

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

周大福珠宝集团上半年核心盈利增三成八至近 60 亿
更高增值转型见成效



周大福珠宝集团公布 2024 财政年度的中期业绩

业绩重点

- 集团为迈向更高价值增长，全力落实五大策略方针，并取得显著成果。这些策略方针包括：重塑品牌、优化产品、加速数字化转型、提升营运效率及强化人才培育。
- 我们在整合产品组合及优化产品规划过程方面取得重要进展。期内，我们成功推出了传承系列的新产品，而我们的 HEARTS ON FIRE 品牌亦推出了 VELA 系列。
- 2024 财政年度上半年，我们注意到主要市场的人员流动及零售活动有所改善。2024 财政年度上半年的营业额为 49,526 百万港元，按年上升 6.4%。若按相同汇率计算，增长则为 11.3%。由于内地入境旅客逐步重临，香港、澳门及其他市场营业额于期内上升 57.7%。
- 主要经营溢利上升 37.7%至 5,989 百万港元，升幅高于营业额。此乃由于我们持续推动优化定价策略及提升营运效率，加上受惠于黄金价格上涨所致。若按相同汇率计算，即按年增长 44.3%。

- 期内，经调整后的毛利率按年上升 140 个基点至 23.8%，而主要经营溢利率则上升 280 个基点至 12.1%。与我们致力提升盈利质量的承诺相符。这印证了我们正专注于稳步迈向更高价值增长，为持份者创造可持续的长远价值。

财务摘要

截至 9 月 30 日止六个月	2023 百万港元	2022 百万港元	同比变化
营业额	49,526	46,535	+6.4%
毛利	12,344	10,962	+12.6%
毛利率	24.9%	23.6%	
经调整后的毛利率 ⁽¹⁾	23.8%	22.4%	
主要经营溢利 ⁽²⁾	5,989	4,349	+37.7%
主要经营溢利率 ⁽²⁾	12.1%	9.3%	
本公司股东应占溢利	4,551	3,336	+36.4%
每股盈利（港元）	0.46	0.33	+36.4%
每股中期股息 ⁽³⁾ （港元）	0.25	0.22	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⁾ 2024 财政年度上半年的派息率约为 54.9%

（中国香港，2023 年 11 月 23 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 9 月 30 日止六个月的中期业绩（「2024 财政年度上半年」）。

营运表现稳定复苏

我们致力优化定价策略及提升营运效率，加上受惠于黄金价格上涨，于 2024 财政年度上半年取得强韧的业务表现。2024 财政年度上半年的营业额为 49,526 百万港元，按年上升 6.4%（2023 财政年度上半年：46,535 百万港元）。毛利上升 12.6%至 12,344 百万港元（2023 财政年度上半年：10,962 百万港元）。经调整后毛利率由去年同期的 22.4%上升至 23.8%。期内，主要经营溢利同比增加 37.7%，增幅高于营业额。若按相同汇率计算，则按年上涨 44.3%。

期内，股东应占溢利增加 36.4%至 4,551 百万港元（2023 财政年度上半年：3,336 百万港元），每股盈利 0.46 港元（2023 财政年度上半年：0.33 港元）。董事会宣布 2024 财政年度上半年，派中期股息每股 0.25 港元，派息率约为 54.9%。

周大福珠宝集团主席郑家纯博士表示：「我们乐见转型成效进一步显现，并有信心在踏入更高价值增长的新阶段之际，透过积极投放资源落实五大策略方针，进一步增强竞争力和盈利质量。」

人员流动及零售活动持续改善 零售值录得强韧增长

2024 财政年度上半年，内地以及香港及澳门的人员流动及零售活动持续改善。在香港、澳门及其他市场的表现带动下，集团期内的整体零售值录得 15.6% 的增长。内地旅客重临为集团业务提供支持，香港、澳门及其他市场的零售值于 2024 财政年度上半年上升 58.5%。

尽管受高基数所影响，内地零售值仍上升 10.8%。我们亦观察到零售值于劳动节、中国情人节（七夕）、中秋节及国庆等节庆及假日期间录得双位数的强韧增长。另外，在刚过去的双十一，我们在天猫及京东珠宝类别均名列第一，成交总额按年强劲增长近 90%。

受惠于内地入境旅客回升，2024 财政年度上半年香港及澳门的同店销售增长达 59.6%。香港方面，同店销售于期内大幅增长 52.5%；澳门方面，同店销售更跃升 87.3%。内地同店销售则轻微下跌 3.5%，主要受高基数效应影响。

集中化统筹营销策略以支持目标增长

我们于 2024 财政年度上半年藉着由集团集中化统筹的营销策略，确保品牌的一致性及发挥最大的协同效应。我们于 8 月发起了首个 360 度全球市场营销活动，推出了传承系列的新产品，设计灵感源于唐代的文物，并以历史悠久的黄金工艺精心打造而成。我们除了在西安陕西历史博物馆举行了一场沉浸式发布会，亦在上海前滩太古里举办了「GOLD IS CHIC: 鎏光时代」美学艺术展，华丽型格的活动空间为参观者带来沉浸式的官感体验。传承系列的零售值继续录得约 8% 的增长，其对内地黄金销售的贡献亦稳定于约 37%。香港及澳门市场方面，传承系列的零售值大幅增长超过 350%。

除了传承系列取得圆满成功，我们的 ING 系列及流金岁月系列均取得极佳的回响，特别受年青消费者喜爱。这两个黄金首饰系列共占内地整体黄金产品零售值约 18%。

为弘扬周大福在工艺与天然钻石首饰设计的开创性领导地位，我们持续深化钻石策略方针及推出标志性钻石系列。2024 财政年度上半年，我们的 HEARTS ON FIRE 品牌推出全新钻石系列：VELA 系列采用了法式切割密镶技术，配以标志性的钻石车工，展现出无与伦比的闪耀光芒。周大福亦于期内成功开发另一重点钻石系列，名为周大福铃兰系列。

我们的全球钻石市场营销活动于 9 月揭开序幕，并以香港大馆举办的「Beyond Time」钻石主题展览打响头阵。该展览展示了绚丽炫彩的钻石藏品，以及演绎钻石闪烁魅力的沉浸式艺术装置，藉此有效提升消费者对天然钻石的喜爱。继钻石主题展览在香港成功举办及广受好评后，我们将会于 2023 年 12 月移师到北京举办，藉此连系内地广大的顾客群。

优化店铺生产力及顾客体验以提升盈利质量

集团正采取精准的扩展策略，于不同市场需求强劲的地区开设新店，并专注提升店铺生产力及顾客体验。作为重塑品牌的措施之一，我们亦正检视在门店层面的市场细分策略。于 2023 年 9 月 30 日，我们的零售网络已达 7,838 个零售点。2024 财政年度上半年，我们在内地净开设 189 个周大福珠宝零售点。在香港及澳门，我们于期内调整店铺位置，净开设 1 个零售点。其他市场方面，我们开设了 5 间门店，包括 3 家位于内地的免税店以及在泰国及加拿大的 2 个零售点，务求把握当地零售市场增长所带来的新机遇。

业务展望

我们继续预计 2024 财政年度在零售值及整体盈利能力稳步恢复下，将会是逐步复苏及复常的一年。

政府积极刺激内需、振兴消费，将为内地、香港及澳门的零售及经济活动注入动力。集团亦欣然见证我们的各主要市场稳步复苏。2023年4月至9月，内地及香港珠宝行业的销售额增长均较整体零售额为佳。这现象增强了我们对持续复苏的信心。我们预计内地、香港及澳门的同店销售将回复正增长。

内地方面，政府继续重申透过调整经济政策扩大内需及改善就业的重要性。在全球经济不明朗的情况下，我们预期内地的复苏或需循序渐进及出现各地复苏速度不匀的情况，但我们对内地珠宝市场和经济的中长期增长前景仍充满信心。

港澳方面，入境旅游及劳动市场状况持续改善，继续支持消费需求及增长。我们预料客流量改善及该等有利措施出台，营运杠杆将会持续向好。

其他市场方面，内地旅客的人员流动增加，预计可进一步刺激旅游消费。东盟国家正值经济复苏，预计其市场会受旅游消费及强劲的本地需求所支持。我们正评估零售需求强劲的市场及探索相关机遇。

尽管市场存在不确定性及不可控的外部挑战，我们依然采取由下而上的执行模式，继续专注于执行五大策略方针，令增长趋势得以延续。随着我们迈向更高价值增长的新阶段，以及专注于提升盈利质量、股本及资本回报，集团的竞争优势将与日俱增。

- 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，广获认同为信誉及正货的象征，并以产品设计、质量与价值闻名。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小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

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