

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 2023 财年业绩疫下展韧性

革新品牌 吸引年轻一代消费者

业绩重点

- 尽管面对宏观经济不明朗等外部挑战，周大福珠宝的营业额维持稳定，按年只下降了 4.3% 至 94,684 百万港元，而主要经营溢利则下跌 5.6% 至 9,439 百万港元
- 集团采取严谨的成本管理与优化定价策略，令业务展现韧性；随着防疫措施于 2023 财政年度第四季度有所转变，同店销售增长已有所改善，进一步支持中国内地的业务复苏
- 经调整后的毛利率上升 30 个点子至 23.7%，而主要经营溢利率则稳定在 10.0%
- 集团贯彻执行精心考虑的扩张策略，于内地共有 7,269 个周大福珠宝零售点，超越为 2025 财政年度定下开设 7,000 间门店的目标，有助我们抓紧疫情后经济复苏和增长的机遇
- 中国香港、中国澳门及其他市场于本财年的下半年显著复苏，营业额上升 8.8%，此乃由于香港的社交距离措施放宽，令婚嫁积压需求获得释放，以及内地边境口岸重开
- 未来的业务增长计划将专注于高质量扩张、提升现有零售网络的门店效益及提供卓越的顾客体验
- 集团展开了重大的品牌革新之旅，以增强品牌对年轻一代消费者的吸引力，长远提升整体竞争力。我们借着更新主要品牌，以提升品牌辨识度及年轻消费者心目中的价值，继而逐步更新店铺形象、产品包装和营销策略
- 2024 财政年度将会是复苏及恢复常态的一年，预期集团的营运及财政表现将持续改善，受 2023 财政年度下半年的五个策略方针所带动，有助提升我们的竞争力及盈利质素，并为所有持份者创造可持续的长远价值

财务摘要

截至 3 月 31 日止年度	2023 百万港元	2022 百万港元	同比变化
营业额	94,684	98,938	-4.3%
毛利	21,172	22,340	-5.2%
毛利率	22.4%	22.6%	
经调整后的毛利率 ⁽¹⁾	23.7%	23.4%	
主要经营溢利 ⁽²⁾	9,439	10,002	-5.6%
主要经营溢利率 ⁽²⁾	10.0%	10.1%	
本公司股东应占溢利	5,384	6,712	-19.8%
每股盈利（港元）	0.54	0.67	-19.8%
每股全年股息 ⁽³⁾ （港元）	1.22	0.50	N/A

⁽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于更透彻了解其经营表现及业务的实际趋势

⁽³⁾ 包括每股全年股息 0.50 港元和每股特别股息 0.72 港元。撇除特别股息，2023 财政年度全年派息率约为 92.9%

(中国香港, 2023 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) 今天宣布截至 2023 年 3 月 31 日止年度的全年业绩 (「2023 财政年度」)。

透过严谨的成本管理与优化定价策略 展现业务韧性

纵使 2023 财政年度受疫情影响, 集团仍能借着采取严谨的成本管理及优化定价策略, 令财务表现展现韧性。集团的营业额按年下降 4.3% 至 94,684 百万港元 (2022 财政年度: 98,938 百万港元), 而主要经营溢利则下跌 5.6% 至 9,439 百万港元 (2022 财政年度: 10,002 百万港元)。零售产品毛利率提高, 缓解了黄金和批发营业额占比增加的影响, 经调整后的毛利率于本财政年度由 23.4% 上升至 23.7%, 而主要经营溢利率则稳定在 10.0%。

年内, 本公司股东应占溢利下跌 19.8% 至 5,384 百万港元 (2022 财政年度: 6,712 百万港元), 每股盈利 0.54 港元 (2022 财政年度: 0.67 港元)。董事会建议派发末期股息每股 0.28 港元及特别股息每股 0.72 港元; 按全年股息计算, 合共每股 1.22 港元。撇除特别股息, 2023 财政年度全年派息率约为 92.9% (2022 财政年度: 74.5%)。

周大福珠宝集团主席郑家纯博士表示: 「周大福在中国内地及香港拥有近 95 年的历史和经验, 是全球最大的珠宝公司之一。我们已蓄势待发, 准备好发挥自身优势, 把握新机遇, 全力推动业务增长。集团将以五大策略方针为基础, 藉以提升竞争力及盈利质素, 为持份者创造可持续的长远价值。」

防疫措施调整 同店销售趋势有所改善

年内, 宏观经济波动, 内地业务受疫情所影响, 此影响于 2023 财政年度第三季度最为明显。随着防疫措施有所调整, 市场于 2023 财政年度第四季度呈现复苏迹象, 内地的同店销售的跌幅于第四季度显著收窄, 全年则下跌 13.1%。2022 年年底香港与内地恢复旅游, 大量内地旅客到访, 香港的同店销售于年内跃升 36.6%。由于业务较依赖内地旅客消费, 澳门的同店销售下降 17.8%。

精心考虑的扩张策略 有助抓紧疫情后经济复苏和增长机遇

集团于 2023 财政年度在内地净开设 1,631 个零售点, 符合稳步扩张零售网络的策略。于 2023 年 3 月 31 日, 集团于内地共有 7,269 个周大福珠宝零售点, 较原定计划提前两年达成在内地开设 7,000 间周大福珠宝零售点的里程碑, 有助我们抓紧疫情后经济复苏和增长的机遇。

年内, 集团在香港及澳门净关闭 9 个零售点, 以提升营运效率, 并分别于加拿大、新加坡、马来西亚、泰国、越南及菲律宾开设新零售点。我们未来的业务增长计划将专注于高质量扩张、提升现有零售网络的门店效益及提供卓越的顾客体验。

差异化的产品 以应对多元化的客户需求

为迎合年轻消费者对文化及美学与日俱增的追求, 集团于 2023 财政年度为周大福传承系列增添新成员, 推出名为藏蕴·传承的产品线, 透过重新阐释地域建筑、纹样、色彩及文字等元素, 展现出西藏独特之美, 自于内地推出后获得热烈回响。2023 财政年度, 周大福传承系列占内地整体黄金产品零售值约 40%。

年内, 集团在内地成功推出完美结合极致黄金工艺与 T MARK 天然美钻的人生四美系列, 其销售表现超出预期。

2023 年财政年度，尽管面对宏观挑战，HEARTS ON FIRE 的营业额增加了 0.5%。该品牌于香港的表现最为强劲，在第三季度末本地需求显著复苏及第四季度起游客人数持续回升的支持下，销售较去年同期增长 51.3%。Aerial 系列及 Lorelei 系列于年内相继发布新设计，并取得骄人成绩。于发布期间，各系列的销售均按年录得大幅增长，Aerial 系列的全球销售增长 207.3%，而 Lorelei 系列于中国的销售则增加 84.5%。

业务展望与策略

政府聚焦于提振商业发展，将有效推动内地、香港和澳门的零售及经济活动，亦对我们 2024 财政年度的表现有支持作用。我们对于主要市场的业务逐步恢复感到十分鼓舞，随着内地、香港及澳门的同店销售恢复增长，预计 2024 财政年度将会是复苏及恢复常态的一年。

内地方面，中央政府的扶持政策将在短期内继续推动零售及经济活动。2023 年 3 月初举行的两会展示了明确的增长目标，而各项刺激措施亦肯定了促进国内消费的重要性，以及创造城市就业机会及国内生产总值增长约 5% 的更高目标。在全球经济环境不明朗的情况下，我们预期内地复苏或需循序渐进，但我们对内地珠宝市场及经济的中长期增长前景充满信心。

中国内地旅客重临消费将推动我们香港和澳门业务进一步复苏。随着客流量按预期上升，我们预计可受惠于这些市场的营运效益。香港方面，2023–24 年度财政预算案所发放的消费券，亦将能支持零售活动及客流量的复苏。

其他市场方面，内地旅客流动性的增加预计可刺激旅游消费。亚洲国家正值经济复苏，其珠宝市场预计会受旅游消费及强劲的本地需求所支持。我们将在零售需求强劲的珠宝市场探索机遇。

集团致力因应庞大零售网络的不同状况，继续保持灵活和警惕，以便迅速调整资源和营运。在五大策略方针的基础下，我们致力于提升竞争力及盈利质素以及为所有持份者创造可持续的长远价值，为业务的未来发展做好准备。为实现这些重点目标，我们于 2023 财政年度制定了五大策略方针。这些方针包括：

- 1) 提升品牌定位，以增加品牌吸引力及建立营业额韧性
- 2) 加强产品差异化，优化产品组合，同时降低存货水平及周转天数
- 3) 推动数据主导的文化，加速数码转型，以优化业务表现
- 4) 提升营运效率及韧性
- 5) 培育以人为本文化，加强人才培养，以支持业务增长

- 完 -

關於周大福珠寶集團有限公司

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、品质与价值而闻名。集团及其标志性品牌的成功，从过去的悠久历史，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，并提供贴心的消费体验。我们透过提供多元化的产品、服务和销售渠道，满足顾客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方针及策略，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，遍及中国、日本、韩国、东南亚、美国及加拿大，并经营发展迅速的智慧零售业务，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高级总监

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高级经理

电话：（852）2138 8336

电邮：haideng@chowtaifook.com

陈绮雯（Acky Chan）

投资者关系及企业传讯高级经理

电话：（852）2138 8338

电邮：ackychan@chowtaifook.com