

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

CHOW TAI FOOK JEWELLERY GROUP LIMITED

周大福珠寶集團有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

股份代號: 1929

截至2026年6月30日止三個月

未經審核主要經營數據

周大福珠寶集團有限公司(「本公司」)連同其附屬公司(「本集團」)謹此宣佈本集團截至2026年6月30日止三個月(「第一季度」或「季內」)若干未經審核主要經營數據。本公告所載的未經審核主要經營數據應與本公司的2026財政年度年報一併閱覽。

主要經營數據

截至2026年6月30日止三個月

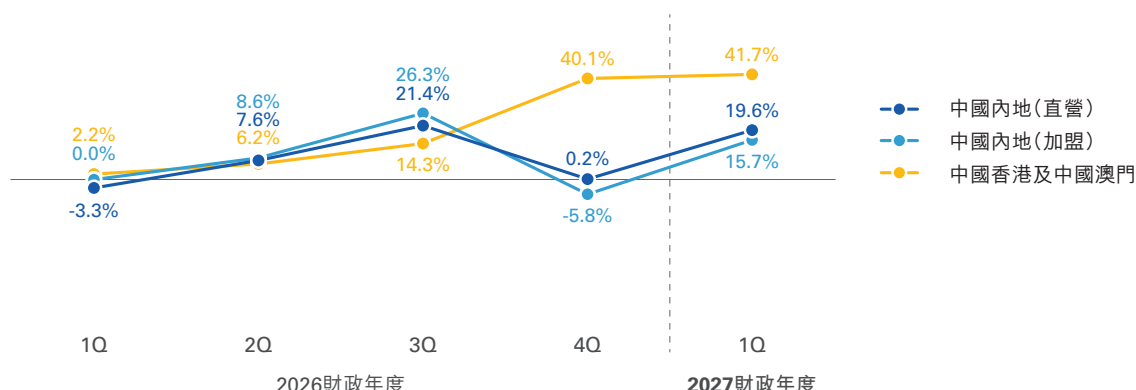
(與去年同期相比的百分比變動)

集團		
零售值 ⁽¹⁾ 增長	+15.1%	
	中國內地	中國香港、 中國澳門及 其他市場
零售值增長	+10.7%	+44.8%
佔集團零售值之百分比	83.6%	16.4%
	中國內地	中國香港及 中國澳門
同店銷售 ⁽²⁾ 增長	+19.6%	+41.7%
同店銷量增長	-5.2%	+9.4%
按產品劃分的同店銷售增長		
— 定價首飾	-1.0%	+13.1%
— 計價黃金首飾	+38.0%	+63.7%

⁽¹⁾ 「零售值」按於零售點網絡和其他渠道以相應功能貨幣計值向顧客銷售產品的最終零售價(包括增值稅，如有)計算。

⁽²⁾ 第一季度的「同店銷售」指來自於2025年4月1日前開業並於2026年6月30日仍然續存的周大福珠寶直營零售點的零售值，惟不包括加盟零售點及其他渠道的零售值。

同店銷售增長



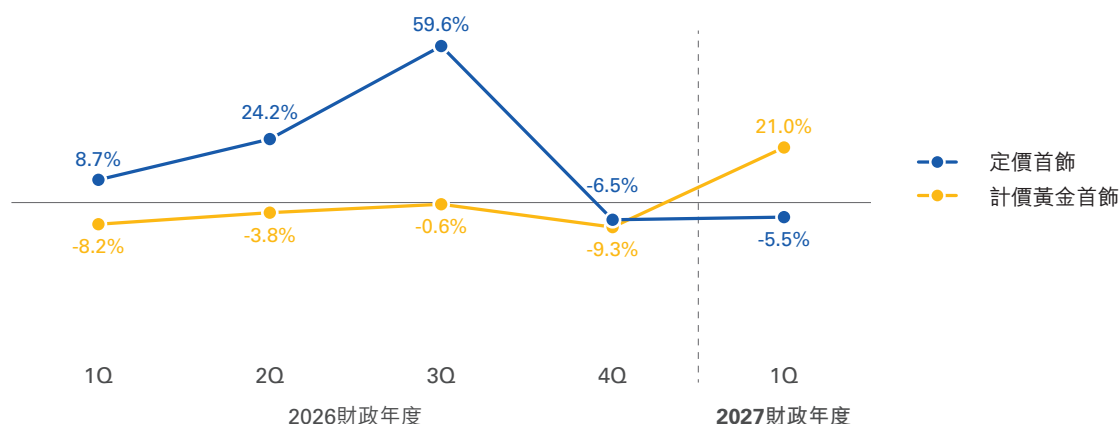
- 本集團第一季度表現，體現了我們品牌轉型的成果，以及主要市場消費者需求的持續韌性。中國內地(「內地」)直營店於季內的同店銷售增長19.6%，而加盟店的同店銷售則增長15.7%，表現優於整體珠寶零售市場。香港及澳門的同店銷售受惠於消費氣氛向好及客流維持強勁，期內增長達41.7%，其中香港上升35.0%，澳門則上升64.6%。
- 計價黃金首飾的同店平均售價(「平均售價」)於季內保持強勢。內地的平均售價持續上升至10,600港元(2026財政年度第一季度：8,400港元)，香港及澳門的平均售價則上升至17,100港元(2026財政年度第一季度：15,600港元)。
- 定價首飾的平均售價維持強勁。內地定價黃金首飾(包括黃金產品及珠寶鑲嵌黃金產品)的平均售價升至9,100港元(2026財政年度第一季度：6,500港元)，而珠寶鑲嵌首飾的平均售價則升至8,700港元(2026財政年度第一季度：8,400港元)。在香港及澳門，定價黃金首飾的平均售價升至8,700港元(2026財政年度第一季度：5,100港元)，而珠寶鑲嵌首飾的平均售價則為16,600港元(2026財政年度第一季度：16,200港元)。
- 我們透過持續推進品牌轉型，強化本集團的品牌定位，並推動高質量的盈利表現。我們於4月推出了萬相系列。這是一個以設計風格、造型美學、色彩運用及精湛工藝見稱的獨特全新標誌性系列。市場反應非常理想。季內其零售值超過870百萬港元，超越管理層預期。
- 高級珠寶對品牌轉型至關重要，有助提升品牌吸引力。我們於6月推出了「東方霓裳Chinese Couture」高級珠寶系列，聚焦以精緻的中國服飾元素創作工藝精湛的高級珠寶，演繹中華衣冠的獨特故事。該系列的推出不僅取得強勁銷售，而且顧客反應積極，更在社交媒體上帶來顯著互動，鞏固我們作為全球知名中國奢侈品集團的領導地位。

- 季內，我們亦擴展了高端形象門店網絡，於長沙國際金融中心及南京德基廣場等高端購物中心推出4間門店，使內地高端形象門店總數增至12間。
- 此外，我們在國際擴張方面再邁出重要一步，於加拿大溫哥華的最新奢華地標Oakridge Park開設一間高端形象門店。

零售值分析

中國內地

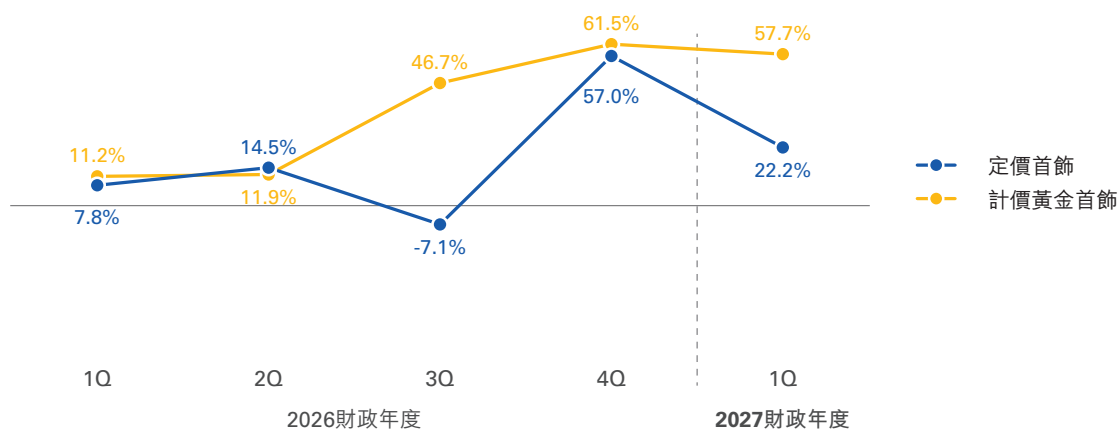
按產品劃分的零售值同比變化



- 季內，金價回軟刺激了計價黃金首飾的需求，帶動零售值增長21.0%。定價首飾的零售值貢獻於季內下降至29.0% (2026財政年度第一季度：34.0%)，而計價黃金首飾的貢獻則增加至67.2% (2026財政年度第一季度：61.5%)。
- 在定價首飾中，我們以設計為主導的定價黃金首飾持續展現韌性，零售值增長4.3%，反映消費者需求持續。
- 我們持續進行具針對性的市場推廣及產品措施，帶動618購物節取得穩健表現，致內地電子商務的零售值於季內同比持續增長28.9%。其季內對內地零售值的貢獻為8.9%，對銷量貢獻則為19.4%。
- 季內，我們持續進行網絡優化，周大福珠寶加盟店於季內對內地零售值的貢獻為63.5% (2026財政年度第一季度：69.1%)。

中國香港、中國澳門及其他市場

按產品劃分的零售值同比變化



附註：百分比計算結果或略有進位差異。

一季內，定價首飾的零售值貢獻為25.5% (2026財政年度第一季度：33.5%)，而計價黃金首飾的零售值貢獻為70.1% (2026財政年度第一季度：64.4%)。

零售點網絡

於	31.3.2025 總計	31.3.2026 總計	增加	減少	淨增減	30.6.2026 總計
周大福珠寶	6,423	5,460	18	(273)	(255)	5,205
中國內地 ⁽¹⁾	6,274	5,305	14	(272)	(258)	5,047 ⁽²⁾
中國香港及中國澳門	87	92	1	—	1	93
其他市場	62	63	3	(1)	2	65
其他品牌	221	229	6	(6)	—	229
中國內地	213	219	6	(6)	—	219
中國香港及澳門	1	3	—	—	—	3
其他市場	7	7	—	—	—	7
總計	6,644	5,689	24	(279)	(255)	5,434

(1) 不包括周大福鐘錶

(2) 69.4%的周大福珠寶零售點為加盟店形式

- 我們持續專注於維持市場領導地位及強化網絡韌性，逐步減少於與品牌定位較不相符的據點佈局，同時在優質高客流地段開設高生產力門店。
- 季內，我們於內地選擇性地開設14個周大福珠寶零售點，並關閉272個零售點，淨關閉258個零售點。
- 於香港、澳門及其他市場，我們季內分別在香港開設1個和在其他市場淨開設2個周大福珠寶零售點。

謹慎性陳述

董事會謹此提醒投資者，上述未經審核經營最新資料乃按本公司截至2026年6月30日止三個月的內部記錄及管理賬目作出，而有關資料未經本公司核數師審閱或審核。

本公司股東及潛在投資者於買賣本公司股份時務須審慎行事。

承董事會命
周大福珠寶集團有限公司
主席
鄭家純博士

香港，2026年7月23日

於本公告日期，執行董事為鄭家純博士、鄭志恒先生、鄭志雯女士、黃紹基先生、鄭錦標先生、鄭炳熙先生及孫志強先生；及獨立非執行董事為林健鋒先生、柯清輝博士、鄭嘉麗女士、車品覺先生、馮詠儀女士、鄧迎章先生及王靜瑛女士。