



周大福 (股份代号: 1929) • 香港上市市值最大珠宝公司

实时发布

周大福公布 2015/16 财政年度中期业绩

财务摘要

百万港元	2016 财政年度 上半年	2015 财政年度 上半年	同比变动
	(截至 9 月 30 日止六个月)		
营业额	28,123.6	29,319.5	-4.1%
毛利	7,856.8	9,327.9	-15.8%
毛利率 (%)	27.9	31.8	-3.9 个百分点
净溢利	1,561.2	2,736.3	-42.9%
净溢利率 (%)	5.6	9.3	-3.7 个百分点
本公司股东应占溢利	1,557.4	2,692.8	-42.2%
每股基本盈利 (港仙)	15.6	26.9	-42.2%
每股股息(港仙)			
中期	8.0	13.0	-38.5%
特别	42.0	没有	不适用
合共	50.0	13.0	+284.6%

(中国香港, 2015 年 11 月 24 日) 周大福珠宝集团有限公司 (周大福」或「公司」; 及其附属公司, 「集团」; 股份代号: 1929) 为拥有 86 年历史、在香港上市市值最大兼全球数一数二之珠宝公司, 今天宣布截至 2015 年 9 月 30 日止六个月的中期业绩 (「2016 财政年度上半年」)。

在 2016 财政年度上半年, 集团录得营业额 28,123.6 百万港元 (2015 财政年度上半年: 29,319.5 百万港元), 较去年减少 4.1%。毛利下降 15.8%至 7,856.8 百万港元 (2015 财政年度上半年: 9,327.9 百万港元), 毛利率下降 390 个基点至 27.9% (2015 财政年度上半年: 31.8%)。本公司股东应占溢利下降 42.2%至 1,557.4 百万港元 (2015 财政年度上半年: 2,692.8 百万港元), 每股基本盈利为 15.6 港仙 (2015 财政年度上半年: 26.9 港仙)。董事会宣派中期股息及特别股息合共每股 50.0 港仙 (2015 财政年度上半年: 13.0 港仙)。

周大福主席郑家纯博士表示: 「珠宝行业在过去 12 个月受到奢侈品市场持续转变的影响, 导致我们的经营环境充满挑战, 在业务营运的方向和定位方面, 我们会保持高度专注及审慎, 透过有策略地优化我们的产品供应与销售渠道, 迎合顾客不断改变的品味和喜好。」

业务回顾

2016 财政年度上半年的营业额下降，主要由于中国香港及中国澳门的中国内地旅客减少及旅客的消费力下降，幸而中国内地的经营环境相对较为稳定及新开设零售点有所贡献，足以抵消大部份的负面影响，因此整体营业额仅轻微下降 4.1%。然而集团的净溢利仍然受毛利率下跌的影响而录得显著的跌幅，主要因为黄金产品的销售增加，以及期内录得黄金借贷未变现对冲亏损，而去年同期则为未变现对冲收益所致。

中国内地珠宝业务的营业额占比稳步增长，由 2015 财政年度上半年的 54.5% 上升至 2016 财政年度上半年的 56.0%，另一方面，香港/ 澳门及其他市场的营业额占比则持续下跌，由 2015 财政年度上半年的 42.0% 下降至 2016 财政年度上半年的 40.8%，余下 3.2% 的营业额贡献则来自中国内地的钟表业务。

由于加盟商在补充存货方面普遍保守，致使批发业务在 2016 财政年度上半年的营业额占比下降至 14.6%。期内黄金产品的营业额占比录得显著的升幅，由去年同期的 49.5% 上升至 2016 财政年度上半年的 55.5%，主要由于今年 7 至 8 月黄金价格下跌引发黄金产品需求增加。

集团按计划进行零售点扩充计划，新开设 144 个零售点，主要集中在中国内地三线及较次级城市，以及 2 个位于集团新拓展的市场 - 南韩；不过净开设零售点数目只有 29 个，因为期内集团亦同时关闭了 115 个零售点，相当于零售点总数的 5% 左右。关店数目较过往的平均数多，主要由于集团有多个零售点受到中国内地不少百货公司结业或重组而停止营业。截至 2015 年 9 月 30 日，集团的零售点总数达到 2,286 间。

集团电子商务的零售值持续录得稳定的按年增长 44.3%，中国内地电子商务的零售值约占中国内地珠宝业务的零售值 1.9%。主要电商平台包括周大福网络旗舰店、天猫及京东官方账户的不重复访客的平均每日浏览量增加 47.1% 至逾 22.5 万人次，而集团在新浪微博、腾讯微博及微信官方账户的关注者已累积至 140 万名。

集团逐步在大中华市场扩充新收购的享誉国际的奢华钻石品牌 Hearts On Fire 的市场，策略性地补足集团的优质婚嫁及时尚钻石珠宝的产品组合。期内集团在中国内地及中国台湾开设 4 家独立店，以及借助周大福的庞大零售网络和客户群，在中国内地和香港开设 53 个「店中店」及「店内专柜」。截至 2015 年 9 月 30 日，集团在美国、台湾及中国内地共有 16 家 HOF 独立店及在中国内地和香港有 53 个「店中店」及「店内专柜」。

前景与策略

面对瞬息万变的零售市场，集团于未来 12 个月在零售点网络管理方面会较以往保守，包括整合表现逊色的零售点及减慢零售点的扩充步伐。集团将会专注改善存货周转期及优化存货水平。

在持续投入创新科技的发展及应用并取得令人满意的成果的基础上，集团将继续致力推行新的 Smart+ 计划，以提升业务的营运效率、提供无缝的顾客购物体验及推动多渠道零售。

此外，集团一向致力在人力资本方面投放资源，例如在今年 6 月成立周大福培训学院，提供有系统及专业的培训与发展课程，为集团栽培人才。

集团董事总经理黄绍基指出：「尽管目前的市场环境充满不确定因素，我们仍然对大中华市场珠宝消费的长期增长保持乐观的态度，面对重重挑战，我们会继续采取均衡的增长和发展策略。」

- 完 -

图片说明



周大福珠宝集团主席郑家纯博士 (右二) 与董事总经理黄绍基 (左二)、财务董事郑炳熙 (右一) 及执行董事郑志刚博士 (左一) 宣布 2016 财政年度之中期业绩

关于周大福珠宝集团有限公司

周大福珠宝集团有限公司（股份代号：1929）为世界级领先珠宝公司，于 2011 年 12 月在香港联合交易所主板上市，成为在香港上市市值最大兼全球数一数二之珠宝公司，销售额更高踞世界第一位。

集团标志性品牌「周大福」广获认同为信誉及正货的象征，并以产品设计、质量及价值闻名。于 2014 年 8 月收购国际知名的美国奢华钻石品牌 Hearts On Fire，更进一步巩固集团为钻石专家的行业地位。

集团拥有庞大的零售网络，包括逾 2,290 个遍布大中华区、新加坡、马来西亚、南韩与美国的周大福及 Hearts On Fire 店铺，覆盖 500 多个城市，以及透过自营周大福电子商务旗舰店及于多个网购平台开设周大福网店而迅速强势发展的电子零售网络。

集团发展成熟的垂直整合业务模式，能有效和谨慎监控集团的整体业务运作，包括原材料采购、设计、生产、以及在庞大的零售点与电子零售渠道进行之市场推广与销售活动。

传媒垂询，请联络：

周大福珠宝集团有限公司

黄雅仪 (Joanne Wong) - 企业事务副总监
电话：+852 2138 8338
电邮：joannewong@chowtaifook.com

施慧贞 (Peony Sze) - 企业事务经理
电话：+852 2138 8337
电邮：peonysze@chowtaifook.com