

证券代码：002574

证券简称：明牌珠宝

公告编号：2020-014

浙江明牌珠宝股份有限公司 2019 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

天健会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了保留意见的审计报告，本公司董事会、监事会对相关事项已有详细说明，请投资者注意阅读。

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 528000000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.3 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	明牌珠宝	股票代码	002574
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	虞豪华	陈凯	
办公地址	浙江省绍兴市柯桥区柯桥街道镜水路 1016 号	浙江省绍兴市柯桥区柯桥街道镜水路 1016 号	
电话	0575-84025665	0575-84025665	
电子信箱	info@mingr.com	ck@mingr.com	

2、报告期主要业务或产品简介

一、概述

(一) 宏观经济与行业发展

2019年，我国国内生产总值同比增长6.10%，经济总体上延续较稳发展态势。根据国家统计局数据，2019年居民消费和市场销售增势平稳，社会消费品零售总额411649亿元，比上年增长8.00%，其中商品零售364928亿元，比上年增长7.90%，金银珠宝类商品实现零售总额2606亿元，继续保持增长。

黄金珠宝行业属于充分竞争行业，市场化程度高，竞争激烈。近年来，受益于我国经济发展居民可支配收入提升，以黄金珠宝为代表的中高档消费品表现出良好的发展态势，成为市场消费的热点之一。行业市场竞争格局较为明朗，以卡地亚、蒂芙尼为代表的国外高端品牌、以港资品牌及国内主要上市珠宝企业为代表的领先品牌，以及部分区域性珠宝企业，覆盖了国内多层次的核心珠宝消费市场。

报告期内，公司在董事会、管理层和全体员工的努力下，围绕公司发展战略，积极落实经营计划，基本完成既定经营目标。公司实现营业收入3,429,497,764.91元，同比下降16.22%；实现归属于上市公司股东的净利润57,787,877.96元，同比下降36.80%。公司营收有所下降，主要受黄金订制业务减少影响，但公司批发、零售业务与行业发展基本匹配。

(二) 公司行业地位及竞争优势

公司是珠宝行业的知名企业，拥有富于竞争力的品牌、优良的产品品质、广泛的营销网络和客户基础、持续改进的管理体系，这些是构成公司持续发展的竞争优势。随着近年来互联网特别是移动互联网的快速发展，公司将积极加快利用互联网进行业务创新与融合，以形成新的竞争优势。2019年，明牌珠宝位列德勤咨询《2019全球奢侈品力量排行榜》第67位，居于中国大陆入选品牌前列。

近年来，随着国内消费升级推动，年轻消费群体崛起，国内宏观经济增速放缓、内外部环境复杂多变的情形下，黄金珠宝零售市场也在经历着转型，消费者对于品牌、品质、个性、设计和服务提出了更高的要求，年轻化、时尚化的产品较之传统的黄金产品越来越体现出更高的成长性。公司将借行业转型机遇，深耕珠宝产业，做优主营业务，谋求更好发展。

(三) 公司主要业务、产品及经营模式

报告期内，公司主要从事中高档贵金属和宝石首饰产品的设计、研发、生产及销售，核心业务是对“明”牌珠宝品牌的连锁经营管理。公司作为黄金珠宝行业的主要企业之一，具有良好的行业地位；报告期内，公司主营业务未发生重大变化。公司采用以批发、零售模式为主的经营模式，通过直营、专营、经销和加盟方式拓展市场，目前，公司在全国各主要区域拥有超过900家门店，在天猫、京东、唯品会等电商平台设有旗舰店并持续发展其他网络营销渠道。

(四) 主要业务模式

1、主要销售模式

报告期内，公司主要以经销、专营、加盟、直营模式开展销售，公司销售模式未发生大的变化。

2019年1-12月销售情况

单位：元

模式	营业收入	营业成本	毛利率
经销	1,605,110,995.62	1,500,745,089.25	6.50%
专营	1,418,696,884.92	1,174,966,125.24	17.18%
直营	312,205,415.95	244,131,316.68	21.80%
加盟	92,434,360.21	88,736,985.8	5.30%
合计	3,428,447,656.70	3,008,579,516.97	12.25%

2、主要生产模式

报告期内，公司主要以自产、委外加工、外购进行生产，公司生产模式未发生大的变化。

2019年1-12月生产情况

产品类别	总量	自产产量	占比	委外加工产量	占比	外购	占比
黄金（克）	10230818.71	4745576.63	46.39%	5462060.90	53.39%	23181.18	0.23%
铂金（克）	195984.29	24497.96	12.50%	171486.33	87.50%	0.00	0.00%
镶嵌（件）	94313.00	70640.00	74.90%	15269.00	16.19%	8404.00	8.91%
银制、饰品（克）	203213.90	171455.82	84.37%	0.00	0.00%	31758.08	15.63%

3、主要采购模式

报告期内，公司通过现货采购和黄金租赁业务采购黄金原材料、通过现货模式采购铂金和钻石原材料。公司采购模式未发生大的变化。

2019年1-12月采购情况

项目	模式	采购量	占比	采购金额（元）	占比
黄金（克）	现货	10453656.73	97.77%	2807790653.08	93.17%
	租赁	238761.00	2.23%	205760810.00	6.83%
铂金（克）	现货	172959.95	100.00%	31210044.56	100.00%
钻石（克拉）	现货	16626.98	100.00%	90100109.34	100.00%
珍珠（粒）	现货	89481.00	100.00%	1850009.79	100.00%
镶嵌（件）	现货	8404.00	100.00%	31770103.61	100.00%
K金饰品（克）	现货	180314.84	100.00%	61397846.21	100.00%
其他	现货			59497239.28	100.00%

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：元

	2019 年	2018 年	本年比上年增减	2017 年
营业收入	3,429,497,764.91	4,093,542,918.40	-16.22%	3,686,483,999.02
归属于上市公司股东的净利润	57,787,877.96	91,433,465.45	-36.80%	87,253,658.80
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-98,985,481.42	4,116,541.99	-2,504.58%	32,523,476.30
经营活动产生的现金流量净额	-1,785,810.39	24,649,031.94	-107.24%	188,244,319.38
基本每股收益（元/股）	0.11	0.17	-35.29%	0.17
稀释每股收益（元/股）	0.11	0.17	-35.29%	0.17
加权平均净资产收益率	1.80%	2.89%	-1.09%	2.81%
	2019 年末	2018 年末	本年末比上年末增减	2017 年末
资产总额	4,393,034,031.28	4,067,169,124.24	8.01%	3,882,510,545.36
归属于上市公司股东的净资产	3,237,032,253.45	3,198,445,192.51	1.21%	3,132,364,591.19

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,232,389,624.17	881,077,337.36	812,847,842.36	503,182,961.02
归属于上市公司股东的净利润	42,219,865.68	30,397,397.91	18,274,042.97	-33,103,428.60
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	37,542,987.97	25,941,071.61	-5,448,643.95	-157,020,897.05
经营活动产生的现金流量净额	21,759,360.12	231,202,713.01	-256,050,749.26	1,302,865.74

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	29,587	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	28,898	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	
浙江日月首饰集团有限公司	境内非国有法人	29.96%	158,172,819				
永盛国际投资集团有限公司	境外法人	21.80%	115,103,281				

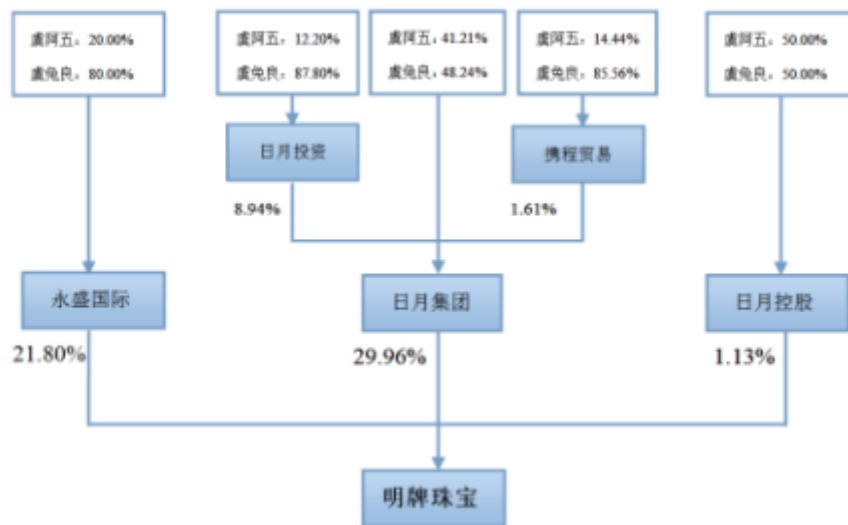
日月控股有限 公司	境内非国有 法人	1.13%	5,984,398			
艾照全	境内自然人	0.80%	4,220,800			
汪建敏	境内自然人	0.41%	2,174,000			
陈云	境内自然人	0.40%	2,130,600			
陈守义	境内自然人	0.30%	1,607,700			
张云海	境内自然人	0.30%	1,602,553			
徐建美	境内自然人	0.29%	1,536,712			
黄苏仙	境内自然人	0.26%	1,369,353			
上述股东关联关系或一致行 动的说明	浙江日月首饰集团有限公司、永盛国际投资集团有限公司、日月控股有限公司为实际控制人虞阿五、虞兔良控制的一致行动人。公司未知其他股东之间是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况 说明（如有）	股东汪建敏、陈云、陈守义、徐建美通过融资融券分别增持公司股份 614600 股、2130600 股、1454700 股、1536712 股；股东艾照全通过融资融券减持公司股份 304100 股。					

(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

报告期经营情况简介

报告期内，受国内经济下行压力增大等因素影响，国内黄金珠宝市场消费增长有所放缓。公司在

董事会、管理层和全体员工的努力下，围绕公司发展战略和经营目标，迎难而上，发挥自身优势，优化产品品质，强化品牌营销，加速渠道建设，加强门店管理，整体经营管理持续提升，公司基本完成全年的经营任务。

报告期内，公司实现营业收入3,429,497,764.91元，同比下降16.22%；实现营业利润130,256,494.28元，同比增长0.15%；实现利润总额129,143,244.21元，同比增长0.02%；实现归属于上市公司股东的净利润 57,787,877.96元，同比下降36.80%。

一、主要开展工作

报告期内，公司按年度经营计划推进各方面工作，主要如下：

（一）产品先行，服务升级

1、公司继续加大产品开发力度，对产品进行精细化系列梳理，镶嵌类产品比重不断增加，黄金类产品盈利水平显著提升，产品更显时尚度、更富层次感、更具竞争力，产品持续步入良性发展轨道。目前，公司在产品上出现了众多有个性、有内涵、有故事、有风格的多个系列，形成了以时尚、婚庆、童趣三大市场主流风格需求特色的产品矩阵。报告期内，公司重点对传家金系列产品设计和推广，作为公司全年重点推广系列，传家金系列产品已经脱离了单纯的产品范畴，不仅产品品质追求卓越，从客户定位、产品包装和宣传策略上公司都赋予很大资源倾斜，最终取得良好市场反响。樱花珠、挚爱时光、非你莫属、能量、大赢家、解语花、爱在心间、如鱼得意、小时光、优艺金等新品系列先后诞生，新品的概念和主题上进一步年轻化，在款式上也更加契合主流大众需求，极大丰富了公司产品语言；菩提、爱诺、爱情宣言、完美星焰系列的及时补充和更新，有效增加了公司产品厚度；此外，公司继续开展与国内外知名设计师的产品设计合作，为产品形式增添了更多亮点。

2、为增强与消费者的有效互动，不断提升其产品体验舒适感和满意度，增加消费者对公司品牌的黏性和忠诚度，公司着力优化升级VIP系统，进一步规范服务流程、提升服务质量；公司定期组织开展感恩周、服务月等活动，给予消费者免费优惠的贴心服务，积极组织VIP活动并且在重点节点进行抽奖送礼等各种会员福利，加强粉丝建设管理。

（二）创新营销，提升品牌

1、报告期内，公司仍然重点推进线下门店的营销，以增加消费者的感知度和互动性，提升门店客流和客户黏性，提升品牌形象。公司完成全年15个节点促销活动和会员活动，针对每个活动节点设定主题创意、制作物料、布置氛围、设置赠品等，利用各种促销手段和形式持续推广产品、提升销售，起到良好的效果，针对重大节庆日，用单品爆款的形式进行门店销售引流。公司积极开展传家金巡展活动、全品类巡展活动及部分门店开业活动，有效推动了销售和品牌提升。此外，公司更加注重线上营销力度，通过kol营销合作、“全明一起dou”抖音活动、品牌产品短视频等多种形式，全方位推进线上引流和销售转化。

2、公司进一步完善和规范品牌形象，通过对品牌整体vi系统整合优化、si更新，使“明”牌珠宝品牌形象更加统一、定位更加清晰，塑造更加鲜明的“明”牌珠宝品牌形象记忆点。公司继续加大了新媒体与社交媒体的运营，成功举办【有界 无限】2020发布会、设计师见面会品牌活动，通过对公司品牌、形象、新品的宣传，强化“明”牌珠宝新的品牌形象定位和内涵。公司积极参与大熊猫会员公益活动，展现公司品牌所包含的更多社会义务和责任感。

（三）拓展渠道，优化管理

1、报告期内，公司严格落实2019年区域市场渠道拓展规划，各个大区、省区市场渠道均实现有效突破，品牌覆盖面不断扩大，市场竞争力不断增强。公司完善经销商、加盟商管理体系，着重强化指标考核和应收款管控，推动销售提升和杜绝重大风险并举；继续做好经销加盟客户服务文章，以产品为主要抓手，完善货品模板、加快物流配送，有效满足客户市场需求。

2、公司加大对已有自营门店的优化调整力度，持续围绕品牌形象、供应链管理、绩效考核、业务流程等方面调整提升，强化坪效考核，实施优胜劣汰，致力打造规范统一、优质高效的自营门店，主要自营专卖店盈利能力提升明显；加强对新开门店的开店审核及跟踪管理，切实保证新开门店成功率；公司加快推行部分区域门店商场租赁模式，优化区域门店分布，统筹协调货品、人员管理，提升区域门店整体竞争力。公司对全国终端员工组织定期系统性培训，深度挖掘管理经验与销售技能，提升终端服务水平和竞争力。

3、公司继续对线上渠道进行充分挖掘，引进专业人才，扩充线上营销团队，除重点打造天猫、京东、唯品会三大平台渠道之外，加快其他线上销售渠道开拓，积极打造明牌珠宝云店，加速引流，提升转化，线上销售实现较快发展。

二、主要经营情况

（一）实体经营门店经营情况

1、直营门店经营情况

2019年1-12月直营门店经营情况表

单位：元

序号	名称	地址	营业收入	营业成本	营业利润
1	绍兴明牌珠宝销售有限公司	浙江省绍兴市解放北路399号	88283638.31	71405015.58	3406570.25
2	武汉明牌首饰有限公司	湖北省武汉市江汉区中山大道路561号	56682226.58	42847980.57	1466092.43
3	上海明牌首饰有限公司	上海市黄浦区南京东路388号402室	32,316,464.74	22,925,101.84	349,036.87
4	沈阳明牌珠宝有限公司	辽宁省沈阳市沈河区中街路115号中街区一层	38,608,907.15	27,578,327.64	2,654,367.82
5	杭州明牌珠宝销售有限公司	浙江省杭州市下城区延安路55号	4,793,419.71	3,592,299.65	-1,241,529.75

6	合肥明牌珠宝有限公司	合肥市包江区巢湖南路88号元一柏庄综合楼商301	4,741,615.66	3,946,373.16	-846,548.00
7	郑州明牌珠宝有限公司	郑州市管城区东大街59号1号楼1单元11层52号	5,354,880.64	3,954,633.85	213,037.38

2、门店增减情况

报告期内，公司新开经销和自营门店76家，关闭经销和自营门店71家，总共增加经销和自营门店5家。

地区	新开门店（家）	关闭门店（家）	总共增加（家）
华东区	33	32	1
苏鲁区	18	13	5
辽川区	12	13	-1
京津区	13	13	0
合计	76	71	5

（二）线上销售经营情况

报告期内，公司通过天猫、京东等电商平台实现销售收入8295.24万元，同比增长22.09%，占公司销售收入的2.42%。

（三）报告期内存货情况

截至2019年12月底，公司的存货分布情况如下：

单位：元

	原材料	在产品	库存商品	委托加工物资
黄金	112,829,661.47	99,329,378.46	1,131,904,835.17	1,292,145.60
铂金	4,169,063.70	2,647,353.42	62,386,887.74	6,746,398.71
银子	6,582,883.09	7,511,988.52	20,174,762.29	0.00
钻石	25,239,506.20	13,855,462.75	0.00	15,844,514.88
镶嵌	6,068,202.63	5,351,438.53	415,366,610.94	0.00
其他	3,931,180.78	0.00	0.00	0.00
合计	158,820,497.87	128,695,621.68	1,629,833,096.14	23,883,059.19

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
黄金饰品	3,102,302,796.69	305,232,539.27	9.84%	-16.11%	37.19%	3.82%
铂金饰品	72,961,942.35	17,219,389.23	23.60%	-28.49%	-22.52%	1.82%
镶嵌饰品	218,636,798.99	90,466,348.82	41.38%	-10.39%	0.74%	4.57%

其他	35,596,226.88	7,854,282.61	22.06%	-27.89%	-62.36%	-20.21%
----	---------------	--------------	--------	---------	---------	---------

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

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

一、2019年1月17日召开第四届董事会第四次会议，审议通过了《关于会计政策变更的议案》

1、会计政策变更的原因

为解决执行企业会计准则的企业在财务报告编制中的实际问题，规范企业财务报表列报，提高会计信息质量，财政部于2018年6月15日发布了《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），对一般企业财务报表格式进行了修订。根据上述文件的要求，公司需对会计政策相关内容进行相应调整，并按照该文件规定的一般企业财务报表格式（适用于尚未执行新金融准则和新收入准则的企业）编制公司的财务报表。

2、变更前后采用的会计政策

本次变更前，公司执行的会计政策是财政部颁布的《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。

本次变更后，公司执行的会计政策为财政部于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）。除上述会计政策变更外，其他未变更部分仍按照财政部前期颁布的相关准则及其他有关规定执行。

3、变更日期

公司根据财政部相关文件规定的起始日开始执行上述企业会计准则。

4、对公司的影响

本次会计政策变更仅对财务报表项目列示产生影响，不涉及以前年度的追溯调整，对公司资产总额、负债总额、净资产、净利润、所有者权益等均不产生影响。

二、2019年4月18日召开第四届董事会第六次会议，审议通过了《关于会计政策变更的议案》

1、变更原因及内容

为实现与国际准则的持续全面趋同，财政部于2017年3月颁布了修订后的《企业会计准则第22号--金融工具确认和计量》、《企业会计准则第23号--金融资产转移》、《企业会计准则第24号--套期会计》和《企业会计准则第37号--金融工具列报》（以下简称“新金融工具准则”），并要求境内上市企业自2019年1月1日起施行新金融工具相关会计准则。

根据财政部新修订的准则，本次会计政策主要变更内容如下：

（1）金融资产分类由现行“四分类”改为“三分类”，减少金融资产类别，提高分类的客观性和有关会计处理的一致性。即以企业持有金融资产的“业务模式”和“金融资产合同现金流量特征”作为金融资产分类的判断依据，将金融资产分类为以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产以及以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产三类；

（2）将金融资产减值会计处理由“已发生损失法”修改为“预期损失法”，要求考虑金融资产未来预期信用损失情况，从而更加及时、足额地计提金融资产减值准备；

（3）调整非交易性权益工具投资的会计处理，允许企业将非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益进行处理，但该指定不可撤销，且在处置时不得将原计入其他综合收益的累计公允价值变动额结转计入当期损益；

（4）进一步明确金融资产转移的判断原则及其会计处理；

（5）套期会计准则更加强调套期会计与企业风险管理活动的有机结合，更好地反映企业的风险管理活动。

2、对公司的影响

根据新金融工具准则的衔接规定，公司无需重述前期可比数，比较财务报表列报的信息与新准则要求不一致的无须调整。首日执行新准则和原准则的差异、调整计入2019年期初留存收益或其他综合收益，并于2019年第一季度财务报告起按新金融工具准则要求进行会计报表披露，不重述2018年末可比数，本次会计政策变更不影响公司2018年度相关财务指标。

三、2019年8月16日召开第四届董事会第八次会议，审议通过了《关于会计政策变更的议案》

（一）会计政策变更原因

1、会计准则修订

财政部于2019年5月9日发布了《关于印发修订〈企业会计准则第7号-非货币性资产交换〉的通知》（财会[2019]8号），于2019年5月16日发布了《关于印发修订〈企业会计准则第12号-债务重组〉的通知》（财会[2019]9号），要求在所有执行企业会计准则的企业范围内实施。

2、财务报表格式调整

财政部于2019年4月30日发布了《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6号），在原财会[2018]15号文件的基础上对财务报表格式进行了部分调整。

（二）变更日期

按照财会[2019]8号、财会[2019]9号、财会[2019]6号文件规定，《企业会计准则第7号-非货币性资产交换》于2019年6月10日实施，《企业会计准则第12号-债务重组》于2019年6月17日实施，财务报表部分格式变更于2019年6月30日半年度财务报告开始实施。

（三）本次会计政策变更对公司的影响

根据新旧准则衔接规定，企业对2019年1月1日至准则施行日之间发生的非货币性资产交换、债务重组，应根据准则进行调整，对2019年1月1日之前发生的非货币性资产交换、债务重组，不要求进行追溯调整。即企业2019年半年度及以后期间的财务报告中，比较财务报表列报的信息与准则要求不一致的，不需要进行追溯调整。因此，本次变更不会对会计政策变更之前公司总资产、负债总额、净资产及净利润产生重大影响。

按照财政部规定，公司将于2019年6月10日起执行《企业会计准则第7号-非货币性资产交换》，于2019年6月17日起执行《企业会计准则第12号-债务重组》，并于2019年6月30日半年度财务报告及以后期间的财务报告中变更部分报表格式。本次会计政策变更对公司财务状况、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

公司新增子公司安徽明牌永盛珠宝有限公司、宿州明牌永盛珠宝有限公司、淮北明牌永盛珠宝有限公司、淮北明牌星盛珠宝有限公司、绍兴柯桥福鑫盛珠宝有限公司、青岛明牌珠宝有限公司、南京明牌珠宝有限公司、北京明牌珠宝有限公司，其中淮北明牌永盛珠宝有限公司由于未开展经营，已于2020年3月9日办妥工商注销登记手续。

（4）对 2020 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用

2020 年 1-3 月预计的经营业绩情况：净利润为正，同比下降 50%以上

净利润为正，同比下降 50%以上

2020 年 1-3 月归属于上市公司股东的净利润变动幅度	-81.05%	至	-71.58%
2020 年 1-3 月归属于上市公司股东的净利润区间（万元）	800	至	1,200

2019年1-3月归属于上市公司股东的净利润(万元)	4,221.99
业绩变动的原因说明	受疫情影响，公司本期营业收入下降较大。