



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 2016 财政年度全年业绩

财务摘要

截至 3 月 31 日止年度 (百万港元)	2015 财政年度	2016 财政年度	同比变化
营业额	64,277.0	56,591.5	-12.0%
珠宝镶嵌首饰的占比 (%)	27.0	27.4	+0.4 个百分点
毛利	19,072.4	15,641.4	-18.0%
毛利率 (%)	29.7	27.6	-2.1 个百分点
经调整后的毛利率 ¹ (%)	29.2	28.9	-0.3 个百分点
销售及分销成本以及一般及 行政开支 (「销售及行政开支」)	12,344.4	11,623.4	-5.8%
销售及行政开支占营业额 比率 (%)	19.2	20.5	+1.3 个百分点
主要经营溢利 ²	6,690.8	5,050.0	-24.5%
主要经营溢利率 ² (%)	10.4	8.9	-1.5 个百分点
本公司股东应占溢利	5,456.0	2,941.4	-46.1%
每股基本盈利 (港仙)	54.6	29.4	-46.1%
每股股息 (港仙)			
中期	13.0	8.0	-38.5%
末期	15.0	8.0	-46.7%
特别 ³	不适用	64.0	不适用
全年	28.0	80.0	+185.7%

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对冲亏损/(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 主要经营溢利及主要经营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, 减销售及行政开支与黄金借贷的未变现对冲亏损/(收益), 本公司相信此等数据有助更透彻了解其经营表现及业务的实际趋势。

³ 于 2016 财政年度, 建议派发特别股息和已付特别股息分别为每股 22.0 港仙及每股 42.0 港仙。

(中国香港, 2016 年 6 月 7 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 87 年历史、在香港上市市值最大之珠宝公司, 今天宣布截至 2016 年 3 月 31 日止年度的全年业绩 (「2016 财政年度」)。

在2016财政年度，集团录得营业额56,591.5百万港元（2015财政年度：64,277.0百万港元），较去年减少12.0%。撇除黄金借贷未变现亏损、外汇净亏损及无形资产的摊销费用，主要经营溢利由于营业额及毛利率下降而下跌24.5%至5,050.0百万港元（2015财政年度：6,690.8百万港元）。主要经营溢利率为8.9%（2015财政年度：10.4%）。本公司股东应占溢利为2,941.4百万港元（2015财政年度：5,456.0百万港元），每股基本盈利为29.4港仙（2015财政年度：54.6港仙）。董事会建议派发末期股息每股8.0港仙及特别股息每股22.0港仙。撇除建议及已付之特别股息，全年派息率约54.4%。

周大福主席郑家纯博士表示：「在大中华宏观经济变化无常的环境下，2016财政年度充满挑战与不确定因素。尽管市场面临阻力，本集团仍然具备雄厚的实力。凭借卓越的品牌与丰富的行业经验，我们将继续投资未来，维持竞争优势，把握市场机遇。」

业务回顾

营业额录得12.0%的跌幅，主要是由于消费意欲持续疲弱，以及美元升值令内地旅客转往其他海外旅游目的地所致。2016财政年度，中国内地珠宝业务对集团营业额的贡献稳定增长至56.3%，而中国香港、中国澳门及其他市场的营业额贡献则进一步减少至39.2%。珠宝镶嵌首饰的销售占比于年内逐步上升至27.4%，而由于去年7月至8月黄金价格下跌导致黄金产品的需求显著增加，黄金产品的销售占比因而增加至55.3%。

在2016财政年度，集团净开设62个零售点，于2016年3月31日，零售点总数达2,319个。自完成收购国际知名的高级钻石品牌Hearts On Fire（「HOF」）后，集团成功借助周大福庞大的零售网络拓展HOF业务，在中国内地、香港和澳门共设有5个零售点和136个店中店及店内专柜。

按相同汇率计算，集团的中国电子商务零售值于2016财政年度录得51.7%的可观按年增长，占中国内地珠宝业务的零售值2.3%。集团主要的电商平台，包括周大福网络旗舰店、天猫及京东官方账户的每日不重复访客增加至26.8万人次，而新浪微博、腾讯微博及微信官方账户已累积超过230万名关注人数。

于回顾年度内，集团透过展示名贵珠宝及独一无二的拍卖珠宝，如库里南遗产「裕世钻芳华」和高端珠宝系列「凝光臻艺」，不断提升集团的品牌信誉。集团亦借着《星球大战》和《蝙蝠侠对超人》等电影的热潮，推出相关的授权产品系列。

周大福会员计划在支持集团业务发展上继续扮演着重要的角色，于2016年3月31日，会员人数已逾140万，中国内地与香港及澳门的再消费比率分别为29.0%及26.0%。

前景与策略

尽管目前市场仍然相对波动，集团对于大中华业务的长期增长潜力仍然保持乐观的态度。

鉴于集团的营运市场受到不利的宏观因素影响，集团将继续整合香港和澳门的零售网络以提升店铺生产力。中国内地市场方面，集团于拓展零售点时会采取较选择性及针对性的策略。同时，集团亦致力推行有效的产品管理，透过保持我们珠宝镶嵌首饰产品的新鲜感，以及推出具时尚设计及话题性的独家及授权产品系列，引起大众关注。

我们的「Smart+」计划是借助互联网和科技，发掘更多在线线下协同效益，提升顾客体验。集团将继续利用此计划来提供个性化的购物体验，以及与业务伙伴合作发展更有效的市场

推广。同时我们亦在营运方面善用智能工具，帮助我们了解顾客喜好及优化我们的业务策略。

最后，集团致力于业务的可持续发展，继续投资于基础设施，并透过周大福培训学院及其他专业培训提升员工的发展。

集团董事总经理黄绍基指出：「面对整个大环境的不断变化与新机遇，我们无惧挑战，积极应对，研究并推出各种措施，以快速应对市场转变，令业务能够持续发展。」

图片说明



周大福珠宝集团主席郑家纯博士 (右二) 与董事总经理黄绍基 (左二)、财务董事郑炳熙 (右一) 及执行董事郑志刚博士 (左一) 宣布 2016 财政年度之全年业绩

- 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（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之珠宝公司。

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高级钻石品牌 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 2,300 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 店铺，覆盖 500 多个城市，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

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经理

电话：(852) 2138 8337

电邮：peonysze@chowtaifook.com