



周大福 (股份代號：1929) • 香港上市市值最大珠寶公司

即時發佈

周大福公佈 2015/16 財政年度中期業績

財務摘要

百萬港元	2016 財政年度 上半年	2015 財政年度 上半年	同比變動
	(截至 9 月 30 日止六個月)		
營業額	28,123.6	29,319.5	-4.1%
毛利	7,856.8	9,327.9	-15.8%
毛利率 (%)	27.9	31.8	-3.9 個百分點
淨溢利	1,561.2	2,736.3	-42.9%
淨溢利率 (%)	5.6	9.3	-3.7 個百分點
本公司股東應佔溢利	1,557.4	2,692.8	-42.2%
每股基本盈利 (港仙)	15.6	26.9	-42.2%
每股股息(港仙)			
中期	8.0	13.0	-38.5%
特別	42.0	沒有	不適用
合共	50.0	13.0	+284.6%

(中國香港，2015 年 11 月 24 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」；股份代號：1929) 為擁有 86 年歷史、在香港上市市值最大兼全球數一數二之珠寶公司，今天宣佈截至 2015 年 9 月 30 日止六個月的中期業績 (「2016 財政年度上半年」)。

在 2016 財政年度上半年，集團錄得營業額 28,123.6 百萬港元 (2015 財政年度上半年：29,319.5 百萬港元)，較去年減少 4.1%。毛利下降 15.8% 至 7,856.8 百萬港元 (2015 財政年度上半年：9,327.9 百萬港元)，毛利率下降 390 個基點至 27.9% (2015 財政年度上半年：31.8%)。本公司股東應佔溢利下降 42.2% 至 1,557.4 百萬港元 (2015 財政年度上半年：2,692.8 百萬港元)，每股基本盈利為 15.6 港仙 (2015 財政年度上半年：26.9 港仙)。董事會宣派中期股息及特別股息合共每股 50.0 港仙 (2015 財政年度上半年：13.0 港仙)。

周大福主席鄭家純博士表示：「珠寶行業在過去 12 個月受到奢侈品市場持續轉變的影響，導致我們的經營環境充滿挑戰，在業務營運的方向和定位方面，我們會保持高度專注及審慎，透過有策略地優化我們的產品供應與銷售渠道，迎合顧客不斷改變的品味和喜好。」

業務回顧

2016 財政年度上半年的營業額下降，主要由於中國香港及中國澳門的中國內地旅客減少及旅客的消費力下降，幸而中國內地的經營環境相對較為穩定及新開設零售點有所貢獻，足以抵消大部份的負面影響，因此整體營業額僅輕微下降 4.1%。然而集團的淨溢利仍然受毛利率下跌的影響而錄得顯著的跌幅，主要因為黃金產品的銷售增加，以及期內錄得黃金借貸未變現對沖虧損，而去年同期則為未變現對沖收益所致。

中國內地珠寶業務的營業額佔比穩步增長，由 2015 財政年度上半年的 54.5% 上升至 2016 財政年度上半年的 56.0%，另一方面，香港/ 澳門及其他市場的營業額佔比則持續下跌，由 2015 財政年度上半年的 42.0% 下降至 2016 財政年度上半年的 40.8%，餘下 3.2% 的營業額貢獻則來自中國內地的鐘錶業務。

由於加盟商在補充存貨方面普遍保守，致使批發業務在 2016 財政年度上半年的營業額佔比下降至 14.6%。期內黃金產品的營業額佔比錄得顯著的升幅，由去年同期的 49.5% 上升至 2016 財政年度上半年的 55.5%，主要由於今年 7 至 8 月黃金價格下跌引發黃金產品需求增加。

集團按計劃進行零售點擴充計劃，新開設 144 個零售點，主要集中在中國內地三線及較次級城市，以及 2 個位於集團新拓展的市場 - 南韓；不過淨開設零售點數目只有 29 個，因為期內集團亦同時關閉了 115 個零售點，相當於零售點總數的 5% 左右。關店數目較過往的平均數多，主要由於集團有多個零售點受到中國內地不少百貨公司結業或重組而停止營業。截至 2015 年 9 月 30 日，集團的零售點總數達到 2,286 間。

集團電子商務的零售值持續錄得穩定的按年增長 44.3%，中國內地電子商務的零售值約佔中國內地珠寶業務的零售值 1.9%。主要電商平台包括周大福網絡旗艦店、天貓及京東官方帳戶的不重覆訪客的平均每日瀏覽量增加 47.1% 至逾 22.5 萬人次，而集團在新浪微博、騰訊微博及微信官方帳戶的關注者已累積至 140 萬名。

集團逐步在大中華市場擴充新收購的享譽國際的奢華鑽石品牌 Hearts On Fire 的市場，策略性地補足集團的優質婚嫁及時尚鑽石珠寶的產品組合。期內集團在中國內地及中國台灣開設 4 家獨立店，以及借助周大福的龐大零售網絡和客戶群，在中國內地和香港開設 53 個「店中店」及「店內專櫃」。截至 2015 年 9 月 30 日，集團在美國、台灣及中國內地共有 16 家 HOF 獨立店及在中國內地和香港有 53 個「店中店」及「店內專櫃」。

前景與策略

面對瞬息萬變的零售市場，集團於未來 12 個月在零售點網絡管理方面會較以往保守，包括整合表現遜色的零售點及減慢零售點的擴充步伐。集團並會專注改善存貨周轉期及優化存貨水平。

在持續投入創新科技的發展及應用並取得令人滿意的成果的基礎上，集團將繼續致力推行新的 Smart+ 計劃，以提升業務的營運效率、提供無縫的顧客購物體驗及推動多渠道零售。

此外，集團一向致力在人力資本方面投放資源，例如在今年 6 月成立周大福培訓學院，提供有系統及專業的培訓與發展課程，為集團栽培人才。

集團董事總經理黃紹基指出：「儘管目前的市場環境充滿不確定因素，我們仍然對大中華市場珠寶消費的長期增長保持樂觀的態度，面對重重挑戰，我們會繼續採取均衡的增長和發展策略。」

- 完 -

圖片說明



周大福珠寶集團主席鄭家純博士 (右二) 與董事總經理黃紹基 (左二)、財務董事鄭炳熙 (右一) 及執行董事鄭志剛博士 (左一) 宣佈 2016 財政年度之中期業績

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）為世界級領先珠寶公司，於 2011 年 12 月在香港聯合交易所主板上市，成為在香港上市市值最大兼全球數一數二之珠寶公司，銷售額更高踞世界第一位。

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奢華鑽石品牌 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 2,290 個遍佈大中華區、新加坡、馬來西亞、南韓與美國的周大福及 Hearts On Fire 店舖，覆蓋 500 多個城市，以及透過自營周大福電子商務旗艦店及於多個網購平台開設周大福網店而迅速強勢發展的電子零售網絡。

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、以及在龐大的零售點與電子零售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

黃雅儀 (Joanne Wong) - 企業事務副總監
電話：+852 2138 8338
電郵：joannewong@chowtaifook.com

施慧貞 (Peony Sze) - 企業事務經理
電話：+852 2138 8337
電郵：peonysze@chowtaifook.com