公司代码:600612 公司简称:老凤祥
900905 老凤祥B

老凤祥股份有限公司

2025 年度报告摘要

第一节 重要提示

1、本年度报告摘要来自年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到www.sse.com.cn网站仔细阅读年度报告全文。

2、本公司董事会及董事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。

3、公司全体董事出席董事会会议。

4、立信会计师事务所(特殊普通合伙)为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

5、董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

拟以2025年12月31日总股本523,117,764股为基数,向全体股东每股派发红利1.32元(含税),总金额为690,515,448.48元(B股红利按2025年年度股东大会决议日下一工作日中国人民银行公布的美元兑换人民币中间价折算)。派发后母公司未分配利润余额为3,458,120,028.09元,结转下一年度。本年拟不进行送股和资本公积金转增股本。在实施权益分派的股权登记日前公司总股本如发生变动的,拟维持分配总额不变,相应调整每股分红比例,并将另行公告具体调整情况。该预案尚需股东会审议批准。

公司于2025年9月19日发布了2025年半年度权益分派实施公告,以权益分派股权登记日登记的总股本为基数,向全体股东A股每股分配现金红利人民币0.33元(含税),B股每股现金红利0.046459美元(含税),共计派发现金红利总金额为172,628,862.12元(含税),相关权益分派已分别于2025年9月26日、10月16日实施完毕。

综上,公司2025年度现金分红(包括中期已分配的现金红利)总额为863,144,310.60元,占2025年度归属于上市公司股东的净利润的49.18%

截至报告期末,母公司存在未弥补亏损的相关情况及其对公司分红等事项的影响

□适用 √不适用

第二节 公司基本情况

1、公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上交所	老凤祥	600612	中国铅笔、第一铅笔
B股	上交所	老凤祥B	900905	中铅B股

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	邵建敏	邹岩
联系地址	上海市凯旋路2588号6楼	上海市凯旋路2588号6楼
电话	(021)64480605	(021)64480605
传真	(021)64481529	(021)64481529
电子信箱	lfx600612@lfxgf.com	lfx600612@lfxgf.com

2、报告期公司主要业务简介

根据中国黄金协会统计数据显示:2025年,我国黄金消费量950.096吨,同比下降3.57%。其中:黄金首饰363.836吨,同比下降31.61%;金条及金币504.238吨,同比增长35.14%;工业及其他用金82.022吨,同比增长2.32%。受金价高企、税收新政落地等多重因素叠加影响,市场需求呈现多元化发展态势,涵盖高端化、轻量化、高性价比等不同定位的黄金产品,可精准匹配各类消费群体的差异化需求偏好;与此同时,消费者对黄金投资属性的认知不断深化,2025年我国金条及金币消费量首次超越黄金首饰消费量,标志着黄金市场消费结构迎来阶段性转变。

公司主要从事黄金珠宝首饰、工艺美术品、笔类文具和文教用品的生产经营及销售,主营业务涵盖三大产业,一是以“老凤祥”商标为代表的黄金珠宝首饰产业;二是以“工美”知名品牌为代表的工艺美术品产业;三是以“中华”等商标为代表的笔类文具和文教用品产业。其中公司核心黄金珠宝首饰产业从源头采购到设计、生产、销售,都有着丰富的经验和成熟的体系,尤其在品牌知名度和渠道覆盖率方面具有优势。2025年,老凤祥有限营业收入占到公司总额的99.63%,利润占到公司总额的86.31%,为公司经营业绩的重要保证。

3、公司主要会计数据和财务指标

3.1近3年的主要会计数据和财务指标

单位:元 币种:人民币

	2025年	2024年	本年比上年增减(%)	2023年
总资产	20,726,405,618.57	22,731,142,401.49	-8.82	24,333,847,842.96
归属于上市公司股东的净资产	13,185,906,274.73	12,498,088,299.41	5.50	11,573,982,195.33
营业收入	52,823,382,917.63	56,792,876,456.39	-6.99	71,435,641,416.14
利润总额	3,015,270,634.65	3,418,131,972.13	-11.79	3,979,014,808.36
归属于上市公司股东的净利润	1,754,963,856.38	1,949,801,688.80	-9.99	2,214,396,285.15
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,588,403,009.62	1,803,456,053.77	-11.92	2,155,735,042.54
经营活动产生的现金流量净额	5,962,470,282.18	2,938,650,017.71	102.90	7,211,579,960.46
加权平均净资产收益率(%)	13.64	16.20	减少2.56个百分点	20.53
基本每股收益(元/股)	3.3548	3.7273	-9.99	4.2331
稀释每股收益(元/股)	3.3548	3.7273	-9.99	4.2331

3.2报告期分季度的主要会计数据

单位:元币种:人民币

	第一季度(1-3月份)	第二季度(4-6月份)	第三季度(7-9月份)	第四季度(10-12月份)
营业收入	17,521,314,390.34	15,834,536,526.94	14,645,610,096.66	4,821,921,903.69
归属于上市公司股东的净利润	613,046,259.08	607,237,406.30	217,254,013.67	317,426,177.33
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	643,657,854.21	409,279,886.45	220,842,960.42	314,622,318.54
经营活动产生的现金流量净额	3,548,291,665.79	1,157,139,486.83	-2,339,494,282.26	3,596,533,411.82

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用 √不适用

3、

4、股东情况

4.1报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位:股

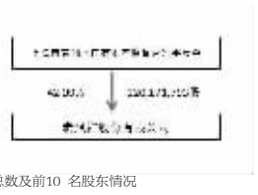
截至报告期末普通股股东总数(户)							52,964
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)							53,959
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)							0
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)							0
前十名股东持股情况(不含通过转融通出借股份)							
股东名称(全称)	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
上海市黄浦区国有资产监督管理委员会	0	220,171,793	42.09	0	无	0	国家
中国建设银行股份有限公司-国泰双利债券证券投资基金	9,550,615	9,550,615	1.83	0	未知		未知
SHENWAN HONGYUAN NOMINEES (H.K.) LIMITED	-336,122	6,822,645	1.30	0	未知		未知
龙悦网络有限公司	-595,935	6,042,364	1.16	0	未知		未知
GUOTAI JUNAN SECURITIES (HONGKONG) LIMITED	-444,515	4,835,516	0.92	0	未知		未知
VANGUARD TOTAL INTERNATIONAL STOCK INDEX FUND	0	3,113,572	0.60	0	未知		未知
NORGES BANK	-800,000	2,869,541	0.55	0	未知		未知
VANGUARD EMERGING MARKETS STOCK INDEX FUND	43,888	2,638,645	0.50	0	未知		未知
EQ EMERGING DIVIDEND FUND	0	2,604,744	0.50	0	未知		未知
FEDERATED HERMES GLOBAL INVESTMENT FD (CAYMAN) MASTER, SPC OBOAFTAO FEDERATED HERMES EMG ASIA EQUITY FD MASTER S.P.	522,116	2,445,289	0.47	0	未知		未知
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司前十名股东中,上海市黄浦区国有资产监督管理委员会与其他9名股东无关联关系,不属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。公司未知其他股东之间是否属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	0						

4.2公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用

4.3公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4报告期末公司优先股股东总数及前10 名股东情况

□适用 √不适用

5、公司债券情况

□适用 √不适用

第三节 重要事项

1、公司应当根据重要性原则,披露报告期内公司经营情况的重大变化,以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

2025年,公司实现营业收入528.23亿元,同比下降6.99%;利润总额30.15亿元,同比下降11.79%;归属于上市公司股东的净利润17.55亿元,同比下降9.99%。2025年公司主要经营工作如下:

(一)持续深化改革,企业发展内生动力不断增强

2025年,公司深入推进国企改革深化提升行动、持续落实“双百”行动改革实施方案(2023-2025年)》各项任务,系统推进市场化机制改革和治理结构优化。围绕股权结构、激励约束、选人用人等关键环节持续发力,加快市场化运行机制改革步伐,进一步推动职业经理人制度实施落实和下属企业股权改革深入,有序解决历史遗留股权问题。继2024年在股份公司层面全面实行职业经理人制度,2025年内公司进一步完善了职业经理人的考核机制,通过强化目标设置、过程控制和刚性兑现,尝试实施职业经理人中期业绩不达标时的提升方案。以“优化产权布局、激发经营活力、强化协同发展”为核心,积极推进下属企业的股权结构调整,进一步提升了下属部分企业经营质效,增强了企业后续发展潜力,为企业和品牌发展注入新的活力。深入调研、开门纳谏,组织编制公司“十五五”改革发展规划,为进一步明确公司未来五年改革目标,为推动企业和品牌高质量、可持续发展奠定基础。

(二)聚焦核心主业,市场渠道布局不断优化

2025年,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、黄金等税收新政落地等多重因素叠加影响,国内黄金珠宝消费疲软,市场需求呈现多元化发展态势。我国金条及金币消费量首次超越黄金首饰消费量,标志着黄金市场消费结构迎来阶段性转变。面对行业机遇与挑战交织、不确定性因素突出的复杂形势,公司聚焦主业,精准施策推进布局调整,持续巩固国内市场,加速拓展境外版图。

赋能经销商,保持国内市场渠道提质增效。通过逐步开放线上销售与推广引流授权、加大对新开零售店的广告投入、支持经销商联合推广新品,帮助经销商拓展线上线下销售渠道。全年新开老凤祥天猫、京东2家官方旗舰店,新增授权电商商户超过60家,合计销售逾5亿元。组建区域子公司,逐步渗透高端渠道,巩固提升市场占有率。各地子公司和经销商积极开拓热门商圈新网点,提升单店坪效,推进主题店布局,以精细化运营深挖门店盈利潜力。2025年8月老凤祥东北首饰有限公司开业,迅速优化整合原有市场,年内成功开设5家自营门店,成为公司深耕完善东北市场布局、提振区域经销商信心、提升区域品牌竞争力与影响力的重要战略举措。湖北子公司坚持夯实管理基础、提升服务效能,批发业务和自营零售业务均逆势实现同比增长。年内筹划新设老凤祥湖南公司,加快“老凤祥”品牌在湖南地区的发展。公司深入调研各地市场,调整零售布局,通过有序关闭整合部分低坪效门店,加快核心高端商场与核心商圈的网点布局,稳步提升高端市场渗透率。年内,重点推进上海标杆商业体内的网点落地,形成“核心商圈旗舰+区域商业中心标杆”的高端网点矩阵:北京总经销开设北京SKP商场网点、朝阳合生汇店增设藏宝金主题网点并扩大原有门店面积,成为一线城市高端渠道运营的示范样板。优化网点布局,境外销售全面增长。香港、美国、加拿大等境外零售店通过调整门店布局、开拓业务版图、压缩租金成本及加强线上销售,业绩实现增长。6月中国香港旺角第六分店、澳大利亚悉尼二店双店齐开,进一步拓宽境外业务版图,国内国际双循环相互促进的新发展格局逐步成型,品牌市场覆盖面进一步扩大。

截至2025年末,公司共计拥有境内外营销网点达到5,355家,其中直营店213家(含境外直营店17家),加盟店5,142家。报告期内虽然网点数量有所下降,但公司坚持“提质增效、精准布局”的策略,着重提升网点质量,为后续整体提质增效筑牢根基。年内,公司同步完善了线上会员体系、官方商城与私域运营,强化线上线下联动互通,持续扩大年轻消费群体覆盖,不断提升线上渠道对公司整体经营的贡献度,构建起多平台、多层次、广覆盖的线上营销新格局。截至2025年底,上海地区会员数突破175万人,同比增加35%。

(三)适应需求变化,产品文化附加值不断提高

不断延伸和丰富原创设计精品,核心品类迭代升级。公司旗下各板块以市场需求为导向,推动产品体系向“时尚化、年轻化、高端化”转型。强化自主设计能力,全年累计创作完成超过200款新品设计,涵盖了黄金、铂金、K金、钻石、彩宝等多个品类,丰富了公司的产品矩阵,确保了老凤祥产品在市场上的持续吸引力和迭代能力。黄金珠宝板块:牢牢把握“国潮”的新消费增长点,围绕“藏宝金”“凤祥喜事”及时尚新品三大主线,开发“盛唐风华”系列产品,《奇骥》《鱼悦》《福袋》等优质作品成功投放市场,有效强化了产品牌年轻化形象与市场竞争力,年度产品更新率超25%。工艺美术板块:以非遗技艺为根基,技术创新为支撑,丰富金条类产品品类,开发“新玉雕”类产品。与各大博物馆、知名企业及核心旅游景点的联名合作,开发具有地标性的产品,提升产品文化附加值。文教用品板块:锚定文教品类升级,推出中华绘图铅笔P99版本、101绘图铅笔70周年版本,焕新“好学生”文具系列,并以上海书展为契机推出“中华护眼小行星铅笔”等企业90周年系列新品。与成都博物馆、浦东美术馆、敦煌当代美术馆及复旦大学、清华艺术博物馆等开展深度联名定制定销合作,打造“铅笔上的博物馆”“铅笔上的艺术馆”系列,让文具成为文化传播载体。推进定制产品从OEM向ODM转型,提升产品附加值。进一步加强与知名IP联名跨界合作,报告期内,公司持续构建“顶级IP+文化内涵+消费场景”产品创新模式,同步强化知识产权保护与品牌价值提升,实现IP合作从“流量转化”到“价值沉淀”的跨越。公司联袂电影《长安的荔枝》推出“小金荔”足金挂坠等系列新品;联名动漫IP《圣斗士星矢》推出全球限量白羊座、处女座立像;携手铁臂阿童木推出挂坠等系列产品亮相ChinaJoy展。老凤祥在第十三届中国珠宝产业发展大会中,凭借卓越创新实力获评全国金银珠宝品牌企业创新指数五星级认证,并荣膺“IP联名融合创新典范”荣誉。同时,公司强化知识产权保护,筑牢合作壁垒,年度知识产权数量和专利保护齐头并进,专利申请数达225项,截至2025年底拥有发明专利34项,有效授权专利共计875项。

(四)革新工艺技术,产业链布局不断延伸

提升生产工艺技术,筑牢原创智造根基。2025年,公司聚焦生产工艺升级与科技赋能,各生产板块精准发力,协同推进,实现生产效率、产品精度与技术壁垒的同步提升。其中东莞公司聚焦工艺革新与智慧智造,推动生产模式迭代升级。应用和研发智能设备,突破非遗技艺产业化瓶颈;系统性升级古法金工艺,构建古法金智造体系,产品质感与耐用性显著提升;攻克高阶工艺,实现多工艺复合叠加应用,构筑技术壁垒。东莞镶嵌厂稳步推进生产技术改进,夯实工艺基础。优化古法金工艺,推动传统工艺向精细化、稳定化升级;深化3D打印技术应用,扩大其在蜡模、复杂结构件中的使用范围,推动手工制作与智能制造深度融合,持续提升生产质量与效率。适应市场变化,延伸产业链。2025年,公司合资设立上海老凤祥精材科技发展有限公司,计划在上海金山区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金属产业链,实现产业链闭环,为公司首饰制造提供关键材料支撑,填补上海贵稀金属“研发-精炼-高端应用”的产业链空白。精材公司将以成为上海黄金交易所合格递金业务的精炼企业为目标,增强供应链自主可控性与产品附加值。2025年,应对市场旧金回购需求增加的趋势,公司启动了旧金回收加工业务试点工作,顺利打通全业务流程,为后续产业链延伸拓展奠定基础。

(五)转变传播方式,品牌影响力不断提升

2025年,公司积极推动“传统宣传”向“全域传播”转型,实现品牌声量、文化内涵与市场影响力的同步提升。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。2025年4月,“盛唐风华”系列抖音专场直播观看量近200万人次;618首次在天猫直播平台以“超级首饰发布”的形式,打通“云体验”链路,实现百万观看、千万成交;“七夕”时抖音本地生活直播间也创下千万级成交额,线上影响力与销售规模同步大幅提升。

公司积极参与线下节、展、会等各类活动,参展第五届中国国际消费品博览会、2025上海国际珠宝首饰展览会、2025中国(国际)珠宝时尚周、第41届香港国际珠宝展、第36届上海旗游节及2025ChinaJoy等重要活动,不断提升品牌的国内外知名度和影响力。2025年,老凤祥品牌价值位列中国内地黄金珠宝首饰业首位,荣列国际权威品牌评估机构Brand Finance(英国品牌金融咨询公司)发布的2025全球服饰品牌价值50强第38位(为唯一中国内地珠宝品牌),2025年《财富》中国500强(第294位),国家工信部首批“中国消费名品”。

报告期内,公司建立常态化品牌维权工作机制,定期召开联席会议专题研究品牌维权重点事宜,有效防范和遏制品牌侵权行为。强化对各地总经销、合资公司相关人员市场监管工作培训,统一全国经销商售中售后服务标准,提升品牌服务质量与客户满意度。推进多项商标异议、无效及撤三申请,在“蓝凤祥”“百年老龙祥银楼”等假冒疑似商标侵权纠纷中成功维权,维护了百年品牌的市场声誉与合法权益。全年累计提交商标异议申请46个、无效申请28个、撤三申请11个,收到商标异议成功、无效成功以及部分成功的判决书共计106份;收到37个近似注册商标连续三年不使用撤销申请的决定,维权成效显著。

(六)健全流程制度,治理体系不断完善

进一步完善公司法律合规管理体系。报告期内,公司根据新《公司法》及证监会、国资委的规定,取消公司监事会并修订《公司章程》《公司股东会议事规则》《公司董事会议事规则》,并根据《上市公司治理准则》以及最新的监管要求,制定和修订了一系列公司治理制度。通过上述举措,持续推动提升公司内部约束机制的有效性,进一步完善和规范公司治理。有序推进ESG建设。根据上海市国资委《本市国有控股上市公司ESG建设三年工作计划》以及上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告(试行)》和《编制指南》的要求,公司全面贯彻ESG理念,以体系建设与报告编制为抓手推进工作落地,切实履行社会责任。完成ESG顶层设计及治理体系建设,编制了《公司2025年环境、社会及公司治理报告》。2025年,公司继续参与举办了ESG全球领导者大会,获得世界绿色设计组织(WGDO)颁发的“ESG领军企业奖”,致力可持续发展与业务发展有机融合。加强业务风险防范。聚焦业务领域风险防范工作,在电商平台合规运营体系搭建中,聚焦数据安全合规、消费者权益保护等新兴法律领域,统筹编制标准化文书模板,为业务端提供统一合规指引,保障线上运营合法规范。针对IP跨界联名合作,建立专项审查机制,完善审批流程,重点强化商标使用风险评估,从源头规避品牌权益受损、法律纠纷等问题,确保合作业务合法有序推进。

(七)深化数智转型,风险防范基础不断夯实

报告期内,公司以申报上海市市长质量奖作为年度质量工作核心任务,成立专项工作小组,推动企业质量管理体系更趋完善、治理能力持续升级。公司的信息化建设有效推动数字化转型,加快数字化赋能,进一步提升业务精细化管理能力。供应链管理数字化升级。上线批发系统与大物流订单平台,实现订货会全流程数字化管理,业财一体化改造取得突破,财务与业务数据联动性显著增强,有效降低了运营成本,提升了供应链协同效率。数据平台能力跃升。数据平台重构架构,打造销售、人员、审计等多款标准化分析工具,将数据能力直接赋能业务一线,为决策提供精准数据支撑。网络安全防护筑牢屏障。累计抵御各类网络攻击超680万次,完成对12家子公司的安全专项检查,开展2次专项培训,并完成2次网络安全事件的应急演练,确保企业数字化转型安全稳定推进。坚持抓好安全生产。按照“党政同责、一岗双责、失职追责”的安全责任制原则,完成全公司全员安全责任制签约工作,签约率达到100%,实现“横向到边、纵向到底”的安全管理全覆盖。组织开展全员安全培训、宣教和演练活动,相继完成《事故隐患内部报告奖励实施办法》和《生产安全事故应急预案》的修订,进一步健全和完善安全工作制度,提升安全风险防范能力。扎实推进漕溪路总部“工业上楼”智造空间项目。老凤祥漕溪路“工业上楼”项目是上海中心城区首个落地实施的“工业上楼”项目,并被列为上海市第二批智造空间优质项目,于2025年4月开工建设。目前已完成桩基基础、地基加固、基坑围护及基坑第一道支撑浇筑工程。项目建成后,将成为集创意设计、智能制造、品牌展示、文化体验与体验消费等功能于一体的综合性绿色智造综合体。

2、公司年度报告披露存在退市风险警示或终止上市情形的,应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

□适用 √不适用

董事会批准报送日期:2026年4月24日

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
2025年度环境、社会和公司治理(ESG)报告摘要

第一节重要提示

1、本摘要来自于《公司2025年度环境、社会及公司治理(ESG)报告》全文,为全面了解本公司环境、社会和公司治理议题的相关影响、风险和机遇,以及公司可持续发展战略等相关事项,投资者应当到www.sse.com.cn网站仔细阅读《公司2025年度环境、社会及公司治理(ESG)报告》全文。

2、本环境、社会及公司治理(ESG)报告经公司董事会审议通过。

第二节报告基本情况

1、基本信息

股票代码	600612,900905
公司简称	老凤祥
公司名称	老凤祥股份有限公司
报告范围	老凤祥股份有限公司及其子公司
时间范围	2025年1月1日至2025年12月31日
编制依据	本报告撰写基于以下中国ESG披露标准: 1.全球可持续发展标准委员会(GSSB)发布的《GRI通用标准(2021版)》(GRI Universal Standards 2021); 2.《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告(试行)》; 3.《上海证券交易所上市公司自律监管指南第4号——可持续发展报告编制(2026年1月修订)》; 4.气候相关财务信息披露工作组(TCFD)发布的《气候相关财务信息披露工作组建议报告》; 5.联合国17项可持续发展目标(SDGs); 6.《上海市国有控股上市公司环境、社会和治理(ESG)指标体系2.0(征求意见版)》。

2、可持续发展治理体系

(1)是否设置负责管理、监督可持续发展相关影响、风险和机遇的治理机构:√是,该治理机构名称为董事会、战略与可持续发展委员会、ESG工作领导小组□否

(2)是否建立可持续发展信息内部报告机制:√是,报告方式及频率为每年董事会定期审议ESG报告以及相关风险性、重要性、ESG战略与目标。□否

(3)是否建立可持续发展监督机制,如内部控制制度、监督程序、监督措施及考核情况等:√是 ,相关制度或措施为积极践行ESG管理理念,将可持续发展融入企业文化与发展战略。将ESG管理目标纳入考核体系,推动ESG工作与经营管理工作的融合。制定《内部控制制度手册》等制度;成立由主要领导负责的内控体系建设领导小组和工作小组,下属主要企业设立内控实施小组,分级负责、协同推进;通过联合纪委、审计工作,以及参与纪委信访调查,联动监督。□否

3、利益相关方沟通

公司是否通过访谈、座谈、问卷调查等方式开展利益相关方沟通并披露:√是 □否

利益相关方	关注内容	沟通方式
股东/投资者	产品和服务安全与质量 公司治理 信息披露与透明度 反商业贿赂及反贪污	年度股东会 投资者电话会议 公司公告 业绩说明会与路演
客户	产品和服务安全与质量 数据安全与客户隐私保护 供应链安全 应对气候变化	客服热线 电子邮件 客户见面会 年度报告 在线问卷调查
供应商	供应链安全 应对气候变化 原材料可追溯性 能源利用 污染物排放	电话会议 电子邮件 现场访问 供应商大会 定期评估会议
员工	员工福利与流动 员工培训与发展 员工薪酬与福利 健康与安全	职工代表大会 部门会议 绩效反馈会议 员工满意度调查
政府/监管机构	应对气候变化 环境合规管理 反商业贿赂及反贪污 污染物排放 供应链安全	行业监管会议 政策法规咨询 税务申报与审核 环保合规检查 安全生产报告
社区和媒体	应对气候变化 生态系统和生物多样性保护 产品和服务安全与质量 社区公益	官方网站 社交媒体 社区活动 ESG报告 定期会议

4、双重重要性评估结果

序号	公司ESG报告议题名称	重要性分析	对应上交所可持续发展报告指引议题名称
1	产品安全与质量	□财务重要性 □影响重要性 √双重重要性	产品和服务安全与质量
2	客户服务	□财务重要性 □影响重要性 √双重重要性	产品和服务安全与质量
3	环境合规管理	□财务重要性 □影响重要性 √双重重要性	环境合规管理
4	应对气候变化	□财务重要性 □影响重要性 √双重重要性	应对气候变化
5	职业健康与安全	√财务重要性 □影响重要性 □双重重要性	职业健康与安全
6	反商业贿赂及反贪污	√财务重要性 □影响重要性 □双重重要性	反商业贿赂及反贪污
7	员工	√财务重要性 □影响重要性 □双重重要性	员工
8	供应链安全	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	供应链安全
9	负责任营销	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	负责任营销
10	品牌传承与建设	√财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	负责任营销
11	创新驱动	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	创新驱动
12	传统工艺传承	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	产品和服务安全与质量
13	废弃物治理	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	废弃物处理
14	数据安全与客户隐私保护	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	数据安全与客户隐私保护
15	循环经济	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	循环经济
16	能源利用	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	能源利用
17	污染物派放	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	污染物排放
18	反不当竞争	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	反不正当竞争
19	平等对待中小企业	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	平等对待中小企业
20	水资源利用	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	水资源利用
21	尽职调查	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	尽职调查
22	利益相关方沟通	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	利益相关方沟通
23	社会贡献	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	社会贡献
24	乡村振兴	□财务重要性 √影响重要性 □双重重要性	乡村振兴

注:根据本年度公司可持续发展议题重要性识别结果,《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告(试行)》(以下简称《14号指引》)规定的生态系统与生物多样性保护、科技伦理对公司不具有影响重要性或财务重要性,公司已按照《14号指引》第七条规定,在报告中进行解释说明。

老凤祥股份有限公司
2026年4月24日

证券简称:老凤祥 证券代码:600612 编号:临2026-019
老凤祥B 900905

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:

(下转B236版)

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

2026 第一季度报告

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。

重要内容提示

公司董事会及董事、高级管理人员保证季度报告内容的真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。

公司负责人杨奕、主管会计工作负责人凌晓静及会计机构负责人(会计主管人员)王真瑜保证季度报告中财务信息的真实、准确、完整。

第一季度财务报表是否经审计

□是 √否

一、主要财务数据

(一)主要会计数据和财务指标

单位:元 币种:人民币

项目	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减变动幅度(%)
营业收入	13,742,215,546.74	17,521,314,390.34	-21.57
利润总额	921,517,076.42	1,070,621,758.45	-13.93
归属于上市公司股东的净利润	547,053,537.21	613,046,259.08	-10.76
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	653,726,282.73	643,657,854.21	1.56
经营活动产生的现金流量净额	-2,349,187,765.15	3,548,291,665.79	-166.21
基本每股收益(元/股)	1.0458	1.1719	-10.76
稀释每股收益(元/股)	1.0458	1.1719	-10.76
加权平均净资产收益率(%)	4.06	4.79	减少0.73个百分点
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减变动幅度(%)
总资产	24,491,803,567.32	20,726,405,618.57	18.17
归属于上市公司股东的所有者权益	13,729,270,889.73	13,185,906,274.73	4.12

(二)非经常性损益项目和金额

√适用 □不适用

单位:元 币种:人民币

非经常性损益项目	本期金额	说明
非流动性资产处置损益,包括已计提资产减值准备的冲销部分	-9,433.86	
计入当期损益的政府补助,但与公司正常经营业务密切相关、符合国家政策规定、按照确定的标准享有、对公司损益产生持续影响的政府补助除外	55,358,368.36	
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外,非金融企业持有金融资产和金融负债产生的公允价值变动损益以及处置金融资产和金融负债产生的损益	-235,034,498.93	
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	4,121,608.04	
其他符合非经常性损益定义的损益项目	965,842.58	
减:所得税影响额	-43,649,528.46	
少数股东权益影响额(税后)	-24,275,839.83	
合计	-106,672,745.52	

对公司将《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益》未列举的项目认定为非经常性损益项目且金额重大的,以及将《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益》中列举的非经常性损益项目界定为经常性损益的项目,应说明原因。

□适用 √不适用

(三)主要会计数据、财务指标发生变动的情况、原因

√适用 □不适用

项目名称	变动比例(%)	主要原因
应收账款	789.50	应收账款期末余额比期初余额增