

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，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



CHOW TAI FOOK JEWELLERY GROUP LIMITED

周大福珠寶集團有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

股份代號：1929

截至2015年3月31日止年度 全年業績公告

摘要

- 營業額由2014財政年度的77,407.1百萬港元下降17.0%至2015財政年度的64,277.0百萬港元。
- 整體同店銷售⁽¹⁾錄得24.1%下降，其中中國內地珠寶業務及港澳地區同店銷售分別錄得16.1%及32.8%下降。
- 珠寶鑲嵌首飾營業額佔總營業額之比率於2015財政年度增長5.9%至27.0%。
- 毛利由2014財政年度的21,152.3百萬港元下降9.8%至2015財政年度的19,072.4百萬港元。毛利率錄得改善，由2014財政年度的27.3%上升至2015財政年度的29.7%。
- 本公司股東應佔溢利為5,456.0百萬港元，較2014財政年度的7,272.0百萬港元減少25.0%。
- 每股基本盈利為54.6港仙。
- 建議末期股息為每股15.0港仙⁽²⁾。
- 於2015年3月31日，零售網絡擴展至2,257個零售點，於2015財政年度內淨增加180個零售點。

(1) 「同店銷售」指就2015財政年度而言，於2013年4月1日前開業並於2015年3月31日仍然存續的直營零售點的營業額。同店銷售不包括批發及其他渠道的營業額。

(2) 2015財政年度的派息率(包括建議末期股息)在全年基礎上約為51.3%。

截至2015年3月31日止年度的全年業績

周大福珠寶集團有限公司(「本公司」、「我們」或「周大福」)董事會(「董事會」或「董事」)欣然宣佈，本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至2015年3月31日止年度(「2015財政年度」)的經審核全年業績連同截至2014年3月31日止年度(「2014財政年度」)的比較數字如下：

綜合損益及其他全面收益表

截至2015年3月31日止年度

	附註	2015 百萬港元	2014 百萬港元
營業額	2	64,277.0	77,407.1
銷售成本		<u>(45,204.6)</u>	<u>(56,254.8)</u>
毛利		19,072.4	21,152.3
其他收入		453.0	351.7
其他收益及虧損		(35.9)	130.2
銷售及分銷成本		(9,935.8)	(10,035.6)
行政開支		(2,408.6)	(2,171.6)
其他開支		(94.7)	(38.0)
融資成本		(380.5)	(222.8)
分佔一家合資企業之業績		<u>(10.8)</u>	<u>(3.2)</u>
除稅前溢利	3	6,659.1	9,163.0
稅項	4	<u>(1,123.3)</u>	<u>(1,713.8)</u>
年度溢利		<u>5,535.8</u>	<u>7,449.2</u>
其他全面(開支)收益：			
隨後不會重新分類至 損益的項目：			
—重新計算定額福利計劃		<u>(19.0)</u>	<u>28.3</u>
隨後可能會重新分類至損益的 項目：			
—換算產生的匯兌差額		21.1	262.3
—分佔一家合資企業之換算儲備		<u>(0.1)</u>	<u>0.1</u>
		<u>21.0</u>	<u>262.4</u>
年度其他全面收益		<u>2.0</u>	<u>290.7</u>
年度全面收益總額		<u><u>5,537.8</u></u>	<u><u>7,739.9</u></u>

	附註	2015 百萬港元	2014 百萬港元
以下各方應佔年度溢利：			
本公司股東		5,456.0	7,272.0
非控股權益		79.8	177.2
		<u>5,535.8</u>	<u>7,449.2</u>
以下各方應佔全面收益總額：			
本公司股東		5,456.2	7,547.8
非控股權益		81.6	192.1
		<u>5,537.8</u>	<u>7,739.9</u>
每股盈利－基本	5	<u>54.6港仙</u>	<u>72.7港仙</u>

綜合財務狀況表

於2015年3月31日

	附註	2015 百萬港元	2014 百萬港元
非流動資產			
物業、廠房及設備		4,442.5	3,054.1
土地使用權		237.9	174.6
投資物業		508.9	–
商譽		257.8	–
其他無形資產		397.2	–
購買物業、廠房及設備已付按金		294.1	283.6
於一家合資企業之權益		–	10.9
應收貸款		39.8	36.5
遞延稅項資產		860.1	703.1
		<u>7,038.3</u>	<u>4,262.8</u>
流動資產			
存貨	7	39,797.6	42,543.7
貿易及其他應收款項		5,785.4	4,872.7
應收貸款		4.3	144.5
可兌換債券		17.9	21.5
已抵押銀行存款		0.4	5.3
短期銀行存款		–	500.0
銀行結餘及現金		8,477.1	9,466.6
		<u>54,082.7</u>	<u>57,554.3</u>
流動負債			
貿易及其他應付款項		3,997.9	4,128.3
應付附屬公司非控股股東款項		197.3	228.2
應付稅項		595.8	1,064.0
銀行貸款		6,750.6	6,299.6
黃金借貸		8,338.3	10,786.8
		<u>19,879.9</u>	<u>22,506.9</u>
流動資產淨額		<u>34,202.8</u>	<u>35,047.4</u>
總資產減流動負債		<u>41,241.1</u>	<u>39,310.2</u>

	2015 百萬港元	2014 百萬港元
非流動負債		
退休福利承擔	243.3	225.0
遞延稅項負債	457.0	632.8
	<u>700.3</u>	<u>857.8</u>
資產淨額	<u>40,540.8</u>	<u>38,452.4</u>
股本	10,000.0	10,000.0
儲備	<u>29,429.5</u>	<u>27,173.3</u>
本公司股東應佔權益	39,429.5	37,173.3
非控股權益	<u>1,111.3</u>	<u>1,279.1</u>
	<u>40,540.8</u>	<u>38,452.4</u>

附註

1. 編製基準

本集團於本年度首次應用下列國際會計準則理事會及國際會計準則理事會國際財務報告準則詮釋委員會(「國際財務報告詮釋委員會」)頒佈的國際財務報告準則修訂本及一項新詮釋：

國際財務報告準則第10號、第12號 及國際會計準則第27號(修訂本)	投資實體
國際會計準則第32號(修訂本)	抵銷金融資產及金融負債
國際會計準則第36號(修訂本)	非金融資產之可收回金額披露
國際會計準則第39號(修訂本)	衍生工具更替及對沖會計法之延續
國際財務報告詮釋委員會 詮釋第21號	徵費

於本年度應用上列國際財務報告準則修訂本及一項新詮釋對於本年度及過往年度本集團之財務業績及財務狀況及／或於該等綜合財務報表載列之披露資料並無構成重大影響。

本集團並未提早應用已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂國際財務報告準則。

本公司董事預期，應用其他新訂及經修訂的國際財務報告準則對本集團的業績及財務狀況以及本集團的綜合財務報表的披露資料並無重大影響。

2. 營業額及分部資料

營業額指已收及應收售出商品款項減退貨及交易折扣的淨額。

就資源分配及評估分部表現而向主要營運決策者(即本公司執行董事)報告的資料乃按經營所在地劃分。此外，主要營運決策者在審閱時會進一步將各經營所在地所得營業額按零售及批發市場劃分進行分析。此亦為本集團進行安排及籌劃的基準。此外，分部「中國內地」細分為珠寶業務(包括珠寶鑲嵌首飾、黃金產品及鉑金／K金產品)及鐘錶業務，以達致更佳之資源分配及表現評核。因此，根據國際財務報告準則第8號，本集團的營運及可呈報分部為位於中國內地的珠寶業務及鐘錶業務和位於香港、澳門及其他市場的業務經營。釐定本集團可呈報分部時，概無將主要營運決策者所辨識的營運分部合併計算。

(a) 本集團營業額及業績的可呈報分部分析：

	中國內地				香港、澳門 及其他市場		總計	
	珠寶業務		鐘錶業務		2015	2014	2015	2014
	2015	2014	2015	2014				
營業額								
外界銷售								
— 零售	26,768.4	30,508.6	1,931.0	1,593.5	25,961.4	35,076.8	54,660.8	67,178.9
— 批發 [#]	9,142.8	10,007.7	—	38.4	473.4	182.1	9,616.2	10,228.2
分部／集團營業額	35,911.2	40,516.3	1,931.0	1,631.9	26,434.8	35,258.9	64,277.0	77,407.1
分部間銷售*	560.6	853.9	—	—	2,922.2	3,685.6	3,482.8	4,539.5
	<u>36,471.8</u>	<u>41,370.2</u>	<u>1,931.0</u>	<u>1,631.9</u>	<u>29,357.0</u>	<u>38,944.5</u>	<u>67,759.8</u>	<u>81,946.6</u>
毛利	10,766.4	11,280.1	472.1	443.0	8,282.7	9,634.3	19,521.2	21,357.4
分部間撇銷	(68.2)	(28.9)	—	—	(380.6)	(176.2)	(448.8)	(205.1)
	<u>10,698.2</u>	<u>11,251.2</u>	<u>472.1</u>	<u>443.0</u>	<u>7,902.1</u>	<u>9,458.1</u>	<u>19,072.4</u>	<u>21,152.3</u>
銷售及分銷成本與								
行政開支	(7,040.3)	(7,379.2)	(456.2)	(371.5)	(4,847.9)	(4,456.5)	(12,344.4)	(12,207.2)
其他收入淨額 ^π	123.8	206.7	12.0	10.7	24.3	89.6	160.1	307.0
分部溢利	<u>3,781.7</u>	<u>4,078.7</u>	<u>27.9</u>	<u>82.2</u>	<u>3,078.5</u>	<u>5,091.2</u>	<u>6,888.1</u>	<u>9,252.1</u>
利息收入							151.5	133.7
融資成本							(380.5)	(222.8)
除稅前溢利							<u>6,659.1</u>	<u>9,163.0</u>

* 分部間銷售按雙方協定之價格支銷。

批發主要代表向加盟商的銷售。

π 該金額指未獲分配利息收入及融資成本前各可呈報分部的其他收入、其他收益及虧損、其他開支及分佔一家合資企業之業績。

分部溢利指在未分配利息收入及融資成本前各分部所產生的溢利。此為向主要營運決策者匯報以作資源分配及表現評估的計量基準。

(b) 按產品劃分的本集團營業額分析如下：

	2015 百萬港元	2014 百萬港元
銷售		
— 珠寶鑲嵌首飾	17,378.9	16,332.2
— 黃金產品	34,214.2	47,359.6
— 鉑金/K金產品	9,256.3	10,358.3
— 鐘錶	3,427.6	3,357.0
	<u>64,277.0</u>	<u>77,407.1</u>

兩個年度內，概無個別客戶佔本集團每年總營業額10%以上。

3. 除稅前溢利

	2015 百萬港元	2014 百萬港元
除稅前溢利已扣除(計入)：		
董事酬金	80.4	62.7
員工退休福利計劃供款	598.7	511.1
員工成本	3,377.5	3,809.7
	<u>4,056.6</u>	<u>4,383.5</u>
其他無形資產攤銷	24.0	-
土地使用權攤銷	14.1	13.6
核數師酬金		
— 核數相關服務	11.0	9.8
— 非核數服務	1.5	0.9
專櫃分成	2,257.1	2,558.5
存貨成本確認為開支	43,847.5	55,280.3
物業、廠房及設備折舊	730.6	649.8
投資物業折舊	17.5	-
捐獻(計入其他開支內)	72.2	38.0
黃金借貸的公平值收益(計入銷售成本)	(418.0)	(467.9)
承租物業經營租賃租金	1,840.0	1,543.3

4. 稅項

	2015 百萬港元	2014 百萬港元
稅項開支包括：		
即期稅項：		
中國內地企業所得稅	842.8	972.1
香港利得稅	474.9	694.6
澳門所得補充稅	82.1	116.7
	<u>1,399.8</u>	<u>1,783.4</u>
過往年度撥備不足(超額撥備)：		
中國內地企業所得稅	0.1	44.8
香港利得稅	(1.2)	(0.3)
澳門所得補充稅	4.4	-
	<u>3.3</u>	<u>44.5</u>
遞延稅項計入	<u>(307.8)</u>	<u>(153.2)</u>
預扣稅*	<u>28.0</u>	<u>39.1</u>
	<u><u>1,123.3</u></u>	<u><u>1,713.8</u></u>

* 預扣稅主要指集團內公司間中國內地授權收入及利息收入預扣稅。

香港利得稅乃按兩個年度的估計應課稅溢利按16.5%稅率計算。

根據中華人民共和國企業所得稅法及其實施細則，中國內地附屬公司的稅率兩年均為25%。

本公司若干中國內地附屬公司獲有關中國內地西部發展的稅項優惠。兩個年度的適用稅率均為15%。

澳門所得補充稅乃按兩個年度的估計應課稅溢利按最高累進稅率12%計算。

由於兩個年度並無應課稅溢利，因此並無就台灣的營運作出稅項撥備。

5. 每股盈利

年度每股基本盈利是基於本公司股東應佔年內綜合溢利，以及年內已發行股份10,000,000,000股(2014年：10,000,000,000股)計算。

由於兩個年度並無潛在普通股，故並無呈列每股攤薄盈利。

6. 股息

	2015 百萬港元	2014 百萬港元
於本年度確認為分派之股息：		
2015年中期 — 每股13.0港仙 (2014年：2014年中期 — 每股17.0港仙)	1,300.0	1,700.0
2014年末期 — 每股19.0港仙 (2014年：2013年末期 — 每股16.0港仙)	<u>1,900.0</u>	<u>1,600.0</u>
	<u>3,200.0</u>	<u>3,300.0</u>

於報告期末後，本公司董事建議就截至2015年3月31日止年度派付末期股息每股15.0港仙，合共約1,500.0百萬港元(2014年：每股19.0港仙，合共約1,900.0百萬港元)，惟須待股東於應屆股東大會上批准方告作實。

7. 存貨

	2015 百萬港元	2014 百萬港元
生產以下產品的原材料：		
珠寶鑲嵌首飾	6,705.6	7,431.4
黃金產品	1,040.5	2,321.2
鉑金/K金產品	<u>174.6</u>	<u>333.1</u>
	<u>7,920.7</u>	<u>10,085.7</u>
製成品：		
珠寶鑲嵌首飾	14,061.3	11,625.6
黃金產品	10,723.1	13,215.9
鉑金/K金產品	3,492.8	3,695.9
鐘錶	<u>3,447.2</u>	<u>3,859.1</u>
	<u>31,724.4</u>	<u>32,396.5</u>
包裝物料	<u>152.5</u>	<u>61.5</u>
	<u>39,797.6</u>	<u>42,543.7</u>

管理層討論與分析

業務回顧

儘管2015財政年度市場環境充滿挑戰，但我們的團隊依然堅守承諾，為客戶提供最佳的產品及體驗。我們樂見團隊於2015財政年度取得成果：

零售網絡擴展：我們的網絡淨增加180個零售點。雖然增設新零售點對我們保持市場領先地位尤其重要，但我們會密切留意我們零售點之設置策略，於市況波動時按需要及時調整；

於3月31日	2013 總計	2014 總計	2015財政年度			2015 總計
			增加	減少	淨增減	
零售點網絡						
中國內地	1,731	1,965	294	(135)	159	2,124
珠寶零售點	1,640	1,828	280	(116)	164	1,992
鐘錶零售點	91	137	14	(19)	(5)	132
香港、澳門及 其他市場	105	112	27	(6)	21	133
總計	1,836	2,077	321	(141)	180	2,257

電子商務興起：我們推動電子商務業務，承接去年的強勢發展，零售值按年顯著增長29.3%；

引入Hearts On Fire豐富產品組合：我們於2014年8月完成收購國際知名品牌Hearts On Fire，以豐富產品種類，擴展鍾情精緻產品的客源。我們已於中國內地開設首間Hearts On Fire店；



首間Hearts On Fire專賣店於中國內地上海揭幕

與跨國企業及韓國名人合作以提升品牌曝光率：我們與De Beers、力拓集團及迪士尼等知名跨國夥伴合作，共同開拓珠寶業務新領域，更與韓國明星名人合作推出獨家系列，利用社交媒體的力量宣傳品牌；

透過會員計劃回饋忠誠客戶：我們不斷加強客戶關係管理，於過往兩、三年客戶的再消費率穩步上升，是客戶忠誠度的重要指標；及

運用科技以了解客戶需要及提高營運效率：我們的零售點採用無線射頻技術設備，簡化店面及後勤程序，讓銷售人員專注服務客戶和提供同業間最佳體驗。

展望

來年，我們會繼續致力兼顧增長與回報，具體目標在於以下五大領域：

市場發展

中國內地方面，我們計劃於2016財政年度淨增加150至160個零售點。現時在國內700多個城市中，我們僅在其中的484個城市經營，相信未來仍有很大的發展空間。為確保新設零售點能全面開發潛在市場，我們將集中經營較次級的城市，並借助當地專才及專業知識協助開拓市場。此外我們將於未來三年提升大約10%零售點至「華貴」或「豪雅」的風格，以應對零售市場的迅速轉變。提升計劃主要於一、二線城市進行，因此等城市的顧客期望一般較高。



周大福珠寶藝術中心於中國內地沈陽揭幕

香港和澳門方面，我們於2016財政年度將以進一步提升效率為重，繼續適度整合零售網絡，控制租賃成本。

海外市場仍然是我們市場發展計劃的策略之一，我們致力於華人聚居或經常到訪的地方，成為最值得信賴的品牌。我們已進駐台灣、馬來西亞及新加坡，以及最新開拓的市場—南韓。

最後，我們認為電子商務、線上線下互動(「O2O」)及其他形式的全渠道零售是增長潛力巨大的領域。我們的「Smart+」計劃最能體現我們發展此領域的決心，我們希望運用互聯網與廣泛應用創新工具，整合我們的分銷渠道及客戶平台，為客戶提供無縫的消費體驗。我們認為，在我們原有的業務核心基礎上，上述計劃有助我們探討釋放O2O協同效益的方法，並且透過互動而嶄新的方法與客戶(尤其是年輕一代)保持聯繫。

產品

我們認為行業其中一個最大的挑戰是客戶喜好不斷轉變，而我們的產品策略之主要目的為緊貼客戶之步伐。因此以市場為主導的策略及以客為尊的設計，正是我們產品策略的兩大主要元素。

我們以出眾的產品為客戶創造獨特的價值。如上文所述，我們特意收購Hearts On Fire，正是為了讓高端產品種類更全面。我們已有全面計劃應付不斷上升的客戶期望，其中我們留意到時尚系列、藝術珠寶及設計師聯名系列有更大的增長空間，因此我們成立周大福珠寶創意中心以孕育創意。



Hearts On Fire
「Aerial」系列



完美婚嫁系列



「周大福 x LMH」
系列



周大福珠寶創意中心於中國內地順德揭幕

品牌及市場推廣

有效管理我們的品牌和顧客忠誠度對我們的長遠成功尤其關鍵。我們以各種方法維持品牌形象，同時致力保持健康而高質之會員再消費份額。

我們會透過有效且高效率的品牌管理及市場推廣活動提高品牌曝光率。我們會持續增加O2O市場推廣活動，並相信傳統廣告及數碼市場推廣工具的融合可以發揮巨大潛力，達致更有針對性的品牌曝光。

本年度，我們的年度高端珠寶拍賣「暹粒·璀璨光映」再一次取得巨大成功，使我們在高端珠寶領域別樹一格。



完美婚嫁系列



「暹粒·璀璨光映」系列

營運

我們的垂直整合業務模式包括原材料採購乃至零售，因此透過改善各業務過程提升效率一直是我們的主要目標。

我們致力開發及投資各種方法和技術，以便更有效率地處理零售網絡的分銷及存貨調撥。我們在本年度開展一個為期兩至三年的計劃，統一及保留存貨擁有權，以便利零售網絡中之存貨調撥。其他的中短期措施包括物流及配貨中心的物流系統，運用無線射頻技術進行盤點及發展生產能力，以逐步提高內部生產的比例。以上對未來增長必需的投資可能需數年時間才漸見成果，但我們作為市場領導者，將致力為業界創造突破，爭取更高經營效率。



於庫存盤點時，使用手提電子盤點器
掃描線射頻標籤



使用具無線射頻技術之智能奉客盤
促進銷售及收集客人喜好

管理

人才是我們最寶貴的資源，因此為員工提供合適培訓對我們至關重要。我們需讓員工配備合適才能，方可實踐業務計劃。我們會繼續以員工培訓及激勵作為我們長期業務發展的重要內容。

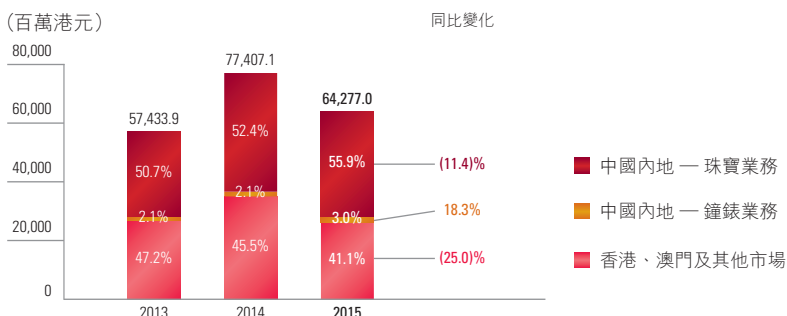
我們今年將成立周大福培訓學院，進一步提高員工的專業技能和知識。周大福培訓學院由外聘顧問及高級管理人員擔任導師，通過網上課程、工作坊及在職培訓，培養全面、專業且能幹的員工。

財務回顧

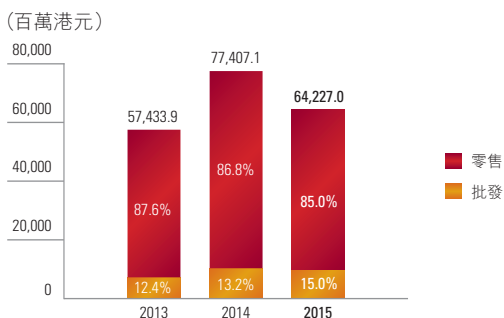
營業額

截至3月31日止年度

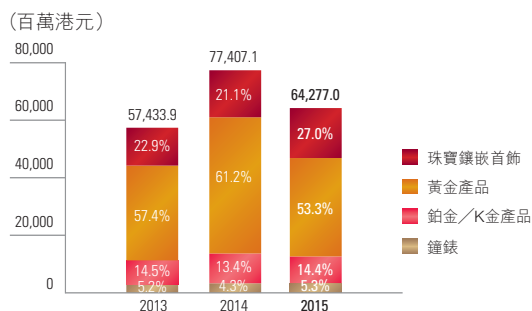
按可呈報分部劃分的營業額



按營運模式劃分的營業額



按產品劃分的營業額



附註：百分比計算結果或略有進位差異

本集團於2015財政年度錄得營業額64,277.0百萬港元(2014財政年度：77,407.1百萬港元)，較去年下降17.0%，主要是由於2014財政年度的搶購黃金潮、大中華地區經濟增長疲弱及地區市場結構變化產生的高基數影響。

然而，珠寶鑲嵌首飾(為高毛利率產品，而其銷售與消費者意欲密切相關)整體銷售增長6.4%，加上黃金產品需求有所下降，令產品組合進一步改善。珠寶鑲嵌首飾組合方面，2015財政年度，中國內地(包括鐘錶業分部)與香港、澳門及其他市場分別佔26.1%及28.4%，而2014財政年度分別佔20.5%及21.8%。

中國內地珠寶業務對本集團營業額的貢獻持續增加，主要是由於國家城鎮化持續，及中國內地人均可支配收入不斷上升，令人們對名貴商品的需求越見殷切，使中國內地的影響力繼續上升。

中國內地 — 珠寶業務

概覽

截至3月31日止年度	2013 百萬港元	2014 百萬港元	2015 百萬港元	2015 vs 2014 同比變化
營業額				
零售	23,117.9	30,508.6	26,768.4	(12.3)%
批發	5,980.6	10,007.7	9,142.8	(8.6)%
總計	29,098.5	40,516.3	35,911.2	(11.4)%
零售值				
直營零售點	26,969.0	35,558.7	31,013.4	(12.8)%
加盟零售點	10,674.6	14,044.9	13,811.1	(1.7)%
電子商務	264.8	516.8	663.3	28.3%
其他	61.0	200.6	102.7	(48.8)%
總計	37,969.4	50,321.0	45,590.5	(9.4)%

2014財政年度國際金價驟然回落後，搶購黃金潮產生極高基數影響，中國內地珠寶業務營業額及零售值分別較去年同期下降11.4%及9.4%。伴隨搶購黃金潮所引起的高基數影響減弱，客戶對黃金產品的需求逐漸恢復正常，2015財政年度銷售減幅不斷收窄。2015財政年度上半年的零售值較去年同期減少16.0%，而2015財政年度下半年較去年同期下降3.7%。

加盟零售點銷售表現較直營零售點相對穩定，主要是受2015財政年度開設的加盟零售點的比例穩定增長所推動，該等零售點大多位於具備經濟增長潛力且對全球經濟波動的抗禦力通常較強的次級城市。

我們的零售營業額，即直營零售點、電子商務及其他直營渠道所得營業額，較去年下跌12.3%。

我們的批發營業額指存貨交付予加盟商並以批發價入賬確認的營業額較去年下降8.6%。批發營業額減幅高於加盟零售點的零售值減幅，主要是由於加盟商取貨態度趨保守。自2015財政年度起，加盟商逐漸採取新的優化機制，存貨由我們保留直至完成與零售客戶的銷售交易，批發營業額按當前價格確認。

電子商務及其他包括透過網上銷售平台及珠寶展覽和婚慶展覽等特殊銷售活動銷售產品。

於2015年3月31日，我們營運30個(2014年3月31日：21個)電子商務平台，包括直屬網站周大福網絡旗艦店及天貓、京東、唯品會、蘇寧、魅力惠及亞馬遜等中國內地所有主要第三方交易平台。

電子商務平台的產品平均售價約為1,000港元，主要以佔網上購物者大部份的年輕客戶為目標，提供價格較低的年青系列產品。為應對新生代的需求，我們於電子商務渠道獨家供應若干產品，來年亦會更加注重快速增長的移動平台。

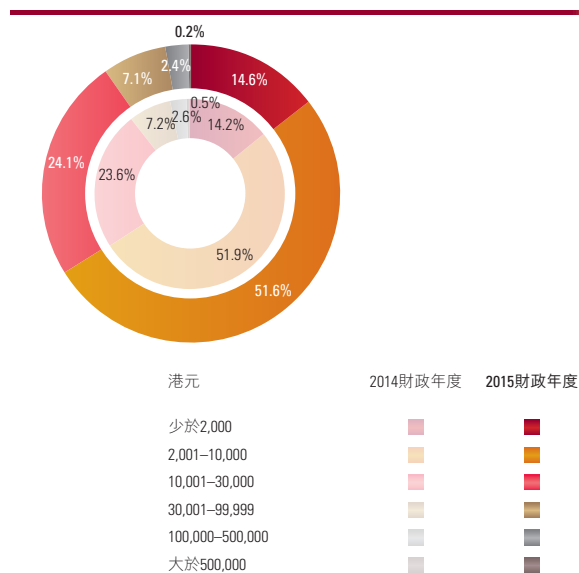
按產品劃分的零售值

於2015財政年度內，我們進一步加強與永恒印記、力拓集團和迪士尼等國際著名品牌的合作夥伴關係，以推出更多獨特和專利產品。此等專利產品零售值主要來自珠寶鑲嵌首飾，其零售值與去年比較上升85.6%。銷量的穩定增長推動珠寶鑲嵌首飾之銷售自去年起持續上升，而同店銷售亦錄得5.2%增長，促使產品組合顯著改善。

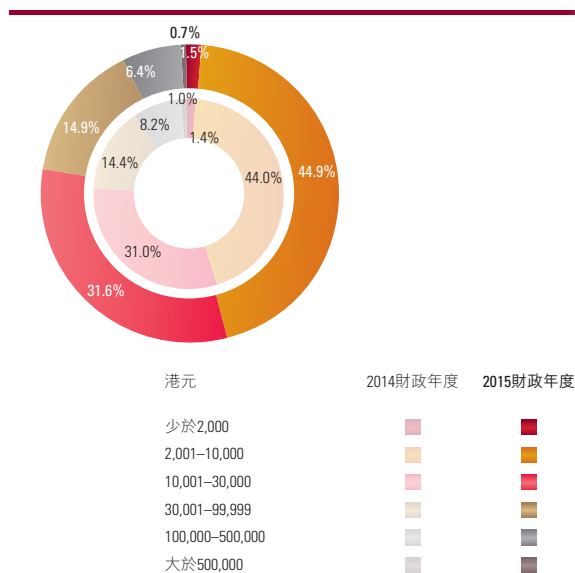
由於中國內地每年新增逾14.0百萬對新婚夫婦，婚嫁業務仍是我們的主要收入來源，貢獻零售值約39.2%(2014財政年度：32.1%)。隨著我們為應對日益蓬勃的婚嫁市場而進行的持續市場推廣投資及產品開發，珠寶鑲嵌首飾在婚嫁業務中日漸盛行。

下圖載列按價格範圍劃分的珠寶產品零售值及珠寶鑲嵌首飾零售值分析：

按價格範圍劃分的零售值 — 珠寶產品



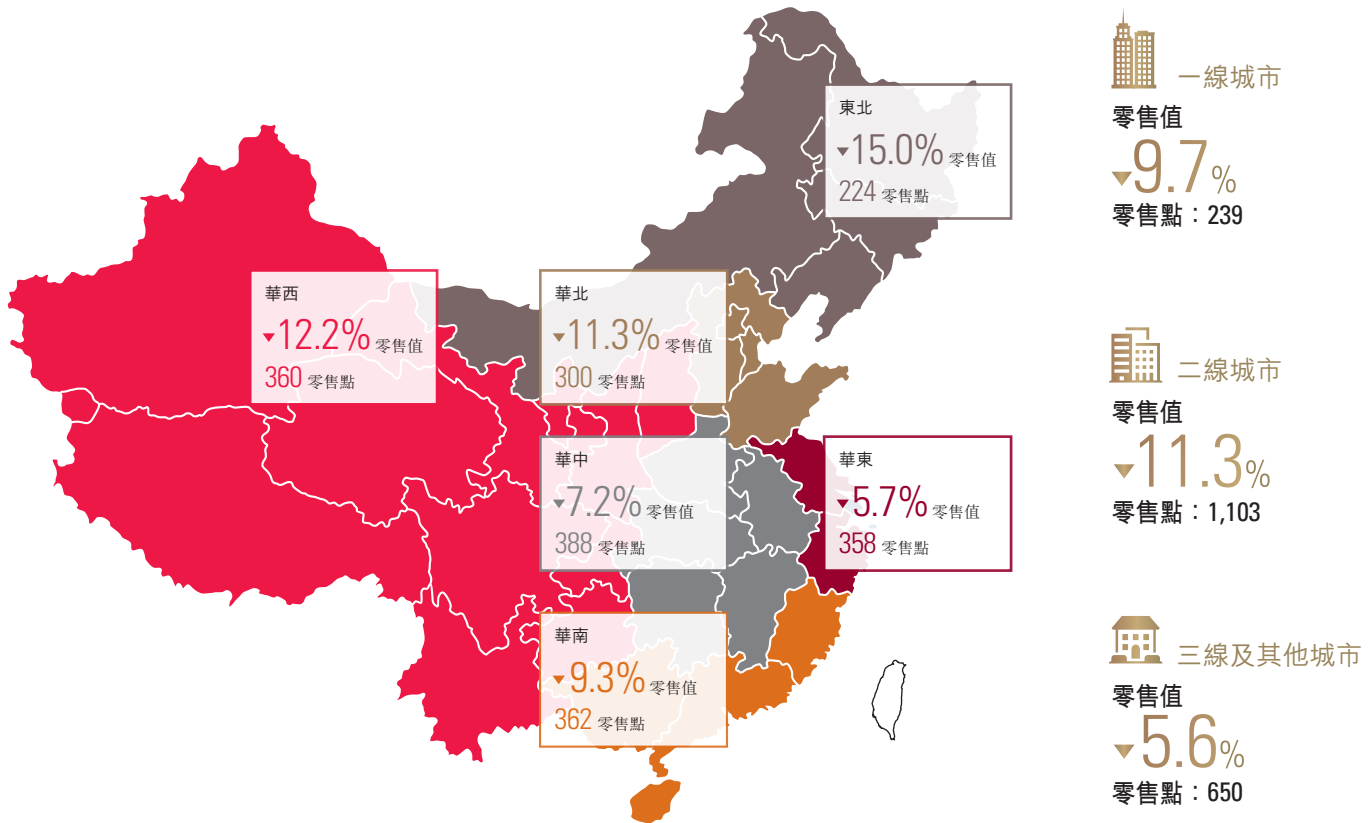
按價格範圍劃分的零售值 — 珠寶鑲嵌首飾



附註：百分比計算結果或略有進位差異

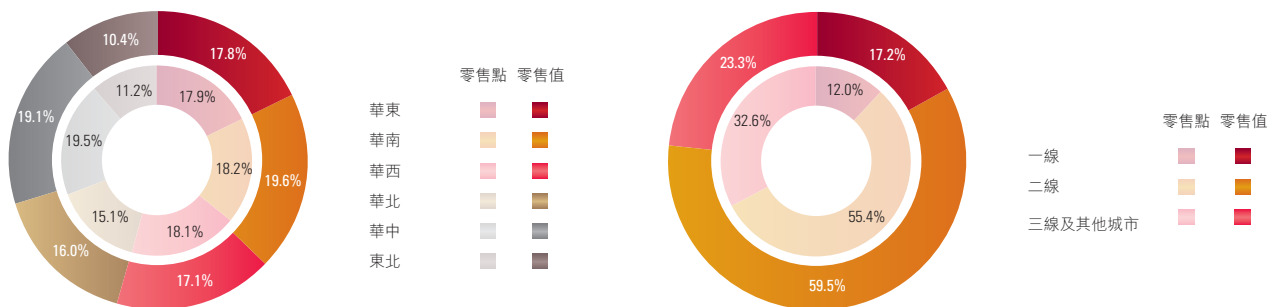
按地區及城市級別劃分的零售值表現及零售點網絡

下圖列示按地區及城市級別劃分的中國內地零售值表現及珠寶零售點網絡與去年同期的比較，以及於2015年3月31日之零售點網絡的覆蓋範圍：



按地區劃分的2015財政年度零售值及零售點

按城市級別劃分的2015財政年度零售值及零售點

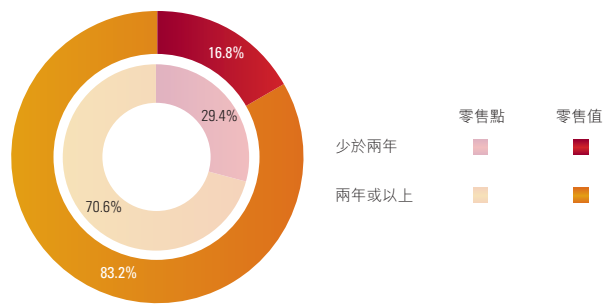


附註：百分比計算結果或略有進位差異

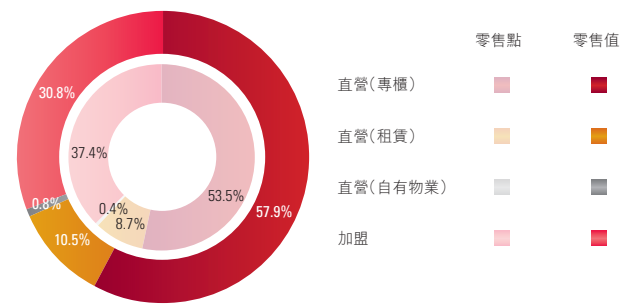
按地區劃分的零售值表現而言，我們於中國內地華東地區的零售點表現最佳，其次是華中及華南地區。

按城市級別劃分的零售值而言，三線及其他城市的抗禦力較一、二線城市強。近年，我們一直集中在二、三線及較次級城市拓展零售點網絡，致力加快拓展地域網絡。此等城市的經濟增長較高，一般對全球經濟波動的抗禦力較強，其珠寶市場增長速度亦較快。我們亦繼續提升於一、二線城市的零售點定位及品牌形象，以迎合該等城市的高品味客戶。

按店齡劃分的2015財政年度零售值及零售點



按零售點營運模式劃分的2015財政年度零售值及零售點



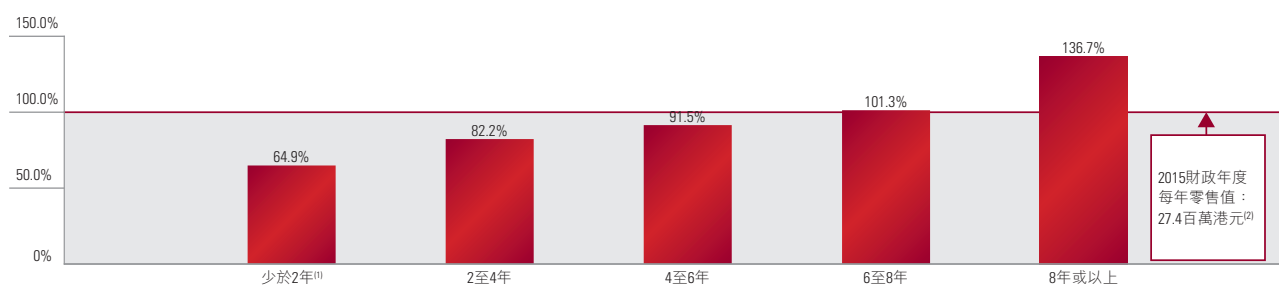
附註：百分比計算結果或略有進位差異

新開設零售點一直為我們的零售值增長貢獻良多。於2015財政年度，16.8%(2014財政年度：18.6%)的零售值來自近兩年內開設的零售點。加盟零售點的零售值貢獻由2014財政年度的28.3%增至2015財政年度的30.8%，是由於我們充份借助加盟商的網絡及對當地的了解，不斷與加盟商合作開設加盟零售點所致。

直營零售點

直營零售點的零售值較去年減少12.8%。儘管新開設的零售點持續貢獻銷售額，但同店銷售仍下降16.1%。

按店齡劃分的每店銷售額



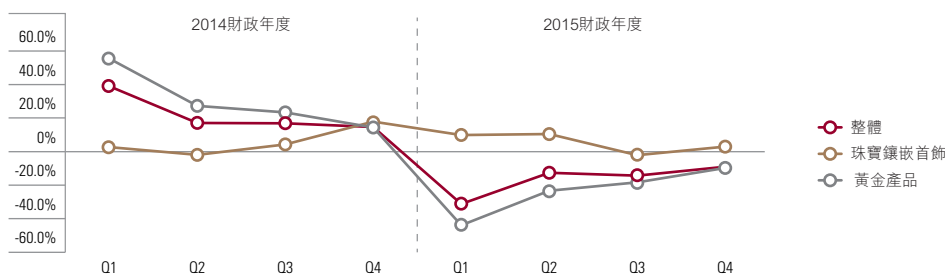
零售點一 開設日期	2013年4月至 2015年3月	2011年4月至 2013年3月	2009年4月至 2011年3月	2007年4月至 2009年3月	2007年3月 或以前	總計
零售點數目	298	364	193	176	216	1,247

■ 每店年度銷售額與每店平均同店銷售之比例

- (1) 店齡不足1年的零售點之銷售按年化基準調整
- (2) 包括增值稅

店齡不足兩年的零售點生產力為同店平均值的64.9%。儘管隨著零售點的營運發展，生產力及效率會有所提高，但新開設零售點仍需約6至8年方可達致平均同店銷售水平。我們於制定零售點擴展計劃時，新店舖盈利能力、收支平衡點及回本期分析均為重要的參考因素及指標。

同店銷售增長

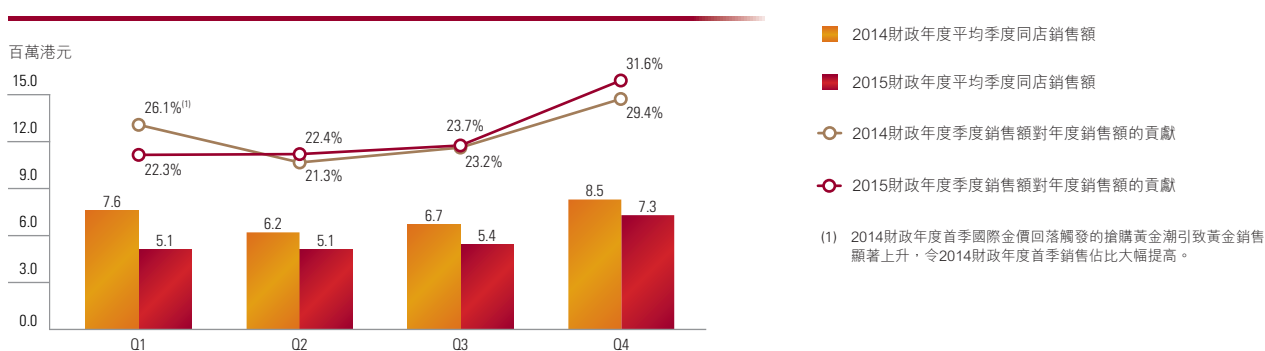


截至3月31日止年度	2014	2015	同比變化
同店銷售增長	18.6%	(16.1)%	不適用
同店銷量增長	33.6%	(16.0)%	不適用
同店銷售增長—珠寶鑲嵌首飾	6.4%	5.2%	不適用
同店銷售增長—黃金產品	28.9%	(23.8)%	不適用
	港元	港元	
平均售價 ⁽¹⁾ —珠寶鑲嵌首飾	6,628	6,833	3.1%
平均售價 ⁽¹⁾ —黃金產品	3,450	3,396	(1.6)%

(1) 2015財政年度同店基準的平均售價，包含增值稅

儘管2014財政年度搶購黃金潮引致我們的整體同店銷售增長以及黃金產品同店銷售增長波動，但珠寶鑲嵌首飾的同店銷售增長相對穩定，於2015財政年度保持穩健增長。

平均季度銷售額及其對年度銷售額的貢獻



附註：百分比計算結果或略有進位差異

中國傳統上習慣於慶祝活動及佳節時送贈珠寶禮品，尤其是我們之財政年度第四季度一般為結婚登記旺季，且有中國新年及情人節等重要節日及活動，令我們的產品需求較其他季度為高。

中國內地—鐘錶業務

截至3月31日止年度	2013 百萬港元	2014 百萬港元	2015 百萬港元	2015 vs 2014 同比變化
營業額	1,209.9	1,631.9	1,931.0	18.3%
零售值	1,339.4	1,864.4	2,259.3	21.2%

儘管於2014財政年度期間，我們於中國內地的鐘錶業務銷售主要受淨增加的46個零售點所推動而攀升，但同店銷售較去年同期下降4.5%。同店銷售增長的下降反映奢侈品市場消費意欲整體疲弱以及2015財政年度下半年貨幣波動的影響，從而推動消費轉向海外市場。

香港、澳門及其他市場

概覽

截至3月31日止年度	2013 百萬港元	2014 百萬港元	2015 百萬港元	2015 vs 2014 同比變化
營業額				
零售	26,041.7	35,076.8	25,961.4	(26.0)%
批發	1,083.8	182.1	473.4	160.0%
總計	27,125.5	35,258.9	26,434.8	(25.0)%
零售值				
香港	21,308.2	29,362.6	22,329.2	(24.0)%
澳門	4,454.6	5,590.7	3,904.1	(30.2)%
台灣及其他亞洲市場	122.9	142.9	212.6	48.8%
美國	—	—	17.8	不適用
總計	25,885.7	35,096.2	26,463.7	(24.6)%

2015財政年度期間，香港、澳門及其他市場的銷售表現受高基數、普遍疲弱的消費意欲及經濟結構調整所影響，導致營業額及零售值分別下降25.0%及24.6%。

零售營業額即直營零售點、電子商務及其他直接銷售渠道的銷售額，較去年減少26.0%。

批發營業額較去年增加160.0%。批發營業額包括向鑽石交易商非經常性批發所得營業額及對加盟商及Hearts On Fire零售夥伴銷售所得營業額，大部份於存貨交付予加盟商或零售夥伴時確認並以批發價入賬。

台灣及其他亞洲市場的零售值包括我們於台灣的直營零售點、於新加坡、馬來西亞及南韓的加盟零售點以及於台灣8個Hearts On Fire零售點的銷售額。

相比香港及澳門，台灣及其他亞洲市場的零售值表現較為出色，較去年增長48.8%，是由於我們於2014年8月31日收購Hearts On Fire於台灣的零售點，和該地區消費意欲相對穩定所致。

美國的零售值指位於內華達州拉斯維加斯及賓夕法尼亞州普魯士王的2個Hearts On Fire直營零售點所產生的銷售額，惟不包括Hearts On Fire零售夥伴的零售值。

按產品劃分的零售值

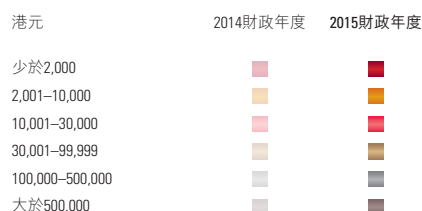
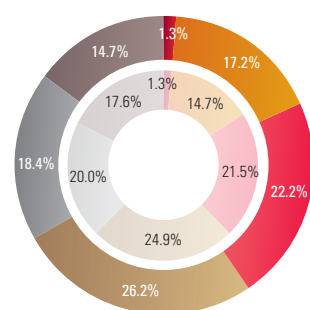
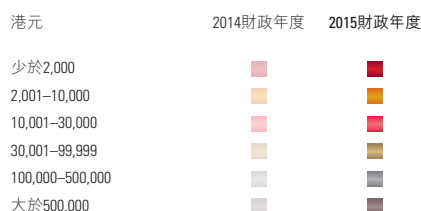
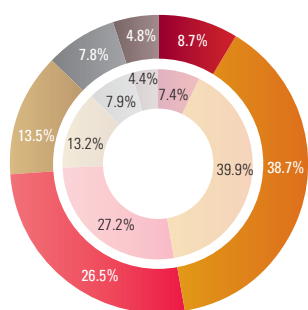
於2015財政年度內，我們進一步加強與永恒印記、力拓集團和迪士尼等國際著名品牌的合作夥伴關係，以推出更多獨特和專利產品。其零售值主要來自珠寶鑲嵌首飾，而這些珠寶鑲嵌首飾零售值與去年同期比較上升7.6%。

我們的產品一直被視為香港及澳門婚嫁時的熱門禮物。婚嫁業務仍是我們的主要分部，貢獻約41.0% (2014財政年度：36.0%)的零售值。

下圖載列按價格範圍劃分的整體零售值及珠寶鑲嵌首飾零售值分析：

按價格範圍劃分的零售值 — 珠寶產品

按價格範圍劃分的零售值 — 珠寶鑲嵌首飾



附註：百分比計算結果或略有進位差異

根據香港商務及經濟發展局和澳門統計暨普查局的資料，於2015財政年度，訪港內地遊客人數較去年同期增加12.8%至48.1百萬人次，訪澳遊客人數則增加8.8%至21.1百萬人次。

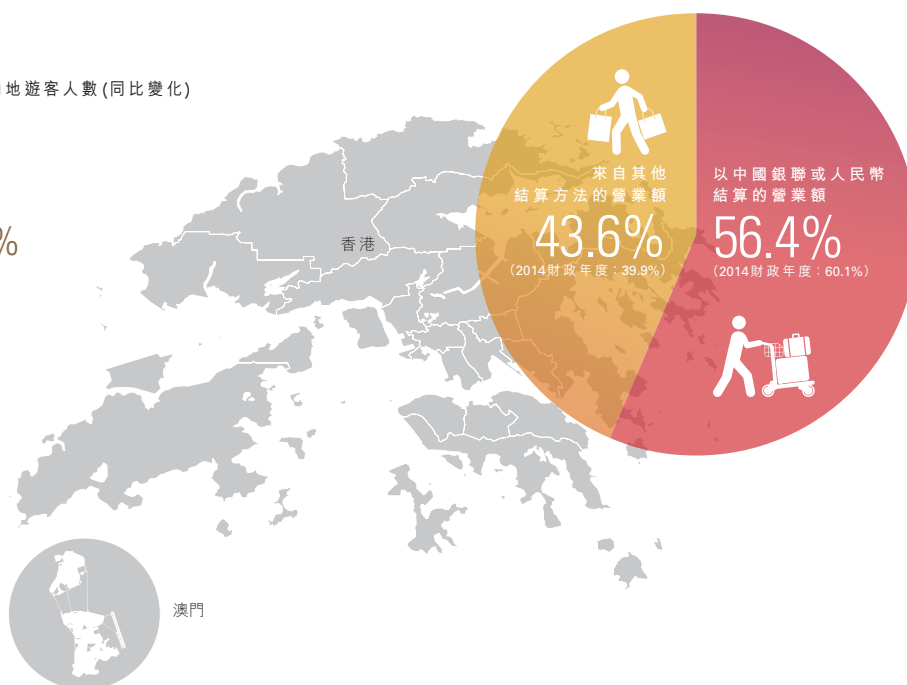
儘管內地遊客人數增加，惟過夜遊客比例由2014財政年度的43.6%下降至2015財政年度的41.1%。同時，我們看到他們的消費習慣已明顯不同，對我們的銷售貢獻亦有所下降，從以中國銀聯或人民幣結算的營業額比例下降(2015財政年度：56.4%；2014財政年度：60.1%)，以及旅遊區(包括機場、銅鑼灣、旺角、沙田、上水、尖沙咀、油麻地及澳門)零售值貢獻由2014財政年度的79.9%跌至2015財政年度的77.3%，可見一斑。

香港及澳門

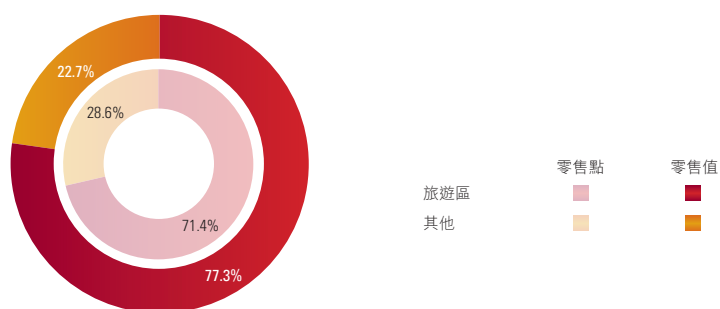
2015 財政年度內地遊客人數 (同比變化)

香港
▲12.8%

澳門
▲8.8%



按區域劃分的2015財政年度零售值與零售點

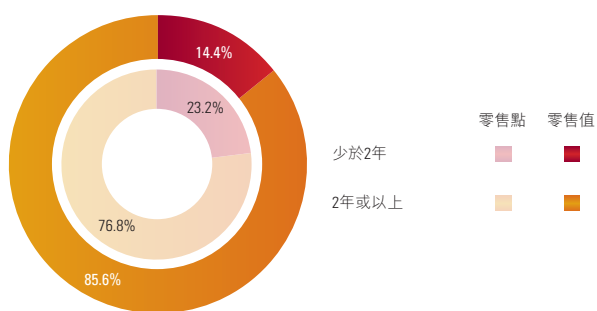


附註：百分比計算結果或略有進位差異

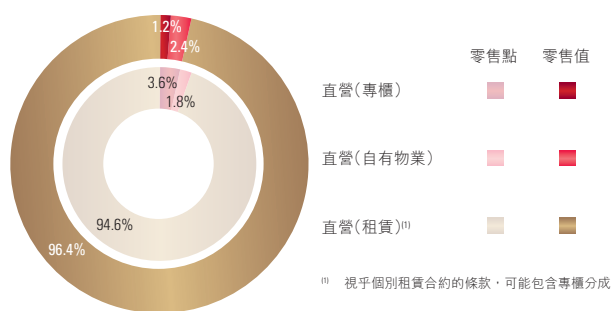
客流量下降亦反映香港及澳門消費意欲相對疲弱。根據我們於旅遊區部份主要零售點安裝的人流感應器，客流量較去年同期下降約三分之一。儘管如此，憑藉我們成功的營銷及銷售策略，轉換率仍有提升。

我們近期發現內地遊客選擇的海外旅遊目的地有所改變。內地遊客到訪的旅遊模式之潛在轉變或會令香港及澳門零售業結構發生變化，使我們的業務存在不確定因素。我們致力擴大業務網絡，以拓展至受內地遊客歡迎的熱門旅遊目的地，同時亦會專注提升現有零售點的營運效率，並整合零售點以提升店鋪效率。

按店齡劃分的2015財政年度零售值與零售點



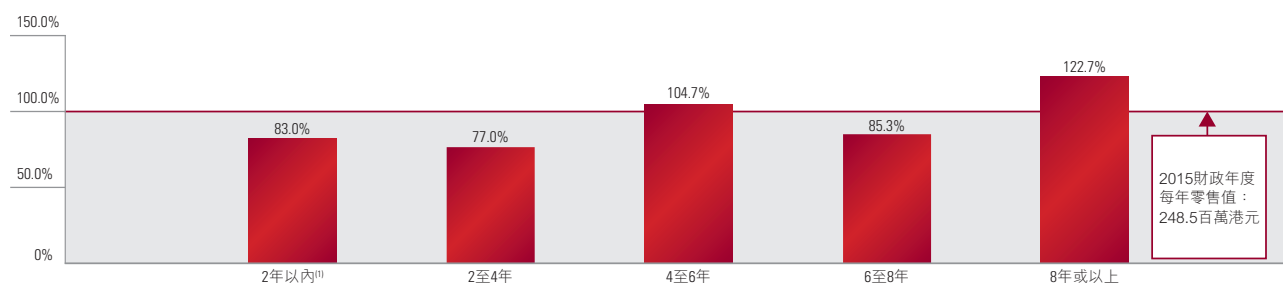
按零售點營運模式劃分的2015財政年度零售值與零售點



附註：百分比計算結果或略有進位差異

新開設零售點繼續為我們的零售值增長作出貢獻。於2015財政年度，14.4%(2014財政年度：20.6%)的零售值來自兩年內開設的零售點。

按店齡劃分的每店銷售額



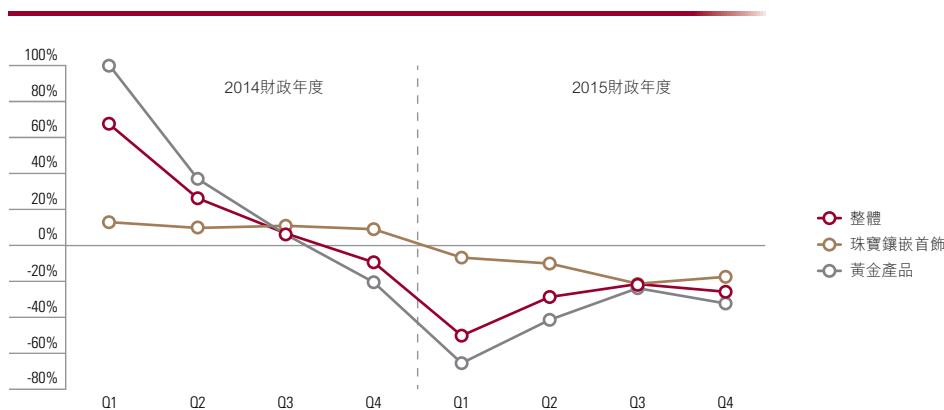
零售點 一開設日期	2013年4月至 2015年3月	2011年4月至 2013年3月	2009年4月至 2011年3月	2007年4月至 2009年3月	2007年3月 或以前	總計
零售點數目	26	31	11	9	35	112

■ 每店年度銷售額與每店平均同店銷售之比例

(1) 店齡不足1年的零售點之銷售額按年化基準調整

香港及澳門市場相對成熟。我們的新店通常位於旅遊區，自開業起生產力即能達較高水平，營運發展模式通常與中國內地零售點不同。

同店銷售增長

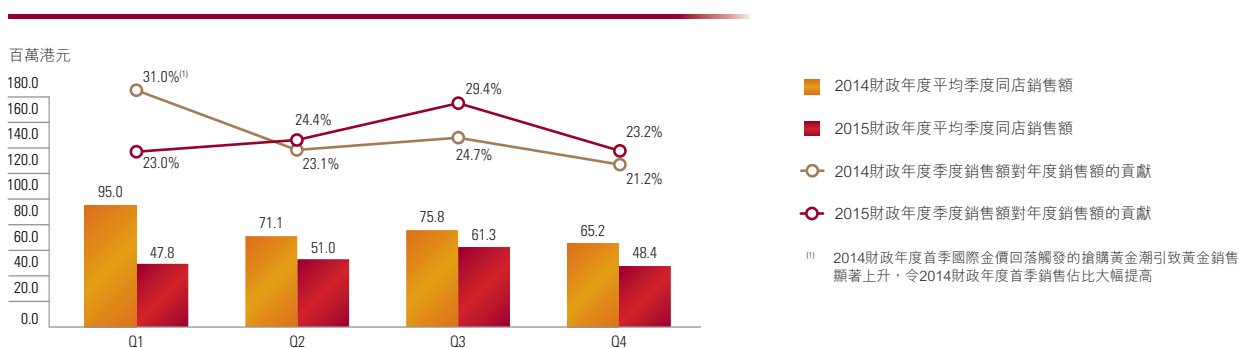


截至3月31日止年度

	2014	2015	同比變化
同店銷售增長	20.2%	(32.8)%	不適用
同店銷量增長	40.3%	(27.7)%	不適用
同店銷售增長—珠寶鑲嵌首飾	10.7%	(14.6)%	不適用
同店銷售增長—黃金產品	26.4%	(44.4)%	不適用
	港元	港元	
平均售價 ⁽¹⁾ —珠寶鑲嵌首飾	13,782	12,025	(12.7)%
平均售價 ⁽¹⁾ —黃金產品	5,372	5,309	(1.2)%

(1) 2015財政年度同店基準的平均售價

平均季度銷售額及對年度銷售額的貢獻



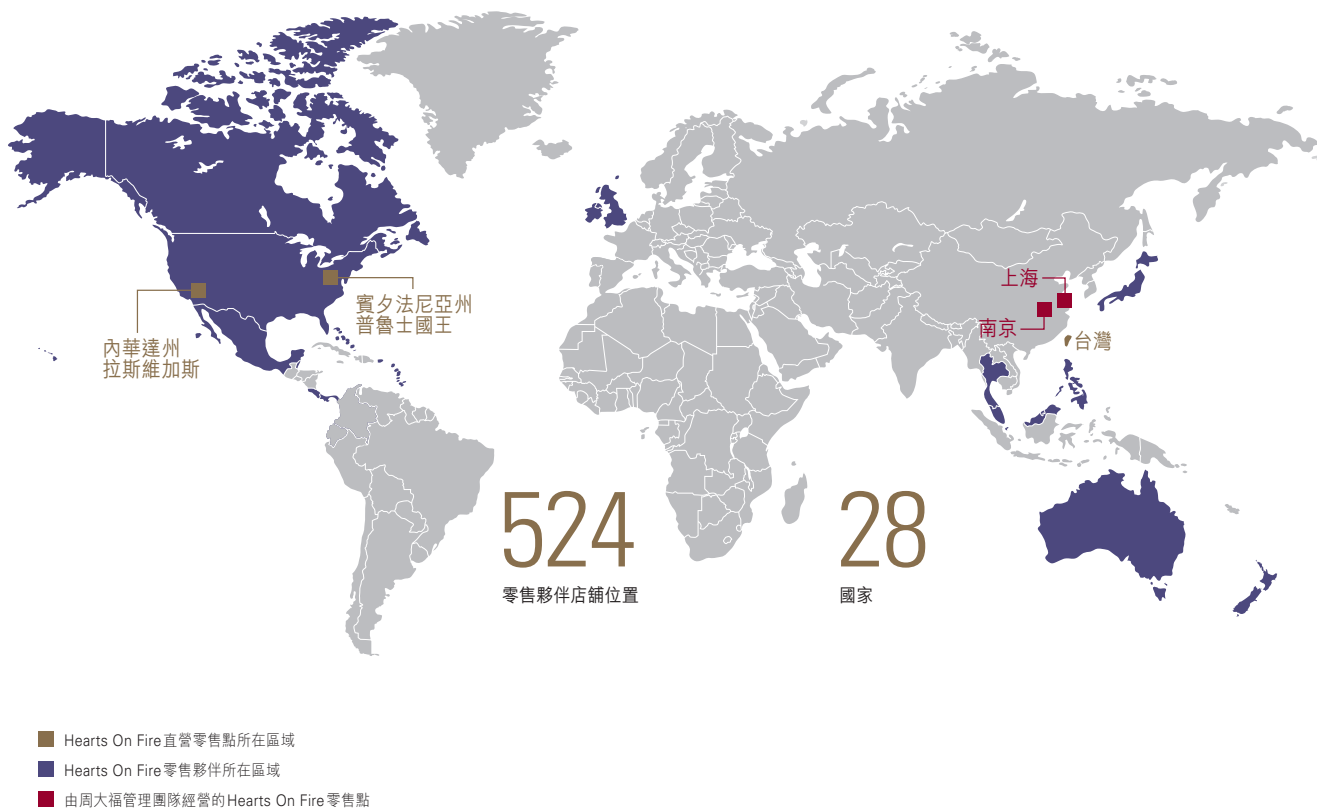
附註：百分比計算結果或略有進位差異

香港及澳門對我們產品的需求通常集中於財政年度第三季度，包括在聖誕節、年度大型促銷及傳統婚嫁季節。

Hearts On Fire

我們於2014年8月31日購入Hearts On Fire，一家銷售高級婚嫁及時尚珠寶產品的豪華品牌鑽飾公司。

所售的Hearts On Fire產品約50%為婚嫁系列，40%為經典系列，10%為設計類系列產品。2015財政年度間，Hearts On Fire約63.2%的珠寶銷售定價介乎1,000美元至10,000美元。



Hearts On Fire 透過其全球獨立零售夥伴網絡、直營店及Hearts On Fire 網站 (www.heartsonfire.com) 為其熱誠與忠誠的客戶提供產品。向零售伙伴的批發銷售營業額約佔Hearts On Fire 營業額的80%，餘下20%營業額來自直營店及Hearts On Fire 網店。Hearts On Fire 的主要市場為美國，亦涉足拉丁美洲、加勒比海、歐洲及亞洲。

於2015年3月31日，Hearts On Fire 於美國及台灣分別直接經營2個及8個零售點，並在全球28個國家設有524個零售夥伴店舖。

儘管Hearts On Fire 仍由創辦人及原有管理團隊領導，中國內地、香港及澳門的Hearts On Fire 零售點將由周大福管理團隊經營，憑藉我們對該區域的瞭解及關係網絡，資源之投入將會更加有效。

毛利及毛利率

概覽

我們的毛利由2014財政年度的21,152.3百萬港元下降9.8%至2015財政年度的19,072.4百萬港元，而毛利率由2014財政年度的27.3%增至2015財政年度的29.7%。

未變現對沖收益／虧損

市場黃金價格在臨近我們財政年度結束時下跌，我們因此於2015財政年度錄得未變現對沖收益。下表載列2013財政年度至2015財政年度的毛利率、黃金借貸及黃金遠期合約未變現對沖虧損／(收益)及經調整後的毛利率：

截至3月31日止年度	2013	2014	2015
毛利率	28.4%	27.3%	29.7%
黃金借貸及黃金遠期合約 未變現對沖虧損／(收益)	(0.3)%	0.4%	(0.5)%
經調整後的毛利率	28.1%	27.7%	29.2%

附註：百分比計算結果或略有進位差異

下圖分析金價之變動如何影響我們接近財政年度末的未變現對沖收益或虧損：

倫敦金價

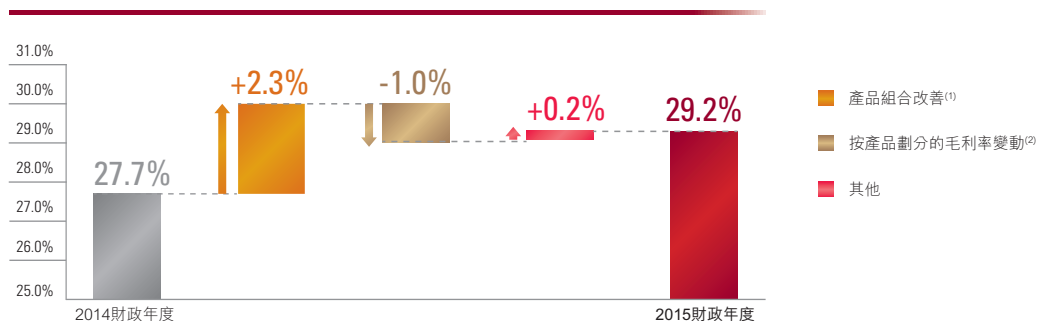


(1) T-120/150天平均值指過往連續120或150日的黃金均價。鑑於2015財政年度黃金存貨周轉較慢，故於2014財政年度及2015財政年度分別使用T-120天及T-150天的平均數。

經調整後的毛利率變動

經調整後的毛利率由2014財政年度的27.7%增至2015財政年度的29.2%。下圖顯示毛利率波動的主要因素比較：

經調整後的毛利率變動



- (1) 鑑於珠寶鑲嵌首飾的毛利率普遍高於其他產品，故2015財政年度珠寶鑲嵌首飾組合上升令整體毛利率上升
- (2) 按產品劃分的毛利率變動指同一營運模式中同一分部的同一產品類別毛利率變動的影響。下降主要源於市場氣氛所引致的價格壓力

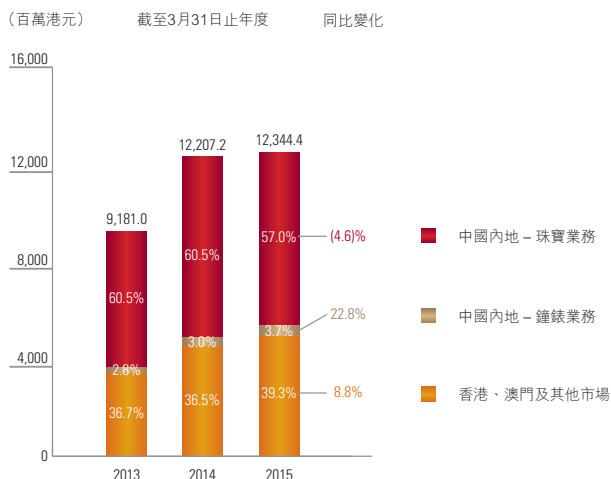
附註：百分比計算結果或略有進位差異

銷售及分銷成本以及行政開支

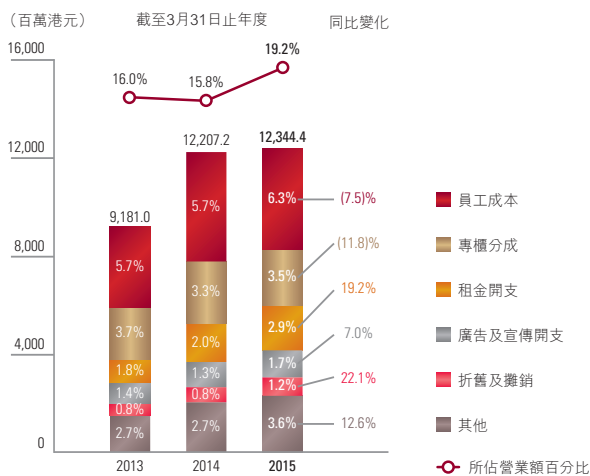
概況

我們的銷售及分銷成本以及行政開支（「銷售及行政開支」）增至12,344.4百萬港元（2014財政年度：12,207.2百萬港元），較去年同期增加1.1%。我們的銷售及行政開支主要與零售點營運，貨品處理和生產支援相關，因此跟零售點數目和整體銷售數量有密切關係。下表載列按該等開支性質及分部劃分的分析：

按可呈報分部劃分的銷售及行政開支



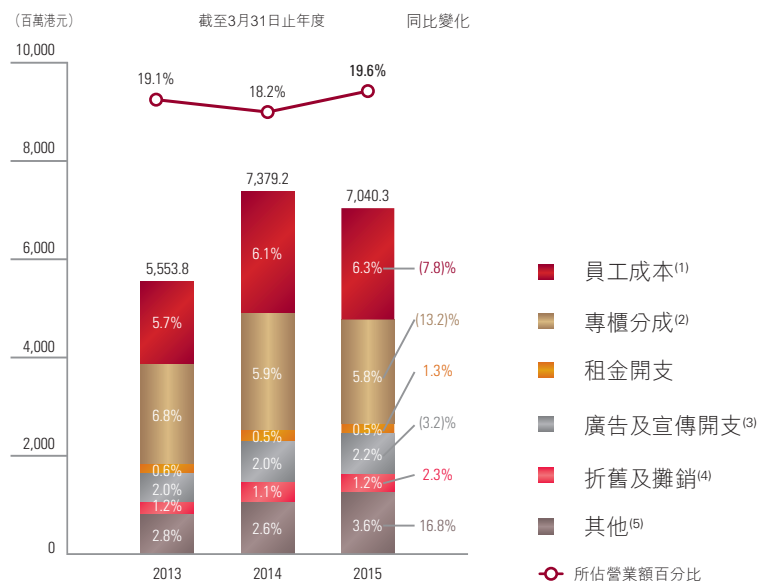
銷售及行政開支佔營業額比率



附註：百分比計算結果或略有進位差異

中國內地 — 珠寶業務

銷售及行政開支佔營業額比率

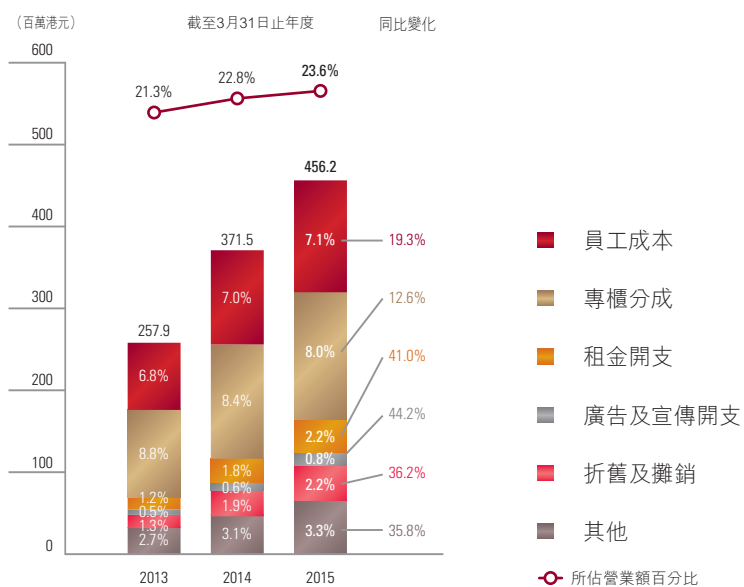


附註：百分比計算結果或略有進位差異

- (1) 員工成本中，30.3% (2014財政年度：38.0%) 為按表現計算，隨銷售下降而減少，餘下大部份為固定成本，隨僱員人數增加而上漲。員工成本佔營業額的比率由2014財政年度的6.1%增至2015財政年度的6.3%，是由於固定成本的負面經營槓桿效應
- (2) 專櫃分成整體隨零售營業額下降而減少。2015財政年度，直營(專櫃)零售點分成佔營業額的平均比率為9.4%，而2014財政年度為9.3%
- (3) 廣告及宣傳開支較去年同期下降3.2%，開支佔營業額的比率由2014財政年度的2.0%增至2015財政年度的2.2%，是由於負面經營槓桿效應所致。我們認為穩定的市場投資有助我們於市場復甦時重奪市場份額
- (4) 折舊和攤銷隨着零售點網絡擴展及新增生產設備而增加
- (5) 銷售及行政開支的其他包括包裝物料，鑑證費用，付給授權公司的專利費用，郵遞及運輸費用，雜項以及零售點和營運中心的間接費用。這些費用佔營業額的比率主要因負面經營槓桿效應而上升，而其增長主要跟隨零售點數目和珠寶鑲嵌首飾銷售數量的增加

中國內地 — 鐘錶業務

銷售及行政開支佔營業額比率



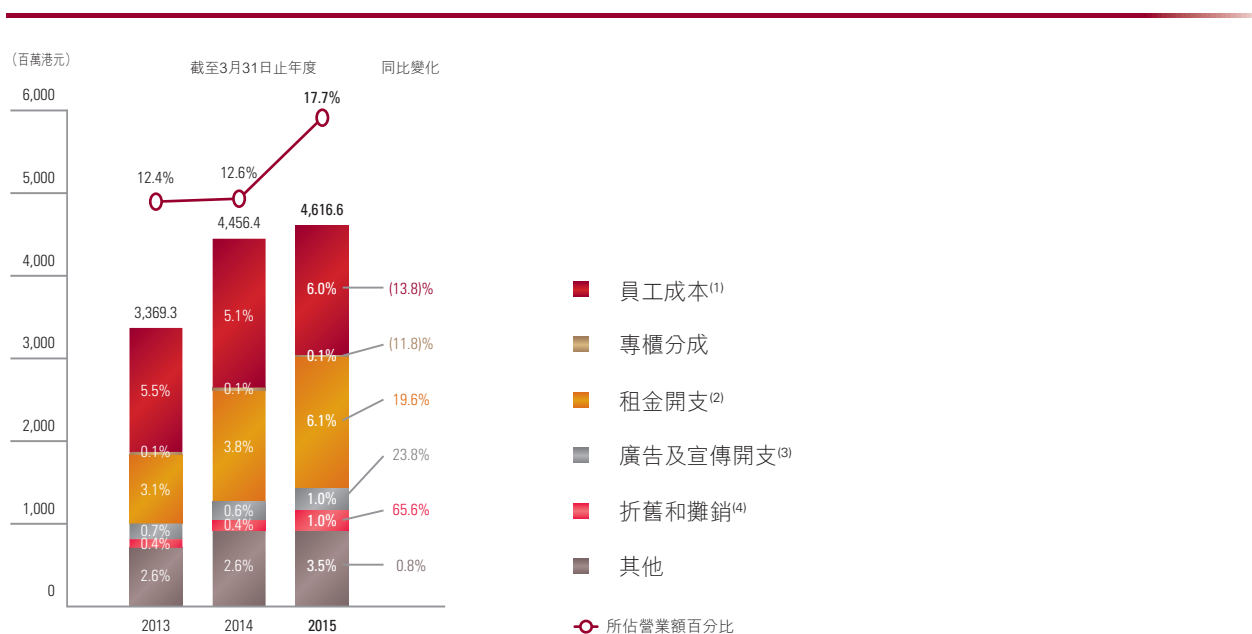
附註：百分比計算結果或略有進位差異

中國內地鐘錶業務的銷售及行政開支增加大致與營業額增加一致，而其營業額較去年同期增加18.3%。

香港、澳門及其他市場

銷售及行政開支的分析如下(假設不計我們於年內所收購的Hearts On Fire相關開支231.3百萬港元)：

銷售及行政開支佔營業額比率



附註：百分比計算結果或略有進位差異

- (1) 員工成本中，43.9% (2014財政年度：54.8%) 為按表現計算，隨銷售下降而減少，餘下大部份為固定成本，隨僱員人數增加而上漲
- (2) 增加主要是由於在旅遊區新開設零售點以及於香港及澳門的租約續期所致。租金開支上漲19.6%中，約5.7%是由於零售點租約續期所致，餘下增幅主要是由於新開設零售點
- (3) 廣告及宣傳開支增加是由於年內進行的各類市場推廣活動所致，包括與韓國名人合作推出獨家系列及推出Hearts On Fire
- (4) 增加主要是由於零售點數目增加及收購世和中心所致

其他收入、其他收益及虧損以及其他開支

2015財政年度的其他收入為453.0百萬港元(2014財政年度：351.7百萬港元)，較去年增加28.8%，主要是由於利息收入、加盟費收入、政府補貼及租金收入增加所致。

其他收益及虧損由2014財政年度的收益130.2百萬港元降至2015財政年度的虧損35.9百萬港元，主要是由於2015財政年度產生外匯虧損淨額12.7百萬港元，而2014財政年度為收益136.4百萬港元。

其他開支由2014財政年度的38.0百萬港元增至2015財政年度的94.7百萬港元，主要是由於年內慈善捐贈及收購Hearts On Fire相關的交易成本增加所致。

融資成本及稅項

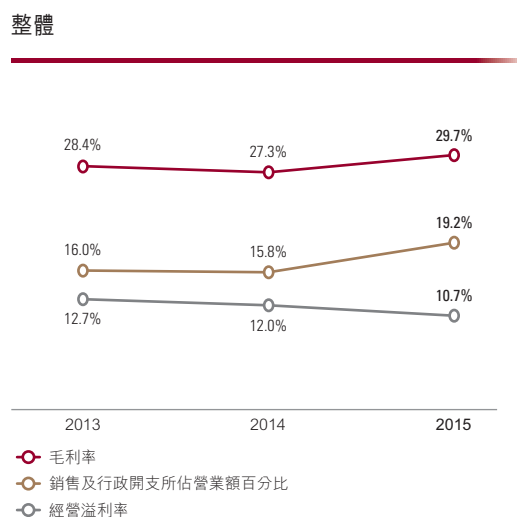
融資成本由2014財政年度的222.8百萬港元增至2015財政年度的380.5百萬港元。儘管銀行及黃金借貸的利率相對穩定，但融資成本仍然增加，主要是由於2015財政年度的銀行及黃金借貸水平較2014財政年度高。

稅務開支由2014財政年度的1,713.8百萬港元減至2015財政年度的1,123.3百萬港元，2014財政年度及2015財政年度的實際稅率分別為18.7%及16.9%，2015財政年度的實際稅率低於2014財政年度，主要是由於本集團若干附屬公司撥回多計提之股息預扣稅的一次性影響。

盈利能力、每股基本盈利及股息

我們的經營溢利(息稅前利潤)由2014財政年度的9,252.1百萬港元減至2015財政年度的6,888.1百萬港元，較去年同期減少25.6%。下列圖表載列2013財政年度至2015財政年度之毛利率、銷售及行政開支佔營業額之比率、經營溢利率、淨溢利、股東應佔溢利、每股基本盈利、每股股息及派息率：

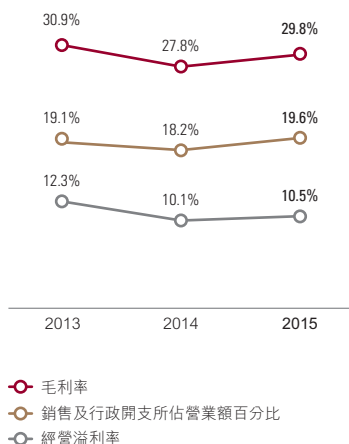
截至3月31日止年度



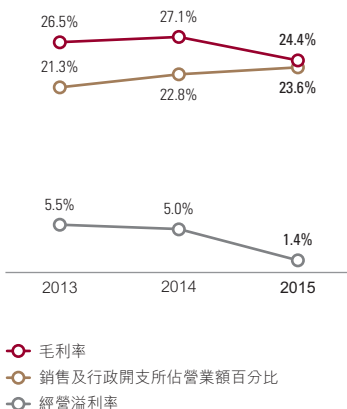
附註：百分比計算結果或略有進位差異

截至3月31日止年度

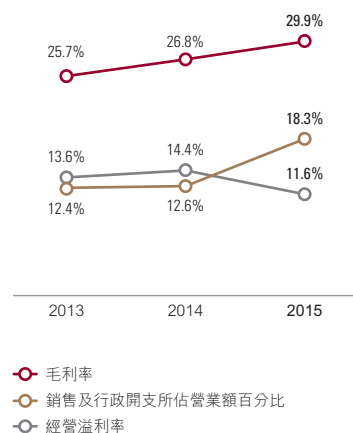
中國內地 — 珠寶業務



中國內地 — 鐘錶業務



香港、澳門及其他市場



附註：百分比計算結果或略有進位差異

截至3月31日止年度	2013 百萬港元	2014 百萬港元	2015 百萬港元	2015 vs 2014 同比變化
淨溢利	5,678.4	7,449.2	5,535.8	(25.7)%
本公司股東應佔溢利	5,505.3	7,272.0	5,456.0	(25.0)%

截至3月31日止年度	2013 港仙	2014 港仙	2015 港仙	2015 vs 2014 同比變化
每股基本盈利	55.1	72.7	54.6	(25.0)%
每股股息				
中期	6.0	17.0	13.0	(23.5)%
末期	16.0	19.0	15.0⁽¹⁾	(21.1)%
年度	22.0	36.0	28.0	(22.2)%
派息率	40.0%	49.5%	51.3%	1.8個百分點

(1) 指本公司董事建議惟須經股東於應屆股東大會批准

附註：百分比計算結果或略有進位差異

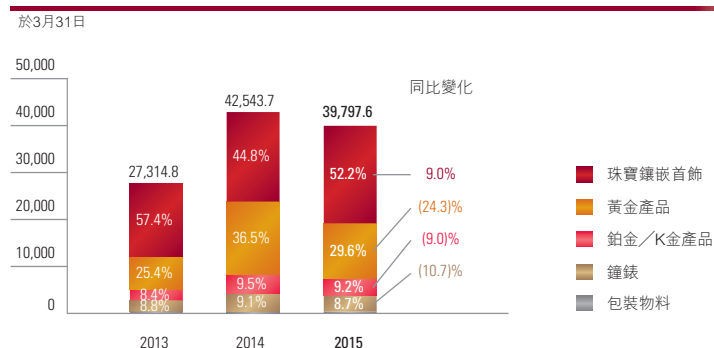
股本回報率、存貨周轉及資本架構



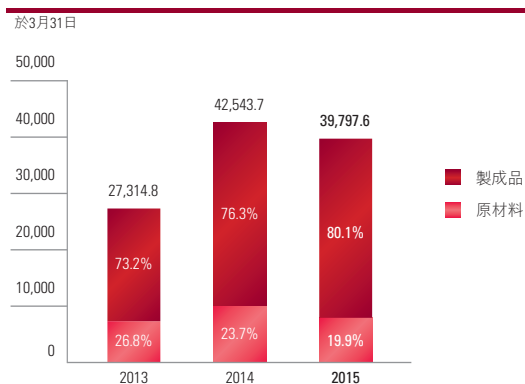
2015 財政年度我們的股本回報率(按淨溢利除以權益總額計算)為 13.7% (2014 財政年度：19.4%)，較去年同期下降 5.7 個百分點，主要是由於淨溢利率及資產回報率下降所致。

存貨結餘及周轉期

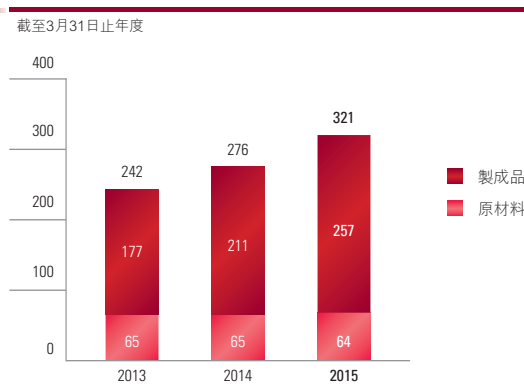
按產品劃分的存貨結餘(百萬港元)



按類別劃分的存貨結餘(百萬港元)



按類別劃分的存貨周轉期(日數)



附註：百分比計算結果或略有進位差異

我們的存貨由2014年3月31日的42,543.7百萬港元下降6.5%至2015年3月31日的39,797.6百萬港元，主要是由於黃金產品減少所致。

存貨周轉期由2014財政年度的276日增至2015財政年度的321日，存貨周轉期延長主要是由於珠寶鑲嵌首飾存貨結餘增加，以及黃金產品的存貨結餘下降，而珠寶鑲嵌首飾的周轉期高於黃金產品的周轉期。

於2015年3月31日，新的優化機制下的加盟零售點的存貨達286.9百萬港元。

資本架構

本集團主要透過來自經營現金流量、銀行貸款及黃金借貸的資本來源應付營運資金及其他流動資金需求。黃金借貸及黃金遠期合約亦用作對沖本集團黃金存貨價格波動的財務影響。

本集團日常業務所需資金主要來自營運現金流量，亦會以短期借貸支付旺季時的存貨資金需求、未來擴展計劃所需營運資金及預計之外的需求。本集團於償還貸款方面並無任何困難。

本集團之收入及開支主要以港元及人民幣計值，而資產及負債則主要以港元、人民幣及美元計值。

下表載列有關於2015年3月31日及2014年3月31日的非流動資產、存貨、銀行存款及現金等價物、銀行貸款、黃金借貸、債項淨額、營運資金和權益總額：

於3月31日	2014 百萬港元	佔權益總額 百分比	2015 百萬港元	佔權益總額 百分比	同比變化 百萬港元	計值貨幣 ⁽¹⁾	利率架構 ⁽¹⁾	到期日 ⁽¹⁾
非流動資產	4,262.8	11.1%	7,038.3	17.4%	2,775.5	不適用	不適用	不適用
存貨	42,543.7	110.6%	39,797.6	98.2%	(2,746.1)	不適用	不適用	不適用
銀行存款及現金等價物 ⁽²⁾	9,971.9	25.9%	8,477.5	20.9%	(1,494.4)	港元、 人民幣及 美元	浮動利率	不適用
總貸款	17,086.4	44.4%	15,088.9	37.2%	(1,997.5)			
銀行貸款	6,299.6	16.4%	6,750.6	16.7%	451.0	港元及 人民幣	浮動利率	12個月內
黃金借貸 ⁽³⁾	10,786.8	28.1%	8,338.3	20.6%	(2,448.5)	人民幣及 美元	固定利率	12個月內
債項淨額 ⁽⁴⁾	7,114.5	18.5%	6,611.4	16.3%	(503.1)	不適用	不適用	不適用
營運資金 ⁽⁵⁾	35,047.4	91.1%	34,202.8	84.4%	(844.6)	不適用	不適用	不適用
權益總額	38,452.4	100.0%	40,540.8	100.0%	2,088.4	不適用	不適用	不適用

(1) 有關計值貨幣、利率結構及到期日為於2015年3月31日之情況

(2) 包括銀行結餘及現金、已抵押銀行存款及短期銀行存款。於2014年3月31日，本集團有500.0百萬港元短期銀行存款，原期限為12個月，按固定年利率1.5%計息

(3) 黃金借貸減少主要是由於黃金產品存貨減少所致

(4) 銀行貸款及黃金借貸之總額(已扣除銀行存款及現金等價物)

(5) 即淨流動資產

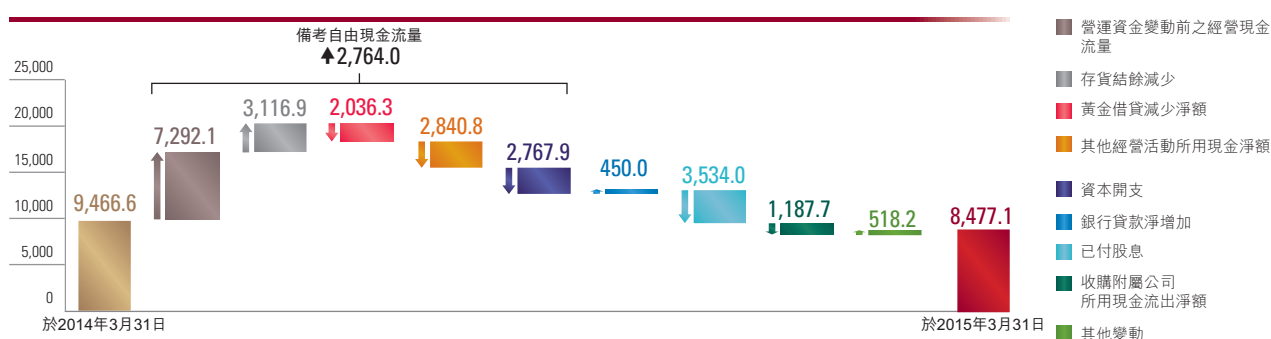
現金流量

計算備考自由現金流量與銀行結餘及現金淨增加／(減少)所包括的主要項目如下：

截至3月31日止年度	2013 百萬港元	2014 百萬港元	2015 百萬港元
營運資金變動前之經營現金流量	7,662.6	9,464.9	7,292.1
存貨減少／(增加)	2,543.6	(15,072.6)	3,116.9
黃金借貸淨變動	(705.7)	6,375.8	(2,036.3)
其他經營活動所得／(所用)現金淨額	(175.9)	188.2	(2,840.8)
資本開支	(1,174.1)	(1,368.3)	(2,767.9)
備考自由現金流量	8,150.5	(412.0)	2,764.0
銀行貸款淨變動	(8,016.5)	5,296.9	450.0
已付股息	(1,709.9)	(3,349.5)	(3,534.0)
收購附屬公司所用現金流出淨額	(26.5)	–	(1,187.7)
其他變動	(80.6)	(373.6)	518.2
銀行結餘及現金增加／(減少)淨額	(1,683.0)	1,161.8	(989.5)

下圖顯示銀行結餘及現金淨減少的主要項目比較：

2015財政年度主要現金流量項目(百萬港元)



資本開支

本集團於2015財政年度產生的資本開支為2,767.9百萬港元(2014財政年度：1,368.3百萬港元)，較去年增加主要是由於收購位於葵涌的工業大廈世和中心及興建周大福珠寶文化產業園(武漢)等非常規項目所致。

末期股息及股東週年大會

董事會建議派付每股15.0港仙(2014財政年度：每股19.0港仙)合共約1,500.0百萬港元(2014財政年度：1,900.0百萬港元)的末期股息。派付該等股息須待股東在本公司將於2015年7月31日(星期五)舉行之應屆股東週年大會上批准，並應向於2015年8月11日(星期二)營業時間結束時名列本公司股東名冊之股東派付該等股息。預期建議末期股息將於2015年8月19日或前後派付。本公司將以香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)規定的方式適時向其股東刊發及寄發股東週年大會通告。

購買、出售或贖回上市證券

年內，本公司並無贖回其任何上市證券。年內，本公司及其任何附屬公司均無購買或出售本公司之任何上市證券。

企業管治常規

本公司致力維持高水準的企業管治常規及程序。於回顧年度內，本公司已遵守企業管治守則所有適用守則條文。

董事進行證券交易的標準守則

本公司已就董事進行證券交易採納條款不遜於上市規則附錄10所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)的操守守則。經向全體董事作出具體查詢後，董事確認於2015財政年度內，彼等已遵守標準守則所載規定標準。

審閱全年業績

本公司審核委員會已審閱本集團採納的會計原則與實務及本集團2015財政年度的綜合財務報表。

本公告所載有關本集團截至2015年3月31日止年度綜合財務狀況表及綜合損益及其他全面收益表連同相關附註的數字金額，已經由本集團核數師德勤•關黃陳方會計師行將其與本集團本年度經審核綜合財務報表內的金額核對一致。德勤•關黃陳方會計師行就此所進行之工作並不構成根據香港會計師公會頒佈之香港核數準則、香港審閱委聘準則或香港保證委聘準則所進行之保證委聘，故德勤•關黃陳方會計師行概不就本公告發表保證意見。

暫停辦理股東登記

為確定享有出席本公司應屆股東週年大會的權利及資格，並於會上投票的股東身份，本公司將自2015年7月29日(星期三)起至2015年7月31日(星期五)(首尾兩天包括在內)止期間暫停辦理股東登記，期間將不會辦理任何本公司股份過戶登記手續。所有本公司過戶文件連同有關股票及已填妥之過戶表格須於2015年7月28日(星期二)下午4時30分前一併送達本公司之香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港皇后大道東183號合和中心22樓，以辦理登記手續。

為確定享有建議末期股息的權利及資格，本公司將於2015年8月10日(星期一)至2015年8月11日(星期二)(首尾兩天包括在內)暫停辦理股東登記，期間將不會辦理任何本公司股份過戶登記手續。所有本公司過戶文件連同有關股票及已填妥之過戶表格須於2015年8月7日(星期五)下午4時30分前一併送達本公司之香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港皇后大道東183號合和中心22樓，以辦理登記手續。

代表董事會
主席
鄭家純博士

香港，2015年6月5日

於本公告日期，執行董事為鄭家純博士、黃紹基先生、鄭志剛博士、鄭志恒先生、陳世昌先生、陳曉生先生、鄭炳熙先生及孫志強先生；非執行董事為鄭錦標先生及古堂發先生；及獨立非執行董事為鄭明訓先生、馮國經博士、鄺志強先生、林健鋒先生及柯清輝博士。