

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，概不就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。



六福集團(國際)有限公司

LUK FOOK HOLDINGS (INTERNATIONAL) LIMITED

(於百慕達註冊成立之有限公司)
(Incorporated in Bermuda with Limited Liability)
Stock Code 股份代號 : 0590

截至 2027 年 3 月 31 日止財政年度第一季度之零售銷售表現

摘要

- 儘管面對較高基數，本集團於第一季度⁽¹⁾延續上個財年的強勁增長勢頭，整體零售銷售表現較上個季度更為亮麗
- 集團第一季度整體零售值⁽²⁾、零售收入⁽³⁾及同店銷售⁽⁴⁾均優於上季，分別升 32%、43% 及 39%
- 中國香港⁽⁵⁾、中國澳門⁽⁶⁾及海外市場延續去年的高速增長表現，零售值、零售收入及同店銷售均達+41%
- 中國內地⁽⁷⁾市場零售值及零售收入分別升 22%及 41%
- 集團整體按重量計價的黃金產品同店銷售金額增長達+50%，其同店銷售重量增長更轉負為正至+13%；定價產品的同店銷售為+14%，其中定價黃金產品在高基數下仍達+34%
- 集團於季內共開設 2 間海外店舖，並重返新加坡市場

	集團整體	香港、澳門及海外	內地
零售值	+32%	+41%	+22%
產品佔比：	黃金及鉑金 ⁽⁸⁾ : 82% 定價首飾 : 18%	黃金及鉑金 : 75% 定價首飾 : 25%	黃金及鉑金 : 84% 定價首飾 : 16%
零售收入	+43%	+41%	+41%
同店銷售	+39%	+41%	+16%
店舖數目	2,857	127	2,730

備註：

⁽¹⁾ 第一季度：往後稱為「第一季」、「季內」或「本季」，涵蓋 4 月 1 日至 6 月 30 日期間

⁽²⁾ 零售值按自營店、品牌店及電子商務業務平台向顧客銷售產品的最終零售價計算

⁽³⁾ 零售收入包括自營店及電子商務業務的銷售金額

⁽⁴⁾ 同店銷售為同一間自營店於可比較期內有完整日營運的銷售比較，有關數據不包括品牌店及電子商務業務的銷售

⁽⁵⁾ 中國香港：往後稱為「香港」

⁽⁶⁾ 中國澳門：往後稱為「澳門」

⁽⁷⁾ 中國內地：往後稱為「內地」

⁽⁸⁾ 黃金及鉑金是指根據國際市場價格按重量出售的黃金及鉑金產品（即非定價）

六福集團（國際）有限公司（「本公司」）及其附屬公司（「本集團」）公佈截至2027年3月31日止財政年度（「2027財年」）第一季，涵蓋2026年4月1日至2026年6月30日期間，有關本集團之零售銷售表現。

集團整體

	2027 財年第一季 比對 2026 財年第一季	2026 財年第四季 比對 2025 財年第四季	2026 財年第一季 比對 2025 財年第一季
零售值 - 按年計			
整體	+32%	+19%	+13%
零售值 - 產品佔比	2027 財年第一季	2026 財年第四季	2026 財年第一季
• 黃金及鉑金	82%	82%	76%
• 定價首飾	18%	18%	24%
- 18K 金鑽石	2%	2%	4%
- 定價黃金	14%	14%	17%
- 鑲嵌	5%	5%	4%
- 非鑲嵌	9%	9%	13%
零售收入 - 按年計			
整體	+43%	+36%	+14%
同店銷售			
整體	+39%	+33%	+5%
• 黃金	+50%	+42%	-
- 黃金（重量）	+13%	-15%	-27%
• 定價首飾	+14%	+10%	+19%
- 18K 金鑽石	-17%	-9%	-17%
- 定價黃金	+34%	+20%	+73%
- 鑲嵌	+81%	+55%	+128%
- 非鑲嵌	+4%	-1%	+51%

儘管面對較高基數，本集團於第一季度延續上個財年的強勁增長勢頭，整體零售銷售表現較上個季度更為亮麗。

集團第一季整體零售值（含自營店、品牌店及電子商務業務）及零售收入（含自營店及電子商務業務）按年分別升 32%及 43%，其中黃金及鉑金產品的零售值佔比因投資金產品銷售大幅增長，按年上升 6 個百分點至 82%。

集團第一季整體同店銷售進一步上升至+39%。雖然季內國際平均金價（每盎司兌美元）按年升 37%，按重量計價的黃金產品同店銷售金額增長仍擴大至+50%，其同店銷售重量增長更轉負為正至+13%。定價首飾產品的同店銷售則為+14%，其中定價黃金產品在高基數下仍達+34%，18K 金鑽石產品則為-17%。

季內人民幣兌港元平均匯率按年升約 7%。

香港、澳門及海外市場

	2027 財年第一季 比對 2026 財年第一季	2026 財年第四季 比對 2025 財年第四季	2026 財年第一季 比對 2025 財年第一季
零售值 - 按年計			
整體	+41%	+42%	+9%
零售值 - 產品佔比	2027 財年第一季	2026 財年第四季	2026 財年第一季
• 黃金及鉑金	75%	75%	68%
• 定價首飾	25%	25%	32%
- 18K 金鑽石	5%	5%	8%
- 定價黃金	18%	18%	19%
- 鑲嵌	9%	9%	7%
- 非鑲嵌	9%	9%	12%
零售收入 - 按年計			
整體	+41%	+41%	+8%
同店銷售			
整體	+41%	+39%	+3%
• 黃金	+55%	+52%	-4%
- 黃金(重量)	+13%	-9%	-30%
• 定價首飾	+15%	+11%	+19%
- 18K 金鑽石	-16%	-9%	-17%
- 定價黃金	+35%	+21%	+74%
- 鑲嵌	+83%	+56%	+123%
- 非鑲嵌	+4%	+0%	+53%

本集團香港、澳門及海外市場第一季延續上季升勢，零售值（含自營店、品牌店及電子商務業務）及零售收入（含自營店及電子商務業務）按年均升 41%，主要受惠於香港市場的本地需求強勁，以及港澳市場產品價差優勢與人民幣升值，帶動內地旅客流量與生意增長。

港澳及海外市場整體同店銷售進一步改善至+41%，其中香港的同店銷售為+44%，澳門為+49%，海外市場則為+14%。

港澳及海外市場黃金產品的同店銷售繼續上季升勢達+55%，定價首飾產品的同店銷售為+15%，其中定價黃金產品同店銷售在高基數下亦達+35%，18K 金鑽石產品則為-16%。

「六福珠寶」在香港市場黃金產品的平均售價由去年同期的 14,400 港元上升 17%至本季的 16,800 港元，而定價首飾產品亦由去年的 6,300 港元上升 27%至 8,000 港元，其中定價黃金產品更由去年的 5,400 港元上升 41%至 7,600 港元。

「六福珠寶」在澳門市場黃金產品的平均售價由去年同期的 17,500 澳門元上升 5%至本季的 18,400 澳門元，而定價首飾產品亦由去年的 7,900 澳門元上升 24%至 9,800 澳門元，其中定價黃金產品更由去年的 8,100 澳門元上升 26%至 10,200 澳門元。

「六福珠寶」在海外市場黃金產品的平均售價由去年同期的 14,100 港元上升 16%至本季的 16,300 港元，而定價首飾產品亦由去年的 6,000 港元上升 28%至 7,700 港元，其中定價黃金產品更由去年的 5,300 港元上升 38%至 7,300 港元。

內地市場

	2027 財年第一季 比對 2026 財年第一季	2026 財年第四季 比對 2025 財年第四季	2026 財年第一季 比對 2025 財年第一季
零售值 - 按年計			
整體	+22%	+8%	+14%
零售值 - 產品佔比	2027 財年第一季	2026 財年第四季	2026 財年第一季
• 黃金及鉑金	84%	84%	78%
• 定價首飾	16%	16%	22%
- 18K 金鑽石	1%	1%	3%
- 定價黃金	12%	13%	16%
- 鑲嵌	3%	4%	3%
- 非鑲嵌	9%	9%	13%
零售收入 - 按年計			
整體	+41%	+20%	+31%
電子商務業務銷售額			
整體	+39%	+22%	+21%
• 黃金	+54%	+27%	+14%
• 定價首飾	-27%	-5%	+55%
同店銷售			
整體	+16%	-1%	+19%
• 黃金	+21%	-1%	+20%
- 黃金(重量)	-12%	-40%	-12%
• 定價首飾	-7%	-5%	+16%
- 18K 金鑽石	-58%	-2%	-13%
- 定價黃金	+14%	-2%	+69%
- 鑲嵌	+46%	+50%	+302%
- 非鑲嵌	-	-17%	+38%

內地市場第一季整體零售值（含自營店、品牌店及電子商務業務）按年升 22%，其中黃金產品的零售值升 34%，定價首飾產品則跌 15%。定價首飾產品中，定價黃金產品及 18K 金鑽石產品的零售值分別跌 5%及 56%。

內地零售收入（含自營店及電子商務業務）在高基數下仍優於上季度，按年升41%，而內地電子商務業務銷售額則按年升39%。

內地市場整體同店銷售增長（含自營店及品牌店）超過20%，當中自營店同店銷售較上季轉負為正至+16%，其黃金產品的同店銷售為+21%，而定價首飾產品為-7%，其中定價黃金產品為+14%及18K金鑽石產品為-58%。

佔內地店舖總數約 91%的品牌店於季內的同店銷售增長為+25%，按重量計價的黃金產品同店銷售金額增長為+37%，其同店銷售重量增長亦轉負為正。定價首飾產品的同店銷售增長為-11%。定價首飾產品中，18K 金鑽石產品的同店銷售增長為-51%，定價黃金產品則為-2%，當中鑲嵌產品的同店銷售增長為+76%，而非鑲嵌產品則為-11%。

「六福珠寶」在內地市場的黃金產品平均售價（包含增值稅）由去年同期的人民幣 7,400 元上升 28%至人民幣 9,500 元，而定價首飾產品則由去年的人民幣 2,700 元上升 56%至人民幣 4,200 元，其中定價黃金產品由去年的人民幣 2,200 元上升 91%至人民幣 4,200 元。

店舖數目

本集團於季內重新進駐新加坡市場，並開設一間自營店，進一步拓展其國際業務版圖，連同於越南新開設的一家品牌店，集團於第一季合共新增兩家海外店舖。然而，隨著內地四、五線城市的品牌店網絡持續優化整合，集團於季內全球店舖數目淨減少 148 間。截至 2026 年 6 月 30 日，集團於全球共擁有 2,857 間店舖。

本集團全球共有 157 間「六福珠寶」自營店，包括 72 間設於內地、48 間設於香港、17 間設於澳門及 20 間設於海外。於上述日期，連同 2,204 間內地及 29 間海外品牌店，本集團在世界各地合共設有 2,390 間「六福珠寶」店舖。

除此之外，本集團全球共有 171 間「金至尊」自營店，包括 165 間設於內地、6 間設於香港。於上述日期，連同 93 間內地及 1 間海外品牌店，本集團在世界各地合共設有 265 間「金至尊」店舖。本集團截至 2026 年 6 月 30 日止的全球分銷網絡詳情如下：

全球分銷網絡

	國家及地區	主品牌/副品牌/產品線	2027 財年 第一季之變動	於 2026 年 6 月 30 日
自營店	內地	• 六福珠寶	+1	72
		• 金至尊	+13	165
		• Goldstyle	-	-
		• 六福精品廊	-	6
		• 福滿傳家	-	10
	小計		+14	253
	香港	• 六福珠寶	-	48
		• 金至尊	-	6
		• 福滿傳家	-	1
	澳門	• 六福珠寶	-	17
		• 六福精品廊	-	1
		• 福滿傳家	-	1
	海外	• 六福珠寶	+1	20
		• 六福精品廊	-	2
	小計		+1	96
總計			+15	349
品牌店	內地	• 六福珠寶	-137	2,204
		• 金至尊	-8	93
		• Goldstyle	-1	15
		• 六福精品廊	-	29
		• 福滿傳家	-13	127
	小計		-159	2,468
	海外	• 六福珠寶	+1	29
		• 金至尊	-	1
	小計		+1	30
總計			-158	2,498
專門店	內地	• Love LUKFOOK JEWELLERY	-5	9
	海外		-	1
	小計		-5	10
總計			-5	10
全球總計			-148	2,857

按品牌	六福珠寶	小計	-134	2,390
	金至尊	小計	+5	265
	其他副品牌/產品線	小計	-19	202

按地區	內地	小計	-150	2,730
	香港、澳門	小計	-	74
	海外	小計	+2	53

展望

金價走勢雖有波動，然而消費者已逐漸適應高金價環境，故未對銷售構成顯著影響。隨著內地新黃金增值稅政策實施後，港澳市場與內地市場的產品價差擴大，吸引更多消費者到港澳地區購買黃金飾品，有利此等地區的零售表現。

地緣政治風險持續升溫，內地宏觀經濟亦未見明顯改善，但中央政府正大力促進內需和推出多項政策扶持樓市及資本市場。本集團因此對於內地中長線業務前景仍感審慎樂觀，未來仍將會於適當時機擴展內地市場。此外，本集團看好海外市場的龐大發展潛力，因此將投放更多資源，加快拓展海外市場，目標於本財年進駐最少 2 個新國家，並淨增長 30 間海外店舖。

謹慎性陳述

本公司董事會謹此提醒投資者，上述的營運數據乃按本公司未經核數師審核的內部記錄作出。籲請股東及潛在投資者在買賣本公司股份時務必小心謹慎。

承董事會命
六福集團（國際）有限公司
主席兼行政總裁
黃偉常

香港，2026 年 7 月 16 日

於本公告日期，本公司的執行董事為黃偉常先生（主席兼行政總裁）、黃浩龍先生（副主席）、黃蘭詩女士、王巧陽女士及陳素娟博士；非執行董事為謝滿全先生、許照中太平紳士及李漢雄 BBS, MH 太平紳士；獨立非執行董事為葉澍堃 GBS 太平紳士、麥永森先生、黃汝璞太平紳士及郭炬廷先生。