

周大福珠宝集团与天然钻石协会达成战略合作 共同推广「天然钻石梦」



2021年5月20日，周大福珠宝集团有限公司（「周大福珠宝集团」、「集团」或「公司」；香港联交所股份代号：1929）為拥有逾90年历史之香港主板上市公司，宣布与天然钻石协会（Natural Diamond Council）达成独家战略合作计划，将通过形式多样的传播项目、即时灵活的数字化内容以及专业的培训资源，携手为中国内地消费者，特别是年轻一代，展现天然钻石的璀璨魅力，共同打造「天然钻石梦」。

此次合作旨在向中国内地消费者传递天然钻石的价值，增强对天然钻石的信心和渴望。周大福作为天然钻石协会在中国内地市场的首个独家零售战略合作伙伴，将全力支持天然钻石协会在中国内地市场开展的天然钻石推广及教育活动，天然钻石协会也将在广告活动资产、数字化内容资产、社交媒体内容和搜索引擎营销等方面提供更多支持，向消费者充分展现天然钻石珍贵、稀有、独特的核心价值与情感寓意，带领消费者走进天然钻石非凡璀璨的魅力世界。此外，该合作也将为整个天然钻石珠宝行业带来深远的积极影响。

天然钻石协会首席执行官大卫·凯利（David Kellie）表示：「天然钻石协会今年的工作重点之一，是与天然钻石零售商展开密切合作，共同守护并传递天然钻石真实、自然的独特魅力。而周大福作为中国内地珠宝行业首屈一指的龙头企业，具有举足轻重的影响力，我们此次与周大福在中国内地市场强强联手，期待共同点亮年轻消费者心中的『天然钻石梦』。」

周大福珠宝集团董事总经理（中国内地）陈世昌说道：「周大福很荣幸能够与天然钻石协会合作，开展共筑『天然钻石梦』的行动计划。长久以来，周大福在大中华区建立了庞大的零售网络，拥有专业优秀的销售团队，为消费者传递天然钻石的价值和意义，提升消费者对天然钻石的喜爱和信心。相信此次合作，将能巩固天然钻石的价值，激发消费者对天然钻石的渴求，培养年轻一代对天然钻石的情感联结，并认同当中的象征意义，使之成为挑选珠宝时的首要选择。」

天然钻石协会大中华区董事总经理王敬慈指出：「自 2020 年天然钻石协会正式更名以来，我们精心制作了丰富多元的天然钻石数字内容，每个月都能吸引超过 500 万的消费者浏览内容并关注我们的各类平台。我们希望在与周大福的战略合作中，借助他们广阔的销售网络、极高的行业威望以及强大的支持，使我们的天然钻石内容，更快速度、更大幅度、更深程度地触达目标消费群体，提升消费者对于天然钻石真正意义和价值的了解，从而助力天然钻石行业的发展。」



天然钻石协会与周大福珠宝集团达成战略合作，共同推广「天然钻石梦」

当下全球市场，消费者对天然钻石的喜爱不断攀升。聆听并积极响应他们的需求，灵活调整传播信息和商业模式以构建起长久而牢固的情感联结，是促进钻石珠宝行业的持续发展的必要条件。

未来，天然钻石协会期待能够与业界紧密合作，共同向消费者传递天然钻石的真正价值与情感寓意，提升中国内地千禧一代消费者对天然钻石的认知与渴望，向共筑「天然钻石梦」迈出坚实一步，进而推动天然钻石行业的迅速发展。



NATURAL DIAMOND
COUNCIL
天然钻石协会

关于天然钻石协会（NATURAL DIAMOND COUNCIL）

天然钻石协会是由全球领先的七大钻石开采公司组成的国际性行业协会，诸位成员包括埃罗莎（ALROSA）、戴比尔斯集团（De Beers Group）、卢卡拉钻石公司（Lucara Diamond Corp）、RZ Murowa、佩特拉钻石公司（Petra Diamonds）、力拓（Rio Tinto）和 Arctic Canadian Diamond Company Ltd.，总产量占全球天然钻石总产量的 75%。它的使命是展示天然钻石多面璀璨的世界，点燃人们对天然钻石的渴望。天然钻石协会通过发布行业趋势、分享信息及资讯，建立在天然钻石领域中的权威角色，庆贺天然钻石珠宝非凡的创造力，宣导我们成员公司坚持的价值观以及整个天然钻石行业所创造的积极社会效益。

关于周大福珠宝集团

周大福珠宝集团有限公司（「集团」；香港联交所股份代号：1929）于 2011 年 12 月在香港联合交易所主板上市，以成为全球最值得信赖的珠宝集团为愿景。

集团标志性品牌「周大福」创立于 1929 年，广获认同为信誉及正货的象征，并以产品设计、品质与价值闻名。集团及其标志性品牌的成功，从过去 90 多年的悠久历史，体现出对创新和工艺的持久坚持，以及恒久抱持的核心价值「真诚·永恒」。

周大福凭借差异化策略在不同顾客群的市场稳步发展，并提供贴身的消费体验。透过提供多元化的产品、服务和销售渠道，满足其不同人生阶段的需要。集团的差异化品牌策略以周大福旗舰品牌为核心，并相继推出针对性的零售体验，以及 HEARTS ON FIRE、ENZO、SOINLOVE 与 MONOLOGUE 等其他个性品牌，每个品牌都承载着不同顾客群的生活态度和个性。

集团借助以客为本的重点及其策略为基础，实践业务可持续发展的承诺，致力于业务、员工和文化方面推动长远的创新发展。发展成熟的灵活业务模式是推动集团可持续发展的一大优势，在整个价值链中支持集团追求卓越，以及延伸商机至不同社区和全球的行业合作伙伴。

集团拥有庞大的零售网络，遍及大中华、日本、韩国、东南亚与美国，并经营发展迅速的电子商务业务，能有效地执行线上线下策略，在现今的全渠道零售环境下成功突围而出。