



周大福 (股份代号: 1929) • 香港主板上市公司

实时发布

周大福公布令人鼓舞的 2017/18 财政年度中期业绩

市场重返复苏轨道 带动营业额及盈利上升

财务摘要

截至 9 月 30 日止六个月 (百万港元)	2017 财政年度 上半年	2018 财政年度 上半年	同比变化
营业额	21,526	24,754	+15.0%
毛利	6,828	7,166	+4.9%
毛利率 (%)	31.7	28.9	-2.8 个百分点
经调整后的毛利率 ¹ (%)	30.1	28.7	-1.4 个百分点
主要经营溢利 ²	1,708	2,396	+40.3%
主要经营溢利率 ² (%)	7.9	9.7	+1.8 个百分点
本公司股东应占溢利	1,222	1,779	+45.6%
每股基本盈利 (港仙)	12.2	17.8	+45.6%
每股股息 (港仙)			
中期	6.0	12.0	+100.0%
特别	15.0	-	不适用
合共	21.0	12.0	-42.9%

¹ 经调整后的毛利率并非按国际财务报告准则计算, 扣除了黄金借贷的未变现对冲收益的影响, 本公司相信此数据有助更透彻了解其经营表现及业务的实际趋势

² 主要经营溢利及主要经营溢利率并非按国际财务报告准则计算, 指经调整后的毛利及其他收益的合计, 减销售及分销成本以及一般及行政开支, 本公司相信此等数据有助更透彻了解其经营表现及核心业务的实际趋势

(中国香港, 2017 年 11 月 21 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」; 香港联交所股份代号: 1929) 为拥有 88 年历史之香港主板上市公司, 今天宣布截至 2017 年 9 月 30 日止六个月的中期业绩 (「2018 财政年度上半年」)。

在 2018 财政年度上半年，集团录得营业额 24,754 百万港元（2017 财政年度上半年：21,526 百万港元），按年增加 15.0%。毛利达 7,166 百万港元（2017 财政年度上半年：6,828 百万港元）。所呈报的毛利率较去年同期减少 280 个百分点，主要由于去年同期录得 357 百万港元黄金未变现对冲的庞大收益，而期内却只有 69 百万港元黄金未变现对冲的较少收益所致。受惠于销售增长动力及营运效益持续改善，主要经营溢利按年大幅增加 40.3%至 2,396 百万港元（2017 财政年度上半年：1,708 百万港元）。本公司股东应占溢利显著上升 45.6%至 1,779 百万港元（2017 财政年度上半年：1,222 百万港元），每股基本盈利为 17.8 港仙（2017 财政年度上半年：12.2 港仙）。董事会宣派中期股息每股 12.0 港仙。2018 财政年度上半年的派息率约 67.4%。

业务回顾

珠宝行业于 2017 财政年度下半年开始呈现复苏迹象，并且延续至 2018 财政年度上半年。市场重返复苏轨道亦带动了集团的经营业务，使集团于 2018 财政年度上半年录得令人鼓舞的业绩。两个可呈报分部的同店销售增长继续回升。中国内地市场的同店销售主要受平均售价带动而增加 10.3%；中国香港及中国澳门市场的同店销售则主要由销量带动而增加9.5%。

在 2018 财政年度上半年，集团净开设 107 个零售点。于 2017 年 9 月 30 日，零售点总数达 2,488 个。由于中国内地的珠宝市场整体重拾增长步伐，加上传统百货公司整合趋势有所舒缓，期内在中国内地净开设了 112 个零售点。于香港及澳门，集团在 2018 财政年度上半年继续整合零售网络，关店集中于旅游区，并同时于民生区开设新店，致使净关闭 7 个零售点。集团亦于美国开设 1 个零售点及于日本开设 2 个零售点，以把握当地顾客及旅客需求所带来的商机。

于 2018 财政年度上半年，中国内地珠宝业务的电子商务发展进一步快速增长，零售值录得 120.4%的强劲升幅，主要由于加强了与主要在线平台伙伴的合作。电子商务占中国内地珠宝业务的零售值 5.4%及销量 13.4%。

集团颠覆创新的周大福 T MARK 钻石品牌自去年 8 月推出以来，已取得不俗的进展，反映这个独特创新产品能为顾客创造崭新的体验。于 2017 年 9 月 30 日，周大福 T MARK 产品已遍布中国内地 198 个零售点，以及香港及澳门 33 个零售点。

集团主要透过其庞大零售网络，以店中店及店内专柜的形式拓展 Hearts On Fire 的版图。于 2017 年 9 月 30 日，超过 180 个中国内地的零售点及 20 个香港及澳门的零售点有出售 Hearts On Fire 首饰。为提高 Hearts On Fire 在大中华的品牌关注度，集团邀请了中国著名女演员赵丽颖与当代艺术家程然合作，于 2017 年 11 月在上海 K11 购物艺术中心举行以「火」为题的摄影展，并于活动内展出 Hearts On Fire 的系列产品。

集团近年持续进行店铺场景差异化，以迎合顾客追求独特及个性化购物体验的需求。集团于去年推出的 Monologue，具展现真我个性及突出型格的独特品牌基因，吸引千禧一代。于 2017 年 9 月 30 日，集团在中国内地设有 6 个 Monologue 零售点。而 SOINLOVE 的产品及店铺设计则充满浪漫氛围，切合婚庆市场。于 2018 财政年度上半年，集团集中在中国内地一线及二线城市开设 6 个 SOINLOVE 零售点。

周大福珠宝品牌零售点在中国内地市场会以多变的店铺形象，满足不同的顾客群，并亦正展开更多翻新店铺设计的计划。在香港及澳门市场，集团于期内在荃湾及元朗开设了共 2 个具有全新场景及主题的零售点，以迎合各个购物中心的本地客源和定位。

于 2017 年 9 月 30 日，集团的会员人数超过 173 万。中国内地的会员再消费率达 30.5%，香港及澳门则达 32.5%。

前景与策略

由于珠宝市场刚步入复苏期，2018 财政年度将会是集团业务的转捩点。虽然复苏的步伐缓步温和，但集团预计整个行业将返回稳健且可持续的增长。

为捕捉此复苏的机遇，随着中国内地整体消费气氛改善，集团会继续在中国内地拓展零售网络；同时，在香港及澳门，集团会继续提升旅游区的零售点效益，以及选择性地在民生区开设新店。集团在美国亦正逐步与知名品牌零售商拓展批发业务。

集团会加强顾客体验，以支持其可持续发展，透过创新科技、精湛工艺及受人瞩目的设计，使到产品组合更多元化，并继续推行店铺场景差异化，以提升各个品牌的独特性。集团会从顾客为本的角度，优化生产及营运，同时亦会优化会员计划，加强与顾客的关系。

周大福主席郑家纯博士表示：「虽然经济格局时有兴衰，但市场对珠宝的殷切需求不变，于不同的重要场合总对珠宝有着情感需求和渴求。因此，我们对珠宝市场长远的前景仍抱乐观的态度。透过保留、传承及推广工艺和创新的精神，我们矢志提升普罗大众的文化水平，为社会营造更美好将来。同时，我们在该方面的努力亦有助推动集团的可持续发展。」

图片说明



周大福珠宝集团执行董事**郑志刚** (中)、董事总经理**黄绍基** (左) 及财务董事**郑炳熙** (右) 宣布 2018 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（「集团」；香港联交所股份代号：1929）于 2011 年 12 月在香港联合交易所主板上市。

集团标志性品牌「周大福」创立于 1929 年，被广获认同为信誉及正货的象征，并以产品设计、品质及价值闻名。集团及其标志性品牌的悠久历史植根于创新、工艺及传承，集团旗下亦拥有珠宝品牌 Hearts On Fire、Monologue 以及 SOINLOVE。

集团对可持续发展的承诺以「Smart+」计划为基础，围绕其业务、员工及文化推动创新。发展成熟的垂直整合业务模式为支撑集团可持续发展的另一优势，支持集团在整个价值链中追求卓越以及延伸商机。集团拥有庞大的零售网络，设有逾 2,400 个零售点遍布大中华、韩国、日本、新加坡、马来西亚与美国，并经营发展迅速的电子商务业务，能有效地执行线上线下策略以及实现全渠道零售。

传媒垂询，请联络：

周大福珠宝集团有限公司

安殷霖（Danita On）

投资者关系及企业传讯总监

电话：（852）2138 8501

电邮：danitaon@chowtaifook.com

施慧贞（Peony Sze）

投资者关系及企业传讯经理

电话：（852）2138 8337

电邮：peonysze@chowtaifook.com