

证券代码：002867

证券简称：周大生

公告编号：2018-028

周大生珠宝股份有限公司 2017 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。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因
----	----	-------

声明

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

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 485,379,500 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 6.00 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	周大生	股票代码	002867
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	何小林	周晓达	
办公地址	深圳市罗湖区文锦北路田贝花园裙楼商场 301	深圳市罗湖区文锦北路田贝花园裙楼商场 301	
电话	0755-61869039	0755-61869039	
电子信箱	szchowtaiseng@126.com	szchowtaiseng@126.com	

2、报告期主要业务或产品简介

1、公司主要业务

公司从事“周大生”品牌珠宝首饰的设计、推广和连锁经营，是国内最具规模的珠宝品牌运营商之一。“周大生”是全国中高端主流市场钻石珠宝领先品牌，主要产品包括钻石镶嵌首饰、素金首饰。

公司采取轻资产、整合运营型经营策略，专注于品牌运营、渠道管理、产品研发和供应链整合，不断提升品牌形象和影响力，实现公司的快速发展。截至报告期末，公司拥有门店2724家，其中自营店276家，加盟店2448家。

2、公司主要产品

周大生基于自己的商业模式和品牌定位，将继续坚持以钻石为主力产品，比利时新一代LOVE100切工钻石为核心产品，黄金为人气产品，铂金、K金、翡翠、珍珠、彩宝为配套产品，不断丰富和完善产品线，并根据目标消费群特点，打造优雅、迷人、浪漫、摩登、自然等五大产品风格，将全新的设计理念和情感文化融入到珠宝首饰中，匹配消费者在不同场景中的使用需求，精准锁定各品类主力市场。

公司根据新的消费习惯和趋势，持续优化产品结构，适应市场变化，满足顾客需求。不断丰富完善产品线，精准锁定各品类主力市场，针对不同消费者，优化产品结构，满足市场多样化需求。

主要产品简介如下：

序号	产品类别	产品定位	市场定位	产品开发
1	钻石首饰	主力产品	面向中高端市场主流大众时尚消费者	通过对珠宝消费市场趋势洞察及顾客偏好研究，在业内率先提出“情景风格珠宝”概念，确立“引领情景风格珠宝新潮流”品牌产品定位，并针对品牌五大风格人群进行系列化产品开发及营销推广，满足不通透顾客风格装扮、生活场景、情感表达等需求。 现已结合不同品种特点，向市场推出四大情景风格产品线主销产品： 1、“百姿”女戒 2、“百魅”吊坠（链牌） 3、“幸福时刻”情侣对戒 4、“玫瑰与诗”耳饰手链（手镯） 5、星座极光
2	LOVE100切工钻石首饰	核心产品	面向中高端市场品质消费者	在品牌产品定位下，细分更高品质需求顾客，打造更高颜值、更加璀璨、更具质感、更具设计感的品牌独家专利产品系列，如目前已推出的LOVE100“星族”系列
3	黄金首饰	人气产品	面向国内大众市场消费者	通过国内黄金市场消费特点及消费者偏好研究，结合与黄金首饰息息相关的婚恋文化、节庆文化，并融入当代装扮文化、流行文化、艺术文化等，打造丰富多样的黄金文化系列，深度满足顾客不同的情感文化诉求及审美偏好： 1、“百年好合”婚庆文化系列 2、“咯咯吉祥”鸡年生肖贺岁文化系列 3、“兔斯基”趣味流行文化系列 4、“梵高博物馆”艺术文化系列
4	其他首饰	配套产品	面向国内大众市场特色珠宝消费者	作为品牌产品体系的配套补充，丰富品牌产品线，满足多样化的特色珠宝消费需求，如“爱承诺”铂金对戒系列

3、公司主要经营模式

3.1、采购模式

公司采购的原材料主要为成品钻石、黄金和铂金金料等。公司设立供应链管理中心，负责钻石成品和金料的采购事宜，具体采购模式因采购品种而异。

3.2、生产模式

公司将产品的生产外包予专业的珠宝首饰生产厂商，充分发挥其专业性和规模效应。针对国内珠宝首饰加工企业的现状和特点，建立了一套有效的供应商管理机制，实现了委外生产厂商的生产体系与公司业务发展的良性互动。

3.3、指定供应商模式

为提高产品的供货效率和降低公司存货库存压力，公司素金首饰产品供货一般通过指定供应商完成，产品仅限于公司指定品类和指定标准。指定供应商和加盟商自行结算货款，所选购产品均需经过公司内检和国家/地方检测机构检测合格后使用“周大生”品牌销售，公司根据黄金/铂金、黄金摆件、绒沙金摆件、K金、钯金、黄金镶嵌、银饰、翡翠、和田玉、珍珠等产品种类的重量、成本或件数的一定比例收取产品品牌使用费。

3.4、销售模式

报告期内，公司采取加盟、自营和电商相结合的销售模式。自营店和加盟店所负责的销售区域相互区分，自营店的经营

区域主要为直辖市、部分省会城市等大中型城市的主城区，其他区域主要由加盟商经营。

自营主要是指公司商场联营/专卖店/电商平台向顾客销售产品。公司对产品和经营拥有控制权和所有权，享有店面产生的利润，同时承担店面发生的所有费用和开支。

加盟是指公司与加盟商签订《品牌特许经营合同》，授权加盟商在规定的区域，按照统一的业务和管理制度开设加盟店，加盟商拥有对加盟店的所有权和收益权，实行独立核算、自负盈亏。

4、公司所处行业

公司所处行业为珠宝首饰零售业，自九十年代以来，在中国经济持续快速增长和人均收入水平不断提高的背景下，珠宝首饰消费在满足保值需求外，亦是人们追求时尚、彰显个性和身份地位的需要。目前，中国已经成为世界第二大钻石加工基地、世界上最大的珠宝首饰消费市场 and 世界第一大黄金消费国，是重要的珠宝首饰生产和消费国家。

我国珠宝首饰行业伴随着改革开放而起步，大致上经历了三个发展阶段：1982年至1993年，珠宝首饰行业处于发展初期；1993年至2003年，承接黄金市场化改革的政策，周生生、周大福等一批优秀的珠宝品牌逐渐进入国内市场，行业发展开始提速。自2003年起，以贵金属制品市场全面开放为标志，行业进入快速发展通道。根据中宝协统计，我国珠宝首饰零售规模超5,000亿，过去5年复合增速约13%，是规模增长最为迅速的可选消费品类之一。

根据De Beers集团2017年发布的《Diamond Insight Report》，2016年我国钻石首饰消费规模为97亿美元（约640亿人民币），而2006年的规模仅为31亿美元，年复合增速达到12%，增速较高。

近年来，得益于国民经济的持续增长和居民可支配收入的不断提高，国内居民消费升级不断推进，可选消费品需求崛起，以珠宝首饰等为代表的中高端消费品市场已进入高速发展阶段，我国中产阶级消费群体日益壮大，与此同时，三、四线城市的消费增长需求已成为我国消费市场的主要推动力。消费者的消费习惯也在发生转变，更加注重产品品质、个性化设计及服务体验，并以完善自身内在素质和外在形象为目标，包括设计风格、款式、工艺也日益被消费者看重，消费升级以及消费主力人群的切换，为“周大生”等具有“品牌、渠道、产品”等核心竞争优势的珠宝首饰企业提供了更广阔的市场空间。

5、行业基本竞争格局

根据品牌市场定位和零售终端渠道覆盖率可以将国内现有的珠宝首饰企业分为三类：一是品牌知名度较高、地域覆盖率较为广阔，如品牌市场占有率较高的周大福、老凤祥、周大生、豫园商城、明牌珠宝等珠宝首饰市场领先企业；二是知名度高，但地域覆盖度低，如Cartier、Tiffany等国外高端奢侈品牌；三是知名度较低，同时覆盖度较为局限的区域品牌。

6、行业竞争地位

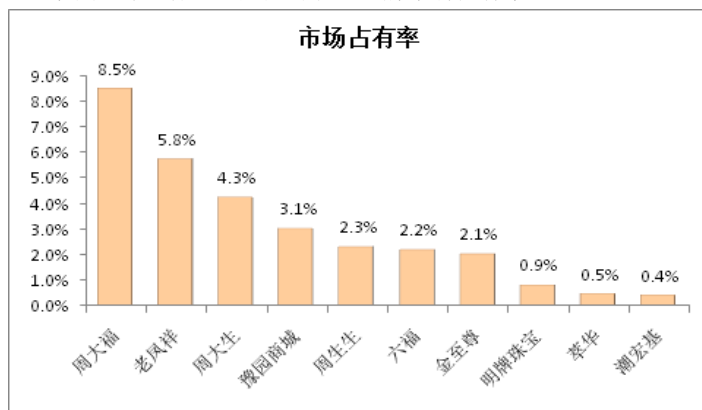
1）、公司是行业的龙头企业

经过多年在行业内的深耕细作，公司凭借品牌、渠道、产品、供应链整合、标准化运营等优势，市场影响力和竞争力不断提升。根据中宝协出具的证明，“周大生”珠宝品牌市场竞争力突出，已成为中国境内珠宝首饰市场最具竞争力的品牌之一。

2）、品牌市场占有率

根据中宝协出具的证明，报告期内“周大生”品牌市场占有率在境内珠宝首饰市场均排名前三。同时，根据水贝中国珠宝指数网发表的《2015年中国珠宝行业发展概况》，境内珠宝首饰市场品牌占有率前三名的品牌合计市场份额为18.60%，分别为周大福、老凤祥、周大生。

2015年我国珠宝行业主要参与者的品牌市场占有率



资料来源：水贝中国珠宝指数网

3）、品牌市场价值

从近几年世界品牌实验室（World Brand Lab）编制的《中国500最具价值品牌》排行榜来看，主要珠宝公司的品牌价值均有较大提高。其中，“周大生”品牌连续五年在珠宝品牌价值排名前三。

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

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：人民币元

	2017 年	2016 年	本年比上年增减	2015 年
营业收入	3,805,445,292.87	2,901,801,324.28	31.14%	2,729,062,608.31
归属于上市公司股东的净利润	592,074,754.22	426,671,266.53	38.77%	353,076,099.88
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	567,042,733.39	413,989,692.47	36.97%	334,355,820.06
经营活动产生的现金流量净额	354,858,191.32	418,048,213.44	-15.12%	473,977,252.18
基本每股收益（元/股）	1.31	1.06	23.58%	0.88
稀释每股收益（元/股）	1.31	1.06	23.58%	0.88
加权平均净资产收益率	21.60%	28.09%	下降 6.49 个百分点	26.49%
	2017 年末	2016 年末	本年末比上年末增减	2015 年末
资产总额	4,380,937,214.05	2,371,979,205.21	84.70%	2,160,970,757.11
归属于上市公司股东的净资产	3,381,636,895.34	1,612,010,278.48	109.78%	1,425,939,011.95

(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	802,027,673.10	870,646,665.71	1,039,674,119.41	1,093,096,834.65
归属于上市公司股东的净利润	124,696,616.59	138,835,295.25	152,394,856.31	176,147,986.07
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	124,220,612.92	137,432,814.79	147,941,668.17	157,447,637.51
经营活动产生的现金流量净额	47,974,216.87	158,616,437.05	200,081,462.63	-51,813,925.23

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	44,307	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	25,780	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	
深圳市周氏投资有限公司	境内非国有法人	56.64%	270,675,000	270,675,000	质押	89,670,000	
北极光投资有限公司	境外法人	18.04%	86,226,448	86,226,448			

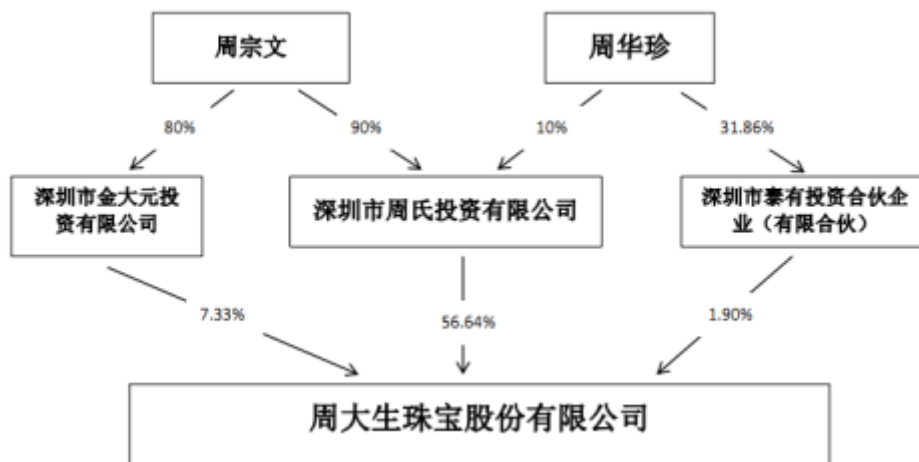
深圳市金大元投资有限公司	境内非国有法人	7.33%	35,036,952	35,036,952		
深圳市泰有投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	1.90%	9,061,600	9,061,600		
兴业银行股份有限公司－兴全新视野灵活配置定期开放混合型发起式证券投资基金	其他	0.52%	2,469,597	0		
中国建设银行股份有限公司－交银施罗德蓝筹混合型证券投资基金	其他	0.36%	1,703,366	0		
中国工商银行－广发稳健增长证券投资基金	其他	0.27%	1,299,911	0		
吴军	境内自然人	0.15%	713,343	0		
中国农业银行股份有限公司－宝盈转型动力灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.15%	703,081	0		
全国社保基金一一五组合	其他	0.13%	599,937	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司实际控制人周宗文先生和周华珍女士持有公司控股股东周氏投资 100% 的股权，同时周宗文先生持有公司股东金大元 80% 的股权，周华珍女士为泰有投资的执行事务合伙人。公司控股股东周氏投资、股东金大元和泰有投资均受同一实际控制人控制。周飞鸣先生持有本公司股东金大元 20% 的股权，周飞鸣是实际控制人周宗文先生及周华珍女士之子。除此之外，公司未知其他股东之间，是否存在关联关系或为一致行动人。					
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
否

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

2017年是周大生珠宝成功登陆A股资本市场的第一个年度，在居民消费升级及珠宝首饰行业整合速度加快的背景下，公司紧紧围绕发展战略及年度经营目标，持续提升运营精细化管理水平，以“引领情景风格珠宝新潮流”为产品定位，加大产品研发力度，优化产品结构，不断丰富完善产品线，精准锁定各品类主力市场，针对不同消费者，满足市场多样化需求，“LOVE100星座极光”、“百魅、百姿”等系列产品获得了良好的市场美誉和消费者的广泛认可。同时依托品牌、渠道、供应链整合以及连锁经营管理优势，创新营销方式，品牌影响力及行业地位得到进一步提高。

报告期末公司总资产438,093.72万元，较年初增长84.70%，归属上市公司股东的所有者权益338,163.84万元，较年初增长109.78%，归属于上市公司股东的每股净资产7.08元，较年初增长76.04%，主要由于2017年4月首次公开发行人民币普通股（A股）股票7,685万股以及本报告期公司经营业绩增长，使得所有者权益和总资产增加。2017年度，公司实现营业收入38.05亿元，实现净利润5.92亿元，均实现了较快增长，分别较同期增长31.14%、3877%，公司整体上较好完成了年度经营目标，取得了良好的经营业绩。

围绕整体发展战略，公司将牢牢把握住中国珠宝首饰行业快速发展的重要机遇期，通过提升品牌形象和影响力、增强研发设计能力，进一步提升公司产品市场份额；同时通过加大营销网络建设力度、构建信息化系统及电商平台，进一步扩大公司的业务规模，并最终发展成为品牌价值高、声誉好的世界一流珠宝首饰公司。

(1) 报告期末门店分布情况

公司构建形成了行业领先的连锁渠道网络，具备强大的集群效应和资源整合优势，在渠道布局方面，公司通过在一、二线城市的核心商圈开设自营店的方式，形成了一批经营管理标准化的样板店，有效地提升“周大生”品牌的影响力和知名度，从而对城市周边和三、四线城市发展和经营加盟店产生有力的辐射作用和带动作用，构成了以直辖市为核心、省会城市和计划单列市为骨干、三四线城市为主体的全国性珠宝连锁网络体系。

截止报告期末，公司共有门店2724家，其中自营门店276家，加盟店2448家。按经营业态划分，公司加盟门店中有专卖店1148家，商场店1300家，公司自营门店中有专卖店7家，商场店269家。

(2)、报告期内门店收入情况

按业务模式划分，报告期公司自营门店销售收入10.17亿元，加盟门店销售收入20.05亿元，加盟业务品牌使用费收入2.62

亿元，加盟管理服务收入1.36亿元。

单位：万元

项目	报告期	同期	增减幅度
自营销售收入	101,664.15	88,114.33	15.38%
加盟销售收入	200,489.23	140,489.51	15.38%
加盟品牌使用费收入	26,180.19	19,165.71	42.71%
加盟管理服务收入	13,602.70	12,082.56	36.60%
合计	341,936.27	259,852.11	31.59%

(3)、报告期门店变动情况

面对激烈竞争的终端市场，公司在稳固既有市场的同时，继续加大拓展力度，2017年度新开门店加盟门店532家，新开自营门店27家，报告期净增加门店268家，报告期末门店数量为2724家，其中加盟店2448家，自营门店276家，报告期末门店数量较期初持续增长10.91%。

项目	2017年				上年同期			
	新开	减少	净增减	期末数量	新开	减少	净增减	期末数量
加盟店	532	246	286	2448	428	243	185	2162
自营店	27	45	-18	276	37	42	-5	294
门店合计	559	291	268	2724	465	285	180	2456

(4)、报告期店效情况

按业务模式划分，报告期自营门店单店收入355.47万元，同比增长18.6%，单店毛利105.94万元，同比增长8.33%，其中：单店镶嵌首饰产品收入113.59万元，较同期增长13.36%，自营单店效益稳定增长。

报告期加盟门店单店收入106.22万元，较同期增长25.8%，单店毛利34.37万元，较上年同期增长18.11%，其中：加盟单店镶嵌首饰产品批发收入86.82万元，较上年同期增长27.59%，加盟单店镶嵌首饰产品毛利16.63万元，较上年同期增长21.76%，加盟单店品牌使用费收入11.57万元，较上年同期增长22.83%，加盟管理服务收入6.01万元，较上年同期增长1.23%。

随着公司品牌影响力的持续提升，以及渠道运营管理、产品研发、营销推广能力进一步增强，报告期单店营业收入及盈利能力稳步增长。

单位：万元

项目	2017年度			2016年度			同比增减幅度	
	店数	单店收入	单店毛利	店数	单店收入	单店毛利	单店收入	单店毛利
自营店	286	355.47	105.94	294	299.71	97.80	18.60%	8.33%
其中：镶嵌首饰		113.59	64.07		100.20	56.37	13.36%	13.67%
加盟店	2262	106.22	34.37	2034	84.43	29.10	25.80%	18.11%
其中：镶嵌首饰		86.82	16.63		68.04	13.66	27.59%	21.76%
品牌使用费		11.57	11.57		9.42	9.42	22.83%	22.83%
管理服务费		6.01	6.01		5.94	5.94	1.23%	1.23%

备注：店数为年度加权平均数。

(5)、线上销售业务

报告期公司互联网业务（线上销售）营业收入2.83亿元，较同期增长28.16%，年度销售数量38.47万件，较同期增长10%。其中镶嵌类产品收入2547.4万元，较同期大幅增长197.04%，素金类产品收入25067.35万元，较同期增长18.3%。线上销售业务主要集中在天猫旗舰店渠道。

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
素金首饰	987,139,841.09	169,379,768.99	17.16%	20.80%	3.23%	-2.92%
镶嵌首饰	2,314,752,178.88	574,763,673.35	24.83%	37.20%	28.19%	-1.74%
加盟管理服务	136,026,976.61	136,026,976.61	100.00%	12.58%	12.58%	0.00%
加盟品牌使用费	261,801,917.48	261,801,917.48	100.00%	36.60%	36.60%	0.00%

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

随着公司品牌影响及渠道管理水平的持续提升，管理体系更加完善，报告期加盟渠道的拓展力度进一步加强，加盟门店数量及盈利能力稳步增长。在业务规模、产品、营销、管理及消费升级等多重因素驱动下，公司2017年实现营业收入38.05亿元，较上年同期增长31.14%。

以业务模式划分，报告期自营业务营业收入10.17亿元，较上年度增长15.38%，互联网业务营业收入2.83亿元，较上年度增长28.16%，加盟业务营业收入24.03亿元，较上年度增长39.91%。从业务构成上看，报告期加盟业务收入在公司营业收入中占比63.14%，较上年度有所增加。

按产品类别划分，报告期素金类产品营业收入9.87亿元，较上年度增长20.8%，镶嵌类产品营业收入23.15亿元，较上年度增长37.2%，加盟品牌使用费收入2.62亿元，较上年度增长36.6%，加盟管理服务收入1.36亿元，较上年度增长12.58%。从营业收入的产品类别构成看，报告期镶嵌产品类收入占公司营业收入的60.83%，较上年度占比有所上升，素金产品类收入占比有所下降，收入结构上仍持续镶嵌收入占比上升的趋势。受益于渠道规模增长及公司品牌价值的持续提升，品牌使用费收入仍保持较快的增长速度。

报告期营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额分别较上年同期增长35.05%，38.77%，主要随报告期营业收入增长所致。

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

根据财政部修订公布的《企业会计准则第16号——政府补助》（财会[2017]15号），公司对2017年1月1日存在的政府补助采用未来适用法处理，对2017年1月1日至该准则施行日之间新增的政府补助根据该准则进行调整。本次会计政策变更不影响损益，不涉及以往年度的追溯调整。根据要求，公司修改了财务报表列报，与日常活动有关且与收益有关的政府补助，从利润表“营业外收入”项目调整为利润表“其他收益”项目列报，该变更对财务状况、经营成果和现金流量无重大影响。

根据财政部关于印发制定《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》（财会【2017】13号）的要求，准则自 2017 年 5 月 28 日起施行，对于施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，要求采用未来适用法处理。根据要求，公司修改了财务列报，在利润表中分别列示“持续经营净利润”和“终止经营净利润”，在利润表中新增“资产处置收益”项目，将部分原列示为“营业外收入”及“营业外支出”的资产处置损益重分类至“资产处置收益”项目，比较数据相应调整。

(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

本报告期，公司因新设纳入合并范围有6家子公司，具体如下：

子公司名称	设立日期	本报告期是否纳入合并范围
周大生珠宝销售管理（深圳）有限公司	2017/5/16	是
深圳市道盛天下管理咨询有限公司	2017/7/25	是
福州周大生珠宝金融服务有限公司	2017/8/25	是
深圳市互联天下信息科技有限公司	2017/9/26	是
深圳市美利天下设计有限公司	2017/9/28	是
周大生珠宝销售管理（重庆）有限公司	2017/11/24	是

注：子公司深圳市道盛天下管理咨询有限公司已于报告期内以协议转让方式处置。

(4) 对 2018 年 1-3 月经营业绩的预计

□ 适用 √ 不适用