

证券代码：002721

证券简称：金一文化

公告编号：2018-138

## 北京金一文化发展股份有限公司 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。

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 834,718,154 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.35 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	宋晶	张雅	
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@1king1.com	jyzq@1king1.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，在原有细分贵金属工艺品的基础上，公司开拓上下游业务，完善产业链，在黄金珠宝行业包括品牌推广、渠道拓展、智能制造、供应链服务等方面进行战略部署。公司以市场需求为导向，以创意设计为龙头，以营销网络拓展为重点，以供应链管理为支撑，以轻资产运营为核心，满足消费者对贵金属工艺品、珠宝首饰日益增长的投资、收藏、日常佩戴等需求。目前，公司的主要业务已覆盖产业链中的研发、生产和销售环节，公司致力于打造成集产业支撑、金融服务、数据经营于一体的国内领先的黄金珠宝企业。

2、 公司的主要产品

	产品名称	产品图	创意设计 & 工艺描述
	主打产品		
1	玫瑰之心		2017年度公司首饰类产品中最具代表性的产品，将象征爱情的时尚元素玫瑰以18K金打造，嵌以钻石之心，寓意现代女性拥有如玫瑰般瑰丽勇敢的心。 产品采用了行业优质的高密度18k金成型工艺，让金属呈现出透明感的光泽，增强了k金的抗氧化性，花瓣的设计使得钻石的光芒被放大，视觉效果更为闪耀。
2	喜悦		产品为公司汇集百位设计师，以中华“喜”文化为蓝本设计的作品之一。“喜悦”系列作品结合首饰的实际佩戴功能，对传统“喜”文化深入挖掘，创作衍生了百款经典喜文化符号，以珠宝首饰的形式呈现。
	黄金、K金类		
3	玫瑰之心（黄金版）		此为玫瑰之心系列产品升级版，产品以纯金搭配红色珐琅呈现玫瑰的精致轮廓，寓意将爱凝聚在每片花瓣间。
4	悠游		产品以风筝为图案，由24k金打造，将珐琅彩技术与黄金结合，寓意承载着对亲人朋友的思念。

5	珍爱几何		珍爱几何系列产品，将简单的线条进行巧妙融合，采用数控成型技术，呈现产品干练、工整的效果，亮光与哑光的对比更赋现代感。
6	狗年金条		产品图片为吴冠英创作的生肖狗画作，四周辅以富贵花纹、祥云纹饰，背面饰以“福”、“禄”、“寿”、“喜”、“财”等纹饰，以足金制成，寓意狗年福气满载。
钻石镶嵌类			
7	聚爱宝盒		产品运用现代工艺糅合东方美学，运用镜面元宝形镶口全面提升钻石火彩，视觉放大效果更加闪耀夺目。12道工序精致抛光，提供佩戴光滑舒适感。
8	侣行		产品设计简单纯粹，以K金为质地，辅以细小钻石，寓意情侣之间每一个被纪念的时刻都被铭记。
9	恋链物语		产品以流线型18k玫瑰金塑造英文单词LOVE，搭配心形钻石，结构流畅，具有时尚感，佩戴亦不显夸张。
10	ALL IN LOVE		产品的工艺严格缜密，均选用颜色一致、火彩相近、形状契合的钻石进行镶嵌，产品系列中的戒指为一戒两戴，更具实用价值。
翡翠玉石类			
11	水韵		产品精选优质的缅甸老坑翡翠原石，将翠绿与冰白翡翠相搭配，结合14k金，将烟雨江南水韵的优美所呈现。
12	自由自在		产品选用高品质天然翡翠，质地细腻，水头润亮，以翡翠平安扣与18k金飞鸟、游鱼结合，呈现鸟与鱼栩栩如生，相映成趣。

13	珠联碧合		“珠联碧合”系列珠宝采用中国传统文化中最具代表性的碧玉、珍珠，大小不一的珍珠和碧玉错落有致，犹如星辰散落大海，营造东方气质的复古优雅。
	白玉类		
14	福佑系列		产品突破了素玉雕琢的旧方，保留了简洁的造型，用黄金、彩金及宝石搭配，寓意祝福和护佑。
15	琳琅系列		产品定位为时尚简约的白玉珠宝，选用圆润质地，形态优美的白玉，镶嵌宝石，以婉转流畅的造型，构筑出简介多变的形状。
16	樊景系列		产品采用纯手工珐琅技法，以彩金搭配优质的和田玉，使白玉更加富有古韵，端庄优美。

### 3、经营模式

上市后，公司结合黄金珠宝的产业升级，抓住行业整合机遇，积极构建黄金珠宝产业链，将产业延伸到黄金珠宝首饰的全品类产品的设计研发、智能制造、渠道拓展等相关领域，实现“横向加纵向”共同扩张的产业链延伸整合。

公司以打造“黄金珠宝国民品牌”为目标，通过整合区域优质企业，整合行业资源，及创新渠道拓展，布局黄金珠宝上下游业务。同时，通过独特研发设计及优质生产加工，为各销售渠道输送时尚、美观的珠宝首饰。

公司的业务发展是基于黄金珠宝传统企业及互联网时代的发展趋势，对黄金珠宝产业现状进行业务布局。一方面，公司以黄金珠宝核心产业为基础，通过整合资源、强大研发、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，公司通过外延并购、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

基于对黄金珠宝面临行业整合的趋势判断，2017年，公司以黄金珠宝国民品牌为支撑，入选“国家品牌计划TOP合作伙伴”，通过CCTV国家品牌计划全方位实现品牌升级。同时，进一步强化研发生产，加大研发投入，以“文化传承+时尚演绎”为主旨进行自主研发，推出众多时尚新品。

2017年，公司瞄准三四线城市市场，在浙、苏、皖、豫、赣、湘、鲁等国内大部分省市拓展区域市场，

迅速开设品牌门店，抢占市场先机。同时，公司通过并购整合及快速扩大零售终端，重点拓展区域性市场。在营销渠道拓展方面，公司通过对新并购的金艺珠宝、捷夫珠宝、臻宝通及贵天钻石，与公司原有越王珠宝、江苏珠宝，形成了在江浙地区、华南、东北等重点区域的市场布局。

在供应链和金融支持方面，公司不断完善及提高供应链管理效率，在各市场拓展区域打造区域供应链平台，与总部供应链平台形成互补及连动，极大提升供应链管理效率。同时借助旗下控股子公司卡尼小贷的金融服务业务，强化了公司对黄金珠宝供应链服务支持和助力，并对未来业务发展奠定良好的基础。

## 2) 公司主要收入和利润来源

报告期，公司营业收入为151.07亿元，同比增长约42.55%，其中经销业务实现约66.59亿元的收入，同比增长约9.22%，该业务模块占公司营业收入的比例约44.09%；加盟业务实现约52.31亿元的收入，同比增长约213.34%，该业务模块占公司营业收入的比例约34.62%；零售业务实现约16.66亿元的收入，同比增长约12.22%，该业务模块占公司营业收入的比例约11.03%；报告期，公司实现归属于上市公司股东净利润为1.82亿元，较上年同期增长约4.78%。

### (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

我国黄金珠宝行业在经历了2003-2013年的高速增长期后，随着市场进入者增加、产品同质化严重、价格战盛行，珠宝行业步入高速增长与激烈竞争并存的调整阶段。通过经历2014年-2015年短暂的困境期，行业格局重新洗牌，珠宝行业从粗放式增长转变为需求调整带来的结构性变革，品质化、品牌化将成为新时期的主题。

我国黄金饰品消费占珠宝行业整体消费的主导地位，近年来受消费者心理和金价下跌的驱动，更加个性或高端的珠宝产品越来越受大众欢迎，对黄金饰品消费构成了潜在的威胁，我国珠宝市场正从黄金独霸的单一化市场向群雄并立的多元化市场过渡。为了顺应消费者需求的多元化，珠宝公司需要通过差异化定位来瞄准不同的目标人群。

#### 2、 黄金珠宝行业的周期性、区域性和季节性特点

##### (1) 周期性

黄金饰品仍是黄金主力需求，黄金饰品的投资需求与金价波动具有阶段相关性，金价高位下跌和低位回升的过程都会有效释放投资需求，但其投资属性日趋弱化，近两年金价相对平稳，黄金首饰的投资属性逐渐消失，黄金首饰需求变为主要由消费属性支撑，且黄金首饰有望在终端消费需求回暖的驱动下实现反弹。钻石消费趋势受价格的影响比较微弱，反而和经济周期关联度极高。自2016年在高端消费复苏的带动下，钻石消费开始反弹。

##### (2) 区域性

一线城市和三、四线城市偏好逐渐分化。年轻白领聚集的一线城市品位走向高端化，而三、四线城市人群由于消费水平和传统观念的限制，更加偏好持有具有更强保值功能的黄金。一、二线城市拥有更多具有一定知识水平的专业消费者，他们逐渐把金条及黄金ETF等作为投资载体，使得黄金饰品的需求更多由投资属性驱动；而三四线城市消费者没有做专业的区分，黄金饰品由消费和投资属性双轮驱动。

##### (3) 季节性

黄金珠宝首饰行业具有一定的季节性特征，特别是5月、10月等婚庆集中的月份，婚庆刚需贡献了珠宝市场稳定的份额，随着上世纪80的代中后期婴儿潮人群陆续步入适婚年龄，未来结婚人数有望持续稳定在高位，珠宝消费有望受益婚嫁潮实现持续的增长。90后婚庆消费也会带来需求的重构，更受年轻人欢迎的钻石有望引领主流。同时，越来越多的消费者也意愿表示，对珠宝首饰的消费没有特定的时间安排，常

态消费出现兴起势头。

### 3、所处的行业地位

根据中国黄金协会发布的《2016中国黄金年鉴》及《2017中国黄金年鉴》中的统计，公司为2015年度、2016年度全国黄金珠宝首饰销售企业销售收入前十企业。2017年，公司实现营业总收入1,532,010.70万元，同比增长约42.21%，保持持续增长态势。

公司以通过2017年度、2018年度持续参与中央电视台国家品牌计划为核心的整合营销传播，基于在产品、渠道、品牌、运营等方面的综合实力，行业影响力不断提升，实现了品牌知名度和美誉度的突破性增长，金一品牌已拥有坚实的消费者和市场基础。

## 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	15,106,777,902.48	10,597,545,772.31	42.55%	7,637,131,951.01
归属于上市公司股东的净利润	182,390,057.96	174,065,009.33	4.78%	152,631,889.99
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	161,605,142.17	249,499,521.33	-35.23%	112,291,561.68
经营活动产生的现金流量净额	-1,665,087,991.58	-523,991,291.51	-217.77%	-270,884,318.98
基本每股收益（元/股）	0.27	0.27	0.00%	0.24
稀释每股收益（元/股）	0.27	0.27	0.00%	0.24
加权平均净资产收益率	6.97%	8.15%	-1.18%	8.50%
	2017年末	2016年末	本年末比上年末增减	2015年末
资产总额	17,269,262,750.39	10,817,107,687.98	59.65%	7,338,867,151.49
归属于上市公司股东的净资产	4,687,045,955.29	2,207,612,699.36	112.31%	2,061,151,889.43

### (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	3,005,203,323.78	3,118,315,179.21	3,180,640,572.04	5,802,618,827.45
归属于上市公司股东的净利润	29,674,583.63	3,623,926.20	48,987,824.39	100,103,723.74
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	33,402,203.01	-2,049,578.91	46,220,236.76	84,032,281.31
经营活动产生的现金流量净额	-452,919,391.29	-692,033,369.93	-840,469,310.26	320,334,079.90

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

### (3) 其他说明

说明一：

根据主审会计师事务所瑞华会计师事务所的意见,2017年年报将卡尼小贷产生的利息收入、手续费及佣金收入单独列示,不在“营业收入”中列报,故上述2017年分季度营业收入不包括子公司卡尼小贷产生的利息收入、手续费及佣金收入。

重分类前:

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业总收入	3,060,708,825.98	3,175,838,259.54	3,232,729,195.35	5,850,830,689.59
其中:营业收入	3,060,708,825.98	3,175,838,259.54	3,232,729,195.35	5,850,830,689.59

重分类后:

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业总收入	3,060,708,825.98	3,175,838,259.54	3,232,729,195.35	5,850,830,689.59
其中:营业收入	3,005,203,323.78	3,118,315,179.21	3,180,640,572.04	5,802,618,827.45
利息收入	54,176,627.27	55,728,814.60	50,415,937.98	46,993,872.02
手续费及佣金收入	1,328,874.93	1,794,265.73	1,672,685.33	1,217,990.12

说明二:

关于本期营业收入上年同期数与2016年年度营业收入本期数异同、以及其他流动资产、其他应付款期初数与2016年年报期末数异同的说明:根据主审会计师事务所瑞华会计师事务所的意见,本公司之子公司卡尼小贷作为类金融机构,产生的利息收入、手续费及佣金收入在2016年年报中通过“营业收入”列报,金额为171,831,681.99元、3,635,190.51元;利息支出、手续费及佣金支出通过“营业成本”列报,金额为31,521,512.15元、2,357,264.53元;发放贷款及垫款业务通过“其他流动资产”列报,金额为1,061,907,166.17元;拆入资金业务通过“其他应付款”列报,金额为260,000,000.00元。为了使合并报表能够更加全面地反映本公司所从事的各项业务情况,对于非主营的金融业务披露更加直观,本公司在编制2017年合并报表时,对卡尼小贷的财务报表中金融企业专用项目按流动性重分类后直接纳入合并报表,同时对2016年度合并财务报表的相关数据进行如下调整:

调整前项目	金额(元)	调整后项目	金额(元)
其他流动资产	1,197,352,106.93	发放贷款及垫款	64,852,276.19
		一年内到期的非流动资产	326,666,655.07
		其他流动资产	805,833,175.67
		其中:发放贷款及垫款	670,388,234.91
其他应付款	897,651,116.85	其他应付款	637,651,116.85
		拆入资金	260,000,000.00
营业收入	10,773,012,644.81	营业收入	10,597,545,772.31
		利息收入	171,831,681.99
		手续费及佣金收入	3,635,190.51
营业成本	9,371,848,818.08	营业成本	9,337,970,041.40
		利息成本	31,521,512.15
		手续费及佣金支出	2,357,264.53

#### 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	29,926	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	30,873	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	18.41%	153,705,105	44,200,000	质押	145,800,000	
钟葱	境内自然人	12.89%	107,572,815	103,231,208	质押	96,721,575	
陈宝芳	境内自然人	5.00%	41,758,638	31,318,978	质押	37,400,000	
哈尔滨菲利杜豪贸易有限公司	境内非国有法人	4.85%	40,458,276	40,458,276	质押	5,600,000	
陈宝康	境内自然人	4.08%	34,068,931	25,551,698	质押	32,650,000	
黄奕彬	境内自然人	4.03%	33,611,491	33,611,491			
深圳市道宁投资有限公司	境内非国有法人	2.65%	22,158,693	15,616,335	质押	21,580,000	
云南国际信托有限公司—云信智兴 2017—2057 号单一资金信托	其他	2.21%	18,421,052	18,421,052			
国金证券—平安银行—国金金一增持 1 号集合资产管理计划	其他	1.73%	14,410,977	0			
张广顺	境内自然人	1.72%	14,344,167	14,344,167	质押	14,344,167	
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的主要份额持有人。 3、陈宝康、陈宝祥、陈宝芳系兄弟关系，陈宝祥系宁波吉乾合赢实业投资合伙企业（有限合伙）的执行事务合伙人且陈宝芳、陈宝康、陈宝祥合计拥有宁波吉乾合赢实业投资合伙企业（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、宁波吉乾合赢实业投资合伙企业（有限合伙）、绍兴越王投资发展有限公司构成一致行动关系。						

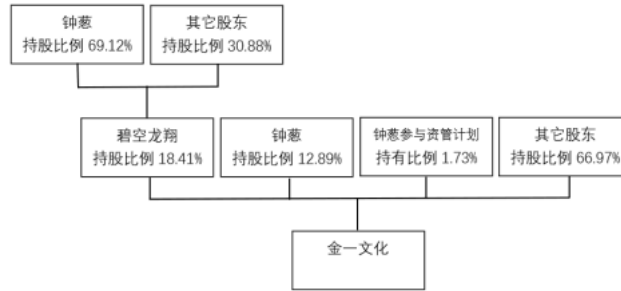
##### (2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

 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
北京金一文化发展股份有限公司 2015 年公司债券	15 金一债	112246	2018 年 05 月 15 日	30,000	7.30%

### (2) 公司债券最新跟踪评级及评级变化情况

2017年6月22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 2017年度跟踪评级报告》，公司主体长期信用等级维持AA，评级展望维持稳定，“15金一债”信用等级维持AA+。

上述评级结果反映了黄金首饰行业仍具有较大发展空间，公司产品研发能力仍较强，拓展经销商与品牌加盟渠道提升了市场占有率和盈利能力等有利因素；同时也反映了公司仍面临一定资本支出压力，应收账款规模不断扩大，短期债务负担仍较重，黄金租赁业务影响利润稳定性，经营性现金流净流出规模仍较大等不利因素。北京中关村科技融资担保有限公司（以下简称“中关村担保”）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仍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	2017 年	2016 年	同期变动率
资产负债率	67.43%	72.39%	-4.96%
EBITDA 全部债务比	8.14%	9.49%	-1.35%
利息保障倍数	2.04	2.28	-10.53%
投资活动产生的现金流量净额	-72,991.19	-54,558.53	-33.79%
筹资活动产生的现金流量净额	250,712.2	107,457.2	133.31%

期末现金及现金等价物余额	28,905.15	17,787.59	62.50%
--------------	-----------	-----------	--------

### 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

报告期内，公司开展的工作和取得的成绩主要有以下几个方面：

##### 1、融汇资源，研发设计寻求创新突破

公司研发设计团队拥有丰富的从业经验和自主创新能力，以专业角度与市场需求相结合，研发大众消费者喜爱的黄金珠宝产品。此外，公司还通过与中国美术学院等一流高等艺术学府合作，进行产品设计，建立人才培养基地，以“活化传统”、“哲匠艺术”、“东方美学”为切入，挖掘中国文化资源，为产品注入东方魅力。

报告期，公司设计研发的产品包含首饰类、婚庆类、礼藏类、创意主题类、个性化定制等多种类型产品，2017年10月，公司联合国内众多知名设计师，将中国人的“喜”文化进行提炼，创作衍生出100款“喜悦”系列产品，将东方美学融入珠宝首饰，受到消费者广泛欢迎。

##### 2、品牌战略持续推进，品牌影响力进一步提升

在激烈竞争的国内黄金珠宝市场，黄金珠宝品牌众多，2017年黄金珠宝产业趋向整合更加明显。自2016年9月中央电视台发布“国家品牌计划”后，公司2017年及2018年均入选“央视国家品牌计划TOP合作伙伴”，成为唯一一家成功入选的黄金珠宝企业。作为“国家品牌计划”的成员企业，公司肩负履行国家品牌的社会责任，为中国全体企业发挥榜样示范作用。

报告期，公司邀请著名影视演员、国民女神小宋佳成为公司的品牌形象代言人。宋佳女士的时尚感和亲切感能够很好地诠释公司黄金珠宝国民品牌气质，其阳光、温暖的形象与公司要传达的品牌价值契合度较高。通过宋佳女士对公司产品的时尚演绎，诠释出东方女性佩戴黄金珠宝的独特魅力。伴随着“国家品牌计划”的逐步落地、凭借品牌代言人的市场号召力及冠名的央视栏目热播，公司“黄金珠宝国民品牌”的广告深入各类消费群体，带动了金一品牌知名度的提升、公司业务的拓展与旗下产品的销售。

##### 3、加大终端零售店面推展，深化全国范围内渠道布局

报告期内，不断夯实与中国银行、中国工商银行、交通银行、中国农业银行等大型银行的合作，继续挖掘与招商银行、浦发银行、广发银行、民生银行、兴业银行等商业银行以及深圳农商行、江苏银行、华融湘江等近百家地方商业银行及中小银行的合作深度，以代销、预售等形式，开展贵金属工艺品销售并提供相关配套服务。

公司报告期内持续推进“金一”黄金珠宝国民品牌战略在全国范围内的布局，截止2017年12月31日，“金一”品牌加盟发展迅速，已拥有60家自营连锁店和1158家加盟连锁店。同时，公司拥有两家子品牌，其中“越王”珠宝品牌店面99家，“JAFF”捷夫珠宝店面39家。在不断丰富产品品种、加大营销推广力度的同时，为了满足消费者日益增长的个性化需求，公司店面设立了定制区域，提升门店的特色性及顾客到店的体验度和参与感。在店面拓展的同时，公司不断提升加盟店面管理水平，由管控型管理升级为服务型管理，协助加盟商实现最优的销售业绩。

报告期，公司积极探索互联网营销模式，目前公司已在天猫旗舰店、京东旗舰店、苏宁易购等互联网平台开设品牌店面，自主开发金一饰界App、方便消费者在线上选购黄金珠宝产品。2017年10月，公司完成了对金艺珠宝、捷夫珠宝、臻宝通和贵天钻石的并购重组，进一步推进行业内的资源的融合，为日后使

用金艺珠宝的精细化生产工艺技术、捷夫珠宝的区域性龙头珠宝品牌效应和臻宝通互联网销售平台扩大现有业务规模，提升核心竞争力打下坚实基础。

#### 4、精耕细作，收购标的强化公司生产实力

报告期内，公司黄金及钻石原料通过子公司江苏金一、上海贵天分别作为上海黄金交易所、上海钻石交易所会员直接采购，从产品的来源严格控制了质量及成本。公司子公司金一智造通过对设备的投入和高级技工人员培养，已形成了集设计、生产、批发于一体的综合性黄金珠宝生产加工企业。报告期内，金一智造稳固现有业务，大力开发高毛利项目，全年实现金银制品产量20吨，月均1.66吨。一方面，金一智造提高技术实力，逐步优化生产流程；另一方面，通过提高工厂产能提高产品产量，在拓展大型项目合作资源与开发DIY定制类项目的同时，稳定了订单量。

报告期，公司成功收购金艺珠宝100%的股权，为公司生产引进了一批技术熟练的优秀高级技工及先进的生产检测设备，进一步提高在精品黄金珠宝的设计和生产技术、加工工艺。金艺珠宝在行业内积累了多年的生产加工经验、管理经验，增强了公司在生产过程中降低加工成本并强化生产加工的能力，提升产品品质的同时抓住了快速增长的市场需求。

#### 5、提高整合管理能力，优化人力资源配置

2017年，公司加强并购后的整合管理能力，强化公司人力资源管理体系化、流程化和标准化建设。一方面，公司优化人才招聘流程，结合人才测评工具，做好企业初期的人才盘点；另一方面，公司开展人才培养工作，通过从员工到中层干部的逐级培训，优化人力资源的体系搭建和制度梳理。此外，公司结合员工年度考核评估和市场的薪酬水平，改革激励方案，推动各部门的组织绩效评估，规范和评估管理标准和流程，提高了员工整体工作效率。

#### 6、倡导节约环保，承担社会责任

2017年，公司在稳健经营，保持销售收入及净利润的增长的同时，严格遵守和贯彻保护环境及节约能源的发展理念。公司推进企业与环境的和谐发展，致力于建设节约型企业。在日常办公中，公司号召全体员工合理、高效使用各类电子设备，节约纸张和用电，采取“水、电、空间三节约”的措施节约能源，保护环境。

公司积极、主动加强与政府主管部门、行业协会、监管机关的沟通与联系，对相关部门根据法律、法规要求提出的监督和检查，予以积极配合和协助，尽到自身的责任与义务。

公司积极承担社会责任，与社会各界保持密切合作。继去年公司为向关艾基金捐款，参与关爱艾滋病儿童的公益项目后，2017年，公司与中国人口福利基金会共同启动了“幸福书屋图书馆计划”，帮助中国贫困地区的小学捐赠图书，继续助力社会公益事业。

## 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	4,914,522,181.72	391,570,999.90	7.97%	-0.67%	-0.69%	0.00%
珠宝首饰	6,960,589,872.95	641,011,578.40	9.21%	112.78%	39.35%	-4.85%

投资金条	1,603,141,773.07	37,759,393.08	2.36%	96.52%	121.30%	0.27%
智能产品	585,095,874.85	302,334,728.01	51.67%	100.79%	79.68%	-6.08%
其他	643,908,415.45	181,996,471.61	28.26%	-3.74%	8.81%	3.25%

#### 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

营业收入增加42.55%：主要由于本期公司拓展加盟、经销渠道建设，促使销售收入增加所致。  
 营业成本增加44.35%：主要由于营业收入增长使营业成本上升。

#### 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

##### (1) 会计政策变更

因执行新企业会计准则导致的会计政策变更

2017年4月28日，财政部以财会[2017]13号发布了《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》，自2017年5月28日起实施。2017年5月10日，财政部以财会[2017]15号发布了《企业会计准则第16号——政府补助（2017年修订）》，自2017年6月12日起实施。本公司按照财政部的要求时间开始执行前述两项会计准则。

《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》准则规范了持有待售的非流动资产或处置组的分类、计量和列报，以及终止经营的列报。本财务报表已按该准则对实施日（2017年5月28日）存在的终止经营对可比年度财务报表列报和附注的披露进行了相应调整。

执行《企业会计准则第16号——政府补助（2017年修订）》之前，本公司将取得的政府补助计入营业外收入；与资产相关的政府补助确认为递延收益，在资产使用寿命内平均摊销计入当期损益。执行《企业会计准则第16号——政府补助（2017年修订）》之后，对2017年1月1日之后发生的与日常活动相关的政府补助，计入其他收益；与日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

##### (2) 会计估计变更

无。

##### (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，分别为臻宝通（深圳）互联网科技有限公司、深圳市金艺珠宝有限公司、深圳市捷夫珠宝有限公司；新设立10家公司，分别为澳门金一文化珠宝礼品有限公司、成都金一爱心珠宝首饰有限公司、陕西秦星金一黄金珠宝有限公司、江苏金伴侣黄金珠宝有限公司、瑞金市金宁珠宝有限公司、广东乐之康医疗技术有限公司、广东乐芯智能科技有限公司、南昌金一文化发展有限公司、北京金一安阳珠宝有限公司、南昌盛嘉黄金珠宝首饰有限公司。

报告期内合并范围注销1家公司：天津思诺珠宝有限公司。

报告期内合并范围转让1家公司：上海金一财富投资发展有限公司。

### (4) 对 2018 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

2018年4月25日