,250,319.66	5,294,040.28	129,064,239.85	/	/
----	---------------	---	----------------	--------------	----------------	---	---

(3) 持有非上市金融企业股权情况

所持对象名称	最初投资金额 (元)	持有数量 (股)	占该公 司股权 比例(%)	期末账面价值 (元)	报告期损益 (元)	报告期所有 者权益变动 (元)	会计核 算科目	股份 来源
申银万国证券股份有限公司	1,942,492.00	1,942,492	<5	1,942,492.00	161,942.60	161,942.60	可供出售金融资产	法人股
上海宝鼎投资股份有限公司	57,508.00	57,508	<5	57,508.00	23,003.20	23,003.20	可供出售金融资产	法人股
合计	2,000,000.00	2,000,000	/	2,000,000.00	184,945.80	184,945.80	/	/

(4) 买卖其他上市公司股份的情况

股份名称	期初股份数量 (股)	报告期买入股 份数量(股)	使用的资金数 量(元)	报告期卖出股 份数量(股)	期末股份数量 (股)	产生的投资收 益(元)
益民集团	5,281,000.00	1,402,332.00	8,923,735.96	520,520.00	6,162,812.00	347,137.20
德盛稳健	2,574,300.13				2,574,300.13	
豫园商城		1,850,009.00	15,703,375.63	200,009.00	1,650,000.00	
中国银行		998,000.00	3,835,160.31		998,000.00	
中鼎股份	501,660.00	-	-	-	501,660.00	20,066.40
景福集团		450,000.00	254,773.46	100,000.00	350,000.00	43,024.97
谢瑞麟		246,000.00	602,002.47		246,000.00	2,328.74
周大福		150,000.00	1,281,124.88		150,000.00	14,988.53
南京新百	-	100,402.00	1,232,621.40		100,402.00	
花旗集团		3,000.00	908,930.10		3,000.00	389.32
国信证券	-	2,000.00	11,660.00		2,000.00	
华电重工		2,000.00	20,000.00	1,000.00	1,000.00	10,383.96
海南矿业	-	1,000.00	10,340.00		1,000.00	
王子新材	-	500.00	4,615.00		500.00	
外高桥	100,049.00			100,049.00	-	-2,384,345.49
陆家嘴	100,200.00	8,000.00	129,868.61	108,200.00	-	-873,099.19
张江高科	300,000.00			300,000.00	-	-967,953.17
厦门国贸	-	177,280.00	782,955.90	177,280.00	-	520,468.34
天和防务	-	500.00	12,025.00	500.00	-	47,647.40
艾比森	-	500.00	9,215.00	500.00	-	20,231.90
陕西黑猫	-	1,000.00	6,150.00	1,000.00	-	12,835.16
金枫酒业	600,000.00			600,000.00		4,819,520.24
节能风电		2,000.00	4,340.00	2,000.00		12,517.10
兰石重装		2,000.00	3,360.00	2,000.00		19,522.41
川仪股份		1,000.00	6,720.00	1,000.00		3,895.32
禾丰牧业		1,000.00	5,880.00	1,000.00		5,363.30
Zale Corp.		2,000.00	263,187.44	2,000.00		-6,410.26
合计	9,457,209.13	5,400,523.00	34,012,041.16	2,117,058.00	12,740,674.13	1,668,512.19

报告期内卖出申购取得的新股产生的投资收益总额 132,396.55 元

2、非金融类公司委托理财及衍生品投资的情况

(1) 委托理财情况

不适用

(2) 委托贷款情况

不适用

(3) 其他投资理财及衍生品投资情况

不适用

3、募集资金使用情况

□适用 √不适用

4、主要子公司、参股公司分析

(1) 成立子公司，合并范围增加

2014年7月，本公司下属二级子公司上海老凤祥有限公司在广东东莞投资1,530万元（注册资本3,000万元）成立三级子公司老凤祥东莞珠宝首饰有限公司，该子公司于2014年7月9日领取到营业执照。

2014年6月，本公司下属三级子公司余姚上海老凤祥银楼有限公司在浙江余姚投资110万元（注册资本200万元）成立四级子公司余姚老凤祥银楼有限公司，该子公司于2014年6月13日领取到营业执照。

(2) 公司控股的二级子公司经营业绩情况

单位:万元 币种:人民币

二级子公司名称	业务性质	注册资本	总资产	净资产	营业收入	营业收入增减率%	利润总额	利润总额增减率%
上海老凤祥有限公司	制造业	20,492	909,886	238,956	3,222,364	-1.29	152,735	19.00
上海中铅文具有限公司	商贸	100	10,994	0	23,778	3.62	-505	-162.89
上海中铅贸易有限公司	商贸	50	618	145	395	4.22	37	-50.00
上海工艺美术有限公司	制造业	10,000	82,586	50,664	68,863	-21.30	10,354	22.76
中国第一铅笔有限公司	制造业	4,274	59,128	19,616	37,611	1.15	14,556	28.43
上海申嘉文教用品有限公司	制造业	337	13,617	8,663	577	-87.43	1	-99.99
中国第一铅笔桦甸有限公司	制造业	2,000	4,946	3,224	5,409	13.11	1,216	23.08
上海长城笔业有限公司	制造业	1,488	4,674	4,366	2,476	-79.95	80	-97.42
中国第一铅笔方正有限公司	制造业	950	3,049	1,586	6,534	6.76	54	-49.06
上海古雷马化轻有限公司	制造业	1,000	2,117	1,544	4,758	1.78	335	3.08
上海铅笔机械制造有限公司	制造业	174	579	600	601	211.40	268	248.05
上海物灵进出口有限公司	商贸	500	525	509	56	19.15	5	-58.33
上海中铅制笔零件有限公司	制造业	180	303	248	1,507	22.92	79	887.50
上海益凯物业有限公司	服务业	200	243	214	26	-13.33	1	-91.67
上海依贝德实业公司	制造业	341	31	-895	0	-	2	-50.00

(3) 公司控股的主要三级子公司（资产规模在5000万元以上）经营业绩情况

单位:万元 币种:人民币

三级子公司名称	业务性质	注册资本	总资产	净资产	营业收入	营业收入增减率%	利润总额	利润总额增减率%
上海老凤祥银楼有限公	商贸	3,000	182,502	50,022	2,160,276	28.91	50,087	126.63

司								
上海老凤祥首饰研究所有限公司	制造业	1,615	60,560	15,299	195,139	-15.33	8,786	61.89
上海老凤祥钻石加工中心有限公司	制造业	3,500	57,349	16,350	100,630	21.20	10,548	58.16
上海老凤祥珠宝首饰有限公司	制造业	1,500	54,971	12,332	513,967	-17.58	6,559	12.54
上海老凤祥翡翠珠宝有限公司	制造业	3,000	44,331	10,912	24,431	2.85	6,844	-6.82
老凤祥河南首饰有限公司	商贸	1,500	15,108	5,708	229,869	-6.38	3,848	5.19
中国第一铅笔泗洪有限公司	制造业	2,000	14,302	2,884	5,552	-	1,251	3,935.48
中国第一铅笔泗洪木业有限公司	制造业	1,500	9,911	604	6,310	85.32	2	-100.34
老凤祥东莞珠宝首饰有限公司	制造业	3,000	8,564	3,431	3,388	-	575	-
上海老凤祥典当有限公司	服务业	5,000	7,836	6,363	4,484	-9.96	1,196	147.11
上海老凤祥国际贸易有限公司	商贸	300	5,511	365	23,296	28.73	65	400.00

5、非募集资金项目情况

适用 不适用

(六) 公司控制的特殊目的主体情况

不适用

3.2、董事会关于公司未来发展的讨论与分析

(一) 行业竞争格局和发展趋势

1、珠宝首饰市场的“新常态”

老凤祥的核心业务是金银珠宝首饰。改革开放30多年来，人们习惯了珠宝行业每年两位数以上的增速。2014年，中国经济出现了24年来增长速度最低的7.4%，加之金价波幅加大、市场相对低迷，对珠宝首饰业影响深远。

在经历了2013年的“中国大妈抢金”风潮、在十多年超常规的大发展之后，2014年被喻为黄金珠宝首饰业“黄金时代”的结束，90%以上企业的销售额与2013年相比出现10%以上的下降，其中只有约5%的企业销售额有不同程度的增加。珠宝市场开始进入一个“剩者为王”的冬季：在上海，梅陇镇广场的珠宝廊关门歇业，城隍珠宝、珍宝银楼易主……。舆论甚至这样评价2014年的黄金珠宝行业：“冬天来临，萧条渗透至每个毛细血管”。与其他许多行业相同，黄金珠宝行业也在历经“经济增长速度换挡期、结构调整阵痛期、前期刺激政策消化期”三期叠加的巨大挑战。

据国家统计局发布的2014年社会消费品零售总额数据，金银珠宝类为2973亿元，同比无增长。

2014年，我国黄金消费量886.09吨，比2013年减少290.31吨，同比下降24.68%。其中：黄金首饰用金667.06吨，同比下降6.90%；金条用金155.13吨，同比下降58.71%；金币用金12.80吨，同比下降48.86%；工业用金43.60吨，同比下降10.55%；其他用金7.50吨，同比下

降27.88%。

2、低层次的价格竞争趋势依然

2014年以来，更多外围资金进入珠宝行业，势必会冲击行业现有的管理方式与营销方式，需要行业内现有企业主动创新，适应互联网时代的发展趋势。随着新的资金和新的商业模式的冲击，行业内的市场竞争日益激烈，同质化和价格战等现象突出。

珠宝首饰是一个珠宝文化的产业，是一个发现美、创造美、传播美的行业，是一个理应包含设计、工艺、文化等高附加值的行业。但从目前整个行业来看，依然较多地存在产品同质化与大打价格战的现象，不利于整个行业健康、理性地朝提升品牌、工艺、文化、创意和产品价值的方向发展。

3、“新常态”引领“新局面”

展望2015，宏观经济形势面临诸多挑战与机遇，我们面临着世界经济的深度调整期、中国经济的机遇期、行业的调整转型期：国企深化改革将快速推进；GDP增速可能继续下降至7.0%左右；注册制实行，深港通开通，股市牛气依然；自贸区在中国遍地开花，人民币汇率波动频繁……2015年全年国内物价涨幅有望处在温和水平，国家采取宽松货币政策可能性较大。

2015年我国还将着重实施“一带一路”、“京津冀协同发展”、“长江经济带”三大战略，通过改革创新打破地区封锁和利益藩篱，全面提高资源的配置效率。从金砖银行到亚投行和丝路基金，从大力推动“一带一路”建设到推进贸易便利化，中国正不断增强与世界经济的“粘合力”。

“新常态”之“新”，还在于坚定的改革决心和意志，向市场要活力，向改革要动力。因此，如何以开拓的思维和创新的举措，在完善与健全国内市场的同时，去开拓新的境外市场，去提升品牌新形象，在“新常态”下去引领“新局面”，对企业来说至关重要。

4、中国黄金珠宝市场前景依然光明

当然，2014年黄金消费的大幅下滑，是与2013年二季度黄金价格断崖式下跌后黄金消费出现井喷式增长密切相关。与金价相对平稳的2012年相比，2014年的黄金消费量还是增长了6.48%，特别是黄金首饰用金增长32.68%。

中国黄金市场完全开放只有12年的时间，民间储金还远远不够。据世界黄金协会远东地区董事总经理郑良豪估算，中国民众目前拥有黄金已达8000吨至9000吨。这一数据，与印度民众的黄金拥有量以及世界人均拥有量相比尚有很大差距。他认为，中国民众目前还有很强烈的购金需求，“中国的实物黄金市场远未饱和”。

此外，随着人民生活水平的提高，中国民众对珠宝首饰类的需求同样潜力巨大。

习近平总书记在十八大中外记者见面会上指出，人民对美好生活的向往，就是我们的奋斗目标。美好的生活不能缺少珠宝的美丽，从古至今都是如此。可以说，中国的黄金珠宝市场仍然是“当今全球增长最快的黄金珠宝市场”，并且是我国金融市场的重要组成部分。整个行业持续发展的态势仍将继续，但企业间的市场竞争也会加剧，体现出转型、重组、融合，强者恒强、“剩者为王”的局面。

(二)公司发展战略

老凤祥以“共进、共赢、共享”的企业理念，“做优、做强、做大”老凤祥品牌，与股东、客户、员工携手发展。公司将继续倡导敢想、敢做、敢突破的“三敢精神”，以创新、务实的经营思维，突出黄金珠宝首饰核心主业，积极带动工艺美术产业协调发展，实现文教产业稳定发展。强化“立足上海、覆盖全国、走向世界”和“引领国内市场为主、重点突破国际市场”的企业发展战略，进而实现老凤祥品牌由国内品牌向国际品牌的转型、由传统的经典品牌向现代经典与时尚兼具的品牌方向拓展。

(三)经营计划

2015年，是我国全面深化改革的关键之年，也是“十二五”规划的收官之年。在国内经济发展转入“新常态”的历史阶段，我们所处的行业将面临前所未有的考验。从国际环境来看，自全面退出QE之后，美国经济进入了复苏周期，由此不断推升美元指数的上扬，加快美元加息窗口期的到来，这将直接影响到国际金价的走势。从国内环境来看，经济下行压力在增大，“低增长、低通胀、低利率”特征给未来黄金饰品市场预判带来相当大的不确定性。从黄金饰品行业来看，经过十二年的“黄金周期”已经出现调整分化的迹象，未来“优胜劣汰”的节奏势必会加快。从老凤祥本身来看，伴随着行业景气度的“降温”，销售正显露出增长乏力的迹象，这与行业整体走势不谋而合。未来老凤祥发展之路如何“行稳致远”，并抓住历史机遇期跨上新的台阶，压力和挑战俱在。因此，新的一年，我们一定要保持定力，审时度势，把握大局，看准中国潜力巨大的内需市场和珠宝首饰消费升级的大趋势，坚持“敢想、敢做、敢突破”的理念，坚定“稳中求进、提质增效”的总基调，把握“改革”和“发展”这两条主线，围绕“品牌、渠道、创新”三大主题谋划新的举措，努力在提高效能上挖掘新潜力，在优化结构上开辟新途径，在转变方式上寻求新突破，继续演绎老凤祥新一轮的发展主旋律。

2015年公司将重点做好以下五个方面的工作。

一是以品牌引领市场拓展。老凤祥的发展根基就在于“品牌”，品牌的内涵越丰富，市场就越有提升空间。2015年的品牌建设要重点把企业深厚的文化底蕴挖掘出来，努力体现技术与艺术、文化和创意、价值与价格的完美融合。要本着“立足上海、覆盖全国、面向世界”的大方向，统筹谋划、全面布局，整体推进、重点突破，更好地实现品牌推广与市场拓展的有效对接；更好的贴近时尚化、个性化、国际化的要求，推进老凤祥品牌的转型升级。具体要在稳固一、二线城市的基础上，踏准我国城镇化发展步伐，加快加盟商队伍的“扩围”，并为之保持和建立互联互通互惠的伙伴关系，不遗余力地拓展三、四线城市，在华南市场、东北市场、西南市场布局上要有新的延伸，全年加盟店增量不少于150家。此外，通过调动社会资本，对老凤祥香港公司增资扩股，重点布局香港市场，争取年内开设3至5家银楼，为老凤祥国际化战略再添新的亮点。

二是合理调配资源优化产品结构。翡翠、白玉等新七类非金产品占比的高低是老凤祥今后一段时期结构调整的“风向标”。2015年我们要正确把握消费趋势，厘清市场演变中的内在逻辑和规律，仔细研究竞争对手，揣摩市场变化，寻找有效对策，坚持差异化竞争，跨前一步主动作为，满足个性化需求，加快非金产品设计、制造和销售，加大终端零售市场非金饰品的投放力度，全年非金产品销售在上年基础上有所增加，以此有效拉升产品毛利水平。同时加大品牌在国际市场的宣传力度，为老凤祥产品在国际、国内二个市场转型升级助力。适应移动互联网新时代，加紧探索电商渠道与实体店体验互动的商业模式，吸引年轻一代消费群体，并关注他们的消费偏好，提升他们对老凤祥品牌的认知度和忠诚度。

三是落实好三年行动计划为新一轮发展定位。2015年至2017年的老凤祥三年行动计划，是谋求公司持续健康发展的纲领性文件。这份行动计划，将立足黄金珠宝首饰这一核心主业，对未来三年公司经营目标、重点项目、重点管理工作作出全面规划和部署。2015年我们一定要调动公司各方面力量，凝聚干部职工的智慧，精心编制好具有可操作性的三年行动计划。根据已达成的共识，未来三年老凤祥将瞄准两大先行指标（即黄金珠宝首饰国内市场占有率和经济效益在全国行业中分别处于领先地位），用全球化视野，确立老凤祥发展定位，在“强、优、大”三个字上做足文章。主动适应经济发展新常态，从主要追求产量和依赖黄金饰品的粗放经营转到数量质量效益并重、注重提高竞争力、注重科技创新、注重可持续发展的集约发展上来，走产出高效、品质卓越、资源节约、多元融合的现代企业发展之路。适时适度的运作好各种对冲工具，避免金价大幅波动可能带来的系统性经营风险。着力对标国际先进企业，优化资源配置，规避同质化竞争，实现制造——销售——服务的创新驱动，提高资源的利用

率和盈利率，力争到 2017 年末营业收入达到 450 亿元，利润总额达到 20 亿元。

四是高度重视“人才强企”的重要性。老凤祥的创新驱动转型发展，必须建立在“人才”的基石上。2015 年我们要结合推进三年行动计划，进一步突显人力资源管理，多管齐下，打造人才集聚的新高地。为时尚设计、技术创新、营销策划、门店管理提供多层次的人力资源保障架构。拓宽用人渠道，吸引国内外中、高端人才加盟老凤祥经营管理团队，更好地服务于老凤祥走出去战略。完善激发创新活力的考核评价体系，改革分配制度，从而全面提升企业的创新能力，为老凤祥后续发展提供充满活力的新生力量。

五是善于利用资本市场助推企业发展。资本市场一直是上市公司发展壮大的重要支撑。2015 年公司要紧扣提高竞争力这一命题，以改革的魄力和胆识，坚定不移地将资本运营作为推动企业发展的重要手段，探索通过股权融资或债券融资为公司业务发展筹措资金，促进公司与资本市场的长期协调发展。在看准的领域抓紧“破题”，找准合适“窗口”有选择地推进吸收合并、资源整合和市场融资工作。盘活手中存量资产，优化子公司的股权结构，进一步提振子公司持续盈利能力，为股东创造真实价值。通过科学规范的公司治理和发展战略的清晰定位，通过致力于提升公司内在竞争力，不断提高公司价值和市值水平。适应监管环境的新变化，面对事中监管、事后追责的新常态，加强内部管控，归位尽责地做好日常信息披露工作，切实维护投资者特别是中小股东的合法权益。

(四) 因维持当前业务并完成在建投资项目公司所需的资金需求
不适用

(五) 可能面对的风险

1、金价波动风险

老凤祥销售的大部分产品仍然是黄金饰品，美元走强是影响黄金原料市场的一大因素，预计 2015 金价波幅会加大。德国商业银行认为 2015 年初金价将仍然疲软，但下半年会回升，预期平均价格为 1200 美元/盎司。花旗研究机构与摩根大通对明年金价的预期为 1220 美元/盎司，该行认为中国和印度的实物需求会对金价有所支撑。金价的波动会加大企业销售和利润完成的风险。

2、市场低迷风险

社会经济不景气的大环境，黄金十年周期的拐点，产品同质化、行业创新乏力、过剩危机与价格战的加剧，外围资金的不断进入与搅局，将促使黄金珠宝行业转型、重组、融合的不断出现，更使 2015 年的黄金珠宝市场面临市场低迷和激烈竞争的双重压力。

3、存货管理风险

珠宝行业的存货主要为黄金、铂金、白银、钻石、翡翠等原材料，以及镶嵌首饰、贵金属首饰等库存商品。黄金原材料及自营店产品铺货导致库存商品数量增加，如果销售不畅周转天数增加，就会影响公司经营业绩的提升，也带来存货管理上的风险。

3.3、董事会对会计师事务所“非标准审计报告”的说明

(一) 董事会、监事会对会计师事务所“非标准审计报告”的说明

适用 不适用

(二) 董事会对会计政策、会计估计或核算方法变更的原因和影响的分析说明

适用 不适用

(三) 董事会对重要前期差错更正的原因及影响的分析说明

适用 不适用

3.4、利润分配或资本公积金转增预案

(一) 现金分红政策的制定、执行或调整情况

《公司章程》中规定了公司现金分红政策，主要内容为：第一、公司的利润分配应重视

对社会公众股东的合理投资回报，以可持续发展和维护股东权益为宗旨，保持利润分配政策的连续性与稳定性。公司分红回报规划应当着眼于公司的长远和可持续发展，综合考虑公司经营发展实际、股东要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等因素。第二、公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配股利。在公司盈利且现金能够满足公司持续经营和长期发展的前提条件下，公司将积极采取现金方式分配股利，经公司董事会提议，股东大会批准，公司每年分配的现金红利不少于当年归属于上市公司股东净利润的百分之三十（包括中期现金分红）。第三、公司每年利润分配预案由公司管理层、董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金需求提出、拟定，经董事会审议通过后提交股东大会批准。股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。第四、公司不进行现金分红时，董事会就不进行现金分红的具体原因、公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事、监事会发表意见后提交股东大会审议，并经出席股东大会的股东所持表决权的2/3以上通过。第五、公司对留存的未分配利润使用计划作出调整时，应重新报经董事会、股东大会批准，并在相关提案中详细论证和说明调整的原因。第六、公司独立董事应对利润分配预案发表独立意见并公开披露。第七、向境内上市外资股股东支付股利，以人民币计价及公告，并以外币支付。

根据2014年盈利状况，公司将每股派发人民币0.90元现金红利。现金分红的数额占合并报表中归属于上市公司股东的净利润的比率为50.09%。

(二)报告期内盈利且母公司未分配利润为正，但未提出现金红利分配预案的，公司应当详细披露原因以及未分配利润的用途和使用计划

适用 不适用

(三)公司近三年（含报告期）的利润分配方案或预案、资本公积金转增股本方案或预案

单位：元 币种：人民币

分红年度	每10股送红股数(股)	每10股派息数(元)(含税)	每10股转增数(股)	现金分红的数额(含税)	分红年度合并报表中归属于上市公司股东的净利润	占合并报表中归属于上市公司股东的净利润的比率(%)
2014年	0	9.00	0	470805987.60	939899401.66	50.09
2013年	0	8.60	0	449881277.04	889854673.71	50.56
2012年	0	6.00	0	313870658.40	611307662.50	51.34

公司2014年度利润分配或资本公积金转增股本预案：

1、拟以2014年12月31日总股本523117764股为基数，向全体股东每10股派发红利9.00元(含税)，总金额为470805987.60元(B股红利按2014年度股东大会召开日中国人民银行公布的美元兑换人民币中间价折算)。派发后公司未分配利润余额为59708431.38元，结转下一年度。

2、2014年度不进行资本公积金转增股本。

3、公司独立董事陶华祖、郑卫茂对2014年度利润分配预案发表如下独立意见：公司2014年度利润分配预案的决策程序、利润分配的形式和比例符合有关法律法规和《公司章程》的规定；公司2014年度利润分配预案充分考虑了公司盈利情况、现金流状态及资金需求等各种因素，不存在损害中小股东利益的情形，符合公司经营现状，有利于公司的持续、稳定、健康发展；同意2014年度利润分配预案，并同意将其提交股东大会审议。

四、涉及财务报告的相关事项

4.1 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计发生变化的，公司应当说明情况、原因及其影响。

4.1.1 会计政策变更原因

根据财政部《关于印发修订<企业会计准则第 2 号——长期股权投资>的通知》等 7 项通知（财会[2014]6~8 号、10~11 号、14 号、16 号）等规定，本公司自 2014 年 7 月 1 日起执行财政部 2014 年发布的前述 7 项企业会计准则。

根据财政部《中华人民共和国财政部令第 76 号——财政部关于修改<企业会计准则——基本准则>的决定》，本公司自 2014 年 7 月 23 日起执行该决定。

根据财政部《关于印发修订<企业会计准则第 37 号——金融工具列报>的通知》（财会[2014]23 号）的规定，本公司自 2014 年度起执行该规定。

4.1.2 会计政策变更对公司的影响

因执行 2014 年度新修订和发布的企业会计准则而导致的会计政策变更。

本公司第八届董事会第四次会议审议通过了《关于公司 2014 年第三季度报告执行新会计准则过程中对期初数相关项目及其金额做出调整的议案》。

上述会计政策变更对公司报表的影响情况如下：

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注
《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》	第八届董事会第四次会议审议通过了《关于公司 2014 年第三季度报告执行新会计准则过程中对期初数相关项目及其金额做出调整的议案》	依据该规定，本公司将 2013 年底在“长期股权投资”核算的账面价值为 5,741,852.00 元的投资转至“可供出售金融资产”核算。
《企业会计准则第 30 号——财务报表列报》		依据该规定，本公司将 2013 年底在“其他非流动负债”列报的递延收益 51,023,636.32 元转至“递延收益”列报。
		依据该规定，本公司将 2013 年底在“资本公积”列报的可供出售金融资产因公允价值变动扣除所得税影响后的净额 102,371,396.56 元以及在“外币报表折算差额”列报的外币报表折算差额-518,486.39 元转至“其他综合收益”列报。

本次会计政策变更，不会对公司 2013 年度以及本期合并财务报表的资产总额、负债总额、股东权益以及归属于股东净利润产生影响。

4.2 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的，公司应当说明情况、更正金额、原因及其影响。

报告期内，公司未发生重大会计差错。

4.3 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。

2014 年二级子公司合并报表范围无变化，包括母公司共 16 家；三级以下公司与 2013 年相比增加了 2 家，即老凤祥东莞珠宝首饰有限公司和余姚老凤祥银楼有限公司。

4.4 年度财务报告被会计师事务所出具非标准审计意见的，董事会、监事会应当对涉及事项作出说明。

无

老凤祥股份有限公司
 董事长：石力华
 2015 年 4 月 28 日