

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	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 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	2024年11月13日（周三）下午14:00~16:30
地点	公司通过“上证路演中心”网站（ https://roadshow.sseinfo.com ）采用网络远程的方式召开业绩说明会
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：马民良；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	<p>1.问：能否增加中期分红 答：感谢你的提问，公司原则上每个年度分配的现金红利不少于当年归属于上市公司股东净利润的百分之三十，公司近五年2018-2023累计分红43.73亿元，股利支付率（占同期净利润）是43.78%。公司董事会也会结合公司的盈利状况及资金需求等实际状况，提议公司进行中期现金分红。谢谢。</p> <p>2.问：您好，请问老凤祥三季度利润下降。原因，和三季度利润包括哪几部分 答：您好，感谢您的提问。公司的利润和营收主要来自于黄金珠宝首饰批发和零售业务。根据国家统计局的数据显示，限额以上的黄金珠宝销售自2024年4月开始出现同比下降的趋势。2024年1-9月累计同比下降3.10%，其中7月同比下降10.40%、8月同比下降12%、9月同比下降7.80%。近期中国黄金协会公布，前三季度国内原料黄金产量为268.068吨，同比下降1.17%；全国黄金消费量741.732吨，同比下降11.18%，其中，黄金首饰同比下降27.53%，金条及金币同比增长27.14%。2024年初至9月30日，上海黄金交易所的黄金收盘价涨幅约23%，每克金价上涨约111元。金价短期内的急速上涨对终端消费有较大的影响。</p> <p>3.问：今年第三季度营收和利润下降那么多，主要原因是什么？第四季度和全年营收和利润预期会如何？会低于去年吗？ 答：感谢您的提问。三季度经营情况的问题刚才已经回答，再做部分补充。金价短期内的急速上涨对终端的消费有较大的影响，随着零售终端的动销放缓，一定程度上影响了公司加盟商、经销商在订货会期间采购公司产品的积极性。为了支持渠道的销售，订货会期间我们对加盟商、经销商适时调整了销售政策，支持加盟商、经销商做市场营销的同时为消费者提供更好的服务，努力保障公司平稳运行。谢谢。</p> <p>4.问：今年能完成业绩目标吗？公司有没有回购或者增持股票的计划？ 答：感谢你的提问，有关2024年全年的经营情况，公司将根据信息披露的规定在2024年年报中公布，届时请查阅公司2024年年报。公司将继续通过着力创新研发，不断在金银饰品、大文教等产品的设计、开发、生产、营销等方面推陈出新，努力引领饰品消费潮流，促进消费提升。为吸引年轻消费群体，公司将继续不断拓展联名产品的开发和营销，推动品牌年轻化。拓展电商渠道，推进公司网上业务销售。充分运用老凤祥珍品私洽中心，举办产品</p>

销售专场,宣传产品、吸引客户、增强客户的黏性。目前,公司暂无回购或者增持股票的计划。谢谢。

5.问:今天上海市政府公布上海国企并购重组方案,公司有没有计划利用此机会解决b股问题?

答:感谢你的提问。公司始终关注B股相关事项,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、市场动态和相关案例,寻找适合公司自身的方案,适时妥善解决公司B股事宜。谢谢。

6.问:今年下半年股市回暖,之前公司购买的股票情况如何,有没有趁此机会解决?

答:感谢您的提问。公司目前持有的其他上市公司股票为历史存量股票,截至三季报披露时无新增的情况。公司将继续关注二级市场的整体态势,适时梳理和解决。谢谢。

7.问:谢谢您,能不能做一些市值管理工作,比如发布一些比较有信心的信息。个人认为公司市值被低估了,市值管理好一些,对公司和管理层也是积极因素

答:感谢你的提问。近期,中国证监会研究制定了上市公司监管指引第10号——市值管理(征求意见稿),我们也将根据监管的要求,切实提高合规意识,在合法合规的前提下,开展市值管理工作,做好投资者关系管理,推动上市公司投资价值充分反映上市公司质量。谢谢。

8.问:你好,在黄金价格高起情况下,所以黄金珠宝公司利润都下降了,请问老凤祥有可能把黄金首饰制造业向奢侈品转型吗

答:感谢您的提问。金价短期内的急速上涨、不断突破历史高位,对终端消费造成影响,同时对消费习惯和消费场景造成一定改变。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,形成自己的店铺形象矩阵,以适应新的消费场景,细分品牌形象,更好地适应市场潮流。同时,公司将继续不断拓展联名产品的开发和营销,推动品牌年轻化。充分运用老凤祥珍品私洽中心,举办产品销售专场,宣传产品、吸引客户、增强客户的黏性。谢谢。

9.问:您好,公司能适当降低短期贷款吗?

答:您好,感谢您的提问。公司的销售模式以批发为主,每年四次定期的大型订货会是公司的经营策略。订货会举办前,公司须根据生产、销售、市场需求情况需要提前备货,在前期销售资金尚未完全回笼之前,通过银行贷款、黄金租赁等方式解决资金缺口时间差的问题。公司的借款和还款计划会根据市场情况、销售计划等的预计进行及时调整。谢谢。

10.问:为什么今年公司的营收及业绩远差于其他同行业的上市公司,公司如何进行分析及解决?

答:您好,感谢你的提问。有关行业的整体情况详见前面有关已经回答的问题。行业中各品牌的销售策略和产品结构存在一定差异,公司的产品结构以黄金饰品为主,销售模式以批发模式为主,金价的短期快速上涨对终端饰品的消费影响较大。随着零售终端的动销放缓,一定程度上影响了公司加盟商、经销商在订货会期间采购公司产品的积极性。为了支持渠道的销售,我们适时调整了销售政策,第三季度订货会期间我们对加盟商、经销商进行了让利促销,支持加盟商、经销商有一定的价格空间去做市场营销为消费者提供更好的服务。后续,公司将继续创新研发新品,推陈出新营销策略,促进消费提升。不断拓展联名产品的开发和营销,推动品牌年轻化,吸引年轻消费群体。拓展电商渠道,推进公司网上业务销售。充分运用老凤祥珍品私洽中心,举办产品销售专场,宣传产品、吸引客户、增强客户的黏性。谢谢。

11.问：今年有的黄金品牌门店净减少，请问公司明年的开店计划，会有影响吗

答：感谢您的提问。公司根据自身市场拓展计划、实际经营情况、区域营销策略等方面，结合黄金珠宝首饰行业当前的市场发展趋势、消费者需求集中度和区域市场特点制定和调整当年的开店计划。谢谢。

12.问：您好，请问老凤祥公司能进一步提高黄金首饰毛利率吗？比如像老铺黄金一样。这样在金价剧烈上涨时，可以有护城河。

答：感谢您的提问。我们也一直在对标行业内的优秀企业，寻找借鉴，提升我们的运营质量。近年来，公司着重布局“藏宝金”、“凤祥喜事”主题店的发展，升级传统店，形成自己的店铺形象矩阵，以适应新的消费场景，细分品牌形象，更好地适应市场潮流。近期，我们对加盟商、经销商进行了让利促销，支持加盟商、经销商有一定的价格空间去做市场营销为消费者提供更好的服务。未来，我们还将持之以恒地结合黄金珠宝首饰行业当前的市场发展趋势、消费者需求，创新研发新品，推动品牌年轻化，吸引年轻消费群体，满足不同消费者的需求，谢谢。

13.问：您好，个人感觉特朗普上台后，在强美元情况下，金价会持续下跌。公司去年四季度利润较少，今年四季度如果能超额完成，全年还是能超越2023年的。

答：感谢您的提问。公司将及时关注和适应市场环境变化，着力提升自身的主营业务能力，保障公司稳定发展。谢谢。

14.问：谢谢公司领导在百忙之中回答我们的提问。

答：感谢您的提问，同时非常感谢其他所有参与本次业绩说明会的投资者。公司始终高度关注与投资者之间的互动，虚心聆听、接受投资者提出的宝贵建议和意见，不断提升公司投资者关系管理工作的水平和质量。希望能在在此基础上做好投资者关系管理，推动经营水平和发展质量提升，共同维护公司价值。公司将继续以稳健的经营为核心，全力保障公司可持续高质量发展，切实维护广大投资者的利益。谢谢。

15.我们在业绩说明会召开前通过邮件征询了投资者的提问，现就收到的来自投资者的问题整理汇总并进行如下统一回复：

问题 1：公司三季度收入利润双双大幅下降，是短期因素还是长期因素？是否能完成公司计划中的业务发展目标？2、漕溪路工业上楼项目是否只是政府推动的形象工程？有无进行的仔细的投资回报测算？3、以当前形势判断，中国珠宝零售市场是否已接近饱和？老凤祥未来增长方向在哪？4、结合当下公司增长情况，参照新修订的《公司章程》第一百五十六条，请问当前是处于成熟期还是成长期？5、藏宝金发展未来规划是什么？是只能依附于主品牌还是有可能参考老铺黄金独立发展？6、在珠宝行业发展趋势中，公司如何避免品牌之间同质化的竞争？如何去构建公司的长期差异化竞争优势？

答：感谢你的提问。根据国家统计局的数据显示，限额以上的黄金珠宝销售自 2024 年 4 月开始出现的同比下降的趋势。近期中国黄金协会公布，前三季度国内原料黄金产量为 268.068 吨，同比下降 1.17%；全国黄金消费量 741.732 吨，同比下降 11.18%，其中，黄金首饰同比下降 27.53%，金条及金币同比增长 27.14%。2024 年初至 2024 年 9 月 30 日，上海黄金交易所的黄金收盘价涨幅约 23%，每克金价上涨约 111 元。金价短期内的急速上涨对终端消费有较大的影响。结合当前形势，珠宝零售市场竞争激烈是日趋明显。公司未来的经营策略是，通过着力创新研发，不断在金银饰品、大文教等产

品的设计、开发、生产、营销等方面推陈出新,努力引领饰品消费潮流,促进消费提升。为吸引年轻消费群体,公司将继续不断拓展联名产品的开发和营销,推动品牌年轻化。拓展电商渠道,推进公司网上业务销售。充分运用老凤祥珍品私洽中心,举办产品销售专场,宣传产品、吸引客户、增强客户的黏性。

公司近年来也关注和对标竞争对手,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,形成自己的店铺形象矩阵,以适应新的消费场景,细分品牌形象,更好地适应市场潮流。同时在区域营销策略、资金等方面集中优势资源,根据不同区域市场特点,实施销售策略,以保持领先优势。在珠宝行业发展趋势中,公司通过创建、提升老凤祥品牌知名度、美誉度、忠诚度;拓展巩固渠道优势;构建完整的产业链和规模化生产制造能力;培养人才和集聚技艺优势,丰富和扩展自身产品品类;来构建公司的长期差异化竞争优势。

漕溪路270号园区内建筑于上世纪70年代起逐步建设、合并而成,已呈现建筑明显陈旧老化、年久失修的特征,且软件系统无法升级,已不能满足公司未来生产及发展需要。为了有效提升公司金银珠宝首饰和工艺美术板块的绿色、智能、集约发展水平,改善企业生产经营环境和整体面貌,公司启动园区改造工程,加快推动工业上楼,打造新型智造空间。漕溪路270号园区工业上楼项目是为满足公司未来生产和经营业务发展需要,符合公司“十四五”发展总体规划,是助推公司转型升级、提质提速高质量发展、发展新质生产力的关键举措,有利于为公司持续、稳健发展提供保障。公司已经委托专业机构进行投资规划和测算,提升公司金银珠宝首饰和工艺美术板块的绿色、智能、集约发展水平。市场在不断地变化发展,成熟期、成长期只是相对的,公司始终审慎应对市场环境变化,提前筹谋布局,推动市场拓展,不断提升市场覆盖面和占有率。谢谢。

问题2: 请问公司三季度营业额大幅下降的原因具体是什么? 是否有部分收入在转移到了下一季度确认? 珠宝市场整体下降幅度和公司变动出入较大, 请问公司是否出现运营或内部问题导致营业额发生大幅度跳水?

答: 感谢你的提问。有关行业的整体情况详见本次业绩说明会已经回答的问题。金价短期内的急速上涨对终端的消费有较大的影响。随着零售终端的动销放缓,一定程度上影响了公司加盟商、经销商在订货会期间采购公司产品的积极性。为了支持渠道的销售,我们适时调整了销售政策,第三季度订货会期间我们对加盟商、经销商进行了让利促销,支持加盟商、经销商有一定的价格空间去做市场营销为消费者提供更好的服务,第三季度订货会因为叠加了让利促销以及首饰金比重下降、金条比重上升,公司的毛利率有所下降。除上述原因之外,公司经营管理活动正常、运营正常。谢谢。