证券代码：600612　　证券简称：老凤祥
900905　　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	2026 年 11 月 12 日（周四）下午 15:00~16:30
地点	公司通过上海证券交易所上证路演中心（https://roadshow.sseinfo.com/）采用网络文字互动的方式召开 2026 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：李静；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	公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复，部分投资者提问存在重复，具体情况整理如下： **1.问：贵司年报提出启动黄金回收业务，构建回收、精炼和循环利用闭环。未来是否考虑与具备稳定回收渠道及成熟精炼能力的外部企业开展股权或深度合作，加快相关业务发展** 答：您好，感谢您的提问。公司合资设立上海老凤祥精材科技发展有限公司，计划建设符合国标及上金所标准的现代化精炼厂及配套实验室，旨在进一步完善公司贵稀金属产业链，实现产业链闭环，应对市场旧金回购需求增加的趋势。目前尚未完工，仍在建设过程中。公司已启动了旧金回收加工业务试点工作，为后续产业链延伸拓展奠定基础。公司将继续结合业务需要，根据市场变化拓展业务增量，延伸产业链。谢谢。 **2.问：四季度金价与消费预期如何，库存和风控安排？** 答：您好，感谢您的提问。黄金价格波动受多方面因素影响，存在较大的不确定性。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，保持合理的库存量。同时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等相关业务，降低已购原材料受金价波动影响的风险。谢谢。 **3.问：门店结构优化、珍品店拓展的后续计划？** 答：您好，感谢您的提问。为提升公司品牌价值，进一步推动“老凤祥”品牌的高端化转型战略，公司在优化区域运营模式、提升区域门店质量的同时，推进全新战略形象门店“老凤祥珍品店”的落地运营。老凤祥珍品店于今年 7 月开设了一家快闪店，9 月底正式入驻新丸百货开启运营，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。公司将继续以门店改造升级为核心抓手，全面优化传统店的

	消费体验和门店形象，继续加强“老凤祥珍品店”的产品结构和高端化布局，持续深耕“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。 **4.问：公司未来几年的经营策略有什么变化么？** 答：您好，感谢您的提问。近几年国内黄金珠宝行业进入深度调整阶段，近期中国黄金协会的统计显示 2026 年前三季度，受金价高位运行与黄金税收新政双重驱动，国内黄金消费市场结构性分化特征显著。受金价高位运行与黄金税收新政双重驱动，金条及金币与黄金首饰的消费结构持续分化。其中，投资类产品市场销售模式迎来结构性重塑，直营销售逐步替代经销模式；黄金首饰品类结构持续优化，产品向高附加值方向升级，定价类产品销售份额稳步提升。为积极应对行业变化，公司积极制定政策，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；增强布局一二线城市和核心商业区域，通过提高坪效、调整渠道，推进直营店和战略形象店建设来提升品牌；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。有关具体内容请详见《2026 年半年度“提质增效重回报”行动方案评估报告》。谢谢。 **5.问：今年的经营目标能实现么？** 答：你好，感谢你的提问，关于公司具体的经营业绩请关注公司后续披露的定期报告。公司将严格按照上交所的信息披露规则履行信息披露义务。谢谢。 **6.问：三季度报告亏损原因是什么？能否从外因和内部原因两个方面进行分析？** 答：你好，感谢你的提问。公司的销售模式以订货会批发业务为主，公司订货会期间进行了一定让利促销，同时自去年 11 月黄金税收新规颁布实施，受黄金税改影响，公司工艺金条等纳入新税改投资属性的产品批发业务由于增值税新规原因受到较大影响，同比下降明显。为应对市场变化，公司快速调整经营策略，积极开展明星代言等多形式的老凤祥品牌推广；试点推广直营管理模式增加工艺金条等投资属性产品销售；持续运营短视频、新媒体矩阵，开展多元化线上营销；打造全新的品牌形象门店等。为聚焦主营业务提升，开展了经营相关活动支出了相关费用。谢谢。 **7.问：上海地区直营门店零售收入同比增长 9.6%，国内外省市 39 家直营店情况如何？香港 11 家店面，其他境外门店 5 家情况如何？** 答：你好，感谢你的提问。国内外省市直营店因为有部分是近年新开设，由于基数的问题总体销售有所增长。境外销售截至前三季度同比下降约 18%。谢谢。 **8.问：公司是否会回购本公司售出的黄金产品，有什么具体规划和相关计划。除了上述措施，公司是否还有什么利用公司百年品牌优势，增加销售，加宽加深护城河的措施。** 答：您好，感谢您的提问。公司已启动了旧金回收加工业务试点工作，为后续产业链延伸拓展奠定基础。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。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。打造全新的品牌形象门店老凤祥珍品店。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。谢谢 **9.问：为什么公司上海的自营业务收入增长？而批发业务显然严重下滑？** 答：您好，感谢您的提问。公司自营门店主要集中在上海。近年来，为了拓展市场，公司通过设立区域子公司如湖南、湖北、东北子公司等增加外省市门店的开拓。近两年加盟店总体减少，直营店增加，主要是公司在行业变化的情况下对开店和网点拓展策略的调整，关闭低坪效的三四线城市门店，增强布局一二线城市和核心商业区域布局，通过提高坪效、调整渠道，推进直营店和战略形象店建设来提升品牌形象。公司主营业务中黄金珠宝首饰业务，近年来受内需增长动力不足、黄金价格持续上涨不断刷新历史新高，黄金珠宝消费疲软等原因，销售量出现下降。公司的销售模式以订货会批发业务为主，自去年 11 月黄金税收新规颁布实施，受黄金税改影响，公司工艺金条等纳入新税改投资属性的产品批发业务受到较大影响。针对市场需求的变化以及黄金税收新政影响，公司已在逐步调整产品和业务结构，针对受影响的业务在自营零售和线上销售端加大产品销售力度，推出符合新税改要求的新品类产品努力弥补批发端的销售量下降。但新品类的推出需要充足的时间接受市场的考验，目前在公司整体业务中占比较小。谢谢。 **10.问：公司的批发业务受到严重冲击的主要原因？公司如何应对批发业务严重下滑？** 答：你好，感谢你的提问，相同问题前面已答复。请参考之前的回复内容。谢谢。 **11.问：公司前三季度经营活动产生的现金流量净额为-14 亿元的原因** 答：你好，感谢你的提问。经营活动产生的现金流量净额本期发生数比去年同期数减少 3,779,672,120.41 元，下降比例为 159.75%，主要原因为：年初至报告期末销售商品、提供劳务收到的现金降幅大于购买商品、接受劳务支付的现金降幅所致。谢谢。 **12.问：公司批发业务预期什么时间能够好转** 答：你好，感谢你的提问，关于公司具体的经营业绩请关注公司后续披露的定期报告。公司将严格按照上交所的信息披露规则履行信息披露义务。谢谢。 **13.问：公司会员体系全国并网了吗？** 答：你好，目前公司已经开始逐步整合上海以及外省市会员体系，为后续提升服务奠定基础。谢谢。 **14.问：公司前三季度关闭三四线城市低坪效门店 537 家，请问低坪效门店还有多少需要关闭？** 答：你好，感谢你的提问。当前国内黄金珠宝行业渠道竞争加剧，终端门店持续结构性调整，渠道发展从数量增加向质量提升转变。为适应这一趋势变化，公司坚持“提质增效、精准布局”的策略，关闭低坪效加盟店，

	加大一、二线城市线下布局调整力度，提升终端渠道质量，全面推进渠道网络的战略性布局。谢谢。 **15.问：公司已经开业的藏宝金，凤翔喜事，珍品店，相对于公司传统门店，绩效如何？是否有更好毛利率？是否有更多复购？** 答：你好，感谢你的提问。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，将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。此外，公司将继续以门店改造升级为核心抓手，持续深耕“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。 **16.问：三季度，金融资产公允价值变动损益-2.41 亿元，主要是股票资产变动么？** 答：您好，感谢您的提问。主要是公司持有的金融资产产生的投资收益和公允价值变动损益。包括所投资股票的损益，以及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等相关业务降低黄金原材料价格波动对公司的经营风险而开展的业务。谢谢。 **17.问：公司黄金精炼厂预计何时开业？** 答：你好，目前正在推进建设过程中，初步计划于明年，但具体时间还需要根据实际情况以及建设部门要求进行，时间具有不确定性。谢谢。 **18.问：公司工厂上楼项目预计何时完工投入使用？预期会给公司带来财务上的收益，费用上的节约么？** 答：您好，感谢您的提问。公司漕溪路 270 号工业上楼项目的建设工期为 48 个月，预计于 2028 年完工。该项目建成后将由公司自用，70%的建筑体量将确保满足与工业生产及其相关的产业使用功能，其余 30%的建筑体量将用于与工业生产相关的配套服务。建成后的园区将集黄金珠宝生产、零售批发销售、商品空间展陈、企业文化展示、工业旅游体验、配套保障运营等现代工业企业复合功能为一体，全面提升改善公司品牌形象与生产经营环境。谢谢。 **19.问：三季度亏损，看营收下降并不多，主要是哪方面？** 答：你好，有关问题，在之前的投资者的提问中做了回答。请详见前面的回答。谢谢。 **20.问：第三季度亏损是偶发性事件，还是说在转型过程中不可避免的经常性会出现？** 答：您好，感谢您的提问。在金价高位运行与黄金税收新政双重驱动、国内黄金消费市场结构性分化特征显著的行业环境下，公司将持续深耕核心主业，坚定实施从“规模扩张”向“质量提升”的转型举措，进一步夯实企业高质量发展根基公司将继续贯彻国企改革深化提升行动要求，赋能公司转型升级；通过管控体系的调整促使公司积极应对市场形势变化，加快提升运营效率；积极拓展黄金珠宝首饰、工艺美术品与文教用品三大核心主业，通过产品创新、品类优化构建品牌护城河，促进主营业务能力的提升。谢谢。 **21.问：我是在杭州的一个贵公司的投资者，请问公司能不能对部分现有门店进行升级，向杭州的湖滨银泰门头老旧黄黄的比较土，能不能对这部分门店进行升级？我在杭州观察了贵公司的业务一些发现在杭州区域做的**

	并不是很好，我觉得贵公司可以参考杭州亚奥天地老凤祥店，这样的话也能提升贵公司的品牌形象，希望公司能采纳这个建议 答：你好，感谢你对老凤祥的关心和支持。我们将悉心听取投资者的重要建议，有针对性地制定改善经营能力的方案，以期能够不断提升经营质量，回报广大投资者。再次感谢您的建议。谢谢。 **22.问：管理层好，据我观察老凤祥的凤标已使用了几十年，这个凤凰标识图形繁复（羽毛、尾部凤翎），在数字端辨识度较低。我建议找一只年轻专业的设计团队，对凤凰图形与“老凤祥”字标做简化与重塑，强化识别基因，打造适配全媒介的轻量化 VI 体系。提升辨识度，增强记忆点，对老凤祥阶段性转型具有很强的软实力提升作用。** 答：你好，感谢您的建议，我们将有针对性制定改善经营能力的方案，以期能够不断提升经营质量。谢谢。 **23.问：公司今年三季度首亏，投资者对公司未来毫无信心，请问董事长展望一下未来几年公司前景如何** 答：您好，感谢对公司的关注。近两年，为积极应对行业变化，公司持续采取相关的举措，着力经营提质增效，促进公司整体运营效能的提升。谢谢。 **24.问：天猫和京东上已有官方旗舰店，为啥抖音商城和拼多多只有钟表旗舰店，为啥不开设官方旗舰店？有什么深层考虑吗？** 答：您好，感谢您的提问。2025 年起，公司积极推动“传统宣传”向“全域传播”转型，陆续开设了天猫、京东线上官方旗舰店。公司电商部统筹负责线上平台运营、直播电商、内容营销与全域推广工作。持续运营天猫、京东官方旗舰店，积极参与淘宝“超级首饰发布”等重点官方活动，打造线上营销标杆。加大抖音、小红书、本地生活平台广告投放力度，构建“内容种草+直播带货+线上引流+线下转化”的一体化运营模式。谢谢。 **25.问：为什么投资收益、信用减值亏损那么多？** 答：您好，感谢您的提问。公司在订货会期间，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，同时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等相关业务降低黄金原材料价格波动。由于公司 9 月底前召开了本年度第三次订货会，根据公司对加盟商、经销商的信用政策，订货会后会有部分尾款形成应收账款，公司按照会计政策进行计提。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。谢谢。 **26.问：税收新政大概影响公司收入几个点，公司有什么应对之策？** 答：您好，感谢您的提问。黄金税收新政落地执行后，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，导致公司批发业务中此类产品的销售量同比下降明显。对此，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。持续加大研发投入、强化原创设计、迭代产品体系，聚焦产品研发创新，构建产品系列矩阵，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，全新推出“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。集中组织多品类的新品面市，包括法国设计师联名凤凰系列、鱼悦镶宝新款、运动系

	列、迪士尼新品、凤祥宝宝系列、代言人专属新款等系列产品，丰富产品矩阵，覆盖各年龄段消费群体。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，依托产品创新激活市场新增量，培育品牌发展新动能。同时，试点推广直营管理模式增加金条等产品销售。谢谢。 **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，整理汇总后及回复如下** **1.问：请问总经理黄骅先生：“如何看待当前经销商的忠诚度？对于经销商一边维持老凤祥门店，一边又在推动去老凤祥化，单独又开设 X 记黄金楼、xx 爵高端珠宝等，这些经销商有的就开在老凤祥门店隔壁，拿老凤祥品牌兜底，却将消费者导向自主珠宝品牌，这些情况您是否知晓？是否调查过这些经销商品牌货源来自什么地方？是否会通过寄生、分立、去依附导致老凤祥在地方上被边缘化？公司对此有无对策？”** 答：感谢您的提问。为规范批发业务、强化经销商和加盟商运营管理，防范经营风险，公司下属老凤祥有限公司内部建立了较为完整的内部控制制度体系，形成覆盖准入、审核、审批、签约、监管至退出的全流程内控。除了严格设置准入门槛，开展全方位审核，确保合作方合规优质，还从以下方面加强日常运营管理：定期开展市场巡查；开展定期或不定期的管理培训；严禁合作方出现售外货、串货、乱价、私改标签、违规线上销售等违规行为；对违规行为实行分级处罚，情节严重的解除合作合同。我们将继续加强落实日常监管责任，强化过程管控，维护市场秩序和公司品牌。谢谢。 **2.问：请问总经理黄骅先生：“在部分网站、自媒体平台上存在很多有关公司的负面信息，比如黄金纯度问题、售假问题、冒牌问题，这些负面信息不管是来自同行污蔑、还是消费者误解，公司是否应引起重视并进行合理的舆论引导和品牌形象管控？如果品牌美誉度被污染掉，公司还剩下什么？”** 答：感谢你的关注和提醒。对于商品、品牌等方面的舆情信息，公司有市场部、法务部、电商部、批发业务部等专门的部门建立联合工作机制进行处理。近年来，我们也积极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。2025 年起，公司下属子公司在天猫、京东电商平台相继开设了老凤祥官方旗舰店。同时对在主流平台开设老凤祥专卖产品的商家进行准入授权认证，对不符合认证要求的进行清理。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，切实维护“老凤祥”品牌的市场美誉度与合法权益。谢谢。 **3.问：请问总经理黄骅先生：“面对国内不断出现含钨、含铼的高仿黄金首饰，面对珠宝首饰行业内品牌擦边、冒牌首饰的横行，公司是否有能力让普通消费者能够有效识别真假老凤祥首饰？这些防伪技术是否技术可靠、难以模仿？”** 答：感谢您的提问。产品、品牌是公司健康、持续发展的核心资产，公司始终重视产品、品牌的建设。为不断提升产品质量，公司建立和完善了产

	品质量管理架构。源头把控：近年来公司设立老凤祥南方质检中心，对来货订单和区域巡展饰品的纯度、有害元素、外观质量以及知识产权要求进行严格检验，对产品质量起到了源头管控作用。生产过程：设置质量节点，落实生产检验，严控工艺参数与损耗，保障成色、克重、工艺达标。产品上柜前：开展终端检验，建立质量档案（印记、标签、专利产品）与产品追溯机制。售后保障：建立客诉快速响应与闭环处理，及时处置标识、工艺等问题，维护品牌信誉。与此同时，公司加强品牌监管力度，积极开展商标保护工作，打击侵权行为。公司积极开展品牌维护与维权工作，制订了老凤祥全国客户服务违规处罚制度，加大售后服务培训力度，统一全国经销商售中售后服务标准。谢谢。 **4.问：请问总经理黄骅先生：“你怎么看待菜百 105 家店铺、老铺 45 家店铺的收入正在追平、超过老凤祥近五千家店铺？老凤祥上海大本营 160 家直营店铺为什么与菜百北京大本营 80 家直营门店业绩差距甚远？”** 答：感谢你的提问。公司的销售模式以批发业务为主，在日常批发销售之外，每年召开四次大型订货会。零售主要集中于上海地区，上海的零售销售产品以饰品类产品为主。因此，销售模式、零售的产品结构与其他公司有所不同。谢谢。 **5.问：请问董事长杨奕先生：“您 2026 年 10 月 29 日宣布回购，2026 年 10 月 30 日就抛给市场一份业绩亏损的季报，这总觉得哪儿不对劲，这次亏损也让证券市场大为震惊，要知道上一次亏损还是 23 年前的 2002 年，这让投资者对老凤祥的未来发展战略、业绩和回报可持续性信心严重动摇，既然杨总对公司发展有强烈的信心，为什么不能将回购力度大一些呢？公司当前资产负债率也不高，证监会也支持股票回购，政策已将当前股票回购银行再贷款利率从 1.25%降到 1%、贷款期限由 1 年延长至 3 年、自有资金比例要求由 30%降到 10%，挤牙膏式的回购意义有限，公司市值大幅缩水对维护公司价值、行业头部品牌形象非常不利，不知杨总怎么看待？”** 答：感谢你的提问。近年来受 B 股市场整体流动性、交易活跃度等因素影响，公司 B 股股价表现与公司内在价值存在偏离。基于对公司未来发展的信心，为维护公司价值和广大投资者的合法权益，公司结合自身经营状况、财务状况及未来发展规划，在不会对公司日常经营、研发投入、偿债能力等产生重大不利影响前提下，不增加回购贷款利息支出的情况下，拟以自有资金回购公司 B 股股份并予以注销减少公司注册资本。 目前，公司回购 B 股的相关议案尚需公司 2026 年第一次临时股东会审议通过后方可正式实施。公司将努力推进本次回购方案的顺利实施，在回购期限内根据市场情况择机做出回购决策并予以实施，并根据回购股份事项进展情况及时履行信息披露义务，敬请广大投资者注意投资风险。