

证券代码：002867

证券简称：周大生

公告编号：2019-020

周大生珠宝股份有限公司 2018 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 487,303,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 6.50 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 5 股。

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，2018年公司继续保持较快的市场拓展速度，全年新开门店872家，净增加651家，其中加盟门店净增加625家，自营门

店净增加26家，门店总数持续增长，报告期末门店总数3375家，其中加盟门店3073家，自营门店302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，比利时百面美钻LOVE100星座极光为核心产品，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。

周大生洞察市场需求，探寻时尚潮流，融合多维美学，独家研创了“情景风格珠宝”。专业呈现优雅、浪漫、迷人、摩登、自然五大产品风格，精准定位活力女孩、怡然佳人、知性丽人、魅力精英、星光女神五大消费人群，有效聚焦表达情感、表现自我两大需求方向，倾心研发N个系列组合。

“情景风格珠宝”，更精准定位消费人群，更深度解析情感共鸣与场景需求，使风格美学下的产品更具有打动人心生命力，向消费者奉献更多“美于形 悦于心”的珠宝精品。

报告期公司继续加大产品研发力量，不断丰富完善产品线，满足市场多样化消费需求，“LOVE100星座极光”、“都市独白”“幸福时刻”等情景风格珠宝系列产品获得消费者的广泛认可。现有产品体系架构如下：

五大人群	系列名称	系列定位
活力女孩	《Special》	与众不同的个性表达系列
	《Shining girl》	畅享青春的活力美搭系列
	《甜蜜星人》	超甜有趣的恋爱表白系列
怡然佳人	《百魅》	焕发光彩的魅力美搭系列
	《百姿》	幸福温馨的美好婚恋系列
知性丽人	《都市独白》	都市白领的心声代言系列
	《挚》	执手相伴的知心婚恋系列
	《幸福时刻》	亲密爱人的时尚对戒系列
魅力精英	《时光》	时光沉淀的隽永情感系列
	《缪斯女神》	超越时代的现代女神系列
星光女神	《梵高》艺术珠宝	永世珍藏的高级珠宝系列

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

公司加盟渠道的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和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。

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

国内市场现有的珠宝首饰企业大致可以分为三类：一是品牌知名度较高和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等品牌；第三类：知名度较低或渠道覆盖面较为局限的品牌。

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。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。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，“周大生”品牌价值连续八年排名珠宝品牌类前三，2018年周大生品牌价值达376.85亿元。

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

	2018 年	2017 年	本年比上年增减	2016 年
营业收入	4,869,944,473.54	3,805,445,292.87	27.97%	2,901,801,324.28
归属于上市公司股东的净利润	806,116,447.13	592,074,754.22	36.15%	426,671,266.53
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	751,511,650.47	567,042,733.39	32.53%	413,989,692.47
经营活动产生的现金流量净额	366,578,710.63	354,858,191.32	3.30%	418,048,213.44
基本每股收益（元/股）	1.68	1.31	28.24%	1.06
稀释每股收益（元/股）	1.68	1.31	28.24%	1.06
加权平均净资产收益率	22.18%	21.60%	提高 0.58 个百分点	28.09%
	2018 年末	2017 年末	本年末比上年末增减	2016 年末
资产总额	5,887,338,070.90	4,380,937,214.05	34.39%	2,371,979,205.21
归属于上市公司股东的净资产	3,941,358,933.32	3,381,636,895.34	16.55%	1,612,010,278.48

（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	937,671,598.22	1,186,319,632.95	1,417,494,170.40	1,328,459,071.97
归属于上市公司股东的净利润	160,533,858.58	192,382,756.67	241,806,731.86	211,393,100.02
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	149,902,431.47	185,070,858.37	230,597,998.34	185,940,362.29
经营活动产生的现金流量净额	-81,212,828.83	319,924,540.26	150,200,119.03	-22,333,119.83

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

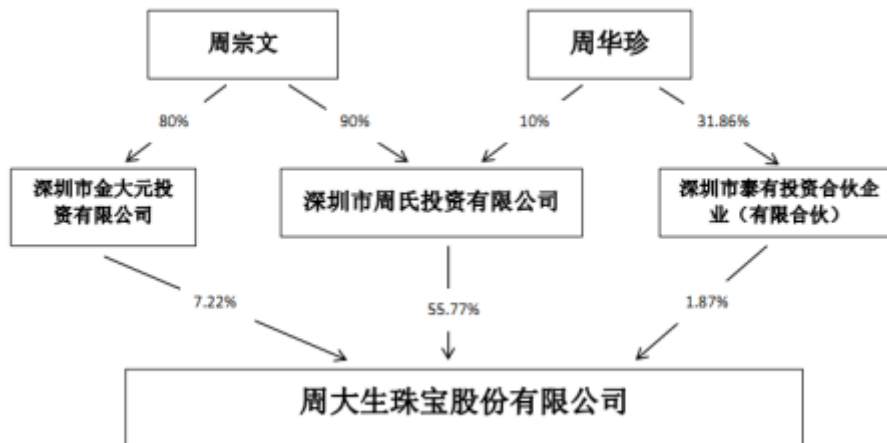
报告期末普通股股东总数	21,003	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	17,942	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
深圳市周氏投资有限公司	境内非国有法人	55.77%	270,675,000	270,675,000	质押	97,829,900	
北极光投资有限公司	境外法人	13.23%	64,218,192	0			
深圳市金大元投资有限公司	境内非国有法人	7.22%	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	1.87%	9,061,600	9,061,600			
周大生珠宝股份有限公司第一期员工持股计划	其他	1.23%	5,952,300	0			
中国银行—嘉实成长收益型证券投资基金	其他	1.00%	4,846,471	0			
交通银行—华夏蓝筹核心混合型证券投资基金(LOF)	其他	0.86%	4,184,181	0			
太平人寿保险有限公司	其他	0.80%	3,890,657	0			
中国建设银行股份有限公司—嘉实新消费股票型证券投资基金	其他	0.61%	2,945,488	0			
全国社保基金一一四组合	其他	0.56%	2,707,031	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）	不适用						

(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

是

珠宝相关业

报告期随着外部经济环境不确定性显著增加，对经济前景的悲观预期逐步传导至可选消费品市场，在零售终端市场呈现更加激烈的竞争格局，珠宝首饰行业品牌化进程有所加快，市场集中度加速向头部品牌提升。面对不断变化的经营形势，公司以“创立传世品牌，缔造珠宝帝国”为使命，坚持“爱心、诚信、责任、奋进”的核心价值观，不断完善营运体制机制，创新管理理念，以提升营运效率为目标导向，大力优化市场布局，渠道拓展持续发力，营运能力进一步加强，渠道管理精细化深入开展，2018年度新开门店872家，净增门店651家，报告期末门店数量达到3375家，市场份额持续扩大。同时，公司继续加大产品研发力量，不断丰富完善产品线，满足市场多样化消费需求，“LOVE100星座极光”、“百魅、百姿”情景风格珠宝等系列产品获得消费者的广泛认可，公司品牌、渠道、产品、供应链服务等核心竞争力稳步提升，在复杂的市场环境中实现了经营业绩的较快增长。

(一) 财务状况

报告期末公司资产总额58.87亿元，较报告期初增长34.39%，负债总额19.19亿元，较报告期初增长92.01%，归属于母公司的股东权益总额39.41亿元，较报告期初增长16.55%，报告期末资产负债率为32.59%，权益比率为1.41，流动比率为2.33，总资产周转率0.95次，加权平均净资产收益为22.18%，较上年同期提高0.58个百分点，盈利能力持续稳定，财务状况整体良好。

报告期末流动资产44.28亿元，占资产总额的75.21%，主要为货币资金、委托理财形成的金融资产以及存货等，其中货币资金10.86亿元，占报告期末流动资产的24.51%，委托理财产品余额4.8亿元，占报告期末流动资产的10.84%，存货25.89亿元，占报告期末流动资产的58.47%。

报告期末非流动资产14.59亿元，占资产总额的24.79%，较年初上升13.42个百分点，报告期末非流动资产余额较报告期初增长192.99%，主要为投资风创新能基金（恒信）、远致富海3号合伙企业（高新投）以及笋岗项目土地使用权等。

报告期末公司负债总额为19.19亿元，较期初增长92.01%，其中银行短期借款6亿元，为报告期内补充流动资金增加短期借款所致，应付账款6.37亿元，主要为应付采购钻石供应商货款以及应付检测费用等未结算款项，其他应付款2.79亿元，主

要为客户履约保证金以及第一期股权激励计划的限制性股票回购义务等，预收账款1.25亿元，主要为收到的加盟客户订单订金款项。

2018年度末归属母公司所有者权益为39.41亿元，其中股本总额4.85亿元、资本公积18.22亿元、法定盈余公积余额2.84亿元，2017年度利润分配方案已于报告期内实施完毕，以公司总股本为基数，向全体股东每10股派发现金股利6元，共向股东分配现金股利2.91亿元，报告期末未分配利润14.54亿元，其中母公司未分配利润12.02亿元。

（二）经营情况

1、报告期主要经营情况

报告期公司紧紧围绕经营战略及年度计划目标，积极进取，砥砺前行，市场拓展持续发力，市场份额稳步提高，运营管理精细化深入开展，核心竞争力进一步提升，在多重因素驱动下，2018年度公司主营业务继续保持较快的增长速度，2018年累计实现营业收入48.7亿元，较上年同期比较增长27.97%，加盟业务营业收入仍保持稳定快速增长，与上年同期比较增长35.14%，其中加盟镶嵌批发收入同比增长38.83%，品牌使用费收入同比增长26.01%，加盟及管理服务类收入同比增长26.22%。自营线下业务营业收入表现稳定，同比增长10.86%；自营线上（电商）业务营业收入继续保持较快增长，较上年同期增长23.69%。报告期宝通供应链服务及宝通小贷业务全面开展，供应链业务实现营业收入4,728.86万元。

2018年度累计实现营业毛利16.56亿元，较上年同期增长4.24亿元，增幅34.38%，其中：自营线下业务销售毛利3.37亿元、电商业务销售毛利9,734.89万元、加盟业务毛利10.95亿元、供应链及其他业务毛利1.26亿元，年度整体毛利率34%，较上年同期提高1.65个百分点，毛利水平持续稳定。

报告期期间费用总额6.81亿元，较上年同期增长32.22%，其中管理、研发及销售费用总额6.55亿元，较上年同期增加13,330.52万元，同比增长25.57%，主要由于员工薪酬、广告宣传、货品检测费用、联销专柜费用、物料费用增长所致。报告期财务费用2,621.31万元，较上年同期增幅较大，主要由于报告期增加银行借款及黄金租赁使得利息支付增加所致。

报告期受益于市场拓展持续发力，运营管理精细化深入开展，核心竞争力进一步提升，产品研发不断提升优化等多重驱动因素影响，公司市场份额持续扩大，盈利能力进一步增强，报告期净利润延续较快的增长势头，2018年度累计实现净利润8.06亿元，较上年同期增长36.15%，取得了较好的经营业绩。

报告期公司市场拓展持续发力，营运能力进一步加强，渠道管理精细化深入开展，不断丰富完善产品线，满足市场多样化消费需求，2018年度新开门店872家，净增门店651家，年度末门店数量达到3375家，市场份额持续扩大，“LOVE100星座极光”、“百魅、百姿”情景风格珠宝等系列产品持续获得消费者的广泛认可，镶嵌产品销售继续保持较快的增长，公司品牌、渠道、产品、供应链服务等核心竞争力稳步持续提升。

2018年度公司累计实现营业收入48.7亿元，较上年同期比较增长27.97%，其中自营线下、自营线上、加盟业务分别实现营业收入11.27亿元、3.5亿元、32.47亿元，分别占公司年度营业收入的23.14%、7.18%、66.67%；报告期自营线下业务表现稳定，营业收入较上年度同比增长10.86%；报告期自营线上（互联网）业务营业收入继续保持增长，报告期较上年同期增长23.69%；2018年加盟业务营业收入仍保持较快增速，与上年同期比较增长35.14%，其中加盟业务镶嵌批发收入同比增长38.83%，品牌使用费收入同比增长26.01%，加盟及管理服务类收入同比增长26.22%。

报告期从事珠宝行业信息化平台运营和供应链管理服务的子公司深圳市宝通天下供应链服务有限公司供应链服务业务全面开展，主要为珠宝行业客户提供订单管理执行、信息管理、商品物流服务等一系列供应链管理服务。2018年度供应链服务业务实现营业收入4,728.86万元。

报告期分业务模式的主营业务收入情况

单位：万元

业务模式分类	本报告期（2018年）		上年同期		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
自营（线下）	112,701.71	23.14%	101,664.15	26.72%	10.86%
互联网（线上）	34,983.81	7.18%	28,284.59	7.43%	23.69%
加盟	324,692.13	66.67%	240,272.12	63.14%	35.14%
供应链服务	4,728.86	0.97%	586.38	0.15%	706.44%
小贷金融	498.31	0.10%			
其他业务收入	9,389.63	1.93%	9,737.29	2.56%	-3.57%
营业收入合计	486,994.45	100%	380,554.83	100%	27.97%

2、报告期门店情况

（1）门店变动情况

报告期公司在稳固既有市场的同时，继续加大拓展力度，市场份额进一步扩大，2018年度新开门店872家，净增加651家，门店总数稳定增长，报告期末门店总数为3375家，门店数量较报告期初增长23.9%，其中报告期末专卖店数量1492家，占门店总数的44.21%，专卖店数量占比较上年度末的1155家提高了1.81个百分点，商场店数量1883家，占门店总数的55.79%，商场店数量占比较上一报告期末有所降低。

单位：家

项目	报告期				2017年度			
	增加	减少	净增减	期末数量	增加	减少	净增减	期末数量
加盟店	820	195	625	3073	532	246	286	2448
自营店	52	26	26	302	27	45	-18	276
门店合计	872	221	651	3375	559	291	268	2724

(2) 报告期店效分析

报告期公司自营业务单店营业收入396.84万元，较上年同期增长11.64%，单店毛利为118.73万元，较上年同期增长12.07%，其中自营单店镶嵌销售收入110.1万元，同比降低3.07%，单店镶嵌销售毛利65.09万元，同比增长1.59%；

报告期加盟业务单店公司对其形成的主营业务收入118.07万元，毛利39.81万元，分别较上年同期增长11.15%、15.84%，其中单店镶嵌首饰收入99.14万元，毛利21.48万元，分别较上年同期增长14.20%、29.16%。

从单店收入及毛利数据的比较来看，自营、加盟门店的单店收入及毛利水平稳步增长，受镶嵌销售占比提高影响，品牌使用费单店同比增幅低于单店镶嵌销售同比。

单店收入及毛利概况

单位：万元

项目	报告期（2018年度）			上年同期（2017年度）			增减幅度%	
	平均店数	单店收入	单店毛利	平均店数	单店收入	单店毛利	单店收入	单店毛利
自营店	284	396.84	118.73	286	355.47	105.94	11.64%	12.07%
其中：镶嵌首饰		110.10	65.09		113.59	64.07	-3.07%	1.59%
加盟店	2750	118.07	39.81	2262	106.22	34.37	11.15%	15.84%
其中：镶嵌首饰		99.14	21.48		86.82	16.63	14.20%	29.16%
品牌使用费		12.00	12.00		11.57	11.57	3.65%	3.65%
加盟管理服务费		6.24	6.24		6.01	6.01	3.82%	3.82%

注：平均店数为报告期月末店数累计平均（ \sum 月末店数/计算月份数）

3、报告期线上销售情况

报告期公司互联网（线上销售）营业收入3.5亿元，占报告期营业收入的7.18%，较上年同期增长23.69%，2018年1-12月份累计销售数量为45.36万件，其中镶嵌类首饰销量3.31万件，同比增长82.93%，镶嵌产品销售收入4,350.75万元，报告期素金类首饰销售40.86万件，同比增长14.6%，素金产品销售收入3.04亿元，以镶嵌类销售增长较为明显，线上销售主要集中在天猫旗舰店渠道，占整体互联网销售的96.24%，其他渠道主要为招行信用商城、云集等。

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	1,136,707,486.98	226,444,430.22	19.92%	15.15%	33.69%	2.76%
镶嵌首饰	3,082,569,663.86	800,152,456.34	25.96%	33.17%	39.21%	1.13%

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

报告期公司紧紧围绕经营战略及年度计划目标，积极进取，砥砺前行，市场拓展持续发力，市场份额稳步提高，运营管理精细化深入开展，核心竞争力进一步提升，在多重因素驱动下，2018年度公司主营业务继续保持较快的增长速度，2018年累计实现营业收入48.7亿元，较上年同期比较增长27.97%，加盟业务营业收入仍保持稳定快速增长，与上年同期比较增长35.14%，其中加盟镶嵌批发收入同比增长38.83%，品牌使用费收入同比增长26.01%，加盟及管理服务类收入同比增长26.22%。自营线下业务营业收入表现稳定，同比增长10.86%；自营线上（电商）业务营业收入继续保持较快增长，较上年同期增长23.69%。报告期宝通供应链服务及宝通小贷业务全面开展，供应链业务实现营业收入4,728.86万元。

报告期受益于市场拓展持续发力，运营管理精细化深入开展，核心竞争力进一步提升，产品研发不断优化等多重驱动因素影响，公司市场份额持续扩大，盈利能力进一步增强，报告期净利润延续较快的增长势头，2018年度累计实现净利润8.06亿元，较上年同期增长36.15%，取得了较好的经营业绩。

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

2018年6月15日，财政部发布《关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2018〕15号）及其解读，其中：

（1）资产负债表

原“应收票据”及“应收账款”行项目整合为“应收票据及应收账款”、原“应收利息”及“应收股利”行项目归并至“其他应收款”、原“固定资产清理”行项目归并至“固定资产”、原“工程物资”行项目归并至“在建工程”、原“应付票据”及“应付账款”行项目整合为“应付票据及应付账款”项目、原“应付利息”及“应付股利”行项目归并至“其他应付款”；将“专项应付款”行项目归并至“长期应付款”。

（2）利润表

从原“管理费用”中分拆出“研发费用”、在“财务费用”行项目下列示“利息费用”和“利息收入”明细项目、将“其他收益”的位置提前，企业作为个人所得税的扣缴义务人，根据《中华人民共和国个人所得税法》收到的扣缴税款手续费，应作为其他与日常活动相关的项目在利润表的“其他收益”项目中填列、“其他综合收益”行项目，简化部分子项目的表述：将原“重新计量设定受益计划净负债或净资产的变动”改为“重新计量设定受益计划变动额”；将原“权益法下在被投资单位不能重分类进损益的其他综合收益中享有的份额”改为“权益法下不能转损益的其他综合收益”；将原“权益法下在被投资单位以后将重分类进损益的其他综合收益中享有的份额”改为“权益法下可转损益的其他综合收益”。

（3）现金流量表

企业实际收到的政府补助，无论是与资产相关还是与收益相关，在编制现金流量表时均作为经营活动产生的现金流量列报。公司按照《企业会计准则第30号——财务报表列报》等的相关规定，对可比期间的比较数据根据本通知进行调整。

2018年10月22日召开的第三届董事会第四会议审议通过了《关于公司会计政策变更的议案》。公司执行财政部2018年6月15日发布的《关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2018〕15号）的相关规定执行，此项会计政策变更采用追溯调整法，公司相应追溯重述了比较报表，对2017年12月31日资产负债表以及2017年度同期利润表进行相应调整，除上述会计政策变更外，其他未变更部分，公司仍按照财政部前期颁布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、

企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定执行。

(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

(1) 报告期公司收购并于2018年10月16日取得了天津风创新能股权投资基金合伙企业（有限合伙）的实际控制权，自收购日将其纳入合并范围；

(2) 2018年2月27日，公司子公司福州周大生珠宝金融服务有限公司注销登记，自注销之日起不再将其纳入合并范围；

(3) 2018年7月16日，公司子公司深圳市前海今生金饰珠宝有限公司注销登记，自注销之日起不再将其纳入合并范围；

(4) 2018年4月24日，公司新设深圳市宝通天下小额贷款有限公司，本报告期将其纳入合并范围。

(4) 对 2019 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用