

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

股份代號：1929 • 香港主板上市公司

实时发布

周大福珠宝集团公布 2021 财政年度全年业绩及
由 2021 年 4 月 1 日至 5 月 31 日未经审核之主要经营数据

财务摘要

截至 3 月 31 日止年度	2021 百万港元	2020 百万港元	同比变化
营业额	70,164	56,751	23.6%
毛利	20,075	16,096	24.7%
毛利率	28.6%	28.4%	
经调整后的毛利率 ⁽¹⁾	28.2%	29.6%	
主要经营溢利 ⁽²⁾	8,630	5,687	51.7%
主要经营溢利率 ⁽²⁾	12.3%	10.0%	
本公司股东应占溢利	6,026	2,901	107.7%
每股盈利 (港元)	0.60	0.29	107.7%
每股股息 ⁽³⁾ (港元)	0.40	0.24	

⁽¹⁾ 经调整后的毛利率 (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 (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股息为 0.24 港元。2021 财政年度按全年计算的派息率约为 66.4%

(中国香港，2021 年 6 月 8 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) 为拥有逾 90 年历史之香港主板上市公司，今天宣布截至 2021 年 3 月 31 日止年度的全年业绩 (「2021 财政年度」)。

2021 财政年度的营业额上升 23.6% 至 70,164 百万港元 (2020 财政年度：56,751 百万港元)。与 2019 财政年度相比，营业额较两年前的同期上升 5.3%。毛利为 20,075 百万港元 (2020 财政年度：16,096 百万港元)。经调整后的毛利率于 2021 财政年度轻微下降至 28.2%，主要由于批发业务，以及零售业务当中黄金首饰及产品和钟表产品的销售贡献相比起 2020 财政年度上升。凭借我们有效控制销售及行政开支与营运效益，主要经营溢利率上升至 12.3%。于 2021 财政年度，集团的主要经营溢利按年上升 51.7%。

本公司股东应占溢利增加 107.7% 至 6,026 百万港元 (2020 财政年度：2,901 百万港元)，每股盈利为 0.60 港元 (2020 财政年度：0.29 港元)。董事会建议派发每股末期股息 0.24 港元；全年股息共 0.40 港元。2021 财政年度派息率约为 66.4%。

2021 年 6 月 8 日

业务回顾

随着疫情逐步缓和，中国内地的同店销售于 2021 财政年度第二季反弹及回复正增长。由于需求回升及比较基数甚低，2021 财政年度第四季度的同店销售增长扩大至 141.2%。因此，中国内地的同店销售于 2021 财政年度上升 31.9%，而中国内地所有产品类别的同店平均售价于 2021 财政年度继续呈现上升趋势。中国香港及中国澳门的同店销售于 2021 财政年度因客流量疲弱而下降 41.3%。然而，由于本地消费复苏，2021 财政年度第四季度同店销售上升 31.2%。

截至 2021 年 3 月 31 日，集团的零售网络扩展至 4,591 个零售点，2021 财政年度净增加 741 个零售点。2021 财政年度，我们于中国内地净开设 746 个零售点，当中 669 个为周大福珠宝零售点。新增零售点约半数字于三、四线及其他城市。于本财政年度内，三、四线及其他城市的零售值增长较一线及二线城市强劲，主要受新增零售点所带动。于 2021 年 3 月 31 日，中国内地约 65% 的周大福珠宝零售点以加盟模式经营。

在香港，我们于 2021 财政年度整合零售网络，净关闭 5 个零售点，主要位于尖沙咀及铜锣湾等游客区。在其他市场，我们于海南开设 5 个免税零售点，并在其他地点净关闭 5 个零售点。海南免税零售点的表现强劲，使其他市场的零售值跌幅较香港和澳门轻微。

于 2021 财政年度，周大福传承系列占我们黄金首饰及产品零售值的 39.5%。T MARK 产品则占我们在钻石产品零售值的 24.7%。

在「Smart+ 2020」策略框架的坚稳基础上，我们欣然借着双动力策略昂首向前。双动力策略由实动力 — 零售扩张和云动力 — 智能零售两大未来增长动力建构而成。集团一方面推行零售扩张策略，持续加强品牌及产品系列，拓展中国内地业务版图，使我们能更贴近顾客。另一方面以智慧零售策略，促进科技赋能，打造零售科技应用及智慧制造，为顾客提供快速、贴心的购物新体验。

我们借着各种零售科技应用进一步拉近与顾客的距离，例如云商 365 和 D-ONE。于 2021 财政年度，超过 40,000 位直营店和加盟店的员工使用云商 365，与逾 370 万名顾客联系。它不仅吸引了新顾客，平均售价亦较电商平台高出约 80%，而其销售转化率则是电商平台约 10 倍。

另外，我们推出了珠宝数码化定制平台 D-ONE，顾客已可透过此平台定制他们专属的 HEARTS ON FIRE 及 T MARK 钻石首饰。在 2021 年 2 月，我们亦在 D-ONE 上推出了周大福天荒地老系列。这系列的戒指融入了创新的衍光技术，能将光线反射出个性化信息。于 2021 财政年度，D-ONE 的零售值达 133 百万港元。这些定制产品的平均售价比我们中国内地珠宝镶嵌首饰同店平均售价高出一倍以上。

由于我们在 O2O 平台的销售表现理想，电子商务与 O2O 相关业务的零售值于 2021 财政年度飙升 91.8%，其对中国内地的零售值及销量贡献分别为 7.1% 及 14.7%。

于 2021 年 3 月 31 日，集团在中国内地超过 300 万名会员，会员再消费率为 29.4%；在香港及澳门超过 120 万名会员，会员再消费率为 44.1%。

2021 年 6 月 8 日

业务展望与策略

于 2021 财政年度，尽管疫情为营商环境带来挑战，但我们于中国内地的业务表现继续有强劲增长。周大福珠宝集团主席郑家纯博士表示：「纵使过去一年市况波动，但危中有机，唯创新者方能保持竞争优势。集团除了加快数码转型的步伐，在智慧零售的领域寻求突破，亦不断拓展线上线下的业务新据点，藉此促进业务长远而稳健的发展。」

凭借中国政府的「双循环」政策，我们相信珠宝行业可受惠于国内消费增长。有见及此，我们对中国内地市场的中长期前景保持乐观，未来我们将专注于中国内地的业务发展。一方面，我们将继续通过渗透较次级城市和借助加盟商的地方知识，实行我们的实动力 — 零售扩张策略。另一方面，我们将通过提升零售体验和专注于打通线上线下渠道，推动我们的云动力 — 智慧零售策略，以利用数字化转型的优势。

尽管港澳市场目前面临重重挑战，惟随着疫情发展预期更趋稳定，我们深信本地市场已经触底。待主要过境口岸重开，旅客人次及零售市场可望逐步复苏。其他市场方面，我们将着眼于内需较高的国家，待国际旅游恢复后会继续推进我们的拓展策略。

展望未来，我们相信双动力策略能使顾客通过珠宝获得幸福的生活体验。

由 2021 年 4 月 1 日至 5 月 31 日未经审核之主要经营数据

由 2021 年 4 月 1 日至 5 月 31 日，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)

集团零售值增长	77.0%	
	中国内地	香港、澳门及其他市场
零售值增长	74.7%	98.5%
占集团零售值之百分比	89.1%	10.9%
	中国内地	香港及澳门
同店销售增长	49.3%	159.7%
同店销量增长	32.2%	125.9%
按产品划分的同店销售增长		
— 珠宝镶嵌、铂金及 K 金首饰	4.0%	110.8%
— 黄金首饰及产品	73.6%	219.5%

备注：由 2021 年 4 月 1 日至 5 月 31 日未经审核之主要经营数据乃按最近期可得管理账目和本集团现时可得的数据编制。有关数据仍待本公司核数师、其审核委员会及董事会审阅。

- 完 -

2021 年 6 月 8 日

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，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 多年的悠久历史，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」。

周大福凭借差异化策略在不同顾客群的市场稳步发展，并提供贴身的消费体验。透过提供多元化的产品、服务和销售渠道，满足其不同人生阶段的需要。集团的差异化品牌策略以周大福旗舰品牌为核心，并相继推出针对性的零售体验，以及 HEARTS ON FIRE、ENZO、SOINLOVE 与 MONOLOGUE 等其他个性品牌，每个品牌都承载着不同顾客群的生活态度和个性。

集团借助以客为本的重点及其策略为基础，实践业务可持续发展的承诺，致力于业务、员工和文化方面推动长远的创新发展。发展成熟的灵活业务模式是推动集团可持续发展的一大优势，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

吴海迪（Haide Ng）

投资者关系及企业传讯经理

电话：（852）2138 8336

电邮：haideng@chowtaifook.com