



周大福 (股份代号: 1929) · 香港上市市值最大珠宝公司

实时发布

周大福公布 2015 财政年度全年业绩

财务摘要

百万港元	2015 财政年度	2014 财政年度	同比变动
	(截至 3 月 31 日止)		
营业额	64,277.0	77,407.1	-17.0%
毛利	19,072.4	21,152.3	-9.8%
毛利率 (%)	29.7	27.3	2.4 个百分点
净溢利	5,535.8	7,449.2	-25.7%
净溢利率 (%)	8.6	9.6	-1.0 个百分点
本公司股东应占溢利	5,456.0	7,272.0	-25.0%
每股基本盈利 (港仙)	54.6	72.7	-25.0%
每股股息(港仙)			
中期	13.0	17.0	-23.5%
末期	15.0	19.0	-21.1%
全年	28.0	36.0	-22.2%

(中国香港, 2015 年 6 月 5 日) 周大福珠宝集团有限公司 (周大福」或「公司」; 及其附属公司, 「集团」; 股份代号: 1929) 为拥有 86 年历史、在香港上市市值最大兼全球数一数二之珠宝公司, 今天宣布截至 2015 年 3 月 31 日止年度的全年业绩 (「2015 财政年度」)。

在 2015 财政年度, 集团录得营业额 64,277.0 百万港元 (2014 财政年度: 77,407.1 百万港元), 较去年减少 17.0%。毛利下降 9.8%至 19,072.4 百万港元 (2014 财政年度: 21,152.3 百万港元), 而毛利率则增加 240 个基点至 29.7% (2014 财政年度: 27.3%)。净溢利减少 25.7%至 5,535.8 百万港元 (2014 财政年度: 7,449.2 百万港元), 净溢利率为 8.6% (2014 财政年度: 9.6%)。本公司股东应占溢利为 5,456.0 百万港元 (2014 财政年度: 7,272.0 百万港元), 每股基本盈利为 54.6 港仙 (2014 财政年度: 72.7 港仙)。董事会建议派发末期股息每股 15.0 港仙 (2014 财政年度: 19.0 港仙)。

2015 财政年度的营业额下降, 主要是由于受到 2014 财政年度的抢金潮导致的极高基数影响, 以及在 2015 财政年度下半年的消费意欲(尤其是中国香港及中国澳门地区)转趋疲弱所致。

一方面黄金产品的需求已逐渐恢复正常, 另一方面集团能够把握珠宝镶嵌首饰的增长潜力, 得以显著改善产品组合的比例。由于溢利率较高的珠宝镶嵌首饰的销量稳步增长, 集团在 2015 财政年度的毛利率有所增加。

周大福主席郑家纯博士谈全年业绩时表示：「尽管 2015 财政年度的市况并不乐观，持续的城镇化及不断扩张的中产阶级，让我们相信中国内地继续充满发展机遇，集团将继续专注发展大中华市场，同时保持我们在区内的领先地位。我们将致力提升各个业务范畴，进一步加强周大福品牌的独特优势。整合在线线下渠道、善用科技为顾客带来崭新体验、回馈最忠诚的顾客及全力提升整体营运效率均为我们的指引准则。」

业务回顾

中国内地的珠宝业务继续是集团最主要的业务，占集团总营业额 55.9%，而港澳及其他市场的珠宝及钟表业务营业额则占 41.1%，其余的 3.0% 乃来自中国内地的钟表业务。

集团于 2015 财政年度继续拓展零售网络，年内净开设 180 个零售点，其中包括捕捉中国内地旅客往海外旅游消费的机遇而在南韩拓展新市场于济州岛所开设的首个零售点。于 2015 年 3 月 31 日，集团的零售点总数达 2,257 个。集团亦进一步拓展电子零售渠道，藉此加强接触更多以年轻一代为主的网上顾客的能力。

电子商务的零售值按年增长 29.3%，在网上营销、在线线下协同效益及顾客关系管理的策略性地位与日俱增。透过在线社交媒体、移动平台和各种智能工具，集团别具创意的市场推广计划能迅速及有效地与现有及潜在的顾客接触和互动。在众多的项目中，集团是首家珠宝零售商与微信合作在推广活动利用蓝牙运作的 iBeacon 技术作近距离营销，并成功吸引顾客和带动销售。

于回顾年内，集团继续建立多元兼备的品牌形象，吸引不同要求和期望的顾客。集团与 Forevermark、国际铂金协会、Rio Tinto 及世界黄金协会四大国际行业领袖携手合作，创作世界级的大师珠宝艺术臻品及首饰系列，庆祝周大福 85 周年纪念。此外，集团为年度名贵珠宝系列「暹粒·璀璨光映」精心创作令人叹为观止的 14 套珠宝，于年度拍卖会上获得热烈的反应。

集团于 2014 年 8 月策略性收购国际知名奢华钻石品牌 Hearts On Fire (「HOF」)，其高价奢华钻饰产品线能补足集团现有的产品组合，提升周大福为业内世界级钻饰专家的形象。集团于 2014 年 12 月在上海开设中国内地的首家 HOF 独立店，随后于 2015 年 1 月在南京开设第二家独立店。

婚嫁珠宝继续是主流珠宝类别的重要部分，占集团零售值的百份比，从以往的约30%上升至接近40%。此外，集团亦与不同的跨国企业及名人合作开发时尚珠宝及年青产品。年内，集团与 Rio Tinto 推出「周大福日光」系列，并首度联合发出钻石溯源证书，吸引崇尚真正天然钻石首饰的顾客。另一方面，集团与南韩人气偶像权志龙及李敏镐跨界合作推出独家年青首饰系列，透过多渠道营销及市场推广活动，成功赢得目标顾客及销售。

集团的周大福会员计划继续在建立庞大顾客群方面担任重要的角色，成绩令人满意，于 2015 财政年度，集团在中国内地和港澳地区的会员人数已分别超过 150 万及 20.2 万人，自会员计划于 2013 年改革后，会员再消费金额稳步增长，于回顾年内分别占中国内地和港澳地区零售值的 29.2% (2014 财政年度: 23.4%)及 19.3% (2014 财政年度: 17.5%)。

集团继续投放资源加强营运能力，以支持业务不断增长和可持续发展。集团位于湖北省武汉市的周大福珠宝文化产业园（「珠宝文化产业园」）发展项目由2014年9月开始已逐步投产，于2016财政年度珠宝年产量将约为180万件，集团并已于2014年10月购入一幅面积约165,000平方米的土地作第二期发展，珠宝文化产业园将有助大幅提升集团在中、下游业务的营运能力与效率，进一步加强垂直整合业务模式的实力。

集团努力不懈地开发及应用创新科技成效彰显，生产力与效率显著提升。勇夺多个奖项的「存货控制系统无线射频技术应用」项目成功把无线射频和物联网技术与集团研发的存货管理系统结合，配合使用以无线射频与物联网技术新研发的智能工具，促进物流管理、店铺盘点及零售运作的效率与准确性。其中用作向顾客展示产品的「智能奉客盘」有助优化顾客体验及提供大数据分析，协助集团了解顾客需求及制定业务策略。

前景与策略

尽管未来充满挑战，集团对2016财政年度的前景仍抱持审慎乐观态度。虽然港澳业务的动力将受宏观因素影响而缓慢，但预期中国内地市场及珠宝消费将受惠于资本市场畅旺带来的财富效应而较快复苏。长远而言，集团看好大中华珠宝市场的增长。

为支持集团的持续发展，集团将继续借助加盟商的本土知识和网络进一步渗透二线及较次级城市发展。在港澳地区，集团维持灵活的开店及整合策略，提升店铺的生产力及效率。基于中国内地旅客到海外旅游的趋势迅速增长，集团对在亚洲其他市场开店的机遇亦持开放态度。集团致力发展全渠道零售，为顾客提供无缝购物体验。为了拓展HOF于大中华的网络，集团策略性地于中国内地一、二线城市的优越地段开设HOF独立店，以建立品牌形象及知名度，并借助周大福庞大的零售网络和顾客群的优势，在零售点开设「店中店」和「店内专柜」。

集团视人力资源为最宝贵的资产，致力在培训与发展方面投放资源，协助员工掌握在专业发展上所需的技能与思维作充份的装备。集团成立的周大福学院将于2015年6月启用，培育员工的专业发展。

集团董事总经理黄绍基指出：「我们乐见团队于2015财政年度在充满挑战的环境下取得进展。我们将继续致力均衡增长与回报，并将进一步加强集团的市场发展、产品、品牌管理和市场推广、营运及管理，藉此达致稳健并可持续的发展。」

图片说明



(左起)周大福珠宝集团执行董事郑志刚博士、董事总经理黄绍基、主席郑家纯博士及财务董事郑炳熙

关于周大福珠宝集团有限公司

周大福珠宝集团有限公司（股份代号：1929）为世界级领先珠宝公司，于 2011 年 12 月在香港联合交易所主板上市，成为在香港上市市值最大兼全球数一数二之珠宝公司，销售额更高踞世界第一位。

集团标志性品牌「周大福」广获认同为信誉及正货的象征，并以产品设计、质量及价值闻名。于 2014 年 8 月收购国际知名的美国奢华钻石品牌 Hearts On Fire，更进一步巩固集团为钻石专家的行业地位。

集团拥有庞大的零售网络，包括逾 2,250 个遍布大中华区、新加坡、马来西亚、南韩与美国的周大福及 Hearts On Fire 零售点，覆盖近 500 个城市，以及透过自营周大福电子商务旗舰店及于多个网购平台开设周大福网店而迅速强势发展的电子零售网络。

集团发展成熟的垂直整合业务模式，能有效和谨慎监控集团的整体业务运作，包括原材料采购、设计、生产、以及在庞大的零售点与电子零售渠道进行之市场推广与销售活动。

传媒垂询，请联络：

周大福珠宝集团有限公司

黄雅仪 (Joanne Wong) - 企业事务副总监

电话：+852 2138 8338

电邮：joannewong@chowtaifook.com

施慧贞 (Peony Sze) - 企业事务经理

电话：+852 2138 8337

电邮：peonysze@chowtaifook.com