

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份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2014年9月30日止六個月 中期業績公告

#### 摘要

- 營業額為29,319.5百萬港元，較去年同期的37,768.1百萬港元減少22.4%。
- 整體同店銷售<sup>(1)</sup>下降31.2%，其中中國內地及港澳台地區同店銷售分別下降20.4%及40.9%。
- 毛利為9,327.9百萬港元，較去年同期的9,978.4百萬港元減少6.5%。
- 本公司股東應佔溢利為2,692.8百萬港元，較去年同期的3,509.1百萬港元減少23.3%。
- 每股基本盈利為26.9港仙。
- 宣派中期股息每股13.0港仙。
- 截至2014年9月30日，零售網絡增至2,191個零售點，期內淨增加零售點為114個。

<sup>(1)</sup> 就2015財政年度上半年而言，「同店銷售」指於2013年4月1日前開業並於2014年9月30日仍然續存的直營零售點的營業額，惟不包括批發及其他渠道的營業額

## 截至2014年9月30日止六個月的中期業績

周大福珠寶集團有限公司(「本公司」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2014年9月30日止六個月(「2015財政年度上半年」)的未經審核中期業績連同截至2013年9月30日止六個月(「2014財政年度上半年」)的比較數字如下：

### 簡明綜合損益及其他全面收益表 截至2014年9月30日止六個月

	附註	截至9月30日止六個月	
		2014 百萬港元 (未經審核)	2013 百萬港元 (未經審核)
營業額	2	<b>29,319.5</b>	37,768.1
銷售成本		<b>(19,991.6)</b>	(27,789.7)
毛利		<b>9,327.9</b>	9,978.4
其他收入		<b>207.9</b>	150.1
其他收益及虧損		<b>(17.3)</b>	78.5
銷售及分銷成本		<b>(4,753.4)</b>	(4,593.4)
行政開支		<b>(1,046.9)</b>	(1,002.1)
其他開支		<b>(91.1)</b>	(2.1)
融資成本		<b>(183.5)</b>	(77.7)
分佔一家合資企業之業績		<b>(2.9)</b>	(1.3)
除稅前溢利	3	<b>3,440.7</b>	4,530.4
稅項	4	<b>(704.4)</b>	(927.7)
期內溢利		<b>2,736.3</b>	3,602.7
其他全面收益：			
隨後可能會重新分類至損益的項目：			
換算產生的匯兌差額		<b>17.6</b>	284.3
分佔一家合資企業之換算儲備		<b>1.5</b>	—
期內其他全面收益		<b>19.1</b>	284.3
期內全面收益總額		<b>2,755.4</b>	3,887.0

		截至9月30日止六個月	
		2014	2013
		百萬港元	百萬港元
附註		(未經審核)	(未經審核)
以下各方應佔期內溢利：			
本公司股東		2,692.8	3,509.1
非控股權益		43.5	93.6
		<u>2,736.3</u>	<u>3,602.7</u>
以下各方應佔期內全面收益總額：			
本公司股東		2,711.9	3,776.5
非控股權益		43.5	110.5
		<u>2,755.4</u>	<u>3,887.0</u>
每股盈利—基本	5	<u>26.9港仙</u>	<u>35.1港仙</u>

# 簡明綜合財務狀況表

於2014年9月30日

	附註	於2014年 9月30日 百萬港元 (未經審核)	於2014年 3月31日 百萬港元 (經審核)
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		3,720.0	3,054.1
預付租賃款項		168.0	174.6
投資物業		544.9	–
商譽		670.3	–
收購物業、廠房及設備已付按金		372.2	283.6
於一家合資企業之權益		9.5	10.9
應收貸款		33.8	36.5
遞延稅項資產		840.1	703.1
		<b>6,358.8</b>	<b>4,262.8</b>
<b>流動資產</b>			
存貨	7	39,050.6	42,543.7
貿易及其他應收款項		5,083.5	4,872.7
應收貸款		4.1	144.5
可兌換債券		20.3	21.5
已抵押銀行存款		8.7	5.3
短期銀行存款		–	500.0
銀行結餘及現金		8,683.8	9,466.6
		<b>52,851.0</b>	<b>57,554.3</b>
<b>流動負債</b>			
貿易及其他應付款項		3,664.6	4,128.3
應付附屬公司非控股股東款項		226.2	228.2
應付稅項		1,126.4	1,064.0
銀行貸款		7,343.7	6,299.6
黃金借貸		6,828.3	10,786.8
		<b>19,189.2</b>	<b>22,506.9</b>
<b>流動資產淨額</b>		<b>33,661.8</b>	<b>35,047.4</b>
<b>總資產減流動負債</b>		<b>40,020.6</b>	<b>39,310.2</b>

	於2014年 9月30日 百萬港元 (未經審核)	於2014年 3月31日 百萬港元 (經審核)
<b>非流動負債</b>		
退休福利承擔	220.8	225.0
遞延稅項負債	728.2	632.8
	<u>949.0</u>	<u>857.8</u>
<b>資產淨額</b>	<u>39,071.6</u>	<u>38,452.4</u>
<b>股本</b>	10,000.0	10,000.0
<b>儲備</b>	27,985.2	27,173.3
	<u>37,985.2</u>	<u>37,173.3</u>
本公司股東應佔權益	37,985.2	37,173.3
非控股權益	1,086.4	1,279.1
	<u>39,071.6</u>	<u>38,452.4</u>

## 附註

### 1. 重大會計政策

除若干金融工具按公平值計量外，簡明綜合財務報表按歷史成本基準並根據國際財務報告準則編製。

除下文所述外，簡明綜合財務報表所採納之主要會計政策與本公司截至2014年3月31日止年度之年度綜合財務報表的編製基準一致。

本集團投資物業指持作賺取租金及／或資本增值之物業。投資物業初步按成本(包括任何直接應佔費用)計量。初始確認後，投資物業按成本減其後累計折舊及任何累計減值虧損列賬。投資物業按估計可使用年期經考慮其估計剩餘價值利用直線法確認折舊以撇銷投資物業成本。

本集團於本中期首次應用本中期強制生效的以下國際財務報告準則新訂詮釋及修訂。

國際財務報告準則第10號、 國際財務報告準則第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)	非金融資產可收回金額之披露
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

本中期應用上述國際財務報告準則新訂詮釋及修訂對該等簡明綜合財務報表所報告的金額及／或簡明綜合財務報表所載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

截至2014年9月30日止六個月(未經審核)

	中國內地		香港、澳門	小計	撇銷	總計
	珠寶業務	鐘錶業務	及其他市場			
	百萬港元	百萬港元	百萬港元	百萬港元	百萬港元	百萬港元
營業額						
外界銷售						
— 零售	11,599.4	1,022.6	12,187.4	24,809.4	—	24,809.4
— 批發#	4,389.3	—	120.8	4,510.1	—	4,510.1
	<u>15,988.7</u>	<u>1,022.6</u>	<u>12,308.2</u>	<u>29,319.5</u>	<u>—</u>	<u>29,319.5</u>
分部間銷售*	267.8	—	2,060.3	2,328.1	(2,328.1)	—
	<u>16,256.5</u>	<u>1,022.6</u>	<u>14,368.5</u>	<u>31,647.6</u>	<u>(2,328.1)</u>	<u>29,319.5</u>
分部溢利	<u>1,876.0</u>	<u>27.1</u>	<u>1,988.7</u>	<u>3,891.8</u>	<u>(350.9)</u>	<u>3,540.9</u>
利息收入						83.3
融資成本						(183.5)
除稅前溢利						<u>3,440.7</u>

截至2013年9月30日止六個月(未經審核)

	中國內地		香港、澳門	小計	撇銷	總計
	珠寶業務	鐘錶業務	及其他市場			
	百萬港元	百萬港元	百萬港元	百萬港元	百萬港元	百萬港元
營業額						
外界銷售						
— 零售	13,912.0	645.4	18,267.0	32,824.4	—	32,824.4
— 批發#	4,820.1	38.4	85.2	4,943.7	—	4,943.7
	<u>18,732.1</u>	<u>683.8</u>	<u>18,352.2</u>	<u>37,768.1</u>	<u>—</u>	<u>37,768.1</u>
分部間銷售*	263.7	—	1,372.5	1,636.2	(1,636.2)	—
	<u>18,995.8</u>	<u>683.8</u>	<u>19,724.7</u>	<u>39,404.3</u>	<u>(1,636.2)</u>	<u>37,768.1</u>
分部溢利	<u>1,940.8</u>	<u>49.6</u>	<u>2,555.1</u>	<u>4,545.5</u>	<u>4.5</u>	<u>4,550.0</u>
利息收入						58.1
融資成本						(77.7)
除稅前溢利						<u>4,530.4</u>

\* 分部間銷售按雙方協定之價格支銷。

# 批發主要指向加盟商的銷售。

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滙報以作資源分配及評估表現的計量基準。

(b) 按產品劃分的本集團營業額分析如下：

	截至9月30日止六個月	
	2014 百萬港元 (未經審核)	2013 百萬港元 (未經審核)
銷售		
— 珠寶鑲嵌首飾	8,287.3	6,640.8
— 黃金產品	14,528.1	24,634.0
— 鉑金/K金產品	4,726.1	4,991.3
— 鐘錶	1,778.0	1,502.0
	<u>29,319.5</u>	<u>37,768.1</u>

### 3. 除稅前溢利

	截至9月30日止六個月	
	2014 百萬港元 (未經審核)	2013 百萬港元 (未經審核)
除稅前溢利已扣除(計入)：		
員工成本	2,003.2	2,085.7
預付租賃款項攤銷	6.7	6.7
折舊	365.1	310.4
黃金借貸的公平值收益(計入銷售成本內)，包括 未變現公平值收益390.8百萬港元(截至2013年9月30日 止六個月未變現公平值收益：96.3百萬港元)	(374.5)	(479.5)
承租物業經營租賃租金	859.3	656.7
專櫃分成	<u>1,026.6</u>	<u>1,197.2</u>



#### 4. 稅項

	截至9月30日止六個月	
	2014	2013
	百萬港元	百萬港元
	(未經審核)	(未經審核)
稅項開支包括：		
即期稅項：		
中國內地企業所得稅	398.3	438.9
香港利得稅	274.4	335.4
澳門所得補充稅	23.4	63.7
	<u>696.1</u>	<u>838.0</u>
過往年度撥備不足(超額撥備)：		
中國內地企業所得稅	17.7	19.8
香港利得稅	(0.6)	—
	<u>17.1</u>	<u>19.8</u>
遞延稅項(抵免)開支	<u>(24.8)</u>	<u>60.4</u>
預扣稅*	<u>16.0</u>	<u>9.5</u>
	<u>704.4</u>	<u>927.7</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期間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，中國內地附屬公司於兩個期間的稅率為25%。

本公司的若干中國內地附屬公司享有中國內地西部大開發的相關稅項優惠，兩個期間的適用稅率為15%。

澳門補充稅乃按兩個期間的估計應課稅溢利按最高累進稅率12%計算。

由於兩個期間台灣的營運並無應課稅溢利，因此並無作出相關稅項撥備。

#### 5. 每股盈利

期間每股基本盈利是基於本公司股東應佔期內綜合溢利及期內已發行股份數10,000,000,000股(截至2013年9月30日止六個月：10,000,000,000股)計算。

由於兩個期間並無已發行潛在普通股，故並無呈列每股攤薄盈利。

## 6. 股息

	截至9月30日止六個月	
	2014	2013
	百萬港元	百萬港元
	(未經審核)	(未經審核)
2014年末期：每股19.0港仙(2013年：16.0港仙)	<u>1,900.0</u>	<u>1,600.0</u>

於2014年11月25日，本公司董事決定宣派截至2014年9月30日止六個月中期股息每股13.0港仙，合共1,300.0百萬港元。

## 7. 存貨

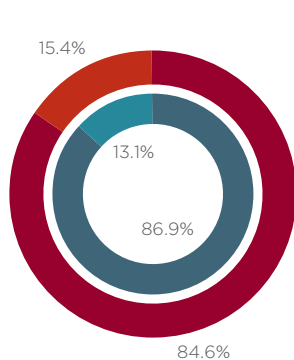
	於2014年 9月30日	於2014年 3月31日
	百萬港元	百萬港元
	(未經審核)	(經審核)
生產以下產品的原材料：		
珠寶鑲嵌首飾	6,762.6	7,431.4
黃金產品	2,122.5	2,321.2
鉑金/K金產品	293.5	333.1
	<u>9,178.6</u>	<u>10,085.7</u>
製成品：		
珠寶鑲嵌首飾	14,355.0	11,625.6
黃金產品	8,270.4	13,215.9
鉑金/K金產品	3,814.7	3,695.9
鐘錶	3,338.4	3,859.1
	<u>29,778.5</u>	<u>32,396.5</u>
包裝材料	93.5	61.5
	<u>39,050.6</u>	<u>42,543.7</u>

## 管理層討論與分析

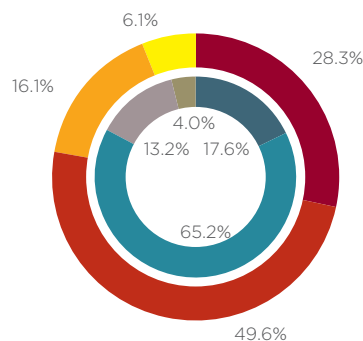
### 財務回顧

#### 營業額概覽

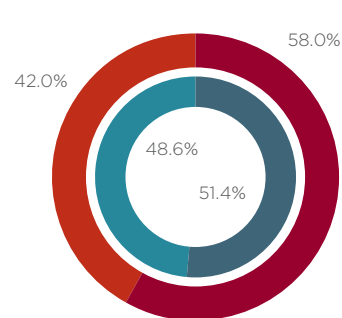
按營運模式劃分的營業額



按產品劃分的營業額



按地區劃分的營業額



附註：百分比計算結果或略有進位差異

回顧期內，本集團營業額為29,319.5百萬港元(2014財政年度上半年：37,768.1百萬港元)，較去年同期減少22.4%，主要是由於2014財政年度上半年國際金價大幅下跌令黃金產品銷量增加而引致的高基數效應。

#### 按地區劃分的營業額

中國內地和香港、澳門及其他市場業務的營業額均較去年同期有所減少。中國內地市場的營業額為17,011.3百萬港元(2014財政年度上半年：19,415.9百萬港元)，較2014財政年度上半年減少12.4%，而香港、澳門及其他市場的營業額為12,308.2百萬港元(2014財政年度上半年：18,352.2百萬港元)，較2014財政年度上半年減少32.9%。

中國內地市場仍是我們主要的營業額來源，佔營業額之58.0%(2014財政年度上半年：51.4%)。

我們於2014年8月31日收購Hearts On Fire Company, LLC(「Hearts On Fire」)並自此計算其營業額貢獻，而本期內Hearts On Fire的營業額貢獻相對地並不重大。

## 按產品劃分的營業額

珠寶鑲嵌首飾及黃金產品的銷售額分別佔營業額28.3% (2014財政年度上半年：17.6%) 及49.6% (2014財政年度上半年：65.2%)。珠寶鑲嵌首飾的銷售額增加24.8%至8,287.3百萬港元(2014財政年度上半年：6,640.8百萬港元)，而黃金產品的銷售額對比上財年同期則減少41.0%至14,528.1百萬港元(2014財政年度上半年：24,634.0百萬港元)。

黃金產品銷售額及營業額減少，主要是由於2014財政年度上半年國際金價大幅下跌令黃金產品銷量增加而引致的高基數效應。

## 毛利及未變現對沖收益或虧損

我們的毛利由2014財政年度上半年的9,978.4百萬港元減少6.5%至2015財政年度上半年的9,327.9百萬港元，而毛利率則由2014財政年度上半年的26.4%增加5.4%至2015財政年度上半年之31.8%。倘撇除黃金借貸的未變現對沖收益或虧損之影響，則2015財政年度上半年的經調整毛利率應為30.1%，較2014財政年度上半年的26.8%增長3.3%，主要是由於珠寶鑲嵌首飾銷售貢獻增加所致。

## 銷售及分銷成本以及行政開支

我們的銷售及分銷成本以及行政開支增至5,800.3百萬港元(2014財政年度上半年：5,595.5百萬港元)，較2014財政年度上半年增長3.7%。

下表載列銷售及分銷成本以及行政開支之主要項目、各自佔營業額之百分比以及各自較去年同期之變動：

	2014財政年度上半年		2015財政年度上半年		增幅/ (減幅)
	百萬港元	佔營業額 百分比	百萬港元	佔營業額 百分比 <sup>(6)</sup>	
員工成本 <sup>(1)</sup>	2,085.7	5.5%	<b>2,003.2</b>	<b>6.8%</b>	(4.0)%
專櫃分成 <sup>(2)</sup>	1,197.2	3.2%	<b>1,026.6</b>	<b>3.5%</b>	(14.2)%
租金開支 <sup>(3)</sup>	656.7	1.7%	<b>859.3</b>	<b>2.9%</b>	30.9%
廣告及宣傳開支 <sup>(4)</sup>	477.5	1.3%	<b>592.6</b>	<b>2.0%</b>	24.1%
折舊 <sup>(5)</sup>	298.1	0.8%	<b>326.5</b>	<b>1.1%</b>	9.5%
其他	880.3	2.3%	<b>992.1</b>	<b>3.4%</b>	12.7%
總計	<u>5,595.5</u>	<u>14.8%</u>	<u><b>5,800.3</b></u>	<u><b>19.8%</b></u>	<u>3.7%</u>

附註：

- (1) 在我們的員工成本中，37.7% (2014財政年度上半年：46.0%) 基於表現支付，其減幅與營業額減幅相符，而其餘的員工成本主要為固定性質，其增幅與我們員工數量增幅相符
- (2) 專櫃分成的減幅與中國內地銷售額減幅大致相符
- (3) 增長主要是由於在港澳地區的旅遊區開設零售點以及續簽租約所致
- (4) 廣告及宣傳開支增長，管理層認為市場推廣有助本集團在市場復甦之際提高市場佔有率
- (5) 增長主要是由於開設零售點
- (6) 百分比計算結果或略有進位差異

### 其他開支

其他開支由2014財政年度上半年的2.1百萬港元增至91.1百萬港元，主要是由於期內慈善捐贈增加及收購Hearts On Fire相關交易成本所致。

### 淨溢利、本公司股東應佔溢利、每股基本盈利及股息

我們的期間溢利由2014財政年度上半年的3,602.7百萬港元減少24.0%至2015財政年度上半年的2,736.3百萬港元，淨利潤率則由2014財政年度上半年的9.5%降至2015財政年度上半年之9.3%。

本公司股東應佔溢利為2,692.8百萬港元(2014財政年度上半年：3,509.1百萬港元)，較上一年度同期下跌23.3%。

2015財政年度上半年的每股基本盈利為26.9港仙(2014財政年度上半年：35.1港仙)。董事會議決宣派中期股息每股13.0港仙(2014財政年度上半年：17.0港仙)，相當於派息率約48.3% (2014財政年度上半年：48.4%)。

## 存貨

我們於2014年9月30日的存貨達到39,050.6百萬港元，較2014年3月31日的42,543.7百萬港元減少8.2%。下表按產品劃分載列於2014年9月30日及3月31日的存貨結餘：

	於2014年 3月31日 百萬港元	於2014年 9月30日 百萬港元	增幅／ (減幅)
珠寶鑲嵌首飾	19,057.0	<b>21,117.6</b>	10.8%
黃金產品	15,537.1	<b>10,392.9</b>	(33.1)%
鉑金／K金產品	4,029.0	<b>4,108.2</b>	2.0%
鐘錶	3,859.1	<b>3,338.4</b>	(13.5)%
包裝物料	61.5	<b>93.5</b>	52.0%
總計	<u>42,543.7</u>	<u><b>39,050.6</b></u>	<u>(8.2)%</u>

## 流動資金、財務資源及資本架構

本集團主要透過結合資本貢獻(包括來自經營現金流量、銀行貸款及黃金借貸)的方式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構成的財務影響。

本集團日常業務所需資金主要來自營運現金流量，另以短期借貸撥付旺季時存貨的資金需求、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2014年9月30日及2014年3月31日銀行結餘及現金和銀行存款、銀行貸款、黃金借貸、應付附屬公司非控股股東款項、營運資金、權益總額及淨資本負債比率以及2015財政年度上半年及2014財政年度上半年營運資金變動前之經營現金流量的資料：

	於2014年 3月31日 百萬港元	於2014年 9月30日 百萬港元	計值貨幣 <sup>(1)</sup>	利率架構 <sup>(1)</sup>	到期日 <sup>(1)</sup>
銀行結餘及現金 和銀行存款 <sup>(2)</sup>	9,971.9	<b>8,692.5</b>	港元、人民幣 及美元	浮動利率	不適用
總貸款	17,314.6	<b>14,398.2</b>	不適用	不適用	不適用
銀行貸款	6,299.6	<b>7,343.7</b>	港元、人民幣 及美元	浮動利率	12個月內
黃金借貸 <sup>(3)</sup>	10,786.8	<b>6,828.3</b>	人民幣及 美元	固定利率	12個月內
應付附屬公司非控 股股東款項	228.2	<b>226.2</b>	港元、人民幣 及美元	免息	要求時償還
營運資金 <sup>(4)</sup>	35,047.4	<b>33,661.8</b>	不適用	不適用	不適用
權益總額	38,452.4	<b>39,071.6</b>	不適用	不適用	不適用
淨資本負債比率 <sup>(5)</sup>	18.5%	<b>14.0%</b>	不適用	不適用	不適用
				2014財政年度 上半年 百萬港元	2015財政年度 上半年 百萬港元
營運資金變動前之經營現金流量				<u>4,389.8</u>	<u><b>3,553.1</b></u>

附註：

- (1) 計值貨幣、利率架構及到期日狀況之資料為2014年9月30日之情況
- (2) 包括已抵押銀行存款、短期銀行存款及銀行結餘及現金。於2014年3月31日，本集團有短期銀行存款500.0百萬港元，原到期日為12個月，按固定年利率1.5%計息。該等存款於2015財政年度上半年期間到期，而本集團於2014年9月30日並無任何短期銀行存款。本集團會定期監察銀行存款的利率，當利率上升時把握機會運用閒置資金賺取利息

- (3) 黃金借貸減少主要是由於黃金產品存貨減少所致
- (4) 即淨流動資產
- (5) 銀行貸款及黃金借貸之總額(已扣除已抵押銀行存款、短期銀行存款及銀行結餘及現金)除以權益總額

## 資本開支

本集團於2015財政年度上半年產生的資本開支為1,696.8百萬港元(2014財政年度上半年：835.0百萬港元)，主要用作擴充零售點網絡及改善現有零售點，以及收購物業開支850.0百萬港元。收購前，本集團租賃該物業約三分之一的建築面積作珠寶工場及營運中心。

## 業務回顧

### 概覽

由於2014財政年度上半年國際金價大幅下跌導致銷售基數偏高，2015財政年度上半年黃金產品銷售額相對有所減少，我們營業額較去年同期減少22.4%。

	2014財政年度上半年		2015財政年度上半年		增幅/(減幅)
	營業額 百萬港元	佔總額 百分比	營業額 百萬港元	佔總額 百分比	
中國內地—珠寶業務	18,732.1	49.6%	<b>15,988.7</b>	<b>54.5%</b>	(14.6)%
中國內地—鐘錶業務	683.8	1.8%	<b>1,022.6</b>	<b>3.5%</b>	49.5%
香港、澳門及其他市場	18,352.2	48.6%	<b>12,308.2</b>	<b>42.0%</b>	(32.9)%
總計	<u>37,768.1</u>	<u>100.0%</u>	<u><b>29,319.5</b></u>	<u><b>100.0%</b></u>	<u>(22.4)%</u>

附註：百分比計算結果或略有進位差異



零售值(即直營及加盟零售點按售予最終客戶的價格計算的銷售額)較去年同期減少21.9%。零售值是我們整體市場佔有率的重要指標，包括我們產品於不同模式營運的零售點網絡之總銷售，因此可用作全面分析銷售表現。

	2014財政年度上半年		2015財政年度上半年		增幅/(減幅)
	零售值 百萬港元	佔總額 百分比	零售值 百萬港元	佔總額 百分比	
中國內地—珠寶業務	23,225.1	55.1%	<b>19,507.6</b>	<b>59.3%</b>	(16.0)%
中國內地—鐘錶業務	763.8	1.8%	<b>1,185.9</b>	<b>3.6%</b>	55.3%
香港、澳門及其他市場	18,163.7	43.1%	<b>12,216.6</b>	<b>37.1%</b>	(32.7)%
總計	<u>42,152.6</u>	<u>100.0%</u>	<u><b>32,910.1</b></u>	<u><b>100.0%</b></u>	<u>(21.9)%</u>

2014財政年度上半年國際金價前所未有地暴跌觸發搶購黃金潮，相對2015財政年度上半年形成極高基數。隨著客戶對黃金產品的需求逐漸恢復正常，我們迅速應對不斷變化的市況，成功把握珠寶鑲嵌首飾的增長潛力從而改善產品組合。雖然我們的營運環境及客戶喜好不斷轉變，但我們有信心憑藉豐富的經驗及在大中華地區之珠寶市場之認識繼續我們的領先地位。

同店銷售增長顯示的銷售增長撇除了零售點增減的影響，是我們銷售表現的重要指標。因此，同店銷售增長為營業額增長的基礎增長，反映業務的基礎動力，有助我們更妥善分析及了解營業額增長動力。

於2015財政年度上半年，整體同店銷售下降31.2%（2014財政年度上半年：增長33.0%），其中中國內地的同店銷售下降20.4%（2014財政年度上半年：增長21.0%），而香港、澳門及台灣的同店銷售下降40.9%（2014財政年度上半年：增長47.0%）。下表按季度及半年度載列2015財政年度及2014財政年度的同店銷售增長：

	2014財政年度			2015財政年度		
	首季度	第二季度	上半年	首季度	第二季度	上半年
<b>同店銷售增長</b>						
中國內地	30.5%	11.0%	21.0%	(27.9)%	(11.7)%	(20.4)%
香港、澳門及台灣	67.3%	26.3%	47.0%	(50.1)%	(28.6)%	(40.9)%
整體	47.4%	18.1%	33.0%	(39.9)%	(20.3)%	(31.2)%
珠寶鑲嵌首飾	7.4%	3.4%	5.3%	1.7%	0.4%	1.1%
黃金產品	77.1%	32.2%	56.0%	(56.0)%	(32.9)%	(46.8)%

2015財政年度上半年，珠寶鑲嵌首飾及黃金產品的同店銷售分別增長1.1%及下降46.8%。下表載列以2015財政年度上半年同店為準之相關平均售價：

	2014財政年度 上半年 港元	2015財政年度 上半年 港元	增幅／ (減幅)
<b>2015財政年度上半年的 同店平均售價</b>			
中國內地 <sup>(1)</sup>			
珠寶鑲嵌首飾 <sup>(1)</sup>	6,529	6,700	2.6%
黃金產品 <sup>(1)</sup>	3,499	3,325	(5.0)% <sup>(2)</sup>
香港、澳門及台灣			
珠寶鑲嵌首飾	12,792	12,251	(4.2)%
黃金產品	5,645	5,156	(8.7)% <sup>(2)</sup>

附註：

(1) 中國內地的平均售價包括增值稅

(2) 由於國際金價於2015財政年度上半年維持相對低水平，故黃金產品的平均售價下降

## 零售點網絡

於	2014年	2014年		2015財政年度上半年		2014年
	3月31日	重新 分類調整	3月31日 (重新分類) 總計	店數 增加數目	店數 減少數目	9月30日 總計
中國內地	1,965	-	1,965	158	(61)	2,062
珠寶零售點	1,828	-	1,828	151	(52)	1,927
一線城市	234	(4)	230	17	(7)	240
二線城市	847	165	1,012	76	(31)	1,057
三線及其他城市	747	(161)	586	58	(14)	630
鐘錶零售點	137	-	137	7	(9)	135
香港、澳門及其他市場	112	-	112	20	(3)	129
香港	86	-	86	7	(3)	90
澳門	16	-	16	2	-	18
其他市場 <sup>(1)</sup>	10	-	10	11	-	21
<b>總計</b>	<b>2,077</b>	<b>-</b>	<b>2,077</b>	<b>178</b>	<b>(64)</b>	<b>2,191</b>
Hearts On Fire零售夥伴 所在地 <sup>(2)</sup>	不適用	不適用	不適用	523	-	523

附註：

- (1) 其他市場的新零售點包括由Hearts On Fire在台灣及美國直營的八個及兩個零售點，以及我們與濟州新羅免稅店合作在南韓新開的一個零售點
- (2) 由於我們於2014年8月31日完成收購Hearts On Fire，我們取得Hearts On Fire的全球獨立零售點網絡，截至2014年9月30日遍及28個國家

為更準確反映中國內地城市的經濟發展及策略意義，我們修改城市級別的界定標準，以更新分類。

2015財政年度上半年，我們的開店計劃進展順利。於2014年9月30日，我們合共有2,191個零售點(2014年3月31日：2,077個)，其中珠寶零售點2,053個(2014年3月31日：1,938個)，而鐘錶零售點138個(2014年3月31日：139個)，2015財政年度上半年淨開設新零售點114個(2014財政年度上半年：118個)。

## 中國內地 — 珠寶業務

	2014財政年度 上半年	2015財政年度 上半年	減幅
營業額(百萬港元)	18,732.1	<b>15,988.7</b>	(14.6)%
零售	13,912.0	<b>11,599.4</b>	(16.6)%
批發	4,820.1	<b>4,389.3</b>	(8.9)%
零售值(百萬港元)	23,225.1	<b>19,507.6</b>	(16.0)%
銷量(件)	<u>6,537,000</u>	<u><b>5,807,000</b></u>	(11.2)%

儘管主要因黃金產品銷售減少造成營業額下跌，但由於中國內地去年同期的基數相對較低，故2015財政年度上半年的業績優於香港、澳門及其他市場。珠寶鑲嵌首飾銷量穩定增長，保持去年以來的增長勢頭，其營業額及同店銷售均錄得增長，產品組合大幅改善。直營及加盟零售點錄得相若銷售業績，珠寶鑲嵌首飾持續增長反映2015財政年度上半年零售客戶的消費信心及加盟商的信心亦逐步改善。

隨著國家持續推行城鎮化，中國內地人均可支配收入不斷上升，富裕的人口增加，對名貴商品的需求越見殷切，我們預計長遠而言中國內地所佔營業額百分比會有所上升。

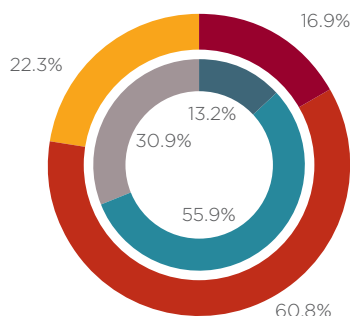
## 零售值及零售點

2014財政年度上半年

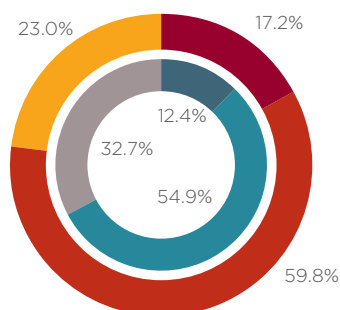
2015財政年度上半年

### 按城市級別劃分（重新分類）

（合計：1,734個珠寶零售點）



（合計：1,927個珠寶零售點）

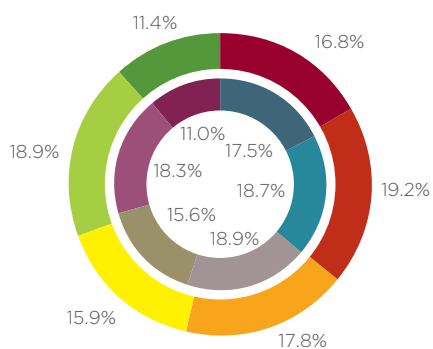


於9月30日佔零售點  
截至9月30日止六個月佔零售值

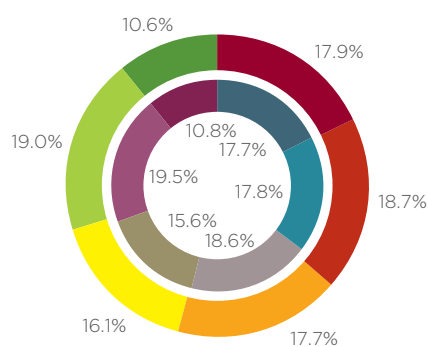
一線  
二線  
三線及其他

### 按地區劃分

（合計：1,734個珠寶零售點）



（合計：1,927個珠寶零售點）

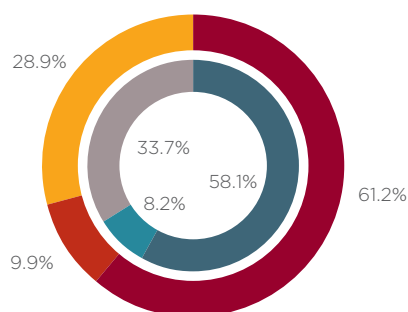


於9月30日佔零售點  
截至9月30日止六個月佔零售值

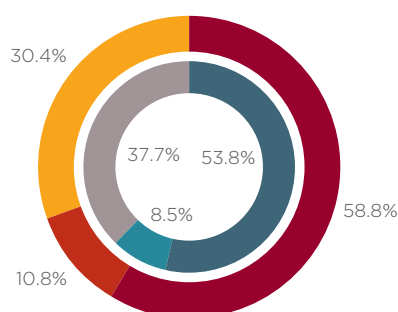
華東  
華南  
華西  
華北  
華中  
東北

### 按營運模式劃分

（合計：1,734個珠寶零售點）



（合計：1,927個珠寶零售點）



於9月30日佔零售點  
截至9月30日止六個月佔零售值

直營(專櫃)  
直營(其他)  
加盟

	2014 財政年度 上半年 (重新分類)	2015 財政年度 上半年
珠寶零售點—淨開店數目	94	<b>99</b>
按城市級別劃分的百分比		
—一線城市	7.4%	<b>10.1%</b>
—二線城市	66.0%	<b>45.5%</b>
—三線及其他城市	26.6%	<b>44.4%</b>
	<u>100.0%</u>	<u><b>100.0%</b></u>

附註：百分比計算結果或略有進位差異

根據新的城市級別定義重新分類城市後，若干三線及其他城市現已分類為二線城市。因此，2015財政年度上半年二線城市零售點淨開設數目佔比較高。

2015財政年度上半年，我們於中國內地的百貨公司或購物商場設置的專櫃(百貨公司或購物商場會代我們收取銷售款額，然後從中扣除銷售佣金作為專櫃分成)仍佔我們於中國內地直營零售點的絕大部分。其餘直營零售點為獨立店，我們直接自客戶收取該等獨立店的銷售款額。期內，大部分新直營零售點設於購物商場以應對轉向購物商場的市場趨勢及顧客喜好。

近年，我們一直集中在二線、三線及較次級城市拓展零售點網絡，致力在較短時間內覆蓋更廣的地域。此等城市有較高經濟增長，一般而言對全球經濟波動的抗禦力較高，其珠寶市場發展亦較快。同時，我們繼續提升於一線及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消費者。

期內，若干合資企業夥伴決定轉變為特許經營模式，成為我們的加盟商。因此，若干直營零售點重新分類為加盟零售點。

#### 統一存貨擁有權

為迎合不斷變化的消費者喜好及中國內地的零售環境，我們著手優化存貨管理機制。過往，存貨發送至加盟商後，其擁有權便會轉移，而金額則入賬列作批發收益。根據優化機制，我們會於收取相關存貨水平的等值按金後向特許零售點發送存貨，而我們將保留其擁有權，直至與零售客戶完成銷售交易為止，並會按當時價格確認批發收益。

保留存貨的擁有權直至與零售客戶完成銷售交易，目的如下：

- 透過庫存共享，更靈活及有效進行分銷，及時滿足整個銷售網絡客戶的需求
- 透過我們的黃金對沖機制對沖有關風險，加強對分銷予特許零售點的黃金存貨的價格風險管理，使零售網絡更加穩定
- 透過更有效的存貨調動方案促進全渠道零售及綫上綫下(「O2O」)互動之發展

優化存貨管理機制將逐步進行，我們預期所有加盟商將於2017財政年度完結前開始採取優化機制。我們認為，在過渡期間會對批發收益總計有約4,000.0百萬港元至5,000.0百萬港元之影響，相等於加盟商於2015財政年度上半年持有的存貨額。

長遠而言，雖然統一存貨擁有權會影響我們的存貨結餘及存貨周轉天數約10.0%至12.0%，但對我們的營業額、盈利能力及營運資金需求並無重大影響。我們認為，優化存貨管理機制可確保我們的零售網絡在多變的市場環境仍可持續穩定擴充。

### 中國內地 — 鐘錶業務

2015財政年度上半年，我們中國內地的鐘錶業務營業額為1,022.6百萬港元(2014財政年度上半年：683.8百萬港元)，大幅增加49.5%，其增幅主要由新零售點的銷售貢獻。

期內，我們在中國內地淨關閉兩個零售點。於2014年9月30日，我們於中國內地的鐘錶零售點總數為135個(2014年3月31日：137個)。鑑於鐘錶分部的市場變化，我們可能設法進一步整合鐘錶零售點網絡，以改善營運效率。

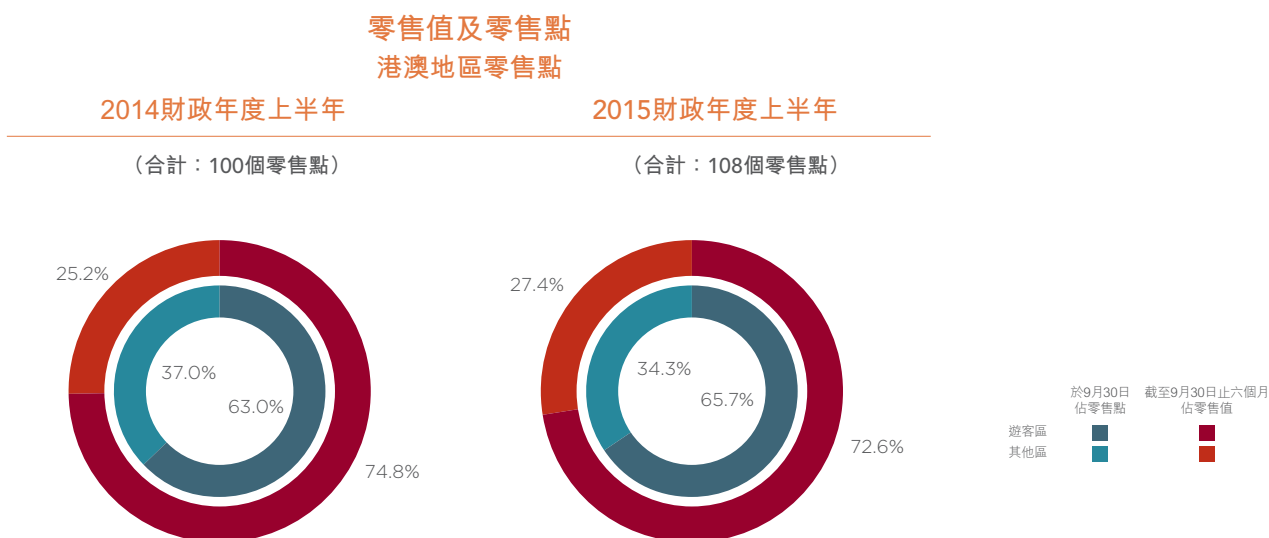
### 香港、澳門及其他市場

	2014財政年度 上半年	2015財政年度 上半年	減幅
營業額(百萬港元)	18,352.2	<b>12,308.2</b>	(32.9)%
利用中國銀聯或人民幣付款	59.6%	<b>57.2%</b>	(2.4)%點
零售值 — 珠寶產品(百萬港元)	18,163.7	<b>12,216.6</b>	(32.7)%
銷量(件)	<u>3,104,000</u>	<u><b>2,310,000</b></u>	<u>(25.6)%</u>

2015財政年度上半年，香港、澳門及其他市場的銷售表現因去年同期的極高基數而失色。然而，珠寶鑲嵌首飾整體銷售受銷量上升拉動增長，加上黃金產品需求下降，產品組合明顯改善。同時，主流珠寶產品繼續支持整體銷售增長。

營業額的結算貨幣分佈反映中國內地旅客仍為港澳地區主要營業額來源。根據香港商務及經濟發展局與澳門統計暨普查局的資料，2015財政年度上半年，訪港中國內地旅客人數較去年同期增加12.9%至23.3百萬人次，而訪澳旅客人數則增加11.6%至10.6百萬人次。

我們近期發現到訪港澳地區的內地旅客數目增長放緩，更多轉向其他旅遊目的地。中國內地旅客到訪可能轉變，使我們的業務存在不確定因素。儘管我們認為香港近期發生的示威活動所帶來的消極影響屬暫時，但我們仍然致力增加客流量，改善客戶購物體驗，以應對種種挑戰。零售點網絡方面，我們致力擴大立足點至覆蓋中國內地旅客更青睞的目的地，在港澳地區發展策略上採取靈活的手法。



遊客區包括香港之銅鑼灣、尖沙咀、旺角、油麻地和上水及澳門。

於2015財政年度上半年，我們於港澳地區開設九個零售點，其中五個零售點設於遊客區。我們繼續整合香港的零售點網絡，選擇性擴充具有龐大增長潛力的指定零售點之店面，並將部分零售點調遷至人流較旺的地區，以爭取更多銷售機會及提升零售點的表現和效率。



於2014年9月30日，我們於港澳地區有三個鐘錶零售點(2014年3月31日：兩個)。為切合港澳地區的一站式購物文化，截至2014年9月30日，我們旗下36個零售點(2014年3月31日：38個)同時零售珠寶首飾及鐘錶產品。

## 前景

與去年同期相比，中港兩地經濟相對放緩，加上高基數的影響，2015財政年度上半年珠寶市場下跌並非意外之事，但情況並非一片黯淡，本集團第二季度營業額的跌幅收窄，中國內地珠寶零售亦見回升，市場呈現復甦跡象；而且本財政年度下半年有多個節慶購物熱潮，本集團有信心這良好的趨勢將得以延續，並能保持動力，為業務及市場帶來持續的改善。

中國內地仍是我們的主要市場，雖然有意見認為2014年中國內地的經濟增長會低於目標的7.5%，但中國內地仍是全球其中一個增長最迅速的經濟體系。就業穩定、可支配收入不斷提升、城鎮化發展持續推進，加上市場普遍對中國內地的未來經濟發展充滿信心，這些正面因素令本集團看好中長期的業務前景。

據中國國家統計局發表的數據，中國內地的珠寶首飾零售額自2014年3月連續下跌五個月後，8月及9月分別按年增長7.3%及11.4%，反映中國內地消費者信心正在增強。

中國內地已超越美國成為最大的網購市場，增長動力依然強勁，中國國家統計局亦發佈於2014年首九個月的網購零售額按年增長49.9%。加上中央政府最近宣佈重點支持電子商務帶動內需消費，這項新政策將成為強勁的動力，加速推進網購的發展。

年輕顧客已是公認的消費新勢力，不少人也留意到當中年輕職業女性的數目及收入均快速增長，她們在名貴商品的消費亦同時顯著增加。內地有研究指出，目前中國內地有6億多網民，約24%為網上購物者及近50%為女性。畢馬威會計師事務所於年初的一個調查亦印證了此現象，顯示女性網購名貴商品的數量及消費均高於男性。以上所有情況及數據反映名貴商品綫上及綫下市場有龐大的業務增長空間，以女性為主要客戶的珠寶行業亦必將受惠。

香港作為國際珠寶中心及名貴商品的免稅自由港，對眾多本地居民及遊客繼續具有吸引力。本地居民穩健的消費能力及對珠寶產品的穩定需求，仍是持續支持本港珠寶行業的利好因素。隨著內地消費者的要求愈來愈高，追求高質素的珠寶產品和獨特購物體驗，香港可憑藉購物天堂的悠久美譽及靠近中國內地的便利，保持作為不少內地遊客觀光及購物勝地的領先地位。

本集團將繼續推行以市場為主導、顧客為本和產品多元化的策略，贏得不同市場、品味及喜好各異的顧客。一方面，本集團會優化產品組合，充分利用實體店和網購平台的零售網絡，滿足不同顧客的多樣化需求。婚嫁珠寶將繼續是集團產品組合中尤其重要的部分，而時尚珠寶及年青產品則會迅速增長。另一方面，憑藉卓越的設計、超凡的工藝及獨特的名貴珠寶推廣活動，集團將致力提升名貴珠寶專家的形象，吸引高資產淨值人士和尊貴的周大福會員。本集團於8月收購奢華鑽石品牌Hearts On Fire，正是提升產品組合和鑽飾專家形象的策略。

在拓展零售網絡方面，本集團計劃在未來十年將零售點的數量倍增，同時優化綫上綫下協同效益和全渠道零售，致力進一步提升電子商務模式。中國內地遊客前往海外旅遊日漸普遍，意味著愈來愈多的購物預算會分配到我們的主要市場香港及中國內地以外的新興旅遊地點。為將挑戰化為機遇，本集團已開始尋求於新興旅遊地點開設零售點的機會，以吸納中國內地富裕的外遊旅客的消費力。

本集團向來準備充足，以最佳狀態應對市場的短期波動及各種挑戰，並且為未來作好更長遠的準備，充滿信心地迎接中長期的業務增長機遇和可持續發展。

## 購買、出售或贖回上市證券

本公司及其任何附屬公司於截至2014年9月30日止六個月期間均無購買、出售或贖回本公司的任何上市證券。

## 企業管治

截至2014年9月30日止六個月期間，本公司一直全面遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）附錄14所載企業管治守則的所有適用原則及守則條文。

## 董事進行的證券交易

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。本公司向全體董事作出具體查詢後，董事確認彼等於截至2014年9月30日止六個月期間已遵守標準守則及本公司操守守則所載的規定標準。

## 審閱中期業績

審核委員會已對截至2014年9月30日止六個月未經審核簡明綜合財務報表及中期報告作出審閱，並已與管理層共同商討財務相關事宜。本集團截至2014年9月30日止六個月未經審核簡明綜合財務報表已經本公司核數師德勤•關黃陳方會計師行按照國際審閱委聘準則第2410號「由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱」進行審閱。

## 中期股息

董事會議決向於2014年12月12日營業時間結束時名列本公司股東名冊之股東宣派截至2014年9月30日止六個月每股13.0港仙合共約1,300.0百萬港元的中期股息。

## 暫停辦理股東登記

本公司將於2014年12月11日(星期四)至2014年12月12日(星期五)(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。為確定享有中期股息的權利及資格，所有過戶文件連同有關股票及已填妥之過戶表格須於2014年12月10日(星期三)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(地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心22樓)辦理登記手續。

代表董事會  
主席  
鄭家純博士

香港，2014年11月25日

於本公告日期，執行董事為鄭家純博士、黃紹基先生、鄭志剛先生、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先生。