

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 2020 财政年度中期业绩及
由 2019 年 10 月 1 日至 11 月 21 日未经审核之主要经营数据**

财务摘要

截至 9 月 30 日止六个月	2019 年 百万港元	2018 年 百万港元	同比变化
营业额	29,533	29,703	-0.6%
毛利	8,147	8,529	-4.5%
毛利率	27.6%	28.7%	
经调整后的毛利率 ⁽¹⁾	30.7%	28.1%	
主要经营溢利 ⁽²⁾	3,527	2,989	+18.0%
主要经营溢利率 ⁽²⁾	11.9%	10.1%	
除税前溢利	2,200	2,722	-19.2%
本公司股东应占溢利	1,533	1,936	-20.8%
每股盈利—基本（港元）	0.15	0.19	-20.8%
每股中期股息 ⁽³⁾ （港元）	0.12	0.15	

⁽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、一般及行政开支以及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⁾ 2020 财政年度上半年的派息率约为 78.3%

（中国香港，2019 年 11 月 28 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，今天公布截至 2019 年 9 月 30 日止六个月的中期业绩（「2020 财政年度上半年」）。

在 2020 财政年度上半年，受惠于中国内地新开零售点和稳定的同店销售增长，集团录得营业额 29,533 百万港元（2019 财政年度上半年：29,703 百万港元）。毛利达 8,147 百万港元（2019 财政年度上半年：8,529 百万港元）。于 2020 财政年度上半年，由于国际金价急升而导致黄金产品的毛利率得到改善，经调整后的毛利率升至 30.7%。主要经营溢利按年增加 18.0%，而基于经调整后的毛利率增加，主要经营溢利率上升至 11.9%。另外，期内国际金价急升，集团的除税前溢利受 917 百万港元的黄金借贷未变现亏损的影响而下降 19.2%。

本公司股东应占溢利下跌 20.8%至 1,533 百万港元（2019 财政年度上半年：1,936 百万港元）。每股基本盈利为 0.15 港元（2019 财政年度上半年：0.19 港元）。董事会宣派中期股息每股 0.12 港元。2020 财政年度上半年的派息率约相等于 78.3%。

业务回顾

尽管外围环境波动及国际金价飙升，于 2020 财政年度上半年，由于同店平均售价录得强劲升幅，中国内地录得同店销售增长 1.8%。另一方面，由于受高基数及经营环境疲弱的影响下，中国香港及中国澳门的同店销售于期内下跌 27.5%。

于 2019 年 9 月 30 日，集团的零售点总数达 3,490 个，净开设 356 个零售点。期内在中国内地净开设 333 个周大福珠宝零售点。集团借助加盟商加强在较次级城市和县级城镇的渗透，约有 55.0%的净开店位于三、四线及其他城市。受惠于新开的店铺和较佳的同店表现，期内三、四线及其他城市的零售值录得近百分之二十的强劲增长。此外，集团在香港及澳门市场净开设 4 个零售点，而在其他市场则净开设 2 个零售点。

集团借着推行多品牌策略进一步扩阔顾客群。周大福荟馆（JEWELRIA）是周大福多元化的珠宝零售体验，荟萃多个国际珠宝品牌。在 2020 财政年度上半年，获两大国际品牌 Annoushka 及 Kagayoi 加盟周大福荟馆。来自伦敦的珠宝品牌 Annoushka，由获颁授大英帝国勋章的知名设计师 Annoushka Ducas 创立，以大胆鲜明的色彩搭配，展现跳脱玩味、舒适且切合日常配戴的闪烁魅力。源自日本的 Kagayoi 始创于 1861 年，体现京都独特美感和深厚的文化传统。

集团追溯钻石真品及来源的突破性钻石品牌 T MARK 在中国内地录得按年 10.2%零售值增长，而香港及澳门的零售值则按年下跌 15.0%。T MARK 产品分别占集团在中国内地的钻石产品零售值 19.2%，以及占香港及澳门的 28.1%。于 2019 年 9 月 30 日，在中国内地有 4 间 T MARK 专门店及 721 个店内专柜出售 T MARK 钻石产品；在香港及澳门则有 1 间专门店及 61 个店内专柜。今年 10 月，集团更推出了个性化 T MARK 印记服务，让特选顾客为他们的 T MARK 钻石刻上独特的个人编码。

HEARTS ON FIRE 于 2019 年 10 月推出由美国人气婚纱设计师 Hayley Paige 设计的崭新珠宝系列。这系列与 Paige 设计的婚纱风格一脉相承，把新奇别致的元素和现代美学，转化为独特而迷人的婚嫁珠宝系列。于 2019 年 9 月 30 日，HEARTS ON FIRE 共有 12 个零售点，以及 199 个店中店及店内专柜。

在 2020 财政年度上半年，珠宝镶嵌首饰销售上升 49.6%，带动电子商务业务录得 9.7%的零售值增长。期内，电子商务业务占中国内地零售值 4.9%及销量 14.1%。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，关注人数增至逾 960 万人。

于 2019 年 9 月 30 日，集团在中国内地约有 2,380,000 名会员，会员再消费占相关零售值之 24.1%；在香港及澳门有 1,130,000 名会员，会员再消费则占相关零售值之 32.9%。

业务展望与策略

去年同期的高基数为 2020 财政年度上半年订下了极具挑战性的基准。在中美贸易磨擦升级和宏观市场不利因素涌现的情况下，市场持续放缓。香港及澳门市场短期内仍然充满挑战。然而，我们在中国内地较次级城市和县级城镇的市场渗透策略，将继续助集团保持增长动力。

尽管短期前景充满挑战，集团始终专注于长远目标和可持续发展，并以前瞻视野投资未来。经审视目前营运与财务状况，我们制订了三项主要即时措施，冀能纾缓短期影响，为改善风险管理做好准备。(一) 提升稳健的财务状况、(二) 有效运用资源；以及 (三) 鼓励员工成为「内企业家」。与此同时，「Smart+ 2020」策略框架将继续引导我们善用科技，把创新意念打造成独特的零售体验，并且提高营运效益。

周大福珠宝集团主席郑家纯博士表示：「90 年来，我们本着敢于创新的精神，抵御无数风浪，成为经得起考验的行业佼佼者。本人深信，集团透过审慎部署及执行睿智的策略，加上具备行业窍门，定必为集团带来长线回报。」

由 2019 年 10 月 1 日至 11 月 21 日未经审核之主要经营数据

由 2019 年 10 月 1 日至 11 月 21 日的零售值和同店销售的按年变动如下：

	(与去年同期相比的百分比变动)	
	中国内地	香港及澳门
零售值增长	+15%	-39%
同店销售增长	+1%	-38%
同店销量增长	-11%	-48%
按产品划分的同店销售增长		
— 珠宝镶嵌首饰	+2%	-50%
— 黄金产品	-4%	-35%

注：以上资料并未有经过本公司核数师的审阅或审核。

- 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。

集团对可持续发展的承诺以「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发展的另一优势，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