

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分內容而產生或因倚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

截至2025年6月30日止三個月

未經審核主要經營數據

周大福珠寶集團有限公司(「本公司」)連同其附屬公司(「本集團」)謹此宣佈本集團截至2025年6月30日止三個月(「第一季度」或「季內」)若干未經審核主要經營數據。本公告所載的未經審核主要經營數據應與本公司的2025財政年度年報一併閱覽。

主要經營數據

截至2025年6月30日止三個月

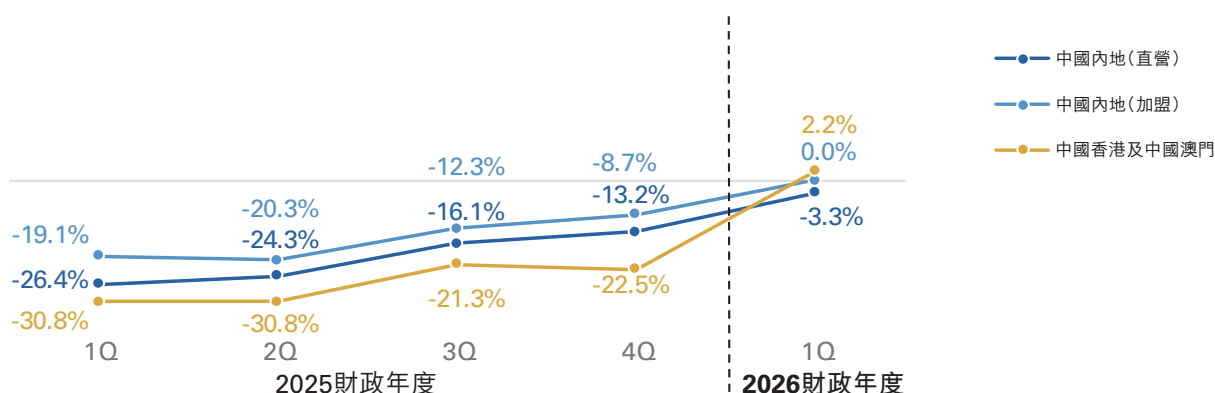
(與去年同期相比的百分比變動)

	集團	
零售值 ⁽¹⁾ 增長	-1.9%	
	中國內地	中國香港、 中國澳門及 其他市場
零售值增長	-3.3%	+7.8%
佔集團零售值之百分比	86.4%	13.6%
	中國內地	中國香港及 中國澳門
同店銷售 ⁽²⁾ 增長	-3.3%	+2.2%
同店銷量增長	-11.1%	-8.8%
按產品劃分的同店銷售增長		
—珠寶鑲嵌、鉑金及K金首飾	-2.2%	+3.3%
—黃金首飾及產品	-1.4%	+6.6%

⁽¹⁾ 「零售值」按於零售點網絡和其他渠道以相應功能貨幣計值向顧客銷售產品的最終零售價(包括增值稅，如有)計算。

⁽²⁾ 第一季度的「同店銷售」指來自於2024年4月1日前開業並於2025年6月30日仍然續存的周大福珠寶直營零售點的零售值，惟不包括加盟零售點及其他渠道的零售值。

同店銷售增長

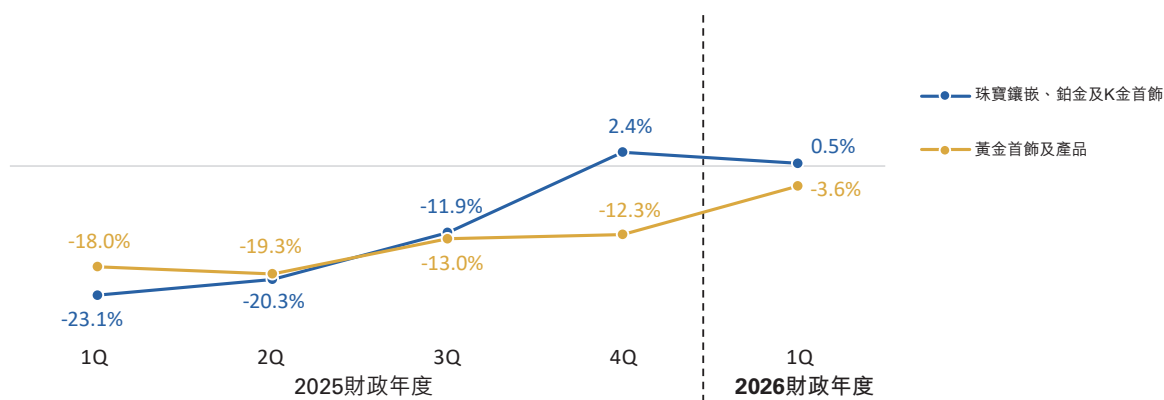


- 於第一季度，我們主要市場的同店銷售表現較過去幾個季度持續改善，主要受惠於定價產品的持續增長及低基數效應。中國內地(「內地」)方面，直營店於季內的同店銷售跌幅收窄至3.3%，而加盟店的同店銷售則轉為持平。香港及澳門的同店銷售較去年同期上升2.2%，其中香港上升0.2%，澳門則上升9.5%。
- 黃金首飾及產品類別包括按重量及固定價格出售的黃金產品。該產品類別的同店平均售價(「平均售價」)於季內維持強勁。內地的平均售價上升至6,900港元(2025財政年度第一季度：6,100港元)，香港及澳門的平均售價則上升至10,400港元(2025財政年度第一季度：9,000港元)。
- 由於我們的標誌性產品銷售強勁，內地珠寶鑲嵌、鉑金及K金首飾於季內的同店銷售跌幅顯著收窄。內地珠寶鑲嵌類首飾的平均售價上升至9,600港元(2025財政年度第一季：8,500港元)，而香港及澳門的平均售價則為15,900港元(2025財政年度第一季：16,400港元)。
- 季內，我們的品牌轉型繼續取得穩健進展。我們於6月在中國杭州正式推出高級珠寶系列。這次發布對我們的品牌轉型意義重大，不僅提升品牌吸引力，亦為集團在創新及工藝方面的領導地位揭開了新篇章。全新的高級珠寶系列將於今年稍後時間在內地的主要城市及香港巡展。
- 我們的全新標誌性產品周大福傳喜系列已於4月推出。此系列秉承了周大福傳福系列的故事性寓意，深受中國文化中具有深遠意義的圖案所啟發，自推出以來銷售理想。我們很高興看到新定價產品系列繼續受到目標客戶的歡迎。
- 季內，我們亦與著名潮牌CLOT合作，推出周大福 x CLOT系列。此定價產品系列為年輕一代重新定義自我表達方式，並與他們建立情感共鳴。

零售值分析

中國內地

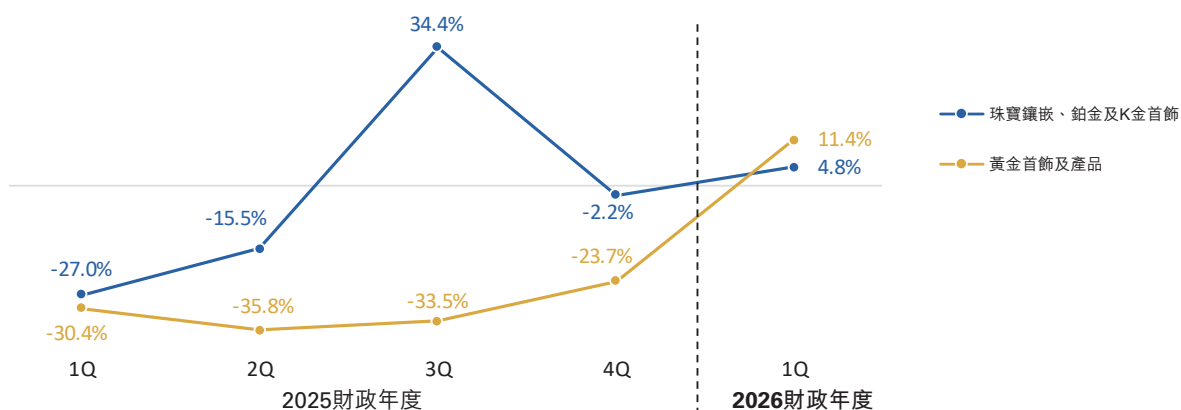
按產品劃分的零售值同比變化



- 在標誌性系列的帶動下，我們的定價黃金產品保持積極勢頭，季內同比增長20.8%。在黃金首飾及產品類別中，定價產品的零售值佔比由去年同期的15.8%迅速上升至季內的19.8%，進一步支持集團盈利的韌性。
- 季內，珠寶鑲嵌、鉑金及K金首飾的零售值恢復至0.5%正增長。其零售值貢獻於季內微升至18.8% (2025財政年第一季：18.1%)，而黃金首飾及產品貢獻則為76.7% (2025財政年第一季：76.9%)。
- 季內，中國內地電子商務的零售值保持強勁勢頭，按年上升27.0%。其季內對中國內地零售值的貢獻為7.6%，對銷量貢獻則為16.9%。此強勁表現主要受惠於我們深受顧客歡迎的IP聯乘合作及618購物節的強勁需求。
- 周大福珠寶加盟店於季內對內地相關的零售值貢獻約為69.1% (2025財政年第一季：71.4%)。

中國香港、中國澳門及其他市場

按產品劃分的零售值同比變化



附註：百分比計算結果或略有進位差異。

一季內，珠寶鑲嵌、鉑金及K金首飾的零售值貢獻為18.0% (2025年第一季度：18.6%)，而黃金首飾及產品的零售值貢獻為76.5% (2025年第一季度：74.0%)。

零售點網絡

於	31.3.2024 總計	31.3.2025 總計	增加	減少	淨增減	30.6.2025 總計
周大福珠寶	7,315	6,423	28	(338)	(310)	6,113
中國內地 ⁽¹⁾	7,170 ⁽²⁾	6,274	25	(336)	(311)	5,963 ⁽³⁾
中國香港及中國澳門	87	87	2	(1)	1	88
其他市場	58	62	1	(1)	—	62
其他品牌	234	221	12	(9)	3	224
中國內地	224	213	12	(8)	4	217
中國香港及澳門	—	1	—	—	—	1
其他市場	10	7	—	(1)	(1)	6
總計	7,549	6,644	40	(347)	(307)	6,337

(1) 不包括周大福鐘錶

(2) 數據經重列以反映合併傳承系列專區

(3) 74.1%的周大福珠寶零售點為加盟店形式

- 我們明確專注於推動盈利質量及確保盈利韌性。集團當前的零售網絡管理方向不變，首要任務依然是提升店舖生產力，以保持我們的市場領導地位並加強零售網絡的整體財務健康狀況。
- 季內，本集團繼續關閉表現欠佳的門店，並選擇性地開設生產力較高的新店。本集團優化零售網絡，於中國內地淨關閉311個周大福珠寶零售點，並於香港及澳門淨開設了1個零售點。

謹慎性陳述

董事會謹此提醒投資者，上述未經審核經營最新資料乃按本公司截至2025年6月30日止三個月的內部記錄及管理賬目作出，而有關資料未經本公司核數師審閱或審核。

本公司股東及潛在投資者於買賣本公司股份時務須審慎行事。

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7月22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、鄭炳熙先生及孫志強先生；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。