

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 2026 年 3 月 31 日止財政年度第三季度之零售銷售表現

摘要

- 集團第三季度⁽¹⁾在較高基數下，整體零售值⁽²⁾、零售收入⁽³⁾及同店銷售⁽⁴⁾皆優於前二季，遠超預期，分別升 26%、17% 及 15%
- 中國香港⁽⁵⁾、中國澳門⁽⁶⁾及海外市場表現亮眼，零售值、零售收入及同店銷售分別升 20%、19% 及 16%
- 中國內地⁽⁷⁾市場在相對港澳及海外市場的較高基數下，整體表現依然良好。零售值升 26%，零售收入升 11%，同店銷售亦改善至+7%
- 集團整體黃金產品的同店銷售為+15%，而定價產品則為+17%，其中定價黃金產品同店銷售升幅在高基數下仍達 32%
- 集團第三季淨減少店舖 40 間
- 截至 2025 年 12 月 31 日止九個月期間，集團於海外新開設 17 間店舖
- 集團 2026 年首 7 天整體同店銷售優於第三季度

	集團整體	香港、澳門及海外	內地
零售值	+26%	+20%	+26%
產品佔比：	黃金及鉑金 ⁽⁸⁾ : 78% 定價首飾 : 22%	黃金及鉑金 : 73% 定價首飾 : 27%	黃金及鉑金 : 79% 定價首飾 : 21%
零售收入	+17%	+19%	+11%
同店銷售	+15%	+16%	+7%
店舖數目	3,073	122	2,951

備註：

(1) 第三季度：往後稱為「第三季」、「季內」或「本季」，涵蓋 10 月 1 日至 12 月 31 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2026年3月31日止財政年度（「2026財年」）第三季，涵蓋2025年10月1日至2025年12月31日期間，有關本集團之零售銷售表現。

集團整體

	2026 財年第三季 比對 2025 財年第三季	2026 財年第二季 比對 2025 財年第二季	2025 財年第三季 比對 2024 財年第三季
零售值 - 按年計			
整體	+26%	+18%	-6%
零售值 - 產品佔比	2026 財年第三季	2026 財年第二季	2025 財年第三季
• 黃金及鉑金	78%	78%	79%
• 定價首飾	22%	22%	21%
- 18K 金鑽石	3%	3%	4%
- 定價黃金	17%	16%	14%
- 非鑲嵌	11%	11%	10%
- 鑲嵌	6%	5%	4%
零售收入 - 按年計			
整體	+17%	+15%	-9%
同店銷售			
整體	+15%	+10%	-22%
• 黃金	+15%	+6%	-26%
- 黃金（重量）	-25%	-23%	-44%
• 定價首飾	+17%	+25%	-7%
- 18K 金鑽石	0%	-10%	-46%
- 定價黃金	+32%	+67%	+58%
- 非鑲嵌	+12%	+54%	+28%
- 鑲嵌	+66%	+88%	+160%

本集團第三季度在較高基數下，仍能繼續承接上季增長勢頭，整體零售銷售表現較第二季更為理想，遠超預期。

集團2026財年第三季整體零售值（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26%及17%，值得一提的是定價黃金產品的零售值佔比對比去年同期增加3個百分點至17%。

集團第三季整體同店銷售進一步上升至+15%。雖然季內國際平均金價（每盎司兌美元）按年升逾五成並於12月再度破頂，按重量計價的黃金產品銷售金額同店銷售改善至+15%。定價首飾產品的同店銷售則為+17%，其中定價黃金產品在高基數下仍升32%，18K金鑽石產品則終止跌勢至持平。

季內人民幣兌港元平均匯率按年升約1%。

香港、澳門及海外市場

	2026 財年第三季 比對 2025 財年第三季	2026 財年第二季 比對 2025 財年第二季	2025 財年第三季 比對 2024 財年第三季
零售值 - 按年計			
整體	+20%	+13%	-16%
零售值 - 產品佔比	2026 財年第三季	2026 財年第二季	2025 財年第三季
• 黃金及鉑金	73%	70%	73%
• 定價首飾	27%	30%	27%
- 18K 金鑽石	6%	7%	7%
- 定價黃金	17%	19%	15%
- 非鑲嵌	9%	11%	9%
- 鑲嵌	8%	8%	6%
零售收入 - 按年計			
整體	+19%	+13%	-18%
同店銷售			
整體	+16%	+11%	-22%
• 黃金	+17%	+6%	-27%
- 黃金(重量)	-24%	-23%	-45%
• 定價首飾	+14%	+27%	-8%
- 18K 金鑽石	-1%	-9%	-46%
- 定價黃金	+27%	+68%	+59%
- 非鑲嵌	+10%	+56%	+29%
- 鑲嵌	+55%	+87%	+156%

本集團香港、澳門及海外市場第三季的零售值（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）升幅亮麗，按年均升約兩成。主要受惠於港澳市場產品價差優勢、演唱會活動及人民幣升值，帶動內地旅客流量與銷售同步提升。

港澳及海外市場整體同店銷售為+16%，其中香港的同店銷售為+15%，澳門為+22%，海外市場為+11%。

港澳及海外市場黃金產品的同店銷售為+17%。定價首飾產品的同店銷售為+14%，其中定價黃金產品為+27%，18K 金鑽石產品跌幅收窄至-1%。

「六福」在香港市場黃金產品的平均售價由去年同期的 14,100 港元上升 29%至本季的 18,200 港元，而定價首飾產品亦由去年的 5,200 港元上升 31%至 6,800 港元，其中定價黃金產品更由去年的 3,900 港元上升 51%至 5,900 港元。

「六福」在澳門市場黃金產品的平均售價由去年同期的 14,800 澳門元上升 28%至本季的 19,000 澳門元，而定價首飾產品亦由去年的 6,300 澳門元上升 32%至 8,300 澳門元，其中定價黃金產品更由去年的 5,700 澳門元上升 51%至 8,600 澳門元。

「六福」在海外市場黃金產品的平均售價由去年同期的 11,800 港元上升 44%至本季的 17,000 港元，而定價首飾產品亦由去年的 4,700 港元上升 34%至 6,300 港元，其中定價黃金產品更由去年的 3,800 港元上升 47%至 5,600 港元。

內地市場

	2026 財年第三季 比對 2025 財年第三季	2026 財年第二季 比對 2025 財年第二季	2025 財年第三季 比對 2024 財年第三季
零售值 - 按年計			
整體	+26%	+20%	-2%
零售值 - 產品佔比	2026 財年第三季	2026 財年第二季	2025 財年第三季
• 黃金及鉑金	79%	80%	81%
• 定價首飾	21%	20%	19%
- 18K 金鑽石	2%	2%	3%
- 定價黃金	16%	15%	13%
- 非鑲嵌	11%	12%	11%
- 鑲嵌	5%	3%	2%
零售收入 - 按年計			
整體	+11%	+23%	+27%
電子商務業務銷售額			
整體	+1%	+19%	+19%
• 黃金	-1%	+17%	+19%
• 定價首飾	+32%	+42%	+11%
同店銷售			
整體	+7%	+3%	-11%
• 黃金	-2%	+3%	-12%
- 黃金(重量)	-37%	-25%	-33%
• 定價首飾	+56%	+8%	-1%
- 18K 金鑽石	+22%	-31%	-46%
- 定價黃金	+93%	+49%	+47%
- 非鑲嵌	+36%	+32%	+17%
- 鑲嵌	+318%	+100%	+454%

內地市場第三季在相對港澳海外市場較高基數下，整體零售值（含自營店、品牌店及電子商務業務）按年升 26%，其中黃金產品的零售值升 25%，定價首飾產品則升 35%。定價首飾產品中的定價黃金產品零售值升幅為 59%，18K 金鑽石產品則跌 17%。定價黃金產品的零售值佔比為 16%。

內地零售收入（含自營店及電子商務業務）按年升 11%，而內地電子商務業務銷售額則按年升近 1%。

內地自營店整體同店銷售改善至 +7%。黃金產品的同店銷售為 -2%，而定價首飾產品由上季的單位數升幅飆升至 +56%，其中定價黃金產品升幅達 93%，主要由鑲嵌定價黃金產品帶動。值得留意的是，18K 金鑽石產品同店銷售於本季扭轉跌勢，升 22%。

佔內地店舖總數約 90% 的品牌店於季內的同店銷售增長亦從上季的 +27% 改善至 +31%，其中黃金產品及定價首飾產品升幅分別為 30% 及 38%。定價首飾產品中，18K 金鑽石產品的同店銷售增長為 -14%，定價黃金產品則為 +60%，當中非鑲嵌產品及鑲嵌產品的同店銷售增長為 +33% 及 +184%。

「六福」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 7,000 元上升 47% 至人民幣 10,300 元，而定價首飾產品則由去年的人民幣 2,700 元上升 41% 至人民幣 3,800 元，其中定價黃金產品由去年的人民幣 2,100 元上升 62% 至人民幣 3,400 元。

店舖數目

於 2025 年 12 月 31 日，集團全球共有 3,073 間店舖。雖然集團第三季淨減少 40 間店舖，但在海外地區新開設了 9 間品牌店，分別位於泰國 4 間、越南 3 間、美國及柬埔寨各 1 間。截至 2025 年 12 月 31 日止九個月期間，集團在海外地區已開設 17 間店舖。

本集團全球共有 157 間「六福珠寶」自營店，包括 74 間設於內地、48 間設於香港、17 間設於澳門及 18 間設於海外。於上述日期，連同 2,404 間內地及 26 間海外品牌店，本集團在世界各地合共設有 2,587 間「六福珠寶」店舖。

除此之外，本集團全球共有 150 間「金至尊」自營店，包括 144 間設於內地及 6 間設於香港。於上述日期，連同 106 間內地及 1 間海外品牌店，本集團在世界各地合共設有 257 間「金至尊」店舖。本集團截至 2025 年 12 月 31 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	2026 財年 第三季之變動	於 2025 年 12 月 31 日	
自營店	內地	• 六福珠寶	-	74	
		• 金至尊	+20	144	
		• Goldstyle	-	-	
		• 六福精品廊	-	7	
		• 福滿傳家	-1	10	
	小計		+19	235	
	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	-	18	
		• 六福精品廊	-	2	
	小計		-	94	
	總計		+19	329	
品牌店	內地	• 六福珠寶	-54	2,404	
		• 金至尊	-1	106	
		• Goldstyle	-3	19	
		• 六福精品廊	-1	29	
		• 福滿傳家	-7	143	
	小計		-66	2,701	
	海外	• 六福珠寶	+9	26	
		• 金至尊	-	1	
	小計		+9	27	
	總計		-57	2,728	
專門店	內地	• Love LUKFOOK JEWELLERY	-2	15	
	海外		-	1	
	小計		-2	16	
	總計		-2	16	
全球總計		-40	3,073		

按品牌	六福珠寶	小計	-45	2,587
	金至尊	小計	+19	257
	其他副品牌/產品線	小計	-14	229

按地區	內地	小計	-49	2,951
	香港、澳門及海外	小計	+9	122

展望

雖然金價於 12 月再創新高，幸而消費者已逐漸適應高金價，故未對銷售造成顯著影響。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產品，有利港澳市場的零售表現。因此，在上述因素及港澳市場低基數效應的帶動下，集團於 2026 年 1 月 1 日至 7 日期間的整體同店銷售較第三季度更為理想。

地緣政治風險持續升溫，中美關係緊張，內地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，未來仍將繼續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積極拓展海外市場，並計劃於本財年在海外市場淨增長約 20 間店舖。

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 1 月 15 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。