

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部份內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

CHOW TAI FOOK JEWELLERY GROUP LIMITED

周大福珠寶集團有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

股份代號: 1929

2025 年度全年業績簡報材料

周大福珠寶集團有限公司及其附屬公司截至2025年3月31日止年度的全年業績簡報材料已附於本公告。

承董事會命
周大福珠寶集團有限公司
主席
鄭家純博士

香港，2025年6月12日

於本公告日期，執行董事為鄭家純博士、鄭志恒先生、鄭志雯女士、黃紹基先生、鄭錦標先生、鄭炳熙先生、孫志強先生及廖振為先生；及獨立非執行董事為鄺志強先生、林健鋒先生、柯清輝博士、鄭嘉麗女士、車品覺先生、馮詠儀女士及鄧迎章先生。

CHOW TAI FOOK JEWELLERY GROUP
周大福珠寶集團

2025
全年業績
投資者會議簡報

2025.06.12



2025財政年度摘要

穩步邁向高質量盈利

營業額		
89,656	百萬港元	按相同匯率計算
▼ 17.5%		▼ 16.8%

經營溢利 ²		
14,746	百萬港元	▲ 9.8%

股東應佔溢利		
5,916	百萬港元	▼ 9.0%

毛利率 ¹	
29.5%	FY2024 24.0%

經營溢利率	
16.4%	FY2024 12.4%

每股全年股息 ³	
0.52 港元	派息率 87.8%

¹ 黃金借貸影響由「銷售成本」重新分類為「其他收益及虧損」
² 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
³ 建議每股末期股息0.32港元須待股東在本公司應屆股東周年大會上批准

2025財政年度主要成果 開展品牌轉型之旅，達成多個重要里程碑



有效的產品優化措施，及
推出成功的標誌性系列



透過新形象店開創重塑零售體驗，提升
門店生產力及優化產品組合

財務韌性

經營溢利率 +400 個點子

推出「周大福珠寶可持續
發展2049」藍圖



成為亞太區唯一被
認可的珠寶集團

品牌轉型 – 產品優化
差異化、標誌性系列引發目標顧客的情感共鳴



周大福傳福系列
約 40 億港元



周大福故宮系列
約 40 億港元

品牌轉型 – 新形象店

優化零售體驗，提升門店生產力



CHOW TAI FOOK JEWELLERY GROUP
周大福珠寶集團



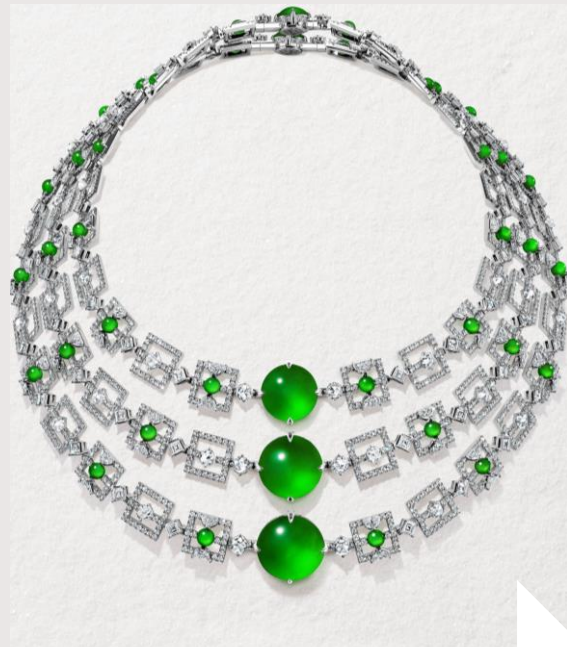
品牌轉型－繼續轉型旅程 未來一年，精彩可期



有序開設新形象店



推出差異化標誌性系列及
策略性品牌聯乘合作



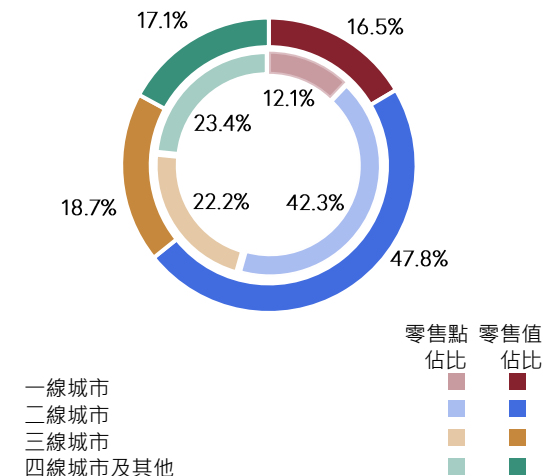
推出高級珠寶系列

業務發展



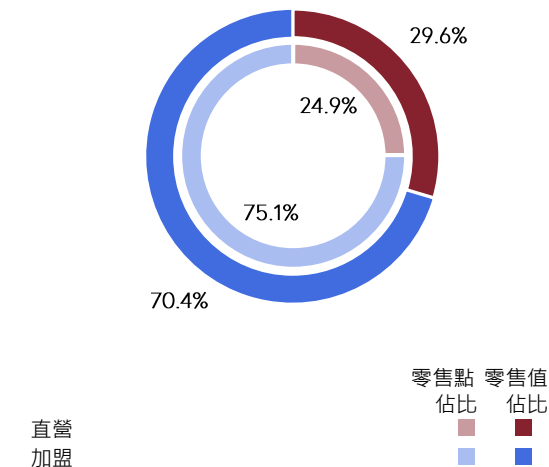
中國內地 – 周大福珠寶零售點 優化零售網絡，聚焦提升門店生產力

按城市級別劃分的零售值及零售點¹



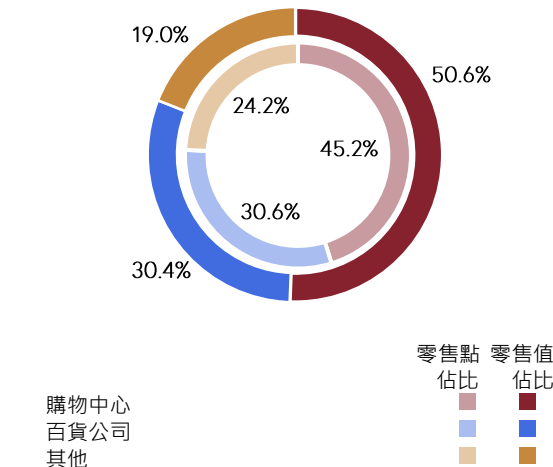
	零售值 同比變化	零售點 淨變動
一線城市	-13.7%	-110
二線城市	-17.6%	-320
三線城市	-19.5%	-194
四線城市及其他	-21.1%	-272

按營運模式劃分的零售值及零售點



	零售值 同比變化	零售點 淨變動
直營	-18.2%	-49
加盟	-15.0%	-847

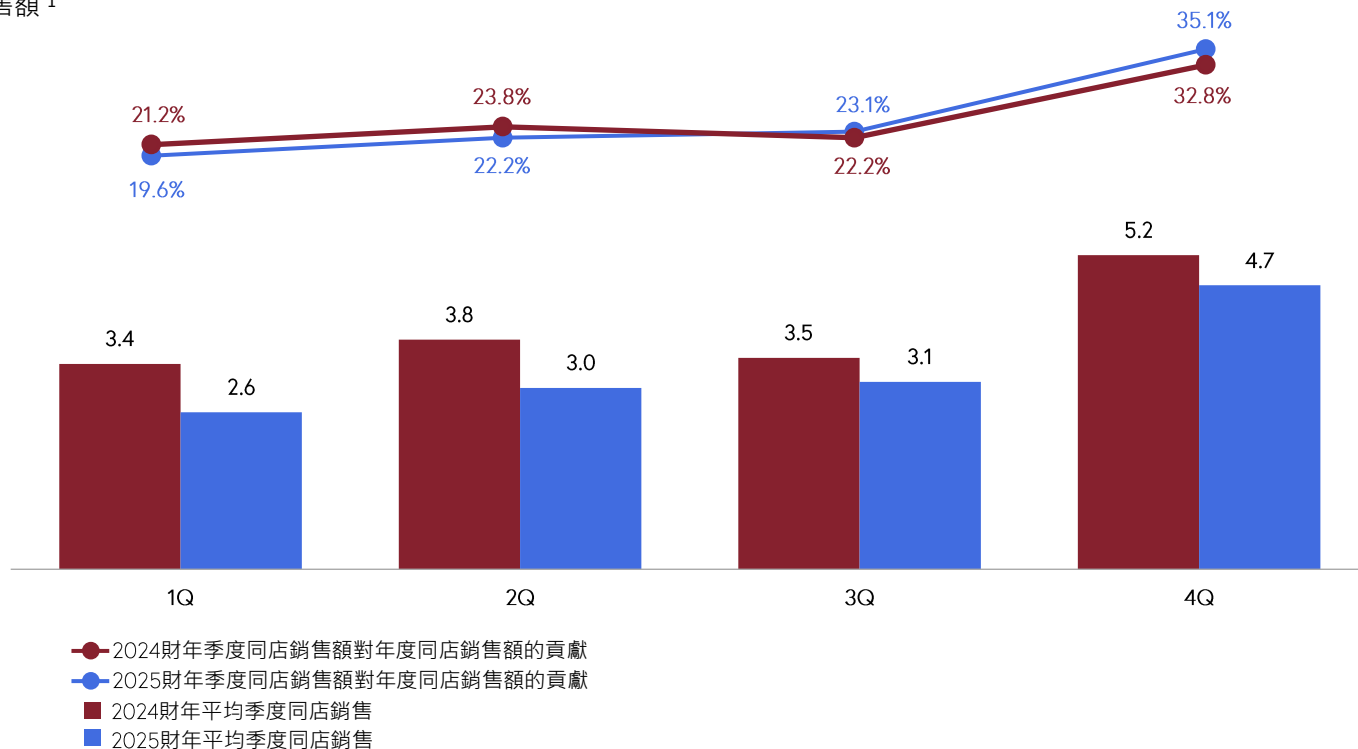
按店舖類型劃分的零售值及零售點



	零售值 同比變化	零售點 淨變動
購物中心	-10.6%	-191
百貨公司	-18.9%	-260
其他	-23.7%	-445

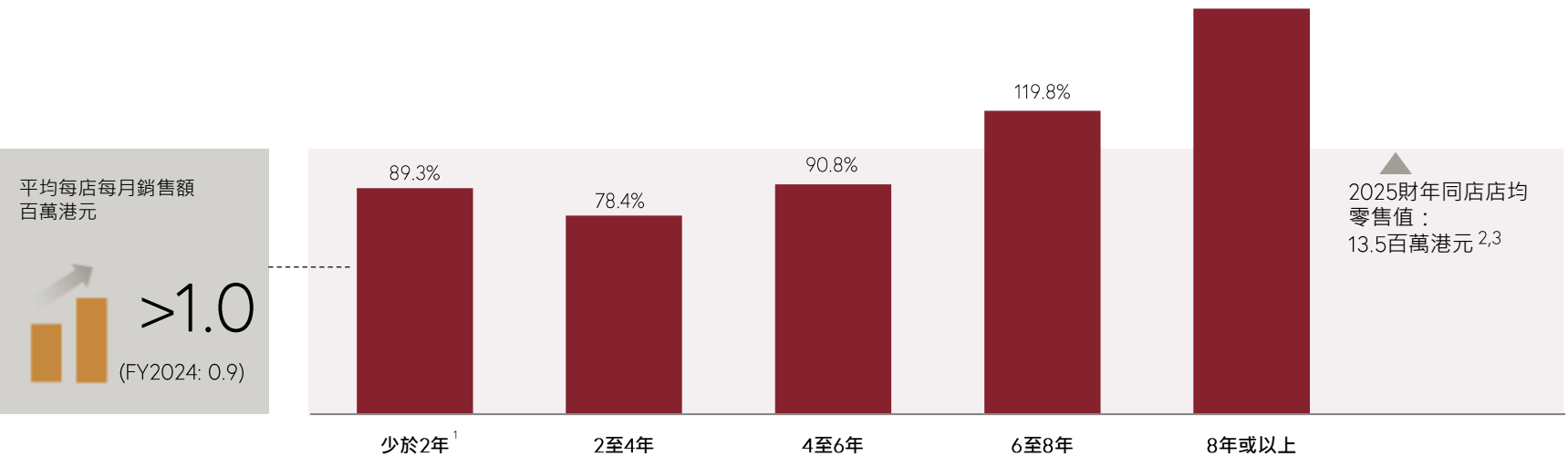
中國內地 – 周大福珠寶零售點 門店生產力提升紓緩了淨關店的影響

平均季度銷售額¹



中國內地 – 周大福珠寶零售點 新店表現穩健提升

2025財年按店齡劃分的每店零售值與同店店均零售值之比例



開店日期	4/2023-3/2025	4/2021-3/2023	4/2019-3/2021	4/2017-3/2019	3/2017 或以前	總計
零售點	759	2,358	1,150	636	1,371	6,274
零售點佔比	12.1%	37.6%	18.3%	10.1%	21.9%	100.0%

¹ 店齡不足1年的零售點之零售值按年化基準調整
² 包括增值稅
³ 同店計算包括直營及加盟零售點

中國內地 – 電子商務 增加與顧客的互動，帶動強勁表現

線上顧客互動

- 零售值錄得顯著增長，主要受惠於集團成立了自營的直播間及加強社交媒體宣傳等因素
- 透過自營的直播間及關鍵意見銷售 (「KOS」) 資源，於多個社交媒體平台成功打造爆紅暢銷產品



零售值

▲ 3.6%

零售值相關佔比

5.8%

銷量相關佔比

13.8%

平均售價

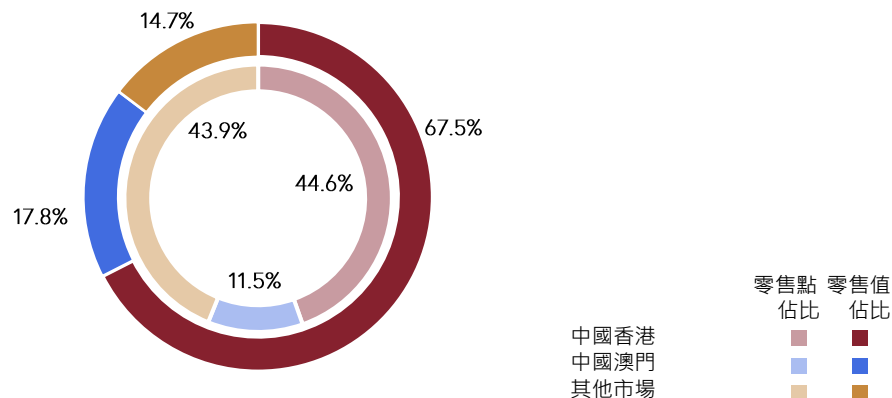
2,500港元

FY2024

2,080港元

中國香港、中國澳門及其他市場 持續靈活應對轉變的營商環境

按地區劃分的零售值及零售點



中國香港
中國澳門
其他市場

零售點 零售值
佔比 佔比

	零售值 同比變化	零售點 淨變動
中國香港	-19.6%	+2
中國澳門	-35.6%	-1
其他市場	-32.0%	+1

中國香港及中國澳門

零售網絡管理

- 於 2025 年 3 月 31 日，維持 87 個周大福珠寶零售點
- 持續監察業務發展以捕捉機遇，同時確保盈利的韌性

電子商務

- 港澳線上零售值於2025財年錄得約91%增長，由於全新品牌網站深受顧客喜愛，加上我們成功推出重點 IP 系列所帶動

其他市場 – 周大福珠寶零售點 (不包括中國免稅店) 正推進國際業務的優質擴張

2025財年摘要

零售值

▲ 9.4%

零售點

48

(2025財年：淨開3個零售點)

振興主要的 現有市場

- 進行門店升級及策略性搬遷來提升零售體驗
 - 於2026財年，將在新加坡和加拿大開設新形象店
 - 展開更廣泛的門店升級計劃
- 優化產品陳列方式和聚焦高價值顧客，以提升店舖生產力
- 加強人才培育，以推動更卓越的零售表現

積極進軍具高潛力 的新市場

- 將於高增長市場和核心地段展開策略性擴張，初步瞄準東南亞市場，並可能拓展至亞洲以外的市場

財務回顧



CHOW TAI FOOK JEWELLERY GROUP
周大福珠寶集團

2025財政年度收益表摘要

盈利及利潤率保持韌性印證品牌轉型之成果

營業額

89,656 百萬港元 ▼ 17.5%

毛利

26,455 百萬港元 ▲ 1.6%

銷售及行政開支

12,491 百萬港元 ▼ 6.1%

經營溢利

14,746 百萬港元 ▲ 9.8%

營業額同比變化 (按相同匯率計算)

▼ 16.8%

毛利率

29.5% | FY2024
24.0%

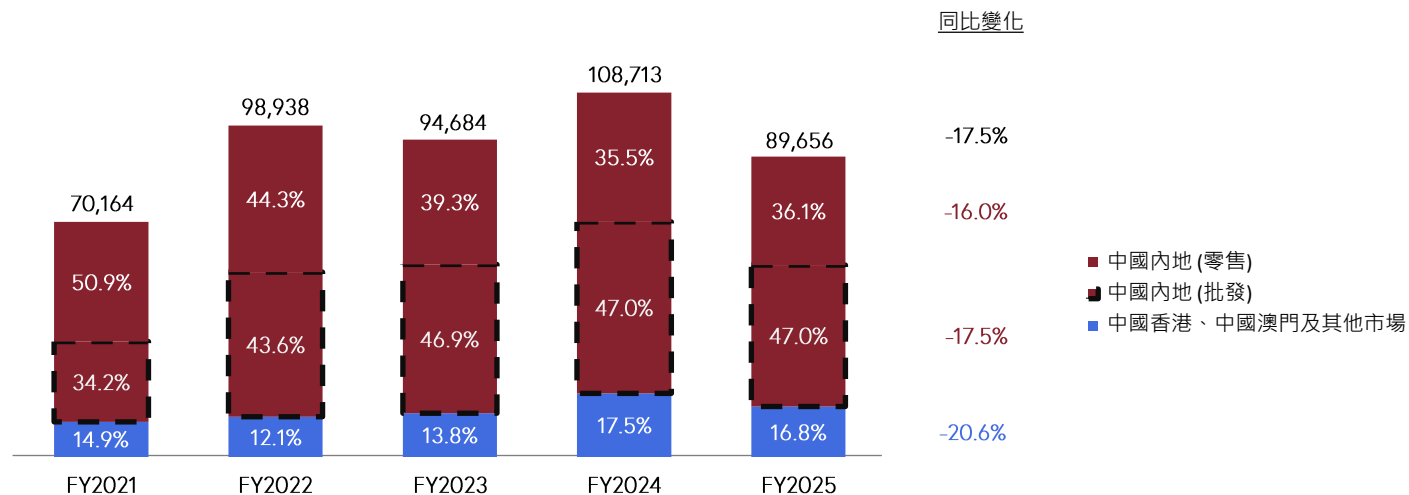
銷售及行政開支比率

13.9% | FY2024
12.2%

經營溢利率

16.4% | FY2024
12.4%

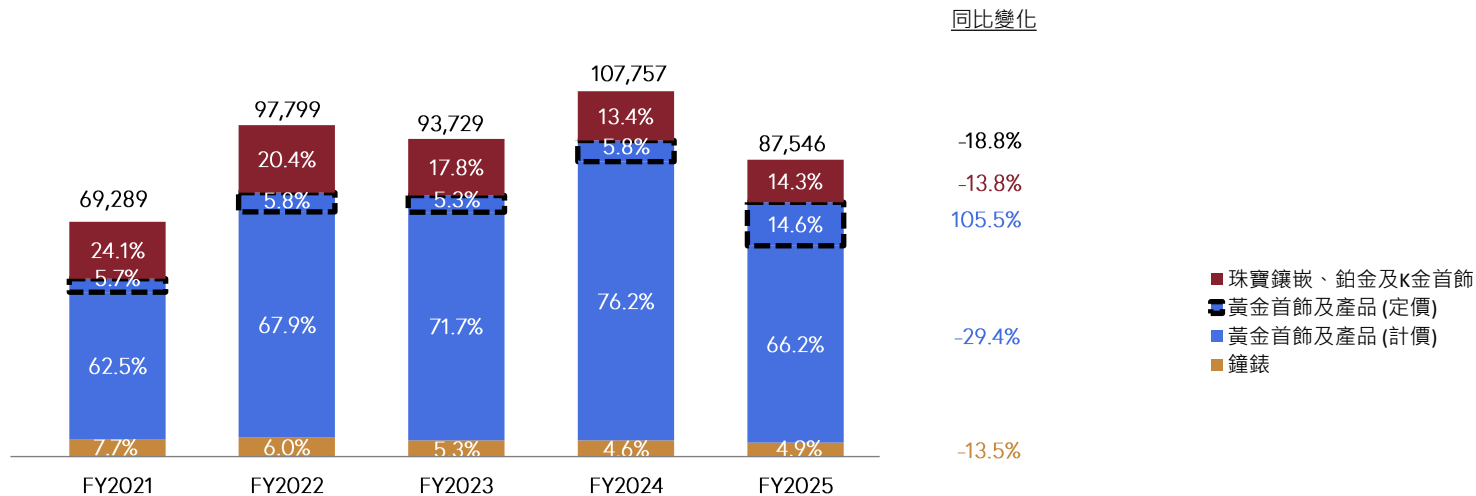
營業額明細分析 – 可呈報分部 (百萬港元)



(百萬港元)	1H2025	2H2025	FY2025	1H2025/ 1H2024 同比變化	2H2025/ 2H2024 同比變化	FY2025/ FY2024 同比變化
中國內地	33,031	41,524	74,556	-18.8%	-15.3%	-16.9%
中國香港、中國澳門及其他市場	6,377	8,724	15,101	-27.9%	-14.2%	-20.6%
整體	39,408	50,248	89,656	-20.4%	-15.1%	-17.5%

營業額明細分析 – 產品 (百萬港元)

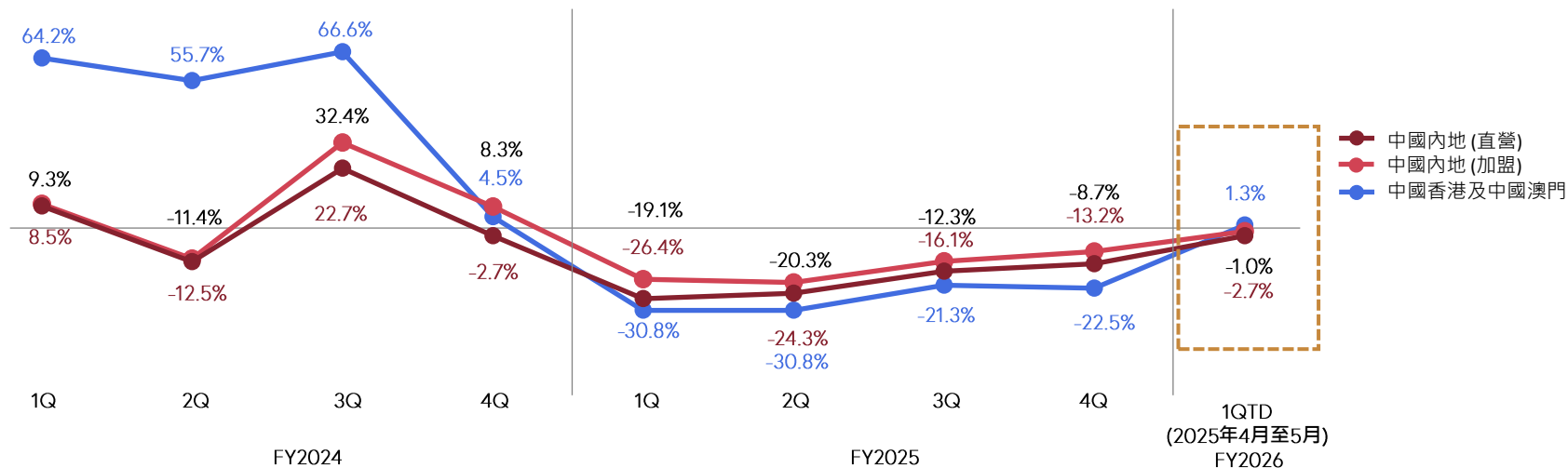
(不包括珠寶貿易及來自加盟商的服務收入)



營業額佔比

	1H2024	2H2024	1H2025	2H2025
珠寶鑲嵌、鉑金及 K 金首飾	14.7%	12.4%	14.9%	13.8%
黃金首飾及產品 (定價)	4.4%	7.0%	12.0%	16.7%
黃金首飾及產品 (計價)	75.7%	76.5%	67.4%	65.3%
鐘錶	5.2%	4.1%	5.7%	4.2%

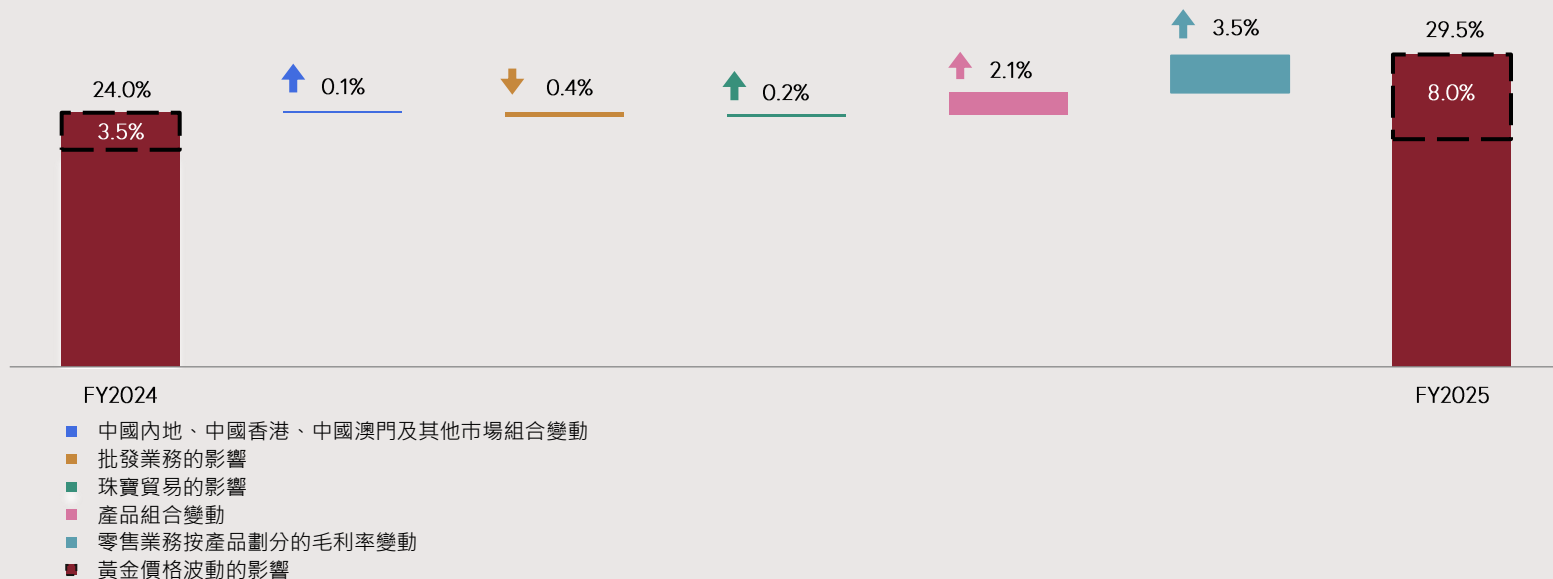
同店銷售增長 – 主要市場 品牌轉型帶動了季度銷售趨勢



中國內地 (直營) (FY2025)	同店銷售增長	同店銷量增長	同店平均售價	中國香港及中國澳門 (FY2025)	同店銷售增長	同店銷量增長	同店平均售價
整體	-19.4%	-30.1%	不適用	整體	-26.1%	-34.2%	不適用
珠寶鑲嵌、鉑金及k金首飾	-22.9%	-33.4%	9,700港元 ¹	珠寶鑲嵌、鉑金及k金首飾	-3.5%	-13.1%	16,500港元 ¹
黃金首飾及產品	-19.6%	-29.6%	6,300港元	黃金首飾及產品	-32.9%	-38.4%	8,900港元

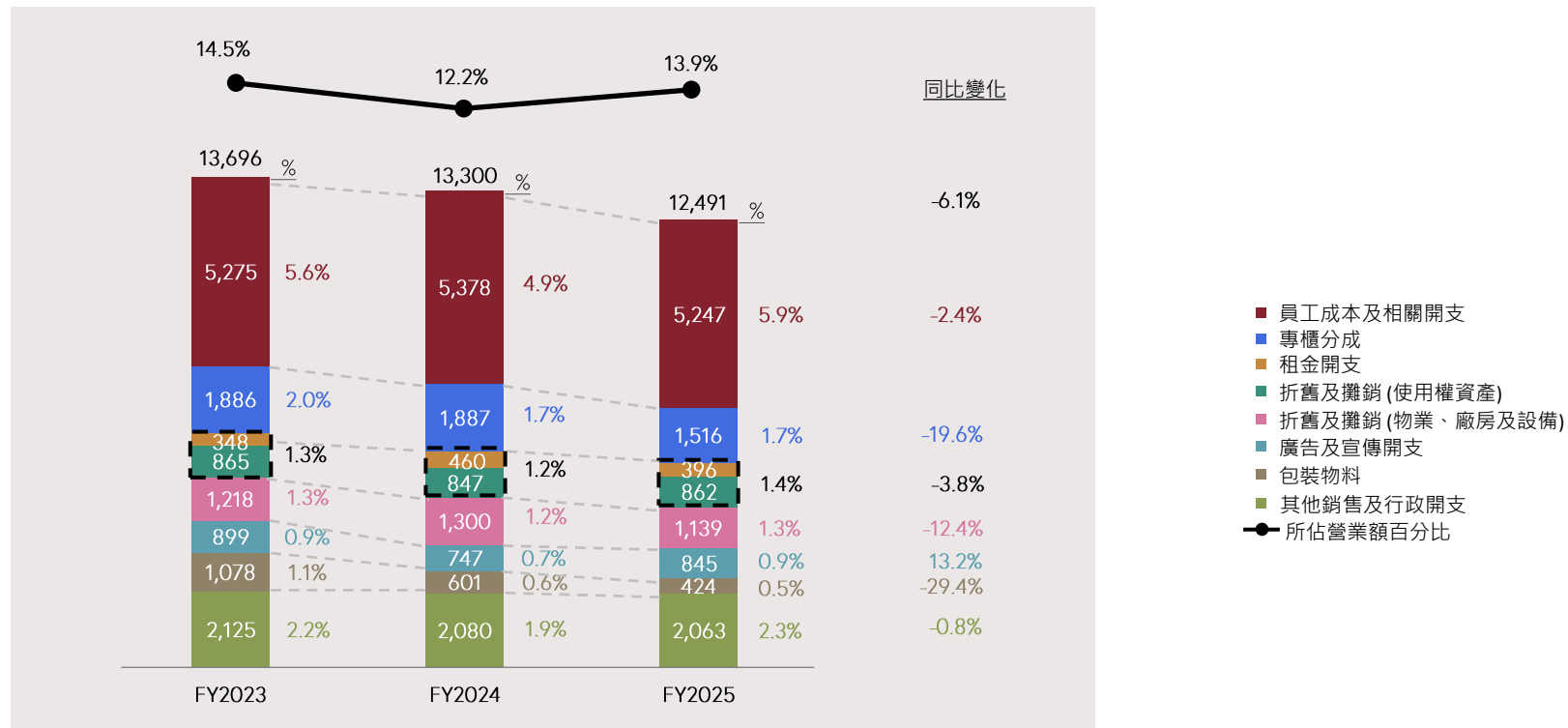
2025財政年度毛利率變動

產品組合改善和金價上漲帶動毛利率提升



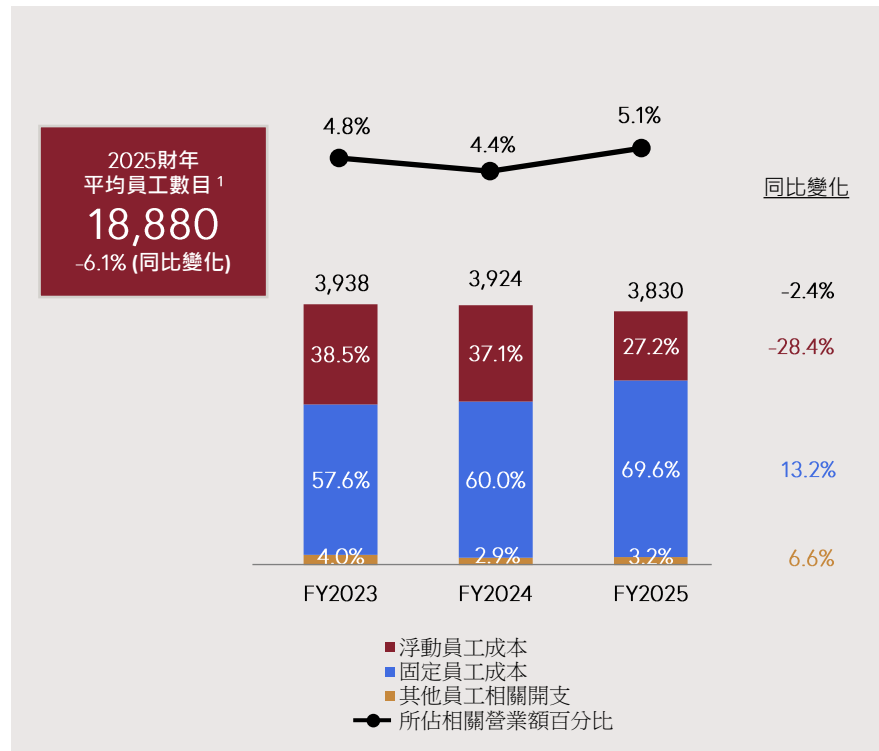
銷售及行政開支分析 (百萬港元)

審慎有效的成本管理

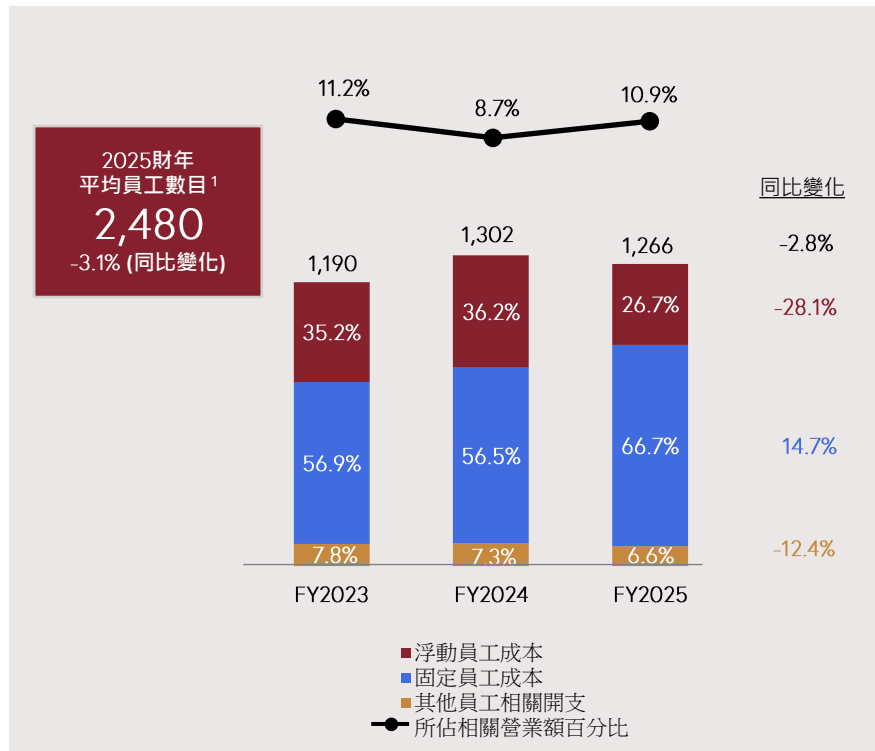


銷售及行政開支 – 員工成本及相關開支 (百萬港元)

中國內地

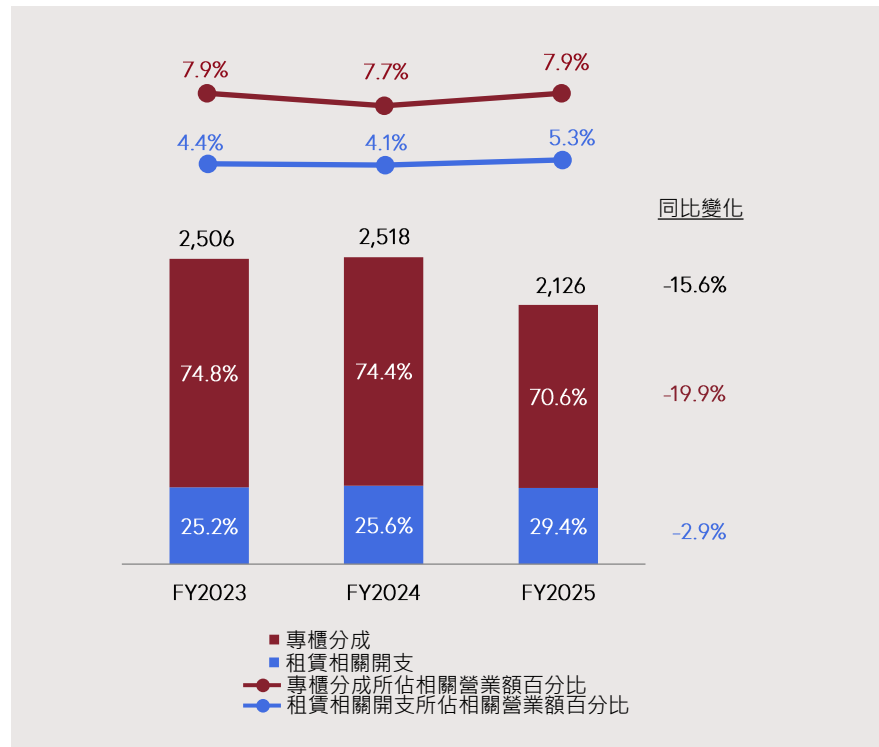


中國香港及中國澳門

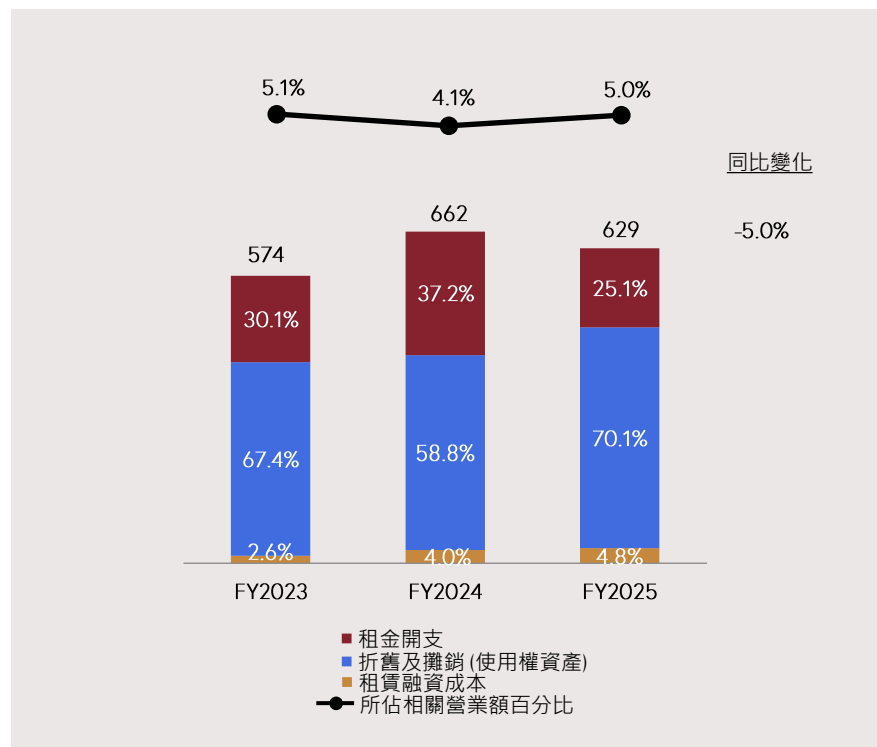


銷售及行政開支 – 專櫃分成及租賃相關開支 (百萬港元)

中國內地

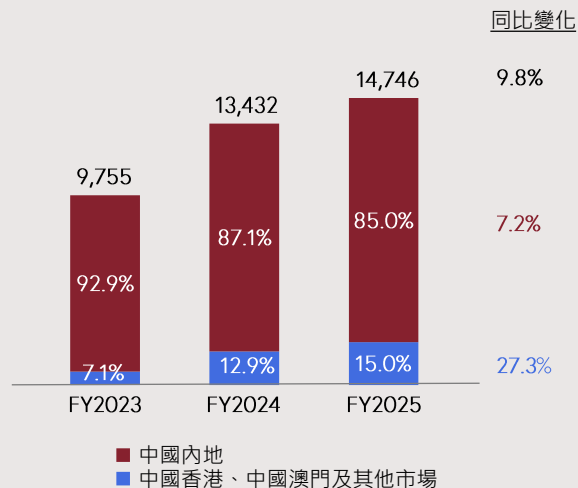


中國香港及中國澳門



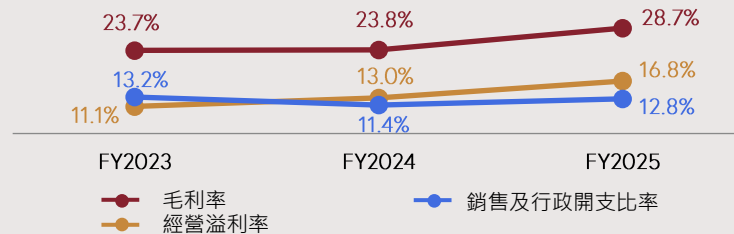
經營溢利及盈利能力分析 各分部的經營溢利率展現韌性

按可呈報分部劃分的經營溢利(百萬港元)

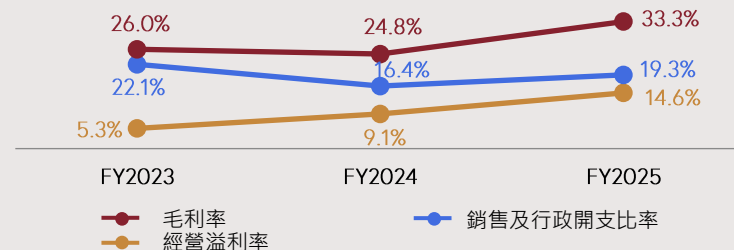


經營溢利 同比變化	1H2025	2H2025	FY2025
中國內地	5.0%	9.3%	7.2%
中國香港、中國澳門及其他市場	-3.2%	51.1%	27.3%

盈利能力 – 中國內地



盈利能力 – 中國香港、中國澳門及其他市場



除稅前溢利

截至3月31日止年度 (百萬港元)	FY2024	FY2025	同比變化
經營溢利	13,432	14,746	1,314
其他收益及虧損	(4,088)	(6,275)	(2,188)
- 黃金借貸的公允值變動	(3,757)	(6,180)	(2,423)
- 匯兌收益 (虧損) 淨額	(289)	(5)	284
- 其他	(41)	(90)	(49)
其他開支	(74)	(54)	21
分佔聯營公司之虧損	(20)	(20)	-
利息收入	183	114	(70)
融資成本	(705)	(593)	112
除稅前溢利	8,728	7,917	(811)

主要變動

黃金借貸公允值變動

FY2025

淨虧損6,180百萬港元:

- 已償還黃金借貸的已變現淨虧損: 4,641百萬港元
- 未償還黃金借貸的未變現淨虧損: 1,539百萬港元

FY2024

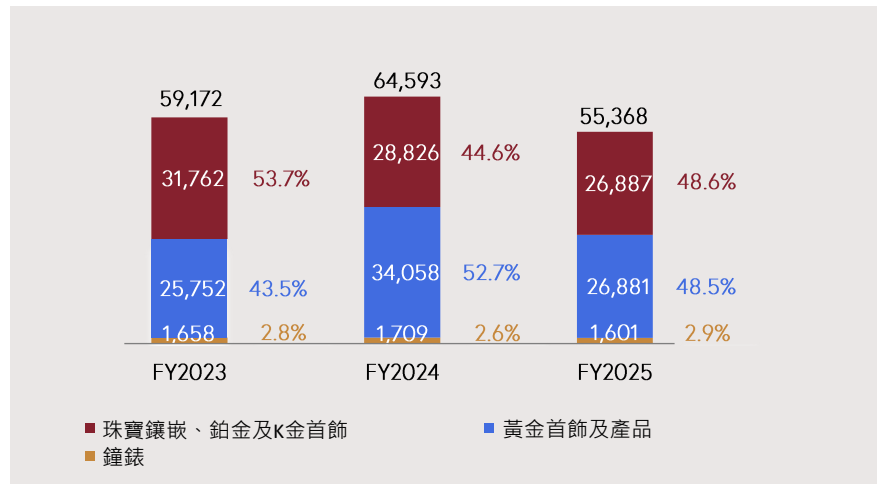
淨虧損3,757百萬港元:

- 已償還黃金借貸的已變現淨虧損: 1,977百萬港元
- 未償還黃金借貸的未變現淨虧損: 1,780百萬港元

存貨及資本開支 (百萬港元)

審慎的存貨及資本開支管理促進資本效益

按產品劃分的存貨結餘¹

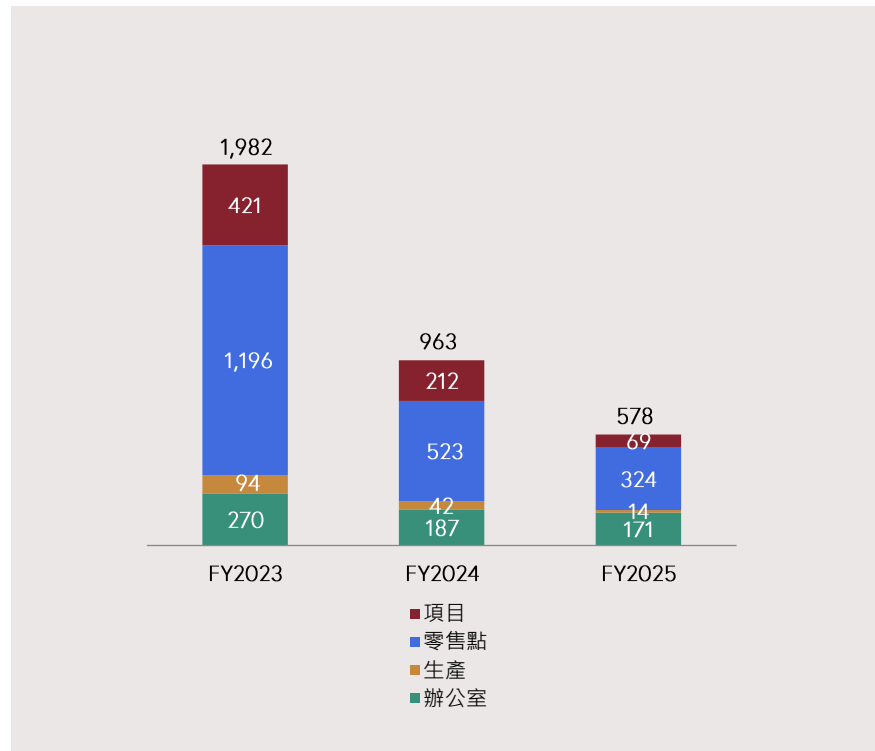


按類別劃分的存貨周轉期 ² (天數)	FY2023	FY2024	FY2025
製成品	225	221	236
原材料	75	65	84
整體	300	286	320

¹ 不包括包裝物料

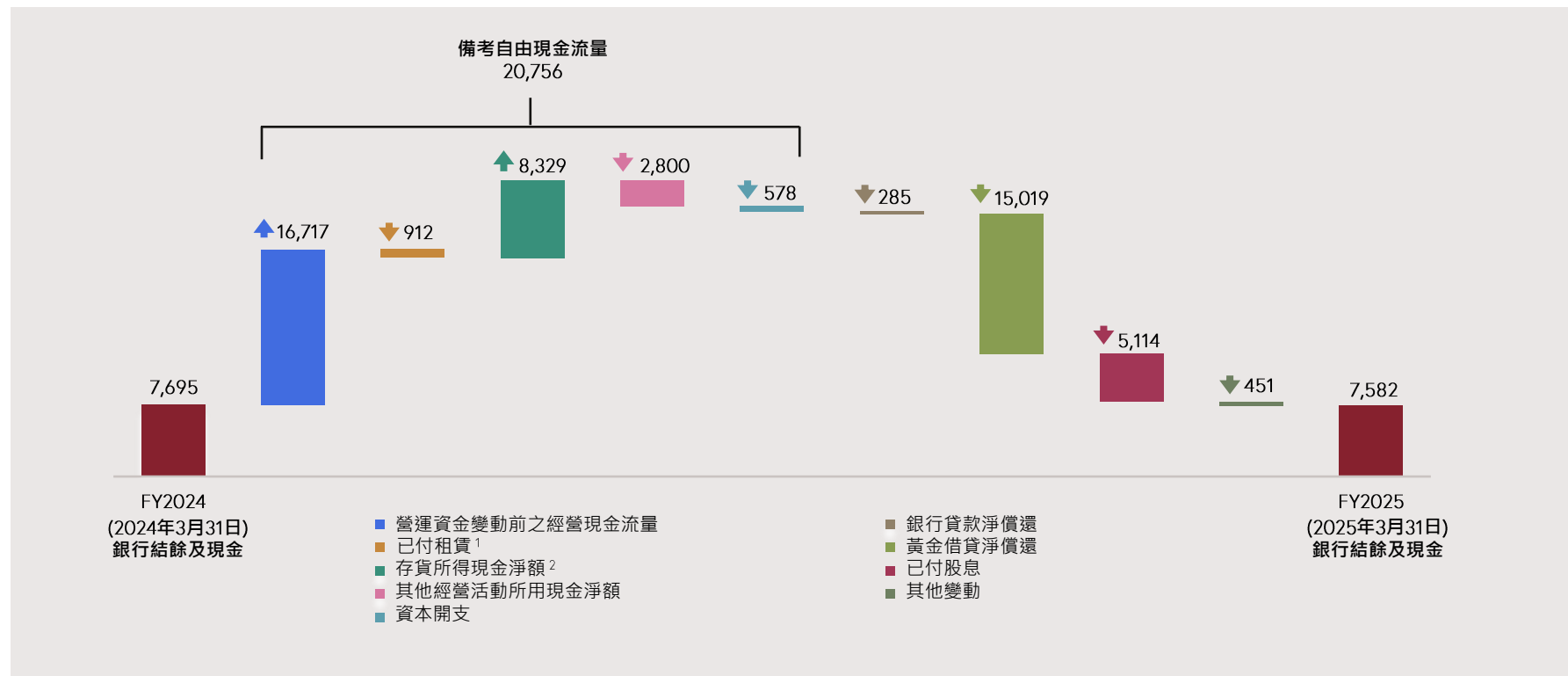
² 存貨周轉期 = 期末存貨結餘 (不包括包裝物料) / 期內銷售成本 x 365 或 366

按功能劃分的資本開支



現金流量變動概要 (百萬港元)

保持強勁自由現金流的業績記錄



¹ 採納國際財務報告準則第 16 號後，已付租賃計入融資活動

² 存貨所得現金淨額剔除黃金借貸的提取 / 償還淨額

資本架構摘要

有效的資金管理，以確保財務穩健及股東回報之最大化

銀行存款及現金等價物¹

7,582

百萬港元

於2024年3月31日

7,695 百萬港元

權益總額

27,393

百萬港元

於2024年3月31日

26,746 百萬港元

銀行貸款

3,825

百萬港元

於2024年3月31日

4,136 百萬港元

淨資本負債比率²

44.2%

於2024年3月31日

78.2%

撇除黃金借貸

淨現金狀況

黃金借貸

15,867

百萬港元

於2024年3月31日

24,488 百萬港元

黃金對沖比率

55.4%

於2024年3月31日

69.1%

¹ 包括銀行結餘及現金及短期銀行存款

² 銀行貸款及黃金借貸之總額 (扣除銀行存款及現金等價物) 除以權益總額

2025財政年度股本回報率

盈利韌性支持股東回報

股本回報率

$$\frac{\text{淨溢利}}{\text{權益總額}}$$

21.9%
FY2024: 24.7%

淨溢利率

$$\frac{\text{淨溢利}}{\text{營業額}}$$

6.7%
FY2024: 6.1%

資產周轉

$$\frac{\text{營業額}}{\text{總資產}}$$

1.2 倍
FY2024: 1.2 倍

權益倍數

$$\frac{\text{總資產}}{\text{權益總額}}$$

2.8 倍
FY2024: 3.3 倍

市場展望



市場展望

2026財政年度 – 高質量增長的一年

- 品牌轉型策略持續取得進展，對2025財年及2026財年至今的財務及營運表現產生積極影響，成效令人深感鼓舞
- 2026財年，行之有效的集團策略，加上低基數效應帶來的支持，我們的業務基本面將可進一步鞏固，推動整體業務復甦
- 面對外部環境波動及不確定性增加，我們持續密切關注政府刺激消費的政策動向和金價變動，以及評估擬拓展國際業務之國家的營商環境，以便作出明智的商業決策
- 我們將繼續謹守財務紀律，持續落實成本和資本管控，以實現優質盈利
- 我們將恪守對品牌轉型的堅定承諾，進一步強化集團的競爭力，推動長期增長，並持續提升股東回報



附錄

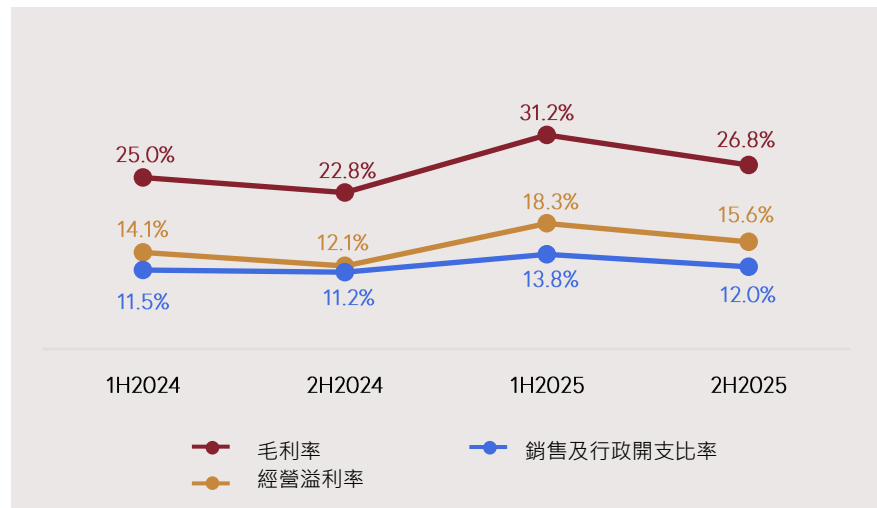


附錄 I – 收益表摘要

截至3月31日止年度 (百萬港元)	2023	2024	2025	同比變化
營業額	94,684	108,713	89,656	-17.5%
毛利	22,718	26,042	26,455	1.6%
毛利率	24.0%	24.0%	29.5%	5.5個百分點
銷售及行政開支	13,696	13,300	12,491	-6.1%
銷售及行政開支所佔營業額百分比	14.5%	12.2%	13.9%	1.7個百分點
經營溢利	9,755	13,432	14,746	9.8%
經營溢利率	10.3%	12.4%	16.4%	4.0個百分點
除稅前溢利	7,447	8,728	7,917	-9.3%
本公司股東應佔溢利	5,384	6,499	5,916	-9.0%
每股盈利 – 基本及攤薄	0.54港元	0.65港元	0.59港元	-8.9%
每股全年股息	0.50港元	0.55港元	0.52港元 ¹	不適用
每股特別股息	0.72港元	-	-	不適用

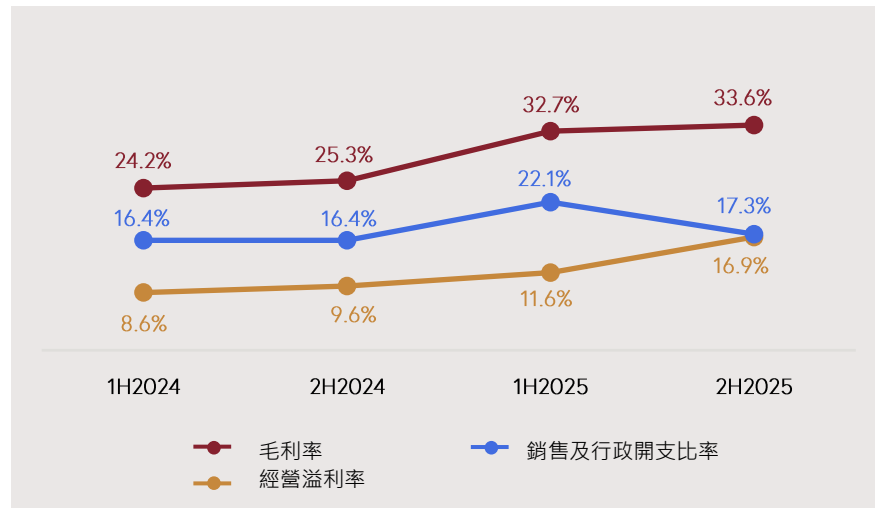
附錄 II – 盈利能力分析 – 上半年/下半年

盈利能力 – 中國內地



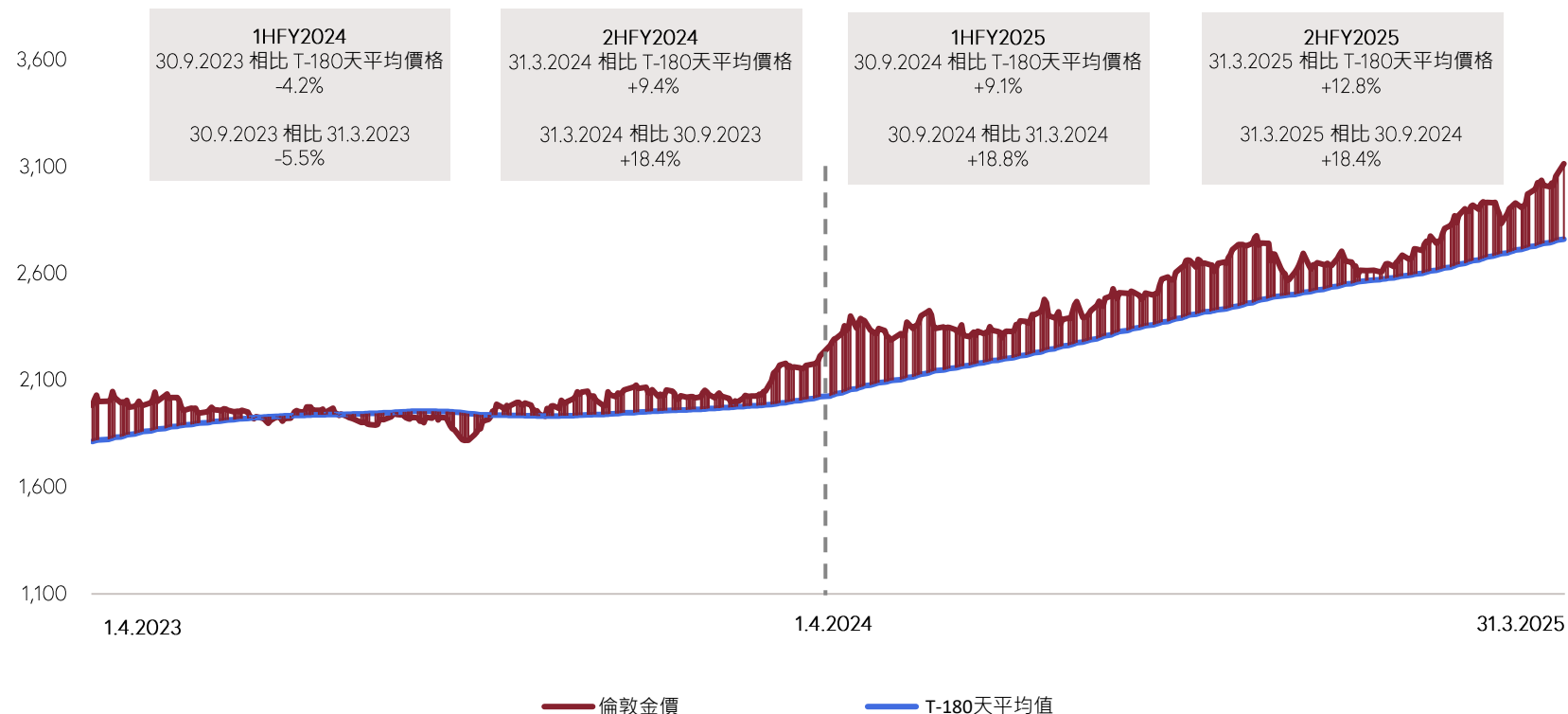
營業額佔比	1H2025	2H2025
珠寶鑲嵌、鉑金及 K 金首飾	14.0%	12.1%
黃金首飾及產品	80.6%	83.9%
鐘錶	5.4%	4.0%

盈利能力 – 中國香港、中國澳門及其他市場

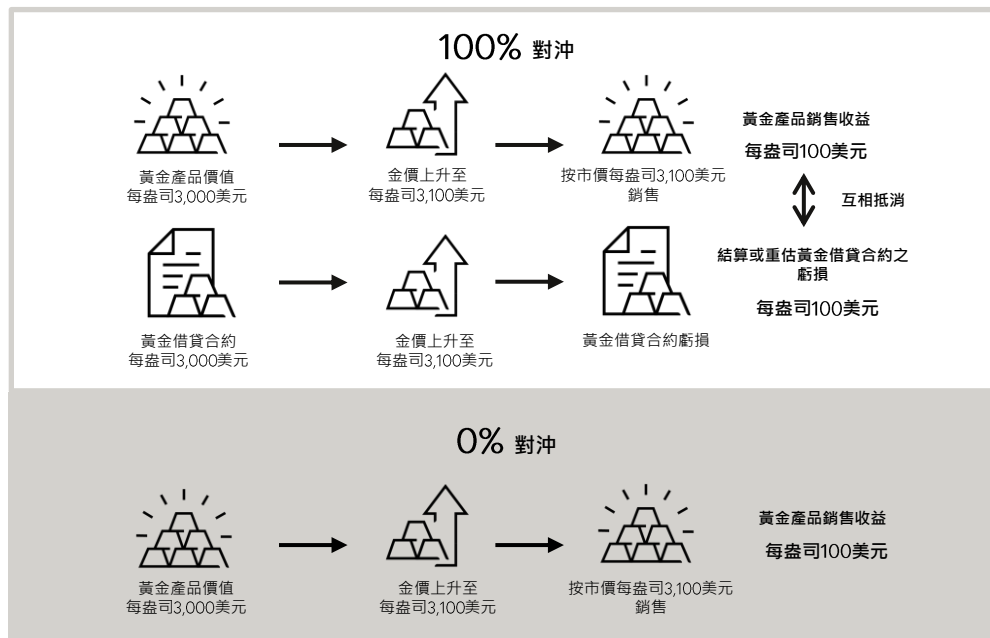
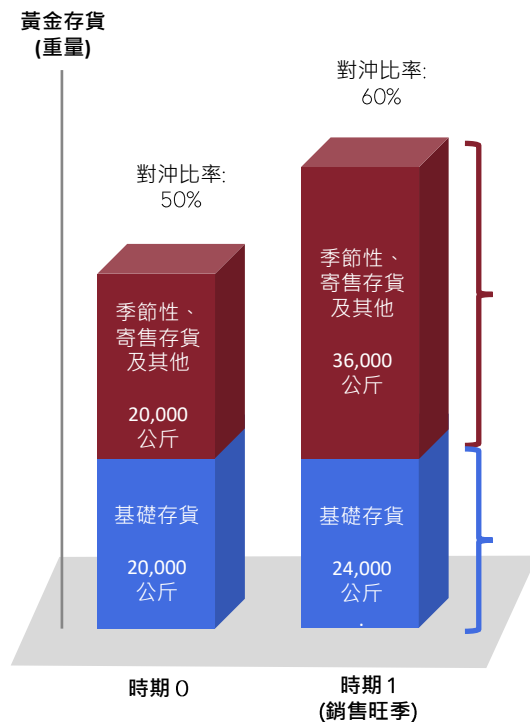


營業額佔比	1H2025	2H2025
珠寶鑲嵌、鉑金及 K 金首飾	19.6%	22.5%
黃金首飾及產品	72.8%	72.0%
鐘錶	7.6%	5.5%

附錄 III – 倫敦金價 (美元每盎司)

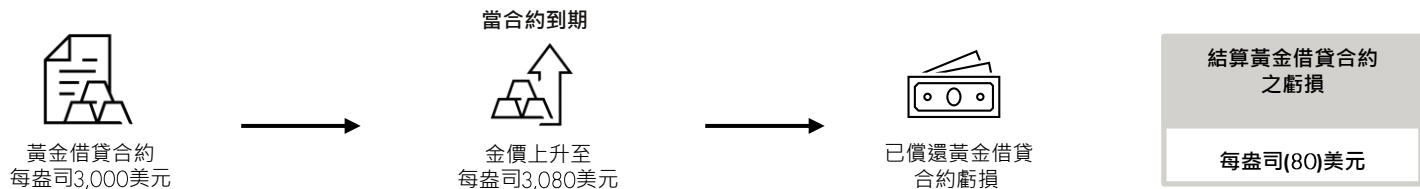


附錄 IV – 黃金對沖機制

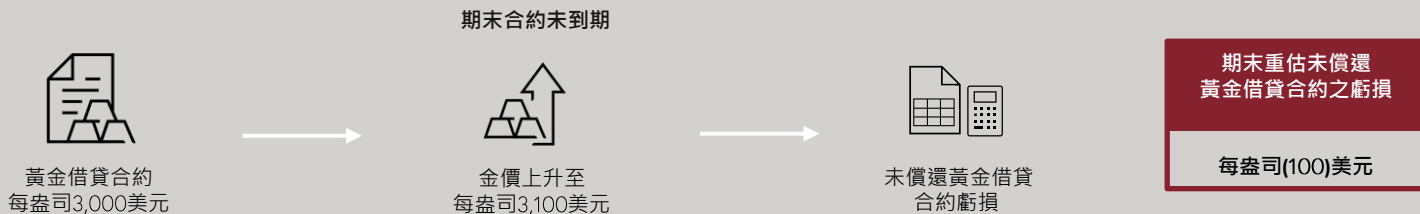


附錄 IV – 黃金借貸公允值收益/虧損

已償還黃金借貸的公允值虧損



未償還黃金借貸的重估損失



附錄 V – 黃金借貸影響的重新分類對收益表的影響 – 2024財政年度 (十億港元)

舊

營業額	108.7
銷售成本 (按歷史成本)	(82.7)
+ 黃金借貸已變現損益	(1.2)

新

營業額	108.7
銷售成本 (按歷史成本)	(82.7)
+ 黃金借貸公允值變動	(3.7)
黃金借貸已變現損益	
黃金借貸未變現損益	

營業額	108.7
銷售成本 (按歷史成本)	(82.7)

經調整後的毛利	24.8
+ 其他收入 - 銷售及行政開支	(12.6)

毛利	22.3
+ 其他收入 - 銷售及行政開支	(12.6)

毛利	26.0
+ 其他收入 - 銷售及行政開支	(12.6)

主要經營溢利	12.2
+ 黃金借貸未變現損益	(2.5)

經營溢利	9.7
------	-----

經營溢利	13.4
+ 黃金借貸公允值變動	(3.7)
已償還黃金借貸的 已變現公允值損益	
未償還黃金借貸的 未變現重估損益	

其他收益/虧損 + 其他開支 + 淨融資成本	(1.0)
---------------------------	-------

其他收益/虧損 + 其他開支 + 淨融資成本	(1.0)
---------------------------	-------

其他收益/虧損 + 其他開支 + 淨融資成本	(1.0)
---------------------------	-------

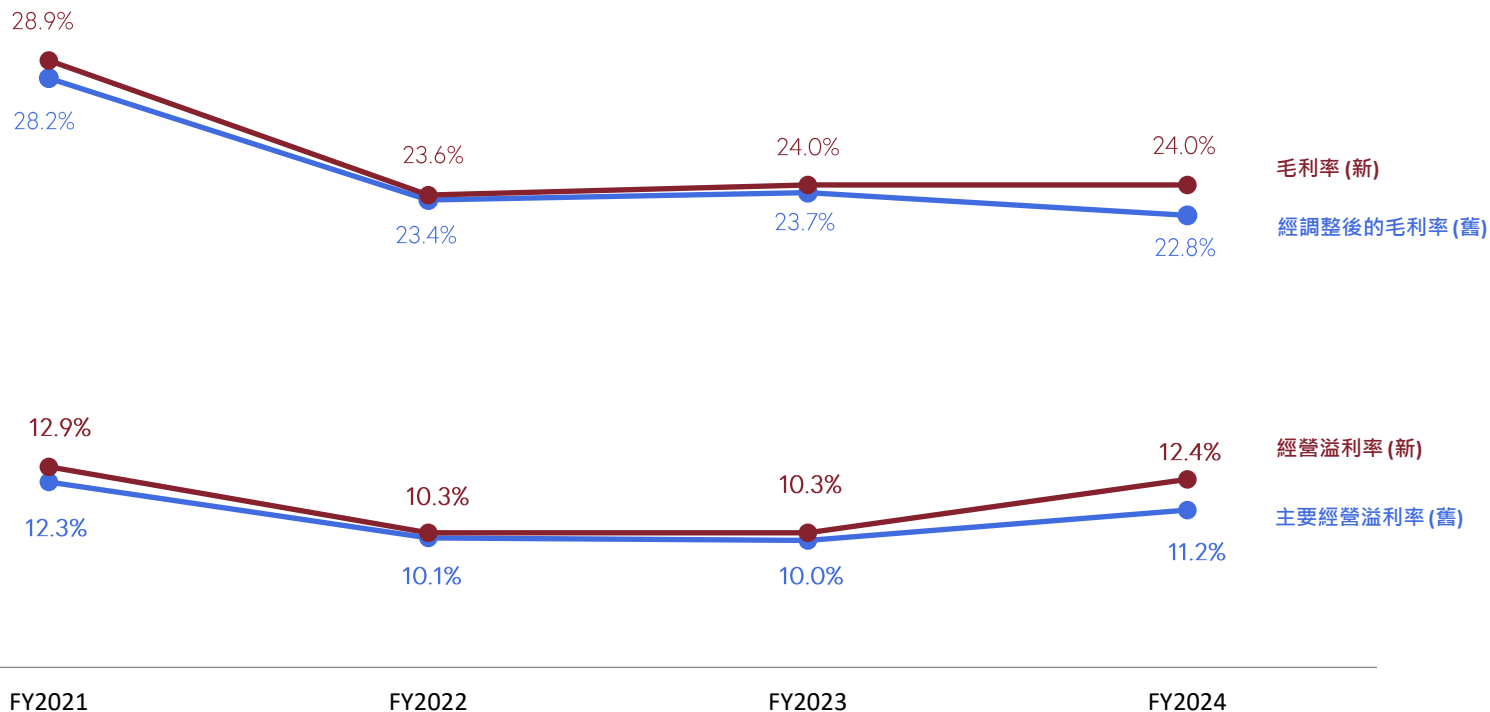
除稅前溢利	8.7
-------	-----

除稅前溢利	8.7
-------	-----

除稅前溢利	8.7
-------	-----

附錄 VI – 黃金借貸影響的重新分類

重新分類前後主要指標的趨勢相近



附錄 VII – 產品創新及策略合作增強了品牌吸引力



附錄 VIII – 我們的可持續發展 可持續發展2049



循環性

從回收來源採購貴金屬

- 增加產品組合的再生金含量
- 自2025年起，率先推出100% 再生金系列

可追溯性

確保原材料可追溯至已知及負責任的來源

- 到2029年，邁向100% T-MARK 鑽石可追溯至原產國
- 到2030年，邁向100% 貴金屬和寶石可追溯至原產國

低影響營運

減少營運和供應鏈中的環境影響和排放

- 到2049年實現淨零排放，到2030年將排放量減少50%
- 致力減低珠寶生產中有害物質的使用強度
- 到2030年將包裝材料的環境影響減少50%

中國文化

保存中國文化，向不同背景、年齡層的受眾弘揚並培養對中國文化的賞析

- 弘揚中國文化，致力在2030年前覆蓋15% 全球人口

未來人才

培育和賦能未來人才，發揮創造潛能

全民福祉

確保供應鏈中所有人的權益得到保護

- 致力確保供應鏈中所有人的權益得到保障
- 增強員工和更廣泛社區的家庭福祉

再生金和金飾可追溯性標準

制定再生金首飾及金飾可追溯性行業標準，確保來源可知及負責任

潔淨珠寶生產

建立潔淨珠寶生產標準

重點項目

- MONOLOGUE 100% 再生金系列
- 周大福 100% 再生系列

- T-MARK 鑽石可追溯性
- 所有新採購的 T-MARK 鑽石和寶石都可追溯至原產國

- 綠色辦公室指南
- 替換，調整流程以減少使用有害物質
- 顧客包裝減少計劃
- 更環保包裝

- 與北京故宮博物院及香港故宮博物館合作
- 香港中文大學文物館古代黃金工藝研究及教育

- 周大福珠寶國際人才平台

- 供應商最佳責任標準和盡職調查
- 家庭幸福指數、家庭友善計劃、內部及社區家庭幸福項目

- 再生金首飾行業標準
- 金飾可追溯性行業標準

- 珠寶生產有害物質減量標準

附錄 VIII – 我們的可持續發展 2025財政年度摘要



循環性

- 推出MONOLOGUE 100% 再生金產品，引領循環性
- 增加提供黃金回購服務的門店數目，並計劃優化黃金增值服務

可追溯性

- 自2025年4月起，所有新採購的T·MARK 鑽石（≥0.08 克拉）均可追溯至原產國
- 按照與經合組織指引一致的盡職調查程序，完成對179間供應商的調查，至今未發現任何高風險情況

低影響營運

- 範圍1及2溫室氣體排放、用水及生產廢棄物密度較2019財年分別下降18%、37% 和 41%
- 推出綠色辦公指南，推廣環保意識
- 於主要生產工序替換兩種致癌物質，並展開廢酸重用試驗
- 加強鼓勵顧客減少非必要包裝
- 加入由環境保護署推出的《減少包裝約章》，承諾推動可持續包裝



中國文化

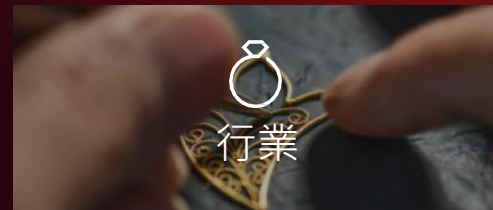
- 與北京故宮博物院及香港故宮文化博物館分別展開合作，透過教育工作坊及展覽接觸超過 486,000人
- 推出周大福故宮系列，融合傳統黃金工藝與現代設計

未來人才

- 透過實習計劃、教育活動及參觀，接觸超過 4,600名年輕人

全民福祉

- 透過在香港及中國內地舉辦的家庭幸福活動共惠及1,610人



再生金及金飾可追溯性標準

- 開展再生金行業標準相關的研究與資料搜集工作
- 承諾提升產品中的再生金含量，並設立專屬生產線以精確追蹤

潔淨珠寶生產

- 完成生產用化學品基準審核，邁出建立潔淨珠寶生產標準的第一步

附錄 VIII – 我們的可持續發展 彙報標準及認可

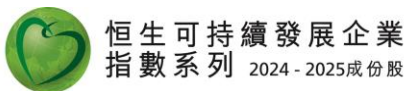
匯報標準

除符合香港交易所《環境、社會及管治報告指引》，我們的可持續發展披露亦參考了以下標準及框架：

- 全球報告倡議組織（「GRI」）可持續發展報告標準
- 氣候相關財務信息披露工作組（「TCFD」）框架

認可

恒生可持續發展企業指數系列
成份股



MSCI ESG指數評級



FTSE4Good Developed指數
成份股



CDP氣候變化評估 2024 – B
CDP水安全評估 2024 – B-



道瓊斯領先全球指數及道瓊斯領先亞太指數
成份股

S&P Dow Jones Indices

A Division of S&P Global

Sustainalytics 2025 ESG最高評級企業（亞太區）



標普全球《可持續發展年鑑（中國版）2025》
入選企業

S&P Global

周大福珠寶集團有限公司
零售部

《可持续发展年鉴 (中国版)》
入选企业

中国企业标准全球CSA 2024评分

61/100 | 评分日期：2024年5月1日

附錄 IX – 胡潤中國高淨值人群品質生活報告

10大高淨值人群最青睞的珠寶品牌

2020	2021	2022	2023	2024
Bvlgari (寶格麗)	Bvlgari (寶格麗)	Bvlgari (寶格麗)	Bvlgari (寶格麗)	Bvlgari (寶格麗)
Cartier (卡地亞)	Cartier (卡地亞)	Cartier (卡地亞)	Cartier (卡地亞)	Cartier (卡地亞)
Van Cleef & Arpels (梵克雅寶)	Van Cleef & Arpels (梵克雅寶)	Van Cleef & Arpels (梵克雅寶)	Van Cleef & Arpels (梵克雅寶)	Van Cleef & Arpels (梵克雅寶)
Tiffany & Co. (蒂芙尼)	Tiffany & Co. (蒂芙尼)	Tiffany & Co. (蒂芙尼)	Tiffany & Co. (蒂芙尼)	Tiffany & Co. (蒂芙尼)
Chanel (香奈兒)	Chanel (香奈兒)	Chanel (香奈兒)	Chow Tai Fook (周大福)	Chow Tai Fook (周大福)
Chaumet (尚美巴黎)	Chaumet (尚美巴黎)	Chow Tai Fook (周大福)	Chanel (香奈兒)	Chanel (香奈兒)
Piaget (伯爵)	Chow Tai Fook (周大福)	Piaget (伯爵)	Boucheron (寶詩龍)	Boucheron (寶詩龍)
Chow Tai Fook (周大福)	Harry Winston (海瑞溫斯頓)	Chaumet (尚美巴黎)	Piaget (伯爵)	Piaget (伯爵)
Montblanc (萬寶龍)	Montblanc (萬寶龍)	Harry Winston (海瑞溫斯頓)	Chaumet (尚美巴黎)	De Beers (戴比爾斯)
Harry Winston (海瑞溫斯頓)	Piaget (伯爵)	Chopard (蕭邦)	Laopu Gold (老鋪黃金)	Laopu Gold (老鋪黃金)

免責聲明

這些材料由周大福珠寶集團有限公司（「本公司」）準備，僅供本次簡報使用，不得公開傳播。

本簡報中使用的投影片和任何其他資料均屬於本公司財產，必須以本公司財產處理。本簡報中包含的資訊僅供您參考，不得出於任何目的（無論在您的組織/公司內部或外部）直接或間接轉發、出版或分發全部或部分的內容給任何其他人，及不得以任何方式複製。未經授權，不得轉發、出版、散佈或複製本文檔的全部或部分內容。

本簡報所包含的資訊並不構成或形成任何出售或認購要約的一部分，也不構成在任何司法管轄區任何購買或認購本公司或其控股公司或其任何子公司的任何證券或其他權益的要約的招攬或邀請或進行任何投資活動的誘因，其或其任何部分也不構成任何合約、承諾或投資決策的基礎或與任何合約、承諾或投資決策有關的依據。

本簡報包含前瞻性陳述。此類前瞻性陳述是基於有關本公司營運的多項假設和其他因素，其中許多因素可能超出本公司的控制範圍。就其性質而言，前瞻性陳述涉及風險和不確定性，因為它們與事件相關並取決於未來可能發生或可能不會發生的情況。因此，本公司的實際業績可能與此類前瞻性陳述明示或暗示的業績有重大差異。本公司沒有義務也不承諾更新或修改任何前瞻性陳述，無論是由於新資訊、未來事件或其他原因。本簡報中包含的資訊是在截至本簡報發布之日編譯的，截至本簡報發布之日（或更早，如果有說明），並且不會進行更新以反映本簡報發布日期之後可能發生的重大發展，並可能隨時更改，包括重大更改，恕不另行通知。

本簡報可能包括一些並非以國際財務報告準則規定的直接衡量財務績效的衡量指標，例如“經營溢利”。提出這些指標是因為本公司認為它們有助於評估本公司財務績效，可以作為根據國際財務報告準則得出的任何其他業績衡量指標的替代方案。由於它們不是國際財務報告準則的衡量指標，可能無法與其他公司提出的類似名稱的衡量指標進行比較。

本簡報中包含的資訊尚未經獨立驗證。對於本文所包含的任何資訊或意見的公平性、準確性、完整性或正確性，不作任何明示或暗示的陳述、保證或承諾，也不應依賴其公平性、準確性、完整性或正確性。本文件無意提供對本公司財務或交易狀況或前景的完整或全面分析，您也不得依賴本文件提供對本公司財務或交易狀況或前景的完整或綜合分析。本公司或其任何董事、管理人員、員工、代理人、股東、關聯公司、子公司、顧問或代表均不對文件的內容承擔任何責任，也不應對因疏忽或其他原因因使用本文件或本簡報中包含的資訊或與之相關的其他方式而產生的任何損失承擔責任。

CHOW TAI FOOK JEWELLERY GROUP
周大福珠寶集團