周大福 CHOW TAI FOOK

周大福 (股份代號：1929) • 香港主板上市公司

即時發佈

周大福公佈 2017 財政年度全年業績

基本條件趨穩帶動 2017 財政年度下半年表現回升

財務摘要

截至 3 月 31 日止年度 （百萬港元）	2016 財政年度	**2017 財政年度**	同比變化
營業額	56,592	**51,246**	**-9.4%**
珠寶鑲嵌首飾的佔比 [1]（%）	26.8	**25.3**	**-1.5 個百分點**
毛利	15,641	**14,963**	**-4.3%**
毛利率（%）	27.6	**29.2**	**+1.6 個百分點**
經調整後的毛利率 [2]（%）	28.9	**28.5**	**-0.4 個百分點**
主要經營溢利 [3]	5,050	**4,649**	**-7.9%**
主要經營溢利率 [3]（%）	8.9	**9.1**	**+0.2 個百分點**
本公司股東應佔溢利	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%**
特別 [4]	64.0	**35.0**	**-45.3%**
全年	80.0	**51.0**	**-36.3%**

[1] *不包括來自珠寶貿易的營業額及加盟商的服務收入。*

[2] *經調整後的毛利率並非按國際財務報告準則計算，扣除了黃金借貸的未變現對沖虧損／（收益）的影響，本公司相信此數據有助更透徹了解其經營表現及業務的實際趨勢。*

[3] *主要經營溢利及主要經營溢利率並非按國際財務報告準則計算，指經調整後的毛利及其他收益的合計，減銷售及分銷成本以及一般及行政開支，本公司相信此等數據有助更透徹了解其經營表現及核心業務的實際趨勢。*

[4] *於 2017 財政年度，建議派發特別股息和已付特別股息分別為每股 20.0 港仙及每股 15.0 港仙。*

（香港，2017 年 6 月 8 日）**周大福珠寶集團有限公司**（「周大福」或「公司」；及其附屬公司，「集團」；香港聯交所股份代號：1929 ）為擁有 88 年歷史之香港上市公司，今天宣佈截至 2017 年 3 月 31 日止年度的全年業績（「2017 財政年度」）。

在 2017 財政年度，集團錄得營業額 51,246 百萬港元（2016 財政年度：56,592 百萬港元），較去年減少 9.4%。毛利為 14,963 百萬港元（2016 財政年度：15,641 百萬港元），經調整後的毛利率按年下降 40 個基點，主要由於黃金產品銷售佔比擴大所致。主要經營溢利下跌 7.9%至 4,649 百萬港元（2016 財政年度：5,050 百萬港元）。主要經營溢利率為 9.1%（2016 財政年度：8.9%）。本公司股東應佔溢利上升 3.9%至 3,055 百萬港元（2016 財政年度：2,941 百萬港元）。每股基本盈利為 30.6 港仙（2016 財政年度：29.4 港仙）。董事會建議派付末期股息每股 10.0 港仙及特別股息每股 20.0 港仙。撇除建議及已付之特別股息，2017 財政年度的全年派息率約 52.0%。

業務回顧

全年營業額雖錄得9.4%之跌幅，然而於2017財政年度下半年則呈回升之勢。隨著經營業務趨穩，2017財政年度下半年的營業額按年增長4.4%，相對上半年度按年下降23.5%有顯著改善。中國內地與香港、澳門及其他市場兩個可呈報分部於2017財政年度下半年均呈令人鼓舞的回升跡象。香港、澳門及其他市場於下半年度的營業額上升0.8%，而中國內地按年更顯著回升6.8%。中國內地在過去數年的營業額貢獻穩步上升，於2017財政年度佔集團營業額超過60%。

2017財政年度，集團於中國內地淨開設67個零售點，總共開設了235個零售點，同時亦關閉了168個零售點。隨著百貨公司整合趨勢有所舒緩，零售點數目的減幅因而較去年為低。於香港及澳門，集團持續優化零售網絡，以提升效率及產能，年內淨關閉7個零售點。集團亦於韓國、馬來西亞及美國開設3個零售點，以捕捉當地華人顧客需求所帶來的商機。於2017年3月31日，集團的零售點總數達2,381個。

集團的中國電子商務零售值錄得按年41.4%的強勁增長，佔中國內地零售值3.3%及銷量9.3%。集團主要的電商平台，包括周大福網絡旗艦店、天貓及京東官方帳戶的每日不重覆訪客為36.4萬人次，而新浪微博、騰訊微博及微信官方帳戶已累積達約300萬名關注人數。由於我們加強了與主要線上平台夥伴的合作，電子商務業務於2017財政年度下半年取得了快速的增長。當中最具代表性的例子是我們與京東和天貓合作的線上訂單分配計劃。線上平台的訂單直接發送到顧客就近的實體零售點。我們借助龐大的實體零售網絡，能縮短送貨時間及降低成本，達致全面的線上線下互動，從而提升顧客購物體驗。

自去年8月推出顛覆創新的周大福T MARK鑽石品牌以來，該產品已遍佈75個中國內地零售點及27個香港及澳門零售點。於2017財政年度，周大福T MARK產品佔集團的中國內地與香港及澳門已售鑽石產品零售值分別為2.8%及5.2%。

截至2017年3月31日，會員人數已逾160萬，而中國內地與香港及澳門的會員再消費率分別為27.2%及29.5%。其中三大會籍級別的會員佔整體中國內地的會員人數3.6%，而他們的再消費率則有8.7%。在港澳市場，三大會籍級別的會員的再消費率則達11.5%。

前景與策略

中國內地的經濟正走向消費主導，社會亦逐步繁榮富庶，長遠有利零售業的發展，特別是奢侈品行業。至於香港及澳門，隨著國內遊客的旅遊模式和消費喜好的轉變，零售業不得不進行結構性改變。

因應零售環境的變化，集團在中國內地將維持選擇性地拓展零售點，並繼續優化港澳市場的零售網絡。集團亦正在美國拓展批發業務，並以此作為我們的長遠計劃之一。

為了迎合追求高品味的顧客的需求，集團會進一步與不同的顧客接觸和溝通，豐富他們的體驗；推出更多周大福T MARK、Hearts On Fire及授權時尚珠寶系列，以豐富我們的產品組合。集團亦會推行店舖差異化及多品牌策略，以及加強線上線下的互動。

集團深明在業務營運上利用創新科技的重要性，因此會繼續推行「Smart+」計劃，並繼續利用智能設備支持線上線下的互動及提供無縫的購物體驗，同時投資大數據及數據分析，以更清楚了解顧客的喜好。

周大福主席鄭家純博士表示：「儘管業務全面復甦之路依然漫長，但我們將仔細執行各項措施，致力推動可持續增長。另外，我們開始利用垂直整合業務模式，提供全球性的全方位珠寶零售解決方案。最後，我們繼續秉承「真誠・永恒」的核心價值，保持產品及服務的卓越水平，進一步鞏固我們具標誌性且備受信賴之品牌價值。」

圖片說明

周大福珠寶集團執行董事**鄭志剛** (中)、董事總經理**黃紹基** (左) 及財務董事**鄭炳熙** (右) 宣佈 2017 財政年度之全年業績

- 完 -

關於周大福珠寶集團有限公司

周大福珠寶集團有限公司（股份代號：1929）於 2011 年 12 月在香港聯合交易所主板上市。

集團標誌性品牌「周大福」廣獲認同為信譽及正貨的象徵，並以產品設計、品質及價值聞名。於 2014 年 8 月收購國際知名的美國高級鑽石品牌 Hearts On Fire，更進一步鞏固集團為鑽石專家的行業地位。

集團擁有龐大的零售網絡，包括逾 2,300 個遍佈大中華區、新加坡、馬來西亞、韓國、日本與美國的周大福及 Hearts On Fire 零售點，覆蓋 500 多個城市，以及透過自營周大福網絡旗艦店及於主要網購平台開設周大福網店而發展迅速的電子零售網絡。

集團發展成熟的垂直整合業務模式，能有效和謹慎監控集團的整體業務運作，包括原材料採購、設計、生產、以及在龐大的分銷渠道進行之市場推廣與銷售活動。

傳媒垂詢，請聯絡：

周大福珠寶集團有限公司

安殷霖（Danita On）
投資者關係及企業傳訊總監
電話：（852）2138 8501
電郵：danitaon@chowtaifook.com

施慧貞（Peony Sze）
投資者關係及企業傳訊經理
電話：（852）2138 8337
電郵：peonysze@chowtaifook.com