

老凤祥股份有限公司

关于公司 2026 年第一季度主要经营数据的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

老凤祥股份有限公司（以下简称“公司”）现将公司 2026 年第一季度连锁网点变动情况及公司 2026 年第一季度主要经营数据披露如下：

一、报告期内连锁网点变动情况及 2026 年度内拟新开连锁网点预计情况

“老凤祥”品牌黄金珠宝首饰为公司的核心主业。截至 2026 年 3 月末，公司“老凤祥”品牌共计拥有连锁营销网点达到 5,170 家。有关截至 2026 年 3 月 31 日公司连锁营销网点数具体情况如下表：

黄金珠宝首饰 连锁营销网点	期初数 (2025 年 12 月 末)	2026 年第 1 季 度新增数	2026 年第 1 季 度减少数	期末数 (2026 年 3 月 末)
直营零售				
上海地区	162	1	-2	161
国内外省市	34	4	-2	36
中国香港地区	12	0	-1	11
其他境外地区	5	0	0	5
小计	213	5	-5	213
加盟零售				
中国境内	5,141	47	-232	4,956
境外地区	1	0	0	1
小计	5,142	47	-232	4,957
合计	5,355	52	-237	5,170

有关 2026 年内拟新开连锁营销网点预计情况如下表：

黄金珠宝首饰 连锁营销网点	门店数量 (家)	门店来源	建筑面积 (平方米)	预计开业时间
直营零售和加盟				
上海地区	8	租赁	690	第二、三、四季度
国内外省市	110	租赁及加盟	6,700	第二、三、四季度
中国香港地区	2	租赁	110	第二、三、四季度
其他境外地区	0	/	/	/
合计	120	/	7,500	/

有关截至2026年3月31日公司直营连锁营销网点面积变动具体情况如下表：

黄金珠宝首饰 直营零售连锁营销网 点面积	期初面积 (平方米) (2025年底)	2026年第1季 度新增面积 (平方米)	2026年第1季 度减少面积 (平方米)	期末面积 (平方米) (2026年3月 31日)
直营零售				
上海地区	24,645.84	193.34	-151.59	24,687.59
国内外省市	2,900	200	0	3,100
中国香港地区	1,058.68	0	-92.90	963.78
其他境外地区	859.72	0	0	859.72
小计	29,462.24	393.34	-244.49	29,611.09

二、报告期内主题店类型变动情况

公司根据自身的实际情况和年度计划，调整门店的主题形象，着重布局“藏宝金”、“凤祥喜事”主题店的发展，升级传统店，以适应新的消费场景，细分品牌形象，更好地适应市场潮流。有关门店类型情况如下：

黄金珠宝首饰连 锁网点类型	老凤祥-藏宝金		老凤祥-凤祥喜事		老凤祥银楼	
	2025年底	2026年3 月末	2025年底	2026年3 月末	2025年底	2026年3 月末
上海地区	21	21	5	5	136	135
国内外省市	103	100	31	28	5,041	4864
中国香港地区	1	1	1	0	10	10
其他境外地区	0	0	0	0	6	6
合计	125	122	37	33	5,193	5,015

三、2026年一季度主要经营数据

(一) 按主营业务行业分类

分行业	主营业务收入(元)	主营业务收入同比增减 (%)
笔类	26,918,048.32	-26.62
珠宝首饰	12,841,379,364.85	-11.18
黄金交易	822,674,690.40	-72.23
工艺品销售及其他	12,414,247.56	-7.44
合计	13,703,386,351.13	-21.57

(二) 按地区分类

分地区	主营业务收入(元)	主营业务收入同比增减 (%)
境内销售	13,536,838,188.01	-21.46
境外销售	166,548,163.12	-29.12

合计	13,703,386,351.13	-21.57
----	-------------------	--------

2026年一季度，公司综合毛利率为12.75%，同比增加3.69个百分点；上海地区直营店零售收入同比增长9.56%。

四、2026年第一季度公司主要营销活动及新品开发情况

1.2026年1月，老凤祥借助品牌全球代言人丁禹兮官宣同款系列产品，全渠道双周（2026年1月17日-2026年1月30日）销售额突破6亿元。1月-3月，公司线上销售GMV增长94%，客单价同比增长68%，流量总计同比增长180%。

2. IP集合首店启幕：老凤祥首家IP产品体验店铺于4月22日亮相上海徐家汇·新六百young，集合展陈包括迪士尼、蛋仔派对等多款经典联名产品，并携手环球电影《侏罗纪世界》首发“老凤祥侏罗纪世界”IP联名产品，以多元IP拓宽年轻消费场景。

3. 会员与私域系统升级：2月完成会员中心功能升级，线下门店全面落地企业微信对接体系，实现客户服务标准化、规范化，提升运营效率与会员体验，并试点推向全国市场。

4. 2026年第一季度公司主要新品情况如下：

产品系列	具体产品
盛唐风华	《金玉满棠》系列产品10款
	《春满棠》系列产品7款
	《花花唐2.0》系列新品2款
凤祥喜事	《鱼悦》系列新品22款
藏宝金	《藏福》系列新品23款
	《纳吉》系列新品1款
IP款	迪士尼联名新品13款

2026年3月，老凤祥参展“新榜内容节”，以“鱼悦岁岁 奇骥连连”为主题的沉浸式快闪空间展示非遗与潮流融合，荣获“国潮美学领航奖”。同期，老凤祥设计师作品《金翎凌空》和《游园会·旋转奇境》获得2026香港国际时尚足金首饰设计比赛冠军。

以上生产经营数据为公司初步统计数据，未经审计，仅为投资者及时了解公司生产经营概况，敬请广大投资者注意投资风险。

特此公告。

老凤祥股份有限公司

2026年4月24日