

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
-----------	--

施市场开拓、产品创新、品牌提升、改革提质、内控提效等方面的新举措，稳步发展新质生产力，为公司高质量发展奠定了基础。具体的业务发展有以下几个方面：

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。通过加大对新开零售店的广告投入、逐步开放线上授权销售与推广引流授权，帮助经销商开拓销售渠道，保持市场开拓力度。支持经销商联合推广新品，提高经销商新品推广参与度与积极性。优化渠道建设，成立区域子公司，开设区域直营店，努力拓展市场增量，提升市场占有率。牢牢把握国潮新品增长点，通过对消费者需求、偏好、习惯变化的研究，深挖品牌文化内涵，精耕创新研发，不断延伸和丰富原创设计精品。精选新品主题，持续加强老凤祥原创产品的研发、焕新。以“藏宝金”“凤祥喜事”以及时尚新品为主线，推出“钱龙赐福”“巴洛克花园”“前沿”“范”等足金首饰和彩宝系列年度主题新品；以“风尚金潮”为主题，展示金饰绳艺文化节以及眼镜、腕表等多品类产品，为消费者带来多元化、高品质选择。进一步加强与知名 IP 联名跨界合作，同时紧跟国潮时尚趋势，设计开发具有鲜明 IP 标识的特色产品，推进自有产品 IP 化新发展模式。公司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。谢谢。

3.问：您好，请问贵司下半年业绩发展有何展望？

答：感谢您的提问。公司在 2024 年度报告中提出了 2025 年主要经济指标的预算。公司主营为黄金饰品，黄金价格和汇率的走势存在较大的不确定性，大幅波动风险会在一定程度上影响公司的经营。公司将坚持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，并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，努力降低金价波动的风险，完成年初制定的经营目标。上述目标仅为初步预算，不构成公司对投资者的实质承诺，请投资者注意投资风险。

4.问：您好，请问老凤祥可以在奥莱店或者 SKP 店设专柜吗？多投放一些一口价的饰品，提高毛利率。多谢

答：感谢您的提问。近年来，面对市场变化以及日趋激烈的行业竞争，公司持续优化布局，因地制宜制定市场拓展策略。2025 年，公司将继续优化布局，统筹发展境内外市场。公司将继续深化巩固现有核心地区的市场占有率，优化布局粤港澳、京津冀、成渝等重点地区市场线下营销网络，努力拓展市场增量。加快东北市场的拓展。积极开拓线上业务，细分产品分类、挖掘品牌价值，精准消费群体定位。加大与各平台的合作，提高新媒体时代的营销能力，加快推进线上线下融合发展，为消费者提供更加丰富、便捷的购物体验，巩固公司在黄金珠宝时尚消费品领域的引领地位。谢谢。

5.问：您好，董事长，请问业内竞争，您认为我们公司”护城河”是否宽深，如何维护？谢谢！

答：感谢您的提问。公司的品牌优势、渠道优势、人才和技艺优势、

市场规模优势是我们的护城河。但是，面对市场变化以及日趋激烈的行业竞争，我们深刻意识到这些优势需要传承和创新、升级和迭代，近年来我们持续深化改革，着力发展新质生产力，增强企业发展的内生动力。公司将进一步深入推进和实施各项改革发展任务，全力以赴实现阶段发展目标任务，贯彻国企改革深化提升行动要求，赋能公司转型升级；做强优势、补齐短板，聚焦提升核心竞争力，提振市场新动能，保持珠宝首饰行业领先地位。谢谢。

6.问：公司从去年开始到今年一季度营收大幅度下滑，主要是什么原因？虽然是市场整体上对首饰金需求下滑，但对投资金条需求则大量上涨，两者相抵，则应营收不应下滑，为什么公司营收会如此之差？

答：感谢你的提问。公司 2024 年一季度的业绩处于历史最高水平，由于去年的基数较高，叠加 2025 年一季度黄金价格持续快速上涨不断刷新历史新高，对终端消费有一定的抑制，导致公司的 2025 年一季度业绩同比有所下降。公司销售的金条产品为工艺金条，在产品定价、属性、工艺等方面与其他友商的投资类产品存在较大差异，首饰金的销售在公司的总销售中占比较大。谢谢。

7.问：问下公司在不利市场环境下在经营上有什么战略举措。感觉同行周大福的市场经营反应会更及时，行业内也出现了瞄准奢侈品市场的老铺黄金

答：感谢您的提问。面对当前市场环境，公司将持续优化市场布局，因地制宜制定市场拓展策略，提升和巩固市场占有率。积极开拓线上业务，加大与各平台的合作，提高新媒体时代的营销能力，加快推进线上线下融合发展。此外，公司将着重以原创设计、非遗制作工艺为依托，以个性化定制、高端 VIP 服务为平台，统筹产品开发方向，加大原创产品的开发力度。加速产品设计开发的时尚化、年轻化，从产品设计和创新方面去研发具有中国元素色彩，符合年轻人审美和需求的款式。推动关键技术和关键工艺突破，提升产品工艺水平，从产品迭代、IP 跨界联名、新项目孵化等方面着手，丰富产品线。通过市场化改造焕新传统品牌，紧跟国潮时尚趋势，充实产品文化内涵，积极推进 IP 产品化和产品 IP 化新发展模式，推动工艺美术产品向特色型、创意型、个性化和精品化方向发展。谢谢。

8.问：建议老凤祥每年分红的时候能给持股数，比如 1 万股以上的股东发珠宝消费券，这样我们拿了分红也可以买老凤祥的产品。形成正向循环

答：感谢您的建议。公司将继续做好主业，以良好的业绩回报股东。谢谢。

9.问：老凤祥主要靠经销商做黄金批发生意，但现在消费者更喜欢直营品牌，像老铺黄金只有少数的自营门店确可以得到消费者追捧。下一步老凤祥是否也要尝试做更多自营的品牌店铺，让消费者一样追捧。感觉明明老凤祥百年历史能讲的故事很多，确被老铺黄金抢了先。

答：感谢您的建议。我们也持续关注行业内其他公司经营情况，我们将对标优秀同行，借鉴和学习提升我们的经营水平。谢谢。

10.问：您好，今年公司有提质增效重回报专项活动，有中期分红活动，请问可以回购注销股份吗，向巴菲特一样，这样不用交税，还可以提高每股收益，稳定股价。谢谢。

答：感谢您的提问。公司有关 2025 年度中期分红安排的议案已通过董事会审议，尚需公司股东大会进行审议。公司始终高度重视投资者回报，在综合分析公司经营发展实际情况、融资环境以及股东意愿等因素的基础上，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，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。目前没有回购计划，谢谢。

11.问：您好，珠宝首饰国内竞争激烈，公司在国际化方面，能开拓一下东南亚吗，现在东南亚地区经济发展快，人们收入也在增长。好像六福珠宝就在开拓东南亚，利润增长很明显。谢谢。

答：感谢您的提问。近年来，公司在香港、美国、加拿大等地的境外零售业务，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，2024 年实现业绩增长。今后，公司将优化粤港澳布局，继续拓展境外市场。谢谢。

12.问：公司曾经要 b 股转 H 股，后来终止，请问对 b 股问题，公司是否打算永远搁置？最近杭州杭汽轮 B 正在转 A 股。优秀的公司总是能不断解决各种各样的问题，公司有化解目前经营业绩下滑的能力么？

答：感谢您的提问。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。公司将继续坚持以市场为导向、以改革为导向，积极研究新的政策，适时妥善解决公司 B 股事宜。谢谢。

13.问：预测黄金将长时间维持高位，甚至再度大幅上涨，请问公司如何应对？为什么经营环境同样的情况下，菜百就能实现业绩大幅增长？而公司业绩大幅下滑？老铺黄金就能业绩飙涨？

答：感谢你的提问。黄金价格的走势存在较大的不确定性，公司根据自己的经营模式、产品结构，坚持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，并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，努力降低金价波动的风险。谢谢。

14.问：公司的黄金珠宝以外业务，工艺美术品、笔类文具和文教用品的生产经营及销售，目前处于哪一个发展阶段，业务前情如何？

答：感谢您的提问。上海工艺美术有限公司下属有众多企业，在各自的细分行业中具有特色产品，但在公司总体销售中占比较小。近年来工美公司推动旗下工艺美术产品向特色型、创意型、个性化和精品化方向发展。公司也将根据工艺美术下属各企业的功能定位和行业特点，分类制定实施发展规划，通过市场化改造焕新传统品牌，紧跟国潮时尚趋势，充实产品文化内涵，积极推进 IP 产品化和产品 IP 化新发展模式，推动工艺美术产

品向特色型、创意型、个性化和精品化方向发展。目前铅笔业务的发展由于出口反倾销和关税原因，受到一定的影响。公司在 2024 年报资产负债表日存在的重要或有事项中进行了详细披露。近年来，中铅公司一方面开发大文教用品，另一方面努力开拓国内市场。中铅公司将坚持文教文创并行发力，在做精做实铅笔主业同时，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，开辟大文教新品类、新渠道、新营销方式，扩大“中华牌”影响力。谢谢。

15.问：为什么国家统计局统计一季度统计 2025 年 1—3 月份社会消费品零售总额主要数据金银珠宝类消费 1080 亿元，同比增长 6.9%，而公司一季度报告营业收入和净利润都大幅下滑呢？

答：感谢你的提问。公司 2024 年一季度的业绩处于历史同期最高水平。2025 年一季度黄金价格同比 2024 年一季度有较大幅度的上涨，同时由于今年一季度金价在短期内快速上涨，公司春节订货会的销量公斤数同比有所下降，进而影响公司今年一季度的营收。谢谢。

16.以下是上证路演中心预先征集问题

问：感谢！有以下问题建议：1、从品牌价值累积看，行业中各品牌的比拼，落位在她在消费者心目中定位的差异化。品牌既体现于具体作品，也在于作品后面的人。老凤祥从 1848 年的十里洋场、黄浦江畔的一众黄金品牌中崛起并非偶然，至今屹立于黄金饰品品牌前列，说她是一个传奇的品牌毫不为过。个人觉得公司在宣传的方向上，还是应该多挖掘自身的特殊性作为核心。2、观察到公司已经开始在新媒体上通过种草来推广品牌，未来是否可以考虑进行内容植入式推广？3、大单品战略可以起到很好的品牌推广、节约库存的双重效果。例如，某友商的传福、传喜系列，值得借鉴。4、公司提出“优化渠道建设，成立区域子公司，开设区域直营店。”能否细说一下如此考虑的原因是什么？是否与加盟店代际传承有关？以及如果推广直营模式，如何控制好区域市场的深度了解、存货周转、资金占用问题？5、公司再一次提出了，“积极开展品牌维护和维权工作”，这对于以加盟为主的品牌公司很重要，希望公司采取一切手段，减少负面事件发生，尤其是采取措施，防止个别销售人员为了业绩对客户进行夸大或有水分的承诺，是否采取比如在店内设置告知栏等？通过经营上的努力，保护好老凤祥金字招牌。谢谢

答：感谢你的提问和关心。2024 年，公司以老凤祥“名人、名牌、名店、名品”的文化为特色，积极开展品牌推广、文化传播，实施老凤祥品牌力提升计划。今后公司继续加强与行业的沟通合作，以国际化视野强化品牌建设，不断提升品牌的国际知名度和影响力。公司将进一步丰富老凤祥珍品私洽中心的产品、品牌、文化、消费新场景的展示功能，制定特色服务，精准服务高端客群，提升销售能级，传递老凤祥品牌核心价值观，形成品牌传播的生产力。老凤祥将继续以“国潮、国风、国韵”的民族特色和时尚的产品，成为美的倡导者、创造者、传播者和奉献者，为满足人民日益增长对美好生活的需要和向往作出更大的贡献。

2024 年，世界经济增长动能不足，影响市场预期，国内有效需求不足、消费不振，叠加黄金价格持续上涨不断刷新历史新高，导致黄金珠宝消费

	疲软，行业内各品牌企业竞争日趋激烈，关店趋势加速。公司为贯彻“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。公司近年来不断推进渠道下沉，提升市场占有率，针对不同的客群，开设“藏宝金”“凤祥喜事”主题店，针对性地推出产品、提升产品陈列档次、展示老凤祥整体零售新形象，构建和完善自己的品牌矩阵来满足不同的消费者需求。 产品质量和服务质量是企业 and 品牌的生命线，是老凤祥高质量发展的基石。非常感谢你的建议。公司将继续以“用户满意”为中心和目的，完善《老凤祥售后服务及客服指引手册》，指导、规范售后服务工作，保证消费者正当权益，提高客户满意度，增强消费者对老凤祥品牌的信任感。加强舆情监控和处置能力，持之以恒地加强知识产权管理，继续推进品牌维权工作。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高新技术、新方式运用，形成完善的保护制度与工作机制。谢谢。 17. 以下是投资者通过邮件方式预先进行的提问，部分相同问题已于活动中进行答复，整理汇总后如下： 问：2024 年老凤祥有限分红率接近 85%，按照比例，累计母公司及第一铅笔可以从老凤祥有限分红接近 15 亿元，而公司年报分配 9 亿元左右，这是基于什么样的考虑？另外，母公司账面上货币资金接近 35 亿元，扣除今年分红的 9 亿元以外，还有接近 25 亿元，母公司并不开展实际经营业务，不需要这么多的资本，这些资本未来如何配置？ 答：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。在子公司日常经营过程中，特别是四次大型的订货会前期备货阶段，母公司将会提供资金给予子公司支持，部分子公司还需要向银行借款或黄金租赁解决资金缺口。作为上市公司，公司将继续做好主业，以良好的业绩回报股东。谢谢。
--	---