

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
2021 年年度报告摘要



第一节 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 www.sse.com.cn 网站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性、准确性、完整性，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 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

拟以 2021 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 14.50 元(含税)，总金额为 758,520,757.80 元(B 股红利按 2021 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 1,434,139,656.11 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。

第二节 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) 64833388-619
电子信箱	lfx600612@126.com	cxj0724@163.com

2 报告期公司主要业务简介

根据国家统计局的公布，2021 年全年社会消费品零售总额 440,823 亿元，比上年增长 12.5%。其中限额以上的金银珠宝类零售额为 3041 亿元，同比上升 29.8%。据中国黄金协会最新统计数据

显示：2021年，全国黄金实际消费量1120.90吨，与2020年同期相比增长36.53%，较疫情前2019年同期增长11.78%。其中：黄金首饰711.29吨，较2020年同期增长44.99%，较2019年同期增长5.18%；金条及金币312.86吨，较2020年同期增长26.87%，较2019年同期增长38.56%；工业及其他用金96.75吨，同比增长15.44%。

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。2021年，老凤祥营业收入占到公司总额的99.25%，利润占到公司总额的86.12%，为公司经营业绩的重要保证。

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

	2021年	2020年	本年比上年 增减(%)	2019年
总资产	22,274,857,485.87	19,563,274,343.85	13.86	17,180,999,962.74
归属于上市公司股东的净资产	9,191,135,714.96	7,964,899,088.05	15.40	7,019,970,606.46
营业收入	58,690,773,414.31	51,721,504,158.99	13.47	49,628,658,012.85
归属于上市公司股东的净利润	1,876,306,245.69	1,586,017,961.78	18.30	1,408,010,645.58
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,589,415,066.61	1,513,614,561.73	5.01	1,314,228,013.12
经营活动产生的现金流量净额	1,989,782,736.75	2,347,749,151.50	-15.25	-1,253,965,536.52
加权平均净资产收益率(%)	21.74	21.03	增加0.71个百分点	21.16
基本每股收益(元/股)	3.5868	3.0319	18.30	2.6916
稀释每股收益(元/股)	3.5868	3.0319	18.30	2.6916

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	17,197,940,163.54	14,392,185,863.21	18,196,292,158.08	8,904,355,229.48
归属于上市公司股东的	648,471,083.82	393,381,342.45	456,314,933.72	378,138,885.70

净利润				
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	433,660,337.37	379,654,212.48	452,454,853.74	323,645,663.02
经营活动产生的现金流量净额	2,933,863,818.62	-209,573,258.26	-2,666,608,751.69	1,932,100,928.08

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					47,170		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					44,103		
截至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、标记或冻 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
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	0	9,453,984	1.81	0	未知		未知
龙悦网络有限公司	6,638,299	6,638,299	1.27	0	未知		未知
全国社保基金一一三组合	-204,100	6,312,160	1.21	0	未知		未知
SHENWAN HONGYUAN NOMINEES (H. K.) LIMITED	-549,431	5,808,241	1.11	0	未知		未知
GUOTAI JUNAN SECURITIES (HONGKONG)	1,868,197	5,623,305	1.07	0	未知		未知

LIMITED							
香港中央结算有限公司	992,765	4,343,251	0.83	0	未知		未知
NORGES BANK	0	3,669,541	0.70	0	未知		未知
招商证券香港有限公司	-1,856,226	3,511,937	0.67	0	未知		未知
VANGUARD TOTAL INTERNATIONAL STOCK INDEX FUND	0	3,471,953	0.66	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	无						

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

第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

2021年，公司营业收入达到586.91亿元，完成董事会预算目标575亿元的102.07%，比2020年实际完成值517.22亿元增长13.47%；利润总额达到32.42亿元，完成董事会预算目标30.81

亿元的 105.22%，比 2020 年实际完成值 27.94 亿元增长 16.00%；归属于上市公司股东的净利润达到 18.76 亿元，完成董事会预算目标 17.35 亿元的 108.15%，比 2020 年实际完成值 15.86 亿元增长 18.30%。

2021 年公司经营管理的主要成效集中反映在以下六个方面：

①全力以赴促发展，多措并举开拓市场，提高市场占有率

2021 年，老凤祥有限持续推进渠道下沉、做精做细市场，不断提升市场覆盖面和占有率。截至 2021 年末，全年净增老凤祥专卖店、专柜等 495 家，累计达到 4945 家，其中自营 171 家，净增 9 家；海外 16 家，减少 3 家。老凤祥营销网络布局的日益拓展，为公司的业绩的持续增长提供了最根本的保障。零售市场方面，老凤祥零售部门从商品布局、门店服务、精品展示和主题活动等方面给消费者全新体验；同时推进网络直播、会员商城等新销售方式，发展多元化销售渠道，吸引年轻客户群体，截至 12 月底，老凤祥上海会员总人数超 40 万人，新增上海会员超 20 万人。通过上述举措，积极主动争夺市场份额，扩大销售。

海外门店由于疫情原因受到了一定影响，公司及时调整运营策略，关闭了香港三家店铺，努力保持海外运营平稳。同时落实“以国内大循环为主体、国内国际双循环互相促进”的战略思路，在海南自由贸易港设立老凤祥海南黄金珠宝时尚创意中心有限公司，持续整合资源，更好地打通境内外业务，架构老凤祥海内外自由贸易桥梁。中铅公司持续推进完善经销分级管理，使公司对客户实现层次分明的集中管控，有效调动了 A 级经销商的积极性，国内销售实现了增长。

②加强品牌建设，升级品牌形象，不断提升品牌影响力

2021 年，公司签约国内知名艺人陈数成为老凤祥新形象代言人，向市场展示“老凤祥”品牌新形象。在第 20 届老凤祥上海国际首饰文化节，首次推出“凤祥喜事荟”，以“国潮、国风、国韵”“三国”演绎老凤祥丰硕的品牌文创新成果。同时进一步依托新媒体技术，发挥老凤祥微信公众号、抖音等新媒体效应，运用直播带货、电视购物等线上消费形式，吸引年轻粉丝流量，增加老凤祥品牌在年轻人中的影响力。2021 年，老凤祥品牌价值达到 395.12 亿元，荣列德勤“全球奢侈品力量排行榜”第 15 位。在“2021 中国 500 最具价值品牌”榜单位列第 155 位。中铅公司强化线上线下宣传，布点近 400 部电梯广告，扩大品牌影响力，加速推进产品落地。

公司强化商标的日常监控管理，全年共计 284 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 6 起维权案件，胜诉率达 100%。

③研究市场需求，持续开发新品，优化产品结构

2021 年，老凤祥有限抢抓市场热点加快产品开发，陆续推出了“凤祥喜事 2”婚庆系列足金套件，“凤之系列”钻石首饰等全品类新产品，引领了时尚潮流，进一步增强了品牌活力。全年公司产品更新率为 26%。工美有限细化“一品一策一方案”，提升品牌发展针对性。以普陀山佛教文化旅游市场为切入点，与自在文旅集团合作，共同出资成立上海工美自在文化旅游发展有限公司，整合相关资源，共同开发经营高质量的旅游纪念品。中铅公司与文创类 IP 合作，加大新品开发力度，全年新品立项 116 项，开发数量再创新高。其中开发的“百年恰是风华正茂”成为建党 100 周年一大文创商店的热销品。

④推进新一轮国企改革“双百行动”各项改革任务

2021 年，公司制定了《2021-2022 新一轮双百改革实施方案》。根据实施方案的要求，年内

公司持续推进公司系统职业经理人制度的实施范围，实施了第二批 14 家企业（部门），为公司职业经理人制度的全覆盖奠定了基础。同时探索解决 B 股这一历史遗留问题，推进了公司 B 股转 H 股的工作。我们将继续贯彻落实《双百行动综合改革实施方案》，深入推进新一轮“双百行动”。坚持以市场为导向、改革为导向的方针，激发企业发展内生动力，共同推动企业目标的实现。

⑤做好疫情防控，严格落实各项安全生产责任，确保企业安全、稳定、健康运行

公司落实措施责任，持续做好常态化疫情防控各项工作，全面落实疫情常态化管控要求。积极动员员工接种新冠疫苗，有力有序全面完成新冠疫苗第一针、第二针和加强针的接种工作。坚持保障生产经营的正常秩序，巩固防疫防控的成果。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。

⑥整合提升信息系统、落实完善内控建设，防范运营风险

2021 年内，公司按照“顶层设计、统筹兼顾、分步实施、依序整合”原则，对公司整体的信息化系统进行了统一的工作部署，开启了“十四五”信息化系统整合提升工作。计划用 3 年的时间在现有的信息系统基础上，整合、提升公司及下属单位信息化系统及标准，通过分步实施，实现数据统一和共享，打造高效的业务运营场景，满足公司落实各类管控制度的要求，为企业战略决策提供各类数据依据和手段防范运营风险。年内已启动了供应链管理统一改造方案，打通了从生产端到门店端的营销链路，确认了人力资源管理系统，为稳步实现集团公司信息系统的标准化、规范化、集约化的管理目标奠定基础。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用