

即时发布

周大福珠宝国际扩张开新篇 曼谷全新门店揭幕 同时宣布全球品牌代言人

加速国际业务发展 推动品牌转型关键一环

（中国香港，2026年1月16日）**周大福珠宝集团有限公司**（“周大福珠宝集团”、“集团”或“公司”；香港联交所股份代号：1929）作为以近百年信任与创新传承为基础的全球知名中国奢侈品集团，宣布进驻泰国曼谷地标购物中心暹罗百丽宫（Siam Paragon）开设具策略意义的新门店，同时任命中国实力派演员杨洋为周大福珠宝全球品牌代言人。此举标志着集团品牌转型之旅的重要里程碑，致力以中国工艺与美学重新定义全球奢侈品格局。

周大福珠宝于全球拥有逾5,000间门店，市值约1,220亿港元（截至2025年12月31日）。作为品牌转型的重要一环，集团积极加强于国际市场优质奢华地段的布局。新店选址于东南亚极具代表性的奢华零售地标，充分展现周大福珠宝将现代优雅与文化遗产完美融合的品牌特色。

同时，集团宣布任命杨洋为周大福珠宝全球品牌代言人，体现品牌与新生代建立深度连结的决心，并积极加深海外顾客的情感共鸣。杨洋作为全球知名的中国演员，将进一步强化品牌在国际市场的影响力，向世界展示周大福珠宝作为时尚、优雅的中国奢华品牌的定位。

历史底蕴与现代奢华的创新共鸣

暹罗百丽宫新店以品牌标志性的“周大福红”为主色调，搭配细腻材质与精心设计的灯光，营造温馨且宛如精致博物馆的氛围，彰显中国传统工艺和美学的魅力。为加强与当地文化的连结和情感共鸣，集团特别推出具有泰国特色的独家臻品，致敬当地传统文化。

周大福珠宝集团副主席郑志雯女士表示：“随着集团积极推进品牌转型，在国际市场打造卓越零售体验是周大福珠宝国际扩展策略的关键举措。此次业务扩展彰显周大福珠宝致力打造成为全球奢侈品领域领导者的决心，并进一步巩固我们在创新、卓越品质与文化共鸣的坚定承诺。”

郑女士补充道：“任命杨洋为品牌全球代言人亦是集团核心策略愿景的重点之一。通过此次合作，我们将在世界舞台上塑造兼具时尚与高雅格调的中国奢侈品牌形象。”

加速全球布局 重新定义奢侈品行业格局

周大福珠宝的国际业务扩张采取双轨策略：振兴主要现有市场及积极拓展具高潜力的新市场，以实现可持续增长。截至2026财年上半年（2025年4月至9月），集团于国际市场设有约60个零售点，国际市场（包含中国免税业务）的零售额按年增长近17%。

周大福珠宝的出海征程历史悠久，15 年前就在新加坡首设海外门店从而进入东南亚市场。2025 年 11 月于新加坡星耀樟宜机场开设东南亚首间全新设计门店后，泰国曼谷暹罗百丽宫新店随即揭幕。乘势而上，周大福珠宝将进一步拓展其国际零售网络版图，预计于 2026 年 6 月底前首度进军澳洲市场，以及在加拿大再开设一家新店。此外，集团亦计划于两年内进入中东市场。

以中国精湛工艺重新诠释奢华意义

为庆祝品牌成立 95 周年，集团于 2024 年开启品牌转型之旅，通过融合深厚历史底蕴与当代标志性设计，打造承载传统文化与时尚气质的珠宝，实现“用珠宝让世界看到中国之美”的品牌精髓。

周大福珠宝是首个委任具备国际视野与经验的创意总监的中国珠宝品牌，彰显集团对创新设计及产品故事寓意的重视。在高级珠宝创意总监刘孝鹏先生的带领下，集团推出多个标志性产品系列，包括周大福传福和传喜系列。

###

關於周大福珠寶集團有限公司

周大福珠宝集团的旗舰品牌「周大福」创立于 1929 年，一直透过别出心裁的设计和对细节的坚持，让传统成为经典。时至今日，品牌已成为了卓越品质、非凡价值及诚信可靠的代名词。

作为全球知名的中国奢侈品集团，我们深信透过现代创新设计揉合传统工艺，能创造出代代相传的臻品。每个系列皆承载顾客的人生故事，庆祝他们生命中每个珍贵时刻，并在追寻幸福的旅程中带来启发和激励，让「周大福」的品牌故事深深融入顾客的生活脉络。

集团拥有丰富的品牌组合，除了旗舰品牌「周大福」，还有 HEARTS ON FIRE、ENZO 与 MONOLOGUE。我们亦积极开拓 IP 联乘合作，为顾客提供多元化的选择。我们的业务网络遍布中国，且持续延伸至全球多个市场。在全球设有逾 5,000 家门店，致力于全渠道为顾客提供无缝体验。

周大福珠宝集团有限公司（香港联交所股份代号：1929）于 2011 年 12 月在香港联合交易所主板上市，致力通过提高盈利质量和推动更高价值的增长，为不同持份者创造可持续的长期价值。

传媒垂询，请联络：

周大福珠宝集团有限公司

吴海迪（Haide Ng）

企业传讯副总监

电话：（852）3115 4402

电邮：haideng@chowtaifook.com

陈绮雯（Acky Chan）

企业传讯高级经理

电话：（852）3115 4403

电邮：ackychan@chowtaifook.com