



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 2026 年度中期業績

零售業務表現強勁，帶動分部業績增長 31%至 1,828 百萬港元，同時帶動集團營業額上升 17%至 12,878 百萬港元

[2026 年 8 月 26 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 2026 年 6 月 30 日止六個月(「期內」)之未經審核中期業績。

受主要零售市場均錄得銷售增長帶動下，本集團 2026 上半年持續經營業務的綜合營業額上升至 17%至 12,878 百萬港元。零售分部業績則增長 31%至 1,828 百萬港元，反映中國大陸及港澳營運持續改善，且同店銷售均錄得正增長。

受惠於零售表現提升，以及期末貴金屬借貸按市值重估錄得未變現收益，截至 2026 年 6 月 30 日止六個月，來自持續經營業務的本公司擁有人應佔溢利為 2,193 百萬港元。

期內，董事會宣佈派發本年度之第一次中期股息每普通股 28 港仙，同比增長 33%。

珠寶及鐘錶零售

珠寶及鐘錶零售分部的整體業績按年錄得 31%增長，而所有主要地區市場的收益均較 2025 上半年錄得增長。

同店銷售增長

2026年上半年，同店銷售增長保持增長勢頭，延續過去數個季度的正面趨勢，中國大陸和香港及澳門均錄得增長。香港及澳門表現持續穩健，本集團在旅遊區及社區地段建立的廣泛門店網絡持續發揮優勢，為同店銷售增長提供有力支持。在中國大陸，本集團推行高端分店策略，並持續聚焦重點一線及二線城市發展，有力支持同店銷售增長，並反映零售網絡持續優化的成效。

2026 年上半年，中國大陸及港澳之同店銷售增長分別上升 11%及 38%。

品牌定位及顧客互動

本集團透過推出針對新興及成熟客群的多項市場推廣及品牌活動，進一步鞏固品牌定位。

本集團透過在「Charme」系列增添寵物陪伴及活力生活等主題，吸引更多新消費者，回應不斷演變的生活方式趨勢，並進一步擴大系列的市場吸引力。此外，本集團持續拓展標誌性「YUYU」系列的市場影響力。該系列以融合東方祝福文化與西方美學的獨特藝術風格見

稱，並配合在區內推出的綜合新春推廣活動，進一步提升品牌知名度及市場影響力。

本集團亦透過精心策劃的顧客活動及差異化產品組合，吸引注重品味及潮流顧客。期內，本集團舉辦多場品牌沙龍活動及酒店合作活動以進一步擴展尊尚客群的市場覆蓋，並推出「文化祝福」系列旗下全新「竹」系列，以及全新「竹夢」系列。兩個系列均以竹為共同設計靈感，寓意中國文化中象徵堅韌品格與美好祝福的精神。有關舉措不僅為注重品味的消費者帶來嶄新的文化美學演繹，亦進一步深化本集團高端珠寶的品牌故事與文化內涵，並透過當代化的呈現方式強化品牌形象及市場影響力。

產品組合管理

本集團持續優化多個產品類別的組合，以配合不斷轉變的顧客需求，並進一步鞏固其作為全品類珠寶零售商的市場地位。

顧客對計價產品及定價產品的需求均維持穩健。期內，計價產品於主要市場表現尤為突出。本集團進一步擴展兩個產品類別中具獨特設計及高工藝價值的產品組合，進一步提升滿足不同顧客偏好、價格範圍及佩戴場合需求的能力。

「文化祝福」、「永」及「酷黑」等涵蓋計價及定價產品類別的系列均錄得增長，進一步豐富本集團的產品組合。其中，「酷黑」系列以獨具特色的黑金設計，精緻工藝及獨特風格見稱，持續吸引新消費群體，展現本集團在拓展顧客基礎及提升差異化產品競爭方面的成效。

本集團亦透過易貨計劃及回售服務，加強顧客服務，為顧客提供更便捷的一站式體驗，並讓顧客在管理和替換珠寶方面享有更大的靈活性。

周生生全渠道零售

本集團持續其全渠道策略，涵蓋線上銷售、星導賞服務，以及其他不受限於實體分店環境下或透過遠端庫存完成的遙距銷售安排。

全渠道銷售佔本集團總零售銷售 20%。中國大陸的線上銷售佔中國大陸總銷售約 23%。香港、台灣及其他海外市場的線上銷售於 2026 上半年保持穩步增長，按年上升 43%。

分店網絡

截至 2026 年 6 月 30 日，本集團共有 793 家分店。期內在中國大陸，本集團於關鍵策略性地段開設了 18 家分店，主要位於二線或以上城市；並關閉了 67 家未能配合本集團策略方向的分店。在台灣，本集團開設了 1 家新店。

展望

報告期後，本集團於2026年第三季度初持續錄得正面的銷售表現。中國大陸錄得溫和增長，而香港及澳門則繼續維持相對強勁的表現。

展望未來，本集團將繼續審慎關注各主要市場零售環境及消費者偏好的變化。為延續銷售增長勢頭，本集團將重點推動針對性的市場推廣活動、全渠道推廣策略及深化顧客參與度。

與此同時，作為本集團整體策略的一部分，本集團將持續推進中國大陸、香港、澳門及台灣的門店網絡升級。本集團亦將進一步推動高端化策略，並透過擴闊產品組合及提升服務能力，持續優化一站式顧客體驗。

* 僅供識別

註：更多詳情，請參考於2026年8月26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-

關於周生生集團

周生生集團國際有限公司（香港主板上市公司，股份代號：116）及旗下附屬公司（簡稱「周生生集團」、「我們」）深耕珠寶行業逾 90 年，秉持「周而復始，生生不息」的東方哲學，以設計融貫中西美學，以匠心雕琢自然瑰寶，用珠寶詮釋生命律動與情感延續。

周生生集團傳承珠寶文化精髓，一直堅守直營模式，建立穩健可靠的零售網絡，目前於大中華區營運約 800 家分店。同時，我們以創新引領行業前行，積極拓展全渠道購物體驗，營運官方平台及逾 40 個第三方電商渠道，跨越地域界限，為全球顧客提供隨時隨地的珠寶臻選服務。周生生集團同時引入意大利手工設計師品牌 MARCO BICEGO，並為知名奢華手錶品牌官方認可的全球經銷商之一，彰顯國際化視野。

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