

公司代码：600612
900905

公司简称：老凤祥
老凤祥 B

老凤祥股份有限公司
2020 年年度报告摘要



一 重要提示

- 1 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，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 众华会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

拟以 2020 年 12 月 31 日总股本 523,117,764 股为基数，向全体股东每 10 股派发红利 12.50 元(含税)，总金额为 653,897,205.00 元(B 股红利按 2020 年度股东大会决议日下一工作日中国人民银行公布的美元兑换人民币中间价折算)。派发后母公司未分配利润余额为 1,106,682,880.33 元，结转下一年度。本年拟不进行送股和资本公积金转增股本。在实施权益分派的股权登记日前公司总股本如发生变动的，拟维持分配总额不变，相应调整每股分红比例，并将另行公告具体调整情况。该预案尚需股东大会审议批准。

二 公司基本情况

1 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	上交所	老凤祥	600612	中国铅笔、第一铅笔
B股	上交所	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	邱建敏	蔡旭姣
办公地址	上海市漕溪路270号1号楼606室	上海市漕溪路270号1号楼615室
电话	(021)54480605	(021)6483388-619
电子信箱	lfx600612@126.com	cxj0724@163.com

2 报告期公司主要业务简介

公司主要从事黄金珠宝首饰、工艺美术品、笔类文具制品的生产经营及销售，主营业务涵盖三大产业，一是以“老凤祥”商标为代表的黄金珠宝首饰产业；二是以“工美”知名品牌为代表的工艺美术品产业；三是以“中华”商标为代表的笔类文具用品产业。其中公司核心板块老凤祥有限从源头采购到设计、生产、销售，都有着丰富的经验和成熟的体系，尤其在品牌知名度和渠道覆盖率方面具有优势。2020 年，老凤祥有限营业收入占到公司总额的 99.12%，利润占到公司总额的 94.89%，为公司经营业绩的重要保证。

根据国家统计局的公布，2020年全年社会消费品零售总额391,981亿元，比上年下降3.9%。其中限额以上的金银珠宝类零售额为2376亿元，同比下降4.7%。据中国黄金协会最新统计数据显示：2020年全国黄金实际消费量820.98吨，与2019年同期相比下降18.13%。其中：黄金首饰490.58吨，同比下降27.45%；金条及金币246.59吨，同比增长9.21%；工业及其他用金83.81吨，同比下降16.81%。

2020年，公司统筹推进疫情防控和有序恢复生产经营，在机遇与挑战并存的市场环境中，公司始终坚持做大做强的信心理念，围绕“双百行动”改革目标，全面贯彻落实公司董事会的工作要求，全力以赴深化改革，夯实发展基础，强化竞争优势，应对风险挑战，扎扎实实地把每一项工作真正落到实处，确保了公司持续健康发展的良好态势。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近3年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2020年	2019年	本年比上年 增减(%)	2018年
总资产	19,563,274,343.85	17,180,999,962.74	13.87	15,486,229,561.21
营业收入	51,721,504,158.99	49,628,658,012.85	4.22	43,784,473,455.70
归属于上市公司股东的净利润	1,586,017,961.78	1,408,010,645.58	12.64	1,204,539,030.12
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,513,614,561.73	1,314,228,013.12	15.17	1,082,626,654.71
归属于上市公司股东的净资产	7,964,899,088.05	7,019,970,606.46	13.46	6,191,360,024.30
经营活动产生的现金流量净额	2,347,749,151.50	-1,253,965,536.52	287.23	-370,631,144.10
基本每股收益 (元/股)	3.0319	2.6916	12.64	2.3026
稀释每股收益 (元/股)	3.0319	2.6916	12.64	2.3026
加权平均净资产收益率(%)	21.03	21.16	减少0.13个百分点	20.26

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3月份)	第二季度 (4-6月份)	第三季度 (7-9月份)	第四季度 (10-12月份)
营业收入	14,488,583,962.27	11,998,431,651.89	17,379,590,256.02	7,854,898,288.81
归属于上市公司股东的净利润	371,697,439.43	369,157,660.58	491,728,553.67	353,434,308.10
归属于上市公司股东	383,881,986.97	363,064,561.26	487,359,628.47	279,308,385.03

的扣除非经常性损益后的净利润				
经营活动产生的现金流量净额	2,927,240,560.82	1,450,493,728.20	-3,194,894,237.99	1,164,909,100.47

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股本及股东情况

4.1 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

截止报告期末普通股股东总数（户）					50,396		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					44,235		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内 增减	期末持股数 量	比例 （%）	持有 有限 售条 件的 股份 数量	质押或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
上海市黄浦区国有资产监督管理委员会	0	220,171,793	42.09	0	无	0	国家
Golden China Master Fund	0	15,593,813	2.98	0	未知		未知
中国工商银行股份有限公司—东方红启元三年持有期混合型证券投资基金	2,747,500	9,453,984	1.81	0	未知		未知
全国社保基金一一三组合	3,031,022	6,516,260	1.25	0	未知		未知
SHENWAN HONGYUAN NOMINEES (H. K.) LIMITED	384,994	6,357,672	1.22	0	未知		未知
招商证券香港有限公司	358,087	5,368,163	1.03	0	未知		未知
基本养老保险基金八零二组合	4,578,580	5,078,540	0.97	0	未知		未知
GUOTAI JUNAN SECURITIES (HONGKONG) LIMITED	-341,292	3,755,108	0.72	0	未知		未知
中信证券股份有限公司	2,132,985	3,692,669	0.71	0	未知		未知

一前海开源金银珠宝主题精选灵活配置混合型证券投资基金							
NORGES BANK	0	3,669,541	0.70	0	未知		未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司前十名股东中,上海市黄浦区国有资产监督管理委员会与其他9名股东无关联关系,不属于《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。公司未知其他股东之间是否属于《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。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前10名股东情况

适用 不适用

5 公司债券情况

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

1 报告期内主要经营情况

2020年，公司营业收入达到517.22亿元，完成董事会预算目标525亿元的98.52%，比2019年实际完成值496.29亿元增长4.22%；利润总额达到27.94亿元，完成董事会预算目标25.45亿元的109.78%，比2019年实际完成值24.93亿元增长12.08%；归属于上市公司股东的净利润达到15.86亿元，完成董事会预算目标14.35亿元的110.52%，比2019年实际完成值14.08亿元增长12.64%。2020年公司经营管理的主要成效集中反映在以下六个方面：

一、统筹协调做好疫情防控，平稳有序实现复工复产，积极履行社会责任，助力抗击新冠疫情

按照上海市对疫情“总体统筹、属地防控、上下联动、各方协同”的要求，公司在思想上高度重视，在时间上抢占优势，在空间上严密布防，切实把各项防控措施抓细、抓实、抓到位，确保了全年的疫情防控工作有力有效。疫情有效的防控为公司平稳有序的复工、复产、复市提供了有力保障，也为公司全年实现经济回升创造了条件。2020年内，公司积极履行社会责任，以实际行动助力抗击新冠疫情。疫情期间，公司向疫情最严重的武汉地区捐赠人民币300万元；疫情稳定后，公司主动为上海援鄂医护英雄们设计和定制了“天使之翼”纪念胸针，限量1650件总价值近千万，除0000号由上海市历史博物馆永久纪念珍藏外，其余全部赠予1649位上海援鄂的医护人员，向社会传递致敬英雄、感恩英雄的正能量。公司还主动担当、认真核实，及时落实支持中小微企业减免房屋租金的有关政策，共计向承租公司房产的60家中小微企业减免租金1052.91万元。此外，公司还成立了395名党员参加的党员防疫突击队和30名党团员组成防疫志愿者队伍，积极参与公司和社会的抗疫工作。

二、加快推进国企改革“双百行动”，全面完成综合改革各项任务

2020年，公司对标国企改革“双百行动”任务清单，继续加快各项改革措施推进落实。年初完成了老凤祥钻石加工、珠宝玉器公司和中铅公司3家不同类型企业的职业经理人聘用和签约工作，开启了老凤祥加快推进市场化经营机制改革试点的工作，为下一步全面推进对经营者契约化管理、稳固经营团队、激活企业发展内生动力奠定了基础。截至2020年底，公司已完成7项“双百行动”改革任务，启动推进2项。经国务院企改办专项评估，老凤祥获“双百行动”三项制度改革A级企业称号。

三、保持战略定力，咬定经营目标不放松，攻坚克难促发展

公司2020年初的订货会销售创历史新高，但突如其来的新冠疫情对公司完成设定的2020年经济目标任务造成了一定影响。面对困难和压力，公司上下凝神聚力谋发展，瞄准目标，保持战略定力，通过主动应变、攻坚克难。复工初期，老凤祥有限公司批发销售部门主动出击，做好市场恢复方案，根据各地的市场情况组织好各类货源开展异地送货服务。下半年疫情稳定后，精心策划和组织了两场全国订货会。通过努力，公司全年的批发收入同比增长4.17%。渠道拓展方面，老凤祥有限抓住市场调整的契机，持续推进渠道下沉、做精做细市场，不断提升市场覆盖面和占有率。截至2020年末，老凤祥共计拥有营销网点达到4450家（含海外银楼19家），全年净增557家。

零售市场方面，老凤祥零售部门积极策划并全力组织实施营销活动，通过参与上海“55购物节”等主题活动营造消费热点；试点网络直播、会员商城等新销售方式，以多元化营销模式吸引年轻客户群体；主动出击精准邀约高端客户人群，开展举行高端珠宝品鉴会等活动。通过上述举措，积极主动争夺市场份额，扩大销售。

老凤祥下属各海外子公司针对疫情，及时调整策略努力保持运营平稳。一方面精简开支，调整运营，老凤祥香港公司积极参与政府扶持企业救济计划，保就业促消费；另一方面创造条件按既定目标拓展开店，老凤祥加拿大第二家银楼温哥华列治文分号于2020年8月顺利开业。至2020年底，老凤祥海外银楼达到19家。

四、升级品牌形象，推陈出新品牌营销活动，坚持品牌维权，不断提升品牌影响力

2020年内，公司继续深入挖掘百年民族品牌的历史文化内涵，参加中华老字号博览会、2020

中国国际珠宝展、2020年上海国际首饰腕表设计时尚周等展览活动。2020年末，公司在上海奉贤博物馆举办为期两个月的“大观无相——百年老凤祥经典艺术展”，展示老凤祥品牌170余年的成长历程与经典首饰艺术佳作，提升了老凤祥品牌的社会关注度。2020年，老凤祥品牌价值达到343.29亿元，荣列德勤“全球奢侈品力量排行榜”第16位。在“2020中国500最具价值品牌”榜单位列第187位。排名“2020中国企业500强”第374位，同比上升18位。品牌知名度与美誉度进一步提升。

公司不断求新求变推陈出新营销活动。联合红蔓杂志拍摄《群星璀璨兴国潮》短视频，开展“我与明星佩戴同款老凤祥产品”的活动；依托微信公众号、抖音等新媒体效应，运用直播带货、电视购物等新消费形式，吸引年轻粉丝流量，增强老凤祥品牌在年轻人中的影响力。

公司坚持开展“老凤祥”商标的延伸注册与国际注册，全年新增国内注册商标10件、美国注册商标1件，目前共有国内注册商标94件，境外注册商标67件；在品牌宣传同时，强化商标的日常监控管理，全年共计204件同类别近似商标在第一时间被成功异议或无效，联合各地分公司、总经销在各省市区通过工商投诉、法律诉讼等途径，肃清侵权行为、推进市场净化，共起诉8起维权案件，胜诉率达100%。

五、研究市场变化和消费变化，以产品创新为重点，坚持不懈优化产品结构

2020年，公司加强市场调研，紧贴市场消费需求和变化，抢抓市场热点加快产品开发。全年的老凤祥产品更新率达到25%以上，新产品销售额达101亿。公司成为“第十届花博会”首批特许经营经销商，围绕“花开中国梦”主题开发了贵金属、珠宝、眼镜、钟表、工艺品和文具等55款特许经营产品并实现了首发上市。公司开发的新品引领黄金饰品消费的发展趋势，满足“后疫情时代”消费者对黄金珠宝首饰的新需求。2020年内，公司旗下三大产业板块，坚持科创引领，加快生产布局调整，不断提升产业能级。公司各生产企业加大设备引进、工艺研发、创意设计的投入，全年共计申请专利398件，有效专利716件，其中发明专利19件，进一步提升了企业发展的核心竞争力。中铅板块探索大文教产品开发运作，快速发展电商业务。2020年内，中铅在京东和天猫自营店销售同比分别增长33%和52%。工美板块围绕“老凤祥”品牌进行及产品创意开发、加速产品线更迭。

六、进一步完善公司内控制度建设，严格落实各项安全生产责任，确保企业安全、稳定、健康运行

2020年内，公司董事会和监事会、高级管理人员根据中国证监会和上海证监局的要求，深入学习贯彻落实新《证券法》。公司董事会按照新修订的《公司法》、《证券法》以及中国证监会有关上市公司治理制度，在自查和梳理《内控制度》的基础上，对《内控制度》进行了重新修订，汇编形成了2020版的《公司内部控制制度手册》，以此推动和提升公司内生约束机制的有效性和防范风险的水平，构建更为完善的现代企业制度和公司治理规范。

公司按照“党政同责、一岗双责、失职追责”的安全责任制原则，完成公司和各基层企业的安全工作委员会和工作小组的调整工作，强化了安全工作的组织领导。坚持将安全隐患排查治理工作常态化，责任目标分解细化，将安全生产工作落实到各企业、各部门，实现“横向到边、纵向到底”安全管理全覆盖，减少了企业运营风险的发生，确保企业安全、稳定、健康运行。

2 导致暂停上市的原因

适用 不适用

3 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

详见第十一节.五.44 “重要会计政策及会计估计变更”章节

5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

6 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。

适用 不适用

老凤祥股份有限公司

2021年4月28日