

证券代码：002867

证券简称：周大生

公告编号：2017-027

周大生珠宝股份有限公司 2017 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。

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半年报的董事会会议

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

公司计划不派发现金红利，不送红股，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、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

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	1,672,674,338.81	1,347,251,149.93	24.15%
归属于上市公司股东的净利润（元）	263,531,911.84	213,477,601.52	23.45%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	261,653,427.70	210,008,529.81	24.59%

经营活动产生的现金流量净额（元）	206,590,653.92	144,642,173.54	42.83%
基本每股收益（元/股）	0.5997	0.5324	12.64%
稀释每股收益（元/股）	0.5997	0.5324	12.64%
加权平均净资产收益率	11.81%	13.93%	-2.12%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	3,985,143,592.10	2,371,979,205.21	68.01%
归属于上市公司股东的净资产（元）	3,053,094,052.96	1,612,010,278.48	89.40%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	69,440		报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	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		
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	境内非国有法人	1.90%	9,061,600	9,061,600		
何小青	境内自然人	0.06%	277,124	0		
陈恽	境内自然人	0.04%	175,722	0		
张广朋	境内自然人	0.04%	170,000	0		
吴军	境内自然人	0.03%	164,943	0		
陈永联	境内自然人	0.03%	159,700	0		
全必树	境内自然人	0.03%	120,000	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。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用					

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、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。

6、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，且在半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

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，公司采取轻资产、整合运营型经营策略，以成熟的品牌运营为发展主线，完善的营销网络为发展基石，强大的资源整合能力为发展动力，充分发挥自身的竞争优势，维持领先模式，不断创新价值，为全球消费者提供高品质的珠宝首饰产品。

截至报告期末，公司拥有门店2505家，其中自营店288家，加盟店2217家。实现营业收入1,672,674,338.81元，同比增长24.15%，归属上市公司股东的净利润263,531,911.84元，同比增长23.45%。

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，以此次公开发行股票并上市为契机，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在市场份额；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。

为了实现企业的发展目标，充分发挥竞争优势，公司将加快制定和实现以下各项业务规划：

（一）品牌推广计划

公司从成立之初就重视品牌的建设和管理，在多年的经营中建立了以品牌运营为发展主线的资源整合型运营模式。未来公司将进一步巩固并提升“周大生”品牌在珠宝首饰行业内的市场地位，为公司未来的持续快速发展奠定基础。在发行当年及未来两年，公司计划实施以下措施以提升品牌价值量和美誉度：

1、加强品牌宣传

未来公司将坚持“爱”与“美”的品牌文化核心，采用全方位、立体式的品牌营销战略加强品牌宣传。在广告投放方面，公司将通过在全国性媒体投放广告进一步增加品牌知名度，同时辅以组织加盟商针对区域消费特性进行区域性广告投放，并结合潮流趋势、时尚热点在业内知名杂志投放平面广告，逐步加大网络营销及互联网移动端精准广告投放和营销互动，实现消费群体的立体式广告覆盖；在营销活动方面，未来公司将持续展开全方位的营销活动，包括参加国内外知名珠宝首饰展览会、举办全国商业性珠宝设计大赛、赞助国内外时尚盛典等，以加强公司在国内珠宝设计概念、行业工艺、时尚趋势方面的引导力，提升品牌影响力。

2、升级终端店面形象

终端店面形象对企业品牌的推广至关重要，特别是在珠宝首饰行业，终端店面的招牌、形象风格、空间布局、产品展示等视觉要素都将通过消费者的体验对品牌形象造成影响。目前公司已经建立了全国统一的店面设计标准，未来公司将对终端店面进行统一的形象升级，提升品牌影响力。

（二）营销网络建设计划

公司目前已经建立起以一二线城市为骨干、三四线城市为网络的覆盖面广且深的“自营+加盟”营销网络。未来公司将进一步加快国内营销网络的建设步伐，用两至三年时间全面完善并形成布局更合理、可控性更强、运营效率更高的营销网络。具体计划包括：

1、新增自营店、加盟店和区域营销服务中心

公司未来计划通过租赁和与商场联营两种方式在全国一、二线城市新设自营店，以持续增强公司品牌的区域影响力；在一、二线城市的较偏远地区以及三、四线城市，公司将继续借助加盟商迅速拓展和渗透市场；同时公司计划在国内各大城市新增区域营销服务中心，以更好的支持区域加盟商的服务体系，与加盟商形成良好互动，增强公司的盈利能力和品牌经营能力。

2、提高营销网络的运行效率

未来公司计划在全国范围的自营店和加盟店推行信息化建设，将所有自营店和加盟店接入公司拟建设的全供应链集成式信息管理平台，实现公司与自营店和加盟店之间的信息实时共享和库存共享，进一步提高营销网络的运行效率。

3、持续完善营销网络标准化管理

借助多年来渠道建设和管理经验，公司已制定了一系列自营店和加盟店的管理标准，未来公司将对营销网络的标准化管理体系进行持续的完善，在开店流程、店铺形象、培训、销售、价格和促销规范等方面形成更为集中统一、快捷有效的标准化管理流程，有力支撑公司业绩的增长，并帮助公司建立专业性、规范化的品牌形象。

（三）电商平台建设计划

面对电子商务和网络购物的发展态势，电商平台已成为珠宝行业发展重要的补充渠道。未来公司将主要从引进电商专业人才、开展相关知识培训、搭建信息技术系统等几个方面，逐步建设公司电商平台，并整合网上商城、产品发布、信息共享等功能，为消费者提供全面而深入的电子商务服务。

电子商务平台的建设将为公司现有的营销网络提供线上支持，利用电子商务不受时间、空间限制的特点，有效增加消费者覆盖面，通过线上线下融合，打造珠宝O2O生态圈，实现线上线下优势互补、资源共享，从而提升公司整体的营销能力。

（四）研发设计计划

珠宝首饰的设计风格、款式、工艺日益被消费者看重，产品的研发设计能力成为珠宝首饰企业获得市场份额的核心竞争力之一。对周大生而言，研发设计是公司持续发展的基础，亦是公司价值持续提升的重要保障。发行当年及未来两年，公司研发设计具体计划如下：

1、建立企业研发中心

公司计划在深圳购买办公楼/厂房建立研发中心，研发中心将在整合公司研发能力的基础上，扩充工作室规模，增强品牌时尚产品和豪华产品的设计能力。研发中心拟设立产品策划部、设计部、起版部、成品车间、产品推广部、资讯部等部门，整合行业内优势资源；并成立钻石镶嵌小组、翡翠玉石小组、珍珠晶石小组、黄金小组、铂金小组、K金小组，提升公司的产品工艺、设计能力。

2、提高原创产品的款式比例

公司计划在研发中心建成后，借助新增的研发设计能力，提高原创产品的款式比例，款式研发重点将以镶嵌产品和精品黄金饰品为主，辅以铂金、彩宝、翡翠等其他类型产品。原创产品款式比例的增加能够帮助公司提高产品的附加值，从而提高公司产品的利润率。

3、增加品牌产品辨识度

国内珠宝首饰市场产品同质化的情况较为严重，公司在提升研发设计能力的基础上，未来计划将企业品牌的核心内涵融入产品设计中，设计品牌专属的经典款式，创造属于自己的品牌风格，提高品牌产品的辨识度。

（五）信息化平台建设计划

近年来，国内珠宝首饰行业的知名品牌纷纷将中间加工环节部分或全部外包，并采用自营和加盟商相结合的经营模式。在这种行业发展趋势下，珠宝首饰行业供应链上的参与主体众多，这对珠宝首饰企业的信息化管理水平提出了更高的要求。

为了更好的实现设计、采购、物流、销售各个环节紧密联系，强化公司的资源整合优势，未来公司通过引入SAP系统建设全供应链集成式信息管理平台，实现内部部门之间、公司与上下游合作伙伴之间信息传输、交换和处理的无缝衔接，提升研发设计、原料采购、生产管理、物流配送、渠道管理等多个环节的管理效率并节约管理成本，更为有效的整合公司供应链，为公司进一步拓展业务奠定执行基础。

（六）人力资源发展计划

人才是公司发展的核心力量，是可持续发展的基础。公司未来的人力资源发展将围绕公司近期业务发展规划和长期业务发展规划展开。公司未来将全方位引进高层次人才，特别是加强管理人才的引进，建立人才梯队储备制度，通过人才引进带动公司管理团队和员工整体素质和水平的提高。

公司未来将继续推进学习型组织的建设，通过加强内部培训，提升员工的品牌意识和服务质量，并通过外部专家和专业机构的培训，提高员工的整体素质。公司将定期安排部分员工到学习业界领先企业的先进管理经验，提升关键岗位人员的视野和经验。

公司将进一步完善激励考核制度，充分调动员工的积极性、主动性与创造性，吸引和鼓励优秀人才为企业长期服务。同时公司将努力为人才搭建发挥才干的平台，为现有的管理团队和员工队伍提供良好的职业发展空间，做到人尽其才。

（七）深化改革和组织结构调整的计划

为在机制、决策、组织、流程上确保公司的规范和高效运作，公司将进一步完善公司的法人治理结构，按照严格的上市公司标准规范股东大会、董事会、监事会的运作和公司经理层的工作制度。建立和完善现代企业管理制度，建立科学有效的决策机制、市场快速反应机制和风险防范机制。规范公司的内部管理，营造良好的管理氛围，形成良好的企业文化。合理配置资源，建立一个功能齐全、运转高效的组织机构，有效控制和协调内部活动，使组织运作既有集中和标准化，又有权利相互制衡和分散化。

2、涉及财务报告的相关事项

（1）与上一会计期间财务报告相比，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。

（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）与上一会计期间财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

因新设立全资子公司周大生珠宝销售管理（深圳）有限公司，报告期该公司纳入合并报表范围。