

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 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☒ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他 （请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	投资者网上提问
时间	2025 年 11 月 13 日（周四）下午 15:00~16:30
地点	公司通过互联网登录上证路演中心（ https://roadshow.sseinfo.com/ ）采用网络文字互动方式召开 2025 年上海辖区上市公司三季报集体业绩说明会。
上市公司接待人员姓名	党委书记、董事长：杨奕；副董事长、总经理：黄骅；独立董事：俞铁成；财务总监：凌晓静；董事会秘书：邱建敏
投资者关系活动主要内容介绍	1.问：目前公司发展的不利因素有哪些？公司发展的有利因素有哪些？ 答：感谢你的提问。近年来，黄金价格的快速上涨与大幅波动对黄金饰品行业产生了一定的影响。中国黄金协会最新统计数据显示，2025 年前三季度，中国黄金消费量 682.730 吨，同比下降 7.95%。其中:黄金首饰 270.036 吨，同比下降 32.50%;金条及金币 352.116 吨，同比增长 24.55%。公司在市场调整过程中，继续实施“提质增效、稳中求进”的经营策略，抓住市场机遇。主要包括：拓展渠道，努力提升市场占有率；开拓线上业务，加大与平台的合作，提高新媒体时代的营销能力，加快推进线上线下融合发展；深挖品牌文化内涵，不断延伸和丰富原创设计精品；不断加强 与知名 IP 联名跨界合作，推动“老凤祥”品牌的年轻化时尚化。谢谢。 2.问：请问，通过最新公开报表，应收账款期末余额为 39.66 亿元，此次应收账款大幅增加的核心原因，是下属三级子公司上海老凤祥银楼有限公司期末应收账款的显著增长。1、是否存在潜在坏账风险；2、公司的应对措施是怎样的。 答：您好，感谢你的关注。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。本次三季末应收账款是因为 9 月中旬所举办的订货会所形成。公司对加盟商、经销商有信用政策，订货会后会有部分尾款形成应收账款。公司长期以来坚持稳健经营，控制风险，对应收账款进行严格管理，公司按照既定的账期政策进行收回。谢谢。 3.问：公司三季度产生信用减值损失 1.5 亿元，是老凤祥有限发生大额坏账了吗？ 答：您好，感谢你的关注。上述问题已经回复投资者。本次三季末应收账款是因为 9 月中旬所举办的订货会所形成。公司按照会计政策进行计提。谢谢。 4.问：请问公司开展黄金交易业务的主要原因？最近几年是否都赚钱了？这部分业务是公司哪个部门负责？

答：感谢你的提问。公司的主业为黄金饰品生产和销售，因此每年需要大量的黄金原材料用于生产加工。为了满足生产需求，公司需要有足够的黄金原材料储备，同时为控制存货价格风险，公司采取尽量压缩黄金原材料至成品销售的时间并控制数量的方式。因此，公司需要根据黄金库存数量及生产销售计划，将多储备的黄金通过金交所场内进行卖出，以降低黄金波动对存货价格带来的风险。公司从金交所购入黄金的目的都是生产自用，有关黄金交易业务的具体情况，请参考公司披露的《2024 年年度报告》第三节管理层讨论与分析/五、报告期内主要经营情况。谢谢。

5.问：公司笔类业务不是已经改革了吗？请问笔类收入同比下滑的原因？

答：感谢你的提问。近几年，笔类出口业务因国际贸易因素受到一定影响。下属的中铅公司也在积极开拓业务，开辟大文教新品类，进行转型。去年实施“百城千点”推送活动，新增中华品牌销售终端 300 余家，新品及文教类产品占比超过 40%，实现定制产品从 OEM 向 ODM 转型，扩充了下游销售渠道。通过 CSF、上海书展、老字号展、CLE 四大展会，推出中华 101 绘图铅笔 70 周年版本 2 款产品，积极寻求互动需求、定制需求、授权需求三位一体的品牌经营模式。谢谢。

6.问：以您的经验判断一下这次黄金税改对黄金首饰行业的影响是什么样的

答：感谢你的提问。本次黄金税收的调整短期内对黄金饰品行业产生一定的影响。主要体现在新老政策的具体衔接过程当中，公司需要根据新政策规定对现有业务进行清晰的分类，并严格执行相对应的开票流程，公司近期已经开展有关工作。长远看新政对规范运作的黄金珠宝企业是有利的，能够防范税收风险，进一步规范市场秩序。谢谢。

7.问：1、2025 年 11 月实施的黄金税收新政对公司经营的影响程度；2、2025 年第三季度归母净利润的大幅下滑，单季度归母净利润同比降幅达 41.61%，且前三季度整体业绩也呈现营收、利润双降态势，还出现了应收账款激增等风险问题，公司有什么应对措施；3、上市公司是否有股票回购计划；4、控股大股东是否有增持计划。

答：感谢你的提问。有关黄金税收政策前面已经回复投资者。2025 年第三季度归母净利润下降，主要是去年同期收到政府高质量发展项目等财政补贴，同时三季度黄金价格的快速上涨与大幅波动对终端黄金饰品销售有一定影响，期间公司实施了积极的促销政策。有关应收账款前面财务总监也回答了投资者的提问。主要是因为 9 月中旬所举办的订货会所形成。公司长期以来坚持稳健经营，控制风险，对应收账款进行严格管理，公司将按照既定的账期政策进行收回。目前公司没有股票回购计划，控股大股东没有增持计划。谢谢。

8.问：黄金税收新政，对公司有利还是不利？公司对此应对之策如何？2、公司成立精炼公司及奢侈品公司的经营目的如何？预计能给公司带来多少盈利？

答：感谢你的提问。黄金税收新政策的问题以上已经作了回复。公司始终积极配合国家相关政策的具体执行，将进一步理顺业务模式和产品分类，根据政策要求对公司业务架构进行调整，目前公司经营情况正常。公司成立精炼子公司旨在进一步完善公司黄金产业链，拓展公司黄金业务，取得向上海黄金交易所递金业务资质，实现公司贵金属产业链闭环。臻品商贸

公司定位为专门经营奢侈品相关业务，旨在丰富公司产品内容和层级，加快开拓中高端市场，适应时尚、高端和个性化消费群体对公司高品质产品的需求，提升公司品牌形象和价值。具体情况请参考公司披露的公告，公告编号：2025-037、039、044。谢谢。

9.问：老凤祥香港有限公司以 2400 万美元，认购迈巴赫奢侈品亚太公司。请问老凤祥股份持有老凤祥香港有限公司股权比例？为什么不让老凤祥股份直接认购？或者让上海老凤祥有限公司认购？

答：感谢你的提问。老凤祥股份下属子公司上海老凤祥有限公司持有老凤祥香港有限公司股权比例为 100%。迈巴赫奢侈品亚太公司注册在香港，因此从地域、香港地区的投资和税收政策以及公司内部投资管理角度出发，由老凤祥香港有限公司投资迈巴赫奢侈品亚太公司。谢谢。

10.问：关于贵公司的 B 股交易量非常低，贵公司也曾经考虑过转 H 股，但是由于当时的 H 股整体行情不佳没有成功，在当今的行情下是否考虑将 B 股转 H 股？

答：您好，感谢关注。公司将根据市场情况，结合公司具体实际情况进行研究。谢谢。

11.问：Q3 经营活动现金净流入同比下降 63.86%，创近年最大降幅。请问总经理，现金流恶化主要源于存货积压、应收账款增加还是投资支出扩大？公司是否采取加速回款、优化库存或融资手段缓解压力？未来如何确保现金流健康以支撑扩张计划？

答：感谢你的提问。公司经营活动产生的现金流量净额下降主要还是受宏观环境影响，收入下降导致销售商品、提供劳务收到的现金下降较多，同比下降了 75 亿元。伴随金价上涨，同等数量的存货，需要支付更多的金额进行采购，同时根据账期也会产生更多的应收账款。公司三季度在保持收入跌幅收窄的情况下，仍维持了 23 亿元的正经营活动现金流净额。期后，公司将通过货款回笼，进一步压低存货规模，加快存货周转。谢谢。

12.问：毛利率 8.17%（同比-0.39pct），ROE11.18%（同比-3.22pct），行业排名有所下滑。请问总经理，毛利率下降是否与黄金成本上涨或产品结构低端化有关？未来是否通过提升高毛利产品（如高端定制、文化 IP 联名）占比或供应链降本改善盈利能力？ROE 提升的具体策略是什么？

答：感谢你的提问。公司的毛利率与公司批发为主的业务模式有关，同时与公司的销售的产品结构有关。未来公司也将采取如下措施来拓展经营，主要包括：拓展渠道，努力提升市场占有率；开拓线上业务，加大与平台的合作，提高新媒体时代的营销能力，加快推进线上线下融合发展；深挖品牌文化内涵，不断延伸和丰富原创设计精品；不断加强与知名 IP 联名跨界合作，推动“老凤祥”品牌的年轻化时尚化。谢谢。

13.问：您好，请问贵公司第三季度报的信用减值损失出现大幅上升的原因是什么呢？25 年的信用减值损失是否又会像在 2024 年第四季度一样转回？

答：你好，感谢你的提问。前面已经回答过相关问题。谢谢。

14.问：首饰金价已突破 1300 元每克，公司是否已针对金价波动制定完备预案？若高金价导致销量受抑，可否考虑将铂金、翡翠、白银等品类作为突破口，推出老凤祥工艺美术大师的重点设计款，以丰富产品结构、增厚利润空间？

答：感谢你的提问。面对黄金价格持续上涨的形式，公司全力以赴执行《全力推动高质量发展三年行动计划（2023-2025 年）》，研究市场变化，鼓励、支持总经销、经销商更好地开拓市场。抓好全国经营布局，提升老凤祥品牌全国市场占有率，同时开设运营老凤祥天猫旗舰店，推进线上线下融合发展。此外，公司持续深化与顶级 IP 的跨界联动，进一步吸引年轻消费群体的关注，助力公司品牌年轻化转型，满足不同客户的需求。近年来，老凤祥研究消费心理、调整产品结构，启动了“主推新品”工作，持续深化与顶级 IP 的跨界联动，进一步吸引年轻消费群体的关注，助力公司品牌年轻化转型。有关 2025 年前三季度公司主要新品情况详见公司公告，公告编号：2025-050。公司始终致力于丰富和扩展自身产品品类，目前已形成了“黄金、铂金、钻石、白银、白玉、翡翠、珍珠、有色宝石、珐琅、K 金珠宝眼镜、珊瑚、手表、琥珀、胸针饰品、工艺美术旅游纪念品”等较为齐全的产品门类。谢谢。

15.问：老凤祥作为百年品牌，毛利率仍然非常低，请问现在公司做了哪些事情来提升产品毛利率？

答：感谢你的提问。近年来，老凤祥研究消费心理、调整产品结构，启动了“主推新品”工作，持续深化与顶级 IP 的跨界联动，进一步吸引年轻消费群体的关注，助力公司品牌年轻化转型。有关 2025 年前三季度公司主要新品情况详见公司公告，公告编号：2025-050。公司也持续深化与顶级 IP 的跨界联动，进一步吸引年轻消费群体的关注，助力公司品牌年轻化转型，满足不同客户的需求。谢谢。

16.问：工艺品销售及其他实现收入也下降了，原因是什么？公司下属公司的改革是否完全没有成效？

答：感谢你的提问。面对黄金价格持续上涨的形势，公司全力以赴执行《全力推动高质量发展三年行动计划（2023-2025 年）》，研究市场变化，鼓励、支持总经销、经销商更好地开拓市场。谢谢。

17.问：青年投资者关注企业社会责任与品牌吸引力。请问独立董事，公司在环保工艺、员工福利、文化传承方面有哪些 ESG 举措？如何看待年轻消费者对黄金珠宝的审美变化？是否计划通过元宇宙营销、社交媒体种草等新手段提升品牌渗透率？

答：感谢你的提问。公司始终关注消费者对黄金饰品的需求，新品的开发注重产品与市场的双向驱动，不断对各系列产品进行创新、迭代、优化，以确保产品能更快地适应消费需求的变化。为适应消费需求和消费习惯的变化，抓牢新消费群体，公司通过线上线下结合、会员商城、私域引流等方式融合转型发展，电商业务与线下业务形成互补，树立了老凤祥品牌的线上新形象。同时公司依托线下门店，加大了对抖音、小红书等新媒体的广告投放，通过网络直播等新型销售方式吸引不同层级客户群体。公司也将按照上海证券交易所的要求，在 2026 年发布公司 2025 年报的时候发布公司 2025 年度 ESG 报告。谢谢。

18.问：财报未披露细分品类（如黄金、钻石、翡翠）的营收占比及增速，也未拆分线上线下渠道表现。请问董秘，未来是否会自愿披露更多业务拆分数据？是否通过可视化报告或线上互动增强青年投资者参与感？

答：感谢你的提问。公司严格按照中国证监会及上海证券交易所的规定编制定期报告，严格履行信息披露义务。今年，公司在每次定期报告披露后

都召开了业绩说明会，以期增强与投资者之间的互动，并开展了投资者走进上市公司交流活动。未来公司将进一步提升信息披露工作质量。谢谢。

19.问：老凤祥以加盟模式快速扩张，但终端需求不足可能导致加盟商经营压力。请问独立董事，公司如何评估加盟商的财务健康度？是否有动态监测机制防止门店关停潮？是否考虑调整加盟政策（如提高准入门槛、加强运营支持）以保障品牌声誉？

答：感谢你的提问。公司的业务部门对加盟商、经销商的情况持续关注，公司制定了详细的《老凤祥售后服务及客服指引手册》指导经销商员工的日常服务行为。公司领导层及销售管理人员全年定期对各地经营情况进行实地走访，考察服务质量的同时获取经销商对消费者需求的反馈，并结合公司直营零售门店的销售情况，有针对性的调整产品布局，推出新品，保障品牌声誉。谢谢。

20.问：存货周转率 4.44 次（同比-0.66 次），行业排名虽高但呈恶化趋势。请问财务总监，存货积压是否因黄金价格波动导致囤货策略调整？公司如何避免存货减值风险？未来是否通过 C2M（用户直连制造）或柔性供应链提升周转效率？

答：感谢你的提问。公司通过一年四次订货会，进行常规周转，不存在积压，存货周转未存在较大波动。每次订货会期间，尤其今年金价波动剧烈，公司通过场内交易及借金等手段，尽量降低了存货囤货风险。谢谢。

21.问：Q3 资产负债率 39.25%，虽行业排名中等但较上季度增加 2.13pct。请问财务总监，负债增加主要投向哪些领域（如门店扩张、存货储备）？当前流动比率/速动比率是否安全？是否有计划通过资产处置或股权融资优化资本结构？

答：你好，感谢你的提问。公司的资产负债率是时点数，与公司经营模式有关。公司的借款主要与公司的订货会有关，银行借款主要用于公司原料采购和备货。谢谢。

22.问：财报显示，Q3 营收同比下降 8.71%，净利润下降 19.05%，均高于行业平均水平。请问董事长，核心影响因素是金价波动、消费疲软还是竞争加剧？公司计划通过哪些具体措施（如产品结构调整、渠道优化、营销创新）扭转趋势？如何看待四季度及明年的业绩预期？

答：感谢你的提问。黄金价格持续快速上涨导致黄金珠宝消费需求不足，行业内各品牌企业竞争日趋激烈。面对当前市场趋势，公司积极开拓市场，开展商品促销活动。根据消费者需求的不同调整产品结构，挖掘品牌内涵，丰富产品体系，推出了“盛唐风华”“凤舞九天”“八宝罗盘”“天生荔志”等主题新品。此外，公司开设运营老凤祥天猫旗舰店，推进线上线下融合发展。借助淘宝天猫珠宝饰品行业首届“超级首饰发布”，直播展示国家级非遗工艺珍品及新开发产品，与消费者交流互动，展示了老凤祥“传统工艺+现代设计”的创新理念和品牌年轻化形象，显著提升了线上营销能力。谢谢。

23.问：本次黄金税费的改革对公司有哪些好处？又有哪些不利？

答：感谢你的提问。有关问题，前面已经回复，请详见前面的回答。谢谢

24.问：注意到公司境外销售实现增长，但具体数据未披露。请问董事长，境外业务的主要增长区域是哪些？未来是否加大东南亚、中东等新兴市场的投入？如何平衡境外扩张的风险（如地缘政治、汇率波动）与收益？

答：感谢你的提问。公司通过调整门店布局、开拓业务版图、压缩租金成本及加强线上销售，香港、美国、加拿大等境外零售业绩实现增长。公司将进一步实现资源优化配置、深入挖掘品牌潜力、开拓国际市场、提升企业综合实力。谢谢。

25.问：虽然老凤祥品牌创始于 1848 年的上海，但是目前公司业务以批发为主，毛利率很低。所以我个人认为老凤祥股份其实品牌优势非常非常弱，挣得都是加工辛苦钱，完全无法和奢侈品公司媲美，请问公司高管怎么看？

答：你好，感谢你的提问。相关问题已经回复前面的投资者提问。谢谢。

26.问：公司当前 PE 处于行业低位，但股息率较高。请问董秘，如何看待当前估值？是否有计划通过股份回购、提高分红比例或并购优质资产提升股东价值？针对青年投资者，是否增加新媒体渠道（如直播、短视频）的业绩沟通频率？

答：感谢你的提问。二级市场价格受宏观经济、行业现状等多种因素影响，敬请投资者注意投资风险。公司将根据监管的要求，切实提高合规意识，在合法合规的前提下，开展市值管理工作，做好投资者关系管理，推动上市公司投资价值充分反映上市公司质量。谢谢。

27.问：公司在香港新设有不少网点，及在海南也有布局，公司对此的经营意图是什么？

答：你好，感谢你的提问，公司的经营意图是开拓市场。谢谢。