

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 9 月 19 日（周五）下午 15:00~17:00
地点	公司通过全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）采用网络远程的方式召开 2025 年上海辖区上市公司集体接待日暨中报业绩说明会。
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：张其秀；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：问题 1：面对黄金价格波动，公司在原材料套期保值方面有哪些策略？问题 2：面对黄金价格波动，2025 年黄金储备规模及周转效率如何规划？问题 3：如何应对周大福、周生生等品牌的竞争？问题 4：是否有推出高端子品牌或跨界联名的计划？ 答：感谢你的提问。黄金价格波动存在较大的不确定性，一直以来公司始终贯彻长期稳健的经营策略，结合公司的生产计划、生产周期、资金实际情况等综合因素来考虑黄金原料的采购。公司采用上海黄金交易所提供的交易工具、商业银行的黄金租赁和远期等相关业务，降低已购原材料受金价波动影响的风险。 批发业务为公司的主要经营模式之一，公司历来在全年组织召开四次大型订货会，在订货会期间完成黄金原材料的集中采购和成品黄金珠宝首饰的批发销售。除订货会外，公司日常经营过程中按照生产计划、产品结构及实际销售情况进行黄金原材料的采购和饰品销售，保持合理的库存量，相比订货会期间库存减少，不存在大量储备黄金原材料的情形。 公司坚决贯彻“提质增效、稳中求进”的高质量发展方针，务实推进各项经营策略，调整优化市场布局，努力保持行业领先地位。在受行业整体环境影响的情况下，公司不断推出、实施激励政策和振兴市场新举措，赋能经销商，努力保持市场渠道稳定。同时继续加强和优化渠道建设，成立区域子公司，开设区域直营店，以“藏宝金”“凤祥喜事”以及时尚新品为主题，持续加强公司原创产品的研发、焕新，努力拓展市场增量，提升市场占有率。此外，为适应消费需求和消费习惯的变化，抓牢新消费群体，公司组建成立电商部，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，推进线上线下融合转型发展。IP 联名方面，公司近年来不断加强与知名 IP 的联名跨界合作，连续推出了车载香薰、机动战士“高达”、星穹铁道、蛋仔派对、圣斗士星矢、

阿童木等黄金系列产品，以“引领新时尚、定义新潮流”的理念，将产品主题元素与精湛的黄金工艺相结合，推动“老凤祥”品牌的年轻化时尚化。谢谢。

2.问：尊敬的董秘您好！老凤祥于近日宣布成立两公司，请问是要走奢侈品路线吗？老凤祥的毛利率只有不到 10%，和奢侈品 70-80%以上的毛利率差距太大，即便是老铺黄金走高端路线毛利率有 30-40%，其现金流也并不乐观。老凤祥三四线城市有大量门店，这和高端路线奢侈品路线形象冲突。公司准备怎样解决这一冲突呢？另外，经营路线改变是否需要大量资本投入？会影响以后的分红吗？感谢回复！

答：感谢你的提问。近期经公司董事会审议批准，公司下属控股子公司拟投资成立黄金精炼子公司和设立老凤祥奢品销售有限公司（暂名）。成立黄金精炼子公司是为了进一步完善公司黄金产业链，拓展公司黄金业务，取得日后向上海黄金交易所递金的业务资质，实现公司黄金产业链闭环。成立奢品销售公司旨在整合现有资源，经营拓展高端奢品研发、设计、生产、销售等业务，提升“老凤祥”品牌价值，有序扩大“老凤祥”品牌在奢品市场的占有率，日后将根据情况探索与国际知名奢侈品牌合作，进一步提升公司品牌的营运能力和市场竞争力。奢品销售公司的经营定位是进入新产品的开发经营领域，丰富公司的产品体系，逐步开拓与形成公司品牌高端产品市场，打造公司奢品业务体系和产业链，与现有业务有一定区别，是对现有业务进行补充。有关业务计划也在进一步完善中，后期也会根据市场实际情况进行调整。

另外有关分红情况如下：公司上市以来（1992-2025），累计现金分红 24 次，累计现金分红总额达到 84.28 亿元,占上市以来累计实现净利润 192.32 亿元（截至 2024 年度）的 43.82%。公司一直积极回报股东，提高分红比例。2025 年，为积极响应上海证券交易所《关于开展沪市公司“提质增效重回报”专项行动的倡议》，公司制定了《2025 年度“提质增效重回报”专项行动方案》。增加分红频次，实施 2025 年中期分红是本次专项行动方案内容之一。公司《2025 年半年度利润分配方案》已通过董事会审议，合计派发现金红利 172,628,862.12 元（含税），占合并报表 2025 年半年度归属于公司所有者的净利润的比例为 14.15%。相关利润分配实施公告已经披露。公司始终高度重视投资者回报，将保持利润分配政策的连续性和稳定性，力争为投资者提供持续、稳定的现金分红，致力为股东带来长期、稳定、多频次、可持续的价值回报。谢谢。

3.问：我在小红书上发现一些线下的水贝商家，直接抄袭售卖老凤祥的“凤舞九天”凤戒同款，基本一模一样，改都没有改。希望老凤祥对自己的重点珠宝款式进行原创外观设计申请，并适时维权

答：感谢你的关注和提醒。公司将继续积极开展商标保护工作，打击侵权行为，处理商标纠纷、诉讼等各项相关事务，持之以恒地加强知识产权管理，继续推进品牌维权工作。我们也将探索与创新在新形势下的市场监管、打击冒牌与侵权、加强知识产权保护的新技术、新方式运用，形成完善的保护制度与工作机制。切实维护“老凤祥”品牌的市场美誉度与合法权益。谢谢。

4.问：请问上半年，计入当期损益的政府补助 3.51 亿，为什么会获得这么多的补助？

答：感谢你的提问。公司计入当期损益的政府补助主要为当期收到的文化、品牌建设发展扶持资金，详细情况请参考公司《2025 年半年度报告》中第八节财务报告/十一、政府补助/3.计入当期损益的政府补助中的内容。谢谢。

5.问：中国第一铅笔 2024 年和 2025 年上半年经营状况如何，未来发展态势如何？

答：感谢你的提问。近年来，中国第一铅笔的业务处于转型发展中，努力将中铅业务拓展至大文教用品，实现文教用品产业与文教文创产业并行发展。在做精做实铅笔主业的同时，以具有创新性、实用性的大文教产品和优质文创产品为切入点，实施“品效合一”的产品开发策略，努力开辟大文教新品类、新渠道、新营销，扩大“中华牌”影响力。谢谢。

6.问：根据 2025 上半年年报，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润下降了 27，请问公司经营状况何时能够好转？

答：感谢你的提问。公司将继续优化渠道建设，成立区域子公司，开设区域直营店，因地制宜制定市场拓展策略，努力拓展市场增量。上半年香港旺角第六分店和澳洲悉尼二店开业，8 月公司组建的东北公司已经开始运营，并与东三省的经销商研究探讨市场形势，鼓励支持经销商更好地开拓市场。同时，公司将继续密切关注消费者消费习惯和偏好的变化，牢牢把握国潮新品增长点，深挖品牌文化内涵，不断延伸和丰富原创设计精品。加强营销推广，精准定位目标客群，让“老凤祥”品牌文化和内涵深入人心。谢谢。

7.问：您好，从半年报看，上半年产生了 2 亿多的印花税，比去年同期大幅度增长。请问具体原因。谢谢！

答：感谢你的提问。经公司自查并与税务部门沟通确认对相关税费进行了缴纳，该些税费为正常生产经营中产生。本次缴纳为单次事项，不会对公司未来生产经营产生重大影响。谢谢。

8.问：高金价抑制黄金首饰消费，这是行业普遍遇到的问题，未来预期黄金价格将继续上涨，请问公司如何应对？目前看来，公司的应对高金价抑制黄金首饰消费的对策是否有效？

答：感谢你的提问。近年来，黄金价格的上涨与波动对行业产生了一定的影响。公司在调整和整合过程中实施“提质增效、稳中求进”的经营策略。简要概括主要有以下几点：一是拓展渠道，努力提升市场占有率；二是开拓线上业务，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；三是深挖品牌文化内涵，不断延伸和丰富原创设计精品；四是不断加强与知名 IP 联名跨界合作，以“引领新时尚、定义新潮流”的理念，将产品主题元素与精湛的黄金工艺相结合，推动“老凤祥”品牌的年轻化时尚化。谢谢。

9.问：公司是否做市值管理？

答：感谢你的提问。公司年初制定了《2025 年度“提质增效重回报”专项行动方案》，并经过了董事会审议和披露。公司将根据中国证监会《上市公司监管指引第 10 号——市值管理》的要求和《行动方案》的具体内容，依法合规开展市值管理工作。公司的市值管理将严格按照监管要求，切实提高合规意识，准确把握市值管理定义，全面理解市值管理的深刻内涵，认识该项工作的长期性、系统性，努力推动公司投资价值合理反映公司质量。谢谢。

