

公司代码：600612

900905

公司简称：老凤祥

老凤祥 B

老凤祥股份有限公司
2024 年年度报告摘要



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、监事会及董事、监事、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2024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1.72元（含税），总金额为899,762,554.08元（B股红利按2024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2,652,011,170.77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。该预案尚需股东大会审议批准。

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	邱建敏	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) 54480605	(021) 54480605
传真	(021) 54481529	(021) 54481529
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：2024 年，全国黄金消费量 985.31 吨，与 2023 年同期相比下降 9.58%。其中：黄金首饰 532.02 吨，同比下降 24.69%；金条及金币 373.13 吨，同比增长 24.54%；工业及其他用金 80.16 吨，同比下降 4.12%。2024 年，在整体黄金珠宝消费疲软，库存周转率下降的背景下，黄金珠宝企业及时调整生产经营策略，推动产品创新。由于国际局势动荡、冲突加剧，黄金避险保值属性凸显，金条销量出现大幅上升。

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。2024 年，老凤祥有限营业收入占到公司总额的 99.36%，利润占到公司总额的 89.89%，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

	2024年	2023年	本年比上年 增减(%)	2022年
总资产	22,731,142,401.49	24,333,847,842.95	-6.59	26,004,840,307.89
归属于上市公司股东的净资产	12,498,088,299.41	11,573,982,195.33	7.98	10,128,063,857.70
营业收入	56,792,876,456.39	71,435,641,416.14	-20.50	63,010,144,202.99
归属于上市公司股东的净利润	1,949,801,688.80	2,214,395,285.15	-11.95	1,700,343,002.10
归属于上市公司	1,803,456,053.77	2,155,735,042.54	-16.34	1,727,005,552.93

司股东的扣除非经常性损益的净利润				
经营活动产生的现金流量净额	2, 938, 650, 017. 71	7, 211, 579, 960. 46	-59. 25	964, 083, 141. 66
加权平均净资产收益率（%）	16. 20	20. 53	减少4. 33个百分点	17. 60
基本每股收益（元 / 股）	3. 7273	4. 2331	-11. 95	3. 2504
稀释每股收益（元 / 股）	3. 7273	4. 2331	-11. 95	3. 2504

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	25, 629, 817, 893. 74	14, 329, 065, 452. 07	12, 622, 782, 772. 87	4, 211, 210, 337. 71
归属于上市公司股东的净利润	801, 894, 481. 24	601, 915, 075. 03	372, 048, 105. 36	173, 944, 027. 17
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	834, 662, 346. 86	624, 892, 496. 45	238, 699, 442. 98	105, 201, 767. 48
经营活动产生的现金流量净额	4, 081, 339, 876. 11	1, 033, 533, 709. 17	1, 432, 270, 723. 66	-3, 608, 494, 291. 23

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

☐适用 ☒不适用

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）					43, 363		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					42, 254		
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	质押、标记或冻 结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	

				股份 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
全国社保基金四一四组合	3,054,686	9,114,443	1.74	0	未知		未知
SHENWAN HONGYUAN NOMINEES (H. K.) LIMITED	2,197,573	7,158,767	1.37	0	未知		未知
龙悦网络有限公司	0	6,638,299	1.27	0	未知		未知
中国农业银行股份有限公司一易方达消费行业股票型证券投资基金	2,902,378	6,424,872	1.23	0	未知		未知
全国社保基金一零九组合	5,601,400	5,601,400	1.07	0	未知		未知
香港中央结算有限公司	-2,887,002	5,440,016	1.04	0	未知		未知
GUOTAI JUNAN SECURITIES (HONG KONG) LIMITED	-570,222	5,280,031	1.01	0	未知		未知
NORGES BANK	0	3,669,541	0.70	0	未知		未知
VANGUARD TOTAL INTERNATIONAL STOCK INDEX FUND	-358,381	3,113,572	0.60	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。

2024 年，公司实现营业收入 567.93 亿元，同比降低 20.50%；利润总额 34.18 亿元，同比降低 14.10%；归属于上市公司股东的净利润 19.50 亿元，同比降低 11.95%。2024 年公司主要经营工作如下：

1、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

公司在第三轮（2023 年度）国资改革“双百”行动专项评估中被评为优秀企业。2024 年，公司持续深化推进“双百”行动改革，全面落实《全力推动高质量发展三年行动计划（2023-2025 年）》，加快构建发展新格局。**进一步推动职业经理人制度部署落实和改革深入。**在股份公司层面全面实行职业经理人制度，完成市场化选聘股份公司总经理、副总经理，实现经理层全体成员的任期制和契约化管理。截至 2024 年底，股份公司及下属 37 家法人企业、3 家独立核算部门已实现职业经理人制度全覆盖。公司构建了基本完备的职业经理人制度，市场化用人、激励、考核机制得以逐步深化和落实，体制机制活力不断释放。**优化升级传统产业，依托自身优势发展新质生产力。**报告期内，老凤祥东莞珠宝首饰有限公司升级产品加工工艺，优化精品倒模操作标准，突破了生产技术难题；扩建 CNC 车间，改革开坯工艺，提升了 CNC 产品精度。老凤祥（东莞）珠宝镶嵌首饰有限公司改组黄金镶嵌产品生产线，不断提升设计创新和产品升级能力，全年完成一千多件新品的设计开发。老凤祥海南加工基地产能持续增长，工美公司获国际森林认证（FSC 认证）。公司通过研发新工艺、应用新技术，持续推进工艺创新，提升产品质量和附加值。同时有序推进设备替换，降低能源消耗，减少危化品使用，持续加强生态环境保护，履行社会责任。**加快推进智能制造。**在公司下属 6 家工厂试点云智造智能工厂项目。围绕消费者需求，从制造端、销售端等多方面提升数智化运营和智能制造能力，打造全链条智能化的云智造平台，实现“快产、快销、快补”的生产模式。为配合公司漕溪路园区“智造空间”项目改造，年内公司顺利完成了生产、经营、办公的搬迁过渡，同时统筹推进项目的各项工作。通过数字技术与业务运营的深度融合，推进新型工业化，为展新质生产力夯实了发展基础。

2、多措并举，推进线上线下融合的全渠道建设，加快转型发展

2024 年，世界经济增长动能不足，国内有效需求不足、消费不振，叠加黄金价格持续上涨不断刷新历史新高，导致黄金珠宝消费疲软，行业内各品牌企业竞争日趋激烈，关店趋势加速。面对机遇与挑战并存的形势，公司深入调研各地市场，坚决贯彻“提质增效、稳中求进”的高质量发展方针，务实推进各项经营策略，调整优化市场布局，努力保持行业领先地位。**不断推出、实施激励政策和振兴市场新举措，赋能经销商，努力保持市场渠道稳定。**通过加大对新开零售店的广告投入、逐步开放线上授权销售与推广引流授权，帮助经销商开拓销售渠道，保持市场开拓力度。支持经销商联合推广新品，提高经销商新品推广参与度与积极性。**优化渠道建设，成立区域子公司，开设区域直营店，努力拓展市场增量，提升市场占有率。**2024 年，公司与经销商合资组建了老凤祥东北首饰有限公司，为促进东北地区业务统一、规范、快速发展打下基础。老凤祥湖北旗舰店、西藏总店、甘肃旗舰店、香港“藏宝金”主题店、“凤享好礼”舟山区域三家门店相继开业，增强了老凤祥品牌影响力，提升了在当地的市场占有率。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，香港、美国、加拿大等境外零售业绩实现增长。截至 2024 年末，公司共计拥有境内外营销网点达到 5838 家，其中直营店 197 家（含境外直营店 15 家）、加盟店 5641 家。**推进线上线下融合转型发展。**为适应消费需求和消费习惯的变化，抓牢新消费群体，在前期试点的基础上，公司优化业务体系组建成立电商部。通过线上线下结合、会员商城、私域引流等方式融合转型发展，电商业务与线下业务形成互补，树立了老凤祥品牌的线上新形象。同

时公司依托线下门店，加大了对抖音、小红书等新媒体的广告投放，通过网络直播等新型销售方式吸引不同层级客户群体。报告期内，公司精选部分品类商品开展线上销售试点，首次在全国范围跨区域联动千余家门店开展抖音本地生活团购活动。通过上述举措，逐步建立了线上线下融合的运营模式，为下一步融合转型的升级发展打下基础。

3、精选新品主题，加速产品创新，助推经典焕新

公司牢牢把握国潮新品增长点，通过对消费者需求、偏好、习惯变化的研究，深挖品牌文化内涵，精耕创新研发，不断延伸和丰富原创设计精品。**精选新品主题，持续加强老凤祥原创产品的研发、焕新。**以“藏宝金”“凤祥喜事”以及时尚新品为主线，推出“钱龙赐福”“巴洛克花园”“前沿”“范”等足金首饰和彩宝系列年度主题新品；以“风尚金潮”为主题，展示金饰绳艺文化节以及眼镜、腕表等多品类产品，为消费者带来多元化、高品质选择。公司新品的开发注重产品与市场的双向驱动，不断对各系列产品进行创新、迭代、优化，以确保产品能更快地适应消费需求的变化。同时进行系列营销推广，精准定位目标客群，强化产品与消费者的情感联系，让老凤祥品牌文化和内涵深入人心。公司知识产权数量和专利保护齐头并进，专利申请数达 186 项，截至 2024 年底拥有发明专利 34 项，有效授权专利共计 869 项。

进一步加强与知名 IP 联名跨界合作。报告期内，老凤祥携手万代南梦宫推出国内首款机动战士“高达”纯黄金系列产品、联名米哈游开发《星穹铁道》系列产品、与网易游戏旗下手游《蛋仔派对》合作打造独具特色的时尚产品，进一步加强与知名 IP 联名跨界合作。这些跨界合作以“引领新时尚、定义新潮流”的理念，将产品主题元素与精湛的黄金工艺相结合，赢得了市场与口碑的双丰收。此外，老凤祥荣获 CLE 展览提名奖，被列为顶流 IP 称号，在老字号品牌中处领先地位。**紧跟国潮时尚趋势，设计开发具有鲜明 IP 标识的特色产品，推进自有产品 IP 化新发展模式。**工美公司推动旗下工艺美术产品向特色型、创意型、个性化和精品化方向发展，相继推出福福贴贴金卡、Q 版千手观音、Q 版关公等体现工美特色的新品，获市场反响良好。这些产品更具差异化、更有市场竞争力，成为国潮新品增长点。中铅公司实施“百城千点”推送活动，新增中华品牌销售终端 300 余家，新品及文教类产品占比超过 40%，实现定制产品从 OEM 向 ODM 转型，扩充了下游销售渠道。以“铅笔专家、铅笔大王”为主题，通过 CSF、上海书展、老字号展、CLE 四大展会，推出中华 101 绘图铅笔 70 周年版本 2 款产品，形成有互动需求、定制需求、授权需求三位一体的品牌经营模式，开辟了大文教新品类、新渠道、新营销的发展方式。

4、加快厚植品牌底蕴，强化品牌建设，提升品牌价值

2024 年，公司以老凤祥“名人、名牌、名店、名品”的文化为特色，积极开展品牌推广、文化传播，实施老凤祥品牌力提升计划。报告期内，公司继续加强与行业的沟通合作，以国际化视野强化品牌建设，不断提升品牌的国际知名度和影响力。老凤祥品牌登陆巴黎时装周、成功举办 2024 老凤祥国际首饰文化节、参展 2024 中国国际珠宝展、香港国际珠宝展、美国拉斯维加斯国际珠宝展等，老凤祥品牌频繁亮相国内和国际各大珠宝展会。2024 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“Brand Finance2024 年中国品牌价值 500 强”第 137 位，较去年跃升 33 位；位列“上海百强企业”第 34 位，较去年上升 2 位。与此同时，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，统一全国经销商售后标准；建成舆情监控系统，助力舆情高效管控。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。老凤祥“百年品牌，诚信为金”案例入选上海市 2024 年度“诚信兴商”典型案例和优秀案例。报告期内，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，处理商标纠纷、诉讼等各项相关事务，累计提交商标异议申请 68 个、无效申请 26 个、撤三申请 39 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 83 份，公司品牌维权成效显著。

5、健全制度，加强合规体系建设，持续完善上市公司治理

为进一步完善公司法律合规管理体系。报告期内，公司根据国资委的要求，成立了合规管理委员会，制定《公司合规管理暂行办法》《公司 2024 年度合规管理工作计划》，修订《公司经营管禁止行为的若干规定》《合同管理操作指引》。**持续完善上市公司治理。**公司根据新《公司法》《上市公司独立董事管理办法》《关于修改〈上市公司章程指引〉的决定》《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》（2023 年修订）等法律法规相关规定，在逐项对标检查、总结的基础上修订了《公司章程》。《公司章程》中明确了建立公司合规管理组织架构等条款内容。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》的要求，完成公司 ESG 顶层设计及治理体系建设。根据《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》，结合公司实际和行业特性，编制了初步披露框架，明确了 ESG 信息披露的具体指标和内容，为下一步细化和完善 ESG 报告打下基础。2024 年，公司继续参与举办了 ESG 全球领导者大会，致力可持续发展与业务发展有机融合。

6、强化信息建设，深化数字化转型赋能、巩固风险防范基础

推进数字化转型赋能。2024 年，公司通过构建业财一体、高效协同、互联互通的信息化管理系统，将公司及下属企业的各个业务环节有机结合。加大数电发票推广和管理力度，建立数电发票管理平台。完成银楼公司及旗下门店的零售系统、海南厂、湖北分公司的业务系统的整合工作，实现数据流程承上启下、规整数据、规范流程的核心作用。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。**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，实现了“横向到边、纵向到底”安全管理全覆盖。强化人员培训，完成公司系统内各级党政领导、部门负责人和安全管理干部参加安全生产法规培训，坚持将安全隐患排查治理工作常态化，确保企业安全、稳定、健康运行。

2、公司年度报告披露后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：2025 年 4 月 29 日