

**CHOW SANG SANG HOLDINGS INTERNATIONAL LIMITED****周生生集團國際有限公司***

(於百慕達註冊成立之有限公司)

股份代號：116

周生生宣布 2023 年度中期業績**上半年度持續經營業務的綜合營業額上升 29%至 13,000 百萬港元****淨溢利上升 75%至 827 百萬港元**

[2023 年 8 月 29 日，香港] 周生生集團國際有限公司(「本公司」，及其附屬公司，簡稱「本集團」)欣然宣布截至 2023 年 6 月 30 日止六個月(「期內」)之未經審核中期業績。

隨著中國大陸、香港和澳門與疫情相關的限制措施結束，本集團在 2023 年上半年度珠寶和鐘錶銷售總額按年增長 31%。香港和澳門的營業額增長 59%，中國大陸的營業額增長 22%，主要來自黃金飾品的強勁需求。

本集團 2023 年上半年度持續經營業務的綜合營業額上升 29%至 13,000 百萬港元。本公司擁有人應佔溢利上升 75%至 827 百萬港元。來自持續經營業務的本公司擁有人應佔溢利上升 72%至 829 百萬港元。

董事會宣布派發期內之中期股息每普通股 20.0 港仙。

珠寶及鐘錶零售

在中國大陸，黃金飾品及產品強勁反彈，同店銷售增長+26%。鑽石飾品銷售，尤其是高價位鑽石飾品銷售，呈回落趨勢。勞力士和帝舵表的同店銷售增長較 2022 年於疫情期間物流供貨受阻下的低基數錄得+37%。

所有旅遊限制取消後，香港和澳門的營業額按年上升 59%，分部業績躍升 156%。整體而言，與 2022 年同期因受新冠疫情封控措施影響相比，2023 年第一季度的同店銷售增長為+93%；而第二季度錄得+33%同店銷售增長。黃金飾品及產品的同店銷售增長反彈，增幅達 78%。鑲嵌珠寶的同店銷售增長錄得 34%增長，繼續由「全愛鑽」系列帶動同店銷售增長。鐘錶銷售與 2022 年上半年度相比，同店銷售增長錄得+16%穩定增長。

分店網絡

於 2023 年 6 月 30 日，分店總數達到 1,016 家，期內淨增加 39 家分店。

期內在中國大陸新開了 53 家周生生分店，其中 6 家為生生·活字分店，並共有 21 家分店結業。在香港和澳門，我們在香港屯門增加了 1 家 PROMESSA 分店，及在澳門增加了 1 家點睛品分店。我們在台灣增加了 1 家點睛品分店及 1 家 PROMESSA 分店作為我們穩步拓

展零售網絡的一部分，以獲取更高的市場份額。

周生生全渠道零售

中國大陸的線上銷售保持增長勢頭，上升 14%。2023 年香港、台灣和其他地區的線上銷售繼續快速增長，上升 42%。透過擴充渠道、以第三方電子商貿平台拓展海外市場，以及與當地合作夥伴的聯合推廣，達致持續增長。

產品發展及營銷推廣

我們廣受歡迎的足金飾品系列「文化祝福」及「Charme」，在新系列「gin」及「亮鏡金」的帶動下，取得良好的成績。

我們繼續努力透過多個國潮快閃店、展示點、婚博會和線上活動來吸引顧客，並提高其購物體驗。

展望

儘管 2023 年上半年我們有可喜的成績，下半年要達到此水平，可能吃力。人民幣匯價低迷，大陸不少範疇出現銀根短絀，以及其他經濟隱憂都可能令中國的復甦放緩。不過，由於黃金在大眾心中有保值作用，雖然消費轉趨審慎，黃金的需求保持暢旺。

隨著分店數目突破 1,000 家關口，對於開設新店，我們會加倍嚴選並審慎從事，我們的要求是提升營運效率高於拓展版圖。

我們繼續推行多品牌策略。眼見電子商務銷售已成為本集團收益的重要一環，我們將探索如何使線上和實體銷售更緊密結合，藉以提升客戶體驗，並有助於庫存及其他資源的高效運用。

* 僅供識別

註：更多詳情，請參考於 2023 年 8 月 29 日刊發的業績公告。除文義另有所指外，本新聞稿所用詞彙具有該業績公告所界定的相同涵義。

-完-

關於周生生

周生生是一家以服務殷勤專業、產品優質精良見稱的知名珠寶零售企業。目前，周生生在大中華區經營超過 1,000 家珠寶及鐘錶店。除了其自營網店，更在多個網上交易平台設立官方商店，讓全球超過 40 個目的地的顧客均可以在周生生購物。

欲瞭解更多關於周生生的資訊，請瀏覽 www.chowsangsang.com。