

周大福珠寶集團與天然鑽石協會達成戰略合作 共同推廣「天然鑽石夢」



2021年5月20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）為擁有逾90年歷史之香港主板上市公司，宣佈與天然鑽石協會（Natural Diamond Council）達成獨家戰略合作計劃，將通過形式多樣的傳播項目、即時靈活的數字化內容以及專業的培訓資源，攜手為中國內地消費者，特別是年輕一代，展現天然鑽石的璀璨魅力，共同打造「天然鑽石夢」。

此次合作旨在向中國內地消費者傳遞天然鑽石的價值，增強對天然鑽石的信心和渴望。周大福作為天然鑽石協會在中國內地市場的首個獨家零售戰略合作夥伴，將全力支持天然鑽石協會在中國內地市場開展的天然鑽石推廣及教育活動，天然鑽石協會也將在廣告活動資產、數字化內容資產、社交媒體內容和搜索引擎營銷等方面提供更多支持，向消費者充分展現天然鑽石珍貴、稀有、獨特的核心價值與情感寓意，帶領消費者走進天然鑽石非凡璀璨的魅力世界。此外，該合作也將為整個天然鑽石珠寶行業帶來深遠的積極影響。

天然鑽石協會首席執行官大衛·凱利（David Kellie）表示：「天然鑽石協會今年的工作重點之一，是與天然鑽石零售商展開密切合作，共同守護並傳遞天然鑽石真實、自然的獨特魅力。而周大福作為中國內地珠寶行業首屈一指的龍頭企業，具有舉足輕重的影響力，我們此次與周大福在中國內地市場強強聯手，期待共同點亮年輕消費者心中的『天然鑽石夢』。」

周大福珠寶集團董事總經理（中國內地）陳世昌說道：「周大福很榮幸能夠與天然鑽石協會合作，開展共築『天然鑽石夢』的行動計劃。長久以來，周大福在大中華區建立了龐大的零售網絡，擁有專業優秀的銷售團隊，為消費者傳遞天然鑽石的價值和意義，提升消費者對天然鑽石的喜愛和信心。相信此次合作，將能鞏固天然鑽石的價值，激發消費者對天然鑽石的渴求，培養年輕一代對天然鑽石的情感聯結，並認同當中的象徵意義，使之成為挑選珠寶時的首要選擇。」

天然鑽石協會大中華區董事總經理王敬慈指出：「自 2020 年天然鑽石協會正式更名以來，我們精心製作了豐富多元的天然鑽石數字內容，每個月都能吸引超過 500 萬的消費者瀏覽內容並關注我們的各類平台。我們希望在與周大福的戰略合作中，借助他們廣闊的銷售網絡、極高的行業威望以及強大的支持，使我們的天然鑽石內容，更快速度、更大幅度、更深程度地觸達目標消費群體，提升消費者對於天然鑽石真正意義和價值的了解，從而助力天然鑽石行業的發展。」



天然鑽石協會與周大福珠寶集團達成戰略合作，共同推廣「天然鑽石夢」

當下全球市場，消費者對天然鑽石的喜愛不斷攀升。聆聽並積極響應他們的需求，靈活調整傳播信息和商業模式以構建起長久而牢固的情感聯結，是促進鑽石珠寶行業的持續發展的必要條件。

未來，天然鑽石協會期待能夠與業界緊密合作，共同向消費者傳遞天然鑽石的真正價值與情感寓意，提升中國內地千禧一代消費者對天然鑽石的認知與渴望，向共築「天然鑽石夢」邁出堅實一步，進而推動天然鑽石行業的迅速發展。



NATURAL DIAMOND
COUNCIL
天然钻石协会

關於天然鑽石協會（NATURAL DIAMOND COUNCIL）

天然鑽石協會是由全球領先的七大鑽石開採公司組成的國際性行業協會，諸位成員包括埃羅莎（ALROSA）、戴比爾斯集團（De Beers Group）、盧卡拉鑽石公司（Lucara Diamond Corp）、RZ Murowa、佩特拉鑽石公司（Petra Diamonds）、力拓（Rio Tinto）和 Arctic Canadian Diamond Company Ltd.，總產量佔全球天然鑽石總產量的 75%。它的使命是展示天然鑽石多面璀璨的世界，點燃人們對天然鑽石的渴望。天然鑽石協會通過發佈行業趨勢、分享資訊及資訊，建立在天然鑽石領域中的權威角色，慶賀天然鑽石珠寶非凡的創造力，宣導我們成員公司堅持的價值觀以及整個天然鑽石行業所創造的積極社會效益。

關於周大福珠寶集團

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，以成為全球最值得信賴的珠寶集團為願景。

集團標誌性品牌「周大福」創立於 1929 年，廣獲認同為信譽及正貨的象徵，並以產品設計、品質與價值聞名。集團及其標誌性品牌的成功，從過去 90 多年的悠久歷史，體現出對創新和工藝的持久堅持，以及恒久抱持的核心價值「真誠·永恒」。

周大福憑藉差異化策略在不同顧客群的市場穩步發展，並提供貼身的消費體驗。透過提供多元化的產品、服務和銷售渠道，滿足其不同人生階段的需要。集團的差異化品牌策略以周大福旗艦品牌為核心，並相繼推出針對性的零售體驗，以及 HEARTS ON FIRE、ENZO、SOINLOVE 與 MONOLOGUE 等其他個性品牌，每個品牌都承載著不同顧客群的生活態度和個性。

集團借助以客為本的重點及其策略為基礎，實踐業務可持續增長的承諾，致力於業務、員工和文化方面推動長遠的創新發展。發展成熟的靈活業務模式是推動集團可持續增長的一大優勢，在整個價值鏈中支持集團追求卓越，以及延伸商機至不同社區和全球的行業合作夥伴。

集團擁有龐大的零售網絡，遍及大中華、日本、韓國、東南亞與美國，並經營發展迅速的電子商務業務，能有效地執行線上線下策略，在現今的全渠道零售環境下成功突圍而出。