

CHOW TAI FOOK

同心啟變

可持續發展報告2025



周大福珠寶集團有限公司

股份代號：1929

關於本報告

本報告為周大福珠寶集團（本集團）發表的第十份可持續發展報告（本報告），旨在披露本集團於2024年4月1日至2025年3月31日止財年在環境、社會及管治（ESG）方面的主要工作與表現，全面展現我們推進可持續發展工作的進展、挑戰與承諾。

匯報範圍

除非另有說明，報告範圍涵蓋本集團於中國內地（內地）、中國香港及中國澳門的直營零售點、辦公室及生產基地¹。相關數據與資訊均反映上述營運地點的整體表現，並與過往報告範圍一致，以確保年度間的可比性。如有例外，將於報告相關章節中註明。關於更全面的財務或策略層面的披露，請參閱2025年報。

匯報標準及驗證

本報告依據香港聯合交易所有限公司（聯交所）《環境、社會及管治報告指引》編撰，並遵循其四項核心報告原則，包括：(1)重要性；(2)量化；(3)平衡性；及(4)一致性。本報告亦參考《全球報告倡議組織可持續發展報告標準》（GRI標準），並採納氣候相關財務資訊披露工作小組（TCFD）所建議的框架，闡述集團氣候相關風險與機遇。

為提升資訊質素與報告透明度，我們委託香港通用檢測認證有限公司根據《國際驗證工作準則第3000號》（ISAE 3000）對本報告進行獨立驗證。驗證範圍、方法及結論詳見驗證聲明章節。

重要性及界定報告內容

本報告所呈內容聚焦於本集團及其持份者最關注的環境、社會及管治議題，並以雙重重要性評估結果為基礎，結合外部及內部觀點，界定重要議題與揭示重點。各項重要性議題為本報告之架構與資訊深度提供指引。有關雙重重要性評估矩陣的詳細內容，包括評估方法、持份者類別及主要環境、社會及管治議題，請參閱雙重重要性評估章節；而環境、社會及管治數據表則提供更詳細的量化表現數據與補充說明。

發佈方式及查詢

本報告僅透過集團網站的可持續發展專頁及香港聯交所網站以電子版方式發佈。有關業務重點、財務表現、策略報告和企業管治的披露資訊，請參閱本集團2025年報。

我們重視閣下對本集團可持續發展策略與表現的寶貴意見。如閣下對本報告及本集團的可持續發展表現有任何意見，歡迎電郵至 ir@chowtaifook.com 與我們聯絡。

¹ 本報告的範圍不包括於中國台灣、柬埔寨、加拿大、日本、韓國、馬來西亞、菲律賓、新加坡、泰國、美國及越南等其他市場以特許經營模式營運的辦公室及零售點。



目錄

2	關於本報告
4	關於周大福珠寶集團
6	2025財年摘要
8	管理層的話
10	雙重重要性評估
12	主要持份者組別、參與渠道及關注範疇
13	管治與管理
14	可持續發展管治
15	培養誠信文化
17	風險管理
22	周大福珠寶可持續發展2049
24	環境
25	循環性
27	可追溯性
29	低影響營運
36	人才
37	關懷員工
44	關懷廣大社區與供應鏈夥伴
52	行業
53	行業發展
54	可持續發展獎項、承諾及舉措
54	會員資格
55	環境、社會及管治數據表
60	內容索引
62	驗證聲明
63	詞彙

周大福珠寶
可持續發展
2 0 4 9

同心啟變

周大福致力引領
珠寶行業變革，
塑造一個可持續的未來





願景

引領珠寶行業，相伴世代人生。

價值

協作共贏

人，是我們獲得成功的關鍵 — 我們的每一位員工、股東、合作夥伴和消費者，都在成功道路上扮演著不可或缺的角色。

堅守誠信

我們以誠信為基礎，秉承高尚的道德標準，並始終如一地遵循誠實、公開和真誠的原則。

靈活開放

我們採取一種靈活開放的態度，反應敏捷，適應力強，對不同的觀點和新事物保持好奇心。

勇於擔當

我們鼓勵勇於擔當的精神，對我們的行為及後果負責任。每一次成功或犯錯我們都將其視為重要的學習機會，並從中成長。

充滿熱情

我們對工作和創作保持初心和熱忱，以源源不絕的動力和熱情不斷追求卓越和創新，並致力將這份熱情傳遞給整個團隊，互相激勵，共同追求成功。

關於周大福珠寶集團

周大福珠寶集團有限公司（集團；香港聯交所股份代號：1929）於2011年12月在香港聯合交易所主板上市。集團承襲近百年光輝，秉持「引領珠寶行業，相伴世代人生」的願景，昂首邁向新里程。

集團標誌性品牌「周大福」創立於1929年，透過別出心裁的設計和對細節的堅持，讓傳統成為經典。周大福珠寶集團承載著深厚的歷史底蘊及堅實的品牌信賴基礎，一直視弘揚傳統文化為己任，並透過匠心打造의精緻飾品，與廣泛的顧客建立深厚的情感聯繫，成就廣獲認同。集團對創新與工藝的恒久堅持是其取得成功的要素。時至今日，集團已成為了卓越品質、非凡價值及誠信可靠的代名詞。

周大福珠寶集團作為行業領先的中國珠寶商，確信透過現代創新設計揉合傳統工藝，能創造出代代相傳的珠寶首飾。我們每個產品系列都經過巧妙構思、匠心製作，旨在述說不同顧客的故事，慶祝他們生命中每個特別時刻。我們將陪伴每一代的顧客一同成長，在他們追尋幸福的道路上提供激勵和啟發，把「周大福」的品牌故事和產品編織到顧客的生活脈絡當中。

集團擁有廣泛的產品、服務及銷售渠道，品牌組合包括旗艦品牌「周大福」及精心策劃的零售體驗，以及HEARTS ON FIRE、ENZO與MONOLOGUE等其他個性品牌。

集團致力通過提高盈利質量和推動更高價值的增長，為不同持份者創造可持續的長期價值。我們構建了龐大的全渠道零售生態系統，門店網絡遍布中國和全球多個地區，同時擁有日益增長的電子商務業務，進一步強化競爭優勢。



主要數據

零售網絡²

中國內地	中國香港及中國澳門	其他市場
6,501	89	54

員工總數³

25,600+

捐款總額

36.9 百萬港元

2025財年業務表現

截止2025年3月31日止年度

營業額	經營溢利	每股盈利
89,656 百萬港元	14,746 百萬港元	0.59 港元

² 於2025年3月31日，零售網絡涵蓋中國內地、中國香港、中國澳門以及其他市場的所有零售店，包括直營零售店和加盟店。
³ 於2025年3月31日，員工人數僅限集團在中國內地、中國香港和中國澳門的核心及重要業務單位。

2025財年摘要



環境

循環性

- 推出 MONOLOGUE 100% 再生金產品，引領循環再用
- 增加提供黃金回購服務的門店數目，並計劃優化黃金回收增值服務

可追溯性

- 自 2025 年 4 月起，所有新採購的 T•MARK 鑽石 (≥ 0.08 卡) 均可追溯至原產國
- 按照與經濟合作及發展組織 (OECD) 指引一致的盡職調查程序，完成對 179 間供應商的調查，至今未發現任何高風險情況

低影響營運

- 範圍一及二的溫室氣體排放密度、用水密度和生產廢棄物密度，與 2019 財年相比，分別下降了 18%、37% 和 41%
- 推出《綠色辦公指南》，推廣環保意識
- 取代兩種用於主要生產工序的致癌物質，並開展廢酸重用試驗
- 加強鼓勵顧客減少非必要包裝
- 承諾響應由環境保護署推出的《減少包裝約章》，推動可持續包裝



人才

中華文化

- 與北京故宮博物院及香港故宮文化博物館合作，透過教育工作坊及展覽接觸超過 486,500 人
- 推出周大福故宮系列及傳福系列，融合現代設計與中國傳統工藝

未來人才

- 透過獎學金、實習計劃、教育活動及參觀，接觸超過 6,100 名年輕人才

全民福祉

- 在中國內地及香港舉辦的家庭幸福活動共惠及超過 1,600 人
- 691 家供應商簽署了我們的供應商最佳責任標準，以保障供應鏈上的人權



行業

再生金及金飾可追溯標準

- 開展再生金行業標準相關的研究與資料搜集工作
- 承諾提升產品中的再生金含量，並設立專屬生產線以精確追蹤

潔淨珠寶生產

- 完成生產用化學品基準審核，邁出建立潔淨珠寶生產標準的第一步

主要環境、 社會及管治 評級與嘉許

道瓊斯領先全球/亞太區指數⁴

憑藉卓越的環境、社會及管治表現，位列全球2,500家最大企業的前10%，以及亞太區600家最大企業的前20%

S&P Dow Jones Indices

A Division of S&P Global

標普全球《可持續發展年鑑(中國版)2025》

在企業可持續發展評估中表現卓越而入選



FTSE4Good Developed 指數

自2023年起獲納入此指數，展現穩健且具透明度的環境、社會、管治披露表現



FTSE4Good

MSCI ESG評級：A

對財務具有重大影響的環境、社會及管治風險方面屬低風險級別



恒生可持續發展企業指數及恒生可持續發展企業基準指數

獲評為環境、社會、管治評分最高的香港上市公司之一



恒生可持續發展企業指數系列 2024 - 2025成份股

CDP評分：B(氣候變化)和B-(水安全)

顯示在應對氣候及水資源相關影響、風險與機遇方面具備穩健的管理能力



Sustainalytics 2025 ESG最高評級企業(亞太區)

亞太區企業中環境、社會、管治風險最低



⁴ 道瓊斯領先全球指數根據企業可持續發展評估，從經濟、環境及社會三方面的長期表現進行評核，甄選出標普全球廣泛市場指數中所屬行業的前2,500間最大型企業當中表現最出色的首10%，予以表彰。

⁵ 版權 ©<2025> Sustainalytics 晨星旗下公司。版權所有。免責聲明 <https://www.sustainalytics.com/legal-disclaimers>。

主席的話

周大福珠寶開創近百年，秉持對工藝的極致追求、對誠信原則的篤定堅守，敢於突破業界常規，多年來贏得顧客的信任。我們懷著進取和具前瞻性的願景，推動業務發展，同時為未來作好準備，迎接日益嚴峻的挑戰：全球暖化加劇、社會不平等擴大，以及各界對負責任企業的期望越趨殷切。放眼全球，極端天氣、資源短缺與消費者價值觀不斷轉變，均在改寫珠寶行業。面對這些變化，珠寶業界必須以堅定的決心與創新的思維積極應對，而我們則矢志成為引領行業的先鋒。

去年，我們展開雙重重要性評估，透過嚴謹的流程深入了解持份者的想法，並識別對集團至關重要的可持續發展議題。我們把這些評估結果和見解跟全球及行業的發展趨勢結合，為集團制定全新的可持續發展藍圖。我深感自豪的是，集團今年正式推出「周大福珠寶可持續發展2049」，並列出了具體行動與清晰目標。此策略以2049年實現淨零排放為長遠目標，聚焦「環境」、「人才」及「行業」三大核心支柱，並已全面融入集團的業務當中。我們亦透過一系列的內部溝通計劃，將可持續發展的承諾清晰傳達至全體員工。

我們對環境的承諾清晰明確 — 珍惜自然資源、保護生態系統，並聚焦推動採用

循環材料、加強原材料的可追溯性，以及轉型為低影響的營運模式。集團正積極提升產品組合中再生金的比例，以減少依賴新開採貴金屬；同時，我們亦會追溯黃金以及其他包括鑽石與彩色寶石在內的原材料來源，確保來自符合道德及負責任準則，務求守護環境，並保障價值鏈中每一位持份者。

以人為本，推動社會正向轉變，是我們不變的初心。我們致力凝聚個人與社區力量，鞏固珠寶行業的發展基礎。我們深信，培育未來人才是推動行業及整體社會持續發展的關鍵。集團透過與社區、教育及文化機構的合作，積極啟發與賦能新一代設計師與工匠。作為行業領先的中國珠寶品牌，我們肩負著弘揚中華文化的使命。我們以植根中國為傲，致力向世界展示中國工藝、美學與內涵，以帶來更大的文化共鳴，而這文化背景亦成為品牌在國際市場的獨特定位。我們與北京故宮博物院及香港故宮文化博物館的合作，讓傳統黃金工藝與中華文化教育觸及更廣泛群體。另外，我們相當重視員工及其家庭的福祉 — 包括珠寶製作過程中的每一位參與者，以及與我們相連的每個社區。集團持續推行家庭友善措施，同時與供應商緊密合作，確保供應鏈中所有人的權益得到保障。

作為即將邁向百年里程的行業領導者，我們深明要引領業界，往往需要作出果敢、甚至顛覆常規的承諾。我們始終肩負創新與倡導的角色，不斷提升標準，建立新標竿。我們的目標包括：為再生金首飾制定行業標準、推動潔淨生產、減少在生產過程中使用有害物質，並透過行業協會與其他平台分享最佳實踐，樹立負責任發展與環境保護的典範。

我們的長遠目標經已清楚確立 — 於2049年實現淨零排放，這份承諾已融入集團每日的採購、設計、生產與零售決策中，並由團隊與合作夥伴共同實踐。

我深信，引領我們走向百年里程碑的，正是成就今天基業的三大特質：訂立遠大目標的膽識、貫徹承諾的執行力，以及秉持「真正的領導者必將突破常規」的信念。

鄭家純博士

主席

中國香港，2025年6月13日

副主席的話

本財年是集團可持續發展旅程的重要里程碑，我們已由規劃階段正式邁向全面實踐。隨著集團公佈「周大福珠寶可持續發展 2049」藍圖，可持續發展已全面融入集團的策略與管治架構，並逐步貫徹至原料採購、產品設計、物流營運及零售管理在內的每一項業務決策。

為實現 2049 年達至淨零排放的目標，我們的首要任務是全面掌握集團碳排放的情況。在本財年內，我們已編製溫室氣體排放（範圍三）清單，識別價值鏈相關排放約佔集團總排放量的98%，為制訂淨零排放規劃奠定了清晰的基準。同時，我們亦進行了嚴謹的氣候情景分析，並將所識別的主要氣候風險納入企業風險管理系統，與其他關鍵的環境、社會及管治風險一併持續監察和應對。

2025 財年內，我們持續實行多項具體行動，以保護自然資源、減少排放。我們的範圍一及二溫室氣體排放密度、用水密度及生產廢棄物密度，分別較 2019 財年的基準下降了18%、37%及41%。

與此同時，集團正全面提升產品組合中再生金的比例，並率先推出以 100% 再生金打造的產品系列。旗下個性品牌 MONOLOGUE 所有新製造的產品現均以 100% 再生金製成。我們亦致力實現原材料來源的全面可追溯性。所有新採購、0.08 卡或以上的 T•MARK 鑽石，現均可追溯至原產國。

人才是推動一切的核心力量。為打造充滿活力的團隊，本財年我們推出了多元、平等及共融政策，並提供彈性工作安排與家庭友善措施。我們為鞏固集團的長遠人才實力，開展了涵蓋商業道德、數據安全與工藝技能等範疇的培訓課程，培訓時數累計數千小時。隨著我們接觸

更多、更廣泛的社區，我們深知文化傳承與人才培育同樣重要。我們致力於保存中華文化，遂向不同背景、年齡層的受眾弘揚並培養對中國文化的賞析，目標在 2030 年前覆蓋 15% 全球人口。2025 財年，我們與香港故宮文化博物館展開為期五年的合作，透過大師班講座、工作坊及考察團，向至少五萬名學員傳授傳統中國黃金工藝。同時，我們與北京故宮博物院合作推出周大福故宮系列，將傳統圖案轉化為當代美學，讓中華文化底蘊以嶄新方式觸及新的受眾。

我們對行業領導責任的承擔，始終如一。1970 年代，我們開創先河於港澳地區推出 999.9 黃金首飾；1990 年代推行珠寶首飾「一口價」政策。這些當時具爭議的舉措，最終皆成為行業通行標準。我們接下來的目標，是推動再生金首飾及金飾可追溯性標準；同時建立潔淨生產框架，逐步減少或淘汰生產中有害物質的使用。武漢生產基地已成功替換兩種有害化學物質，其餘物質亦已納入研發替代計劃。

隨著集團邁向百年里程，我們深知「周大福珠寶可持續發展 2049」不僅是集團的工作藍圖，更是一份對顧客、員工以至整體社會的承諾。我們誠邀各界持份者共同監督並支持我們的可持續發展工作，與我們並肩前行，攜手推動珠寶行業邁向一個更透明、低碳且兼備文化底蘊的未來。讓我們共同把願景化為行動，透過行動訂立業界下一個標準。

鄭志恒先生及鄭志雯女士

副主席

中國香港，2025年6月13日



雙重重要性評估

本報告建基於雙重重要性評估所得的分析結果。該評估不僅協助我們理解持份者期望，更是我們構建可持續發展策略的基石。透過識別最具重要性的議題，我們制定了全新的可持續發展策略，策導我們如何履行對可持續未來的承諾。

本次雙重重要性評估採用歐洲財務報告諮詢小組(EFRAG, 2021)建議的評估方法，並按照以下步驟進行：



重要議題

我們共識別出九項最重要議題，作為制定可持續發展策略及報告披露的依據。各項議題的定義及對應的報告章節如下：

最重要議題	定義	報告章節
減碳與能源管理	因應低碳經濟，監察及減少運營和供應鏈中的溫室氣體排放。	淨零排放
產品質量及安全	確保公司銷售的所有珠寶均為優質及能被安全地佩戴。	產品質量及安全
循環及廢棄物管理	積極地減少生產和運營的廢棄物、促進資源循環、妥善管理有害物質和採用可持續的包裝解決方案。	循環性 廢棄物
原材料的透明度和可追溯性	通過管理採購程序、加強供應商溝通、充分披露原材料原產地，提升供應鏈透明度和原材料的可追溯性。	可追溯性
企業管治及商業道德	實施穩健的企業管治常規、風險管理方法，確保遵守相關法律、法規、標準，並維護商業道德及誠信。	營商操守
顧客數據隱私及信息安全	採用適當的程序及安全措施，保障數據安全，包括顧客及員工個人數據的保密性及完整性，並降低數據洩露及網絡攻擊的風險。	顧客私隱及信息安全
供應鏈中的人權保護和勞工常規	確保供應商遵守人權保護和公平就業慣例，並確保所有原材料來自非衝突地區。	可追溯性
員工身心健康	通過預防工傷和疾病，促進員工的健康和安全，並促進工作場所的身心健康。	職業安全與健康 員工身心健康
創新產品及顧客體驗	採納創新珠寶製作技術及設計，並提升數字零售體驗，接觸更廣泛的顧客群。	顧客滿意度

重要性矩陣



主要持份者組別、參與渠道及關注範疇

持續持份者參與

我們積極與不同持份者溝通，深入了解並回應他們最關注的議題，從而協助我們在可持續發展方面持續精益求精。

建基於雙重重要性評估的結果，我們於2025財年進一步接觸主要持份者，包括管理層、員工及媒體，以：(1)傳達我們全新的可持續發展策略；(2)討論如何管理優先重要議題；及(3)收集意見，共同推動可持續未來。

- 管理層實體工作坊：2024年11月舉行。向高級管理層介紹可持續發展的主要趨勢及我們的新策略，並按不同崗位如何推動策略分享見解與建議。
- 可持續發展峰會：2024年12月以網上形式舉行。向全體員工講解新策略、重點範疇及行動計劃，讓員工更有信心地參與和支持集團的可持續發展工作。

- 媒體訪問：策略正式發佈後，我們於2024年12月透過媒體訪問介紹新策略及行動計劃的進展。
- 持續內部溝通：我們透過電郵及員工內聯網定期發佈更新，確保員工了解集團在可持續發展方面的最新動向，並積極參與相關工作。

持份者恒常參與渠道

除了具體的溝通與參與活動外，我們亦透過正式與非正式渠道，與內部及外部持份者建立長遠關係。這些互動溝通有助我們掌握持份者的關注範疇與期望，使我們能做出更全面的決定。

持份者	主要參與渠道
顧客	• 周大福會員通訊及活動 • 社交媒體 • 顧客熱線及查詢郵箱
員工	• 員工參與度調查 • 申訴郵箱、24小時熱線服務 • 員工活動，例如員工大會、節日員工聚會 • 內聯網、內部通訊及公司社交媒體平台 • 日常員工通訊和績效評估
投資者	• 訪談及問卷調查 • 公司發佈會/即時網上簡報會 • 非交易路演、投資者會議及午餐會議 • 特別推廣活動和探訪 • 股東週年大會 • 集團網站及向港交所提交的公開披露文件 • 投資者關係電子郵箱
業務夥伴/供應商	• 訪談及問卷調查 • 業務會議 • 集團網站 • 申訴郵箱
行業協會	• 訪談及問卷調查 • 商會活動及研討會 • 集團網站
媒體	• 傳媒訪問及午餐會 • 公司公告、新聞稿及通函 • 集團網站 • 傳媒電子郵箱
社區團體	• 訪談及問卷調查 • 社區和慈善團體活動



管治與管理

引領・守護



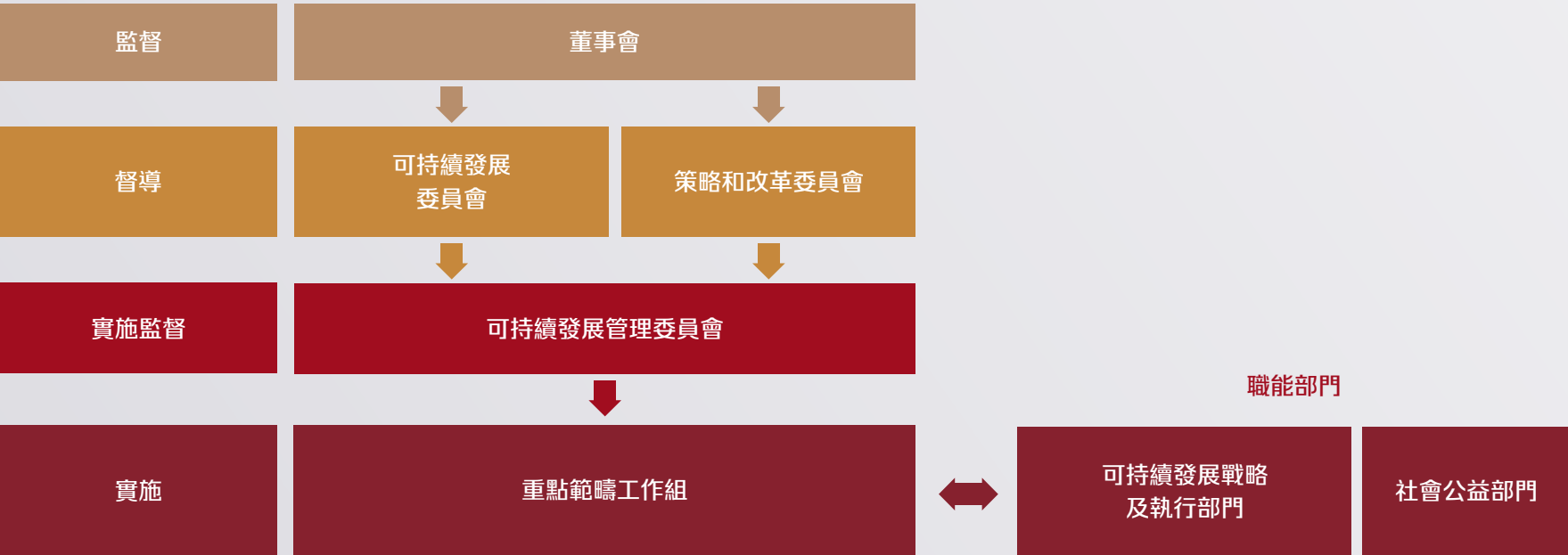
可持續發展管治

在雙重重要性評估中，我們識別了企業管治與商業道德為優先關注議題，反映出它們對業務韌性和可持續發展所起的關鍵作用。為了回應這一重要議題，集團以穩健的企業管治框架為基礎（詳見《年報》），進一步完善可持續發展的管治架構，以提升整體策略的落實能力及績效監察成效，強化問責機制，並推動集團在可持續發展方面不斷進步。

作為集團的最高管治機構，董事會負責監督周大福珠寶的可持續發展事宜。為確保監督工作具針對性與專業性，董事會將相關職責授予屬董事會層面的可持續發展委員會。可持續發展委員會由一位獨立非執行董事擔任主席，成員包括另外兩位獨立非執行董事及一位執行董事。委員會負責審閱及監察集團的可持續發展策略及績效，每年至少一次向董事會匯報整體進展，相關法規動向及新興的可持續發展趨勢。本報告年度內，可持續發展委員會審議並通過了「周大福珠寶可持續發展2049」策略，並正式落實執行策略。可持續發展委員會亦負責檢討、更新及審批可持續發展政策，並確保環境、社會及管治資訊披露及時、透明及具質素。

策略和改革委員會指導集團的可持續發展策略，確保與企業重點和整體業務發展保持一致。策略和改革委員會委任由集團各業務職能部門的高級管理人員組成的可持續發展管理委員會，負責日常實施策略、政策及計劃。可持續發展管理委員會向策略和改革委員會匯報，確保集團在可持續發展議題上的工作與整體業務方向一致。同時，可持續發展管理委員會亦會每半年向可持續發展委員會匯報可持續發展表現及最新趨勢。

可持續發展管理委員會的工作由可持續發展戰略及執行部門支援，該部門亦與社會公益部門協作，推動和落實相關行動，實踐集團的可持續發展承諾。可持續發展戰略及執行部門同時與由各業務單位組成的專責小組協調，執行特定範疇的行動計劃，並每季度向可持續發展管理委員會匯報進度與表現。



2025財年的主要管治措施

本財年內，我們進一步加強集團上下的可持續發展管治，以下為本財年的主要管治里程碑及進展摘要：

- 新可持續發展策略獲董事會審議通過**
董事會已審議並通過本集團全新的可持續發展策略 — 「周大福珠寶可持續發展2049」，涵蓋核心支柱、行動計劃及長遠目標。
- 匯報氣候情景分析結果**
因應港交所最新氣候披露規定（與《國際財務報告可持續披露準則第二號——氣候相關披露》一致），本集團已於2024財年完成全面的氣候情景分析，並於2025財年由屬董事會層面的可持續發展委員會審閱分析結果。相關資料已刊載於本報告，並整合至本集團的企業風險管理框架，支援針對氣候風險的業務決策。
- 制定及董事會審批供應商盡職調查政策（原料）**
為確保原材料採購來源合法且符合道德準則，集團參照《經合組織負責任的礦產供應鏈盡職調查指南》制定供應商盡職調查政策（原料）。該政策將我們的盡職調查機制標準化，以識別、評估及緩解受衝突影響及高風險地區（CAHRAs）以及反洗錢 / 打擊恐怖分子資金籌集相關的風險。政策已於本財年內由可持續發展委員會審議及通過。
- 制定多元化、平等及共融政策及董事會審批**
為反映本集團致力營造共融環境的承諾，我們制定了多元化、平等及共融政策，明確列出集團在業務營運、員工職涯周期，以及與客戶和社區互動過程中，如何善用不同觀點的期望和指導方針。

欲了解更多資訊，請參閱

-  董事會可持續發展委員會的職權範圍
-  2025年報內企業管治報告

培養誠信文化



周大福珠寶集團致力在所有業務營運中培養誠信文化，嚴格禁止集團內部及外部持份者涉及任何形式的貪污、洗錢或其他不道德行為。我們的紀律守則強調誠實、廉潔、公平為集團的核心價值，為我們與員工、供應商及業務夥伴提供明確指引。

我們亦透過一系列全面的政策進一步落實上述原則，包括反貪污政策、反洗錢政策及我們的供應商最佳責任標準，明確訂明所有與集團有業務往來人士應遵守的行為標準。於2025財年，我們亦制定了門店稽查政策，為定期門店稽查提供標準，從而防範舞弊、不當行為及其他違規情況。我們重視對符合適用法律法規資訊的透明溝通，董事會亦持續監察相關政策的執行情況，確保符合業界的最佳實踐。

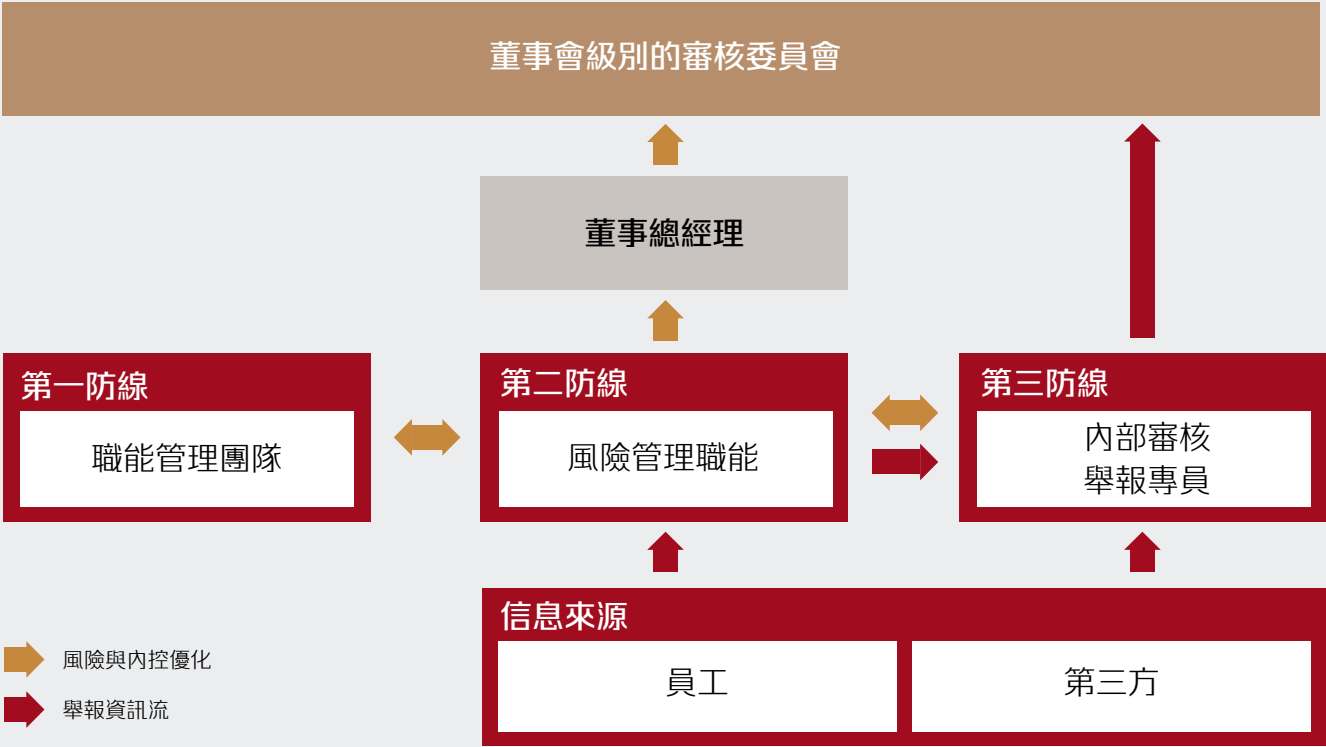
此外，我們透過定期內部培訓及資訊更新，提高員工對維護誠信的意識，並要求他們申報任何潛在的利益衝突。於2025財年，所有新入職的前線員工均已完成反貪污及反洗錢培訓。同時，我們在網上學習平台提供紀律守則培訓，並設有小測驗，提升員工參與度及加深他們的理解。

舉報

集團設有穩健的舉報機制，讓員工及外部持份者能舉報涉嫌違規行為，這是我們履行透明度與道德行為承諾的表現。我們的舉報政策設有安全保密的申報通道，專門受理涉及貪腐、洗錢、舞弊、違背道德操守及其他潛在違規事項的舉報，並嚴格保障舉報人的身份安全。該機制由舉報專員統籌管理，負責督導舉報案件的公正調查。董事會級別的審核委員會定期檢視這些個案，評估其嚴重程度，並向相關部門提出改善建議。

本財年，我們共接獲98宗舉報，其中33宗經查證存在違反紀律守則的實質證據並展開深入調查。此類案件主要涉及疑似舞弊或洗錢指控。儘管調查證實均屬個別事件且未對集團構成重大影響，我們仍已採取措施，加強內部監控，包括修訂反洗錢政策及門店稽查政策，加強防舞弊與防不當行為條款，體現我們持續改進的承諾。

舉報機制



營商操守

誠信與道德操守是我們日常營運的重要基礎，亦是推動環境、人才與行業可持續發展的核心力量。我們在業務的不同環節堅守高標準，從提供安全優質的產品，到遵循道德推廣及廣告原則，皆一絲不苟。我們亦致力杜絕一切舞弊或不道德行為，持續鞏固持份者對我們的信任。

產品質量及安全

我們始終將產品質量與安全置於對顧客承諾的核心位置。此議題經由重要性評估確立為重要議題後，本集團建立了從原料採購、檢驗、生產至售後服務程序。我們的自營工廠或合作廠房，均需嚴格執行統一的質量控制標準。其中，自營工廠已取得ISO 9001品質管理系統認證，為品質一致性及卓越品質提供有力的保障。

為了確保材質的真確性，我們恪守嚴格的檢驗標準驗證原料純度，所有未符合標準的物料均退回供應商更換。我們在整個生產過程中實施嚴謹的品質監控，並依據國家及行業標準進行出廠檢驗，從而有效防範品質、健康與安全問題。另外，本集團獲香港珠玉石器金銀首飾業商會有限公司頒發的「天然翡翠標誌」⁶、「優質足金標誌」及香港鑽石總會頒發的「天然鑽石品質保證」，顯示了業界對本集團產品品質的專業認可。

黃金的純度、質量及成色標準，讓他們能更有信心向顧客講解產品特點及其對環境的正面影響。

恪守貴金屬珠寶 產品卓越標準

周大福珠寶作為999.9黃金標準的業界先驅，致力恪守貴金屬珠寶的最高品質標準，保障消費者信心。我們嚴格依據貴金屬純度國家標準GB11887-2012，對原料、配件、半製成品及製成品進行全面純度驗證。



道德營銷及廣告

誠實和清晰地傳達產品質量對於維護我們顧客的信任至關重要。我們遵守香港法例第362章《商品說明條例》、《中華人民共和國廣告法》及其他相關法律法規，確保顧客所接收的產品推廣資訊真實無誤。這承諾還包括準確呈現環境及社會聲明。以2025財年推出的MONOLOGUE 100%再生金產品為例，我們為前線同事提供全面的培訓和指引，內容涵蓋



⁶ 翡翠是一類寶石礦物的統稱，主要包括硬玉、綠輝石及鈉鉻輝石。

風險管理

穩健的風險管理是確保集團長遠發展的關鍵，是我們策略規劃與業務目標不可或缺的一部分。我們致力推行嚴謹的企業風險管理框架，識別、評估及管理可能對營運構成影響的各類風險，包括環境、社會及管治的相關風險。

董事會對風險管理及內部監控制度的成效承擔最終責任，並負責釐定符合整體策略目標的風險承受度。審核委員會負責監察集團對企業管治守則的遵循情況，而董事會轄下的可持續發展委員會則專責審視環境、社會及管治的風險與相關機遇。

企業風險管理框架

我們的企業風險管理框架是根據集團的實際情況及業務環境而訂定，涵蓋風險的識別、評估、應對和控制、成效和表現追蹤、緊急應變及能力構建。此框架以三道防線為基礎，結合自上而下與自下而上的綜合風險管理體系，有效協調並推動集團的整體風險管理工作。風險負責人為第一道防線，風險管理部連同行政部組成第二道防線，而內部審核部與舉報專員則是第三道防線。這確保我們能妥善應對潛在風險，同時把握可持續增長的機遇。

欲了解更多資訊，請參閱



了解更多有關本集團
風險管理框架及方法。

顧客滿意度

2025財年 顧客滿意度數據

神秘顧客調查得分

95.18

每月平均淨推薦值

69.72

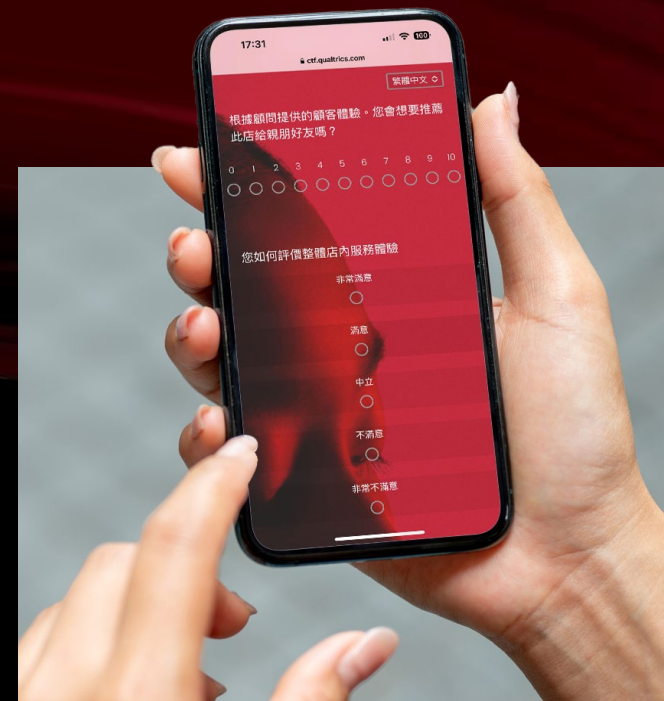
作為深受顧客信賴的近百年品牌，提供卓越的顧客體驗是不容我們妥協的承諾。我們透過清晰的服務標準及持續的意見回饋機制來守護這份信任。品牌標準手冊及相關指引訂立清晰的服務準則，並以神秘顧客調查每季於零售點進行測試。同時，我們利用多元渠道主動聆聽顧客聲音，包括服務熱線、店內意見箱、即時通訊平台及社交媒體，從收集、分析到行動，致力不斷改善顧客體驗。

除了上述措施，我們還致力推動產品創新和個人化服務，而這也是雙重重要性評估識別出一個重要議題。透過專業培訓的門店銷售顧問、節日禮品、VIP專屬待遇，以及方便的網上購物介面，我們全方位營造出貼心和溫暖的體驗，展現周大福品牌的核心特質。

顧客私隱及 信息安全

保護顧客數據私隱是我們在雙重重要性評估中識別出的一個重要議題，由私隱治理委員會監督，並委任專責的信息保護官負責落實日常管理。我們嚴格遵循私隱政策、私隱資料保護與加密，及信息安全程序，這些措施均符合《個人信息安全規範》(GB/T 35273-2020)、《中華人民共和國個人信息保護法》、《中華人民共和國網絡安全法》，以及香港《個人資料(私隱)條例》。

2025財年，我們對所有新業務項目及重大系統升級進行私隱影響評估，識別潛在的安全與合規風險，並確認現有管控措施可將風險降至可接受水平。此外，集團亦邀請獨立專家對核心系統進行測試，進一步提升系統韌性。報告期內，我們向全體員工提供線上私隱與信息安全培訓課程，內容涵蓋相關法律法規要求、個人資料保護責任及實際案例分析。這個培訓課程總瀏覽次數逾30,000次。



焦點

透過升級版的顧客滿意度調查，改善顧客體驗

2024年11月，我們推出了升級版並適合手提電話使用的顧客滿意度調查。這個升級版的調查新增行業標準的「淨推薦值」指標，並針對購物體驗、服務質素及門店環境收集顧客意見。我們每月收集和分析顧客評分，並將數據概覽報告分發給相關部門主管與門店經理，也將顧客對服務質素的意見反饋予前線同事。全新版的顧客滿意度調查讓我們更準確掌握顧客滿意度與對品牌的忠誠度，將即時洞察轉化為迅速的數據驅動服務改進。

網絡安全

維護網絡安全對於處理顧客資料及其他敏感數據至關重要，任何安全漏洞不僅可能影響業務運作，更可能損害顧客對集團的信任及集團聲譽。董事會對資訊科技管治負最終監督責任，並委任首席數碼官履行集團網絡安全風險管理職責；風險管理部負責提供改進建議，而內部審核部則負責驗證現有網絡安全控制措施的有效性。

我們的管控措施遵循美國國家標準暨技術研究院(US National Institute of Standards and Technology)的網絡安全框架，涵蓋風險評估、數據保護政策執行、管理防病毒軟件及入侵檢測系統等網絡安全工具，並定期進行漏洞掃描。此外，我們會進行災難復原演習，以驗證我們恢復關鍵系統的能力。安全運作中心負責監控及通報潛在的網絡事件，並就事故展開調

查與後續修復。我們亦會為員工提供網絡安全培訓，課程涵蓋密碼保安、深度偽造辨識、數據保護及裝置安全等主題，提升員工的整體網絡安全意識。

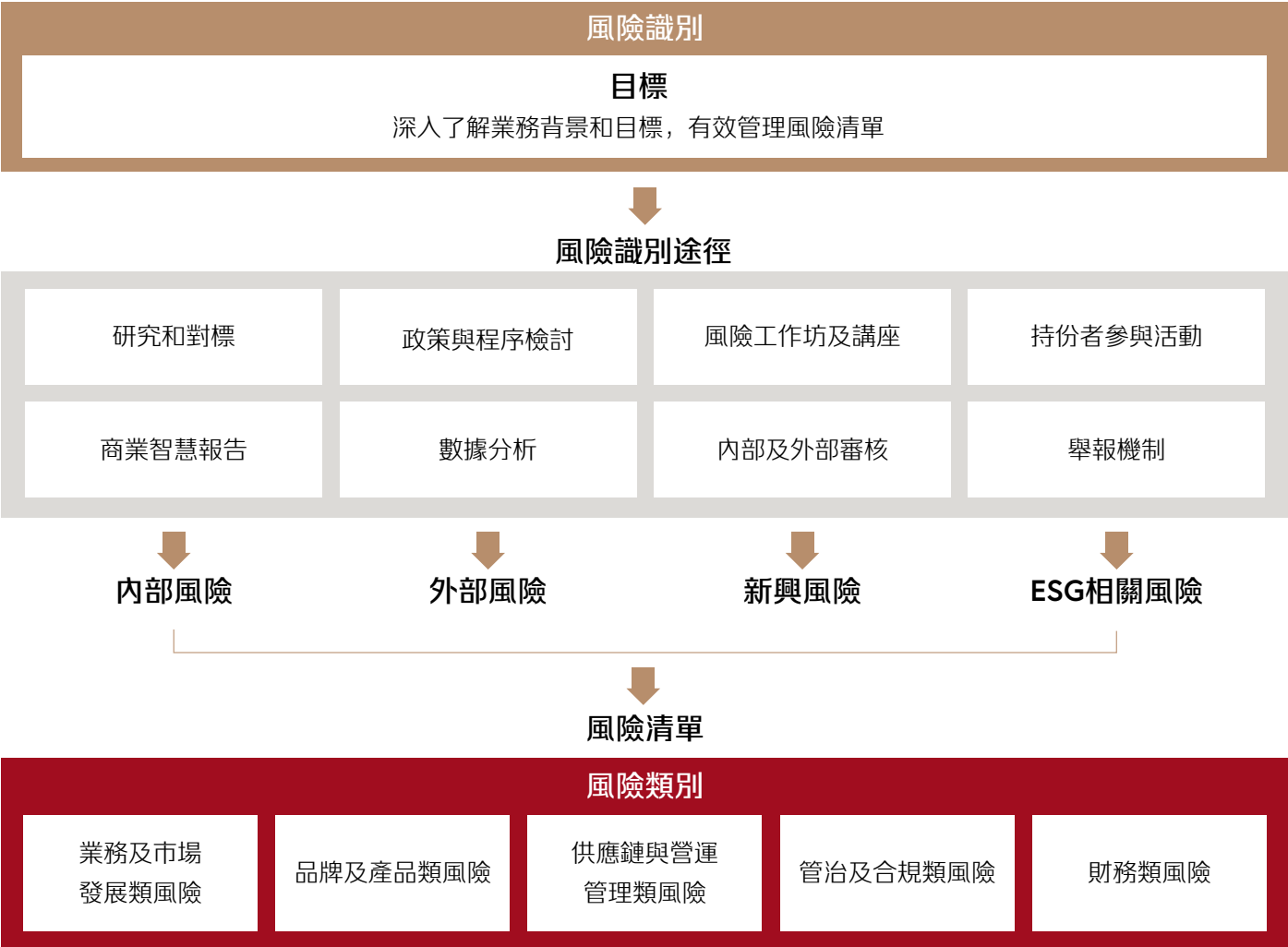
於2025財年，集團委託獨立顧問對災難復原方案、終端設備安全及資訊科技基礎設施安全進行審核，協助確保網絡安全管控的穩健性。審核結果未發現任何高風險問題。

知識產權

我們匯聚了中國頂尖珠寶工藝師，致力透過集團知識產權管理程序保護創意資產。我們不但會為品牌標誌及黃金技藝術等申請商標、專利與版權，還設有內部知識產權警示系統，讓員工可即時通報疑似侵權行為或潛在侵犯第三方權利的情況，法律部門可以隨即進行法律審查並採取行動。

環境、社會及管治風險管理

我們已將識別、評估與管理環境、社會及管治的風險全面納入企業風險管理框架，並採用全方位、上而下及下而上的雙向管理模式。下圖展示了我們透過企業風險管理框架來進行風險識別的流程：



我們通過研究及比較同行、業界和全球領先企業，以及環境、社會及管治披露準則，識別出包括氣候變化在內的重要環境、社會及管治風險。在年度評估中，我們邀請內部及外部持份者就這些風險的嚴重程度與發生的可能性發表意見，並據此篩選出最關鍵的環境、社會及管治風險，由審核委員會負責後續監督及管理。

焦點

將回憶轉化為傳世珍藏

透過CTF For You量身訂製服務，我們將個人珍貴回憶化作專屬珠寶設計 — 包括訂製鑽石、金條及金章，為顧客締造可傳承的獨特資產。2025財年，我們提升了T·MARK的個人化服務，顧客可於鑽石上鐫刻自訂編碼、紀念語句甚至親筆簽名，令每顆鑽石皆成為獨一無二的珍藏印記。

於2025財年，我們識別出下列環境、社會及管治風險：

環境、社會及管治風險	描述	集團回應
環境管理	若採購流程或廢棄物管理出現不可持續的行為做法，將會增加營運成本，損害品牌聲譽，甚至被罰款。	我們的可持續發展策略以低影響營運為核心，其中廢棄物管理尤為關鍵。我們對有害物質與一般廢棄物實行分類及妥善收集，確保營運完全符合法規，將對環境的影響降至最低。
資源管理	過度使用能源和水資源，不但會增加營運成本，亦會損害品牌聲譽。	我們新的可持續發展策略聚焦於低影響營運，並以2049年實現淨零排放為長遠目標。為達成此目標，我們致力管理能源使用，透過推行節能措施及減排方案，避免不必要的能源使用，以減低碳足跡。同時，我們密切監測水資源狀況，在生產基地提倡節水，包括提升用水效率及回用中水。
氣候相關風險	有關我們如何識別、管理及應對氣候相關風險的詳細內容，請參閱本報告氣候風險章節。	

氣候風險

氣候變化為集團業務同時帶來風險與機遇。我們採用氣候相關財務信息披露工作組(TCFD)框架去有效地識別、評估及管理這些與氣候相關的風險及機遇，以增強業務的氣候韌性。以下概述了我們進行氣候相關管治、策略、風險管理、指標及目標的方法。

氣候風險管理方針

管治

集團通過嚴密的管治架構管理氣候議題。董事會負責監督本集團的可持續發展事宜，包括與氣候相關的風險及機遇。董事會將氣候相關事宜的管理授予屬董事會層面的可持續發展委員會，該委員會每年至少向董事會報告一次。此外，由高級管理層組成的可持續發展管理委員會負責評估、管理及監察各業務職能部門面臨的氣候相關的風險及機遇，並向董事會提供分析、建議及最新資訊。

風險管理

本集團採用企業風險管理框架識別、評估及應對氣候相關風險。為了解與氣候相關風險的潛在財務影響及機遇，我們參考國際可持續準則理事會(ISSB)的氣候相關的披露要求選擇了適用的氣候情景以凸顯風險對我們業務的具體影響。

我們在氣候變化導致的實體風險(急性或慢性氣候變化)方面選擇了政府間氣候變化專門委員會採納的共享社會經濟路徑(SSP1–2.6、SSP5–8.5)。這些路徑大致反映與預計全球平均氣溫上升有關的綜合氣候情景。針對過渡風險，我們採用了國際能源署(「IEA」)使用的既定政策情景(STEPS)和承諾目標情景(APS)，以測試我們在未來運營環境中的業務適應能力。

下表綜合我們通過情景分析識別的氣候相關重要風險及機遇、部分模擬財務影響估算，以及本集團目前的應對策略。

氣候風險與機遇概覽及目前應對措施

風險及機遇	影響	集團目前的回應
實體風險		
水浸/暴雨可能導致業務中斷（短期）	- 極端降雨及水浸可能導致零售點關閉及物流中斷，不但令交易停止，亦會延誤貨品交付，導致短期收入損失。 - 設備受損引起的暫時性停產，可能造成導致生產和庫存減少，這將加劇資源調配壓力並影響我們滿足客戶的需求，最終對短期盈利構成衝擊。	- 倘零售點因水浸而關閉，鑑於我們的全渠道業務模式，本集團可使用全面線上平台繼續進行銷售活動。 - 本集團實施健全的庫存管理機制，以維持安全庫存水平，防止在短期業務中斷時出現庫存短缺。
平均氣溫上升將使高溫數增加（中期）	中期氣溫預期持續上升將帶動空調與降溫系統的使用需求，用電開支隨之上升，直接增加營運成本並影響整體財務表現。	- 我們的生產基地採用節能空調系統，以優化及控制用電量。 - 我們亦透過《綠色辦公指南》及各種員工參與活動提升員工的節能意識。
過渡風險		
引入碳定價可能導致營運支增加（長期）	長期而言，若中國引入碳稅，本集團或需承擔碳成本而令營運開支上升。若平均氣溫升高加劇用電需求，碳成本將持續攀升，進一步增加營運成本。	我們已採取一系列節能措施，並計劃採用適當的減排方法，以減少各業務板塊的碳足跡。希望有助我們實現2049年淨零排放目標。（具體細節詳見本報告低影響營運一節）
機遇		
消費者增加對低碳產品及服務的偏好（中期至長期）	提供符合消費者期望的環保產品及服務或會增加零售點銷量，從而提高營業額。透過配合消費者喜好，本集團有望擴大市佔有率，實現中長期業務及盈利持續增長。	- 黃金採購佔範圍三溫室氣體排放的最大比例(63%)，因此提升循環性成為本集團新可持續發展策略的核心之一。我們的目標是增加產品中的再生金含量，並推出 100% 再生金產品，同時推動客戶黃金回收服務，以顯著減少排放，並吸引越來越注重環保的消費者。（關於再生金詳情，詳見本報告循環性一節。） - 除了黃金，我們亦關注其他商品和服務採購所帶來的排放，以及消費者對環保產品日益增長的偏好。本集團的新策略將降低包裝材料對環境影響列為長期目標之一，以彰顯我們對環境的承諾。我們將採用較低碳足跡的替代包裝方案，並精簡現有包裝。（具體細節詳見低影響營運一節）。

氣候風險及對應財務影響

風險		2030財務影響		2050財務影響	
		SSP1-2.6：到2100年 全球升溫+1.8°C	SSP5-8.5：到2100年 全球升溫+4.4°C	SSP1-2.6：到2100年 全球升溫+1.8°C	SSP5-8.5：到2100年 全球升溫+4.4°C
實體風險					
水浸/暴雨可能導致業務中斷 (短期)	收入損失率(相較於相應年度的總收入)				
	<0.1%		<0.1%	<0.1%	0.1%
平均氣溫上升將使高溫天數增加 (中期)	用電開支相對增幅(相較於2023財年)				
	<1%		<2%	<30%	<50%
		STEPS：到2100年 全球升溫+2.4°C	APS：到2100年 全球升溫+1.7°C	STEPS：到2100年 全球升溫+2.4°C	APS：到2100年 全球升溫+1.7°C
過渡風險					
引入碳定價可能導致營運開支增加 (長期)	碳成本				
	1,100萬港元		1,600萬港元	1,900萬港元	4,500萬港元

策略

本集團已將情景分析識別的氣候相關風險、機遇及對應財務影響融入日常業務決策中。「周大福珠寶可持續發展 2049」將這些分析結果轉化為涵蓋原料採購、生產以至零售點營運的具體行動方案，並分三個時段推進：短期(2年內)配合現有財務與業務規劃；中期(2-6年)配合企業策略規劃；長期(6年以上)着重針對結構性氣候風險與機遇制定應對方案，同時把握低碳轉型帶來的市場機會。這管理框架使本集團在不斷變化的氣候環境中保持策略靈活性，同時推動可持續增長。

指標和目標

「周大福珠寶可持續發展 2049」將低影響營運列為核心關注領域，旨在減少營運過程及價值鏈的環境影響與碳排放。因此，我們定期追蹤並披露溫室氣體排放量及其他氣候相關指標，並設定長期目標：於2049年實現淨零排放，並於2030年達成減排50%。詳情請參閱本報告低影響營運及環境、社會及管治數據表章節。

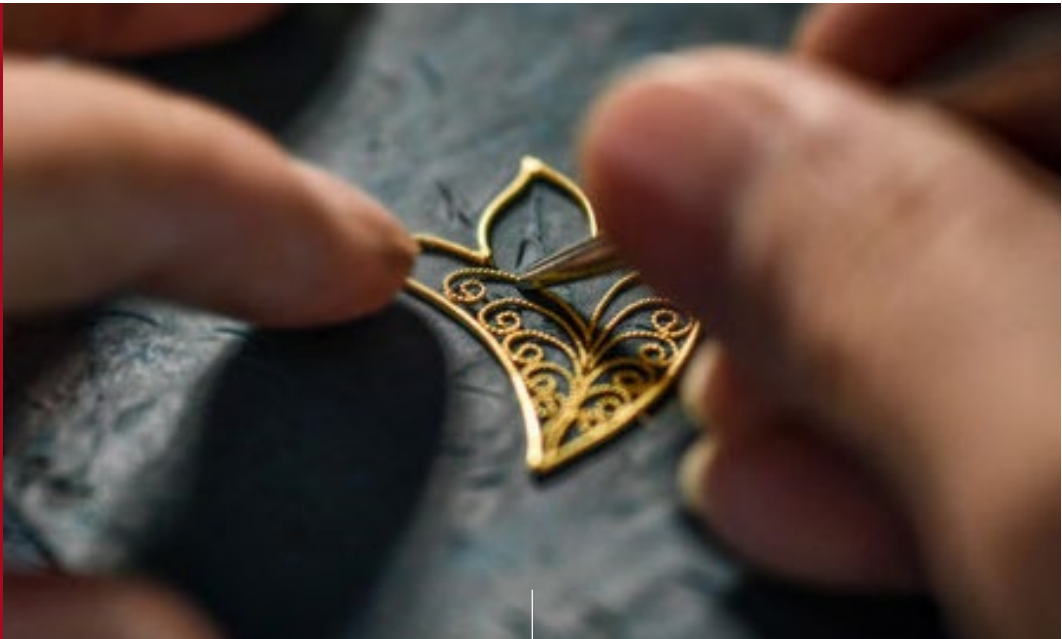
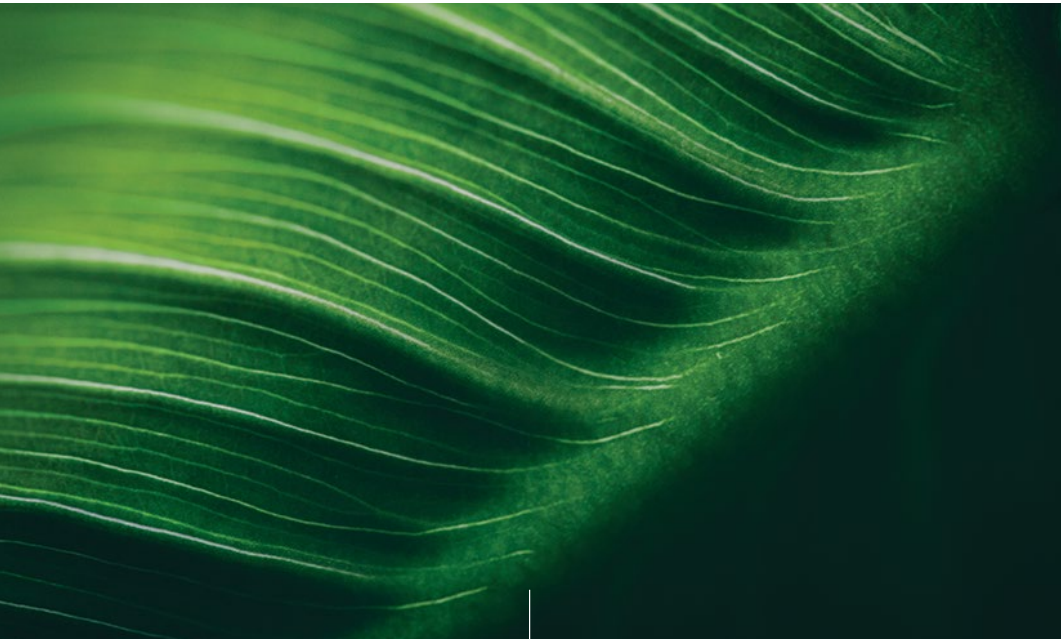
周大福珠寶

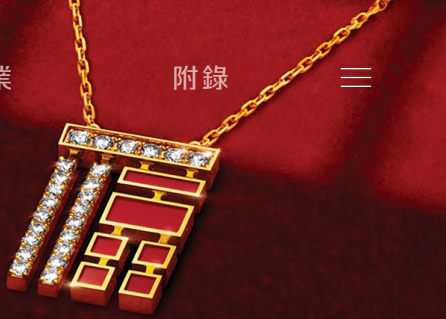
可持續發展

2049

在邁向百年里程之際，周大福珠寶集團正積極展開轉型，為「可持續珠寶」重新下定義。我們的使命不僅是打造精緻作品，更肩負引領業界走向可持續未來的責任，以及延續世代顧客對我們的信任。

「周大福珠寶可持續發展2049」策略，是一個具前瞻性的發展藍圖，致力開創嶄新技術與實踐方式，將可持續理念全面融入集團的營運與產品中。





周大福珠寶

可持續發展

2049



環境

保護 · 保育

12 氣候行動

13 永續行動



人才

培育 · 協作

8 經濟工作

17 社區發展



行業

創新 · 倡導

9 資源管理

12 氣候行動

17 社區發展



循環性

- 從回收來源採購貴金屬
- 增加產品組合中的再生金含量
 - 自2025年起，率先推出100%再生金系列



可追溯性

- 確保原材料可追溯至已知及負責任的來源
- 到2029年，邁向100% T·MARK 鑽石可追溯至原產國
 - 到2030年，邁向100% 貴金屬和寶石可追溯至原產國



低影響營運

- 減少營運和供應鏈中的環境影響和排放
- 到2049年實現淨零排放，到2030年將排放量減少50%
 - 致力減低珠寶生產中有害物質的使用強度
 - 到2030年將包裝物料的環境影響減少50%



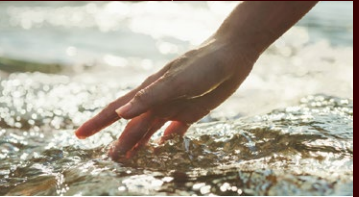
中華文化

- 保存中華文化，向不同背景、年齡層的受眾弘揚並培養對中華文化的賞析
- 弘揚中華文化，致力在2030年前覆蓋15% 全球人口



未來人才

- 培育和賦能未來人才，發揮創造潛能



全民福祉

- 確保價值鏈中所有人的權益得到保障
- 致力邁向原材料供應鏈中所有人的權益到保障
 - 增強員工和更廣泛社區的家庭福祉



再生金及金飾可追溯標準

- 制定再生金首飾及金飾可追溯性行業標準，確保來源可知及負責任



潔淨珠寶生產

- 建立潔淨珠寶生產標準

重點項目

- 推出 MONOLOGUE 100% 再生金產品
- 推出周大福 100% 再生金系列

- T·MARK 鑽石可追溯性
- 所有新採購的 T·MARK 鑽石均可追溯至原產國

- 綠色辦公指南
- 替換，調整流程以減少使用有害物質
- 顧客包裝減少計劃
- 更環保包裝

- 與北京故宮博物院及香港故宮文化博物館合作
- 香港中文大學文物館中國古代黃金工藝研究及教育項目

- 周大福珠寶國際人才平台

- 供應商最佳責任標準和盡職調查
- 家庭幸福指數、家庭友善計劃、內部及社區家庭幸福項目

- 再生金首飾行業標準
- 金飾可追溯行業標準

- 珠寶生產有害物質減量行業標準



環境

保護 · 保育

我們對環境的承諾植根於對大自然的尊重。通過保護自然資源和保育生態系統，我們致力確保我們的每一件珠寶都能對人類和地球帶來正面、積極的作用。我們的環境項目聚焦三大相輔相成的重點範疇：

- **循環性** — 優先從回收來源採購貴金屬，減少對新開採資源的依賴。
- **可追溯性** — 確保原材料可追溯至已知及負責任的來源。
- **低影響營運** — 致力減少營運和供應鏈中的環境影響和排放，與我們到2049年實現淨零排放的願景一致。

循環性

循環性在我們的雙重重要性評估中被評為其中一個重要議題，因為它能有效減少對新開採資源的依賴，從而直接減輕對環境造成的負擔。在「周大福珠寶可持續發展 2049」的引領下，我們已為實現循環性訂下長遠目標：

我們的長遠目標

增加產品組合中的再生金含量

從2025年起推出100%再生金系列

2025財年進展

再生金佔整體黃金原料比例：11%

優先採用再生金

開採高品質的金礦需耗費大量能源。根據世界黃金協會的研究資料，採用再生金製作的珠寶首飾，其生產過程產生的溫室氣體排放量，相較使用新開採黃金製作的產品可減少逾 90%。作為全球最大的黃金珠寶企業之一，集團有能力引領市場改變需求，加快整個行業向可循環資源的轉型。

再生金採購途徑

我們主要通過以下渠道來增加再生金供應，以逐步提升產品組合中再生金的比例：



認證供應商

自 2025 財年起，我們在香港開始向已獲責任珠寶業委員會認證的貴金屬供應商採購具該委員會監管鏈認證的再生金。



黃金回收

透過黃金回收增值服務，我們邀請顧客以舊金飾換購新品，從而構建內部循環。

生產保障

我們正在改造生產設備，設置專屬生產線，專門製造 100% 再生金產品，並嚴格監控採購、儲存、熔煉及生產環節。從顧客回收的黃金與來自認證供應商的再生金，均會經過驗證與提純，並按照與新開採黃金相同標準的嚴謹流程進行生產及質量檢測。所有採購及生產階段皆由獲 ISO 認證的貴金屬檢測中心進行純度驗證與品質監控。



⁷ 有關開採黃金與再生金的溫室氣體排放，引述自世界黃金協會 2019 年發佈的研究報告 Gold and Climate Change: Current and Future Impacts。

目前進展

- MONOLOGUE 100%再生金產品已於2025 財年正式推出。
- 周大福100%再生金系列預計於2026 財年推出。
- 我們正在增加內地提供黃金回購服務的門店數量，並計劃優化黃金回收增值服務以提升顧客參與度，進一步擴大再生金供應來源。

透過持續提升再生金含量和設立獨立生產線進行分流生產，我們不僅有效降低產品碳足跡，更為珠寶產品的循環性及可追溯性訂立行業的新基準。



焦點

MONOLOGUE 100% 再生金產品

周大福珠寶旗下個性品牌 MONOLOGUE，以再生貴金屬積極踐行循環設計理念。品牌於2025年1月正式推出首批由999.9純度再生金打造的復古金飾產品。目前每件新製造的 MONOLOGUE 金飾產品(除搭扣等細小配件外)均已實現100%使用再生金製作。產品運用品牌獨家研發的BLACK 6C™復古黃金工藝，在保持金屬純度的同時營造獨特仿古質感，重新定義現代黃金首飾的美學。

為引發公眾對時尚產業循環變革的關注與討論，MONOLOGUE 於2024年在「中法可持續時尚交融展」期間，於中國與法國同步發起「60秒拯救明天」活動。活動包括街頭訪問，邀請公眾思考人與自然的關係、時尚過度消費問題以及可持續生活方式。另外，活動還設有互動回收遊戲，展示出貴金屬如何實現無限再造。活動吸引超過200人參與，並於社交媒體上引起廣泛關注，帶動大眾討論再生金。



「RG」：

一款提醒人們實踐黃金閉環循環性的可穿戴標誌，靈感源自全球通用的回收標誌及「recycled」一詞的字母組合



「拯救明天」

由再生金打造的葉形線條勾勒而成的標誌，象徵再生與環境守護的理念

隨著MONOLOGUE全面改用再生金製造，我們成功減少超過90%與新開採黃金相比的隱含碳排放，既為消費者提供符合潮流趨勢的環保選擇，亦有助周大福珠寶將循環珠寶推向主流的願景。

「60秒拯救明天」活動透過提升大眾對回收再造的認知，推廣可持續生活方式

可追溯性

我們的長遠目標

到2029年，邁向100%
T•MARK鑽石可追溯至原產國

到2030年，邁向100% 貴金屬
和寶石可追溯至原產國

2025財年進展

68.6% T•MARK鑽石
可追溯至原產國

100% 新採購的T•MARK鑽石
可追溯至原產國

除了循環性外，原材料的透明度與可追溯性亦在我們的雙重重要性評估中被識別為一個重要議題。若在鑽石、寶石及其他原材料(包括貴金屬)上出現操守失當，可能使集團面對人權侵害、受衝突影響或高風險地區，以及反洗錢或打擊恐怖分子資金籌集等風險。因此，我們與供應商緊密合作，共同建立全面負責任的價值鏈。

自2025財年起，所有新採購的T•MARK鑽石均可追溯至原產國。

追溯供應商貨品來源

識別原產國是提升供應鏈可追溯性的第一步。為進一步提升透明度，我們現要求鑽石與寶石供應商申報產品來源地。為鞏固顧客信心，並為於2029年邁向100% T•MARK鑽石可追溯的目標奠定基礎，我們於2025財年已實現所有新採購的0.08卡或以上的T•MARK鑽石可追溯至原產國。我們亦正與獨立驗證機構合作，進一步核實鑽石來源，以加強顧客對我們的信任。此外，在2025財年，我們已將原產國披露要求納入所有彩色寶石及翡翠供應商的續約條款，進一步強化我們對負責任採購及人權保障的承諾。



供應商管理及 盡職調查

我們的採購流程參照經濟合作及發展組織《盡責管理指南》、De Beers《最佳執業守則》，以及責任珠寶業委員會《行為準則》等國際相關業界最佳實踐，於供應商篩選、報價招標、持續監察與評估各環節中，全面落實嚴謹的管理措施。

在甄選新供應商時，我們會進行嚴格的盡職調查及實地考察，以評估其資格、產品與服務質素、價格，以及環境與社會相關因素。2025財年，集團正式發佈由首席營運官的監督的供應商盡職調查政策(原料)。這政策適用於所有新供應商，以及任何觸發高風險事件的現有供應商，旨在防範涉及犯罪、武裝衝突或侵犯人權等不道德珠寶原材料的風險，並涵蓋識別與評估衝突區域和高風險地區、反洗錢或打擊恐怖分子資金籌集的風險。政策亦延伸至評估其他非原材料供應商績效的部門。本財年內，我們在供應商盡職調查的幾方面取得了重大進展(詳見右側的焦點部分)。

透過強化產地核實、擴大盡職調查覆蓋的範圍，以及與獨立驗證機構合作，我們致力構建全面透明的供應鏈，為周大福珠寶實踐負責任珠寶奠定穩固基礎。

焦點

供應商盡職調查

2025財政年度共完成

179 家

供應商的盡職調查

0 家

供應商被標記為高風險



鑽石供應商

我們已完成對當前所有合資格鑽石供應商的全面盡職調查，範圍涵蓋反洗黑錢、人權政策的執行、原料供應鏈追溯性、行業第三方審核認證，以及就周大福供應商最佳責任標準的遵循情況。評估識別 42 家供應商存在輕微至中等程度風險。我們將對這些供應商實施重點監控以降低其潛在風險，亦將持續開展對合資格供應商的定期審核。



寶石供應商

我們已完成 54% 活躍寶石、珍珠及翡翠供應商的盡職調查。無供應商涉及高風險的反洗錢或衝突影響的風險，僅有六家供應商被識別為存在低至中度風險，集團已展開後續回饋及跟進改善。



貴金屬供應商

我們已完成三家活躍貴金屬供應商的反洗錢和衝突影響及高風險地區風險的盡職調查，並評估供應商的商業誠信及人權實踐。結果顯示，相關風險均屬輕微或可忽略水平。



非產品供應商

我們根據供應商最佳責任標準制定評估準則，從多個環境、社會及管治層面評核供應商表現。2025財年，我們共對 14 家活躍供應商進行盡職調查，評估了商業道德程序、人權政策、勞工權益、環境保護、健康與安全以及環境應急計劃等方面。當中評分達 90 分或以上可獲續約，而評分低於 60 分則有可能被替換。

低影響營運

我們的長遠目標

- 到2049年實現淨零排放，到2030前將排放量減少50%
- 到2029年替代、減少20%珠寶生產中致癌物質的使用密度(干克/工值)
- 到2030年將包裝材料的環境影響減少50%

2025財年進展

- 範圍一及二溫室氣體排放密度較2019財年下降18%
- 用水密度較2019財年下降37%
- 生產基地廢棄物密度較2019財年下降41%
- 2025年1月至3月致癌物質使用密度較2024基準年下降5%

除了透過循環性與可追溯性保護自然資源與環境外，我們正向低環境影響的營運模式轉型，以進一步減少對環境造成的負面影響。針對業務營運對環境的主要影響，我們聚焦於減少排放、減少產品包裝的環境足跡，以及限制生產過程中使用有害物質。

因此，我們邁出關鍵的一步是，嚴格遵循我們的環境保護政策及ISO 14001環境管理體系，有系統地管控排放與資源使用，確保在廢氣排放、能源、用水及廢棄物管理方面，全面符合所在地區、城市及國家層面的嚴格法規。

我們以2019財年為基準年訂立減排目標，涵蓋溫室氣體排放、水資源使用及生產廢棄物密度，目標於2029年前減少至少15%。由於有關目標已於2022財年提前完成，我們現正全面審視營運及整體價值鏈的排放表現，並已於最新可持續發展策略中訂下目標，承諾於2049年實現淨零排放。

焦點

推出《綠色辦公指南》，加強可持續實踐

於本財年，我們推出《綠色辦公指南》，鼓勵所有員工於工作間履行環保責任，當中包括節能節水、減廢及善用紙張的指引。指南為員工提供具體的建議，不僅提示了員工如何於工作間減少環境足跡，更鼓勵員工在飲食及交通運輸上作出明智的選擇。

為協助員工掌握並實踐指引的內容，我們亦推出一系列推廣活動，包括：



在工作間展示海報及設置螢幕保護，加強傳遞重要訊息



舉行峰會，介紹指引的簡化版《綠色辦公小冊子》，並設有問答遊戲環節



舉辦綠色生活貼士創意比賽，邀請員工分享從指引獲得靈感的創新環保構思





淨零排放

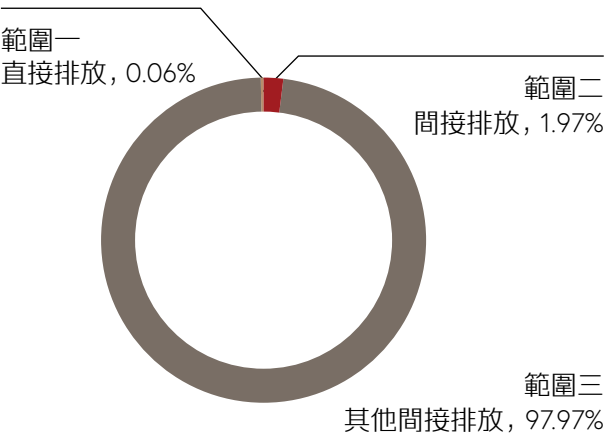
作為珠寶行業領導者，我們深明自己有責任減低對環境造成的影響。我們將碳排放與能源管理列為重要議題，並致力推動向低影響營運模式轉型，以積極應對氣候變化。其中關鍵的一環是，提升價值鏈整體碳排放數據的透明度。於2025財年，我們開展了集團溫室氣體盤查，全面識別價值鏈中的範圍三排放數據，並同時釐清範圍一及範圍二排放數據的差距，建立相關數據庫。我們正著手分析整體營運及價值鏈的碳排放狀況，以識別可行的減碳機會，邁向於2049年實現淨零排放的長遠目標。

溫室氣體排放概覽

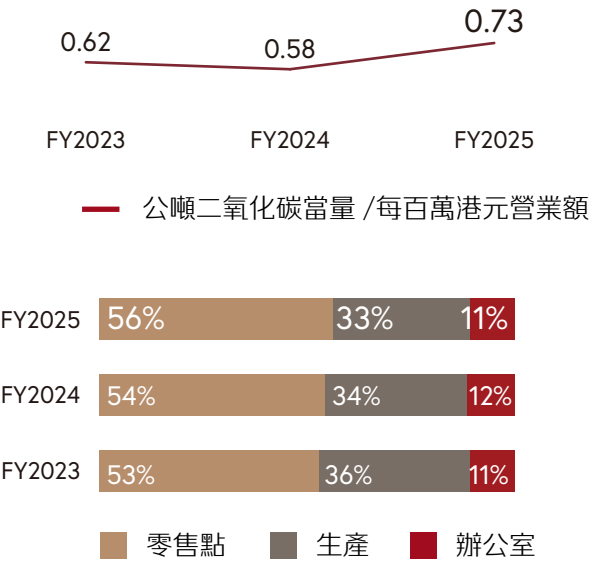
範圍一及範圍二排放分別佔集團溫室氣體總排放量的0.06%及1.97%。外購電力是我們範圍一及二溫室氣體排放的最大來源。此外，我們亦消耗產生範圍一及範圍二溫室氣體排放的其他類型能源，包括公司車輛使用的柴油及汽油，員工餐廳及宿舍的天然氣、煤氣及液化石油氣，以及製造過程所用的白電油與乙炔。

範圍三排放佔集團溫室氣體總排放量的97.97%。相關排放涵蓋購買產品及服務、首飾加工服務、資本產品、運輸物流、員工通勤及加盟業務等。

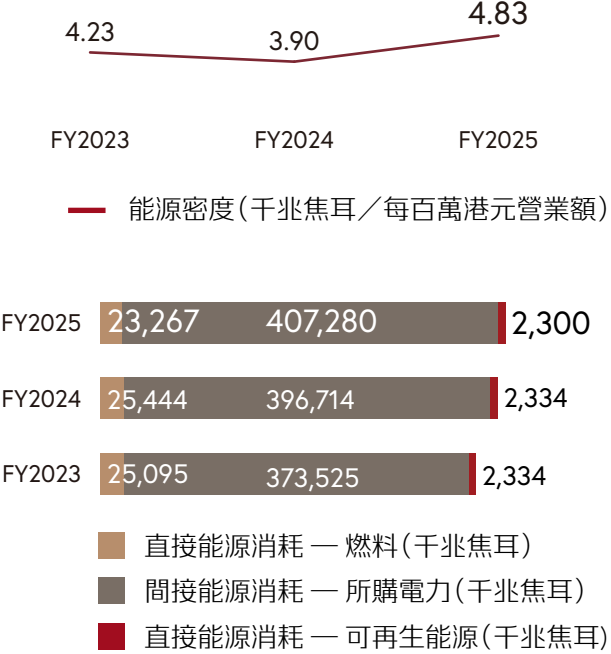
按範圍劃分的溫室氣體排放



範圍一及二溫室氣體排放及密度⁸



按類別劃分的能源消耗及密度



2029年目標

對比2019財年，
將集團的溫室氣體密度
減低最少15%

2025財年進展

對比2019財年，
集團範圍一及二
溫室氣體密度下降18%

⁸ 由於用電量增加和收入減少，2025 財年範圍一及二的溫室氣體密度和能源密度較2024財年略為上升。

範圍一及範圍二排放

於2025財年集團錄得的範圍一及範圍二溫室氣體總排放量及能源使用與2024財年相若。然而，由於2025財年收入減少，範圍一及二排放的整體密度略為上升。

2025財年節能措施：



生產

- 改善生產廠房的空間設計，減少使用電力設備，2025財年節省148,000千瓦時電力
- 改善通風系統，額外節省12,000千瓦時電力
- 武漢生產基地更換空調變頻循環水泵及冷卻泵以提升能效，節省18%電力
- 優化廢水收集設施，減少使用污水泵，節省312千瓦時電力



辦公室

- 推行中央冷氣節能計劃，預計每年可節省約475,000千瓦時電力
- 深圳辦公室安裝智能開關以控制設備用電，每年節省約55,000千瓦時電力
- 支持電動車發展，在深圳增設20個充電站，總數增至51個，佔泊車位置17%
- 辦公室更換LED顯示屏及投射燈，進一步節能



零售點

- 香港中環新概念店裝修期間安裝節能天花燈，節能超過50%
- 於翻新後的零售點採用高效能LED照明系統

範圍三排放

除了我們自營業務所產生的範圍一及範圍二排放外，我們亦持續監察整體價值鏈中的範圍三溫室氣體排放，而這類排放對零售業是一項重大挑戰。

根據集團的溫室氣體排放分析，範圍三排放佔集團總排放的98%，當中第一類別（採購的商品與服務）為最大排放來源，而黃金則佔最多，佔這類別總排放的63%。

在推動實現於2049年達致淨零排放的同時，我們正積極採取以下措施，改善範圍三排放的追蹤與減排成效：

- 提升產品組合中再生金的比例，藉此顯著減少上游價值鏈中因開採黃金而產生的碳排放，這亦反映我們在新可持續發展策略下，推動循環性發展的承諾（詳見循環性節）
- 識別並引入合適的減排技術，削減來自其他範圍三類別的碳排放
- 改善範圍三排放的追蹤與評估，持續監測價值鏈中的排放表現，並與上下游持份者共同制定具針對性的減排計劃與措施



用水

雖然我們的可持續發展策略以減碳為核心，但我們亦關注日常營運對生態系統構成的其他環境影響，例如用水資源壓力。目前，我們日常營運的水源主要來自市政供水，並會在營運過程中產生生活及工業廢水。

為減輕相關影響，我們已在生產基地設立廢水處理系統，採用厭氧、缺氧、好氧等技術處理污水，確保水質達到甚至超過當地標準才進行排放，並定期測試以確保符合標準。於2025財年，我們根據最新的環境評估，在順德生產基地增設預處理設施，並改善綜合處理站，進一步提升排放標準。

此外，我們深明節約用水的重要性，並持續推行節水措施。各生產基地均會定期監測用水量，並投入資源提升用水效率。

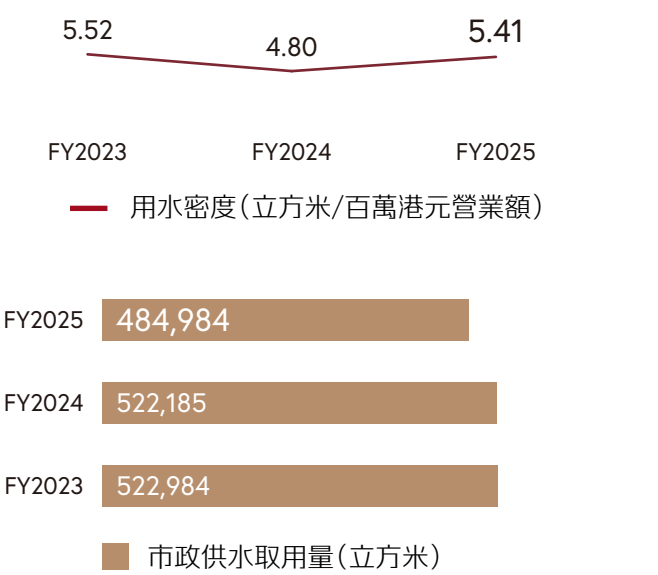
當中，順德生產基地於2023年建成的中水回用系統，可有效回收來自兩棟大樓的廢水，經處理後重用於清潔、稀釋及冷卻等工序。此系統每月回用率穩定達到90%以上，於2025財年共節省用水20,932立方米。

我們亦正積極評估於其他廠房增設中水回用系統的可行性，進一步提升工業用水的循環再用率。

其他節水措施包括：

- 在工作間安裝節水型沖廁設備與水龍頭
- 定期檢查並維修辦公室的用水設施及生產基地的地下供水網絡，減少浪費食水
- 提醒員工關閉水龍頭、使用自動感應水龍頭時避免長時間持續出水，以及使用雙掣式馬桶的低水量沖廁

用水量及密度⁹



用水量及密度數據

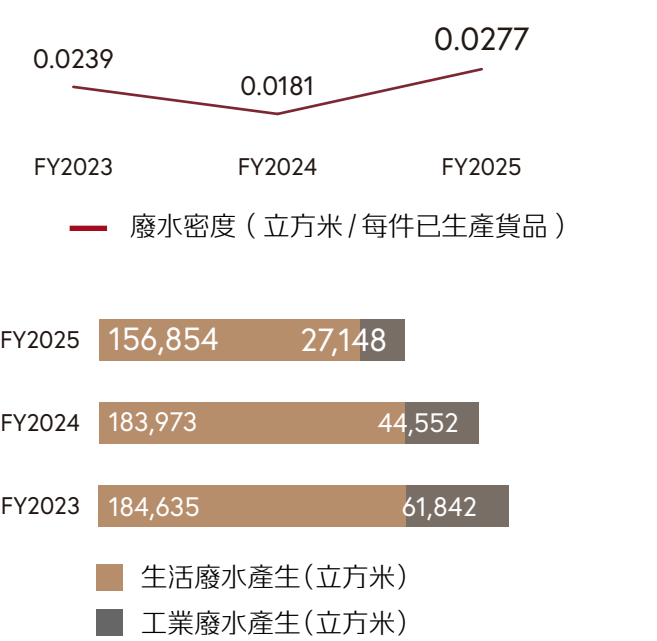
2029年目標

集團整體用水密度較2019財政年度減少最少15%

2025財年進展

對比2019財年，用水密度減少37%

生產基地廢水排放及密度¹⁰



⁹ 由於收入減少，2025財年的用水密度較2024財年稍為上升。
¹⁰ 由於產品生產數量下降，2025財年的廢水排放密度較2024財年略有上升。



🗑 廢棄物

為了降低我們營運對環境的影響，廢棄物是我們一直重點管理的環境領域。

我們產生的廢棄物主要包括一般垃圾，以及來自生產過程中的有害廢棄物。我們一直按照適用的法律法規管理在業務活動中排放的有害物質與無害廢棄物。有害廢棄物會暫存於生產基地指定地點的密封容器內，其後由認證第三方收集並處理。無害廢棄物則分為可回收與不可回收兩類，均由認可機構分類回收及妥善處置。我們以「減少使用、回收再用、重複使用、循環使用」作為工作間廢棄物管理的原則，並已實施多項具體措施。

有害廢棄物減量措施包括：

- 通過中和程序處理70%產生的廢酸廢鹼
- 升級再造廢水處理設施，減少廢水處理過程使用化學品的需求，從而減少污泥產生量
- 於電鑄、修蠟及清潔工藝重複使用白電油，每年減少使用約2.6公噸被歸類為有害廢棄物的白電油

- 收集廢石膏並由具認證資格的第三方進行無害化處理，以升級再造為建築材料

- 研發無氰電鍍藥水，減少使用有毒氰化物

在無害廢棄物方面，各部門已參照 2025 財年推出的《綠色辦公指南》，採納當中有關預防產生廢棄物、廢棄物再用和減量的最佳實踐，並落實多項減廢與回收措施，包括：

- 深圳員工食堂引入按重量計費的自助餐系統，鼓勵員工按需要取餐，減少廚餘
- 與咖啡膠囊供應商合作，回收使用後的咖啡渣及鋁製包裝
- 透過認證回收商處理廢紙，本財年共回收紙張達73公噸
- 香港後勤部門由木漿紙改用竹漿面紙
- 於指定部門試行無紙化辦公系統，追蹤及管理列印紙張的使用情況

生產廢棄物排放及密度數據

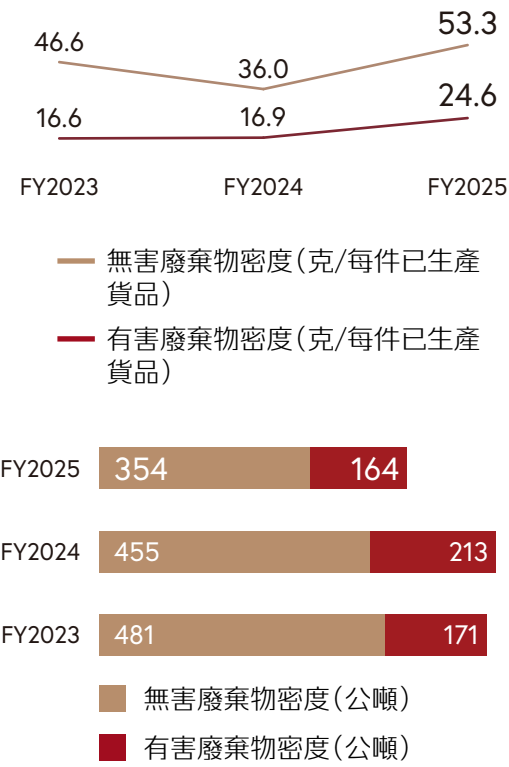
2029年目標

生產基地廢棄物密度
較2019財年減少最少15%

2025財年進展

對比2019財年，
生產基地廢棄物密度減少41%

生產基地廢棄物排放及密度¹¹



¹¹ 由於產品生產數量下降，2025財年的廢棄物排放密度較2024財年略有上升。



包裝

「周大福珠寶可持續發展 2049」的長遠目標之一，是於 2030 年前將產品包裝物料對環境的影響減半。作為擁有龐大零售網絡的領先珠寶企業，我們意識到在日常零售營運中所消耗的包裝物料數量，包括給予消費者的紙袋、禮品袋以及包裝盒。這些物料大多由紙張、纖維及塑膠製成，在棄置處理階段會對環境造成不同程度的影響。為實現上述目標，我們正開展基線評估，以掌握包裝物料的使用情況，從而了解有關的碳足跡，並設計碳足跡更低的替代方案，同時改善零售點的包裝物料使用流程。集團亦已簽署中國香港環境保護署的《減少使用包裝約章》，承諾減少包裝物料的使用量及其對環

焦點

提升包裝物料的再生成分



我們正與供應商合作，研發更多採用再生物料的環保包裝方案。作為試點計劃的一部分，MONOLOGUE 品牌已於指定零售點試行使用含 50% 再生材料（包括塑膠、布料及卡紙）的珠寶包裝盒。我們計劃於 2026 財政年度將此包裝盒推廣至所有 MONOLOGUE 門店。

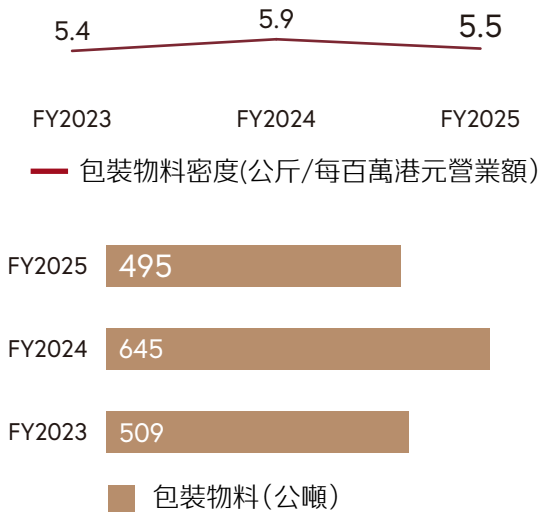
境的影響，為香港實現碳中和的長遠願景做出貢獻。

包裝物料數據

我們持續監察前線業務的包裝物料使用情況，包括紙袋及禮品袋等。由於銷售量下降，2025 財年包裝物料總消耗量較 2024 財年略為減少，包裝物料密度亦因此輕微下降。

在持續聚焦於減少消費包裝的同時，我們下一步將著手監察及改善物流包裝。目前，我們已於日常營運中推行多項措施，例如重複使用氣泡紙及塑膠薄膜，藉此進一步減低營運對環境的影響，以推動整體供應鏈邁向更可持續的方向。

消費品包裝物料及密度



焦點

顧客參與減少使用包裝

自 2024 年 10 月起，我們已更新中國香港及中國澳門前線員工的標準操作程序，鼓勵顧客於結帳時選擇不使用包裝盒或紙袋，攜手共建更可持續的未來。為配合於 2026 財年全面推行這項計劃，我們將為選擇放棄包裝盒及紙袋的顧客提供獎勵，並將追蹤顧客參與率。



潔淨珠寶生產

我們深明除了產品及包裝外，生產過程中所使用的物質同樣對環境構成重大影響。涉及貴金屬的珠寶製作過程向來會使用多種化學品，對此我們已訂立嚴格的廢水處理與保障員工操作安全的管理。我們現正朝著推動潔淨生產邁出重要一步，透過採用創新和更環保的替代品，為建構更負責任的珠寶價值鏈設定新標準。

替代與減少生產過程中的有害物質

在轉型至低影響營運的過程中，我們訂下於2029年前將生產過程中致癌物質的使用密度減少20%的長遠目標，逐步邁向全面淘汰。

我們的首要任務是識別及監控整個生產流程中所使用的有害物質。現時我們的珠寶生產過程中涉及九種致癌物質。針對此情況，我們正積極尋找更安全的替代品，並透過調整生產程序，減少使用這些物質。



替代

我們正逐步於生產基地替代其中兩種致癌的化學品，以實現更安全的營運環境。目前，我們已於武漢及順德生產基地，在確保清潔效能的前提下，完成對這兩種用於清潔工序化學品替代溶劑的研究與測試。

減少

我們正致力減少使用無機酸。這類酸性物質若處理不當，可能對健康造成不良影響。於2025財年，我們進行了測試，並重用廢酸和減少酸的使用頻率來改善生產流程。



致癌物質耗用數據

2029年目標

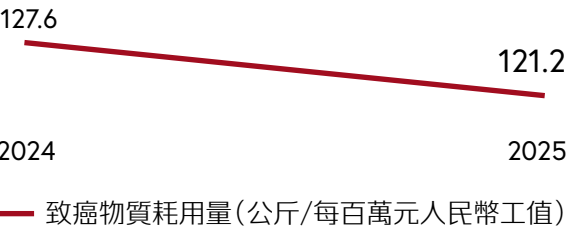
相較2024年，替代、減少20%珠寶生產中致癌物質的使用密度（千克/工值）

2025財年進展

2025年1月至3月致癌物質使用密度較2024基準年下降5%

我們不僅關注自身在生產過程中對有害物質的使用，亦將相關工作推廣至整個珠寶業界。關於我們致力推動珠寶業界潔淨生產方面的具體承諾與行動，請參閱行業章節。

珠寶生產中有害物質的使用密度





人才

培育 · 協作

保障員工及其家人、供應鏈合作夥伴以及相關社區的福祉，已植根於我們的使命之中。

我們與全球各地的機構合作，致力創造長遠而正面的社會影響，同時傳承並弘揚中華文化，啟發個人、培育人材、凝聚社群，為行業的可持續發展奠定穩固根基，惠及世代。

關懷員工

人才管理

我們相信，積極正向的企業文化有助凝聚團隊並建立韌性。我們秉持「勤、誠、義」的核心精神，並以集團願景及五大核心價值為指引，明確訂立行為準則，致力營造追求卓越的文化氛圍，推動集團在全球不斷邁向新高。

周大福珠寶品牌價值觀



吸引及挽留人才

我們致力成為首選僱主。我們為不同職級及職系設計具市場競爭力的薪酬待遇及福利，包括按績效發放的短期獎勵計劃及年終花紅。我們於員工手冊中詳細說明薪酬安排、工作時數、加班安排、休假與假期，以及解僱政策，確保員工充分了解條款，並可依據相關條款保障自身權益。





員工參與

開放的溝通是提升員工投入度的基礎。管理層透過正式與非正式渠道與員工保持聯繫，包括社交媒體群組、管理層會議、內部通訊、24小時熱線及申訴郵箱等。於2024財年，我們開展員工調查，並於2025財年進行數據分析及焦點小組討論，並制定具針對性的改善方案。此外，我們亦推出內聯網，使各部門能即時分享資訊與交流意見，以提升內部溝通效率。

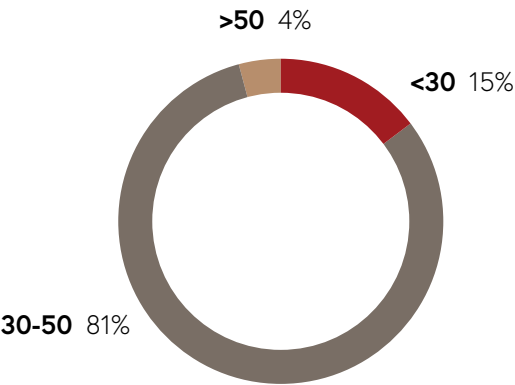
為進一步提升員工身心健康，我們提供膳食、水果、購物優惠，以及設立員工子女助學金。同時，我們定期舉辦節慶活動、工作坊、員工聚餐及贈送節日禮物，營造充滿凝聚力的企業文化。

員工概況

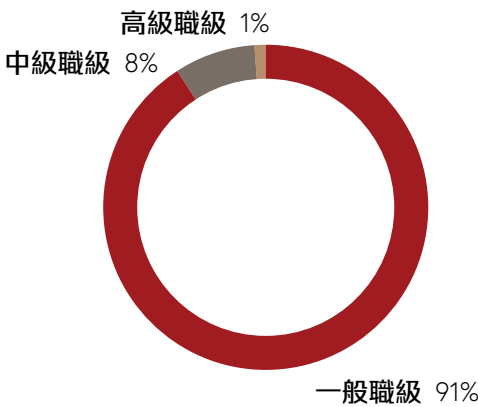
25,600+

員工總數

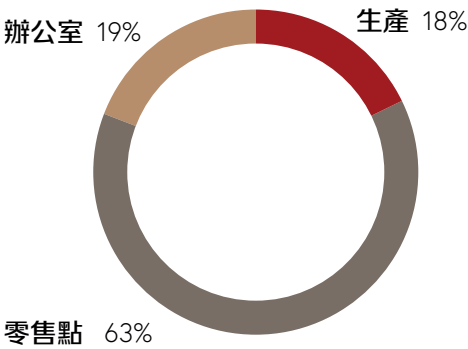
按年齡劃分的員工比例



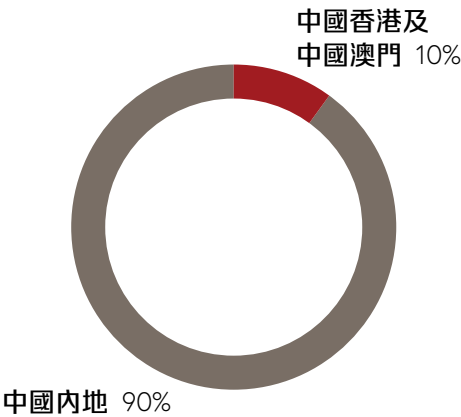
按職級劃分的員工比例



按職能劃分的員工比例

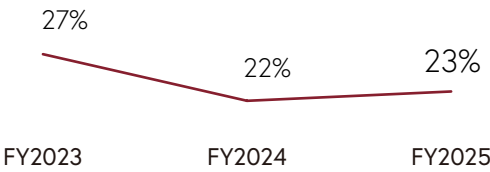


按地域劃分的員工比例



集團管理層在制定人才管理策略時，會密切關注員工流失率，以便制定合適的策略挽留人才。作為一家零售企業，我們過去三年的整體員工流失率保持穩定，並處於合理水平。

員工流失率



職業安全與健康

員工是集團最寶貴的資產，我們有責任保障他們的健康與安全。職業安全與健康是我們的重要議題之一，我們持續密切監察相關表現。我們不僅遵守所有適用的職業安全與健康法律法規，包括香港《職業安全及健康條例》及《中華人民共和國職業病防治法》，還實行更高標準的安全措施。我們的生產基地已獲得ISO 45001職安健管理體系認證，以確保職安健標準得以有效管控。

職業健康與安全數據

	2023財年	2024財年	2025財年
工作相關死亡人數	0	0	0
因工傷損失工作日數	1,286	936	2,770
損失工時傷害率(每百萬工時)	3.13	4.93	6.09

職業健康與安全管理

我們高度重視識別與防範潛在的健康與安全風險，已於各個業務單位建立職業健康與安全管理架構，以監管集團的整體職業健康與安全措施。各業務單位轄下的工作小組會定期召開會議，監察職業安全與健康事宜，並匯報工傷統計、事故紀錄及潛在安全風險。於生產基地方面，我們每年訂立安全目標，包括「重大事故與職業病零發生」，並持續進行事故通報與風險監測。

於 2025 財年，我們錄得的工傷個案主要包括骨折、扭傷及瘀傷，原因多與操作生產設備時遭機器夾傷、工作場所滑倒，或下班途中發生交通意外有關，所有個案均屬輕微事故。我們已通報每宗事故，並向受傷員工提供適切支援，亦已採取改善措施以防止類似事件再次發生，例如及時更換故障設備及安排後續培訓。

為確保員工保護措施符合最高職業安全標準，我們已於日常營運中實施一系列嚴謹措施：



健康管理

- 每年為生產及後勤員工安排健康檢查
- 於生產基地進行職業危害評估，檢測員工對化學品、噪音、粉塵及雷射輻射的暴露情況。2025財年的所有檢測結果均符合法規，僅有少數噪音測點超出室內標準。我們已於相關區域加裝防護裝置，並持續監測噪音水平及改善工作環境，以保障員工安康
- 對生產過程中使用的有害物質進行安全性評估，並分析其潛在健康風險。根據評估結果，我們正改善廠房空間設計與生產流程，務求在降低風險的同時減少使用有害物質(具體細節詳見本報告潔淨珠寶生產一節)



安全保障

- 定期向員工發佈健康與安全提示，提供安全操作指引
- 定期進行安全巡查與消防檢查，識別潛在風險，例如化學品儲存不當、電線破損及通道堵塞等，並確保即時處理
- 每年舉行一次大型應急演練，並於每季度舉行一次安全模擬演習，包括升降機救援、水災應對及火警演習，以提升應變能力及安全管理水平
- 每年為員工提供安全培訓，加強他們的職業安全與風險意識

員工身心健康

我們強調以綜合有效的方式推動工作與生活平衡，促進員工的身心健康。這項承諾體現在多項專門支援計劃中，包括：(1) 為後勤同事提供彈性上班時間及在家工作安排；(2) 設立員工支援計劃，提供心理諮詢服務；(3) 制定家庭友善假期政策，包括產假、侍產假、哺乳假及孕前檢查假；(4) 設置哺乳設施。

● 焦點

夏季彈性工作星期五與節慶快樂星期五

周大福珠寶一向重視員工的整體福祉，深知定時休息對身心充電與恢復活力至關重要。為使工作環境更能支援員工，我們於2025財年推出兩項新措施：2024年夏季實施的「夏季彈性工作星期五」以及於2024年12月至2025年1月推行的「節慶快樂星期五」。這些措施允許辦公室員工於星期五下午休息，按照自己的喜好自由利用這段時間。我們相信這種靈活安排不僅提升了士氣，更激發了團隊創意與創新思維。員工對這些措施反應正面。



培訓數據

2025財年總培訓時數

1,914,000+小時

2025財年每名員工平均培訓時數

75小時

2025財年培訓開支總額

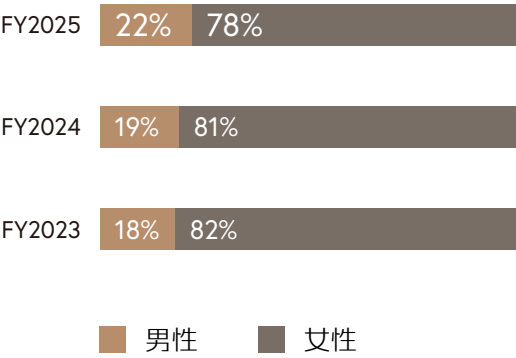
10.9百萬元



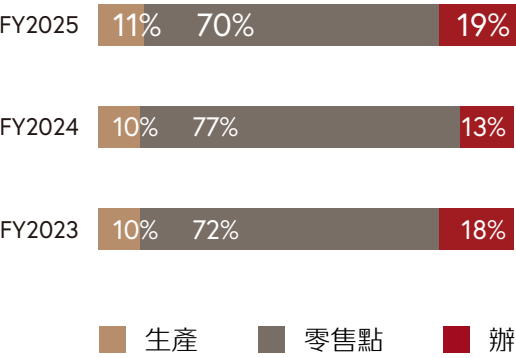
學習與發展

我們積極推動員工的培訓與發展，以體現我們對員工職涯成長及推動珠寶行業卓越發展的堅定承諾。透過全面的培訓計劃，我們鼓勵員工持續提升專業技能，並加強整體團隊實力，從而鞏固集團在市場中的競爭優勢。

員工受訓比例



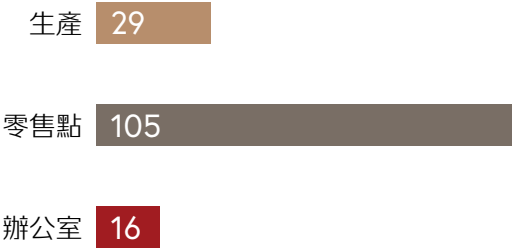
員工受訓比例



FY2025按性別劃分的員工平均培訓時數



FY2025按職能劃分的員工平均培訓時數



培訓計劃

我們為員工提供考試及學習假，以及培訓津貼，並為行政人員提供修讀外部職務相關課程的資助與助學金。集團亦提供多元化的學習機會，包括入職培訓、網上學習課程、午餐學習會、外部研討會及專業課程，協助員工裝備知識與技能，持續專業發展，與市場趨勢接軌，從而鞏固集團在業界的競爭優勢。

培訓內容涵蓋入職培訓與企業文化(包括介紹行為準則)、涵蓋反洗錢、反貪污及網絡安全的合規與安全培訓，以及與家庭幸福感、平等及共融等企業價值相關的培訓。

2025財年重點培訓：



中華文化

我們已於2025財年將中華文化課程納入入職培訓，新入職員工參與率達100%。我們現正設計中華文化課程，並計劃透過不同的課堂、工作坊及分享會將課程推廣至全體員工，培養他們的藝術鑑賞力，並加深對中華文化的認識。



工藝提升培訓

我們開展了一系列提升工藝的培訓課程，旨在改善生產效率與工藝。於2025財年，共有1,839名員工通過相關評核，累計培訓時數達45,000小時。



人工智能應用工作坊

鑑於人工智能正迅速重塑不同行業，我們舉辦了人工智能應用工作坊，向91名員工分享12項用於生產及供應鏈中的實務人工智能技術應用案例。



新願景與價值工作坊

我們組織了互動式培訓工作坊，介紹集團新的願景和核心價值，旨在確保員工能夠理解並於工作中實踐這些理念。100%前線員工及94%後勤部門員工參與其中。

職業發展

集團實施每半年一次的績效評核，評估員工的工作表現，並將評核結果作為薪酬調整、花紅發放及晉升安排的重要參考指標。我們亦會收集員工對職涯發展的期望，提供相應培訓機會等支援，協助他們實現事業目標。



多元及共融

打造多元、平等及共融工作文化

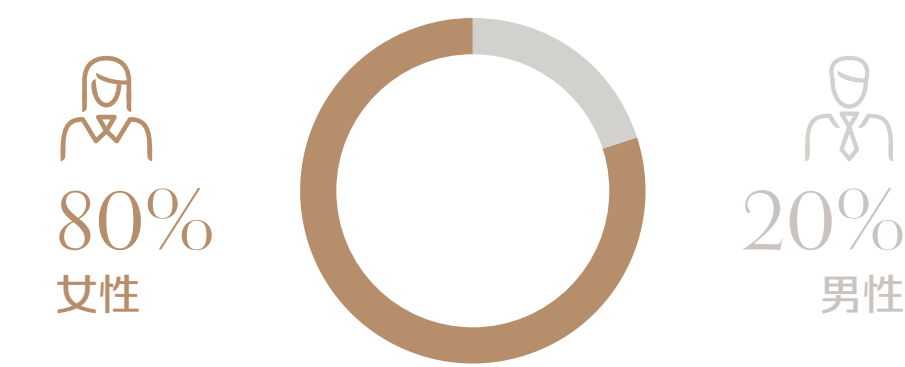
多元的團隊不但能豐富企業文化，還有助提升我們服務不同顧客群的能力。因此，我們致力在日常營運中實踐多元、平等及共融，積極培育一種接納不同觀點的企業文化。

於2024財年，我們制定多元、平等及共融政策，政策獲得集團可持續發展管理委員會認可。此政策涵蓋員工整個職涯周期，包括招聘、在職發展及離職安排，亦適用於參與公司活動的人士，並延伸至我們的顧客與社區。我們尊重來自不同背景的人士，並不論其種族、膚色、宗教、性別、年齡、國籍、殘疾、性取向或任何其他受法律保護的身份向其提供平等機會。我們提倡公平機會與資源分配，致力營造一個讓所有人都感受到被歡迎、被尊重、並擁有歸屬感的工作環境。

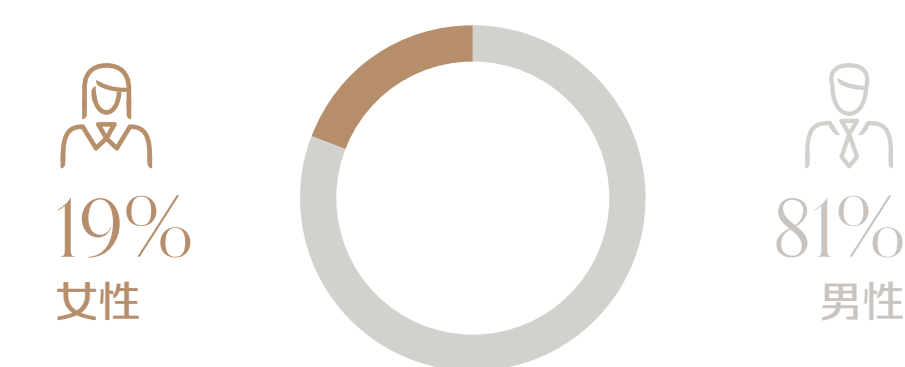
於2025財年，集團聘用了一位視障及一位患有專注力不足及過度活躍症的暑期實習生，為他們提供在職實習機會。這項安排不僅協助他們的個人發展，亦促進了員工之間的包容性，讓員工更切實體會殘疾人士的經驗和他們面對的挑戰。此外，我們於2025財年舉辦並參與多項主題活動，進一步提升員工對多元、平等及共融理念的理解。

性別多元數據

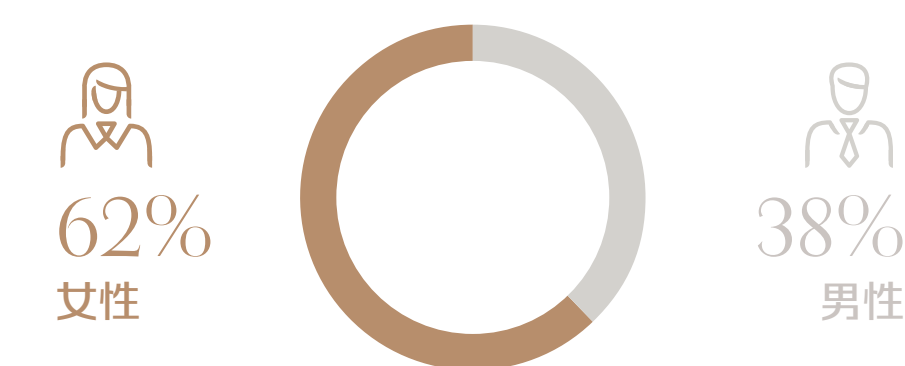
整體員工性別比例



董事會成員性別比例



高級管理層性別比例



焦點

多元、平等及共融午餐學習會

多元、平等及共融是我們人力資源策略的重要一環。為深化員工對職場共融的理解，我們特別舉辦了共融文化午餐學習會，邀請非牟利機構 CareER Association 的聯合創辦人兼行政總裁擔任講者。CareER 致力支援殘疾人士及有特殊教育需要人士，並透過一系列企業服務，協助僱主、人力資源專業人士及部門主管建立共融職場文化。這次學習會聚焦職場共融，引發團隊成員之間的積極交流與深層反思。參與同事的反饋正面，並認同在工作環境中持續支持殘疾人士及有特殊教育需要人士的重要性。

關懷廣大社區與 供應鏈夥伴

我們對關懷的承諾不限於員工，更延伸至其家庭、所在社區以及整個供應鏈的合作夥伴。這份承諾亦是「周大福珠寶可持續發展2049」中推動正面社會影響的重要基礎，聚焦於以下三大範疇：



中華文化

傳承與弘揚文化傳統



未來人才

培育設計師、工藝師及
產業創新人才



全民福祉

支援員工、其家庭與
社區，同時保障
供應鏈中的人權

◎ 中華文化

作為植根中國的領先珠寶品牌，我們在人才策略的核心中，致力透過培養對中華文化的賞析力，促進連繫、理解與團結。為此，我們積極與社區、教育及文化機構，以及世界各地的慈善團體合作，將中華文化與珠寶工藝的深厚底蘊帶給更多受眾，同時培育和賦能新一代設計師與工藝人才，傳承匠心。

我們的長遠目標

致力在2030年前覆蓋
15%全球人口

2025財年進展

中華文化項目觸及
全球10%人口

夥伴合作與廣泛參與

我們與多間頂尖文化機構建立合作關係，包括北京故宮博物院、香港故宮文化博物館以及香港中文大學文物館，共同深化全球對中國珠寶工藝的賞析。



焦點

與香港故宮文化博物館建立五年合作關係

集團與香港故宮文化博物館合作，推出「古往『金』來」中國黃金工藝與文化傳承教育項目。項目包括大師班講座、黃金工藝工作坊及考察團，預計將惠及至少50,000人。於2024年10月的啟動儀式中，我們展出了30件黃金工藝珍品，包括獲獎的「足金群仙祝壽圖龍船」，並重點介紹傳統工藝技法如鑿刻和花絲，讓觀眾深入了解中國黃金工藝。作為這個項目的主要贊助機構，集團擁有獨特地位，引領珠寶業界發展，同時推動對傳統黃金工藝文化的賞析。



《大道之行：儒家文化特展》

集團擔任《大道之行：儒家文化特展》的推廣夥伴。這次展覽由北京故宮博物院與國際儒學聯合會合辦，藉慶祝孔子誕辰2,575週年，促進社會對儒家價值的深入交流，並向全球展示中華文化底蘊。展覽共吸引48.5萬人參觀。



與香港中文大學文學館合作推進中國古代黃金
工藝研究計劃第三期

我們致力弘揚中華文化，並透過與香港中文大學文物館合辦的中國古代黃金工藝研究計劃，積極培育相關人才。於2025年，我們推出「校園金匠STEAM MAKER計劃」，與本地學校合作，透過工作坊、展覽及教材套，讓小學生親身體驗傳統黃金工藝的魅力，從小培養對中國傳統工藝的興趣與欣賞。



於JMA(珠寶製造業廠商會)香港國際珠寶節舉行
古代黃金工藝分享會及工作坊

集團於2024年11月在「JMA(珠寶製造業廠商會)香港國際珠寶節」舉辦以「用珠寶讓世界看到中國之美」為題的專題講座及工作坊。活動邀得多位專家分享中華文化與匠心工藝之間的融合與互動，並設有由周大福珠寶的黃金工藝大師親自教授的工作坊，讓參加者親手製作專屬首飾，進一步體驗中國工藝的精髓。

產品與零售體驗

我們致力傳承中國傳統工藝，通過融合歷久不衰的技藝與現代設計，展現文化與創新交匯之美。我們亦透過多元有趣的零售體驗，禮讚中華文化，讓顧客沉浸於融合現代美感的東方美學之中，從而培養對中華文化的賞析。

● 焦點

推出周大福故宮系列和傳福系列

我們與北京故宮博物院達成戰略合作，於2024年8月推出周大福故宮系列。系列將傳統珠寶文化的精髓融入每一件可穿戴的珠寶，讓中華千年文化在當代表達中綻放光彩。系列新品糅合現代美學設計與中國傳統黃金工藝，向外傳承和弘揚中國豐富傳統文化。



周大福故宮系列

周大福珠寶於2024年4月推出傳福系列，靈感源自中式花格窗建築美學、熱情的紅色調，以及「福」字的吉祥象徵。系列設計結合創新與傳統，揉合天然鑽石與時尚紅色元素。整個製作過程運用鑲嵌、琺瑯等工藝，融合文化傳承與當代優雅氣息，牽繫著超越時空的共通情感。



傳福系列

CHOW TAI FOOK

● 焦點

中環全新形象店揭幕 呈現中國珠寶工藝之美

作為品牌轉型的一部分，我們著手重新設計零售店。香港首間全新形象店於2024年9月隆重揭幕，這個嶄新空間揉合中華文化元素，採用藝廊式設計，讓顧客沉浸於品牌的豐厚傳承與精湛工藝之中。我們以藝術角度展示珠寶，體現我們對傳承中華文化的堅持，並進一步鞏固我們作為值得信賴、勇於創新的領先中國珠寶品牌的定位。為慶祝開幕，我們於店內舉辦「金藝流光·鑑賞黃金之美」為題的黃金珍品鑑賞會，透過展示黃金珍藏，顯示我們對中華文化傳承的承諾。

此外，新形象店亦舉辦多場與黃金工藝相關的展覽，並邀請專業工藝師親身示範精湛技藝，讓顧客欣賞到中國黃金工藝的深厚底蘊。



我們的長遠目標

培育和賦能未來人才，
發揮創造潛能

2025財年進展

與23間學校合作推行
獎學金及實習計劃

1,500+位學生獲頒獎學金

頒發232,000港元獎學金

43位學生參與實習計劃

39位學生獲聘於
商業夥伴的學校項目

4,500+位學生參與教育和參觀活動

未來人才

我們相信，培育未來人才是推動業界可持續發展的關鍵。我們透過獎學金、實習及人才培育平台，支持具潛質的設計師與工藝人才發揮潛能，同時確保中國珠寶工藝得以薪火相傳、持續發展。我們經驗豐富的工藝師擔任導師，將知識、技藝與熱誠傳承給新一代。我們深信，這些年輕人將成為未來的社會棟樑，帶動創新與正面的改變。

為實踐這項承諾，我們正創建一個國際平台，致力弘揚中華文化、培育人才及推動業界創新。



焦點

支持第二屆「一帶一路」國際技能大賽

集團很榮幸能夠支持第二屆「一帶一路」國際技能大賽，成為珠寶加工項目的贊助機構，體現了我們推廣中華文化與工藝和培育未來人才的承諾。這次賽事匯聚來自61個「一帶一路」國家的技術精英，促進職業技能交流。大會主題為「技能合作・共同發展」，強調參加者卓越的技藝與合作精神。

作為贊助的一部分，集團順德匠心智造中心的工藝師為中國代表隊提供支援，分享中國珠寶工藝的知識與技術。中國代表隊在珠寶加工項目中勇奪冠軍，展現出他們的實力與工藝傳承的成果。



● 焦點

與學生在周大福珠寶文化中心探索文化與傳承

周大福珠寶文化中心是中國國家AAA級旅遊景區，亦被認定為佛山市中小學生研學實踐教育基地。中心不僅展示集團的品牌傳承，亦是一個面向公眾的教育平台。我們接待來自全球各地的學生團體，分享豐富的珠寶文化遺產。在2025財年，中心共接待8,828位訪客，包括332個學生團體。學生在參觀期間可深入了解中國傳統工藝及珠寶歷史，親身走進大師工作室，並參與如「錯銀工藝坊」等體驗，學習傳統工藝，從中更深刻體會珠寶製作背後的匠心精神與藝術價值。



我們很榮幸成為2024年「21世紀杯」全國英語演講比賽（香港賽區）的鑽石贊助機構，以及由《中國日報》香港版舉辦之「大學新聞獎」的冠名贊助商，展示出我們在培育年輕一代英語傳意及新聞寫作人才方面的持續承諾。這兩項活動廣受學界關注，共吸引逾4,200名學生參與。「21世紀杯」比賽有來自中國香港超過200間學校的學生參加，而「大學新聞獎」則收到來自中國內地、中國香港、中國澳門及中國台灣近100間大學提交約1,000份參賽作品。



2024年「企業內地與海外暑期實習計劃」標誌著我們連續第二年參與由香港特區政府推動的聯合計劃。這計劃為學生提供寶貴的行業實習機會，我們共接待了21位大專學生，並安排他們參與不同的項目，讓他們在充滿活力的工作環境中提升技能與增進知識。



集團積極響應國家數字經濟策略，支持清華大學設立大灣區數字經濟研究中心，專注突破生成式人工智能及跨境數據流通。於2024年，研究中心舉辦共10場大型會議及研討會，推動學術交流和培育未來數字經濟人才。

全民福祉

保障員工及其家人、供應鏈合作夥伴以及相關社區的福祉，已植根於我們的使命之中。我們支持各類家庭友善措施及社區項目，致力推廣家庭價值、促進跨代連繫，並培養歸屬感。

我們的長遠目標

到2029年，邁向 100%
T-MARK鑽石可追溯至原產國

到2030年前，邁向 100%貴金屬
和寶石可追溯至原產國

2025財年進展

691間供應商已簽署我們的供應商
最佳責任標準，以保障供應鏈的人權

供應鏈人權保障

根據我們的雙重重要性評估，供應鏈中的人權保護和勞工常規屬於重要議題。我們視人權為業務運作的基石，並持續與供應商合作，制定並堅守嚴謹標準，保障人權，確保每一位參與珠寶製作的人都能受到尊重，並在保障其尊嚴的環境中工作。如欲了解更多，請參閱[可追溯性](#)章節。

家庭與社區

集團一直關心員工及其家庭的整體福祉，因為我們深信，穩固溫暖的家庭環境有助提升整體職場的幸福感。2024年5月，我們邀請員工參與由香港中文大學與香港家庭福利會共同進行的「香港家庭幸福指數」調查研究，以了解員工的家庭幸福狀況，並尋求進一步提升幸福水平的機會。調查結果顯示，員工的整體家庭幸福指數為6.76，略高於全港平均水平的6.06，而我們逾六成的員工均為照顧者。這些調查發現有助我們進一步改善家庭支援措施，務求營造一個支持員工穩步成長、兼顧家庭與工作的環境。



焦點

建立家庭連繫 關懷照顧者

為回應調查結果並進一步促進家庭幸福感，我們邀請了香港家庭福利會註冊社工黃漢史先生，分享主題為「如何協助子女建立安全感」的寶貴意見。此外，資深家居照顧服務社工湯美娟女士亦舉辦線上講座「護老拍住上 — 共同建構幸福家庭」，分享她對提供照顧服務的看法和提供相關指導。這些活動有助同事掌握建立健康家庭關係所需的基本知識與技巧。

我們的長遠目標

增強員工和更廣泛社區的家庭福祉

2025財年進展

家庭幸福感員工活動的受惠人數：1,600+人

參與家庭幸福感活動的員工滿意度達100%



● 焦點

國際家庭日義工活動

為響應2024年5月的「國際家庭日」，集團於多個地區舉辦以家庭幸福感為主題的義工活動。在中國香港，超過70位義工連同親友參與由香港家庭福利會於中環元創方舉辦的Homeland家庭市集。在中國澳門，逾40位親子義工參與清潔黑沙海灘活動，並將垃圾分類，透過實際行動培養親子合作。而在中國內地，各地義工團隊共舉辦12項不同的活動，包括南部地區的公益書籍捐贈及北部地區的慈善義賣等，透過共享時光和社區參與，促進家庭關係，留下溫馨回憶。



我們透過資助香港聖公會福利協會轄下13間長者中心，為照顧者舉辦舒緩壓力活動。這活動共惠及195位年長照顧者，除了能夠協助他們重拾自由時間之外，過程中義工也更加能夠了解照顧者的難處，加強同理心，為將來當照顧者做好準備。



我們與香港家庭計劃指導會合作，成立「家計會婦女會 — 社區『好·生·性』健康學院」，透過健康教育，增強參加者在推動健康上的角色，從而改善家庭營養和整體福祉。計劃共惠及194位婦女。



我們於2024年與香港基督教女青年會合作，推出「傳家『福』·全家愛」計劃，聚焦家庭健康教育及跨代關係。我們舉辦了「中華文化遊戲日」，活動設有多項以中華文化為主題的遊戲，吸引420個家庭參加，讓他們在輕鬆互動的環境中認識傳統文化，同時促進世代共融。

集團社區活動及義工服務

我們以熱誠和關懷回饋社會，同時亦進一步凝聚員工之間的連繫，培養回饋社會的使命感。於2025財年，我們成立周大福全球義工隊，將義工網絡延伸至海外員工。他們積極參與慈善活動及社區服務，帶動更多員工投身義工行列，發揮助人精神。



2025財政年度與社區組織的主要合作



慈善團體

與智障人士一同參與由匡智會舉辦的匡智慈善跑樓梯大賽，提升團隊凝聚力和社會共融

社會企業

支持睿程製作社，透過集團制服升級再造項目，為基層婦女提供就業機會

醫院

向江西省兒童醫院有需要的兒童派發禦寒物資

焦點

全球義工月

我們於2025財年舉辦全球義工月。活動於2024年9月展開，以「環境保護」為主題，在全球各地共舉辦52項活動，累計義工服務時數超過6,650小時。

在中國內地，深圳辦公室透過慈善步行推廣綠色生活；西部地區則參與植樹活動，積極實踐環境保育。北區及西區同事亦參與清潔活動，以實際行動守護環境。

中國香港方面，同事到訪「都市綠洲」，支援有特殊教育需要的青少年及其家庭。同時，為迎接中秋佳節，義工隊舉辦節慶活動，教授兒童製作燈籠，並向基層家庭派發節日福袋。





行業

創新 · 倡導

在匠心精神和企業責任的基礎上，我們對行業發展的承諾體現於我們的遠見，即推動珠寶行業在負責任的前提下發展，同時保護環境。隨著周大福珠寶邁向百周年，我們致力制訂新的行業標準，擔當倡導者的角色，引領行業走向更可持續和具包容性的未來。

行業發展

近一世紀以來，周大福珠寶不斷推動行業邁步向前，將不少大膽，甚至一度被視為具爭議的承諾，變成業界常規。早於1970年代，我們率先推出999.9成色的黃金，提升香港和澳門市場的黃金純度標準。1990年，我們推行「一口價」政策，摒棄傳統討價還價文化，用公開透明、以客為本的定價方式重塑消費體驗。這些改革起初看似困難重重，但最終改寫了業界的經營模式，也確立了我們作為行業先驅的角色。



過去95年，周大福珠寶締造多個里程碑，推動珠寶業革新發展。其中一項重要突破是，率先於港澳地區推出999.9黃金首飾，為市場訂立黃金純度的新標準。

透過「周大福珠寶可持續發展2049」策略，我們以同樣長遠的角度，應對當前負責任珠寶的核心環境和社會挑戰。我們的行業發展聚焦三個具前瞻性的承諾：



推動再生金成為主流

我們將與業界機構合作，制定再生金首飾及黃金可追溯性的新行業標準，確保原材料來自可知及負責任的來源。



令珠寶生產更潔淨

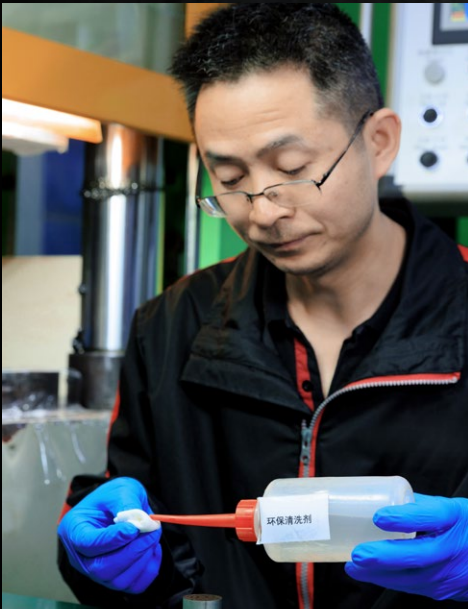
我們內部審核識別出，傳統金屬加工程序中有九種常見的致癌物質。於2025財年，我們已為其中兩種化合物引入較安全的替代品，並於武漢生產基地落實應用。同時，我們開始試驗減少使用無機酸及重用廢酸。我們的目標是制定正式的「潔淨珠寶生產」標準，逐步減少並以更安全的替代品替代高風險物質，在維持生產質量的同時，減少對環境的影響。



共享知識，提高業界基本標準

我們積極參與國際及本地業界與商界組織，包括世界珠寶聯盟、責任珠寶業委員會¹²及香港商界環保協會，透過數據交流、關注法規動向，與業界及監管機構共同倡議對環境、社會及管治更高的期望。

我們正就上述承諾制訂立長遠計劃。周大福珠寶將明確的時間表與一貫兌現承諾的實踐能力相結合，目標不僅是要配合未來的規則，更志在再次引領規則的制定，為顧客、員工及地球創造長遠福祉。



¹² 集團旗下附屬公司周大福鑽石貿易有限公司為責任珠寶業委員會認證成員。

附錄

可持續發展獎項、承諾及舉措

		
亞洲企業管治	第十四屆亞洲卓越大獎2024 — 亞洲可持續發展獎	
香港管理專業協會	環境、社會及管治報告卓越獎	
香港恒生大學ESG研究中心(灼見名家)	灼見名家 X 恒生大學ESG大獎2024：ESG企業傳訊獎	
Informa Markets Jewellery	2024年Jewellery World Awards可持續發展大獎 — 社區參與獎	
香港貨品編碼協會	貼心企業10+年賞	
香港民政及青年事務局及義務工作發展局	香港義工獎2024 – 企業 — 銀獎	
黑暗中對話(香港)基金會	共融僱主大獎	
豐盛社企學會	社會企業支持者卓越獎	
深圳市慈善會	深圳慈善捐贈榜企業捐贈排名第九	
佛山市順德區慈善事業聯合會	紅玉蘭慈善榜樣(企業)	
深圳市婦女兒童發展基金會	2024年度家庭友好實踐優秀案例	
倫敦總商會	2024年「倫敦有我」教育公益企業稱號	
世界自然基金會香港分會	低碳製造計劃白金標籤	
香港特區環境保護署	《減少使用包裝約章》參與企業	

會員資格

國際 — 責任珠寶業委員會會員 ¹³
國際 — 世界珠寶聯盟會員
中國內地 — 中國珠寶玉石首飾行業協會
中國香港 — 商界環保協會會員
中國香港 — 環保促進會企業會員

¹³ 集團旗下附屬公司周大福鑽石貿易有限公司為責任珠寶業委員會認證成員。

環境、社會及管治數據表

周大福珠寶致力以透明和富意義的方式報告持份者全面客觀地了解集團的可持續發展表現所需的數據。除非另有說明，報告中的關鍵績效指標範圍，為本集團在中國內地、中國香港和中國澳門擁有經營控制權的核心業務，包括辦事處、生產基地、和直營零售點。其他市場，包括中國台灣、柬埔寨、加拿大、日本、韓國、馬來西亞、菲律賓、新加坡、泰國、美國和越南的辦事處和零售點並不包括在內。

有關集團財務報表所包括公司的完整列表，請參閱年度報告。下表概括財務報告和可持續發展報告所包括公司的分別：

報告範圍	核心業務(中國內地、 中國香港及中國澳門)	其他市場的營運	加盟店
可持續發展報告	包括	只包括範圍三的溫室氣體排放	只包括範圍三的溫室氣體排放
年報	包括	包括	包括

計算方法備註：

- a) 用於計算溫室氣體的全球升溫潛能值來自《IPCC第六次評估報告》(即CH₄:27；N₂O:273)。
- b) 2025財年範圍一的排放，是由本集團擁有或控制的固定及移動源的直接溫室氣體排放。柴油、無鉛汽油、煤氣及液化石油氣燃燒所產生的溫室氣體排放，乃根據《香港建築物(商業、住宅或公共用途)的溫室氣體排放及減除核算及報告指引》計算出來。管道天然氣及白電油燃燒所產生的排放量，是根據英國政府的《溫室氣體報告：轉換因子2023》(只有英文版)計算得出。燃燒乙炔氣所產生的排放量，則根據《香港中小企業碳審計計算工具》計算出來。污水產生的逸散性排放是根據《2006年國家溫室氣體清單指南》及其2019年修訂版，以及《污水處理廠低碳運行評價技術規範》(T/CAEPI 49-2022)進行計算。
- c) 2025財年範圍二的排放，是本集團消耗購買或獲得的電力、供暖及煤氣，產生的間接溫室氣體排放，並根據中國香港及中國澳門電力供應商提供的相關因子計算，電能(0.66公斤二氧化碳當量/千瓦時)、中華電力(0.39公斤二氧化碳當量/千瓦時)，和香港中華煤氣(0.549公斤二氧化碳當量/單位)。本報告於中國內地及中國澳門購買電力的溫室氣體排放量，乃根據《關於做好2023 – 2025年發電行業企業溫室氣體排放報告管理有關工作的通知》中所載的全國平均電網排放因子(0.5703公噸二氧化碳/兆瓦時)計算。中國內地供暖所產生的溫室氣體排放，是根據《工業其他行業企業溫室氣體排放核算方法與報告指南(試行)》中的排放因子計算。
- d) 用於柴油、汽油、管道天然氣、管道煤氣、白電油及液化石油氣的能量轉換因子，來自《CDP有關燃料數據轉換為MWh的技術說明》(只有英文版)。煤氣的能源消耗，是根據香港中華煤氣有限公司提供的公式計算。用於乙炔的能量轉換因子，來自《年度安裝排放報告用的國家特定淨熱值及二氧化碳排放因子2021》(只有英文版)。
- e) 100%從市政食水源(即第三方水)取水。取水數據從水錶的記錄直接收集，並輔以市政供水服務商應商的收費記錄。我們參考世界資源研究所水道數據庫的分析，集團從缺水地區的取水量是微不足道。我們的生產基地或辦公室，均沒有位於水資源壓力高的地區。
- f) 員工總數根據截至匯報期間年末的數據披露，而員工流失率及培訓數據根據匯報期內的平均員工人數計算。
- g) 每1,000名員工的受傷率計算法是將工傷個案總數除以員工總人數，再將結果按比例換算為每1,000名員工所對應的工傷數字。

h) 主要經營溢利(並非按國際財務報告準則計算)，指毛利及其他收益的合計，減銷售及分銷成本、一般及行政開支以及黃金借貸的未變現虧損或(收益)，本公司相信此等數據有助更透徹了解其經營表現及業務的實際趨勢。

香港聯交所	GRI	關鍵績效指標	單位	2023財年	2024財年	2025財年
營銷						
	2-6	營業額	百萬港元	94,684	108,713	89,656
	2-6	經營溢利 ¹⁴	百萬港元	9,755	13,432	14,746
	2-6	零售點	間	7,605	7,407 ¹⁵	6,644
	2-6	產品生產量	件	10,327,895	12,626,123	6,654,016
供應商						
	2.6	貨品供應商總數	間	602	521	396
B5.1		貨品供應商 — 中國內地	間	290	253	124
B5.1		貨品供應商 — 中國香港	間	227	187	197
B5.1		貨品供應商 — 其他地區	間	85	81	75
B5.1		非貨品及服務供應商總數	間	4,383	4,248	5,530
B5.1		非貨品及服務供應商 — 中國內地	間	3,234	3,083	4,349
B5.1		非貨品及服務供應商 — 中國香港	間	684	758	791
B5.1		非貨品及服務供應商 — 其他地區	間	465	407	390
品質及投訴						
B6.4		檢驗合格率 — 自產貨品	件	99.80%	99.80%	99.78%
B6.4		檢驗合格率 — 外館貨品	件	99.0%	99.4%	99.15%
B6.1		已售或已運送產品總數中因安全與健康理由合格率而須召回的數量	件	0	0	0
B6.2		接獲投訴數目 — 與產品健康和安 全有關	個案	1	0	0
B6.2		接獲投訴數目 — 與顧客私隱有關	個案	0	0	1 ¹⁶

¹⁴ 原本披露的主要經營溢利已被經營溢利取代，以反映本集團在不受黃金對沖影響下的核心營運表現。有關此項重新分類的詳情，請參閱2025年年報。

¹⁵ 2024財年的零售點數量進行了調整，以反映分拆及合併傳承系列專區。

¹⁶ 2025財年，我們接獲一宗與發送商業電子訊息相關的顧客私隱投訴。相關部門在接獲後已迅速處理。為防止類似情況再次發生，我們已及時改善商業電子訊息的內容，確保顧客接收到清晰準確的資訊。

社會數據

香港聯交所	GRI	關鍵績效指標	單位	2023財年	2024財年	2025財年
員工數量 ¹⁸						
B1.1	2.7	員工總數	人數	28,719	28,010	25,628
B1.1	2.7	性別 — 女	人數	22,705	22,008	20,505
B1.1	2.7	性別 — 男	人數	6,014	6,002	5,123
B1.1		年齡 — < 30	人數	6,351	6,015	3,781
B1.1		年齡 — 30 – 50	人數	21,376	20,974	20,894
B1.1		年齡 — > 50	人數	992	1,021	953
B1.1	2.7	地域 — 中國香港及中國澳門	人數	2,715	2,670	2,487
B1.1	2.7	地域 — 中國內地	人數	26,004	25,340	23,141
B1.1		功能 — 生產	人數	4,782	5,317	4,627
B1.1		功能 — 零售點	人數	16,685	16,437	16,216
B1.1		功能 — 辦公室	人數	7,252	6,256	4,785
B1.1		合同 — 全職	人數	28,708	27,985	25,562
B1.1		合同 — 兼職	人數	11	25	66
B1.1		一般職級	人數	24,377	21,999	23,350
B1.1		中級職級	人數	3,999	5,588	1,948
B1.1		高級職級	人數	343	423	330
		招聘總開支	百萬港元	/	/	8.1
		新聘員工	人數	/	/	1,802
員工流失 ¹⁹						
B1.2		員工流失總數	人數	7,709	6,175	6,102
B1.2		員工流失率	%	27%	22%	23%
B1.2	401-1	性別 — 女	%	27%	20%	20%
B1.2	401-1	性別 — 男	%	28%	29%	32%
B1.2	401-1	年齡 — < 30	%	53%	45%	41%
B1.2	401-1	年齡 — 30 – 50	%	19%	15%	18%
B1.2	401-1	年齡 — > 50	%	15%	27%	27%
B1.2	401-1	地域 — 中國香港及中國澳門	%	16%	18%	15%
B1.2	401-1	地域 — 中國內地	%	28%	22%	24%
B1.2		功能 — 生產	%	20%	32%	33%
B1.2		功能 — 零售點	%	30%	21%	21%
B1.2		功能 — 辦公室	%	24%	15%	19%

¹⁷ 2025財年，三名員工因涉及洗錢活動而被定罪，違反《中華人民共和國刑法》，並被判緩刑。事件並未對本集團造成重大影響。

¹⁸ 員工人數僅限於集團在中國內地、中國香港和中國澳門的核心及重要業務單位。

¹⁹ 員工流失數據僅限於集團在中國內地、中國香港和中國澳門的核心及重要業務單位。

環境數據

香港聯交所	GRI	關鍵績效指標	單位	2023財年	2024財年	2025財年
溫室氣體排放 ²¹						
		溫室氣體排放總量 (範圍一及範圍二)	公噸二氧化碳當量	58,577	63,240	65,385
		生產	公噸二氧化碳當量	21,224	21,606	21,796
		零售點	公噸二氧化碳當量	30,904	34,343	36,768
		辦公室	公噸二氧化碳當量	6,449	7,290	6,821
A1.2	305-1	範圍一直接排放	公噸二氧化碳當量	1,826	2,507	2,067
		溫室氣體減除量	公噸二氧化碳當量	24	30	28
A1.2	305-2	範圍二間接排放 ²²	公噸二氧化碳當量	56,751	60,733	63,318
A1.2	305-4	集團溫室氣體密度 (範圍一及範圍二)	公噸二氧化碳當量/ 每百萬港元	0.62	0.58	0.73
A1.2	305-4	生產溫室氣體密度 (範圍一及範圍二)	公噸二氧化碳當量/ 每件已生產貨品	2.05	1.71	3.27
能源消耗						
		能源消耗總量	千兆焦耳	400,954	424,492	432,846
A2.1	302-1	直接能源消耗 — 可再生能源	千兆焦耳	2,334	2,334	2,300
A2.1	302-1	直接能源消耗 — 燃料	千兆焦耳	25,095	25,444	23,267
A2.1	302-2	間接能源消耗 — 集團所購電力	千兆焦耳	373,525	396,714	407,280
A2.1	302-2	間接能源消耗 — 生產所購電力	千兆焦耳	140,321	136,042	128,630
A2.1	302-3	集團能源密度	千兆焦耳/ 每百萬港元	4.23	3.90	4.83
A2.1	302-3	生產所購電力密度	千兆焦耳/ 每件已生產貨品	0.014	0.011	0.019
用水						
A2.2	303-3	市政供水取用量	立方米	522,984	522,185	484,984
		生產供水取用量	立方米	363,635	356,137	307,007
A2.2		集團用水密度	立方米/每百萬港元	5.52	4.80	5.41
		生產用水密度	立方米/ 每件已生產貨品	0.035	0.028	0.046
		來自生產過程的廢水排放	立方米	246,509	228,524	184,002
		生活廢水產生	立方米	184,667	183,973	156,854
		工業廢水產生	立方米	61,842	44,552	27,148
		生產廢水密度	立方米/ 每件已生產貨品	0.0239	0.0181	0.0277

²⁰ 2024財年的培訓時數數據已作出調整，剔除了向加盟商員工提供的培訓。

²¹ 此表格中的溫室氣體排放數據僅涵蓋範圍一及範圍二的排放。有關範圍三的排放數據，請參閱範圍三溫室氣體排放數據的章節。

²² 2025財年範圍二溫室氣體排放包括內地供暖的排放。

香港聯交所	GRI	關鍵績效指標	單位	2023財年	2024財年	2025財年
有害廢棄物 ²³						
A1.3	306-3	來自生產過程的有害廢棄物	公噸	171	213	164
	306-3	HW06	公噸	10.30	13.94	20.05
	306-3	HW08	公噸	3.65	5.78	11.59
	306-3	HW09	公噸	0.00	0.19	0.46
	306-3	HW17	公噸	42.85	38.09	11.93
	306-3	HW22	公噸	5.26	5.75	1.73
	306-3	HW31	公噸	10.51	7.62	7.56
	306-3	HW33	公噸	16.33	16.21	9.95
	306-3	HW34	公噸	30.10	50.50	34.72
	306-3	HW35	公噸	14.28	5.10	12.35
	306-3	HW49	公噸	38.08	70.08	53.32
A1.3		來自生產過程的有害廢棄物密度	克/每件已生產貨品	16.6	16.9	24.6
一般廢棄物						
A1.4	306-3	來自生產過程的一般廢棄物	公噸	481	455	354
	306-3	一般廢物 — 生活垃圾	公噸	282	367	292
	306-3	一般廢物 — 非危險固體生產廢物	公噸	199	88	63
A1.4		來自生產過程的一般廢棄物密度	克/每件已生產貨品	46.6	36.0	53.3
來自生產的廢氣排放 ²⁴						
A1.1	305-7	氮氧化物	公噸	0.16	0.53	0.30
A1.1	305-7	硫氧化物	公噸	0.26	0.44	0.45
A1.1	305-7	粉塵	公噸	3.88	2.82	1.46
A1.1	305-7	氟化物	公噸	0.00	0.00	0.00
A1.1	305-7	非甲烷總烴	公噸	5.31	4.22	1.12
A1.1	305-7	鉛及其他化合物	公噸	0.0010	0.00007	0.00
A1.1	305-7	VOCs	公噸	0.58	0.22	1.24
A1.1	305-7	氰化氫	公噸	0.00	0.00	0.01
A1.1	305-7	氯化氫	公噸	1.86	1.15	0.36
A1.1	305-7	氨	公噸	0.15	0.31	0.49

²³ 有害廢棄物包括廢乳化液、礦物油、無機氰化物廢物、廢酸、廢鹼、表面處理廢物、含鉛廢物、廢有機溶劑、含銅廢物及其他廢物。

²⁴ 這些數據僅限於生產基地的廢氣排放，並根據常規空氣樣本測試的結果數據計算。

香港聯交所	GRI	關鍵績效指標	單位	2023財年	2024財年	2025財年
來自車輛的廢氣排放						
A1.1	305-7	氮氧化物	公噸	0.40	2.10	1.63
A1.1	305-7	硫氧化物	公噸	0.006	0.005	0.01
A1.1	305-7	懸浮粒子	公噸	0.024	0.045	0.04
製成品包裝物料 ²⁵						
A2.5	301-1	包裝物料用量	公噸	509	645	495
	301-1	周大福紙袋	公噸	470	599	450
	301-1	禮封	公噸	39	46	45
A2.5		包裝物料密度	公斤/每百萬港元	5.4	5.9	5.5
物料使用						
	301-2	從認證供應商購買的再生金	公噸	/	/	0.93
	301-2	用於生產的回收/回購黃金 ²⁶	公噸	21.39	17.75	18.74
	303-1	黃金原料總購入量	公噸	175.88	151.27	94.84
	301-2	用於生產的回收/回購銀	公噸	0.01	0.05	0.08
	303-1	銀原料總購入量	公噸	0.79	1.86	0.09
	301-2	用於生產的回收/回購鉑金	公噸	0.08	0.09	0.18
	301-1	鉑金原料總購入量	公噸	1.76	0.34	0.08
	301-1	生產用蠟	公噸	5	6	7
	301-1	生產用塑膠包裝	公噸	29	39	30
	301-1	鑽石生產用包裝紙	公噸	10	4	3
	301-1	紙張使用量	公噸	95	92	74
	301-1	碳粉盒使用量	個	18,069	8,408	6,727
物料回收						
		紙張回收量	公噸	97	51	73
		碳粉盒回收量	個	1,510	1,444	1,052

²⁵ 包裝物料數據僅限於特定品牌的紙袋及禮封，並包括加盟零售點的消耗量。

²⁶ 2024 財年用於生產的回收/回購黃金數據已進行調整，以排除代表金料提純商從零售客戶透過黃金回購收集的黃金。

範圍三溫室氣體排放數據

根據《溫室氣體盤查議定書》範疇三排放分為15個子類別，以下11個子類別與周大福的珠寶價值鏈相關。範疇三的排放數據是根據以下所述的範圍、方法和資料來源進行計算和披露：

範圍三類別	適用	範圍、計算及不納入聲明	排放系數來源			2024財年	2025財年
1 – 購買的產品及服務	是	包括鑽石 / 寶石採購、原生黃金採購、包裝材料及產品、奢侈品採購、外判服務、奢侈品製作、銀採購、鉑金採購、裝修工程服務，以及回收/提純黃金採購	世界黃金協會 國際鉑族金屬協會 EXIOBASE 3	Ecoinvent 2021數據庫 鑽石生產商協會 (現稱天然鑽石協會)	範疇三溫室氣體排放總量	4,407,816公噸 二氧化碳當量	3,151,729公噸 二氧化碳當量
2 – 資本產品	是	包括機器及設備採購、車輛採購、土地及樓宇收購、電子設備採購、在建工程、租用零售店舖的裝修工程、資本貨品及家具採購	EXIOBASE 3		類別	分佈	分佈
3 – 燃料和能源相關活動	是	包括上游燃料、上游購電、輸電與配電過程中的電力消耗	中電 中國政府發佈的《關於發布2022年電力二氧化碳排放因子的公告》 nea.gov.cn 新加坡能源市場管理局 新加坡能源數據2024第二章能源轉型	港燈 2023年英國政府轉換因子方法論說明(UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting 2023) 國際能源署生命周期上游排放因子2024 (IEA Life Cycle Upstream Emissions Factors 2024) 台灣經濟部能源署	1 – 購買的產品及服務	92.48%	91.04%
4 – 上游運輸及配送	是	包括向物流服務供應商購買的運輸服務	順豐速運 EXIOBASE 3		2 – 資本產品	3.37%	2.90%
5 – 營運中產生的廢物	是	包括產生的有害及無害廢棄物。無害廢棄物參考政府的地區人均都市固體廢物數據	英國政府轉換因子方法論說明(UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting) 英國國家大氣排放清單(UK Government National Atmospheric Emissions Inventory)		3 – 燃料和能源相關活動	0.35%	0.49%
6 – 商務差旅	是	包括商務航空差旅、其他陸上交通及酒店住宿	EXIOBASE 3		4 – 上游運輸及配送	0.21%	0.26%
7 – 員工通勤	是	包括員工往返於住所及工作地點的交通出行	英國政府轉換因子方法論說明(UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting)		5 – 營運中產生的廢物	0.02%	0.03%
8 – 上游租賃資產	是	包括租賃零售點及辦公室	EXIOBASE 3		6 – 商務差旅	0.12%	0.14%
9 – 下游運輸及配送	否	已售產品運送至客戶所產生的排放，已包含在第4類別所計算的由物流服務供應商提供的運輸服務中			7 – 員工通勤	0.29%	0.38%
10 – 已售產品的加工	否	由於本集團的業務性質並不涉及第三方對已售中間產品的加工			8 – 上游租賃資產	0.02%	0.03%
11 – 已售產品的使用	否	我們的已售產品於使用階段不涉及顯著的直接或間接排放			13 – 下游租賃資產	0.06%	0.08%
12 – 已售產品的最終處理	否	由於珠寶產品因其耐用性及轉售價值，一般不會被棄置，未識別出與已售產品報廢處理相關的重大排放			14 – 專營權	2.81%	4.19%
13 – 下游租賃資產	是	包括在中國香港及中國內地的下游租賃資產的能源使用	中電 港燈 中國政府發佈的《關於發布2022年電力二氧化碳排放因子的公告》	GB/T 51161-2016《民用建築能耗標準》 《工業其他行業企業溫室氣體排放核算方法與報告指南（試行）》	15 – 投資	0.27%	0.46%
14 – 專營權	是	包括內地及海外加盟零售點的能源使用	中國政府發佈的《關於發布2022年電力二氧化碳排放因子的公告》 國際能源署排放因子(IEA Emission Factors 2024)				
15 – 投資	是	包括被投資公司按股權比例計算的排放比率	EXIOBASE 3				

內容索引

本報告符合香港聯合交易所的《環境、社會及管治報告守則》報告要求。周大福珠寶集團參考GRI 標準作出匯報，匯報期間為2024年4月1日至2025年3月31日的財年，如下表所示。

香港聯交所《環境、社會及管治報告守則》	GRI 準則	相關章節
	2-1 組織詳細情況	關於本報告
	2-3 報告期間、頻率及聯絡人	關於周大福珠寶集團
	2-4 資訊重述	環境、社會及管治數據表
	2-5 外部保證	驗證聲明
	2-6 活動、價值鏈及其他業務關係	備註：報告範圍涵蓋集團在中國內地、總部中國香港和中國澳門的核心及重要業務單位。年內活動、價值鏈及其他業務關係並無重大更新。
強制披露要求	2-12. 最高管治機構的角色	主席的話
管治架構	2-13. 授權	副主席的話
	2-14. 最高管治機構在可持續發展報告中的角色	可持續發展管治 培養誠信文化
	2-22. 可持續發展策略聲明	周大福珠寶可持續發展2049
	2-23. 政策承諾	多元及共融
	2-24. 融合政策承諾	供應商管理及盡職調查
	2-26. 尋求建議和提出疑慮的機制	環境、社會及管治數據表
	2-27. 遵守法律與規例	
強制披露要求	2-29. 持份者參與方針	主要持份者組別、參與渠道和關注範疇
報告原則	3-1. 決定重要性議題的過程	環境、社會及管治數據表
	3-2. 重要性議題列表	
強制披露要求		關於本報告
報告邊界		環境、社會及管治數據表

香港聯交所《環境、社會及管治報告守則》	GRI 準則	相關章節
「不遵守就解釋」條文	3-3. 管理重要性議題	周大福珠寶可持續發展2049
A1: 排放物	GRI 305: 排放 2016	循環性
一般披露	305-1. 範疇一溫室氣體直接排放	低影響營運
指標: A1.1, A1.2, A1.3, A1.4, A1.5, A1.6	305-2. 範疇二溫室氣體間接排放	淨零排放
	305-3. 範疇三其他溫室氣體間接排放	用水
	305-4. 溫室氣體排放密度	廢棄物
	305-5. 溫室氣體排放減量	環境、社會及管治數據表
	305-7. 氮氧化物、硫氧化物，及其他重要氣體排放	
「不遵守就解釋」條文	3-3. 管理重要性議題	循環性
A2: 資源使用	GRI 302: 能源 2016	低影響營運
一般披露	302-1. 機構內的能源消耗	淨零排放
指標: A2.1, A2.2, A2.3, A2.4, A2.5	302-2. 機構外的能源消耗	用水
	302-3. 能源密度	廢棄物
	GRI 303: 用水和排放水	包裝
	303-1. 水為共享資源的互動	環境、社會及管治數據表
	303-2. 與排水相關影響的管理	
	303-3. 取水量	
	GRI 306: 廢棄物2020	
	306-1. 廢棄物產生與廢棄物有關的重大影響	
	306-2. 管理與廢棄物有關的重大影響	
	306-3. 廢棄物產生	

香港聯交所《環境、社會及管治報告守則》	GRI 準則	相關章節
「不遵守就解釋」條文	3-3. 管理重要性議題	周大福珠寶可持續發展2049
A3: 環境及天然資源	GRI 301: 物料 2016	循環性
一般披露	301-1. 按重量或體積使用的物料	低影響營運
指標: A3.1	301-2. 回收物為材料的使用量	淨零排放
		用水
		廢棄物
		潔淨珠寶生產
		環境、社會及管治數據表
「不遵守就解釋」條文		氣候風險
A4: 氣候變化		
一般披露		
指標: A4.1		
「不遵守就解釋」條文	2-7: 員工	周大福珠寶可持續發展2049
B1: 僱傭	3-3. 管理重要性議題	人才管理及員工概況
一般披露	GRI 401: 僱傭 2016	多元及共融
指標: B1.1, B1.2	401-1. 新聘任和流失的員工	環境、社會及管治數據表
	401-3 育嬰假	
「不遵守就解釋」條文	403-1. 職業安全與健康管理系統	潔淨珠寶生產
B2: 健康及安全		職業安全與健康
一般披露		員工身心健康
指標: B2.1, B2.2, B2.3		環境、社會及管治數據表
「不遵守就解釋」條文	3-3. 管理重要性議題	學習與發展
B3: 發展與培訓	GRI 404: 培訓與教育2016	環境、社會及管治數據表
一般披露	404-1. 每位員工每年的平均培訓時數	
指標: B3.1, B3.2		

香港聯交所《環境、社會及管治報告守則》	GRI 準則	相關章節
「不遵守就解釋」條文	411-1. 涉及侵犯原住民權利的事件	多元及共融
B4: 勞工準則		環境、社會及管治數據表
一般披露		備註：2025財年，集團並無發現任何相關個案，亦無違反與童工和強迫勞工相關的法律和法規。我們不監測涉及侵犯原住民權利的事件。周大福的業務地點不在高風險地區。
指標: B4.1, B4.2		
「不遵守就解釋」條文		可追溯性
B5: 供應鏈管理		環境、社會及管治數據表
一般披露		
指標: B5.1, B5.2, B5.3, B5.4		
「不遵守就解釋」條文	3-3. 管理重要性議題	周大福珠寶可持續發展2049
B6: 產品責任	GRI 418: 客戶私隱2016	產品質量及安全
一般披露	418-1. 有關侵犯顧客私隱和丟失顧客數據的經證實投訴	道德營銷及廣告
指標: B6.1, B6.2, B6.3, B6.4, B6.5		顧客滿意度
		顧客私隱及信息安全
		備註：2025財年，集團並無任何重大信息安全事故。
		網絡安全
		知識產權
		環境、社會及管治數據表
「不遵守就解釋」條文		培養誠信文化
B7: 反貪污		環境、社會及管治數據表
一般披露		
指標: B7.1, B7.2 and B7.3		
「不遵守就解釋」條文		周大福珠寶可持續發展2049
B8: 社區投資		中華文化
一般披露		未來人才
指標: B8.1, B8.2		全民福祉
		環境、社會及管治數據表

驗證聲明



驗證聲明

香港通用檢測認證有限公司對周大福珠寶集團有限公司2025 年可持續發展報告中可持續發展活動的報告

驗證的性質
香港通用檢測認證有限公司（以下簡稱SGS）獲周大福珠寶集團有限公司（以下簡稱周大福）委託，對《2025 年可持續發展報告》(以下簡稱「報告」)進行獨立驗證。

本驗證聲明的使用者
本驗證聲明旨在告知周大福的所有持份者。

職責
報告中的資訊及匯報由周大福的董事、監管機構及其管理層負責。SGS並未參與其報告中任何材料的準備工作。

我們的責任是對驗證範圍內的文本、數據、圖表和聲明表達意見，旨在告知周大福的所有持份者。

驗證標準、類型和等級
SGS 用於執行驗證工作引用之 SGS 環境、社會及管治和可持續發展報告驗證規章是依據國際認可之驗證指引和標準為基礎，以及AA1000鑑證標準及國際審計和鑑證準則委員會發佈的《國際鑒證業務標準 (ISAE) 3000 修訂版，歷史財務資訊審計或審查以外的鑒證業務》驗證標準的級別。

本報告的驗證根據以下的驗證標準執行：

驗證標準選項	驗證等級
ISAE 3000	合理

驗證範圍和報告準則
驗證範圍包括可持續發展績效數據資訊的質量、準確性和可靠性的評估，以及報告內附表格中的文字和數據。本報告的驗證範圍包括2024年4月1日至2025年3月31日期間的數據和資訊。

報告準則選項	
1	香港聯合交易所有限公司證券上市規則 (聯交所上市規則) 附錄 C2 《環境、社會及管治報告指引》
2	《全球報告倡議組織可持續發展報告標準 2021》(參考)

驗證方法

驗證包括驗證活動前調研、與周大福管理層和負責報告的員工進行現場訪談、數據抽樣、文件和紀錄的審查，可持續發展績效資訊的收集、計算和報告的內部控制，以及與相關之外部機構的確認。在驗證過程中也檢查了所選擇的原始數據和支持證據。

使用限制和緩減
獨立審計的財務賬目中提取的財務數據，並未在此驗證過程中與資訊來源進行核對。請垂注本文有關驗證委託的任何局限以及緩減有關局限而採取的行動。

獨立性和能力聲明
SGS集團是全球領先的測試、檢驗和認證機構，在超過140多個國家營運和提供服務，服務包括管理體系和服務認證；質量、環境、社會和道德審核和培訓，以及環境、社會和可持續發展報告驗證。SGS申明我們獨立於周大福、其附屬公司和持份者，我們之間沒有偏見和利益衝突。

驗證團隊之組成基於成員對於此驗證的知識、經驗和資歷，團隊包括IRCA註冊的EMS首席審核員、ISO 37001 和 ISO 26000審核員、GRI標準委任培訓導師及具備可持續發展報告驗證服務經驗的人員。

驗證意見
基於上述的驗證方法和已執行的驗證工作，在驗證範圍內披露的報告內容、數據和資訊是準確及可靠，並已作出中肯的陳述和編製，而且在所有重大方面已符合以上的報告準則選項，因此使我們感到滿意。

驗證團隊認為周大福已為此報告選擇了適當的驗證等級。

簽署：
代表香港通用檢測認證有限公司



關靜儀
總監
管理與保證
2025年5月27日

WWW.SGS.COM

詞彙

本報告內的專業用語匯總並定義如下，以供參考。

董事會	本公司董事會
本公司/周大福	周大福珠寶集團有限公司(股票代號：1929)
董事	本公司董事
ESG	環境、社會及管治
ESG 指引	香港聯合交易所上市規則附錄27中的《環境、社會及管治報告指引》
財年	指4月1日至翌年3月31日
集團	本公司及其附屬公司
溫室氣體	會引起溫室效應而導致氣候變化的氣體
GRI準則	全球報告倡議組織可持續發展報告準則
香港交易所/聯交所	除非另有指明，否則均指香港聯合交易所有限公司
中國香港/香港	中華人民共和國香港特別行政區
上市規則	香港聯合交易所有限公司證券上市規則
中國澳門/澳門	中華人民共和國澳門特別行政區
中國內地/內地	中華人民共和國內地
零售點	產品零售點
報告	本文件，本集團的可持續發展報告2025

