

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12月31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12月31日止三個月(「第三季度」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2025/2026中期報告一併閱覽。

主要經營數據
截至2025年12月31日止三個月

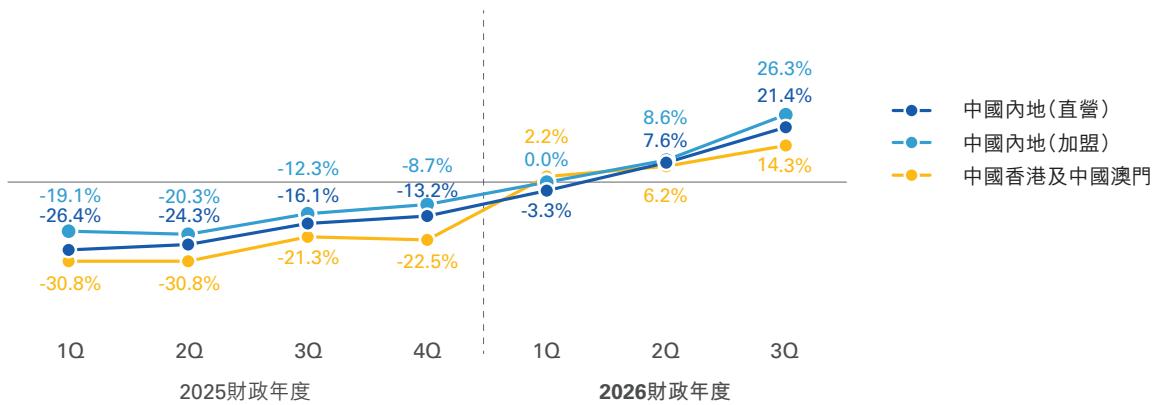
(與去年同期相比的百分比變動)
集團

零售值 ⁽¹⁾ 增長	+17.8%		
零售值增長 佔集團零售值之百分比	中國內地	中國香港、 中國澳門及 其他市場	中國內地
+16.9%	+22.9%		
84.8%	15.2%		
同店銷售 ⁽²⁾ 增長	中國香港及 中國內地	中國香港及 中國澳門	
同店銷量增長	+21.4%	+14.3%	
	-13.9%	-21.6%	
按產品劃分的同店銷售增長			
一定價首飾	+53.4%	-14.9%	
一計價黃金首飾	+13.1%	+43.2%	

⁽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⁾ 第三季度的「同店銷售」指來自於2024年4月1日前開業並於2025年12月31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

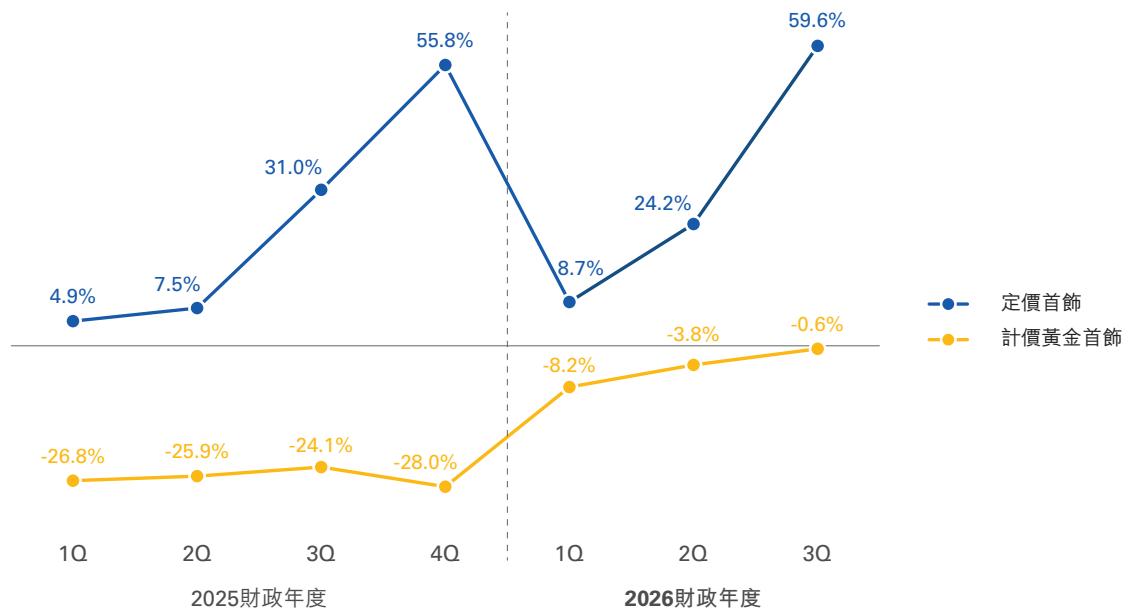


- 在第三季度，我們觀察到珠寶消費氣氛逐步改善。期內，中國內地(「內地」)以及香港及澳門的銷售增長進一步加快。內地方面，直營店於季內的同店銷售增長提升至21.4%，而加盟店的同店銷售增長則達到26.3%。若撇除鐘錶業務，期內直營店的同店銷售增長25.6%。香港及澳門的同店銷售同比增長14.3%，其中香港上升10.1%，澳門則上升31.3%。
- 計價黃金首飾的同店平均售價(「平均售價」)於季內保持強勁。內地的平均售價上升至11,000港元(2025財政年度第三季度：7,300港元)，香港及澳門的平均售價則上升至20,100港元(2025財政年度第三季度：13,300港元)。
- 定價首飾的平均售價維持強勁。內地定價黃金首飾(包括黃金產品及珠寶鑲嵌黃金產品)的平均售價升至9,500港元(2025財政年度第三季度：5,200港元)，而珠寶鑲嵌首飾的平均售價則升至8,900港元(2025財政年度第三季度：8,000港元)。在香港及澳門，定價黃金首飾的平均售價升至8,300港元(2025財政年度第三季度：4,700港元)，而珠寶鑲嵌首飾的平均售價則為17,500港元(2025財政年度第三季度：18,700港元)。
- 季內，我們繼續穩步推進品牌轉型，並一直專注於加強我們的標誌性產品系列。我們推出周大福傳福系列各款新品，以強化該系列的銷售與吸引力。同時，我們亦透過開發全新產品進一步吸引年輕客群，包括攜手香港迪士尼樂園推出我們首個盲盒系列，以Duffy與好友為主題。
- 自我們開展品牌轉型之旅，全新設計門店的表現持續優於一般門店，展現出更高的生產力。季內，我們持續推出全新設計的門店以提升品牌體驗，當中包括於新加坡星耀樟宜機場及中國上海港匯恒隆廣場開設門店。兩者皆為所在城市的高端奢侈品零售地段，完美契合周大福珠寶的品牌形象。

零售值分析

中國內地

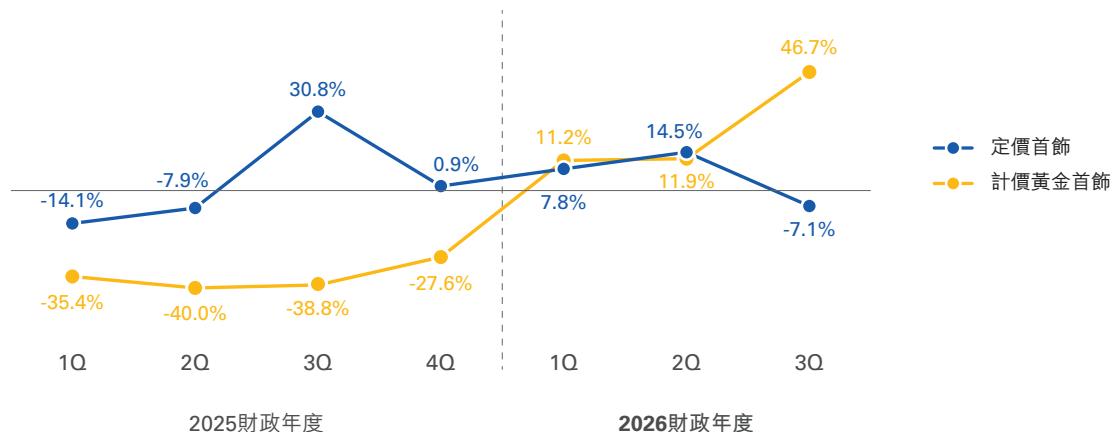
按產品劃分的零售值同比變化



- 在標誌性產品系列及翡翠首飾的帶動下，我們的定價首飾保持強勁銷售增長。季內，該產品類別的零售值增速較前一季度加快，同比增長59.6%。
- 定價首飾的零售值貢獻於季內顯著擴大至40.1% (2025財政年度第三季度：29.4%)，而計價黃金首飾的貢獻降至56.8% (2025財政年度第三季度：66.8%)，有利於毛利率擴張。
- 雙十一購物節期間的銷售表現強勁，同時在加強顧客互動及成功IP合作的推動下，中國內地電子商務的零售值於季內保持強勁，同比上升25.3%。其季內對中國內地零售值的貢獻為7.4%，對銷量貢獻則為17.0%。
- 周大福珠寶加盟店於季內對內地零售值的貢獻為66.2% (2025財政年度第三季度：69.7%)。

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。

- 季內，定價首飾的零售值貢獻為29.8% (2025財政年度第三季度：39.4%)，而計價黃金首飾的零售值貢獻為65.4% (2025財政年度第三季度：54.8%)。

零售點網絡

於	31.3.2025 總計	30.9.2025 總計	增加	減少	淨增減	31.12.2025 總計
周大福珠寶	6,423	5,814	39	(268)	(229)	5,585
中國內地 ⁽¹⁾	6,274	5,663	34	(264)	(230)	5,433 ⁽²⁾
中國香港及中國澳門	87	88	3	—	3	91
其他市場	62	63	2	(4)	(2)	61
其他品牌	221	227	9	(8)	1	228
中國內地	213	218	7	(8)	(1)	217
中國香港及中國澳門	1	3	—	—	—	3
其他市場	7	6	2	—	2	8
總計	<u>6,644</u>	<u>6,041</u>	<u>48</u>	<u>(276)</u>	<u>(228)</u>	<u>5,813</u>

(1) 不包括周大福鐘錶

(2) 71.6%的周大福珠寶零售點為加盟店形式

- 我們持續優化零售點網絡，關閉表現欠佳的門店，並於核心地段開設高生產力門店，以維持市場領導地位及通過門店管理加強我們零售網絡組合的韌性。
- 季內，我們於內地選擇性地開設34個周大福珠寶零售點，並關閉264個零售點，淨關閉230個零售點。季內於香港及澳門，我們開設3個零售點。
- 國際擴張被視為增長的下一步。我們持續實施雙管齊下的策略，既專注於振興主要的現有市場，同時積極拓展具高潛力的新市場。在2026年6月前，我們將按計劃推出新店以進軍國際市場，並聚焦於精選高端地段。

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12月31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，2026年1月21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鄒志強先生、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、鄧迎章先生及王靜瑛女士。