

# 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 2026 財年錄得歷史新高盈利 品牌轉型推動 持續實現高質量盈利增長

#### 業績重點

- 2026 財政年度，在品牌轉型的持續推動下，本集團錄得強勁業績。儘管外部不確定性升溫，以及黃金價格出現前所未見的波動，集團仍實現高質量盈利增長。
- 營業額按年增加 5.3%至 94,398 百萬港元，主要受惠於設計獨特、高毛利的標誌性產品系列銷售貢獻提升。
- 期內，集團錄得經營溢利按年增長 27.8% 至 18,850 百萬港元，股東應佔溢利增加 52.2%至 9,004 百萬港元，創歷史新高。
- 毛利率提升至 32.3%，乃受惠於黃金價格飆升以及銷售組合轉向較有利的零售業務及設計獨特的首飾。加上強勁業務表現及嚴謹的成本控制，經營溢利率提升 360 個點子至 20.0%，創近五年新高。
- 本集團的股本回報率上升至 28.4%，較過往五年的歷史平均水平 20.5%持續提升。
- 2026 年 2 月，集團於香港開設首間全球旗艦店，並相繼於中國內地（內地）及主要國際市場開設新設計門店，同時將業務拓展至奢華生活時尚領域。
- 董事會建議派發末期股息每股 0.45 港元，連同中期股息，全年股息每股共 0.67 港元，派息率達 73.4%，反映集團對持續為股東創造回報的堅定承諾。

#### 財務摘要

| 截至 3 月 31 日止年度                  | 2026<br>百萬港元 | 2025<br>百萬港元 | 同比變化     |
|---------------------------------|--------------|--------------|----------|
| <b>營業額</b>                      | 94,398       | 89,656       | +5.3%    |
| <b>毛利</b>                       | 30,500       | 26,455       | +15.3%   |
| <i>毛利率</i>                      | <i>32.3%</i> | <i>29.5%</i> | +280 個點子 |
| <b>經營溢利<sup>(1)</sup></b>       | 18,850       | 14,746       | +27.8%   |
| <i>經營溢利率</i>                    | <i>20.0%</i> | <i>16.4%</i> | +360 個點子 |
| <b>本公司股東應佔溢利</b>                | 9,004        | 5,916        | +52.2%   |
| <b>每股盈利</b>                     |              |              |          |
| <i>基本（港元）</i>                   | 0.91         | 0.59         | +53.7%   |
| <i>攤薄（港元）</i>                   | 0.90         | 0.59         | +52.5%   |
| <b>每股全年股息<sup>(2)</sup>（港元）</b> | 0.67         | 0.52         | 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 財政年度全年度的派息率約為 73.4%

(中國香港, 2026 年 6 月 11 日) **周大福珠寶集團有限公司** (「周大福珠寶集團」, 「周大福珠寶」, 「集團」或「公司」; 香港聯交所股份代號: 1929) 今天宣布截至 2026 年 3 月 31 日止年度的全年業績 (「2026 財政年度」)。

### 業績創歷史新高 充分彰顯品牌轉型成效

2026 財政年度, 全球宏觀經濟持續不明朗, 金價亦錄得前所未有的波動。儘管面對這些挑戰, 集團展現堅實韌性, 營業額按年增加 5.3% 至 94,398 百萬港元。毛利率上升 280 個點子至 32.3%, 乃受惠於黃金價格大幅度波動, 以及自 2024 年起成功推出設計獨特、高毛利的標誌性產品系列銷售貢獻提升所帶動。經營溢利增長 27.8% 至 18,850 百萬港元, 股東應佔溢利增加 52.2% 至 9,004 百萬港元, 創歷史新高。經營溢利率上升 360 個點子至 20.0%, 創五年新高。

集團的股本回報率上升至 28.4%, 較過往五年的歷史平均水平 20.5% 持續改善。董事會建議派發末期股息每股 0.45 港元, 全年股息每股共 0.67 港元。2026 財政年度全年派息率約為 73.4%。強韌的表現由以客為本的策略及三大關鍵增長動力所推動: (1) 重塑中國奢侈品牌的全球地位、(2) 強化產品組合及營運效率, 以及 (3) 開拓新領域。

周大福珠寶集團主席**鄭家純博士**表示: 「我們積極加大品牌投入, 持續提升品牌吸引力, 深化與顧客之間的情感連結, 並透過沉浸式零售體驗、精湛工藝及富有感染力的敘事, 進一步與全球消費者建立更深共鳴, 以及藉數字化互動, 展現品牌如何將深厚的歷史與文化藝術底蘊, 融匯於當代品味生活之中。」

就全年業績而言, 周大福珠寶集團副主席**鄭志雯女士**表示: 「我們欣然見到集團錄得歷史新高業績及高質量盈利, 充分印證品牌轉型的成效。作為全球知名中國奢侈品集團, 周大福將中式美學、精湛工藝與深厚文化底蘊引領到世界舞台, 並為行業樹立新標準。」

### 重塑中國奢侈品牌的全球地位

全球奢侈品市場一直由西方文化主導。我們致力重塑全球奢華格局, 向世界展現當代中國文化、創造力與卓越工藝。周大福成功推出標誌性的萬相系列, 充分展現品牌的創新技術及設計創意, 成為首個將中國美學與現代工藝巧妙融合的珠寶品牌。萬相系列一經面世即引發市場熱烈追捧, 自今年 4 月開售以來至 5 月底, 的零售值已超過 5 億港元, 比部分標誌性產品系列開售初期成績更為出眾。另外, 標誌性產品系列亦發揮吸納新客群的關鍵作用。例如在內地及港澳市場, 購買萬相系列的顧客當中, 有超過 20% 為新客。

年內, 我們推出首個高級珠寶系列「和美東方」, 透過植根於文化的世界級工藝弘揚東方美學, 並進一步提升品牌在全球高級珠寶領域的影響力。2026 年 3 月, 集團委任謝鼎鴻 (David Tse) 為全球創意總監。他曾任愛馬仕駐中國創意總監, 累積了豐富的奢侈品專業經驗, 將引領集團的全球故事敘述, 進一步深化品牌吸引力。

我們亦持續豐富標誌性產品系列，進一步強化品牌差異化。2026 財政年度，傳福系列、傳喜系列及周大福故宮系列等標誌性產品系列保持強勁銷售勢頭，合共貢獻集團零售值近 100 億港元，而經典的傳承系列則貢獻了集團零售值達 430 億港元。

### 強化產品組合及營運效率

今年 2 月，集團於香港尖沙咀廣東道開設全球首間旗艦店，標誌著品牌轉型之旅的重要里程碑。該旗艦店佔地約 10,000 呎，是集團在香港及澳門面積最大的門店。此店特設「品牌典藏館」，完美展現我們的歷史文化、工藝及創造力。該旗艦店為顧客帶來升級的零售體驗，體現我們作為世界知名中國奢侈品集團的抱負。

截至 2026 年財年底，我們在內地的黃金地段共設 8 間新設計的高端形象門店。該等門店的生產力約為平均同店銷售的 8 至 10 倍，當中定價首飾帶來的貢獻增幅尤其明顯。除了這種店型，我們亦精挑人流暢旺的地段開設門店，同時優化視覺陳列、產品組合及零售體驗。店齡不足兩年的新店平均每月零售值達約 1.6 百萬港元，較去年同期大幅增長 57%。鑑於新設計的高端形象門店取得理想成效，我們計劃於中國內地開設更多該類門店，由目前的 8 間擴展至 2030 財政年度的 50 間。

內地方面，我們持續推動品牌轉型及優化門店措施，2026 財政年度的同店銷售上升 6.9%。在香港及澳門，內地推行黃金增值稅新政策後，消費者需求顯著增強，2026 財政年度同店銷售增長達 16.8%。年內，香港同店銷售增長為 13.3%，澳門則為 29.4%。

年內，集團進一步加強數字化進程及推出內部開發的 AI 智能體平台。我們已於各關鍵職能部門部署超過 12 個 AI 智能體，涵蓋門店視覺陳列、生成式人工智能珠寶創意中心和人工智能直播等領域，以提升營運效率並優化顧客互動體驗。

### 開拓新領域

集團為 2030 財政年度訂立了遠大的目標，包括相較 2026 財政年度，將國際業務的零售值提升一倍，並把國際版圖擴充至 100 間門店以上。

配合集團的抱負，我們於 2026 財政年度進一步將周大福品牌宇宙拓展至新地域、新渠道、新產品類別及體驗，以契合顧客不斷演變的生活時尚與追求。

本著重新定義全球奢侈品、進一步強化品牌對全球消費者影響力的抱負，集團相繼於新加坡星耀樟宜機場、曼谷暹羅百麗宮，以及首個大洋洲的零售據點 — 澳洲悉尼西田購中心開設新設計的高端形象門店，帶動周大福珠寶於其他市場的零售點總數增加至 63 個。2027 財政年度，集團將繼續於東南亞及北美開設更多新設計的高端形象門店，並於未來兩年探索中東市場的發展機會。

集團作為首個進軍奢侈生活時尚領域的全球知名中國珠寶品牌，透過「周大福家居」將工藝、文化傳承及對細節的極致追求，延伸至精緻的家居裝飾與功能性的藝術品之中，包括與知名法國高級瓷器世家 Bernardaud 合作推出餐具系列，精妙融合西方工藝與中國文化傳承及黃金藝術。

我們亦推出包括髮飾、金章及錶帶配飾在內的「周大福配飾」，策略性地拓展產品類別。該等生活時尚產品組合旨在開拓多元化的細分市場、擴大客群，並吸引及接觸新顧客，同時與我們的核心珠寶業務產生強大的協同效應。

2026 財政年度，我們持續積極推動與知名 IP 跨界合作，以觸及更廣泛的新客群。我們與《黑神話》的聯乘系列廣受市場熱烈歡迎，其男性顧客佔比顯著高於集團平均水平。同時，集團與迪士尼、Chiikawa 及 NBA 的聯乘項目亦成功吸納新會員，相關 IP 產品的顧客中約有 35%至 55%為新會員，當中不乏年輕一代。

集團旗下的 HEARTS ON FIRE 於年內持續推動轉型，鞏固其作為當代鑽石珠寶品牌的定位。品牌年內展現穩健表現，其標誌性 INSIDE/OUT 系列貢獻品牌全球收入的 13%。同時，品牌亦新增 5 個零售點以拓展亞洲零售版圖，進一步在多個重點奢侈品市場提升知名度。

### **業務展望**

集團品牌轉型策略的成效，充分體現在 2026 財政年度穩健的財務及營運表現，以及 2027 財政年度至今持續展現的韌性。

我們現正邁入數年轉型旅程中的關鍵階段，朝著 2029 年百年里程碑邁進。我們將於 2027 財政年度及其後加快步伐，並確保策略執行更具精準度與全面，重點聚焦於提升品牌吸引力、優化零售體驗及加強產品差異化。

儘管外部環境仍存在波動及宏觀經濟不確定性，我們對所營運市場持審慎樂觀態度。我們將堅定推進品牌轉型進程 – 重塑中國奢侈品牌的全球地位、強化產品組合及營運效率，以及開拓新領域。

集團將持續嚴格執行財務紀律，加強成本及資本管理，推動高質量增長，並為股東創造可持續的盈利及回報。

### **2030 財政年度的抱負**

在品牌邁向百年里程碑之際，我們正致力構築一個以珠寶融入顧客品味生活的周大福品牌宇宙，進一步深化顧客對文化傳承、藝術美感與精湛工藝的欣賞與共鳴。我們深信，奢華是一種跨越地域與文化的共通語言，而珠寶與品味生活的融合，正是對美學、優雅與創意的共同詮釋。

展望 2030 年，我們為訂立了以下目標：

1. **財務表現：**我們旨在實現高於市場的營業額增長，並於 2030 財政年度維持 25%以上的高股本回報率；
2. **門店網絡升級：**我們計劃於 2030 財政年度完成零售點的全面翻新與升級，務求在所有地點提供一致且具備鮮明特色的零售體驗。同時，我們計劃於中國內地開設更多新設計的高端形象門店，數量將會從目前的 8 間大增至 2030 財政年度的 50 間；
3. **擴張國際市場：**目標將國際業務的零售值較 2026 財政年度提升一倍，並將國際市場門店擴張至逾 100 間；
4. **可持續發展：**我們的目標是以 2024 財政年度，即我們品牌轉型的起始年度為基準年，於 2030 財政年度前將溫室氣體排放量減少 50%。

###

### 關於周大福珠寶集團有限公司

周大福珠寶集團的旗艦品牌「周大福」創立於 1929 年，一直透過別出心裁的設計和對細節的堅持，讓傳統成為經典。時至今日，品牌已成為了卓越品質、非凡價值及誠信可靠的代名詞。

作為全球知名中國奢侈品集團，我們深信透過現代創新設計揉合傳統工藝，能創造出代代相傳的臻品。每個系列皆承載顧客的人生故事，慶祝他們生命中每個珍貴時刻，並在追尋幸福的旅程中帶來啟發和激勵，讓「周大福」的品牌故事深深融入顧客的生活脈絡。

集團擁有豐富的品牌組合，除了旗艦品牌「周大福」，還有 HEARTS ON FIRE、ENZO 與 MONOLOGUE。我們亦積極開拓 IP 聯乘合作，為顧客提供多元化的選擇。我們的業務網絡遍布中國，且持續延伸至全球多個市場。在全球設有逾 5,000 家門店，致力於全渠道為顧客提供無縫體驗。

周大福珠寶集團有限公司（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，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。

**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](mailto:haideng@chowtaifook.com)