

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

即時發佈

集團推進雙動力策略 零售擴張與智慧零售雙軌並行

(中國香港，2021年9月28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，今天舉行首個線上傳媒日，向一眾媒體講解其未來五年的發展藍圖——雙動力策略。集團乘著經濟始見復甦之勢，加快落實執行雙動力策略的兩大業務增長動力「實動力」及「雲動力」。「實動力」是指集團持續拓展中國內地(「內地」) 零售網絡版圖，藉此更貼近顧客，同時豐富產品系列，以迎合不同顧客的需要。而「雲動力」則是積極以科技賦能智慧零售，加速發展零售科技應用及智慧製造，進一步提升供應鏈自動化水平及優化數碼化平台，令顧客在更短時間，找到更稱心的珠寶產品。

周大福珠寶集團董事總經理黃紹基先生表示：「我們於 2018 年推行為期三年的『Smart+ 2020』策略框架，發展創新科技、開展差異化品牌策略及提升供應鏈能力，為日後加快拓展零售網絡及打造全渠道銷售奠定良好的基礎。隨著雙動力策略出台接力，我們將繼續穩步邁向四大長遠目標，包括提升市場份額、透過數碼轉型提升營運效率、成為具備創新能力及精通科技的珠寶公司，以及打造全方位的珠寶生態圈。」

內地市場

集團憑藉雙動力策略把握內地擴大內需的機遇及智慧零售的先機，已漸見成果。在「十四五」規劃指導方針及「雙循環」策略的背景下，預計內地居民的可支配收入將有所增加，有助推動較次級城市和縣級城鎮的消費升級，釋放出龐大的消費潛力。未來數年，集團將會借助加盟商的地方知識及人脈，進一步滲透至低線城市。集團計劃到 2025 財年，零售點數目可超越 7,000 家。截至 2021 年 6 月 30 日，集團的零售網絡已擴展至 4,850 個零售點。

周大福珠寶集團董事總經理陳世昌先生表示：「過去一年，內地市場重拾動力，表現令人鼓舞。我們相信，透過『雙循環』政策，珠寶行業可繼續共享經濟發展的成果。憑藉品牌、渠道優勢及產品設計能力，我們將把握下沉市場的發展機遇，不斷拓展業務新據點，吸納新消費客群，推動銷售增長。」

另外，內地的新型消費快速發展，加上顧客對個性化產品需求日增，締造了智慧零售的商機。我們藉著各種智慧零售應用，大幅增加與顧客的接觸點。例如雲商 365 是周大福的私域行銷工具之一，至今已觸達超過 500 萬顧客，並與顧客關係管理系統接軌，以便員工及時獲取資訊，提供個性化、有溫度的服務。珠寶數碼化定制平台 D-ONE 讓大部分定制款式可一天發貨、三天到家，能滿足顧客追求定制產品和獨家體驗的需要。這些智慧零售應用不但能進一步拉近與顧客的距離，更可提升轉化率及營運效率。集團預料，智慧零售的銷售額對內地零售值的貢獻，將由今年 6 月底的 9.5%，提升至 2025 財年的 12%。

集團亦一直投資於智慧製造領域，採用工業 4.0 框架，將傳統的製造模式轉變為顧客主導製造，於業界踞領導地位，估計於 2025 財年，智慧製造和自動化生產方式生產的珠寶將佔全年產量約 50%，每年生產力將提升 30%。

中國香港、中國澳門及其他市場

隨著疫情逐漸緩和，港澳地區的發展預期將更趨穩定，並積極開展各項工作，包括繼續發展產品差異化和藉著引進不同場景提升顧客體驗，吸納更多本地消費者。其他市場方面，集團將把握《區域全面經濟夥伴協定》（RCEP）帶來的商機，著眼於內需較高的國家，計劃於馬來西亞吉隆坡及菲律賓宿霧等地開設新店，亦會密切留意旅遊零售地區的免稅購物政策及免稅市場發展，適時於具潛力的市場拓展業務。

放眼未來

儘管未來市況仍然充滿挑戰及變數，但憑集團多年來積累的底蘊與創新思維互補，定能持續發展。周大福珠寶集團執行董事鄭志剛博士表示：「周大福 92 年的輝煌歷史，給予我們勇氣去創新，快人一步去做一些前瞻性的嘗試，讓世界因我們變得更幸福。科技是推動珠寶業界可持續發展的關鍵，周大福會延續創新的基因，通過智慧工具及製造，為消費者打造珠寶消費新體驗，引領珠寶行業，鞏固龍頭地位。」

圖片說明



董事總經理黃紹基(左三)、董事總經理陳世昌(右一)、執行董事(財務及資訊)鄭炳熙(左二)、執行董事孫志強(左一)、執行董事廖振為(右二)及投資者關係及企業傳訊總監安殷霖(右三)出席集團首個線上傳媒日

- 完 -

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,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,以及恆久抱持的核心價值「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,遍及中國、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。

傳媒垂詢，請聯絡：

周大福珠寶集團有限公司

安殷霖 (Danita On)

投資者關係及企業傳訊總監

電話：(852) 2138 8501

電郵：

danitaon@chowtaifook.com

吳海迪 (Haide Ng)

投資者關係及企業傳訊經理

電話：(852) 2138 8336

電郵：

haideng@chowtaifook.com

楊穎希 (Pamela Yeung)

投資者關係及企業傳訊經理

電話：(852) 2138 8334

電郵：

pamelayeung@chowtaifook.com