

CHOW TAI FOOK JEWELLERY GROUP LIMITED

周大福珠寶集團有限公司

股份代号：1929 • 香港主板上市公司

即时发布

集团推进双动力策略 零售扩张与智慧零售双轨并行

(中国香港，2021年9月28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)为拥有逾90年历史之香港主板上市公司，今天举行首个线上传媒日，向一众媒体讲解其未来五年的发展蓝图——双动力策略。集团乘着经济始见复苏之势，加快落实执行双动力策略的两大业务增长动力「实动力」及「云动力」。「实动力」是指集团持续拓展中国内地(「内地」)零售网络版图，借此更贴近顾客，同时丰富产品系列，以迎合不同顾客的需要。而「云动力」则是积极以科技赋能智慧零售，加速发展零售科技应用及智慧制造，进一步提升供应链自动化水平及优化数码化平台，令顾客在更短时间，找到更称心的珠宝产品。

周大福珠宝集团董事总经理黄绍基先生表示：「我们于2018年推行为期三年的『Smart+ 2020』策略框架，发展创新科技、开展差异化品牌策略及提升供应链能力，为日后加快拓展零售网络及打造全渠道销售奠定良好的基础。随着双动力策略出台接力，我们将继续稳步迈向四大长远目标，包括提升市场份额、透过数码转型提升营运效率、成为具备创新能力及精通科技的珠宝公司，以及打造全方位的珠宝生态圈。」

内地市场

集团凭借双动力策略把握内地扩大内需的机遇及智慧零售的先机，已渐见成果。在「十四五」规划指导方针及「双循环」策略的背景下，预计内地居民的可支配收入将有所增加，有助推动较次级城市和县级城镇的消费升级，释放出庞大的消费潜力。未来数年，集团将会借助加盟商的地方知识及人脉，进一步渗透至低线城市。集团计划到2025财年，零售点数目可超越7,000家。截至2021年6月30日，集团的零售网络已扩展至4,850个零售点。

周大福珠宝集团董事总经理陈世昌先生表示：「过去一年，内地市场重拾动力，表现令人鼓舞。我们相信，透过『双循环』政策，珠宝行业可继续共享经济发展的成果。凭借品牌、渠道优势及产品设计能力，我们将把握下沉市场的发展机遇，不断拓展业务新据点，吸纳新消费客群，推动销售增长。」

另外，内地的新型消费快速发展，加上顾客对个性化产品需求日增，缔造了智慧零售的商机。我们借着各种智慧零售应用，大幅增加与顾客的接触点。例如云商 365 是周大福的私域行销工具之一，至今已触达超过 500 万顾客，并与顾客关系管理系统接轨，以便员工及时获取资讯，提供个性化、有温度的服务。珠宝数码化定制平台 D-ONE 让大部分定制款式可一天发货、三天到家，能满足顾客追求定制产品和独家体验的需要。这些智慧零售应用不但能进一步拉近与顾客的距离，更可提升转化率及营运效率。集团预料，智慧零售的销售额对内地零售值的贡献，将由今年 6 月底的 9.5%，提升至 2025 财年的 12%。

集团亦一直投资于智慧制造领域，采用工业 4.0 框架，将传统的制造模式转变为顾客主导制造，于业界踞领导地位，估计于 2025 财年，智慧制造和自动化生产方式生产的珠宝将占全年产量约 50%，每年生产力将提升 30%。

中国香港、中国澳门及其他市场

随着疫情逐渐缓和，港澳地区的发展预期将更趋稳定，并积极开展各项工作，包括继续发展产品差异化和借着引进不同场景提升顾客体验，吸纳更多本地消费者。其他市场方面，集团将把握《区域全面经济伙伴协定》（RCEP）带来的商机，着眼于内需较高的国家，计划于马来西亚吉隆坡及菲律宾宿雾等地开设新店，亦会密切留意旅游零售地区的免税购物政策及免税市场发展，适时于具潜力的市场拓展业务。

放眼未来

尽管未来市况仍然充满挑战及变数，但凭集团多年来积累的底蕴与创新思维互补，定能持续发展。**周大福珠宝集团执行董事郑志刚博士**表示：「周大福 92 年的辉煌历史，给予我们勇气去创新，快人一步去做一些前瞻性的尝试，让世界因我们变得更幸福。科技是推动珠宝业界可持续发展的关键，周大福会延续创新的基因，通过智慧工具及制造，为消费者打造珠宝消费新体验，引领珠宝行业，巩固龙头地位。」

图片说明



董事总经理黄绍基(左三)、董事总经理陈世昌(右一)、执行董事(财务及资讯)郑炳熙(左二)、
执行董事孙志强(左一)、执行董事廖振为(右二)及投资者关系及企业传讯总监安殷霖(右三)
出席集团首个线上传媒日

- 完 -

关于周大福珠宝集团有限公司

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,遍及中国、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。

传媒垂询，请联络：

周大福珠宝集团有限公司

安殷霖 (Danita On)

投资者关系及企业传讯总监

电话：(852) 2138 8501

电邮：

danitaon@chowtaifook.com

吴海迪 (Haide Ng)

投资者关系及企业传讯经理

电话：(852) 2138 8336

电邮：

haideng@chowtaifook.com

杨颖希 (Pamela Yeung)

投资者关系及企业传讯经理

电话：(852) 2138 8334

电邮：

pamelayeung@chowtaifook.com