

CHOW TAI FOOK JEWELLERY GROUP LIMITED

周大福珠寶集團有限公司

股份代號：1929 · 香港主板上市公司

即時發布

周大福珠寶集團 2026 財年上半年業績穩健復甦 以強勁利潤率及穩步推進品牌轉型鞏固優勢

業績重點

- 2026 財政年度上半年，受惠於消費氣氛改善及主要市場的珠寶消費回暖，集團展現出卓越韌性，交付出穩健的業績。
- 期內，集團在品牌轉型、門店及產品優化方面穩步推進。這些策略性舉措不但提升集團的營運效益及財務韌性，亦進一步確立其對致力實現高質量增長的堅定承諾。期內，集團在中國內地（「內地」）及港澳地區的同店銷售均重拾增長，印證集團聚焦門店生產力的優化策略發揮成效。
- 期內，集團營業額保持穩定，達 38,986 百萬港元。在高毛利定價首飾貢獻提升及黃金價格上漲的支持下，集團毛利率維持於 30%以上，處於歷史較高水平。經營溢利保持韌性，同比增長 0.7%。憑藉有效的門店優化及嚴謹的成本管理措施令成本比例下降，使經營溢利率擴闊 30 個點子至 17.5%，創下近五年新高。
- 集團重點標誌性定價產品系列延續強勁的銷售勢頭，期內總銷售額達到 34 億港元。於內地市場，定價首飾零售值的貢獻由去年同期 27.4%顯著提升至 31.8%。此外，集團於 6 月推出首個高級珠寶系列「和美東方」，標誌著品牌轉型的重要里程碑。
- 期內，集團繼續在內地及澳門開設新形象店，為高品味的富裕消費客群提供差異化產品及嶄新零售體驗。自開業以來，這些高端門店的每月銷售持續高於同區門店的平均水平。

財務摘要

| 截至 9 月 30 日止六個月 | 2025 百萬港元 | 2024 百萬港元 | 同比變化 |
|----------------------------|--------------|--------------|-------|
| 營業額 | 38,986 | 39,408 | -1.1% |
| 毛利 | 11,908 | 12,378 | -3.8% |
| 毛利率 ⁽¹⁾ | 30.5% | 31.4% | |
| 經營溢利 ⁽¹⁾ | 6,823 | 6,776 | +0.7% |
| 經營溢利率 | 17.5% | 17.2% | |
| 本公司股東應佔溢利 | 2,534 | 2,530 | +0.1% |
| 每股盈利（港元） | 0.26 | 0.25 | +0.8% |
| 每股中期股息 ⁽²⁾ （港元） | 0.22 | 0.20 | N/A |

(1) 毛利及其他收入的合計，減銷售及分銷成本以及一般及行政開支

(2) 2026 財政年度上半年的派息率約為 85.7%

(中國香港, 2025 年 11 月 25 日) 周大福珠寶集團有限公司(「周大福珠寶集團」、「集團」或「公司」; 香港聯交所股份代號: 1929) 今天宣布截至 2025 年 9 月 30 日止六個月的中期業績(「2026 財政年度上半年」)。

穩健復甦勢頭 展現強勁利潤率和增強的盈利能力

儘管宏觀經濟環境波動及黃金價格上漲, 消費氣氛於 2026 財政年度上半年持續改善, 帶動集團各主要市場的珠寶消費回暖, 業務展現穩健復甦的勢頭。集團持續在品牌轉型、產品及門店優化方面穩步推進, 相關措施有助提升營運效益及財務韌性, 進一步體現集團致力實現盈利質量。

期內, 集團營業額保持穩定, 達 38,986 百萬港元 (2025 財政年度上半年: 39,408 百萬港元), 而毛利率保持於 30%以上, 處於歷史較高水平。經營溢利按年上升 0.7%至 6,823 百萬港元 (2025 財政年度上半年: 6,776 百萬港元)。經營溢利率保持韌性並擴闊至 17.5%, 創下近五年新高。這些成績均印證集團能迅速適應市場變化, 亦能準確把握新機遇。

2026 財政年度上半年的股東應佔溢利維持平穩於 2,534 百萬港元。董事局宣派中期股息每股 0.22 港元 (2025 財政年度上半年: 0.20 港元), 以履行集團為持份者創造可持續價值的承諾。2026 財政年度上半年派息率約為 85.7%。

周大福珠寶集團主席鄭家純博士表示:「周大福珠寶傳承百年的品牌底蘊, 與中華文化一脈相承, 奠定了品牌的堅實基礎。我們秉持可持續增長的堅定承諾, 致力與新世代建立更密切的聯繫,擁護彼此共享的未來。」

穩步推進品牌轉型 帶動業務復甦並提升同店銷售增長

集團於 2026 財政年度在品牌轉型上邁出關鍵一步, 為 2029 年的百年慶典奠定堅實基礎。期內, 在品牌轉型舉措、門店優化策略, 以及計價黃金首飾需求改善的推動下, 內地及港澳地區的同店銷售均重拾增長。

2026 財政年度上半年, 集團對內地同店表現的持續改善感到鼓舞, 進一步印證門店優化的成效。內地直營零售點的同店銷售上升 2.6%。另外, 按同店計算, 加盟零售點銷售增長 4.8%。

期內, 香港及澳門同店銷售上升 4.4%, 主要由零售消費氣氛回暖及人流回升所推動。香港同店銷售上升 1.8%, 而澳門則增長 13.7%。

差異化產品組合 驅動銷售增長

集團緊貼消費者喜好轉變, 持續優化產品組合, 並聚焦於加強標誌性產品系列。這些系列一直展現強勁的銷售動能, 帶動高毛利定價首飾的增長。因此, 定價首飾於內地的零售值貢獻由去年同期的 27.4%上升至 31.8%, 為毛利率帶來支持。

周大福故宮系列、傳福及傳喜系列，均以致敬傳統、賦新當代的理念，將歷史脈絡與現代審美融會貫通，打造出蘊含美好文化寓意的精品。這些標誌性系列產品於 2026 財政年度上半年錄得總銷售 34 億港元，高於去年同期的 23 億港元。

2025 年 6 月，集團隆重推出首個高級珠寶系列「和美東方」，標誌著品牌轉型的重要里程碑。系列由高級珠寶創意總監劉孝鵬設計，靈感源自中國古典哲學及建築，策略性地鞏固周大福珠寶作為全球領先珠寶品牌的地位及彰顯無可比擬的實力。集團同時為首家委任珠寶創意總監的華人珠寶品牌，彰顯集團在提升珠寶設計水平與品牌敘事上的堅定承諾。在杭州舉行的高級珠寶系列首發活動上，高淨值客戶展現強韌需求，活動期間售出近 200 件珠寶作品。

期內，集團以多款全新設計擴充翡翠產品組合，包括於 2025 年 9 月推出天圓地方系列及將翡翠融入與北京故宮博物院及知名潮流品牌 CLOT 的 IP 聯名系列，以及周大福傳喜及傳承系列。因此，集團的翡翠珠寶產品於 2026 財政年度上半年實現強勁增長，銷售按年倍增。

有效零售網絡管理 提升品牌吸引力及門店生產力

在改善盈利質量及確保盈利保持韌性的前提下，集團的零售網絡管理繼續聚焦於提升門店生產力，以維持市場領導地位，並加強零售網絡的整體財務穩健性及韌性。2026 財政年度上半年，我們持續策略性地擴展至精選的高端購物中心及核心地段，以加速品牌轉型並提升品牌吸引力。

作為品牌轉型的重要一環，集團積極透過開設新形象店，重塑零售體驗。集團於北京、石家莊及澳門開設 3 間新形象店，透過差異化商品及嶄新零售體驗，鎖定高品味的富裕消費者。於 2025 年 9 月 30 日，集團共設有 8 間新形象店。自開業以來，這些高端門店的每月銷售持續高於同區門店的平均水平。

加速全球佈局 重新定義跨地域奢華體驗

國際擴張為集團品牌轉型的關鍵，配合提升品牌吸引力、推動產品創新及用珠寶讓世界看到中國之美。在雙軌擴張策略的引領下，集團正踏入國際化成長的動態階段。現有重點市場方面，集團透過優化視覺陳列來提升門店生產力及產品組合，同時加強前線員工培訓，以改善零售卓越表現。另一方面，集團正積極探索具有高潛力的新市場，以實現可持續增長。

2026 年 6 月前，集團計劃於國際市場開設 6 間新門店，其中包括新形象店。這些新店均策略性地選址於人流量大的核心零售區，為品牌提供高曝光率，並廣泛觸及遊客及本地消費者。在東南亞市場，集團於 10 月在新加坡星耀樟宜機場開設首間新形象店。該新形象店面向當地快速增長的富裕中產階級及活躍的華僑社群。2026 財政年度下半年，集團計劃繼續在國際市場推出新形象店，聚焦於東南亞、大洋洲和加拿大的精選高端地段。未來兩年內，集團將進一步擴展至包括中東在內的新市場。

為實現可持續高質量增長奠定穩固基礎

2026 財政年度上半年，消費氣氛持續改善，帶動珠寶消費回暖，集團對此感到鼓舞。核心市場的同店銷售均錄得正增長。

儘管近期行業面臨短期挑戰，集團 2026 財政年度本季至今的同店銷售表現依然穩健。加上集團推行的策略性轉型舉措進一步強化了營運及財務韌性，增強了集團對 2026 財政年度下半年持續復甦的信心。

集團將持續靈活調整及積極優化策略，以在多變的市場環境中保持領先地位。嚴謹的財務紀律，以及審慎的成本與資本管理，將繼續支撐集團對可持續優質盈利及長期股東價值的追求。

邁向百年的過程中，集團將堅定不移地推進品牌轉型，透過各項策略性措施締造佳績。

###

關於周大福珠寶集團有限公司

周大福珠寶集團有限公司（「集團」；香港聯交所股份代號：1929）於 2011 年 12 月在香港聯合交易所主板上市。集團承襲近百年光輝，秉持「引領珠寶行業，相伴世代人生」的願景，昂首邁向新里程。

集團標誌性品牌「周大福」創立於 1929 年，透過別出心裁的設計和對細節的堅持，讓傳統成為經典。周大福珠寶集團承載著深厚的歷史底蘊及堅實的品牌信賴基礎，一直視弘揚傳統文化為己任，並透過匠心打造的精緻飾品，與廣泛的顧客建立深厚的情感聯繫，成就廣獲認同。集團對創新與工藝的恒久堅持是其取得成功的要素。時至今日，集團已成為了卓越品質、非凡價值及誠信可靠的代名詞。

周大福珠寶集團作為行業領先的中國珠寶商，確信透過現代創新設計揉合傳統工藝，能創造出代代相傳的珠寶首飾。我們每個產品系列都經過巧妙構思、匠心製作，旨在述說不同顧客的故事，慶祝他們生命中每個特別時刻。我們將陪伴每一代的顧客一同成長，在他們追尋幸福的道路上提供激勵和啟發，把「周大福」的品牌故事和產品編織到顧客的生活脈絡當中。

集團擁有廣泛的產品、服務及銷售渠道，品牌組合包括旗艦品牌「周大福」及精心策劃的零售體驗，以及 HEARTS ON FIRE、ENZO 與 MONOLOGUE 等其他個性品牌。

集團致力通過提高盈利質量和推動更高價值的增長，為不同持份者創造可持續的長期價值。我們構建了龐大的全渠道零售生態系統，門店網絡遍布中國和全球多個地區，同時擁有日益增長的電子商務業務，進一步強化競爭優勢。

傳媒垂詢，請聯絡：

周大福珠寶集團有限公司

吳海迪 (Haide Ng)

企業傳訊副總監

電話：(852) 3115 4402

電郵：haideng@chowtaifook.com

陳綺雯 (Acky Chan)

企業傳訊高級經理

電話：(852) 3115 4403

電郵：ackychan@chowtaifook.com