

证券代码：002721

证券简称：金一文化

公告编号：2017-084

# 北京金一文化发展股份有限公司 2016 年年度报告摘要

## 一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

非标准审计意见提示

适用  不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用  不适用

是否以公积金转增股本

是  否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 648,036,000 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.42 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用  不适用

## 二、公司基本情况

### 1、公司简介

股票简称	金一文化	股票代码	002721
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	徐巍	宋晶	
办公地址	北京市西城区复兴门外大街 A2 号中化大厦 515 室	北京市西城区复兴门外大街 A2 号中化大厦 515 室	
电话	010-68567301	010-68567301	
电子信箱	jyzq@lking1.com	jyzq@lking1.com	

### 2、报告期主要业务或产品简介

(一) 公司从事的主要业务、产品、经营模式及主要业绩驱动

#### 1、 公司从事的主营业务

公司主营业务为黄金珠宝首饰、贵金属工艺品的研发设计、生产和销售。自公司上市以来，公司积极


开拓上下游业务，完善产业链，在品牌、零售加盟渠道、智能制造、智能可穿戴设备、供应链金融、大数据营销等方面进行战略布局，致力于打造成集产业支撑、金融服务、数据经营于一体领先的黄金珠宝企业。

## 2、公司的主要产品及其用途


### 1) 黄金产品

主要产品	特点工艺
	<p><b>金一投资金条</b></p> <p>产品为纯金制品，采用油压工艺，造型精致，添加古代文化吉祥文印，古朴简洁，美观大方。</p>
	<p><b>戒指</b></p> <p>产品为纯金制品，采用精致抛光技术，里侧添加精致的底纹，立体感强，佩戴舒适。</p>
	<p><b>就爱金DIY系列</b></p> <p>产品为就爱金中系列中的DIY手链，主要以洛丽塔风格为主，可自由搭配和组合，运用工艺以硬金为主，辅以表面喷砂、压光、拉丝等工艺，适合年轻及时尚人士。</p>

### 2) 钻石镶嵌、K金、彩宝类

主要产品	特点工艺
	<p><b>“尚STYLE——星设计”系列之-空灵系列</b></p> <p>产品由明星周冬雨参与设计，雪花元素，搭配钻石点缀，镂空形设计，整体简约素净，给人清纯可人的印象。</p>



	<p><b>“唯”系列</b></p> <p>产品采用倒模和镶嵌工艺，通过“W”元素镶口贯穿系列，以通透衬石的结构结合高色中净的用石，整体塑形统一，主题概念和现代简约风格鲜明，性价比高，辅以百搭多戴佩戒，系列款式更加年轻时尚。</p>
	<p><b>“焕花漾”系列</b></p> <p>产品为K金为主，镶嵌钻石或彩宝，采用倒模结合机车工艺，塑造精致，可通过螺帽旋拧结构将花头和基件组合在一起，形成具备DIY功能的一款多戴多搭的高性价比产品，并辅以安全扣的双重保护，让佩戴百变又安全美观。</p>
	<p><b>星设计系列之圆舞曲—代言人为倪妮</b></p> <p>产品由明星倪妮参与设计，以K金打造，采用了最经典的流苏造型，搭配镂空的复古车花，将古典与时尚完美结合，整体造型大气又不失个性。</p>
	<p><b>星设计系列之心动系列</b></p> <p>产品由明星张天爱参与设计，以K金镶嵌心形紫水晶，通过细腻的色彩搭配，让细节更精致，灵动的心和优雅的线条，简约大方。</p>
	<p><b>星设计系列之“斐”你莫属系列</b></p> <p>产品由明星陈晓参与设计，以K金打造，为本系列中的一款项链，整个系列以希腊字母Φ的含义融入产品之中，是东西方文化的圆融相会，而这个希腊字母恰好具备了圆和直线这种原始纯粹的形式美感，通过结合现代设计，打造出简约、时尚的绅士风格。</p>

	<p><b>星设计系列之“斐”你莫属系列</b></p> <p>产品由明星陈晓参与设计，为本系列中的一款腰带，其中腰带扣以K金打造，配以鳄鱼皮质的皮带，搭配起来，体现出该系列产品所传导的简约、时尚的风格。</p>
---	--

## 3) 白玉产品

	<p><b>玉王府系列——樊景系列</b></p> <p>属公司旗下玉王府品牌，精选新疆优质玉料，玉质温润饱满，细腻通透，手工打磨抛光。选用18K黄金与宝石镶嵌，恰到好处的点缀，体现出设计的独具匠心，造型别致典雅，复古百搭。通过金和玉的完美结合，将东方女性特有的典雅、知性、端庄气质展示无疑。</p>
	<p><b>玉王府系列——心悦系列</b></p> <p>属公司旗下玉王府品牌，精选新疆优质玉料，玉质温润饱满，细腻通透，手工打磨抛光。选用18K黄金与宝石镶嵌，恰到好处的点缀，体现出设计的独具匠心，造型别致典雅，复古百搭。通过金和玉的完美结合，将东方女性特有的典雅、知性、端庄气质展示无疑。</p>

## 4) 智能产品

	<p><b>爱贝智能测温宝宝锁</b></p> <p>产品由金一智能品牌研发推出，是一款专为婴幼儿设计的可全天候进行温度监测的功能性珠宝首饰。它通过24h检测记录、智能提醒、远程同步等功能，帮助父母轻松掌握宝宝状态，让育儿更加省心轻松。同时锁身与腕带的可拆分设计为它增添了更多趣味，一款多戴随心转变。</p>
	<p><b>智能戒指-Lering</b></p> <p>产品由广东乐源研发生产，戒托为钛银/925银/金材质，镶嵌翡翠/水晶/猫眼石/玉石等可透光宝石，通过蓝牙及与Android5.0+和ios8.0+手机系统连接，可实现运动监测、睡眠监测、微信通知等功能。</p>

	<p><b>智能戒指-Lering</b></p> <p>产品由广东乐源研发生产，该系列产品戒托为（钛银/925银/金）材质，搭配翡翠/水晶/猫眼石/玉石等可透光宝石，通过蓝牙及与Android5.0+和ios8.0+手机系统连接，可实现运动监测、睡眠监测、微信通知等功能。</p>
	<p><b>智能戒指-Lering Beat</b></p> <p>产品由广东乐源研发生产，戒托为钛银/925银/金材质，周边镶嵌钻石颗粒，OLED智能屏幕显示，通过蓝牙及与Android5.0+和ios8.0+手机系统连接，可实现心率监测、运动监测、睡眠监测、微信通知、智能提醒、健康管理、时间显示、触屏操作功能。</p>
	<p><b>儿童安全手表</b></p> <p>产品由广东乐源研发生产，采用1.22英寸TFT彩屏，硅胶材质让儿童使用舒适，滑动触控与按键完美结合。三重定位功能，做孩子的随身护卫；双向通话，沟通更显轻松；更能检测孩子的运动状态和睡眠信息。电子围栏和SOS报警，让你时刻了解孩子的安全。</p>
	<p><b>穿孔屏手表</b></p> <p>产品由广东乐源研发生产，作为一款结合传统手表和智能模块的穿孔屏手表，使用颠覆性技术在液晶屏中心打孔穿过传统指针，产品采用了TFT穿孔彩屏，当手机收到信息或来电，手表屏幕上都会显示更具备来电等智能提醒，防丢功能，找手机和远程拍照功能，让智能与传统完美结合。</p>
	<p><b>智能手环</b></p> <p>产品由广东乐源研发生产，1.7英寸长方形TFT彩色显示屏，双击与滑动的多点触控模式，可在屏幕显示来电及查看信息。与微信运动完美适配，拥有国际先进的AMS心率方案，时刻了解使用者的心率变化，更具睡眠监测功能。</p>

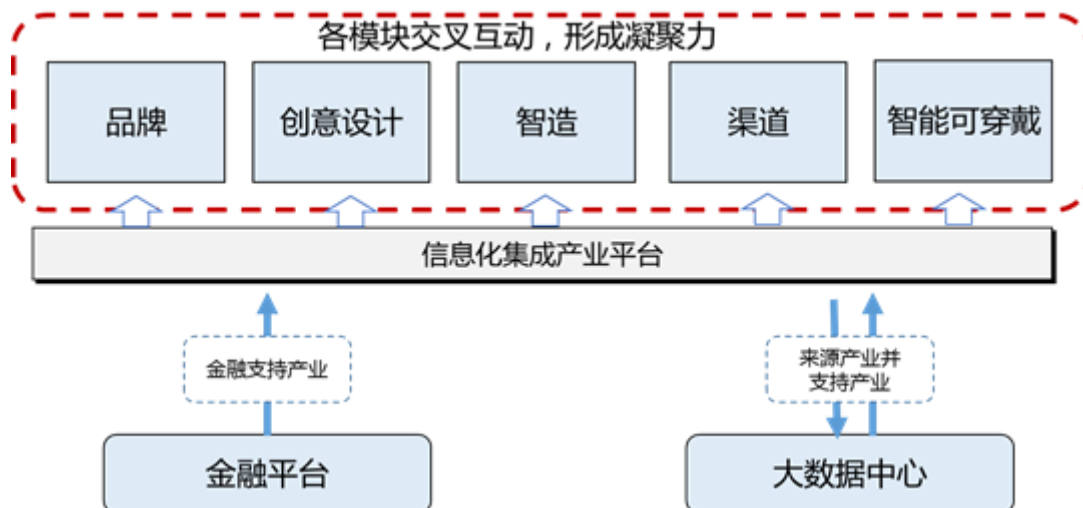
### 3、经营模式

公司以设计创意和借力银行渠道为先发优势，在贵金属艺术产品领域奠定细分龙头地和行业基础。结合产业升级行业整合机遇，通过内生与外延结合的策略，快速在黄金珠宝行业形成品牌、渠道、供应链竞争优势。在互联网时代，创新策略，创新营销、创新发展，借助金融功能，数字经营理念，拓宽黄金珠宝



行业发展模式边际，目标在国家“十三五”期间，消费升级趋势下，实现公司主营业务规模、效益和效率的全面提升和发展裂变，推动黄金珠宝行业升级，并在行业升级发展过程中，实现公司品牌竞争力、市场占有率的全面提升。

公司的业务发展是基于互联网时代，黄金珠宝产业发展趋势及产业现状进行的业务布局。公司一方面以黄金珠宝核心产业为基础，通过整合资源、优化产品、拓展渠道、树立品牌、创造内生发展动力、提升平台竞争力。同时通过外延并购、金融支持、数据管理、信息管控等补强平台功能，形成产业链内部生态配置和良性发展。



#### 4、业绩驱动因素

##### 1) 公司的业务增长驱动模式

基于对黄金珠宝行业趋势判断，公司在2014年上市以后，在产业中进行重点渠道布局。2016年，是公司上市后转型提升之年，主要受益于坚持以市场和创新需求为导向的渠道、品牌和产品发展方向，同时并购整合张显出效益和效率的增强和资源的叠加。2016年，公司围绕发展目标，就各业务板块的战略功能、业务目标、竞争力打造等方面进行布局。在渠道方面，公司通过对越王珠宝、宝庆尚品在业务、管理、文化等全方位协同和有效整合，初步形成了在浙江、江苏等华东重点区域的品牌、渠道的影响力和竞争力，并与公司原有加盟业务版块、银行业务版块形成良性互动。在供应链和金融服务方面，公司传统业务渠道稳步发展与新兴零售终端竞争力的崛起，带动了公司供应链对行业上下游的聚集效力，极大的丰富了公司营销渠道及服务半径，公司对控股子公司卡尼小贷的业务整合，对黄金珠宝供应链形成金融支持和助力，并对未来业务发展奠定良好的基础。公司科技+金融+珠宝理念的不断深入，通过广东乐源的并购整合，向科技智能领域加快步伐，将有利提升跨界产品开发和数字营销的步伐，智能时尚功能的叠加，将为公司产品和服务模式创新形成助力，推动业务持续增长，为未来业绩增长形成隐形力量。

##### 2) 公司主要收入和利润来源

报告期，公司营业收入为1,077,301.26万元，同比增长约41.06%，其中经销业务实现约60.97亿元的收入，同比增长约34.70%，该业务模块占公司营业收入的比例约56.60%；加盟业务实现约16.69亿元的收入，同比增长约126.67%；零售业务实现约14.85亿元的收入，同比增长约21.81%。整体而言，2016年公司毛利率

提升至约13.01%，较上年同期增长约2.09%。报告期，公司实现归属于上市公司股东净利润为17,406.50万元，较上年同期增长约14.04%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为24,949.95万元，同比增长122.19%。

## (二) 报告期内公司所属行业的发展阶段、周期性特点以及公司所处的行业地位

### 1、 报告期内公司所属行业的发展阶段

我国黄金珠宝行业经过在经历了 2003-2013 的高速增长期后，出现了加工能力过剩、竞争加剧、产品同质化严重的局面，十几年的粗放发展，规模不断扩大，但规模企业少、企业发展良莠不齐、黄金珠宝行业集中度较低、低层次竞争激烈的竞争格局，行业已步入整合转型期。2016年，我国黄金珠宝行业面对国内外经济下行、消费意愿下降的形势，经历着行业转型升级的阵痛和挑战。随着消费者需求的改变，消费的升级，将带动珠宝首饰行业的转型发展。上市企业在国内外加速整合与并购，从简单的资产配置逐渐发展到以产业整合为主的全产业链搭建，对产业协同性、要求将越来越高，规模较小的区域性珠宝企业通过参与上市公司重组、战略合作、股权投资等形式，合力共赢，共谋发展。2016年，智能穿戴珠宝首饰发展迅速，互联网与珠宝行业的结合正向纵深化、全方位扩展。

公司研究和洞察行业发展趋势，判断未来的黄金珠宝行业，将是品牌企业的角斗场，而未来随着地源政治复杂化、城市化进程加速、经济发展居民可支配收入的增加带来的消费升级等，将为行业带来新的发展机遇。公司在行业处于调整期时，着力打造核心品牌的竞争力，通过逆市扩张和战略并购，整合行业优质资源，构建全产业链布局，力争增强自身在产业链条上的控制力和话语权，成为推动黄金珠宝行业的发展变革的实践者。

### 2、 黄金珠宝行业的周期性、区域性和季节性特点

#### ①周期性

黄金珠宝首饰产品属于消费品中的高端产品，影响其销售量的因素主要为国民经济整体景气程度和居民的人均可支配收入等。随着我国经济水平的提高及大众消费观念的不断转型升级，越来越多的消费者将黄金珠宝首饰作为婚庆等仪式或日常穿戴的选择。黄金珠宝首饰的主要原材料黄金、铂金、钻石（裸石）等存在国际流通市场，国际及国内价格变动。但由于我国消费者接触黄金珠宝首饰的时间不长，目前我国仍属于新兴的快速发展阶段，故消费数量与上述主要原材料的价格波动相关性不大。

#### ②区域性

黄金珠宝首饰行业具有一定的区域性特征，主要原因有以下几点：一、由于我国地域辽阔，不同地区的消费观念、文化观念上存在一定的差异，黄金珠宝首饰品牌在进驻不同区域时需根据消费者不同的审美消费偏好进行产品线和营销渠道进行一定调整。二、由于不同省份、城市的经济发展水平差距较大，一、二线等大中型城市与三线及以下的县市的购买力差别较大，消费者对于产品类别和层次的喜好存在较大差异。三、目前黄金珠宝首饰零售行业的竞争十分激烈，除少数企业品牌外，很多城市均存在仅在地方较为知名的区域性品牌。在这些区域内，存在数家各层次品牌同场竞争的情况。

#### ③季节性

黄金珠宝首饰行业具有一定的季节性特征，根据销售市场的地理位置不同而存在一定的差异。对于我

国北方地区，受气候条件和温度影响，黄金珠宝饰品的销售旺季一般集中在4-10月，其余月份（除特定的节假日外）因为天气较为寒冷，消费者对于产品的需求相比其他月份较低。对于南方市场的季节性并不显著。其次，黄金珠宝首饰的主要消费市场为婚庆及礼品市场，因此国内几个主要节假日为销售的最高峰时期，例如春节、情人节、母亲节和七夕节等，消费者会在上述节日前集中采购，然后赠与亲朋好友或自用等。此外，根据不同产品的自身特性，在温度相对较高的夏季，消费者倾向于购买钻戒、铂金、18K金项链、耳饰等产品；在冬季则更倾向于选购珍珠、彩色宝石等类别的产品。

#### ④金融货币属性

黄金同时具备商品、货币和金融属性，具有信用对冲和抗通胀的特征。世界黄金协会统计，2016年全球黄金需求增长2%达到4309公吨，上市交易黄金ETF净流入 532公吨，年增持量创历史第二高位。预计2017年，欧洲政治经济不确定性增强，中东地区、朝鲜半岛局势紧张，全球恐怖袭击多发，特朗普政策不确定性和美国经济复苏不达预期的风险等带来的避险需求将成为黄金价格的主要支撑因素，为黄金珠宝行业公司发展提供较为稳定的外部环境。

#### ⑤市场潜力

经济的不断发展、人均可支配收入的稳步提高带来了我国居民消费能力和消费意愿的增强，消费结构持续升级。同时，我国人均珠宝消费额较低，女性消费意识崛起和消费能力提升，高端消费出现向本土迁移趋势，消费者更加注重个性化、多元化、服务质量等特征为黄金珠宝行业提供了广阔的市场空间。

### 3、所处的行业地位

公司目前在产品的研发设计和销售方面具有较强的实力，但仍需强化上游的生产加工能力、供应链的垂直控制能力、下游的零售渠道以及互联网黄金珠宝销售平台，增强上市公司全产业链的协同效应。公司正在通过不断整合，形成并购具有独特业务优势和竞争实力的优质资源，实现快速完善公司全产业链布局并增强区域优势，进一步巩固公司在黄金珠宝首饰行业的市场份额和领先地位。

公司是在黄金珠宝行业首推珠宝与智能结合的企业，互联网时代智能珠宝作为时尚珠宝和可穿戴设备的融合与创新，既能够满足消费者选购珠宝时对独特性、时尚感和新鲜感的追求，也能为消费者提供智能可穿戴设备的高科技服务体验，不同产品还具备不同的情感属性和附加功能。在消费升级和物联网时代背景下，我们将坚持跨界产品研发之路，创造新的消费需求和体验。

### 3、主要会计数据和财务指标

#### (1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

是  否

单位：人民币元

	2016 年	2015 年	本年比上年增减	2014 年
营业收入	10,773,012,644.81	7,637,131,951.01	41.06%	6,016,364,242.91
归属于上市公司股东的净利润	174,065,009.33	152,631,889.99	14.04%	68,889,410.30
归属于上市公司股东的扣除非经	249,499,521.33	112,291,561.68	122.19%	67,227,910.40



常性损益的净利润				
经营活动产生的现金流量净额	-523,991,291.51	-270,884,318.98	-93.44%	-67,041,563.92
基本每股收益（元/股）	0.27	0.24	12.50%	0.14
稀释每股收益（元/股）	0.27	0.24	12.50%	0.14
加权平均净资产收益率	8.15%	8.50%	-0.35%	8.15%
	2016 年末	2015 年末	本年末比上年末增减	2014 年末
资产总额	10,817,107,687.98	7,338,867,151.49	47.39%	3,053,224,013.49
归属于上市公司股东的净资产	2,207,612,699.36	2,061,151,889.43	7.11%	890,209,989.42

## （2）分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	3,237,091,747.28	3,048,468,021.03	2,330,027,923.66	2,157,424,952.84
归属于上市公司股东的净利润	26,206,022.72	24,907,365.34	30,476,185.49	92,475,435.78
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	86,394,235.31	59,019,819.34	32,956,401.72	71,129,064.96
经营活动产生的现金流量净额	-31,178,382.48	548,713,836.04	-741,612,841.09	-299,913,903.98

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

 是  否

## 4、股本及股东情况

### （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

报告期末普通股股东总数	44,607	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	39,555	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月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	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
上海碧空龙翔投资管理有限公司	境内非国有法人	23.72%	153,705,105	153,705,105	质押	139,500,000	
钟葱	境内自然人	15.64%	101,362,578	99,846,828	质押	96,716,578	
陈宝芳	境内自然人	6.44%	41,758,638	41,758,638	质押	33,400,000	
陈宝康	境内自然人	5.26%	34,068,931	33,627,681	质押	33,400,000	
深圳市道宁投资有限公司	境内非国有法人	3.42%	22,158,693	15,616,335	质押	21,580,000	
陈宝祥	境内自然人	1.88%	12,203,028	12,203,028	质押	11,425,600	
国金证券—平安银行—国金—增持 1 号集合资产管理计划	境内非国有法人	1.69%	10,929,133				
孙戈	境内自然人	1.64%	10,600,353				

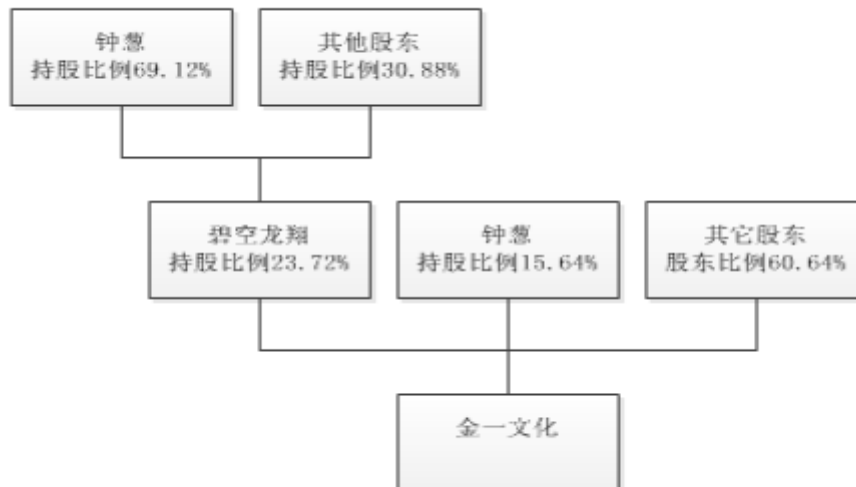
镇江合赢投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	1.34%	8,714,625	6,971,700		
绍兴越王投资发展有限公司	境内非国有法人	1.20%	7,808,802	7,808,802	质押	7,800,000
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、上海碧空龙翔投资管理有限公司为公司控股股东，钟葱持有上海碧空龙翔投资管理有限公司 69.12% 的股权，钟葱为公司实际控制人，钟葱及上海碧空龙翔投资管理有限公司为一致行动人。 2、钟葱为国金证券—平安银行—国金金一增持 1 号集合资产管理计划唯一委托人，并为该计划进取级份额持有人。 3、陈宝康、陈宝祥、陈宝芳系兄弟关系，陈宝祥系镇江合赢投资合伙企业（有限合伙）的执行事务合伙人且陈宝芳、陈宝康、陈宝祥合计拥有镇江合赢投资合伙企业（有限合伙）88.57% 的出资，陈宝芳系绍兴越王投资发展有限公司的执行董事、经理及法定代表人，且陈宝芳、陈宝康合计拥有绍兴越王投资发展有限公司 100% 的股权，因此陈宝芳、陈宝康、陈宝祥、镇江合赢投资合伙企业（有限合伙）、绍兴越王投资发展有限公司构成一致行动关系。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无					

## （2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用  不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

## （3）以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



## 5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券是

### （1）公司债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	到期日	债券余额（万元）	利率
北京金一文化发展	15 金一债	112246	2018 年 05 月 15 日	28,911.41	7.30%

股份有限公司 2015 年公司债券				
报告期内公司债券的付息兑付情况	公司于 2016 年 5 月 16 日支付 2015 年 5 月 15 日至 2016 年 5 月 14 日期间的利息 7.3 元(含税)/张, 共计 21,900,000 元。			

## (2) 公司债券最新跟踪评级及评级变化情况

2016年5月27日, 根据大公国际资信评估有限公司出具的《北京金一文化发展股份有限公司主体与相关债项 2016 年度跟踪评级报告》, 公司主体长期信用等级由AA-调整为AA, 评级展望维持稳定, “15金一债”信用等级维持AA+。

该等级反映了公司偿还债务的能力很强, 受不利经济环境的影响不大, 违约风险很低。该等级是大公国际基于对公司的运营环境、经营状况、财务实力等因素综合评估确定的。预计未来1~2年, 随着公司营销渠道的进一步拓展, 公司主营业务收入将进一步提升。因此, 大公国际对金一文化的评级展望为稳定。

上述评级结果反映了黄金首饰行业仍具有较大发展空间, 公司并购重组有利于提升市场占有率等有利因素; 同时也反映了公司盈利能力受黄金价格波动的影响较大、应收账款规模不断扩大、短期偿债压力较大等不利因素。北京中关村科技融资担保有限公司为“15 金一债”提供的全额无条件不可撤销连带责任保证担保具有很强的增信作用。

大公国际将在本次债券存续期内, 在公司发布年度报告后两个月内出具一次定期跟踪评级报告。

## (3) 截至报告期末公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

单位: 万元

项目	2016 年	2015 年	同期变动率
资产负债率	72.39%	67.68%	4.71%
EBITDA 全部债务比	9.49%	9.68%	-0.19%
利息保障倍数	2.28	2.46	-7.32%

## 三、经营情况讨论与分析

### 1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

否

#### 1) 品牌价值凸显, 全面扩大“金一”品牌影响力

随着黄金珠宝行业进入成熟发展期, 品牌培育、影响力及运营已具备更高商业价值, 对提升市场占有率和产品毛利率有直接影响。上市后, 公司以内生式发展和外延式扩张结合不断加快产业布局, 通过收购越王珠宝、宝庆尚品、卡尼小额贷及广东乐源等多次股权合作, 在稳固银邮渠道等优势渠道资源的基础上, 整合区域优质品牌资源和产业链资源, 拓展销售渠道, 逐步实现从贵金属工艺品细分领域到黄金珠宝首饰大行业的跨越。为进一步满足黄金珠宝市场消费升级需要, 公司制定统一品牌珠宝零售终端(金一 | KING ONE) 发展战略规划, 对旗下现有珠宝零售品牌统一升级, 并同时启动在各地开展品牌加盟战略, 通过集

中展示、销售公司产品并提供专业服务，打造全国性金银珠宝连锁零售品牌。

2016年11月，公司获邀入选中央电视台2017国家品牌计划，启动全国规模的营销攻势。公司将基于在产品、渠道、品牌、运营等方面的综合实力，依托国家平台打造公司品牌形象，提升行业影响力，为后续发展、产业链并购提供有利条件。同时，也将在2017年度“国家品牌计划”全面实施之际，集中进行线下门店翻牌并绑定各个渠道端参与品牌运营形成品牌合力，提升品牌影响力，提升市场占有率。

2016年8月，公司与传媒公司时尚集团签订合作协议，开启黄金珠宝行业和媒体界的跨界融合发展，共同成立珠宝产业定制化明星品牌项目。项目拟打造具有高品牌效应的行业商业模式为契机，经过媒体平台的整合将传统珠宝产业产销市场多层次的产业链条转化为具有明星效应及市场消费流转的商业形态。同时，公司也将借助项目平台，以粉丝社群需求为驱动设计明星专属产品，形成强有力的消费群体。最后，通过系列产品的更新迭代，以线带面提升公司品牌核心竞争力。

## 2) 深耕银行渠道，连锁加盟取得突破发展

报告期内，公司不断完善覆盖全国的银行系统、批发零售、加盟连锁等多元化的营销网络，不断夯实与中国银行、中国工商银行、交通银行、招商银行、中国农业银行等多家国内大型商业银行及部分地方商业银行及中小银行的合作深度，为其提供丰富多样的贵金属工艺品和销售服务。

公司依据发展战略，积极通过行业内兼并重组、战略合作、共同投资等方式，集结具有良好声誉、拥有丰富的店面资源和客户资源的区域优质企业及具有品牌运营、销售管理及加盟拓展经验的优秀人才，共同推进公司“金一 KING ONE”黄金珠宝国民品牌战略在全国范围内的布局，实现了营销渠道的快速扩张，已形成覆盖全国、拥有160多家自营连锁店和128家加盟连锁店的珠宝首饰零售营销体系，“金一 KING ONE”品牌加盟发展迅速。公司通过打造各省份的品牌推广中心及综合性黄金珠宝销售服务平台，为批发客户提供多品类的产品采购一站式服务，为品牌加盟客户及有其他需求的客户提供货品知识、销售技巧、零售店管理、促销活动等系列培训服务，助力渠道拓展。

报告期内，公司“金一 KING ONE”品牌旗舰店在天猫平台已正式运营，现有APP金一珠宝及苏宁易购、工行融易购等线上销售平台均已上线运营，并将不断拓展优质互联网线上渠道。

公司在业务模式创新方面，通过推出的黄金理财服务平台“生金宝”业务，实现了基于大数据挖掘客户需求，增强了客户粘性及提升了品牌门店的市场竞争力，为公司打造黄金珠宝生态圈填补重要一环。

## 3) 重视产品研发，跨界合作提升竞争实力

报告期内，公司秉承为消费者提供全品类、高性价比、高品质黄金珠宝的研发理念，旨在让更多的人买的起、用的起、送的起，减少黄金珠宝消费时的距离感，提升舒适感和幸福感，实现黄金珠宝消费的生活化。公司产品不断推陈出新，并积极探索珠宝+科技的智能珠宝领域。

黄金、K金及彩宝类产品，在不断丰富产品款式的同时，公司主推年轻化、时尚化的代表产品，例如公司推出的“就爱金”、“焕花漾”产品，以25到35岁的时尚女性为重点消费人群，通过APP实现在线DIY互动，可完成产品试戴和预约门店取货，依托自由组合、多样化搭配、轻巧时尚、实惠便捷的产品优势，使客户实现在不同场合的不同戴法，灵活体现属于客户的独特品味和风格，受到客户广泛喜爱。钻石方面，公司提供各级裸钻及钻石镶嵌饰品的零售与批发业务，在满足自有品牌需求的同时，公司旗下“贵天钻石”

成为众多知名珠宝企业钻石产品指定供应商。

报告期内，公司加大白玉产品研发力度，目前市场对白玉饰品销售专业度及重视度不够，且产品高端白玉籽料素件和传统与时尚结合的贴金款为主。随着大众消费能力的上升，对饰品时尚性+价值性+文化承载能力的诉求，以及饰品差异化、年龄和佩戴场景差异化的需求，公司看好金镶玉产品良好的市场前景。公司已研发出樊景、心悦、福佑、琳琅等白玉素件及金镶玉系列产品，通过巧妙的设计和创新的工艺，玉王府原料产地正宗、料地优质，雕工精巧，系列作品更以创意见长，突破了传统的表现手法更好的烘托出白玉的素雅和与贵金属结合后的精致，受到众多中青年消费群体的关注。

报告期内，公司与时尚集团《时尚先生》共同打造产业定制化明星品牌“尚STYLE——星设计”，是黄金珠宝行业和时尚传媒首次跨界打造珠宝产业定制化明星项目。公司联合陈晓、倪妮、周冬雨、张天爱、姚星彤五位当红明星，秉持“为爱而生”的理念，明星亲自参与，集合黄金、铂金、K金、钻石、彩宝等多种元素，将自己对生活、潮流的主张融入到珠宝产品设计之中，同时影响更多的消费者助力中国公益事业。该项目将传统珠宝产业产销市场多层级的产业链条，以媒体平台的整合，转化具有明星效应及市场消费流转的商业形态，走出“人气明星+人气同款+人气传播”的全新商业模式。

#### 4) 重视供应链板块业务，产融结合保障货品供应链

为了更好地驱动结构优化和产业升级，公司提出了“助力供应链金融，培养品牌加盟商”的战略目标，探索多种方式，助力公司产业整合和供应链平台建设。报告期内，公司通过子公司江苏金一、上海贵天拥有的上海黄金交易所综合类会员、上海钻石交易所会员席位，严控公司原料质量及成本；负责加工业务的子公司金一珠宝，经过几年的发展，已成为集研发、设计、生产、批发于一体的综合性黄金珠宝生产加工企业，拥有完善的黄金、镶嵌及K金首饰生产线。金一珠宝通过加大设备投入和重视高级技工人员培养，有效提升了整体研发能力和供给能力，报告期内共计开发1200余款珠宝首饰、贵金属工艺品，满足了公司各业务部及行业客户的业务需求；公司通过项目合作、并购等方式，与行业内优质加工企业、设计企业的深入联结，提升供应能力。

2016年公司正式完成对卡尼小贷60%股权的收购，为公司上下游客户及行业内客户提供资金支持；2016年公司子公司福建金一上线运营，结合深圳供应链业务中心，公司构建成以深圳及福建莆田为核心，辐射华南地区的供应链服务体系；通过与合作对象及引入职业化团队，“金一”集交易、融资、信息传递等功能为一体的综合性服务平台已初见成效，为黄金珠宝行业上下游客户提供包括交易、物流、融资、资讯在内的全方面服务，助力公司“金一”品牌在全国范围内直营及零售店面的快速扩展。

#### 5) 量质齐增，智能新业务布局科技未来

报告期内，公司外延渠道智能可穿戴领域业务发展迅速，收入较上年增长100.00%，净利润增长100.00%，外销占比66.08%，内销占比33.92%。报告期内，广东乐源在保证OEM/ODM业务稳步增长的前提下，通过新媒体运营、官网维护、组织人工智能研讨会等方式，不断提升企业品牌知名度，积极参加北京、深圳、香港、美国拉斯维加斯、巴西圣保罗、阿联酋迪拜等世界主要电子或通讯产品展会，获取更多的客户资源及市场，发展前景良好。

公司智能可穿戴产品研发力度不断加大，广东乐源“APPS”品牌运动智能手环、手表系列产品技术不



断升级,造型日趋时尚,报告期内上市新品11款,其中手环产品5款,手表产品6款,并推出时尚智能戒指、手表、养老定位腰带、健身智能鞋垫等新产品。报告期内广东乐源新增申请60项国内发明、实用新型、外观专利及递交5项PCT专利国际申请。广东乐源为“Mykronoz”等西欧、美国市场大型销售商提供智能产品成品,同时为美国“3PLUS”等客户提供完善的OEM/ODM服务。在珠宝+科技战略方面,公司推出“金一·爱贝”智能测温宝宝锁,是一款专为婴幼儿设计的可全天候进行温度监测的功能性珠宝首饰,它通过24h检测记录、智能提醒、远程同步等功能,帮助父母轻松掌握宝宝状态,让育儿更加省心轻松。同时,锁身与腕带的可拆分设计也为它增添了更多趣味,一款多戴随心转变。报告期内,广东乐源推出的Lering、Lering Beat系列智能戒指,戒托为(钛银/925银/金)材质,搭配翡翠/水晶/猫眼石/玉石等可透光宝石,通过蓝牙及与Android5.0+和ios8.0+手机系统连接,可实现运动监测、睡眠监测、微信通知等功能,为公司智能珠宝产品的代表产品。

2017年初,广东乐源顺应智能可穿戴设备发展趋势及移动医疗市场的发展,成立了乐之康、乐芯智能两家子公司,其中乐之康致力于研发应用于个人健康、居家养老服务的新型智能设备,目前已研发出一款智能养老机器人,机器人配有高精度血压、心电、红外温度计以及心率血氧体征监测传感器,测量和记录老人的身体健康指标,自动生成健康报告并做出合理的健康提醒,帮助用户养成良好的生活习惯,可实现对老人进行定期的健康管理和安全看护,同时具有良好的室内自主导航与定位能力,能与其他智能硬件互联互通,并融入家庭及养老院健康管理信息系统,定位为主要用于居家养老和中高端养老机构,市场前景广阔。乐芯智能将致力于研发打造面向传统钟表行业客户的产品,开发集成智能手表的技术,助力传统钟表行业进行智能制造转变、升级。两家新公司将通过对新产品的研发扩大广东乐源的客户范围,从电子信息技术行业客户扩大到传统钟表业、养老等其他行业,从而增强广东乐源的综合竞争力。

2017年3月,公司参与设立无锡金智智能创意产业投资企业(有限合伙),该合伙企业将专注于对境内外智能制造、云计算、新材料、智能穿戴等新兴产业发展方向,孵化和培育创新型、成长型智能产业企业。公司将不断借鉴和融合新兴智能领域技术和经验,在智能可穿戴领域的软件、硬件、新材料方面深入探索,通过智能可穿戴设备、智能珠宝进一步服务大众健康,持续践行公司珠宝智能化的发展战略。

#### 6) 加强、优化各项管理,进一步提升管理水平

报告期内,公司深化内控体系建设,进一步强化内部审计监督职能,持续推进风险管理融入主营业务流程。同时公司加强财务管控,严格进行对账及货款催收、加强客户供应商信用管理、严控费用支出等,筹备财务共享中心一期项目,着手搭建资金统一结算中心,实现集中结算、统一调度,不断提升资金管理水平。报告期内,公司积极根据业务开展需要,开始逐步开发业务端管理系统如智慧供应链、会员营销、移动零售及大数据分析系统,借助信息化平台,提升管理效率,扩大管理范围。2016年,公司除持续强化员工培训和人才吸纳外,还优化人力资源管理体系,从管理层次架构、绩效考核和薪酬方面全面升级人力资源管理水平。

#### 7) 稳步推进外延并购,完善公司产业布局

报告期内,公司完成了对卡尼小贷资产交割工作,公司通过收购卡尼小贷完善了公司产业链金融服务端,实现金融助力产业发展的布局。报告期内,公司完成了对广东乐源的收购,公司通过收购广东乐源开

启了利用互联网思维，在物联网时代“时尚+珠宝+科技”的探索，在珠宝智能化方面迈出了第一步。2016年9月，公司开始重大资产重组收购金艺珠宝、捷夫珠宝、臻宝通及公司控股子公司少数股东股权，若重组完成，公司将实现行业内全产业链布局，从上游生产到下游零售，再到互联网黄金珠宝销售平台，完善黄金珠宝行业制造、销售渠道网络。除上述股权或现金进行外延并购的同时，公司积极运用资本市场工具，通过参与产业投资并购基金（西部金一、深圳金一红土两支基金），为公司外延并购发现优质企业奠定基础。

#### 8) 发扬企业精神，优化人力资源结构

公司致力于成为集产业支撑、金融服务、数据经营于一体的世界级企业。成立至今，公司坚持“伟大的梦想、伟大的目标、伟大的企业、伟大的人生都是干出来的”的企业精神。在工作中，金一人提倡五种干法——“肯干、实干、巧干、敢干、苦干”，这是对公司创业精神的传承，是公司前进发展的内在驱动力。

报告期内，公司继续加大各类人才的培养，开展了针对不同阶段员工的培训工作。从员工入职开始的“新员工培训”、以共享经济的思维提升员工的业务水平与综合能力的“金一大讲堂”及与和君商学院建立合作关系，对相关岗位人员进行专项培训。2016年，公司进一步完善晋薪酬机制与绩效管理，全面提升企业凝聚力，为实现公司战略目标提供人才支撑。

## 2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是  否

## 3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用  不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
纯金制品	4,947,731,391.06	394,299,863.89	7.97%	20.54%	23.57%	0.20%
珠宝首饰	3,271,195,240.94	460,004,177.29	14.06%	41.04%	18.39%	-2.69%
小额贷款业务	175,466,872.50	141,588,095.82	80.69%	100.00%	100.00%	80.69%
智能产品	291,392,751.46	168,267,381.84	57.75%	100.00%	100.00%	57.75%
其他	668,929,909.94	167,267,836.40	25.01%	85.22%	66.47%	-2.82%

## 4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是  否

## 5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用  不适用

## 6、面临暂停上市和终止上市情况

适用  不适用

## 7、涉及财务报告的相关事项

### (1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用  不适用

为进一步规范增值税会计处理，促进《关于全面推开营业税改征增值税试点的通知》（财税〔2016〕36号）的贯彻落实，财政部于2016年12月3日发布了《增值税会计处理规定》（财会〔2016〕22号）。该规定自发布之日起施行。2016年5月1日至该规定施行之间发生的交易由于该规定而影响资产、负债等金额的，应按该规定调整。根据前述规定，公司于以上文件规定的起始日开始执行上述企业会计准则。

此会计政策调整，为会计核算科目之间的调整，对公司无其他重大影响，对当期及前期列报净损益亦无影响。

### (2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用  不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

### (3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用  不适用

报告期内，公司为推进外延并购，积极进行业务布局，新收购3家公司，分别为深圳市卡尼小额贷款有限公司、广东乐源数字技术有限公司、山东金文电子商务有限公司；新设立12家公司，分别为上海金一云金网络服务有限公司、喀什金越电子商务有限公司、深圳市前海金怡通黄金珠宝供应链有限公司、玉王府珠宝首饰有限公司、南京莱奥珠宝有限公司、安徽宝恒珠宝有限公司、江西鸿铭黄金珠宝有限公司、山东钟联珠宝有限公司、天津思诺珠宝有限公司、福建金一文化发展有限公司、杭州越金彩珠宝有限公司和深圳中缘实业有限公司。

报告期内合并范围注销1家公司：重庆金一金品文化发展有限公司。

### (4) 对2017年1-3月经营业绩的预计

适用  不适用

北京金一文化发展股份有限公司董事会

2017年4月27日