

股票简称：老凤祥
老凤祥 B

股票代码：600612
900905

编号：临 2026-035

老凤祥股份有限公司

2026 年半年度“提质增效重回报”行动方案评估报告

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个别及连带责任。

为深入贯彻党的二十大和中央金融工作会议精神，落实国务院《关于进一步提高上市公司质量的意见》的要求，老凤祥股份有限公司（以下简称“公司”）积极响应上海证券交易所（以下简称“上交所”）《关于开展沪市公司“提质增效重回报”专项行动的倡议》，制定了《公司 2026 年度“提质增效重回报”行动方案》。现将 2026 年上半年的具体情况报告如下：

一、制定“十五五”规划，全面推进落实各项改革发展任务

报告期内，公司全面完成“十五五”规划制定，明确公司“十五五”期间深化和实施改革的目标。公司下属上海老凤祥有限公司、上海工艺美术有限公司、中国第一铅笔有限公司三个主营业务板块子公司制定各自的五年改革发展规划，并细化各项改革实施方案和目标，以及每一年需落实完成的重点任务，将规划落地融入年度工作各环节。

二、调整内部业务架构，着力经营提质增效

根据公司发展规划并结合当前市场变化，上半年公司对下属上海老凤祥有限公司的 internal 业务架构进行系统性重组调整。重点整合了生产中心、产品中心、销售中心三大核心业务模块，拟形成“分工明确、协同高效”的组织运转模式，实现管理下沉、流程优化、响应提速，促进公司整体运营效能的提升。下半年公司将继续纵深推进生产、产品、营销三中心整合第二阶段重点工作，理顺跨中心协同管理机制，推动设计资源对接生产端、生产产能匹配市场端、市场需求反哺产品研发，实现全链条资源集约高效运转，从体制机制层面赋能公司整体经营提质增效。

三、聚焦主营业务，推进高质量发展

2026 年上半年，公司实现营业收入 1,998,675.24 万元，同比下降 40.08%；实现归属于上市公司股东的净利润 71,581.63 万元，同比下降 41.34%。归属于上

市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 82,170.72 万元，同比下降 21.96%。近几年国内黄金珠宝行业进入深度调整阶段，2026 年上半年，因受黄金价格高位大幅波动、黄金税收新政落地执行、国内黄金消费结构持续分化以及消费结构转变等影响，公司黄金珠宝业务销售量同比下降。其中公司金条、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，受此影响，公司批发业务中此类产品的销售量同比下降明显，同类产品销售同比下降约 80%。面对行业变革，公司年初对行业趋势变化进行研究和预计，制定了公司由规模扩张向推动高质量发展的战略。为应对市场变化，报告期内公司快速调整经营策略，开发和推出多种品类的新产品，上半年黄金饰品类产品销售同比略有增长，公司 2026 年上半年度毛利率为 12.16%，较去年同期增加 3.48 个百分点。报告期内，上海地区直营店零售收入同比增长 7.97%，上海地区可比直营连锁门店（剔除时段中新开和关闭的门店）销售同比增长 9.06%。以下为应对市场变化，公司聚焦主营业务，推进高质量发展采取的主要措施：

（一）积极应对市场变化，持续拓展市场

1.全力以赴稳市场。先后组织召开了“迎新春”“迎五一”两场全国订货会，并组织下属供货单位参加各省市多场小型专场供货会。召开全国合资公司、总经销经济工作会议，研究探讨市场形势，鼓励、支持总经销、经销商更好地开拓和稳定市场。

2.优化区域运营模式。报告期内，新设成立老凤祥湖南公司，完善了公司在中部区域战略布局，为深耕华中核心市场，盘活区域增量、辐射华中周边市场筑牢基础。下半年，为进一步激发外省市市场活力、提升区域运营效能，公司将系统性优化外省市区域合作与管理模式，结合各区域市场发展阶段与业务特性，实施差异化精准调整。

3.革新销售渠道，试点推广直营管理模式。为适配税收新政策及市场变化，自五月起全面铺开网点数字化系统，目前已有 500 余家门店接入公司直销金条线上网店，打通了线上预订、线下销售链路。下一步将继续通过销售渠道的革新和调整，进一步加强公司终端市场控制力，直接触达终端消费者，快速掌握终端市场动态，及时响应消费需求变化。

4.提升终端渠道质量。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，全面推进渠道网络的战略性布局。截至 2026 年 6 月末，公司共计拥有境内外营销网点达到 4,916 家，其中直营店 213 家（含境外直营店 16 家）、加盟店 4,703 家。报告期内公司网点数量有所下降，系公司主动对加盟渠道进行了优化调整。2026 年上半年公司累计关闭三、四线城市低坪效加盟店 342 家，占加盟店总关店数量约 63%，新开一、二线城市加盟店 71 家，占加盟店总新开店数量约 67%。

5.打造全新的品牌形象门店。报告期内，公司在优化区域运营模式、提升区域门店质量的同时，推进战略形象门店落地工作。7 月下旬公司新的战略形象门店老凤祥珍品快闪店落地上海万象城，并于 8 月中旬携手老凤祥品牌代言人丁禹兮进行了启幕仪式、品宣活动。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，秉持百年匠心传承，展现了老凤祥高端东方黄金珠宝的品牌定位，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。

（二）聚焦产品研发创新，构建产品系列矩阵

针对市场需求和黄金税收政策的变化，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。报告期内，公司旗下三大板块坚持创新赋能产业升级，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。其中“鱼悦”为老凤祥主推的新品系列，“奇骥”系列为老凤祥马年主推的生肖新品，两款系列新品自 2025 年 9 月在上海国际首饰文化节首发至今，总销售额分别突破 4 亿元、9 亿元，凭借精准的文化定位与产品创新，逐步形成了爆款产品。2026 年 3 月，老凤祥新锐设计师的作品《金翎凌空》及《游园会·旋转奇境》获得香港国际时尚足金首饰设计比赛足金组 30 克以上、30 克以下两项冠军。在坚持原创设计同

时，公司积极开展与热门 IP 跨界合作，与侏罗纪世界联名推出 17 款恐龙主题银饰、黄金饰品及白银霸王龙摆件。7 月起集中组织多品类新品面市，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。IP 联名使产品从单纯的首饰升级为承载情感记忆的文化符号，有效触达了年轻消费群体。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，依托产品创新有效激活市场新增量，培育品牌发展新动能。

（三）开展品牌传播，提升品牌价值

公司积极开展老凤祥品牌推广、文化传播。上半年，公司携国家级非遗技艺作品、大师原创设计精品、高端翠钻珠宝、国潮新品及 IP 联名系列，集中亮相第 42 届香港国际珠宝展、2026 上海国际珠宝展、第六届中国工艺美术博览会等国内外重磅行业展会，全方位展示公司非遗工艺传承成果与现代设计创新实力，并荣获“时尚中国·非遗传承典范奖”，并成功入选“上海十大时尚事件”。

以代言人 IP 运营为核心抓手，激活线上电商渠道活力，推动品牌年轻化转型。联动天猫、京东等主流电商平台，创新打造线上营销场景，联合天猫打造“如鱼得水，悦见倾心”超级首饰直播盛典，搭建沉浸式国风直播场景，分五大篇章集中展示非遗工艺、原创新品与潮流系列产品。持续运营短视频、新媒体矩阵，通过内容种草、主题直播、短视频传播等多元化线上营销，精准触达年轻消费群体，稳步提升线上流量转化率，实现线上渠道持续增量、高效放量。2026 年上半年，公司线上销售为 1.5 亿元，同比增长约 255%，GMV 增长 238%，客单价同比增长 15%，流量总计同比增长 179%，电商消费人群资产同比增长 80%。同时，公司持续构建全方位、常态化、体系化的品牌保护机制，筑牢品牌发展护城河。常态化开展商标监测、检索筛查，持续对近似商标、恶意抢注商标开展异议、无效、撤三等维权工作，上半年多起商标侵权案件顺利胜诉，有效遏制市场仿冒乱象。

四、聚焦产业转型升级，不断夯实发展基础

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。经评选公示，2026 年 7 月 31 日，公司下属上海老凤祥有限公司获得 2025-2026 年上海市

市长质量奖，获奖项目为“传承为本、创新为魂”珠宝时尚消费质量管理模式。作为上海市政府质量奖励体系中的最高荣誉，上海市市长质量奖自设立以来，遴选管理先进、质量卓越、品牌突出的标杆企业。此次获奖，是国内珠宝首饰时尚消费品牌企业截止目前获得的最高级别政府质量奖，印证了公司质量管理实践具备行业示范价值，为消费品产业质量升级提供可借鉴的实践样本。公司将持续健全全流程、全链条、全环节质量管理体系，把质量管控贯穿研发、生产、检验、销售、终端全流程。各生产单位持续优化生产工艺、细化操作标准、严控工序质量，不断提升工艺精度与成品品质，巩固老凤祥精工品质的市场口碑。同时，聚焦产业转型升级、产能提质增效，深入践行绿色低碳发展理念，全力推进漕溪路270号“工业上楼”智造园区项目建设。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月正式开工建设。今年上半年顺利完成桩基施工、土方开挖、地下结构施工等关键节点任务，工程进度平稳可控、质量标准严格落地。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。

五、高度重视投资者回报，持续稳定现金分红

（一）重视股东回报，维护股东权益。公司高度重视投资者回报，根据自身发展阶段、行业特性、盈利能力及重大资金使用计划，严格按照《公司章程》及相关法律法规制定分红政策实施分红方案，为投资者带来长期、稳定的投资回报。2025年内，公司首次实施中期分红，增加现金分红频次，稳定投资者的分红预期。公司2025年半年度向全体股东每股派发红利0.33元（含税），总金额172,628,862.12元。2025年年度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（含税）。2025年半年度和年度现金分红已分别于2025年10月、2026年7月实施完毕。以此合计整个2025年度派发现金红利总额为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%，较2024年度提高约三个百分点。

公司第十一届董事会第二十四次会议及公司2025年年度股东会审议通过了《关于2026年度中期分红安排的议案》。根据股东会的授权，公司第十二届董事会第三次会议审议通过了《关于2026年半年度利润分配方案的议案》，向全体股东每股派发红利0.20元（含税），总金额为104,623,552.80元，计划于董事会审

议通过后的 2 个月内实施完毕。

截至 2026 年 6 月末,公司自 1992 年上市以来累计现金分红 27 次(包括 2026 年中期的计划分红),现金分红总额累计达到 93.96 亿元,股利支付率为 43.29%。

(二)持续加强市值管理。根据中国证监会《上市公司监管指引第 10 号——市值管理》的要求公司制定了《市值管理制度》,关注市值管理与经营管理工作的深度融合,聚焦主业高质量发展,持续提升核心竞争力,加强高质量的信息披露、多渠道的投资者沟通,不断提升资本市场对公司的认同,依法合规开展市值管理工作,为广大投资者创造可持续回报。

六、紧密维护投资者关系,持续提升信息披露质量

公司高度重视投资者关系建设,积极畅通投资者之间的深度沟通机制,常态化召开业绩说明会。2026 年上半年内,公司组织召开 2025 年度和 2026 年一季度业绩说明会,采用网络互动、宣传视频、文字交流等多种形式,促进构建公司与投资者之间的良性互动。

进一步深化投资者关系管理。公司不断丰富沟通渠道,通过接待现场调研、投资者热线、投资者邮箱、上证 E 互动、走进上市公司活动等方式,多渠道促进投资者交流,听取意见建议,及时回应投资者诉求,增强投资者对公司的业务理解 and 价值认同。为深入贯彻资本市场新“国九条”精神,践行以投资者为本的理念,搭建投资者与上市公司沟通的桥梁,营造理性投资、价值投资、长期投资的市场氛围,2026 年 6 月 2 日,在上海证券交易所指导下,公司与中国国际金融股份有限公司举办国际投资者走进上市公司交流活动,组织投资者走进公司开展实地调研、交流活动。

七、不断夯实公司治理,持续提升规范运作水平

公司根据 2026 年度“提质增效重回报”专项行动方案,完善制度建设、提升公司治理水平。本报告期内,根据新《公司法》及中国证监会及上海证券交易所新颁布、修订的制度,在前期基础上对公司有关制度进行了修订和制订,并完成审议程序,履行了披露义务。具体包括:修订《公司募集资金管理制度》《公司关联交易管理制度》《公司担保管理制度》《公司独立董事工作制度》《董事会提名委员会实施细则》《董事会薪酬与考核委员会实施细则》《公司总经理工作细则》《公司董事会秘书工作制度》等八项制度;制定《公司董事、高级管理人员

薪酬管理制度》《公司股东会网络投票制度》《公司中小投资者单独计票管理办法》《公司累积投票制度》等四项制度。

同时，为进一步加强和完善公司内部控制及管理体系，提升制度文件的合规性、适用性和可操作性，公司于报告期内启动并开展了 2026 年度内控制度全面修订工作，成立了相应的领导小组和工作小组，并聘请专业机构共同推进具体工作。在原有内控制度的基础上，进一步全面融入公司运作的各个细分环节，细化内部控制的覆盖面，提升公司内控治理水平。

公司积极践行 ESG 管理理念，将可持续发展理念融入企业文化和发展策略，并于《公司 2025 年年度报告》发布时披露了《公司 2025 年度环境、社会及公司治理（ESG）报告》。公司 2025 年度可持续发展成果获得 Wind ESG AA 级别评级。

八、强化“关键少数”责任，牢固树立合规意识

因第十一届董事会于 2026 年 6 月届满，公司于上半年完成了董事会换届选举的各项工作，新任第十二届董事会董事参加了上海辖区 2026 年上市公司董事、高管培训。报告期内，为深入贯彻落实新修订的《上市公司治理准则》，提升上市公司“关键少数”的履职能力和自律意识，组织公司总部及重要子公司的核心管理层和业务负责人开展了 2026 年度治理与合规管理培训。通过定期传递监管要求和动态，常态化组织参加相关合规培训，加强“关键少数”人员对资本市场相关法律法规、专业知识的学习和合规意识，进一步完善和规范公司治理。

公司持续落实独立董事制度改革要求，为独立董事履职提供保障。公司通过召开独立董事专门会议、开展独立董事实地调研参观等方式充分发挥独立董事参与决策、监督制衡、专业咨询的作用，推动更好实现董事会定战略、作决策、防风险的功能。公司按照国资监管和证券监管要求，完善外部董事工作机制，定期组织外部董事赴公司项目开展调研，提高外部董事对公司的了解，发挥外部董事参与公司治理作用。

九、其他说明及风险提示

公司将持续推进“提质增效重回报”行动相关工作，聚焦主业，不断提升企业核心竞争力，推动公司高质量发展再上新台阶。坚持规范运作，提高信息披露质量，积极向投资者共享发展成果，切实增强投资者的回报。

本评估报告的公告不构成公司对投资者的实质承诺，未来可能会受到行业发

展、市场环境等因素的影响，具有一定的不确定性，敬请广大投资者注意相关风险。

特此公告。

老凤祥股份有限公司

2026 年 8 月 27 日