

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2026年9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2026年9月30日止三個月(「第二季度」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2026財政年度年報一併閱覽。

主要經營數據

截至2026年9月30日止三個月

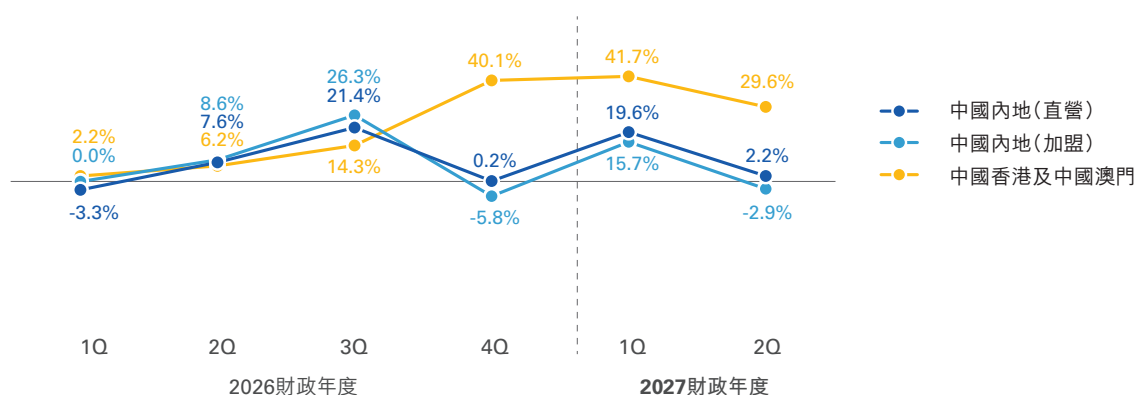
(與去年同期相比的百分比變動)

	集團	
零售值 ⁽¹⁾ 增長	-0.5%	
	中國內地	中國香港、 中國澳門及 其他市場
零售值增長	-5.3%	+33.2%
佔集團零售值之百分比	83.3%	16.7%
	中國內地	中國香港及 中國澳門
同店銷售 ⁽²⁾ 增長	+2.2%	+29.6%
同店銷量增長	-9.7%	+14.0%
按產品劃分的同店銷售增長		
— 定價首飾	+11.1%	+13.0%
— 計價黃金首飾	+1.7%	+43.5%

⁽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⁾ 第二季度的「同店銷售」指來自於2025年4月1日前開業並於2026年9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



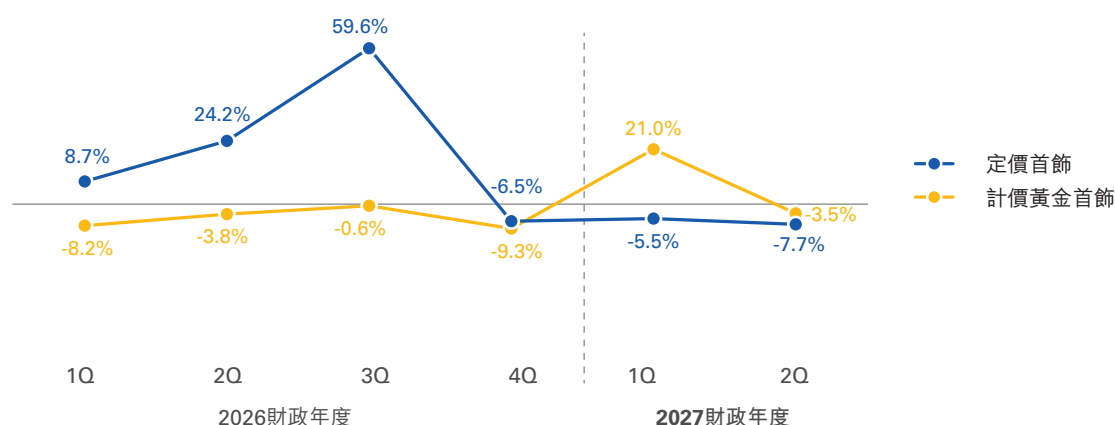
- 本集團第二季度的表現，彰顯了我們商業模式的韌性，亦印證了品牌轉型的成效。季內中國內地(「內地」)直營店的同店銷售增長2.2%，而加盟店的同店銷售則下降2.9%。然而，我們的表現持續優於珠寶零售市場。受惠於消費氣氛熾熱及客流暢旺，香港及澳門期內同店銷售增長達29.6%，其中香港上升24.0%，澳門則上升47.3%。
- 計價黃金首飾的同店平均售價(「平均售價」)於季內保持強勁。內地的平均售價上升至10,200港元(2026財政年度第二季度：9,500港元)。香港及澳門的平均售價為15,400港元(2026財政年度第二季度：16,800港元)。
- 定價首飾的平均售價亦維持強韌。內地定價黃金首飾(包括黃金產品及珠寶鑲嵌黃金產品)的平均售價升至10,100港元(2026財政年度第二季度：7,000港元)，而珠寶鑲嵌首飾的平均售價則大致持平於9,100港元(2026財政年度第二季度：9,300港元)。在香港及澳門，定價黃金首飾的平均售價升至8,900港元(2026財政年度第二季度：5,700港元)，而珠寶鑲嵌首飾的平均售價則升至16,400港元(2026財政年度第二季度：15,900港元)。
- 作為全球知名中國奢侈品集團，我們持續提升品牌敘事及創意視野，其中以感官體驗為主題的「夏調」品牌推廣活動為亮點。為拓展年輕客群，我們於7月委任中國兼具廣泛影響力與國際關注度的演員、歌手趙露思為全球品牌代言人。
- 我們於季內持續推進品牌轉型，並透過推出標誌性產品系列，帶動高質量盈利表現。我們的標誌性萬相系列於期內錄得近20億港元的零售值，表現遠超預期。我們8月更以融合傳統文化與精緻設計的傳頌系列擴充標誌性產品組合。兩個系列均進一步深化我們與年輕消費者的文化共鳴及情感連結。

- 我們持續透過提升顧客體驗，強化零售網絡韌性。季內，我們新增一間高端形象精品店，此店型於內地的總數增至13間。我們正穩步邁向2030財政年度達至50間的目標。
- 國際業務是本集團品牌轉型過程中的重要策略平台及增長動力。藉著拓展著名奢侈品零售地標，我們成功吸引高消費的本地顧客及國際旅客。季內，其他市場零售值錄得31.1%的強勁增長。我們於新加坡威士瑪商場及馬來西亞谷中城美佳廣場開設門店。我們透過該等高知名度的據點積極在國際舞台上重新定義中國奢侈品，向全球消費者展現工藝與傳統文化之美。

零售值分析

中國內地

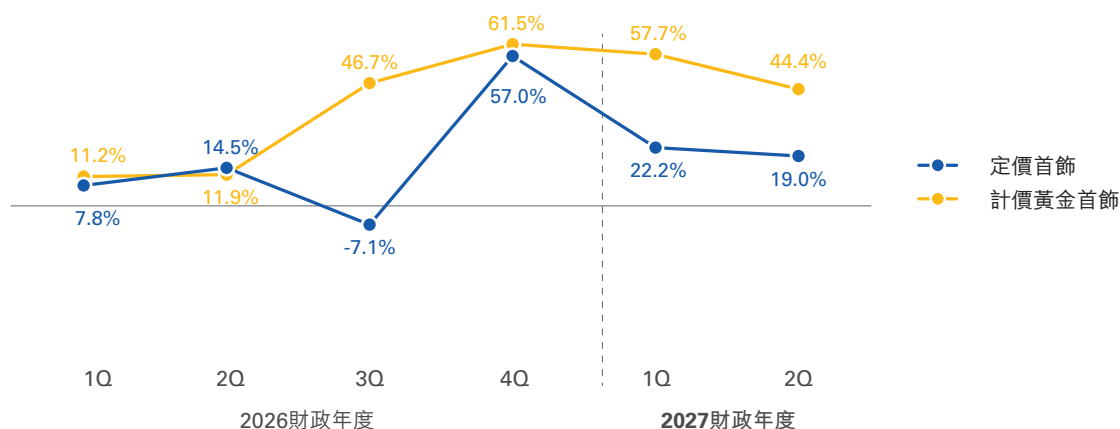
按產品劃分的零售值同比變化



- 內地於季內零售值下跌，主要由於優化網絡及去年同期較高比較基數影響所致。
- 按季內零售值貢獻計算，計價黃金首飾佔67.5% (2026財政年度第二季度：66.3%)，而定價首飾則佔29.2% (2026財政年度第二季度：29.9%)。
- 我們持續進行具針對性的市場推廣及產品措施，帶動內地電子商務的零售值於季內同比持續增長25.6%。其季內對內地零售值的貢獻為8.9%，對銷量貢獻則為19.8%。
- 周大福珠寶加盟店於季內對內地零售值的貢獻減少至61.6% (2026財政年度第二季度：67.5%)，主要由優化零售網絡所致。

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，定價首飾的零售值貢獻為26.5% (2026財政年度第二季度：29.6%)，而計價黃金首飾的零售值貢獻為69.3% (2026財政年度第二季度：63.9%)。

零售點網絡

於	31.3.2026 總計	30.6.2026 總計	增加	減少	淨增減	30.9.2026 總計
周大福珠寶	5,460	5,205	26	(265)	(239)	4,966
中國內地 ⁽¹⁾	5,305	5,047	23	(263)	(240)	4,807 ⁽²⁾
中國香港及中國澳門	92	93	1	—	1	94
其他市場	63	65	2	(2)	—	65
其他品牌	229	229	8	(11)	(3)	226
中國內地	219	219	8	(11)	(3)	216
中國香港及澳門	3	3	—	—	—	3
其他市場	7	7	—	—	—	7
總計	5,689	5,434	34	(276)	(242)	5,192

(1) 不包括周大福鐘錶

(2) 68.3%的周大福珠寶零售點為加盟店形式

— 季內，我們於內地選擇性地開設23個周大福珠寶零售點，並關閉263個零售點，淨關閉240個零售點。於香港、澳門及其他市場，我們季內淨開設1個周大福珠寶零售點。

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2026年9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，2026年10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。