



CHOW SANG SANG HOLDINGS INTERNATIONAL LIMITED

周生生集團國際有限公司

(Incorporated in Bermuda with limited liability)

Stock code: 116

2025年度中期業績

2025年8月

周生生 (chow sang sang)

免責聲明

本簡報中包含的資訊、陳述和意見以及隨後的任何討論均不構成出售要約或任何認購或購買任何證券或其他金融工具的要約邀請，也不構成有關此類證券或其他金融工具的任何建議或推薦。

本公司提醒準投資者和股東，本簡報及隨後的任何討論所包含的資訊由集團在相關報告期內的運營資料和財務資訊摘錄組成。本簡報及隨後的任何討論所載資料由本集團提供，僅供一般參考之用，且若干資料未經獨立核實，本簡報及隨後的任何討論不擬提供全面資料，亦不提供任何形式的財務或其他意見。對於本簡報及隨後的任何討論中提出或包含的資訊、陳述或意見或這些資訊產生的任何資料的公正性、準確性、完整性或正確性，不作任何明示或暗示的陳述或保證，也不應依賴這些陳述或保證。

本簡報及隨後的任何討論中包含的集團業績資料和經營成果均為歷史資料，過去的業績並不保證集團未來的業績。本簡報及隨後的任何討論中包含的任何前瞻性陳述和意見均基於陳述和意見作出之日的當前計劃、信念、預期、估計和預測，因此涉及風險和不確定性。我們無法保證此類前瞻性陳述中所述的任何事項是否可以達成、是否會實際發生、是否會實現、是否完整或準確。實際結果可能與此類前瞻性陳述和意見中陳述、暗示和/或反映的結果存在實質性差異。本集團、本公司董事、高級職員、僱員及代理(a)並無責任更正、更新或補充本簡報及隨後的任何討論所載的前瞻性陳述或意見；及(b)倘任何前瞻性陳述或意見未能實現或變得不正確，概不負責。

準投資者和股東在買賣本公司證券時應謹慎行事。

簡報大綱

- I. 財務摘要
- II. 策略及業務回顧
- III. 問答環節
- IV. 附錄

I. 財務摘要

財務摘要

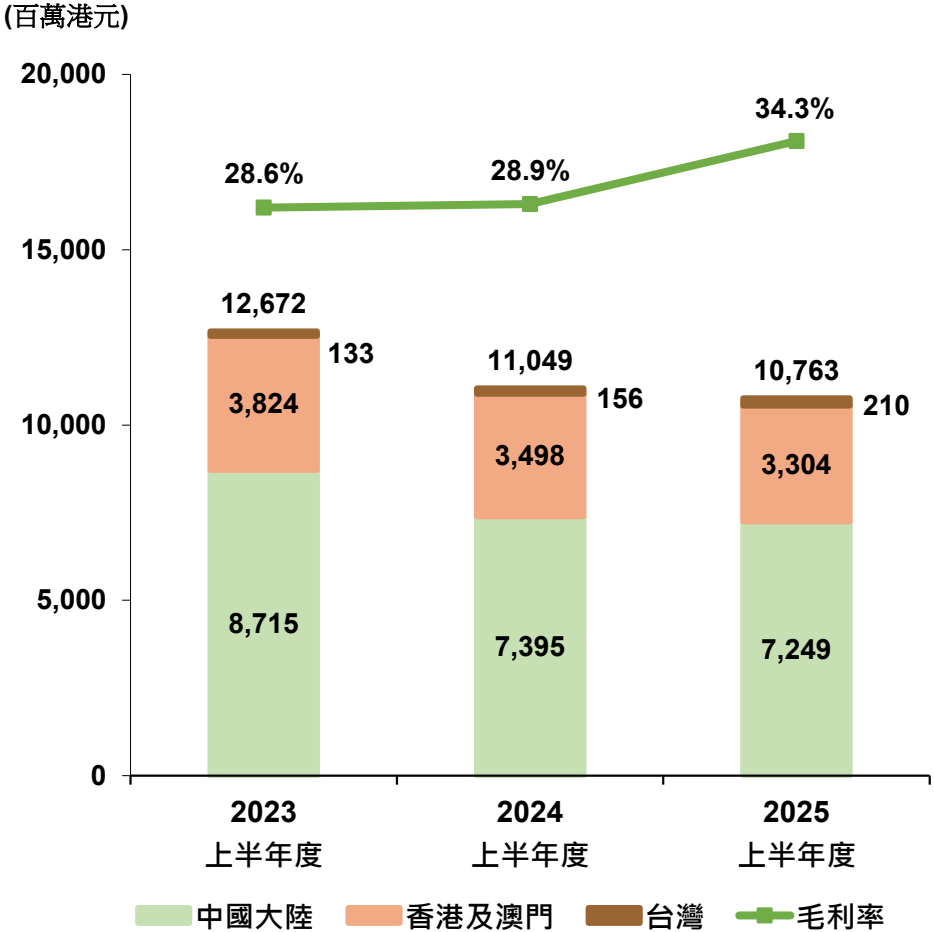
(百萬港元)

	截至6月30日止六個月			變動
	2023	2024	2025	25 比對 24
營業額 - 持續經營業務	13,000	11,313	11,036	-2%
珠寶及鐘錶零售	12,672	11,049	10,763	-3%
貴金屬批發	315	248	264	+6%
其他	13	16	9	-44%
毛利 - 持續經營業務	3,637	3,198	3,699	+16%
毛利率 - 持續經營業務	28.0%	28.3%	33.5%	
分部業績總計 - 持續經營業務	1,058	733	1,389	+89%
除稅前溢利 - 持續經營業務	1,063	626	1,195	+91%
擁有人應佔溢利	827	526	902	+71%
基本每股盈利 (港仙)	122.1	77.6	134.2	+73%
每股股息 (港仙)	20.0	15.0	21.0	+40%

零售分部營業額及毛利率

毛利率提高;主要產品類別之平均銷售單價亦有所上升

零售分部營業額及毛利率



平均銷售單價

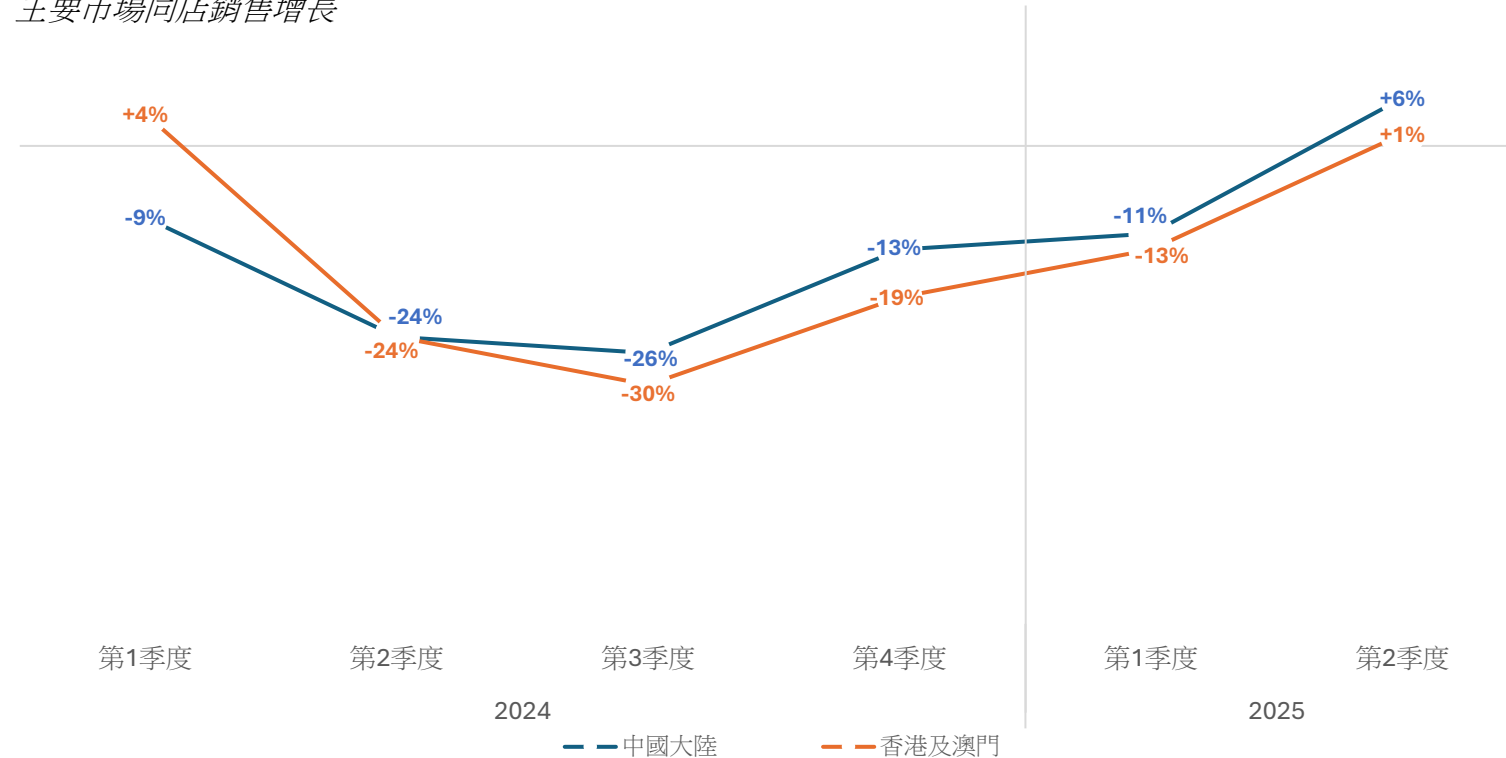
中國大陸				
	2024		2025 上半年度	
人民幣	線上	實體店	線上	實體店
黃金飾品及產品	2,300	3,700	3,000	4,900
鑲嵌珠寶	3,400	8,000	3,700	8,300

香港及澳門		
	2024	2025 上半年度
港元	實體店	實體店
黃金飾品及產品	7,500	8,300
鑲嵌珠寶	10,400	11,000

同店銷售增長

主要市場均呈現改善趨勢

主要市場同店銷售增長



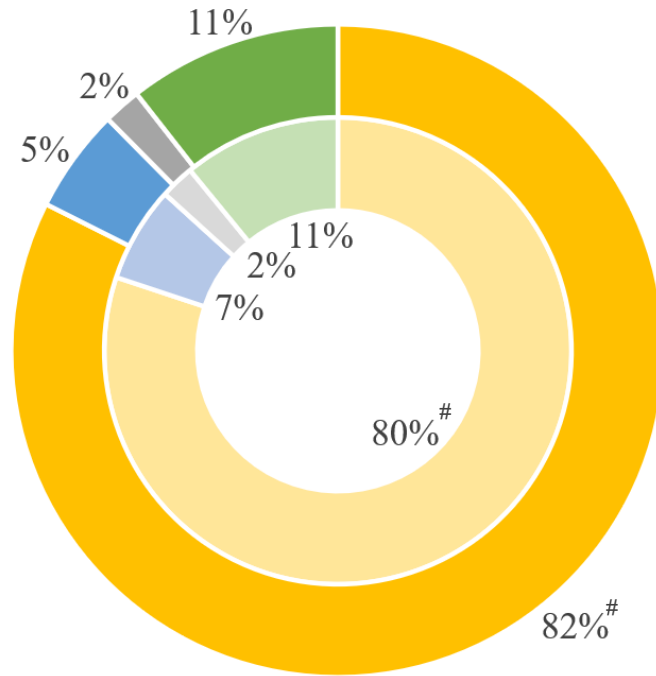
產品的同店銷售增長

	中國大陸			香港及澳門		
	2024	2024	2025	2024	2024	2025
	上半年度	下半年度	上半年度	上半年度	下半年度	上半年度
同店銷售增長						
黃金飾品及產品	-12%	-15%	-3%	-8%	-28%	-4%
鑲嵌珠寶	-42%	-31%	-23%	-21%	-27%	-22%
鐘錶	-6%	+12%	-1%	-10%	-3%	-12%
整體	-15%	-14%	-5%	-10%	-25%	-7%

零售銷售組合

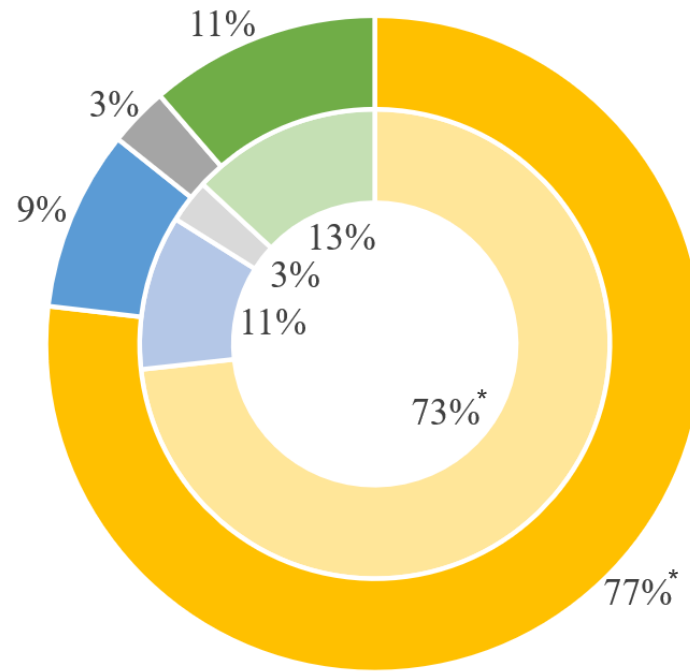
「Charme」、「文化祝福」及「YUYU」系列的熱賣提升了定價黃金飾品的銷售

中國大陸

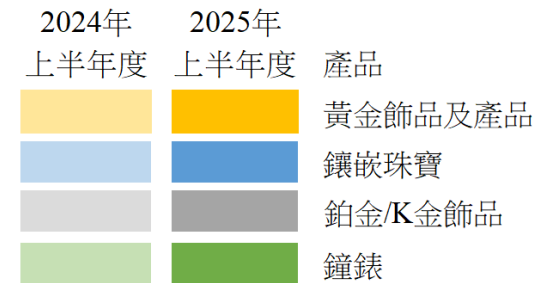


# 黃金飾品及產品銷售組合	2025 上半年度	2024 上半年度
計價黃金飾品	62%	66%
定價黃金飾品	34%	29%
其他	4%	5%

香港及澳門



* 黃金飾品及產品銷售組合	2025 上半年度	2024 上半年度
計價黃金飾品	50%	62%
定價黃金飾品	20%	11%
其他	30%	27%

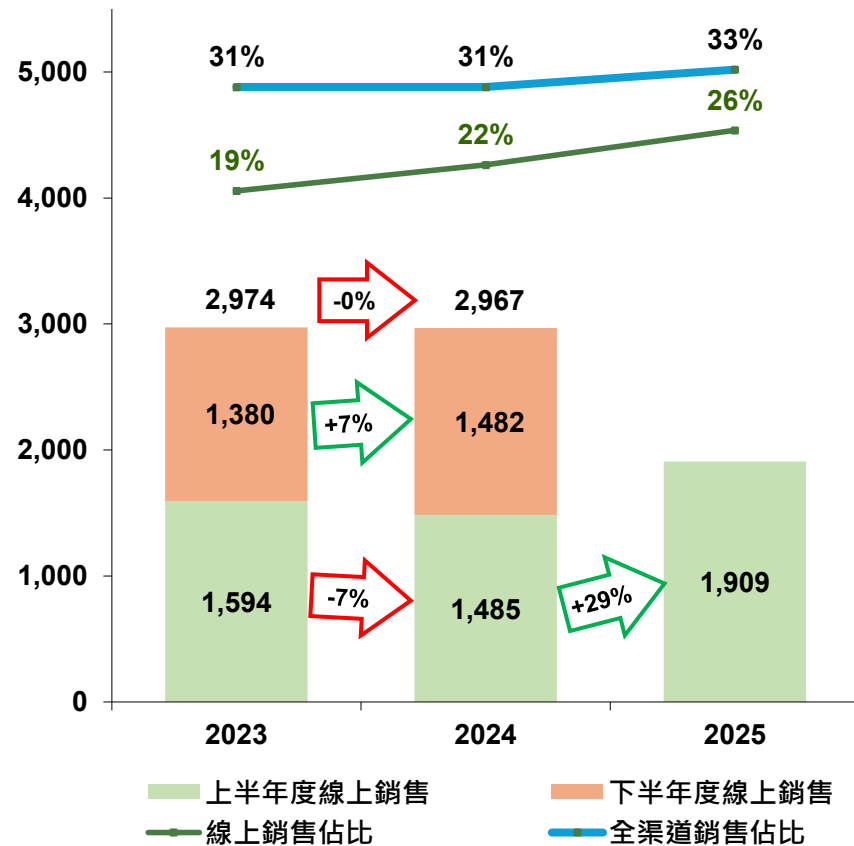


全渠道及線上銷售

線上銷售在主要市場保持增長

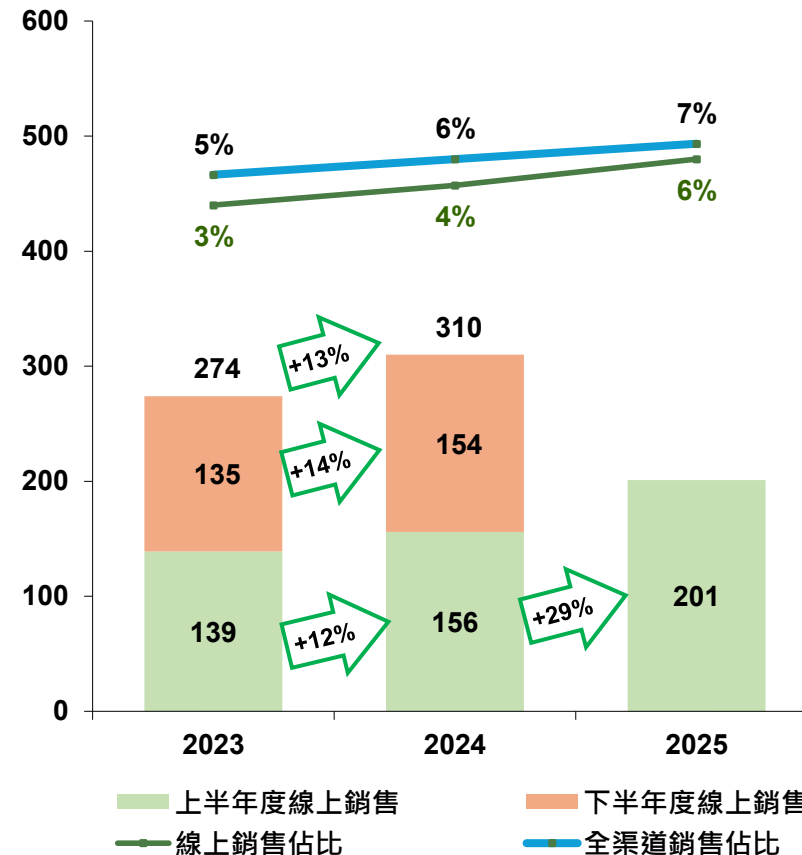
中國大陸

(百萬港元)



香港、澳門、台灣及其他

(百萬港元)



網店

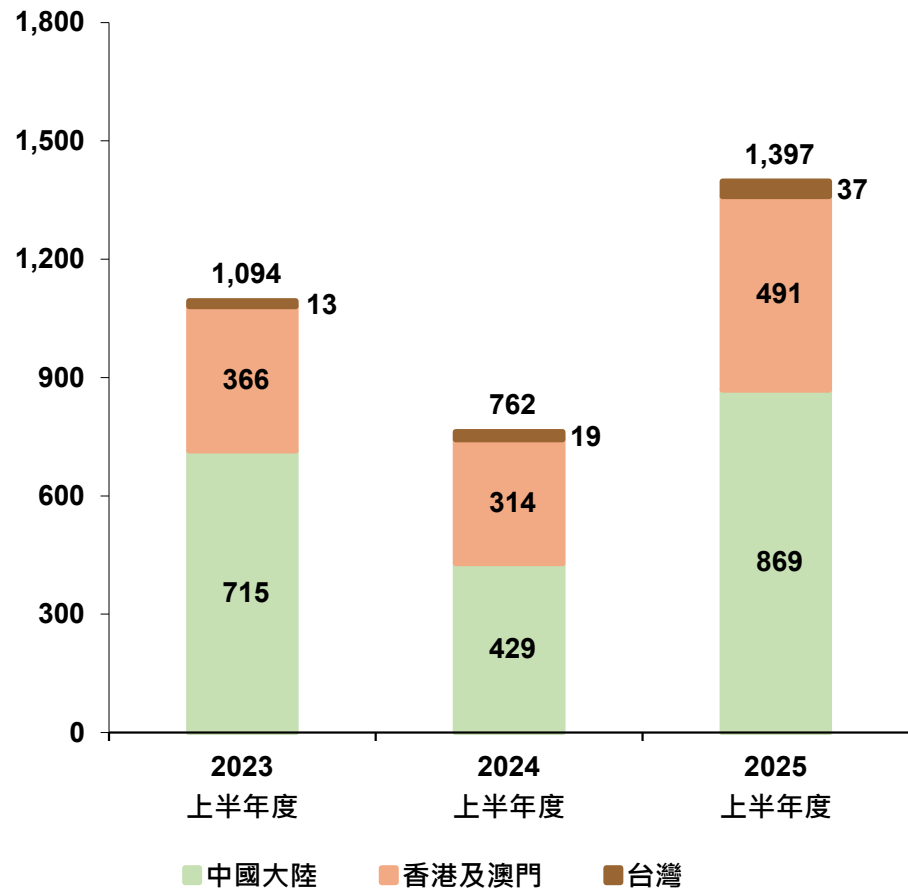
- 周生生官網
- 天貓
- 京東
- 唯品會
- 抖音
- 亞馬遜 (美國)
- 來寶達
- The Future Rocks
- 其他電子商貿平台

零售分部業績

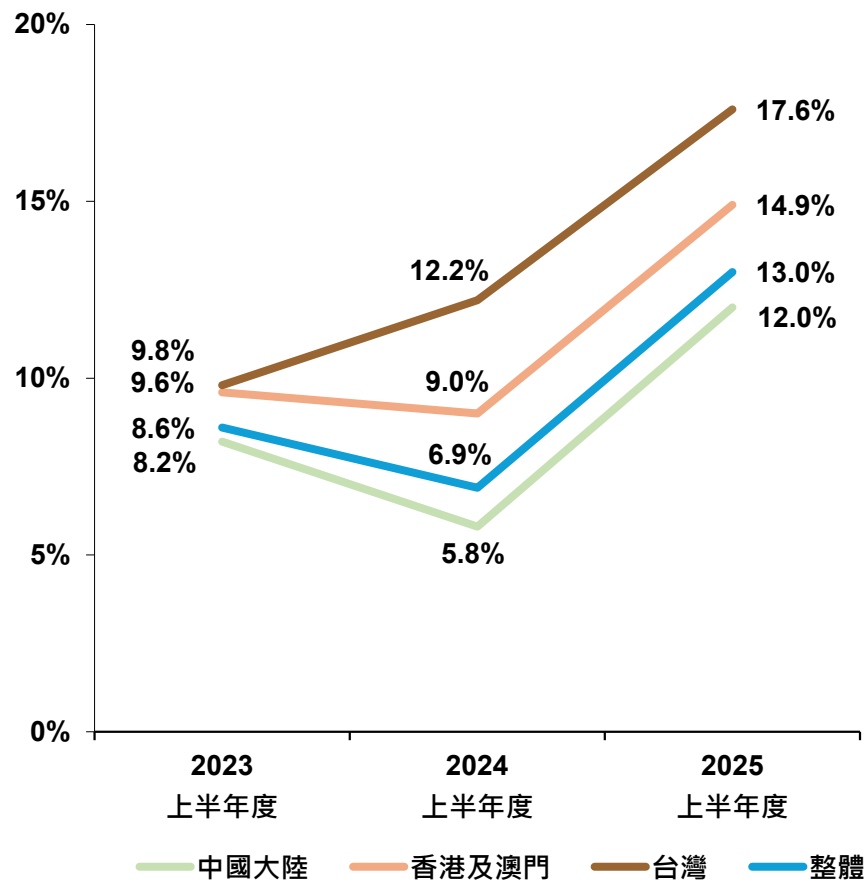
主要市場的分部業績均錄得改善

零售分部業績

(百萬港元)



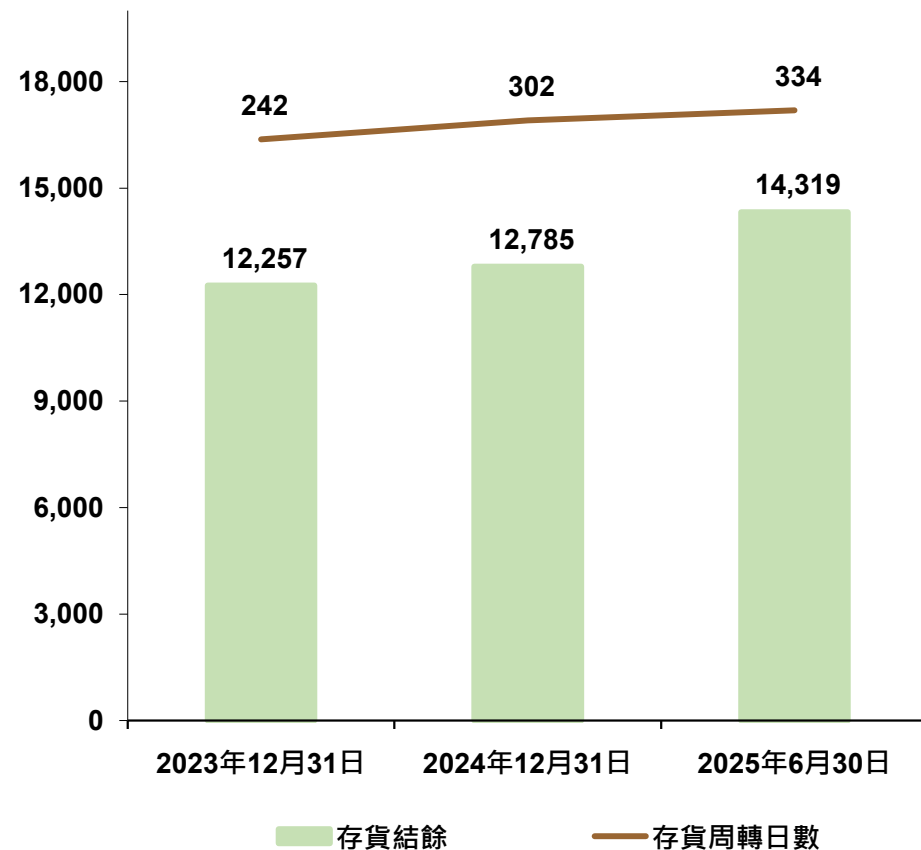
零售分部溢利率



存貨結餘及資本性開支

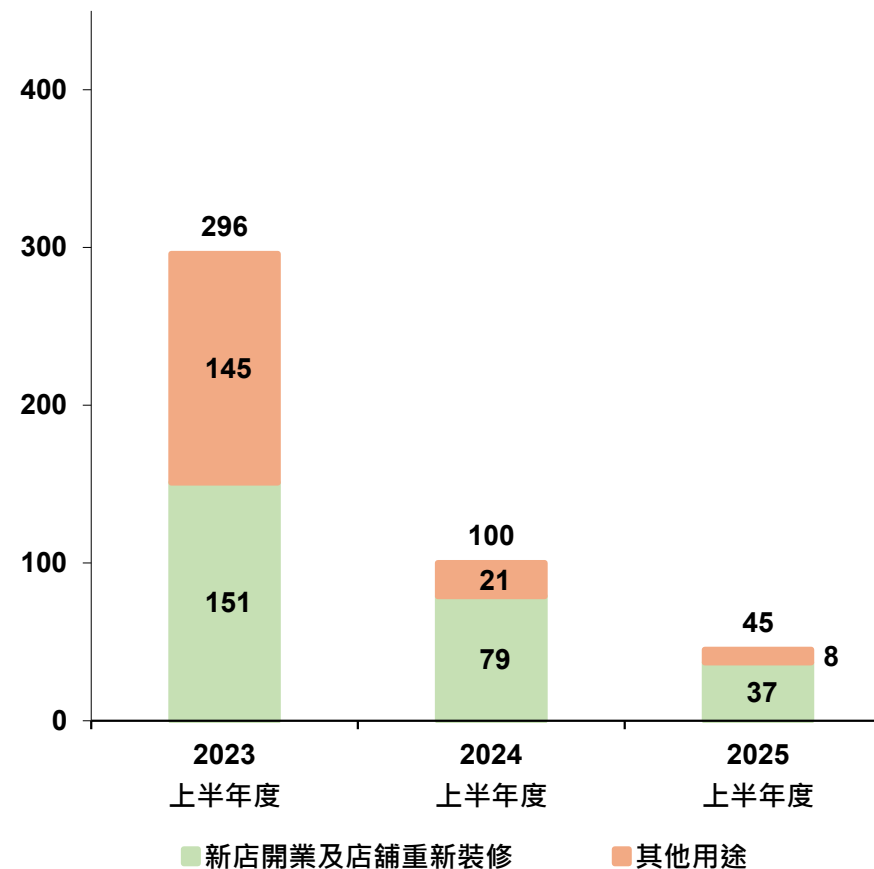
存貨結餘及周轉日數

(百萬港元)



資本性開支

(百萬港元)



其他財務資料

(百萬港元)

	12月31日 2023	於 12月31日 2024	6月30日 2025
現金及等同現金	1,096	1,336	1,320
長期上市投資*	892	981	1,393
擁有人應佔權益	12,204	12,430	13,766
淨資本負債比率 [#]	28.4%	29.7%	29.3%
總銀行融資額度	10,910	11,471	12,082
未動用銀行融資額度	6,111	6,183	6,459

* 長期上市投資指按公開市場價格計值之港交所股份

[#] 總借貸(包括計息銀行貸款及貴金屬借貸)扣除現金及等同現金後除以本公司擁有人應佔權益

II. 策略及業務回顧

策略概要

- 發展高端市場
- 調整我們的產品組合以針對不同的客群
- 穩步發展全渠道零售，結合線上與實體銷售渠道

發展高端市場 – 分店

- 在高端零售地段進行策略性店面翻新與擴充。

廣州太古匯店



無錫恒隆廣場店



上海國金中心店



發展高端市場－分店 (續)

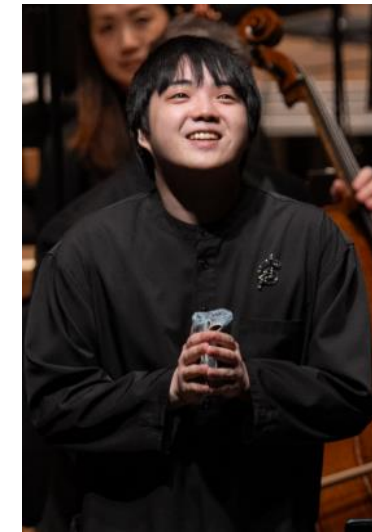
- **MARCO BICEGO** 北京王府中環店：借助國際品牌的影響力，加強我們在高端零售地段的據點，以推動高端市場業務的增長。

北京王府中環店



鞏固顧客忠誠度並提升品牌形象

舉辦高級珠寶主題沙龍及私人活動，以鞏固顧客忠誠度並提升品牌形象。



透過精心策劃的文化體驗，加強與注重品味的顧客之間的聯繫。

種類齊全的產品 迎合不同客戶群的需求



推出黃金飾品系列及黃金擺件，以精湛工藝與優雅設計為特色，充分展現中華文化的典雅韻味。



展現品牌精髓的「YUYU」系列，以多材質演繹現代黃金美學。

開拓新世代及年輕客群

與來自香港、全球知名人士合作的活動，獲線上媒體廣泛報導，引起文化共鳴，並提升品牌曝光與社群熱度。

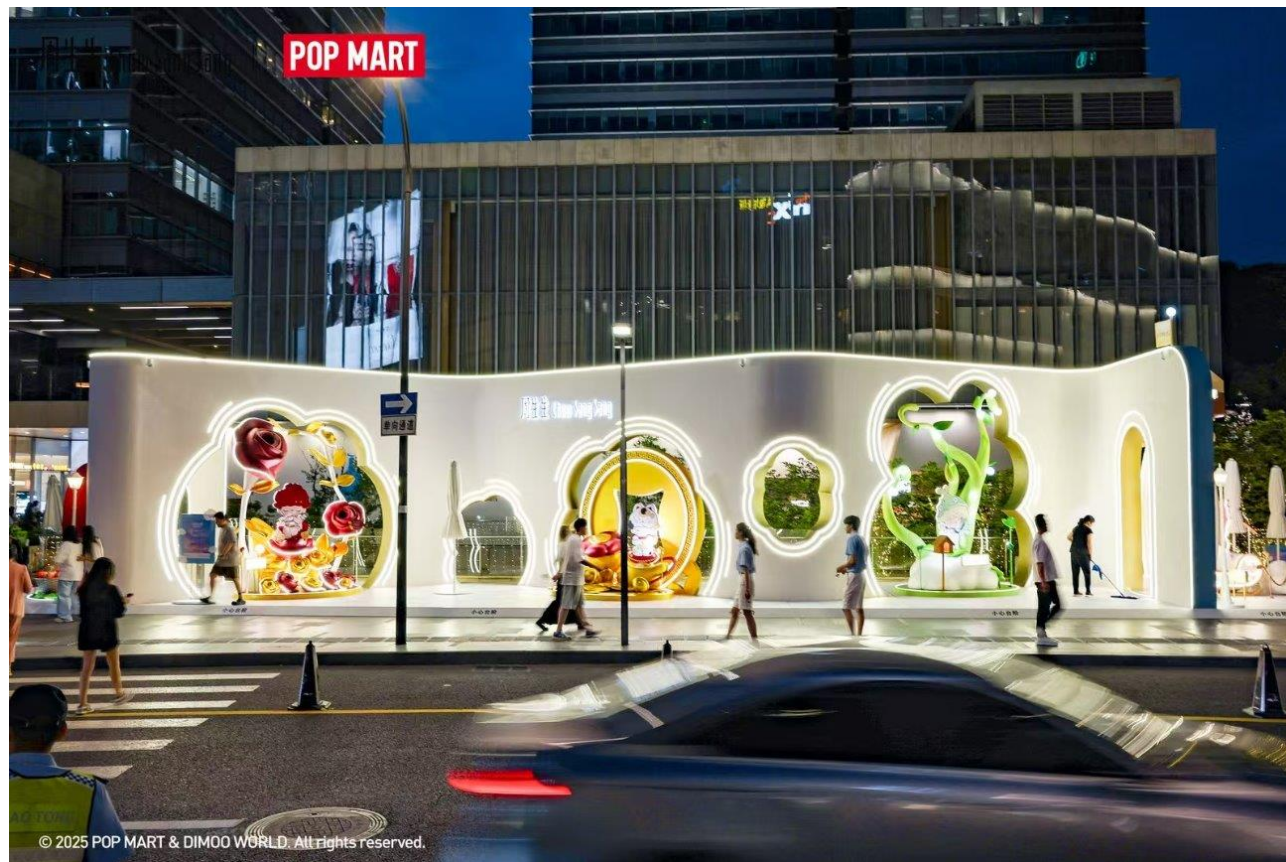


與越來越多的IP合作，為我們注入活力，不僅受原有粉絲喜愛，也吸引了眾多新客群。

利用多媒體的藝術形式吸引藝術愛好者和年輕客群，展現我們珠寶系列的情感深度。



持續發展全渠道零售

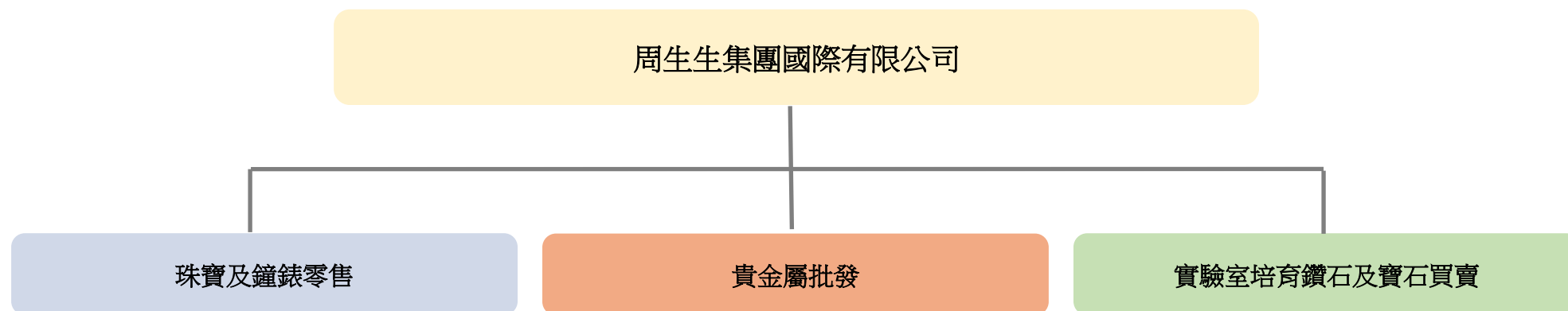


通過與大型購物中心、IP合作夥伴和電子商務平台持續的合作，讓我們充分利用資源以達致最佳效果。

III. 問答環節

IV. 附錄

業務分部



零售門店品牌類別

周生生 (how Sang Sang)

- 主線門店品牌，銷售所有產品系列

點睛品

- 在澳門及台灣的主線門店品牌

PROMESSA

- 透過我們的特色系列訂婚戒指、結婚對戒、新娘配飾及日常佩戴鑲嵌珠寶，為顧客提供專屬儀式感的購物體驗

零售門店品牌類別

EMPHASIS

- **EMPHASIS** 的至臻珠寶美學，刻劃獨特個性及細節，以珍貴材質及細膩匠心打造日常千姿個性珠寶，締造萬種炫美。

MINTY GREEN

- 是一個迎合年輕一代日常佩戴而又價格實惠的首飾品牌

MARCO BICEGO

- 以精湛手工藝及當代設計理念為特色的意大利珠寶品牌

珠寶分店網絡

於2025年6月30日

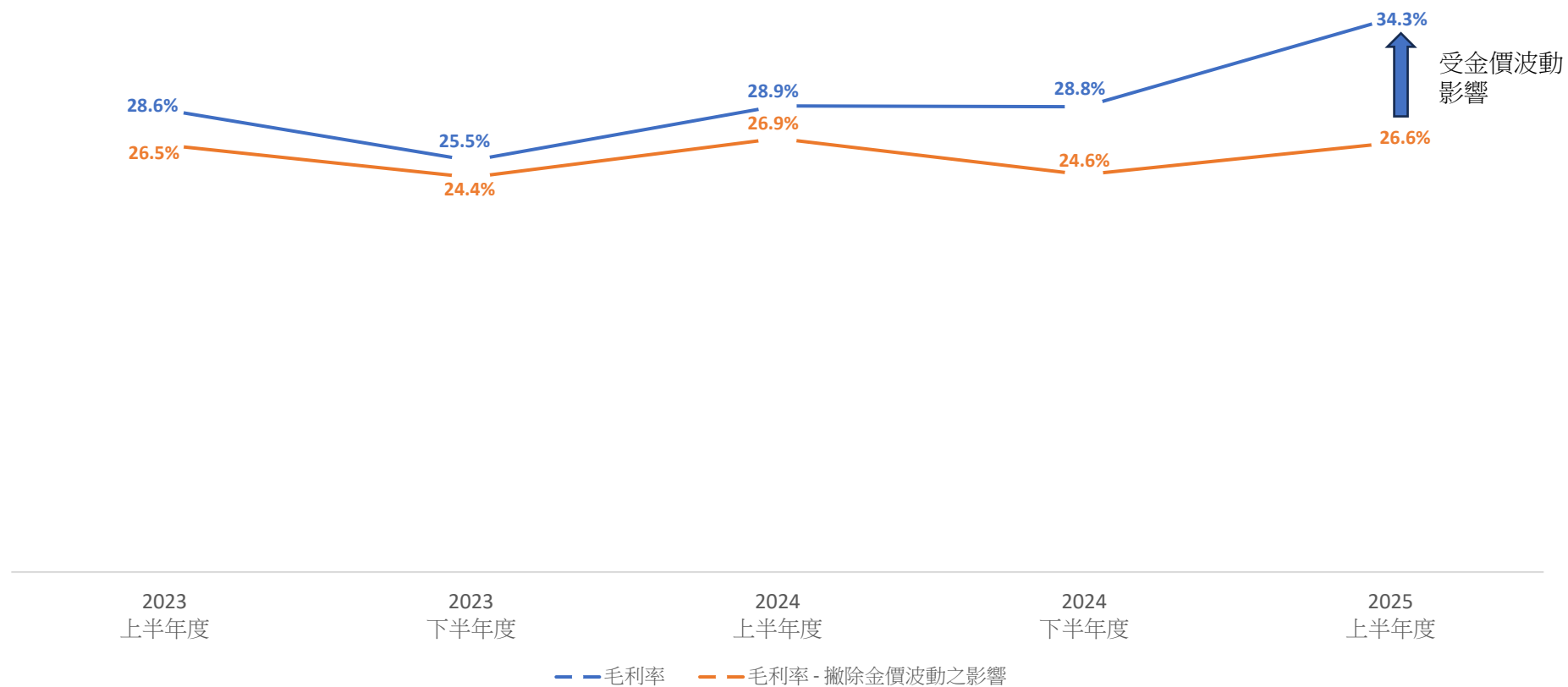


中國大陸	
地區	分店數目
華北	192
華東	226
華南	234
華西	116
合計	768
城市等級	分店數目
一綫	166
新一綫	243
二綫	192
三綫	105
四綫	62
合計	768

分店網絡

按產品劃分之分店網絡		於2024年 12月31日	開業	結業	淨變化	於2025年 6月30日
珠寶零售						
中國大陸	周生生	771	10	72	-62	709
	MINTYGREEN	49	0	2	-2	47
	EMPHASIS	9	0	4	-4	5
	PROMESSA	11	0	6	-6	5
	MARCO BICEGO	2	1	1	0	2
小計：		842	11	85	-74	768
香港	周生生	50	0	0	0	50
	EMPHASIS	3	0	0	0	3
	PROMESSA	1	0	1	-1	0
小計：		54	0	1	-1	53
澳門	點睛品	8	0	1	-1	7
小計：		8	0	1	-1	7
台灣	點睛品	31	2	0	+2	33
	PROMESSA	4	1	0	+1	5
小計：		35	3	0	+3	38
珠寶零售合計：		939	14	87	-73	866
鐘錶零售						
鐘錶零售合計：		19	1	3	-2	17
分店合計：		958	15	90	-75	883

珠寶及鐘錶零售毛利率



可持續發展 – 發展



周生生成為大中華首家獲科學基礎目標倡議組織（**Science Based Targets initiative**）批核近期減碳目標的珠寶企業



參考聯合國可持續發展目標 (UNSDGs)
建立我們的可持續發展框架



於中山大學設立「周生生自然科學研究獎學金」



提升媒體曝光率

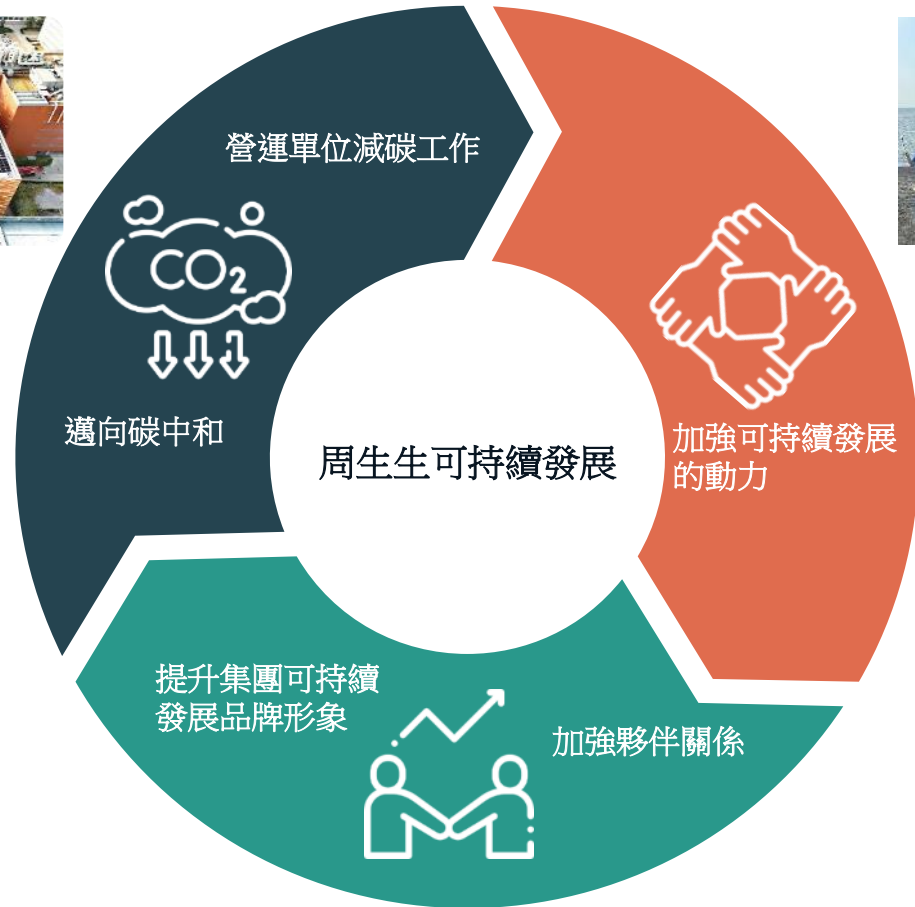


與渣打銀行啟動首項可持續發展掛鈎貴金屬貸款交易



榮獲 10 項可持續發展獎項

可持續發展 – 未來計劃



- 通過碳中和工作組進行減碳管治和策略規劃
- 協助營運單位開展減碳工作
- 利用技術提升碳數據準確性



- 舉辦以顧客為對象的環保活動
- 可持續發展網站
- 通過獎項和社交媒體互動來吸引公眾

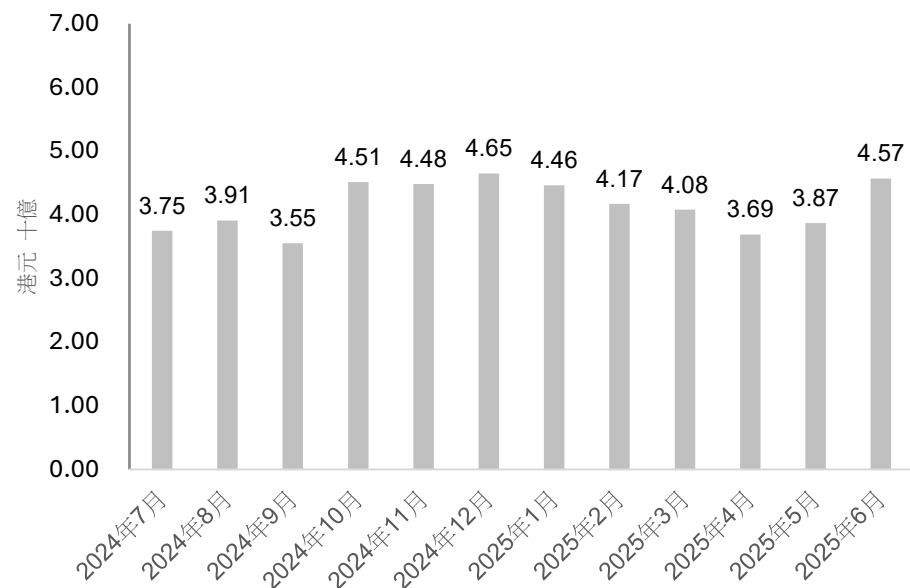


- 舉辦員工可持續發展活動和綠色錦囊分享，以提高員工意識
- 通過培訓增加員工可持續發展知識



行業分析 – 中國大陸及香港

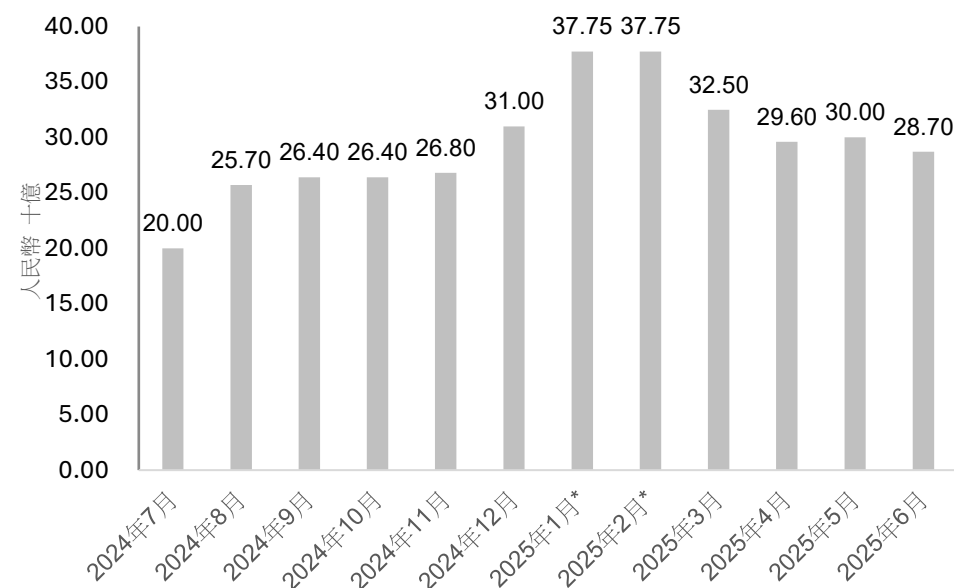
2024年下半年-2025年上半年零售業銷貨額
香港珠寶首飾、鐘錶及名貴禮物



來源：香港特別行政區政府統計處

根據香港特別行政區政府統計處數據顯示，**2025**年上半年珠寶首飾、鐘錶及名貴禮物的零售額為**248.4**億港元，相比**2024**年上半年零售額**265.1**億港元，下降**6.30%**。

2024年下半年-2025年上半年
中國大陸金銀珠寶類商品零售額



來源：中華人民共和國國家統計局

根據中華人民共和國國家統計局數據顯示，**2025**年上半年中國大陸金銀珠寶類商品零售額為**1,948**億元人民幣，相比**2024**年上半年零售額**1,725**億元人民幣，增長**12.93%**。

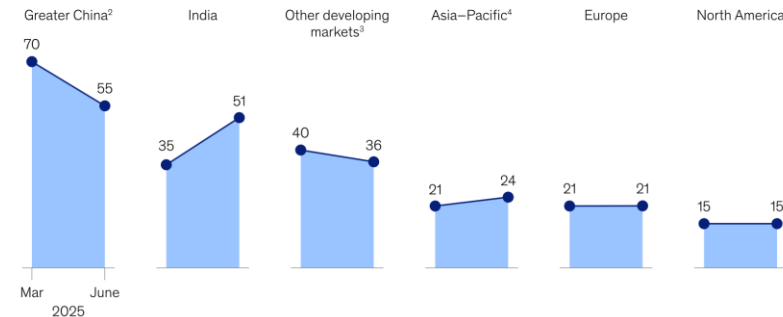
* 為消除每年「中國新年」（CNY）日期不同的影響，增強數據的可比性，按照國家統計制度，將2025年1月和2月的數據一併調查公佈。此處的數據平均分為377.5億元人民幣。

行業分析 – 中國大陸奢侈品市場概況

- **2025年第一季度**，全球個人奢侈品市場規模略收縮**2%至5%**，區域市場之間和市場內部均存在巨大差異。中國市場面臨出境旅遊復甦，以及消費者消費偏好改變的雙重壓力。
- 中國經濟在**2025年第二季度**同比增長**5.2%**，略低於官方第一季度公佈的**5.4%**。美國關稅加徵問題，導致了中國經濟增長放緩，消費者信心疲軟需求減少，且消費者保持審慎保守態度。
- 當前正處於中國個人奢侈品市場的恢復期，全球市場佔比增長緩慢。但受惠於深化數字化營銷、不斷擴大的新興消費群體、逐漸復甦的經濟形勢及利好政策等因素，中國預計到**2030年**將成為全球最大的奢侈品市場。

Respondents in Greater China share more muted views of current conditions there, while in most regions, views remain stable.

Share of respondents reporting improvement in economic conditions in their countries, past 6 months,¹ % of respondents



¹Feb 26–Mar 7, 2025, n = 988; May 28–June 6, 2025, n = 898.
²Includes Hong Kong and Taiwan.
³Includes Central and South America, Middle East, North Africa, and sub-Saharan Africa.
⁴Excludes Greater China and India.
Source: McKinsey Global Surveys on economic conditions, 2025

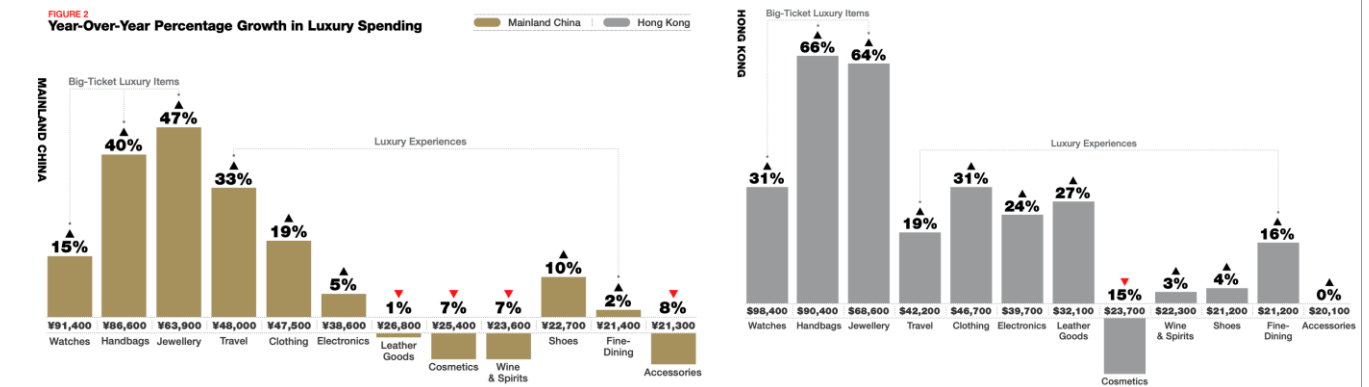
來源：

麥肯錫公司：《經濟狀況展望，2025年6月》

<https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/business%20functions/strategy%20and%20corporate%20finance/our%20insights/economic%20conditions%20outlook/2025/june%202025/economic-conditions-outlook-june-2025.pdf>

MDRi：《2025年中國奢侈品消費者預測報告》

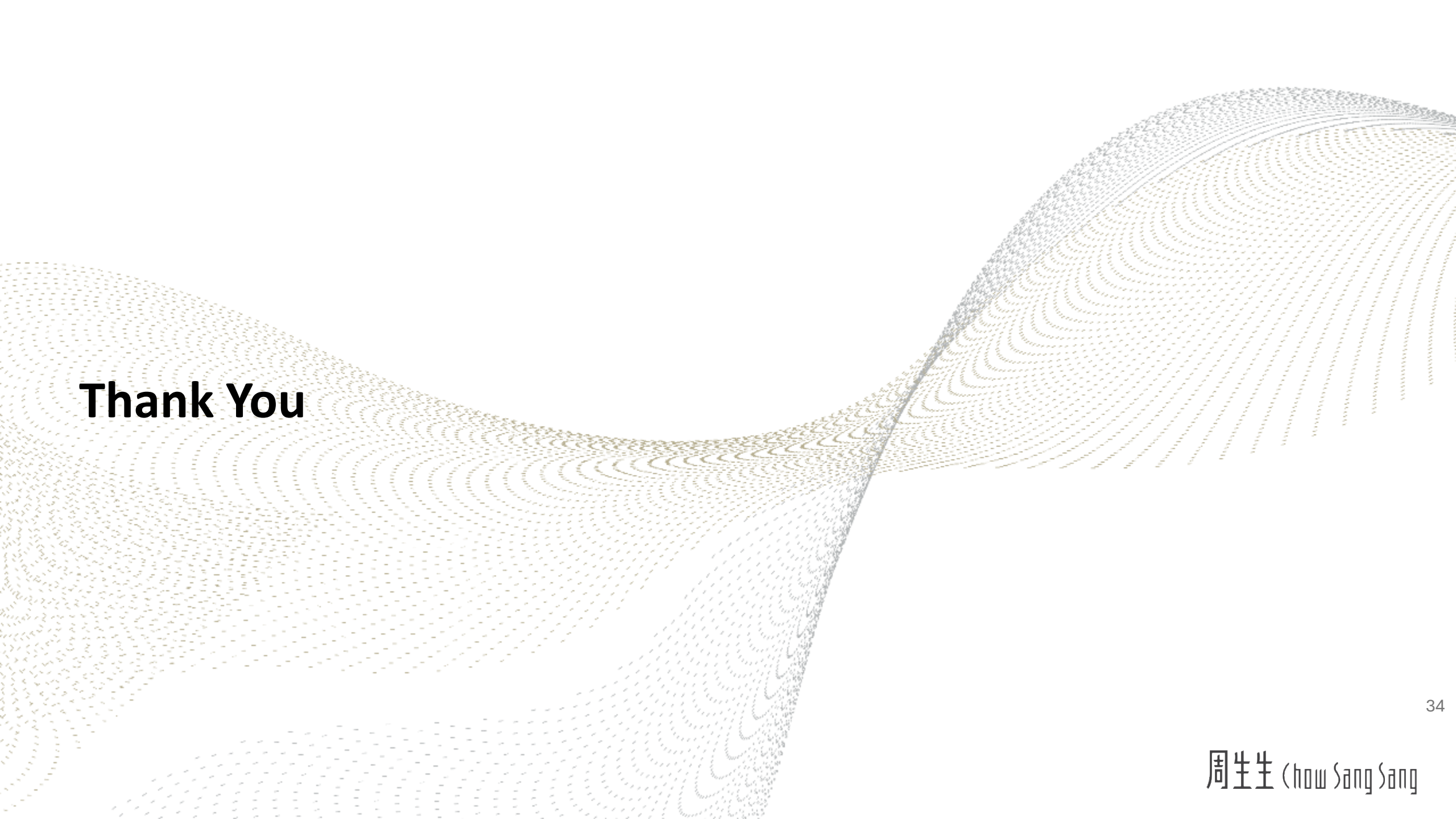
<https://mdr-i.com/wp-content/uploads/2024/11/china-luxury-consumer-forecast-2025-report-9336d62f70f05b1786a0ba9471f59c86.pdf>



釋義

於本簡報，除文義另有所指外，下列詞彙具有以下涵義：

“本公司”	周生生集團國際有限公司
“董事”	本公司董事
“本集團”	本公司及其附屬公司
“港交所”	香港交易及結算所有限公司
“香港”	中國香港特別行政區
“澳門”	中國澳門特別行政區
“中國大陸”	中國，但就本簡報而言，除文義另有所指外，不包括香港、澳門及台灣
“中國”	中華人民共和國
“同店銷售增長”	同店銷售增長
“聯交所”	香港聯合交易所有限公司
“台灣”	中國台灣地區
“上半年度”	上半年度，截至 6月30日 止六個月
“下半年度”	下半年度，截至 12月31日 止六個月
“%”	百分比



Thank You