

单位：万元、家

自营店模式	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额/店数	变动率	金额/店数	变动率	金额/店数
收入	35,807.19	232.28%	10,776.29	61.85%	6,658.26
平均店数	55.00	77.42%	31.00	100.00%	15.50
店均收入	651.04	87.28%	347.62	-19.08%	429.57
店均素金收入	563.77	108.33%	270.61	-16.54%	324.24

怎么实现的？

从销售产品结构来看，为了2021年漂亮的业绩增长曲线，周六福的自营渠道尤其是线下自营门店大幅增加了低毛利的素金产品的销售。

2021年，公司素金产品销售收入达到12.95亿元，钻石镶嵌产品收入8.02亿元，占主营业务收入比重分别为47.82%与29.63%，而在2019年，钻石镶嵌产品收入为14.21亿元，素金产品收入仅为4.01亿元，如今结构几乎颠倒过来。

单位：万元

自营店模式	素金（按克）			素金（按件）		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
2021 年度	20,859.52	67.27%	17.03%	10,147.74	32.73%	42.44%
2020 年度	3,361.72	40.07%	29.21%	5,027.29	59.93%	48.25%
2019 年度	2,096.03	41.71%	30.15%	2,929.71	58.29%	52.61%

素金产品毛利率远低于钻石镶嵌产品，如此一来造成的毛利率波动要怎么熨平？周六福盯上了数以千计的加盟商们——包括品牌使用费和特许经营费在内的服务费，毛利率可是将近100%的。

2021年，周六福对品牌使用费的收取方式进行了改革，采取按年按店收取固定金额的形式。周六福称，该模式能够刺激加盟商开设销量好的大店、优店，鼓励优质加盟商提升店铺规模及数量，提升品牌形象。

品牌形象是否有提升姑且不论，服务费收入的提升倒是立竿见影——2021年，周六福加盟模式下的服务费收入为4.76亿元，较上年同期增长48.10%，但加盟店数量仅从3606家增长到3694家，相当于店均服务费从8.91万元涨到了12.88万元。与此同时，服务费在毛利中的比重也从42.40%提升到了50.28%，无论从绝对值还是从比重上都大大超过了加盟商销售产品的贡献。2019年至2021年，公司加盟模式下产品销售毛利分别为3.60亿元、2.37亿元与1.36亿元，服务费毛利分别为3.09亿

元、3.19亿元与4.75亿元。而在加盟商的贡献下，公司2019年至2021年主营业务毛利率分别为36.27%、37.62%与34.92%，招股书对此给予了“较为稳定”的评价

。