

证券代码：002345

证券简称：潮宏基

公告编号：2021-024

## 广东潮宏基实业股份有限公司 2020 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。

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 888,512,707 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 2 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	潮宏基	股票代码	002345
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	徐俊雄	林育昊	
办公地址	广东省汕头市龙湖区龙新工业区龙新五街 4 号		广东省汕头市龙湖区龙新工业区龙新五街 4 号
电话	0754-88781767		0754-88781767
电子信箱	stock@chjchina.com		stock@chjchina.com

#### 2、报告期主要业务或产品简介

##### （一）报告期内公司从事的主要业务

公司主要从事中高端时尚消费品的品牌运营管理和产品的设计、研发、生产及销售，主要产品为珠宝首饰和时尚女包，核心业务是对“CHJ潮宏基”、“VENTI梵迪”和“FION菲安妮”三大品牌的运营管理。

1、“CHJ潮宏基”品牌创立于1997年初，系国内首家以K金钻石镶嵌、K金素金等时尚珠宝首饰为核心产品的珠宝品牌，以“时尚近季·奢侈近人”的品牌理念，引领中国珠宝年轻时尚设计潮流。“CHJ潮宏基”品牌的主要消费客群为善于自我欣赏的时尚独立女性。

2、“VENTI”是公司旗下针对细分市场进行培育探索的年轻潮流珠宝品牌，以法式浪漫风格为主线，通过精炼的线条和

充满时尚灵感的精致创意珠宝呈现出来，定位于年轻化和更张扬个性。

3、“FION菲安妮”，1979年创立于香港，亚太地区知名女包品牌，于2014年为公司全资收购。近年来，FION从品牌形象、产品设计以及渠道进行了年轻化战略调整，致力于融合最前沿的设计及匠师独一无二的手工，为新时代的年轻女性创造出高雅精致的皮具。

## （二）公司所处行业发展趋势和竞争格局

### 1、快速成长的中产阶级消费群体将成为推动中高端消费品市场持续增长的重要力量

得益于国民经济的持续增长和居民可支配收入的提升，我国中等收入群体迅速扩大，消费升级动力逐年明显增强，消费市场规模位居全球前列；中产阶层年轻化带来了消费升级提质，可选消费品需求与日俱增，成为中高端消费品市场发展的主要推动力。同时，根据中国社科院2015年CSS调查数据，2015年我国中产阶级的比重已从2001年的17.4%上升到33.83%。中产化和中等收入群体扩大化已成为我国当前社会的重要特征。麦肯锡咨询公布的数据也显示，作为中高端消费品的主要消费群体，我国中产阶级占城市家庭人口的比例已达到68%，到2022年，中产阶级的数量将达到6.3亿，中产阶级及富裕阶级消费将占中国整体消费的81%，快速成长的中产阶级消费群体将成为推动中高端消费品市场持续增长的重要力量。

### 2、消费观念迭代和消费结构转变，为具有品牌优势的本土中高端消费品企业提供了更广阔的市场空间

随着中产阶级的崛起以及在消费升级的大趋势下，消费观念不断更新迭代，消费结构由基本生存型向发展享受型转变，呈现出个性化、高端化、体验化的消费特点。而2020年初突如其来的疫情虽然对消费品市场的各品类产生了不同程度的冲击，消费者的消费行为和产品需求也在逐渐被重塑，但是消费者对于美好生活的向往不会改变，他们依旧希望通过高品质、高性价比的产品提高生活质量，不断追求“美丽”（如时尚珠宝、美容护肤）、追求“健康”（如运动健身、保健品）、追求“愉悦”（如休闲旅游），对品牌及归属地的认知更细致，希望获得更优质、更高效的服务体验。同时除了产品本身的基本使用需求，还更看重品牌和产品的内涵、文化及情感价值，以达到更精致舒适的生活实现自我嘉许，从而带动了珠宝、皮具、美容美妆等中高端产品的消费，特别是疫情后的消费新时代，为符合时尚潮流趋势的中高端时尚品牌提供了更广阔的市场空间。

### 3、女性已经成为新时代消费的主力军,越来越高的职业女性比例推动了“她经济”规模的发展

随着女性在经济收入和社会、家庭地位的提升，推动了女性消费的升级，女性已经成为新时代消费的主力军。单就中产女性群体来看，收入预期逐年上升，直接驱使中产女性对更高层次消费及更高品质生活的追求，其中与女性消费相关的“美丽经济”迅速升温催热消费市场，艾媒咨询数据显示，2020年中国她经济市场规模将达到4.8万亿元。诸如珠宝、皮具、美容美妆之类能为女性带来美丽和提升品位的时尚消费品类更是成为女性消费的热潮重心，无论在消费意愿或消费能力上，均表现出美丽产业在未来消费趋势中将进一步崛起，“美丽经济”未来市场消费潜力巨大。

## 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

	2020年	2019年	本年比上年增减	2018年
营业收入	3,215,258,484.87	3,542,777,909.74	-9.24%	3,248,025,039.30
归属于上市公司股东的净利润	139,693,075.49	81,190,954.47	72.05%	71,044,879.14
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	133,943,145.37	63,425,715.99	111.18%	58,721,257.02
经营活动产生的现金流量净额	333,642,082.32	207,483,172.09	60.80%	322,549,021.79
基本每股收益（元/股）	0.16	0.09	77.78%	0.08
稀释每股收益（元/股）	0.16	0.09	77.78%	0.08
加权平均净资产收益率	4.09%	2.43%	1.66%	2.10%
	2020年末	2019年末	本年末比上年末增减	2018年末
资产总额	5,199,368,000.21	5,279,518,655.02	-1.52%	5,464,409,952.79
归属于上市公司股东的净资产	3,436,445,820.81	3,387,093,553.11	1.46%	3,305,281,991.85

## (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	613,549,799.38	796,682,007.15	906,743,014.29	898,283,664.05
归属于上市公司股东的净利润	-22,757,657.60	36,181,228.87	67,317,952.70	58,951,551.52
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-23,337,726.39	32,269,078.42	63,628,691.06	61,383,102.28
经营活动产生的现金流量净额	93,856,835.75	203,781,601.12	63,165,905.98	-27,162,260.53

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

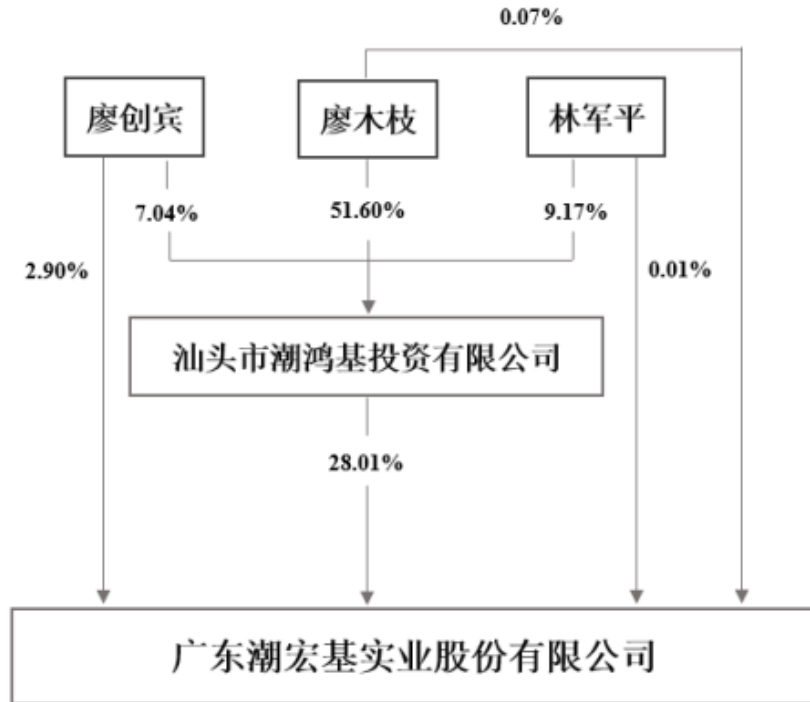
报告期末普通股股东总数	24,680	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	23,062	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
汕头市潮鸿基投资有限公司	境内非国有法人	28.01%	253,643,040	0	质押	116,300,000	
东冠集团有限公司	境外法人	8.50%	77,000,000	0	质押	29,800,000	
广发信德投资管理有限公司—广东新动能股权投资合伙企业（有限合伙）	其他	4.99%	45,185,000	0			
汇光国际有限公司	境外法人	4.99%	45,152,565	0			
廖创宾	境内自然人	2.90%	26,221,690	19,666,267	质押	19,919,967	
广东潮宏基实业股份有限公司回购专用证券账户	其他	1.87%	16,900,000	0			
中国工商银行—融通动力先锋混合型证券投资基金	其他	0.93%	8,382,400	0			
汪建良	境内自然人	0.83%	7,503,150	0			
谢壮良	境内自然人	0.75%	6,773,059	0			
赖志勇	境内自然人	0.69%	6,259,400	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述前 10 名股东中，汕头市潮鸿基投资有限公司、东冠集团有限公司、汇光国际有限公司为公司发起人股东，他们之间不存在关联关系或一致行动关系；廖创宾先生为汕头市潮鸿基投资有限公司董事、公司董事长和总经理；广东潮宏基实业股份有限公司回购专用证券账户系公司开立的股票回购专用证券账户，仅用于回购公司股份。除上述情况外，公司未知其他股东之间是否具有关联关系，也未知是否属于一致行动人。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	上述前 10 名普通股股东中，汕头市潮鸿基投资有限公司、赖志勇通过广发证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户分别持有公司股票 32,400,000 股、6,213,300 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

1、报告期经营情况简介

2020年疫情在全球的蔓延让中国乃至全球零售行业均受到了不同程度的冲击。经济下行压力进一步加大，后疫情时代下消费者行为和偏好的转变，进一步影响消费市场的竞争格局，传统消费形态正在经历一场剧烈的迭代进化，新场景、新模式、新应用的不断涌现正在对传统消费行业产生颠覆性影响，行业集中度加速提升。

疫情期间，公司及时调整工作思路，坚持既定的发展战略，围绕“坚定信心，创新思维”的战略方针，全员上下同心奋战，攻坚克难，以用户体验、流量驱动、全域融合为核心，加快数字化转型，推进智慧零售建设，同时调整渠道结构，加大产品研发，不断创新营销手段，推动线上业务快速发展。随着疫情逐渐得到控制，消费拉动国内经济逐渐复苏，公司各项生产经营有序恢复，二季度开始经营业绩逐步改善，并在第四季度实现较大幅度的增长，彰显出公司的风险应对能力和高效的战略执行力。

1、加快数字化转型，推进智慧零售

2020年初，面对突如其来的疫情，努力化解外部环境不利因素，统筹推进疫情防控和各项经营工作。公司迅速调整运营策略，加速云店建设步伐，凭借原有的数字化基础，7天上线智慧云店，并在短短1个月内覆盖所有门店。同时通过微信小程序、朋友圈、直播等私域社群模式，将所有销售人员转战到线上平台，加大线上销售力度，打通线上线下渠道在用户、业务、

供应链库存及数据间的共享与联动，实现了全天候全域销售的新零售模式，充分提高用户的全渠道沉浸式体验。得益于高质量的私域流量+社群营运，潮宏基和FION两品牌智慧云店拉新及引流贡献突出，2020年底全渠道累积会员数超1000万，比2019年底实现翻倍增长，云店小程序GMV达到了1.5亿多，订单转化率逐步提升。

### 2、顺应全渠道新零售趋势，加速直播以及线上线下互通业务开展

在疫情防控的背景下，公司以“高效、高频、高配”为基准对市场做出了及时的反馈。私域方面，公司利用智慧云店的直播功能，深耕私域流量运营，丰富营销组件及裂变玩法，年内针对各品牌的会员开展私域十几场直播，累计GMV近8000万；管理团队主动出击，积极上阵，在年底公司董事长更亲自上阵直播，创造单场GMV超2000万的新记录。公域方面，自建直播团队使淘宝直播、抖音、小红书等平台直播常态化，同时各个门店也自发直播带货引流提升单店业绩。公司还通过多种跨界联合形式，利用头部主播效应，为品牌提高曝光声量，积极将公域流量转化为私域流量。报告期内，公司与李佳琦和薇娅合作，对花丝糖果，哆啦、樱花等品牌系列进行种草，其中为李佳琦匹配的花丝糖果系列，创下了珠宝产品15分钟销售8千件的记录，取得显著成效。

### 3、进一步调整渠道结构，发育深化加盟发展潜力

在疫情的冲击下，公司及时、坚决对表现不佳门店进行关撤止损，谨慎开店，虽然门店拓展受到一定影响，但整体门店质量得到较大的提升。一季度开始，公司针对性调整优化供应链、营销、服务等方面的能力以及推进数字化建设对加盟商业应用的支持，为疫情后以加盟为主的快速扩张打好基础。下半年重点推进核心战略地域的攻坚，做强核心省份标杆市场，培育省级加盟运营团队，借助云店智慧导购，针对性调整优化供应链、营销支持等督导赋能，加速数字化建设对加盟商业应用的支持，确保市场常态化后加盟业务实现稳健扩张。2020年度公司旗下三大品牌净增加盟店83家。

### 4、匠心保障品质出品，国潮强化品牌印记

2020年度，公司持续打造以客户为中心的产品研发能力，结合年轻人消费喜好的转变，借助IP跨界联名或原创国潮设计，推动产品迭代升级，从消费的不同层次考虑，提升产品价值感。作为时尚珠宝国民品牌，潮宏基珠宝以沉浸式体验直播的形式，通过微信和bilibili网站双平台在线发布“2020/21年彩金潮流趋势——金彩回潮”，推出了“京粹”、“祥扣”、“善缘”、“花丝糖果”、“国色”、“匠心花彩”等系列国潮新品，结合传统工艺和现代审美设计，进一步强化时尚东方的品牌印记。“FION菲安妮”时尚女包方面，秉承匠心精神，追索极致的工艺表达，糅合世界各地的艺术美学，将“匠心技艺的巧思”与“时下流行元素”相结合，成功推出了“油画包”等系列新品，并持续孵化FION小怪兽IP艺术系列。在经典与时尚的色调中，增添品牌魅力，让艺术走进生活。

### 5、继续推进云定制业务布局，助力婚庆业绩提速增长

公司高度聚焦婚庆品类，加快婚戒云定制业务布局，2020年推出了“丘比特·花颂”、“完美爱”、“两情相依”等独家婚钻系列，开发新的婚庆形象橱窗及物料，并尝试新的营销手段，将云定制业务嵌入云店系统，持续抢占婚庆市场。同时借助云定制平台模式，整合上游供应链，推进全国美钻资源共享以及订单周期的合理控制，实现7天极速定制，大大缩短消费者等待时长，部分省区更带来了较高的婚钻同比增长，有效压缩自有大钻库存。

## 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

## 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、面临退市情况

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

2017年7月5日，财政部颁布了修订的《企业会计准则第14号——收入》（财会〔2017〕22号），并要求境内上市的企业自2020年1月1日起施行新收入准则。新收入准则具体政策详见附注三、（三十二）。

公司自2020年1月1日起执行新收入准则，新收入准则要求首次执行该准则的累积影响数调整首次执行当期期初(即2020年1月1日)留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。此项会计政策变更已经公司董事会审议通过，采用变更后会计政策编制的2020年度合并利润表及母公司利润表各项目、2020年度合并资产负债表及母公司资产负债表各项目，与假定采用变更前会计政策编制的这些报表项目相比，除部分财务报表科目重分类外，没有重大影响，相应财务报表项目变动如下：

项目	按照原收入准则	按照新收入准则	影响金额（2020年1月1日）
预收款项	59,618,302.37		59,618,302.37
合同负债		52,764,104.10	-52,764,104.10
其他流动负债		6,854,198.27	-6,854,198.27

### (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、本期新增纳入合并范围的主体

公司名称	设立日期	变更原因
金华潮宏基珠宝有限公司	2020-11-18	新设成立
马鞍山潮宏基珠宝贸易有限公司	2020-03-05	新设成立
长沙菲安妮皮具有限公司	2020-10-29	新设成立
广东矩雄投资有限公司	2020-09-21	新设成立
汕头市菲安妮皮具有限公司	2020-03-24	新设成立

#### 2、本期不再纳入合并范围的主体

名称	注销日期	注销日净资产	年初至注销日净利润
张家港潮宏基珠宝有限公司	2020-06-09	493,981.62	-271.11
阜新潮宏基珠宝有限公司	2020-08-21	135,189.96	-459.06
桂林潮宏基珠宝有限公司	2020-07-14	181.45	-204.47

张家港潮宏基珠宝有限公司、阜新潮宏基珠宝有限公司、桂林潮宏基珠宝有限公司已完成工商注销手续，注销后不再将其纳入合并范围。