



周大福 (股份代号: 1929) • 香港主板上市公司

实时发布

周大福公布 2017 财政年度全年业绩

基本条件趋稳带动 2017 财政年度下半年表现回升

财务摘要

截至 3 月 31 日止年度 (百万港元)	2016 财政年度	2017 财政年度	同比变化
营业额	56,592	51,246	-9.4%
珠宝镶嵌首饰的占比 ¹ (%)	26.8	25.3	-1.5 个百分点
毛利	15,641	14,963	-4.3%
毛利率 (%)	27.6	29.2	+1.6 个百分点
经调整后的毛利率 ² (%)	28.9	28.5	-0.4 个百分点
主要经营溢利 ³	5,050	4,649	-7.9%
主要经营溢利率 ³ (%)	8.9	9.1	+0.2 个百分点
本公司股东应占溢利	2,941	3,055	+3.9%
每股基本盈利 (港仙)	29.4	30.6	+3.9%
每股股息 (港仙)			
中期	8.0	6.0	-25.0%
末期	8.0	10.0	+25.0%
特别 ⁴	64.0	35.0	-45.3%
全年	80.0	51.0	-36.3%

¹ 不包括来自珠宝贸易的营业额及加盟商的服务收入。

² 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。

³ 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核心业务的实际趋势。

⁴ 于 2017 财政年度，建议派发特别股息和已付特别股息分别为每股 20.0 港仙及每股 15.0 港仙。

（香港，2017 年 6 月 8 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」；香港联交所股份代号：1929）为拥有 88 年历史之香港上市公司，今天宣布截至 2017 年 3 月 31 日止年度的全年业绩（「2017 财政年度」）。

在 2017 财政年度，集团录得营业额 51,246 百万港元（2016 财政年度：56,592 百万港元），较去年减少 9.4%。毛利为 14,963 百万港元（2016 财政年度：15,641 百万港元），经调整后的毛利率按年下降 40 个基点，主要由于黄金产品销售占比扩大所致。主要经营溢利下跌 7.9%至 4,649 百万港元（2016 财政年度：5,050 百万港元）。主要经营溢利率为 9.1%（2016 财政年度：8.9%）。本公司股东应占溢利上升 3.9%至 3,055 百万港元（2016 财政年度：2,941 百万港元）。每股基本盈利为 30.6 港仙（2016 财政年度：29.4 港仙）。董事会建议派付末期股息每股 10.0 港仙及特别股息每股 20.0 港仙。撇除建议及已付之特别股息，2017 财政年度的全年派息率约 52.0%。

业务回顾

全年营业额虽录得9.4%之跌幅，然而于2017财政年度下半年则呈回升之势。随着经营业务趋稳，2017财政年度下半年的营业额按年增长4.4%，相对上半年度按年下降23.5%有显著改善。中国内地与香港、澳门及其他市场两个可呈报分部于2017财政年度下半年均呈令人鼓舞的回升迹象。香港、澳门及其他市场于下半年度的营业额上升0.8%，而中国内地按年更显著回升6.8%。中国内地在过去数年的营业额贡献稳步上升，于2017财政年度占集团营业额超过60%。

2017财政年度，集团于中国内地净开设67个零售点，总共开设了235个零售点，同时亦关闭了168个零售点。随着百货公司整合趋势有所舒缓，零售点数目的减幅因而较去年为低。于香港及澳门，集团持续优化零售网络，以提升效率及产能，年内净关闭7个零售点。集团亦于韩国、马来西亚及美国开设3个零售点，以捕捉当地华人顾客需求所带来的商机。于2017年3月31日，集团的零售点总数达2,381个。

集团的中国电子商务零售值录得按年41.4%的强劲增长，占中国内地零售值3.3%及销量9.3%。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为36.4万人次，而新浪微博、腾讯微博及微信官方账户已累积达约300万名关注人数。由于我们加强了与主要线上平台伙伴的合作，电子商务业务于2017财政年度下半年取得了快速的增长。当中最具代表性的例子是我们与京东和天猫合作的线上订单分配计划。线上平台的订单直接发送到顾客就近的实体零售点。我们借助庞大的实体零售网络，能缩短送货时间及降低成本，达致全面的线上线下互动，从而提升顾客购物体验。

自去年8月推出颠覆创新的周大福T MARK钻石品牌以来，该产品已遍布75个中国内地零售点及27个香港及澳门零售点。于2017财政年度，周大福T MARK产品占集团的中国内地与香港及澳门已售钻石产品零售值分别为2.8%及5.2%。

截至2017年3月31日，会员人数已逾160万，而中国内地与香港及澳门的会员再消费率分别为27.2%及29.5%。其中三大会籍级别的会员占整体中国内地的会员人数3.6%，而他们的再消费率则有8.7%。在港澳市场，三大会籍级别的会员的再消费率则达11.5%。

前景与策略

中国内地的经济正走向消费主导，社会亦逐步繁荣富庶，长远有利零售业的发展，特别是奢侈品行业。至于香港及澳门，随着国内游客的旅游模式和消费喜好的转变，零售业不得不进行结构性改变。

因应零售环境的变化，集团在中国内地将维持选择性地拓展零售点，并继续优化港澳市场的零售网络。集团亦正在美国拓展批发业务，并以此作为我们的长远计划之一。

为了迎合追求高品味的顾客的需求，集团会进一步与不同的顾客接触和沟通，丰富他们的体验；推出更多周大福T MARK、Hearts On Fire及授权时尚珠宝系列，以丰富我们的产品组合。集团亦会推行店铺差异化及多品牌策略，以及加强线上线下的互动。

集团深明在业务营运上利用创新科技的重要性，因此会继续推行「Smart+」计划，并继续利用智能设备支持线上线下的互动及提供无缝的购物体验，同时投资大数据及数据分析，以更清楚了解顾客的喜好。

周大福主席郑家纯博士表示：「尽管业务全面复苏之路依然漫长，但我们将仔细执行各项措施，致力推动可持续增长。另外，我们开始利用垂直整合业务模式，提供全球性的全方位珠宝零售解决方案。最后，我们继续秉承「真诚·永恒」的核心价值，保持产品及服务的卓越水平，进一步巩固我们具标志性且备受信赖之品牌价值。」

图片说明



周大福珠宝集团执行董事**郑志刚**(中)、董事总经理**黄绍基**(左)及财务董事**郑炳熙**(右)宣布 2017 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）于 2011 年 12 月在香港联合交易所主板上市。

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、品质及价值闻名。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、韩国、日本与美国的周大福及 Hearts On Fire 零售点，覆盖 500 多个城市，以及透过自营周大福网络旗舰店及于主要网购平台开设周大福网店而发展迅速的电子零售网络。

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、以及在庞大的分销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