

股票简称：老凤祥
老凤祥 B

股票代码：600612
900905

编号：临 2026-036

老凤祥股份有限公司

关于公司 2026 年第二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 年第二季度连锁网点变动情况及公司 2026 年第二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 年下半年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 6 月末，公司“老凤祥”品牌共计拥有连锁营销网点达到 4,916 家。有关截至 2026 年 6 月 30 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 (2026 年 3 月 末)	2026 年第 2 季 度新增数	2026 年第 2 季 度减少数	期末数 (2026 年 6 月 末)
直营零售				
上海地区	161	1	-1	161
国内外省市	36	4	-4	36
中国香港地区	11	0	0	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	4,956	59	-313	4,702
境外地区	1	0	0	1
小计	4,957	59	-313	4,703
合计	5,170	64	-318	4,916

公司坚持“提质增效、精准布局”的渠道调整开拓策略，2026 年上半年累计关闭三、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%。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。

有关 2026 年下半年内拟新开连锁营销网点预计情况如下表：

黄金珠宝首饰	门店数量	门店来源	建筑面积	预计开业时间
--------	------	------	------	--------

连锁营销网点	(家)		(平方米)	
直营零售和加盟				
上海地区	8	租赁	700	第三、四季度
国内外省市	71	租赁及加盟	5,600	第三、四季度
中国香港地区	0	租赁	/	第三、四季度
其他境外地区	0	/	/	/
合计	79	/	6,300	/

有关截至2026年6月30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) (2026年3月 31日)	2026年第2季 度新增面积 (平方米)	2026年第2季 度减少面积 (平方米)	期末面积 (平方米) (2026年6月 30日)
直营零售				
上海地区	24,687.59	141.44	-99.00	24,730.03
国内外省市	3,100.00	0.00	-100.00	3,000.00
中国香港地区	963.78	0.00	0.00	963.78
其他境外地区	859.72	0.00	0.00	859.72
小计	29,611.09	141.44	-199.00	29,553.53

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	
	2026年3 月末	2026年6 月末	2026年3 月末	2026年6 月末	2026年3 月末	2026年6 月末
上海地区	21	22	5	5	135	134
国内外省市	100	99	28	27	4,864	4,612
中国香港地区	1	1	0	0	10	10
其他境外地区	0	0	0	0	6	6
合计	122	122	33	32	5,015	4,762

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。

三、2026年1-6月主要经营数据

(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	60,199,951.95	-27.62
珠宝首饰	18,299,427,678.81	-35.11
黄金交易	1,510,660,380.30	-69.48
工艺品销售及其他	22,511,816.83	-3.99
合计	19,892,799,827.89	-40.19

（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	19,593,791,409.46	-40.39
境外销售	299,008,418.43	-23.04
合计	19,892,799,827.89	-40.19

2026年1月-6月，公司综合毛利率为12.16%，同比增加3.48个百分点；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%。

四、2026年1-6月公司已推出的新品情况

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、金翎凌空2款
藏宝金	《藏福》系列新品23款
	《纳吉》系列新品26款
IP款	迪士尼联名新品15款、凤祥宝宝22件

公司着重开发首饰新品，立足国风美学、现代简约、轻奢时尚三大核心设计方向，7月起集中组织多品类的新品系列面市。具体包括：法国设计师联名凤凰系列大师款8件，商业款10件；羊年新品100余件；鱼悦、纳吉、藏福、花花唐、X系列、凤祥宝宝等系列新品150余款。同时积极开展热门IP跨界合作，开发IP卡皮巴拉10件；IP仙剑20件。上述新品预计于9月订货会进行推广。

五、2026年第二季度内公司主要营销活动

1、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。

2、2026年6月10日，老凤祥官宣独家总冠名品牌代言人丁禹兮成都演唱会（7月18日-19日），同步推出老凤祥全新运动主题X系列新品，切入年轻潮流赛道，依托全平台新媒体矩阵开展宠粉互动，实现品牌曝光、新品种草、粉丝沉淀、区域引流，提升Z世代群体对老凤祥品牌认可度。

3、2026年5月，老凤祥携手天猫举办“如鱼得水，悦见倾心”超级首饰发布直播。5月8日至11日，参展2026上海国际珠宝首饰展览会，以“藏宝金”为主题展示非遗金银细工技艺，主推“鱼悦”“奇骥”系列产品，并推出侏罗纪世界、圣斗士星矢IP联名系列。对接上海“五五购物节”，围绕“乐购上海悦享‘金’彩”开展系列促销，通过黄金克减、平台让利、票根联动、银龄尊享、会员专属福利等多项优惠政策，拉动终端消费，激活市场活力。

4、2026年6月26日，2026FE电动方程式世锦赛上海首发活动启幕。老凤祥作为赛事合作伙伴，为赛事定制专属奖杯、奖牌及GEN4金车模型。

5、2026年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，将作为公司门店迭代优化升级的标准化范本。

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8月27日