

CHOW TAI FOOK JEWELLERY GROUP LIMITED
周大福珠寶集團有限公司

股份代号：1929 • 香港主板上市公司

即时发布

周大福珠宝集团公布 2019 财政年度全年业绩取得丰硕成果
新增零售点及黄金产品表现强劲带动营业额稳健增长

财务摘要

截至 3 月 31 日止年度	2019 (百万港元)	2018 (百万港元)	同比变化
营业额	66,661	59,156	+12.7%
毛利	18,602	16,213	+14.7%
毛利率	27.9%	27.4%	
经调整后的毛利率 ⁽¹⁾	27.9%	27.2%	
主要经营溢利 ⁽²⁾	6,972	5,606	+24.4%
主要经营溢利率 ⁽²⁾	10.5%	9.5%	
本公司股东应占溢利	4,577	4,095	+11.8%
每股盈利 — 基本 (港元)	0.46	0.41	+11.8%
每股股息 ⁽³⁾ (港元)	0.65	0.57	
全年股息 (港元)	0.35	0.27	
特别股息 (港元)	0.30	0.30	

⁽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亏损（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⁾ 主要经营溢利及相应溢利率并非按国际财务报告准则计算，指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与黄金借贷的未变现亏损（收益），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

⁽³⁾ 须待股东在应届股东周年大会上批准之建议每股末期及每股特别股息分别为 0.20 港元及 0.30 港元。2019 财政年度按全年计算的派息率（不包括特别股息）约为 76.5%

（中国香港，2019 年 6 月 6 日）周大福珠宝集团有限公司（「周大福珠宝集团」、「集团」或「公司」；香港联交所股份代号：1929）为拥有 90 年历史之香港主板上市公司，今天宣布截至 2019 年 3 月 31 日止年度的全年业绩（「2019 财政年度」）。

在 2019 财政年度，集团录得营业额 66,661 百万港元（2018 财政年度：59,156 百万港元），按年增加 12.7%。毛利为 18,602 百万港元（2018 财政年度：16,213 百万港元），经调整后的毛利率于 2019 财政年度上升 70 个点子至 27.9%。受惠于经调整后的毛利率上升及营运效益改善，主要经营溢利按年增加 24.4%至 6,972 百万港元（2018 财政年度：5,606 百万港元）。主要经营溢利率上升 100 个点子至 10.5%。

本公司股东应占溢利上升 11.8%至 4,577 百万港元（2018 财政年度：4,095 百万港元），每股基本盈利为 0.46 港元（2018 财政年度：0.41 港元）。董事会建议派发每股末期股息 0.20 港元，以及每股特别股息 0.30 港元。按全年股息计算，合共每股 0.65 港元。撇除特别股息，2019 财政年度的全年派息率约相等于 76.5%。

业务回顾

集团的业务在 2019 财政年度继续录得增长。所有产品类别于 2019 财政年度均呈正增长，其中黄金产品的表现尤其突出，其营业额贡献上升 170 个百分点至 61.1%。中国内地以及中国香港及中国澳门的同店销售增长动力自 2017 财政年度下半年的复苏升势以来一直延续至 2019 财政年度上半年。然而，2019 财政年度下半年的宏观经济环境较为波动，使两大市场的表现呈转弱之势。在 2019 财政年度，中国内地的同店销售增长 3.4%，主要受惠于已售黄金产品平均单件重量增加及周大福传承系列的成功带动平均售价上升。年内，香港及澳门市场受惠于平均售价及销量的增长，其同店销售上升 8.7%。

于 2019 年 3 月 31 日，集团的零售点总数达 3,134 个。在 2019 财政年度，集团在中国内地净开设 539 个零售点，当中大部分为加盟店，反映集团着力提高在较次级城市的市场渗透率。周大福珠宝品牌方面，其零售点的销售占中国内地零售值约 90%，于 2019 年 3 月 31 日，在中国内地共有 2,803 个零售点，净开设 486 个零售点。在香港及澳门市场，周大福珠宝的零售点大致保持稳定，共有 99 个零售点。在 2019 财政年度，集团在香港开设了首间 T MARK 专门店及 HEARTS ON FIRE 零售点，以及周大福艺堂陈列室。集团亦在其他市场净开设了 8 个零售点，包括首次在柬埔寨及越南开店。

集团的多品牌策略在过去几年间已取得不俗的进展。在发展成熟的周大福珠宝零售网络中，集团精心挑选个别零售点，将其升格为周大福薈館及周大福藝堂，针对追求国际名贵珠宝及独特购物体验的有品味顾客。继于 2018 财政年度在香港开设的体验店取得成功后，集团于中国内地个别地点开设主题式设计的体验店。每间体验店均融入当地的文化，交融出独特的购物体验。

独具可追溯性的专属钻石品牌 T MARK，以店内专柜形式迅速渗透中国内地市场。截至 2019 年 3 月 31 日，在中国内地有 500 个店内专柜，以及在香港及澳门有 43 个店内专柜出售 T MARK 钻石产品。年内，集团亦开设了 5 间 T MARK 专门店。在 2019 财政年度，T MARK 录得强劲的零售值增长，在中国内地零售值增长 75.8%，而在香港及澳门亦增加 72.8%。T MARK 产品占集团在中国内地以及香港及澳门之钻石产品的零售值占比分别为 19.4%及 25.9%。

拥有精湛切割及打磨工艺的高级钻石品牌 HEARTS ON FIRE，凭藉集团现有的零售网络，于相对成熟的市场以店中店及店内专柜形式经营。于 2019 年 3 月 31 日，HEARTS ON FIRE 有 18 个零售点，以及 186 个店中店及店内专柜。

SOINLOVE 及 MONOLOGUE 一直以来透过线上与线下平台的互动，成功吸引一众较年轻的顾客。目标成为千禧一代女生送礼首选珠宝产品的 SOINLOVE，在 2019 财政年度开设了 18 个零售点，于 2019 年 3 月 31 日，共有 27 个零售点。年轻一代的型格时尚珠宝品牌 MONOLOGUE 于年内净增设 27 个零售点，零售点总数为 38 个。

在 2019 财政年度，电子商务业务录得 13.2%的零售值增长，占中国内地零售值 4.8%及销量 13.6%。线上平台每日平均录得 487,000 个不重复访客。在新浪微博、腾讯微博及微信官方账户，关注人数增加至约 700 万人。

于 2019 年 3 月 31 日，集团在中国内地约有 2,200,000 名会员，会员再消费率为 22.2%；在香港及澳门有 1,050,000 名会员，会员再消费率增加至 34.5%。

业务展望与策略

鉴于宏观不明朗因素，加上 2020 财政年度上半年有较高的比较基数效应，故此集团对 2020 财政年度的业务展望持审慎乐观的态度。我们相信中美贸易谈判解决需时。不过，中国政府推出多项振兴经济措施，如降低存款准备金率、推出各项减税措施，增加尤其是对中小企的贷款以及加大基建开支，相信会有助舒缓对经济和消费意欲之影响。为了争取更大的市场份额和优化集团在中国内地的品牌竞争力，我们将在未来三至五年内继续在中国内地较次级城市和县级城镇策略性地深化市场渗透。

周大福珠宝集团主席郑家纯博士表示：「今年是本集团的重要时刻和里程碑。周大福本着对『真诚·永恒』的热忱与坚持，时刻以无比创意，牵头为行业缔造历史。」

集团自 2018 财政年度开展为期三年的「Smart+ 2020」策略框架，一直支持集团业务的发展和转型。集团会继续加强以下四大范畴：(1) 实行多品牌策略，丰富零售体验，以打破消费者对珠宝店固有的期望；(2) 透过顾客主导的顾客对工厂业务模式，让顾客亲身参与珠宝制造过程，加强顾客的体验；(3) 利用大数据分析得出有用的见解，从而建立有效的营运模式；及(4) 通过推广创新及企业家文化，为人才开拓更广阔的视野，让他们尽情发挥创意及才能，为集团内部以至整个珠宝业界培育更多人才。

- 完 -

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，以成为全球最值得信赖的珠宝集团为愿景。

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、品质与价值闻名。集团及其标志性品牌的成功，从过去 90 年的悠久历史，体现出对创新和工艺的持久坚持，以及恒久抱持的核心价值「真诚·永恒」。

周大福主品牌与周大福艺堂、周大福薈館和周大福钟表等关联品牌，以及 HEARTS ON FIRE、T MARK、SOINLOVE 与 MONOLOGUE 等其他品牌组成集团多品牌发展策略。

集团对可持续增长的承诺以「Smart+」策略为基础，致力于业务、员工和文化推动长远的创新发展。发展成熟的灵活业务模式为支撑集团可持续增长的另一优势，在整个价值链中支持集团追求卓越，以及延伸商机至不同社区和全球的行业合作伙伴。

集团拥有庞大的零售网络，遍及大中华、日本、韩国、东南亚与美国，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，在现今的全渠道零售环境下成功突围而出。

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高级经理
电话：(852) 2138 8337
电邮：peonysze@chowtaifook.com