

证券代码：600612
900905

证券简称：老凤祥
老凤祥 B

老凤祥股份有限公司
投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☒业绩说明会 ☐现场参观 ☐分析师会议 ☐新闻发布会 ☐其他（请文字说明其他活动内容） ☐媒体采访 ☐路演活动
-----------	--

兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展能力。谢谢。

2.问：公司作为百年珠宝品牌，如何通过渠道扩张和产品创新持续扩大市场份额？

答：您好，感谢对公司的关注。为积极应对市场变化拓展市场，公司主要开展以下方面工作：召开公司大型订货会、鼓励、支持总经销、经销商更好地开拓和稳定市场。优化区域运营模式新设区域子公司、对终端门店持续结构性调整，提升终端渠道质量。为适配税收新政策及市场变化试点推广直营管理模式。打造全新的品牌形象门店老凤祥珍品店。产品创新方面聚焦产品研发创新，针对市场需求和黄金税收政策的变化，公司聚焦产品研发创新，调整产品品类结构，对接经销商订货需求，统筹全国零售和批发业务的货品布局。着重开发首饰新品，立足国风美学、现代简约、轻奢时尚三大核心设计方向，在坚持原创设计同时，公司积极开展与热门 IP 跨界合作，谢谢。

3.问：公司近年利润持续下滑，B 股甚至跌破净资产，低于净资产的回购能提升全体股东权益，公司是否有计划开展回购。其他优秀同行分红率远高于公司，公司扣除所有负债的净现金充裕，能否提高分红率或者开展特别分红？

答：您好，感谢对公司的关注。公司始终关注 B 股相关事项，也通过对市场案例的学习积极探索适合公司的方案，适时推进解决公司 B 股事宜。谢谢。

4.问：在黄金消费需求变化的背景下，公司如何优化产品结构、提升品牌溢价与盈利能力？

答：您好，感谢对公司的关注。公司将聚焦产品研发创新，构建产品系列矩阵，持续加大研发投入、强化原创设计、迭代产品体系，全面提升产品附加值与品牌差异化竞争力。黄金珠宝板块着重开发首饰新品，立足国风美学、现代简约、轻奢时尚三大核心设计方向，工美文创板块持续优化工艺藏品、文创礼品结构，迭代升级特色非遗工艺产品；中铅文教板块优化高端文具、文创铅笔产品结构，依托产品创新有效激活市场新增量，培育品牌发展新动能。同时全新打造的珍品店作为老凤祥门店形象的升级、城市标杆旗舰样板店，作为公司门店迭代优化升级的标准化范本进行推广复制，提升公司的品牌形象和单店盈利能力。深耕“藏宝金”“凤祥喜事”两大特色主题店迭代提质工作，全面推进门店空间形象、场景布局、体验功能、运营模式全方位改造优化，进一步提升主题门店辨识度与市场竞争力。谢谢。

5.问：黄金珠宝行业结构变化剧烈，建议老凤祥发挥国有企业的主体优势作用，管理层可以与友商接洽，主动谈及黄金珠宝行业的兼并重组，以达到加速整合，破除内卷，减少市场参与主体数量，从而提升利润水平获得长久稳健发展

答：您好，感谢对公司的关注。谢谢你的建议。

6.问：26 年内第三次大型订货会是否已经圆满结束？经销商对此次订货会比较重视？

答：您好，感谢对公司的关注。目前订货会还未结束，谢谢。

7.问：未来分红还会持续保持在净利润的 40 以上吗？是否会回购股票？

答：您好，感谢对公司的关注。近五年公司的分红率超过 40%，2025 年开始公司实施中期分红。公司始终高度重视投资者回报。公司的分红需要综合考虑公司经营发展实际情况、融资环境以及股东回报等因素的基础上，兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展能力。公司也将通过对市场案例的学习积极探索适合公司的方案，严格按照上市公司信息披露要求，履行信息披露义务，依法依规做好市值管理工作。谢谢。

8.问：老凤祥,什么时候进行中期分红？

答：您好，感谢对公司的关注。根据公司 2025 年年度股东会授权，公司在董事会审议通过 2026 年度中期分红方案后两个月内完成现金分红事项。谢谢。

9.问：请问一下负责财务工作的领导 2026 年半年报的财务报表当中的投资收益亏了 2.207 亿 这是什么亏损？

答：您好，感谢对公司的关注。投资收益的产生主要由于经济环境、资本市场的波动等多方面因素的影响，受黄金交易价格的波动以及所持股票价格的波动影响所致，公司按照企业会计准则对相关事项进行核算。谢谢。

10.问：杨董、黄总：石力华先生大刀阔斧的内部改革、推动了品牌全国化与国际化，带来了老凤祥 2001 年后长达 20 年的高速增长，2022 年老凤祥交到两位手中，2024、2025 连续两年业绩衰退，2026 年降幅继续扩大，“千亿目标”遭遇了明显挫折，品牌溢价微乎其微，创新无力，品牌越来越平庸，经营发展上小修小补，并未解决未来的发展战略问题，是国际化寻找业务增量？还是转行寻找第二增长曲线？时间不多了。

答：您好，感谢对公司的关注。根据中国黄金协会最新统计，2026 年上半年我国黄金消费量 511.412 吨，同比增长 1.23%。其中：黄金首饰 132.133 吨，同比下降 33.88%；金条及金币 339.336 吨，同比增长 28.42%；工业及其他用金 39.943 吨，同比下降 2.90%。根据中国黄金协会上述数据的统计，国内黄金首饰消费出现下降趋势，金条及金币则呈现上升趋势。公司主营业务中黄金珠宝首饰业务，受内需增长动力不足、黄金价格持续上涨、黄金珠宝消费疲软等原因，销售量出现下降。同时，2025 年 11 月开始实施的黄金税收新政也对公司经营产生影响。其中公司金条、金币、金牌等产品在黄金税收新政下归类为投资属性的黄金产品，受此影响，公司批发业务中此类产品的销售量同比下降明显。为积极应对行业变化，也将积极制定政策，调整经营策略。通过整合生产中心、产品中心、销售中心三大核心业务模块，形成“分工明确、协同高效”的组织运转模式，优化业务流程，全面推进渠道网络的战略性布局，提升合规经营能力，推动管理效能与业务响应速度双提升；聚焦黄金产业链核心环节补位与延伸，推动产业链完善与价值提升，拓展业务增量实现公司战略转型。谢谢。

11.问：杨董事长：老凤祥股份有限公司的主要收入来源是持股 78.01 的上海老凤祥有限公司，上海老凤祥有限公司剩余 21.99 的股份这几年进行了一系列眼花缭乱的股份转让，目的是什么？为何不将这 21.99 的股份由公司回购，关联方直接持有上市公司股份不是更好吗？另外，上海老凤祥有限公司股息分配率 100，作为母公司的老凤祥股份有限公司 40，这种分红权的不对等是否可以认定为利益输送？

答：您好，感谢你的提问。母公司的利润主要来自于子公司的分红。上市公司分红以公司母公司报表中期末未分配利润为基础，分红率需要考虑公

司实际经营情况来统筹规划、综合判断。公司正常生产经营需要留存一定量的流动资金用以维持。近年来随着金价上涨，公司购买同样公斤数的黄金原料要比以前多支付现金。公司全资子公司上海工艺美术公司也从事黄金工艺品、黄金礼品的生产、批发、零售业务，在子公司日常经营过程中尤其是订货会期间，母公司将会提供资金给予子公司支持。谢谢。

12.问：黄总经理：年初在拼多多等一些购物平台上，老凤祥的很多商品只有十几元、几十元、一百元，这是老凤祥经销商低价甩卖还是老凤祥的冒牌产品，这是否会扰乱老凤祥价格体系？另外，在天猫、京东大部分老凤祥非官方网店均是自主发货而非总部仓库调配，这是否会造成冒牌、假货问题？公司有解决思路吗？

答：您好，感谢对公司的关注。公司在天猫、京东开设了老凤祥官方旗舰店，自营的线上平台包括老凤祥会员商城等也同步为消费者提供服务。公司电商部门将严格把控网络购物平台的授权，筑牢品牌发展护城河，同时联动天猫、京东等主流电商平台，创新打造线上营销场景，持续构建全方位、常态化、体系化的品牌保护机制，谢谢。

13.问：对于公司业绩股价和市场份额持续下滑，管理层打算如何作为？公司近年每个季度末货币资金都能覆盖所有负债，为何还要大存大贷每年多支出上亿利息？

答：您好，感谢对公司的关注。公司将积极应对市场变化拓展市场，召开公司大型订货会、鼓励、支持总经销、经销商更好地开拓和稳定市场。优化区域运营模式新设区域子公司、对终端门店持续结构性调整，提升终端渠道质量。为适配税收新政策及市场变化试点推广直营管理模式。打造全新的品牌形象门店老凤祥珍品店。产品创新方面聚焦产品研发创新，针对市场需求和黄金税收政策的变化，公司聚焦产品研发创新，调整产品品类结构，对接经销商订货需求，统筹全国零售和批发业务的货品布局。着重开发首饰新品，立足国风美学、现代简约、轻奢时尚三大核心设计方向，在坚持原创设计同时，公司积极开展与热门 IP 跨界合作。公司每年有四次大型的订货会，分别是在元旦、五一、十一、春节节假日之前举办。订货会期间对于黄金原材料的采购相对集中，在自有资金不足的情况下，需要通过向银行借款筹集资金用于备料。谢谢。

14.问：1、南京东路 432 号房产、南京西路 190 号房产的产权属于谁的？2、公司有那么多商业价值高的房产，利用情况怎么样？3、精炼厂什么时候营业？

答：您好，感谢您的提问。南京西路 190 号房产产权属于公司下属子公司，南京东路 432 号房产为公司下属子公司租赁经营。公司的房产都用于公司实际经营，目前精炼厂正在筹建中，黄金回购业务已开始试运行。谢谢。

15.问：请问各位上市公司高管，我们公司每年的业绩目标是如何规划出来的，今年已经过半，2026 年 12.8 亿的净利润是否能够顺利完成？从我在二线省会城市的市场观察中发现，老凤祥的首饰产品和友商相比不够精美，竞争力不强，仍然保留着卖黄金的传统思维方式，而不是卖饰品的思维，公司打算如何转型提升毛利率，让企业焕发生机？公司属于传统行业，不需要重大的资本开支，能否像长江电力一样加大分红力度，以提升低迷的股价？

答：您好，感谢对公司的关注。公司根据当前行业发展状况、消费结构转

变、黄金税收新政执行等因素，结合年初经营情况以及公司发展战略，制定年度的经营计划和目标。公司属于传统行业，近几年也在聚焦产业转型升级、产能提质增效，推高质量发展。为应对市场变化，公司聚焦以黄金饰品为主的主营业务，持续加大研发投入、强化原创设计、迭代产品体系、开展热门 IP 联名跨界合作，提升产品附加值与品牌差异化竞争力。近年来，公司立足国风美学、现代简约、轻奢时尚三大核心设计方向，推出“鱼悦”、“金翎凌空”、“奇骥”、“纳吉”、“藏福”等原创主题产品系列，夯实品牌国风文化核心优势。同时公司积极推动品牌转型和年轻化战略，以代言人 IP 运营为抓手，激活线上电商渠道活力，触达终端消费者核心需求。公司的资本开支情况前面在有关问题中已经做了回答。感谢你对公司的建议。谢谢。

16.问：杨董、黄总：管理层对于 2024 年修订《公司章程》第一百五十六条是否还算数？每次提出后管理层的回答是公司购买黄金备货需要资金，那么，股份公司为什么还将资金用来长期炒股、长期亏损？这些股票是多年持股本金损失过半，到底是否缺钱？老凤祥典当亏了一个多亿、中国第一铅笔有限公司几乎长期亏损，这些亏损管理层似乎“毫不知情”，两位怎么看？

答：您好，感谢对公司的关注。有关问题，已在前面的问题回复中回答了。公司经营需要留存充足的资金保证经营安全，订货会期间对于黄金原材料的采购相对集中，在自有资金不足的情况下，公司还需要通过向银行借款筹集资金用于备料。同时公司也需要聚焦产业转型升级、推动产能提质增效，为今后的发展奠定基础，其中漕溪路 270 号“工业上楼”智造园区项目、黄金精炼厂等投资项目需要较多资金投入，公司需要在保证日常经营、满足黄金等原材料采购资金需求的情况下合理安排。公司的股票为历史存量，股票价格因市场情况而波动。公司的铅笔产品主要是以木质铅笔为主体，目前整个市场书写用的铅笔用量有所下降。对于铅笔业务我们将继续做精做细，深耕于书写铅笔、专业绘画绘图类专业铅笔的应用场景，同时开发大文教类产品。有关老凤祥典当的情况，请详见公司的已刊登的公告。谢谢。

17.问：老凤祥的高端化实践，珍品店目前业绩如何，是否达到管理层预期，接下来珍品店扩展到一二线城市有具体时间计划吗？

答：您好，感谢对公司的关注。公司全新形象店老凤祥珍品店于今年 8 月正式运营，门店布局、产品结构和陈列尚需通过一定时间周期的实际经营获取市场反馈。老凤祥珍品店将作为公司门店形象的升级、城市标杆旗舰样板店，作为公司门店迭代优化升级的标准化范本进行推广复制，提升公司的品牌形象和单店盈利能力。谢谢。