



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 2016/17 財政年度中期業績

縱然經營環境挑戰重重 毛利率仍然有所改善

財務摘要

截至 9 月 30 日止六個月 (百萬港元)	2016 財政年度 上半年	2017 財政年度 上半年	同比變動
營業額	28,124	21,526	-23.5%
毛利	7,857	6,828	-13.1%
毛利率 (%)	27.9%	31.7%	+3.8 個百分點
經調整後的毛利率 ¹ (%)	28.5%	30.1%	+1.6 個百分點
主要經營溢利 ²	2,422	1,708	-29.5%
主要經營溢利率 ² (%)	8.6%	7.9%	-0.7 個百分點
期內溢利	1,561	1,268	-18.8%
本公司股東應佔溢利	1,557	1,222	-21.5%
每股基本盈利 (港仙)	15.6	12.2	-21.5%
每股股息 (港仙)			
中期	8.0	6.0	-25.0%
特別	42.0	15.0	-64.3%
合共	50.0	21.0	-58.0%

¹ 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。

² 主要經營溢利及主要經營溢利率並非國際財務報告準則計算法，指經調整後的毛利（扣除黃金借貸的未變現對沖虧損／（收益）的影響）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。

（中國香港，2016 年 11 月 22 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）為擁有逾 87 年歷史之香港主板上市公司，今天宣佈截至 2016 年 9 月 30 日止六個月的中期業績（「2017 財政年度上半年」）。

在 2017 財政年度上半年，集團錄得營業額 21,526 百萬港元（2016 財政年度上半年：28,124 百萬港元），較去年減少 23.5%。毛利率為 6,828 百萬港元（2016 財政年度上半年：7,857 百萬港元），主要受惠於產品組合優化及珠寶鑲嵌首飾和黃金產品的毛利率提高，經調整後的毛利率因而較去年同期增加了 160 個基點。主要經營溢利下跌 29.5%至 1,708 百萬港元（2016 財政年度上半年：2,422 百萬港元）。主要經營溢利率為 7.9%（2016 財政年度上半年：8.6%）。本公司股東應佔溢利減少 21.5%至 1,222 百萬港元（2016 財政年度上半年：1,557 百萬港元），每股基本盈利為 12.2 港仙（2016 財政年度上半年：15.6 港仙）。董事會宣派中期股息每股 6.0 港仙及特別股息每股 15.0 港仙。撇除特別股息，2017 財政年度上半年的派息率約 49.2%。

業務回顧

營業額下降主要由於大中華區的消費意慾持續疲弱及內地遊客的購買行為改變所致。2017 財政年度上半年，中國內地的業務對集團營業額的貢獻穩定增長至 59.7%。

在 2017 財政年度上半年，集團淨開設 7 個零售點，於 2016 年 9 月 30 日，零售點總數達 2,326 個。在中國內地，由於傳統分銷渠道如百貨公司持續整合重組，集團期內開設了 107 個珠寶零售點之同時，也關閉了 94 個珠寶零售點。中國香港、中國澳門及其他市場則淨關閉了 4 個零售點，包括在香港及澳門關閉了 6 個零售點，而在馬來西亞及韓國則開設了 2 個零售點。集團進一步拓展 Hearts On Fire 的零售網絡，期內在中國內地、香港和澳門淨開設了 2 個零售點和 31 個店中店／店內專櫃。

集團期內的中國電子商務零售值按年增加 22.5%，佔中國內地珠寶業務的零售值 2.8% 及相關銷售量的 7.4%。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 25 萬人次，而新浪微博、騰訊微博及微信官方帳戶已累積達約 270 萬名關注人數。

周大福作為訂立行業標準的先驅，憑藉其垂直整合業務模式的優勢與先進科技配合，於今年 8 月推出「周大福 T MARK」鑽石品牌，其創新的 4Ts 概念可讓顧客從源頭追溯天然鑽石的來歷及生命週期，突破現時行業慣例。

周大福主席鄭家純博士表示：「繼我們於 1956 年推出具標誌性的 999.9 黃金首飾產品及於 1990 年推行「一口價」政策後，我們再次推出突破傳統的產品「周大福 T MARK」鑽石品牌，延伸我們一貫創新的思維。」

為提供更加個性化的購物體驗，集團推出了全新的店鋪陳列，按顧客的不同需求將商品陳列區劃分為婚嫁、時尚及經典等區域。於 2016 年 9 月 30 日，中國內地有超過 950 個零售點以新形象示人。面對不斷變化的零售環境，集團將若干零售點升級為「華貴」及「豪雅」形象，以迎合顧客更高的期望。

集團亦通過市場推廣活動，致力提升品牌價值。於今年 11 月舉行一年一度的高端珠寶系列「凝光臻藝」拍賣晚宴，拍賣了 13 套獨一無二的珠寶傑作，並有約 440 名精選高級會員及貴賓獲邀出席。

周大福會員計劃在支持集團業務發展上繼續扮演著重要的角色，於 2016 年 9 月 30 日，會員人數已逾 140 萬，中國內地與香港及澳門的再消費比率分別為 27.6% 及 34.6%。

前景與策略

就目前市況及宏觀經濟不穩，集團會繼續專注於提升店鋪效益，包括在港澳市場繼續整合零售點以提升店鋪的產能，並會繼續選擇性地擴張中國內地的零售點網絡。集團亦會提升產品組合及加強產品差異化，加強推廣與眾不同的「周大福T MARK」鑽石品牌，並會推出更多Hearts On Fire的系列產品、時尚首飾、授權及獨家系列。

集團會繼續利用「Smart+」計劃了解顧客的喜好及提升其購物體驗，並會繼續推行嶄新的店鋪形象及差異化策略，尤其在中國內地的零售點，以針對不同消費群的需求。最後，集團致力於業務的可持續發展，會繼續投資在科技與人才培訓，從而提升競爭優勢。

鄭家純博士指出：「儘管我們短期內持謹慎樂觀態度，我們對大中華珠寶市場的長遠發展前景仍充滿信心。憑藉穩健的基礎、豐富的行業知識及品牌知名度，我們定能把握商機，在當前市況中脫穎而出。」

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（左一）宣佈 2017 財政年度之中期業績

- 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

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